

دور اليقظة الإستراتيجية في تعزيز الميزة التنافسية

دراسة حالة: المؤسسة الصناعية دهانات الزهرة - كوينين - الوادي (

**The role of strategic vigilance in enhancing competitive advantage
(Case study: The Industrial Corporation for Flower Paints -
Quinin - El Oued)**

أحمد بن خليفة¹، سليمة مسعي محمد²، حنان بقاط³¹ جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي (الجزائر)، benKhalifa_ahmed@ymail.com² جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي (الجزائر)، messai-salima@univ-eloued.dz³ جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي (الجزائر)، beggat-hanane@univ-eloued.dz

تاريخ الاستلام: 2020/11/20 تاريخ القبول: 2021/06/08 تاريخ النشر: 2022/11/14

Abstract:

This study aims to highlight the role that strategic vigilance plays in enhancing the competitive advantage, and the study sample was taken in an institution from the valley, and to achieve the objectives of the study, a questionnaire was prepared, where 40 questionnaires were distributed, and not all of them were used due to the cancellation of some of them, in order to know the relationship between the subordinate And a set of statistical methods were used, such as the SPSS program, and one of the most important findings was to deal with information as a strategic resource, especially informal information related to competitors, suppliers, customers and markets, and new technology and others, which make the organization superior to others, which helps improve Their competitive advantage.

Key words: strategic vigilance, commercial vigilance, competitive vigilance, technological vigilance, environmental vigilance, competitive advantage.

المخلص:

تهدف هذه الدراسة إلى إبراز الدور الذي تلعبه اليقظة الإستراتيجية في تعزيز الميزة التنافسية، وأخذت عينة الدراسة بمؤسسة من الوادي، ولتحقيق أهداف الدراسة تم إعداد استمارة استبانته، حيث تم توزيع 40 استمارة ولم تستغل كلها نظرا لإلغاء البعض منها، بغرض معرفة العلاقة بين التابع والمستقل ، وتم استخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية مثل برنامج SPSS، ومن أهم النتائج المتوصل إليها التعامل مع المعلومات كمورد استراتيجي، وبإلخص المعلومات الغير الرسمية، والمتعلقة بالمنافسين، الموردين، الزبائن والأسواق، وتكنولوجيا الجديدة وغيرها، التي تجعل المؤسسة تتفوق عن غيرها، بما يساعد تحسين ميزتها التنافسية.

الكلمات المفتاحية: اليقظة الإستراتيجية، اليقظة التجارية، اليقظة التنافسية، اليقظة التكنولوجية، اليقظة البيئية، الميزة التنافسية.

المؤلف المرسل: سليمة مسعي محمد الإيميل: messai-salima@univ-eloued.dzm

1. تمهيد: إن التغيرات المتشابكة التي عرفها العالم خلال العقود الماضية، وفي عديد المجالات السياسة، الاقتصادية، التجارية، الاجتماعية والمعلوماتية، ولاسيما في ظل الانفتاح الكبير وهدم الحدود التجارية بين الدول والقارات الناتجة عن العولمة في نهاية القرن الماضي، وما نتج عن التطور الهائل والمتسارع في تكنولوجيا المعلومات وتوسيع رقعتها الجغرافية و الديموغرافية التي أصبحت اليوم مصدرا للمنافسة الشديدة بين الدول والشركات والأفراد والمؤسسات ، ومن هنا نطرح الإشكالية التالية:- كيف تساهم اليقظة الإستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية لمؤسسة دهانات الزهرة بالوادي ؟

- فرضيات الدراسة: وهو يضم الفرضية الرئيسية والأخرى فرعية وهي.
- الفرضية الرئيسية: للإجابة على الإشكالية الرئيسية والتساؤلات الفرعية تم صياغة الفرضية التالية: تساهم اليقظة الإستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية لمؤسسة دهانات الزهرة عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$). قمنا بإدراج الفرضيات الأربعة التالية تحت الفرضية الرئيسية:
- تساهم اليقظة التجارية في تحقيق الميزة التنافسية لمؤسسة دهانات الزهرة بمستوى دلالة ($\alpha = 0.05$).
- تساهم اليقظة التنافسية في تحقيق الميزة التنافسية لمؤسسة دهانات الزهرة بمستوى دلالة ($\alpha = 0.05$).
- تساهم اليقظة التكنولوجية في تحقيق الميزة التنافسية لمؤسسة دهانات الزهرة بمستوى دلالة ($\alpha = 0.05$).
- تساهم اليقظة البيئية في تحقيق الميزة التنافسية لمؤسسة دهانات الزهرة بمستوى دلالة ($\alpha = 0.05$).

- أهداف الدراسة: تتلخص أهداف موضوع الدراسة في ما يلي :
- محاولة إبراز دور اليقظة الإستراتيجية وأهميتها في تحقيق الميزة التنافسية
- تسليط الضوء على مفهوم اليقظة الإستراتيجية باعتباره من المفاهيم الحديثة في إدارة الأعمال.
- محاولة تحسيس المؤسسة الاقتصادية الجزائرية بالدور الفعال لليقظة الإستراتيجية في إبراز الميزة التنافسية للمؤسسة.

دور اليقظة الإستراتيجية في تعزيز الميزة التنافسية
دراسة حالة: المؤسسة الصناعية دهانات الزهرة – كوينين- الوادي)

- منهجية الدراسة والأدوات المستخدمة: للوصول إلى أهداف البحث و للإجابة على الإشكالية الرئيسية المطروحة، تم استخدام المنهج الاستقرائي والوصفي التحليلي لتغطية الجانب النظري من موضوع البحث، بالإضافة إلى جانب تطبيقي الذي اعتمدنا فيه على الأسلوب التحليلي بدراسة الحالة وذلك من خلال الدراسة الميدانية على مستوى المؤسسة محل الدراسة أما الأدوات المستخدمة فتتمثل ببرامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS 21

2. ماهية اليقظة الإستراتيجية :

1.2 تعريف اليقظة الإستراتيجية: لقد تعددت مفاهيم اليقظة رغم نشأتها الحديثة، ويعود ذلك إلى الاهتمام الكبير الذي توليه المؤسسات لهذا المفهوم والتغيرات الحاصلة في العالم، ومن التعريفات المذكورة:

أما **ROUAC** - فعرّفها أنها مجموعة من الأساليب المنسقة التي تنظم جمع و تحليل و نشر و استخدام المعلومات المفيدة حفاظا على بقاء المؤسسات و نموها (mustapha djeaas, 2006)

أما **HUMBERT LESCA** - فعرّف اليقظة الإستراتيجية بأنها ذلك الإجراء الجماعي المستمر من خلال مجموعة الأفراد التي تتولى جمع و استعمال المعلومات بشكل تطوعي و استباقي بما ينماش والتغيرات المحتمل حدوثها في البيئة الخارجية و هذا من أجل خلق فرص أعمال و التخفيض من مخاطر عدم اليقين. (بن خليفة و د. عباس، صفحة 29)

ومن خلال هذه التعاريف نستنتج أن اليقظة الإستراتيجية:"هي عملية مستمرة من بحث و ترصد للمعلومات حول التغيرات التي تحدث في محيط المؤسسة ثم معالجة هذه المعلومات والقيام بنشرها من أجل استغلالها من طرف متخذي القرار لإنتهاز الفرص وتقليص التهديدات" .

2.2 مراحل و أنواع اليقظة الإستراتيجية: قسم هذا الفرع ليتناول كل من مراحل اليقظة الإستراتيجية و أنواعها

مراحل اليقظة الإستراتيجية : لليقظة الإستراتيجية عدة تقسيمات لمراحلها، ارتأينا أن نتناول المراحل العامة التي انفق عليها معظم الباحثين في الجزء الأول و نتناول في الجزء الثاني مراحل تقسيم لوسكا وهي الأكثر تداول و دراسة .

التقسيم العام لمراحل اليقظة الإستراتيجية تمر عملية اليقظة بثلاث مراحل أساسية وهي (زروخي و سكر، 2010، صفحة 09)

- جمع المعلومات : تتمثل هذه المرحلة في المعرفة الجيدة لبيئة العمل، بغرض معرفة كل ما يجري فيها، وتبدأ من تحديد المستهدف والذي سيتم تركيز كل مجهودات اليقظة عليه،
- التركيب و التحليل : في هذه المرحلة يتم ترجمة المعلومات وتقديمها في شكل تقارير أو جداول أو أشكال بيانية، وتهدف هذه المرحلة إلى فرز وترتيب المعلومات بحيث لا تحتفظ إلا بالمعلومات التي تعطي قيمة أكبر لاتخاذ القرار.
- النشر واتخاذ القرار: عند انتهاء عملية التحليل والتركيب نتحصل على معلومات معالجة ولا تكون لهذه الأخيرة أي قيمة إذا تم احتجازها ولم يتم نشرها في الوقت المناسب، والى الشخص المناسب لاتخاذ القرار المناسب، فكل المراحل السابقة لا تجدي نفعاً إذا لم تنتشر المعلومات لتصل إلى متخذ القرار بالمؤسسة، ثم تأتي مرحلة أخيرة وهي مراجعة الآثار الناتجة عن القرار المتخذ. ويتطلب انجاز هذه المراحل مهارة عالية،
- أنواع اليقظة الإستراتيجية : لليقظة الإستراتيجية ميزة تضيفها للمؤسسة بأن تصبح لها القدرة على تصرف بسرعة وفي الوقت المناسب مع اكبر قدر من الفعالية ومساهمة في تحقيق تنافسيتها الدائمة.
- اليقظة التنافسية: وتعنى اليقظة التنافسية بالبحث، المعالجة ونشر معلومات متعلقة بمنافسي المؤسسة،
- اليقظة التجارية: تهتم بحاجيات الزبائن ورغباتهم على المدى البعيد، وعلى السوق ومؤشرات وتغيرات، وتركز كذلك على تقنيات وكيفية تحقيق وفاء الزبائن،
- اليقظة التكنولوجية: اليقظة التكنولوجية هي عملية مراقبة وتحليل المحيط العلمي، التقني والتكنولوجي والتأثيرات الاقتصادية الحاضرة والمستقبلية من أجل توقع المخاطر والتهديدات وفرص التطوير.
- اليقظة البيئية: تعرف باليقظة الشاملة وتخص ما تبقى من عناصر محيط المؤسسة و التي لم تتناولها الأنواع السابقة مثل: الاجتماعية، السياسية، التشريعية، المالية، الثقافية، الإيكولوجية، التمويلية، الاقتصادية، ... وغيرها.

دور اليقظة الإستراتيجية في تعزيز الميزة التنافسية
دراسة حالة: المؤسسة الصناعية دهانات الزهرة – كوينين- الوادي)

- اليقظة الاجتماعية: وتتمثل في تحديد وملاحظة كل الظواهر الاجتماعية مثل الصراعات الاجتماعية.
- اليقظة التشريعية : تهتم بمتابعة القوانين والتشريعات خارج المؤسسة والتي لها علاقة مباشرة وغير مباشرة مع المؤسسة ومحيطها.
- اليقظة السياسية : تهتم بمتابعة وتحليل كل التغيرات والأحداث السياسية.

3. الميزة التنافسية

1.3. تعريف المنافسة والتنافسية:

✓ يمكن تعريف المنافسة بأنها "شكل من أشكال تنظيم الاقتصاد يحدد آليات العمل داخل السوق والعلاقات المختلفة ما بين المتعاملين الاقتصاديين داخله بشكل يؤثر في تحديد السعر (زغدار، 2011، صفحة 12)

✓ ويقصد بالمنافسة أيضا هي الوضعية التي تمارس فيها مواجهة حرة كاملة وحقيقية بين كل المتعاملين الاقتصاديين على المستوى عرض وطلب الخبرات و الإنتاج ورؤوس الأموال. (عبدوس، 2010/2011، صفحة 83)

✓ إنطلاقا مما سبق يمكننا تعريف المنافسة بأنها وجود لعدد من المنظمات التي تنشط في قطاع معين و تعرض منتجات أو خدمات متجانسة تستهدف نفس المستهلكين و التي تحاول كل منظمة منهم كسبهم إليها.

✓ تعرف التنافسية بأنها(بوران، صفحة 54)" القدرة على إنتاج السلع و الخدمات بال نوعية الجيدة و السعر المناسب و في الوقت المناسب" فمن خلال الجزء الأول من التعريف نلاحظ أن التنافسية تمثل تنافسية المنتج كشرط أساسي لتنافسية المؤسسة، أما الجزء الثاني يضيف عاملا أو شرطا آخر لتنافسية المؤسسة و هو الوقت المناسب لتقديم و تسليم المنتجات للزبائن.

2.3 ماهية الميزة التنافسية :

✓ تعريف الميزة التنافسية: لقد تباينت التعريفات للميزة التنافسية بين الكتاب والباحثين:

✓ يعرفها Igor Ansoff (1965) "على أنها خصائص الفرص المميزة ضمن مجال معرف بثنائية منتج- سوق يتجه للنمو، فهي تهدف إلى التعريف بصفات خاصة لمنتج قابل للتسويق والذي يمنح للمؤسسة وضعية تنافسية قوية" (Fritz، 2008، صفحة 10) .

✓ أما kotler فيرى الميزة التنافسية على أنها " مقدرة المنظمة على أداء التنافسية بالشكل الذي يصعب على منافسيها تقليده، ويمكن تحقيق الميزة التنافسية بواسطة تنفيذها لوظائف تعمل على خلق قيمة في مجالات تقليل الكلفة مقارنة بمنافسيها أو العمل على أدائها بأساليب تقود إلى التمييز. (شيخ فؤاد و بدر، 2004، صفحة 634)

3.3. الإبداع القلب النابض لليقظة الإستراتيجية في تحسين تنافسيه المؤسسة

يؤكد كل من "كلايتون كريستينيس ومايكل رانيور" على أنا لإبداع هو المدعم المؤازر لتحقيق النمو في عمل المؤسسة، فالأداء الناتج داخل المؤسسة يتم عند حدوث بعض الوقفات الإبداعية ويتطلب دعم الإبداع ليس وجود أفكار فقط، بل تجميع تلك الأفكار لتوفير النمو (برافين و أحمد، 2008، صفحة 200). في ظل البيئة التنافسية الجديدة ومع التطور الهائل لتكنولوجيا المعلومات أصبح الإبداع أكثر أهمية ويعود الفارق الأساسي بين المؤسسات ، لكن الحاجة اليوم إلى الإبداع الأكثر السرعة ويكون هذا إلا بتوفير المعلومات اللازمة وفي الوقت المناسب، وتعتبر مختلف أنواع اليقظة بمثابة وسائل مميزة لإدارة عدم التأكد والمعلومة، كما أنها تسمح بطريقة حديثة وديناميكية بتحديد القوى المحركة لمحيط المؤسسة كشرط أساسي لتفاعلها مع هذا المحيط. ومن هنا يبدو الدور المركزي للمعلومة في حركية الإبداع، وذلك من خلال مساهمتها في عملية اليقظة في المؤسسة واستخدام لأغراض التخطيط الإستراتيجي". (خليل و بوعبدلي، 2005، صفحة 09)

4.4. اليقظة الإستراتيجية وسيلة لخلق و تحسين الميزة التنافسية وتطويرها يعتبر إرساء نظام فعال لليقظة الإستراتيجية بالمؤسسة الاقتصادية من إحدى الدعائم الجوهرية لإرساء قواعد المنافسة في الوقت الآتي، وبالتالي من خلال ما ذكر آنفا يمكن القول أن اليقظة الإستراتيجية تساهم إلى حد كبير في تدعيم ورفع تنافسية المؤسسات الاقتصادية وذلك من خلال النقاط التالية :

- تختلف ممارسة اليقظة الإستراتيجية باختلاف درجة المنافسة وحدتها وحسب طبيعة نشاط المؤسسة مقارنة مع المؤسسات المنافسة، وذلك بتحفيز المسيرين على تأمين المؤسسة من

دور اليقظة الإستراتيجية في تعزيز الميزة التنافسية
دراسة حالة: المؤسسة الصناعية دهانات الزهرة – كوينين- الوادي

المخاطر البيئية المباغطة بتبني استراتيجيات ملائمة لتصدي ومجاهاة المنافسين (بوخمخ و مصباح، 2010، صفحة 16).

- تمكن اليقظة الإستراتيجية من معرفة المعلومات اللازمة عن كل المنافسين الحاليين و المحتملين حول منتجاتهم أو خدماتهم، خططهم و استراتيجياتهم التسويقية و التجارية، السعر و النوعية، الجودة، الموارد، الكفاءات... إلخ،

- اليقظة تمكن المؤسسة من رصد التطورات الجديدة لتكنولوجيا المعلومات و الاتصالات وآخر التطورات التكنولوجية و التقنيات الحديثة.

- تقرب المؤسسة بدراسات معمقة عن تغيرات أذواق المستهلكين، تطور رغباتهم واحتياجاتهم عبر الزمن مما يمكنها من تقديم منتجات متميزة وفي القمة لتحقيق رضا زبائنهم، من خلال تلبية حاجاتهم والاستجابة لرغباتهم بتطوير طرق التوزيع.

- توفر اليقظة الإستراتيجية للمؤسسة معلومات حول البيئة التنافسية، فتساعدها على تحقيق كفاءة تخصيص الموارد، استخدامها، تشجيع الإبداع و الابتكار، مما يؤدي على تحسين الإنتاجية، الارتقاء بمستوى نوعية الإنتاج ورفع مستوى الأداء، (بوخمخ و مصباح، 2010، صفحة 18).

- تلعب اليقظة دورا بارزا في تحقيق استمرارية الأداء التنافسي، وذلك بفضل المعلومات المتوفرة لدى المؤسسة حول كل ما يخص ويؤثر على إستراتيجيتها التنافسية واستمرارية أدائها، وفعالية اليقظة تظهر باعتبارها عامل أساسي في استمرارية الأداء الاستراتيجي، (زرودي و سكر، 2010، صفحة 12). وهذا ما يساعد المؤسسة على توسيع حصتها السوقية والتي تعد هدفا استراتيجيا تسعى غالبية المؤسسات لبلوغه بحيث تعتبر أحد المؤشرات الهامة المعززة لمركزها التنافسي"، "فالمؤسسة التي تملك أكبر حصة سوقية تكون ذات مركز تنافسي أقوى". (بوخمخ و مصباح، 2010، صفحة 18).

- الدراسة الميدانية:

- أولا: الإطار المنهجي لدراسة التطبيقية: نتناول في هذه الدراسة التعريف بمجتمع الدراسة الميدانية، والعينة المختارة منه

- مجتمع الدراسة وطريقة سحب العينة :

- مجتمع الدراسة : يتمثل في العاملين في شركة دهانات الزهرة - كوينين الوادي.
 - عينة الدراسة: استهدف الاستبيان عينة كلية للعاملين من خلال توزيع (40) استبيان تم الحصول على (36) استبانة صالحة للدراسة، كما هو موضح في الجدول التالي:
- جدول رقم (01): يوضح الإحصائيات الخاصة باستمارة الاستبيان

النسبة	العدد	البيان
%100	40	عدد الاستثمارات الموزعة
%90	36	عدد الاستثمارات المسترجعة

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على تجميع الاستبيان

- ثانيا: تحليل إجابات العينة حسب مقياس ليكارت الثلاثي :
- دراسة اتجاهات إجابات العينة حول محور اليقظة الإستراتيجية : في هذا العنصر قمنا بمايلي: البعد الأول : خاص باليقظة التجارية
- الجدول رقم (02): تحليل إجابات العينة حسب مقياس ليكارت الثلاثي للبعد الأول

الرقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
01	تقوم المؤسسة بدراسة متطلبات ورغبات المستهلكين	2.666	0.717	موافق
02	تحافظ المؤسسة على زبائنها و تطور من رغباتهم	2.777	0.637	موافق
03	غالبا ما تستقطب زبائن جدد من خلال منتجات جديدة	2.305	0.950	محايد
04	تبحث المؤسسة باستمرار للولوج لأسواق جديدة	2.944	0.333	موافق
	إجمالي البعد	2.673	0.488	موافق

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على برنامج *SPSS*

من خلال الجدول السابق لاحظنا أن كل اتجاهات إجابات العينة حول البعد اليقظة التجارية اتجهت للموافقة بمتوسط حسابي إجمالي قدره (2.67) وانحراف معياري قدره (0.488)، حيث وجدنا أن أعلى مستوى كان في العبارة الرابعة حيث "تبحث المؤسسة باستمرار للولوج لأسواق جديدة" بمتوسط حسابي قدره (2.944) وانحراف معياري قدره (0.333)، وقد حققت

دور اليقظة الاستراتيجية في تعزيز الميزة التنافسية
دراسة حالة: المؤسسة الصناعية دهانات الزهرة – كوينين- الوادي

كل العبارات مستويات مرتفعة حيث بلغ متوسطها الحسابي أكثر من (2.5)، بينما حققت العبارة الثالثة أقل متوسط حسابي (2.305) وانحراف معياري قدره (0.950).
البعد الثاني : اليقظة التنافسية:

الجدول رقم (03): تحليل إجابات العينة حسب مقياس ليكارت الثلاثي للبعد الثاني.

الرقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
01	تولي المؤسسة أهمية لمنتجات المنافسين والحصص السوقية لهم	2.500	0.845	موافق
02	تقوم المؤسسة بتطوير منتجاتها وابتكار منتجات جديدة	2.638	0.761	موافق
03	يتم تحديد الأسعار وفق أسعار المنافسين	2.388	0.934	موافق
04	تهتم المؤسسة بخفض التكاليف كميزة للمنافسة	3.000	0.000	موافق
	إجمالي البعد	2.631	0.479	موافق

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على برنامج *spss*

من خلال اتجاهات العينة حول هذا البعد (اليقظة التنافسية) لاحظنا أن كل أفراد العينة موافقون على عباراتهم وذلك بمتوسط حسابي إجمالي قدره (2.631) وانحراف معياري قدره (0.479)، وحققت العبارة الرابعة المتمثلة في " تهتم المؤسسة بخفض التكاليف كميزة للمنافسة " وذلك بمتوسط حسابي قدره (3.000) وانحراف معياري قدره (0.000)، وهو ما يعني اتفاق كل أفراد العينة على إجابة واحدة، بينما حققت العبارة الثالثة المتمثلة في " يتم تحديد الأسعار وفق أسعار المنافسين " وذلك بأقل بمتوسط حسابي قدره (2.388) وانحراف معياري قدره (0.934).

البعد الثالث: اليقظة التكنولوجية :

الجدول رقم (04): تحليل إجابات العينة حسب مقياس ليكارت الثلاثي للبعد الثالث

الرقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
01	تتعاهد المؤسسة مع خبراء في التكنولوجيا لتطوير برامجها و أدواتها	2.611	0.802	موافق

أحمد بن خليفة، سليمة مسعي محمد، حنان بقاط

موافق	1.012	2.055	تقوم بتكوينات مختصة للموظفين في ميدان التكنولوجيا الحديثة	02
موافق	0.802	2.583	لدى المؤسسة مصلحة للبحث و التطوير	03
موافق	0.843	2.555	تستعمل المؤسسة وسائل الاتصال الحديثة للتعريف بمنتجاتها	04
موافق	0.736	2.451	إجمالي البعد	

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على برنامج *SPSS*

من خلال اتجاه إجابات العينة حول هذا البعد (اليقظة التكنولوجية) لاحظنا أن كل أفراد العينة وافقوا إجمالاً على عباراته بمتوسط حسابي مرجح إجمالي قدره (2.451) وانحراف معياري قدره (0.736)، بنما حققت العبارة الأولى أعلى متوسط حسابي مرجح قدره (2.611)، أي أن درجة الموافقة على "المؤسسة تتعاقد مع خبراء في التكنولوجيا لتطوير برامجها وأدائها" كانت مرتفعة، على عكس ذلك حققت العبارة الثانية أقل متوسط حسابي قدره (2.055) وانحراف معياري قدره (1.012)، أي أن درجة الموافقة كانت في أقل مستوياتها على أن "المؤسسة تقوم بتكوينات مختصة للموظفين في ميدان التكنولوجيا الحديثة، هذا ما يفسر نسبة 8.3 % فقط قاموا بدورة تكوينية واحدة فقط،

البعد الرابع: اليقظة البيئية :

الجدول رقم (05) : تحليل إجابات العينة حسب مقياس ليكرت الثلاثي للبعد الرابع .

الرقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
01	تتابع المؤسسة التطورات السياسية و الاقتصادية والاجتماعية	2.972	0.166	موافق
02	تواكب المؤسسة القوانين والتشريعات المنظمة لعملها	3.000	0.000	موافق
03	تحتزم المؤسسة معايير الأمن و السلامة المهنية	2.916	0.368	موافق
04	تستعمل المؤسسة طرق الردم التقني لنفاياتها	2.861	0.487	موافق
	إجمالي البعد	2.937	0.201	موافق

دور اليقظة الاستراتيجية في تعزيز الميزة التنافسية
دراسة حالة: المؤسسة الصناعية دهانات الزهرة – كوينين- الوادي

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على برنامج *SPSS*

من خلال هذا الملحق (01) الذي يبين اتجاهات العينة ، المدروسة حيث حققت العبارة الثانية أعلى متوسط حسابي مرجح قدره ب (3.000)، أي أن مستوى الموافقة كان عالي جدا حول "أن المؤسسة تواكب القوانين والتشريعات المنظمة لعملها"، بينما حققت العبارة الرابعة أقل مستوى موافقة بمتوسط حسابي قدره (2.861) وانحراف معياري (0.487)، وإجمالا فإن درجة الموافقة على كل العبارات هذا البعد حققت متوسط حسابي قدره (2.937) وانحراف معياري قدره (0.201).

- دراسة اتجاهات إجابات العينة حول محور الميزة التنافسية : يتكون هذا المحور من 16 عبارة وكانت اختيارات الإجابة عليها باستخدام مقياس ليكارت الثلاثي فكانت النتائج كما هو في الملحق رقم (01). من خلال إجابات اتجاهات العينة حول محور الميزة التنافسية وجدنا أن المتوسط الحسابي إجمالي قدره ب (2.664) وانحراف معياري قدره ب (0.328)، مما يعني الموافقة على أغلب عبارات هذا المحور، حيث بلغ المتوسط الحسابي لمعظم العبارات الكبر من 2.33، إلا أن هناك عبارة واحدة اتجهت لعدم الموافقة حيث بلغ متوسطها الحسابي 1.55 بانحراف معياري عالي يقدر ب 0.694 أي هناك اختلاف كبير في الإجابات لكن معظمهم لم يوافقوا عليها مما يعني أن أفراد العينة لم يوافقوا على أن المؤسسة تتوفر على منتجات بها مميزات خاصة يصعب تقليدها، وأما عن العبارة (11) و(10) فاتجهت فيها الإجابات للمحايدة بانحراف معياري عالي يقترب للواحد مما يوضح الاختلاف الواضح لإجابات العينة حول هاتين العبارتين وقلة أهميتهما في الدراسة، وإذا أردنا معرفة درجة الأهمية بالنسبة للعبارات سنجد أن كل من العبارتين الخامسة والسادسة حيث كانت درجة الموافقة تامة أي أن "المؤسسة تحرص على الاستغلال الأمثل للموارد لتخفيض التكاليف" وأيضا "أن المؤسسة تحرص على التقليل من فضلات ومهملات المواد الأولية"، وذلك بمتوسط حسابي قدره (3.000) وانحراف معياري قدره ب (0.000)، بينما حققت العبارة السابعة أقل متوسط حسابي مرجح للموافقة قدره ب (2.361) وانحراف معياري قدره ب (0.930)، أي نسبة الأهمية متوسطة، وعموما قد اتفق جميع أفراد العينة على كل عبارات محور الميزة التنافسية.

4. مناقشة نتائج التحليل و اختبار الفرضيات: قبل اختبار الفرضيات وتطبيق الأدوات الإحصائية والاختبارات يجب أولاً معرفة ما إذا كانت البيانات تتبع توزيعاً طبيعياً أو لا، لمعرفة تطبيق الاختبارات المناسبة

اختبار التوزيع الطبيعي : نستخدم هذا الاختبار لمعرفة ما إذا كانت البيانات تتبع توزيعاً طبيعياً أو لا ولمعرفة ذلك نستخدم اختبارين معروفين هما *Kolmogorov-Sminrov*

واختبار *Shapiro-Wilk* وهذا بوضع الفرضيتين التاليتين عند مستوى دلالة 0.05

H0: البيانات تتبع توزيعاً طبيعياً .

H1: البيانات لا تتبع توزيعاً طبيعياً .

في دراستنا لدينا أربع أبعاد خاصة بالليقظة الإستراتيجية ومحورين المحور الأول هو الليقظة الإستراتيجية إجمالاً بأبعاده الأربعة والمحور الثاني هو الميزة التنافسية، وبعد إدخال البيانات للبرنامج الإحصائي *spss* تحصلنا على النتائج التالية:

الجدول رقم (06)الجدول المزدوج لاختبار كاي ترييع (الجنس مع سنوات الخبرة)

إجمالي	الخبرة المهنية				الجنس
	أقل من 5سنوات	من 6 إلى 10سنوات	من 11 إلى 15سنة	أكثر من 16سنة	
31	20	08	03	00	ذكر
05	05	00	00	00	أنثى
36	25	08	03	00	إجمالي

المصدر : من إعداد الباحثين بناء على برنامج *spss*

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن عدد الذكور الذين تقل خبرتهم المهنية أقل من 5 سنوات كان عددهم (20) ذكر، ومن 6 إلى 10سنوات كان عددهم (08) ذكور، إما عدد ذكور الذين لهم خبرة من 11 إلى سنة 15سنة كان عددهم (03)

كما نلاحظ أيضاً أن عدد إناث الذين تقل خبرتهم المهنية أقل (من 5 سنوات) كان عددهم (05) إناث، ونلاحظ أنه لا توجد إي أنثى لها خبرة مهنية من 5 إلى 10سنوات و من 11 إلى 15 سنة، وأكثر من 16 سنة .

دور اليقظة الإستراتيجية في تعزيز الميزة التنافسية
دراسة حالة: المؤسسة الصناعية دهانات الزهرة – كوينين- الوادي)

بالنسبة إلى إجمالي عدد أفراد موجدين في كلا جنسين الذين الخبرة المهنية تقل من 5سنوات عددهم (25) وإجمالي عدد أفراد لديهم خبرة من 06الى 10سنوات كان (08)، كما نلاحظ أيضا إجمالي عدد أفراد لديهم خبرة من 11 الى 15 سنة كان (03).

• بالنسبة لإجمالي المحور الأول اليقظة الإستراتيجية والميزة التنافسية فالعلاقة طردية متوسطة حيث بلغ معامل الارتباط ($r=0.580$)، وهذا الارتباط ذو دلالة إحصائية عند مستوى 5% نظرا لأن قيمة $sig=0.000$ وهي أقل من 0.05 أي نرفض الفرض الصفري ونقول أنه هناك علاقة بين المتغيرين لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار البسيط، كما هو موضح في الجدول التالي :

الجدول رقم (07) : نتائج اختبار اثر أبعاد اليقظة الإستراتيجية على الميزة التنافسية

المتغير التابع	(R) الارتباط	(R2) معامل التحديد	F المحسوبة	DF درجات الحرية	Sig مستوى الدلالة	معامل الانحدار	Sig مستوى الدلالة
الميزة التنافسية	0.815	0.664	67.309	1	0.000	0.678	0.000
				34			
				35			

المصدر : من إعداد الباحثين بناء على مخرجات SPSS

$$\hat{Y} = 0.853 + 0.678X \quad : \text{ معادلة الانحدار البسيط كانت كالآتي}$$

$$T = (3.820) \quad (8.204)$$

تشير نتائج الجدول السابق وفقا لآراء أفراد عينة الدراسة وجود أثر ذو دلالة إحصائية لليقظة الإستراتيجية على الميزة التنافسية في شركة دهانات الزهرة، إذ بلغ معامل ارتباط (0.815) وهو ارتباط قوي طردي ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 5%، أما معامل التحديد بلغ (0.664) حيث أن 66.4% من التغير في الميزة التنافسية يرجع لتغير في أبعاد اليقظة الإستراتيجية، وقد بلغت قيمة درجة التأثير ($\beta = 0.678$)، وهذا يعني أن الزيادة بدرجة واحدة في الاهتمام بأبعاد اليقظة الإستراتيجية يؤدي إلى زيادة الميزة التنافسية بقيمة (67.8 %) وهي معنوية في النموذج نظرا لان قيمة إحصائية ستوبونت المحسوبة لها كانت

(8.204) وهي معنوية لان قيمة المعنوية لها مساوية (0.000) وهي اقل من 0.05 ، ويؤكد معنوية أثر اليقظة الإستراتيجية على الميزة التنافسية قيمة F المحسوبة والتي بلغت ($F=67.309$) وهي دالة إحصائية بمستوى معنوية 5% لان قيمة ($sig=0.000$)، وهذا يؤكد عدم صحة قبول الفرضية الرئيسية وعليه نرفض الفرضية الصفرية ونقول وجود أثر ذو دلالة إحصائية لعمليات اليقظة الإستراتيجية على الميزة التنافسية عند مستوى دلالة 5%.

اختبار الأثر باستخدام الانحدار المتعدد بين أبعاد اليقظة الإستراتيجية والميزة التنافسية : ولبيان درجة تأثير كل بعد من أبعاد اليقظة الإستراتيجية على الميزة التنافسية في شركة دهانات الزهرة الوادي، تم استخدام الانحدار المتعدد، عبر طرح الفرضية الرئيسية: الفرضية الصفرية الرئيسية H_0 : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد اليقظة الإستراتيجية المتمثلة في (اليقظة التجارية، اليقظة التنافسية، اليقظة التكنولوجية، اليقظة البيئية) على الميزة التنافسية في شركة دهانات الزهرة الوادي. ونتائج الاختبار موضحة بالجدول التالي :

الجدول رقم (08) : نتائج الانحدار المتعدد لأبعاد اليقظة الإستراتيجية على الميزة التنافسية.

المتغير التابع	(R)	(R ²) معامل التحديد	F المحسوبة	DF درجات الحرية	Sig مستوى الدلالة	معامل الانحدار	Sig مستوى الدلالة
الميزة التنافسية	0.843	0.711	19.050	4	0.000	اليقظة التجارية 0.216	0.025
				31		اليقظة التنافسية 0.118	0.253
				35		اليقظة التكنولوجية 0.130	0.042
						اليقظة البيئية 0.447	0.012

المصدر : من إعداد الباحثين بناء على مخرجات SPSS

معادلة الانحدار المتعدد كانت كالاتي :

$$\hat{Y} = 0.056 + 0.216 X_1 + 0.118 X_2 + 0.130 X_3 + 0.477 X_4$$

$$T = (0.118) \quad (2.363) \quad (1.164) \quad (1.861) \quad (2.681)$$

دور اليقظة الإستراتيجية في تعزيز الميزة التنافسية
دراسة حالة: المؤسسة الصناعية دهانات الزهرة – كوينين- الوادي)

تشير النتائج بالجدول رقم (08) وفق لأراء أفراد عينة الدراسة عن وجود أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد اليقظة الإستراتيجية على الميزة التنافسية في شركة الزهراء للدهن عدا متغيرة اليقظة التنافسية ليست دالة إحصائيا، إذ بلغ معامل الارتباط (0.843) وهو ارتباط طردي قوي، أما معامل التحديد فقد بلغ (0.711) أي أن 71.1% من التغير في الميزة التنافسية ناتج عن التغير في الاهتمام بأبعاد اليقظة الإستراتيجية ، كما بلغت قيمة تأثير $\beta = (0.216)$ لبعدها اليقظة التجارية مما يعني أن الزيادة بوحدة واحدة في اليقظة التجارية يؤدي الى التغير في الميزة التنافسية ب21.6% مع بقاء المتغيرات المستقلة الأخرى على حالها، وقد بلغت قيمة التأثير لبعدها اليقظة التنافسية (0.118) مما يعني أن الزيادة بوحدة واحدة في اليقظة التنافسية يؤدي الى التغير في الميزة التنافسية ب11.8% مع بقاء المتغيرات المستقلة الأخرى على حالها، بينما بلغت قيمة التأثير لبعدها اليقظة التكنولوجية (0.130) مما يعني أن الزيادة بوحدة واحدة في اليقظة التكنولوجية يؤدي الى التغير في الميزة التنافسية ب13.0% مع بقاء المتغيرات المستقلة الأخرى على حالها، وأخيرا بلغت قيمة التأثير لبعدها اليقظة البيئية (0.477) مما يعني أن الزيادة بوحدة واحدة في اليقظة البيئية يؤدي الى التغير في الميزة التنافسية ب47.7% مع بقاء المتغيرات المستقلة الأخرى على حالها. وكل الأبعاد كانت معنوية غير البعد الثاني كان غير معنوي يعني أن يمكن القول أن اليقظة التنافسية يمكن حذفها من معادلة الانحدار لأنها ليست معنوية في النموذج.

ومما يؤكد معنوية النموذج هي قيمة اختبار فيشر حيث بلغت قيمة ($F=19.050$) وهي دالة إحصائية بمستوى معنوية 5% ، لان قيمة ($sig=0.000$)، وهذا يؤكد عدم صحة قبول الفرضية الرئيسية وعليه نرفض الفرضية الصفرية أي أن هناك أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد اليقظة الإستراتيجية التالية : (اليقظة التجارية ، اليقظة التكنولوجية ، اليقظة البيئية) على الميزة التنافسية في شركة دهانات الزهرة

5. خاتمة:

من خلال جوانب الدراسة النظري والتطبيقي والذي شمل دور اليقظة الإستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية، توصلنا إلى مجموعة من النتائج والتوصيات .

1- نتائج الدراسة

- أظهرت الدراسة انه اغلب عمال شركة دهانات الزهرة من فئة الرجال حيث بلغت نسبتهم "86.11%" ونسبة الإناث بلغت "13.89%".
 - أظهرت الدراسة أن أعلى نسبة لمعدلات العمر في شركة دهانات الزهرة تتمثل في الفئة الأقل من 30 سنة حيث بلغت 44.40 % و الفئة من 31 إلى 40 سنة بنسبة 27.80 % لتكون الفئة الثالثة من 41 إلى 50 سنة بنسبة 22.20% وتبقى الفئة الأكبر من 50 سنة بنسبة 5.6 % .
 - أظهرت الدراسة أن العينة محل الدراسة تتمتع بمؤهلات علمية متنوعة نوعا ما في المستوى حيث أن فئة المستوى ثانوي وأقل بنسبة 66.7% وهي أعلى نسبة، وتليها المتحصلين على شهادات جامعية بنسبة 16.7% وتليها نسبة 13.9% لشهادات التكوين المهني مما يوضح المستوى التعليمي لأفراد العينة بمجموع 30.6%، وان اقل نسبة كانت للمستوى الأقل وهم شهادات أخرى بنسبة 2.8%
 - أظهرت الدراسة أن اكبر نسبة من عمال دهانات الزهرة ذات خبرة أقل من 05 سنوات بنسبة 69.40% تليها أصحاب الخبرة من 06 إلى 10 سنوات بنسبة 22.20% ثم فئة من 11 إلى 15 سنة تقابلها نسبة 8.3% ولا وجود لأصحاب الأكبر من 15 سنة هذا ما يوحي بأن المؤسسة معتمدة على فئة الشباب الأكثر نشاطا.
 - أظهرت الدراسة أن الشركة لا تهتم بتكوين عمالها نظرا لان نسبة 91.7% من العمال لم يقوموا بإجراء أي دورات تدريبية، حيث سجلت اقل نسبة تقدر ب8.3% تقريبا للذين قاموا بدوره واحدة فقط
 - أظهرت الدراسة أنه لا توجد علاقة بين الجنس والخبرة، كما أن سنوات الخبرة لا تؤثر على الحصول على دورات تكوينية وأن هناك علاقة بين المؤهل العلمي و الحصول على دورات تكوينية للعمال في الشركة من خلال نتائج اختبار كاي تربيع .
 - أظهرت دراسة أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لليقظة الإستراتيجية على الميزة التنافسية
 - أظهرت دراسة أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد اليقظة الإستراتيجية التالية (التجارية، التكنولوجية، البيئية) على الميزة التنافسية ولا يوجد أثر بين اليقظة التنافسية و الميزة التنافسية في شركة دهانات الزهرة
- 2- توصيات الدراسة:

دور اليقظة الإستراتيجية في تعزيز الميزة التنافسية
دراسة حالة: المؤسسة الصناعية دهانات الزهرة – كوينين- الوادي

- ضرورة إنشاء مصلحة للبحث والتطوير، وإدراج خلية لليقظة الإستراتيجية مستقلة في الهيكل التنظيمي للشركة .
 - العمل أكثر على نشر ثقافة اليقظة الإستراتيجية بين العاملين، والوعي بمدى أهميتها.
 - ضرورة الاهتمام باليقظة البيئية للمؤسسة وخاصة البيئة التنافسية عن طريق متابعة ومراقبة كل التحولات التي تطرأ عليها
 - ضرورة الاهتمام باليقظة التنافسية للمؤسسة ومحاولة الدخول لسوق المنافسة والأسواق الجديدة خاصة أنها تركز على تسويق متوجاتها في 20 ولاية فقط.
6. قائمة المراجع:

Thomas Fritz (2008). *The Competitive Advantage Period* ,
Assessing the and the Industry Advantage Period
Sustainability and Determinants of Superior Economic
Performance ,Gabler Edition Wissenschaft .

أحمد بن خليفة، و فرحات د. عباس. (بلا تاريخ). مساهمة اليقظة الإستراتيجية في تفعيل الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية. مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية – دراسات إقتصادية جامعة زيان عاشور، الجلفة، الجزائر، العدد 02/32 ، صفحة 29.

أحمد زغدار. (2011). - زغدار أحمد، المنافسة، التنافسية والبدائل الاستراتيجية. الجزائر: دار جرير للنشر و التوزيع.

جويتا برفين، و المغربي مترجمة أحمد. (2008). " الإبداع الإداري في القرن الحادي والعشرين. القاهرة: دارالفجر للنشر والتوزيع، القاهرة.

سمية بوران. بوران سمية، دور إدارة المعرفة في تحسين الميزة التنافسية، مذكرة ماجستير . تلمسان: كلية العلوم الاقتصادية- جامعة تلمسان.

عبد الرزاق خليل، و أحلام بوعبدلي. (2005). عبد الرزاق خليل، أحلام بوعبدلي، الذكاء الاقتصادي في خدمة منظمة الأعمال. لمؤتمر العلمي الخامس حول اقتصاد المعرفة والتنمية الاقتصادية (صفحة 09). تونس: كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الزيتونة ، تونس.

عبد العزيز عبدوس. (2010/2011). - عبدوس عبد العزيز، سياحة الانقسام التجاري ودورها في رفع القدرة التنافسية للدول ، أطروحة دكتوراه، تلمسان: كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، جامعة تلمسان،.

عبد الفتاح بوخمحم، و عائشة مصباح. (2010). دور اليقظة الإستراتيجية في تنمية الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية، . الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية، (صفحة 11). الشلف: كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة الشلف.

فيروز زروحي، و فاطمة الزهراء سكر. (2010). ، دور اليقظة الاستراتيجية في الرفع من تنافسية المؤسسات الاقتصادية، . الملتقى الدولي الرابع حول: المنافسة والاستراتيجية التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية. الشلف: كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير جامعة الشلف.

قدور بن نافلة، و عاشور مرزيق. (2010). اليقظة الإستراتيجية قناة اتصال المؤسسة ببيئتها، الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة والإستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية، (صفحة 11). الشلف: كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي.

منية خليفة. (2010). آليات تطوير الميزة التنافسية للمؤسسة الإقتصادية. الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة والإستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية، (صفحة 78). الشلف: كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة حسيبة بن بو علي.

نجيب شيخ فؤاد، و فادي محمد بدر. (سبتمبر، 2004). شيخ فؤاد نجيب و بدر، فادي محمد، العلاقة بين نظم المعلومات و الميزة التنافسية في قطاع الأدوية الأردنية، ، . مجلة الإدارة العامة، المجلد رقم 44 ، صفحة 234.

7. ملاحق:

الملحق رقم (01) : تحليل إجابات العينة حسب مقياس ليكارت الثلاثي حول محور الميزة التنافسية .

دور اليقظة الإستراتيجية في تعزيز الميزة التنافسية
دراسة حالة: المؤسسة الصناعية دهانات الزهرة – كوينين- الوادي)

م	عبارات محور الميزة التنافسية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
01	تعمل المؤسسة على تحسين جودة المنتجات	2.944	0.333	موافق
02	تسعى المؤسسة إلى إشباع رغبات الزبائن	2.777	0.637	موافق
03	تهتم المؤسسة في إدارتها بمصالح الجودة والبحث و التطوير	2.638	0.761	موافق
04	تتوفر منتجات المؤسسة على مميزات خاصة يصعب تقليدها	1.555	0.694	غير موافق
05	تحرص المؤسسة على الاستغلال الأمثل للموارد لتخفيض التكاليف	3.000	0.000	موافق
06	تحرص المؤسسة على التقليل من فضلات و مهملات المواد الأولية	3.000	0.000	موافق
07	تجمع المؤسسة معلومات دورية على المنافسين وتدرس نقاط تميزهم	2.361	0.930	موافق
08	تعمل على الحصول على مزايا وتخفيضات مالية من الموردين	2.976	0.368	موافق
09	تهتم المؤسسة بتطوير نوعية وميزة المنتجات	2.722	0.701	موافق
10	تهتم المؤسسة بتقديم منتجات أخرى بديلة تتلائم مع مختلف الرغبات	2.277	0.974	محايد
11	تعمل المؤسسة على ابتكار منتجات جديدة و تطوير القديمة بشكل دوري	2.055	0.984	محايد
12	تهتم المؤسسة بزيادة مبيعاتها وزيادة حصتها السوقية	2.916	0.368	موافق
13	تحافظ المؤسسة على ولاء الزبائن باحترام آجال تسليم	2.944	0.333	موافق

			المنتجات	
موافق	0.333	2.944	تسعى المؤسسة دوماً بدخول أسواق جديدة	14
موافق	0.637	2.777	تتخذ المؤسسة من سرعة التسليم كميزة تنافسية	15
موافق	0.576	2.805	تضع المؤسسة خدمات التسويق والتوصيل كميزة تنافسية	16
موافق	0.328	2.664	إجمالي المحور	

المصدر : من إعداد الباحثين بناءً على مخرجات SPSS