

اليقظة الإستراتيجية ومدى إسهامها في تعزيز القدرات التنافسية للمؤسسة الاقتصادية

الجزائرية - دراسة حالة مؤسسة Condor

The strategic vigilance and its contribution to enhancing the competitiveness of the Algerian economic institution

- Case study the institution of Condor-

ط.د ضريان هارون¹، أ.د حمو نادية²

Haroune DERBANE¹, Nadia HAMOU²

مخبر الإصلاحات الاقتصادية والاندماج الجهوي والدولي (REFEIRI)

mouade2010@hotmail.fr، الجزائر، وهران 2،

hamou.nadia@gmail.com، الجزائر، وهران 2،

تاريخ الاستلام: 2019/08/04 تاريخ القبول: 2019/12/04 تاريخ النشر: 2019/12/30

الملخص:

تلعب المعلومات دورا متزايدا في المؤسسة خلال السنوات الأخيرة، وأمام التدفقات الهائلة لهذه المعلومات على المؤسسة التي تعمل في بيئة تنسم بالعولمة، تجد نفسها مجبرة على اعتماد نظام يقظة استراتيجي يسمح لها بمعالجة المعلومات التي تم جمعها وإتاحتها للمستخدمين الذين هم في حاجة إليها لصنع القرارات الإستراتيجية، ومن خلال هذه الورقة البحثية سنقوم بتحديد واقع اليقظة الإستراتيجية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية والدور الذي يلعبه هذا النظام في رفع القدرات التنافسية، حيث اخترت مؤسسة كوندور للصناعات الكهرومنزلية لتشخيص واقع النظام ودوره في رفع مستوى أدائها التنافسي. الكلمات المفتاحية: يقظة إستراتيجية، نظام معلومات، مراقبة بيئية، رصد معلوماتي، قدرة تنافسية.

Abstract :

Information is playing an increasing role in the economic institution in recent years. In the face of the massive influx of information on the institution operating in a globalized environment, it is forced to adopt a strategic vigilance system that allows it to process the information collected and make it available to users in need of strategic decision-making, And through this paper we will determine the reality of strategic vigilance in the Algerian economic institution and the role played by this system in raising the competitiveness, where the Condor Electromechanical Industries is selected to diagnose the reality of the system and its role in raising its competitive performance.

Key words: Strategic vigilance, Information system, Environmental monitoring, Information gathering, Competitiveness.

JEL classification codes: M15

1. مقدمة.

يمر عالمنا اليوم بموجة من التغيرات والتطورات في مختلف المجالات، الاقتصادية، الاجتماعية، السياسية والثقافية، نتيجة التطور الهائل في وسائل الاتصال وتكنولوجيا المعلومات، حيث أصبح العالم قرية واحدة يسهل عبرها تجاوز الحدود المرسومة بين الدول، وهذا الأمر أدى إلى تغير قواعد العمل في بيئة المؤسسة. إن المؤسسات الاقتصادية الجزائرية ليست في منأى عن هذه التحولات، التي ترتبط أساسا بظاهرة العولمة، واشتداد المنافسة، وتسارع وتيرة الابتكارات والاختراعات على الساحة الدولية، وهذا الوضع يفرض عليها العمل جاهدة على وضع نظام واضح المعالم والأطر، فعال ومرن لبيئتها الداخلية والخارجية، من شأنه مساعدتها على مواكبة هذا الركض وفهم بيئتها لتحقيق التفوق على منافسيها والسيطرة على أسواقها، ويعرف هذا النظام باسم نظام اليقظة الإستراتيجية. يسمح نظام اليقظة الإستراتيجية بتعزيز القدرات التنافسية للمؤسسة من خلال مراقبة ورصد مختلف المتغيرات الحاصلة في بيئة المؤسسة، خاصة ما يتعلق منها بالتطورات التكنولوجية والتقنيات الحديثة في طرق ووسائل الإنتاج والتغيرات الحاصلة في رغبات وأذواق المستهلكين، وكذلك مستوى المنافسة، بدءا بمعرفة أهم منافسيها في السوق، نقاط ضعفهم وقوتهم، أهدافهم المستقبلية، ووصولاً إلى إستراتيجيتهم المتبعة. إشكالية الدراسة: موضوعنا في جوهره يتعلق بمدى تبني أصحاب القرار في مؤسساتنا الجزائرية لفلسفة التسيير الحديثة، التي تعترف في طياتها بالدور الذي يؤديه نظام اليقظة الإستراتيجية في رصد المتغيرات البيئية للمؤسسة، والإحاطة الدقيقة بمدى إسهامها في صياغة وتعزيز إستراتيجياتها التنافسية، من خلال كشف الغموض واليقين بالفرص الممكنة وإغتنامها وتفادي التهديدات المحدقة بها. ومن خلال هذا الإطار تتمثل إشكالية دراستنا في التساؤل التالي:

"هل تساهم اليقظة الإستراتيجية في تعزيز القدرات التنافسية لمؤسسة Condor؟"

تأسيسا على التساؤل الرئيسي السابق، تتجلى لنا التساؤلات الفرعية التالية:

- هل يساهم بعد رصد المعلومات في تعزيز القوة التنافسية لمؤسسة Condor ؟

- هل يساهم بعد مراقبة البيئة في تعزيز القوة التنافسية لمؤسسة Condor ؟

- هل يساهم بعد متابعة الأحداث في تعزيز القوة التنافسية لمؤسسة Condor؟

فرضيات الدراسة: من أجل الإجابة عن التساؤلات السابقة تم صياغة الفرضيات التالية:

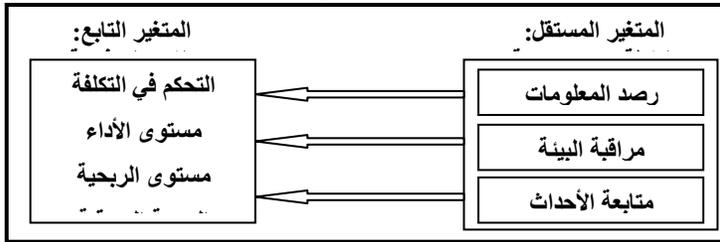
الفرضية الرئيسية: تساهم اليقظة الإستراتيجية في تعزيز القدرات التنافسية لمؤسسة Condor ؟

الفرضيات الفرعية: تم صياغتها كما يلي:

- يساهم بعد رصد المعلومات في تعزيز القدرات التنافسية لمؤسسة Condor ؟

- يساهم بعد مراقبة البيئة في تعزيز القدرات التنافسية لمؤسسة Condor ؟
- يساهم بعد متابعة الأحداث في تعزيز القدرات التنافسية لمؤسسة Condor ؟
- حدود الدراسة:** تنحصر حدود دراستنا في الحدود الموضوعية إضافة إلى الحدود الزمنية والمكانية ويمكن تلخيصها فيما يلي:
- الحدود الموضوعية: هناك عدة عوامل من شأنها التأثير على تنافسية المؤسسة، غير أننا في هذه الدراسة قمنا بدراستها من جانب اليقظة الإستراتيجية؛
- الحدود الزمانية: تمت الدراسة الميدانية في الفترة الممتدة من بداية شهر فيفري 2019م إلى غاية نهاية شهر مارس سنة 2019م.
- الحدود المكانية: اقتصر الحدود المكانية للدراسة على مجمع شركات Condor للصناعات الكهرومنزلية، والكائن مقرها الاجتماعي بولاية برج بوعرييج، الجزائر.
- أهداف الدراسة:** نسعى من خلال هذه الدراسة إلى:
- تبيان العلاقة الموجودة بين اليقظة الإستراتيجية والقدرات التنافسية؛
- تحديد واقع اليقظة الإستراتيجية في مؤسسة Condor؛
- توضيح الدور الذي يلعبه نظام اليقظة الإستراتيجية في تعزيز تنافسية مؤسسة Condor؛
- نموذج الدراسة:** لقد اعتمدنا في دراستنا النموذج التالي:

شكل 1. نموذج الدراسة



المصدر: من إعداد الباحثين.

2. الإطار المفاهيمي لليقظة الإستراتيجية: تعتبر اليقظة الإستراتيجية من الأساليب الحديثة في علم الإدارة المعاصرة، فهي تساهم في بناء العلاقات بين المؤسسة ومختلف عناصر بيئتها من الأطراف ذات المصلحة (زبائن، موردين، أفراد، منافسين، تكنولوجيا... الخ).
- 1.2 مفهوم اليقظة الإستراتيجية: لقد تعددت المفاهيم المقدمة من طرف الكتاب والباحثين لنظام اليقظة الإستراتيجية حيث نجد:

- يعرف (Lesca) اليقظة الإستراتيجية بأنها "ذلك الإجراء الجماعي المستمر من خلال مجموعة أفراد تتولى جمع، استعمال المعلومات بشكل طوعي واستباقي بما يتماشى والتغيرات المحتمل حدوثها في البيئة الخارجية، وهذا من أجل خلق فرص أعمال والتخفيض من مخاطر عدم اليقين" (Humbert 2003, p :3). في حين أن (Ribault) يعرفها على أنها: "المراقبة والمتابعة العامة والذكية لمخطط المؤسسة من خلال البحث عن المعلومات الحالية والمستقبلية" (حمزة رميلي، 2014، ص: 256). أما (Afnor) فقدم التعريف الذي اعتمده المنظمة الفرنسية للتقييس وعرفها على أنها: "النشاط المستمر والمتكرر إلى حد كبير للمراقبة الفعالة بهدف استباق التغيرات الطارئة في المحيط التكنولوجي، التجاري، المجتمعي.... الخ" (حمزة رميلي، 2014، ص: 257).

ومن خلال ما سبق ذكره، فإن اليقظة الإستراتيجية تتميز بما يلي:

-عملية إستراتيجية لأنها تساعد على اتخاذ القرارات التي لها تأثير على تنافسية واستمرار المؤسسة، فهي قرارات إستراتيجية، وتعتبر عملية تطوعية متعلقة بمحيط المؤسسة؛

-عملية منشئة للإبداع لمعلومات اليقظة لاتصف الأحداث والأعمال المنفذة سابقا فحسب، بل أنها تسمح بإنشاء رؤية إبداعية من خلال تفسير وترجمة الإشارات المنتقاة من المحيط إنطلاقا من بنك المعرفة المخزنة في ذاكرة المؤسسة؛ (Humbert Lesca, 1997, p 2-3)

-عملية توقعية ترتكز على المعلومات والبيانات التي تحصل عليها المنظمة، وترجمتها من خلال التحليل والتوقع للكشف عن التغيرات التي يمكن أن تكون في محيطها في المستقبل القريب والمتوسط وحتى البعيد؛

-عملية منتجة للذكاء الجماعي أي وجود مجموعة من الأفراد، تقوم بملاحظة المحيط وإعطائه معنى معين من خلال الاتصال والتفاعل؛ (Humbert Lesca, 1997, p 3)

2.2 مراحل عملية اليقظة الإستراتيجية: من أجل إرساء نظام لليقظة الإستراتيجية على مستوى أي مؤسسة، يجب اتباع الخطوات التالية: (بلماحي فاطمة، 2016، ص: 4-5)

- تحديد الحاجات من المعلومات؛ - تحديد القائمين على نظام اليقظة الإستراتيجية؛ - البحث عن المعلومات من مصادر مختلفة؛ - تحليل ومعالجة المعلومات؛ - نشر معلومات اليقظة؛

- تقييم وتعديل الإستراتيجية.

3.2 أنواع اليقظة الإستراتيجية: هناك إجماع كبير من قبل المؤلفين والباحثين أمثال (Laurent, 2007)، (Caroline & Sylvie, 2003)، (Martinet & Ribault, 1989)

و(Lesca, 2004) حول الأنواع الآتية الذكر:

أ- **اليقظة التنافسية:** هي النشاط الذي من خلاله تتعرف المؤسسة على منافسيها الحاليين والمحتملين وهي تتم أيضا بالبيئة التي تتطور فيها المؤسسة المنافسة. (رتيبة حديد، نوفل حديد، 2005، ص 189)

ب- **اليقظة التكنولوجية:** هي النشاط الذي تراقب من خلاله المؤسسة، البيئة التكنولوجية المرتبطة بها (بلماحي فاطمة، 2016، 5) ودراساتها، ومتابعة توجهاتها وتطوراتها التقنية، والتي يكون لها أثر على نشاط المؤسسة. (livre blanc, 2013, p : 7)

ج- **اليقظة التجارية:** ويطلق عليها في بعض الحالات اليقظة التسويقية، وتشمل جميع عمليات البحث، المعالجة والنشر لمختلف المعلومات المتعلقة بأسواق المؤسسة، مراقبة تطورات الأسواق، وصورة منتجات المؤسسة وسلوك المستهلك، التوجهات الترويجية وتبيان أثرها على السوق. (M. Akli, 2008, p: 17)

د- **اليقظة البيئية:** تقوم بمراقبة مختلف المكونات البيئية الأخرى كالبيئة الإقتصادية، الثقافية، المالية وغيرها من العناصر الأخرى التي يمكن أن تؤثر على نشاط المؤسسة، ويعتبر هذا النوع من اليقظة صعب التطبيق مقارنة بالأنواع السابقة الذكر، لأنها متشعبة المكونات، وعليه يتعين على المؤسسة التعامل مع المعلومات المنتقاة بعناية كبيرة من حيث تحليلها ومعالجتها وإرسالها لأصحاب القرار، لبتم تحديد المعلومات المهمة في عملية اليقظة. (Revelli carlo, 2000, p : 14)

2.4 أبعاد اليقظة الإستراتيجية: تقوم اليقظة الإستراتيجية على الأبعاد التالية:

أ- **رصد المعلومات:** هي عملية منظمة تشمل مختلف الموارد التي تتوفر عليها المؤسسة، سواء المادية، البشرية والمعلوماتية (البرمجية)، التي تتيح للمؤسسة جمع ومعالجة وتخزين المعلومات (Reix 03 : 2004, P Robert). وهي عملية متجانسة ومترابطة بين الأعمال والعناصر التي تقوم بتجميع وتشغيل وإدارة ورقابة البيانات من أجل إنتاج وتوصيل معلومات مفيدة لمتخذي القرارات، من خلال شبكة من قنوات وخطوط الإتصال (حسين أحمد علي، 2003، ص 40).

ب- **مراقبة البيئة:** إن بيئة المؤسسة تتغير بسرعة وباستمرار في عصرنا الحديث، وتختلف معدلات التغيير من مرحلة إلى أخرى ومن مكان إلى آخر، وهذا التغيير الحاصل في بيئة المؤسسة يتطلب المراقبة الدائمة والتقييم المستمر لنشاط المؤسسة، ومدى تقدمها في تحقيق أهدافها والمواعيد المناسبة لمراجعة خططها الإستراتيجية وتعديلها أو إعداد خطط جديدة وفقا للمتغيرات المستحددة في البيئة العامة، بيئة الصناعة والبيئة الداخلية للمؤسسة (الهادي المشعال، 2010، ص 234).

ج- متابعة الأحداث: يتمثل هذا النوع من الرقابة في متابعة الأحداث التي تؤثر على إستراتيجية المؤسسة، كما يقيس أيضا مدى استعداد المنظمة وقدرتها على الإستجابة الفعالة بالكفاءة المطلوبة والسريعة لمثل هذه الأحداث (أحمد طاهر أحمد، 2017، ص 160).

3. الإطار المفاهيمي للقدرة التنافسية للمؤسسة: يعد ظهور الاقتصاد العالمي، والمتغيرات السريعة في المجالات التكنولوجية من أبرز العوامل التي ساهمت في توسيع وتعقيد البيئة التنافسية للمؤسسات، وأصبحت المصادر التقليدية للمزايا التنافسية: كاقترادات الحجم، والميزات الضخمة المخصصة للإعلان لا تجدي نفعا في مثل هذا المشهد التنافسي، ولأجل ذلك برز الإهتمام بمصادر جديدة من المزايا التنافسية كالسعر، الجودة، الكفاءة، وغيرها (سعد العنزي، جواد راضي، 2009، ص 173).

1.3 مفهوم التنافسية: هناك مجموعة من التعاريف التي تناولت هذا المفهوم ونذكر منها:

- يعرف (Enright, 1992) التنافسية على أنها " مدى قدرة المؤسسة على تقديم منتجات وخدمات، أكثر جودة وكفاءة وبكل فاعلية مقارنة بالمنافسين الآخرين في نفس الصناعة أو القطاع، الأمر الذي يعكس نجاح المنظمة" (Enright MJ, 1992, p 04). ويعرف كل من (العنزي ومحمد، 2006) التنافسية على مستوى المؤسسة بأنها " القدرة على إنتاج السلع والخدمات بنوعية عالية وبسعر ملائم وفي الوقت المحدد، وبهذا فإنها تلي حاجات الزبائن بشكل أكثر كفاءة من المؤسسات الأخرى" (سعد العنزي، جواد راضي، 2009، ص 177). كما أن (الطائي والخفاجي، 2009) يعرفانها بأنها " قدرة المؤسسة على تلبية رغبات المستهلكين المختلفة، من خلال توفير سلع وخدمات ذات نوعية جيدة تستطيع بواسطتها النفاذ إلى الأسواق في الوقت وبالسعر المناسبين، أي تلبية حاجيات الزبائن بشكل أكثر كفاءة من المؤسسات الأخرى" (حسين الطائي، نعمة الخفاجي، 2009، ص 147).

2.3 أهمية تعزيز القدرات التنافسية للمؤسسة: كل المؤسسات تعمل على تحسين مركزها التنافسي وتعزيز قدراتها التنافسية، وذلك من أجل: (علة مراد، 2012، ص 38)

- رفع مستوى الأداء وزيادة الأرباح، مما يضمن مداخيل أفضل، ومستوى معيشة أحسن؛
- زيادة قدرة المؤسسة على امتلاك المهارة ورفع الكفاءة سواء المادية أو البشرية واستغلال الفرص الاستثمارية المتاحة وتعميقها ونشر وتوسيع وزيادة الطاقات والقدرات الاستثمارية؛
- الاستقرار الوظيفي المتنامي والنمو الفاعل المستمر سواء في مجال العمل أو النشاط الاقتصادي الذي يمارسه هذا الفرد في إطار المجتمع؛
- استمرار المؤسسة في نشاطها واختراق الأسواق الأجنبية المختلفة بفعالية وجدارة؛

3.3 أنواع التنافسية: من أهم أنواع التنافسية نذكر: (محمد هاني، 2014: 201-202)

أ- التنافسية السعرية (التكلفة): تعكس قدرة المؤسسة على تقديم منتجات بأقل سعر، مقارنة بأسعار المنافسين لنفس السلع أو الخدمات المقدمة.

ب- التنافسية غير السعرية: باعتبار أن حدود التنافسية معرفة بالعديد من العوامل غير التقنية، وغير السعرية، فإن بعض الكتاب يتكلمون عن مكونات غير سعرية في التنافسية. ويقصد بها مدى قدرة المؤسسة على تقديم منتجات مميزة مقارنة مع ما يقدمه المنافسين من حيث (المنتج، التسليم، الخدمات المقدمة... الخ).

ج- التنافسية النوعية: وتشمل بالإضافة إلى النوعية والملائمة عنصر الإبداع التكنولوجي، فالمؤسسات ذات المنتجات المبتكرة وذات النوعية الجيدة، والأكثر ملائمة للمستهلك عند التصدير يكون لها سمعة حسنة في السوق.

د- التنافسية التقنية: حيث تتنافس المؤسسات من خلال النوعية على اكتساب صناعات عالية التقنية.

4.3 أبعاد القدرة التنافسية للمؤسسة: يمكن قياس القدرة التنافسية للمؤسسة من خلال مجموعة من الأبعاد وهي:

أ- تكلفة التصنيع: تكون المؤسسة غير تنافسية حسب النموذج النظري للمنافسة الزهبة، إذا كانت تكلفة الصنع المتوسطة تتجاوز سعر منتجاتها في الأسواق، ويعزى ذلك إما لإنخفاض إنتاجيتها أو عوامل الإنتاج مكلفة كثيرا، أو السببين السابقين معا. (محمد هاني، 2014: 206)

ب- مستوى الربحية: إن مؤشر الربحية يعتبر كافيا للحكم عن المستوى التنافسي للمؤسسة في صناعة معينة، ويمكن أن تكون المؤسسة تعمل في سوق تنافسية تتجه نحو التراجع، ففي هذه الحالة فإن التنافسية الحالية للمؤسسة تكون غير ضامنة لربحيتها المستقبلية، وإذا كانت ربحية المؤسسة لا بد أن تمتد إلى فترات زمنية، فإن القيمة الحالية لأرباح المؤسسة تكون مرتبطة بالقيمة السوقية لها. (محمد عدنان، 2003: 11)

ج- الإنتاجية الكلية للعوامل: تعتبر الإنتاجية الكلية لعوامل الإنتاج عن العلاقة بين المخرجات (الناتج) وجميع عناصر الإنتاج المستخدمة في الحصول عليها. (براهمية ابراهيم، 2011: 102)

د- الحصة السوقية: تعتبر مؤشر من مؤشرات القدرة التنافسية، وتعكس الحصة السوقية نطاق أسواق المؤسسة، إن كان التعامل يقتصر على الأسواق المحلية أم يمتد إلى الأسواق الخارجية الدولية، كما تعكس مقدار هذا التعامل. (براهمية ابراهيم، 2011: 102)

4. دور اليقظة الإستراتيجية في تعزيز القدرات التنافسية لمؤسسة Condor

يعرف سوق الأجهزة الكهربائية في الجزائر منافسة شديدة بين العديد من العلامات التجارية المحلية والعالمية، التي تسعى إلى كسب الزبون وتحقيق رغباته وتطلعاته، حيث أضحى البقاء والاستمرارية للمؤسسات مرهون بمدى قدرتها على الحصول على المعلومات المتعلقة بالسوق ومكوناته في الوقت المناسب وبالذقة المطلوبة (براهمي سمير، طويطي مصطفى، 2018: 54). ومن خلال هذه الدراسة سيتم الوقوف على مدى إسهام اليقظة الإستراتيجية في تعزيز القدرات التنافسية لمؤسسة Condor للصناعات الكهربائية بولاية برج بوعريش، من خلال الاعتماد على الاستبيان الذي تم توزيعه على مختلف إطارات وعمال المؤسسة من جميع مستويات التنظيم الإداري بالمؤسسة، وتحليله بمختلف الوسائل والطرق الإحصائية التي تسمح باختبار الفرضيات والإجابة على الإشكالية المطروحة.

1.4 الأدوات الإحصائية المعتمدة: بعد القيام بجمع وفرز وترميز البيانات تمت معالجتها بالإستعانة ببعض الأدوات الإحصائية، المستخرجة من برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الإجتماعية (SPSS، V23)، حيث طبقت على البيانات الأساليب التالية:

- الجداول التكرارية والنسب المئوية، من أجل دراسة الخصائص العامة للمؤسسة، وتحليل محاور الدراسة؛

- الإعتماد على بعض مقاييس النزعة المركزية، كالوسط الحسابي، الوسيط والانحراف المعياري لوصف متغيرات الدراسة، بالإضافة إلى الإعتماد على معامل ألفا كرونباخ لقياس مدى صدق وثبات أدوات الدراسة؛

2.4 مجتمع الدراسة: تم تحديد مجتمع الدراسة بجميع إطارات مؤسسة Condor والمقدر عددهم بـ (478) إطار، وذلك حسب الاحصاءات المقدمة من مديرية الموارد البشرية بالمؤسسة حتى نهاية ديسمبر سنة (2018).

2.4 عينة الدراسة: تمثلت عينة الدراسة في مجموعة من إطارات مؤسسة Condor، تم اختيارها بصفة عشوائية مكونة من (180) إطار، وتم استرجاع (167) منها (161) صالحة للتحليل، أي أن عينة الدراسة تمثل نسبة (33.68%) من مجتمع الدراسة ككل، وتمت العملية خلال الفترة الممتدة من 2019/02/03 إلى غاية 2019/03/28.

أ- توزيع عينة الدراسة حسب الجنس: لقد تبين من خلال تحليل العينة أن عدد الذكور هو (91) أي ما يمثل نسبة (56,5%) من إجمالي المستجوبين، بينما بلغ عدد الإناث (70) أي ما يمثل نسبة (43,5%) من إجمالي المستجوبين. وتعتبر هذه النسب متقاربة إلى حد ما. وعند الاستفسار من

مديرية الموارد البشرية بمؤسسة Condor، أرجع ذلك لكون المؤسسة تنتهج سياسة الكفاءة قبل الجنس في اختيار اطاراتها وموظفيها.

ب- توزيع عينة الدراسة حسب الفئات العمرية فيما يتعلق بأعمار العينة المدروسة من حيث فئاتها العمرية فقد بينت نتائج تحليل الاستبيان أن الفئة العمرية من 30 إلى أقل من 40 سنة تعبر الأكبر في عينة الدراسة، حيث بلغ عددهم ب (66) فرد بنسبة قدرها (41%) من إجمالي العينة، تليها الفئة العمرية من 40 إلى أقل من 50 سنة بعدد قدره (38) فرد وبنسبة (23,6%) من إجمالي العينة، أما الفئة العمرية الثالثة فحصدت العمر من 20 إلى أقل من 30 سنة بعدد قدره (33) فرد وبنسبة (20,5%) من إجمالي العينة، أما الفئة العمرية الأخيرة فكانت للأفراد الذين تتراوح أعمارهم من 50 إلى أقل من 60 سنة بعدد (24) فرد وبنسبة (14,9%) من إجمالي العينة. كما أن نسبة إطارات مؤسسة Condor الأقل من 40 سنة أكثر من (60%). أي أن المؤسسة تتمتع بإطارات من صنف الشباب مما يمكن المؤسسة من استغلال وتفجير هذه الطاقات الشبابية في رفع مستوى أدائها وتفوقها على منافسيها في القطاع.

ج- توزيع عينة الدراسة حسب الخبرة المهنية في المؤسسة: بعد تحليل نتائج الاستبيان تبين أن الفئة الأقل من 05 سنوات، كانت بعدد قدره (58) فرد وبنسبة (36%)، تليها فئة الخبرة المهنية من 10 إلى أقل من 15 سنة، بعدد قدره (46) فرد وبنسبة (28,6%)، تليها بالتقريب الفئة من 05 إلى أقل من 10 سنوات، بعدد قدره (44) فرد وبنسبة (27,3%)، وتأتي في الأخير فئة من 15 إلى أقل من 20 سنة، بعدد قدره (13) فرد وبنسبة (08,1%). هذا يعني أن مؤسسة Condor دائمة التوظيف وتبحث دائما عن الكفاءات الجديدة لتطوير أعمالها ورفع مستوى تسييرها.

د- توزيع عينة الدراسة حسب الوظيفة والمؤهل العلمي: لقد شملت عينة الدراسة مختلف اطارات مؤسسة Condor الذين لهم دور في صناعة قراراتها، وهم على دراية وإطلاع بكل التوجهات الاستراتيجية للمؤسسة كما شملت بعض المدراء والإطارات الذين هم أعضاء في مجلس الادارة من (إطارات إداريين، رؤساء مصالح، مدراء وحدات، مسييرين، مهندسين... الخ). أما المؤهلات العلمية لعينة الدراسة كانت حسب الجدول الموالي:

جدول 1. المؤهلات العلمية لعينة الدراسة بمؤسسة Condor.

المؤهل	بكالور	تقني	ليسانس	ماستير	مهندس	ماجستير	دكتوراه	المجموع
--------	--------	------	--------	--------	-------	---------	---------	---------

							يا	
161	01	02	43	26	67	09	13	التكرارات
%100	%0.6	%1.2	%26.7	%16.1	%41.6	%5.6	%8.1	النسبة

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

من خلال الجدول يتبين أن المؤهلات العلمية لعينة الدراسة مرتفعة حيث أن أكثر من (91.9%) منهم متحصلين على شهادات جامعية أما نسبة (8.1%) فهي بمستوى بكالوريا، وهي فئة قليلة لكنهم يتمتعون بخبرة مهنية كبيرة في المؤسسة.

3.3 وصف استبيان الدراسة: احتوى استبيان الدراسة على (67) فقرة تعالج متغيرين رئيسيين، متغير مستقل وهو اليقظة الاستراتيجية ومتغير تابع وهو القوة التنافسية للمؤسسة، ويتم قياس كل متغير من خلال مجموعة من الأبعاد. وذلك حسب الجدول أدناه:

جدول 2. وصف استبيان الدراسة.

متغيرات الدراسة	أبعاد قياس المتغير	الفقرات المعبرة
المتغير المستقل اليقظة الإستراتيجية	رصد المعلومات	من الفقرة: 27 إلى غاية الفقرة 42
	مراقبة البيئة	من الفقرة: 01 إلى غاية الفقرة 22
	متابعة الأحداث	من الفقرة: 23 إلى غاية الفقرة 26
المتغير التابع القوة التنافسية	التحكم في التكلفة	من الفقرة: 43 إلى غاية الفقرة 48
	مستوى الأداء	من الفقرة: 49 إلى غاية الفقرة 57
	مستوى الربحية	من الفقرة: 58 إلى غاية الفقرة 62
	الحصة السوقية	من الفقرة: 63 إلى غاية الفقرة 67

المصدر: من إعداد الباحثين.

4.3 صدق وثبات أداة الدراسة: يعتبر الصدق والثبات من أهم شروط سلامة أداة القياس، وعليه

يمكن اختبار الخصائص السيكومترية للإستبيان من خلال الشرطين التاليين:

أ- اختبار الثبات لأداة الدراسة: ويقصد به ثبات الاختبار إذا ما أعيد مرة ثانية على نفس العينة، وسنعمد في دراستنا على قياس الثبات من خلال طريقة الإتساق الداخلي لألفا كرونباخ والذي بلغ للإستبيان ككل (0.978) وهي قيمة أكبر من (0.600)، وبالتالي يمكن وصف أداة الدراسة بالثبات مع إمكانية الاعتماد على الاستبيان في قياس متغيرات الدراسة، بمعنى أنها ستعطي نفس النتائج

وباحتمال متساوي لقيمة المعامل إذا ما أعيد تطبيقه على نفس العينة. والجدول أدناه يبين مستويات ألفا كرونباخ المتحصل عليها من مخرجات البرنامج الاحصائي SPSS v23، والتي هي كما يلي:

جدول 3. معامل الثبات ألفا كرونباخ لمتغيرات وأبعاد الدراسة.

ألفا كرونباخ		عدد الفقرات	أبعاد قياس المتغير	متغيرات الدراسة
0.966	0.925	16	رصد المعلومات	اليقظة الإستراتيجية
	0.957	22	مراقبة البيئة	
	0.789	04	متابعة الأحداث	
0.953	0.878	06	التحكم في التكلفة	القوة التنافسية
	0.914	09	مستوى الأداء	
	0.850	05	مستوى الربحية	
	0.848	05	الحصة السوقية	
0.978		67	الاتجاه العام	

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات spss.

ب- اختبار صدق أداة الدراسة: ويقصد به اختبار أن المقياس يقيس ما وضع لقياسه ويمكن التأكد من صدق أداة القياس من خلال:

- الصدق الظاهري: للتأكد من صدق أداة الدراسة وأن المقياس يقيس ما أعد له، قمنا بعرض الاستبيان على مجموعة من الأساتذة المتخصصين في مجال دراستنا من جامعة وهران 2، جامعة تلمسان وجامعة معسكر، وكان عددهم خمسة (05)، من أجل التحكيم وأخذ آرائهم واقتراحاتهم من حيث مدى مناسبة العبارات المقترحة للقياس ومدى سلامة صياغتها مع إضافة و/أو حذف العبارات التي لا تخدم أداة البحث. وبعد أخذ الملاحظات والتوجيهات التي قدمها المحكمون قمنا بإجراء بعض التعديلات على بعض الفقرات التي أجمع عليها المحكمون والمقدر عددها بثلاثة عشرة (13) فقرة.

- الصدق الذاتي: يمكن قياس صدق أداة الدراسة من خلال الإعتماد على طريقة الصدق الذاتي والذي يمثل العلاقة بين الصدق والثبات ويمكن حسابه من خلال العلاقة التالية: $\text{صدق الأداة} =$

الثبات $\sqrt{\text{الجدول التربيعي للثبات}}$. وبالتطبيق على مستويات الثبات المتحصل عليها سابقاً تحصلنا على النتائج المبينة في الجدول التالي:

جدول 4. معامل الصدق لمتغيرات وأبعاد الدراسة.

المتغير	البعد	عدد الفقرات	الثبات $\sqrt{\text{}}$
رصد المعلومات	16	0.962	0.983

	0.978	22	مراقبة البيئة	اليقظة الإستراتيجية
	0.888	04	متابعة الأحداث	
0.976	0.937	06	التحكم في التكلفة	القوة التنافسية
	0.956	09	مستوى الأداء	
	0.922	05	مستوى الربحية	
	0.921	05	الحصة السوقية	
0.981		67	الإتجاه العام	

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات spss.

بعد حساب معامل الصدق يتبين جليا أن أداة الدراسة تتمتع بمستوى عالي جدا من الصدق وهي تقترب من الواحد (1) حيث بلغ مستواه (0.981) لأداة الدراسة ككل، أما بالنسبة لثبات قياس اليقظة الاستراتيجية (المتغير المستقل) فقد اقترب كذلك مستواه من الواحد (1) وبلغ (0.983) وهو مستوى مرتفع جدا، في حين أن القوة التنافسية (المتغير التابع) فبلغ مستواه (0.976) وهو كذلك مستوى مرتفع جدا. وهذا يدل على أن الفقرات تقيس فعلا الأبعاد والتي يتم من خلالها قياس متغيرات الدراسة والأداة تقيس ما أعدت لأجله.

5.3 اختبار فرضيات الدراسة ونتائجها: من أجل معالجة إشكالية الدراسة والإجابة عن التساؤلات الفرعية والتأكد من صحة الفرضيات، تم الاعتماد على سلم ليكرت (Likert) الخماسي، والذي تضمن خمسة (05) مستويات ترتيبية وهي: بدرجة كبيرة جدا (5)، بدرجة كبيرة (4)، بدرجة متوسطة (3)، بدرجة قليلة (2)، بدرجة قليلة جدا (1). ومن أجل حساب المتوسطات الحسابية المرجحة يجب حساب طول الفئة وعدد الفئات والتي هي:

المدى العام لمقياس الدراسة = (أعلى قيمة - أدنى قيمة)، بالتطبيق نجد: مدى مقياس الدراسة = 5 - 1 = 4.

طول الفئة = (مدى مقياس الدراسة/عدد الاختيارات)، بالتطبيق نجد: $0.8 = 5 / 4$.

وعليه نحصل على الفئات الموزونة التالية:

الجدول 5. الفئات التكرارية لأداة الدراسة حسب سلم ليكرت الخماسي.

الخيارات	الفئات التكرارية
بدرجة قليلة جدا	[01.00 إلى 01.79]
بدرجة قليلة	[02.59 إلى 01.80]
بدرجة متوسطة	[03.39 إلى 02.60]

بدرجة كبيرة	[03.40 إلى 04.19]
بدرجة كبيرة جدا	[04.20 إلى 05.00]

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على قواعد الإحصاء الوصفي.

5.3 تحليل متغيرات وأبعاد الدراسة: لقد عمدت دراستنا إلى تحديد طبيعة أبعاد القياس ومتغيرات الدراسة من خلال الإعتماد على بعض مقاييس النزعة المركزية (كالوسيط والمتوسط الحسابي) وبعض من مقاييس التشتت (كالانحراف المعياري) والجدول الموالي يوضح النتائج المتحصل عليها:

الجدول 6. تحليل متغيرات وأبعاد الدراسة

الدرجة الكلية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الوسيط	أبعاد قياس المتغير	متغيرات الدراسة
بدرجة كبيرة	0.46296	4.1601	4.0909	رصد المعلومات	المتغير المستقل البيقظة الإستراتيجية
بدرجة كبيرة	0.48096	4.1196	4.0000	مراقبة البيئة	
بدرجة كبيرة	0.42473	4.1025	4.0625	متابعة الأحداث	
بدرجة كبيرة	0.40556	4.1274	4.1705	الإنتاج العام للمتغير المستقل	
بدرجة كبيرة	0.52717	4.1470	4.1667	التحكم في التكلفة	المتغير التابع القوة التنافسية
بدرجة كبيرة	0.49356	4.0897	4.0000	مستوى الأداء	
بدرجة كبيرة	0.46475	4.0025	4.0000	مستوى الربحية	
بدرجة كبيرة	0.46308	4.0075	4.0000	الحصة السوقية	
بدرجة كبيرة	0.42503	4.0617	4.1389	الإنتاج العام للمتغير التابع	
بدرجة كبيرة	0.39843	4.0945	4.1500	الإنتاج العام لأداة القياس	

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات spss.

أ- تحليل المتغير المستقل وأبعاده: من خلال الجدول أعلاه يتبين أن مؤسسة Condor، تقوم برصد المعلومات المختلفة عن البيئة بدرجة كبيرة من الاهتمام، وذلك حسب الوسيط المتحصل عليه من نتائج التحليل والذي قدر (4.0909) والمتوسط الحسابي كذلك الذي بلغ (4.1601) من خمسة (05) درجات من سلم ليكرت الخماسي، أي خيار (بدرجة كبيرة)، كمي بلغ مستوى الانحراف المعياري في هذا البعد (0.46296)، ويعزى ذلك لاعتقاد أفراد عينة الدراسة أن رصد مختلف المعلومات عن بيئة المؤسسة أمر ضروري جدا وأن مؤسستهم تقوم بهذه العملية بدرجة كبيرة. كما أن المؤسسة تقوم بمراقبة البيئة بدرجة كبيرة، وذلك بحسب الوسيط المتحصل عليه من نتائج التحليل والذي قدر ب (4.0000) والمتوسط الحسابي كذلك الذي بلغ (4.1196)، والذي يعبر عن خيار (بدرجة

كبيرة، في حين بلغ الانحراف المعياري (0.48096)، وهذا يعزى إلى أن (82.39%) من أفراد العينة يعتقدون بأن مؤسسة Condor تقوم بمراقبة البيئة بمختلف مكوناتها البيئية الكلية، بيعة الصناعة والبيئة الداخلية، ويقرون بأهمية هذا النوع من الرقابة. أما البعد المتعلق بمتابعة الأحداث فقد بينت النتائج أن وسيطه بلغ (4.0625) ومتوسطه الحسابي (4.1025) مما يدل على أن مؤسسة Condor تهتم وتعنى بمتابعة الأحداث (بدرجة كبيرة) في حين بلغ الانحراف المعياري لهذا البعد (0.42473) ويعزى هذا المستوى إلى الإهتمام الذي توليه المؤسسة لمتابعة كل الأحداث البيئية المحلية، الوطنية والإقليمية والدولية. في حين أن الإتجاه العام لليقظة الإستراتيجية (المتغير المستقل) موجود في المؤسسة وتقوم به بدرجة كبيرة حيث بلغ الوسيط الكلي للمتغير (4.1705) ومتوسطه الحسابي (4.1274) ويعزى ذلك للإهتمام الكبير الذي توليه المؤسسة لليقظة الإستراتيجية ومختلف وظائفها ويعتقد (82.55%) من أفراد عينة الدراسة بأن المؤسسة تطبق مختلف أنواع اليقظة الإستراتيجية، اليقظة التكنولوجية، اليقظة البيئية، اليقظة التنافسية، واليقظة التجارية، بالإضافة إلى الانحراف المعياري الذي بلغ (0.40556) مما يدل على أن المؤسسة على دراية بدرجة كبيرة بأهمية اليقظة الإستراتيجية.

ب- تحليل المتغير التابع وأبعاده: يتبين من خلال الجدول أعلاه أن مؤسسة Condor، تسعى للتحكم في التكلفة بدرجة كبيرة، وذلك بحسب الوسيط الذي بلغ (4.1667) والوسط الحسابي (4.1470) والذي يدخل في مستوى بدرجة كبيرة بالإضافة إلى الانحراف المعياري الذي بلغ (0.52717) ويعزى ذلك إلى أن المؤسسة تعتمد على اقتصاديات الحجم من خلال الوصول إلى مستويات كبيرة من الإنتاج، كما تسعى للحصول على مصادر المواد الأولية بتكاليف ضئيلة وحتى أقل من المنافسين، وذلك من أجل تقديم أسعار مقبولة مقارنة بالمنافسين. كما تتمتع المؤسسة بمستوى أداء كبير، من خلال الوسيط المتحصل عليه والمقدر بـ (4.0000) والمتوسط الحسابي الذي بلغ (4.0897) وانحراف معياري قدره (0.49356) ويعزى ذلك إلى المستوى الإنتاجي الذي تقدمه المؤسسة وتخفيض نسبة المنتجات التي بها عيب من أجل تقديم منتجات بجودة عالية مع تطوير كفاءة كل العمليات التي لها علاقة بنشاطها واستخدامها الأمثل لمختلف مواردها. كما بينت نتائج الدراسة أن مستوى الربحية في المؤسسة كبير وذلك حسب الوسيط الذي بلغ (4.0000) والمتوسط الحسابي (4.0025) وانحراف معياري قدره (0.46475) ويعزى ذلك إلى تحقيق أحجام كبيرة من المبيعات الصافية وحصولها على هوامش ربحية ومداخيل كبيرة. إضافة إلى الحصة السوقية المرتفعة حسب ما توصلت إليه الدراسة من خلال قيمة الوسيط المتحصل عليه والمقدر (4.0000) والمتوسط الحسابي

(4.0075) والانحراف المعياري الذي قدر بـ (0.46308)، ويعزى ذلك إلى النمو الحاصل في حصتها السوقية ككل وكذلك مقارنة بالمنافسين. أما الاتجاه العام للقدرات التنافسية للمؤسسة (المتغير التابع) ومن خلال الأبعاد المقدمة لقياسها (التحكم في التكلفة، مستوى الأداء، مستوى الربحية و حجم الحصة السوقية) فإن درجتها كبيرة حيث بلغ الوسيط الكلي للمتغير (4.1389) والمتوسط الحسابي (4.0617) ويعزى ذلك لتمتع المؤسسة بقدرات تنافسية كبيرة ويعتقد (81.23%) من أفراد عينة الدراسة بأن المؤسسة تتحكم في التكلفة إلى حد كبير ومستوى أدائها مرتفع بالإضافة إلى حصتها السوقية ومستوى ربحيتها يتميزان بمستوى كبير، بالإضافة إلى الانحراف المعياري الذي بلغ (0.42503) مما يدل على أن للمؤسسة قدرات تنافسية كبيرة.

ج- تحليل الاتجاه العام لأداة القياس: من خلال النتائج المتحصل عليها من الجدول أعلاه يتضح أن مستوى الوسيط الكلي بلغ (4.1500) والمتوسط الحسابي الكلي (4.0945) أما الانحراف المعياري فقد بلغ (0.39843)، ومستوى درجته كبيرة، ويعزى ذلك لتوفر المؤسسة على نظام يقظة استراتيجي فعال يقوم برصد ومراقبة كل التغيرات الحاصلة في بيئتها ومتابعة مختلف الأحداث، وكدى رصد المعلومات واعتماد مختلف أنواع اليقظة الإستراتيجية. كما أن قياسنا لمستوى القدرات التنافسية للمؤسسة بين أنها تتمتع بقدرات تنافسية كبيرة من خلال تحكمها في تكلفة منتجاتها بشكل كبير وارتفاع مستوى أدائها بالإضافة إلى حجم حصتها السوقية ومستوى ربحيتها.

6.3 تحليل النتائج والتأكد من صحة فرضيات الدراسة: سنقوم بالتأكد من صحة فرضيات الدراسة والإجابة عن الإشكالات الرئيس من خلال دراسة العلاقة بين كل بعد من أبعاد المتغير المستقل (رصد المعلومات، مراقبة البيئة، متابعة الأحداث)، والمتغير التابع ككل والمتمثل في القوة التنافسية للمؤسسة.

أ- التأكد من صحة الفرضية الأولى: لقد قدمت الفرضية الفرعية الأولى بالصيغة التالية:

- يساهم بعد مراقبة البيئة في التنبؤ بالقوة التنافسية لمؤسسة Condor ؟

من أجل التأكد من صحة الفرضية الأولى، استخدمنا تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لمعرفة مستوى مساهمة بعد رصد المعلومات (X_1) في تعزيز القدرات التنافسية (Y) لمؤسسة Condor عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) والجدول الموالي يبين ذلك:

الجدول 7. تحليل التباين (ANOVA) لتأثير بعد مراقبة البيئة على القوة التنافسية لمؤسسة

Condor

مجموع المربعات	درجة الحرية (df)	متوسط مجموع المربعات	قيمة (f) المحسوبة	مستوى الدلالة (sig)
----------------	------------------	----------------------	-------------------	---------------------

0.000	369.637	20.210	1	20.210	الانحدار
معامل الارتباط (R) = 0.836**		0.055	159	8.694	البواقي
معامل التباين (R ²) = 0.699			160	28.904	المجموع

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات spss.

أما تحليل العلاقة بين المتغير المستقل بعد رصد المعلومات (X_1) في التنبؤ بالقدرات التنافسية (Y)، فستكون من خلال تحليل معامل الانحدار الخطي حيث كانت نتائج التحليل حسب ما هو مبين في الجدول الموالي:

الجدول 8. تحليل العلاقة بين بعد المتغير المستقل مراقبة البيئة (X_1) والتنبؤ بالقدرات التنافسية (Y)

مستوى الدلالة (sig)	قيمة (t) المحسوبة	الانحراف المعياري	معامل الإنحدار (B)	النموذج
0.000	3.503	0.180	0.629	الثابت (b_0)
0.000	19.226	0.044	0.837	المتغير (X_1)

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات spss.

من خلال تحليل النتائج المحصل عليها من تحليل التباين نجد أن معامل الارتباط (R) بين المتغيرين بلغ (0.836^{**}) ومعامل التباين (R^2) بلغ (0.699) عند مستوى الدلالة (0.000%) وهي أقل من نسبة (0.05%) وعند معدل خطئ (0.01%) حيث يعتبر هذا المعدل ذو دلالة إحصائية قوية وموجبة (طردية). في حين درجة التأثير قدرت بـ (0.837) أي أن كل زيادة بدرجة واحدة في مستوى مراقبة البيئة لمؤسسة Condor، تعزز قدراتها التنافسية بـ (0.837) وهي درجة قوية وذات علاقة تأثير كبيرة أيضا، كما بلغ مستوى الثابت بـ (0.629). ويتأكد ذلك من خلال معنوية التأثير (f) المحسوبة والتي بلغت (203.812) عند درجات الحرية (1 و 159) عند مستوى الدلالة (sig) بنسبة (0.000)، وهي أقل من قيمة (α) المقدر بـ (0.05%)، وعليه يتم قبول الفرضية الأولى بوجود أثر لبعده مراقبة البيئة على تعزيز القدرات التنافسية لمؤسسة Condor ويمكن التنبؤ بهذا البعد لتحديد مستوى المنافسة. ويمكن صياغة معادلة مستقيم الانحدار للعلاقة بين المتغير التابع وبعده المتغير المستقل كما يلي: $Y = 0.837 X_1 + 0.629$.

ب- التأكيد من صحة الفرضية الثانية: جاءت الفرضية الفرعية الثانية بالشكل التالي:

- يساهم بعد رصد المعلومات في التنبؤ بالقوة التنافسية لمؤسسة Condor ؟

كذلك قمنا بالتأكد من صحة هذه الفرضية، باستخدام تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لمعرفة مستوى مساهمة بعد رصد المعلومات (X_2) في تعزيز القدرات التنافسية (Y) لمؤسسة Condor عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) والجدول الموالي يبين ذلك:

الجدول 9. تحليل التباين (ANOVA) لتأثير بعد رصد المعلومات على القدرات التنافسية لمؤسسة Condor.

مستوى الدلالة (sig)	قيمة (f) المحسوبة	متوسط مجموع المربعات	درجة الحرية (df)	مجموع المربعات	
0.000	203.812	16.237	1	16.237	الانحدار
معامل الارتباط (R) = 0.750**		0.80	159	12.667	البواقي
معامل التباين (R^2) = 0.562			160	28.904	المجموع

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات spss.

في حين تحليل العلاقة بين بعد المتغير المستقل رصد المعلومات (X_2) في التنبؤ بالقدرات التنافسية (Y)، من خلال معامل الانحدار الخطي حيث كانت نتائج تحليل كما يلي:

الجدول 10. تحليل العلاقة بين بعد المتغير المستقل رصد المعلومات (X_2) في التنبؤ بالقدرات التنافسية (Y).

النموذج	معامل الإنحدار (B)	الانحراف المعياري	قيمة (t) المحسوبة	مستوى الدلالة (sig)
الثابت (b_0)	1.199	0.202	5.944	0.000
المتغير (X_2)	0.688	0.048	14.276	0.000

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات spss.

من خلال تحليل النتائج المحصل عليها من تحليل التباين نجد أن معامل الارتباط (R) بين المتغيرين بلغ (0.750^{**}) ومعامل التباين (R^2) بلغ (0.562) عند مستوى الدلالة (0.000%) ومعدل خطئي (0.01%) وهي أقل من نسبة (0.05%) وهذا المعدل له دلالة إحصائية قوية وموجبة (طردية). أما درجة التأثير فقدرت بـ (0.688) أي أن كل زيادة في مراقبة البيئة بدرجة واحدة بمؤسسة Condor، تعزز قدراتها التنافسية بـ (0.6688) وهي درجة كبيرة وذات علاقة تأثير قوية، كما بلغ مستوى الثابت بـ (1.199). ويتأكد ذلك من خلال معنوية التأثير (f) المحسوبة والتي بلغت (203.812) عند درجات الحرية (1 و 159) وعند مستوى الدلالة (sig) بنسبة (0.000)، حيث أن هذه النسبة أقل من قيمة (α) المقدرة بـ (0.05%)، وعليه يتم قبول الفرضية الثانية بوجود

أثر لبعده رصد المعلومات على تعزيز القدرات التنافسية لمؤسسة Condor ويمكن التنبؤ بهذا البعد لتحديد مستوى المنافسة. ويمكن صياغة معادلة مستقيم الانحدار للعلاقة بين المتغير التابع وبعده المتغير المستقل كما يلي: $Y = 0.688 X_2 + 1.199$.

ج- التأكد من صحة الفرضية الثالثة: قدمت الفرضية الفرعية الثالثة بالصيغة التالية:

- يساهم بعده متابعة الأحداث في التنبؤ بالقوة التنافسية لمؤسسة Condor ؟

تم الاستعانة بتحليل التباين الأحادي (ANOVA) للتأكد من صحة الفرضية ومعرفة مستوى مساهمة بعده متابعة الأحداث (X_3) في تعزيز القدرات التنافسية (Y) لمؤسسة Condor عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) والجدول الموالي يبين ذلك:

الجدول 11. تحليل التباين (ANOVA) لتأثير بعده متابعة الأحداث على القدرات التنافسية

لمؤسسة Condor.

مستوى الدلالة (sig)	قيمة (f) المحسوبة	متوسط مجموع المربعات	درجة الحرية (df)	مجموع المربعات	
0.000	127.790	12.862	1	12.862	الإنحدار
$0.667^{**} = (R)$	معامل الارتباط	0.101	159	16.041	البواقي
$0.445 = (R^2)$	معامل التباين		160	28.904	المجموع

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات spss.

في حين تحليل العلاقة بين بعده المتغير المستقل رصد المعلومات (X_3) في التنبؤ بالقدرات التنافسية (Y)، من خلال معامل الانحدار الخطي حيث كانت نتائج تحليل كما يلي:

الجدول 12. تحليل العلاقة بين بعده المتغير المستقل متابعة الأحداث (X_3) في التنبؤ بالقدرات

التنافسية (Y)

مستوى الدلالة (sig)	قيمة (t) المحسوبة	الانحراف المعياري	معامل الانحدار (B)	النموذج
0.000	7.542	0.217	1.633	الثابت (b_0)
0.000	11.291	0.052	0.590	المتغير (X_3)

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات spss.

تشير النتائج المحصل عليها من تحليل التباين أن معامل الارتباط (R) بين المتغيرين بلغ (0.667^{**}) ومعامل التباين (R^2) بلغ (0.445) عند مستوى الدلالة (0.000%) وبمعدل خطي (0.01%)

وهي نسبة أقل من (0.05%) وهي دالة إحصائياً وبدرجة قوية وموجبة (طردية). أما درجة التأثير فقدرت بـ (0.590) أي أنه كلما زاد مستوى مراقبة البيئة بدرجة واحدة في مؤسسة Condor، كلما تعززت قدراتها التنافسية بـ (0.590) وهي درجة كبيرة وذات علاقة تأثير قوية، كما بلغ مستوى الثابت بـ (1.633). ويتأكد ذلك من خلال معنوية التأثير (f) المحسوبة والتي بلغت (127.790) عند درجات الحرية (1 و 159) وعند مستوى الدلالة (sig) بنسبة (0.000)، حيث أن هذه النسبة أقل من قيمة (α) المقدره بـ (0.05%)، وعليه يتم قبول الفرضية الثالثة بوجود أثر لبعده متابعه الأحداث على تعزيز القدرات التنافسية لمؤسسة Condor ويمكن التنبؤ بهذا البعد لتحديد مستوى المنافسة. ويمكن صياغة معادلة مستقيم الانحدار للعلاقة بين المتغير التابع وبعده المتغير المستقل كما يلي:

$$. Y = 0.590 X_3 + 1.633$$

د- التأكد من صحة الفرضية الرئيسية: طرحت الفرضية الرئيسية للدراسة بالشكل التالي:

- تساهم اليقظة الإستراتيجية في تعزيز القدرات التنافسية لمؤسسة Condor ؟

من أجل التأكد من صحة الفرضية الرئيسية، ستستخدم تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لمعرفة مستوى مساهمة اليقظة الاستراتيجية (X) في تعزيز القدرات التنافسية (Y) للمؤسسة عند مستوى الدلالة (α = 0.05) حسب الجدول الموالي:

الجدول 13. تحليل التباين (ANOVA) لتأثير نظام اليقظة الإستراتيجية على تنافسية مؤسسة

.Condor

مستوى الدلالة (sig)	قيمة (f) المحسوبة	متوسط مجموع المربعات	درجة الحرية (df)	مجموع المربعات	
0.000	383.661	20.433	1	20.433	الإنحدار
0.841 ** = (R)	معامل الارتباط	0.53	159	8.470	البواقي
	معامل التباين (R ²) = 0.705		160	28.904	المجموع

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات spss.

في حين تحليل العلاقة بين المتغير المستقل اليقظة الإستراتيجية (X) في التنبؤ بالقدرات التنافسية (Y)، من خلال معامل الانحدار الخطي كانت نتائج تحليله كما يلي:

الجدول 14. تحليل العلاقة بين أبعاد المتغير المستقل اليقظة الإستراتيجية (X) في التنبؤ بالقدرات

التنافسية (Y)

النموذج	معامل الانحدار (B)	الانحراف المعياري	قيمة (t) المحسوبة	مستوى الدلالة (sig)

0.024	2.277	0.187	0.425	الثابت (b ₀)
0.000	19.585	0.045	0.881	المتغير (X)

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات spss.

تشير النتائج المحصل عليها من تحليل التباين أن معامل الارتباط (R) بين المتغيرين بلغ (0.841^{**}) ومعامل التباين (R^2) بلغ (0.705) عند مستوى الدلالة (0.000%) بمعدل خطئ (0.01%) وهي أقل من نسبة (0.05%) وهي دالة إحصائيا وبدرجة قوية وموجبة (طردية)، ويعني أن (70.5%) من أفراد العينة يرون أن اليقظة الإستراتيجية تساهم في تعزيز القدرات التنافسية لمؤسسة Condor. أما درجة التأثير فقدرت بـ (0.881) أي أنه كلما زاد مستوى اليقظة الإستراتيجية بدرجة واحدة في مؤسسة Condor، كلما تعززت قدراتها التنافسية بـ (0.881) أي تقريبا بنفس الدرجة، وهي كبيرة وذات علاقة تأثير قوية، كما بلغ مستوى الثابت بـ (0.425). ويتأكد ذلك من خلال معنوية التأثير (f) المحسوبة والتي بلغت (127.790) عند درجات الحرية (1 و 159) وعند مستوى الدلالة (sig) بنسبة (0.024)، حيث أن هذه النسبة أقل من قيمة (α) المقدرة بـ (0.05%)، وعليه فإن الفرضية الرئيسية مقبولة، أي أن هناك اسهام وبدرجة كبيرة لنظام اليقظة الإستراتيجية في تعزيز القدرات التنافسية لمؤسسة Condor، ويمكن التنبؤ بهذا المتغير لتحديد مستوى المنافسة. وعليه تكون معادلة مستقيم الانحدار للعلاقة بين نظام اليقظة الإستراتيجية والقوة التنافسية لمؤسسة Condor كما يلي: $Y = 0.881 X + 0.425$. حيث (X) هو مستوى اليقظة الإستراتيجية و (Y) هو مستوى القوة التنافسية للمؤسسة.

4. نتائج وتوصيات الدراسة: على ضوء التحليل السابق يمكن استخلاص النتائج والتوصيات التالية:

1.4 نتائج الدراسة: يمكن ذكر أهم نتائج الدراسة من خلال النقاط التالية:

- إن اعتماد نظام اليقظة الاستراتيجية بمؤسسة Condor ساعدها على القيام بمراقبة جميع مكونات بيئتها من بيئة عامة، بيئة الصناعة، وبيئتها الداخلية التسويقية وغير التسويقية، من خلال اعتماد أنواع اليقظة الإستراتيجية الأربعة الأساسية: اليقظة التجارية، اليقظة التكنولوجية، اليقظة التنافسية واليقظة البيئية؛

- تقوم مؤسسة Condor بمتابعة الأحداث البيئية المحلية والوطنية بعناية واهتمام، لأنها ذات أثر مباشر على نشاطها، كما تقوم بمتابعة الأحداث الدولية والإقليمية باهتمام أقل لأن أثرها على المؤسسة غير مباشر؛

- تقوم مؤسسة Condor برصد المعلومات التي تحتاجها، من أجل رفع مستوى الفاعلية والتحكم في مجال نشاطها الإنتاجي، وتستعمل في ذلك مختلف الوسائل التكنولوجية من أجل الانتقاء الصحيح للمعلومات، خاصة ما يتعلق منها بالطابع الإستباقي؛
- إن القيام بالعمليات السالفة الذكر (وظائف اليقظة الإستراتيجية) عزز من القدرات التنافسية للمؤسسة Condor، حيث استطاعت فرض مكانتها في السوق الوطنية والتطلع لدخول الأسواق الخارجية كهدف استراتيجي؛
- اعتماد نظام اليقظة الإستراتيجية في مؤسسة Condor سمح لها بلوغ مستويات مرتفعة من المبيعات الصافية، وتحقيق مداخيل وهوامش ربحية معتبرة، من خلال خدمة السوق وتحقيق حصة سوقية كبيرة مقارنة بالحصة السوقية الإجمالية، واحتلال مراتب مهمة مقارنة بالحصة السوقية للمنافسين.

2.4 توصيات الدراسة: بناء على نتائج الدراسة نقدم التوصيات التالية:

- يجب على المؤسسات الاقتصادية الجزائرية استغلال جميع الفرص المتاحة لتبني مفاهيم التسيير الحديثة القائمة على تكنولوجيات الاعلام والاتصال، لفرض مكانتها والرفع من مستوى مردودها حيث يعتبر نظام اليقظة الاستراتيجية السبيل الأمثل لتحقيق ذلك؛
- لقد أصبح من الضروري على المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، توفير الأرضية المناسبة لإرساء نظام يقظة إستراتيجية فعال ومتكامل، يمكنها من رصد كل التغيرات الحاصلة في بيئتها، مما يسهل عليها التحكم في التكلفة والإحتفاض بالعناصر ذات الكفاءة والاستفادة من اقتصاديات الحجم في سبيل تخفيض تكاليفها؛
- ضرورة المتابعة الدائمة لكل المدخلات الحديثة في تقنيات ووسائل الإنتاج بما يتماشى والمستوى التكنولوجي الحاصل، وعدم الوقوع في فجوات مقارنة بالمنافسين سواء من حيث الوسائل التكنولوجية، تقنيات وطرق الإنتاج، الأسعار وتكاليف؛
- يسمح اعتماد نظام اليقظة الإستراتيجية في المؤسسة، بتحسين الأداء من خلال طرح منتجات ذات جودة عالية بكميات مناسبة وأسعار مقبولة مقارنة بالبدايل المطروحة في سوق المؤسسة، وتحقيق التكامل بين مختلف نشاطاتها وتطويرها من أجل الاستغلال الأمثل لمواردها؛
- ضرورة تبني نظام يقظة إستراتيجية لتعزيز القدرات التنافسية لمؤسساتنا الاقتصادية الجزائرية، وتطوير منتجاتها والمساهمة في الخروج من نمط الإقتصاد الأحادي (اقتصاد الريع) وتنوع الإقتصاد الوطني.

الخاتمة:

إن الديناميكية التي تشهدها البيئة الراهنة أدت بالمؤسسة الاقتصادية الحديثة إلى مراجعة خططها الإستراتيجية والوسائل التي تعتمدها في اتخاذ القرارات ورسم السياسات، وذلك بمراعاة العلاقة القائمة

بين التغيير والتكيف، الأمر الذي يستدعي تجاوز الأنماط التقليدية في التسيير واعتماد مفاهيم جديدة تتيح التجديد الذاتي للمؤسسة من جهة، وبناء القدرة التنافسية وتعزيزها من جهة أخرى. من هذا المنطلق، أصبحت المؤسسة الاقتصادية تعتمد مفهوم اليقظة الإستراتيجية كإحدى المفاهيم الحديثة، وذلك بهدف بناء وتعزيز قدراتها التنافسية، في ظل بيئة تنافسية معقدة.

يؤدي مفهوم اليقظة الإستراتيجية وظائف مختلفة ومتعددة بالنسبة للمؤسسة الاقتصادية، فهو من جهة يزود أصحاب القرار بالمعلومات الدقيقة عن بيئة المؤسسة لتحليلها وتوظيفها بغرض استغلال الفرص المتاحة وتفادي المخاطر المختلفة، بالمقابل تساهم اليقظة الإستراتيجية في بلورة الرؤية المستقبلية للمؤسسة، وكذا بناء الإستراتيجيات وتحديد السياسات. إنها الشروط الأساسية التي تضمن للمؤسسة الاقتصادية الحديثة فرض مكانتها وتعزيز قدرتها التنافسية.

هذه الدراسة مكنتنا من فهم أحد السبل الفعالة في تعزيز القدرات التنافسية للمؤسسة الاقتصادية والتفوق على المنافسين، ألا وهو نظام اليقظة الإستراتيجية، كما تفتح المجال للبحوث الأكاديمية القادمة لتكملة هذا الطرح من خلال دراسة عوامل أخرى كالإبتكار، البحث والتطوير، الإبداع وغيرها، من أجل تعزيز القدرات التنافسية للمؤسسة الاقتصادية الجزائرية.

المراجع باللغة العربية:

- أحمد طاهر أحمد، (2017)، التخطيط الإستراتيجي المستدام، بدون دار نشر، ص 160.
- الهادي المشعل، (2010)، التخطيط وتحسين أداء المؤسسات الإنتاجية والخدمية في البيئة العربية والإسلامية، دار الكتب العلمية، طبعة (1)، بيروت، لبنان، ص 234.
- حسين أحمد علي، (2003)، دليل تحليل وتصميم النظم، الإسكندرية، مصر، الدار الجامعية، ص 40.
- سعد علي حمود الغنزي، جواد محسن راضي، (2009)، التحالفات الإستراتيجية في منظمات الأعمال (مفاهيم-مداخل-تطبيقات)، مجموعة الباروزي للنشر والتوزيع، طبعة (1)، عمان، الأردن، ص 173.
- محمد عبد حسين الطائي، نعمة عباس خضير الخفاجي، (2009)، نظام المعلومات الإستراتيجية منظور الميزة التنافسية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص 147.
- محمد هني محمد، (2014)، إدارة وتنظيم وتطوير الأعمال قياس الأداء والتوازن، دار المعزز للنشر والتوزيع، طبعة (1)، عمان، الأردن، ص 201-202.
- رتيبة حديد، نوفيل حديد، اليقظة التنافسية وسيلة تسييرية حديثة لتنافسية المؤسسة، المؤتمر العلمي الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، 08-09 ماي 2005، ص 189.
- حمزة رملي، دراسة إستطلاعية حول واقع اليقظة الإستراتيجية في مؤسسات صناعة الأدوية بقسنطينة، مجلة البحوث الإقتصادية والمالية لجامعة أم البواقي، العدد الثاني/ ديسمبر 2014، ص 256.

- براهمي سمير، طويطي مصطفى، (2018)، مساهمة بحوث التسويق في استخلاص الفرص التسويقية في سوق الأجهزة الكهرومنزلية بالجزائر دراسة عينة من العاملين بمؤسسة BRANDT، مجلة الباحث الاقتصادي (CHEEC)، المجلد (6)، ص 54.
- براهمية ابراهيم، (2011)، تدنية التكاليف كأسلوب هام لتعزيز القدرة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية دراسة حالة مؤسسة الإسمت ومشتقاته بالشلف، الأكاديمية للدراسات الإجتماعية والإنسانية، جامعة الشلف، الجزائر، العدد (5)، ص 102.
- محمد وديع عدنان، (2003)، القدرة التنافسية وقياسها، سلسلة دورية تعنى بقضايا التنمية في الأقطار العربية، المعهد العربي للتخطيط، الكويت، العدد (24)، ص 11.
- لمحي فاطمة الزهراء، مداخلة بعنوان اليقظة الإستراتيجية محاولة تشخيص الوضعية الجزائرية الحالية، الملتقى الوطني الأول للمدرسة الوطنية للجمارك تحت عنوان، اليقظة الإستراتيجية ونظم المعلومات أي إسهام لإدارة الجمارك مع شركائها، أيام 20-21 نوفمبر 2016، ص 4-5.
- علة مراد، إدارة المعرفة لبناء وتطوير الميزة التنافسية بالمؤسسة الاقتصادية، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، تخصص تسيير، تلمسان، 2011/2012، ص 38.

المراجع باللغة الأجنبية:

- Humbert, Lesca, la veille stratégique, la méthode L.E.S Canning, édition EMS, 2003, P 03.
- Revelli carlo ; L'intelligence stratégique sur internet ; édition Dunod , 2^{ème} édition, Paris; 2000, P14.
- Livre Blanc, La Veille, du Concept à Réalité, Culture, Méthode, Outils, Agentielle, cabinet de veille, janvier 2013, P 07.
- Reix robert, (2004), systèmes d'information et management des organisations, paris, France, librairie vuibert, P 03.
- Akli. M, Veille stratégique en entreprise: Communication, Gouvernance et intelligence économique, Colloque International UFC, Alger 14-16 Juin 2008, p 17.
- Enright, M. J. (1992), Why local clusters are the way to win the game, World Link, Vol 5, July/August, P 04.
- Humbert, Lesca, (1997), veille stratégique, concepts et démarche de mise en place dan l'entreprise, ministère de l'éducation nationale, de la recherche et de la technologie, p 2 et 3 , site sur internet, <http://campus.hesge.ch/jveille/ressources/docs/veille-lesca.pdf>, consulter le 05/02/2019.