

اليقظة التكنولوجية لدى ممارسي العلاقات العامة وانعكاسها على ابتكارهم الإداري: دراسة ميدانية

أميرة عبد المعز محمد محمود*

إشراف: أ.م.د/ هاني فوزي عبد الغني*

أ.م.د/ شيماء عبد العاطي سعيد*

ملخص البحث

هدفت الدراسة إلى التعرف على مصادر اليقظة التكنولوجية التي تستخدمها المؤسسات عينة الدراسة، وكذلك الكشف عن مستوى تطبيق المؤسسات عينة الدراسة لأبعاد اليقظة التكنولوجية (البحث والتطوير-الإبداع-المعرفة-تكنولوجيا المعلومات)، والتعرف على العقبات التي تواجه المؤسسات عينة الدراسة عند تطبيق أبعاد اليقظة التكنولوجية، كما هدفت إلى توضيح واقع الإبداع الإداري لدى ممارسي العلاقات العامة في المؤسسات عينة الدراسة (الأصالة-الطلاقة-المرونة-الحساسية للمشكلات-المخاطرة)، والتعرف على مدى تطبيق المؤسسات عينة الدراسة لاستراتيجيات كايزن لتحسين أداء ممارسي العلاقات العامة (وضع التشغيل- التطهير وإزالة المعوقات-القضاء على الهدر- استراتيجية التخطيط والتنفيذ والمراجعة والتطوير)، أيضاً الكشف عن العلاقة الارتباطية بين تطبيق أبعاد اليقظة التكنولوجية في المؤسسات عينة الدراسة وعناصر الإبداع الإداري لدى ممارسي العلاقات العامة، وذلك من خلال دراسة ميدانية على عينة قوامها ٢٠٠ من ممارسي العلاقات العامة في بعض المؤسسات متعددة الجنسيات.

وتوصلت الدراسة إلى أن المصادر التي تعتمد عليها المؤسسات عينة الدراسة متعددة ولكن جاء في المرتبة الأولى (مراقبة ابتكارات المنافسين وتحليل منتجاتهم الجديدة)، وبعد (تكنولوجيا المعلومات) هو أكثر أبعاد اليقظة التكنولوجية التي تهتم المؤسسات متعددة الجنسيات بتطبيقها، كما أن المؤسسات عينة الدراسة تواجه العديد من العقبات عند تطبيق أبعاد اليقظة التكنولوجية ولكن جاء في المرتبة الأولى (قلة الموارد البشرية ذات الكفاءة التكنولوجية في المؤسسة)، وأن أكثر عناصر الإبداع الإداري لدى عينة الدراسة هو عنصر (الطلاقة)، وهناك العديد من الاستراتيجيات التي تتبعها لتحسين العمل

* المدرس المساعد بقسم العلاقات العامة – كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، جامعة قنا.

* الأستاذ المساعد بقسم العلاقات العامة – كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، جامعة قنا.

* الأستاذ المساعد بقسم العلاقات العامة – كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، جامعة قنا.

وتطويره، ولكن جاءت في المرتبة الأولى استراتيجية (وضع قواعد التشغيل)، وأنه توجد علاقة ارتباطية بين توظيف المؤسسات عينة الدراسة لأبعاد اليقظة التكنولوجية وإبداعهم الإداري . وأوصت الدراسة بضرورة إنشاء وحدات أو فرق متخصصة في اليقظة التكنولوجية ضمن إدارات العلاقات العامة، تتولى مهام متابعة التطورات التكنولوجية وتحليل انعكاساتها على العمل الاتصالي والإداري، كذلك الاهتمام بتدريب ممارسي العلاقات العامة على استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي، والتحليل الرقمي، والتقنيات التنبؤية التي تسهم في تحسين جودة القرار الاتصالي والإداري، وتعزيز ثقافة الإبداع داخل المؤسسات من خلال إتاحة بيئة تنظيمية مرنة تُشجع على التفكير الابتكاري وتقبل التجريب والمخاطرة المحسوبة

الكلمات المفتاحية:- اليقظة التكنولوجية - الإبداع الإداري - نظرية كايزن

"Technological Vigilance among Public Relations Practitioners and Its Impact on Their Administrative Innovation – A Field Study"

Abstract

The study aimed to identify the sources of technological vigilance used by the sample institutions, as well as to reveal the level of application of the sample institutions of the technological vigilance dimensions (research and development - creativity - knowledge - information technology), and to identify the obstacles facing the sample institutions when applying the dimensions of technological vigilance. It also aimed to clarify the reality of administrative creativity among public relations practitioners in the study sample institutions (originality - fluency - flexibility - sensitivity to problems - risk), and to identify the extent to which the study sample institutions apply Kaizen strategies to improve the performance of public relations practitioners (operating mode - purification and removal of obstacles - elimination of waste - planning, implementation, review and development strategy), Also, revealing the correlation between the application of the dimensions of technological vigilance in the institutions of the study sample and the elements of administrative creativity among public relations practitioners, through a field study on a sample of 200 public relations practitioners in some multinational institutions.

The study concluded that the sources on which the sample institutions depend are numerous, but the first place was occupied by (monitoring competitors' innovations and analyzing their new products), and the dimension (information technology) is the most important dimension of technological vigilance that multinational institutions are interested in applying, The study sample institutions face many obstacles when applying the dimensions of technological vigilance, but the first place was occupied by (the lack of human resources with technological competence in the institution), and the most important element of administrative creativity in the study sample is (fluency), and there are many strategies that it follows to improve and develop work, However, the strategy of "establishing operating rules" came in first place, and there is a correlation between the study sample institutions' use of technological vigilance dimensions and their administrative creativity.

The study recommended the necessity of establishing specialized Technological vigilance units or teams within public relations departments, tasked with monitoring technological developments and analyzing their impact on communication and administrative work, as well as focusing on training public

relations practitioners in the use of artificial intelligence tools, Digital analytics and predictive technologies contribute to improving the quality of communication and administrative decisions, and to fostering a culture of innovation within organizations by providing a flexible organizational environment that encourages innovative thinking, acceptance of experimentation and calculated risk.

Keywords: Technological vigilance - Administrative creativity - Kaizen theory.

مقدمة:

إن العالم المعاصر يعيش تغيرات سريعة وأحداث متلاحقة لاسيما في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، فرضت هذه التغيرات على المنظمات بشكل عام والمؤسسات متعددة الجنسيات بشكل خاص تبني أساليب استراتيجية تزيد من قدرتها على المنافسة وتميز من أدائها بالسرعة الكافية مع الثبات والالتزام، ولم تبق أي مؤسسة بعيدة عن هذه التأثيرات حيث إنه حاولت المؤسسات أن تتكيف معها وذلك بالاعتماد على مختلف الوسائل التي تسمح لها بجمع المعلومات المتعلقة بمحيطها وتحليلها والاستفادة منها في إطار عام يسمى باليقظة الاستراتيجية التي تضم وتحتوي على اليقظة التكنولوجية **Technological Alertness**، وهذه الأخيرة التي تقوم برصد كل التطورات التكنولوجية والتقنية الحاصلة في بيئة المؤسسة والاستفادة منها لأجل التنبؤ بالآزمات، كما أنها تساعد علي زيادة القدرة التنافسية في السوق من خلال فهم أفضل للبيئة التنافسية للمنظمة^(١).

ويعتبر السعي لتحقيق الإبداع الإداري من أكثر الموضوعات أهمية وحداثة في مجال الإدارة، حيث أضحت معايير التميز في مقدمة الأهداف التي تسعى المنظمات إلى تحقيقها لدعم نجاح تخطيطها الاستراتيجي، وهو ما تحققه اليقظة التكنولوجية للمنظمة، ويعتبر الأداء المتميز لإدارة العلاقات العامة في المؤسسات متعددة الجنسيات من أهم الوسائل لتحقيق أهدافها الاستراتيجية المنشودة من خلال إتقان العمل وجودته والتفاني والإخلاص فيه، وإنجازه على ما هو مطلوب، ويضاف إلى ذلك أن مفهوم الإبداع الإداري **Administrative Creativity** من المفاهيم العامة للإبداع ذاتها، فالإبداع في الإدارة متعلق بالأفكار الجديدة في مجال الإدارة وتطوير المنتجات وقيادة فرق العمل وتحسين الخدمات للعملاء، وكل وظائف الإدارة المعروفة، فالإبداع الإداري هو مجموعة الإجراءات والعمليات التي تؤدي إلي تحسين المناخ العام في المؤسسة، ويقوم الأداء الإبداعي بتحفيز العاملين علي حل المشكلات واتخاذ القرارات بطريقة أكثر إبداعية^(٢).

ومن هنا كان لابد من دراسة اليقظة التكنولوجية في مجال إدارة العلاقات العامة لأهمية تأثيرها علي زيادة الإبداع الإداري لدى ممارسي العلاقات العامة، وهذا ما يؤدي إلي تحقيق الإبداع الإداري للمؤسسة وهو ما يجعلها قادرة علي تحقيق المزايا التنافسية للمنظمة من خلال المعرفة المعمقة للأسواق والمنافسة، وأيضاً اكتساب موقع قوة من أجل طرح سلعتها وخدمتها المبتكرة في السوق، والحصول علي مورد وافر من المعارف والخبرات، وكذلك ضمان الاستجابة الجيدة لحاجات الزبون، والتوصل إلي حل المشكلات بصفة سريعة، والوعي في اتخاذ القرارات، علاوة علي التحسين المستمر في السلع والخدمات والقدرة علي البحث والتطوير^(٣).

الدراسات السابقة:-

قامت الباحثة بمسح التراث العلمي بما فيه من بحوث ودراسات تخدم موضوع الدراسة، وقد تم رصد مجموعة من الدراسات السابقة المرتبطة بموضوع الدراسة سواء بصورة مباشرة أو غير مباشرة وسوف يتم عرضها مرتبة ترتيباً زمنياً من الأحدث إلى الأقدم، وتمثلت في محورين على النحو التالي:

المحور الأول: ويتعلق بالدراسات التي تناولت اليقظة التكنولوجية في المؤسسات والشركات:

(١) دراسة نصر الدين هيصام، إيدير معياش (٢٠٢٥) بعنوان دور اليقظة التكنولوجية والذكاء الاصطناعي في إدارة السمعة الرقمية للمؤسسات^٤.

هدفت الدراسة إلى إبراز دور وأهمية كل من اليقظة التكنولوجية والذكاء الاصطناعي في إدارة السمعة الرقمية للمؤسسات، وكذلك تحديد أدوات اليقظة التكنولوجية والذكاء الاصطناعي المستخدمة في مراقبة وتحليل السمعة الرقمية، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي لإبراز دور وأهمية كل من اليقظة التكنولوجية والذكاء الاصطناعي في إدارة السمعة الرقمية للمؤسسات.

وتوصلت الدراسة إلى أن اليقظة التكنولوجية والذكاء الاصطناعي يساهمان بشكل تكاملي في تعزيز إدارة السمعة الرقمية للمؤسسات عبر رصد التطورات التكنولوجية واستغلالها، حيث يستخدم الذكاء الاصطناعي في تحليل المشاعر وإدارة السمعة في الحقيقي الوقت والتحليل المعجمي والتعليم الآلي، وأن اليقظة التكنولوجية في مجال إدارة السمعة الرقمية تسير في اتجاهين، الاتجاه الأول ويكون من خلال رصد التطورات التكنولوجية وتطبيقها في مختلف نشاطات المؤسسة (ظهور منصات التواصل الاجتماعي الجديدة، والتطورات في مجال الذكاء الاصطناعي).

(٢) دراسة أحمد غيث، دولت عز الدين شكري (٢٠٢٥) بعنوان استراتيجيات بورتر لتعزيز البراعة التسويقية في المنظمات السياحية والفندقية: الدور المُعدل لليقظة التكنولوجية^٥.

هدفت الدراسة إلى استكشاف الدور المحوري لاستراتيجيات بورتر التسويقية في تعظيم البراعة التسويقية لموظفي التسويق بالمنظمات السياحية والفندقية، كما تسعى الدراسة إلى التحقق من الدور المُعدل لليقظة التكنولوجية في العلاقة بين هذه الاستراتيجيات والبراعة التسويقية، حيث تم استخدام الاستبيان الإلكتروني لجمع البيانات من ١٩٤ موظفاً بأقسام التسويق والمبيعات بالمنظمات السياحية و ١٨٨ موظفاً بأقسام التسويق والتطوير التكنولوجي بالمنظمات الفندقية في القاهرة الكبرى،

وتوصلت نتائج الدراسة أن الاستراتيجيات الثلاث مجتمعة تعزز قدرة المؤسسات الفندقية والسياحية على إجادة مقومات البراعة التسويقية، إذ يتطلب تنفيذها ممارسات استغلالية واستكشافية لتحقيق التنافسية السوقية.

٣) دراسة صابر علي (٢٠٢٥) بعنوان تدويل التعليم الجامعي المصري على ضوء اليقظة التكنولوجية جامعة المنيا نموذجاً^٦.

هدفت الدراسة إلى التوصل إلى تصور مقترح لتدويل التعليم الجامعي المصري على ضوء اليقظة التكنولوجية، كما استهدفت التعرف على الأسس النظرية للتدويل، ورصد واقع التدويل في جامعة المنيا، وكذلك التعرف على أسس اليقظة التكنولوجية وأوجه الاستفادة منها، واستخدام الباحث المنهج الوصفي مع الاستعانة باستبانة تم تطبيقها على عينة قوامها (١٥٠) عضواً من أعضاء هيئة التدريس. وتوصلت الدراسة إلى انخفاض معدل الحراك الدولي للطلاب والباحثين المصريين في الخارج، وانخفاض معدل الحراك الدولي للطلاب الأجانب داخل مصر، وضعف الحراك المهني لأعضاء هيئة التدريس ونقص في تمويل البحث العلمي في الجامعة، والجامعة في احتياج إلى تطوير البنية التكنولوجية، وتعزيز اللغة الإنجليزية في دراساتها، كما لا يوجد نظام الشهادات المزدوجة بين جامعة المنيا والجامعات العالمية، وتوصل البحث إلى وضع عدد من التوصيات المقترحة لتدويل التعليم وتحقيق التصور المقترح.

٤) دراسة Adel M. Qatawneh & Manaf Al-Okaily (٢٠٢٤) الدور الوسيط لليقظة التكنولوجية بين البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات وكفاءة نظام AIS^٧.

هدفت الدراسة إلى دراسة الدور الوسيط لليقظة التكنولوجية داخل البنوك التجارية في الأردن في دعم العلاقة بين البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات (الأجهزة والبرامج والشبكات والأمن والصيانة وجودة المعلومات وقابلية التشغيل البيئي) وكفاءة أنظمة المعلومات المحاسبية (AIS)، وذلك من خلال دراسة ميدانية على ١٦١ مفردة من مديراً مالياً ومحاسبياً داخل البنوك التجارية في الأردن. وتوصلت النتائج إلى أن اليقظة التكنولوجية تتوسط العلاقة بين البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات وكفاءة أنظمة المعلومات المحاسبية؛ وهي تستند إلى فكرة أن استخدام البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات، مثل الشبكات والأجهزة والبرامج.

٥) دراسة بسام حسن وآخرون (٢٠٢٤) بعنوان دور اليقظة التكنولوجية في تحقيق ريادة الأعمال: دراسة ميدانية على شركات صناعة الأدوية في الساحل السوري.^٨

هدفت الدراسة إلى الكشف عن العلاقة بين اليقظة التكنولوجية في تحقيق أبعاد ريادة الأعمال والمتمثلة (الابتكار، الاستقلالية، المخاطرة) في شركات صناعة الأدوية في الساحل السوري، واعتمدت الدراسة على الاستبانة وتم توزيعها على عينة قوامها ٨٥ مفردة.

وتوصلت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة معنوية بين اليقظة التكنولوجية في تحقيق ريادة الأعمال في الشركات محل البحث، كما أشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة معنوية بين تطبيق اليقظة التكنولوجية في تحقيق أبعاد ريادة الأعمال والمتمثلة في (الابتكار - الاستقلالية - المخاطرة) في الشركات محل الدراسة .

٥) دراسة Mahdi & Hammad (٢٠٢١) بعنوان دور اليقظة التكنولوجية في تحقيق الميزة التنافسية في التعليم الجامعي لدى أعضاء هيئة التدريس بجامعة الأقصى.^٩

هدفت دراسة إلى معرفة أثر اليقظة التكنولوجية على تحقيق الميزة التنافسية (التكلفة، المرونة، الجودة) في التعليم الجامعي من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس بجامعة الأقصى، وذلك من خلال دراسة ميدانية على عينة قوامها (٦٧) عضواً بجامعة الأقصى.

أشارت نتائج الدراسة إلى وجود تأثير إيجابي لليقظة التكنولوجية على تحقيق الميزة التنافسية في التعليم الجامعي بين أعضاء هيئة التدريس بجامعة الأقصى، كما أن الجامعات يمكنها تعزيز الميزة التنافسية من خلال تطوير استراتيجيات وخطط تتعامل باحترافية مع اليقظة التكنولوجية وأنظمة التكنولوجيا من أجل دعم القرارات الاستراتيجية.

ثانياً الدراسة المتعلقة بالإبداع الإداري:-

١) دراسة Ayedh & Hasan (٢٠٢٥) بعنوان أثر رأس المال الفكري على الإبداع الإداري في الجامعات اليمنية الخاصة.^{١٠}

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد أثر رأس المال الفكري على الإبداع الإداري في الجامعات اليمنية الخاصة بالعاصمة صنعاء، اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتم تطبيق الاستبيان على عينة عشوائية طبقية من ٢٠١ فرداً.

وتوصلت الدراسة إلى أن الجامعات اليمنية الخاصة تولي اهتماماً كبيراً لتوفير رأس المال الفكري وممارسة الإبداع الإداري بالإضافة إلى ذلك، فإن رأس المال الفكري بجميع أبعاده له تأثير كبير على

الإبداع الإداري في الجامعات اليمنية الخاصة، كما وجد أن بُعد رأس المال الهيكلي كان له التأثير الأكبر على الإبداع الإداري، بينما كان لرأس المال البشري التأثير الأقل.

(٢) دراسة أبرار عدنان (٢٠٢٥) بعنوان واقع الابداع الإداري لدى مديرات رياض الأطفال بدولة الكويت^{١١}.

هدفت الدراسة إلى التوصل إلى واقع الابداع الإداري لدى مديرات رياض الأطفال في دولة الكويت، وكذلك التوصل إلى عدد من الآليات المقترحة لتحسين الأداء الإداري لدى مديرات رياض الأطفال في دولة الكويت في ضوء مدخل الإبداع الإداري، وتم استخدام المنهج الوصفي وأداته الاستبانة نظراً واقتصرت الدراسة الحالية على عينة ممثلة من مديرات ومعلمات مؤسسات رياض الأطفال بالكويت.

وتوصلت نتائج الدراسة إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات منخفضي ومتوسطي الخبرة في الحساسية للمشكلات والاحتفاظ بالاتجاه والطلاقة وقبول المخاطرة والتحليل والربط، مع ضرورة العمل على تنمية القدرة الإدارية لمؤسسات رياض الأطفال و تبني فلسفة التخطيط الاستراتيجي، مع التركيز على أسلوب فريق العمل والتعاون بين مديرات رياض الأطفال والمعلمات وتقصي مواطن الضعف والصراع داخل مؤسسات رياض الاطفال وابتكار حوافز جديدة ودائمة للجهود الفردية والجماعية للعاملين بمؤسسة رياض الأطفال.

(٣) دراسة صباح سويلم عويظه البلوي، يوسف بن عبدالله العنزي (٢٠٢٥) بعنوان دور الإبداع الإداري للقيادات الأكاديمية في تحسين الميزة التنافسية بجامعة تبوك^{١٢}.

هدفت الدراسة إلى التعرف على درجة ممارسة القيادات الأكاديمية للإبداع الإداري، والتعرف على درجة التحقق للميزة التنافسية بجامعة تبوك، كما هدفت إلى معرفة دور الإبداع الإداري للقيادات الأكاديمية في تحسين الميزة التنافسية بجامعة تبوك من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس بجامعة تبوك، واستخدمت الدراسة الاستبانة كأداة لها وقد أجاب على العينة ٣٥٤ عضواً من أعضاء هيئة التدريس بجامعة تبوك.

وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباط إيجابية وقوية بين ممارسة القيادات الأكاديمية للإبداع الإداري ودرجة تحقق الميزة التنافسية بجامعة تبوك بمعامل ارتباط (٠,٦١٩)، كما توصلت الدراسة إلى ممارسة القيادات الأكاديمية للإبداع الإداري بجامعة تبوك بأبعاده (الأصالة، المرونة، الطلاقة، حساسية المشكلات) بدرجة متوسطة، وقد جاءت درجة تحقق الميزة التنافسية بجامعة تبوك لمجالات (الجودة في التعليم والتدريس، البحث العلمي، خدمة المجتمع) بدرجة تحقق متوسطة، كما توصلت

الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (a£0.05) بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة حول درجة تحقق الميزة التنافسية بجامعة تبوك في جميع الأبعاد لمتغير الجنس لصالح الذكور.

(٤) دراسة علي جابر أحمد (٢٠٢٥) بعنوان دور الإبداع الإداري في تعزيز التميز المؤسسي: دراسة ميدانية على السلطات الحكومية بجدة^{١٣}.

هدفت الدراسة إلى الكشف عن تأثير الإبداع الإداري على التميز المؤسسي المتمثل في (التميز في الموارد البشرية-التميز في تقديم الخدمة- التميز القيادي) في المستشفيات الحكومية في جدة. وقد كشفت الدراسة أن المستشفيات العامة في جدة تواجه تحديات في تبني الإبداع الإداري بشكل كامل، إذ لوحظ أن الثقافة التنظيمية في بعض المستشفيات لا تشجع بشكل كافٍ على طرح أفكار جديدة أو تقبل المخاطر المحسوبة، كما وُجد أن مستوى الحساسية للمشكلات والمرونة في التعامل مع التغييرات كان متواضعًا في بعض الأقسام، مما يعكس الحاجة إلى تطوير هذه المهارات لدى الموظفين. وتوصي الدراسة بضرورة تطوير ثقافة تنظيمية تدعم الإبداع في المستشفيات العامة من خلال تشجيع الأفكار الجديدة، وتقبل المخاطر المحسوبة، وتبني التغيير الإيجابي.

(٥) دراسة Massada et al (٢٠٢٤) بعنوان أثر تطبيق عناصر الإبداع الإداري في تحسين جودة الخدمات في مركز وزارة التربية والتعليم^{١٤}.

هدفت الدراسة إلى الكشف عن أثر دمج عناصر الإبداع الإداري على تحسين جودة الخدمة، وذلك من خلال دراسة ميدانية على عينة قوامها ٢٥٥ موظفًا وموظفة يعملون في قطاع الإدارة العامة. وتوصلت الدراسة إلى أن أبعاد الإبداع الإداري (الطلاقة، والمرونة، وروح المخاطرة، والقدرة التحليلية) لها تأثير ذو دلالة إحصائية على جودة الخدمات في مركز وزارة التربية والتعليم الأردنية، وتشير النتائج إلى أن الإبداع الإداري يؤثر بشكل كبير على جودة الخدمة، ويساهم في تحسينها. علاوة على ذلك، و توجد علاقة إيجابية قوية بين جوانب الإبداع الإداري وجودة الخدمة.

(٦) دراسة Muhammad MASALHA (٢٠٢٤) بعنوان الإبداع الإداري لدى مديري المدارس الابتدائية في حيفا في الداخل الفلسطيني وعلاقته بمستوى الثقافة التنظيمية من وجهة نظر المعلمين.^{١٥}

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن مدى ممارسة مديري المدارس الابتدائية في قضاء حيفا بالداخل الفلسطيني للإبداع الإداري وعلاقته بمستوى الثقافة التنظيمية لدى المعلمين، وقد استخدم المنهج الوصفي، واعتمدت الدراسة على الاستبيان الذي تم توزيعه على عينة قوامها (٣٨٦) معلمًا ومعلمة.

وتوصلت الدراسة إلى أن درجة ممارسة مديري المدارس الأساسية في قضاء حيفا في الداخل الفلسطيني للإبداع الإداري ومجالاته (كالطلاقة) جاءت في المرتبة الأولى بدرجة تقييم مرتفعة، تلتها الأصالة بدرجة تقييم مرتفعة، بينما جاءت بعد المرونة في المرتبة الثالثة بدرجة تقييم مرتفعة، وفي المرتبة الأخيرة جاءت بعد الحساسية للمشكلات، وأظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مجالات الإبداع الإداري تعزى لمتغيرات الجنس والخبرة والمؤهل العلمي، كما أظهرت النتائج أن مستوى الثقافة التنظيمية لدى المعلمين جاء بدرجة تقييم مرتفعة في جميع أبعادها.

٧) دراسة Suwaidan et al (٢٠٢٤) بعنوان تأثير بيئة العمل على الإبداع الإداري في شركة جيو جلوبال و نيبكو^{١٦}.

هدفت الدراسة إلى فهم وجهات نظر الموظفين بشأن بيئة العمل وتأثيرها على الإبداع الإداري، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وبلغ عينة الدراسة (١٠٠) مشارك من العاملين في شركتي GEO GLOBAL و NIBCO.

وتوصلت الدراسة إلى وهذا يعني أن مستوى الإبداع الإداري في شركة جيو جلوبال و نيبكو بدرجة (موافق) بمتوسط حسابي (٣,٩١) وهذا يعني أن مستوى الإبداع الإداري في شركة جيو جلوبال و نيبكو جاء بدرجة عالية، ووجود تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية لبيئة العمل على الإبداع الإداري، وكذلك يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للهيكل التنظيمي على الإبداع الإداري. كما يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للتدريب على الإبداع الإداري، ويوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للأنظمة والتعليمات على الإبداع الإداري، ويوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للحوافز والمكافآت على الإبداع الإداري.

التعليق على الدراسات السابقة وأوجه الاستفادة منها:-

- بعد عرض الدراسات السابقة تم ملاحظة أن الدراسات الأجنبية أكثر ثراءً وتنوعاً من حيث الأدوات المستخدمة والنظريات العلمية وكذلك المنهج المستخدم عن الدراسات العربية، فكانت أكثر الأدوات المستخدمة هي أداة الاستبانة، وأكثر المناهج المستخدمة منهج المسح الإعلامي بشقه الميداني.

- واستفادت الباحثة من الدراسات السابقة معرفة النظرية التي تتناسب مع موضوع الدراسة وهي نظرية كايزن، كذلك معرفة الأدوات المناسبة والمنهج الدقيق وكذلك صياغة المشكلة البحثية بشكل واضح.

مشكلة الدراسة:

أكدت العديد من الدراسات على أهمية اليقظة التكنولوجية كأسلوب منظم في الإدارة الاستراتيجية ومعالجة مشاكل التنافسية، وفي هذه الدراسة سوف يتم تناول دور اليقظة لدى ممارسي العلاقات العامة

وانعكاسها على الإبداع الإداري لديهم، خاصة في ظل ما تواجهه المنظمات عامة والمؤسسات متعددة الجنسيات خاصة من تحديات كبيرة بسبب التطور التكنولوجي فائق التغير في سوق يتصف ببيئة شديدة التنافسية، ولأن استراتيجيات البقاء والاستمرار والتفوق مفتاح نجاحها قائم على الإبداع الإداري لدري ممارسي العلاقات العامة بما يختلف عن أداء المنافسين، الأمر الذي يستوجب عليه دراسة تلك البيئات المتغيرة ومعرفة أسبابها وكيفية التأثير عليها؛ وبما يفرض عليها تبني الأنظمة التي تراقب وتستفيد من تلك التغيرات ومنها نظام اليقظة التكنولوجية من أجل استخراج الفرص والتهديدات وتزويد المؤسسات متعددة الجنسيات بالمعلومات الاستراتيجية بما يدعم تميز أدائها، ويحقق قراراتها الاستراتيجية، على الرغم من أهمية العلاقة بين متغيرات الدراسة فلم تجد الباحثة -على حد اطلاعها - أي من الدراسات السابقة تناولت موضوع اليقظة التكنولوجية في مجال العلاقات العامة، ومما سبق يمكن صياغة مشكلة الدراسة في السؤال الرئيس التالي:

ما واقع اليقظة التكنولوجية لدى ممارسي العلاقات العامة؟ وكيف انعكاس ذلك على الإبداع الإداري لديهم؟ وما تأثير تطبيق استراتيجيات نظرية كايزن لتحسين العمل على الإبداع الإداري لدى عينة الدراسة؟

نظرية الدراسة:

نظرية كايزن Kaizen Theory :

تُعرف النظرية بأنها إحدى أساليب التظاظوير والتحسين المستمر في كافة جوانب العمل وتعتمد على وضع قواعد التشغيل والتخطيط والتطوير وتقليل الهدر والتطهير وإزالة المعوقات من أجل التميز وحل المشكلات^(١٧)، وكايزن Kaizen مصطلح ياباني مكون من جزئين هما كاي Kai والتي تعني التغيير ، وزن Zen وتعني للأفضل أو للأحسن، وبالتالي فإن مصطلح كايزن يُشير إلى التغيير للأفضل أو إلى الأحسن^(١٨)، ويرى كل من Brunet & New (٢٠٠٣) أن كايزن هي كلمة يابانية تعني التحسين، وكايزن يجسد تعبئة القوى العاملة وتوفير القناة الرئيسية للموظفين للمساهمة في تطوير شركاتهم^(١٩)، وتطبيق منهجية كايزن أدت إلى إحداث تحسينات كبيرة في مقاييس الأعمال الرئيسية، وفي نتائج مهمة للموارد البشرية^(٢٠).

بينما ذكر عبدالرحمن محمد سيد (٢٠١٩) أن استراتيجية كايزن للتحسين المستمر هي فلسفة تعتمد على القدرات المشتركة لكل من الإدارة والعاملين وذلك بهدف تحسين الجودة بشكل مستمر عن طريق تحقيق رغبات العملاء وتطوير المواصفات وتحسين أداء العمليات وإدارة التغيير وفرق العمل^(٢١)، ويضيف lwao (٢٠١٧) على أنه يتكون من ابتكارات العمليات التي تعمل على تحسين كفاءة المهام

والأنشطة المستقلة المتبادلة التي تحقق تقدماً تدريجياً بشكل متكرر والتي تسمى أحياناً الابتكار المستمر (٢٢).

استراتيجيات كايزن (٢٣):-

أ- استراتيجيات وضع قواعد التشغيل:

هي تطلق على مجموعة الإجراءات التي يتم اتخاذها لإنتاج أو تقديم منتج أو خدمة للعملاء والتي يتم الوصول إليها بعد عمليات تطوير مستمرة للوصول لإنجاز الأهداف بأعلى جودة ممكنة دون أي هدر في الوقت أو الموارد أو الجهد.

ب- استراتيجيات خطط - نفذ - راجع - طور:

من أشهر استراتيجيات كايزن وهي تلتقي مع نموذج ديمينج Deming المسمى حلقة ديمينج Deming Cycle ويطلق عليها PDCA للخطوات الأربع التي تتكون منها (Act-Check-Do-Plan) .

أ- استراتيجيات التطهير وإزالة المعوقات في بيئة العمل:-

إن وجود الأشياء غير المهمة والانشغال بها يمثل هدراً للجهد والمال والوقت مما ينعكس سلباً على العمل، وتشمل على خمس خطوات وهم (التصفية - الترتيب - التنظيف - التأكد - وضع معايير) .

د- استراتيجيات القضاء على الهدر:-

يكن جوهر نظرية كايزن في تقليل الهدر قدر الإمكان ويتم ذلك بالقضاء على الأنشطة التي لا تضيف شيئاً للإنتاج كما تؤدي إلى ضياع الثروات بما في ذلك أشكال النفاق والفساد الإداري، ويطلق عليها اليابانيون (مودا) وهي تشتمل على سبعة أشكال وهم هدر الانتظار-هدر النقل-هدر التشغيل-هدر الإنتاج الزائد عن الحد-هدر التخزين-هدر الحركة-هدر الموارد البشرية.

عوامل نجاح فلسفة كايزن (٢٤):-

أ- جود نظام جيد لاقتراحات التحسين يشجع التواصل الفعال بين الإدارة العليا والموظفين على مستوى المؤسسة؛ لأنه يشجع الموظفين على المساهمة بأفكارهم التحسينية بناءً على الخبرة التي اكتسبوها طوال حياتهم العملية.

ب- التزام الإدارة العليا بوجود استراتيجيات وسياسات وأهداف مؤسسية واضحة يمكن أن تحفز ثقافة كايزن في المنظمة .

ت- وجود فرد يطبق فلسفة كايزن في المنظمة الذي يتمتع بفهم شخصي جيد في تطبيق وإدارة كايزن، ورغبة شخصية عالية والالتزام لقيادة أنشطة التحسين المستمر يمكن أن يصبح عامل تغيير حاسم في

المنظمة، بالإضافة إلى امتلاكه سمات التواصل الفعال وإدارة المعرفة، وبالتالي فمن المرجح أن يكون مديرو العمليات الذين يمتلكون هذه المهارات هم الأكثر ملائمة لتنفيذ استراتيجيات كايزن. ث- يعد الهيكل التنظيمي عاملاً مهماً سيؤثر على نتائج تنفيذ كايزن، وقد وجد أن المنظمة ذات الهيكل الأفقي الذي يستخدم العلاقة المخصصة والعضوية الجماعية مع درجة عالية من الاستقلالية والانضباط الذاتي والانفتاح تميل إلى النجاح مقارنة بالمنظمة البيروقراطية.

أهمية الدراسة:-

تتبع أهمية البحث من أهمية اليقظة التكنولوجية كونها نظام يساعد على صناعة القرارات الاستراتيجية الفعالة للمؤسسات عينة الدراسة وذلك من خلال مراقبة وتحليل البيئة التنافسية للمؤسسات متهددة الجنسيات محلياً وإقليمياً عالمياً، واستخلاص الآثار المترتبة الحالية والمستقبلية، وتحديد الفرص والتهديدات بدقة من خلال ما تمده من معلومات استراتيجية دقيقة تمكنه من تميز أدائه المؤسسي في مواجهة التنافسية بشكل أفضل واعتماداً على أسس ومقاييس عملية، حيث تستقي الدراسة الحالية أهميتها من تطور مفاهيم اليقظة التكنولوجية وتقنياتها المختلفة والتي فرضت نفسها على كافة المجالات بصورة عامة وعلى ممارسة العلاقات العامة بصورة خاصة، كذلك المساهمة في تطوير استراتيجيات التدريب المهني في الشركات متعددة الجنسيات، من خلال نتائج البحث التي قد توجه المؤسسات إلى تنمية مهارات ممارسي العلاقات العامة التكنولوجية والإبداعية، وأيضاً سد الفجوة المعرفية في البحوث العربية لموضوع اليقظة التكنولوجية ومدى ارتباطها بتعزيز الإبداع الإداري وكذلك انعكاس هذه اليقظة على تحسين العمل وتطوره بالاعتماد على استراتيجيات كايزن.

أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيسي للدراسة في استقصاء دور اليقظة التكنولوجية لدى ممارسي العلاقات العامة في المؤسسات متعددة الجنسيات وانعكاسها على الإبداع الإداري لديهم في ضوء نظرية كايزن، ويندرج من الهدف الرئيسي مجموعة أهداف فرعية وهي:

- (١) التعرف على مصادر اليقظة التكنولوجية التي تستخدمها المؤسسات عينة الدراسة.
- (٢) الكشف عن مستوى تطبيق المؤسسات عينة الدراسة لأبعاد اليقظة التكنولوجية (البحث والتطوير- الإبداع-المعرفة-تكنولوجيا المعلومات) .
- (٣) تحليل العقبات التي تواجه المؤسسات عينة الدراسة عند تطبيق أبعاد اليقظة التكنولوجية .

- ٤) توضيح واقع الإبداع الإداري لدى ممارسي العلاقات العامة في المؤسسات عينة الدراسة (الأصالة-الطلاقة-المرونة-الحساسية للمشكلات-المخاطرة) .
- ٥) التعرف على مدى تطبيق المؤسسات عينة الدراسة لاستراتيجيات كايزن لتحسين أداء ممارسي العلاقات العامة (وضع التشغيل- التطهير وإزالة المعوقات-القضاء على الهدر-استراتيجية التخطيط والتنفيذ والمراجعة والتطوير) .
- ٦) الكشف عن العلاقة الارتباطية بين تطبيق المؤسسات عينة الدراسة لأبعاد اليقظة التكنولوجية وامتلاك ممارسي العلاقات العامة لعناصر الإبداع الإداري .
- ٧) الكشف عن العلاقة الارتباطية بين تطبيق المؤسسات لاستراتيجيات نظرية كايزن لتحسين العمل وتطويره وانعكاس ذلك على الإبداع الإداري لدى ممارسي العلاقات العامة.
- ٨) الكشف عن العلاقة الارتباطية بين العقبات التي تواجه المؤسسات عينة الدراسة عند تطبيق أبعاد اليقظة التكنولوجية وتأثيرها ذلك على إبداعهم الإداري.

تساؤلات الدراسة:

يتمثل التساؤل الرئيسي للدراسة في ما مستوى تطبيق المؤسسات متعددة الجنسيات لأبعاد اليقظة التكنولوجية وإلى أي مدى ينعكس على مستوى الإبداع الإداري لديهم وذلك في ضوء نظرية كايزن، ويندرج من التساؤل مجموعة التساؤلات الفرعية وهي:-

- ١) ما مصادر اليقظة التكنولوجية التي تستخدمها المؤسسات عينة الدراسة؟
- ٢) ما مستوى تطبيق المؤسسات عينة الدراسة لأبعاد اليقظة التكنولوجية (البحث والتطوير-الإبداع-المعرفة-تكنولوجيا المعلومات) ؟
- ٣) ما العقبات التي تواجه المؤسسات عينة الدراسة عند تطبيق أبعاد اليقظة التكنولوجية ؟
- ٤) ما واقع الإبداع الإداري لدى ممارسي العلاقات العامة في المؤسسات عينة الدراسة (الأصالة-الطلاقة-المرونة-الحساسية للمشكلات-المخاطرة) ؟
- ٥) ما مدى تطبيق المؤسسات عينة الدراسة لاستراتيجيات كايزن لتحسين أداء ممارسي العلاقات العامة (وضع التشغيل- التطهير وإزالة المعوقات-القضاء على الهدر-استراتيجية التخطيط والتنفيذ والمراجعة والتطوير) ؟
- ٦) ما العلاقة الارتباطية بين تطبيق أبعاد اليقظة التكنولوجية في المؤسسات عينة الدراسة وعناصر الإبداع الإداري لدى ممارسي العلاقات العامة؟

(٧) ما العلاقة الارتباطية بين تطبيق أبعاد اليقظة التكنولوجية في المؤسسات عينة الدراسة وتطبيق ممارسي العلاقات العامة لاستراتيجيات نظرية كايزن لتحسين العمل وتطويره ؟

فروض الدراسة:

- (١) توجد علاقة ارتباطية بين تطبيق المؤسسات عينة الدراسة لأبعاد اليقظة التكنولوجية وامتلاك ممارسي العلاقات العامة لعناصر الإبداع الإداري لدى ممارسي العلاقات العامة.
- (٢) توجد علاقة ارتباطية بين تطبيق المؤسسات لاستراتيجيات نظرية كايزن لتحسين العمل وتطويره وانعكاس ذلك على الإبداع الإداري.
- (٣) توجد علاقة ارتباطية بين العقبات التي تواجه المؤسسات عينة الدراسة عند تطبيق أبعاد اليقظة التكنولوجية وتأثير ذلك على إبداعهم الإداري
- (٤) توجد فروق ذات دلالة إحصائية المبحوثين نحو أهمية تحقيق اليقظة التكنولوجية في المؤسسات عينة الدراسة وفقاً لخصائصهم (النوع- المستوى التعليمي).

نوع الدراسة:

تنتمي الدراسة الحالية للدراسات الاستكشافية الوصفية Exploratory Discovery Descriptive Studies فهي استكشافية، لكونها من الدراسات المبكرة التي تسهم في توفير قدر من المعرفة عن اليقظة التكنولوجية لدى ممارسي العلاقات العامة ، كما أنها تسعى لتحديد ماهيتها ومكوناتها وطبيعتها في المؤسسات متعددة الجنسيات ، فضلاً عن اعتبارها وصفية ومن ثم يعتمد هذا الجزء على التساؤلات؛ لسعيها في وصف العلاقات والتأثيرات المتبادلة والوصول إلى نتائج تفسر العلاقات السببية وتأثيراتها وتصنيف البيانات والحقائق التي يتم تجميعها وتسجيلها ثم تفسيرها وتحليلها تحليلًا شاملاً معتمدة على قياس الفروض، حيث تستهدف الدراسة التعرف على تصورات ممارسي العلاقات العامة مجتمع الدراسة واتجاهاتهم نحو اليقظة التكنولوجية وتأثيراتها، وقدرتها على إحداث تغييرات سواء إيجابية أو سلبية على الإبداع الإداري لديهم.

منهج الدراسة:-

اعتمدت الدراسة على منهج المسح Survey Method بشقيه الميداني وذلك من خلال أداة الاستبيان والمقابلات المقننة؛ للحصول على البيانات المتصلة بالظاهرة، عبر المسح بالعينة لممارسي العلاقات العامة، بهدف رصد وتفسير اتجاهاتهم وتصوراتهم نحو اليقظة التكنولوجية وانعكاس ذلك على إبداعهم الإداري.

مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة من ممارسي العلاقات العامة والقيادات العاملين في المؤسسات متعددة الجنسيات، ونظراً لتعذر استخدام أسلوب الحصر الشامل في جمع البيانات الخاصة بالدراسة الحالية لعدة اعتبارات منها الوقت والجهد والتكلفة، فسيتم الاكتفاء بعينة عمدية متاحة قوامها (٢٠٠) مفردة ممثلة لمجتمع الدراسة .

مبررات اختيار العينة:-

تم اختيار الشركات متعددة الدراسة وفق أسس تراعي مدى انفتاحها على التقنيات الحديثة، وكذلك تبنيها لآليات التطوير التكنولوجي في ممارسة أنشطة العلاقات العامة، إلى جانب تنوع طبيعة نشاطها بما يعكس إمكانية رصد انعكاسات اليقظة التكنولوجية على مستويات الإبداع الإداري داخل بيئاتها التنظيمية.

أدوات الدراسة:

ستعتمد الدراسة في جمع البيانات على أداة الاستبيان، والتي ستُعد في ضوء المشكلة البحثية وأهدافها؛ لتحديد اتجاهات ممارسي العلاقات العامة والقيادات نحو اليقظة التكنولوجية في هيئة المؤسسات متعددة الجنسيات وانعكاس ذلك على الإبداع الإداري لديهم، بالإضافة إلى أداة المقابلة، وهي أسلوب يعتمد على مقابلة المبحوثين والحصول على المعلومات والبيانات، والتي دعمت إجابات المبحوثين في تفسير الظاهرة، وتعميق نتائج الدراسة، وسيتم صياغة أسئلة تلك الأدوات وفقاً لعدة محاور ترتبط بمشكلة الدراسة وأهدافها، بحيث يتضمن كل محور منها مجموعة من الأسئلة بهدف الوصول إلى إجابات دقيقة.

المفاهيم الاصطلاحية للدراسة:

اليقظة التكنولوجية Technological Alertness

تُعرف اليقظة التكنولوجية على أنها الرصد والتتبع لكل جديد في الميدان التكنولوجي الذي يهتم الشركات والمؤسسات، والكشف عن التطورات والمستجدات في البيئة العلمية والتقنية والتكنولوجية من خلال تتبع المعلومات وجمعها من مصادرها الأصلية، وتنظيمها وتحليلها ونشرها لمركز اتخاذ القرار^(٢٥).

الإبداع الإداري Administrative Creativity :-

وهو الوصول إلى طريقة غير مألوفة للقدرة على حل المشكلات بأساليب جديدة، أو تنظيم الأفكار في بناء جديد انطلاقاً من عناصر موجودة، وقد يكون الابتكار منتجاً جديداً أو مرحلة عملية إنتاج جديدة أو تطبيقاً جديداً لمجموعة من الوسائل والأساليب في العمل (٢٦).

وتُعرف أيضاً بأنها الوصول إلى طريقة غير مألوفة للقدرة على حل المشكلات بأساليب جديدة، أو تنظيم الأفكار في بناء جديد انطلاقاً من عناصر موجودة، وقد يكون الابتكار منتجاً جديداً أو مرحلة عملية إنتاج جديدة أو تطبيقاً جديداً لمجموعة من الوسائل والأساليب في العمل (٢٧).

المفاهيم الإجرائية للدراسة:-

اليقظة التكنولوجية technological vigilance :-

تتمثل في رصد ممارسي العلاقات العامة بهيئة المؤسسات متعددة الجنسيات وبشكل مستمر للمستجدات التكنولوجية العالمية بالسوق التكنولوجي من خلال تحديد الفرص والتهديدات والتغيرات التي تطرأ عليه، للحد من المفاجآت المتعلقة بالتطورات التكنولوجية.

الإبداع الإداري Administrative Creativity :-

تتمثل في مدى قدرة ممارسي العلاقات العامة بهيئة المؤسسات متعددة الجنسيات على حل المشكلات بأساليب جديدة، وفهم ودراسة المتغيرات المحيطة وكيفية التكيف معها بما يخدم أهداف الهيئة وتقديم أفضل الخدمات للمستخدم في ظل بيئة شديدة المنافسة.

نتائج الدراسة:-

ارتكزت الدراسة الميدانية على عينة مكونة من (٢٠٠) مفردة من ممارسي العلاقات العامة والقائمين بالاتصال في الشركات متعددة الجنسيات العاملة في مصر، وتم اختيار العينة بأسلوب عمدي (غرضي) بهدف انتقاء المبحوثين الذين تتوافر لديهم السمات المرتبطة بموضوع الدراسة، ولاسيما تلك المتعلقة بمستوى اليقظة التكنولوجية وقدرتهم على مواكبة المستجدات الرقمية وتوظيفها في بيئة العمل، وقد استبعدت المفردات التي لا تنطبق عليها هذه المعايير، بما يضمن انسجام العينة مع أهداف البحث، وجمعت الباحثة البيانات خلال فترة ثلاثة أشهر امتدت من فبراير ٢٠٢٥م حتى نهاية مايو ٢٠٢٥م.

وتوضح الجداول التالية توصيف عينة الدراسة (الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة):

جدول (١)

الشركات عينة الدراسة

م	اسم الشركة	مجال عمل الشركة / نوعية الشركة	عدد المفردات
١	نستلة مصر	صناعات غذائية	٩
٢	شيبسي مصر	صناعات غذائية	١١
٣	آرما	صناعة غذائية	١٣
٤	كوكاكولا مصر	مشروبات غازية	١٦
٥	بيبيسي مصر	مشروبات غازية	١٤
٦	ماكدونلدز مصر	مطعم	٦
٧	كنتاكي مصر	مطعم	٩
٨	فندق هيلتون مصر	سلسلة فنادق عالمية	١٥
٩	فندق شيراتون مصر	سلسلة فنادق عالمية	١٣
١٠	شركة فورد	السيارات	٨
١١	شوفرلية مصر	السيارات	٧
١٢	جي بي كورب (GB Corp)	السيارات	٧
١٣	WE (المصرية للاتصالات)	الاتصالات	١٣
١٤	فودافون مصر	الاتصالات	١١
١٥	شركة جلاكسو للأدوية	الأدوية	٩
١٦	نوفارتس مصر للأدوية	الأدوية	٨
١٧	بنك قطر الوطني	البنوك	١٠
١٨	بنك HSBC	البنوك	٩

اليقظة التكنولوجية لدى ممارسي العلاقات العامة وانعكاسها على ابتكارهم الإداري

١٩	إيفون Avon	مستحضرات تجميل	٥
٢٠	أوريفلام Oriflame	مستحضرات تجميل	٧
٢٠٠	المجموع		

جدول رقم (٢)

توزيع المبحوثين وفقاً للنوع

النوع	ك	%
ذكر	١٠٩	٥٤,٥%
أنثى	٩١	٤٥,٥%
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠%

يتضح من بيانات الجدول السابق أن أكثر عينة الدراسة من ممارسي العلاقات العامة من الذكور بواقع ١٠٩ مفردة بنسبة ٥٤,٥%، و ٩١ مفردة من الإناث بواقع ٤٥,٥% .

جدول رقم (٣)

توزيع المبحوثين وفقاً للعمر

السن	ك	%
من ٣١ إلى ٤٠	١١١	٥٥,٥%
من ٤١ إلى ٥٠	٦٨	٣٤%
من ٢٢ إلى ٣٠	٢١	١٠,٥%
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠%

يتضح من بيانات الجدول السابق أن أكثر عينة الدراسة من الذين تتراوح أعمارهم من ٣١-٤٠ سنة بنسبة ٥٥,٥%، تليها الذين تتراوح أعمارهم ٤١-٥٠ سنة بنسبة ٣٤%، ثم الذين تتراوح أعمارهم من ٢٢-٣٠ سنة بنسبة ١٠,٥% .

جدول رقم (٤)

توزيع المبحوثين وفقاً للمستوى التعليمي

اليقظة التكنولوجية لدى ممارسي العلاقات العامة وانعكاسها على ابتكارهم الإداري

المؤهل الدراسي	ك	%
مؤهل عالي	١٧٣	%٨٦,٥
دراسات عليا	٢٧	%١٣,٥
الإجمالي	٢٠٠	%١٠٠

يتضح من بيانات الجدول السابق أن أكثر عينة الدراسة من أصحاب المؤهلات العليا بنسبة ٨٦,٥%، ثم أصحاب الدراسات العليا بنسبة ١٣,٥%.

جدول رقم (٥)

يوضح مدى اهتمام الشركات عينة الدراسة بتحسين أداء ممارسي العلاقات العامة تكنولوجياً

مدى الاهتمام	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
تهتم بدرجة كبيرة	١٨٤	%٩٢	٢,٩٢	٠,٢٧
تهتم بدرجة متوسطة	١٦	%٨		
لا تهتم أبداً	_____	_____		
الإجمالي	٢٠٠	%١٠٠		

يتضح من بيانات الجدول السابق أن النسبة الأكبر من عينة الدراسة ترى أن الشركات عينة الدراسة تهتم بتحسين أداء ممارسي العلاقات العامة تكنولوجياً بدرجة كبيرة وذلك بنسبة ٩٢%، بينما نسبة ٨% فقط من ترى أنها تهتم بدرجة متوسطة.

جدول رقم (٦)

يوضح المصادر التي اعتمدت عليها الشركات عينة الدراسة لكي تكون لديها يقظة تكنولوجية

م	مصادر اليقظة التكنولوجية	ك	%	الترتيب
١	التحليل الدقيق للمنافسين المحليين والعالميين لمعرفة مدى تطورهم التكنولوجي ومن ثم مواكبتهم.	١٥٢	%١٨,٩	٢
٢	من خلال الاتصالات المستمرة والمشاركة في الملتقيات العلمية والأكاديمية.	٨٧	%١٠,٨	٦
٣	متابعة أحدث التقنيات في مجال الصناعة وتقييم إمكانية تطبيقها.	١٠٥	%١٣	٥

اليقظة التكنولوجية لدى ممارسي العلاقات العامة وانعكاسها على ابتكارهم الإداري

٤	رصد التحديثات البرمجية، الأمن السيبراني، وحلول الأتمتة.	١١٦	١٤,٤%	٤
٥	التعاون مع مختبرات الابتكار والجامعات للحصول على دراسات حديثة.	٤٣	٥,٣%	٧
٦	مراقبة ابتكارات المنافسين وتحليل منتجاتهم الجديدة.	١٦٦	٢٠,٦%	١
٧	التعاون مع شركات ناشئة (Startups) أو حاضنات أعمال لمواكبة الابتكارات.	١٣٧	١٧%	٣
مجموع الإجابات (سُمح للمبحوث أكثر من إجابة)		٨٠٦	١٠٠%	

يتضح من بيانات الجدول السابق أن المصادر التي تعتمد عليها المؤسسات عينة الدراسة متعددة ولكن جاء في المرتبة الأولى (مراقبة ابتكارات المنافسين وتحليل منتجاتهم الجديدة) بنسبة ٢٠,٦%، وفي المرتبة الثانية (التحليل الدقيق للمنافسين المحليين والعالميين لمعرفة مدى تطورهم التكنولوجي ومن ثم مواكبتهم) بنسبة ١٨,٩%، وفي المرتبة الثالثة (التعاون مع شركات ناشئة (Startups) أو حاضنات أعمال لمواكبة الابتكارات) بنسبة ١٧%، وفي المرتبة الرابعة (رصد التحديثات البرمجية، الأمن السيبراني، وحلول الأتمتة) بنسبة ١٤,٤%، وفي المرتبة الخامسة (متابعة أحدث التقنيات في مجال الصناعة وتقييم إمكانية تطبيقها) بنسبة ١٣%، وفي المرتبة السادسة (من خلال الاتصالات المستمرة والمشاركة في الملتقيات العلمية والأكاديمية) بنسبة ١٠,٨%، وفي المرتبة السابعة والأخيرة (التعاون مع مختبرات الابتكار والجامعات للحصول على دراسات حديثة) بنسبة ٥,٣%.

جدول رقم (٦)

أبعاد اليقظة التكنولوجية من وجهة نظر عينة الدراسة

الاجمالي				الاجمالي (ن = ٢٠٠)						
				أبدًا		أحيانًا		دائمًا		
ت	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	%	ك	%	ك	%	ك	أبعاد اليقظة التكنولوجية

اليقظة التكنولوجية لدى ممارسي العلاقات العامة وانعكاسها على ابتكارهم الإداري

٣	٢٤,٨٢	٦٠,٩	٢,٦	%٦,٥	١٣	%٢٧	٥٤	%٦٦,٥	١٣٣	تعمل المؤسسة دائماً على البحث عن حلول للمشاكل التي تعرقل تطورها.
		٦٩,٨	٢,٦٧	%٥,٥	١١	%٢٢	٤٤	%٧٢,٥	١٤٥	إن تطبيق مهارات التحسين المستمر في العمل له دور إيجابي في زيادة مستوى الإنتاجية.
		٧٧,٣	٢,٧٣	%٣,٥	٧	%١٩,٥	٣٩	%٧٧	١٥٤	تهتم المؤسسة بالبحث عن الفرص والتحديات ونقاط قوة وضعف المؤسسة.
		٩٨,٩	٢,٥٤	%٠	— — —	%١٥	٣٠	%٨٥	١٧٠	تقوم المؤسسة بمتابعة أنشطة المنافسين لمواكبة تطورات السوق.
		٩٠,٥	٢,٦٢	%٠	— — —	%١٨	٣٦	%٨٢	١٦٤	تطوير المنتجات والخدمات التي تقدمها المؤسسة يعزز ميزتها التنافسية.
١٣,١٦										المتوسط المرجح
٤	٢٤,٣٣	٤٩,٥	٢,٤٩	%٨,٥	١٧	%٣٣,٥	٦٧	%٥٨	١١٦	تقوم المؤسسة باستقطاب ممارسي العلاقات العامة المبدعين للعمل فيها.
		١٠٧,٥	٢,٥٤	%٠	— — —	%١٢	٢٤	%٨٨	١٧٦	تسمح المؤسسة لممارسي العلاقات العامة بتقديم آرائهم ومقترحاتهم بكل حرية

اليقظة التكنولوجية لدى ممارسي العلاقات العامة وانعكاسها على ابتكارهم الإداري

										لتطوير خدماتها.
		٤٣,٧	٢,٩٢	%١٨,٥	٣٧	%٤٣,٥	٨٧	%٦٢	١٢٤	تهتم المؤسسة بتنفيذ آراء وأفكار ممارسي العلاقات العامة.
		٣٤,٩	٢,٣٤	%١٤	٢٨	%٣٨	٧٦	%٤٨	٩٦	تقدم المؤسسة مكافآت مالية لرفع معنويات ممارسي العلاقات العامة المبدعين.
		٦١,٣	٢,٦١	%٦	١٢	%٢٧,٥	٥٥	%٦٦,٥	١٣٣	تدعم الإدارة العليا المبدعين وتشجعهم على تبني أفكار جديدة في العمل.
١٢,٩٠										المتوسط المرجح
٢	٢٥,٣٥	٧٤,٥	٢,٦٩	%٧	١٤	%١٧	٣٤	%٧٦	١٥٢	أصبحت المعرفة مورداً مهماً لنجاح المؤسسات حالياً.
		٨٨,٢	٢,٨١	%٣,٥	٧	%١٢,٥	٢٥	%٨٤	١٦٨	المعرفة تخلق بيئة عمل ناضجة قادرة على مواجهة التحديات التي تواجه المؤسسة والعمل على تقوية نقاط ضعفها.
		١٢٤,٥	٢,٥٤	%٠	— — —	%٦	١٢	%٩٤	١٨٨	تحت المؤسسة ممارسي العلاقات العامة على التعمق في معرفة ظروف المؤسسة من ناحية معرفة نوعية الجمهور المستهدف وتفضيلاته واحتياجاته

اليقظة التكنولوجية لدى ممارسي العلاقات العامة وانعكاسها على ابتكارهم الإداري

										السوق.
		٩٤,٢	٢,٨٦	%٢	٤	%١٠,٥	٢١	%٨٧,٥	١٧٥	يجب على ممارسي العامة معرفة نقاط قوة وضعف المنافسين وحجم مواردهم المالية ومدى استحوادهم على السوق.
		١١٧,٤	٢,٥٤	%٠	— — —	%٨,٥	١٧	%٩١,٥	١٨٣	يجب تطوير أساليب التواصل مع العملاء لأنهم أفضل مصدر للمعرفة وإمداد العاملين بالمعلومات اللازمة.
١٣,٤٤										المتوسط المرجح
١	٢٥,٤٩	٨١,١	٢,٧٤	%٦,٥	١٣	%١٣,٥	٢٧	%٨٠	١٦٠	تراقب المؤسسة الوسائل والأجهزة التكنولوجية لدى المؤسسات المنافسة لتوفرها للمؤسسة حتى لمواكبة التطور التكنولوجي.
		٩٨,٣	٢,٨٨	%٢	٤	%٨	١٦	%٩٠	١٨٠	تخصص المؤسسة وحدة خاصة بالتكنولوجية لتحديث الأجهزة الرقمية في المؤسسة بشكل مستمر.
		٨٨,٩	٢,٨	%٤,٥	٩	%١١	٢٢	%٨٤,٥	١٦٩	تهتم المؤسسة بعقد دورات وندوات لتدريب ممارسي العلاقات العامة وتنمية مهاراتهم التكنولوجية.

التكنولوجيا والمعلومات

اليقظة التكنولوجية لدى ممارسي العلاقات العامة وانعكاسها على ابتكارهم الإداري

		توفر المؤسسة موارد مالية لتطوير الأجهزة والمعدات الرقمية في المؤسسة.							١٣٢	٦٦%	٤٧	٢٣,٥%	٢١	١٠,٥%	٢,٥٦	٥٨,١
		توظف المؤسسة جميع التطبيقات التكنولوجية مثل مواقع التواصل الاجتماعي لخدمة أهداف المؤسسة.							١٩٣	٩٦,٥%	٧	٣,٥%	— — —	٠%	٢,٥٤	١٣١,٥
المتوسط المرجح										١٣,٥٢						

يتضح من بيانات الجدول السابق أن بعد (تكنولوجيا المعلومات) هو أكثر أبعاد اليقظة التكنولوجية التي تهتم المؤسسات متعددة الجنسيات بتطبيقها وذلك بمتوسط مرجح بلغت قيمته ١٣,٥٢، وجاء في المرتبة الثانية بعد (المعرفة) وذلك بمتوسط حسابي ١٣,٤٤، وجاء في المرتبة الثالثة بعد (البحث والتطوير) بمتوسط مرجح ١٣,١٦، وفي المرتبة الأخيرة بعد (الإبداع) بمتوسط مرجح ١٢,٩، وهذا يدل على أن الشركات عينة الدراسة تهتم بشكل أكبر بالجانب التقني والمعرفي أكثر من الجانب الابتكاري، مما يدل أيضاً على أن البنية التحتية التكنولوجية قوية لهذه الشركات، لكنها تحتاج إلى تحفيز العملية الإبداعية لدى ممارسي العلاقات العامة.

جدول رقم (٧)

يوضح العقبات التي يمكن أن تواجه الشركات عينة الدراسة عند تحقيق اليقظة التكنولوجية

م	أهمية اليقظة التكنولوجية	الإجمالي (ن = ٢٠٠)						الاجمالي	
		موافق		محايد		غير موافق			
		ك	%	ك	%	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
١	قلة الموارد البشرية ذات الكفاءة التكنولوجية في المؤسسة.	٩٥	٤٧,٥%	١٠١	٥٠,٥%	٤	٢%	٢,٥	٧٢,٨
٢	عدم اهتمام الإدارة العليا بآراء ومقترحات ممارسي العلاقات	٤٨	٢٤%	٩٥	٤٧,٥%	٥٧	٢٨,٥%	١,٨	٤٧,٨

اليقظة التكنولوجية لدى ممارسي العلاقات العامة وانعكاسها على ابتكارهم الإداري

									العامة وإشراكهم في اتخاذ القرار وغياب روح الفريق.
٣	٧٥	%٣٧,٥	٩٥	%٤٧,٥	٣٠	%١٥	٢٤,٤	٦١,٣	٢
٤	٥٨	%٢٩	١١١	%٥٥,٥	٣١	%١٥,٥	٢٤,٢	٥٦,٨	٤
٥	٦٧	%٣٣,٥	٩٣	%٤٦,٥	٤٠	%٢٠	٢,٣	٥٦,٨	٣
٦	٧٣	%٣٦,٥	٧٥	%٣٧,٥	٥٢	%٢٦	٢,١	٥٥,٣	٥
٧	٤٩	%٢٤,٥	١٠١	%٥٠,٥	٥٠	%٢٥	١,٩	٤٩,٨	٦

يتضح من بيانات الجدول السابق أن المؤسسات عينة الدراسة تواجه العديد من العقبات عند تطبيق أبعاد اليقظة التكنولوجية ولكن جاء في المرتبة الأولى (قلة الموارد البشرية ذات الكفاءة التكنولوجية في المؤسسة) بمتوسط حسابي ٢,٥ ، ثم في المرتبة الثانية (تساهل الأشخاص المكلفين بالحصول على المعلومات وعدم جديتهم في معرفة ظروف البيئة المحيطة سواء بالمؤسسة أو المؤسسات المنافسة) بمتوسط حسابي ٢,٤ ، ثم في المرتبة الثالثة (عزوف ممارسي العلاقات العامة عن المشاركة في إحداث عملية اليقظة التكنولوجية وعدم المشاركة في تحمل المسؤوليات) بمتوسط حسابي ٢,٣ ، وجاءت فقرة (عدم إدراج اليقظة التكنولوجية كأولوية في رؤية المؤسسة ورسالتها) بمتوسط حسابي ٢,٢ في

اليقظة التكنولوجية لدى ممارسي العلاقات العامة وانعكاسها على ابتكارهم الإداري

المرتبة الرابعة، ثم في المرتبة الخامسة فقرة (عدم وجود مصدر رسمي للمعلومات الخاصة بالتطورات التكنولوجية للمنافسين فبعض العاملين ينشرون الإشاعات للتأثير على المنافسين) بمتوسط حسابي ٢,١، ثم في المرتبة السادسة (عدم اهتمام المؤسسة بتطوير مهارات ممارسي العلاقات العامة وقدراتهم الإبداعية) بمتوسط حسابي ١,٩، بينما جاءت فقرة (عدم اهتمام الإدارة العليا بآراء ومقترحات ممارسي العلاقات العامة وإشراكهم في اتخاذ القرار وغياب روح الفريق) في المرتبة السابعة والأخيرة بمتوسطة حسابي ١,٨، وهذه العقبات تتنوع ما بين عقبات بشرية وعقبات تكنولوجية وعقبات مادية مما يدل على ضرورة اتخاذ المؤسسات عينة الدراسة الإجراءات اللازمة لتخطي هذه العقبات.

جدول رقم (٨)

يوضح إلى أي مدى نجحت الشركات عينة الدراسة في تحقيق اليقظة التكنولوجية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	%	ك	مدى نجاح الشركات
٠,٤٧	٢,٦٨	٦٨%	١٣٦	نجحت بدرجة كبيرة
		٣٢%	٦٤	نجحت بدرجة متوسطة
		_____	_____	لم تتجح أبدًا
		١٠٠%	٢٠٠	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق أن عينة الدراسة اتفقت بنسبة ٦٨% على مدى نجاح الشركات عينة الدراسة في تحقيق اليقظة التكنولوجية بنسبة كبيرة وهي النسبة الأكبر، بينما اتفقت نسبة ٣٢% على أنها نجحت لكن بدرجة متوسطة.

جدول رقم (٩)

يوضح مدى اتفاق أو اختلاف عينة الدراسة مع عناصر الإبداع الإداري

الاجمالي				الاجمالي (ن = ٢٠٠)						
				أبدًا		أحيانًا		دائمًا		
ت	الوزن النسبي	الانحرا ف المعيار ي	المتوسط الحسابي	%	ك	%	ك	%	ك	عناصر الإبداع الإداري

اليقظة التكنولوجية لدى ممارسي العلاقات العامة وانعكاسها على ابتكارهم الإداري

المتوسط المرجح										
١	٢٢,٦	٠,٥٥	٢,٧٥	%٦	١٢	%١٣,٥	٢٧	%٨٠,٥	١٦١	أستطيع إنتاج كم كبير من الأفكار بطلاقة في وقت محدد.
		٠,٥٠	٢,٧٧	٤,٥ %	٩	%١٣,٥	٢٧	%٨٢	١٦٤	أستطيع أن أفكر بسرعة في ظروف العمل المختلفة.
		٠,٤٦	٢,٨٢	٤,٥ %	٩	%٩	١٨	%٨٦,٥	١٧٣	لدي القدرة على صياغة الأفكار بشكل واضح ومفهوم للآخرين.
		٠,٣٥	٢,٨٩	١,٥ %	٣	%٧,٥	١٥	%٩١	١٨٢	لدي القدرة على اقتراح العديد من الحلول لمشكلات العمل.
		٠,٥١	٢,٨٣	%٦	١٢	%٤,٥	٩	%٨٩,٥	١٧٩	أؤمن أن طلاقة التفكير تساهم في تطور العمل وازدهاره.
١٤,٠٦										
٣	١٩,٣	٠,٨٠	٢,١٣	%٢٦,٥	٥٣	%٣٤,٥	٦٩	%٣٩	٧٨	أستطيع إنتاج الكثير من الأفكار الجديدة والخارجة عن المألوف.
		٠,٦٥	٢,٤٣	%٩	١٨	%٣٩	٧٨	%٥٢	١٠٤	لا أحب أداء العمل بطريقة روتينية.
		٠,٧١	٢,٥٤	%١٢,٥	٢٥	%٢١,٥	٤٣	%٦٦	١٣٢	أستطيع إنجاز ما يُسند إلي من أعمال بشكل إبداعي.

اليقظة التكنولوجية لدى ممارسي العلاقات العامة وانعكاسها على ابتكارهم الإداري

		٠,٧٩	٢,٤٤	%١٨,٥	٣٧	%١٩	٣٨	%٦٢,٥	١٢٥	لدي مهارة إدارة الحوار والنقاش.
		٠,٧٢	٢,٤٧	%١٣,٥	٢٧	%٢٦,٥	٥٣	%٦٠	١٢٠	أعمل دوماً على تطوير مهارات التفكير الإبداعي لدي.
١٢,٠١										المتوسط المرجح
٤	١٩,٢	٠,٧٨	٢,٢٥	%٢١	٤٢	%٣٣	٦٦	%٤٦	٩٢	لدي القدرة على رؤية الأشياء من زوايا مختلفة.
		١,٥٦	٢,٤٧	%١٤	٢٨	%٣٥	٧٠	%٥١	١٠٢	أفضل إحداث العديد من التغيرات على طرق عملي وتفكيري كل فترة.
		٠,٦٧	٢,٥٦	%٩	١٨	%٢٦,٥	٥٣	%٦٤,٥	١٢٩	أفضل الاستماع لآراء الآخرين للاستفادة منها.
		٠,٧٣	٢,٤٢	%١٤,٥	٢٩	%٢٩,٥	٥٩	%٥٦	١١٢	لا أمانع تغيير رأيي إذا كان خاطئاً.
		٠,٧٩	٢,٢٤	%٢٢,٥	٤٥	%٣١,٥	٦٣	%٤٦	٩٢	لدي القدرة على تقديم أفكار متجددة من حين لآخر.
١١,٩٤										المتوسط المرجح
٥	١٧,٢	٠,٦٩	٢,١٨	%١٧	٣٤	%٤٨,٥	٩٧	%٣٤,٥	٦٩	يمكنني التنبؤ بحدوث مشكلة في العمل قبل وقوعها.
		٠,٧٩	٢,١٤	%٢٥	٥٠	%٣٦	٧٢	%٣٩	٧٨	أستطيع في كثير من الأحيان توقع الحل

اليقظة التكنولوجية لدى ممارسي العلاقات العامة وانعكاسها على ابتكارهم الإداري

										لمشكلات العمل.
		٠,٧٤	٢,٣٦	%١٥,٥	٣١	%٣٣,٥	٦٧	%٥١	١٠٢	أحرص على معرفة أوجه القصور والضعف في ما أقوم به من عمل.
		٠,٦٥	٢,٠٥	%١٨,٥	٣٧	%٥٨	١١٦	%٢٣,٥	٤٧	أحب دائماً البحث عن حلول إبداعية لمشكلات العمل.
		٠,٧٣	١,٩٤	%٣٠	٦٠	%٤٧	٩٤	%٢٣	٤٦	لدي القدرة على اكتشاف المشكلات في عمل الآخرين.
١٠,٦٧										المتوسط المرجح
٢	٢١,٧	٠,٥	٢,٧٣	%٣	٦	%٢١	٤٢	%٧٦	١٥٢	أفضل الأخذ بزماء المبادرة في تبني الأساليب والأفكار الجديدة في أداء العمل.
		٠,٧٥	٢,٢٨	%١٨	٣٦	%٣٦	٧٢	%٤٦	٩٢	أنا على استعداد لتحمل المسؤوليات فيما يتعلق بتبني الأفكار الجديدة في العمل.
		٠,٤٢	٢,٨٧	%٣	٦	%٧,٥	١٥	%٨٩,٥	١٧٩	أؤمن أن المخاطرة والمجازفة تصنع الأفكار الإبداعية وهي ضرورية لمواكبة عصر السرعة الحالي.

اليقظة التكنولوجية لدى ممارسي العلاقات العامة وانعكاسها على ابتكارهم الإداري

										أؤمن أن الجرأة في طرح الرؤى سيؤدي إلى تعزيز الروح التنافسية بين ممارسي العلاقات العامة.
										التمسك بالأفكار القديمة تضيق العديد من فرص التنمية والبقاء في السوق.
		٠,٣٩	٢,٨٥	%١,٥	٣	%١٢	٢٤	%٨٦,٥	١٧٣	
		٠,٤٩	٢,٨	%٤,٥	٩	%١٠,٥	٢١	%٨٥	١٧٠	
١٣,٥٣										المتوسط المرجح

يتضح من بيانات الجدول السابق أن أكثر عناصر الإبداع الإداري لدى عينة الدراسة هو عنصر (الطلاقة) بمتوسط مرجح ١٤,٠٦، ثم عنصر (المخاطرة) بمتوسط مرجح ١٣,٥٣، ثم تلاها عنصر (الأصالة) بمتوسط مرجح ١٢,٠١، (المرونة) بمتوسط مرجح ١١,٩٤، وأخيرا عنصر (الحساسية للمشكلات) بمتوسط مرجح ١٠,٦٧، وهذا يدل على

جدول رقم (١٠)

يوضح الاستراتيجيات يوضح الاستراتيجيات التي تتبعها الشركات عينة الدراسة لتحسين العمل وتطويره

الاجمالي				الاجمالي (ن = ٢٠٠)						استراتيجيات تحسين الأداء
				أبداً		أحياناً		دائمًا		
ت	الوزن النسبي	الاند راف المع ياري	المتو سط الد سابي	%	ك	%	ك	%	ك	
١	٢٨,٢٥	٠,٣٥	٢,٨٩	%١,٥	٣	%٧,٥	١٥	%٩١	١٨٢	توفر إدارة المؤسسة الإنترنت لجميع العاملين وترصد المستجدات التكنولوجية للاستفادة منها.

اليقظة التكنولوجية لدى ممارسي العلاقات العامة وانعكاسها على ابتكارهم الإداري

										تقوم المؤسسة بقياس وتنمية الأداء التكنولوجي لممارسي العلاقات العامة بصورة دورية.	١٥٥	%٧٧,٥	٣٦	%١٨	٩	%٤٤,٥	٢,٧٣	٠,٥٤
										تحرص إدارة المؤسسة على التدريب المستمر لممارسي العلاقات العامة على استخدام التكنولوجيا الحديثة.	١٧٣	%٨٦,٥	٢٤	%١٢	٣	%١٠,٥	٢,٨٥	٠,٣٩
										تخصص المؤسسة صفحة الكترونية لرفع الشكاوى والمقترحات والمبادرات بصفة دورية.	١٦٠	%٨٠	٣١	%١٥,٥	٩	%٤٤,٥	٢,٧٦	٠,٥٣
										تحفز المؤسسة ممارسي العلاقات العامة على التفكير المستمر والعمل الإبداعي.	١٦٣	%٨١,٥	١٨	%٩	١٩	%٩٤,٥	٢,٧٢	٠,٦٣
										توفر إدارة المؤسسة الدعم المادي والمعنوي لممارسي العلاقات العامة.	١٤٢	%٧١	٣٤	%١٧	٢٤	%١٢	٢,٥٩	٠,٦٩
										يتميز الهيكل التنظيمي بالمؤسسة بوضوحه وثباته نسبياً.	١٧٦	%٨٨	٢١	%١٠,٥	٣	%١٤,٥	٢,٨٧	٠,٣٨
										١٩,٤١								
٢	٢٥,٤٤	٠,٧٩	٢,٤٥	%١٨,٥	٣٧	%١٨,٥	٣٧	%٦٣	١٢٦	تهتم رؤية ورسالة المؤسسة بالتطوير	خط-١							

اليقظة التكنولوجية لدى ممارسي العلاقات العامة وانعكاسها على ابتكارهم الإداري

التكنولوجيا.									
		١٦٤	%٨٢	٢٧	%١٣,٥	٩	%٤,٥	٢,٧٨	٠,٥٢
	تلتزم المؤسسة في عملها بالسير وفقاً للأهداف والخطط الموضوعية.								
	يشارك ممارسي العلاقات العامة بالمؤسسة في اتخاذ قرارات التطوير.	٧٧	%٣٨,٥	٧١	%٣٥,٥	٥٢	%٢٦	٢,١٣	٠,٧٩
	تتسم إدارة المؤسسة بالتفكير الإبداعي خارج الصندوق.	٩٦	%٤٨	٥٩	%٢٩,٥	٤٥	%٢٢,٥	٢,٢٦	٠,٨
	تستخدم المؤسسة أحدث البرامج والتقنيات التكنولوجية في أداء الأعمال وتنفيذ المهام.	١٣٨	%٦٩	٥٢	%٢٦	١٠	%٥	٢,٦٤	٠,٥٨
	تعمل المؤسسة على تحديث نظم إدارة المعلومات وتحليل البيئة المنافسة.	١٧٢	%٨٦	٢٥	%١٢,٥	٣	%١,٥	٢,٨٥	٠,٤٤
	تسعى إدارة المؤسسة لتشجيع التنافس بين ممارسي العلاقات العامة بهدف التحسين المستمر في الأداء.	١١٤	%٥٧	٤٦	%٢٣	٤٠	%٢٠	٢,٣٧	٠,٧٩
المتوسط المرجح									
١٧,٤٨									
٣	٢٣,٢٩	٠,٨٢	٢,٣١	%٢٣	٤٦	%٢٣	٤٦	%٥٤	١,٠٨
يتم التخلص من الأجهزة والمعدات التكنولوجية									

اليقظة التكنولوجية لدى ممارسي العلاقات العامة وانعكاسها على ابتكارهم الإداري

										التألفة بشكل مستمر.		
		١١٩	%٥٩,٥	٦٠	%٣٠	٢١	%١٠,٥	٢,٤٩	٠,٦٨	تستخدم إدارة المؤسسة أنظمة إلكترونية واضحة لمراقبة أداء ممارسي العلاقات العامة بها.		
		٨٦	%٤٣	٩٢	%٤٦	٢٢	%١١	٢,٣٢	٠,٦٦	توجد آلية واضحة ومحددة داخل المؤسسة للمتابعة والتحسين المستمر.		
		٧٧	%٣٨,٥	٦٤	%٣٢	٥٩	%٢٩,٥	٢,٠٩	٠,٨٢	تم إتباع خطط تذلل العوائق وتتغلب على مشكلات الأداء بطرق تكنولوجية متطورة.		
		١١٨	%٥٩	٤٠	%٢٠	٤٢	%٢١	٢,٢٨	٠,٨١	تهتم المؤسسة بالصيانة الدورية اللازمة لأجهزة والمعدات التكنولوجية.		
		٨٣	%٤١,٥	٨٩	%٤٤,٥	٢٨	%١٤	٢,٢٨	٠,٦٩	تقوم المؤسسة بتحديد الأخطاء وتدخل التعديلات اللازمة للتأكد من عدم تكرارها في المشكلات التكنولوجية المختلفة.		
		٧٧	%٣٨,٥	٩٢	%٤٦	٣١	%١٥,٥	٢,٢٣	٠,٦٩	تستطلع المؤسسة آراء عملائها إلكترونياً بصفة دورية.		
المتوسط المرجح										١٦		
القضاء	١٦	٧٧	%٣٨,٥	٦٤	%٣٢	٥٩	%٢٩,٥	٢,٠٩	٠,٨٢	٢٣,٠٢	٤	تستخدم المؤسسة أسلوب العمل بنظام الإدارة

اليقظة التكنولوجية لدى ممارسي العلاقات العامة وانعكاسها على ابتكارهم الإداري

									المفتوحة لتقليل الهدر في الوقت والمكان.
								٨٣	تقوم المؤسسة بتحويل كافة السجلات الورقية إلى سجلات الكترونية.
								٧٧	تهتم المؤسسة بالعنصر البشري وتدريبه حسب مجاله والاستفادة منه وفقاً لتخصصه.
								١١٨	تعتمد المؤسسة على الوسائل التكنولوجية في المراسلات الداخلية والخارجية.
								٩٠	تستغل المؤسسة وقت الأفراد خلال فترة العمل على أكمل وجه.
								٨٦	يتم توزيع الأجهزة والمكاتب في المؤسسة طبقاً لحاجة المكان.
								١٠٨	تقوم المؤسسة بتنظيم حضور ممارسي العلاقات العامة وقضاء مصالحهم بطريقة تكنولوجية منظمة.
١٥،٨٢									المتوسط المرجح

يتضح من بيانات الجدول السابق أن المؤسسات عينة الدراسة تتبع العديد من الاستراتيجيات التي تتبعها لتحسين العمل وتطويره، ولكن جاءت استراتيجية (استراتيجيات وضع قواعد التشغيل) في المرتبة الأولى وذلك بمتوسط مرجح بلغت قيمته ١٩,٤١، بينما جاءت في المرتبة الثانية استراتيجية

(استراتيجي خطط- نفذ - راجع- طور) بمتوسط ١٧,٤٨، وجاءت في المرتبة الاستراتيجية (استراتيجية التطهير وإزالة المعوقات في بيئة العمل) بمتوسط مرجح ١٦، بينما جاءت في المرتبة الرابعة والأخيرة استراتيجية (استراتيجية القضاء على الهدر) بمتوسط ١٥,٨٢.

التحقق فروض الدراسة:-

الفرض الأول: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تطبيق الشركات عينة الدراسة لأبعاد اليقظة التكنولوجية (البحث والتطوير، الإبداع، المعرفة، تكنولوجيا المعلومات) وبين امتلاك ممارسي العلاقات العامة لعناصر الإبداع الإداري (الطلاقة، الأصالة، المرونة، الحساسية للمشكلات، المخاطرة).

جدول رقم (١١)

يوضح العلاقة بين تطبيق الشركات عينة الدراسة لأبعاد اليقظة التكنولوجية وبين امتلاك ممارسي العلاقات العامة لعناصر الإبداع الإداري

عناصر الإبداع الإداري			المتغيرات
نوع العلاقة	مستوى الدلالة	معامل الارتباط	
طردية قوية	0.001	*0.651	أبعاد اليقظة التكنولوجية

يوضح جدول السابق نتائج تحليل معامل ارتباط بيرسون بين تطبيق الشركات عينة الدراسة لأبعاد اليقظة التكنولوجية وبين امتلاك ممارسي العلاقات العامة لعناصر الإبداع الإداري، وتبين من خلال المعامل أن العلاقة بين المتغيرين إيجابية وطردية قوية، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (0.651) ما يعني أنه كلما زاد تطبيق الشركات عينة الدراسة لأبعاد اليقظة التكنولوجية، زاد امتلاك ممارسي العلاقات العامة لعناصر الإبداع الإداري لديهم، وتشير هذه النتيجة إلى وجود تأثير ملموس لتطبيق أبعاد اليقظة التكنولوجية على تعزيز مستويات الإبداع الإداري لدى ممارسي العلاقات العامة في الشركات المدروسة.

أما بالنسبة للدلالة الإحصائية فإن مستوى الدلالة المحسوب (0.001)، وهو أقل بكثير من الحد التقليدي (0.05) المستخدم عادة لاختبار الفرضيات، مما يدل على أن العلاقة المكتشفة ذات دلالة إحصائية عالية وليست نتيجة صدفة عشوائية، وبذلك يمكن التأكيد بأن هناك علاقة قوية وموثوقة بين تطبيق الشركات عينة الدراسة لأبعاد اليقظة التكنولوجية وبين امتلاك ممارسي العلاقات العامة لعناصر الإبداع الإداري، وهو ما يبرر اعتماد الشركات بشكل كبير على التقنيات الرقمية كأداة فعالة لتعزيز القدرات الإبداعية لممارسي العلاقات العامة وتحقيق التميز المؤسسي.

الفرض الثاني: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تطبيق الشركات عينة الدراسة لاستراتيجيات نظرية كايزن لتحسين أداء ممارسي العلاقات العامة (استراتيجيات وضع قواعد التشغيل، استراتيجي خطط/ نفذ/ راجع/ طور، استراتيجية التطهير وإزالة المعوقات في بيئة العمل، استراتيجية القضاء على الهدر) وانعكاس ذلك على الإبداع الإداري لدى ممارسي العلاقات العامة.

جدول رقم (١٢)

يوضح العلاقة بين تطبيق الشركات عينة الدراسة لاستراتيجيات نظرية كايزن وانعكاس ذلك على الإبداع الإداري لدى ممارسي العلاقات العامة

عناصر الإبداع الإداري			المتغيرات
نوع العلاقة	مستوى الدلالة	معامل الارتباط	
طردية متوسطة	0.000	0.336**	استراتيجيات نظرية كايزن لتحسين الأداء

يبين الجدول رقم (١١) نتائج معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين تطبيق الشركات عينة الدراسة لاستراتيجيات نظرية كايزن وانعكاس ذلك على الإبداع الإداري لدى ممارسي العلاقات العامة، وتشير النتائج إلى وجود علاقة إيجابية وطردية متوسطة بين المتغيرين، حيث بلغ معامل الارتباط (0.336) ويعني هذا أن تطبيق الشركات لاستراتيجيات نظرية كايزن يرتبط بزيادة القدرات الإبداعية لدى ممارسي العلاقات العامة، وإن كانت العلاقة ليست قوية كما هو الحال في العلاقة بين تطبيق أبعاد اليقظة التكنولوجية وبين الإبداع الإداري.

أما بالنسبة للدلالة الإحصائية فإن مستوى الدلالة المحسوب (0.000) وهو أقل من الحد التقليدي (0.05)، مما يشير إلى أن العلاقة المكتشفة ذات دلالة إحصائية عالية وليست ناتجة عن الصدفة، ويعكس هذا أن تطبيق استراتيجيات نظرية كايزن لها تأثير حقيقي على الإبداع الإداري لدى ممارسي العلاقات العامة، وإن كان تأثيرها متوسطاً مقارنة بتطبيق أبعاد اليقظة التكنولوجية . ويمكن القول إن تبني استراتيجيات كايزن يسهم بشكل ملموس في تحسين ممارسات الإبداع الإداري لدى موظفي العلاقات العامة، لأنه يعزز ثقافة التحسين المستمر ويحفز التفكير الابتكاري، حتى لو لم يكن تأثيره بنفس القوة التي تحدثها أبعاد اليقظة التكنولوجية.

الفرض الثالث: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين العقبات التي تواجه الشركات عينة الدراسة عند تطبيق أبعاد اليقظة التكنولوجية وتأثير ذلك على الإبداع الإداري لدى ممارسي العلاقات العامة.

جدول رقم (١٣)

يوضح العلاقة بين العقبات التي تواجه الشركات عند تطبيق أبعاد اليقظة التكنولوجية وتأثير ذلك على الإبداع الإداري لدى ممارسي العلاقات العامة

الإبداع الإداري لدى ممارسي العلاقات العامة			المتغيرات
معامل الارتباط	مستوى الدلالة	نوع العلاقة	
-0.160	0.001	عكسية متوسطة	عقبات وصعوبات تطبيق اليقظة التكنولوجية

يظهر الجدول السابقة نتائج معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين العقبات والصعوبات التي تواجه الشركات عند تطبيق أبعاد اليقظة التكنولوجية وتأثير ذلك على الإبداع الإداري لدى ممارسي العلاقات العامة، وتشير النتائج إلى وجود علاقة عكسية متوسطة بين المتغيرين، حيث بلغ معامل الارتباط (-0.160) عند مستوى دلالة (0.001)، ويعني ذلك أن زيادة العقبات والصعوبات التي تواجه تطبيق اليقظة التكنولوجية ترتبط بانخفاض مستوى الإبداع الإداري لدى ممارسي العلاقات العامة، أي أن ضعف قدرة المؤسسات على تجاوز هذه العقبات ينعكس سلباً على قدرتهم على الابتكار وتوليد الأفكار الجديدة وتحسين أساليب العمل.

وتتفق هذه النتيجة مع ما أشارت إليه الأدبيات النظرية حول أهمية تهيئة بيئة تنظيمية محفزة للابتكار والإبداع الإداري، إذ إن وجود عقبات وصعوبات في تطبيق اليقظة التكنولوجية، مثل ضعف البنية التحتية الرقمية أو مقاومة التغيير أو محدودية الدعم الإداري، يؤدي إلى عرقلة تدفق المعلومات والمعرفة الجديدة داخل المؤسسة، مما يقلل من قدرة العاملين على تطوير أفكار مبتكرة أو تبني أساليب عمل إبداعية.

ومن منظور نظرية كايزن التي تقوم على التحسين المستمر ومشاركة جميع الأفراد في عملية التطوير، فإن تراكم الصعوبات والعقبات يتعارض مع مبدأ التحسين التدريجي، ويؤدي إلى ضعف التواصل الفعال وتراجع روح المبادرة بين العاملين وبالتالي، يمكن القول إن وجود عقبات أمام تطبيق اليقظة التكنولوجية يشكل عاملاً مثبطاً للإبداع الإداري داخل مؤسسات العلاقات العامة.

الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في اتجاهاتهم نحو أهمية اليقظة التكنولوجية بالنسبة لشركاتهم وفقاً لخصائصهم الديموغرافية (النوع - المستوى التعليمي).

جدول رقم (١٤)

يوضح العلاقة بين المبحوثين في اتجاهاتهم نحو أهمية اليقظة التكنولوجية بالنسبة لشركاتهم وفقاً لمتغير النوع

أهمية اليقظة التكنولوجية			المتغيرات
مستوى المعنوية	درجة الحرية	الاختبار	
٠,٠٠٠	١٩٨	ت = ٧,٠٢٥	النوع (ذكر - أنثى)

** دال عند مستوى معنوية ٠,٠١

تشير نتائج الجدول إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في اتجاهاتهم نحو أهمية اليقظة التكنولوجية بالنسبة لشركاتهم وفقاً لمتغير النوع، حيث جاءت الفروق لصالح الذكور. فقد بلغت قيمة (ت) = ٧,٠٢٥ عند مستوى معنوية ٠,٠٠٠، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى أقل من (٠,٠١).

ويعني ذلك أن الذكور يظهرون اتجاهات أكثر إيجابية تجاه أهمية اليقظة التكنولوجية في شركاتهم مقارنة بالإناث، ما يعكس زيادة وعيهم وتقديرهم لأهمية متابعة التطورات التكنولوجية وتطبيقها داخل بيئة العمل.

كما أن عدد الذكور في العينة (١٠٩) يفوق عدد الإناث (٩١)، مما قد يساهم في تعزيز هذه النتيجة من حيث مستوى التعرض والمشاركة في الأنشطة التقنية داخل المؤسسات.

وتتفق هذه النتيجة مع الدراسات السابقة التي أكدت أن الذكور غالباً ما يكون لديهم اهتمام أكبر بالجانب التكنولوجي والتحول الرقمي في بيئات العمل، ما يجعلهم أكثر إدراكاً لأهمية اليقظة التكنولوجية للشركات.

وبناءً على ذلك، تُبرز النتيجة أهمية تصميم برامج توعية وتدريب تقنية موجهة للإناث لتعزيز فهمهم لأهمية اليقظة التكنولوجية ودورها في تحسين الأداء المؤسسي والإبداعي.

جدول رقم (١٥)

يوضح العلاقة بين المبحوثين في اتجاهاتهم نحو أهمية اليقظة التكنولوجية بالنسبة لشركاتهم وفقاً للمستوى التعليمي

أهمية اليقظة التكنولوجية			المتغيرات
مستوى المعنوية	درجة الحرية	الاختبار	
٠,٧٦٦	١٩٨	ت = ٠,٢٩٨	المستوى التعليمي

** دال عند مستوى معنوية ٠,٠١

تشير نتائج الجدول إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في اتجاهاتهم نحو أهمية اليقظة التكنولوجية بالنسبة لشركاتهم وفقاً للمستوى التعليمي، إذ تبين أن قيمة "ت" = ٠,٢٩٨ عند

مستوى معنوية ٠,٧٦٦ وهي قيمة غير دالة إحصائيًا لأنها عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠١ وبالتالي نرفض الفرض البديل الذي ينص على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في اتجاهاتهم نحو أهمية اليقظة التكنولوجية بالنسبة لشركاتهم وفقًا للمستوى التعليمي، الفرضية الصفرية التي تنص على عدم وجود فروق دالة إحصائية بين المتغيرين.

ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن أهمية اليقظة التكنولوجية في المؤسسات تُعد من الأمور العملية والوظيفية التي تتطلب وعيًا عامًا ومتابعة مستمرة للتطورات التقنية، بغض النظر عن المستوى التعليمي. بمعنى آخر، العاملون من مختلف المستويات التعليمية قد يكون لديهم وعي مماثل بأهمية متابعة التكنولوجيا وتطبيقها في بيئة العمل، خاصة إذا كانت المؤسسات توفر برامج تدريبية أو تعليم مستمر يعزز المعرفة التقنية لجميع العاملين.

كما أن الاتجاه نحو اليقظة التكنولوجية غالبًا ما يرتبط بثقافة الشركة والسياسات الداخلية أكثر من ارتباطه بالمستوى التعليمي للفرد، مما يفسر عدم وجود فروق معنوية بين المبحوثين.

النتائج العامة للدراسة:-

- المصادر التي تعتمد عليها المؤسسات عينة الدراسة متعددة ولكن جاء في المرتبة الأولى (مراقبة ابتكارات المنافسين وتحليل منتجاتهم الجديدة) .
- بُعد (تكنولوجيا المعلومات) هو أكثر أبعاد اليقظة التكنولوجية التي تهتم المؤسسات متعددة الجنسيات بتطبيقها .
- المؤسسات عينة الدراسة تواجه العديد من العقبات عند تطبيق أبعاد اليقظة التكنولوجية ولكن جاء في المرتبة الأولى (قلة الموارد البشرية ذات الكفاءة التكنولوجية في المؤسسة) .
- أكثر عناصر الإبداع الإداري لدى عينة الدراسة هو عنصر (الطلاقة).
- هناك العديد من الاستراتيجيات التي تتبعها لتحسين العمل وتطويره، ولكن جاءت في المرتبة الأولى استراتيجية (وضع قواعد التشغيل) .

التوصيات والمقترحات:-

- توصي الدراسة بضرورة تطبيق أبعاد اليقظة التكنولوجية لضمان الوصول لأهداف المؤسسة وتطلعاتها.
- توصي الدراسة بضرورة تطبيق استراتيجيات كايزن لتحسين العمل وتطويره.
- توصي الدراسة بضرورة تعزيز أبعاد الإبداع الإداري لدى ممارسي العلاقات العامة.
- توصي الدراسة بضرورة الاهتمام بتطوير وتحسين البنية التكنولوجية للمؤسسة.

مراجع الدراسة:

- ^١ - كريمة بنان (٢٠٢٢) اليقظة التكنولوجية واتصال الأزمات: قراءة في المفهوم والعلاقة، مجلة الحكمة للدراسات الفلسفية، المجلد ٢، العدد ٢، ص ٨٣٤
- ^٢ - أحمد عامر (٢٠٢١) أثر الإبداع الإداري في الميزة التنافسية، المجلة الدولية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، كلية العموم الإنسانية والاجتماعية، مجلد ١٩، بيروت، لبنان، ص ٣٣-١.
- ^٣ - عبدالرحمن حسن (٢٠٢١)، دور اليقظة التكنولوجية في تحقيق تميز الأداء بالجامعات السعودية، مجلة الجامعة الإسلامية، مجلد ٢٩، عدد ٤، ص ص ٧٥ - ٩٨.
- ^٤ - نصر الدين هيصام، إديدر معياش (٢٠٢٥)، دور اليقظة التكنولوجية والذكاء الاصطناعي في إدارة السمعة الرقمية للمؤسسات. دراسة وصفية تحليلية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد ١١، العدد ١، ص ص ٤٩١-٥٠٧.
- ^٥ - غيث، أحمد، دولت عز الدين. (٢٠٢٥)، استراتيجيات بورتر لتعزيز البراعة التسويقية في المنظمات السياحية والفندقية: الدور المُعدل لليقظة التكنولوجية، مجلة كلية السياحة والفنادق، جامعة مدينة السادات، المجلد ٩، العدد ١، ص ص ٤٣-١٦.
- ^٦ - صابر علي (٢٠٢٥)، تدويل التعليم الجامعي المصري على ضوء اليقظة التكنولوجية جامعة المنيا نموذجاً، مجلة البحث في التربية وعلم النفس، جامعة المنيا، متاح: https://mathj.journals.ekb.eg/article_430398.html
- ^٧ - Qatawneh, A. M., & Al-Okaily, M. (2024). The mediating role of technological vigilance between IT infrastructure and AIS efficiency. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, Vol10, No1.
- ^٨ - بسام حسن، ريزان تصور ، عبير عبدالكريم. (٢٠٢٤)، دور اليقظة التكنولوجية في تحقيق ريادة الأعمال: دراسة ميدانية على شركات صناعة الأدوية في الساحل السوري، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية - سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، جامعة تشرين، مجلد ٤٦، عدد ٤، ص ص ٢٥٩ - ٢٧٥ .
- ^٩ - Mahdi, H. R., & Hammad, T. A. (2021). The Role of Technological Vigilance to Achieving the Competitive Advantage in University Education Among Faculty Members at Al-Aqsa University, *Malaysian Journal of Industrial Technology*, Vol5, No1, 35-42.
- ^{١٠} - Ayedh, A. M. M., & Hasan, S. A. A. (2025), The Impact of Intellectual Capital on Administrative Creativity in Private Yemeni Universities, *Arab Journal of Management, Banking, and Financial Studies*, Vol 1, No1, Pp 33-50.
- ^{١١} - أبرار عدنان (٢٠٢٥)، واقع الإبداع الإداري لدى مديرات رياض الأطفال بدولة الكويت، مجلة كلية التربية، جامعة طنطا، المجلد ٩١، العدد ٢، ص ص ٥٧٠-٥٩١.
- ^{١٢} - صباح سويلم عويظه، يوسف بن عبدالله (٢٠٢٥)، دور الإبداع الإداري للقيادات الأكاديمية في تحسين الميزة التنافسية بجامعة تبوك، المجلة العربية للعلوم التربوية والنفسية، المؤسسة العربية للتربية والعلوم والآداب، المجلد ٩، العدد ٤٧، ص ص ٤١٧-٤٥٨.
- ^{١٣} - علي جابر أحمد (٢٠٢٥)، دور الإبداع الإداري في تعزيز التميز المؤسسي: دراسة ميدانية على المستشفيات الحكومية بجدة، المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، المجلد ١٦، العدد ٢، ص ص ٦١٩-٦٣٨.
- ^{١٤} - Massada, M. A. M., Al-Badr, E. B. F., Kanan, M., Alsabatin, H., & AlZeer, I. (2024). The impact of applying the elements of administrative creativity in improving the quality of services in the ministry of education center: a case study. In *Artificial Intelligence-Augmented Digital Twins: Transforming Industrial Operations for Innovation and Sustainability* (pp. 273-286). Cham: Springer Nature Switzerland.

¹⁵ - MASALHA, M. A. J.(2024), ADMINISTRATIVE CREATIVITY AMONG PRINCIPLES IN PRIMARY SCHOOLS IN HAIFA DISTRICT IN THE PALESTINIAN INTERIOR AND ITS RELATIONSHIP TO THE LEVEL OF ORGANIZATIONAL CULTURE FROM THE TEACHERS'POINT OF VIEW, **International Journal of Humanities and Educational Research**,Vol6,No5, Pp578-902 .

¹⁶ - Suwaidan, O. Y., Anza, A. A., & Ali, A. H. (2024). The impact of the work environment on administrative creativity in GEO GLOBAL and NIBCO company. *Ajrsp*, Vol 6,No67,Pp 100-142.

^{١٧} - عائض بن عويض (٢٠١٧)، تطوير أداء القيادات التربوية في المدارس الثانوية بمحافظة جدة في ضوء منهجية كايزن، مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية، جامعة المنيا، العدد ٥٥، ص ١٢.

^{١٨} - مدحت محمد (٢٠٠٩)، إدارة الجودة الشاملة وستة سيجما، (الجيزة: الدار العالمية للنشر والتوزيع)، ص ٦٧.

¹⁹ - Brunet, A. P., & New, S. (2003), Kaizen in Japan: an empirical study , **International Journal of Operations & Production Management**, Vol 23,No12,P1427.

²⁰ - Farris, J. A., Van Aken, E. M., Doolen, T. L., & Worley, J. (2008), Learning from less successful Kaizen events: a case study, **Engineering management journal**, Vol 20,No3, P10.

^{٢١} - عبدالرحمن محمد سيد (٢٠١٩)، متطلبات نجاح استراتيجيات كايزن اليابانية للتحسين المستمر في المؤسسات الحكومية بالتطبيق على قطاع الاتصالات في جمهورية مصر العربية، المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة، جامعة عين شمس، ص ٣١٨.

²²-Iwao, S. (2017), Revisiting the existing notion of continuous improvement (Kaizen): literature review and field research of Toyota from a perspective of innovation, **Evolutionary and Institutional Economics Review**,Vol 14,No1,P123.

^{٢٣} - مروة عزت، وليد محمد (٢٠٢٣)، تحسين اليقظة التكنولوجية لكليات التربية بمصر في ضوء

نظرية كايزن -دراسة ميدانية، مجلة كلية التربية، جامعة بني سويف، عدد يناير، الجزء ١، ص ٣٧-٣٩.

²⁴ -Maarof, M. G., & Mahmud, F. (2016), A review of contributing factors and challenges in implementing kaizen in small and medium enterprises, **Procedia economics and Finance**,Vol 35 ,P526-527.

^{٢٥}) تقي نجم وأريج سعيد (٢٠١٩). تأثير اليقظة الاستراتيجية في التحسين المستمر للمنظمات. مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة.العدد ٥٩، جامعة بغداد، العراق، ص ٨٧

^{٢٦}) ياسر فرج (٢٠١٧)، مفهوم الإبداع الإداري، اتحاد جمعيات التنمية الإدارية،مجلد ٥٤،العدد ١،مصر، ص ١٢—١٣

^{٢٧}) ياسر فرج (٢٠١٧)، مفهوم الإبداع الإداري، اتحاد جمعيات التنمية الإدارية، مجلد ٥٤، العدد ١، مصر، ص ١٢—١٣