

(دور القيادة الرقمية في اليقظة الاستراتيجية)

الباحثة /نور كريم حسن

أ.م.د. سهر عادل حامد

كلية الادارة والاقتصاد- جامعة بغداد

كلية الادارة والاقتصاد- جامعة بغداد

تاريخ القبول: 2022/4/28

تاريخ النشر: 2022/10/1

المستخلص¹:

يهدف البحث الحالي الى التحقق من دور القيادة الرقمية متغيراً مستقلاً في اليقظة الاستراتيجية متغيراً مستجيباً في كليات جامعة بغداد واقسامها وتشخيص مستوى اهتمام قياداتها ومرووسياها بمتغيرات البحث وابعاده فضلاً عن الخروج بتوصيات تسهم في تعزيز ممارسات المتغيرات الثلاث في الجامعة قيد البحث وانطلاقاً من حرص الباحث على تشخيص علاقة التأثير بين المتغيرات لما لها من اهمية في مقر الجامعة وافرادها من جهة وانعكاسه على المجتمع من جهة اخرى اعتمد المنهج الوصفي التحليلي في انجاز فصول ومباحث البحث الحالي اذ شمل مجتمع البحث كليات جامعة بغداد المكون من (24) كلية استهدف الباحث عينة (160) مشاهدة تضمنت (عميد، معاون عميد، رئيس قسم) باعتبار الاستبانة لتعزيز الجانب العملي فيما استعمل الباحث البرامج الاحصائية

الكلمات الرئيسية : القيادة الرقمية , اليقظة الاستراتيجية

المقدمة :

اصبح من المعلوم للكل أن التكنولوجيا اخضعت الان تقريباً عصبا او عموداً فقارياً لكل المنظمات سواء كانت ربحية او خدمة و ان التطور التكنولوجي في مجال الهندسي وتقنيات الحاسوب و التواصل الاجتماعي و العالم الافتراضي او ما يسمى ب السوشيال ميديا بالإنجليزية (Social Media) اضافة الى ذلك ان اصبحت هذه المواقع مرتبطة بأنماط حياة البشر المختلفة ولا يمكن الاستغناء عنها في الحياة اليومية الاعتيادية و المنظمة كذلك او الدولة و ارتبطت أكثر تعاملات الان ارتباطاً رقمياً مما دعي الحاجة الى فهم هذا العالم الرقمي المتطور بشكل كبير و سريع وكيفية السيطرة عليه و كيفية التأثير به ,وهذا دعا الى الاهتمام بالجانب القيادي الرقمي فتحوّلت القيادة تدريجياً من الفلسفة التقليدية لها الى فلسفة رقمية و او تحوّلت الى القيادة الرقمية و ان القيادة الرقمية استخدمت الريادة و الابتكار و البصيرة في التقنية الرقمية وما ان العالم الان يعيش في بيئة سريعة التطور و هذه البيئة معرضة دائماً للازمات و الاضطرابات التنظيمية و التحول بشكل كبير مما جعل من اللازم اتباع استراتيجيات لمواجهة هذه البيئة و استراتيجية تتصف باليقظة و هذا يتطلب قادة رقميين يقومون بذلك , و اصبحت لازماً على القادة الرقميين ان يحددوا القواعد الرئيسية التي يدون منها او يحددوا القواعد الرئيسية التي ينطلقون منها مع الاخذ بنظر الاعتبار التعقد الرقمي و كيفية القيادة بواسطة التكنولوجيا وفق الرؤية الرقمية التي يؤمن بها القائد الرقمي و إشارة الى ذلك دراسة (سهيل , 2019) التي كانت بعنوان (استراتيجية الامواج المتداخلة كمتغير وسيط بين القيادة الرقمية و التسويق) و التي توصلت الى ان التحول الرقمي هو عملية مستمرة و طويلة الاجل للتطور السريع و الممزق في المجتمع و الاسواق و الاعمال , ان الاعتماد على القيادة الرقمية في تطوير الاستراتيجيات التجارية و هيكلها ادت الى تطوير خدمات جديدة لتلبية توقعات العملاء وكذلك دراسة (الطائي ,الحدراوي , 2019) التي استنتجت تعزيز العوامل التي تؤدي الى جعل المنظمة ذات قيادة رقمية على وفق عناصرها الاساسية في بيئة العمل الاخذ بنظر الاعتبار قوة العلاقة بين متغيرات الدراسة , ضرورة الاهتمام بأوليات تأثير عناصر القيادة الرقمية في الثقافة التنظيمية بغية الحصول على تأثير فاعل و التي كانت موسومة بعنوان (اثر القيادة الرقمية في تبني الثقافة التنظيمية لدى الموظفين العاملين بمديرية تربية محافظة النجف الاشرف) اذ الى ذلك دراسة (ضاري , 2019) تعبر ادارة جامعة الانبار اهتماماً كبيراً لتطوير مهاراتها من خلال فرص التطوير المتاحة لها والتدريب المستمر ملاكاتها كافة, هنالك تأثير لليقظة التنافسية في مستوى جودة الاداء الجامعي تأثيراً ايجابياً من خلال النتائج التي استنبطت من خلال الفرضيات على مستوى الاختبار البسيط .

¹ بحث مستقل من رسالة ماجستير

منهجية البحث

اولا // مشكلة البحث

انبثقت مشكلة البحث الميداني من قلة و فهم الجانب الرقمي للقيادة و دورها في اليقظة الاستراتيجية و كان هناك عدة دراسات اتخذت من متغيرات دراستنا الحالية منفردة , حيث تكمن مشكل البحث الرئيسة في الإجابة عن التساؤل الرئيسي للبحث (هل للقيادة الرقمية دور في اليقظة الاستراتيجية)

ثانيا / اهمية البحث

ان هذه الدراسة لها اهمية كبيرة على المجتمع او العينة المدروسة (جامعة بغداد) لما لها من دور فعال في فهم و توضيح دور القيادة الرقمية في اليقظة الاستراتيجية من خلال

- أ- تخطي عقبات الامية او عدم المعرفة الرقمية عند تبني اليقظة الاستراتيجية في عالم التحول الرقمي
- ب- اطلاع المجتمع المدروس على اهمية القيادة الرقمية و اليقظة الاستراتيجية و فاعليتها في مواجهة ازمت القرن الواحد و العشرين

ثالثا / اهداف البحث

يمكن تحديد أبرز اهداف البحث من خلال الاتي

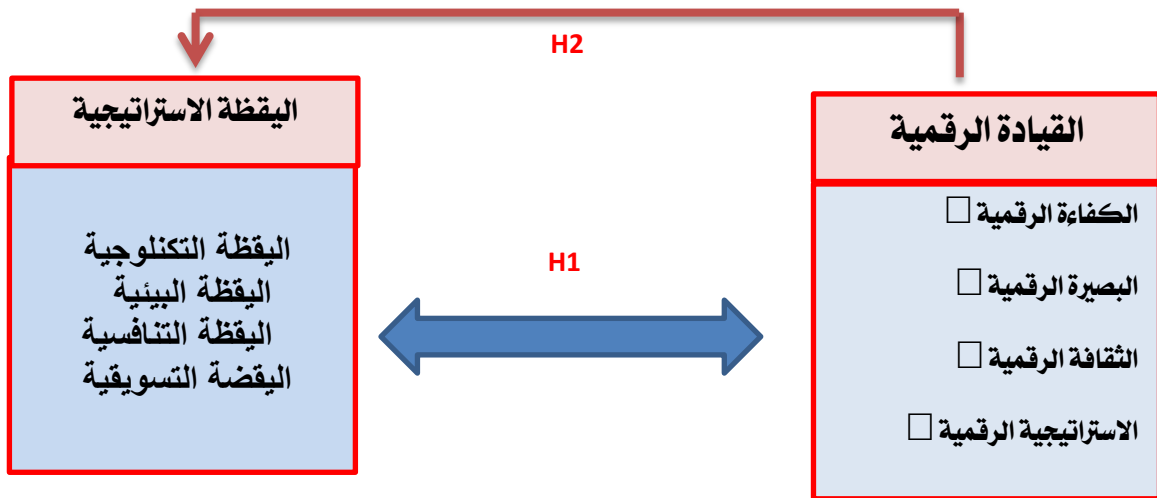
- 1) التعرف على مدى دور القيادة الرقمية في اليقظة الاستراتيجية في جامعة بغداد
- 2) التعرف على مستوى تبني القيادة الرقمية بأبعادها على ضوء اجابة العينة من عمداء و رؤساء اقسام الكليات

رابعا :- فرضيات البحث

- تعد الفرضية تخمين يستنتجه الباحث و يتوصل اليه بذكاء و يتمسك به لفترة مؤقتة ، حين ان يتم اثباته بالأساليب والطرق العلمية ، فتكون بمثابة حل مبدئي لمشكلة البحث ، فهي ليست مجرد استنتاجات او تفسيرات عشوائية بل يتم تأسيسها على معلومات معبرة عن المسببات والابعاد التي تكونت منها مشكلة البحث والنابعة من الدراسات السابقة ، وبناء على مشكلة البحث وفي اطار مخططها الفرضي ، جرى صياغة فرضيات البحث الرئيسة والفرعية وكما يأتي :
- الفرضية الاولى H1: ترتبط القيادة الرقمية مع اليقظة الاستراتيجية وابعاده ارتباطا طرديا معنويا موجبا وتنبثق عنها الفرضيات الفرعية الاتية :
- ترتبط الكفاءة الرقمية مع اليقظة الاستراتيجية وابعاده ارتباطا طرديا معنويا موجب
 - ترتبط البصيرة الرقمية مع اليقظة الاستراتيجية وابعاده ارتباطا طرديا معنويا موجب .
 - يرتبط الثقافة الرقمية مع اليقظة الاستراتيجية وابعاده ارتباطا طرديا معنويا موجب .
 - ترتبط الاستراتيجيات الرقمية مع اليقظة الاستراتيجية وابعاده ارتباطا طرديا معنويا موجب
- الفرضية الثانية H2 : وجود تأثير معنوي ذو دلالة احصائية للقيادة الرقمية في اليقظة الاستراتيجية ، وتنبثق عنها الفرضيات الفرعية الاتية :
- وجود تأثير معنوي ذو دلالة احصائية للكفاءة الرقمية في اليقظة الاستراتيجية .
 - وجود تأثير معنوي ذو دلالة احصائية للبصيرة الرقمية في اليقظة الاستراتيجية .
 - وجود تأثير معنوي ذو دلالة احصائية للثقافة الرقمية في اليقظة الاستراتيجية .
 - وجود تأثير معنوي ذو دلالة احصائية للاستراتيجية الرقمية في اليقظة الاستراتيجية

خامسا //المخطط الفرضي للبحث

استنتج الباحث بعد استعراض متغيرات وابعاد البحث المخطط الفرضي المخطط الفرضي ، الذي يمثل العلاقة بين المتغيرات (القيادة الرقمية – اليقظة الاستراتيجية)



سادسا // مجتمع وعينة البحث

(1) مجتمع البحث :

استهدف الباحث جامعة بغداد وهي إحدى الجامعات العريقة ، من اجل اجراء التطبيق العملي للبحث كونها من منظمات القطاع العام ، والتي تعمل في المجال اقتصادية ، واجتماعية ، وبيئية ، وهي الاقرب لعنوان ومشكلة البحث ، اذ يتكون مجمع الجامعة مجموعة من القيادات العليا التي تتكون من (267) فرداً موزعين في (عميد كلية و معاون عميد و رئيس قسم) ، واستدل الباحث على المجتمع عن طريق الجرد الشامل ، والدقيق للمجتمع المبحوث ، والاستعانة بالبيانات المثبتة في قسم التخطيط في الجامعة

(ب) عينة البحث :

تعد عينت البحث جزءاً من المجتمع المنتخب للبحث والدراسة ، اذ تمثل الصفات الاساسية له ، وتحمل سماته المشتركة ، وان هذا الجزء من المجتمع يعني عن دراسة المجتمع الاصلي بغية تعميم النتائج التي يتم التوصل اليها على المجتمع كاملاً و تم اختيار عينة البحث وفق جدول دي مؤركان و التي تم اختيار عدد العينة (160) فردا من المجتمع المبحوث

الجانب النظري للدراسة

أولا // القيادة الرقمية

1- مفهوم القيادة الرقمية

القيادة الرقمية هي عملية تأثر القائد في الاتباع باستخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات , كما تعرف القيادة الرقمية بأنها تطبيق القائد لتكنولوجيا المعلومات و التقنية الحديثة في العملية الادارية من اجل تحسين العمل الاداري و تحقيق اهداف المؤسسة (السيد, 2008: 766) (الدعجاني , 2019 : 64) , و عرفها (الطائي , الحيدراوي , 2020 , 23) ان القيادة الرقمية احدى المفاهيم التي اوضحت دور القيادة و كان لا بد من التميز بين فئتين من القيادة ذات صلة واحدة مختلفة هي كيفية التأثير على الاتباع باستخدام التكنولوجيا الرقمية و وسائل الاتصال الحديثة (Bounfour , 2016, 134)

2- ابعاد القيادة الرقمية

➤ الكفاءة الرقمية :

اصبح استخدام الانترنت و الرقمنة واضحاً بشكل كبير و جزء لا يتجزء من الحياة و يعد مفهوم الكفاءة الرقمية مفهوماً حديثاً نسبياً تنوب عنه مجموعة من المرادفات المستخدمة و اقد اصبح استخدام مصطلح الكفاءة أكثر و ذلك لان الكفاءة اوسع و اعظم من المفاهيم الاخرى فالكفاءة الرقمية لا تكون من المهارات الرقمية بل انها تشمل جوانب اخرى منها الاجتماعية و العاطفية لاستخدام الاجهزة الرقمية (جوفيل , 2013: 59) تتألف الكفاءة الرقمية القدرة للوصول الى الوسائط الرقمية و تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات لفهم الجوانب المختلفة

لحتويات الوسائط الرقمية وكذلك امكانية التواصل بفاعلية في مجموعة متنوعة من السياقات , و تم تعريف الكفاءة الرقمية على انها القدرة على اعادة صياغة المعرفة لانتاج معلومات من اجل التعبير عن النفس بشكل ابداعي و مناسب في بيئة رقمية .

➤ البصيرة الرقمية

يوصف الشخص ما بأنه صاحب بصيرة او رؤية عندما تكون لديه القدرة على الرؤية الى ما وراء الافق او الى المستقبل حيث يكون لديه حدس و يمكن تعريفها هي عملية عرض صورة عامة للمكان و الموقع الذي تريد ان تكون فيه في وقت محدد من المستقبل . و تساعد البصيرة على تحديد و توفير مبدأ شامل لجميع التفاصيل الواردة او الامور التي سوف تحصل لاحقا , ولقد عدت الرؤيا هي احد اهم الطرائق التي تنشأ الفرص في بيئة عدم التأكد المعقدة و اصبحت البصيرة الطريقة الجديدة لعمل المنظمات في عالم يتسم بالغموض و التسارع في اتخاذ القرارات بسبب السرعة الذي تتطور بها التكنولوجيا و هذا سيحقق التميز للمنظمة و ان المنظمة التي تجعل من البصيرة الرقمية هدفا لها سوف تحصل على ميزة تنافسية عالية (السهيل ,2019: 57)

➤ الثقافة الرقمية

بما ان العالم تحولاً رقمياً بشكل عام فيجب فهذا يؤثر على المشهد الاجتماعي و التنظيمي و الفردي مما دعت الحاجة الى تكوين ثقافة رقمية محور الاهتمام و الاوليات للمؤسسات و المنظمات في المجتمعات كافة من اجل نشر الوعي الرقمي و كيفية الاستخدام الامثل لها و قد ساهم استخدام التكنولوجيا الواسع الى ايجاد اساليب جديدة و انماط مختلفة من التعامل بعيدا عن الطرق التقليدية و اصبحت يطلق عليها الثقافة الرقمية , اضافة الى ذلك اشار (Knox,2014 : 165) الى ظهور نوع جديد من المنظمات التي سميت بالمنظمات الرقمية او الالكترونية التي لا تكون مرتبطة بأي موقع جغرافي و هذا يعني ان المنظمات الرقمية الالكترونية بأكانها التواصل مع العملاء و الموردين و المنافسين وكذلك توزيع منتجاتها و افكارها و خدماتها الكترونياً.

➤ الاستراتيجية الرقمية

قد اصبح من الضروري ان تتفوق المنظمات في المجال الرقمي و ان تمتلك استراتيجيات رقمية تمكنها من مواجهة البيئة الحالية و وضع استراتيجيات تجمع بها المعلومات الرقمية و الموارد الملموسة , و غالبا ما يتم دراسة الاستراتيجية الرقمية جزء من استراتيجيات الاعمال الشاملة , اضافة الى ان يرى البعض ان الشركات التي تتحول الى الرقمنة تعتمد على الاستراتيجيات أكثر من التكنولوجيا اي ان التحول الرقمي يتعلق بالاستراتيجيات الرقمية أكثر من الرقمنة فيجب على المؤسسات ان تولي اهتماما وثيقا لإنشاء استراتيجيات قوية و مدروسة ,واشار (سهيل , 2019 : 58) ان ما يميز الاستراتيجية الرقمية بتطبيق تقنيات جديدة لنشاط الاعمال الحالي او التركيز على تمكين القدرات الرقمية الجديدة في اعمالها و يمكن صياغة و تنفيذ استراتيجيات رقمية من خلال مجموعة متنوعة من الاساليب المختلفة غالبا ما سوف تشمل الطريقة و الصياغة على كيفية العملية و تحديد المؤسسة لرؤيتها و اهدافها .

ثانيا //اليقظة الاستراتيجية

1- مفهوم اليقظة الاستراتيجية

لقد تطور موقف الفرد تجاه المعلومات مع تطور احتياجاته , و ان ظهور اليقظة الاستراتيجية كان نتيجة البحوث في الإدارة الاستراتيجية التي تركز على المعلومات الاستباقية التي تحصل عليها المنظمات من بيئتها المحيطة بها و لهذا فقد تعددت وجهات النظر من قبل الكتاب و الباحثين حول مفهوم اليقظة الاستراتيجية عملية ملاحظة و تحليل البيئة و تساعد في نشر و معالجة و انتقاء المعلومات للاستخدام في اتخاذ القرارات الاستراتيجية العملية التي يتم تنظيها للاستشعار بالاشارات الضعيفة فهي تختلف عن التجسس لانها تمارس بشريعة و بطريقة أخلاقية اما التجسس فهو يستخدم وسائل غير قانونية يعاقب عليها القانون . (Lesca,1997:1) هي عملية جاعية مستمرة والتي يقوم بها مجموعة من الأفراد , مستخدمه بذلك المعلومات المتوقعة للتغيرات والاحداث التي تحصل في البيئة المحيطة للمنظمة لخلق فرص العمل ولتقليل المخاطر وحالة عدم التيقن بصورة عامة عبر الانذار المبكر.(احمد,2010: 45) هي العمليات للتوقع والملاحظة والتحليل البيئي، بعد النشر للمعلومات

المحددة والختارة بدقة والمعالجة التي تساعد باتخاذ القرارات الاستراتيجية للمنظمة وعلى المدى الطويل. والمعلومات قد تكون ذات طبيعة: (تكنولوجية، قانونية، تنافسية، وتجارية)

2- ابعاد اليقظة الاستراتيجية

1 اليقظة التكنولوجية:

يُعد Francois Jakobiak من أبرز الكتاب في مجال اليقظة التكنولوجية والذي عرفها على أنها تتمثل في عمليتي ملاحظة وتحليل التطورات التقنية والتكنولوجية والعلمية الحالية والمستقبلية لتحديد الفرص في محيط المنظمة والافادة منها والمخاطر والعمل على مواجهتها (بلحاج، 2017: 7). اليقظة التكنولوجية (Vigilance Technology)

فاليقظة التكنولوجية هي عملية اعلامية تعمل على توجيه عملية صنع القرار في الابتكار التكنولوجي، وعلى هذا فان فاعلية اتخاذ القرار تعتمد على قدرة صانع القرار لاتخاذ المعلومات الجيدة في الوقت المناسب فتعتبر اليقظة التكنولوجية حمداً منهجي ومنظم للمنظمة تقوم بتلقي ومراقبة المعلومات وتحليلها ونشرها واسترجاعها في الوقت المحدد - حول احداث التقنية والمعلومات (الاقتصادية والاجتماعية) أو الاعمال التجارية المهمة - وذلك لكونها تنطوي على فرصة أو تهديد وايضا تعمل على زيادة القدرة التنافسية في الاسواق عن طريق الفهم الأفضل لبيئة المنظمة التنافسية (قاسم وإبراهيم ، 2018 ، 164)

ب اليقظة التنافسية:

النشاط الذي تتعرف المنظمة من خلاله على منافسيها الحاليين والمحتملين وتهتم كذلك بالبيئة التي تتطور فيها المنظمة المنافسة (عمر ولين، 2017: 5)، اذ يتركز الرصد على منتجات المنافسين وعلى أساليب الاتصال والمبيعات واستراتيجيات أعمالهم، والتي ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالمعايرة والمقارنة بين عدة نقاط مع المنافسين (Affolter, 2014: 8).

اليقظة التنافسية هي النشاط الذي من خلاله تتعرف المنظمة على منافسيها الحاليين والمحتملين ، وهي تهتم أيضاً بالبيئة التي تتطور فيه المنظمة المنافسة ، وهذا من خلال جمع المعلومات من تحليل الصناعة وتحليل المنافسة، ثم تحليل واستخراج النتائج ليتم استخدامها في اتخاذ القرارات المناسبة (مراد، 2010: 133). ان استخدام تحليل المنافسين المحتملين كمدخل مهم للتنبؤ بمستقبل الظروف في الصناعة. ويمكن اجمال معرفة الخطوات المحتملة لكل منافس وقدرته على التغيير

ج. اليقظة التسويقية

تهتم بشكل أساسي بالبحث عن المعلومات المتعلقة بالزبائن والموردين واستثمارها من خلال تقنيات البيع والشراء المختلفة ، وإدارة الجودة ، ودراسة القيم والتعرف على اذواقهم واحتياجاتهم. ووفقاً لـ B Martinet و J-M Ribault فإن الأمر يتعلق باتباع تطور احتياجات الزبائن على المدى القصير ، فضلاً عن الاهتمام بمشاكلهم كونها مصدراً لاحتياجاتهم المستقبلية، فمراقبة وتوطيد العلاقة بين الزبائن والأعمال أمر مهم في الربحية (Lahlou, 2011: 25).

د. اليقظة البيئية:

تشتمل على جميع انواع اليقظة الاخرى في البيئة المحيطة الاجتماعية والقانونية والجيوسياسية ولها تأثيراتها الكبيرة والمهمة على نشاط المنظمات وديمومتها. تعرف بـ (المحيطة أو الشاملة) التي تهتم بمراقبة ورصد التطورات الاقتصادية والقانونية والثقافية والديمقراطية بشكل يجعلها تؤثر في أنشطة المنظمة وان تطبيقها يعد من المهام الصعبة للمنظمة فتعتبر المنظمة التي تأخذ بعين الاعتبار الأهداف (السياسية - الاقتصادية - الاجتماعية - الثقافية) و (القيم والمعتقدات وقواعد السلوك) والتي تقوم بتوجيه سلوك الأفراد والمجتمع وتعمل على تحديد ما هو (صح - خطأ) وما هو (مقبول - غير مقبول) للسلوك تعتبر بمثابة المعيار المتبع في تقييم سلوك الفرد وسلوك الآخرين ، فهي غالباً ما تكون ناجحة تمكنها من تحقيق اهدافها التي تطمح إليها (الصفار، 2017: 29)

الجانب العملي

أولا // تشخيص القيادة الرقمية وابعاده

تم قياس متغير القيادة الرقمية من خلال اربعة ابعاد هي (الكفاءة الرقمية , البصيرة الرقمية , الثقافة الرقمية , الاستراتيجيات الرقمية) , ويشير الجدول رقم (1) للأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية من وجهة نظر العينة المدروسة في متغير القيادة الرقمية لجامعة بغداد , فيعكس الوسط الحسابي للدرجة الكلية لمتغير القيادة الرقمية البالغ (3.667) بانحراف معياري قدره (0.130), وان درجة الاهمية له بلغت (مرتفع) مما يدل على ان القيادة الرقمية ذو اهمية مرتفعة للجامعة , اضافة لمؤشر الانحراف المعياري اذ كان ذو تشتت قليل, مما يدل على توافق مرتفع للنتائج . وجاء بعد الثقافة الرقمية في المرتبة الاولى بوسط حسابي (3.755) وبانحراف معياري (0.209). واهمية نسبية مرتفع , ثم يليه بُعد البصيرة الرقمية بوسط حسابي (3.687) وبانحراف معياري (0.231). واهمية نسبية مرتفعة , وثالثا جاء بعد الاستراتيجيات الرقمية بوسط حسابي (3.672) وبانحراف معياري (0.192). واهمية نسبية مرتفعة , واخيرا جاء بعد الكفاءة الرقمية بوسط حسابي (3.554) وبانحراف معياري (0.164). واهمية نسبية مرتفعة.

الجدول (1) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للمتغير القيادة الرقمية وابعاده				
الرقم	الفقرات	المتوسطات الحسابية	الانحرافات المعيارية	تقدير الاهمية
1	الكفاءة الرقمية	3.554	0.164	مرتفع
2	البصيرة الرقمية	3.687	0.231	مرتفع
3	الثقافة الرقمية	3.755	0.209	مرتفع
4	الاستراتيجيات الرقمية	3.672	0.192	مرتفع
	القيادة الرقمية	3.667	0.130	مرتفع

ثانيا // تشخيص اليقظة الاستراتيجية وابعاده

تم قياس متغير اليقظة الاستراتيجية من خلال اربعة ابعاد هي (اليقظة التكنولوجية , اليقظة التنافسية , اليقظة البيئية , اليقظة التسويقية) , ويشير الجدول رقم (2) للأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية من وجهة نظر العينة المدروسة في متغير اليقظة الاستراتيجية لجامعة بغداد , فيعكس الوسط الحسابي للدرجة الكلية لمتغير اليقظة الاستراتيجية البالغ (3.523) بانحراف معياري قدره (0.135), وان درجة الاهمية له بلغت (مرتفع) مما يدل على ان اليقظة الاستراتيجية ذو اهمية مرتفعة للجامعة , اضافة لمؤشر الانحراف المعياري اذ كان ذو تشتت قليل, مما يدل على توافق مرتفع للنتائج .

وجاء بعد اليقظة التسويقية في المرتبة الاولى بوسط حسابي (3.658) وبانحراف معياري (0.320). واهمية نسبية مرتفع , ثم يليه بُعد البيئية بوسط حسابي (3.644) وبانحراف معياري (0.203). واهمية نسبية مرتفعة , وثالثا جاء بعد اليقظة التكنولوجية بوسط حسابي (3.556) وبانحراف معياري (0.224). واهمية نسبية مرتفعة , واخيرا جاء بعد اليقظة التنافسية بوسط حسابي (3.234) وبانحراف معياري (0.320). واهمية نسبية معتدل.

الجدول (2) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للمتغير اليقظة الاستراتيجية وابعاده				
الرقم	الفقرات	المتوسطات الحسابية	الانحرافات المعيارية	تقدير الاهمية
1	اليقظة التكنولوجية	3.556	0.224	مرتفع
2	اليقظة التنافسية	3.234	0.311	معتدل
3	اليقظة البيئية	3.644	0.203	مرتفع
4	اليقظة التسويقية	3.658	0.320	مرتفع
	اليقظة الاستراتيجية	3.523	0.135	مرتفع

ثانيا // التحقق من الفرضيات

1- الفرضية الرئيسية الأولى

يتضح من الجدول (30) ادناه انه هنالك علاقة ارتباط بين المتغير القيادة الرقمية والمتغير اليقظة الاستراتيجية من خلال معامل ارتباط بيرسون ، كما في ادناه :

جدول (3) مصفوفة الارتباط بين القيادة الرقمية واليقظة الاستراتيجية		
اليقظة الاستراتيجية	المتغير الوسيط المتغير المستقل	
	الكفاءة الرقمية	.076
	البصيرة الرقمية	.293**
	الثقافة الرقمية	.233**
	الاستراتيجيات الرقمية	.360**
	القيادة الرقمية	.380**
الارتباط معنوي عند مستوى دلالة (0.05)		
الارتباط معنوي عند مستوى دلالة (0.01)		

ان معامل ارتباط بيرسون للعلاقة بين بعد الكفاءة الرقمية والمتغير اليقظة الاستراتيجية (0.076) ، وهو عدم وجود ارتباط بين بعد الكفاءة الرقمية والمتغير اليقظة الاستراتيجية ، ومن النتائج اعلاه يتبين عدم قبول الفرضية الفرعية الاولى من الفرضية الرئيسية الاولى التي فوها "ترتبط الكفاءة الرقمية مع اليقظة الاستراتيجية وابعاده ارتباطا طرديا معنويا موجب "

اما معامل ارتباط بيرسون للعلاقة بين بعد البصيرة الرقمية والمتغير اليقظة الاستراتيجية (**.293) عند مستوى دلالة (0.01) ، وهو ارتباط دال معنويا وايجابي بمعنى ان الزيادة الحاصلة في بعد البصيرة الرقمية يقابلها زيادة في الاتجاه نفسه في المتغير اليقظة الاستراتيجية ، ومن النتائج اعلاه يتبين قبول الفرضية الفرعية الثانية من الفرضية الرئيسية الاولى التي فوها " ترتبط البصيرة الرقمية مع اليقظة الاستراتيجية وابعاده ارتباطا طرديا معنويا موجب "

في حين ان معامل ارتباط بيرسون للعلاقة بين بعد الثقافة الرقمية والمتغير اليقظة الاستراتيجية (**.233) عند مستوى دلالة (0.01) ، وهو ارتباط دال معنويا وايجابي بمعنى ان الزيادة الحاصلة في بعد الثقافة الرقمية يقابلها زيادة في الاتجاه نفسه في المتغير اليقظة الاستراتيجية ، ومن

النتائج اعلاه يتبين قبول الفرضية الفرعية الثالثة من الفرضية الرئيسية الثانية التي فوها " ترتبط الثقافة الرقمية مع اليقظة الاستراتيجية وابعاده ارتباطا طرديا معنويا موجب".

وان معامل ارتباط بيرسون للعلاقة بين بعد الاستراتيجيات الرقمية والمتغير اليقظة الاستراتيجية (**360). عند مستوى دلالة (0.01) ، وهو ارتباط دال معنويا وايجابي بمعنى ان الزيادة الحاصلة في بعد الاستراتيجيات الرقمية يقابلها زيادة في الاتجاه نفسه في المتغير اليقظة الاستراتيجية، ومن النتائج اعلاه يتبين قبول الفرضية الفرعية الرابعة من الفرضية الرئيسية الاولى التي فوها " ترتبط الاستراتيجيات الرقمية مع اليقظة الاستراتيجية وابعاده ارتباطا طرديا معنويا موجب".

ومن خلال النتائج اعلاه يتبين قبول الفرضية الرئيسية الاولى التي فوها " ترتبط القيادة الرقمية مع اليقظة الاستراتيجية وابعادها ارتباطا طرديا معنويا موجبا" ، وهذا ما يوضحه معامل ارتباط بيرسون للعلاقة بين المتغير القيادة الرقمية والمتغير اليقظة الاستراتيجية (**380). عند مستوى دلالة (0.01) وهو ارتباط دال معنويا وايجابي بمعنى ان الزيادة الحاصلة في المتغير القيادة الرقمية يقابلها زيادة في الاتجاه نفسه في المتغير اليقظة الاستراتيجية.

2- الفرضية الرئيسية الثانية

يقوم الباحث في عرض درجة مساهمة المتغير القيادة الرقمية وابعاده في تفسير التباين لدرجة اليقظة الاستراتيجية وابعاده ، وتم استخراج النتائج لتحليل الانحدار الخطي البسيط ، كما في الجدول (4) ادناه :

الجدول (4) مصفوفة التأثير القيادة الرقمية واليقظة الاستراتيجية						
القيادة الرقمية	ابعاد القيادة الرقمية				المتغير المستقل المتغير الوسيط	
	الاستراتيجيات الرقمية	الثقافة الرقمية	البصيرة الرقمية	الكفاءة الرقمية		
.145	.129	.054	.086	.006	R Square	اليقظة الاستراتيجية
26.696	23.457	9.066	14.804	.921	قيمة F	
.000	.000	.003	.000	.339	المعنوية P	
.380	.360	.233	.293	.076	قيمة β	

يتضح من الجدول رقم (4) ان المتغير القيادة الرقمية فسر ما مقداره (0.145) من التباين في اليقظة الاستراتيجية ، وان ما مقداره (0.955) هو تباين غير مفسر من قبل عوامل اخرى لم تدخل انموذج الانحدار ، وان الاختبار معنوي عند مستوى دلالة (0.01) ، بمعنى وجود تأثير لمتغير القيادة الرقمية في المتغير اليقظة الاستراتيجية ، ويدل على ان منحى الانحدار يصف العلاقة بينها ، والنتائج اعلاه تبين قبول الفرضية الرئيسية الثانية التي فوها " وجود تأثير معنوي ذو دلالة احصائية للقيادة الرقمية في اليقظة الاستراتيجية ".

ان بعد الكفاءة الرقمية فسر ما مقداره (0.006) من التباين في المتغير اليقظة الاستراتيجية، وان ما مقداره (0.994) هو تباين غير مفسر من قبل عوامل اخرى لم تدخل انموذج الانحدار ، وان الاختبار غير معنوي بمعنى عدم وجود اثر بعد الكفاءة الرقمية في اليقظة الاستراتيجية ، ويدل على ان منحى الانحدار لا يصف العلاقة بينها ، والنتائج اعلاه تبين عدم قبول الفرضية الفرعية الاولى من الفرضية الرئيسية الثانية التي فوها "وجود تأثير معنوي ذو دلالة احصائية للكفاءة الرقمية في اليقظة الاستراتيجية " .

في حين ان بعد البصيرة الرقمية فسر ما مقداره (0.086) من التباين في المتغير اليقظة الاستراتيجية، وان ما مقداره (0.914) هو تباين غير مفسر من قبل عوامل اخرى لم تدخل انموذج الانحدار ، وان الاختبار معنوي عند مستوى دلالة (0.01) بمعنى وجود اثر بعد البصيرة الرقمية في اليقظة الاستراتيجية ، ويدل على ان منحى الانحدار يصف العلاقة بينها ، والنتائج اعلاه تبين قبول الفرضية الفرعية الثانية من الفرضية الرئيسية الثانية التي فحوا "وجود تأثير معنوي ذو دلالة احصائية للبصيرة الرقمية في اليقظة الاستراتيجية " .

بينما بعد الثقافة الرقمية فسر ما مقداره (0.054) من التباين في المتغير اليقظة الاستراتيجية، وان ما مقداره (0.946) هو تباين غير مفسر من قبل عوامل اخرى لم تدخل انموذج الانحدار ، وان الاختبار معنوي عند مستوى دلالة (0.01) بمعنى وجود اثر بعد الثقافة الرقمية في اليقظة الاستراتيجية ، ويدل على ان منحى الانحدار يصف العلاقة بينها ، والنتائج اعلاه تبين قبول الفرضية الفرعية الثالثة من الفرضية الرئيسية الثانية التي فحوا "وجود تأثير معنوي ذو دلالة احصائية للثقافة الرقمية في اليقظة الاستراتيجية" .

وان بعد الاستراتيجيات الرقمية فسر ما مقداره (0.129) من التباين في المتغير اليقظة الاستراتيجية، وان ما مقداره (0.871) هو تباين غير مفسر من قبل عوامل اخرى لم تدخل انموذج الانحدار ، وان الاختبار معنوي عند مستوى دلالة (0.01) بمعنى وجود اثر بعد الاستراتيجيات الرقمية في اليقظة الاستراتيجية ، ويدل على ان منحى الانحدار يصف العلاقة بينها ، والنتائج اعلاه تبين قبول الفرضية الفرعية الرابع من الفرضية الرئيسية الثانية التي فحوا "وجود تأثير معنوي ذو دلالة احصائية للاستراتيجية الرقمية في اليقظة الاستراتيجية" .

الاستنتاجات:

من الواضح أن مجموعة كبيرة جدًا من كبار قادة الكليات في الجامعة لديهم سنوات خدمة من 16 إلى 30 عامًا ، أي لديهم خبرة ودراية في إدارة الكلية. تعتبر معايير القيادة الرقمية. وقد وجد أن البصيرة الرقمية جاءت بأعلى متوسط حسابي من بين أبعاد الدراسة لجميع المتغيرات. من خلال نتائج المقاييس المتغيرة ، كانت جميع متغيرات الدراسة (القيادة الرقمية ، و اليقظة الاستراتيجية) ذات أهمية عالية ، ان اليقظة التنافسية بأهمية معتدلة لدى المؤسسة الأكاديمية اتضح انها اقل الابعاد قيمة من جميع ابعاد متغيرات الدراسة، و ان هناك قدرة لبناء الإستراتيجيات من خلال استخدام الوسائط الرقمية .

التوصيات

إعادة النظر في إعطاء فرصة للفئات العمرية دون الأربعين من العمر لتولي القيادة العليا في الجامعات لما تمتلكه من قدرات وتطلعات ورؤى شابة تعمل على تحديث الأفكار بشكل متسارع. زيادة الاهتمام بمفاهيم القيادة الرقمية اليقظة الاستراتيجية لأهميتها في المؤسسة التعليمية. عقد ورش عمل وندوات حول أهمية مفاهيم الدراسة ومعالجة مشكلة عرض ونقل المواد والموارد اللازمة لضعف المؤسسة الأكاديمية. التوعية بأهمية ترابط مفاهيم القيادة الرقمية وأبعادها وارتباطها باليقظة الاستراتيجية في الجامعات.

الملاحق

ملحق (1) استمارة الاستبيان

القيادة الرقمية					
ت	الفقرات				
	لَا أَتَمَّا	بَعْضُهَا	بَعْضُهَا	بَعْضُهَا	بَعْضُهَا
الكفاءة الرقمية					
1	لدينا القدرة للوصول الى الوسائط الرقمية لبناء استراتيجياتنا				
2	نستخدم تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات للتعامل مع الازمات التنظيمية				
3	نتعامل بموثوقية مع الازمات التنظيمية من خلال الكفاءة الرقمية التي نمتلكها				

4	نحسن المعرفة والمهارات والموقف الالكتروني من اجل التعامل مع المجتمع المعرفي				
5	نستخدم الكفاءة الرقمية لادارة الازمات التنظيمية بفاعلية				
البصيرة الرقمية					
6	نمتلك الرؤيا الرقمية في وضع الخطط الاستراتيجية				
7	تقليل الغموض البيئي من خلال بناء بصيرة رقمية للأفراد الموظفين				
8	نضع ضمن اهدافنا الرئيسية الوصول الى الرؤيا الرقمية				
9	نستخدم الرؤية الرقمية لمواجهة الازمات التنظيمية من خلال قدرتنا و الموارد المتوفرة				
10	نجد قيمة لكيبتنا من خلال بناء بصيرة رقمية				
الثقافة الرقمية					
11	بأمكننا تحقيق الهدف للوصول الى كلية رقمية				
12	لدينا القدرة للتواصل من خلال التعامل الرقمي				
13	نستطيع ايجاد تواصل رقميا يميزنا عن باقي الكليات				
14	نضع الانظمة والقوانين وفق السياقات الرقمية				
15	نحجنا في نشر ثقافة رقمية				
الاستراتيجيات الرقمية					
16	وضع خطة متكاملة من خلال الاستراتيجيات الرقمية الخاصة بكليتنا				
17	نلجأ الى الرقمنة في وضع رؤية و رسالة الكلية				
18	تحقيق الاهداف الاستراتيجية رقميا للكلية				
19	تنفيذ استراتيجياتنا الرقمية من خلال الافراد الماهرين				
20	القدرة على وضع أكثر من استراتيجية في وقت معين مع الحفاظ على المرونة				
اليقظة الاستراتيجية					
اليقظة التكنولوجية					
21	ترصد ادارة الكلية الاكتشافات العلمية والجديدة بشكل مستمر.				
22	تستخدم الكلية احدث التقنيات لتقديم الخدمات التعليمية .				
23	تعمل ادارة الكلية على احدث تغييرات ايجابية واتباع طرائق واساليب حديثة للتقنيات العلمية.				
24	تحرص ادارة الكلية على تدريب التدريسيين والمتسبين لتطوير امكانياتها بشكل مستمر .				
اليقظة التنافسية					
25	تتابع ادارة الكلية المنافسين لها في السوق وتعمل على استباقهم .				
26	تمتاز ادارة الكلية بقدرة المحافظة على حالة الانتباه وعدم الغفلة عن تحركات منافسها.				
27	تقوم ادارة الكلية بجمع المعلومات الواقعية والاستباقية عن البيئة المنافسة لتحقيق مكانة مميزة بين منافسها .				
28	تقيم ادارة الكلية خدماتها عن طريق المقارنة المرجعية.				
اليقظة البيئية					

29	يقوم متخذو القرارات بمراقبة الاحداث العشوائية غير المتوقعة او ذات الاشارات الضعيفة .				
30	تصرف ادارة الكلية باستجابة واعية تجاه الاحداث الظرفية .				
31	تعتمد ادارة الكلية أكثر من مصدر للحصول على المعلومات كشبكات الانترنت.				
32	تستوعب ادارة الكلية أيدولوجية الدولة وفلسفتها الاقتصادية وقوانينها السائدة .				
33	تتكيف ادارة الكلية كافة التغيرات الايجابية الحاصلة في القيم والمعتقدات الاجتماعية .				
اليقظة التسويقية					
34	تمتلك الكلية موارد مالية كافية للأداء بالتزاماتها المختلفة.				
35	تتنبأ ادارة الكلية دائما بحاجات ورغبات زبائنها وتسبق منافسها في اشباعها.				
36	تتمتع ادارة الكلية بكفاءتها على تحديد النجوة بين خدماتها وحاجة السوق .				
37	تسعى الكلية لاعتماد طرائق تصنيع حديثة وتقديم خدمات تتماشى ومتطلبات الزبائن .				

المصادر

- اعمر ، ولد عابد ولمين ، علواطي ، (2017) ، آليات تطبيق اليقظة الاستراتيجية بالمؤسسات الاقتصادية الجزائرية - نموذج مقترح - دراسة تطبيقية بمؤسسة الاسمنت بالشلف ، الاكاديمية للدراسات الاجتماعية والانسانية ، العدد (17) ، جانفي ، ص (15 - 3) .
- احمد ، عامر ، واحسن ، جميلة ، "التيسير الاستراتيجي وصياغة الاستراتيجيات التنافسية"، الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية، 2010.
- بلحاج، مريم، (2017)، اليقظة الاستراتيجية ضرورة حتمية للاستمرار في البيئة المعاصرة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة ابي بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر.
- الدجاني، فائز بن هيل، (2019) درجة استخدام الادارة الالكترونية و علاقتها بالابداع الاداري لدى قادة المدارس بمحافظة العقيق، المجلة التربوية، ج 59
- سهيل، كزار صالح جبر، (2019)، استراتيجية الامواج المتداخلة كتغير وسيط بين القيادة الرقمية و تسويق، اطروحة دكتوراه، مقدمة الى مجلس كلية الادارة و الاقتصاد جامعة الكوفة، قسم ادارة الاعمال
- الصفار، أحمد عبد إسماعيل، (2017)، إنعكاسات الذكاء الاستراتيجي واليقظة الاستراتيجية على اتخاذ القرارات وتأثيرها في استراتيجية وزارة الخارجية وهي من متطلبات الترقية، اطروحة لأغراض الترقية إلى درجة وزير مفوض، وزارة الخارجية، معهد الخدمة الخارجية.
- الطائي، يوسف حليم سلطان، الحيدراوي، باقر خضير، اثر القيادة الرقمية في تبني الثقافة التنظيمية لدى الموظفين العاملين بمدينة تربية محافظة النجف الاشرف بالعراق، مجلة العلوم الاقتصادية و الادارية و القانونية العدد السادس - المجلد الثالث - يونيو (2019)
- مراد، مرمي، "اهمية نظم المعلومات الادارية كداة للتحليل البيئي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية /دراسة حالة - شركة CHIALI PROFILAST بسطيف"، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، الجزائر، 2010.

- Affolter, Valentine, (2014), La veille dans les instituts de recherche: proposition d'un dispositif pour l'institut G2C de la HEIG-VD dans le cadre du suivi des conflits en aménagement du territoire, Affolter, Valentine, 2014, La veille dans les instituts de recherche: proposition d'un dispositif pour l'institut G2C de la HEIG-VD dans le cadre du suivi des conflits en aménagement du territoire, Travail de l'obtention du Bachelor HES, Haute École de Gestion de Genève (HEG-GE) Filière Information Documentaire
- Bounfour ,A, (2016) . Digital futures , Digital transformation , progress in is . springer international publishing
- cultures MOOC. Distance Education, 35(2) , 164-
- Knox J. (2014) . Digital culture : „massive,, education in the E- learning and Digital
- Lesca,H., "Veille *Stratégique* concepts et demarche de mise en place dans l'entreprise ", 1997.