

اليقظة الاستراتيجية وأثرها في صياغة الاستراتيجية المستدامة - دراسة استطلاعية لعينة من الموظفين في شركة بغداد للمشروبات الغازية

م.م رؤى علي عبد السادة

ruaaa757@gmail.com

معهد الادارة - الرصافة - الجامعة التقنية الوسطى، بغداد - العراق

المستخلص

تناول البحث دراسة أثر اليقظة الاستراتيجية في صياغة الاستراتيجية المستدامة، إذ أن التطورات السريعة في المجالات الاقتصادية والتكنولوجية وغيرها تفرض على المنظمات العديد من التغييرات في الهيكل التنظيمي وأنشطة الأعمال لتحقيق الاستدامة اللازمة والاستجابة السريعة لأي تغييرات جديدة. تكمن مشكلة البحث في عدم ادراك الشركة بأهمية اليقظة الاستراتيجية في بناء وصياغة استراتيجية مستدامة للشركة. يهدف البحث الى تسليط الضوء على أهمية اليقظة الاستراتيجية في رصد البيئة التنافسية وتحديد نقاط القوة والضعف المتوقعة في بيئة المنظمة مما يحقق لها الاستدامة والاستمرار لأطول فترة ممكنة. تم تصميم استمارة استبانة وفقاً لفرضية البحث وقد اختيرت شركة بغداد للمشروبات الغازية كموقع لإجراء البحث وتم اختيار عينة البحث من المدراء ورؤساء الاقسام والوحدات والشعب وبما يتلائم مع موضوع البحث وبلغت العينة (40) شخصاً وقد توصل البحث الى مجموعة من الاستنتاجات اهمها هي وجود علاقة ارتباط بين متغيرات البحث اليقظة الاستراتيجية وصياغة الاستراتيجية المستدامة فضلاً عن ان الشركة تسعى للحصول على ميزة تنافسية من خلال الاهتمام بتعزيز ابعاد اليقظة الاستراتيجية وبالتالي تحسين الاستراتيجية المستدامة. كما يوصي البحث بضرورة اهتمام الشركة بوضع الخطط الاستراتيجية التي من شأنها التعامل بمهنية عالية مع اليقظة الاستراتيجية وتعزيز الاستراتيجية المستدامة.

الكلمات المفتاحية: اليقظة الاستراتيجية، اليقظة التنافسية، اليقظة التكنولوجية، اليقظة التسويقية (التجارية)، الاستراتيجية المستدامة.

Strategic Vigilance and its Impact in Formulating A Sustainable Strategy - A Survey of A Sample of Employees in the Baghdad Soft Drinks Company

Ruaa A. Abdulsada

ruaaa757@gmail.com

Institute of Administration Rusafa – Middle Technical University, Baghdad - Iraq

Received 1/11/2020

Accepted 9/12/2020

Abstract: *The research deals with the study of the impact of strategic vigilance in formulating a sustainable strategy, as rapid developments in economic, technological and other fields impose on organizations many changes in the organizational structure and business activities to achieve the necessary sustainability and rapid response to any new changes. The research problem lies in the company's lack of awareness of the importance of strategic vigilance in building and formulating a sustainable company strategy. The research aims to shed light on the importance of strategic vigilance in monitoring the competitive environment and identifying the expected strengths and weaknesses in the organization's environment, thus achieving its sustainability and continuity for the longest possible period. The questionnaire was designed according to the research hypothesis, and Baghdad Soft Drinks Company was chosen as the site for conducting the research. The questionnaires reached (40) employees, chosen from managers, heads of departments, units, and divisions in line with the research topic. The research reached a set of conclusions, the most*

important of which is the existence of a correlation between research variables of the strategic vigilance and the formulation of sustainable strategy, in addition to that, the company seeks to obtain a competitive advantage through strengthening the dimensions of strategic vigilance and thus improving the sustainable strategy. The research also recommends the necessity of developing strategic plans that would deal professionally with strategic vigilance and enhance the sustainable strategy.

Keywords: Strategic vigilance, Competitive vigilance, Technology vigilance, Marketing vigilance (commercial), Sustainable strategy

المقدمة

تشهد البيئة التجارية في الوقت الحالي منافسة شرسة للسيطرة على الأسواق، مما يتطلب أن تكون المنظمات في حالة يقظة تامة تجاه البيئة التنافسية من أجل صياغة استراتيجية مستدامة، إذ من الضروري الاهتمام باليقظة الاستراتيجية لما لها من دور فعال في المحافظة على الحصة السوقية، لذلك يتناول البحث الحالي تأثير اليقظة الاستراتيجية في صياغة الاستراتيجية المستدامة، إذ تناول البحث أربعة محاور يوضح الأول منها منهجية البحث أما الثاني فقد تطرق إلى الإطار النظري لتوضيح وتحديد مفهوم وأهمية متغيرات البحث الأساسية (اليقظة الاستراتيجية و صياغة الاستراتيجية المستدامة)، ويوضح المبحث الثالث تحليل البيانات المستحصلة من عينة البحث باستخدام عدد من الأساليب الإحصائية، أما المبحث الرابع فقد تناول مجموعة من الاستنتاجات والتوصيات المتعلقة بمفردات البحث فيما يخص الشركة موضوعة البحث.

المبحث الأول: منهجية البحث ودراسات سابقة

• أولاً: منهجية البحث

1. مشكلة البحث

تعد اليقظة الاستراتيجية وصياغة الاستراتيجية المستدامة من المفاهيم المهمة والضرورية لأي منظمة تسعى إلى مواكبة التطورات والتغيرات في بيئة الأعمال، حيث تلعب اليقظة الاستراتيجية دوراً مهماً في توفير المعلومات الضرورية لتحديد نقاط القوة والضعف فضلاً عن تحديد الأنشطة الاقتصادية والمساعدة في صنع القرار الاستراتيجي ودفع المنظمة بقوة إلى الساحة التنافسية. تكمن مشكلة البحث في عدم الموائمة بين اليقظة الاستراتيجية والاستراتيجية المستدامة وقلة إدراك الشركة بأهمية اليقظة الاستراتيجية في تحديد الفرص والتهديدات. من خلال ما تقدم يمكن صياغة مشكلة البحث من خلال التساؤلات الآتية:

- أ. ما مدى إدراك عينة البحث بأهمية اليقظة الاستراتيجية في ظل التطورات والتغيرات الاقتصادية السريعة؟
- ب. ما طبيعة العلاقة والاثار بين أبعاد اليقظة الاستراتيجية وأبعاد الاستراتيجية المستدامة؟
- ج. هل لدى الشركة القدرة على تبني مفهوم الاستراتيجية المستدامة؟

2. هدف البحث

- يسعى البحث إلى تحقيق مجموعة من الأهداف لعل أبرزها ما يأتي
- أ. تسليط الضوء على واقع ومستوى تطبيق واستخدام اليقظة الاستراتيجية في صياغة الاستراتيجية.
 - ب. التعرف على طبيعة العلاقة بين اليقظة الاستراتيجية والاستراتيجية المستدامة في شركة بغداد للمشروبات الغازية
 - ج. توضيح المفاهيم الإدارية (اليقظة الاستراتيجية والاستراتيجية المستدامة) لعينة البحث
 - د. التأكد من وجود علاقة تأثير بين اليقظة الاستراتيجية، والاستراتيجية المستدامة في الشركة.

3. أهمية البحث

- يستمد البحث الحالي أهميته من خلال النقاط ادناه:
- أ. إبراز أهمية اليقظة الاستراتيجية في صياغة الاستراتيجية المستدامة من خلال المعلومات التي توفرها عن البيئة حتى تتمكن من البقاء والنمو وتحقيق الميزة التنافسية.
 - ب. تشخيص الواقع الفعلي لليقظة الاستراتيجية وصياغة الاستراتيجية المستدامة في الشركة.

4. فرضيات البحث

- تم صياغة فرضيات البحث وفقاً لمشكلة وأهداف البحث وبصيغة الإثبات وكما يأتي:
- **الفرضية الرئيسية الأولى:** توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين اليقظة الاستراتيجية بأبعادها الأربعة، و صياغة الاستراتيجية المستدامة اجمالاً.

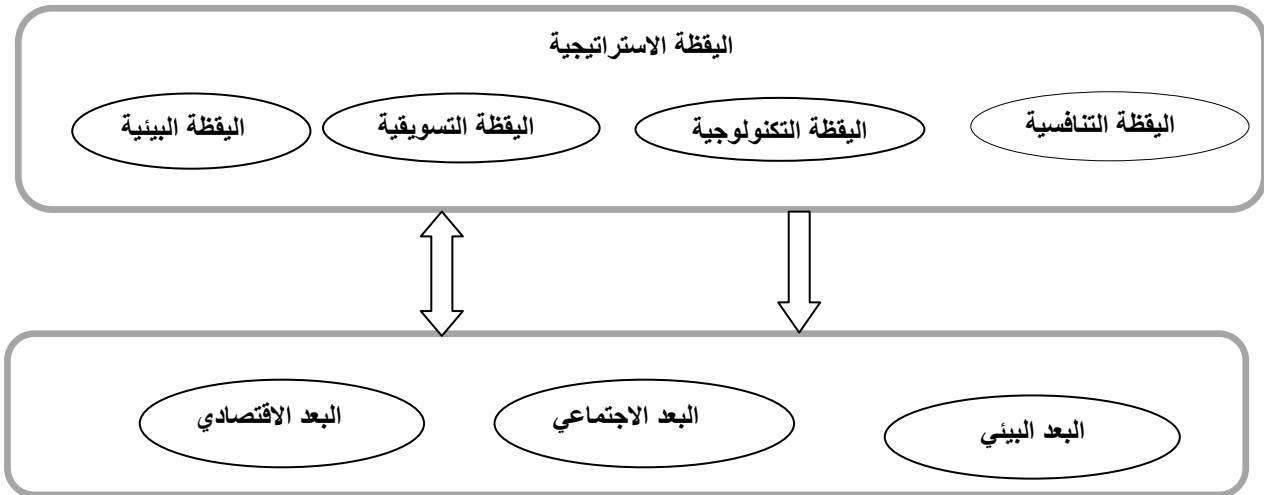
• الفرضيات الفرعية

- ✓ توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين اليقظة التنافسية و أبعاد الاستراتيجية المستدامة.
 - ✓ توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين اليقظة التكنولوجية و أبعاد الاستراتيجية المستدامة
 - ✓ توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين اليقظة التسويقية و أبعاد الاستراتيجية المستدامة
 - ✓ توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين اليقظة البيئية و أبعاد الاستراتيجية المستدامة.
- **الفرضية الرئيسية الثانية:** توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية بين اليقظة الاستراتيجية بأبعادها الأربعة، وصياغة الاستراتيجية المستدامة أجمالاً.

• الفرضيات الفرعية

- ✓ توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية بين اليقظة التنافسية و أبعاد الاستراتيجية المستدامة.
- ✓ توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية بين اليقظة التكنولوجية و أبعاد الاستراتيجية المستدامة
- ✓ توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية بين اليقظة التسويقية و أبعاد الاستراتيجية المستدامة
- ✓ توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية بين اليقظة البيئية و أبعاد الاستراتيجية المستدامة.

5. المخطط الفرضي للبحث:



شكل (1): المخطط الفرضي للبحث

← علاقة أثر
↔ علاقة ارتباط

6. مصادر البيانات

- أ. **الجانب النظري:** تم الاعتماد على الكتب والبحوث والاطاريح ورسائل الماجستير ذات العلاقة بمتغيرات البحث والاستعانة بشبكة الانترنت
- ب. **الجانب العملي:** تم الاعتماد على استمارة الاستبانة حيث تم تصميم الاستبانة من خلال الاستعانة ببعض المصادر العربية والاجنبية وكما موضح بالجدول الاتي

جدول (1): تصميم الاستبانة

ت	المتغيرات الرئيسية	المتغيرات الفرعية	عدد الفقرات	المصدر
أولاً	المعلومات التعريفية (العامة)	النوع الاجتماعي (الجنس)، العمر، المؤهل العلمي، العنوان الوظيفي، سنوات الخدمة.	5	
ثانياً	اليقظة الاستراتيجية	اليقظة التنافسية	7	(الصانغ وأخرون، 2016)
		اليقظة التكنولوجية	7	
		اليقظة التسويقية	7	
		اليقظة البيئية	6	
ثالثاً	الاستراتيجية المستدامة	البعد البيئي	5	(Ebner & Baumgartner, 2010)
		البعد الاجتماعي	4	
		البعد الاقتصادي	5	

المصدر : من أعداد الباحثة

وقد تم الاعتماد في الاستمارة على مقياس Likert الخماسي التي تتوزع اوزانه كالآتي:

جدول (2): مقياس البحث

الفقرة	اتفق بشدة	اتفق	محايد	لا اتفق	لا اتفق بشدة
الاوزان	5	4	3	2	1

7. الاساليب الاحصائية المستخدمة في البحث.

- أ. أسلوب الاحصاء الوصفي : وذلك لعرض خصائص افراد العينة ووصف اجاباتهم من خلال استخدام ما يلي:
- الوسط الحسابي الموزون: واستخدم لقياس متوسط اجابات افراد العينة على اسئلة الاستبانة.
 - الانحراف المعياري: واستخدم لقياس الانحراف في اجابات افراد العينة عن وسطها الحسابي.
- ب. اختبار ألفا كرونباخ : لمعرفة ثبات فقرات الاستبانة.
- ج. الاحصاء التحليلي : تم استخدام معامل الارتباط والانحدار الخطي البسيط والمتعدد لاختبار فرضية البحث. وتمت الاستعانة لإنجاز التحليل بالبرنامج الإحصائي الجاهز. (SPSS V.20)

8. حدود البحث وخصائص عينته

- أ. الحدود المكانية: تم اختيار شركة بغداد للمشروبات الغازية وذلك لأهمية تطبيق الاستراتيجية وصياغة الاستراتيجية المستدامة أجمالاً في الشركة
- ب. الحدود الزمانية : استغرق البحث مدة تقارب الشهرين من (2020/9/1 الى 2020/11/1) في كتابة وجمع وتحليل نتائج البحث في شركة بغداد للمشروبات الغازية.
- ج. الحدود البشرية: بلغت عينة البحث (40) شخصاً اذ تضمنت المدراء ورؤساء الاقسام والمديرين في شركة بغداد للمشروبات الغازية ممن لهم العلاقة باتخاذ القرار حيث تم اختيار العينة بما يتلائم مع متغيرات البحث والجدول (3) يوضح خصائص أفراد العينة.

جدول (3): خصائص عينة البحث

المتغيرات	الفئة المستهدفة	العدد	(%)
الجنس	ذكر	28	70%
	أنثى	12	30%
العدد والنسبة أجمالاً		40	100%
العمر	29-20	3	8%
	39-30	7	17%
	49-40	11	18%
	50 فأكثر	19	47%
العدد والنسبة أجمالاً		40	100%
الشهادة	دبلوم	14	35%
	بكالوريوس	23	57%
	دبلوم عالي	3	8%
	ماجستير	-	-
	دكتوراه	-	-
العدد والنسبة أجمالاً		-	100%
سنوات الخدمة	5-1	6	15%
	10-6	10	25%
	20-11	8	20%
	21 فأكثر	16	40%
	العدد والنسبة أجمالاً		40

المصدر: من أعداد الباحثة في ضوء ما ورد في استبانة البحث.

9. اختبار الصدق والثبات

- أ. الصدق الظاهري: لغرض التحقق من وضوح فقرات الاستبانة تم عرضها على مجموعة من الخبراء والمحكمين الاداريين وتمت الاستفادة من الملاحظات والتوجيهات التي قدموها في اعادة صياغة فقرات الاستبانة وبذلك يتحقق الصدق الظاهري.
- ب. اختبار الثبات: تم استخدام طريقة (Split-half) حيث تبين أن معاملات التباين مرتفعة اذ بلغت (0.885). مما يعني ان مقياس الاستبانة يعطي النتائج نفسها لو اعيد تطبيقها بعد فترة من الزمن على الافراد انفسهم مرة اخرى. والجدول (4) يبين معاملات الثبات لمحاوير البحث

جدول (4) : يبين معاملات الثبات لمحاور البحث باستخدام طريقة Split-half

ت	عنوان المحور	عدد الفقرات	قيمة معامل الثبات
1	اليقظة الاستراتيجية	28	0.878
2	الاستراتيجية المستدامة	12	0.893
	القيمة الكلية لفقرات الاستبانة	40	0.885

المصدر : من اعداد الباحثة بالاعتماد على البرنامج الاحصائي (SPSS V.20)

• ثانياً: بعض الدراسات السابقة

1. بعض الدراسات المتعلقة بـ(المتغير المستقل) اليقظة الاستراتيجية:

أ. (الصائغ وآخرون:2016): مبادئ المنظمة الفطنة وتأثيرها في اليقظة الاستراتيجية/ دراسة تطبيقية في شركة أسيا سيل لخدمات الاتصالات النقالة.

تناول البحث دراسة العلاقة بين المتغير المستقل (المنظمة الفطنة) والمتغير التابع (اليقظة الاستراتيجية) وتم الاعتماد على استمارة الاستبيان حيث اختيرت عينة البحث لتشمل الاداريين في الشركة، ولتحقيق هدف البحث تم الاستعانة بالوسائل الاحصائية (SPSS & Lisret) حيث توصل البحث الى مجموعة من الاستنتاجات أهمها هي وجود علاقة ارتباط قوية بين اليقظة الاستراتيجية والمنظمة الفطنة وتؤكد النتائج أهمية مبادئ المنظمة الفطنة التي تركز على وضوح الهدف ورصد البيئة وترشيد الموارد لأنها الاساس في نجاح الشركة. كما يوصي البحث بضرورة تشكيل فريق عمل في الشركة لغرض زيادة فاعلية تأثير اليقظة الاستراتيجية على المنظمات الفطنة

ب. (محمود:2017): اليقظة الاستراتيجية وتأثيرها في النجاح التنظيمي/ دراسة استطلاعية في شركة الفارس العامة /وزارة الصناعة.

تمثلت مشكلة الدراسة في اهمال اليقظة الاستراتيجية للشركة المبحوثة وتأثيرها السلبى على تحقي النجاح التنظيمي للشركة وعدم القدرة على مواكبة التطورات في البيئة المنافسة ، كما تبرز أهمية البحث في محاولة الباحث ربط متغيرات البحث وإمكانية استفادة الشركة من النتائج المستحصلة، كما سعى البحث الى التعرف على واقع اليقظة الاستراتيجية في الشركة ومدى تأثيرها في نجاح المنظمة من وجهة نظر عينة البحث. وتوصلت الدراسة الى مجموعة من الاستنتاجات أهمها أن جميع نتائج البحث تشير الى وجود علاقة ارتباط واثر معنوي بين اليقظة الاستراتيجية بأبعادها على النجاح المنظمي، كما اوصت الدراسة بضرورة ربط مختلف الادارات والأقسام فيما بينها مع الادارات التابعة لها ودعم سبل الاتصال والتنسيق ببعض من أجل رفع أداء العمل.

2. الدراسات المتعلقة بالمتغير التابع (الاستراتيجية المستدامة).

أ. (الطائي وآخرون /2017): (صياغة الاستراتيجية المستدامة للشركة واثرها في بناء المنظمات الذكية/ دراسة استطلاعية لأراء عينة من المدراء في شركة زين العراق للاتصالات).

تناول البحث دراسة متغيرين يتفاعلان مع بعضهما وهما (الاستراتيجية المستدامة والمنظمة الذكية) بسبب أهمية تطبيقهما واعتمادهما في الشركة حيث أستند البحث الى وجود مشكلة رئيسه وهي " كيف تساهم الاستراتيجية المستدامة في بناء المنظمة الذكية"، وتضمن الجانب العملي دراسات وتحليل فرضيات رئيسه وهي "وجود علاقة ارتباط واثر بين ابعاد الاستراتيجية المستدامة وابعاد المنظمة الذكية"، وتوصل البحث الى مجموعة من الاستنتاجات أهمها وجود علاقة ارتباط واثر معنوي بين متغيرات البحث وهناك اهتمام من قبل الشركة عينة البحث بالاستراتيجية المستدامة والذي له تأثير إيجابي في المنظمات الذكية، كما يوصي البحث بضرورة اهتمام المنظمات بأبعاد الاستراتيجية المستدامة لان ذلك يساهم في نجاح المنظمة.

ب. (R.J.Baumgartner & D. Ebner/2010): (corporate sustainability strategies: sustainability profiles and maturity levels).

تناول البحث الجوانب المتميزة لأبعاد الاستراتيجية حيث تمثلت مشكلة البحث في عدم تركيز الشركات على المفاهيم الخاصة بالاستراتيجية المستدامة على الرغم من أنها تنتشر تقارير عن الاستدامة الا أنها غير واضحة حيث تنصب في قضايا الاستدامة أكثر من الاستراتيجية المستدامة، وهدف البحث تفسير وتوضيح الاستراتيجية المستدامة وتشير نتائج البحث الى أهمية تطوير ملفات الاستراتيجية وأبعادها وتوفير مخطط يدعم تأسيس وتطوير الاستراتيجية المستدامة للشركات المنظمة في اتخاذ القرار وتحسين الاداء.

3. مجالات الاستفادة من الدراسات السابقة

أ. تحديد المصادر والمقالات ذات العلاقة بمتغيرات البحث

ب. بناء الاطار النظري للبحث من خلال الاعتماد على اسهامات الباحثين فضلاً عن اختيار الاساليب الاحصائية المناسبة لتحليل البيانات.

المبحث الثاني: الجانب النظري

❖ اليقظة الاستراتيجية وصياغة الاستراتيجية المناسبة

• أولاً: اليقظة الاستراتيجية

1. مفهوم اليقظة الاستراتيجية

نظراً لأن بيئة المنظمات أصبحت ديناميكية ومع ازدياد المنافسة تتسابق المنظمات لابتكار آليات جديدة تمكنهن من تحقيق هدف البقاء والاستمرارية وتحقيق مزايا تنافسية، ولا يمكن تحقيق ذلك إلا من خلال تطوير نظام تنبيه استراتيجي وهو من أنظمة المعلومات المتقدمة التي تزود المنظمة بالمعلومات اللازمة من مرحلة البحث إلى مرحلة المعلومات (Dawood & Abbas, 2018:4). مفهوم اليقظة الاستراتيجية هو حديث النشأة ظهر في أدبيات إدارة الأعمال التي تختص بالمعلومة ونشرها حيث تعني اليقظة أن يكون الشخص في حالة تيقظ ووعي وإحساس يمكنه من الاستقبال وتلقي كل ما يراه في المحيط الخارجي من بيانات وإشارات ومعلومات (محمود، 2017: 7)، وتعد اليقظة الاستراتيجية عملية مستمرة لإدارة المعلومات ودعم اتخاذ القرار لتطوير واستدامة المنظمة (Gujil, 2012:56)، وقد عرفها (Faltan, 2013:32) بأنها عملية منظمة تشمل البحث والتحليل للمعلومات التي تساعد المنظمة في الحصول على الميزة التنافسية.

2. أبعاد اليقظة الاستراتيجية

أختلف أغلب الباحثين في تصنيف أنواع اليقظة الاستراتيجية إلا أن (Gerard verana) من جامعة (Laval) قدم تصنيفاً أُنفق عليه أكثر الباحثين من بعده حيث صنف اليقظة الاستراتيجية إلى أربعة مكونات أو نظم فرعية وهي:

أ. اليقظة التجارية التسويقية: وتختص بالبحث والمعالجة ونشر المعلومات المتعلقة بالسوق في بيئة المنافسة وتحديد أسواق جديدة، واقتراح منتجات جديدة لزبائن المنظمة وهي متابعة لتطور سوق المنافسة وسلوك المستهلك وإدخال منتجات جديدة (Centredoc, 2003:8)، وفي هذا النوع من اليقظة الاستراتيجية يتم التركيز على حاجات الزبون المتغيرة على المدى الطويل وتطوير العلاقة بين المنظمة والمجهزين (Chalus & Marie, 2007:5). يعد الزبون هو الركيزة الأساسية لاستراتيجية المنظمة حيث أن تحديد الزبائن الحاليين والمحتملين هو هدف أي منظمة ترغب في ضمان البقاء والمنافسة.

ب. اليقظة التنافسية: وتختص بالبحث والمعالجة ونشر المعلومات المتعلقة بمنافسين المنظمة المباشرين وغير المباشرين، الحاليين والمحتملين حيث تحدد اليقظة التنافسية اتجاه العمل وتحديد المنافسين الأكثر تهديداً (AI-yasiri, 2018:6). ويمكن تعريف اليقظة التنافسية على أنها نشاط يسمح للمنظمة بتحديد المنافسين الحاليين والمحتملين والبيئة التي تتطور فيها المنظمات المنافسة ويتم ذلك من خلال جمع المعلومات التي يتم الحصول عليها عند تحليل السوق والمنافسة (Dawood & Abbas, 2018:6). ويشير (Lamea, 2009: 22) إلى أن اليقظة التنافسية تهدف إلى جمع المعلومات عن (الاداء الحالي للمنافسين، استراتيجية المنافس، أهداف وقرارات المنافسين، الأنشطة التي لا يستطيع المنافس القيام بها، مستقبل المنافسين).

ج. اليقظة البيئية: وتركز على جميع مكونات البيئة الخارجية للمنظمة حيث تختص بمراقبة التطورات الاقتصادية والقانونية والسياسية والثقافية وتؤثر على أنشطة المنظمة وتعد مهمة ليست بالسهلة على المنظمة لأنها تتعلق بمجموعة واسعة من المتغيرات البيئية ذات العلاقة بالمنظمة وتسمى أيضاً باليقظة الاجتماعية لأنها تراقب التغيرات التي لها علاقة مع مختلف جوانب الحياة الاجتماعية (Dawood & Abbas, 2018:6).

د. اليقظة التكنولوجية: وهي جهد منظم من قبل المنظمة لرصد وتلقي وتحليل واسترجاع معلومات دقيقة حول التطورات الاقتصادية أو التكنولوجية أو الاجتماعية أو التجارية والتي تعد مهمة لأنها قد تنطوي على فرص أو تهديدات (Savescv, 2014:58) حيث أن المنظمة يجب أن تكون على دراية بنقاط القوة والضعف بالمعدات التكنولوجية التي تمتلكها وكذلك معرفة قدرات منافسيها ومراقبة البيئة التكنولوجية لهم من أجل حماية مستقبل المنظمة (AI-yasiri, 2018:7). أن اليقظة التكنولوجية تختص بجمع المعلومات العلمية عن (براءات الاختراع والابتكارات التكنولوجية) (أحمد، 2017: 47).

3. خصائص اليقظة الاستراتيجية

تتكون اليقظة الاستراتيجية من مجموعة من الخصائص والتي تسعى إلى تحقيق أهداف المنظمة وتحقيق الميزة التنافسية (Al-yasiri, 2018:4).

أ- الاستراتيجية: تستخدم للإشارة إلى أن المعلومات التي توفرها اليقظة الاستراتيجية ليست ذات صلة بالعمليات الحالية المتكررة بل تتعدى ذلك لتشمل القرارات المستقبلية التي تؤثر في بيئة المنظمة الاجتماعية والاقتصادية.

ب- التنصت المسبق: هي طريقة لتوفير معلومات مستقبلية تساعد في اتخاذ القرار على مدى عدة أشهر أو سنوات مقبلة. لذلك فإن معلومات التنبيه الاستراتيجي المبكرة هي إشارات تحذيرية وليست توقعات مستمدة من الماضي.

ت- البيئة: مفهوم يتكون من عدة عناصر ذات تأثيرات مختلفة تشمل (الزبائن، المجهزون، المنافسون، القوانين والحكومات).

ث- الابداع: إن معلومات اليقظة الاستراتيجية تمثل إشارات الإنذار المبكر التي ترتبط بعناصر الابداع. حيث إن هذه المعلومات لا تصف الأحداث التي حدثت بالفعل وإنما تساعد في صياغة فرضيات ورؤية ابداعية.

ج- الهدف الطوعي: بما أن هدف اليقظة الاستراتيجية ابداعي لا يمكن ان يقتصر على مجرد مراقبة البيئة ولكنها تتطلب الارادة لإجبار أعضاء المنظمة على العمل بنشاط والمراقبة جيداً من أجل التقاط المعلومات الاستباقية.

• ثانياً: الاستراتيجية المستدامة

1. مفهوم الاستراتيجية المستدامة وأهميتها: تتبنى المنظمات في السنوات الاخيرة تنفيذ مفاهيم واسعة من ممارسات الاستدامة كاستجابة للتحديات الناشئة والتوقعات البيئية والاجتماعية والاقتصادية لذلك تقوم هذه المنظمات بدمج الاستدامة في الاستراتيجية والاعمال والهياكل التنظيمية والعمليات (Eccles, and others, 2014:3) يعد مفهوم الاستدامة شكلاً من أشكال استراتيجية التمايز التي يمكن أن تؤدي الى أداء متفوق لكن ليس بالضرورة أن تضمن بقاء الشركة وبناء ميزة تنافسية (Long, 2019:2) في حين أن هناك من يرى بأن الاستدامة يمكن أن تؤكد استراتيجية تنتج عنها ميزة تنافسية من خلال الأداء المالي المتفوق (Ioannou & Serafeim, 2018:2). يمكن أن ينظر الى الاستدامة على أنها العمليات التي يتم من خلالها الحفاظ على شيء ما عند مستوى معين (Hitchcock, D & Willard .M, 2009:1). وتعني الاستراتيجية المستدامة دمج الاهداف الاقتصادية والبيئية والاجتماعية في المنظمة والانشطة والخطط طويلة الامد بهدف خلق قيمة للمنظمة واصحاب المصلحة وهذا يعني ان يتم صياغة الاستراتيجية وتنفيذها بحيث تلبى احتياجات المنظمة فضلاً عن حماية واستدامة تعزيز الموارد الطبيعية التي ستكون ضرورية في المستقبل (Long, 2019:2). فيما يرى (Shoreline, 2011:2) بان الاستراتيجية المستدامة تعني الالتزام بأبعاد الاعمال التجارية المستدامة البيئية والاجتماعية والاقتصادية من خلال تجديد الطاقة والمنتجات المعاد تدويرها. من الضروري مراعاة جميع الابعاد وتأثيراتها وعلاقتها المتبادلة للحصول على استراتيجية مستدامة شاملة للمنظمة حيث تؤثر المؤشرات الخارجية أيضاً على توجه استراتيجية المنظمة المستدامة فضلاً عن أن استدامة المنظمة لها آثار ايجابية على المجتمع على المدى الطويل (Baumgartner & Ebner, 2010:77). وتنص نظرية (Hrebiniak) بأنه يجب أن تكون استراتيجية المنظمة أكثر استدامة ويجب اعتماد ممارسات حوكمة الشركات لضمان وجود استراتيجية مؤسسية، وتنفيذ تلك الاستراتيجية وضمان التضمين في عمليات مفهوم الاستدامة وخلق قيمة مضافة داخلية وخارجية وضرورة وجود وعي تنظيمي بالحاجة للتغيرات الداخلية (الهيكلية) وقيم الثقافة التنظيمية والالتزام كبير من قبل المديرين في صياغة وتنفيذ الاستراتيجية المستدامة (Rodrigues & Franco, 2019:14). ولتوحيد مفاهيم الاستراتيجية المستدامة يقترح المؤلفون التعاريف التالية (Giannoni and others, 2018:3).

أ- الاستراتيجية المستدامة هي مجموعة من القرارات التي تخلق علاقة متوازنة بين نموذج الاستدامة والفوائد الاقتصادية المتوقعة.

ب- تعكس الاستراتيجية المستدامة وعي المنظمة لبناء الجوانب الاجتماعية، والاثار الاقتصادية والبيئية لأنشطتها حيث يتم تنفيذ هذه الاستراتيجيات كإجراء على المدى القصير والمتوسط والطويل من خلال تطوير القدرات والمهارات التي تتضمن تطوير الاستراتيجية المستدامة وبناء الميزة التنافسية.

2. أنواع استراتيجيات المستدامة: الاستراتيجية هي مجموعة من قرارات العمل التي يتم اتخاذها باستمرار، دمج استراتيجية العمل مع الاستدامة يعكس طبيعة وتوسيع فرص الاستراتيجية المستدامة بشأن خلق القيمة المضافة للمنظمة حيث تعد الاستراتيجية المستدامة للأعمال حجر الأساس لبقاء المنظمة وبالتالي فإن تنفيذ الاستدامة بشأن خلق القيمة المضافة للمنظمة سيكون مصدر للميزة التنافسية (Lloret, 2016:69)، تصنف الاستراتيجية المستدامة الى عدة أنواع هي: (Baumgartner & Ebner, 2010:78)

أ. الانطوائية: هي استراتيجية تخفيف المخاطر والتركيز على المعايير القانونية وغيرها من المعايير الخارجية المتعلقة بالبيئة والجوانب الاجتماعية لتجنب المخاطر التي تتعرض لها المنظمة

ب. المنفتحة: وهي استراتيجية اضعاف الشرعية والتركيز على العلاقات الخارجية مثل رخصة العمل

ج. المحافظة: وهي استراتيجية الكفاءة والتركيز على الكفاءة البيئية والانتاج الانظف

د. الرؤية: وهي استراتيجية الاستدامة الشاملة والتركيز على قضايا الاستدامة في جميع الانشطة التجارية وتستمد الميزة التنافسية من التمايز والابتكار مما يوفر للزبائن مزايا فريدة.

تصنف أنواع الاستراتيجيات هذه الامكانيات العامة للتعامل مع الاستدامة في مختلف الجوانب البيئية والاجتماعية والاقتصادية وفقاً لمبادئ التنمية المستدامة حيث يمكن أن تكون الاستراتيجية المنفتحة تحويلية والاستراتيجية التحويلية تتفاعل مع السوق وتحاول تغيير ظروف السوق وتهدف الى خلق فرص جديدة وطالما أن قضايا الاستدامة تحقق مزايا في السوق فهي جزء من الادارة الاستراتيجية للمنظمة.

3. فوائد الاستراتيجية المستدامة: قد يكون الالتزام الاخلاقي أو الرغبة في المساهمة بالمجتمع سبب تبني أعمال الاستدامة لبعض المنظمات ، لكن بالنسبة للعديد من رجال الاعمال فإن ممارسة الاستدامة والفوائد المتحقق منها ترتبط بالأنشطة التجارية وأهداف المجتمع وقد حدد (Ramukumba & Ferreira, 2017:22-23) فوائد الاستراتيجية المستدامة كالآتي:

أ- تخفيض التكاليف: وهي الفائدة الأكثر أهمية للاستراتيجيات المستدامة أو هي الدافع الرئيسي لتبني أبعاد الاستدامة على وجه الخصوص حيث أن أنشطة البعد البيئي تركز على تخفيض تكاليف المياه والطاقة والتخلص من النفايات وتشغيل التدابير للبحث عن بدائل وأنظمة إعادة التدوير واستخدام المواد المعاد تدويرها وتركيب أجهزة توفير المياه واستخدام مصابيح كهربائية منخفضة الطاقة وتدوير الحفاظ على الطاقة مثل العزل وانظمة التدفئة والمياه التي تعمل بالطاقة الشمسية.

ب- العلاقات العامة: يمكن لممارسات أعمال الاستدامة أن تعود بفوائد على الشركة من حيث الجمهور والعلاقات مع الزبائن والمجتمع المحلي كل هذه الفوائد يمكن أن تميز الاعمال عن منافسيها وتكون مصدر للميزة التنافسية (Hichock & Willard, 2009:7)

ت- رضا العاملين: من خلال إدارة الموارد البشرية المستدامة من المرجح أن يشعر العاملون بالثقة عندما يكافؤون ويقدر عملهم وتكون لديهم صورة ذاتية أكثر إيجابية كذلك من المرجح أن تتحسن الجودة والصحة والانتاجية من خلال تطويرات أكثر للاستدامة (Butler,2008:49) يتطلب التحرك نحو الاستدامة تغييراً إيجابياً في ثقافة الشركة حيث تكون الثقافة هي القوة الدافعة الخفية لسلوك المواطن داخل وخارج المنظمة ويجب أن تكون المعتقدات الثقافية والتفكير والسلوك متناسق مع مفهوم وقيم ممارسات الأعمال المستدامة لإنجاح الجهود المبذولة.

ث- طلب المستهلك: هو أكثر الفوائد لممارسات الأنشطة المستدامة الذي يؤثر بشكل متزايد على سلوك المستهلك حيث أن هذه الممارسات تفرض على الزبون تحديد اختياراتهم على الحكم الفردي والمعرفة المحدودة وبالتالي زيادة المعلومات والإفصاح عن الآثار البيئية والاجتماعية للمنظمة ضرورية، زيادة الوعي بالقضايا المجتمعية سيؤدي بالنهاية الى زيادة الطلب على المنتجات (Ramukumba & Ferreira,2017:23)

4. أبعاد الاستراتيجية المستدامة

أ- البعد الاقتصادي لاستدامة الشركات: تتضمن التنمية الاقتصادية لاستراتيجيات الشركات في المدى الطويل المشاركة في السوق وهذا له تأثير إيجابي على الظروف الاقتصادية للشركة حيث أن الاستدامة الاقتصادية تتناول الجوانب العامة للشركة التي يجب الأخذ بها في السياقات الاجتماعية والبيئية لضمان البقاء في السوق (Giannoni and others,2018:4). ويشمل البعد الاقتصادي لاستدامة الشركات (الابتكار والتكنولوجيا وإدارة المعرفة والعمليات والمشتريات وتقارير الاستدامة) (Baumgartner & Ebner,2010:79)

ب- البعد البيئي لاستدامة الشركات: يتعامل هذا البعد مع التأثيرات الناتجة عن أنشطة الشركات وهذه الآثار قد تكون ناتجة عن استخدام الموارد أو النفايات في الهواء والماء أو في الأرض وكذلك النفايات الخطرة فضلاً عن التأثيرات على التنوع البيولوجي والقضايا البيئية للمنتج ودورة حياة المنتج ويتم قياس هذا البعد من خلال التأثيرات داخل الشركة (Baumgartner & Ebner,2010:80).

ت- البعد الاجتماعية لاستدامة الشركات: ويعتمد على تعريف الاستدامة الاجتماعية بالنسبة لمنظمة ما أي الجوانب التي تعد عناصر لهذا البعد تختلف من منظمة الى أخرى فهي الوعي والالتزام الموثوق والحقيقي في جميع الأنشطة التجارية للمنظمة فهي تهدف الى البقاء بنجاح في السوق على المدى الطويل والتأثير بشكل إيجابي على العلاقات الحالية المستقبلية مع الزبائن فضلاً عن تلبية احتياجاتهم وضمان كسب ولائهم وعوامل تحفيز الموظفين من خلال دعم الإدارة للعمل بطريقة مستدامة وتطوير أنظمة الحوافز والمكافآت وضمان الصحة والسلامة للموظفين عند العمل وتنمية رأس المال البشري للقضايا المتعلقة ببرامج التدريب والتطوير للموظفين (Baumgartner & Ebner,2010:82) .

المبحث الثالث: الجانب العملي

• أولاً: وصف وتحليل آراء عينة البحث حول متغيرات البحث

1. وصف وتشخيص آراء عينة البحث حول أبعاد المتغير المستقل (اليقظة الاستراتيجية)

جدول (5): الاوساط الحسابية الموزونة والانحراف المعياري والوزن النسبي لأبعاد اليقظة الاستراتيجية وفق آراء العينة

الأبعاد	الوسط الحسابي الموزون	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	مستوى الدلالة
اليقظة التنافسية	3.66	0.765	73%	0.000
اليقظة التكنولوجية	3.83	0.624	71%	0.000
اليقظة التجارية	3.74	0.792	69%	0.000
اليقظة البيئية	3.21	0.532	61%	0.000
المؤشر العام	3.61	0.678	68%	

المصدر: اعداد الباحثة بالاعتماد على (SPSS V.20)

يتضح من خلال الجدول أعلاه بأن المؤشر العام لليقظة الاستراتيجية أعلى من الوسط الفرضي البالغ (3) مما يعني وحسب آراء العينة أن الشركة تعتمد على اليقظة الاستراتيجية لمواكبة التطورات السريعة وتبلغ المتوسطات الحسابية الموزونة للأبعاد كالاتي:

أ- اليقظة التنافسية: حصلت على وسط حسابي موزون مقداره (3.66) وهو أعلى من الوسط الفرضي البالغ (3) وبانحراف معياري (0.765) مما يدل على تناسق إجابات أفراد العينة حول الفقرات الموجهة لهم مما يؤكد أن الشركة تقوم بمراقبة التغييرات في استراتيجيات المنافسين وتحليل البيئة التنافسية بشكل مستمر لرفع جودة المنتجات من خلال متابعة الجودة للشركات المنافسة.

ب- اليقظة التكنولوجية: يتبين من خلال الجدول أعلاه ان المعدل العام لليقظة التكنولوجية بلغ (3.83) وهو أعلى من الوسط الحسابي الموزون البالغ (3) وبانحراف معياري مقداره (0.624) وهذا يؤكد أن الشركة تستخدم الاجهزة المتطورة وتقوم بمواكبة المنظمات الرائدة في مجال تخصصها وتقوم بعمل شراكات مع المنظمات المتطورة للحصول على تكنولوجيا متطورة حيث أنها تبحث عن الاكتشافات العلمية المتطورة.

ت- اليقظة التجارية: بلغ الوسط الحسابي الموزون لبعده اليقظة التجارية (3.74) وهو أعلى من الوسط الحسابي الموزون البالغ (3) حيث يشير ذلك الى أن الشركة تقوم بتلبية حاجات الزبائن من أجل كسب ثقة الزبائن عن طريق توفير منتجات جديدة.

ث- اليقظة البيئية: بلغ الوسط الحسابي الموزون لليقظة البيئية (3.21) وهو أعلى من الوسط الحسابي الفرضي (3) بانحراف معياري (0.52) مما يدل على موافقة أفراد العينة حول الفقرات المتعلقة باليقظة البيئية في الاستبانة وهذا يشير الى أن الشركة تعتمد على مصادر متعددة للمعلومات عن بيئتها الخارجية وتقوم بتحليل ومعالجة البيانات لاتخاذ القرارات التي تلائم الشركة كما انها تلتزم بهذه القرارات لتقليل التلوث البيئي والتخلص من النفايات وخلق بيئة نموذجية.

2. وصف وتشخيص آراء عينة البحث حول أبعاد المتغير التابع (الاستراتيجية المستدامة)

جدول (6): الاوساط الحسابية الموزونة والانحراف المعياري والوزن النسبي لأبعاد الاستراتيجية المستدامة وفق آراء العينة

الابعاد	الوسط الحسابي الموزون	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	مستوى الدلالة
البعد البيئي	3.37	0.734	%67	0.000
البعد الاجتماعي	3.38	0.892	%66	0.000
البعد الاقتصادي	3.89	0.731	%69	0.000
المؤشر العام	3.55	0.785	%68	

المصدر: اعداد الباحثة بالاعتماد على (SPSS V.20)

يتضح من خلال الجدول أعلاه ان جميع أبعاد الاستراتيجية المستدامة حصلت على وسط حسابي موزون أعلى من الوسط الحسابي الفرضي حيث بلغ المؤشر العام لبعده الاستراتيجية المستدامة بلغ (3.55) مما يدل أن الشركة تسعى دائماً الى تحقيق الاستدامة بالاستراتيجية وفيما يلي تفسير النتائج الخاصة بأبعاد الاستراتيجية المستدامة.

أ- البعد البيئي: يتبين من خلال الجدول أعلاه أن المعدل العام للوسط الحسابي الموزون للبعد البيئي بلغ (3.37) وهو أعلى من الوسط الحسابي الموزون البالغ (3) وبانحراف معياري بلغ (0.734) مما يدل على قبول أفراد العينة حول فقرات البعد البيئي وهذا يعني أن الشركة تقوم بإنتاج منتجات صديقة للبيئة كما انها تتخلص من النفايات بطريقة آمنة.

ب- البعد الاجتماعي : بلغ الوسط الحسابي الموزون (3.38) وهو أعلى من الوسط الحسابي الموزون البالغ (3) بانحراف معياري (0.892) مما يؤكد أن الشركة تقوم بتحقيق الرفاهية للمجتمع من خلال البحث المستمر عن حاجات ورغبات الزبائن والايفاء بها.

ت- البعد الاقتصادي: يتضح من خلال الجدول أعلاه أن الوسط الحسابي الموزون لجميع الفقرات هو أعلى من الوسط الحسابي الفرضي البالغ (3) حيث بلغ المعدل العام للوسط الحسابي الموزون (3.892) بانحراف معياري (0.713) وهذا يدل على أن إدارة الشركة تستخدم إدارة المعرفة المتعلقة بالاستدامة وتقوم بإعداد تقارير الاستدامة الاستراتيجية وتسعى لتحديد العمليات والادوار الواضحة لكل موظف حيث يتم تنفيذها بكفاءة. وأن إدارة الشركة تقوم بدمج الاستدامة في الحياة التجارية اليومية.

• ثانياً: اختبار علاقة الارتباط بين أبعاد اليقظة الاستراتيجية وابعاد الاستراتيجية المستدامة

يهدف تحديد علاقة الارتباط بين متغيرات البحث تم الاستعانة بالبرنامج الاحصائي (SPSS) للتحقق من امكانية قبول الفرضية أو رفضها وكالاتي.

1. علاقة الارتباط بين ابعاد اليقظة الاستراتيجية والاستراتيجية المستدامة في الشركة عينة البحث:

يعرض الجدول (7) النتائج المتعلقة بعلاقة الارتباط بين متغيرات البحث

جدول (7) علاقة الارتباط بين اليقظة الاستراتيجية المستدامة

المتغير التابع	المتغير المستقل
أبعاد الاستراتيجية المستدامة	أبعاد اليقظة الاستراتيجية
	0.763**

المصدر من أعداد الباحثة بالاعتماد على (SPSS V.20)

يتضح من خلال الجدول أعلاه وجود علاقة ارتباط قوية ذات دلالة معنوية بين أبعاد اليقظة الاستراتيجية وأبعاد الاستراتيجية المستدامة حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (**0.763) عند مستوى معنوية (0.00) وهذا يدل على قوة العلاقة بين المتغيرين حيث تشير النتيجة اهتمام الشركة باليقظة الاستراتيجية في الإدارة يؤدي الى تعزيز أبعاد الاستراتيجية المستدامة ويساهم في تحقيق الميزة التنافسية للشركة.

2. علاقة الارتباط بين أبعاد اليقظة الاستراتيجية منفردة مع أبعاد الاستراتيجية المستدامة مجتمعة جدول (8): نتائج علاقة الارتباط بين كل بعد من ابعاد اليقظة الاستراتيجية مع أبعاد الاستراتيجية المستدامة

أبعاد اليقظة الاستراتيجية				المتغير التابع
البيئية	التسويقية	التكنولوجية	التنافسية	المتغير المستقل
0.692	0.673	0.621	0.735	أبعاد الاستراتيجية المستدامة

المصدر: من أعداد الباحثة بالاعتماد على (SPSS V.20)

- أ- العلاقة بين اليقظة التنافسية وأبعاد الاستراتيجية المستدامة: تشير النتائج الجدول (8) الى وجود علاقة ارتباط معنوية موجبة بين اليقظة التنافسية بوصفها متغيراً مستقلاً وأبعاد الاستراتيجية المستدامة حيث بلغ معامل الارتباط (0.735) عند مستوى معنوية (0.00) مما يؤكد قيام الشركة بمراقبة التغييرات في استراتيجيات المنافسين وجمع المعلومات عن منافسيها يؤدي الى تحسين ابعاد الاستراتيجية المستدامة.
- ب- العلاقة بين اليقظة التكنولوجية وأبعاد الاستراتيجية المستدامة: يتضح من خلال الجدول اعلاه وجود علاقة ارتباط موجبة ذات دلالة معنوية بين اليقظة التكنولوجية كمتغير مستقل مع أبعاد الاستراتيجية المستدامة حيث بلغ معامل الارتباط (0.621) مما يشير الى أن اهتمام الشركة بامتلاك أجهزة متطورة ومواكبة المنظمات الرائدة في مجال تخصصها يؤدي الى تعزيز أبعاد الاستراتيجية المستدامة.
- ت- العلاقة بين اليقظة التسويقية وأبعاد الاستراتيجية المستدامة: بلغ معامل الارتباط (0.673) بين اليقظة التسويقية بوصفها متغيراً مستقلاً مع أبعاد الاستراتيجية المستدامة وكما موضح بالجدول (8) وهذا يشير الى أنه كلما كانت الشركة تلبى احتياجات ورغبات الزبائن كلما ساهم ذلك في تعزيز أبعاد الاستراتيجية المستدامة.
- ث- العلاقة بين اليقظة البيئية وأبعاد الاستراتيجية المستدامة: تشير نتائج الجدول الى أن معامل الارتباط بين اليقظة البيئية كمتغير مستقل وأبعاد الاستراتيجية المستدامة كمتغير تابع بلغ (0.692) وهذا يعني ان زيادة اهتمام الشركة بالتخلص من التلوث والنفايات وتقليل التلوث البيئي يساهم في تعزيز أبعاد الاستراتيجية المستدامة.

• ثالثاً- اختبار علاقة الاثر بين أبعاد اليقظة الاستراتيجية وأبعاد الاستراتيجية المستدامة في الشركة عينة البحث

بهدف تحديد علاقة الاثر بين اليقظة الاستراتيجية والاسراتيجية المستدامة تم تخصيص هذا المحور للتحقق من امكانية قبول أو رفض الفرضية الرئيسية الثانية والتي تنص على (يوجد أثر معنوي بين اليقظة الاستراتيجية وصياغة الاستراتيجية المستدامة أجمالاً). كما موضح بالجدول رقم (9)

جدول (9): نتائج الاثر بين أبعاد اليقظة الاستراتيجية وأبعاد الاستراتيجية المستدامة

المتغير المستقل : اليقظة الاستراتيجية					المتغير التابع : الاستراتيجية المستدامة
نتيجة الفرضية البديلة	مستوى الدلالة (Sig.)	قيمة (F) الجدولية	قيمة (F) المحسوبة	معامل التحديد R ²	
قبول الفرضية	0.000	3.84	16.741	0.861	

المصدر: من أعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج (SPSS V.20)

يتبين من خلال الجدول الخاص بنتائج تحليل الاثر وجود تأثير معنوي بين اليقظة الاستراتيجية والاسراتيجية المستدامة حيث بلغت قيمة (F) المحسوبة (16.741) وهي أعلى من قيمة (F) الجدولية البالغة (3.84) عند مستوى معنوية (0.000) وبلغ معامل التحديد (R²) (0.861) وهذا يعني أن (86%) من التغييرات المفسرة في أبعاد الاستراتيجية المستدامة سببها تأثير أبعاد اليقظة الاستراتيجية والنسبة الباقية سببها متغيرات عشوائية، واستنادا الى ذلك يتم قبول الفرضية الرئيسية الثانية.

• رابعاً: أثر أبعاد اليقظة الاستراتيجية منفردة في أبعاد الاستراتيجية المستدامة مجتمعة

بهدف توضيح علاقة الاثر بين الابعاد الفرعية لليقظة الاستراتيجية في أبعاد الاستراتيجية المستدامة مجتمعة تم الاستعانة بالبرنامج الاحصائي (SPSS) لتوضيح ذلك وكالاتي .

جدول (10): أثر الابعاد الفرعية لليقظة الاستراتيجية في أبعاد الاستراتيجية المستدامة

أبعاد الاستراتيجية المستدامة					أبعاد اليقظة الاستراتيجية
نتيجة الفرضية البديلة	مستوى الدلالة (Sig.)	قيمة (F) الجدولية	قيمة (F) المحسوبة	معامل التحديد R ²	
قبول الفرضية	0.000	3.84	176.7	0.631	اليقظة التنافسية
قبول الفرضية	0.000	3.84	92.96	0.601	اليقظة التكنولوجية
قبول الفرضية	0.000	3.84	166.29	0.723	اليقظة التسويقية
قبول الفرضية	0.000	3.84	91.384	0.694	اليقظة البيئية

المصدر: من أعداد الباحثة بالاعتماد على البرنامج الاحصائي (SPSS V.20)

- أ- أثر اليقظة التنافسية في أبعاد الاستراتيجية المستدامة: يوضح الجدول (10) أن قيمة (F) المحسوبة بلغت (176.7) وهي أعلى من قيمتها الجدولية البالغة (3.84) وهذا يعني قبول الفرضية التي تنص على (يوجد أثر معنوي بين اليقظة التنافسية و أبعاد الاستراتيجية المستدامة). في حين بلغ معامل التحديد (R^2) (0.631) وهذا يعني أن (63%) من التغيرات التي تحدث في الاستراتيجية المستدامة سببها اليقظة التنافسية.
- ب- أثر اليقظة التكنولوجية في أبعاد الاستراتيجية المستدامة: يوضح الجدول (10) أن قيمة (F) المحسوبة بلغت (92.96) وهي أعلى من قيمتها الجدولية البالغة (3.84) عند مستوى دلالة (0.000) ودرجة حرية (176.3) وهذا يعني قبول الفرضية التي تنص على (يوجد أثر معنوي بين اليقظة التكنولوجية و أبعاد الاستراتيجية المستدامة). في حين بلغ معامل التحديد (R^2) (0.601) وهذا يعني أن (60%) من التغيرات التي تحدث في الاستراتيجية المستدامة سببها اليقظة التكنولوجية.
- ت- أثر اليقظة التسويقية في أبعاد الاستراتيجية المستدامة: يوضح الجدول (10) وجود علاقة أثر معنوي بين اليقظة التسويقية و أبعاد الاستراتيجية المستدامة حيث بلغت قيمة (F) المحسوبة (166.29) وهي أعلى من قيمتها الجدولية البالغة (3.84) مما يعني قبول الفرضية التي تنص على (يوجد أثر معنوي بين اليقظة التسويقية و أبعاد الاستراتيجية المستدامة). في حين بلغ معامل التحديد (R^2) (0.723) وهذا يعني أن (72%) من التغيرات التي تحدث في الاستراتيجية المستدامة سببها اليقظة التسويقية.
- ث- أثر اليقظة البيئية في أبعاد الاستراتيجية المستدامة: نلاحظ من خلال الجدول (10) أن قيمة (F) المحسوبة أكبر من قيمتها الجدولية حيث بلغت (91.384) وهذا يؤكد قبول الفرضية التي تنص على (يوجد أثر معنوي بين اليقظة البيئية و أبعاد الاستراتيجية المستدامة). في حين بلغ معامل التفسير (R^2) (0.694) وهذا يعني أن (69%) من التغيرات التي تحدث في الاستراتيجية المستدامة سببها اليقظة البيئية.

المبحث الرابع: الاستنتاجات والتوصيات

يتناول هذا المبحث عرض الاستنتاجات في ضوء النتائج العلمية التي توصل إليها البحث في الفقرات السابقة ومن ثم تقديم التوصيات المقترحة إلى الشركة والشركات المماثلة.

• أولاً: الاستنتاجات

1. تشير النتائج الاحصائية الى وجود علاقة ارتباط وأثر معنوي بين اليقظة الاستراتيجية وصياغة الاستراتيجية المستدامة.
2. اليقظة الاستراتيجية مفهوم أكثر مرونة في التشخيص من الاستراتيجية، وانه عملية ديناميكية مستمرة، أي أن استخدام آليات اليقظة الاستراتيجية سوف يعمل على استدامة الاستراتيجيات لفترة أطول ومعرفة إذا ما كان هناك حاجة لإعادة صياغة استراتيجيات جديدة بين الحين والآخر.
3. تسعى الشركة الى جمع المعلومات عن البيئة الخارجية ورصد الاحداث ومتابعتها من خلال المعلومات البيئية وتقييم المخاطر ومواجهتها بوعي استراتيجي.
4. تسعى الشركة الى الحصول على ميزة تنافسية من خلال مراقبة المنافسين ورصد الاساليب المستخدمة من قبلهم وأجراء التعديلات اللازمة في استراتيجيات الشركة لتحقيق الهدف الاستراتيجي.
5. تهتم إدارة الشركة باليقظة التكنولوجية لما لها من دور فعال في توفير معلومات كاملة عن التطور التكنولوجي في البيئة المنافسة.
6. تسعى إدارة الشركة لحماية البيئة من التلوث عن طريق التخلص من النفايات بطرائق آمنة وغير ضارة بالبيئة.

• ثانياً: التوصيات

1. اهتمام ادارة الشركة بوضع الخطط والاستراتيجيات التي من شأنها أن تتعامل بمهنية عالية مع اليقظة الاستراتيجية والبحث في اليات إدارة المعرفة لدعم الاستراتيجية المستدامة.
2. الأخذ بنظر الاعتبار قوة العلاقات بين متغيرات البحث والابتعاد على كل من شأنه أن يضع حواجز بين هذه المتغيرات على أساس أنها تمثل حالة إيجابية للشركة عينة البحث.
3. العمل على الاستثمار باتجاه تطوير رأس المال البشري في مجال صياغة الاستراتيجية المستدامة، لأنه مصدر من مصادر الميزة التنافسية للشركة.
4. اختيار الموظفين لإنجاز المهام بما يتناسب مع مقدراتهم ومؤهلاتهم العلمية والاستثمار الافضل لجميع الافكار والمهارات التي يقدمها الموظف مع ضرورة تقديم الدعم المادي والمعنوي من خلال السماح لهم بالمشاركة في صنع القرار
5. ينبغي على الشركة تخصيص موازنة محددة لنشاط اليقظة الاستراتيجية، وعدم النظر إلى العائد المتولد من هذا النشاط في الأجل القصير.

المصادر

- [1] الصائغ، محمد جبار، وآخرون، (2017)، "مبادئ المنظمة الفطنة وتأثيرها في اليقظة الاستراتيجية : دراسة تطبيقية في شركة أسيا سيل لخدمات الاتصالات النقالة"، مجلة القادسية للعلوم الادارية والاقتصادية، المجلد (19) العدد(3).
- [2] الطائي، يوسف حجي، وآخرون، (2013)، "صياغة الاستراتيجية المستدامة للشركة في بناء المنظمات الذكية: دراسة استطلاعية لآراء عينة من المدراء في شركة زين العراق للاتصالات"، مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والادارية، العدد (39)، المجلد (26) .

- [3] محمود، خولة، (2017)، "اليقظة الاستراتيجية وتأثيرها في النجاح التنظيمي: بحث استطلاعي في شركة الفارس العامة لوزارة الصناعة"، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، العدد (96) المجلد (23).
- [4] Dan SĂVESCU , (2014), "Aspects Regarding the Competitive Strategy in Companies with Technologic Vigilance", Scientific Bulletin Series C: Fascicle Mechanics, Tribology, Machine Manufacturing Technology, Vol. 2014 Issue 28, p85-88.
- [5] Hitchcock, D. & Willard, M., (2009), *The Business Guide to Sustainability: Practical Strategies ed. and Tools for Organizations*, 2nd Ed., Earthscan, Sterling.
- [6] Baumgartner RJ & Ebner D., (2010), "Corporate sustainability strategies: Sustainability profiles and maturity levels", Corporate Responsibility Research Conference, 4th -5th September, Dublin, Published online 4 February in Wiley Inter Science.
- [7] Butler, J., (2008), "The Compelling Hard Case for Green Hotel Development", *Cornell Hospitality Quarterly, Journal*, Vol. 49, No. 3.
- [8] Shoreline Community College, (2011), "Sustainable Business Leadership-Planning Guide. Available at: <https://www.shoreline.edu/programs/business-administration/sustainable-business-leadership-certificate.aspx>
- [9] Hickman, Susan. E. & Others, (2020), "Compassion and vigilance ethical concerns in palliative medicine", Vol. (15), No (8).
- [10] Giannoni, Carlos, & others, (2017), "Diagnosis of sustainable Business strategies implemented by Chilean construction companies" , *Sustainability*, Vol.(10), No. (8).
- [11] Dawood, Fadhiela Salman.& Abbas, Ali Fakhri, (2018), "The role of the 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] Loannou, Loannis. & Serafeim, George,"Corporate sustainability: A strategy", (2019). Harvard Business School Accounting & Management Unit Working Paper No.19-065, Available at: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3312191
- [13] Al-Yasiri , Akram. & others, (2018)," Measuring The Impact Of Strategic Vigilance in Strategic Intelligence :Analytical study of the views of a sample of workers in AL - FURAT general company for Chemical Industries", DOI:10.13140/RG.2.2.16859.62243
- [14] Gujail Nour El Abidine, (2012), "The role of strategic vigilance in rationalizing communication between the institution and its surroundings", Master Thesis, Algeria.
- [15] Chalus, Sauvannet & Marie, Hristine, (2007), *dynamique du dispositif de veille strategique proactives dans les entreprises industrielle*, thèse du doctorat, université Lumière.
- [16] Ramukumba, T. & Ferreira, IW., (2017)," Sustainable Tourism: A View from Guest Houses in the Eden District Municipality", *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, Vol. (6), No. (1).
- [17] Eccles, Robert G and Others, (2014)." The Impact of Corporate Sustainability on Organizational Processes and Performance" , *Management Science*, Vol. (60), No. (11).
- [18] Lloret, Antonio, (2016), "Modeling corporate sustainability strategy", *Journal of Business Research*, Vol. (96), No.(2).
- [19] Rodrigues, Margarida & Franco, Mario, (2019),"The Corporate Sustainability Strategy in Organizations: A Systematic Review and Future Directions", CEFAGE-UBI Research Center, Department of Management and Economics, University of Beira Interior, Vol. (11), No. (22).
- [20] Lamea, Halme, (2009), "The role of strategic vigilance and economic intelligence in enhancing the competitiveness of SMEs", Master thesis in Economics and Facilitation Science, University of Amhamed Bougher Boumerdes, Algeria.