

اليقظة الاستراتيجية وأثرها في تعزيز الميزة التنافسية: دراسة حالة مؤسسة يالدين للتوصيل السريع في الجزائر

## Strategic vigilance and its impact on enhancing the competitive advantage: a case study of Yalidine Express Delivery Corporation in Algeria

خولة قاسمي الحسني<sup>1</sup>، هدى حفصي<sup>2</sup>

<sup>1</sup> جامعة الجزائر 3 (الجزائر)، مخبر ادارة التغيير في المؤسسة الجزائرية، kacimielhassani.khaoula@univ-alger3.dz

<sup>2</sup> جامعة الجزائر 3 (الجزائر)، مخبر ادارة التغيير في المؤسسة الجزائرية، mkg.hafsi@yahoo.fr

الاستلام: 2022-07-15      القبول: 2022-10-01

### ملخص:

تهدف هذه الدراسة للتعرف على أثر اليقظة الإستراتيجية من خلال أبعادها (اليقظة التنافسية، اليقظة التكنولوجية، اليقظة التجارية، اليقظة البيئية) في تعزيز الميزة التنافسية من خلال دراسة حالة مؤسسة يالدين للتوصيل السريع في الجزائر، ولتحقيق أهداف الدراسة تم تصميم استبيان وتوزيعه على عينة قصدية بلغ عددها 32 مفردة من اطارات المؤسسة. ومن خلال تحليل النتائج باستخدام البرنامج الإحصائي للعلوم الاجتماعية (SPSS) في نسخته 25، خلصت الدراسة إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد اليقظة الإستراتيجية كل على حدى في تعزيز الميزة التنافسية، كما توصلت الدراسة إلى عدم وجود أثر ذو دلالة احصائية لأبعاد اليقظة الإستراتيجية مجتمعة في تعزيز الميزة التنافسية بمؤسسة يالدين للتوصيل السريع في الجزائر.

كلمات مفتاحية: يقظة تنافسية، يقظة تكنولوجية، يقظة تجارية، يقظة بيئية، ميزة تنافسية، يالدين.

تصنيف JEL: D83، M15.

### Abstract:

This study aims to identify the impact of strategic vigilance via (competitive vigilance, technological vigilance, commercial vigilance,

environmental vigilance) in strengthening the competitive advantage by studying the case of Yalidin Rapid Delivery Corporation in Algeria. In order to achieve the objectives of the study, a questionnaire was designed and distributed to an intentional sample of 32 managers of the company. By analyzing the results using the Social Science Statistical Program (spss) in its 25th version, the study found a statistically significant effect of each other's strategic vigilance dimensions in strengthening the competitive advantage. The study also found that there was no statistically significant effect of the strategic vigilance dimensions combined in strengthening the competitive advantage at Yalidin Rapid Delivery Corporation in Algeria.

**Keywords:** Competitive vigilance; Technological vigilance; Commercial vigilance ; Environmental vigilance; Competitive advantage ; YALIDIN.

**Jel classification:** D83, M15.

المؤلف المراسل: خولة قاسمي الحسني، الإيميل: [kacimielhassani.khaoula@univ-alger3.dz](mailto:kacimielhassani.khaoula@univ-alger3.dz)

## 1. مقدمة:

تخضع منظمات الأعمال مؤخرا لضغوطات عديدة نتيجة للتطورات المتسارعة والمنافسة الشديدة التي تشدها في بيئة أعمالها، الأمر الذي فرض عليها الدخول في منافسة حادة سعيا منها لتحقيق سبق والتميز التنافسي. كل هذه التغيرات فرضت عليها الاهتمام بتحليل بيئتها الخارجية وامتلاك نظام يقظة استراتيجية كأهم وسيلة تجنبها مختلف التهديدات وتمكنها من اقتناص الفرص الممكنة التي يمكن توقعها من خلال الاشارات التي يرصدها هذا النظام، وكذا اتخاذ القرارات الاستراتيجية المناسبة بما يضمن لها البقاء في السوق وصولا إلى تعزيز ميزتها التنافسية.

**1.1. الاشكالية:** تواجه المؤسسات الجزائرية بشكل عام ومؤسسة ياليدين بشكل خاص العديد من التحديات التي فرضها التغير المستمر والدائم في عوامل بيئة الأعمال، هذا ما جعل المؤسسة المبحوثة أمام حتمية تتمثل في امتلاك أكثر من ميزة تنافسية لضمان بقائها واستمرارها، ولتحقيق هذا لا بد من اتباع أحد أهم أساليب الادارة الحديثة والمتمثلة في امتلاك نظام يقظة استراتيجي استشرافي تنبؤي لمختلف

المعطيات التي تفرزها التغيرات البيئية. ونظرا للأهمية المتزايدة لهذا الأخير والآثار التي تفرزها عملية تطبيقه؛ تظهر معالم الإشكالية التي نعالجها من خلال التساؤل الرئيس التالي: هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لليقظة الاستراتيجية بأبعادها مجتمعة في تعزيز الميزة التنافسية على مستوى مؤسسة يالدين للتوصيل السريع في الجزائر؟ ومن أجل الإحاطة الموضوعية بجوانب التساؤل الرئيس تم صياغة الأسئلة الفرعية التالية:

- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية  $\alpha \leq 0.05$  لبعدها اليقظة التنافسية في تعزيز الميزة التنافسية بالمؤسسة محل الدراسة؟
- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية  $\alpha \leq 0.05$  لبعدها اليقظة التكنولوجية في تعزيز الميزة التنافسية بالمؤسسة محل الدراسة؟
- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية  $\alpha \leq 0.05$  لبعدها اليقظة التجارية في تعزيز الميزة التنافسية بالمؤسسة محل الدراسة؟
- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية  $\alpha \leq 0.05$  لبعدها اليقظة البيئية في تعزيز الميزة التنافسية بالمؤسسة محل الدراسة؟

**2.1. فرضيات الدراسة:** لمعالجة الإشكالية المطروحة والأسئلة الفرعية قمنا بصياغة الفرضية الرئيسية التالية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لليقظة الاستراتيجية بأبعادها مجتمعة في تعزيز الميزة التنافسية عند مستوى معنوية  $\alpha \leq 0.05$  بمؤسسة يالدين للتوصيل السريع في الجزائر.

وتندرج ضمن الفرضية الرئيسية مجموعة من الفرضيات الفرعية التالية:

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية  $\alpha \leq 0.05$  لبعدها اليقظة التنافسية في تعزيز الميزة التنافسية بالمؤسسة محل الدراسة؛
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية  $\alpha \leq 0.05$  لبعدها اليقظة التكنولوجية في تعزيز الميزة التنافسية بالمؤسسة محل الدراسة؛

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية  $\alpha \leq 0.05$  لبعدها اليقظة التجارية في تعزيز الميزة التنافسية بالمؤسسة محل الدراسة؛
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية  $\alpha \leq 0.05$  لبعدها اليقظة البيئية في تعزيز الميزة التنافسية بالمؤسسة محل الدراسة.

### 3.1. أهداف الدراسة: تملخص أهداف الدراسة في النقاط الآتية:

- تقديم مفاهيم نظرية لكل متغير من متغيرات الدراسة؛
- الكشف عن الأثر الذي تلعبه أبعاد اليقظة الاستراتيجية منفردة ومجموعة (اليقظة التنافسية، اليقظة التكنولوجية، اليقظة التجارية، اليقظة البيئية) في تعزيز الميزة التنافسية على مستوى مؤسسة باليدين للتوصيل السريع في الجزائر؛
- تحليل نتائج الدراسة الميدانية وصولاً إلى تحديد نقاط القوة والضعف، والتي على ضوءها يمكن تقديم مجموعة من الاقتراحات لمؤسسة باليدين للتوصيل السريع في الجزائر فيما يخص الاهتمام باليقظة الاستراتيجية وأبعادها، والوقوف على أهميتها في تعزيز الميزة التنافسية.

- ### 4.1. منهج الدراسة: اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، حيث اعتمدت على المنهج الوصفي في الجانب النظري من خلال التطرق للأدبيات النظرية المتعلقة بمتغيرات البحث وتحليلها بشكل علمي يوضح الجوانب التي يضمها الموضوع، أما بالنسبة للجانب التطبيقي فقد اعتمدت الدراسة على منهج (دراسة حالة) لمعرفة مدى تأثير أبعاد اليقظة الاستراتيجية منفردة ومجموعة في تعزيز الميزة التنافسية بمؤسسة باليدين للتوصيل السريع في الجزائر.

- ### 2. الإطار النظري للدراسة: سنتناول في هذا المحور الأطر المفاهيمية لمتغيرات الدراسة، من خلال الإشارة لمفهوم اليقظة الاستراتيجية، أهميتها وأبعادها، ثم الإشارة لمفهوم الميزة التنافسية، أهميتها وأسسها البنائية كما يلي:

**1.2. تعريف اليقظة الإستراتيجية:** إن المؤسسات في حاجة أكثر من أي وقت مضى للبحث عن أفضل الطرق لتعزيز مصادر معلوماتها وتأمينها تدعيما لقدرتها على تقوية موقعها التنافسي، هذا ما يبرر ضرورة تبني نظام يقظة استراتيجي يهدف لرصد وتعقب كل ما يتعلق ببيئتها. فما المقصود باليقظة الاستراتيجية؟ يعرف «Lesca» اليقظة الإستراتيجية على أنها " عملية استباقية تقوم المؤسسة من خلالها بتتبع واستيعاب ونشر المعلومات من البيئة الخارجية للاستخدام في العمل". (وقنوبي و عبد الكريم، 2020، صفحة 37). وتعرفها المنظمة الفرنسية للتقييس «AFNOR» على أنها: "ذلك النشاط المستمر والمتكرر إلى حد كبير للمراقبة الفعالة بهدف استباق التغيرات الطارئة في المحيط التكنولوجي، التجاري... الخ". (Bergeron, 2000, pp. 3-4). كما تعرف بأنها: "السيورة الإستباقية لملاحظة وتحليل البيئة متبوعة بنشر المعلومات المستقاة بعد معالجتها حتى يمكن للمؤسسة اتخاذ قرارات إستراتيجية، قد تكون هذه المعلومات من طبيعة عملية أو تقنية أو تشريعية أو تنافسية أو تسويقية (تجارية)". (قوجيل، 2012/2011، صفحة 18). استنادا إلى ما سبق يمكن القول أن اليقظة الإستراتيجية هي ذلك النشاط المتعلق بمراقبة ورصد البيئة الخارجية الداخلية للمؤسسة من خلال البحث عن المعلومات وتحليلها وانتقاء أجودها وتقديمها للشخص المناسب في الوقت المناسب لاتخاذ القرار المناسب والوصول في النهاية لتحقيق الصدارة والتميز بطريقة تسمح للمؤسسة بتعزيز موقعها التنافسي.

**2.2. أبعاد اليقظة الإستراتيجية:** تعددت آراء وأفكار الخبراء والباحثين حول تحديد أبعاد اليقظة الإستراتيجية بالمؤسسة، إلا أن معظم الأبحاث والدراسات تطابقت في الأبعاد الأساسية التالية:

(أ) **اليقظة التنافسية:** تعرف اليقظة التنافسية على أنها: "النشاط الذي من خلاله تتعرف المؤسسة على منافسيها الحاليين والمحتملين، وهي تهتم أيضا بالمحيط الذي تتطور فيه المؤسسات المنافسة، وهذا من خلال جمع المعلومات المحصل عليها من تحليل الصناعة وتحليل المنافسة (نقاط القوة والضعف) ثم تحليلها واستخراج النتائج وتطبيقها في اتخاذ القرار بالمؤسسة". (حديد و حديد، 2005، صفحة 189). فاليقظة التنافسية تهتم بجمع المعلومات الضرورية لمراقبة نشاطات المنافسين لفهم سلوكياتهم، ذلك من أجل الاستعداد لمواجهة تصرفاتهم المستقبلية، فالتعرف على قدرة المنافسين الحالية

واستراتيجياتهم وتحليلها أمر يسمح للمؤسسة بتحديد الطريق الواجب إتباعه في حالة ظهور أي خطر من طرفهم. (نحاسية، 2002/2003، صفحة 69)

(ب) **اليقظة التكنولوجية:** تعرف اليقظة التكنولوجية حسب «F.Jakobiak» على أنها: "مراقبة وتحليل المحيط العلمي، التقني والتكنولوجي والتأثيرات الاقتصادية الحاضرة والمستقبلية، من أجل توقع المخاطر والتهديدات وفرص التطوير". وبالتالي فالمؤسسة الاقتصادية تركز هذه اليقظة بصفة خاصة لتطوير التكنولوجيات المتعلقة بالاكتشافات العلمية والأبحاث الأكاديمية والتطبيقية، وابتكار المنتجات، وتطوير مراحل وعمليات التصنيع، وكذا تطوير المعدات والآلات الجديدة وحتى تطوير الأنظمة المعلوماتية. (رملي، 2014، صفحة 259).

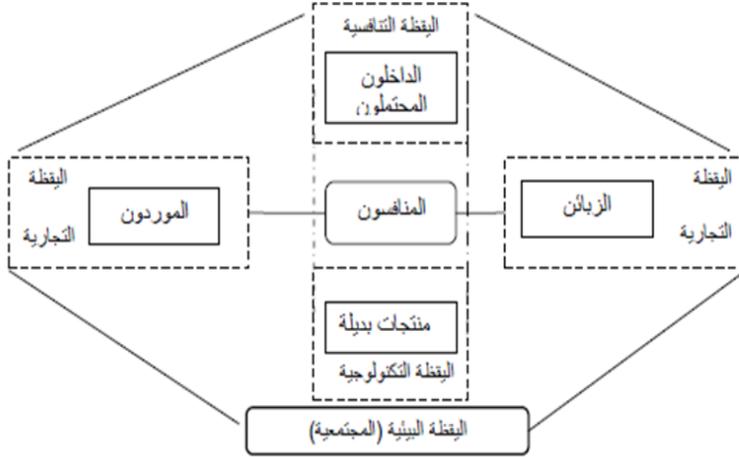
(ج) **اليقظة التجارية:** تعرف اليقظة التجارية على أنها: "النشاط الذي تدرس المؤسسة من خلاله العلاقة (موردين/زبائن) وكذا المهارات الجديدة في السوق، معدل نمو السوق... الخ". (علاوي، 2010/2011، الصفحات 111-112). وحدد كل من (حديد و حديد، 2005، صفحة 191) مجال التيقظ التجاري في عنصرين أساسيين يتمثلان في:

• **الزبائن (الأسواق):** ويتعلق الأمر بتتبع تطور احتياجات الزبائن على المدى الطويل، وكذلك بتطور العلاقة بين الزبائن والمؤسسة.

• **الموردون:** يجب تتبع تطور وعرض المنتجات الجديدة، تطور العلاقة بين الموردين والمؤسسة، أي تتبع وضعية موردي المؤسسة وقدرتهم على توفير المادة الأولية بأقل تكلفة.

(د) **اليقظة البيئية:** تشمل اليقظة البيئية جميع عناصر في بيئة المؤسسة التي لم تأخذها الأنواع السابقة بعين الاعتبار، كاليقظة الاقتصادية، التشريعية، المالية، السياسية، الجيوسياسية، الثقافية... الخ وفي الأخير يمكن توضيح الأنواع الرئيسية لليقظة الإستراتيجية من خلال الشكل الموالي:

الشكل رقم 02: أنواع اليقظة الإستراتيجية حسب نموذج بورتر



المصدر: (حديد و حديد، 2005، صفحة ص192)

يتضح من الشكل السابق أن اليقظة التنافسية تتعلق بشكل أساسي بالمنافسين الحاليين داخل القطاع والداخليين المحتملين، بينما تتعلق اليقظة التجارية بالزبائن والموردين، في حين تختص اليقظة التكنولوجية بظهور بدائل جديدة للمنتجات، أخيراً تتعلق اليقظة البيئية بجميع ما تبقى من بيئة المؤسسة.

**4.2. مفهوم الميزة التنافسية:** أدت التطورات التي يشهدها قطاع الأعمال إلى زيادة الاهتمام بموضوع الميزة التنافسية، حيث عرفت هذه الأخيرة تنوع كبير في تعريفاتها تختلف باختلاف البيئة المدروسة وغيرها، ويعتبر بورتر (M.Porter) أول من قدم اسهامات في مجالي الإدارة الاستراتيجية واقتصاديات الأعمال حول مفهوم الميزة التنافسية حيث عرفها بأنها: "القيمة التي يمكن للمؤسسة أن تخلقها، وهذه القيمة يمكن أن تكون على شكل فرق في الأسعار بين المنافسين مع الاحتفاظ بالمستوى نفسه من أداء المنتج، أو انفراد هذا المنتج بخصائص معينة تزيد من مستوى القيمة المدركة لدى العميل وتعوض الفرق في الأسعار". (عصنين و عثمانى، 2021، صفحة 127)

ويعرفها «Barney» على أنها: "مفهوم يقدم مكونات تمكن المؤسسة من الأداء بشكل أفضل في السوق من خلال تقديم سلع أو خدمات أفضل من بين جميع الخيارات المتاحة للعملاء في نفس

الصناعة أو السوق. قد تشمل هذه السمات الوصول إلى الموارد الطبيعية، وتكاليف الأعمال الخاضعة للرقابة، والتركيز على العملاء، والموظفين المبتكرين، وتكنولوجيا المعلومات الجديدة، واستراتيجيات الأعمال الفائقة والطرق المبتكرة لإدارة الأعمال". (Bora, 2019, p. 3)

كما تعرف بأنها: "خلق ميزة متفردة تتفوق بها المؤسسة على المنافسين". (Render & Jay, 2017, p. 74)

استنادا إلى ما سبق يمكن القول بأن امتلاك المؤسسة لميزة تنافسية يتعلق بمدى قدرتها على تحقيق ما يميزها عن المنافسين، ولا يتحقق ذلك إلا من خلال قدرتها على بناء أسس قوية تحقق لها القدرة على تقديم منتجات (سلع وخدمات) متميزة بأقل تكلفة وأعلى جودة ممكنة بطريقة مرنة تلبي احتياجات ورغبات عملاءها الحاليين والمحتملين بطريقة أفضل من المنافسين.

**5.2. أبعاد الميزة التنافسية:** تعددت آراء وأفكار الخبراء والباحثين حول تحديد أبعاد الميزة التنافسية بالمؤسسة، إلا أن معظم الأبحاث والدراسات تطابقت في الأبعاد الأساسية التالية:

**1.6.2. الكفاءة:** وتعلق بتكاليف المدخلات اللازمة لإنتاج مخرجات معينة، حيث كلما ارتفع معدل كفاءة عمليات المؤسسة كلما قلت المدخلات المطلوبة لإنتاج مخرجات معينة ومن ثم تقل تكلفة الهيكل الإنتاجي للمنظمة، فالإستراتيجية التنافسية، الهيكل التنظيمي المناسب، نظم الرقابة والسياسات التي تتبعها المنظمة، كلها تساعد على تحقيق كفاءة عالية مقارنة بالمنافسين. (حسن مسلم، 2015، صفحة 64)

**2.6.2. الجودة:** وتقاس من خلال ما تحققه المنتجات من قبول لدى العملاء، ومستوى أداء هذه المنتجات، والجودة العالية من شأنها أن تساعد على تكوين اسم تجارى ذى سمعة جيدة، وتقلل الجهد والوقت الذى يستغرق فى إصلاح العيوب فى المنتج. (طه، 2013، صفحة 23)

**3.6.2. الإبداع:** ويشير إلى كل تقدم يطرأ على منتجات المؤسسة وهيكلها وأساليبها الإدارية واستراتيجياتها، بحيث يتحقق من خلال تقديم منتج جديد أو العمل بأسلوب جديد مختلف عن المنافسين. (مرزوقي، 2018/2019، صفحة 119)

**4.6.2. الاستجابة لمتطلبات الزبائن:** تتطلب تحقيق الاستجابة لمتطلبات الزبائن حساسية عالية ومعرفة دقيقة باحتياجات الزبائن أولاً ثم التركيز على هذه الاحتياجات التي يمكن إدراكها لتحقيق مستوى جودة معين يصعب تحقيقه من قبل المنافسين. (مرزوقي، 2019/2018، صفحة 119)

### 3. الجانب التطبيقي للدراسة:

#### 1.3. الطريقة والإجراءات: تتمثل طريقة وإجراءات الدراسة في الخطوات التالية:

**1.1.3. أداة جمع البيانات:** اعتمدت الدراسة على أداة الاستبيان لتجميع المعطيات الإحصائية التي تخدم الموضوع، حيث تم تصميمه وتوجيهه لاطارات مؤسسة ياليدين وفقاً لثلاث محاور أساسية، إذ تضمن المحور الأول المتغيرات الديموغرافية والمتمثلة في (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، سنوات الخبرة)، أما المحور الثاني فقد تضمن أبعاد المتغير المستقل "اليقظة الاستراتيجية" والذي انبثق عنه أربعة أبعاد وهي (اليقظة التنافسية، اليقظة التكنولوجية، اليقظة التجارية، اليقظة البيئية)، أما بخصوص المحور الثالث فقد تضمن عبارات المتغير التابع "الميزة التنافسية".

ولقياس العبارات المتعلقة بأبعاد المحور الثاني وعبارات المحور الثالث للاستبيان، تم الاعتماد على مقياس ليكرت الخماسي المتدرج تصاعدياً من غير موافق بشدة إلى موافق بشدة. وتم حساب طول المدى له كما يلي: طول المدى = [(أكبر قيمة - أقل قيمة) / أكبر قيمة]، أي  $0.8 = 5 / (1 - 5)$ ، فتصبح لدينا الفئات كما هي موضحة في الجدول التالي:

الجدول 1: مقياس سلم ليكرت الخماسي

الوزن	1	2	3	4	5
المتوسط المرجح	1.8-1	2.6-1.81	3.4-2.61	4.2-3.41	5-4.21
الرأي	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة

المصدر: من إعداد الباحثين

**2.1.3. أدوات تحليل البيانات:** تم الاستعانة برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS.v25) لتحليل البيانات التي تم جمعها من خلال الاستبيان. وقد تم استخدام الأساليب الإحصائية التالية:

- ❖ معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha): للتأكد من صدق وثبات أداة الدراسة؛
- ❖ اختبار الارتباط الخطي المتعدد Multicollinearity: لمعرفة مدى ملائمة بيانات الدراسة لتحليل الانحدار المتعدد، والتحقق من خلو البيانات من مشكلة الارتباط الخطي شبه التام بين متغيرات الدراسة؛
- ❖ التكرارات والنسب المئوية من أجل عرض خصائص العينة؛ المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتحليل اجابات افراد العينة.
- ❖ المتوسط الحسابي mean وذلك لمعرفة مدى ارتفاع أو انخفاض استجابات أفراد الدراسة على كل عبارة من عبارات متغيرات الدراسة الأساسية.
- ❖ الانحراف المعياري standard déviation للتعرف على مدى انحراف استجابات أفراد الدراسة لكل عبارة من عبارات متغيرات الدراسة.
- ❖ اختبار الانحدار الخطي البسيط والانحدار الخطي المتعدد.

**2.3. مجتمعة وعينة الدراسة:** يتمثل مجتمع الدراسة في جميع اطارات مؤسسة باليدين للتوصيل السريع في الجزائر، ذلك لأن موقعهم في المؤسسة سيمكنهم من الحصول على جميع المعلومات اللازمة للإجابة على جميع أسئلة الاستبيان، وبالتالي تم الاعتماد على العينة القصدية، حيث تم توزيع 36 استبيان، وبعد فحص الاستبيانات تم استبعاد 4 استبيانات نظرا لعدم توفرها على الشروط اللازمة للتحليل.

### 3.3. عرض النتائج ومناقشتها:

**1.3.3. اختبار ثبات أداة الدراسة:** يعتبر معيار ثبات الاتساق الداخلي من بين المعايير التي تبين ثبات الاستبيان، ويتم قياسه عن طريق معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha)، وتشير الدراسات أنه إذا ما تجاوزت قيم ألفا كرونباخ 60 % فإن الأداة مقبولة ويتم الاعتماد عليها للقياس. والجدول الموالي يوضح نتائج معامل ألفا كرونباخ:

الجدول 2: قيمة معامل Cronbach's Alpha

قيمة معامل الثبات الكلية	الميزة التنافسية	اليقظة الاستراتيجية	عدد الفقرات
32	15	17	
0.936	0.930	0.829	معامل ألفا كرونباخ

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات SPSS.V25.

يتضح من الجدول أعلاه أن قيمة معامل الثبات "ألفا كرونباخ" (Cronbach's Alpha)

لمحور اليقظة الإستراتيجية قد بلغت (0.829)، كما بلغت (0.930) بالنسبة لمحور الميزة التنافسية، في حين بلغت قيمة معامل الثبات الكلية (0.936)، وهي أكبر من (0.6) مما يعني أن أداة الدراسة تتميز بدرجة عالية من الثبات ما يجعلها صالحة للتحليل الإحصائي.

2.3.3. اختبار الارتباط الخطي المتعدد Multicollinearity: سيتم أولاً حساب معاملات

الارتباط بيرسون (Pearson Correlation) بين المتغيرات المستقلة الفرعية للتأكد من عدم وجود

ارتباط خطي متعدد كما هو موضح في الجدول الموالي:

الجدول 3: نتائج معاملات الارتباط بين أبعاد اليقظة الاستراتيجية

اليقظة البيئية	اليقظة التجارية	اليقظة التكنولوجية	اليقظة التنافسية	معامل الارتباط	اليقظة التنافسية
**0.624	**0.576	**0.576	1	معامل الارتباط	اليقظة التنافسية
0.000	0.001	0.001	-	مستوى الدلالة	اليقظة التكنولوجية
**0.564	*0.441	1	**0.576	معامل الارتباط	اليقظة التجارية
0.001	0.012	-	0.001	مستوى الدلالة	اليقظة البيئية
**0.746	1	*0.441	**0.576	معامل الارتباط	اليقظة البيئية
0.000	-	0.012	0.001	مستوى الدلالة	اليقظة البيئية
1	**0.746	**0.564	**0.624	معامل الارتباط	اليقظة البيئية
-	0.000	0.001	0.000	مستوى الدلالة	اليقظة البيئية

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على برنامج SPSS.V25.

من الجدول أعلاه يتضح أن جميع قيم معامل الارتباط Pearson بين جميع المتغيرات الفرعية المستقلة كانت أقل من (0.80) وهو الشرط الذي يفسر عدم وجود تعددية خطية بين المتغيرات الفرعية المستقلة، ومنه نستنتج أن أبعاد اليقظة الإستراتيجية مستقلة فيما بينها ولا توجد تعددية خطية بينها. ولاختبار استقلالية المتغيرات الفرعية المستقلة أيضا تم حساب معامل تضخم التباين والتباين المسموح كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول 4: نتائج اختبار معامل تضخم التباين (VIF) ومعامل التباين المسموح (Tolérance)

Tolérance*	VIF**		
0.513	1.950	اليقظة التنافسية	اليقظة الاستراتيجية
0.599	1.669	اليقظة التكنولوجية	
0.422	2.368	اليقظة التجارية	
0.356	2.809	اليقظة البيئية	

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V25.

من خلال الجدول اعلاه يظهر أن جميع قيم تضخم التباين أقل من القيمة 10 المقبولة إحصائيا، أما بالنسبة لقيم التباين المسموح فجميعها أكبر من القيمة 0.1، وهذا يدل على عدم وجود ارتباط بين المتغيرات الفرعية المستقلة ولا تظهر مشاكل عند التحليل واختبار صحة الفرضيات.

### 3.3.3. عرض خصائص عينة الدراسة: يمكن عرض خصائص عينة الدراسة من خلال الجدول التالي:

الجدول 5: عرض خصائص عينة الدراسة حسب المتغيرات الشخصية

المتغيرات	الوصف	التكرار	النسبة %
الجنس	ذكر	18	56.3%
	أنثى	14	43.8%
العمر	أقل من 30 سنة	07	21.9%
	من 30 إلى 39 سنة	18	56.3%

%21.9	07	أكثر من 50 سنة	
%9.4	03	ثانوي فأقل	المستوى التعليمي
%81.3	26	جامعي	
%9.4	03	دراسات عليا	
%65.6	21	أقل من 5 سنوات	سنوات الخبرة
%21.9	07	من 10 الى 15 سنة	
%12.5	04	أكثر من 15 سنة	
%100	32	المجموع	

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V25.

ما يُلاحظ من الجدول أعلاه أن نسبة 56.3% من أفراد عينة الدراسة عبارة عن ذكور و43.3% عبارة عن اناث، كما يُلاحظ أن النسبة الأكبر تعود لأفراد عينة الدراسة الذين تتراوح أعمارهم ما بين (30-39 سنة) بنسبة تقدر بـ 56.3%. أما بالنسبة للمستوى التعليمي فإن أغلبية أفراد عينة الدراسة لديهم مستوى جامعي بنسبة تقدر بـ 81.3%. وفي الأخير يُلاحظ أن أغلبية أفراد العينة لديهم سنوات خبرة تقل عن الخمس سنوات بنسبة تقدر بـ 65.6%.

### 4.3.3. نتائج التحليل الوصفي لإجابات أفراد العينة:

أ. تحليل اجابات أفراد العينة حول تطبيق اليقظة الاستراتيجية: يمكن توضيح اتجاهات الإطارات نحو مدى تطبيق اليقظة الاستراتيجية من طرف مؤسسة يالدين من خلال أبعادها الأربعة في الجدول التالي:

الجدول 6: نتائج المحور الخاص بمدى تطبيق أبعاد اليقظة الاستراتيجية في مؤسسة يالدين

درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	أبعاد اليقظة الاستراتيجية	
مرتفعة جدا	0,499	4,41	تقوم المؤسسة بتحليل ودراسة السوق الذي يتطور فيه منافسيها بشكل دوري.	1
مرتفعة	0,777	4,09	تقوم المؤسسة بجمع المعلومات حول المنافسين وتحليل نقاط قوتهم وضعفهم بصفة.	2

في الجزائر

مرتفعة	1,070	4,16	3	تحرص المؤسسة على التعرف على قدرات منافسيها واستراتيجياتهم المتبعة.
مرتفعة	0,928	4,09	4	تعمل المؤسسة على تقليص الفجوة التنافسية من خلال التنبؤ بأعمال منافسيها.
مرتفعة جدا	0,659	4,22	5	تحرص المؤسسة على البحث عن الفرص المهمة من قبل المنافس وتتمم بها.
<b>مرتفعة</b>	<b>0,466</b>	<b>4,19</b>	<b>اليقظة التنافسية</b>	
مرتفعة جدا	0,499	4,59	6	تقوم المؤسسة بصفة دورية بمراقبة وتحليل المحيط العلمي والتكنولوجي المرتبط بنشاطها
مرتفعة	1,058	4,09	7	المؤسسة على اطلاع دائم بكل الإبداعات التكنولوجية الحاصلة في مجال نشاطها.
مرتفعة	0,821	4,19	8	تقوم المؤسسة برصد كل التطورات التكنولوجية والتقنية التي حصل عليها المنافسين.
مرتفعة جدا	0,504	4,56	9	تقوم المؤسسة بعقود شراكة مع المنظمات الرائدة للحصول على تكنولوجيا جديدة.
<b>مرتفعة جدا</b>	<b>0,396</b>	<b>4,39</b>	<b>اليقظة التكنولوجية</b>	
مرتفعة جدا	0,420	4,22	10	تدعم المؤسسة برامج بحوث التسويق للوقوف على المستجدات الحاصلة في السوق.
مرتفعة جدا	1,014	4,44	11	تسعى المؤسسة الى كسب ثقة زبائنها من خلال تتبع تطور احتياجاتهم تحقيقها.
مرتفعة	0,965	4,19	12	تعمل المؤسسة على الحفاظ على علاقاتها مع مورديها لتحقيق أكبر قدرة تفاوضية.
مرتفعة جدا	0,716	4,44	13	تعمل مؤسستكم على تتبع مكائنها وسمعتها التجارية .
<b>مرتفعة جدا</b>	<b>0,613</b>	<b>4,32</b>	<b>اليقظة التجارية</b>	
مرتفعة جدا	0,499	4,59	14	تتابع مؤسستكم القوانين والتشريعات الدولية ذات العلاقة بنشاطها.
مرتفعة جدا	0,504	4,44	15	تعزز مؤسستكم مسؤوليتها الاجتماعية اتجاه المجتمع.
مرتفعة	0,777	4,09	16	تتابع مؤسستكم الوضع الاقتصادي والسياسي في البلد.

مرتفعة جدا	0,504	4,44	تعمل مؤسساتكم على استغلال بيئتها الداخلية والخارجية لزيادة حصتها السوقية.	17
مرتفعة جدا	0,470	4,35	اليقظة البيئية	

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات التحليل الإحصائي SPSS.V25

من خلال الجدول السابق يتبين لنا ما يلي:

◀ **بعد اليقظة التنافسية:** جاء المتوسط الحسابي الكلي لهذا البعد ضمن مجال الموافقة حسب مقياس ليكرت حيث أن قيمته بلغت (4,19)، فلقد أبدى المستجوبون درجة موافقة مرتفعة جدا نحو عبارات بعد اليقظة التنافسية. حيث جاءت عبارتين بدرجة موافقة مرتفعة جدا وهما العبارة الأولى بمتوسط حسابي (4,41)، تليها العبارة الخامسة بمتوسط حسابي (4,22). أما باقي العبارات فقد جاءت بدرجة موافقة مرتفعة بمتوسطات حسابية بلغت (4,16) و(4,09) على التوالي. ولقد كانت قيم الانحراف المعياري في هذا البعد متدنية، حيث تراوحت بين (1,070) و(0,499) وهذا ما يدل على تجانس وعدم تشتت اجابات أفراد عينة الدراسة حول عبارات بعد اليقظة التنافسية.

◀ **بعد اليقظة التكنولوجية:** نلاحظ أن المستجوبين أبدوا موافقة اجمالية مرتفعة جدا نحو عبارات بعد اليقظة التكنولوجية في مؤسسة يالدين بمتوسط حسابي اجمالي بلغ (4,39)، حيث حصلت العبارتين السادسة وكذا العبارة التاسعة على درجة موافقة مرتفعة جدا بمتوسطات حسابية (4,59) و(4,56) على التوالي. اما العبارتين الثامنة والسابعة فقط حصلت على موافقة مرتفعة بمتوسطات حسابية (4,19) و(4,09) على التوالي. ولقد كانت قيم الانحراف المعياري في هذا البعد متدنية، حيث تراوحت بين (1,058) و(0,499) وهذا ما يدل على تجانس وعدم التشتت في اجابات أفراد عينة الدراسة حول عبارات هذا البعد.

◀ **بعد اليقظة التجارية:** نلاحظ أن المستجوبين أبدوا موافقة اجمالية مرتفعة جدا نحو عبارات بعد اليقظة التجارية في مؤسسة يالدين بمتوسط حسابي اجمالي بلغ (4,39)، حيث حصلت العبارتين رقم (11) ورقم (13) على المرتبة الأولى بنفس المتوسط الحسابي وقيمته (4,44)، تليهما ثانيا وثالثا العبارتين رقم (10) و(12) بمتوسطات حسابية (4,22) و(4,19) على التوالي. ولقد كانت قيم

الانحراف المعياري في هذا البعد متدنية، حيث تراوحت بين (1,014) و (0,420) وهذا ما يدل على تجانس وعدم التشتت في اجابات أفراد عينة الدراسة حول عبارات هذا البعد.

◀ **بعد اليقظة البيئية:** يتبين من الجدول أعلاه، أن كل المتوسطات الحسابية لهذا البعد جاءت ضمن مجال الموافقة حيث تراوحت قيمته ما بين (4,09) و(4,59)، فلقد أبدى المستجوبون بصفة اجمالية درجة موافقة مرتفعة جدا نحو عبارات بعد اليقظة البيئية بتوسط حسابي قيمته (4,35) . أما قيم الانحراف المعياري فتدل على تجانس الاجابات في هذا البعد فقد جاءت منخفضة، وتراوحت بين (0,777) و (0,499).

ب. تحليل اجابات أفراد العينة حول الميزة التنافسية في مؤسسة ياليدين: يمكن توضيح اتجاهات

الاطارات نحو توفر الميزة التنافسية في مؤسسة ياليدين من خلال أبعادها الأربعة في الجدول

التالي:

الجدول 7: نتائج المحور الخاص بالميزة التنافسية في مؤسسة ياليدين

أبعاد الميزة التنافسية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
1 بعد الكفاءة	4,11	0,751	مرتفعة
2 بعد الجودة	4,13	1,078	مرتفعة
3 بعد الابداع	4,62	0,893	مرتفعة جدا
4 بعد الاستجابة لمتطلبات الزبائن	4,21	0,559	مرتفعة جدا
الميزة التنافسية	<b>4,26</b>	<b>0,686</b>	مرتفعة جدا

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات التحليل الإحصائي SPSS.V25

يتبين من الجدول أعلاه، أن المتوسط الحسابي الإجمالي لمحور الميزة التنافسية جاء ضمن مجال الموافقة حسب مقياس ليكرت حيث بلغت قيمته (4,26) وبدرجة مرتفعة جدا، فلقد أبدى المستجوبون درجة موافقة مرتفعة جدا نحو عبارات بعد الابداع الذي جاء في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قيمته (4,62)، يليها بعد الاستجابة لمتطلبات الزبائن بموافقة مرتفعة جدا حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي لها

(4,21). كما أبدى المستجوبون درجة موافقة مرتفعة نحو بعد الكفاءة الذي جاء في المرتبة الثالثة وبعد الجودة أخيراً بمتوسطات حسابية بلغت على التوالي (4,13) و (4,11). كما ولقد جاءت قيم الانحراف المعياري في محور الميزة التنافسية متدنية، حيث تراوحت بين (1,078) و (0,559) وهذا ما يدل على تجانس وعدم التشتت في اجابات افراد عينة الدراسة حول كل عبارات أبعاد الميزة التنافسية.

**4.3. اختبار صحة فرضيات الدراسة ومناقشة النتائج:** جاء هذا العنصر لاختبار فرضيات نموذج الدراسة وتفسير العلاقة بين جميع أبعاد اليقظة الاستراتيجية والميزة التنافسية، ومحاولة الإجابة عن تساؤلات الدراسة حول مدى نسبة تأثير كل بعد من أبعاد اليقظة الاستراتيجية في تعزيز الميزة التنافسية بالمؤسسة محل الدراسة.

**1.4.3. التحقق من صحة الفرضية الفرعية الأولى:** يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية  $\alpha \leq 0.05$  لبعده اليقظة التنافسية في تعزيز الميزة التنافسية بالمؤسسة ياليدين محل الدراسة.

الجدول 8: نتائج الانحدار البسيط لتأثير بعد اليقظة التنافسية على تعزيز الميزة التنافسية

جدول المعاملات Coefficient				تحليل ANOVA		معامل التحديد R <sup>2</sup>	معامل الارتباط R	
Sig	T	الخطأ المعياري	B	البيان	Sig			F
0.144	1.500	1.030	1.544	الثابت	0.018	6.309	0.174	0.417 <sup>a</sup>
0.018	2.512	0.244	0.613	X1				

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات التحليل الإحصائي SPSS.V25

يتضح من الجدول اعلاه وبالنظر إلى قيمة معامل التحديد التي قدرت بـ  $R^2=0.174$  أن للمتغير الفرعي المستقل الأول (اليقظة التنافسية) قدرة على تفسير ما نسبته 17% من التباين في مستوى المتغير التابع بمعامل ارتباط متوسط قدره  $R=0.417$ ، وأكدت قيمة F معنوية هذا التأثير حيث بلغت 6.309 عند مستوى ثقة (SIG=0.018).

ويتبين من جدول المعاملات أيضا أن قيمة B قد بلغت 0.613 وبخطأ معياري 0.244، وأن قيمة "t" قد بلغت 2.512 عند مستوى ثقة sig=0.018. هذا ما يؤكد معنوية قيم معاملات المتغير الفرعي المستقل الأول (اليقظة التنافسية) عند مستوى معنوية  $\alpha \leq 0.05$ .  
على ضوء ما سبق من تحليل يستدعي منا:

❖ قبول الفرضية الفرعية الأولى والتي تنص على وجود أثر ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية  $\alpha \leq 0.05$  بين بعد اليقظة التنافسية وتعزيز الميزة التنافسية بمؤسسة باليدين محل الدراسة.

ومنه تنتج لدينا معادلة الانحدار الخطي البسيط على الشكل الآتي:

$$Y=a+Bx_1 \longrightarrow Y= 1.544 +0.613x_1$$

❖ استنتاج: إضافة وحدة واحدة في المتغير المستقل الفرعي الأول (اليقظة التنافسية) يؤثر بالزيادة في المتغير التابع (الميزة التنافسية) بمقدار 0.613 أي ما يمثل نسبة مئوية قدرها 61%.

2.4.3. التحقق من صحة الفرضية الفرعية الثانية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية  $\alpha \leq 0.05$  لبعد اليقظة التكنولوجية في تعزيز الميزة التنافسية بمؤسسة باليدين محل الدراسة.

الجدول 9: نتائج الانحدار البسيط لتأثير بعد اليقظة التكنولوجية على تعزيز الميزة التنافسية

جدول المعاملات Coefficient					تحليل ANOVA		معامل	معامل
Sig	T	الخطأ المعياري	B	البيان	Sig	F	التحديد R <sup>2</sup>	الارتباط R
0.864	0.173	0.914	0.158	الثابت	0.000	18.939	0.387	0.622 <sup>a</sup>
0.000	4.352	0.209	0.908	X2				

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات التحليل الإحصائي SPSS.V25

يتضح من الجدول السابق وبالنظر إلى قيمة معامل التحديد التي قدرت بـ  $R^2 = 0.387$  أن للمتغير الفرعي المستقل الثاني (بعد اليقظة التكنولوجية) القدرة على تفسير ما نسبته 39% من التباين في مستوى المتغير التابع بمعامل ارتباط متوسط قدره  $R = 0.622^a$ ، وأكدت قيمة F معنوية هذا التأثير

حيث بلغت 18.939 عند مستوى ثقة (Sig=0.000). ويتبين من جدول المعاملات أيضا أن قيمة B قد بلغت (0.908) وبخطأ معياري 0.209، وأن قيمة "t" قد بلغت (4.352) عند مستوى ثقة sig=0.000. هذا ما يؤكد معنوية قيم معاملات المتغير الفرعي المستقل الثاني (اليقظة التكنولوجية) عند مستوى معنوية  $\alpha \leq 0.05$ .

على ضوء ما سبق من تحليل يستدعي منا:

❖ قبول الفرضية الثانية والتي تنص على وجود أثر ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية  $\alpha \leq 0.05$  بين بعد اليقظة التكنولوجية وتعزيز الميزة التنافسية بمؤسسة ياليدين محل الدراسة.

ومنه تنتج لدينا معادلة الانحدار الخطي البسيط على الشكل الآتي:

$$Y = a + Bx_2 \longrightarrow Y = 0.158 + 0.908 x_2$$

❖ استنتاج: إضافة وحدة واحدة في المتغير المستقل الفرعي الثاني (اليقظة التكنولوجية) يؤثر بالزيادة في المتغير التابع (الميزة التنافسية) بمقدار 0.908 أي ما يمثل نسبة مئوية قدرها 91%.

3.4.3. التحقق من صحة الفرضية الفرعية الثالثة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية  $\alpha \leq 0.05$  لبعد اليقظة التجارية في تعزيز الميزة التنافسية.

الجدول 10: نتائج الانحدار البسيط لتأثير بعد اليقظة التجارية على تعزيز الميزة التنافسية

جدول المعاملات Coefficient				تحليل ANOVA		معامل	معامل
Sig	T	الخطأ المعياري	B	البيان	Sig	F	الارتباط R
							R <sup>2</sup>
0.935	0.083	0.481	0.040	الثابت	0.000	73.223	0.709
0.000	8.557	0.110	0.943	X3			

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات التحليل الإحصائي SPSS.V25

يتضح من الجدول السابق وبالنظر إلى قيمة معامل التحديد التي قدرت بـ  $R^2 = 0.709$  أن للمتغير الفرعي المستقل الثالث (بعد اليقظة التجارية) على تفسير ما نسبته 71% من التباين في مستوى المتغير التابع بمعامل ارتباط متوسط قدره ( $R = 0.842^a$ )، وأكدت قيمة F معنوية هذا التأثير حيث

بلغت 73.223 عند مستوى ثقة (SIG=0.000). ويتبين من جدول المعاملات أيضا أن قيمة B قد بلغت (0.943) وبخطأ معياري (0.110)، وأن قيمة "t" قد بلغت (8.557) عند مستوى ثقة sig=0.000. هذا ما يؤكد معنوية قيم معاملات المتغير الفرعي المستقل الثالث (اليقظة التجارية) عند مستوى معنوية  $\alpha \leq 0.05$ .

على ضوء ما سبق من تحليل يستدعي منا:

❖ قبول الفرضية الثالثة والتي تنص على وجود أثر ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية  $\alpha \leq 0.05$  بين بعد اليقظة التجارية وتعزيز الميزة التنافسية بمؤسسة باليدين محل الدراسة.

ومنه تنتج لدينا معادلة الانحدار الخطي البسيط على الشكل الآتي:

$$Y=a+Bx_3 \longrightarrow Y=0.040+0.943x_3$$

❖ استنتاج: إضافة وحدة واحدة في المتغير المستقل الفرعي الثالث (اليقظة التجارية) يؤثر بالزيادة في المتغير التابع (الميزة التنافسية) بمقدار 0.943 أي ما يمثل نسبة مئوية قدرها 94%.

4.4.3. التحقق من صحة الفرضية الفرعية الرابعة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية  $\alpha \leq 0.05$  لبعد اليقظة البيئية في تعزيز الميزة التنافسية بمؤسسة باليدين محل الدراسة.

الجدول 11: نتائج الانحدار البسيط لتأثير بعد اليقظة البيئية على تعزيز الميزة التنافسية.

جدول المعاملات Coefficient					تحليل ANOVA		معامل	معامل
Sig	T	الخطأ المعياري	B	البيان	Sig	F	التحديد R <sup>2</sup>	الارتباط R
0.543	-0.615	1.085	-0.667	الثابت	0.000	19.589	0.395	0.629 <sup>a</sup>
0.000	4.426	0.246	0.089	X4				

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات التحليل الإحصائي SPSS.V25

يتضح من الجدول السابق وبالنظر إلى قيمة معامل التحديد التي قدرت ب  $R^2=0.395$ ، وهذا يشير إلى قدرة المتغير الفرعي المستقل الرابع (بعد اليقظة البيئية) على تفسير ما نسبته 40% من

التباين في مستوى المتغير التابع بمعامل ارتباط متوسط قدره ( $R=6.629^a$ )، وأكدت قيمة F معنوية هذا التأثير حيث بلغت عند مستوى ثقة ( $SIG=0.000$ ). ويتبين من جدول المعاملات أيضاً أن قيمة B قد بلغت ( $0.089$ ) وبخطأ معياري ( $246.0$ )، وأن قيمة "t" قد بلغت ( $4.426$ ) عند مستوى ثقة  $sig=0.000$ . هذا ما يؤكد معنوية قيم معاملات المتغير الفرعي المستقل الرابع (اليقظة البيئية) عند مستوى معنوية  $\alpha \leq 0.05$ .

على ضوء ما سبق من تحليل يستدعي منا:

❖ قبول الفرضية الرابعة والتي تنص على وجود أثر ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية  $\alpha \leq 0.05$  بين بعد اليقظة البيئية وتعزيز الميزة التنافسية بمؤسسة باليدين محل الدراسة.

ومنه تنتج لدينا معادلة الانحدار الخطي البسيط على الشكل الآتي:

$$Y=a+Bx_4 \longrightarrow Y = -0.667 + 0.089 x_4$$

❖ استنتاج: إضافة وحدة واحدة في المتغير المستقل الفرعي الرابع (اليقظة البيئية) يؤثر بالزيادة في المتغير التابع (الميزة التنافسية) بمقدار  $0.089$  أي ما يمثل نسبة مئوية قدرها  $9\%$ .

**5.4.3. التحقق من صحة الفرضية الرئيسية:** يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد لليقظة الاستراتيجية

مجتمعة في تعزيز الميزة التنافسية عند مستوى معنوية  $\alpha \leq 0.05$  بمؤسسة باليدين محل الدراسة.

الجدول 12: تحليل التباين لتأثير اليقظة الاستراتيجية بأبعادها مجتمعة على تعزيز الميزة التنافسية بمؤسسة باليدين محل الدراسة.

جدول المعاملات Coefficient					تحليل ANOVA		معامل	معامل
Sig	T	الخطأ المعياري	B	البيان	Sig	F	التحديد R <sup>2</sup>	الارتباط R
0.468	-0.736	0.625	-0.460	الثابت	0.000	36.867	0.845	0.919 <sup>a</sup>
0.010	-2.251	0.155	-0.428	X1				
0.000	4.723	0.143	0.674	X2				
0.000	7.675	0.130	1.001	X3				
0.362	-0.118	0.220	-0.204	X4				

## اليقظة الاستراتيجية وأثرها في تعزيز الميزة التنافسية بالمؤسسة الخدمية: دراسة حالة مؤسسة باليدين للتوصيل السريع في الجزائر

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات التحليل الإحصائي SPSS.V25

يشير الجدول أعلاه إلى نتائج تحليل الانحدار المتعدد لأثر أبعاد اليقظة الاستراتيجية مجتمعة في تعزيز الميزة التنافسية بمؤسسة باليدين، فقد تبين وجود علاقة معنوية بين المتغيرين حيث بلغت قيمة معامل الارتباط ( $R=0.919$ )، فيما بلغت قيمة معامل التحديد  $R^2=0.845$ ، وهذا يشير إلى قدرة المتغير المستقل (اليقظة الاستراتيجية) على تفسير ما نسبته 84% من التباين في مستوى المتغير التابع (الميزة التنافسية)، وأكدت قيمة F معنوية هذا التأثير حيث بلغت 36.867 عند مستوى ثقة (SIG=0.000). ويشير جدول المعاملات إلى وجود أثر معنوي لثلاثة من أبعاد اليقظة الاستراتيجية في تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسة الخدمية، وهي (اليقظة التنافسية واليقظة التكنولوجية و اليقظة التنافسية)، حيث بلغت قيمة B لهذه الأبعاد (-0.428، 1.001، 0.674)، وقيمة t (-2.251، 4.723، 7.675)، بمستوى دلالة معنوية (0.010، 0.000، 0.000) على التوالي، فيما لم يكن لبعد اليقظة البيئية تأثيرا معنويا في تعزيز الميزة التنافسية بالمؤسسة محل الدراسة، حيث بلغت قيمة B (-0.204) وبقية t (-0.118) ومستوى دلالة غير معنوية (0.362).

على ضوء ما سبق من تحليل يستدعي منا:

❖ رفض الفرضية الرئيسية والتي تنص على وجود أثر ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية  $\alpha \leq 0.05$  لأبعاد اليقظة الاستراتيجية مجتمعة في تعزيز الميزة التنافسية بمؤسسة باليدين للتوصيل السريع بالجزائر.

4. خاتمة: من خلال دراسة موضوع اليقظة الاستراتيجية وأثرها في تعزيز الميزة التنافسية بالمؤسسة الخدمية

وتطبيقها على مستوى مؤسسة باليدين للتوصيل السريع في الجزائر، توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

✓ بناء على قيمة معامل الارتباط «R» تبين أنه هناك علاقة ارتباط قوية بين اليقظة الاستراتيجية والميزة التنافسية بمؤسسة باليدين محل الدراسة حيث بلغت 92%؛

- ✓ وجود أثر ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية  $\alpha \leq 0.05$  للبعد الأول (بعد اليقظة التنافسية) في تعزيز الميزة التنافسية باليدين محل الدراسة؛
  - ✓ وجود أثر ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية  $\alpha \leq 0.05$  للبعد الثاني (بعد اليقظة التكنولوجية) في تعزيز الميزة التنافسية بمؤسسة باليدين محل الدراسة؛
  - ✓ وجود أثر ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية  $\alpha \leq 0.05$  للبعد الثالث (بعد اليقظة التجارية) في تعزيز الميزة التنافسية بمؤسسة باليدين محل الدراسة؛
  - ✓ وجود أثر ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية  $\alpha \leq 0.05$  للبعد الرابع (بعد اليقظة البيئية) في تعزيز الميزة التنافسية بمؤسسة باليدين محل الدراسة؛
  - ✓ عدم وجود أثر ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية  $\alpha \leq 0.05$  لأبعاد اليقظة الاستراتيجية مجتمعة في تعزيز الميزة التنافسية بمؤسسة باليدين محل الدراسة.
  - ✓ أظهرت نتائج الدراسة أن بعد اليقظة التجارية هو البعد الأكثر تأثيراً في تعزيز الميزة التنافسية على مستوى مؤسسة باليدين محل الدراسة، حيث عند ارتفاعه بدرجة واحدة يرتفع معه تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسة الخدمية بـ 94%، ثم يليه بعد اليقظة التكنولوجية بنسبة 91%، ثم بعد اليقظة التنافسية بنسبة 61%، وفي الأخير بعد اليقظة البيئية بنسبة 9%.
- ❖ **الاقترحات:** بناء على ما تم التوصل إليه من نتائج، يمكن تقديم الاقتراحات التالية:
- ✓ ضرورة تدعيم المؤسسة بخلية يقظة تعمل على رصد وجمع المعلومات الاستباقية المتعلقة بالمحيط الذي تنشط فيه؛
  - ✓ ضرورة العمل على تكوين العاملين في مجال الرصد والتحليل البيئي واليات تطبيق اليقظة الاستراتيجية بجميع أبعادها على يد متخصصين في هذا المجال؛
  - ✓ ضرورة اهتمام المؤسسة بإنتاج المعلومات الاستراتيجية واستعمالها في عملية اتخاذ القرار وذلك من خلال الاهتمام بجميع أنواع المعلومات والاشارات التي ترصدها في البيئة المحيطة بها؛

✓ ضرورة التأكيد على دور اليقظة التنافسية من خلال متابعة المنافسين بصفة دورية و محاولة تحقيق السبق التنافسي من خلال تقديم خدمات متميزة للزبائن.

## 5. قائمة المراجع:

- 1) Bergeron, P. (2000). *Veille Stratégique et PME: Comparaison des Approches Gouvernementales de Soutien*. Presses de L'Université Québec.
- 2) Bora, B.D. (2019, November). Internal Organization Dynamics and Competitive Advantages: a Study of kenya Airways. *Magister's Thesis*. Nairobi, kenyatta University, Kenya.
- 3) Render, B., & Jay, H. (2017). *Principles of Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management*. Pearson.
- 4) باية وقنوني، و نادية عبد الكريم. (2020). واقع اليقظة الاستراتيجية في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية. *مجلة الدراسات الاقتصادية المعاصرة*، 5 (1)، 35-50.
- 5) حمزة رملي. (2014). دراسة استطلاعية حول واقع اليقظة الإستراتيجية في مؤسسات صناعة الأدوية بقسنطينة. *مجلة البحوث الاقتصادية والمالية*، 1 (2)، 253-275.
- 6) رتيبة حديد، و نوفيل حديد. (2005). اليقظة التنافسية وسيلة تسييرية حديثة لتنافسية المؤسسة. *المؤتمر العلمي الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، جامعة ورقلة، الجزائر*.
- 7) رتيبة نحاسية. (2003/2002). أهمية اليقظة التنافسية في تنمية الميزة التنافسية للمؤسسة: حالة شركة الخطوط الجوية الجزائرية. *رسالة ماجستير في إدارة الأعمال*. كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3.
- 8) سامية عصنين، و مصطفى عثمانى. (2021). الأسس البنائية للميزة التنافسية وأثرها في تحقيق رضا الزبون: دراسة حالة المركب السياحي القرن الذهبي - تيبازة. 5 (2)، 123-141.
- 9) عاطف جابر طه. (2013). *قضايا علمية معاصرة في الموارد البشرية* (الطبعة الأولى). الدار الأكاديمية للعلوم.

- (10) عبد الله حسن مسلم. (2015). إدارة الجودة الشاملة: معايير (الإيزو) (الطبعة الأولى). عمان: دار المعتر.
- (11) نصيرة علاوي. (2011/2010). اليقظة الإستراتيجية كعامل للتغيير في المؤسسة: دراسة حالة مؤسسة موبيليس. رسالة ماجستير في تسيير الموارد البشرية. كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر.
- (12) نور العابدين قوجيل. (2012/2011). دور اليقظة الإستراتيجية في ترشيد الاتصال بين المؤسسة ومحيطها: دراسة ميدانية بوحدة مطاحن سيدي ارغيس بأم البواقي. مذكرة ماجستير في الاعلام والاتصال وحاكمة التنظيمات. كلية الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة باجي مختار، عنابة، الجزائر.
- (13) ياسر مرزوقي. (2019/2018). دور الكفاءات في تعزيز الميزة التنافسية لمؤسسات الصناعات الدوائية الجزائرية: دراسة حالة مجمع صيدال. أطروحة دكتوراه. تخصص تسيير الموارد البشرية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، الجزائر.