

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 الاستراتيجية" و "الذكاء التنافسي" و "الذكاء التجاري" هي أكثر المصطلحات إستخداماً في الشركات السعودية عند جمع المعلومات، نتج عن الدراسة أنّ درجة معرفة مسؤولي الشركات بتلك المصطلحات متوسطة، و أنّ المعلومات الجزئية المجمّعة قليلة، و أنّ ثقافة المعلومات غير منتشرة بشكل واسع بينهم ، وأنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أيا من مستويات الوعي بمفاهيم المسح البيئي وبين مستويات سلوك تجميع المعلومات، أي أن سلوك تجميع المعلومات من قبل المدراء لم يتأثر بنوعية مفاهيم المسح البيئي، وكذلك عدم وجود فروق في سلوك تجميع المعلومات بأنواعها الثلاثة بين الشركات الكبيرة و الصغيرة الحجم. و يمكن اعتبار أنّ المدراء 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 ان هناك علاقة بين وعي الشركة بذلك المصطلح وبين حجم الشركة، وأن الدراية بالمسح البيئي وبالمعلومات الجزئية أكثر إنتشاراً بين المشاركين اللذين ينتمون إلى الشركات الكبيرة بينما الدراية بالمعلومات الاستراتيجية أعلى بين المشاركين اللذين ينتمون للشركات الصغيرة، الا أن نسبة الوعي بالمعلومات الجزئية ينعدم في الشركات الصغيرة وينخفض في الشركات الكبيرة، ما يجعلها تفتقر إلى إنشاء الأنظمة المعلوماتية البيئية التي تغذي القرارات الإستراتيجية على المدى القريب والبعيد ، كأهم عامل من عوامل الضمان المستمر لوجودها أو غيابها .

الكلمات المفتاحية:

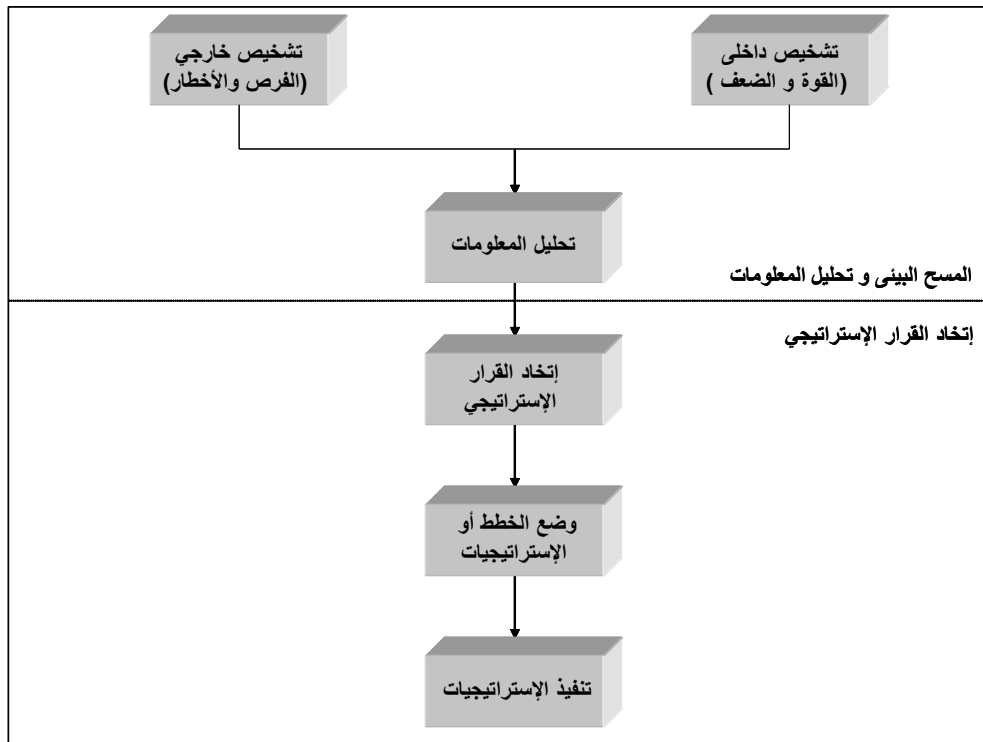
المسح البيئي، نظام المعلومات الإحترازي، اليقظة الإستراتيجية، المعلومات الإستراتيجية، الإدارة الإستراتيجية ، إتخاذ القرار ، الذكاء التنافسي، الشركات السعودية.

المقدمة

إن فتح الأسواق المحلية أمام المنافسة العالمية و التقدم 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 روبينج عام ٢٠٠٤^١ 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 و موردين و تقنية المعلومات، ويعتمد على نظام معلوماتي مفتوح يؤثر و يتأثر بالبيئة الإجتماعية و الإقتصادية و التكنولوجية المحيطة به وغيرها من المتغيرات. ولذالك كان من المهم استكشاف مفهوم المسح البيئي و المعلومات 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 الخاصة بالمسح البيئي و المعلومات الإستراتيجية و المصطلحات المصاحبة لهما للتعرف على درجة اهتمامهم بأنواع

المعلومات التي يشملها المسح البيئي لاستخدام تلك المفاهيم ضمن عمليات إدارة المعلومات وإدارة المعرفة في مؤسساتهم. إن الشركات والمنظمات التي تهتم بمجال الإدارة الإستراتيجية (Strategic Management) تعتبر المسح البيئي إحدى الطرق الهامة التي تعمل على النجاح المستمر للشركات في بيئات متنافسة، ويقصد بذلك الإجراءات المعلوماتية Information Process الذي بواسطته تتمكن المؤسسة من التحسب المسبق Proactive Scanning بتتبع البيئته الخارجية من أجل انتهاز الفرص المناسبة أمامها أو لتقادي الأخطار التي قد تواجهها. وتتضمن تلك الإجراءات تجميع وتوزيع وتحليل المعلومات الإستراتيجية بغرض إتخاذ القرار المناسب وهو ما يعرف في علم المعلومات بإدارة المعلومات. وقد أظهرت الدراسات السابقة وجود علاقة بين الإدارة الإستراتيجية Strategic Management Process و المسح البيئي حيث عرف Ansoff and McDonnell 1990 الإدارة الإستراتيجية كما يظهر في الشكل أدناه أنه يتم القيام بتشخيص داخلي وخارجي للشركة، أثناء المرحلة الأولى، عن طريق تجميع وتحليل المعلومات المتوفرة في 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 المحللة في سياق إتخاذ القرار الإستراتيجي المطلوبة لعمليات الإبداع والإبتكار.

الشكل رقم (١) علاقة المسح البيئي بالإدارة الإستراتيجية (روبيح ، ٢٠٠٤).



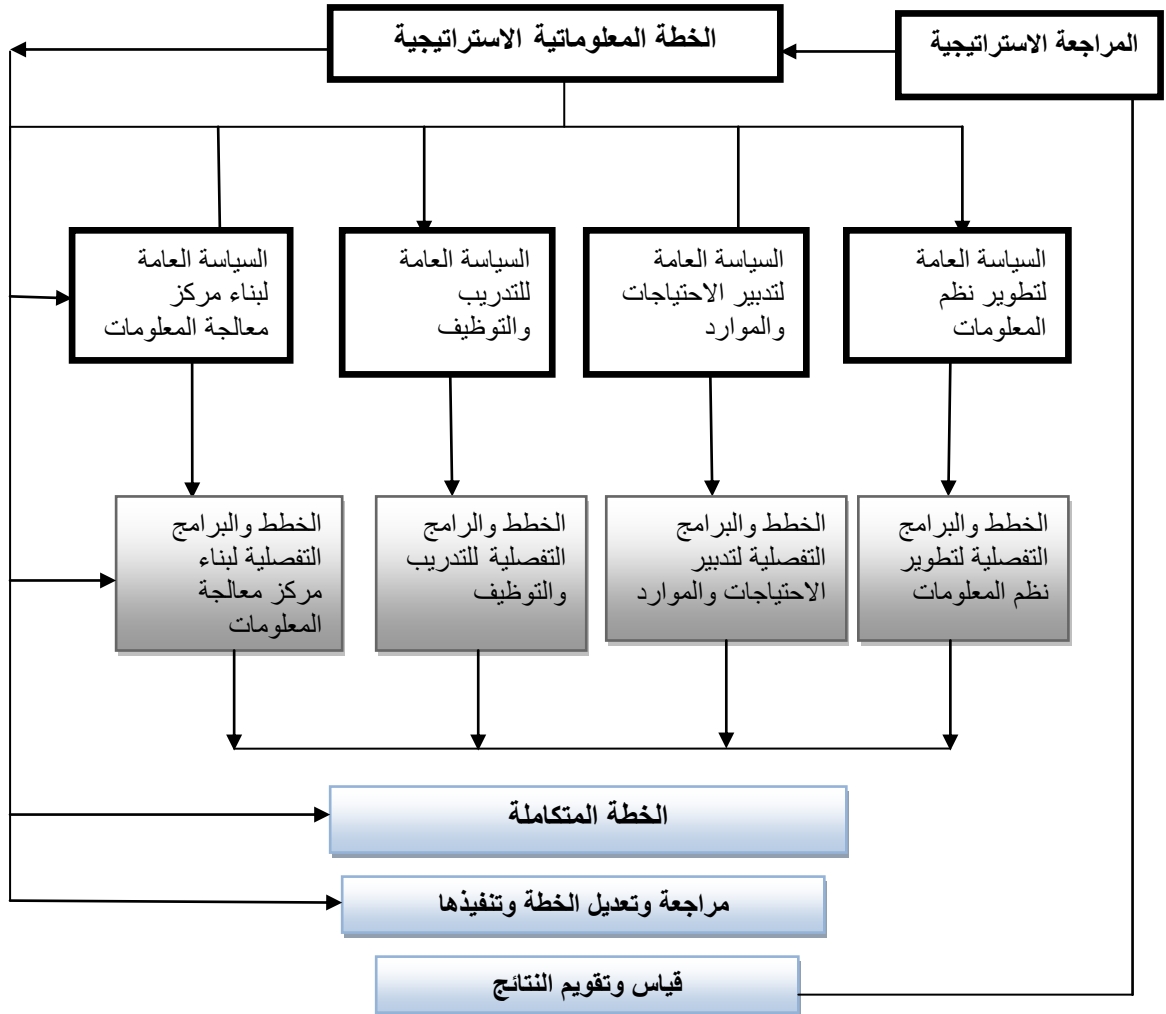
كما أنّ المعلومات الإستراتيجية الناتجة عن القيام بالمسح البيئي عنصر إبداعي للمؤسسات، حيث يحظى باهتمام من طرف مسؤولي الشركات الريادية حسب دراسة ايلسواي عام ١٩٨٥ وريموند وهال عام ٢٠٠١ El Sawy 1985, Raymond and Hall 2001. ويعتبر المسح البيئي كلمة لها عدة مرادفات مستعملة في بيئة الشركات كمصطلح "الدكاء التنافسي" 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 و إشارات قوية ، معلومات علمية و تقنية و إقتصادية Scientifc, Technological, Economic، معلومات التّحكم و معلومات التأثير و معلومات جزئية وهي نفس التقسيمات التي استخدمت في دراسة روبيج عام ٢٠٠٤.

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 (٢) (مندورة ، محمد محمود. درويش، محمد جمال الدين، التخطيط الإستراتيجي لنظم المعلومات)٦. 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 وإتخاذ القرارات ، ما يمكنهم من إتخاذ 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 اكبر من المرؤوسين.

شكل (٢) الخطة الإستراتيجية المعلوماتية



وقد سهلت تطبيقات مثل البريد الإلكتروني والمؤتمرات عن بعد من قيام تنسيق دقيق بين فرق عمل متناثرة جغرافياً، ولذلك فإن الحدود المادية لمؤسسات الأعمال لم تعد تمثل قيوداً 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 نمطية 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 ثلاث تخصصات رئيسية وهي: تحليل وتصميم النظم، وإدارة المعلومات وإدارة المعرفة، والتي حسب حد علم الباحثة وخبرتها في المجال، لا زالت المملكة والدول العربية غير مطبقة لها بشكل فاعل. إن وجود نظام معلومات استراتيجي 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 :

- ١- معرفة مدى وعي مسؤولي الشركات ومؤسسات الأعمال السعودية في مدينتي مكة المكرمة وجدة نحو استخدام المعلومات الإستراتيجية.
- ٢- تحديد الاختلاف في الوعي بمصطلحات المسح البيئي بين الشركات الصغيرة والكبيرة الحجم.
- ٣- معرفة الأسماء البديلة للمسح البيئي الأقرب إلى المسؤولين السعوديين في مدينتي مكة المكرمة وجدة.
- ٤- تحديد الاختلاف في اختيار مسميات المسح البيئي بين الشركات الصغيرة والكبيرة الحجم.
- ٥- تحديد الاختلاف في جمع المعلومات بين الشركات الكبيرة والصغيرة الحجم.
- ٦- دراسة العلاقة بين مستوى الوعي بمفاهيم المسح البيئي ومستوى تجميع المعلومات.

أسئلة الدراسة :

١. هل لدى مسؤولي الشركات ومؤسسات الأعمال السعودية في مدينتي مكة المكرمة وجدة معرفة ودراسة كافية بمفهوم المسح البيئي والمعلومات الإستراتيجية؟ هل هناك اختلاف بين الشركات الصغيرة والكبيرة الحجم؟

٢. ما الأسماء البديلة للمسح البيئي الأكثر استخداما في البيئة السعودية ؟ هل يوجد اختلاف في اختيار الأسماء بين الشركات الصغيرة و الكبيرة الحجم؟
٣. أي أنواع المعلومات تحظى باهتمام أكبر من طرف مسؤولي الشركات؟ هل يوجد اختلاف في أنواع المعلومات التي تجمع بين الشركات الكبرى و الصغرى؟
٤. هل توجد علاقة بين الوعي بمسميات المسح البيئي ونوعية تجميع المعلومات؟

أهمية الدراسة :

نظرا 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 إتخاذ 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 إتخاذ 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 الدراسة محاولة لإعطاء المسح البيئي مساحة من الإهتمام للإطلاع على ما هو قائم في الدول المتطورة، ، كما انها بداية لتطوير أنظمة المعلومات الإحترازية 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 إختلافه في بيئات عربية عنها في البيئات الغربية، ومقارنة تطبيقات المسح البيئي في الدول الخليجية.

منهجية البحث:

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

وقد تمت الاستفادة من دراسة الدكتور كمال رويح "مدى وعي مسؤولي الشركات الكويتية نحو استخدام المعلومات الإستراتيجية " التي أعدت في عام ٢٠٠٤ في اعداد منهجية هذه الدراسة.

تم جمع المعلومات بين عامي ٢٠١١ و ٢٠١٢. كما تم الإتصال بالمدرء التنفيذيين عن طريق الزيارات الميدانية للشركات، و عن طريق التليفون أو الفاكس والبريد الإلكتروني. و قد تم توزيع ٢٠ استبانة على ٢٠ شركة سعودية ومؤسسة أعمال في مدينتي مكة المكرمة وجدة كبيرة وصغيرة الحجم في القطاعين الخاص و العام.

عينة الدراسة:

تم الحصول على ٢٠ إجابة من طرف ٢٠ شركة ومؤسسة أعمال في مدينتي مكة المكرمة وجدة ، حيث إن نسبة المشاركة قد وصلت إلى ٩٥ % كانت غالبيتها من مدينة جدة. كما أن وحدة التحليل هو الفرد المشارك (المدير التنفيذي) و ليست الشركة من أجل ضمان الحصول على أكبر

نسبة من مشاركة المدراء للحصول على نظرة عامة و شاملة على مدى تقبل و انتشار ثقافة مصطلح المسح البيئي و المعلومات الإستراتيجية في السعودية ، و قد جاء توزيع الشركات المشاركة بعناوينها و وفق القطاعات الاقتصادية التالية حسب جدول رقم (١) و (٢).

جدول رقم (١) توزيع بأسماء الشركات الداخلة في عينة البحث

النسبة	التكرار	اسم الشركة	النسبة	التكرار	اسم الشركة
٥	١	شركة المراعي	٥	١	Aramco
٥	١	شركة بعد للاتصالات السلكية والاسلكية	٥	١	Jeddah chamber of commerce & industry
٥	١	شركة جدة للتطوير العمراني	٥	١	البنك العربي الوطني
٥	١	شركة دلة عبر البلاد العربية	٥	١	الخطوط الجوية السعودية
٥	١	شركة سعودي أوجيه	٥	١	الشركة السعودية للكهرباء
٥	١	شركة فاروق ومأمون تمر وشركاؤه	٥	١	الغرفة التجارية الصناعية بجدة
٥	١	شركة يسر للأمن والسلامة	٥	١	امانة العاصمة المقدسة
٥	١	لاند مارك جروب	٥	١	شركة التقنية الامنية
٥	١	مؤسسة عبد الله سليمان الغنيم	٥	١	الشركة السعودية للخرسانة الجاهزة
٥	١	مكتب استشارات بيئية	٥	١	مجموعة بن لادن السعودية
٥٠	١٠	المجموع	٥٠	١٠	المجموع

جدول رقم (٢) : توزيع الشركات حسب النشاطات الاقتصادية

النسبة	التكرار	انواع الشركات
١٠%	٢	شركات صناعية
١٠%	٢	منظمات غير نفعية
٥%	١	شركات تجارية
٢٠%	٤	مقاولات
٥%	١	شركات نقل
٥%	١	شركات غذائية
١٠%	٢	اتصالات وتكنولوجيا المعلومات
٥%	١	مالي أو مصرفي أو تأميني
٣٠%	٦	أخرى
١٠٠%	٢٠	المجموع

تابع جدول رقم (٢) نشاطات أخرى للشركات غير الموجودة في الاستبيان

Nonprofit organization focus on Business development
إدارة حكومية
أنظمة أمن و سلامة
توليد و نقل وتوزيع الطاقة الكهربائية
دوائية
مقاولات و صيانة اتصالات
مكتب استشارات بيئية

مصطلحات الدراسة:

تم تعريف جميع مصطلحات الدراسة حسب ما جاء في دراسة روبيج عام ٢٠٠٤^٨ وهي كالتالي:

- **البيئة Environment** على أنها تتكون من القوى الفاعلة و الشركاء و اللاعبين في محيط المنظمة الذين قد يؤثرون على الشركة، حيث يصبح المسح البيئي منصبا على سلوك الفاعلين القادرين بواسطة قراراتهم ونشاطهم على خلق تأثير ملحوظ عليها في المستقبل المنظور و البعيد. و تتكون هذه القوى من المنافسين و الموردين و السلطات العمومية و مراكز الضغط و الحكومات و المستخدمين، سواء في الوقت الحاضر أو في المستقبل المنظور.

- **المعلومات الإستراتيجية Strategic Management** على أنها المعلومات التي تلقى الضوء على ما يدور في بيئة الشركة الداخلية و الخارجية أثناء قيامها بنشاط صناعي أو خدماتي من أجل المساعدة في اتخاذ القرار الاستراتيجي. و تشمل المتغيرات: مشاريع المنافسة، و طرق الإنتاج و التسويق، و خصائص المنتجات، و طرق تسويقها، و أساليب التوريد و المواد الخام الجديدة، و التشريعات، و خدمة المستخدمين و رضاهم.

- **معلومات التحكم (Control Information)** و تضم المعلومات التي تنتجها الشركة وتوجهها لاستعمالها الداخلي (أنظر الشكل رقم ٣) و تكتسي معرفة هذا النوع أهمية بالغة كونها تمكن المنظمة من أن تقارن أداءها بأداء أحسن المنظمات (Benchmarking). و يتم تسيير هذه المعلومات عن طريق النظم المعلوماتية التقليدية، كما أن أغلب الدراسات منصبة عليها كنظم معلومات الموارد البشرية و نظم الإنتاج و نظم الجودة.

- **معلومات التأثير (Influence Information)** و تضم المعلومات التي أنتجت داخل الشركة ووجهت للاستعمال الخارجي (أنظر الشكل رقم ٣)، أو موجهة لأفراد و مجموعات خارج المنظمة (كالميل و المورد). و تعتبر نظم المعلومات التسويقية أو نظم المعلومات التي تربط المنظمات (Inter organizational Information Systems) أمثلة من الأنظمة التي تقوم بتسيير معلومات التأثير، غير أن الدراسات المنصبة عليها قليلة مقارنة بتلك الخاصة بمعلومات التحكم.

- **المعلومات الجزئية أو الإشارات الضعيفة (Fragmentary Information)** تمثل المعلومات الإستراتيجية التي جمعت من خارج المنظمة ووجهت للاستعمال الداخلي (أنظر الشكل رقم ٣) و هي تعبر عن التطورات التي لم تتحقق تماما، وإنما تنبئ بحصول شيء له تأثير على الشركة، و يمكن أن تعرف أيضا بالتهديدات أو الفرص المحتملة أو لها نتائج محتملة، و هي معلومات قليلة و غير قطعية، جزئية وبعثرة في العديد من المصادر المعلوماتية المتوفرة و تحتاج إلى عملية التكمال، و لهذا أطلق عليها (Ansoff (1975)^٩ أنسوف عام ١٩٧٥ مصطلح "الإشارات الضعيفة" كالمعلومات التي تستعملها أمريكا أثناء الحرب الوقائية ضد ما تسميه "الإرهاب الدولي". و قد حظي هذا النوع من المعلومات باهتمام قليل (Bright 1970)^{١٠} من برايت عام ١٩٧٠ و أنسوف عام ١٩٧٥ (Ansoff 1975) من طرف الباحثين مقارنة بمعلومات التأثير و التحكم.

و تتضمن **المعلومات الجزئية الأقسام التالية** حسب دراسة روبيج^{١١}:

١. **معلومات عن التنافس** و هي تشير إلى المعلومات التي تخص المنافسين الحاليين أو المحتملين، كإدخال منتوجات جديدة أو خدمات جديدة، تحسين المنتوجات، دخول المنافسين إلى أسواق جديدة، تحسين أساليب العمل، طرق تسويق المنافسين، القيام بمساءلة الموظفين السابقين حول نوعية العمل و الوظائف التي شغلها أثناء تواجدهم في شركات منافسة، مشاريع البحث و التطوير الجديدة، القيام بحوارات تلفونية أو بالبريد الإلكتروني حول الأسعار المرتقبة للمنافسين.

٢. **المعلومات الشخصية و القدراتية (Profiling and Capabilities Information)** و تشير إلى المعلومات التي تخص شخصيات في الشركات المنافسة أو المستخدمين المهمين أو

شخصيات مهمة من الممكن أن تؤثر على مستقبل الشركة وتشمل الميولات، الأصدقاء، القدرات التسييرية و التفاؤضية و التركيبية السيكولوجية و الانتماء الحزبي و العضوية في النوادي و قوى الضغط المرتبطة بها. وهي كذلك معارف ذات طبيعة وصفية، وهي أكثر عدداً، وتفيد لتحديد الفاعل والإخبار عن قدراته مثل قدرة الشركات المنافسة على القيام بمشاريع معينة، حجم المديونية، الأرباح، عدد الخبراء و فرة السيولة المالية، ميزانية البحث و التطوير.

٣. **المعلومات التجارية و تشير للمعلومات التي تتعلق باهتمامات المستخدمين و رضاهم و أمنياتهم^{١٢}، و المشاكل التي تعترضهم و في هذا الصدد يقول (Davenport 2001)^{١٣} دافنبورت عام ٢٠٠١، أن الشركات التي تستعمل المعلومات المجمعّة حول المستخدمين تولي أهمية قصوى لتحديد أهم مستخدميها، و من ثمّ استغلال أكبر قدر من مصادر المعلومات المتوفرة لمحاولة فهم متطالباتهم.**

٤. **المعلومات التّمويلية و تشير إلى المعلومات حول وجود مواد خام، سلع أو مواد نصف مصنعة، وجود موارد مالية خارجية أو وجود العمّالة الخبيرة.**

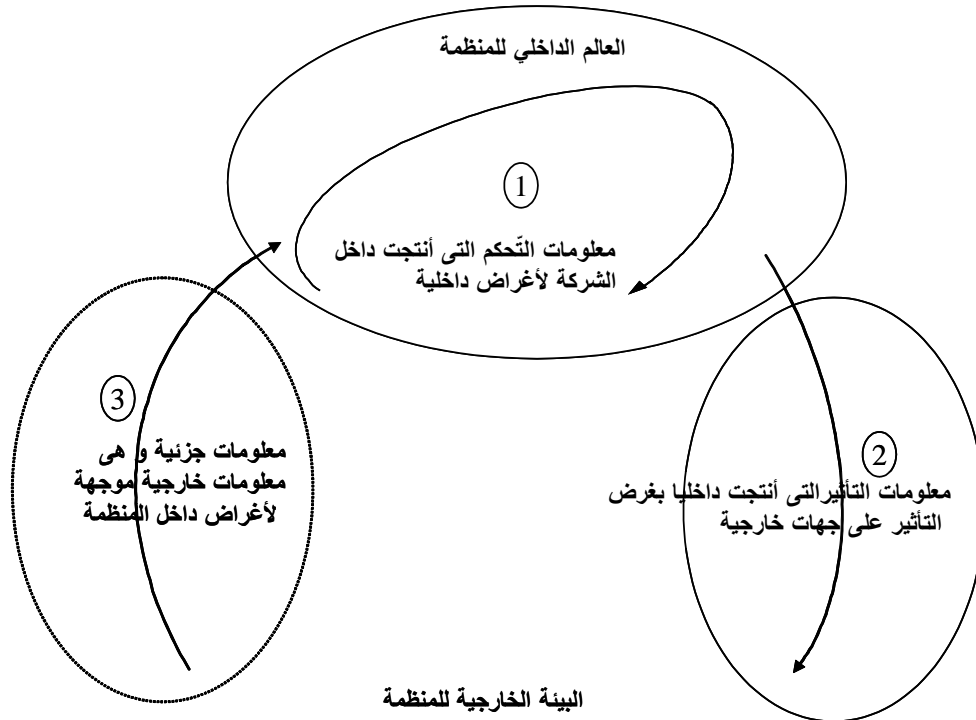
٥. **المعلومات التكنولوجية و تضم أساليب التصنيع الجديدة أو تحسين المنتجات و الخدمات، التقنية البديلة أو الجديدة أو التقنية الخدمائية أو التّصنيعية .**

٦. **المتّغيرات الاجتماعية تضم تغيرات في نمط حياة السكان، عدد الوظائف الجديدة، نشاطات المستهلكين و عاداتهم، نسبة نمو السكان، نسبة المتزوجين.**

٧. **المتّغيرات السياسية تضم التشريعات و القوانين الجديدة، قوانين حماية التجارة، قوانين حماية البيئة، قوانين إحلال العمالة الكويتية مكان الوافدة، نظام الضرائب، المعلومات السياسية المحلية، الإقليمية و الدولية.**

٨. **المتّغيرات الاقتصادية تضم معلومات حول الناتج المحلي الخام، نسبة التضخم، العجز في ميزانية الدولة، الاستثمارات، مؤشرات نمو الاقتصاد، حركات الأسهم في البورصات.**

الشكل رقم (٣) أنواع المعلومات التي يتّخّم على المنظمات الإهتمام بها (روبيح، ٢٠٠٤)



مراجعة الدراسات السابقة :

أشار رويبح إلى العديد من الباحثين (Herring 1998, Lesca and Lesca 1997,)^{١٥} (Moore 2000 , Gilad 1998, , Gabriel and Simone 1999 Ansoff 1975)^{١٦} ليسكا عام ١٩٩٧ وهيرنج عام ١٩٩٨ وانسوف عام ١٩٧٥ وجبريل وسايمون عام ١٩٩٩ وجيلاد عام ١٩٩٨ ومور عام ٢٠٠٠ ، الذين أكدوا على أهمية المعلومات الإستراتيجية في كتغذية مرتدة لصناعة القرارات الإستراتيجية وتقليل نسبة الغموض الذي يتخلل محيط بيئة الشركة الخارجية. كما أشار أيضا إلى دراسة (Wand 1998)^{١٩} واند عام ١٩٩٨ ، الذي أكد على ضرورة إعتبار قيمة المعلومات بمثابة منتوجات و موارد للشركة في عالم سريع التغير.

كما استعرض عدد من الأبحاث التي ركزت على مزايا التطبيق للمسح البيئي، كدراسة (Mohan-Neill 1995)^{٢٠} موهان عام ١٩٩٥ ، التي شملت ٦٨ شركة أمريكية وكذلك دراسة قام بها (Groom and David 2001)^{٢١} جرووم وديفيد عام ٢٠٠١ ، شملت ٤٤ شركة أمريكية بأن الشركات الكبرى تبدو أكثر اهتماما من الشركات الصغيرة في تتبع المعلومات الإستراتيجية المتوفرة لدى موظفيها، وتستخدم المعلومات المجمعّة حول المستخدمين و الموردين كأهم مصادر للمعلومات. ما أظهرت نتائج بحث قام به (Lang 1997)^{٢٢} لانج عام ١٩٩٧ ، في ٦٧١ شركة أمريكية وجود علاقة إيجابية بين معلومات المسح البيئي و انتهاز الفرص و درء المخاطر ، ودراسة (Gabriel & Simone 1999)^{٢٣} جبريل وسايمون عام ١٩٩٩ ، التي نتج عنها أن معلومات المسح البيئي تساعد على تحسين الصّادرات إليها عن طريق معرفة الميول و الاحتياجات عن عادات و تقاليد الشعوب المصدّرة لها. كما أظهرت نتائج دراسة قام بها Julien (2001 وآخرون)^{٢٤} جوليين عام ٢٠٠١ ، شملت ١٤٧ شركة صغرى كندية أن الشركات الإبداعية أكثر إهتماما بتجميع المعلومات الجزئية.

وفي مجال نظم المعلومات وجدت العديد من الدراسات التي ركزت على أهمية و ضرورة الاهتمام بمعلومات التّحكم و التّأثير حيث يوجد العديد من النظم المعلوماتية الموجهة لهذا الغرض و في المقابل يوجد القليل من الدّراسات حول استعمال المعلومات الجزئية كدراسة (Lesca and Lesca 1997)^{٢٥} ليسكا عام ١٩٩٧ ، من بين الدّراسات القليلة التي ركزت على أفضلية أنواع المعلومات في الشركات المتقدمة و ليست العادية مع عدم الاهتمام بوجود نتائج ميدانية موثقة بتقارير إحصائية.

دراسة Yunggar^{٢٦} ينجر عام ٢٠٠٥ عن المسح البيئي للمعلومات الإستراتيجية استخدمت منهج تحليل المحتوى في ماليزيا، وقد عمدت إلى تقييم ذلك المحتوى من المعلومات التي تم تجميعها للخطة الخمسية لديهم، وقد حاولت الدراسة الاجابة على الاسئلة التالية: ماهي المعلومات التي يعتبرها المدراء مهمة بالنسبة للمسح البيئي؟ وما هي المعلومات التي يطلبونها؟ ما هي المصادر التي يستخدمونها؟ ما هي آراء الافراد والمنظمات والبيئة المحيطة على تلك الاختيارات من المعلومات؟ مع مقارنة النتائج مع مثيلاتها من الدراسات التي اجريت في امريكا.

دراسة شين وآخرون عام ٢٠١٠ Chen, Mocker, Preston, Teubner^{٢٧} 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 لا زال غير مفهوما للآن، وقد حاولت الدراسة ان تعرف ذلك المفهوم عبر تتبع عملياته من خلال المنظمة وكذلك مشاريعه واستخداماته وتوظيفه وادارة نظام المعلومات. ومن بين التعاريف المختلفة الموجودة في ٤٨ دراسة اختارت الدراسة تعريفا واحدا وهو أن الإستراتيجية هي المشاركة في دور نظم المعلومات داخل المنظمة ما يجعلها قادرة على الإبتكار والإبداع، كما تم تعريفه على أنه ذلك الإتجاه التنظيمي في الاستثمار والتوظيف والاستخدام والإدارة الخاصة بنظم المعلومات.

دراسة تالون و بينسونالت Tallon & Pinsonneault^{٢٨} عام ٢٠١١ التي أشارت إلى أن تقنية المعلومات الإستراتيجية تظل من ضمن أولويات العمل الإداري عند مدراء التقنية، وقد

إزدادت مع إزداد مشاكل البيئة ما يطرح السؤال عن ضرورة تعريف ذلك المجال وعن معرفة كيفية التفاعل مع تسهيلات العمل التقني.

دراسة Cho^{٢٩} شو عام ٢٠١١ عن المسح البيئي لسلوكيات المدراء في الإدارة الإستراتيجية مستندة على نموذج نظرية هايجين عام ١٩٩٧ (focus theory Higgins 1997) تختبر الدوافع للمدراء في المستوى الأعلى وأثر الاختلافات بينها على السلوك الإستراتيجي للإدارة ، وان إختلاف المعرفة يعتبر من أكثر العوامل التي تجعل هناك اختلافات لتجميع الافكار في عقولهم مما يغير درجة الترويج والحفظ للمعلومات وأن تلك الاختلافات تؤدي بالتالي إلى إبقاء أسلوب المعالجة للمعطيات البيئية ما يغير تدريجيا الخيار الإستراتيجي لديهم.

دراسة Mitchell, Shepherd & Sharfman^{٣٠} ميتشيل وآخرون عام ٢٠١١ 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 إتخاذ القرارات غير المنتظمة تم دراسة ٢٠٤٨ قرار تم إتخاذها من قبل ٦٤ موظف في التقنية عن طريق اختبار الخبرات المعرفية وإدراكهم أو فهمهم من جهة أخرى في البيئة الخارجية ما يجعلها تؤثر على طريقة إتخاذ القرارات غير النظامية، نتج عن الدراسة أن المدراء بوجود الخبرات المعرفية يقومون باتخاذ مستوى أقل من القرارات غير النظامية، وأن البيئة غير المستقرة تزيد منها.

دراسة ياب ورشيد Yap & Rashid^{٣١} عام ٢٠١١ إختبرت مستوى ممارسة الذكاء التنافسي في عدد من منظمات الأعمال في ماليزيا وعلاقة ذلك مع مستوى الأداء. تم جمع البيانات من ١٢٣ شركة صناعية، في مراحل متقدمة من أعمالها، في ثلاث مستويات إدارية وهم الزبائن أو العملاء ، و المنافسين ، والإقتصاد. يتم استخدام الذكاء التنافسي عند القيام باتخاذ القرارات الإستراتيجية المتعلقة بالتوسع الإداري أو تطوير منتج جديد أو دعم استراتيجي. هناك علاقة ايجابية 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^{٣٢} و سيربا Cerpa عام ٢٠١٢ 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 ٢٩ منظمة كبيرة في مدينة استراليا، والثانية بأن قامت بمراجعة تلك النتائج مع الدراسات النظرية في ذلك المجال منذ عام ١٩٩٨ والتي وضعت البنية التحتية للممارسة العمل، حسب تلك الأهداف لكل من المتخصصين والباحثين في المجال.

دراسة Lee & Lee^{٣٣} لي ولي عام ٢٠١٢ التي استكشفت الجهود لتعريف الإستراتيجيه التنافسية المناسبة المتعلقة بالجنسيات المتعددة. الدراسة استخدمت أسلوب تحليل عمليات الشبكة على الإنترنت، من اجل بناء نظام هيراركي متداخل مع عدد من المعايير الخاصة بإختيار الإستراتيجية التنافسية. نتج عن الدراسة أن أكثر تلك الإستراتيجيات مناسبة مختلفة حيث أن تحليل البيئة الخارجية أظهر ثلاث معايير مهمة مثل: حجم المجتمع لكل وحدة من الدخل ، ومستوى العناية الطبية، والتأمين الطبي، اما بالنسبة إلى تحليل البيئة الداخلية فإن العوامل المهمة تتمثل في التعاون مع المشاركين المحليين و درجة الإرتقاء في عمل البحوث الميدانية ودرجة الإرتقاء في تقديم منتجات جيدة.

دراسة بابتوند و أدبيسي Adebisi و Babatunde^{٣٤} عام ٢٠١٢ عن علاقة المسح البيئي بمستوى الأداء في بيئة مؤسسات الأعمال والتي تم فيها تناول شركة نسلة في نيجيريا وشركة كادبري. تم توزيع الاستبيان وتحليل بياناتها باستخدام معامل التوافق الإحصائي، تم التوصل إلى وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المسح البيئي الإستراتيجي و أداء المنظمات ، كما تم

التوصل إلى أن معظم التغييرات في الإنتاجية التي تحدث في المنظمة بسبب الاختلافات في عوامل البيئة الخارجية والتي لها تأثير إيجابي على أداء المنظمة.

أما فيما يتعلق بدراسات أجريت في دول مثل نيجيريا (Sawyer 2000) ^{٣٥} سآوير عام ٢٠٠٠، وبلغاريا (Elenkov 1997) ^{٣٦} النكوف عام ١٩٩٧، وروسيا (May 2000) ^{٣٧} ماي عام ٢٠٠٠، والصين (Ebrahimi 2000) ^{٣٨} ابراهيمي عام ٢٠٠٠، وهونج كونج (Ngamkroeckjoti and Johri 2000) ^{٣٩} نجمكروكجوتي وجوهري عام ٢٠٠٠، جميعها ركزت على تحديد نوع المجال سواء الإقتصادي أو الإجتماعي أو السياسي أو التشريعي أو التقني الذي يحظى بأكثرية إهتمام المسؤولين للقيام بعملية المسح البيئي وكذلك معرفة المعوقات التي تواجه الشركات أثناء القيام بالمسح البيئي ودرجة الاختلاف في التطبيق عن الشركات الغربية. إلا أن تلك الدراسات لم تنطرق إلى نوعية المعلومات ودرجة أهميتها ومدى وعي مسؤولي الشركات باستخدامها في القرارات الإستراتيجية.

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

دراسة مصرية- أردنية (Abdalla and Sammy 1995) ^{٤٠} عبدالله وسامي عام ١٩٩٥، والتي بحثت العلاقة بين نشاط المسح البيئي و نوع الإستراتيجية المتبعة، و قد شملت ٣٠٠ مدير شركة مصرية و ١٦١ مدير شركة أردنية، و قد أثبتت أن الشركات التي تتبع إستراتيجية المسح البيئي تعمل على تلبية رغبات المستخدمين هي شركات متميزة (Proactive). في حين أن الشركات التي تتبع إستراتيجية أقل الأسعار تستخدم أسلوب متابعة تهديدات المنافسين و التّشريعات الجديدة التي تقلل من انتشارها، ما يجعلها شركات متأخرة (Reactive). و دراستين في تونس عامي ١٩٩٨ و ١٩٩٩ الشيليف وشوكمون (-1999 Chouk) ^{٤١} Chellouf, (Kamoun and Salles 1998) ^{٤٢} عن أسباب الإهتمام بالمسح البيئي و تطبيقاته في بعض الشركات التونسية، كانت إحداهما عن متطلبات المسح البيئي في ٢٤ شركة تونسية، وجد أن المعلومات الإستراتيجية البيئية لم تحظ باهتمام مسؤولي تلك الشركات لعدم وعي المسؤولين بقيمة تلك المعلومات.

دراسة أيوب ^{٤٣} عام ١٩٩٧ 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 ٥٨% من المنشآت تمارس الإدارة الإستراتيجية بصورة جزئية أو متوسطة، وأن الممارس لها كانت الإدارة العليا بنسبة ٣١%، مع عدم مشاركة القطاعات الرئيسية ، وقد ازدادت درجة الممارسة في المنشآت الكبيرة الحجم ، كما تزداد تلك الدرجة مع زيادة عمر المنشأة وخبرتها الإدارية.

دراسة الشواف و الزلزلة ^{٤٤} عام ٢٠٠٠ عن تأثير وظائف نظم المعلومات في ممارسات الإدارتين العليا والوسطى بالمنظمة، وهي دراسة مطبقة على المنظمات الحكومية الكويتية ل ٢٧ 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 ^{٤٥} عام ٢٠٠٣ عن استراتيجية تطوير العمليات والتي تقترح أسلوبا منهجيا لتحديد العمليات اللازمة للتطوير ومناهجه، ويعتبر هذا الأسلوب هو استراتيجية لتطوير العمليات Process Improvement strategy PIS وتعرف 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 للأشطة و وظائف الشركة في الهياكل التنظيمية التي يتم تطويرها بهندسة العمليات. وتنقسم العمليات إلى أساسية وهي ذات القيمة المضافة التي تتعلق بالعمل الخارجي وثانيا إلى العمليات المساندة وهي التي تساعد العمليات الأساسية على الأداء.

دراسة مشرقي^{٤٦} عام ٢٠٠٤ حول دور تكنولوجيا المعلومات في تحليل المشكلات وإتخاذ 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 انواع التكنولوجيا على مستوى الأقسام في المنظمات يتوقف على درجة الرسمية والمركزية ومهارات العاملين والإشراف والتنسيق والإتصال، كما أن استخدام النظم اللآلية يقلل من عدد المستويات الإدارية ويزيد قدرتها على التحكم وإتخاذ القرار مع الأشخاص المشاركين في صنع القرار.

وتتربع دراسة رويبيح^{٤٧} عام ٢٠٠٤ على قمة تلك الدراسات ، وهي عن مدى وعي مسؤولي الشركات الكويتية نحو استخدام المعلومات الإستراتيجية في إعداد منهجية هذه الدراسة ، تم توزيع استبانة شملت ٣٤٧ مسؤولا حيث أظهرت: أنّ مصطلح "المسح البيئي" و "نظام المعلومات الإحترازي" هي الأكثر استخداما في الشركات الكويتية للإشارة إلى عملية جمع المعلومات، و أنّ معرفة مسؤولي الشركات بتلك المصطلحات متوسطة، و أنّ المعلومات الإستراتيجية المجمعّة قليلة، و توجد علاقة وطيدة بين معرفة المسح البيئي و معرفة المعلومات الجزئية و المعلومات الإستراتيجية من جهة، و بين معرفة المعلومات الجزئية و سلوك تجميعها من جهة أخرى، وانه لا توجد فروق في سلوك تجميع المعلومات بين الشركات الكبرى و الصغرى. وأوصت بضرورة الاعتماد و تسيير المعلومات الإستراتيجية و تطوير أنظمة معلوماتية للمساعدة في إتخاذ القرار.

دراسة بيزان^{٤٨} عام ٢٠١٠ تحاؤل 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 كفؤة وفعالة تسهم في الرفع من مستوى الأداء المؤسسي باستخدام أهم التطبيقات العملية لإدارة المعرفة، عن طريق توظيف الأنظمة الخبيرة واستحداث المنتديات الإفتراضية 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 ٩٥ % ، بينما تبقى ٥ % فقط تتعلق بالجوانب التقنية، بمعنى أن العمليات "Process" تلك التي تتضمن تنظيم المعرفة من تصميم وتوصيف للمعرفة المتوفرة واسترجاعها، من أجل التشارك فيها وتبادلها بين الأفراد داخل الاطار المؤسسي وخارجه، وكذلك عن طريق استخدام الأنظمة والبرامج كتقنيات Technology والتّقيب عن البيانات Data Mining، ومخازن البيانات Data Warehousing، وخرائط المعرفة Knowledge Mapping، والإنترانت Intranet، والمصادر الإلكترونية Electronic Resources، والحوار Dialogue، وممارسات المجموعات Communities of Practices ، كل ذلك من شأنه المساعدة في إرساء أسس الثقافة التنظيمية Culture و يمكن من قيادة المؤسسة Leadership باستخدام أساليب إدارة المعلومات وتوليد معرفة جديدة مؤثرة في سلوكيات الأداء لتحقيق التنافس والتميز، والتكمن من متابعة القيادات الإدارية.

دراسة الساكن و العاودة^{٤٩} عام ٢٠١١ 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 إختيار عينة عشوائية بلغت ١٠٠ موظف من العاملين ، تم توزيع الإستبانات عليها لقياس اتجاهاتهم حول متغيرات البحث وأثر مخاطر استخدام تكنولوجيا المعلومات على أداء نظم المعلومات المحاسبية، حيث تم إتباع المنهج الوصفي التحليلي، و أظهرت 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

يتضح من جدول رقم (٣) توزيع مناصب عينة الدراسة حيث أن أعلى نسبة احتلتها مناصب كالعضو المنتدب والمدير التنفيذي (٣٠%) تليها منصب مدير العمليات (٢٠%) ثم رئيس قسم (١٥%) بالإضافة إلى ٥% ذكروا بعض المناصب الأخرى الموضحة في تابع جدول رقم (٤).
جدول رقم (٣) توزيع مناصب عينة الدراسة

النسبة	التكرار	المناصب
١٥%	٣	رئيس قسم
٠%	٠	عضو مجلس إدارة
٣٠%	٦	عضو منتدب
٢٠%	٤	مدير عمليات
٣٠%	٦	مدير تنفيذي
٥%	١	غير محدد

تابع جدول رقم (٣) المناصب الأخرى

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

يتضح من جدول رقم (٤) أن أعلى نسبة خبرة لعينة الدراسة قد بلغت من ١-٣ سنوات وممن لهم أكثر من عشرون عاما وذلك بنسبة ٢٥%، ومن ٤-١٠ سنوات بنسبة ٢٠%، بينما بلغت نسبة من لهم أقل من سنة أو من ١١-٢٠ سنة (١٥%).

جدول رقم (٤) مدة وجود عينة الدراسة في شركاتهم

النسبة	التكرار	المدة
١٥%	٣	أقل من سنة
٢٥%	٥	١-٣ سنوات
٢٠%	٤	٤-١٠ سنوات
١٥%	٣	١١-٢٠ سنة
٢٥%	٥	أكثر من ٢٠ سنة

يتضح من جدول رقم (٥) أن ٥٥% من عينة الدراسة يعتقدون بأن مسؤولياتهم تغطي مهام المسح البيئي وهي نسبة اعلى من النصف.

جدول رقم (٥) تغطية مسؤوليات المسح البيئي

النسبة	التكرار	التغطية
٥٥%	١١	نعم
٤٥%	٩	لا

كما يتضح من جدول رقم (٦) ان نسبة ٨٠% من عينة الدراسة تعتقد بأنها تهتم بمقابلة شخصيات لها علاقة بموضوعات المسح البيئي وهي نسبة مرتفعة.

جدول (٦) الإهتمام بمقابلة شخصية ذات علاقة بموضوع المسح البيئي

النسبة	التكرار	الاهتمام
٨٠%	١٦	نعم
٢٠%	٤	لا

ثانياً: معلومات عامة عن الشركة:

يتضح من الجدول رقم (٧) أن ٧٥% من الشركات كانت كبيرة الحجم، وأن ٦٠% منها لديه أربعة نشاطات أو أكثر، وأن ٩٠% منها يمتلك حجم مبيعات مرتفعة، وأن ٦٥% منها لديه خمسمائة موظف أو أكثر.

جدول (٧) توزيع الشركات حسب حجمها ونشاطاتها ومبيعاتها وموظفيها:

النسبة	التكرار	عدد الموظفين	النسبة	التكرار	حجم المبيعات	النسبة	التكرار	عدد النشاطات	النسبة	التكرار	حجم الشركة
٢٠%	٤	أقل من ١٠٠	٥%	١	قليلة	١٥%	٣	١	٢٥%	٥	صغيرة
١٥%	٣	١٠١ - ٤٩٩	٥%	١	متوسطة	٢٥%	٥	٢-٣	٧٥%	١٥	كبيرة
٦٥%	١٣	٥٠٠ أو أكثر	٩٠%	١٨	مرتفعة	٦٠%	١٢	٤ أو أكثر			

جدول رقم (٨) توزيع الشركات حسب النسب المئوية المتوقعه لنشاط المسح البيئي

النسبة	التكرار	نشاط المسح البيئي
٤٠%	٨	لا توجد
٥%	١	ضعيفة
٢٠%	٤	متوسطة
٣٠%	٦	كبيرة
٥%	١	غير محددة

يتضح من الجدول السابق أن ٥٠% من عينة الدراسة لا تمارس أسلوب المسح البيئي أو تمارسه بشكل ضعيف أو أنها لم تحدد وضعها، ما يناقض نتيجة جدول رقم ٦ و ٧، مما يدل على وجود اختلاف بين الوعي والسلوك أو قلة انتشار ثقافة المسح البيئي بين المشاركين في عينة الدراسة.

جدول رقم (٩) توزيع مفردات عينة البحث حسب معرفتهم بمصطلحات المسح البيئي المختلفة

غير معروفة		معروفة		المصطلحات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
٥٠%	١٠	٥٠%	١٠	نظام المعلومات الاحترافي
٣٥%	٧	٦٥%	١٣	المراقبة الإستراتيجية
٧٠%	١٤	٣٠%	٦	المسح البيئي التجاري
٣٥%	٧	٦٥%	١٣	الذكاء التنافسي
٥٥%	١١	٤٥%	٩	المسح البيئي
١٥%	٣	٨٥%	١٧	نظام الأنداز المبكر

الذكاء التجاري	١٢	٦٠%	٨	٤٠%
المسح البيئي الإستراتيجي	٦	٣٠%	١٤	٧٠%
اليقظة الإستراتيجية	٧	٣٥%	١٣	٦٥%
المسح التكنولوجي	٨	٤٠%	١٢	٦٠%

من الجدول السابق يتضح اقل نسبة من معرفة مفردات العينة بمصطلحات المسح البيئي بلغت من ٣٠-٤٠% 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 الإحترازي وبلغت ما بين ٨٥%-٥٠%، بينما بلغ مصطلح المسح البيئي والمسح التكنولوجي نسبة متوسطة ما بين ٤٥-٤٠%.

جدول رقم (١٠) توزيع عينة البحث حسب درايتهم بمفاهيم المسح البيئي

لا		نعم		المفاهيم
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
٤٠%	٨	٦٠%	١٢	الدراية بمفهوم المسح البيئي
٢٥%	٥	٧٥%	١٥	الدراية بمفهوم المعلومات الإستراتيجية
٦٥%	١٣	٣٠%	٦	الدراية بمفهوم المعلومات الجزئية أو الاشارات الضعيفة

من الجدول السابق يتضح إرتفاع دراية عينة الدراسة بمفاهيم المسح البيئي ماعدا الدراية بمفهوم المعلومات الجزئية التي بلغت نسبتها ٣٠% فقط. كما تنخفض نسبة جمع تلك المعلومات إلى ١٥% كما يظهرها جدول رقم (١١) بينما ترتفع نسبة معلومات التحكم إلى ٨٠%، وتبلغ نسبة معلومات التأثير نسبة معتدلة تصل إلى ٥٠%. و ربما تشير قلة المعرفة بالمعلومات الجزئية إلى صعوبة تقبل هذا المصطلح و بعده عن التركيبة الثقافية العربية.

جدول رقم (١١) توزيع الشركات حسب المعلومات التي تقوم الشركة بجمعها بانتظام

لا		نعم		نوع المعلومات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
٢٠%	٤	٨٠%	١٦	معلومات التحكم
٥٠%	١٠	٥٠%	١٠	معلومات التأثير
٨٥%	١٧	١٥%	٣	المعلومات الجزئية أو الاشارات الضعيفة

ثالثا: تحليل فرضيات الدراسة وإجابة تساؤلاتها

٣.١ - هل يوجد اختلاف في معرفة مصطلحات المسح البيئي بين الشركات الصغيرة والكبيرة؟

من أجل اختبار فرضية وجود اختلاف ذو دلالة إحصائية في معرفة مصطلحات المسح البيئي بين الشركات الكبيرة والصغيرة فقد تم إجراء اختبار كولمغوروف سمرنوف Kolmogorov-Smirnov لمعرفة هل كل عينة من عينات مصطلحات المسح البيئي العشرة موزعة توزيعا طبيعيا (Normal) فقد تم الوصول إلى ما يلي:

من الجدول رقم (١٢) نلاحظ أن قيم احتمال المعنوية (Sig) لجميع المصطلحات العشرة أقل من ٠,٠٥ أي أن بيانات مصطلحات المسح البيئي جميعها لا تتبع التوزيع الطبيعي بالتالي لمعرفة وجود اختلاف ذو دلالة إحصائية في معرفة مصطلحات المسح البيئي بين الشركات الكبيرة والصغيرة تم استخدام اختبار مان- ويتني اللامعلمي Mann-Whitney .

جدول رقم (١٢) مصطلحات المسح البيئي في الشركات الصغيرة والكبيرة

Sig	sig	Mann Whitney	المصطلح	K.S	المصطلح
٠,٠٢٢	٠,٦١٥	٣٢,٥	نظام المعلومات الاحترافي	١,٥	نظام المعلومات الاحترافي
٠,٠٠٢	٠,٧٩٢	٣٥	المراقبه الاستراتيجيه	١,٨٥	المراقبه الإستراتيجية
٠,٠٠١	٠,٥٨٣	٣٢,٥	المسح البيئي التجاري	١,٩٦	المسح البيئي التجاري
٠,٠٠٢	٠,٧٩٢	٣٥	الذاء التنافسي	١,٨٥	الذكاء التنافسي
٠,٠١١	٠,٢٠٦	٢٥	المسح البيئي	١,٦١	المسح البيئي
٠	٠,٠٧٨	٢٥	نظام الانذار المبكر	٢,٢٨	نظام الانذار المبكر
٠,٠٠٥	١,٥	٣٧,٥	الذكاء التجاري	١,٧٣	الذكاء التجاري
٠,٠٠١	٠,٥٨٣	٣٢,٥	المسح البيئي الاستراتيجي	١,٩٦	المسح البيئي الإستراتيجي
٠,٠٠٢	٠,٧٩٢	٣٥	اليقظة الاستراتيجي	١,٨٥	اليقظة الاستراتيجية
٠,٠٠٥	٠,٠٤	١٧,٥	المسح التكنولوجي	١,٧٣	المسح التكنولوجي

من الجدول السابق نلاحظ أن قيم احتمال المعنوية (Sig) لإختبار مان ويتني لجميع المصطلحات أكبر من ٠,٠٥ أي أنه لا يوجد اختلاف معنوي في معرفة مصطلحات المسح البيئي بين الشركات الكبيرة والصغيرة ماعدا مصطلح المسح التكنولوجي حيث قيمة احتمال المعنوية لإختبار مان ويتني له أقل من ٠,٠٥ أي أنه فقط يوجد اختلاف معنوي في معرفة مصطلح المسح التكنولوجي بين الشركات الصغيرة والكبيرة ، بمعنى ان حجم الشركة يتأثر بوجود المسح التكنولوجي ويتضح الاختلاف من الجدول التالي:

جدول رقم (١٣) حجم الشركة ومفهوم المسح التكنولوجي

المجموع	كبيرة	صغيرة	الشركات
			المسح التكنولوجي
٨	٨	٠	معروف
١٢	٧	٥	غير معروف
٢٠	١٥	٥	المجموع

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

٢.٣ - هل يوجد اختلاف في الوعي بمفاهيم المسح البيئي بين الشركات الصغيرة والكبيرة؟

لمعرفة وجود اختلاف في الوعي بمفهوم المسح البيئي والمعلومات الاستراتيجية بين الشركات الصغيرة و الكبيرة تم استخدام الجدول التالي:

جدول رقم (١٤) قياس الاختلاف في الوعي بالمسح البيئي بين الشركات الصغيرة و الكبيرة

الشركات الكبيرة	الشركات الصغيرة	الدراية بمواضيع المسح البيئي
٧٣%	٢٠%	الدراية بمفهوم المسح البيئي
٧٣%	٨٠%	الدراية بمفهوم المعلومات الاستراتيجية
٤٠%	٠%	الدراية بمفهوم المعلومات الجزئية أو الاشارات الضعيفة

من الجدول السابق نلاحظ أن الدراية بالمسح البيئي (٧٣%) وبالمعلومات الجزئية (٤٠%) أكثر إنتشارا بين المشاركين اللذين ينتمون إلى الشركات الكبيرة بينما الدراية بالمعلومات الاستراتيجية (٨٠%) أعلى بين المشاركين اللذين ينتمون للشركات الصغيرة، الا أن نسبة الوعي بالمعلومات الجزئية ينعدم في الشركات الصغيرة وينخفض في الشركات الكبيرة عن نسبة المفهوميين الآخرين.

من أجل اختبار فرضية وجود اختلاف ذو دلالة إحصائية في الوعي بمفاهيم المسح البيئي بين الشركات الكبيرة والصغيرة فقد تم إجراء اختبار كولمجراف سمرنوف لمعرفة هل كل عينة من عينات مفاهيم المسح البيئي الثلاثة موزعة توزيعا طبيعيا تم التوصل إلى ما يلي:

جدول رقم (١٥) الوعي بمفاهيم المسح البيئي في الشركات

Sig	Mann Whitney	مفاهيم المسح البيئي	Sig	K.S	مفاهيم المسح البيئي
٠,٠٠٤	١٧,٥	مفاهيم المسح البيئي	٠,٠٠٥	١,٧٣	مفهوم المسح البيئي
٠,٧٧١	٣٥	مفاهيم المعلومات الاستراتيجية	٠	٢,٠٧١	مفهوم المعلومات الاستراتيجية
٠,١٣٧	١٨	مفاهيم المعلومات الجزئية	٠,٠٠٢	١,٨٧٤	مفهوم المعلومات الجزئية

من الجدول السابق نلاحظ أن قيم احتمال المعنوية (Sig) لجميع المفاهيم أقل من ٠,٠٥ أي أن بيانات مصطلحات المسح البيئي جميعها لا تتبع التوزيع الطبيعي بالتالي لمعرفة وجود اختلاف ذو دلالة إحصائية في الوعي بمفاهيم المسح البيئي بين الشركات الكبيرة والصغيرة تم استخدام اختبار مان- ويتني اللامعلمي .

من الجدول السابق ايضا نلاحظ أن قيم احتمال المعنوية (Sig) لإختبار مان ويتني لجميع المفاهيم أكبر من ٠,٠٥ أي أنه لا يوجد اختلاف معنوي في الوعي بمفاهيم المسح البيئي بين الشركات الكبيرة والصغيرة ماعدا الوعي بمفهوم المسح البيئي قيمة أحتمال المعنوية لإختبار مان ويتني له أقل من ٠,٠٥ 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 (١٦) أن الشركات الكبيرة أكثر وعيا بمفهوم المسح البيئي من الشركات الصغيرة.

جدول رقم (١٦) مفهوم المسح البيئي في الشركات الصغيرة والكبيرة

المجموع	كبيره	صغيره	الشركات
			مفهوم المسح البيئي
١٢	١١	١	نعم
٨	٤	٤	لا
٢٠	١٥	٥	مجموع

٣.٣ - هل يوجد اختلاف في تجميع أنواع المعلومات بين الشركات الصغيرة والكبيرة؟ من أجل اختبار فرضية وجود اختلاف ذو دلالة إحصائية في نوعية المعلومات التي تقوم الشركة بتجميعها بين الشركات الكبيرة والصغيرة تم إجراء اختبار كولمجروف سمرنوف لمعرفة اذا تم توزيع كل عينة من عينات أنواع تجميع المعلومات الثلاثة توزيعاً طبيعياً تم التوصل إلى ما يلي: من الجدول رقم (١٧) نلاحظ أن قيم احتمال المعنوية (Sig) لجميع المعلومات أقل من ٠,٠٥ أي أن بيانات المعلومات التي تقوم الشركة بتجميعها جميعها لا تتبع التوزيع الطبيعي ولمعرفة وجود اختلاف ذو دلالة إحصائية في نوعية المعلومات التي تقوم الشركة بتجميعها بين الشركات الكبيرة والصغيرة تم استخدام اختبار مان- ويتني اللامعلمي. من الجدول السابق أيضاً نلاحظ أن قيم احتمال المعنوية (Sig) لإختبار مان ويتني لسلوك تجميع أنواع المعلومات أكبر من ٠,٠٥ أي أنه لا يوجد اختلاف معنوي في سلوك تجميع أنواع المعلومات الثلاثة للمسح البيئي بين الشركات الكبيرة والصغيرة.

جدول رقم (١٧) اختلاف في تجميع أنواع المعلومات بين الشركات الصغيرة والكبيرة

Sig	Sig	Mann Whitney	نوعية المعلومات التي تقوم الشركة بتجميعها	K.S	نوعية المعلومات التي تقوم الشركة بتجميعها
٠	١	٣٧,٥	معلومات التحكم	٢,١٧٨	معلومات التحكم
٠,٠٢٢	٠,٦٥	٣٢,٥	معلومات التأثير	١,٤٩٩	معلومات التأثير
٠	٠,٧٢٥	٣٩	المعلومات الجزئية أو الإشارات الضعيفة	٢,٢٧٦	المعلومات الجزئية أو الإشارات الضعيفة

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

لإختبار 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 الإختبار .

نلاحظ من الجدول رقم (١٨) أن جميع قيم احتمال المعنوية **p-value** أكبر من ٠,٠٥ 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 المدراء لم يتأثر بنوعية مفاهيم المسح البيئي.

جدول رقم (١٨) مستوى الوعي بمفاهيم المسح البيئي ومستوى تجميع المعلومات

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

مناقشة النتائج و التوصيات:

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، و قد 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 المدراء لم يتأثر بنوعية مفاهيم المسح البيئي، وكذلك عدم وجود فروق في سلوك تجميع المعلومات بأنواعها الثلاثة بين الشركات الكبيرة و الصغيرة الحجم. كما أظهرت الدراسة أنّ درجة معرفة المسح البيئي و المعلومات الإستراتيجية متوسطة من قبل تلك الشركات، و أنّ معرفة المعلومات الجزئية قليلة من قبل عينة الدراسة لم تتعدى ٣٠% مقارنة بمعرفة المعلومات الإستراتيجية وبالتالي انخفضت نسبة تجميعها، و يمكن اعتبار أنّ المدراء التنفيذيين المشاركين لا يعرفون بالتحديد مفهوم المسح البيئي بسبب عدم وجود فرق بين الوعي بمصطلحات المسح البيئي ما عدا بالنسبة لمصطلح المسح التكنولوجي الذي وجد ان هناك علاقة بين وعي الشركة بذلك المصطلح وبين حجم الشركة، وأن الدراية بالمسح البيئي (٧٣%) وبالمعلومات الجزئية (٤٠%) أكثر إنتشارا بين المشاركين اللذين ينتمون إلى الشركات الكبيرة بينما الدراية بالمعلومات الاستراتيجية (٨٠%) أعلى بين المشاركين اللذين ينتمون للشركات الصغيرة، إلا أن نسبة الوعي بالمعلومات الجزئية ينعدم في الشركات الصغيرة وينخفض في الشركات الكبيرة عن نسبة المفهوميين الآخرين. كما تشير النتائج إلى أنّ ثقافة المعلومات غير منتشرة بشكل واسع بين المشاركين في عينة الدراسة، و بناء عليه يمكن أن نفسر قلة الطلب على المعلومات بسببين:

- عدم القدرة على التفريق أو التمييز بين ماهو موجود في واقع الشركة أو المؤسسة من عدم ممارسة نشاط المسح البيئي بشكل فاعل و ما يتصوره المجيب في ذهنه، حيث يعتقد أنّ قراءة بعض المعلومات في الصحف اليومية قد يمثل عملية المسح البيئي بشكل كامل، و إن كان المسح البيئي يشمل الاطلاع على أكبر عدد ممكن من مصادر المعلومات، إلاّ أنّه أوسع و أشمل حيث يتعدى ليشمل كل أنواع مصادر المعلومات المكتوبة و المسموعة بما فيها "الدعاية و الإشاعة"، والمقابلات الشخصية والتقارير وبحث شبكة الإنترنت وقواعد المعلومات وغير ذلك، و هو عملية إدارية مستمرة. و في اللحظة التي يعتقد فيها المدير التنفيذي أنّه على اضطلاع واسع بما يجري في محيط الشركة، فإنّ العديد من الحقائق تشير إلى عكس ذلك، كون محيط الشركة يتغير بسرعة، كعدم اضطلاعه بدخول شركات أجنبية إلى السوق السعودي بناء على قوانين منظمة التجارة العالمية.
- غياب الإنتشار الواسع لثقافة المعلومات بين المشاركين في الدراسة ما يفسر بعدم تشجيع و تحفيز الموظفين في الشركات أو المؤسسات السعودية في مدينتي مكة المكرمة وجدة

على الاهتمام و الانتباه لها. إن سرعة وجدة المعلومات التي تولدت في العالم الافتراضي أصبح يحتم ضرورة التعامل معها بكفاءة وفاعلية، إلا أن نتائج البحث أظهرت أن الشركات السعودية بمكة المكرمة لم تدرك بعد تلك التغيرات في الإدارة والتكنولوجيا معا.

كما أظهرت مراجعة الدراسات السابقة و نتائج الدراسة أن مسميات المسح البيئي في بيئة عربية تختلف عن تلك المستخدمة في 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 الانذار المبكر، و المراقبة الإستراتيجية، و الذكاء التنافسي، والذكاء التجاري، ونظام المعلومات الإحترازي ، بينما بلغ مصطلح المسح البيئي والمسح التكنولوجي نسبة متوسطة ما بين الإثنين.

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 و المبالغ الطائلة التي تستثمر من أجل انشاء أنظمة معلوماتية متطورة. بينما أظهرت نتائج الدراسة أن نسبة تجميع معلومات التّحكم (٨٠ %) معلومات التأثير (٥٠%) و المعلومات الجزئية (١٥%) ، و بالتالي فإن تجميع معلومات من الخارج إلى داخل الشركة حول السوق أو الزبائن أو حول المنافسة لا تتوفر بشكل كافي من أجل إتخاذ قرارات مهمة بالشركة ، فإنه من الضروري في هذا السياق أن يأخذ المسؤولين على عاتقهم توعية الموظفين و تدريب الكوادر و إشعارهم بأهمية الموضوع لضمان إستمرارية حياة الشركات.

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

التوصيات:

توصى الدراسة مسؤولى المنظمات بضرورة :

١. الإفتتاح على البيئة الخارجية والإنصات إلي المعلومات الإستراتيجية و الجزئية لكي تتفاعل و تتأقلم مع متغيراتها.
٢. تبني فكرة المسح البيئي لربط المنظمات بالبيئة الخارجية.
٣. تسيير المعلومات الإستراتيجية كعامل من عوامل نجاح المنظمات بنفس درجة أهمية موارد المؤسسة المالية و البشرية و استخدام نظم معلوماتية خاصة بتسيير المعلومات الجزئية.
٤. تغذية القرارات الإستراتيجية بمعلومات ذات جودة بعد تجميعها و تحليلها.
٥. توفير الشّروط المساعدة على عملية المسح البيئي كالموارد اللازمة لإدارة المعلومات الإستراتيجية و نشر ثقافة الاستماع إلى البيئة الخارجية، ومشاركة الإدارة العليا في هذه العملية.
٦. حث الشركات الإستشارية على الإهتمام بمشاكل المنظمات السعودية و مساعدتها على احتضان و زيادة وعي المدراء بالمسح البيئي.
٧. تدريس المسح البيئي في مقررات الإدارة الإستراتيجية و نظم المعلومات لزيادة وعي الخريجين بالمعلومات الإستراتيجية و أهميتها سواء على مستوى البكالوريوس أو الدراسات العليا.
٨. حث مطوري البرامج على تصميم أنظمة معلوماتية إستراتيجية تعتنى بكل ما يدور في محيط الشركة، والعمل على استخدامها في تدريب المسؤولين.

شكر وتقدير

أنتقدم بالشكر لكل من: الآء طاشكندي - فاطمة منسي - عيبر المباركي - ندى الشماسي- مرام الثبتي - هيفاء المغامسي- تهاني الجهني، اللآتي قمن بتوزيع الإستبيانات على الشركات وتجميع المعلومات منها.

هوامش الدراسة:

^١ رويبح ، كمال. مدى وعي مسئولو الشركات الكويتية نحو استخدام المعلومات الإستراتيجية: دراسة ميدانية/المجلة العربية للعلوم الإدارية. مج ١١، ٢٤، مايو ٢٠٠٤. ص ص ١٤٩-١٨١

^٢ رويبح ، كمال. المصدر السابق . ص ١٤٩

^٣ Ansoff I. and McDonnell E. *Implanting strategic management*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice/Hall International, 2nd Edition. 1990.

^٤ 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

^٥ Raymond L., Julien A.P., and Ramangalaby C. Technological scanning by small Canadian manufacturers. *Journal of Small Business Management*. 2001, Vol. 39, N^o2, pp.123-138

^٦ Hall C. The Intelligent Puzzle, *Competitive Intelligence Review*, 2001. Vol. 12, No. 4, pp. 3-14

^٧ مندورة ، محمد محمود. درويش، محمد جمال الدين، التخطيط الإستراتيجي لنظم المعلومات. جمعية الحاسبات السعودية: الرياض، ١٩٩٤. ص٧٥. متاح على: www.al-islah.net/down1.aspx?donid=10633

^٨ رويبح ، كمال. مصدر سبق ذكره.

^٩ Ansoff, H.I. Managing strategic surprise by response to weak signals. *California Management Review*. 1975, XXVIII (2), pp. 21-33.

^{١٠} Bright J. R. Evaluating signals of technological change. *Harvard Business Review*. 1970, January/ February, pp. 62-70

^{١١} رويبح ، كمال. مصدر سبق ذكره.

^{١٣} 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.????

^{١٤} Lesca H. and Lesca E. Gestion de l'information: qualité de l'information et performances de l'entreprise. LITEC, Les essentiels de la gestion [*Information management, information quality, and enterprise*] 1997. (209 p.)

^{١٥} 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, Andriambelason E. and. Ramangalahy C., 2001. Reseaux signaux faibles et innovation technologique dans les PME du secteur des équipements 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, n^o1, pp. 95-115
- ³⁶ Elenkov D. S. Strategic uncertainty and environmental 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 Ngamkroekjoti 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, N^o2, 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, N°3, pp. 35-47
- ^{٤٣} ايوب، ناديا حبيب. ممارسة الإدارة الإستراتيجية في المنشآت الصناعية السعودية وعلاقتها بقدرة المنشأة. *مجلة الإدارة العامة*. مج ٣٧، ع ٣ (نوفمبر ١٩٩٧). ص ص ٤٢٢-٤٦٩
- ^{٤٤} 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 ٧. ع ١ (يناير ٢٠٠٠). ص ص ٩٣-١١٣
- ^{٤٥} السلطان، فهد بن صالح. استراتيجية تطوير العمليات. *المجلة الدولية للعلوم الإدارية*. مج ٨. ع ٢. (يونيو ٢٠٠٣). ص ص ٢٢٩-٢٤٨
- ^{٤٦} مشرقي، حسن علي. دور تكنولوجيا المعلومات في تحليل المشكلات وإتخاذ القرارات في المنظمات الصناعية والخدمية. *مجلة الإداري*. س ٢٦. ع ٩٧ (يونيو ٢٠٠٤). ص ص ٤٧-٦٩
- ^{٤٧} رويح، كمال. مدى وعي مسؤولي الشركات الكويتية نحو استخدام المعلومات الإستراتيجية: دراسة ميدانية. *المجلة العربية للعلوم الإدارية*. مج ١١، ع ٢٤، مايو ٢٠٠٤. ص ص ١٤٩-١٨١
- ^{٤٨} حنان الصادق بيزان، إدارة المعرفة وتنمية القيادات الإدارية: نحو رؤية مستقبلية. *cybrarians journal*. ع ٢٢ (يونيو ٢٠١٠). تاريخ الاطلاع <١٥ أكتوبر ٢٠١٢>. 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
- ^{٤٩} الساكن، سعد عبد الكريم. العوادة، 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 <١٥ أكتوبر ٢٠١٢>. ع ١١. ربيع الثاني، ١٤٣٢ / مايو، ٢٠١١ متاح على: http://www.informationstudies.net/issue_list.php?action=getbody&titleid=117