

المركز الجامعي أحمد بن يحيى الونشريسي
تيسمسيلت

المعيار

في الحقوق والعلوم السياسية
والاقتصادية

مجلة دورية محكمة

إصدارات المركز الجامعي تيسمسيلت

المجلد التاسع العدد 04 ديسمبر 2018

ISSN 2170-0931
EISSN 2602-6376

شارك في هذا العدد

- د. خالد روشو. أ. غانس محمد. د. شامي يسين. حادي إبراهيم.
أ. دهقاني أيوب. أ. هوارى قادة. أ. إلياس ميسوم. د. رصاع موسى.
الباحثة. أسماء حداد. د. مبطوش الحاج / أ. شاكر سليمان. د. باية عبد القادر.
د. بن عيسى الأمين. د. شعشوع قويدر. د. أحمد بشارة موسى. د. ساعد محمد.
د. كروش نور الدين / د. أولاد ابراهيم ليلي / د. قجاتي عبد الحميد.
أ. د. دربوش محمد الطاهر / أ. زرقان سهام / د. يزيد تقرار. أ. غولام جمال الدين.
د. فيصل دلال. د. رابحي بو عبد الله. (ط. د) نبيل كنوش / د/ مصطفى طويطي.
د. عماري علي / أ. خذري توفيق. أ. جميلة صادق / أ.د عبد القادر دربال

المعيار

المعيار في الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية
مجلة فصلية أكاديمية دولية محكمة مفهرسة



المركز الجامعي أحمد بن يحيى الوشاشي قيسميلة - الجزائر -

شروط النشر وضوابطه

- المعيار مجلة علمية محكمة تنشر البحوث الأكاديمية والدراسات الفكرية والعلمية والأدبية التي لم يسبق نشرها من قبل.
- دورية تصدر مرتين في السنة عن المركز الجامعي بتيسمسيلت. الجزائر.
- تُقبل البحوث باللغات العربية والفرنسية والانجليزية.
- ضرورة وجود مختصر أو تمهيد للمقال سواء باللغة العربية أو الأجنبية.
- تخضع البحوث والدراسات المقدمة للمجلة للشروط الأكاديمية المتعارف عليها.
- تخضع البحوث للتحكيم من طرف اللجنة العلمية للمجلة.
- تُقدم البحوث والدراسات مكتوبة في ورقة على مقاس (21/29.7) بهامش 3 سنتيم عن يمين الصفحة و1.5 عن يسارها وهامش 2 سنتيم عن أعلى الصفحة وأسفلها.
- تتم الكتابة بخط (Traditional Arabic) حجم (16)، وفي الهامش بالخط نفسه حجم (14).
- تتم كتابة البحوث كاملة أو الفقرات والمصطلحات والكلمات باللغة الأجنبية داخل البحوث المكتوبة باللغة الفرنسية بخط (Times new roman) حجم (12)، وفي الهامش بالخط نفسه حجم (10).
- تكون الهوامش والإحالات في آخر الدراسة ولا يستعمل فيها التهميش الأوتوماتيكي.
- يُقدم البحث في قرص مضغوط ونسخة ورقية مطبوعة.
- لا يقل حجم البحث عن 10 صفحات ولا تتجاوز 15 صفحة.
- الأعمال المقدمة لا تُردّ إلى أصحابها سواء نشرت أم لم تنشر.
- المواد المنشورة تعبر عن آراء أصحابها، والمجلة غير مسئولة عن آراء وأحكام الكتاب. كما أن ترتيب البحوث يخضع لاعتبارات تقنية وفنية.

المدير المسئول عن النشر

أ. د. عيساني امحمد.

المعيار

المجلد التاسع العدد 04 ديسمبر 2018

مجلة علمية محكمة تصدر عن المركز الجامعي أحمد بن يحيى الونشريسي

تيسمسيلت - الجزائر

توجه جميع المراسلات باسم رئيس التحرير

عن طريق البوابة الإلكترونية www.asjp.cerist.dz

المركز الجامعي : أحمد بن يحيى الونشريسي تيسمسيلت . الجزائر.

الهاتف/الفاكس : 046573188

www.cuniv.tissemsilt.dz

البريد الإلكتروني:

EISSN 2602-6376

ISSN 2170-0931

رئيس المجلة: أ. د. : دحدوح عبد القادر مدير المركز الجامعي تيسمسيلت

المدير المسئول عن النشر : أ. د. عيساني امحمد.

رئيس الهيئة : د. دردار بشير.

رئيس التحرير: د. مرسي رشيد.

نائبا رئيس التحرير:

د. علاق عبد القادر، د. دراجي عيسى

هيئة التحرير:

أ. د. غربي محمد، د. بوراس محمد، أ. د. شريط عابد، د. محي الدين محمود عمر، د. روشو خالد، د. مرسي

مشري، د. العيداني إلياس

الهيئة العلمية:

من المركز الجامعي تيسمسيلت: أ. د. غربي محمد، د. بوراس محمد، د. علاق عبد القادر، د. روشو خالد،

د. لعروسي أحمد، د. مرسي مشري، د. قززان مصطفى، د. شعشوع قويدر، د. زرقين عبد القادر، د. محمودي قادة،

د. دراجي عيسى، د. محي الدين محمود عمر، د. العيداني إلياس، د. عيسى سماعيل، د. بوزكري الجيلالي،

د. ضويقي حمزة، د. كروش نور الدين، د. بوكريدي عبد القادر، د. عادل رضوان. من جامعة ابن خلدون تيارت:

أ. د. عليان بوزيان، أ. د. فتاك علي، أ. د. بو سماعة الشيخ، أ. د. بن داود إبراهيم، أ. د. شريط عابد

كلمة العدد

تواصل المجلة في هذا العدد السير في خطها الذي رسمته منذ بداية انطلاقها، رامية إلى تجميع البحوث والجهود العلمية الجادة والرصينة، وأن تكون منبراً لإبرازها والرقى بها. وفي هذه الكلمة نشير إلى عدد من المواضيع التي تم اعتمادها في هذا العدد والتي تمس بالواقع والراهن المعيش، نذكر منها موضوعاً عن الإدماج البيئي والتنمية المستدامة، وكذا موضوع الدولة الفاشلة في ليبيا والتهديدات الأمنية على الأمن الوطني الجزائري، وموضوع تغيرات درجات التنقيط الائتماني في ظل الأزمات النفطية، وهي عينة ذكرناها على سبيل التمثيل فقط في معرض إشارتنا إلى اهتمام المجلة بالبحوث التي تتناول القضايا الآتية في مختلف المجالات، وهي محاولة لمسايرة الواقع الراهن. هذا ويخطط القائمون على المجلة مستقبلاً من أجل أن تتخذ بعض أعدادها خطأً افتتاحياً موحداً يعتمد على إدراج ملفات بعينها، لها ثقلها وحتميتها في الطرح وما يتماشى مع الآنية والراهنية ومسايرة التحولات، وهذا سعيًا منهم لتحقيق هدف موضوعي يتسم بالوحدة والقصد في الرؤية والأهداف.

المدير المسؤول عن النشر

أ. د. عيساني محمد

فهرس المجلة

كلمة العدد	ص. ج
- الإدماج البيئي و التنمية المستدامة في ظل قانون 110/03.	
د. خالد روشو	ص 01
- الإصلاحات السياسية والدستورية في الجزائر وأثرها على أداء الحركة الجمعوية - دراسة نقدية تحليلية على ضوء المرجعيات الدستورية والقانونية-	
أ. غانس محمد	ص 12
الإطار القانوني لفكرة التبليغ الرسمي.	
د. شامي يسين	ص 30
- الدولة الفاشلة في ليبيا والتهديدات الأمنية على الأمن الوطني الجزائري.	
حادي إبراهيم	ص 52
- السياسة الفرانكوفونية لاحتلال الفرنسي في الجزائر وتأثيرها على اللغة والهوية الوطنية: دراسة	
أ. دهقاني أيوب	ص 64
- العدالة الانتقالية... الوجه الآخر للعدالة.	
أ. هواري قادة	ص 86
- العسكر والسلطة السياسية في إيران.	
أ. إلياس ميسوم	ص 100
- تفعيل المقاصد الشرعية في ترسيخ المرجعية الفقهية.	
د. رصاع موسى	ص 119
- روسيا و التداعيات الجيوسياسية لأزمة القرم في ظل التنافس الدولي على أوراسيا.	
الباحثة. أسماء حداد	ص 130
- شهادة الزور جريمة ضد العدالة دراسة مقارنة في القانون المصري والجزائري.	
د. مبطوش الحاج / أ. شاكّر سليمان	ص 141
- ضمانات مبدأ السيادة الوطنية في إطار المعاهدات الدولية لحقوق الإنسان.	
د. باية عبد القادر	ص 157
- معوقات المحكمة الجنائية الدولية لمتابعة منتهكي قواعد القانون الدولي الإنساني.	
د. بن عيسى الأمين	ص 174

ص 188	- مكانة الحق في البيئة ضمن حقوق الإنسان. د. شعشوع قويدر
ص 210	- نماذج من مقاصد الوقف العلمي في الشريعة الإسلامية د. أحمد بشارة موسى
ص 227	- القطاع الفلاحي كآلية للتنمية المحلية بالجزائر - ولاية تيارت نموذجا - د. ساعد محمد
ص 244	- آليات تمويل التنمية الاقتصادية وفق ميكانزمات صيغ تمويل إسلامي - الصكوك الإسلامية نموذجا- د. كروش نور الدين/ د. أولاد ابراهيم ليلي/ د. قجاتي عبد الحميد
ص 264	- تغيرات درجات التنقيط الائتماني في ظل الأزمات النفطية - دراسة حالة دول مجلس التعاون الخليجي- أ. د. دربوش محمد الطاهر/ أ. زرقان سهام/ د. يزيد تفرات
ص 279	- دور التخطيط الاستراتيجي في تفعيل تنافسية المؤسسة الخدمائية. شركة اتصالات الجزائر- موبيليس نموذجا- أ. غولام جمال الدين
ص 294	- دور التسويق بالعلاقات في تطوير الميزة التنافسية - دراسة حالة فندق صبري بعنابة- د. فيصل دلال
ص 306	- موضوع الورقة البحثية: دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تحقيق التنمية الاقتصادية (التجربة الجزائرية في بداية الألفية الثالثة أنموذجا). د. رابحي بو عبد الله
ص 327	- دور اليقظة الإستراتيجية في تحقيق وتعزيز الميزة التنافسية - دراسة ميدانية لعينة من موظفي الإدارة العليا والوسطى لمؤسسة كوندور condor . (ط. د) نبيل كنوش/ د/ مصطفى طويطي
ص 350	- مساهمة التدريب الإلكتروني في تنمية الكفاءات. د. عماري علي/ أ. خذري توفيق
ص 360	- واقع حركية الاستثمارات الأجنبية المباشرة العمودية في ظل حدة المنافسة العالمية. أ. جميلة صادق/ أ.د عبد القادر دربال

دور اليقظة الإستراتيجية في تحقيق وتعزيز الميزة التنافسية
- دراسة ميدانية لعينة من موظفي الإدارة العليا والوسطى لمؤسسة
كوندور condor

ط. د. نبيل كنوش

طالب دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
جامعة البويرة - الجزائر

د. مصطفى طويطي

أستاذ محاضر "أ"، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
جامعة غرداية - الجزائر

الملخص:

في ظل العولمة والتطور العلمي والتكنولوجي، اشتدت المنافسة بين المنظمات من أجل البقاء والتفوق على المنافسين، ولتحقيق ذلك لابد على المنظمة من اكتساب ميزة تنافسية، تضمن لها البقاء والاستمرارية في السوق، ولن يتأتى ذلك ما لم يتم امتلاك المعلومات واستخدامها بذكاء قبل المنافسين، من هنا يبرز الدور الكبير والفعال لليقظة الإستراتيجية في الحصول على المعلومات التي أصبحت أهم الموارد الإستراتيجية والتي من شأنها جعل المؤسسات على إطلاع وتيقظ لكل ما يجري في بيئتها.

وبذلك جاءت هذه الدراسة من أجل التعرف على دور اليقظة الإستراتيجية في تحقيق وتعزيز الميزة التنافسية، متخذاً من مؤسسة كوندور كحالة دراسة، معتمداً على الإستثمار كأداة أساسية لجمع البيانات، وعملت على تحليل البيانات بمجموعة من الأساليب الإحصائية، وخلصت الدراسة في الأخير إلى العديد من النتائج أهمها: تشجيع الإدارة العليا على استحداث مصلحة لليقظة الإستراتيجية، ونشر ثقافتها، وإلى التعامل مع المعلومات كمورد استراتيجي من أجل اقتناص الفرص المتاحة ومواجهة التهديدات وبالتالي تحسين تنافسية المؤسسة.

الكلمات المفتاحية: اليقظة، المعلومات، اليقظة الإستراتيجية، الميزة التنافسية، مؤسسة كوندور.

Abstract :

In the light of globalization, scientific and technological development, competition has been intensified among organizations in order to survive and overcome the other competitors. Therefore, the organization is required to be competitive to ensure its survival and continuity in the market but this can never be achieved unless the information is acquired and used wisely before competitors do so. Accordingly, the important and efficient role of strategic vigilance stated to gain importance and that in obtaining the information which became the most important of the strategic resources. This information is likely to make the institutions informed and vigilant about everything that occurs in its environment.

To this effect, the study came to identify the role of strategic vigilance in achieving and enhancing the aspect of competitiveness by taking Condor Company as a case of study and that by relying on questionnaires as a key tool to gather data through a set of statistic techniques. Consequently, the study came to the following results: Encouraging the senior management to create a service of strategic vigilance to spread its culture and to deal with the information as a strategic resource in order to seize available opportunities, to face the potential threats and to improve the institution's competitiveness.

Key- words: Vigilance, information, strategic vigilance, competitive advantage, Condor Company.

المقدمة:

في ظل التحولات الاقتصادية المعاصرة والتوجه نحو العولمة بكل أنواعها والاندماج في الاقتصاد العالمي، أصبحت المؤسسة تواجه تحديات كثيرة أهمها المنافسة الشديدة من طرف مختلف المؤسسات، ورغبة منها في احتلال موقع متميز في بيئة شديدة التنافسية والتفوق على المنافسين تبذل المؤسسة كل الجهود في البحث عن ميزة تنافسية واكتسابها من خلال المعرفة الدقيقة لمصادرها وتفعيل أساليبها بطريقة مبدعة، ولا يكفي الحصول على ميزة تنافسية قوية بل يجب تنميتها وتحديد ما حسب متطلبات الوضع، هذه العملية جد صعبة إذ تتطلب توفر العديد من الموارد الإستراتيجية التي تعتبر المعلومات أهمها حيث أنها تؤثر على جميع الأنشطة الحيوية الخالقة للقيمة وعلى الأداء التنافسي في السوق، من هنا يبرز الدور الكبير والفعال لليقظة الإستراتيجية في الحصول على المعلومات التي من شأنها جعل المؤسسات على إطلاع وتيقظ لكل ما يجري في بيئتها.

من هذا المنطلق كان اهتمامنا بموضوع اليقظة الإستراتيجية ودورها في تحقيق وتنمية الميزة التنافسية، وبناء على ما سبق تبرز إشكالية بحثنا على النحو التالي: ما مدى مساهمة اليقظة الإستراتيجية في تحقيق وتعزيز الميزة

التنافسية في مؤسسة كوندور condor ؟

أهمية البحث: تنبع أهمية الدراسة من أهمية الميزة التنافسية، وما تمثله بالنسبة للمنظمات باعتبارها؛ السبيل الذي يمكن من خلاله؛ تحقيق هدي البقاء و الربحية، اللذين هما أهم هدفين تسعى المنظمات لتحقيقهما، كما تبرز أهمية الدراسة في تقديم صورة عن واقع اليقظة الإستراتيجية في المؤسسات الجزائرية عموماً، ومؤسسة كوندور خصوصاً،

وتقديم اقتراحات يمكن أن تستفيد منها المؤسسة محل الدراسة، وحتى المؤسسات الأخرى؛ بما يحسن من أدائها، ويساعدها على تحقيق أهدافها.

المنهج المتبع في الدراسة: لتحقيق أهداف الدراسة تم اتباع المنهج الوصفي بأسلوبه النظري بالتطرق إلى الإطار المفاهيمي لليقظة الإستراتيجية والميزة التنافسية، والتحليل الكمي للبيانات المجمعة بأحد أدوات جمع البيانات الممثلة في الاستبيان، وذلك بهدف التوصل إلى جملة من النتائج والمقترحات، كما تم الاعتماد على منهج دراسة الحالة في الجزء التطبيقي؛ وذلك من أجل الوقوف على واقع اليقظة الإستراتيجية والميزة التنافسية في مؤسسة كوندور، وتم ذلك من خلال الاستبيان.

الإطار المفاهيمي للميزة التنافسية:

تسعى المنظمة جاهدة للبحث عن الميزة التنافسية التي تلائم قدراتها، حتى يتم تحقيق النتائج المرجوة، ومن هذا المنطلق سوف يتم التطرق إلى بعض تعاريفها، مع إظهار مختلف الاستراتيجيات التنافسية.

مفهوم الميزة التنافسية وخصائصها:

تعرف الميزة التنافسية على أنها "أي شيء يميز المنظمة أو منتجاتها عن منافسيها في أنظار زبائنها أو المستخدمين النهائيين لمنتجاتها"¹. كما تعرف الميزة التنافسية كذلك على أنها: "القدرة على الحصول على ربح مستمر أكبر من المنافسين"².

وفي سياق آخر يرى بورتير أن الميزة التنافسية هي: "قدرة المؤسسة على تحقيق حاجات المستهلك، أو القيمة التي يتمنى الحصول عليها من المنتج مثل الجودة العالية"³.

وانطلاقاً من المفاهيم السابقة يمكن تقديم مفهوم للميزة التنافسية على أنها: "قدرة المنظمة على تقديم سلع أو خدمات متميزة على المنافسين بصفة دائمة ومستمرة وهو ما يجعلها في موقع تفرد مقارنة بمنافسيها في القطاع".

الاستراتيجيات العامة للمنافسة:

إن المنهاج الذي تسلكه المنظمة من أجل بناء ميزة تنافسية هو ما يطلق عليه بالإستراتيجية، ومن هذا المنطلق يستوجب طرح السؤال التالي: ما هي الإستراتيجية أو الاستراتيجيات التي تتبعها المنظمة بغية بناء ميزتها التنافسية والمنافسة في السوق، وضمن هذا الإطار يجيب بورتير على هذا السؤال بقوله: إن أمام المنظمة ثلاثة أنواع من الاستراتيجيات التي يمكن إتباعها لمواجهة المنافسين تعرف بالاستراتيجيات التنافسية العامة⁴، والتصنيف الذي قدمه بورتير يعتبر التصنيف الشائع بين الباحثين حول البدائل الإستراتيجية العامة للتنافس، وهو يحتوي على

ثلاث استراتيجيات يتم من خلالها تحقيق الميزة التنافسية، وتمكن المنظمات من التنافس بفعالية في مجال الأعمال والصناعة وتحقيق عوائد أعلى من المتوسط⁵. وسميت هذه الاستراتيجيات بالعامية نظرا لأن جميع الأعمال أو الصناعات يمكن لها اعتمادها، بغض النظر عن كونها تعمل في مجال التصنيع أو الخدمات⁶، وتنقسم الاستراتيجيات العامة للمنافسة إلى ثلاثة استراتيجيات وهي:

- **استراتيجية الريادة بالتكلفة الأقل:** استراتيجية الريادة بالتكلفة الأقل هي الإستراتيجية التي تضع المنظمة كأقل المنتجين تكلفة في قطاع الصناعة، وذلك من خلال الاستغلال الأمثل للموارد والإنتاج بمعايير نموذجية، والبيع بالأسعار الرائدة في السوق⁷، وتأسس هذه الإستراتيجية على قدرة المنظمة على توفير سلع أو خدمات بأسعار أقل من منافسيها، والسبب الأساسي وراء قيادة التكاليف المنخفضة يتمثل في الحصول على ميزة تكاليف جوهرية على المنافسين الآخرين⁸.

- **إستراتيجية التميز:** تستند إستراتيجية التميز إلى التركيز على قدرة المنظمة على تقديم منتجات متميزة ومتفردة للزبائن، عبر صيغ مختلفة منها الجودة المتميزة، خدمة الزبون، التصميم، العلاقات الوطيدة مع الموردين، الإعلان المؤثر.... الخ⁹. ويمكن للمنظمة من خلال هذا التميز فرض السعر الذي تريده، وتنمية نوع من ولاء المستهلك لعلامتها¹⁰.

- **إستراتيجية التركيز:** تتضمن هذه الإستراتيجية قيام المنظمة بالتركيز على سوق معين، بحيث تسخر كافة الإمكانيات في خدمته حيث أن المبرر الرئيسي لإتباع هذه الإستراتيجية هو القدرة المتوقعة للوحدة على خدمة هذا القطاع الصغير بدلا من تبديد الجهود في خدمة قطاعات مختلفة¹¹، وذلك عندما ترى المنظمة أن هناك قطاع سوقي معين لم يتم خدمته بصفة جيدة فتعمل على تركيز كل جهودها حوله¹².

الإطار المفاهيمي لليقظة الإستراتيجية:

تعيش المنظمات ضغوطا و تهديدات مستمرة من حولها مما يتطلب منها التيقظ وبشكل مستمر ودائم، أي أن تمتلك نظاما للاستشعار المبكر يرصد كل المستجدات بغرض مراقبة بيئتها وإبراز التهديدات التي يمكن أن تواجهها واقتناص الفرص المتاحة لها بالإضافة إلى المساعدة في اتخاذ القرارات بالمؤسسة، لذا سنحاول تسليط الضوء على المفاهيم التي أعطيت لليقظة الإستراتيجية وتبيان مختلف أنواعها.

تعريف اليقظة الاستراتيجية:

تعرف اليقظة الاستراتيجية على أنها نظام يساعد في اتخاذ القرارات بالمراقبة والتحليل للمحيط العلمي، التقني، التكنولوجي والمؤثرات الاقتصادية الحاضرة والمستقبلية لكشف التهديدات والفرص التطورية، حيث تركز اليقظة الإستراتيجية على المعلومة التي لها صفة إستراتيجية أو على القرارات المهمة¹³.

كما تعرف اليقظة الإستراتيجية على أنها عملية إستباقية لمراقبة وتحليل محيط المؤسسة، التي تتبع بالتوزيع المدروس للمعلومات المنتقاة والمعالجة بدقة، من أجل استعمالها في اتخاذ القرار الاستراتيجي¹⁴.

وتعرف أيضا على أنها: "نشاط مستمر يمكن المؤسسة من متابعة التجديد ومواكبة وخلق ميزة تنافسية تسمح لها بالتكيف مع متغيرات محيطها"¹⁵، أي أنها تهتم بتسيير موارد المعلومات لجعل المؤسسة أكثر ذكاء وتنافسية؛ انطلاقاً من التعريفات السالفة الذكر يمكن أن نعرف اليقظة الإستراتيجية أنها عملية منظمة وبصفة قانونية لرصد محيط المؤسسة من أجل جمع المعلومات في أشكالها المختلفة، وعلى اختلاف أنواعها، بما يجلي الرؤية المستقبلية للمؤسسة من أجل التحضير الجيد للتهديدات والاستغلال المدروس للفرص التي تتيحها بيئة الأعمال بما يصب في فائدة المؤسسة.

أنواع اليقظة الإستراتيجية

تنقسم اليقظة الإستراتيجية إلى مجموعة من الأنواع يهتم كل نوع بمجال معين في المؤسسة وأهم هذه الأنواع نذكر:

- **اليقظة التجارية:** تهتم اليقظة التجارية بالزبائن ورغباتهم وكل ما يمكن أن يطرأ عليها من تغيرات، كما تهتم بالسوق ومؤشراته ومتغيراته، وتركز كذلك على تقنيات وكيفية تحقيق وفاء الزبائن، بالإطلاع على الشكاوي التي تكون مداخل جديدة لليقظة، وتهتم بالموزعين ومصلحة المبيعات¹⁶، وتمكن اليقظة التجارية المؤسسة من¹⁷: اكتشاف أسواق جديدة؛ اقتراح منتجات جديدة للعملاء؛ تتبع تطور وعرض المنتجات الجديدة في السوق.....؛

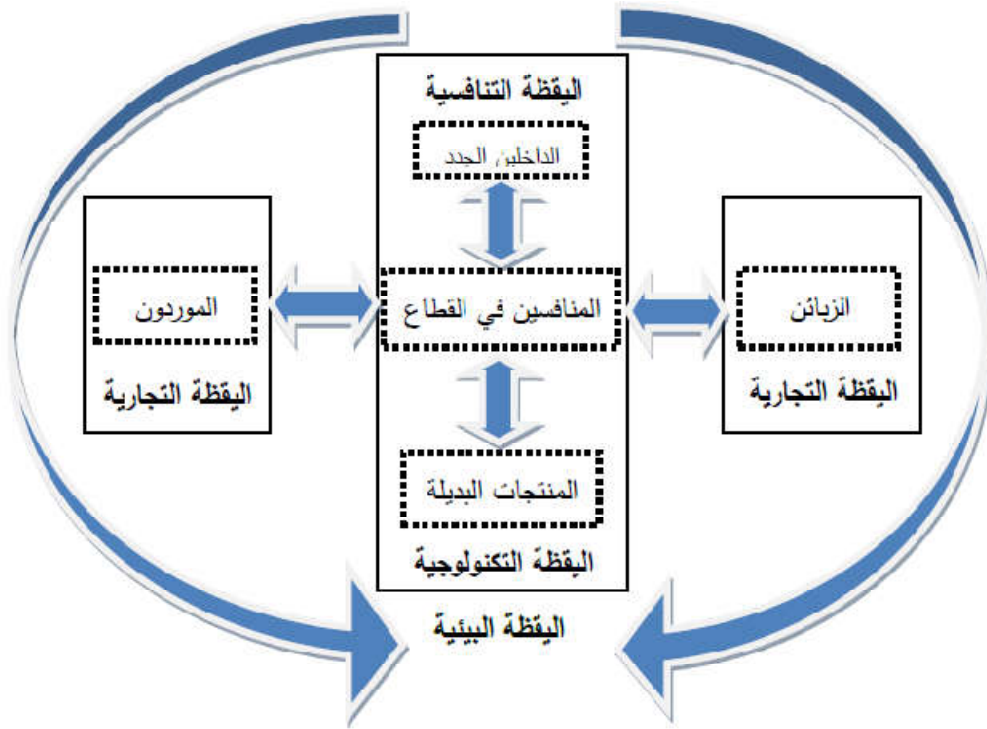
- **اليقظة التكنولوجية:** تشير اليقظة التكنولوجية إلى " الجهود المبذولة من طرف المؤسسة، والوسائل المسخرة، والإجراءات المتخذة بهدف الكشف عن كل التطورات والمستجدات الحاصلة في الميادين التقنية والتكنولوجية، والتي تهتم المؤسسة حالياً أو التي تهتمها مستقبلاً"¹⁸، وتتمثل اليقظة التكنولوجية على العموم في جمع المعلومة العلمية، التقنية، والتكنولوجية لاستغلالها في الإبداعات التكنولوجية؛ تحديد التقنيات أو التكنولوجيات المتبعة من طرف المنافسين.

- **اليقظة التنافسية:** اليقظة التنافسية هي النشاط الذي من خلاله تتعرف المؤسسة على منافسيها الحاليين والمحتملين وهي تهتم أيضا بالبيئة التي تتطور فيها المؤسسات المنافسة، وهذا من خلال جمع المعلومات المتحصل عليها من تحليل الصناعة وتحليل المنافسة ثم تحليلها من أجل استخراج النتائج واستخدامها في اتخاذ القرارات بالمؤسسة¹⁹. وتهدف اليقظة التنافسية إلى معرفة²⁰: الأداء الحالي للمنافس؛ إستراتيجية المنافس؛ أهداف وقدرات المنافس الجديدة...؛

- **اليقظة البيئية:** وهي المراقبة والتيقظ للتطورات التي تؤثر في نشاط المؤسسة وتخص ما تبقى من عناصر بيئة المؤسسة التي لم تؤخذ بعين الاعتبار في الأنواع السابقة الذكر مثل المجال القانوني، الاجتماعي، السياسي والثقافي²¹.

وبحكم اهتمام كل من اليقظة التنافسية، اليقظة التكنولوجية، اليقظة التجارية، واليقظة البيئية بعناصر محددة من بيئة عمل المؤسسة، فقد طرح كل من MARTINET et RIBAUT في هذا الصدد رؤية هامة للعلاقة التي تجمع بين قوى التنافس الخمس لـ PORTER بمختلف أنواع اليقظة مثل ما هو مبين في الشكل رقم (2)²².

الشكل رقم (01): الأنواع الأربعة لليقظة مجتمعة مع نموذج قوى التنافس الخمس لـ PORTER



المصدر: رتيبة حديد، نوفيل حديد، **اليقظة التنافسية وسيلة تسييرية حديثة لتنافسية المؤسسة**، ورقة بحثية مقدمة ضمن فعاليات المؤتمر العلمي الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، جامعة ورقلة، الجزائر 08-09 مارس 2005.

دراسة حالة مؤسسة كوندور **condor**:

بعد أن تم الوقوف في الجانب النظري على الإطار المفاهيمي للميزة التنافسية واليقظة الإستراتيجية، نحاول في هذا الجزء المخصص للجانب الميداني الوقوف على واقع اليقظة الإستراتيجية، والميزة التنافسية، وإظهار مدى وجود علاقة تأثير بين هذين المتغيرين في مؤسسة كوندور للإليكترونيك في ولاية برج بوعرييج.

منهجية الدراسة الميدانية:

سنستطرق هنا إلى منهجية الدراسة الميدانية، ونتناول فيها كيفية تحديد مجتمع وعينة الدراسة، ثم التأكد من صلاحية أداة الدراسة، بالإضافة إلى صياغة فرضيات الدراسة الميدانية؛

- **مجتمع وعينة الدراسة:** يتمثل مجتمع الدراسة في أفراد الادارة العليا والوسطى لمؤسسة كوندور للإليكترونيك، التي تنشط في مجال إنتاج وتسويق المنتجات الإليكترونية، وتُعتمد اختيار هذا القطاع نظرا لأنه قطاع يشهد تنافسية كبيرة بين المؤسسات سواءً على المستوى العالمي أو على المستوى المحلي، فيما تتمثل عينة الدراسة في أفراد إدارة المؤسسة وإدارة التسويق، وإدارة الإنتاج، الإدارة المالية، إدارة الموارد البشرية، كون تلك الإدارات تعد أكثر ارتباطا وتأثرا بقرارات المؤسسة حول موضوع اليقظة الإستراتيجية والميزة التنافسية، حيث تمكنا من توزيع 45 استمارة على مستوى ادارة المجمع إلا أننا لم نتمكن من استرجاع إلا 41 استمارة قابلة للمعالجة الإحصائية.
- **اختبار ثبات الأداة:** قبل إخضاع نتائج الاستبيان للتحليل الإحصائي نقوم بحساب الارتباط الداخلي للأسئلة وذلك باستخدام مقياس ألفا كرونباخ:

الجدول رقم (01): نتائج اختبار ألفا كرونباخ لقياس ثبات الإستمارة

المحور	عدد العبارات	قيمة ألفا كرونباخ	نسبة الصدق والثبات
اليقظة الإستراتيجية	15	0.791	79.1%
الميزة التنافسية	11	0.815	81.5%
المعامل الكلي	26	0.855	85.5%

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات SPSS

من خلال الجدول أعلاه يتبين أن معامل ثبات الاتساق الداخلي " ألفا كرونباخ " الكلي بلغت قيمته 0.855 وهي قيمة مرتفعة، وكذلك كانت قيمة محاور الدراسة، حيث بلغت قيمة معامل ألفا

كرونباخ 0.791 بالنسبة لعبارات محور اليقظة الإستراتيجية، في مقابل ما قيمته 0.815 بالنسبة لعبارات محور الميزة التنافسية.

نلاحظ أن قيمة معامل ألفا كرونباخ قد تجاوزت الحد الأدنى للقبول (0,6) و بالتالي فهي قيمة ذات دلالة إحصائية عالية تشير إلى علاقة ثبات و ترابط عالي بين عبارات الاستبيان، وهذا يعتبر كافيا للحكم على الدلالة للجوانب المختلفة لمفهوم اليقظة الإستراتيجية و أيضا الميزة التنافسية تتمتع بدلالات ثبات مقبولة تشير إلى إمكانية الحصول على نفس النتائج فيما لو تم تكرار توزيع نفس الاستبيان و في ظل ظروف مشابهة و باستخدام نفس المقياس.

- فرضيات الدراسة: تم صياغة فرضيات الدراسة الميدانية كالتالي

الفرضية الأولى: لا توجد فروق جوهرية عند مستوى دلالة ($\alpha=0,05$)، تعبر عن توفر يقظة إستراتيجية في مؤسسة كوندور؛

الفرضية الثانية: لا توجد فروق جوهرية عند مستوى دلالة ($\alpha=0,05$)، تعبر عن توفر مؤسسة كوندور على ميزة تنافسية؛

الفرضية الثالثة: لا توجد علاقة لليقظة الإستراتيجية بتعزيز المزايا التنافسية لمؤسسة كوندور؛

الفرضية الرابعة: لا يوجد هناك تأثير لليقظة الإستراتيجية على اكتساب مزايا تنافسية بمؤسسة كوندور؛

عرض وتحليل البيانات واختبار الفرضيات

في هذا العنصر سوف نقوم بتحليل محاور الاستبيان، حيث تم استخدام برنامج SPSS لحساب المتوسط الحسابي و الانحراف المعياري لإجابات أفراد عينة البحث عن عبارات الاستبيان المتعلق بالمحورين اليقظة الإستراتيجية و الميزة التنافسية، وسيتم تحليل محاور الاستبيان بالاعتماد على درجة الأهمية النسبية التي تحدد بحسب المتوسط الحسابي، وذلك بترتيب المتغيرات و العبارات كل على حدى من أعلى قيمة للمتوسط الحسابي إلى أدناها، أما الاتجاه فيتم تحديده حسب المتوسط الحسابي لإجابات المبحوثين، وذلك بالاعتماد على الحدود الدنيا والعليا لمقياس ليكرت الخماسي.

- **تحليل عبارات متغير اليقظة الإستراتيجية:** لأجل التعرف على أحكام و توجهات أفراد العينة فيما يخص مستوى اليقظة الإستراتيجية ومدى تكرار العبارات المفرغة ضمن مقياس ليكرت الخماسي نعرضها في الجدول أدناه؛

الجدول رقم (02): يبين درجة تقييم أفراد العينة لعبارات الاستبيان من خلال ابعاد اليقظة الإستراتيجية

الترتيب	البيان	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة					العبارات		الرقم
				لا أتفق بشدة (1)	لا أتفق (2)	محايد (3)	أتفق (4)	أتفق بشدة (5)			
موافق	1	0.3 63	3.6 76						اليقظة التنافسية		
موافق	1	0.4 19	3.7 8	0	32	9	0	0	عدد	مؤسستنا على علم دائم بأهم القرارات التي يتخذها المنافسون	01
				0	78	22	0	0	%		
موافق	3	0.6 56	3.6 6	04	19	18	0	0	عدد	تتحرى المؤسسة عن الإستراتيجيات المتبعة من قبل المنافسين	02
				9. 8	46 .3	43 .9	0	0	%		
موافق	2	0.6 50	3.6 8	03	23	14	01	0	عدد	تترصد المؤسسة عن تشكيلة المنتجات الجديدة للمنافسين	03
				7. 3	56 .1	34 .1	2. 4	0	%		
موافق	4	0.7	3.5	03	20	16	02	0	عدد	تراقب المؤسسة بصفة دورية الحصة	04
				7.	48	39	4.	0	%		

		06	9	3	.8		9			السوقية للمنافسين	
موافق	4	0.5 42	3.5 3						اليقظة التكنولوجية		
موافق	2	0.8 70	3.4 9	06	12	19	14	0	عدد	05	مؤسستنا على علم مستمر براءات الاختراع المحققة في مجال نشاطها
				14	29	46	9.	0	%		
				.6	.3	.3	8				
موافق	3	0.6 75	3.4 9	02	18	19	02	0	عدد	06	تترقب مؤسستنا باستمرار تطورات المؤسسات الرائدة في مجال نشاطها
				4.	43	46	4.	0	%		
				9	.9	.3	9				
موافق	1	0.6 62	3.6 3	03	21	16	01	0	عدد	07	تعرف المؤسسة باستمرار مستجدات المعايير التكنولوجية لنشاطها
				7.	51	39	2.	0	%		
				3	.2		4				
موافق	2	0.4 90	3.5 97						اليقظة التجارية		
موافق	1	0.8 73	3.7 1	07	18	14	01	01	عدد	08	تجمع المؤسسة معلومات عن تغير أذواق المستهلكين وتطور احتياجاتهم
				17	43	34	2.	2.	%		
				.1	.9	.1	4	4			
موافق	2	0.6	3.6	02	24	13	02	0	عدد	09	مؤسستنا على علم دائم بواقع
				4.	58	31	4.	0	%		

		62	3	9	.5	.7	9			صورتها عند زيارتها	
موافق	4	0.5	3.4	01	19	20	01	0	عدد	مؤسستنا على علم دائم بالمنتجات الجديدة للموردين	10
				2.	46	48	2.	0	%		
		97	9	4	.3	.8	4				
موافق	3	0.6	3.5	03	18	19	01	0	عدد	تعمل مؤسستنا بصفة مستمرة على مراقبة علاقتها مع الموردين	11
				7.	43	46	2.	0	%		
		73	6	3	.9	.3	4				
موافق	3	0.3	3.5						اليقظة البيئية		
		90	91								
موافق	3	0.7	3.6	02	23	15	0	01	عدد	مؤسستنا على اطلاع دائم بالقوانين والتشريعات المتعلقة بنشاطها	12
				4.	56	36	0	2.	%		
		03	1	9	.1	.6		4			
موافق	1	0.6	3.6	03	21	16	01	0	عدد	تقوم المؤسسة برصد التغيرات في الطقس والكوارث الطبيعية التي تؤثر على نشاطها	13
				7.	51	39	2.	0	%		
		62	3	3	.2		4				
موافق	4	0.5	3.4	01	19	20	01	0	عدد	تسعى المؤسسة للتركيز على إنتاج منتجات صديقة	14
				2.	51	48	2.	0	%		
		97	9	4	.2	.8	4				

										البيئة	
موافق	2	0.5 81	3.6 3	02	22	17	0	0	عدد	تحاول المؤسسة تعزيز مسؤوليتها الاجتماعية اتجاه المجتمع مع الأخذ في الحسبان عاداته الاستهلاكية ومعدل نموه السكاني وتوزيعه الجغرافي	15
				4. 9	53 .7	41 .5	0	0	%		
موافق	-	0.3 46	3.6 0	المؤشرات الكلية لليقظة الإستراتيجية							

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات SPSS

اليقظة التنافسية: من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن بعد "اليقظة التنافسية" جاء بالترتيب الأول من حيث الأهمية النسبية المعطاة له من قبل عينة البحث، إذ بلغ المتوسط الحسابي للإجابات عن هذا البعد (3.676) بانحراف معياري (0.363)، ووفقاً لمقياس الدراسة فإن هذا البعد يشير إلى اتجاه موافق. كما نلاحظ أن من متوسط إجابات أفراد عينة البحث على عبارات بعد اليقظة التنافسية تشير إلى موافق، حيث تراوحت المتوسطات ما بين (3.59-3.78) وتراوحت انحرافاتها المعيارية ما بين (0.419-0.706)، وهذا ما يدل على أن المؤسسة تتابع كل ما يخص منافسيها، وتعمل على الحصول على مختلف المعلومات التي تخصهم، والتي قد تؤثر على حصتها السوقية أو ربحيتها؛

اليقظة التجارية: من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن بعد "اليقظة التجارية" جاء بالترتيب الثاني من حيث الأهمية النسبية المعطاة له من قبل عينة البحث، إذ بلغ المتوسط الحسابي للإجابات عن هذا البعد (3.597) بانحراف معياري (0.490)، ووفقاً لمقياس الدراسة فإن هذا البعد يشير إلى اتجاه موافق. إضافة إلى ذلك نلاحظ أن من متوسط إجابات أفراد عينة البحث على عبارات بعد اليقظة التجارية تشير إلى موافق، حيث تراوحت المتوسطات ما بين (3.49-3.71) وتراوحت انحرافاتها المعيارية ما بين

(0.597-0.873)، وهذا ما يدل على أن مؤسسة كوندور تهتم بمورديها وعملائها، وتجمع مختلف المعلومات عنهم، باعتبار المواد الأولية مهمة للعملية الإنتاجية، وعملائها يعتبرون مصدر أرباحها؛

اليقظة البيئية: من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن بعد "اليقظة البيئية" جاء بالترتيب الثالث من حيث الأهمية النسبية، إذ بلغ المتوسط الحسابي الخاص به (3.591) بانحراف معياري (0.390). وفقا لمقياس الدراسة فإن هذا البعد يشير أيضا إلى اتجاه موافق. إضافة إلى ذلك نلاحظ أن من متوسط إجابات أفراد عينة البحث على عبارات بعد اليقظة البيئية تشير إلى موافق، حيث تراوحت المتوسطات ما بين (3.49-3.63) وتراوحت انحرافات المعيارية ما بين (0.581-0.703)، وهذا ما يدل على أن مؤسسة كوندور لديها اهتمام بالتغيرات المناخية التي تؤثر على نشاطها، ولديها يقظة اجتماعية نتيجة إحساسها بالمسؤولية الاجتماعية وتهتم باليقظة التشريعية من ناحية القوانين، وتسعى لإنتاج منتجات صديقة بالبيئة؛

اليقظة التكنولوجية: من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن بعد "اليقظة التكنولوجية" جاء بالترتيب الرابع من حيث الأهمية النسبية، إذ بلغ المتوسط الحسابي الخاص به (3.53) بانحراف معياري (0.542)، ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذا البعد يشير إلى اتجاه موافق. كما نلاحظ أن من متوسط إجابات أفراد عينة البحث على عبارات بعد اليقظة التكنولوجية تشير إلى موافق، حيث تراوحت المتوسطات ما بين (3.49-3.63) وبلغت انحرافات المعيارية بين (0.662-0.870)، وهذا ما يبين على أن مؤسسة كوندور تهتم بالتطورات الحاصلة في مجال التكنولوجيا.

- تحليل عبارات متغير الميزة التنافسية

لأجل التعرف على أحكام و توجهات أفراد العينة فيما يخص مستوى الميزة التنافسية ومدى تكرار العبارات المفرغة ضمن مقياس ليكرت الخماسي نعرضها في الجدول أدناه:

الجدول رقم (03): يبين درجة تقييم أفراد العينة لعبارات الاستبيان من خلال أبعاد الميزة التنافسية

المرقم	العبارات	درجة الموافقة					المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	التفسير	الاتجاه
		لا أتفق بشدة	لا أتفق (2)	متوسط (3)	أتفق (4)	أتفق بشدة				

موافق	1	0.4 24	3.7 0						التكلفة المنخفضة	
موافق	2	0.6 52	3.7 8	05	22	14	0	0	عدد	01 تكاليف الإنتاج
				12.	53	34	0	0	%	في المؤسسة منخفضة مقارنة بالمنافسين
موافق	1	0.7 27	3.8 5	08	19	14	0	0	عدد	02 تملك المؤسسة
				19.	46	34	0	0	%	موارد بشرية ذات مقدرة كبيرة على الإبداع
موافق	5	0.5 91	3.5 9	02	20	19	0	0	عدد	03 تسعى المؤسسة
				4.9	48	46	0	0	%	إلى تقديم منتجات بأسعار تنافسية مقارنة بالمنافسين
موافق	4	0.7 37	3.6 1	04	19	16	02	0	عدد	04 تدعم المؤسسة
				9.8	46	39	4.	0	%	أنشطة البحث والتطوير لتخفيض التكاليف
موافق	3	0.6 50	3.6 8	03	23	14	01	0	عدد	05 تستغل الموارد
				7.3	56	34	2.	0	%	المتاحة في المؤسسة بطريقة عقلانية ورشيدة
موافق	2	0.4	3.5						التميز	

		41	8								
موافق	6	0.6 75	3.4 9	03	15	22	01	0	عدد	تخضع منتجات المؤسسة إلى التحسين المستمر	0 6
				7.3	36 .6	53 .7	2. 4	0	%		
موافق	1	0.6 50	3.6 8	03	23	14	01	0	عدد	تحمل منتجات المؤسسة خصائص مميزة لها القدرة على التأثير في قرار الشراء للمستهلك	0 7
				7.3	56 .1	34 .1	2. 4	0	%		
موافق	4	0.7 43	3.5 6	03	20	15	03	0	عدد	تقدم المؤسسة منتجات فريدة لا يوجد لها مثيل في السوق	0 8
				7.3	48 .8	36 .6	7. 3	0	%		
موافق	2	0.6 10	3.6 8	03	22	16	0	0	عدد	تقدم المؤسسة خدمات ما بعد البيع للزبائن	0 9
				7.3	53 .7	39	0	0	%		
موافق	5	0.6 75	3.5 1	02	19	18	02	0	عدد	تسعى المؤسسة إلى تحقيق رضا طويل الأمد للزبائن وكسب ولائهم	1 0
				4.9	46 .3	43 .9	4. 9	0	%		
موافق	3	0.5 91	3.5 9	26	13	02	0	0	عدد	يعتبر الإبداع المنهج الدائم في تقديم المنتجات في المؤسسة	1 1
				63. 4	31 .7	4. 9	0	0	%		

المؤشرات الكلية للميزة التنافسية	3.6	0.3	—	موافق
	3	94		

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات SPSS

ميزة التكلفة المنخفضة: من الجدول أعلاه نلاحظ أن بعد "ميزة التكلفة المنخفضة" جاء بالترتيب الأول من حيث الأهمية النسبية المعطاة له من قبل عينة البحث، إذ بلغ المتوسط الحسابي للإجابات عن هذا البعد (3.70) بانحراف معياري (0.424)، ووفقاً لمقياس الدراسة فإن هذا البعد يشير إلى اتجاه موافق. كما نلاحظ أن من متوسط إجابات أفراد عينة البحث على عبارات بعد التكلفة المنخفضة تشير إلى موافق، حيث تراوحت المتوسطات ما بين (3.59-3.85) وتراوحت انحرافات المعيارية ما بين (0.591-0.737)، وهذا ما يدل على أن مؤسسة كوندور مهتمة بخفيض التكاليف وتقديم منتجاتها بأسعار تنافسية، واستغلال الموارد المتاحة بطريقة عقلانية؛

ميزة التميز: من خلال الجدول السابق نلاحظ أن بعد "ميزة التميز" جاء بالترتيب الثاني من حيث الأهمية النسبية، حيث بلغ المتوسط الحسابي للإجابات عن هذا البعد (3.58) بانحراف معياري (0.441)، ووفقاً لمقياس الدراسة فإن هذا البعد يشير إلى اتجاه موافق. إضافة إلى ذلك نلاحظ أن من متوسط إجابات أفراد عينة البحث على عبارات بعد التميز تشير إلى موافق، حيث تراوحت المتوسطات ما بين (3.49-3.68) وتراوحت الانحرافات المعيارية ما بين (0.591-0.743)، وهذا ما يبين أن مؤسسة كوندور لديها خصائص مميزة وتسعى لتحسينها باستمرار؛

- اختبار الفرضيات:

بعد أن تعرفنا على آراء وتوجهات أفراد عينة الدراسة فيما يخص درجة تقييمهم لليقظة الإستراتيجية والميزة التنافسية ومدى تكرار العبارات المفرغة ضمن مقياس ليكرت، سنناقش في هذا الجزء مدى قبول أو رفض الفرضيات التي تم صياغتها.

الفرضية الأولى: والتي تنص على:

لا توجد فروق جوهرية عند مستوى دلالة ($\alpha=0,05$)، تعبر عن توفر اليقظة الإستراتيجية في

مؤسسة كوندور؛

الجدول رقم (04): يوضح نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الأولى

المحور	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة t المحسوبة	احتمال t المحسوب	معنوية الفروق بدرجة ثقة 95%
اليقظة الإستراتيجية	3.60	0.346	11.096	0.000	معنوية

المصدر: من إعداد الباحثين الاعتماد على مخرجات SPSS

يتضح من الجدول أعلاه أن متوسط الحسابي الذي يحدد مدى توفر اليقظة الإستراتيجية في مؤسسة كوندور 3.60 أكبر من المتوسط الفرضي المستخدم $test\ value = 3$ ، كما أن قيمة t المحسوبة بلغت 11.096 بمستوى دلالة $sig = 0.00$ أقل من مستوى المعنوية المستخدم $\alpha = 0,05$ أي أن الفروق عند درجة الثقة 95 % معنوية وبالتالي نرفض فرضية العدم و نقبل الفرضية البديلة القائمة على وجود فروق جوهرية عند مستوى دلالة ($\alpha=0,05$) تعبر عن توفر اليقظة الإستراتيجية في مؤسسة كوندور؛

الفرضية الثانية: و التي تنص على:

لا توجد فروق جوهرية عند مستوى دلالة ($\alpha=0,05$)، تعبر عن توفر مؤسسة كوندور على

ميزة تنافسية؛

الجدول رقم (05): يوضح نتائج اختبار الفرضية الثانية

المحور	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة t المحسوبة	احتمال t المحسوب	معنوية الفروق بدرجة ثقة 95%
الميزة التنافسية	3.63	0.394	10.367	0.000	معنوية

المصدر: من إعداد الباحثين الاعتماد على مخرجات SPSS

يتضح من الجدول السابق أن متوسط الحسابي الذي يحدد مدى توفر الميزة التنافسية في مؤسسة كوندور 3.63 أكبر من المتوسط الفرضي المستخدم 3 test value = ، كما أن قيمة t المحسوبة بلغت 10.367 بمستوى دلالة sig = 0.00 أقل من مستوى المعنوية المستخدم $\alpha = 0,05$ أي أن الفروق عند درجة الثقة 95 % معنوية وبالتالي نرفض فرضية العدم ونقبل الفرضية البديلة القائمة على وجود فروق جوهرية عند مستوى دلالة ($\alpha = 0,05$)، تعبر عن توفر مؤسسة كوندور على ميزة تنافسية. اختبار الفرضية الثالثة: التي تنص على:

لا توجد علاقة لليقظة الإستراتيجية بتعزيز المزايا التنافسية في مؤسسة كوندور

الجدول رقم (06): نتائج اختبار العلاقة بين اليقظة الإستراتيجية والميزة التنافسية

اليقظة التنافسية	اليقظة التكنولوجية	اليقظة التجارية	اليقظة البيئية	اليقظة الإستراتيجية		
0.414	0.313	0.287	0.387	0.441	معامل الارتباط بيرسن	التكلفة المنخفضة
0.007	0.046	0.069	0.012	0.004	مستوى الدلالة sig	
دال	دال	غير دال	دال	دال	القرار	
0.410	0.297	0.288	0.310	0.413	معامل الارتباط بيرسن	التميز
0.008	0.059	0.068	0.048	0.007	مستوى الدلالة sig	
دال	غير دال	غير دال	دال	دال	القرار	
0.453	0.334	0.316	0.379	0.468	معامل الارتباط بيرسن	الميزة التنافسية
0.003	0.044	0.044	0.015	0.002	مستوى الدلالة sig	

القرار	دال	دال	دال	دال	دال
--------	-----	-----	-----	-----	-----

المصدر: من إعداد الباحثين الاعتماد على مخرجات SPSS

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن قيم معامل الارتباط بيرسن بين ميزة التكلفة المنخفضة واليقظة الإستراتيجية حسب المحاور، فهو متوسط مع محور اليقظة التنافسية، فتقدر قيم معامل الارتباط بـ (0.414)، وهي دالة عند مستوى الخطأ (0.05) بمستوى دلالة قدرها (0.007). في حين هناك ارتباط ضعيف مع الثلاث محاور الأخرى، بحيث كانت قيم معاملات الارتباط بين ميزة التكلفة المنخفضة واليقظة التكنولوجية يقدر بـ (0.313) ويقدر مع اليقظة التجارية بـ (0.287)، ومع اليقظة البيئية بـ (0.387)، وهي دالة بالنسبة لليقظة التكنولوجية والبيئية عند مستوى الخطأ (0.05) بمستوى دلالة قدرها (0.046) و (0.012) على التوالي، و غير دالة بالنسبة لليقظة التجارية عند مستوى الخطأ (0.05) بمستوى دلالة قدرها (0.069). وهذا يعني أنه كلما كانت للمؤسسة قدرة عالية على تطبيق اليقظة الإستراتيجية، كلما كانت على مقدرة عالية على تحقيق ميزة التكلفة المنخفضة؛ ومما سبق يمكن القول أنه توجد علاقة ارتباطية دالة بين اليقظة الإستراتيجية وتحقيق ميزة التكلفة المنخفضة في مؤسسة كوندور.

أما الارتباط بين ميزة التميز واليقظة الإستراتيجية حسب المحاور، فهو متوسط مع محور اليقظة التنافسية، فتقدر قيم معامل الارتباط بـ (0.410)، وهي دالة عند مستوى الخطأ (0.05) بمستوى دلالة قدرها (0.008). في حين هناك ارتباط ضعيف مع المحاور الأخرى، بحيث كانت قيم معاملات الارتباط بين ميزة التميز و اليقظة التكنولوجية يقدر بـ (0.287) ويقدر مع اليقظة التجارية بـ (0.288)، ويقدر بـ (0.310) مع اليقظة البيئية، وهي دالة بالنسبة لليقظة البيئية عند مستوى الخطأ (0.05) بمستوى دلالة قدرها (0.048)، و غير دالة بالنسبة لليقظة التكنولوجية و التجارية عند مستوى الخطأ (0.05) بمستوى دلالة قدرها (0.059) و (0.068) على التوالي. وهذا يعني أنه كلما كانت للمؤسسة قدرة عالية على تطبيق اليقظة الإستراتيجية، كلما كانت على مقدرة عالية على تحقيق ميزة التميز؛ ومما سبق يمكن القول أنه توجد علاقة ارتباطية دالة بين اليقظة الإستراتيجية وتحقيق ميزة التميز في مؤسسة كوندور.

أما الارتباط بين اليقظة الإستراتيجية والميزة التنافسية في مجمله يقدر بـ (0.468) وهو ارتباط طردي متوسط، وهو دال عند مستوى الخطأ (0.05) بمستوى دلالة قدره (0.002)، وبالتالي نرفض الفرضية

الصفريّة ونقبل الفرضية البديلة التي تقول أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية تعبر عن وجود علاقة لليقظة الإستراتيجية بتعزيز المزايا التنافسية لمؤسسة كوندور؛

اختبار الفرضية الرابعة: و التي تنص على أنه:

لا يوجد هناك تأثير لليقظة الإستراتيجية على اكتساب مزايا تنافسية بمؤسسة كوندور؛

الجدول رقم (07): نتائج تحليل تباين للتأكد من صلاحية النموذج - الفرضية الرابعة -

المتغير المستقل	معامل الارتباط (R)	معامل التحديد (R^2)	قيمة F المحسوبة	مستوى الدلالة (sig)
اليقظة الإستراتيجية	0.468	0.219	10.938	0.002

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على برنامج SPSS

يوضح الجدول أعلاه أثر اليقظة الإستراتيجية على اكتساب مزايا تنافسية بمؤسسة كوندور حيث بلغت قيمة F المحسوبة (10.938) بمستوى الدلالة ($\text{sig} = 0.002$) أصغر من مستوى الدلالة ($\alpha = 0,05$)، كما بلغ معامل الارتباط ($R = 0.468$)، أما معامل التحديد ($R^2 = 0.219$)، حيث فسر متغير اليقظة الإستراتيجية 21.9% من التباين الكلي الحاصل في مستوى الميزة التنافسية، وبالتالي نرفض الفرضية الصفريّة ونقبل الفرضية البديلة التي تقول انه يوجد هناك تأثير لليقظة الإستراتيجية على اكتساب مزايا تنافسية بمؤسسة كوندور.

نتائج الدراسة:

استنادا على جوانب الطرح النظري للموضوع من جهة، والدراسة الميدانية في تقييم الواقع من جهة أخرى تم الوصول إلى النتائج التالية:

- اليقظة الإستراتيجية هي عملية تسمح للمؤسسة بالملاحظة والبحث، معالجة وتحليل، ونشر المعلومات لأهداف إستراتيجية وتنافسية، ومن أجل اغتنام الفرص وتجنب التهديدات؛
- تشمل اليقظة الإستراتيجية أنواعا مختلفة تتمثل في اليقظة التنافسية، التكنولوجية، التجارية، البيئية؛
- المعلومات من الموارد المهمة التي تحتاجها المؤسسة لعملية اليقظة الإستراتيجية إلا أنه يجب أن يكون لديها نظام لتسييرها؛

- أظهرت الدراسة أن مؤسسة كوندور condor، لديها مستوى مقبول من اليقظة الإستراتيجية وفقا لمقياس الدراسة، أي أنها تمارس اليقظة الإستراتيجية وذلك راجع لإلمامها بما يجري في المحيط، وعملها على جمع مختلف المعلومات؛
 - أظهرت الدراسة أن مؤسسة كوندور condor، تطبق أنواع اليقظة الإستراتيجية التي تمت دراستها بمستوى مقبول، ويمكننا ترتيبها وفقا لأهميتها النسبية كمايلي: اليقظة التنافسية، اليقظة التجارية، اليقظة البيئية، اليقظة التكنولوجية؛
 - أظهرت الدراسة أن مؤسسة كوندور condor، لديها مستوى مقبول للميزة التنافسية وفقا لمقياس الدراسة، وذلك لكون المؤسسة تدرك مدي أهمية التنافسية، كذلك تعمل المؤسسة على تقديم منتجات بأفضل جودة عن منافسيها؛
 - أظهرت الدراسة الميدانية أن مؤسسة كوندور condor، تطبق أنواع الميزة التنافسية التي تمت دراستها بمستوى مقبول، ويمكننا ترتيبها وفقا لأهميتها النسبية كمايلي: ميزة التكلفة المنخفضة، ميزة التميز؛
 - أشارت نتائج اختبار الفرضية الأولى إلى وجود فروق جوهرية، تعبر عن توفر اليقظة الإستراتيجية في مؤسسة كوندور condor، عند مستوى الدلالة $(\alpha=0,05)$ ؛
 - أشارت نتائج اختبار الفرضية الثانية إلى وجود فروق جوهرية، تعبر عن توفر مؤسسة كوندور condor على مزايا تنافسية، عند مستوى الدلالة $(\alpha=0,05)$ ؛
 - أظهرت نتائج اختبار الفرضية الثالثة إلى وجود علاقة لليقظة الإستراتيجية بتعزيز المزايا التنافسية في مؤسسة كوندور condor، عند مستوى الدلالة $(\alpha=0,05)$ ؛
 - أشارت نتائج اختبار الفرضية الرابعة إلى وجود تأثير لليقظة الإستراتيجية على اكتساب مزايا تنافسية بمؤسسة كوندور condor، عند مستوى الدلالة $(\alpha=0,05)$.
- اقتراحات الدراسة:**
- ضرورة توعية الإدارة بأهمية استحداث مصلحة لليقظة الإستراتيجية في الهيكل التنظيمي للمؤسسة، مجهزة بالإمكانات البشرية والمادية الضرورية لأداء مهامها من أجهزة كمبيوتر وبرمجيات لضمان انتقال المعلومة بشكل أفضل؛
 - التحسيس المستمر لجميع أفراد المؤسسة بأهمية مساهمتهم في تطبيق و إنجاح نظام اليقظة الإستراتيجية، وخلق الوعي بأهمية و فوائد اليقظة على المؤسسة ككل؛

- التعامل مع المعلومات كمورد استراتيجي، وبالأخص المعلومات غير الرسمية، والمتعلقة بالمنافسين، الموردين، العملاء والأسواق أو التكنولوجيا الجديدة، التي تجعل المؤسسة تتفوق عن غيرها، بما يساعد على تحقيق مزايا تنافسية؛
- ضرورة الاهتمام بتنمية المزايا التنافسية للمؤسسة عن طريق إنشاء مصلحة للبحث والتطوير، ومخابر خاصة بالمؤسسة لضمان الاستمرارية والبقاء النمو؛
- رفض احتكار المعلومة و الحث على المشاركة في تبادل المعلومات؛
- تشجيع اللقاءات والاجتماعات غير الرسمية بين الأفراد في مختلف الأقسام حتى يتسنى تقاسم المعلومات بسرعة سهولة أكثر.

الهوامش و الإحالات المراجعة:

- 1 نادية تاهمي، دور التوزيع في الإستراتيجية التنافسية للمؤسسة الإنتاجية: دراسة حالة مؤسسة الحصنة لإنتاج الحليب ومشتقاته بالمسيلة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة المسيلة، 2006، ص: 65.
- 2 Mare. Bertonéche et antres, **M B A:l'essentiel du managment par les meilleurs professeurs**, Deuscime édition ,Editions EgrollesParris, France. 2008,p116.
- 3 نبيل مرسي خليل، الميزة التنافسية في مجال الأعمال، مركز الإسكندرية للكتاب، مصر، 1998، ص: 100.
- 4 Porter Michael, **Competitive Strategy: Techniques for amaly zing and Competitors** Frees press, New York, 1982,p34.
- 5 زكريا مطلق الدوري، الإدارة الإستراتيجية: مفاهيم وعمليات وحالات دراسية، دار اليازوري، عمان، الأردن، 2005، ص: 250.
- 6 داسي وهيبه حسين، إدارة المعرفة ودورها في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة تقييمية في المصارف الحكومية السورية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة دمشق، سوريا، 2007، ص: 92.
- 7 ياسين سعد غالب، الإدارة الإستراتيجية، دار اليازوري، عمان، الأردن، 2002، ص: 112.
- 8 روبرت بيتس ديدلي، ترجمة عبد الحكم الخزامي، الإدارة الإستراتيجية: بناء الميزة التنافسية، ط1، دار الفجر، 2008، ص: 302.
- 9 صالح عبد الرضا شيدو، احسان دهش جلاب، الإدارة الاستراتيجية مدخل تكاملي، دار المناهج، عمان، الأردن، 2008، ص: 223.

- 10 نعيم إبراهيم الظاهر، الإدارة الاستراتيجية: المفهوم، الأهمية، التحديات، عالم الكتب وحدات للكتاب العالمي، ط1، عمان، الأردن، 2008، ص: 223.
- 11 أحمد لقطامين ، الإدارة الاستراتيجية: مفاهيم وحالات تطبيقية، ط1، دار مجدلاوي، عمان، الأردن، 2002، ص: 115.
- 12 محمد أحمد عوض، الإدارة الاستراتيجية، الأصول والأسس العلمية الدار الجامعية، القاهرة، مصر، 2000، ص: 176.
- 13 نعيمة غلاب، زغيب مليكة، واقع اليقظة الإستراتيجية وذكاء الأعمال في منظمات الأعمال الجزائرية، ورقة بحثية مقدمة ضمن فعاليات المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر: ذكاء الأعمال واقتصاد المعرفة، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الزيتونة الأردنية، 23-26 أبريل 2012.
- 14 Institut innovation informatique entreprise (3IE), **La veille strategique; les yeux et les oreilles de votre entreprise**, 2001, p: 08.
- 15 عبد الفتاح بوخمخم، عائشة مصباح، دور اليقظة الإستراتيجية في تنمية الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية، ورقة بحثية مقدمة ضمن فعاليات الملتقى الدولي الرابع حول: المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية، جامعة الشلف، الجزائر، 2010، ص7.
- 16 ناصر أودية، الذكاء الإستراتيجي من اليقظة الإستراتيجية إلى التخطيط الاستراتيجي، ورقة بحثية مقدمة ضمن فعاليات الملتقى الدولي السادس حول الذكاء الإقتصادي والتنمية المستدامة في منظمات الأعمال الحديثة، جامعة الشلف، الجزائر، 6-7 نوفمبر 2012.
- 17 نعيمة غلاب، مليكة زغيب ، مرجع سابق.
- 18 رتيبة حديد، نوفيل حديد، اليقظة التنافسية وسيلة تسييرية حديثة لتنافسية المؤسسة، ورقة بحثية مقدمة ضمن فعاليات المؤتمر العلمي الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات و الحكومات ، جامعة ورقلة ، الجزائر 08-09 مارس 2005.
- 19 رتيبة نحاسية، أهمية اليقظة التنافسية في تنمية الميزة التنافسية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الجزائر، 2003، ص 68.
- 20 رتيبة حديد، نوفيل حديد، مرجع سابق.
- 21 نعيمة غلاب، مليكة زغيب، مرجع سابق.
- 22 المرجع نفسه.