



دور اليقظة الاستراتيجية في تحقيق النجاح الاستراتيجي دراسة ميدانية في شركة ليبيا للهاتف المحمول

سبها

*حسن عبدالسلام علي عمران و مسعود سالم علي نصر أبونجيم

قسم إدارة اعمال- كلية الاقتصاد والمحاسبة- جامعة سبها، ليبيا

*للمراسلة: Has.omran@sebhau.edu.ly

المخلص تناولت الدراسة دور اليقظة الاستراتيجية في تحقيق النجاح الاستراتيجي في إطار شمولي لبناء إطار فكري و ميداني لتحديد العلاقة بين اليقظة الاستراتيجية و النجاح الاستراتيجي، وتحددت مشكلة الدراسة في السؤال التالي: هل هناك دور لليقظة الاستراتيجية في تحقيق النجاح الاستراتيجي بالشركة؟ وجاء هدف الدراسة للتعرف على الدور الذي يمكن ان تلعبه اليقظة الاستراتيجية في تحقيق النجاح الاستراتيجي وهنا تم توزيع عدد (25) استمارة استبيان شملت القيادات الادارية بالشركة في مدينة سبها، أُسترجع منها (24) استمارة وكانت قابلة للتحليل ، وبذلك توصلت الدراسة إلى وجود علاقات طردية بين اليقظة الاستراتيجية والنجاح الاستراتيجي، وكانت اهم التوصيات ضرورة العمل على ايجاد لجان او فريق لليقظة الاستراتيجية بالشركة على ان يتم تجهيزه بكافة الامكانيات المادية والبشرية اللازمة للعمل على تحقيق الاهداف التي انشأت من اجلها من خلال توفير كم كبير من المعلومات الاستراتيجية ذات الاهمية للشركة.

الكلمات المفتاحية: اليقظة الاستراتيجية ، النجاح الاستراتيجي ، شركة ليبيا.

The role of strategic vigilance in achieving strategic success Field study at Libyana mobile phone company Sabha

*Hassan Abdul Salam Ali Omran , Masoud Salem Ali Nasr Abuongem

Department of Business Administration, Faculty of Economics and Accounting, Sabha University, Libya

*Corresponding author: Has.omran@sebhau.edu.ly

Abstract The study dealt with the role of strategic vigilance in achieving strategic success within a comprehensive framework to build an intellectual and field framework to determine the relationship between strategic vigilance and strategic success, and then identify the problem of study in the following question: Is there a role for strategic vigilance in achieving strategic success of the company? The study aimed to identify the role that can play strategic vigilance in achieving strategic success; Distributed a number of (25) questionnaires included the company's administrative leaderships in the city of Sabha, retrieved (24) questionnaires were analyzable; The study found the existence of direct relations Between strategic vigilance and strategic success, and the most important recommendations were the need to work on the creation of committees or a team of strategic vigilance of the company to be equipped with all the material and human resources necessary for the work to achieve the goals, which it was established by providing a large amount of strategic information Yeh of importance for the company.

Keywords: Strategic Vigilance, Strategic Success, Libyana.

المقدمة :

طبيعية و قوة تلك العلاقة من اجل تحقيق النجاح الاستراتيجي للشركة و استمرارها.

ومن اجل تحقيق اهداف الدراسة الاساسية توزعت الدراسة على اربعة محاور رئيسية لبلورة غرضها و اسباب اختيارها وتحقيق اهدافها؛ المحور الاول سيتناول الاطار المنهجي للدراسة، اما المحور الثاني فسيتركز الى الخلفية النظرية لمتغيرات الدراسة، و في المحور الثالث سيتم عرض نتائج الدراسة و اختبار الفروض، و المحور الرابع سيتناول ابرز النتائج و اهم التوصيات التي سيتم التوصل اليها في ضوء نتائج الدراسة.

تعتبر اليقظة الاستراتيجية احد اهم الاساليب المنظمة و المهمة لإدارة الاستراتيجية، فهي تخصص بالتسيير الامثل للمعلومات التي تساعد على صناعة و اتخاذ القرار، ومنظماتنا اليوم في حاجة ماسة الى كثير من المعلومات الهامة، خاصة في ظل التغيرات السياسية و الاقتصادية و التكنولوجية و الفكرية و الاجتماعية، فالمدير اليوم نجد أنه في حاجة لإدارة المنظمة استراتيجياً، من اجل الوصول الى تحقيق النجاح الاستراتيجي و الميزة التنافسية، وبالتالي تدور الدراسة حول معرفة وجود علاقة من عدمها بين اليقظة الاستراتيجية و تحقيق النجاح الاستراتيجي بشركة ليبيا للهاتف المحمول، و الوقوف على

المحور الاول : الاطار المنهجي للدراسة:

دراسات سابقة :

أ . دراسة (خديجة، 2015) بعنوان: اليقظة الاستراتيجية كرافعة للاداء التسويقي في المؤسسة الاقتصادية: هدفت الدراسة الى معرفة مستوى ممارسة مختلف انواع اليقظة الاستراتيجية، و مستوى تحقق الاداء التسويقي، كما هدفت الدراسة الى معرفة العلاقة والاثر بين اليقظة الاستراتيجية و الاداء التسويقي، وتوصلت الدراسة الى جملة من النتائج اهمها: ممارسة مقبولة لمختلف انواع اليقظة الاستراتيجية، و تأثير ملموس لممارسة اليقظة الاستراتيجية في تحسين و رفع الاداء التسويقي في المؤسسة قيد الدراسة .

ب - دراسة (نسرين، مصطفى، 2017) بعنوان تأثير القيم التنظيمية في تحقيق النجاح الاستراتيجي: هدفت الدراسة الى تحديد مدى تأثير القيم التنظيمية كمتغير مستقل في تحقيق النجاح الاستراتيجي اما ابرز النتائج التي توصلت اليها الدراسة تمثلت بصحة فرضيات البحث بوجود علاقة ارتباطية وتأثير للقيم التنظيمية في تحقيق النجاح الاستراتيجي.

ج . دراسة (محمد، عمر، 2018) بعنوان: متطلبات التصنيع الرشيق و دورها في تحقيق النجاح الاستراتيجي: هدفت الدراسة الى معرفة متطلبات التصنيع الرشيق و قدرتها على تحقيق النجاح الاستراتيجي و الذي سيسهم في تقليل عمليات الهدر الحاصل بالمنظمة المبحوثة (مطبعة هاورا الاهلية) و من اهم النتائج التي توصل اليها البحث سعي منظمات الاعمال الى معالجة المشكلات قبل وقوعها من خلال تبني منهج التحسين المستمر في عملها.

د . دراسة (كنوش، طويطي، 2018) بعنوان دور اليقظة الاستراتيجية في تحقيق و تعزيز الميزة التنافسية: هدفت الدراسة الى التعرف على دور اليقظة الاستراتيجية في تحقيق و تعزيز الميزة التنافسية في مؤسسة كوندور و خلصت الدراسة الى مجموعة من النتائج اهمها دعم الادارة العليا على استحداث مصلحة لليقظة الاستراتيجية و نشر ثقافتها و الى التعامل مع المعلومات كمورد استراتيجي من اجل اقتناص الفرص المتاحة و مواجهة التهديدات و بالتالي تنافسية المؤسسة.

ه . دراسة (علوان و اخرون، 2018) بعنوان النجاح الاستراتيجي ودور في تحقيق قيمة المنظمة: هدفت الدراسة لمعرفة العلاقة و الاثر بين النجاح الاستراتيجي كمتغير مستقل و القيمة المنظمة كمتغير تابع و من ثم اظهار تلك العلاقة و انعكاسها على قيمتها الحالية و خرجت الدراسة بجملة من النتائج منها وجود علاقة و تأثير قوي بين النجاح الاستراتيجي و القيمة

المنظمة، بالاضافة الى ان نتائج الدراسة بينت ان جامعات تقدمت على كلية المستقبل الجامعة الاهلية من خلال الاهتمام بجميع ابعاد متغيري البحث .

و . دراسة (عائشة، بوخمخ، 2019) بعنوان دور اليقظة الاستراتيجية في تطوير الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية: هدفت الدراسة الى معرفة الدور الذي تلعبه اليقظة الاستراتيجية في تطوير و تنمية الميزة التنافسية لمعامل الهاتف النقال، و قد توصلت الدراسة الى ان المؤسسة تعتمد في صياغة استراتيجياتها التنافسية على المعلومات التي تزودها بها اليقظة حول المنافسين الحاليين و المرتقبين و نقاط قوتهم و ضعفهم و كل ما من شأنه ان يؤثر على المركز التنافسي و الحصة السوقية، كما خلصت الى ان اليقظة الاستراتيجية تمكنها من تنمية و تنوع مصادر ميزتها التنافسية.

التعليق على الدراسات السابقة

بعد الاستعراض السابق للدراسات السابقة توصل الباحثان إلى ان موضوعي اليقظة الاستراتيجية و النجاح الاستراتيجي موضوعان هامان جدا لدى كثير من الباحثين، حيث تناولت دراسات عديدة اليقظة الاستراتيجية و ربطها بالعديد من المتغيرات، و لقد اتضح من نتائج هذه الدراسات وجود نقاط مشتركة ثم الاتفاق عليها بأغلب تلك الدراسات، حيث تم الاتفاق على اهمية متغيرات اليقظة الاستراتيجية الأربعة (اليقظة التكنولوجية، و اليقظة التسويقية، و اليقظة التنافسية، و اليقظة البيئية) كمتغيرات لقياس اليقظة الاستراتيجية، كما تم الاتفاق على ان اليقظة الاستراتيجية تمثل مصدرا هاما للمعلومات و طريق نجاح لتلك المنظمات، كما تبين من خلال الدراسات السابقة التي تناولت النجاح الاستراتيجي ان النجاح الاستراتيجي هدف حقيقي لاغلب المنظمات التي تسعى نحو الريادة و التميز، و بالتالي نجد اتفاق اغلب الباحثين على متغيرات الدراسة كونه متغيرات هامة و تستحق الدراسة و خصوصا في ظل التغيرات الحاصلة في بيئات عمل المنظمات، ولعل اهم ما يميز الدراسة الحالية انها اهتمت بمعرفة متغيرات هامة و هي اليقظة الاستراتيجية و النجاح الاستراتيجي في منظمة تعد من اهم منظمات العمل الليبية و المتمثلة في شركة ليبيا للهاتف المحمول، كما تبين من خلال البحث و الاطلاع للباحثان انه لا يوجد اي دراسة في ليبيا الى حد الان منشورة تناولت الموضوع، و ان اغلب الدراسات كانت تتناول التخطيط الاستراتيجي و الادارة الاستراتيجية، و لم يتم دراسة متغير اليقظة الاستراتيجية و الذي يعد متغير هام و يستحق الدراسة و علاقتها بالنجاح الاستراتيجي؛ بالاضافة الى ذلك تأتي الدراسة

ج - بيان المقترحات الكفيلة بنجاح و تفعيل اليقظة الاستراتيجية في منظمات الاعمال الليبية وبالشكل الذي يضمن تحقيق النجاح الاستراتيجي لها .

4 - فروض الدراسة :

رئيسي : توجد علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية عند مستوى معنوي (5%) بين اليقظة الاستراتيجية و النجاح الاستراتيجي.

أ - توجد علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية عند مستوى معنوي (5%) بين اليقظة البيئية و النجاح الاستراتيجي.

ب - توجد علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية عند مستوى معنوي (5%) بين اليقظة التكنولوجية و النجاح الاستراتيجي.

ج - توجد علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية عند مستوى معنوي (5%) بين اليقظة التنافسية و النجاح الاستراتيجي.

د - توجد علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية عند مستوى معنوي (5%) بين اليقظة التسويقية و النجاح الاستراتيجي.

5 - اهمية الدراسة:

أ - تتبع اهمية الدراسة من اهمية النجاح الاستراتيجي للمنظمات باعتباره الهدف الحقيقي الذي تسعى اغلب المنظمات لتحقيقه.

ب - كما تتبع اهمية الدراسة من خلال تناول عنصر هام وله اثر كبير على كثير من المؤسسات و هو اليقظة الاستراتيجية.

ج - بالاضافة الى تقديم مجموعة توصيات يمكن ان تحقق استفادة للشركة.

6 - مجتمع وعينة الدراسة :

تكون مجتمع الدراسة من جميع العاملين بشركة ليبيا للهاتف المحمول بمدينة سبها و البالغ عددهم (106)، و كانت عينة الدراسة مكونة من جميع القيادات بالشركة و بعض الموظفين ذوي الخبرة حيث تم توزيع عدد (25) صحيفة استبيان، متبعة لاسلوب الحصر الشامل فيما يخص القيادات الادارية بالشركة، و ثم استرجاع عدد (24) استمارة ، كانت صالحة للتحليل، اي مانسته (23%) من مجتمع الدراسة الاصلي و قد تم بناء اداة الدراسة بالاعتماد على دراسات سابقة ثم ذكرها في الدراسات السابقة لهذا البحث متضمنة بعض التطوير على بعض الفقرات.

المحور الثاني: الاطار النظري لمتغيرات الدراسة:

1 - مفهوم اليقظة الاستراتيجية:

تعد اليقظة الاستراتيجية عملية استراتيجية تزود المؤسسة بالمعلومات التي تؤهلها لمواجهة المنافسة بشكل افضل بالاعتماد على اسس و مقاييس عملية، ولقد حظيت بعدة تعريفات حيث عرفت بانها النشاط الذي يمكننا من البقاء على علم بكل

في توقيت هام جدا بالنسبة للمنظمة المبحوثة حيث ازدادت التغيرات الحاصلة في البيئة المحيطة سواء التكنولوجية او التسويقية او التنافسية مما يجعل من الاهمية للشركة ان تنظر في خططها و استراتيجياتها و اهدافها بالشكل الذي يضمن لها تحقيق ميزة تنافسية في مجالها و مواجهة العولمة و مانتج عنها من اضطراب و تغيير في بيئة المنظمات و بالتالي يأتي هذا الموضوع لاستكمال حلقة البحث حول المعلومة و اهميتها كوسيلة و مدخل من مداخل اليقظة الاستراتيجية لتحقيق النجاح الاستراتيجي.

2 - مشكلة الدراسة:

تواجه منظمات الاعمال في وقتنا الحاضر العديد من التحديات خاصة في ظل التطورات العلمية و التكنولوجية، و المعرفية، وربما يتمثل ابرز تلك التحديات في المنافسة القوية بين اغلب المنظمات، حيث اصبحت المنافسة اداة ضاغطة على اغلب المنظمات لغرض التطوير و التحسين المستمر، و بالتالي منظمات اليوم في حاجة ماسة لقيادات استراتيجية ناجحة تؤمن بالتغيير و التطوير و التحسين المستمر و تواكب كل ما هو جديد لتحقيق النجاح الاستراتيجي للمنظمات، وفي هذا الصدد نجد ان اليقظة الاستراتيجية تلعب دور نشط في توفير المعلومات الضرورية في كثير من النواحي بما يمثل قوة حقيقية للمنظمة و التي تُترجم قدرتها المتميزة في توقع المستقبل ليس فقط لاستغلال الفرص و تجنب التهديدات، و لكن لتحليل الأنشطة الاقتصادية و حمايتها و تحقيق أهداف المنظمات و تمكينها من المشاركة في الساحة التنافسية بأفضل الطرق ، و من هذا المنطلق كان الاهتمام بهذا الموضوع حيث يمكن صياغة مشكلة الدراسة في الاسئلة الآتية:

أ - هل لدى ادارة الشركة معرفة باليقظة الاستراتيجية و النجاح الاستراتيجي و أهميته كل منهم؟

ب - هل هناك دور لليقظة الاستراتيجية في تحقيق النجاح الاستراتيجي بالشركة؟

3 - اهداف الدراسة:

تهدف الدراسة الى تحقيق مجموعة من الاهداف على النحو التالي:

أ - تحديد و توصيف نوع العلاقة بين اليقظة الاستراتيجية في شركة ليبيا للهاتف المحمول محل الدراسة و تحقيق النجاح الاستراتيجي و تحديد الاهمية النسبية لمتغيرات اليقظة الاستراتيجية من حيث مقدرتها على تحقيق النجاح الاستراتيجي.

ب - تقديم اضافة علمية نظرية متواضعة للمكتبة الليبية و العربية فيما يخص المتغيرات المبحوثة.

اين توجد المعلومة؟ ثم تتبعها عملية الجرد لكل المعلومات الموجودة بالمنظمة و تنتهي بوضع خطة عمل اي تحديد مصادر المعلومات.

ب . التحليل و التركيب: بعد مرحلة جمع المعلومات يتكون لنا رصيد خام منها تأتي مرحلة تحليل و تركيب المعلومات المجمعة و هي مرحلة صعبة اذ تقوم على ترجمة المعلومات و تقديمها في شكل تقارير او جداول او اشكال بيانية، و تهدف هذه المرحلة الى فرز و حفظ المعلومات بحيث لا تحتفظ الا بالمعلومات الملائمة و السديدة، اي المعلومات التي تعطي اكبر قيمة لمتخذ القرار.

ج . النشر و اتخاذ القرار: بعد الانتهاء من المرحلة السابقة يكون هناك كم كبير من المعلومات المعالجة و لا يكون لهذه المعلومات اي قيمة اذا تم احتجازها و لم تُنشر في الوقت المناسب و الى الشخص المناسب لاتخاذ القرار، فكل الخطوات السابقة لا تجدي نفعا اذا لم يتم نشر المعلومة لتصل الى مُتخذ القرار، ثم التقييم و المراجعة للآثار الناجمة عن القرار

4 - معلومات اليقظة الاستراتيجية:

ان هدف اليقظة الاستراتيجية هو تحصيل المعلومات التي تساعد المنظمة على التعرف على اهم التغيرات التي تحدث في محيطها الخارجي خاصة تلك المعلومات التي تنتبأ بالاحداث التي يمكن ان تقع بالمستقبل، و بالتالي يمكن تمييز الانواع الاساسية للمعلومات التي تستهدفها اليقظة الاستراتيجية كالتالي:

أ . معلومات التحكم: و تضم المعلومات التي تنتجها المنظمة و توجهها للاستعمال الداخلي، و تمكن هذه المعلومات المنظمة من مقارنة ادائها باداء احسن المنظمات، و يتم تسيير هذه المعلومات عن طريق النظم المعلوماتية كنظم معلومات الموارد البشرية، و نظم الجودة ، و نظم الانتاج غير انها لاتمثل وزن كبير بالنسبة لليقظة الاستراتيجية و تعتبر معلومات مدعمة فقط.

ب . معلومات التأثير: و هي المعلومات التي انتجت داخل المنظمة و وُجّهت للاستعمال الخارجي، أي موجهة لافراد و مجموعات خارج المنظمة (عملاء، موردون) و تعتبر نظم المعلومات التسويقية من الانظمة التي تقوم بتسييرها و تبقى هي الاخرى مجرد معلومات مدعمة لمعلومات اليقظة الاستراتيجية.

ج . اشارات الانذار المبكرة: تمثل هذه المعلومات الرئيسية و الاساسية التي تسعى المنظمة للحصول عليها، و تشمل المعلومات الاستراتيجية التي جمعت من خارج المنظمة و الموجهة للاستعمال الداخلي، و هي تعبر عن التطورات التي لم تتحقق تماما، و انما تأتي بحصول شئ لة تأثير على المنظمة. (زرواط ، 2014).

المستجدات في القطاع الذي نشغلة (عمر، 2017): كما عرفت بانها الاداة التي تعتمد عليها المنظمة لاكتشاف المنافسين الحاليين و المرتقبين الذين من الممكن ان يؤثروا على اداء المنظمة و من الممكن ان يشكلوا فرص نجاح لها (يامينة، 2016)، كما عرفت بانها العملية التي يشارك فيها كافة الافراد العاملين في المنظمة بطريقة اختيارية لتوفير و مشاركة المعلومات الخاصة بكافة المتغيرات التي من الممكن ان تؤثر على سير العمليات بالمنظمة (El Qasmi، 2013) وعرفت اليقظة ايضا عملية استراتيجية تعتمد عليها المنظمة لمواجهة المنافسة الخارجية بالاعتماد على الاسس و المقاييس العلمية لمتابعة كافة المستجدات التي من الممكن ان تواجهها (2012، Attansey).

2 - أهمية اليقظة الاستراتيجية: تساهم اليقظة الاستراتيجية بشكل كبير في نجاح المنظمات من خلال:

أ . السماح للتنبؤ بالتحديات أو العقبات المستقبلية التي ستواجهها المنظمة.

ب . تمثل اليقظة أداة تنافسية تسمح بالتنبؤ والتفوق على المنافسين، و التي يمكن من خلالها للمنظمة تطوير عدد من المزايا التنافسية، بما يتيح التحسين المستمر للسلع و الخدمات، و بالتالي تحسين علاقاتها مع عملائها و الموردين.

ج . تساهم اليقظة الاستراتيجية في الوصول إلى ثروة من المعرفة والخيارات.

د . ضمان استجابة جيدة لاحتياجات العملاء و اكتشاف أسواق جديدة.

هـ . تكيف المنتج مع التغيرات الجديدة، وكذلك تحسين الخصائص التقنية لجودة الانتاج وخفض التكاليف.

و . زيادة قدرة المنظمة و سرعة رد الفعل على التغيرات الحاصلة بالبيئة المحيطة.

ز . تساعد اليقظة الاستراتيجية المنظمة في معرفة المنافسين الحاليين في القطاع و توجيه الانتباه إلى المنافسين المحتملين الذين لا يمكن تجاهلهم حيث دخولهم في السوق يعني إدخال قدرات و تقنيات جديدة مما يؤثر على الأرباح.

ح . رفع القدرة الابتكارية للمنظمة. (Fadhiela، 2018)

3 - مراحل اليقظة الاستراتيجية:

تمر عملية اليقظة الاستراتيجية بثلاثة مراحل اساسية وهي:

أ . الجمع: تتمثل هذه المرحلة في معرفة جيدة لبيئة العمل، وتبدأ هذه المرحلة من تحديد المستهدف و الذي سيتم تركيز كل مجهودات اليقظة عليه، فهناك عدة اسئلة اساسية نطرحها و هي مهمة جدا في عملية جمع المعلومات: من نراقب؟ ماذا نراقب؟

4 - خصائص اليقظة الاستراتيجية:

هناك مجموعة من الخصائص التي تتميز بها اليقظة الاستراتيجية:

أ . اليقظة عملية تطوعية: هي عبارة عن تعقب و تحري عن المعلومات فهي تتطلب الإرادة و التضحية بهدف نجاح المؤسسة.

ب . التعاون الجماعي: اليقظة تتطلب تعاون مجموعة من الافراد، الذين يملك كل منهم مهارات خاصة.

ج . عملية ابداعية: تسعى اليقظة الى تفسير الاشارات المبكرة للخطر فهي تسعى لخلق رؤى متطورة و ليس لوصف احداث سابقة.

د . التنبؤ: تعتبر اليقظة الاستراتيجية استشعار و رصد لكل ما يحيط بالمنظمة.

هـ . الاستراتيجية: تتميز اليقظة الاستراتيجية بأن لها طابع وبعد استراتيجي من خلال مساهمتها في صنع القرارات داخل المنظمة. (محمود، 2017).

5 - ابعاد اليقظة الاستراتيجية:

أ . اليقظة التكنولوجية: يؤكد هذا النوع من اليقظة على قدرة المؤسسة في متابعة التطورات التكنولوجية الخاصة بنظم المعلومات و الانترنت و غيرها من البرمجيات المعاصرة باعتبارها احد مكونات البيئة الخارجية لمساعدتها على تحديد الفرص و التهديدات المتعلقة بالجانب التكنولوجي و توظيف ذلك في تعزيز القدرات التنافسية الخاصة بها (Savescu، 2014).

ب . اليقظة التنافسية: و هي عبارة عن النشاط الذي تتعرف من خلاله المؤسسة على منافسيها الحاليين و المرتقبين و هي تهتم ايضا بالمحيط الذي تتطور فيه المؤسسات المنافسة و هذا من خلال جمع المعلومات المحصل عليها من تحليل الصناعة و تحليل المنافسة و هي تعتبر مكملة لليقظة التكنولوجية و التجارية (هاجر، رقية، 2018).

ج . اليقظة التسويقية او التجارية: يتعلق هذا النوع بالزبائن و الذي يركز على تحديد احتياجاتهم و تلبيةها و من ناحية اخرى تركز على الموردين باعتبارهم المورد الرئيسي لكافة المواد الخام التي تحتاجها المؤسسة في تنفيذ عملياتها المختلفة جهة اخرى، لذا يمكن للمؤسسة من خلال هذا النوع من اليقظة بناء علاقات طويلة الامد معهم (Heintz et al، 2016).

د . اليقظة البيئية: و هي المراقبة و التيقظ للتطورات التي تحدث في نشاط المؤسسة و تخص ماتبقى من عناصر بيئة المؤسسة التي لم تؤخذ بعين الاعتبار في الانواع السابقة الاجتماعية و القانونية و السياسية و الثقافية و الجيوسياسية، و

تسمح اليقظة البيئية بتحديد و مراقبة الظواهر الاجتماعية المرتبطة بالاداء في المؤسسة (الصرعات الدينية و العرقية و الاحتجاجات و غير ذلك، كما تسمح اليقظة البيئية بتوفير مناخ اجتماعي سليم يساهم في جعل المبادلات جيدة بين افراد الجماعة و سهولة معالجة المشكلات الداخلية (غلاب، مليكة، 2012).

6 - مفهوم النجاح الاستراتيجي:

تواجه منظمات الاعمال تحديات كبيرة بسبب زيادة المنافسة و التغيرات المتسارعة في البيئة التنظيمية التي تعمل فيها، حيث تعددت المفاهيم التي وصفت النجاح الاستراتيجي للمنظمة حيث عُرّف بأنه قدرة المنظمة على البقاء في ميدان الاعمال، و التكيف و الاستجابة، و النمو و التعليم المستمر في ظل تحقيق اهدافها (العنزي، 2010); كما ثم تعريفه بأنه قدرة المنظمات على صياغة استراتيجية واضحة و مرنة مع التنفيذ الفعال لها في ظل وجود ثقافة تحفيزية و ابداع لدى العاملين مما يؤدي إلى رضا الزبون الذي يعد الهدف الاسمي للمنظمات و تطلعاتها البعيدة الأمد (خليل، حمود، 2019).

7 - معايير النجاح الاستراتيجي:

أ . البقاء: يمثل البقاء جوهر النجاح الاستراتيجي و المرتكز الاساسي الذي يمكن ان تنطلق منه المنظمة للبحث عن وضع ملائم، اي لاجراء المزيد من عمليات التكيف مع البيئة المحيطة بها، و يرى مجموعة من الباحثون ان مجرد بقاء المنظمة في دائرة المنافسة يعد نجاحا بحد ذاته لان المنظمة تنطلق منه للبحث عن وضع ملائم ثم التكيف المستمر مع البيئة المحيطة في الامد البعيد. (محمد، عمر، مرجع سبق ذكره).

ب . التكيف و الاستجابة: اصبح التغيير امر حتمي للمنظمات خصوصا في ظل التغيرات الداخلية و الخارجية التي تمر بها منظمات العمل و التي تتطلب استجابة من المنظمة كي تبقى منتجة و منافسة، و يعد التغيير امر تطوري و بالتالي يتطلب الاستجابة من المنظمة للحفاظ على الميزة التنافسية، و يرى مجموعة من الباحثون ان المنظمات يمكن ان تتكيف مع التغيرات البيئية خلال التعديلات في الهيكل و الممارسات و ان غرض التكيف ان ينجز و يبقى التوازن المنظمي و تحقيق التوازن هو سلوك ترويج للسيطرة على البقاء و النمو المنظمي. (الذجاوي، 2016).

ج . النمو: عُرّف النمو بأنه قابلية المنظمات على التميز عبر تنوع انشطتها و تنمية توجهاتها و تطوير برامجها، يعد النمو من الاهداف التي تجعل المنظمة تعمل للحصول على موقع متقدم في مجال عملها من خلال الزيادة في العمليات و الاستثمارات المستعملة و حجم العوائد المحققة لها جراء هذه

ليس من وقت لآخر فقط و لكن طول الوقت و ينبغي ان توازن المنظمات في الوقت الحاضر نفسها للابداع و التغيير ليس فقط من اجل الازدهار و لكن للبقاء في عالم المنافسة الحادة. (علوان واخرون، مرجع سبق ذكره).

الاستثمارات و من ثم زيادة حجمها و بمعنى اخر يكون حجم المنظمة في المستقبل افضل مما هو عليه الان، والمنظمة لاتستطيع ذلك الا اذا استطاعت ان تترجم ذلك الى اهداف خاصة بنوعية معينة و على المنظمات ان تنمو سريعا لمجاراة التغيرات التي تحدث حولها و ينبغي ان تعدل المنظمات نفسها

المحور الثالث : نتائج الدراسة واختيار الفروض:

جدول 1 التحليل الوصفي للبيانات الديموغرافية

النسبة	التردد		
16.7	4	30-20	العمر
54.2	13	40-31	
25.0	6	50-41	
4.2	1	أكثر من 50	
37.5	9	5-1	الخبرة
16.7	4	10-6	
4.2	1	15-11	
29.2	7	أكثر من 15	الجنس
12.5	3	بيانات مفقودة	
100.0	24	نكر	
16.7	4	دبلوم عالي	
75.0	18	بكالوريوس	المستوى التعليمي
4.2	1	ماجستير	
4.2	1	إخرى	

و فيما يخص المستوى التعليمي لعينة الدراسة فكما يُشير الجدول إلى أن 75% من أفراد العينة هم من حملة البكالوريوس، في حين كانت الفئة التي تليها من حملة الدبلوم العالي و بنسبة 16.7%، أما حملة المؤهلات العليا - الماجستير - فقد كانت نسبتهم ضئيلة جداً فقط 4.2%.

قبل الشروع في تحليل أسئلة الاستبيان المتعلقة بدور اليقظة الاستراتيجية في تحقيق النجاح الاستراتيجي، لابد من اختبار و قياس مدى ثبات و صدق اسئلة الاستبيان (يقصد بالثبات: أي في حال اعادة توزيع الاستبيان مرة أخرى تحصل على نفس نتائج المرة الاولى) وذلك باستخدام معامل (ألفا كرونباخ) الذي يعطي قيم تتراوح بين (0 - 1)، فكلما كان هناك ثبات أكبر كان قيمة المعامل أقرب للواحد والعكس صحيح.

يُشير الجدول السابق إلى المتغيرات الديموغرافية لعينة الدراسة، حيث كانت غالبية أعمار من ثم إسْتقصاء أرائهم بين الثلاثين والخمسين عاماً حيث بلغت نسبتهم 79%، أما من هم فوق الخمسين عاماً فقد كانت نسبتهم ضئيلة لم تتعدى 4.2%، بينما فئة الشباب في مقتبل العمر أي من 20-30 سنة فقد كانت نسبتهم 16.7%.

أما بخصوص خبرة العينة المفحوصة فكانت النسبة الأكبر ممن لديهم خبرة أقل من 6 سنوات. في حين كانت الفئة التي تمتلك خبرة أكثر من 15 سنة فقد كانت نسبتهم 29.2. أما بخصوص توزيع عينة الدراسة حسب الجنس فانه و كما هو واضح فإن كل العينة كانت من فئة الذكور، و هذا مرده إلى سببين إما أن يكون مجتمع الدراسة فعلاً متكون من فئة الذكور فقط أو أن السبب يرجع إلى الصدفة و هو أحد عيوب أسلوب استخدام العينة العشوائية.

جدول 2 يبين معامل كرونباخ ألفا لإسئلة الأستبيان

عدد الفقرات	معامل كرونباخ ألفا	الفقرة
4	0.877	اليقظة البيئية
4	0.682	اليقظة التكنولوجية
4	0.698	اليقظة التنافسية
4	0.886	اليقظة التسويقية
16	0.905	اليقظة الاستراتيجية
4	0.729	البقاء في ميدان العمل
4	0.629	التكيف والاستجابة
4	0.844	النمو
12	00.86	النجاح الاستراتيجي

لقياس آراء المفحوصين و إتجاهاتهم حول بنود الأستبيان ثم اللجوء إلى مقياس ليكارت الخماسي و من أجل تحديد الاتجاهات العامة المستقصاة، تم اللجوء إلى الجدول التالي و الذي يبين قياسات الاتجاهات العامة.

عليه و من خلال إجراء هذا الأختبار يتبين أن معامل ألفا كرونباخ يساوي 0.860 لجميع فقرات الأستبيان، في حين كانت مستويات الثبات الخاصة باليقظة الاستراتيجية عند مستوى 0.905، و المعامل الخاص بالنجاح الاستراتيجي عند مستوى 0.860 و هي جميعها أكبر من (0.6) و هو المستوى المتعارف عليه بالقبول في مثل هذا النوع من الدراسات.

جدول 3 يبين اتجاه ردود المشاركين على المتوسط المرجح بإستخدام مقياس ليكارت الخماسي

المستوى	المتوسط المرجح
منخفض جداً	من 1 إلى 1.8
منخفض	من 1.80 إلى 2.6
متوسط	من 2.60 إلى 3.4
عالٍ	من 3.40 إلى 4.2
عالي جداً	من 4.20 إلى 5

يبين الجدول رقم (3) اتجاه ردود المشاركين على المتوسط المرجح بإستخدام مقياس ليكارت الخماسي

جدول 4 التحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة

معامل التفرطح	معامل الالتواء	الانحراف المعياري	المتوسط	المدى	
-0.108	-0.438	0.766	3.448	3	اليقظة البيئية
0.275	-0.485	0.706	3.583	3	اليقظة التكنولوجية
2.573	1.324	0.599	3.198	2.75	اليقظة التنافسية
1.393	-0.815	0.709	3.990	3	اليقظة تسويقية
1.409	-0.186	0.587	3.531	2.75	البقاء في ميدان العمل
1.681	-0.296	0.657	3.677	3	التكيف والاستجابة
1.652	-0.976	0.697	3.990	3	النمو

الشركة عند مستوى 3.99 أي عالٍ جداً. وكان متوسط التكيف والنمو 3.677 وهو مرتفع أيضاً مما يدل على أهمية المتغير ، وجاء متغير البقاء بمتوسط 3.531 وهو مرتفع أيضاً مما يدل على ان متغير النجاح الاستراتيجي يشكل أهمية كبيرة حسب وجهة نظر عينة الدراسة كما بين الجدول السابق أيضاً أن معامل الالتواء لجميع الفقرات كان عند المستويات الطبيعية فيما عداً اليقظة التنافسية حيث كان معامل الالتواء عند مستوى 1.324 أي أنه هناك بعض الأجابات المتطرفة جهة اليمين

يبين الجدول السابق أن أغلب آراء المفحوصين في المتوسط كانت في المستوى العالٍ حول بنود أسئلة الأستبيان، في حين كانت آرائهم حول اليقظة التنافسية عند مستوى 3.198 أي في المستوى المتوسط تقريباً وكانت عالية فيما يخص البيئة التسويقية والتي بلغ المتوسط فيها 3.990 بينما كان المتوسط لليقظة البيئية فوق المتوسط حيث بلغ 3.448 وكذلك الحال بالنسبة لليقظة التكنولوجية والتي بلغ فيها المتوسط الحسابي 3.583 فوق الوسط الفرضي . بينما كانت آراء المفحوصين حول نمو

غير أنه لا يُعتقد أن تؤثر تلك القيم على نتائج التحليل خصوصاً و أن جميع المتغيرات تتبع التوزيع الطبيعي كما هو مشار إليه في الجدول التالي.

جدول 5 إختبار التوزيع الطبيعي

النمو	التكيف والاستجابة	البقاء في ميدان العمل	اليقظة التسويقية	اليقظة التنافسية	اليقظة التكنولوجية	اليقظة البيئية	
.187	.211	.229	.148	.254	.223	.237	مطلق
.146	.206	.188	.148	.254	.152	.180	موجب
-.187	-.211	-.229	-.143	-.162	-.223	-.237	سالب
.917	1.033	1.121	.727	1.247	1.090	1.159	Kolmogorov-Smirnov Z
.369	.236	.162	.666	.089	.186	.136	Sig. (2-tailed)

جمعت كافة الابعاد المكونة للنجاح الاستراتيجي ويمكن صياغة العلاقة كالتالي :

H1 : اليقظة الاستراتيجية ≠ النجاح الاستراتيجي .

HA : اليقظة الاستراتيجية < النجاح الاستراتيجي .

تحليل الارتباط : قبل الشروع في التحليل الخطي لابد من اجراء تحليل الارتباط لفهم السياق العام للعلاقات بين كل من المتغيرين ، وكذلك الابعاد المكونة لليقظة الاستراتيجية ، والجدول التالي يبين تلك المتغيرات :

يبين الجدول رقم 5 نتائج التوزيع الطبيعي لفقرات الاستبيان الخاصة بكل محدد من محددات المتغيرات الخاصة بالدراسة، حيث تشير النتائج إلى أن كافة المحددات تتبع التوزيع الطبيعي . اختبار الفرضيات :

تركز الدراسة على اختبار الفرضية الرئيسية توجد علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية عند مستوى معنوية (5%) بين اليقظة الاستراتيجية والنجاح الاستراتيجي ، واختبار ذلك ثم عمل اختبار تحليل الارتباط حيث جمعت البنود الاربعة الخاصة باليقظة الاستراتيجية لتكون المتغير المستقل للدراسة ، في حين

جدول 6 معامل الارتباط بين محددات اليقظة الاستراتيجية ومحددات النجاح الاستراتيجي

النمو	التكيف	البقاء في ميدان العمل	اليقظة التسويقية	اليقظة التنافسية	اليقظة التكنولوجية	اليقظة البيئية	
						1	اليقظة البيئية
						.456*	اليقظة التكنولوجية
				1	.525**	.533**	اليقظة التنافسية
			1	.344	.773**	.504*	اليقظة التسويقية
		1	.850**	.430*	.709**	.355	البقاء في ميدان العمل
	1	.774**	.605**	.584**	.599**	.257	التكيف
1	.550**	.360	.082	.474*	.184	.335	النمو

* علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.05

** علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.01

وتجدر الإشارة إلى ان اليقظة التنافسية ترتبط ارتباط طردي وثيق بينها وبين محددات النجاح و هي البقاء في ميدان العمل و التكيف و النمو، عند مستويات 0.43 و 0.58 و 0.47 على التوالي، و تعتبر اليقظة التنافسية المحدد الوحيد من محددات اليقظة الاستراتيجية المرتبط بكافة محددات النجاح الإستراتيجي. من أجل دراسة العلاقة بين محددات اليقظة البيئية و النجاح الإستراتيجي تم الاعتماد على تحليل الأندثار الخطي المتدرج بين المتغيرات، كما نلاحظ من الجدول التالي فإن نتائج التحليل قد بينت أن النموذج المستخدم إستطاع تفسير 51.6% من التغيرات التي طرأت على النجاح الاستراتيجي و كان مردها إلى محددتين إثنين فقط من محددات اليقظة الاستراتيجية و هما (

كما هو مبين بالجدول السابق فإن هناك علاقة طردية قوية بين اليقظة البيئية و كافة المحددات الإخرى المتعلقة باليقظة الاستراتيجية. كما أن العلاقة يمكن القول بأن نفس العلاقة تكاد تكون واضحة بين اليقظة التكنولوجية وباقي المحددات الأخرى كاليقظة التنافسية و التسويقية، كما أنه من الملاحظ وجود علاقة طردية بين اليقظة التكنولوجية و بعض محددات النجاح الأستراتيجي كالبقاء في ميدان العمل و التكيف عند مستوى (0.60 و 0.71) على التوالي.

كما تشير النتائج إلى ارتباط طردي قوي بين كل من البقاء في ميدان العمل و التكيف عند مستوى 0.77، وكذلك بين التكيف و النمو عند مستوى 0.55.

البيقة التنافسية و البيقة التسويقية (كما هو ظاهر في الجدول رقم 8

جدول 7 ملخص العلاقة الخطية

Std. Error of the Estimate	Adjusted R Square	R Square	R	
0.39564	0.47	0.516	.718 ^b	
<p>يوضح الجدول ان معامل الارتباط بلغ (R = 0.718) اما معامل التحديد (R2 = 0.516) حيث فسر متغير البيقة الاستراتيجية (51.6) من التباين الكلي الحاصل في مستوى النجاح الاستراتيجي وهنا نستطيع القول بقبول الفرضية التي</p>				
<p>تنص : توجد علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية عند مستوى معنوية (5%) بين البيقة الاستراتيجية والنجاح الاستراتيجي . .</p>				
جدول 8 تحليل التباين للعلاقة الخطية				
Sig.	F	Mean Square	Df	Sum of Squares
.000 ^c	11.194	1.752	2	3.504 Regression
		0.157	21	3.287 Residual
			23	6.791 Total

يوضح الجدول اعلا دور البيقة الاستراتيجية في تحقيق النجاح
الاستراتيجي لشركة ليبيا للهاتف المحمول حيث بلغت قيمة f
(المحسوبة (11.194) وهي اصغر من مستوى الدلالة
(0.05) وهنا يتضح لنا وجود علاقة ارتباط ذات دلالة
احصائية عند مستوى معنوية (5%) بين البيقة الاستراتيجية
والنجاح الاستراتيجي . .

جدول 9 معاملات العلاقة الخطية

Sig.	t	Standardized Coefficients		Unstandardized Coefficients	
		Beta	Std. Error	B	
				1.123	(Constant)
0.057	2.012		0.558	0.403	البيقة التنافسية
0.012	2.746	0.444	0.147	0.331	البيقة التسويقية
0.014	2.672	0.432	0.124		

من خلال الجدول يتضح ان للبيقة التنافسية و البيقة التسويقية
دور كبير في تحقيق النجاح الاستراتيجي .

$$y = 1.123 + 0.403x_1 + 0.331x_2 + e$$

حيث أن
y = النجاح الاستراتيجي
x₁ = البيقة التنافسية
x₂ = البيقة التسويقية

المحور الرابع : النتائج والتوصيات:

اولا : النتائج :

- 1 - تبين من خلال الدراسة وجود علاقة طردية مابين البيقة الاستراتيجية و النجاح الاستراتيجي بالشركة و ان للبيقة التنافسية و البيقة التسويقية دور كبير في تحقيق النجاح الاستراتيجي.
- 2 - تبين من خلال الدراسة وجود علاقة طردية قوية بين البيقة البيئية و كافة المحددات الاخرى المتعلقة بالبيقة الاستراتيجية.
- 3 - كما تبين ان العلاقة تكاد تكون واضحة بين البيقة التكنولوجية و باقي المحددات الاخرى كاليقة التنافسية و التسويقية.
- 4 - وجود علاقة طردية بين البيقة التكنولوجية و بعض المحددات النجاح الاستراتيجي كالبقاء في ميدان العمل و التكيف.
- 5 - كما اشارت النتائج الى وجود ارتباط طردي قوي بين كل من البقاء في ميدان العمل و التكيف، و كذلك بين التكيف و النمو.

النجاح الاستراتيجي، جامعة تكريت ، كلية الإدارة والاقتصاد، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد (4)، العدد 44.

[4]- كنوش نبيل، طويطي مصطفى، (2018)، دور اليقظة الاستراتيجية في تحقيق وتعزيز الميزة التنافسية، الجزائر، المركز الجامعي احمد بن يحيى، مجلة المعيار، المجلد التاسع، العدد (4).

[5]- بشرى محمد علوان، سعدية حاييف كاظم ، امير علي خليل،(2018)، النجاح الاستراتيجي و دورة في تحقيق قيمة المنظمة، مجلة جامعة كربلاء العلمية، المجلد السادس عشر، العدد الثالث.

[6]- مصباح عائشة ، بوخمخ عبدالفتاح (2019)، دور اليقظة الاستراتيجية في تطوير الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية، الجزائر، مجلة دراسات اقتصادية ، المجلد (6)، العدد (1).

[7]- عمر، ولد عابد، لمين علواطي، (2017)، اليات تطبيق اليقظة الاستراتيجية بالمؤسسات الاقتصادية الجزائرية، الاكاديمية للدراسات الاجتماعية والانسانية، العدد 17 ، ص 3 - 15.

[8]- يامينة، مرابطي (2016)، دور اليقظة الاستراتيجية في الوقاية من الازمات التسويقية للمؤسسات الخدمية، رسالة ماجستير، كلية علوم اقتصادية علوم التسيير و العلوم الاقتصادية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة.

[9]- El Qasmi , Mohamed Jaouad (2013) management par processus & la veille stratégique , Journal of the Royal Society Interface, VOL67

[10]- Attansey , Matthew Ignatius (2012) Vigilance Versus Complacency: Communication Strategies Used During Fargo's Recent Major Floods To Confront Risk Fatigue , In Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Doctor Of Philosophy , Dissertation Submitted to the Graduate Faculty of the North Dakota State University of Agriculture and Applied Science.

[11]- Fadhiela Salman Dawood , Ali Fakhri Abbas (2018) , The Role of Strategic Vigilance in the Operational Performance of the Banking Sector: Field Research in a Sample of Private Banks , European Journal of Business and Management , Vol.10, No.21 .

[12]- زرواط، فاطمة الزهراء، ملاحي، رقية، (2014)، دور المعلومة كمورد حيوي في تحقيق اليقظة الاستراتيجية، جامعة السودان للعلوم و التكنولوجيا، مجلة العلوم الاقتصادية، (15)، (1).

6 - تبين من خلال الدراسة ان اليقظة التنافسية المحدد الوحيد من محددات اليقظة الاستراتيجية المرتبط بكافة محددات النجاح الإستراتيجي.

7 - كما تبين ان اليقظة التنافسية ترتبط ارتباط طردي وثيق بينها وبين محددات النجاح وهى البقاء في ميدان العمل والتكيف والنمو .

8 - كما تبين ان الفكر الاستراتيجي لايزال محدود في شركة ليبيا للمهاتف المحمول و الامر الذي يرجعه الباحثون لقلة المنافسة بالاضافة الى النقص الحاصل في مفهوم اليقظة الاستراتيجية.

التوصيات :

1 - ضرورة قيام قيادات الشركة بالتركيز اكثر في موضوع اليقظة الاستراتيجية و تعزيز ممارساتها و ذلك في كافة المستويات الادارية بما يسهم في تحقيق مستويات مرضية من النجاح الاستراتيجي.

2 - ضرورة نشر و ترسيخ فلسفة اليقظة الاستراتيجية في كافة المستويات و تعزيزها لما لها من اثر في خفض التكاليف و تحقيق الاستجابة السريعة للعملاء ومواجهة المنافسة.

3 - العمل على ايجاد لجان او فريق خاص لليقظة الاستراتيجية بالشركة على ان يتم تجهيزه بكافة الامكانيات المادية و البشرية اللازمة للعمل على تحقيق الاهداف التي قامت من اجلها.

4 - الاهتمام باستخدام التقنيات الحديثة بما ينسجم والتطورات الحاصلة في عالم اليوم و بما يحقق النجاح الاستراتيجي.

5- الاهتمام بتوفير كم كبير من المعلومات الاستراتيجية في كافة المجالات ذات الاهمية للشركة بما يضمن السرعة في الاستجابة لكافة المتغيرات.

6 - العمل على اجراء مزيد من الدراسات في مثل هذه الموضوعات لما لها من اهمية بالغة بكافة منظمات العمل.

المراجع

[1]- منصف ، خديجة (2015)، اليقظة الاستراتيجية كرافعة للاداء التسويقي في المؤسسة الاقتصادية، الجزائر، جامعة باتنة، مجلة العلوم الاجتماعية والانسانية، العدد (32).

[2]- نسرين جاسم محمد، مصطفى عبدالعباس عصاد، (2017)، تأثير القيم التنظيمية في تحقيق النجاح الاستراتيجي، مجلة العلوم الاقتصادية والادارية، العدد (103)، المجلد (24).

[3]- محمد عبدالقادر محمد ، عمر محمد عبدالرحمن (2018)، متطلبات التصنيع الرشيق و دورها في تحقيق

- الجزائرية، المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر، جامعة الزيتونة الاردنية، كلية الاقتصاد و العلوم الادارية.
- [18]- العنزي، أميرة خضير كاظم، (2010)، دور أبعاد علاقات الزبون و التفكير الابداعي في تحقيق النجاح الاستراتيجي ، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الكوفة، كلية الادارة والاقتصاد .
- [19]- خليل، اريج سعيد ، حمود انفال عياد (2019)، تأثير نظام ادارة استمرارية الاعمال في النجاح الاستراتيجي، مجلة الدنانير، العدد (15).
- [20]- الذبحاوي، سناء جاسم (2016) ، دور التحسين المستمر في تحقيق النجاح الاستراتيجي، مجلة الكلية الاسلامية الجامعة، النصف الاشراف، العدد (40)، المجلد (2).
- [13]- محمود ، زيد خوام (2017) ، اليقظة الاستراتيجية وتأثيرها في النجاح التنظيمي ، مجلة العلوم الاقتصادية و الادارية، العدد (96)، المجلد (23)، ص 203 - 225.
- [14]- Savescu, H (2014) Mediating role of Strategic Supply Management on Performance, Journal of the Royal Society Interface, vol.2, pp: 89.
- [15]- هاجر، بلعل، رقية ملاحي، (2018) ، مساهمة اليقظة الاستراتيجية في تطوير المؤسسة، الجزائر، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة عبدالحميد بن باديس، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير .
- [16]- Heintz , Christophe & Karabegovic , Mia & Molnar , Andras (2016) The Coevolution of Honesty and Strategic Vigilance , journal of Frontiers in Psychology | www.frontiersin.org , Vol 7: pp1-13.
- [17]- غلاب، نعيمة، مليكة زغيب (2012) واقع اليقظة الاستراتيجية و نكاه الاعمال في منظمات الاعمال

الملاحق:

صحيفة استبيان

السادة / السيدات المحترمون

السلام عليكم ورحمة الله تعالى وبركاته

يقوم الباحث بإجراء دراسة بعنوان دور اليقظة الاستراتيجية في تحقيق النجاح الاستراتيجي دراسة ميدانية في شركة ليبيا للهاتف المحمول في مدينة سبها ، علياً أتمنى من سيادتكم التعاون معي بشأن الحصول على بعض البيانات حول الموضوع وذلك من خلال الإجابة على الأسئلة الواردة بقائمة الإستبيان ، وكلّي أمل أن لايشكل ذلك عبء عليكم .أتمنى منكم تحري الدقة في إجاباتكم على الأسئلة ، علماً بأن ارائكم ستكون سرية ولن تستخدم إلا لغرض البحث العلمي ، ولا يوجد داعي لكتابة اسمكم على صحيفة الاستبيان .مشاركتم محل تقديري واشكركم جزيل الشكر على وقتكم وتعاونكم معي .

وتفضلوا فائق التحية والتقدير

الباحث

البيانات الاولية :

الرجاء وضع علامة (✓) امام مايناسبك من اجابة :

1 - العمر

	30- 20
	40 - 31
	50- 41
	50 فأكثر

2 - الخبرة :

	1 - 5 سنوات
	6 - 10 سنوات
	11 - 15 سنة
	أكثر من 15 سنة

3 - الجنس :

	ذكر
	انثى

4 - المستوى التعليمي

	دبلوم عالي
	بكالوريوس
	ماجستير
	دكتوراه
	أخرى

ثانيا : العبارات الاتجاهية :

1 - فيما يلي مجموعة من العبارات التي تعبر عن عناصر اليقظة الاستراتيجية ، الرجاء وضع علامة (✓) في الخانة التي تعبر عن رأيك ، وذلك باختيار اجابة واحدة من بين الخمس اجابات لكل فقرة .

- اليقظة الاستراتيجية : هي عبارة عن عملية تنظيمية معقدة تستهدف ضمان ديمومة المنظمة واستمرارها من خلال مراقبة اسواقها ومنافسيها بصفة خاصة ومحيطها بصفة عامة ، من اجل خلق الفرص وتخفيض المخاطر وتحسين القرارات بالمنظمة .

ت	البيان	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق بشدة
اليقظة البيئية					
X1	تعمل ادارة الشركة على مراقبة محيطها من خلال جمع البيانات				
X2	تعتمد ادارة الشركة على مصادر متعددة للحصول على المعلومات عن البيئة الخارجية				
X3	تتعامل ادارة الشركة بايجابية مع القيم والمعتقدات الاجتماعية الموجودة بالمجتمع				
X4	تساهم ادارة الشركة في عملية تقليل التلوث البيئي				
اليقظة التكنولوجية					
X5	تستخدم ادارة الشركة احدث التقنيات التكنولوجية				
X6	تقوم ادارة الشركة بمشاريع ابحاث لتطوير تكنولوجيتها بشكل مستمر				
X7	تبحث ادارة الشركة عن الاكتشافات العلمية في مجال تخصصاتها				
X8	تعمل ادارة الشركة على مواكبة المنظمات الرائدة في مجال نشاطها				
اليقظة التنافسية					
X9	تقوم ادارة الشركة بمراقبة التغيرات في استراتيجيات المنافسين				
X10	تعمل ادارة الشركة على تحليل بيئة منافسيها بشكل مستمر				
X11	تتابع ادارة الشركة الحصة السوقية لمنافسيها بشكل دائم				
X12	تسعى ادارة الشركة دائما لرفع مستوى جودة خدماتها المقدمة لزيانها				
اليقظة التسويقية					

					تقوم ادارة الشركة بالترويج لخدماتها بوسائل متعددة	X13
					تسعى ادارة الشركة دائما لكسب ثقة زبائنها عن طريق توفير خدمات مميزة	X14
					تمتلك ادارة الشركة الامكانيات والمعدات اللازمة لتقديم خدمات جيدة	X15
					تهتم ادارة الشركة بمتابعة زبائنها وتلبية احتياجاتهم بشكل تنافسي ومميز .	X16

2 - فيما يلي مجموعة من العبارات التي عن عناصر النجاح الاستراتيجي ، الرجاء وضع علامة (✓) في الخانة التي تعبر عن رأيك وذلك باختيار اجابة واحدة من بين الخمس اجابات لكل فقرة .

• مفهوم النجاح الاستراتيجي : هو قدرة المنظمة على البقاء والتكيف والنمو في ظل الاهداف التي تسعى لتحقيقها .

ت	البيان	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
البقاء في ميدان الاعمال						
X1	تسعى ادارة الشركة الى لمواكبة مايقدمه المنافسين بشكل مستمر					
X2	يتصف قيادات ومدراء الشركة بالقدرة على التكيف مع البيئة المحيطة					
X3	تعترف ادارة الشركة بانجازات موظفيها من خلال نظم مناسبة للحوافز والمكافآت					
X4	تفتح ادارة الشركة ابواب الحوار مع زبائنها لضمان الارتقاء بمتطلباتهم					
التكيف والاستجابة						
X5	تعيد الشركة النظر باستمرار ببرامج التدريب لتبني كل ما هو جديد ومواكبة التطورات					
X6	يتمتع العاملون بالشركة بمستويات عالية من التمكين					
X7	للشركة القدرة على مواجهة الظروف المتغيرة					
X8	تعمل ادارة الشركة الى اعتماد تقنيات متطورة لاداء خدماتها					
النمو						
X9	تسعى ادارة الشركة الى زيادة الايرادات					
X10	تبحث ادارة الشركة عن اسواق جديدة					
X11	تعمل ادارة الشركة على تنويع خدماتها					
X12	تعمل ادارة الشركة على زيادة عمل الافراد ذوي الخبرات المتميزة					

شكرا لاهتمامكم وتعاونكم