

اليقظة الاستراتيجية ودورها في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة للمؤسسة الاقتصادية

__دراسة حالة مؤسسة نفطال بسيدي بلعباس__

Strategic Vigilance and Its Role in Achieving Sustainable Competitive Advantage for Economic Enterprises – Case Study of Naftal Company in Sidi Bel Abbas-

حريري فوزية¹، كيفاني شهيدة²

¹ مخبر الحوكمة العمومية و الاقتصاد الاجتماعي، جامعة ابي بكر بلقايد، تلمسان (الجزائر)،

fouzia.hariri@univ-tlemcen.dz

² مخبر النقود و المؤسسات المالية في المغرب العربي، جامعة ابي بكر بلقايد، تلمسان (الجزائر)،

kifanichahida@yahoo.fr

تاريخ النشر: 2024/11/19

تاريخ القبول: 2024/10/11

تاريخ الاستلام: 2024/09/09

ملخص:

تهدف هذه الدراسة الى ابراز الدور الذي تلعبه اليقظة الاستراتيجية في تحقيق استدامة الميزة التنافسية على مستوى المؤسسات الاقتصادية الوطنية، حيث اصبح كسب ميزة تنافسية متفردة و مستدامة هاجسا لدى كل مؤسسة تسعى للريادة في مجالها. وعليه تم تصميم استبانة وتوزيعها على عينة من المسؤولين في مؤسسة نفطال بسيدي بلعباس، اين اولينا اهتمامنا بالمؤسسات التي تحوي اكبر عدد من المورد البشري الكفاء و منه تم تحليل المعلومات المحصل عليها باستخدام البرنامج الاحصائي الجاهز.

وقد خلصت دراستنا الى جملة من النتائج التي تفيد بان هناك قوة تفسيرية جيدة في ممارسة ابعاد اليقظة الاستراتيجية (التكنولوجية

، البيئية، التجارية، التنافسية) لتحقيق الميزة التنافسية المستدامة. وهذا ما اظهره الاثر الايجابي لها.

كلمات مفتاحية: اليقظة الاستراتيجية، الميزة التنافسية المستدامة، المؤسسات الاقتصادية، الريادة، ابعاد اليقظة الاستراتيجية.

تصنيف JEL : M10 ، L10 ، P10 ، L26 ، D83.

Abstract: This study aims to highlight the role that strategic vigilance in achieving the sustainability of competitive advantage at the level of national economic institutions. Gaining a unique and sustainable competitive advantage has become an obsession for every organization striving for leadership in its field. Accordingly, a questionnaire was designed and distributed to a sample of officials at Naftal Corporation in Sidi Bel Abbas, where we focused on institutions that have the largest number of competent human resources. The information obtained was analyzed using ready-made statistical software.

Our study concluded with a number of findings indicating that there is a good explanatory power in practicing the dimensions of strategic vigilance (technological, environmental, commercial, competitive) to achieve sustainable competitive advantage. This was evidenced by its positive impact.

Keywords: strategic vigilance, sustainable competitive advantage, economic institutions, Leadership, dimensions of strategic vigilance.

JEL Classification: M10, L10, P10, L26, D83

مقدمة:

تمثل اليقطة الاستراتيجية عنصرا حيويا في ساحة التنافس الاقتصادي، حيث تعكس القدرة على الاستشراف والتحليل الدقيق للتحويلات والتغيرات في البيئة الخارجية. اذ ان هذا المفهوم يهتم بالقدرة على تحديد الفرص والتحديات المستقبلية واتخاذ القرارات الاستراتيجية التي تدعم نمو المؤسسة، حيث انه يشكل عنصرا اساسيا وحاسما في تحقيق استدامة الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية. اذ يعتمد نجاحها واستدامتها وتمركزها على القدرة على احداث التغيير في محيطها والابتكار بشكل دائم.

تحقيق الميزة التنافسية المستدامة يتطلب رؤية استراتيجية مرنة ومفصلة تمكن المؤسسة من احداث التغيير او التكيف مع تحولات السوق المتسارعة وذلك من خلال تطوير المهارات والقدرات الداخلية والاستثمار في البحث والتطوير واستخدام تكنولوجيا المعلومات بفعالية لضمان التفوق المستمر.

وعليه فان اليقطة الاستراتيجية تعد مفتاحا لضمان استمرارية الاعمال وتحقيق النمو المستدام. اذ تعمل على تحقيق استراتيجيات تحسين الكفاءة و زيادة قدرة المؤسسة على التغيير و الابتكار مما يعزز مكانتها في السوق التنافسي.

مشكلة الدراسة:

ان كسب ميزة تنافسية مستدامة اصبح هدف كل مؤسسة تسعى للريادة في مجالها خصوصا في ظل الانفتاح المعلوماتي و التكنولوجي الذي تشهده معظم المؤسسات المعاصرة و لمواكبة كل هذه التطورات و التغيرات كان لظهور مفهوم اليقطة الاستراتيجية صدا واسعا. اذ تعتبر النظام الفعال في توفير المعلومات الحاسمة والمهمة والتي تعد موردا استراتيجيا في تحقيق استمراريته وتمركزها وتعزيز استدامة ميزتها التنافسية.

بناء على ما سبق تجسدت اشكالية الدراسة في الطرح الرئيسي التالي:

ما مدى مساهمة اليقطة الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة بمؤسسة نفضال بسيدي بلعباس؟

حيث تنبثق عن هذه الاشكالية التساؤلات الفرعية الآتية:

- ما هو واقع اليقطة الاستراتيجية بمؤسسة نفضال بسيدي بلعباس؟
- هل توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين اليقطة الاستراتيجية والميزة التنافسية المستدامة بمؤسسة نفضال بسيدي بلعباس؟
- هل هناك تأثير لأبعاد اليقطة الاستراتيجية (التكنولوجية، البيئية، التنافسية، التجارية) في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة بمؤسسة نفضال بسيدي بلعباس؟

فرضيات الدراسة:

تم صياغة فرضيات الدراسة انطلاقا من المخطط الفرضي للبحث للإجابة على تساؤلاتها:

الفرضية الرئيسية:

- لا يوجد اثر ذو دلالة احصائية لليقطة الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة بمؤسسة نفضال بسيدي بلعباس.

الفرضيات الفرعية:

- يوجد اثر ذو دلالة معنوية لأبعاد اليقطة الاستراتيجية (التكنولوجية البيئية التنافسية التجارية) في تحقيق ميزة الابداع بمؤسسة نفضال بسيدي بلعباس.
- يوجد اثر ذو دلالة معنوية لأبعاد اليقطة الاستراتيجية (التكنولوجية، البيئية، التنافسية، التجارية) في تحقيق ميزة الابتكار بمؤسسة نفضال بسيدي بلعباس.

- يوجد اثر ذو دلالة معنوية لأبعاد اليقظة الاستراتيجية (التكنولوجية، البيئية، التنافسية، التجارية) في تحقيق ميزة التميز بمؤسسة نفضال بسيدي بلعباس.

- يوجد اثر ذو دلالة معنوية لأبعاد اليقظة الاستراتيجية (التكنولوجية، البيئية، التنافسية، التجارية) في تحقيق ميزة التكلفة بمؤسسة نفضال بسيدي بلعباس.

أهمية الدراسة:

تبرز أهمية هذه الدراسة انطلاقا من الفهم العميق للبيئة التنافسية مع القدرة على التحليل الفرص والتهديدات لاتخاذ القرارات الاستراتيجية الهامة، ذلك فيما يخص التكنولوجيات المبتكرة وتطوير المهارات الداخلية للمؤسسة وتعزيز استخداماتها لتكنولوجيا المعلومات بفعالية والتي اوضحت من الموارد الحاسمة في تحقيق التفوق المستمر وتعزيز المزايا التنافسية للمؤسسة الاقتصادية.

أهداف الدراسة:

- تحديد مستوى استجابة العينة محل البحث لأبعاد اليقظة الاستراتيجية والميزة التنافسية المستدامة بمؤسسة نفضال بسيدي بلعباس.
- ابراز دور اليقظة الاستراتيجية في تعزيز تمركز المؤسسة محل البحث.
- تحديد العلاقة بين اليقظة الاستراتيجية واستدامة الميزة التنافسية في المؤسسة المدروسة.
- توضيح تأثير عناصر اليقظة الاستراتيجية في تحقيق استدامة الميزة التنافسي بالمؤسسة محل الدراسة.

حدود الدراسة:

هيكل الدراسة: تم تقسيم موضوع البحث الى محورين رئيسيين كالآتي:

- **المحور الاول:** يتمثل في التأصيل النظري لموضوع البحث والذي ادرجنا من خلاله المفاهيم المتعلقة بمتغيرات الدراسة (اليقظة الاستراتيجية، الميزة التنافسية المستدامة).

- **المحور الثاني:** تم من خلاله عرض الجانب التطبيقي للموضوع محل الدراسة وذلك بالتطرق الى الدور الفعال الذي تلعبه اليقظة الاستراتيجية ومدى اهميتها في اكساب مؤسسة نفضال لميزة تنافسية مستدامة، حيث تم تفرغ البيانات المتعلقة بمتغيرات الدراسة وتحليلها عن طريق الاستعانة بأساليب وادوات التحليل الاحصائي.

أولا: الاطار النظري:

سوف ندرج ضمنه اهم المفاهيم المتعلقة بمتغيرات الدراسة (اليقظة الاستراتيجية الميزة التنافسية المستدامة).

اليقظة الاستراتيجية:

اليقظة الاستراتيجية تعد مفهوما استراتيجيا يشير الى قدرة المؤسسات والافراد على التحليل المتواصل لبيئتها واستشراف التحديات المستقبلية لها، مما يدعمها في اتخاذ القرارات الاستراتيجية بفعالية للتكيف مع التغيرات او احداثها لتحقيق التمركز والنجاح على المدى الطويل وعليه سندرج بعض التعاريف والمفاهيم الخاصة بها.

- عرفها Ribault على انها: "تمثل في الرصد الشامل والذكي لبيئة المؤسسة لتحديد واقتناص المعلومات التي تشكل فرصا هامة للمؤسسة". (Ribault, 2001)

- وبحسب Salah Rabhi فهي: "تتضمن عملية مستمرة لإدارة المعلومات ومعالجتها للتمكن من اتخاذ القرارات الاستراتيجية". (Rabhi, 2008)

- اما بالنسبة ل Dhenin et Fournier فقد اتفقا على انها: "مجموع العمليات المنظمة في الادارة الاستراتيجية، التي تركز على تعزيز التنافسية، عن طريق جمع ومعالجة المعلومات و بث المعرفة القيمة والهامية لضبط بيئة المؤسسة (الفرص، التهديدات)". (J.F.DHENIN & B.FOURNIE, 1998)
- اما jakobiak فقد رأى انها: "اسلوب يعمل على مراقبة وتحليل المحيط التقني التكنولوجي والاقتصادي بغية تجنب التهديدات واقتناص الفرص لتحقيق التنمية". (carlier, 2012)
- خصائص اليقظة الاستراتيجية:**

- يمكن ايجاز وتلخيص ميزات وخصائص اليقظة الاستراتيجية على النحو التالي (نورية و نصيرة، 2019).
- الاستراتيجية:** تستعمل في اتخاذ القرارات غير المتكررة والتي لا تملك اي نموذج مسبق من النماذج المفحوصة، كما تركز على التجربة والمعلومات الناقصة التي تأثر بشكل كبير على تنافسية المؤسسة واستدامتها.
- التطوعية:** تتطلب اليقظة الاستراتيجية الانتباه والتفاعل مع المعلومات المتنبئ بها، كما يتعين في بعض الاحيان البحث عن الضرورية منها.
- الذكاء الجماعي:** يشير الى وجود مجموعة من الافراد يعملون معا على ملاحظة وتحليل الاشارات المتعلقة ببيئة المؤسسة بغية اتخاذ القرارات الصائبة دون اهمال قواعد العمل الجماعي والتفاعل بشكل ملائم.
- المحيط:** يتمثل في عديد العوامل المؤثرة بطريقة او بأخرى على سير الانظمة المتعلقة بالمؤسسة وعلى مجمل قراراتها.
- انشاء الابداع:** يتضمن تحليل وتفسير الاشارات المبكرة ذات الصلة بالإبداع. اذ يمكن للمعلومات التي تستكشف ان تصيغ الفرضيات المحتملة وتعزز الرؤى التطوعية.
- التوقع:** يعبر عن المعلومات والمعارف التي تكتسب صفة التنبؤ والتي من شأنها ان تقدم رؤية مستقبلية توضيحية دون التركيز على الاهتمام بالتعبير عن الحاضر والماضي.
- ابعاد اليقظة الاستراتيجية:**

باعتبار اليقظة الاستراتيجية هي يقظة كلية يتفرع عنها الكثير من الانواع التي ظهرت بحسب نموذج بورتر للقوى التنافسية و نموذج PESTEL ونظرا لتعدددها سنذكر الالهام منها والتي اجمع عليها عديد المفكرين الاقتصاديين:

اليقظة التكنولوجية:

- تعرف على انها اسلوب ممنهج و منظم يتمثل في البحث عن المعلومات ذات السياق التكنولوجي التي تتماشى وفق عمليات البحث والتطوير ومعالجتها لغرض صياغة القرارات الاستراتيجية (AKLI, 2008)
- اما بالنسبة لمصطفى بوروي فقد وصفها على انها الاستغلال المدروس والمنظم للبيانات والمعلومات خاصة المرتبطة بالصناعة عن طريق متابعة الابتكارات الهامة والمفيدة والتي تعزز القدرة التنافسية للمؤسسة (bouroubi, p. 47)
- وتشمل اليقظة التكنولوجية مجموعة من الأهداف الهامة والرئيسية التي يمكن ادراجها على النحو الاتي (وسام، 2016):
- المراجعة المستمرة والمتواصلة لبراءات الاختراع التي تخص نشاطها.
 - الفحص التقني للقطاع الذي تنشط فيه المؤسسة.
 - التحليل التقني الداخلي والخارجي للتغيرات التي تحدث في السوق.
 - اقتناص الفرص التكنولوجية والتقنية وتجنب التهديدات المتوقعة منها.
 - الاستثمار في مراكز البحث والتطوير والاستفادة منها.

- تنفيذ الشراكات و الاتفاقيات التعاونية في المجال التكنولوجي و بيع التراخيص.

اليقظة البيئية:

تعرف على انما اليقظة التي تضم جميع مكونات البيئة الخارجية العامة وغير المرتبطة بالمحيط التشغيلي للمؤسسة، تهتم بالرصد الدائم والمستمر للمعلومات المتعلقة بمختلف المجالات الاجتماعية، السياسية، القانونية، الثقافية، الاقتصادية وكذا المتعلقة بعلم البيئة وغيرها من الميادين التي تؤثر على تعاملاتها ونشاطها. (عبد الفتاح و عائشة، 2009)

وعليه فان تعامل المنظمة مع هذه اليقظة يتوجب التركيز والانتباه لجميع العوامل التي تحيط بها وتؤثر فيها وتتأثر بها. اذ يعتبر هذا النوع من اليقظة هاما جدا وتحديا صعبا خصوصا لما يميز المحيط من تغيرات وتقلبات مستمرة تستوجب الدقة والتنظيم في معالجة وتحليل المعلومات التي توضح رؤى واهداف المؤسسة المستقبلية وتدعم اتخاذ القرارات الصائبة.

اليقظة التجارية:

تهتم اليقظة التجارية بدراسة وفهم العلاقات والانشطة التجارية والاستراتيجيات التسويقية ومعرفة كل ما يؤثر في سلوكيات المستهلك واحتياجاته. اذ تسعى في سدها باقل تكاليف ممكنة دون اهمال سوق العمل. (إيمان بن قيصر، 2018)

ومنه تركز اليقظة التجارية على اهم العناصر الاتية:

- الزبائن: يعد من اولى اهتمامات المؤسسة باعتباره انه يشكل جزءا هاما من رقم اعمالها والمستهلك لمنتجاتها وذلك من خلال معرفة حاجاته ورغباته قياس عدم الرضا وتحديد قدرته على السداد. (مريم لمروس، 2019)

- الموردون: تهتم بدراسة و تحليل كل ما يخص وضعية الموردين من قدرتهم على تمويل المؤسسة باقل التكاليف و معرفة خططهم المالية و التكنولوجية و التجارية و تحديد مدى امكانية دخولهم كمنافسين محتملين في السوق. (Damien & Fabien, 2005)

اليقظة التنافسية:

تعرف على انما ذلك الاسلوب الذي يتيح للمنظمات التعرف على سلوك كل من منافسيها الحاليين و التكهّن بالمحتملين عن طريق رصد كل المعلومات عنهم كالأسعار و الحصة السوقية و غيرها. اذ يجب عليها ان لا تهمل اي معلومة من شأنها اضعاف موقعها في السوق (خديجة، 2015)

ومن ضمن ما تهتم به اليقظة التنافسية : (حسنية و عبد الرحمن، 2011)

- تفسير الواقع المعاش في الاسواق التنافسية.

- اكتشاف مجالات البحث و التطوير

- رصد المعلومات المتعلقة بالابتكارات الجديدة خاصة للمؤسسات المنافسة.

- فهم اساليب تصريف المنتجات المنافسة.

- الابداع و السعي لخلق مزايا تنافسية تعطي للمؤسسة الاسبقية و التميز.

- الحفاظ على المكانة السوقية و السعي وراء الريادة و البقاء.

الميزة التنافسية المستدامة:

ان ما شهده العالم من انفتاح على العالم الخارجي زاد من شدة المنافسة، فاصبح ضرورة حتمية على المؤسسات صناعة ميزة تنافسية مستدامة خاصة بها، التي من شأنها اكسابها الندرة و التفوق و صعوبة التقليد من طرف منافسيها.

وعرفت الميزة التنافسية المستدامة على انها القدرة على خلق اداء متميز بطرق فريدة غير متاحة للغير مع الاهتمام بتحقيق التفوق التنافسي و المحافظة عليه مقارنة بالمنافسين كتقديم شيء لا يمكنهم تقليده او استهلاك مورد كان ضمن مخططاتهم هنا تكون المؤسسة قد حققت تميزا تنافسيا. (سعيد، 2017)

وتعرف ايضا على انها قدرة المؤسسة على التميز و التفرد عن طريق الاستثمار الامثل لقدراتها الداخلية و استغلال التحديات الخارجية بتحويلها الى فرص لغرض تقديم منتجات و خدمات ذات قيمة عالية لزبائنها الحاليين و المحتملين و التي يصعب على منافسيها تقليدها. (الكمري، 2018)

عناصر الميزة التنافسية:

-الابداع: يعد احد اهم العناصر الاستراتيجية للميزة التنافسية المستدامة و قد عرفه بعض الباحثين على انه النشاط او العمل الذي يمارسه الفرد وينتج عنه شيء جديد (M.Mead & Aderson, 1959)

و عرف ايضا على انه القدرة على انتاج افكار مفيدة و جديدة و تجسيدها على ارض الواقع (Scott & Mitchell,

1994)

-التميز: تهدف هذه الاستراتيجية الى اطلاق منتجات او خدمات جديدة ، فريدة ، بجودة عالية و خصائص جد متميزة و صعبة التقليد من قبل المنافسين مما يدفع بالزبائن لتفضيلها و الاستعداد لدفع اسعار عالية لاقتنائها ، فهي تسعى لتقديم كل ما هو مميز و ذو قيمة عالية من جهة لإشباع رغبات الزبون الذي تستهدفه المؤسسة. اذ تخص فئة محدودة من المستهلكين الذين لا يشكل عندهم السعر المرتفع عائقا في اقتناء حاجاتهم، لذلك يكون سعر البيع المطلوب مرتفعا لغرض تحقيق هامش ربح عال للمؤسسة. (حسن، 2017)

-الابتكار: ويعد احد اهم مصادر تحقيق الميزة التنافسية المستدامة، حيث عرف على انه قدرة المؤسسة في الوصول الى كل ما هو جديد و الذي بدوره يخلق قيمة مضافة في السوق مقارنة بمنافسيها. (نجم، 2003)

فالابتكار يعبر عن تجسيد الافكار الجديدة والمفيدة والمستوحاة من المنافسين او من رغبات الزبائن وتطلعاتهم، بحيث تكون المؤسسة هي المستثمر الاول في الفكرة (منتج او خدمة) ومنفذها في ارض الواقع والاولى في تسويقها والتوجه بها نحو الزبائن مع الاعتماد على سياسات التوزيع والترويج المناسبة.

-التكلفة المنخفضة: من خلالها تسعى المؤسسات الى الوصول للحجم الكفاء باقل التكاليف الممكنة، عن طريق الخبرات والمهارات التي تعمل على خفض المصاريف غير المباشرة، اضافة الى تدنية تكاليف البحث و التطوير و خدمات الترويج للمنتجات. فهذا يساعد على الانتاج وفق نمط التكاليف المنخفضة للوحدة الواحدة وبالتالي تسمح هذه الاستراتيجية بتحسين الوضع التنافسي للمؤسسة كما تعمل على جذب الزبائن الذين يهتمون بالسعر بشكل كبير دون التركيز في جودة المنتج. (حسن، 2017)

المحور الثاني: الدراسة الميدانية:

وصف مجتمع و عينة الدراسة:

تم استخدام برنامج (spss) في وصف و تشخيص متغيرات الدراسة. وبناء على مشكلة البحث تم استهداف شريحة من الموظفين بمؤسسة نפטال بسيدي بلعباس، باعتبارها مؤسسة رائدة بين المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، و البالغ عددهم 40 فردا. حيث تم توزيع 40 استبانة واسترجع منها 35، وبعد التنقيح والفرز تم الغاء 10 استبانات غير صالحة للدراسة واحتفظنا ب 25 الباقية التي مثلت العينة النهائية للدراسة.

حساب صدق وثبات

أولاً: صدق الاتساق الداخلي:

الجدول رقم (01) يمثل صدق الاتساق الداخلي لمحور اليقظة الاستراتيجية

الارتباط مع الدرجة الكلية	الأبعاد				رقم البند
	اليقظة التنافسية	اليقظة التجارية	اليقظة البيئية	اليقظة التكنولوجية	
0,732**				0,830**	01
0,643**				0,851**	02
0,751**				0,871**	03
0,773**				0,881**	04
0,732**				0,822**	05
0,764**			0,917**		06
0,770**			0,887**		07
0,787**			0,886**		08
0,719**			0,906**		09
0,791**			0,896**		10
0,782**		0,925**			11
0,764**		0,925**			12
0,766**		0,858**			13
0,861**		0,954**			14
0,751**		0,821**			15
0,584**	0,823**				16
0,670**	0,898**				17
0,757**	0,814**				18
0,815**	0,951**				19
0,799**	0,947**				20

المصدر: من إعداد الباحثة، اعتماداً على مخرجات SPSS (0,01=*)\ (0,05=*)

نلاحظ من الجدول رقم (01) أن معاملات الارتباط بين البنود وأبعاد محور اليقظة الاستراتيجية والدرجة الكلية تراوحت بين (0,58، 0,95) وكانت كلها دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة 0,01. وبالتالي يتمتع المحور اليقظة الاستراتيجية وأبعاده بصدق اتساق داخلي جيد.

الجدول رقم (02) يمثل صدق الاتساق الداخلي لمحور الميزة التنافسية المستدامة

الارتباط مع الدرجة الكلية	الأبعاد				رقم البند
	التكلفة المنخفضة	الابتكار	التميز	الإبداع	
0,931**				0,905**	21

0,806**				0,928**	22
0,908**				0,946**	23
0,550**				0,701**	24
0,854**				0,918**	25
0,742**			0,934**		26
0,742**			0,791**		27
0,663**			0,870**		28
0,595**			0,759**		29
0,804**			0,817**		30
0,681**		0,743**			31
0,923**		0,964**			32
0,896**		0,921**			33
0,820**		0,862**			34
0,802**		0,827**			35
0,666**	0,970**				36
0,580**	0,903**				37
0,651**	0,926**				38
0,666**	0,970**				39
0,646**	0,903**				40

المصدر: من إعداد الباحثة، اعتمادا على مخرجات SPSS (0,01=*)\ (0,05=*)

نلاحظ من هنا أن معاملات الارتباط بين البنود وأبعاد محور الميزة التنافسية المستدامة والدرجة الكلية تراوحت بين (0,55)، (0,95) كلها دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة 0,01. وبالتالي يتمتع هذا الأخير بأبعاده بصدق اتساق داخلي جيد.

ثانيا: ثبات ألفا لكرومباخ

الجدول رقم (03) يمثل ثبات ألفا لكرومباخ لمحور اليقظة الاستراتيجية

المتغيرات	عدد البنود	معامل ألفا لكرومباخ
اليقظة التكنولوجية	05	0,886
اليقظة البيئية	05	0,882
اليقظة التجارية	05	0,886
اليقظة التنافسية	05	0,888
الدرجة الكلية لمحور اليقظة الاستراتيجية	20	0,869

المصدر: من إعداد الباحثة، اعتمادا على مخرجات SPSS

الملاحظ من الجدول رقم (03) أن معامل ثبات ألفا لكرومباخ للدرجة الكلية لمحور اليقظة الاستراتيجية سجل 0,87 عند مستوى الدلالة 0,01، وهذا ما يدل على ثبات جيد، وسجلت 0,89 في بعد اليقظة التكنولوجية و 0,88 في بعد اليقظة البيئية، وسجلت 0,89 في بعد اليقظة التجارية و 0,89 في بعد اليقظة التنافسية، بالتالي يدل على ثبات جيد.

الجدول رقم (04) يمثل ثبات ألفا لكرومباخ لمحور الميزة التنافسية المستدامة

المتغيرات	عدد البنود	معامل ألفا كرومباخ
الإبداع	05	0,876
التميز	05	0,880
الابتكار	05	0,871
التكلفة المنخفضة	05	0,887
الدرجة الكلية لمحور الميزة التنافسية المستدامة	20	0,902

المصدر: من إعداد الباحثة، اعتماداً على مخرجات SPSS

الملاحظ من الجدول رقم (04) أن معامل ثبات ألفا لكرومباخ للدرجة الكلية لمحور الميزة التنافسية المستدامة سجل 0,90 عند مستوى الدلالة 0,01، وهذا ما يدل على ثبات جيد، وسجلت 0,88 في بعد الإبداع، وسجلت 0,88 في بعد التميز، وسجلت 0,87 في بعد الابتكار، وسجلت 0,89 في بعد التكلفة المنخفضة، وبالتالي يدل على ثبات جيد.

عينة الدراسة:

حسب العمر:

الجدول رقم (05) يبين عينة الدراسة حسب العمر

عينة الدراسة	العمر	التكرارات	النسبة المئوية
عمال مؤسسة نفضال	أقل من 30 سنة	1	4,0%
	من 30 إلى 40 سنة	10	40,0%
	من 40 إلى 50 سنة	8	32,0%
	أكثر من 50 سنة	6	24,0%
المجموع		25	100%

المصدر: من إعداد الباحثة، اعتماداً على مخرجات SPSS

يتضح من الجدول رقم (05) أن يوجد عامل واحد سنه أقل من 30 سنة بنسبة 4 %، وبالنسبة للعمال الذين يقدر سنهم من 30 إلى 40 سنة عددهم 10 بنسبة 40 %، والعمال من 40 إلى 50 سنة عددهم 8 بنسبة 32 %، وبالنسبة للعمال أكبر من 60 سنة فيوجد 06 عاملين بنسبة 24 %، من عينة الدراسة.

حسب المستوى التعليمي:

الجدول رقم (06) يبين عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي

عينة الدراسة	المستوى التعليمي	التكرارات	النسبة المئوية
عمال مؤسسة نفضال	جامعي	18	72,0%
	دراسات عليا	7	28,0%
المجموع		25	100%

المصدر: من إعداد الباحثة، اعتماداً على مخرجات SPSS

يتضح من الجدول رقم (06) أن عدد العمال الجامعيين عددهم 18 بنسبة 72 %، وبالنسبة للعمال لأصحاب الدراسات العليا عددهم 07 بنسبة 28 %، من عينة الدراسة.

حسب الخبرة:

الجدول رقم (07) يبين عينة الدراسة حسب الخبرة

النسبة المئوية	التكرارات	الخبرة	عينة الدراسة
24,0%	6	من 5 إلى 10 سنوات	عمال مؤسسة نفضال
16,0%	4	من 10 إلى 15 سنة	
20,0%	5	من 15 إلى 20 سنة	
24,0%	6	من 20 إلى 25 سنة	
16,0%	4	أكثر من 25 سنة	
%100	25	المجموع	

المصدر: من إعداد الباحثة، اعتمادا على مخرجات SPSS

يتضح من الجدول رقم (07) أن عدد العمال الذين خيروهم اقل من 5 إلى 10 سنوات عددهم 06 بنسبة 24 %، وبنسبة للعمال ذو خبرة من 10 إلى 15 سنة عددهم 04 بنسبة 16 %، أما العمال أصحاب الخبرة من 15 إلى 20 سنة عددهم 05 بنسبة 20 %، وبنسبة للعمال ذو خبرة من 20 إلى 25 سنة عددهم 06 بنسبة 24 %، والعمال أصحاب الخبرة أكثر من 25 سنة عددهم 04 بنسبة 16 %، من عينة الدراسة.

حسب الوظيفة:

الجدول رقم (08) يبين عينة الدراسة حسب الوظيفة

النسبة المئوية	التكرارات	الوظيفة	عينة الدراسة
20,0%	5	مدير قسم	عمال مؤسسة نفضال
48,0%	12	مسؤول وحدة	
32,0%	8	مسؤول شعبة	
%100	25	المجموع	

المصدر: من إعداد الباحثة، اعتمادا على مخرجات SPSS

يتضح من الجدول رقم (08) أن العمال أصحاب منصب مدير قسم عددهم 05 بنسبة 20 %، أما أصحاب منصب مسؤول وحدة عددهم 12 بنسبة 48 %، ويوجد 32 مسؤولين شعبة بنسبة 32 %، من عينة الدراسة.

تحليل إجابات العينة:

أداة جمع البيانات: اعتمدت الدراسة على الاستبيان كأداة لجمع البيانات، وقد قسم إلى جزئين، الجزء الأول يحتوي على 20 سؤال حول اليقظة الاستراتيجية الذي قسم بدوره إلى 04 أبعاد (اليقظة التكنولوجية، اليقظة البيئية، اليقظة التجارية، اليقظة التنافسية)، والجزء الثاني يحتوي على 20 سؤال حول الميزة التنافسية المستدامة، وقسم إلى 04 أبعاد (الإبداع، التميز، الابتكار، التكلفة المنخفضة)، وذلك بالاعتماد على مقياس ليكارت الخماسي كما يظهر في الجدول الآتي:

جدول رقم (09) مقياس ليكارت الخماسي

الإجابة	درجة الموافقة	مجالات الموافقة
غير موافق بشدة	1	1.80 - 1.00
غير موافق	2	2.60 - 1.81
محايد	3	3.40 - 2.61

4.20-3.41	4	موافق
5.00-4.21	5	موافق بشدة

المصدر: من إعداد الباحثة

الجدول رقم (10) يمثل إجابات عينة الدراسة على محور اليقظة الاستراتيجية

المتغير	الفقرات	سلم ليكرت					الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الاتجاه العام
		غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة			
		1	2	3	4	5			
اليقظة التكنولوجية									
01	ت	0	0	1	12	12	4,44	0,583	موافق بشدة
	%	0,0	0,0	4,0	48,0	48,0			
02	ت	0	0	1	8	16	4,28	0,542	موافق بشدة
	%	0,0	0,0	4,0	32,0	64,0			
03	ت	0	0	3	11	11	4,32	0,690	موافق بشدة
	%	0,0	0,0	12,0	44,0	44,0			
04	ت	0	0	1	8	16	4,28	0,542	موافق بشدة
	%	0,0	0,0	4,0	32,0	64,0			
05	ت	0	0	4	6	15	4,08	0,640	موافق
	%	0,0	0,0	16,0	24,0	60,0			
المجموع		0,5994,280موافق بشدة							
اليقظة البيئية									
06	ت	0	0	5	5	15	4,00	0,645	موافق
	%	0,0	0,0	20,0	20,0	60,0			
07	ت	0	0	2	8	15	4,24	0,597	موافق بشدة
	%	0,0	0,0	8,0	32,0	60,0			
08	ت	0	0	5	7	13	4,08	0,702	موافق
	%	0,0	0,0	20,0	28,0	52,0			
09	ت	0	0	4	6	15	4,08	0,640	موافق
	%	0,0	0,0	16,0	24,0	60,0			
10	ت	0	0	6	6	13	4,00	0,707	موافق
	%	0,0	0,0	24,0	24,0	52,0			
المجموع		0,6594,080موافق							
اليقظة التجارية									
11	ت	0	1	1	12	11	4,36	0,757	موافق بشدة
	%	0,0	4,0	4,0	48,0	44,0			
12	ت	0	0	3	11	11	4,32	0,690	موافق بشدة

			44,0	44,0	12,0	0,0	0,0	%	
موافق بشدة	0,557	4,32	9	15	1	0	0	ت	13
			36,0	60,0	4,0	0,0	0,0	%	
موافق بشدة	0,645	4,40	12	11	2	0	0	ت	14
			48,0	44,0	8,0	0,0	0,0	%	
موافق بشدة	0,500	4,40	10	15	0	0	0	ت	15
			40,0	60,0	0,0	0,0	0,0	%	
موافق بشدة	0,630	4,36	المجموع						
اليقظة التنافسية									
موافق بشدة	0,510	4,48	12	13	0	0	0	ت	16
			48,0	52,0	0,0	0,0	0,0	%	
موافق بشدة	0,569	4,36	10	14	1	0	0	ت	17
			40,0	56,0	4,0	0,0	0,0	%	
موافق بشدة	0,542	4,28	8	16	1	0	0	ت	18
			32,0	64,0	4,0	0,0	0,0	%	
موافق بشدة	0,690	4,32	11	11	3	0	0	ت	19
			44,0	44,0	12,0	0,0	0,0	%	
موافق بشدة	0,779	4,24	10	12	2	1	0	ت	20
			40,0	48,0	8,0	4,0	0,0	%	
موافق بشدة	0,618	4,336	المجموع						
موافق بشدة	0,626	4,264	الدرجة الكلية						
			36,4	54	9,2	0,4	0,0	النسبة المئوية %	

المصدر: من إعداد الباحثة، اعتمادا على مخرجات SPSS

الملاحظ من الجدول رقم (10) أن إجابات عينة الدراسة أغلبيتها تتجه إلى موافق إذ بلغ المتوسط الحسابي 4,26، وقد رت نسبة الإجابة موافق 54 %، ونسبة الإجابة موافق بشدة ب 36,4 %، وهذا ما يدل على أن عينة الدراسة كانت موافقة على اليقظة الاستراتيجية، حيث أن نسبة الإجابات على التي كانت غير موافق قوت ب 0,4 % وغير موافق بشدة 0 %، وقوت نسبة المحايد ب 9,2 %. وعليه فإن الاتجاه العام لمحور اليقظة الاستراتيجية هي موافق.

الجدول رقم (11) يوضح يمثل إجابات عينة الدراسة على محور الميزة التنافسية المستدامة

المتغير	الفقرات	سلم ليكرت					الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الاتجاه العام	
		غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة				
		1	2	3	4	5				
الإبداع										
التنافسية	21	ت	0	5	9	7	4	3,40	1,000	موافق
		%	0,0	20,0	36,0	28,0	16,0			

موافق	0,961	3,44	4	7	10	4	0	ت	22
			16,0	28,0	40,0	16,0	0,0	%	
موافق	1,061	3,28	4	6	8	7	0	ت	23
			16,0	24,0	32,0	28,0	0,0	%	
موافق	0,800	3,84	5	12	7	1	0	ت	24
			20,0	48,0	28,0	4,0	0,0	%	
موافق	1,003	3,44	4	8	8	5	0	ت	25
			16,0	32,0	32,0	20,0	0,0	%	
موافق	0,965	3,480	المجموع						
التميز									
موافق بشدة	0,866	4,20	10	12	1	2	0	ت	26
			40,0	48,0	4,0	8,0	0,0	%	
موافق	0,624	4,16	7	15	3	0	0	ت	27
			28,0	60,0	12,0	0,0	0,0	%	
موافق بشدة	0,723	4,24	9	14	1	1	0	ت	28
			36,0	56,0	4,0	4,0	0,0	%	
موافق بشدة	0,707	4,20	8	15	1	1	0	ت	29
			32,0	60,0	4,0	4,0	0,0	%	
موافق	1,100	3,72	7	9	4	5	0	ت	30
			28,0	36,0	16,0	20,0	0,0	%	
موافق	0,804	4,104	المجموع						
الابتكار									
موافق	0,866	4,00	7	13	3	2	0	ت	31
			28,0	52,0	12,0	8,0	0,0	%	
موافق	1,108	3,32	5	4	11	4	1	ت	32
			20,0	16,0	44,0	16,0	4,0	%	
موافق	1,180	3,32	6	3	10	5	1	ت	33
			24,0	12,0	40,0	20,0	4,0	%	
موافق	0,945	3,68	4	13	4	4	0	ت	34
			16,0	52,0	16,0	16,0	0,0	%	
موافق	1,036	3,36	4	7	8	6	0	ت	35
			16,0	28,0	32,0	24,0	0,0	%	
موافق	1,027	3,536	المجموع						
التكلفة المنخفضة									
موافق بشدة	0,638	4,36	11	12	2	0	0	ت	36
			44,0	48,0	8,0	0,0	0,0	%	

موافق بشدة	0,577	4,40	11	13	1	0	0	ت	37
			44,0	52,0	4,0	0,0	0,0	%	
موافق بشدة	0,638	4,36	11	12	2	0	0	ت	38
			44,0	48,0	8,0	0,0	0,0	%	
موافق بشدة	0,638	4,36	11	12	2	0	0	ت	39
			44,0	48,0	8,0	0,0	0,0	%	
موافق بشدة	0,638	4,36	11	12	2	0	0	ت	40
			44,0	48,0	8,0	0,0	0,0	%	
موافق بشدة	0,626	4,368	المجموع						
موافق	0,856	3,872	الدرجة الكلية						
			28,6	41,2	19,4	10,4	0,4	النسبة المئوية %	

المصدر: من إعداد الباحثة، اعتمادا على مخرجات SPSS

يتضح من الجدول رقم (11) أن إجابات العينة أغلبيتها تتجه إلى موافق إذ بلغ المتوسط الحسابي 3,87، وقدرت نسبة الإجابة بموافق ب 41,2 %، وبموافق بشدة ب 28,6 %، وهذا يدل على أن عينة الدراسة كانت موافقة على الميزة التنافسية المستدامة حيث نسبة الإجابات على غير موافق قلت ب 10,4 %، و غير موافق بشدة ب 0,4 %، وقلوت نسبة المحايد ب 19,4 %، وعليه فإن الاتجاه العام لمحور الميزة التنافسية المستدامة هي موافق.

اختبار الفرضيات

■ اختبار الفرضية الرئيسية: حيث تضمنت ما يل:

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لليقظة الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة في شركة نفضال

الجدول رقم (12): نتائج تحليل تأثير اليقظة الاستراتيجية على الميزة التنافسية المستدامة

اليقظة الاستراتيجية							الميزة التنافسية المستدامة
مستوى الدلالة	مستوى الثقة	قيمة "ت" T test	قيمة "ف" ANOV A	معامل الانحدار B	معامل التحديد R-deux	معامل الارتباط R	
0,01	0,00	5,324	28,350	0,535	0,552	0,743	

المصدر: من إعداد الباحثة، اعتمادا على مخرجات SPSS

يتضح من الجدول رقم (12) وجود علاقة ارتباطية بين اليقظة الاستراتيجية والميزة التنافسية المستدامة، عند مستوى الدلالة (0,01) إذ بلغت قيمة معامل الارتباط (0,743)، وبلغ معامل التحديد ب (0,552)، ومعامل الانحدار ب (0,535)، وقدرت قيمة "ف" (ANOVA) (28,350) وعليه فإن قيمة "ف" المحسوبة أكبر من قيمة "ف" الجدولية ومنه يوجد فروق بين المجموعات، ونلاحظ أن قيمة "ت" قدرت ب (5,324) وهي قيمة دالة إحصائية، وبما أن مستوى الثقة (Sig) يساوي (0,00) وهي دالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0,01)، ومنه نستنتج أن النموذج صالح لاختبار هذه الفرضية، ويتضح من الجدول نفسه أن تطبيق اليقظة الاستراتيجية تفسر على نحو عام ما مقداره (74%)، من التباين في المتغير التابع (الميزة التنافسية

المستدامة) وهي قوة تفسيرية جيدة. وعليه فإن البقطة الاستراتيجية تساهم في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة بشركة نفطال، وعليه الفرضية تحققت.

الفرضية الفرعية الأولى: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للبقطة الاستراتيجية في تحقيق ميزة الإبداع في شركة نفطال

الجدول رقم (13): نتائج تحليل تأثير البقطة الاستراتيجية على ميزة الإبداع

البقطة الاستراتيجية							ميزة الإبداع
مستوى الدلالة	مستوى الثقة Sig	قيمة "ت" T test	قيمة "ف" ANOVA	معامل الانحدار B	معامل التحديد R-deux	معامل الارتباط R	
0,01	0,00	3,410	11,626	1,280	0,336	0,579	

المصدر: من إعداد الباحثة، اعتماداً على مخرجات SPSS

يتضح من الجدول رقم (13) وجود علاقة ارتباطية بين البقطة الاستراتيجية وميزة الإبداع، عند مستوى الدلالة (0,01) حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (0,579) بـ (0,336)، ومعامل الانحدار قدر بـ (1,280)، وقدرت قيمة "ف" (ANOVA) (11,626) وهذا ما يدل على أن قيمة "ف" المحسوبة أكبر من قيمة "ف" الجدولية وعليه يوجد فروق بين المجموعات، ونلاحظ أن قيمة "ت" قدرت بـ (3,410) وهي قيمة دالة إحصائية، وبما أن مستوى الثقة (Sig) يساوي (0,00) وهي دالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0,01)، ومنه نستنتج أن النموذج صالح لاختبار هذه الفرضية، ويتضح من الجدول أن تطبيق البقطة الاستراتيجية تفسر على نحو عام ما مقداره (58%)، من التباين في المتغير التابع (ميزة الإبداع) وهي قوة تفسيرية جيدة بـ (0,579) فإن البقطة الاستراتيجية تساهم في تحقيق ميزة الإبداع بشركة نفطال، وعليه الفرضية تحققت.

الفرضية الفرعية الثانية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للبقطة الاستراتيجية في تحقيق ميزة التميز في شركة نفطال

الجدول رقم (14): نتائج تحليل تأثير البقطة الاستراتيجية على ميزة التميز

البقطة الاستراتيجية							ميزة التميز
مستوى الدلالة	مستوى الثقة Sig	قيمة "ت" T test	قيمة "ف" ANOVA	معامل الانحدار B	معامل التحديد R-deux	معامل الارتباط R	
0,01	0,00	4,586	21,028	1,941	0,478	0,691	

المصدر: من إعداد الباحثة، اعتماداً على مخرجات SPSS

يتضح من الجدول رقم (14) وجود علاقة ارتباطية بين البقطة الاستراتيجية وميزة التميز، عند مستوى الدلالة (0,01) حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (0,691) بـ (0,478)، ومعامل الانحدار قدر بـ (1,941)، وقدرت قيمة "ف" (ANOVA) (21,028) وهذا ما يدل على أن قيمة "ف" المحسوبة أكبر من قيمة "ف" الجدولية وعليه يوجد فروق بين المجموعات، ونلاحظ أن قيمة "ت" قدرت بـ (4,586) وهي قيمة دالة إحصائية، وبما أن مستوى الثقة (Sig) يساوي (0,00) وهي دالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0,01)، ومنه نستنتج أن النموذج صالح لاختبار هذه الفرضية، ويتضح من الجدول أن تطبيق البقطة الاستراتيجية تفسر على نحو عام ما مقداره (69%) من التباين في المتغير التابع (ميزة التميز) وهي قوة تفسيرية جيدة. وبالتالي فإن البقطة الاستراتيجية تساهم في تحقيق ميزة التميز بشركة نفطال، وعليه الفرضية تحققت.

الفرضية الفرعية الثالثة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للبقطة الاستراتيجية في تحقيق ميزة الابتكار في شركة نفطال

الجدول رقم (14): نتائج تحليل تأثير اليقظة الاستراتيجية على ميزة الابتكار

اليقظة الاستراتيجية							
مستوى الدلالة	مستوى الثقة Sig	قيمة "ت" T test	قيمة "ف" ANOVA	معامل الانحدار B	معامل التحديد R-deux	معامل الارتباط R	ميزة الابتكار
0,01	0,00	4,549	20,695	1,456	0,474	0,688	

المصدر: من إعداد الباحثة، اعتمادا على مخرجات SPSS

يتضح من الجدول رقم (14) وجود علاقة ارتباطية بين اليقظة الاستراتيجية وميزة الابتكار، عند مستوى الدلالة (0,01) حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (0,688)، وبلغ معامل التحديد بـ (0,474)، ومعامل الانحدار قدر بـ (1,456)، وقدرت قيمة "ف" (ANOVA) (20,695) وهذا ما يدل على أن قيمة "ف" المحسوبة أكبر من قيمة "ف" الجدولية وعليه يوجد فروق بين المجموعات، ونلاحظ أن قيمة "ت" قدرت بـ (4,549) وهي قيمة دالة إحصائية، وبما أن مستوى الثقة (Sig) يساوي (0,00) وهي دالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0,01)، ومنه نستنتج أن النموذج صالح لاختبار هذه الفرضية، ويتضح من الجدول أن تطبيق اليقظة الاستراتيجية تفسر على نحو عام ما مقداره (68%)، من التباين في المتغير التابع (ميزة الابتكار) وهي قوة تفسيرية جيدة. ومنه فإن اليقظة الاستراتيجية تساهم في تحقيق ميزة الابتكار بشركة نפטال، وعليه الفرضية تحققت.

الفرضية الفرعية الرابعة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لليقظة الاستراتيجية في تحقيق ميزة التكلفة المنخفضة في شركة نפטال

الجدول رقم (15): نتائج تحليل تأثير اليقظة الاستراتيجية على ميزة التكلفة المنخفضة

اليقظة الاستراتيجية							
مستوى الدلالة	مستوى الثقة Sig	قيمة "ت" T test	قيمة "ف" ANOVA	معامل الانحدار B	معامل التحديد R-deux	معامل الارتباط R	الميزة التكلفة المنخفضة
0,01	0,00	4,029	16,233	2,080	0,414	0,643	

المصدر: من إعداد الباحثة، اعتمادا على مخرجات SPSS

يتضح من الجدول رقم (15) وجود علاقة ارتباطية بين اليقظة الاستراتيجية وميزة التكلفة المنخفضة، عند مستوى الدلالة (0,01) حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (0,643)، وبلغ معامل التحديد بـ (0,414)، ومعامل الانحدار قدر بـ (2,080)، وقدرت قيمة "ف" (ANOVA) (16,233) وهذا ما يدل على أن قيمة "ف" المحسوبة أكبر من قيمة "ف" الجدولية وعليه يوجد فروق بين المجموعات، ونلاحظ أن قيمة "ت" قدرت بـ (4,029) وهي قيمة دالة إحصائية، وبما أن مستوى الثقة (Sig) يساوي (0,00) وهي دالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0,01)، ومنه نستنتج أن النموذج صالح لاختبار هذه الفرضية، ويتضح من الجدول أن تطبيق اليقظة الاستراتيجية تفسر على نحو عام ما مقداره (64%)، من التباين في المتغير التابع (ميزة التكلفة المنخفضة) وهي قوة تفسيرية جيدة. وبالتالي فإن اليقظة الاستراتيجية تساهم في تحقيق ميزة التكلفة المنخفضة بشركة نפטال، وعليه الفرضية تحققت.

الخلاصة:

نستخلص مما سبق أهمية اليقظة الاستراتيجية في مؤسسة نפטال للبقاء على دراية تامة بالتغيرات البيئية، التي تمكنها من مواجهة التحديات واقتناص الفرص وتعزيز قدرتها في إحداث التغييرات وتحقيق التفوق التنافسي.

وعليه يمكن عرض خلاصة نتائج هذه الدراسة على النحو الآتي مع عرض بعض الاقتراحات الهامة:

- اهتمام المؤسسة بوضع برامج تدريبية لتطوير مهارات الإبداع وتطوير الأفكار الجديدة لدى الموظفين، وكذا تشجيعهم بمشاركة أفكارهم واقتراحاتهم لتحسين العمليات والخدمات والمنتجات.
- اهتمام المؤسسة بتطوير خدمات ومنتجات مميزة لتلبية احتياجات زبائنهم مع ضمان جودة منتجاتها، وذلك من خلال التحديث الدائم لمنتجاتها وخدماتها للحفاظ على التفوق الدائم.
- اهتمام المؤسسة بإطلاق كل ما هو جديد والابتكار في إطلاق منتجات وخدمات جديدة مع إدراج برامج وخطط لتشجيع الابتكار.
- اهتمام المؤسسة بمتابعة ومراقبة وتحليل التكاليف بانتظام لتحسين كفاءة العمليات. فهي تنتهج سياسة خفض تكاليف الإنتاج التي تعد جزءاً حاسماً في النجاح التنافسي لها.
- وجود أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد اليقظة الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة بمؤسسة نפטال و هذا نظراً لاعتبارها أحد أهم المؤسسات الرائدة في مجالها.
- وجود أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد اليقظة الاستراتيجية في تحقيق ميزة الإبداع بمؤسسة نפטال باعتباره جزءاً حاسماً في تطوير كل ما هو جديد وإنشاء طرق وأساليب جديدة خاصة بالمؤسسة وحدها.
- وجود أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد اليقظة الاستراتيجية في تحقيق ميزة التميز بمؤسسة نפטال و ذلك ما يظهر جلياً في جودة منتجاتها وخدماتها.
- وجود أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد اليقظة الاستراتيجية في تحقيق ميزة الابتكار بمؤسسة نפטال لأنه يعتبر أداة فعالة في تجسيد كل الأفكار والمقترحات لتحقيق نتائج مستدامة و التفوق السوقي.
- وجود أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد اليقظة الاستراتيجية في تحقيق ميزة التكلفة المنخفضة بمؤسسة نפטال، بوضع المؤسسة أسعاراً تناسب القدرة الشرائية لزبائنهم لكسب ولائهم، مع تحقيق هامش ربح عال مقارنة بتكاليف إنتاجها.

التوصيات:

بناءً على النتائج التي جاءت بها هذه الدراسة يمكن حصرها في النقاط الآتية:

- ضرورة تبني المؤسسات نظام اليقظة الاستراتيجية ونشر ثقافته بين مختلف المستويات الإدارية بإنشاء خلية خاصة به وتحفيز جميع العمال لتقديم أفكار حديثة ومبتكرة لتحسين العمليات والخدمات والمنتجات.
- تسخير ميزانية لدعم مشاريع البحث والتطوير مع تسطير برامج تدريبية لتطوير مهارات الإبداع والابتكار لدى العمال والموظفين وتوثيق الصلة بين المؤسسات والهياكل التعليمية باعتبارها المصادر الهامة في دعم الابتكارات والتي من شأنها إكساب ميزة التفرد للمؤسسة في منتجاتها أو خدماتها.
- الاهتمام بأبعاد اليقظة الاستراتيجية لتعزيز الميزة التنافسية المستدامة لدى المؤسسة من خلال التوجه نحو الاقتصاد المعرفي والاستثمار في الأفكار التي من شأنها دعم موقف المؤسسة في السوق وتمكينها من خوض حروب المنافسة.

المراجع:

- احمد إبراهيم سعيد حسن، اثر ممارسات ادار الجودة الشاملة في تحقيق الميزة التنافسية -دراسة ميدانية في شركات الأدوية الأردنية حسب حجم الشركات، (2017)، ص 28،29 .
- إيمان بن قيصر، سارة عمرون، دور اليقظة التجارية في توجيه قرارات تطوير المنتجات الجديدة -دراسة تحليلية لآراء عينة من موظفي مطاحن عمر بن عمر بالفجوج بقالة، مجلة الباحث الاقتصادي، (2018)، ص 276.
- سعيد البرزنجي، احمد محمد فهمي سعيد، نموذج الجيل الثالث للتسويق و دوره في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة ، مجلة الغري للعلوم الاقتصادية و الإدارية، جامعة الكوفة كلية الإدارة و الاقتصاد،(2017)، ص 241،276.
- عبد الفتاح بو خمخ، عائشة مصباح، دور اليقظة الإستراتيجية في تنمية الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية، الملتقى الدولي الرابع حول : المنافسة و الاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية ، الجزائر، (2009)، ص 10.
- مريم لمروس ، أنواع اليقظة الإستراتيجية في المؤسسات الحديثة، مجلة الميدان للدراسات الرياضية و الاجتماعية و الإنسانية، (2019)، ص 25.
- منصف بن خديجة ، اليقظة الإستراتيجية كرافعة للأداء التسويقي في المؤسسة الاقتصادية -دراسة ميدانية لعينة من المؤسسات الجزائرية، مجلة العلوم الاجتماعية و الإنسانية ، العدد 32، (2015)، ص 250، 251.
- نجم عبود نجم، إدارة الابتكار المفاهيم و الخصائص والتجارب الحديثة، دار وائل للنشر و التوزيع، الأردن، ص 22
- نوفل عبد الرضا الكمري، إعادة هندسة العمليات الإدارية للموارد البشرية و تأثيرها في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة للمنظمات الفندقية ، مجلة الإدارة و الاقتصاد، العدد 115، (2018)، ص 282،301 .
- وسام دادي، الذكاء الاقتصادي في خدمة تنافسية الأقاليم -دراسة حالة الصناعات الصيدلانية و البيو تكنولوجية في الجزائر، (2016) ، ص 17.
- Alphonse Carlier , **Intelligence économique et knowledge management** ,AFNOR,(2012), p 75.
- Damien derouet, Fabien lepoivre, **veille processus et technologie** ,(2005) , p 08.
- J.F. Dhenin, B. Fournie, **50 thèmes d'initiation à l'économie : source d'entreprise** ,Edition breal ,Paris,(1998), p 203.
- M. Akli, **Veille stratégique en entreprise :communication, gouvernance et intelligence économique.** colloque international UFC. Alger Juin 2008,(2008), p 17-18.
- Margaret. Mead) , **creativity in cross-cultural perspective.** In Anderson ,creativity and its cultivation, New York : publisher,(1959) ,p 223.
- Mustapha Boroubi, **De la veille technologique à la veille stratégique : Etude conceptuelle et méthodologie de mise en œuvre** ,(1999),p 47.
- Ribaut jean micheal, **Veille stratégique, Maitriser et pratiquer la veille d'entreprise** ,AFNOR, ,(2001), p 02.
- Scott W.G , Mitchell T.R, **Organisation theory : A structural and behavioral analysis** , New york, Richard D. Irwin , Inc, ,(1994) ,p 560.