**ملخص بحث المؤسسة و المحيط:**

**المبحث الأول:ماهية محيط المؤسسة.**

**المطلب الأول:تعريف محيط المؤسسة.**

ـ هي كافة المتغيرات الداخلية و الخارجية التي لها تأثيربأهداف المؤسسة وتؤثر بالتالي على مستوى كفائتها و فعاليتها .

**المطلب الثاني:خصائص المحيط.**

ـ يتميز المحيط بمجموعة من الخصائص و هي كالتالي:
خاصية التعقيد.
خاصية عدم التجانس.
خاصية الإضطراب و عدم التأكد.

العداء.
الديناميكية.

**المبحث الثاني:مكونات المحيط.**

**المطلب الأول:المحيط المباشر.**

ـ يتكون المحيط المباشر للمؤسسة من مجموعة من العوامل التي تتفاعل و تؤثر في المؤسسة نذكر منها:
العنصر البشري.
الجهاز البشري.
العامل التكنولوجي.
النظام القانوني.

**المطلب الثاني:المحيط غير المباشر.**

ـ يتكون من جميع العناصر التي تحيط بالمؤسسة و لها تأثير على أداء و فعالية المؤسسة و منها:
المحيط الإقتصادي.
المحيط الثقافي و الإجتماعي.

المحيط السياسي و القانوني.

المحيط العلمي و التقني.

المحيط الإكولوجي.

**المبحث الثالث:أنواع المحيط.**

**المطلب الأول:المحيط الداخلي.**
ـ يشمل كل العوامل داخل المؤسسة و يتمثل في مجموعة العوامل التي تقع على حدود المؤسسة و عناصره كما يلي:
عناصر ملموسة: مثل موارد مالية،آلات،تجهيزات.... .

عناصر غير ملموسة: مثل شهرة المؤسسة،إسمها،مكانتها.... .

عناصر الموارد البشرية: مثل العمال.

**المطلب الثاني:المحيط الخارجي.**

ـ يشمل كل العوامل خارج المؤسسة و يتشكل من مختلف القوى التي تؤثر في المؤسسة و تتأثر بها بصفة مباشرة و تتمثل عناصرها فيما يلي:
المنافسون،الموردون،الزبائن.

**المبحث الرابع:نتائج تقييم المحيط.**

**المطلب الأول:نتائج تقييم المحيط الداخلي.**

ـ إن تعرف المؤسسة على بيئتها الداخلية هو تقييم إمكانياتها الداخلية بهدف إستخلاص نقاط القوة للمؤسسة و هذه الأخيرة تمثل السمات الإيجابية المتاحة و الإمكانيات التي تتمتع بها المؤسسة التي يمكن لها أن تبني عليها و لها تأثير إيجابي على المؤسسة.
ـ و كذلك تستخلص نقاط الضعف للمؤسسة التي لها تأثير عكسي على المؤسسة و تؤثر سلبا على أدائها.

**المطلب الثاني:نتائج تقيييم المحيط الخارجي.**

ـ من أهم النتائج التي تتوصل إليها المؤسسة من خلال تعرفها على مكونات المحيط الخارجي هو تحديد الفرص المتاحة في السوق للمؤسسة و يطلق عليها الفرصة السوقية التي يمكن أن تتمتع بها المؤسسة و يجعلها متميزة عن منافسيها و تزيد من قوة جذبها للزبائن لذا فهي ذات تأثير إيجابي .
ـ و من جهة أخرى تحديد التهديدات التي هي في غير صالح المؤسسة و تؤثر عليها سلبا .

**المبحث الخامس:مدخل عام لليقظة الإستراتيجية.**

**المطلب الأول:مفاهيم حول اليقظة الإستراتيجية.**

ـ تعرف اليقظة الإستراتيجيةبأنها طريقة تحويل المعلومات المكتسبة في سياق رصد البيئة من أجل إكتشاف و جمع أفضل الإشارات الضعيفة للتهديدات و الفرص و بأسرع وقت ممكن و هي أيضا النظام الذي يهدف للإبتكاروإتخاذ القرارات الإستراتيجية.
**المطلب الثاني:أنواع اليقظة الإستراتيجية.**

ـ تنقسم أنواع اليقظة الإستراتيجيةعلى حسب ميدان النشاط المستهدف و هي كالتالي:
اليقظة التكنولوجية.
اليقظة التنافسية.
اليقظة التجارية.
اليقظة الإجتماعية.
اليقظة القانونية.
اليقظة البيئية.