

تأثير اليقظة الاستراتيجية في التحسين المستمر للمنظمات

تقى علي نجم

الأستاذ المساعد الدكتور أريج سعيد خليل

المستخلص

يتحقق نجاح المنظمات وتقدمها اليوم من خلال قدرتها على تقديم أفضل وأجود المنتجات وأحدثها، وذلك لكسب ميزة تنافسية تحقق لها البقاء والاستمرار في السوق، ولعل نظام اليقظة الاستراتيجية من الانظمة المعلوماتية التي تساعد المنظمات في تحقيق هذا الهدف من خلال توفير ما تحتاجه المنظمات انطلاقاً من مرحلة البحث الى مرحلة استغلال المعلومات ، وفي بحثنا الحالي تم اعتماد اليقظة الاستراتيجية بأنواعها (اليقظة البيئية، التنافسية، التجارية، التكنولوجية) كمتغير تفسيري، والتحسين المستمر كمتغير مستجيب.

عليه جاءت مشكلة البحث متمثلة بـ(هل تعتمد المنظمة المبحوثة على نظام يقظة استراتيجية يساعدها في تحقيق التحسين المستمر لها؟)، ويهدف البحث إلى التعرف على تأثير اليقظة الاستراتيجية في التحسين المستمر للمنظمات، لذا تم بناء مخطط فرضي توضح فيه العلاقات بين المتغيرات وأثر بعضها في البعض الآخر.

وأستعملت الإستبانة كأداة رئيسة لجمع البيانات والمعلومات، إذ تم توزيع (63) أستبانة الى عينة البحث المتمثلة بمدراء الأقسام ومدراء الشعب، فضلاً عن المقابلات الشخصية على صعيد (المديرين، ورؤساء الأقسام، ورؤساء الشعب، ومجموعة من المهندسين والمديرين الفنيين)، وقد سعى البحث لإختبار عدد من الفرضيات الرئيسية والفرعية المتعلقة بعلاقات الارتباط و التأثير من خلال مجموعة من الوسائل الإحصائية بأستخدم البرنامج الاحصائي SPSS .

إتبع البحث منهج البحث التحليلي الوصفي في شركة العامة للمنتوجات الغذائية التابعة لوزارة الصناعة والمعادن في بغداد. وتوصل البحث إلى مجموعة إستنتاجات كان أبرزها ترابط انواع اليقظة الاستراتيجية بدلالة معنوية عالية مع التحسين المستمر، وهذا يؤكد قبول الفرضية الرئيسة الأولى، مما يشكل حافز قوي للشركة لتطبيق نظام اليقظة الاستراتيجية لتحسين اداء عملياتها وانشطتها ومنتجاتها فضلاً عن تعزيز قدرتها التنافسية.

الكلمات المفتاحية: اليقظة الاستراتيجية، التحسين المستمر

Abstract

The success of organizations today is achieved through their ability to provide the best and highest quality products and the latest ones, in order to gain a competitive advantage to achieve survival and continuity in the market, Perhaps the system of strategic vigilance of information systems that help organizations to achieve this goal by providing the needs of organizations from the stage of research to the stage of information exploitation.

In our current research we have adopted the strategic vigilance of all kinds (environmental vigilance, competitiveness, trade and technology) has been adopted as an explanatory variable and continuous improvement as a responsive variable. The research problem is: (Does the

organization in question rely on a system of strategic alertness to help it achieve continuous improvement?).

The aim of the research is to identify the effect of strategic vigilance on the continuous improvement of the organizations.

The questionnaire was used as a main tool for collecting data and information. 63 questionnaires were distributed to the research sample, As well as personal interviews (directors, department heads, heads of people, and a group of engineers and technical managers), The research sought to test a number of key and secondary hypotheses related to correlation and impact relationships through a set of statistical means using SPSS.

The research was followed by descriptive analytical research methodology in the Public Company for Food Products of the Ministry of Industry and Minerals in Baghdad.

The research came to a set of conclusions, the most prominent of which was the interdependence of the types of strategic alertness in terms of high significance with continuous improvement, This confirms the acceptance of the first premise, which is a strong incentive for the company to implement the strategic vigilance system to improve the performance of its operations, activities and products as well as to enhance their competitiveness.

Keywords: Vigilance Strategic, Continuous Improvement

المقدمة:

أفرزت التحولات العالمية توجهات جديدة وشهدت المنظمات العديد من التغييرات التي شملت كافة المستويات، إذ أبرزت واقعاً جديداً وأدخلت مفاهيم وتقنيات حديثة تتسم بملاح ورؤى تتوافق مع طبيعة العالم المعاصر القائم على الحركة والتغيير إلى جانب التطورات السريعة في مجال تكنولوجيات الإعلام والاتصال.

ومن بين أهم تأثيرات هذه التغييرات، أن المعلومة أصبحت تعد كمورد أساسي للمنظمة ومصدر غنى وتميز وتنفوق بالنسبة لها، ومن هنا بدأت تظهر الحاجة إلى ضرورة استخدام المنظمات اليقظة الإستراتيجية باعتبارها أسلوب منظم في الإدارة الإستراتيجية للمنظمة، فهي تختص بالاستخدام الأمثل للمعلومات التي تساعد متخذي القرار على تحسين وتطوير المنظمة وضمان نشاطها وتحسين تنافسيتها وهذا من خلال خطوات عمل مدروسة بداية من جمع المعلومات من محيط المنظمة ومعالجتها وتحليلها ثم نشرها وإستخدامها من أجل استغلال الفرص المتاحة وتجنب المخاطر المحتملة و كل هذا في طابع استباقي توقعي لمسيرة المتغيرات الخارجية.

اشتمل البحث على اربعة محاور, فقد عرض المحور الاول منهجية البحث, اما المحور الثاني فقد عرض الجانب النظري لمتغيري البحث (اليقظة الاستراتيجية والتحسين المستمر), اما المحور الثالث عرض الجانب العملي للبحث, في حين عرض المحور الرابع اهم الاستنتاجات التي توصل اليها البحث والتي بموجبها تم تقديم عدد من التوصيات.

المحور الاول/ منهجية البحث

تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي نظراً لعلاقة هذا المنهج بمتغيرات واهداف هذا البحث من خلال الدراسة الميدانية في الشركة العامة للمنتوجات الغذائية، ووزارة الصناعة والمعادن.

1- مشكلة البحث

أصبح هاجس المنظمات هو كسب الزبائن من خلال تقديم أفضل وأجود المنتجات وأحدثها، وذلك لكسب ميزة تنافسية تواجه بها منافسيها وتحقق بها البقاء والاستمرار في بيئة تنافسية وديناميكية، ولتحقيق هذا الهدف كان لابد من تغيير جذري في طرق عمل المنظمة باعتماد طرق جديدة تتماشى ومتطلبات العصر والمنافسة التي أصبحت النظام الإقتصادي السائد في العالم، لأجل ذلك كان لابد استخدام اليقظة الإستراتيجية باعتبارها من الأساليب الجديدة في علم الادارة الحديث، فهي تحت المنظمة الى الإنصات لبيئتها من زبائن، موردين، منافسين، تكنولوجيا... الخ، و قد جاءت هذه الطريقة الجديدة لتقرب المنظمة من محيطها وتعرفها عليه وتساعد على تحليله وبالتالي سوف تساعد على تحقيق التحسين المستمر لها، ومن هنا تبرز مشكلة البحث بالتساؤل الاتي:

هل تعتمد المنظمة المبحوثة على نظام يقظة إستراتيجية يساعدها في تحقيق التحسين المستمر

لها؟

والتي تتفرع منها التساؤلات الآتية:

- 1- هل تمتلك ادارة المنظمة المبحوثة فكرة واضحة عن اليقظة الاستراتيجية ؟
- 2- هل تسهم انواع اليقظة الاستراتيجية في تحقيق التحسين المستمر في المنظمة المبحوثة؟
- 3- ما طبيعة علاقات الارتباط ونوعها والتأثير بين كل من انواع اليقظة الاستراتيجية والتحسين المستمر في المنظمة المبحوثة؟

ثانياً: اهداف البحث : يهدف هذا البحث الى تحقيق الاتي :

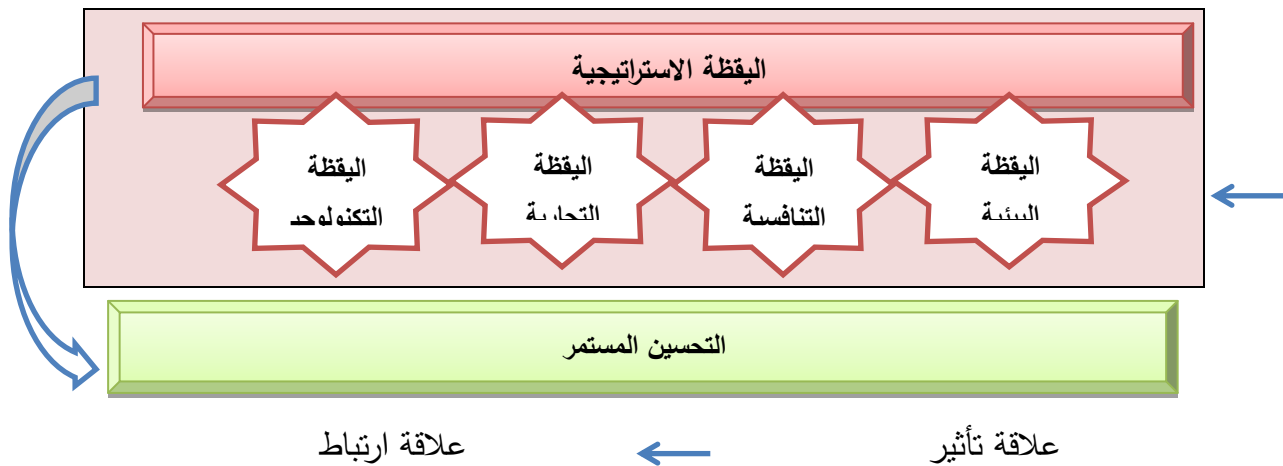
- 1- توضيح دور اليقظة الاستراتيجية في تحقيق التحسين المستمر في شركة العامة للمنتوجات الغذائية.
- 2- اختبار معنوية علاقة الارتباط بين انواع اليقظة الاستراتيجية والتحسين المستمر للشركة العامة للمنتوجات الغذائية.
- 3- توضيح علاقة التأثير الذي تحدثه انواع اليقظة الاستراتيجية في تحقيق التحسين المستمر للشركة العامة للمنتوجات الغذائية .

ثالثاً: اهمية البحث : تبرز اهمية البحث من خلال النقاط الاتية :

- 1- تقديم اطار نظري يربط بين متغيرين مهمين هما اليقظة الاستراتيجية والتحسين المستمر.

2- المساهمة الجادة في زيادة مستوى إدراك القيادات الإدارية للشركة المبحوثة بأهمية وضرة تطبيق اليقظة الاستراتيجية لتحقيق التحسين المستمر لها.

رابعاً: **المخطط الفرضي للبحث** : يوضح الشكل (1) مخطط الفرضي للبحث, إذ يوضح مجموعة من العلاقات المنطقية من حيث الارتباط والتأثير فيما بينها , فضلاً عن توضيح متغيرات البحث الرئيسة والفرعية لكي يكون مجسدا لمشكلة البحث والاهداف المتوقعة تحقيقها, اذ يتكون المخطط من نوعين من المتغيرات احدهما مستقل والآخر تابع وهي كما موضح في الشكل (1):



شكل (1) المخطط الفرضي للبحث

المصدر: من اعداد الباحثة

خامساً: **فرضيات البحث**: صيغت فرضيات البحث بناءً على المخطط الفرضي, والذي يجسد العلاقة بين متغيرات البحث واتجاهات التأثير فيه, وأن الهدف من صياغة الفرضيات هي الإجابة عن التساؤلات وتحقيق الأهداف وعلى وفق ما جاء بمشكلة وأهداف البحث وعلى النحو الآتي:

الفرضية الرئيسة الاولى (A): (توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين اليقظة الاستراتيجية والتحسين المستمر).

وتتفرع عنها الفرضيات الفرعية الآتية:

- الفرضية الفرعية (A1): توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين اليقظة البيئية والتحسين المستمر.
- الفرضية الفرعية (A2): توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين اليقظة التنافسية والتحسين المستمر.
- الفرضية الفرعية (A3): توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين اليقظة التجارية والتحسين المستمر.
- الفرضية الفرعية (A4): توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين اليقظة التكنولوجية والتحسين المستمر.

الفرضية الرئيسة الثانية (B): (يوجد تأثير ذو دلالة معنوية لليقظة الاستراتيجية في التحسين المستمر).

وتتفرع عنها الفرضيات الفرعية الآتية :

الفرضية الفرعية (B1): يوجد تأثير ذو دلالة معنوية لليقظة البيئية في التحسين المستمر .

الفرضية الفرعية (B2): يوجد تأثير ذو دلالة معنوية لليقظة التنافسية في التحسين المستمر .

الفرضية الفرعية (B3): يوجد تأثير ذو دلالة معنوية لليقظة التجارية في التحسين المستمر .

الفرضية الفرعية (B4): يوجد تأثير ذو دلالة معنوية لليقظة التكنولوجية في التحسين المستمر .

سادساً: حدود البحث: وتتمثل بما يأتي :-

أ- الحدود المكانية: تم اختيار الشركة العامة للمنتوجات الغذائية الواقعة في العاصمة بغداد.

ب- الحدود الزمانية: تعد الحدود الزمانية للبحث هي المدة التي قامت الباحثه فيها باجراء المقابلات مع مديري الأقسام والأداريين المسؤولين عن عمليات التسويق والتخطيط والمهندسين والفنيين المسؤولين عن عمليات الشركة، ومدة توزيع استمارة الاستبانة عليهم وجمعها، فضلاً عن الزيارات الميدانية والمقابلات التي اجريت مع بعض المسؤولين في الشركة بعد جمع استمارات الاستبانة، وهي المدة من (2017/5/2 لغاية 2017/7/31).

ج- الحدود البشرية: وتتمثل بالعينة التي يقع عليها الاختيار لأجراء تطبيقات البحث، وهي في هذا البحث تتجسد في (مدراء الاقسام والشعب في الشركة العامة للمنتوجات الغذائية) البالغ عددهم (78) فرد.

سابعاً: أساليب جمع البيانات والمعلومات : وتمثلت في جانبين هما:

1. الجانب النظري: إذ تم الاعتماد على الكتب والدوريات والمقالات العربية والأجنبية وأطاريح الدكتوراه ورسائل الماجستير ذات العلاقة بموضوع البحث، فضلاً عن الاستفادة من شبكة المعلومات الدولية (Internet) .

2. الجانب العملي: لتوفير البيانات والمعلومات في هذا الجانب تم الاعتماد على عدد من الوسائل للحصول على البيانات والمعلومات المطلوبة، من أهمها (الوثائق والسجلات الرسمية الخاصة بالشركة، المقابلات الشخصية، والاستبانة) ، تتميز الاستبانة بأنها من أفضل الطرائق للحصول على معلومات وحقائق ، وكذلك الوضوح وعدم الغموض والعمل بطريقة منسقة ، والسهولة والسرعة في توزيعها ، وامكانية توزيعها على عدد كبير من الأفراد وملائمتها للمستوى الفكري للعينة. والاستبانة هي الأداة الرئيسة التي اعتمدها البحث في عملية جمع البيانات اللازمة من أفراد العينة في الشركة، وقد تم تصميمها على وفق طبيعة البحث ومتغيراته ، وتم تحديد مدرج (likert) الخماسي للإجابة عن اسئلة الاستبانة وهو

كالاتي (اتفق بشدة 5, اتفق 4, غير متأكد 3, لا اتفق 2, لا اتفق بشدة 1) وقد قسمت الاستبانة كما موضح بالجدول التالي:

جدول (1) تركيبة استمارة الاستبانة

المحور	المتغيرات الرئيسية	المتغيرات الفرعية	عدد الفقرات	ارقام الفقرات	المقياس المعتمد
الاول	المعلومات التعريفية	معلومات عامة عن سمات أفراد عينة البحث	-	-	
الثاني	اليقظة الاستراتيجية	اليقظة البيئية	7	7-1	Tamboura,2008- حسين, 2015 -ابراهيم, 2017
		اليقظة التنافسية	6	13-8	
		اليقظة التجارية	6	19-14	
		اليقظة التكنولوجية	6	25-20	
الثالث	التحسين المستمر		23	48-26	رابعة, 2012-باديس, 2016

المصدر من اعداد الباحثة

ثامناً: وصف مجتمع وعينة البحث : لتحقيق هدف البحث وقع الاختيار على الشركة العامة للمنتوجات الغذائية/ بغداد وهي احدى الشركات الانتاجية التابعة لوزارة الصناعة والمعادن لتطبيق الجانب العملي للبحث, يضم مجتمع البحث (452) من العاملين في الشركة, أما عينة البحث فقد كانت عينة قصدية بلغت (78) فرد من المديرين والمتمثلة(بمدراء الاقسام والشعب), وزعت الاستبانة الى العينة المذكورة وأستلمت الباحثة (63) استبانة صالحة(وهي كافية لان في البحث كانت العينة فقط مدراء الاقسام والشعب والبالغة 78 فرداً) و (15)استبانة غير صالحة, ويوضح الجدول (2) خصائص عينة البحث وكالاتي:

جدول (2) خصائص عينة البحث

ت	المعلومات الشخصية	الفئات	التكرار	النسبة المئوية %
---	-------------------	--------	---------	------------------

1	النوع الاجتماعي	ذكر	36	57.14
		انثى	27	42.86
	المجموع		63	100
2	الفئة العمرية	من 25-30	0	0
		من 31-35	3	4.76
		من 36-40	14	22.22
		من 41-45	15	23.81
		من 46-50	16	25.4
		من 51 سنة فأكثر	15	23.81
	المجموع		63	100
3	المؤهل العلمي	ثانوية فأقل	3	4.76
		دبلوم	8	12.7
		بكالوريوس	50	79.37
		دبلوم عالي	1	1.59
		ماجستير	1	1.59
		دكتوراه	0	0
	المجموع		63	100
4	عدد سنوات الخدمة	5 سنوات أو أقل	0	0
		من 6-10	2	3.17
		من 11-15	18	28.57
		من 16-20	16	25.4
		من 21-25	12	19.05
		26 سنة فأكثر	15	23.81
	المجموع		63	100

المصدر : من اعداد الباحثة

يتضح من الجدول (2) أن أغلبية الذين شملهم الاستبيان كانوا من فئة (الذكور) أذ شكلوا نسبة (57.14) من العينة والنسبة المتبقية من فئة (الاناث) أذ شكلوا نسبة (42.86) من العينة. مما يعطي مؤشر ان المنظمة المبحوثة تعتمد على كلا الجنسين لشغل المناصب الإدارية فيها. أما بالنسبة للفئة العمرية فقد أظهرت النتائج ان افراد الفئة العمرية (46-50 سنة) قد شكلوا نسبة (25.4%) من العينة ثم تليها الفئة (41-45 سنة) أذ شكلوا نسبة (23.81%) من العينة وكذلك الفئة (51 سنة فأكثر) بنفس النسبة. وهذا يدل على الاغلبية ممن تدرجوا في الوظيفة حتى وصولهم الى المناصب الادارية وهم من ذوي الخبرة والمهارة.

أما بالنسبة للمؤهل العلمي فقد أظهرت النتائج ان الاغلبية كانوا من فئة (بكالوريوس) أذ شكلوا نسبة (79.37%) من العينة تليها الفئة (دبلوم) بنسبة (12.7%) وبفارق نسبة كبيرة مما يدل على ان معظم مدراء المنظمة المبحوثة ممن يتمتعون بمؤهلات الاقتدار العلمي.

وأخيراً بالنسبة لعدد سنوات الخدمة فقد أظهرت النتائج امن اعلى نسبة كانت لفئة (11-15 سنة) إذ بلغت (28.57%) ثم تليها فئة (16-20 سنة) إذ شكلوا نسبة (25.4%) وتليها فئة (26 سنة فأكثر) بنسبة (23.81%) من العينة.

مما يعكس قدرتهم على تولي مسؤولية المناصب الإدارية والموازنة بين الافراد ذوي الخبرات وذوي الافكار المتنوعة والمبدعة.

تاسعاً: اختبار صدق وثبات الاستبانة

1- اختبار الصدق الظاهري للاستبانة: تم عرض الاستبانة على مجموعة من الخبراء والمحكمين من ذوي الاختصاص في مجالات علمية عديدة , والبالغ عددهم (9) محكمين, إذ تم تعديلها بما يتناسب مع المحاور الأخرى وبما يتسق مع الهدف الرئيس للبحث .

2- اختبار ثبات الاستبانة:- يقصد بالثبات ان مقياس الاستبانة يعطي النتائج نفسها اذا أعيد تطبيقها على مجتمع البحث نفسه بعد مدة من الزمن. وتوجد طرائق احصائية عدة لبيان مدى ثبات مقياس الاستبانة, وتعتمد جميعها على فكرة (Guttman L.A) بإيجاد معامل الارتباط على وفق صيغة جتمان وكما يأتي:

$$R = 2(1 - \frac{S_1^2 + S_2^2}{S^2})$$

إذ ان R: معامل الثبات

$$S_1^2 = \text{تباين الأسئلة الفردية}$$

$$S_2^2 = \text{تباين الأسئلة الزوجية}$$

$$S^2 = \text{تباين جميع الأسئلة}$$

جدول (3) قيمة معامل الثبات

عدد المتغيرات	معامل الثبات
48	0.982

المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج البرنامج الاحصائي spss

تم توضيح تفاصيل حساب معامل الثبات حسب طريقة التجزئة النصفية وبأستخدام صيغة جتمان في الجدول (4).

جدول (4) طريقة التجزئة النصفية بأستخدام صيغة جتمان

مجموع الاسئلة	مجموع الاسئلة الزوجية	مجموع الاسئلة الفردية	
10307	5197	5110	المجموع الكلي للاجابات
163.6	82.49	81.11	متوسط المجموع الكلي للاجابات
1107.47	288.35	275.39	التباين

المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج البرنامج الاحصائي spss

نلاحظ ان قيمة معامل الثبات (0.982) اكبر من (0.5) وهذا يدل على ثبات مقياس الاستبانة لمتغيرات البحث والمتمثلة (اليقظة الاستراتيجية وانواعها) والمتغير الاستجابي (التحسين المستمر).

عاشراً: الادوات الاحصائية المستخدمة في معالجة وتحليل البيانات.

تم استخدام البرنامج الاحصائي spss في الجانب العملي من اجل اجراء تحليل أسلوب الانحدار البسيط، ولأغراض تحليل البيانات الاحصائية الخاصة بمتغيرات البحث، واختبار فرضياته، سيتم اعتماد المعايير والاختبارات الآتية:

1. النسبة المئوية (Percentage): خاصة بعرض البيانات لوصف إجابات أفراد عينة البحث، وقد استخدمت من خلال الجداول التكرارية.
2. الوسط الحسابي (Mean): يستخدم لتحديد مستوى الأجابة عن الفقرات، ومعرفة مستوى المحاور الفرعية أو متوسط تلك المجموعة.
3. الانحراف المعياري (Standard Deviation): يستخدم لقياس درجة تشتت لقيمة الأجابات عن وسطها الحسابي، إذ كلما قلت قيمته زادت درجة تركيز اجابات عن الوسط الحسابي.
4. معامل الارتباط البسيط (Simple Correlation): يوضح قوة العلاقة بين متغيرات البحث على مستوى الأبعاد واجمالاً.
5. معامل الانحدار الخطي البسيط (β): أستعمل لمعرفة مدى تأثير المتغير المستقل في المتغير المعتمد.

6. معامل التحديد (R^2): يفسر التباين في المتغيرات .

7. اختبار (F): يستخدم لمعرفة مدى معنوية الأنموذج.

8. اختبار (T): يستخدم لمعرفة مستوى المعنوية للمعلومات.

المحور الثاني / الجانب النظري

أولاً: اليقظة الاستراتيجية Strategic Vigilance

1- مفهوم اليقظة الاستراتيجية

اليقظة (vigilance) كلمة مشتقة من اللاتينية (vigilantia) والذي يعني القيام بالحراسة والمراقبة، فهي ناتج عن مفهوم المراقبة بالرادار لحماية منطقة ما إذ يشعر الأشخاص المسؤولون عن وجود أي خطر يدهمهم بصفة مستمرة وسمي هذا برادار اليقظة (vigilance Radar) (حسين، 2015: 6). لقد تعددت وجهات نظر الباحثين والكتاب حول مفهومها وتباينت افكارهم باختلاف تخصصاتهم وبيئة اعمالهم، فقد عرفها (Hassen, 2014: 46) بأنها عبارة عن مراقبة وتحليل البيئة من اجل النشر المحدد للمعلومات المختارة والمعالجة التي تقيد في اتخاذ القرارات الإستراتيجية. في حين عرفها (الصفار، 2017: 88) بأنها نظام الرادار للمنظمة لغرض رصد جميع الاشارات وجمع المعلومات حولها للاستفادة من نقاط قوتها واقتناص الفرص المتاحة وتجاوز نقاط ضعفها والتهديدات التي تواجهها.

أما من وجهة نظر الباحثة اليقظة الاستراتيجية هي عملية او نشاط تنفذ بشكل جماعي تقوم على اساس الانتباه والمراقبة والتحليل للبيئة (الداخلية والخارجية) من اجل الاستفادة من نقاط قوتها واستغلال الفرص المتاحة لها والحد من نقاط الضعف والتهديدات التي تواجهها .

2- انواع اليقظة الاستراتيجية

باتفاق أغلب المختصين والباحثين أمثال كل من (Dumas, 2004: 43-44)، (Akli, M., 2008: 17-19)، (Grine, 2010: 12)، (Diakhate, 2011: 7) (حسين، 2015: 23-30) (عمر ولمين، 2017: 5-6) (ابراهيم، 2017: 51-52) (محمود، 2017: 210) اليقظة الاستراتيجية تتضمن اربعة انواع هي اليقظة البيئية واليقظة التنافسية واليقظة التجارية واليقظة التكنولوجية. وسنتناول في دراستنا الحالية هذه العناصر لاتفاق اغلب الباحثين عليها.

1- اليقظة البيئية Environmental Vigilance: هناك من يطلق عليها (اليقظة المحيطية) تعرف كذلك باليقظة الشاملة التي تهتم بمراقبة التطورات الاقتصادية والسياسية Politic والقانونية Legal والديموغرافية Demographic والثقافية cultural.... التي تؤثر بشكل أو بآخر في نشاط المنظمة.

وتعني اليقظة البيئية بأنها ادراك مختلف التغيرات التي يمكن ان تحدث داخل المجتمع، والتي يمكن ان تعرض المنظمة لخطر الاضطراب وتأثر علاقتها بالمحيط، فهي لذلك سميت ايضا باليقظة الاجتماعية، كونها تتمثل بمراقبه التغيرات التي لها علاقه بمختلف اوجه الحياه الاجتماعيه، ومنها تطور

النمو الديموغرافي، عادات الاستهلاك، التجمعات السكانية، وتغيرات الانماط الاستهلاكية (معراج و عدون، 2005: 165).

2- اليقظة التنافسية Competitive Vigilance: يعود الفضل الكبير في ظهور اليقظة التنافسية و انتشارها إلى مايكل بورتر، إذ بعد صدور كتابه "الميزة التنافسية" ازداد الاهتمام بالمنافسين و اتسع نطاق المنافسة ليتعدى المنافسين الحاليين داخل قطاع الصناعة و يشمل المنافسين المحتملين ومنتجي السلع البديلة والموردين والموزعين (نور العابدين، 2012: 38).

عرفت اليقظة التنافسية من قبل (Tamboura, 2008: 60) على انها العملية التي تستطيع المنظمة من تحديد منافسيها الحاليين والمحتملين وخططهم المستقبلية بهدف اتخاذ القرار المناسب لان أي قرار لا يراعي فيه نوايا المنافسين يعيق اعمال المنظمة وتقوتها فرص عديدة.

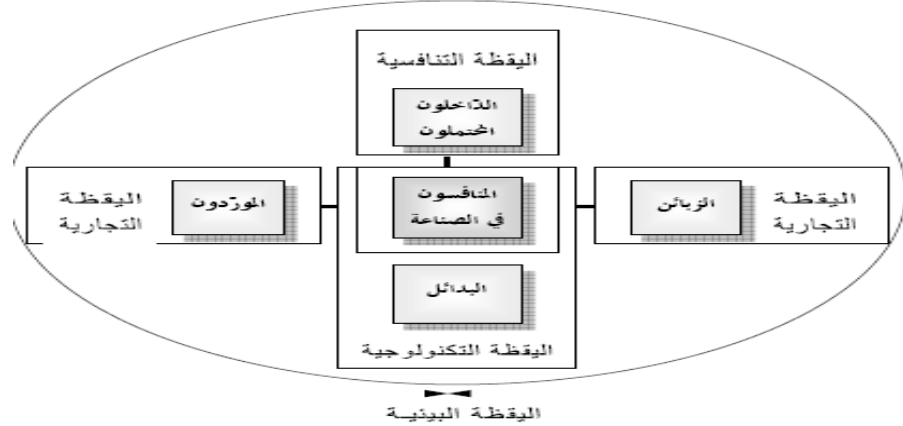
3- اليقظة التجارية Commercial Vigilance: يطلق على اليقظة التجارية بأنها (يقظة التسويق) وتعني عملية البحث والمعالجة والتوزيع للمعلومات المتعلقة بأسواق المنظمة، والتي تهتم بمتابعة تطور السوق، وسلوك المستهلك، وطرح منتجات جديدة.... الخ (Centredoc، 2003: 8).

في هذا النوع من اليقظة يتم التركيز على الاحتياجات المتغيرة للزبائن على المدى الطويل، وكذا تطور العلاقة بين المنظمة والزبائن، كما يتم تتبع تطور وعرض المنتجات الجديدة، تطور العلاقة بين الموردين والمنظمة، وامكانية المورد من انتقاء المنتجات التي تحتاجها المنظمة بأقل كلفة (Chalus & Marie, 2007: 5).

4- اليقظة التكنولوجية Technological Vigilance: إن التغير التكنولوجي يخلق فرصا لبعض المنظمات وبعد تهديدا للبعض الآخر، لذا على المنظمات ان تراقب هذا التغير بانتظام وبصورة مستمرة لكي تتكيف معه مستقبلاً (Barney & Hesterly، 2006: 35). وتهتم اليقظة التكنولوجية بالاستكشافات العلمية والإبداعات التكنولوجية سواء أكان ما يخص السلعة أم الخدمة وتقييم طرائق التصنيع وطرائق تقديم الخدمة... الخ.

وتحقق اليقظة التكنولوجية فوائد للمنظمة عبر المعلومات المتحصل عليها أو المعطيات العلمية ك(براءات الاختراع، ومعطيات السوق، ومعطيات علمية، معطيات تكنولوجية، والمعلومات غير الرسمية) فتحصل المنظمة من خلال عمليات اليقظة التكنولوجية التي تعد أداة لاتخاذ القرارات المستقبلية على (إعداد برامج بحث وتطوير، والحصول على اتفاقيات تعاون جديدة، وبيع وشراء تراخيص أو شراء وحدات إنتاج جديدة) (Dalila, 2012: 5).

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



شكل (2): الأنواع الأربعة لليقظة مجتمعة مع قوى المنافسة لـ Porter

Source: Grine 'L.' "La mise en place d'un système de veille commerciale" ، Alger، 2010:26.

ثانياً: التحسين المستمر Continuous Improvement

١- مفهوم التحسين المستمر

انطلق هذا المفهوم من المصطلح الياباني (Kaizen)، وهي كلمة بوزية تعني "جدد قلبك واجعله دائماً أفضل"، كذلك استخدمت في فنون الدفاع عن النفس بمعنى تقدم الى الأمام بخطوات صغيرة وسريعة، وقد توسعت هذه الطريقة الى الإدارة أيضاً وأصبح كايزن يعرف كأسلوب جديد للإدارة في العقدين الأخيرين من القرن الأخير (Mihaela, 2011:99). وقد استعمل اليابانيون مصطلح (كايزن) للإشارة إلى التحسين المستمر، إذ تم تطبيقه في مجال الصناعة في شركة Toshiba عام 1946 وشركة Matsushita Electric عام 1950 وشركة Toyota عام 1951 كطريقة لتخفيض وإدارة الكلفة وبعدها تطور هذا المفهوم نتيجة الحاجة والضرورة التي يشعر بها اليابانيون للتفوق والتميز في الأسواق العالمية (البرواري، 2001: 46).

بسبب تباين وتعدد أغراض واتجاهات التحسين المستمر لم تتفق كثير من الدراسات والادبيات حول مفهوم محدد له على الرغم من اهتمام هذه الادبيات بمفهوم التحسين المستمر مما أدى الى اختلاف المفاهيم والتعريفات، فقد عرف (Gustafsson&Hornay, 2015: 13) التحسين المستمر على انه عملية التحسينات الإضافية الصغيرة أو التغييرات الجذرية كنتيجة لأفكار مبتكرة أو تكنولوجيا جديدة.

في حين عرف (الشيياوي,2016: 30) التحسين المستمر بأنه فلسفة تعمل لتحسين مجمل العوامل والعناصر التي لها صلة بعملية تحويل المدخلات الى مخرجات وبصورة مستمرة.

اما من وجهة نظر الباحثة إن التحسين المستمر هو نظام يلتزم به جميع العاملين بكافة مستويات المنظمة من اجل تطوير عملياتها وانشطتها المتعلقة بالآلات والمواد والأفراد وطرق الإنتاج وبشكل مستمر.

2- مبادئ التحسين المستمر

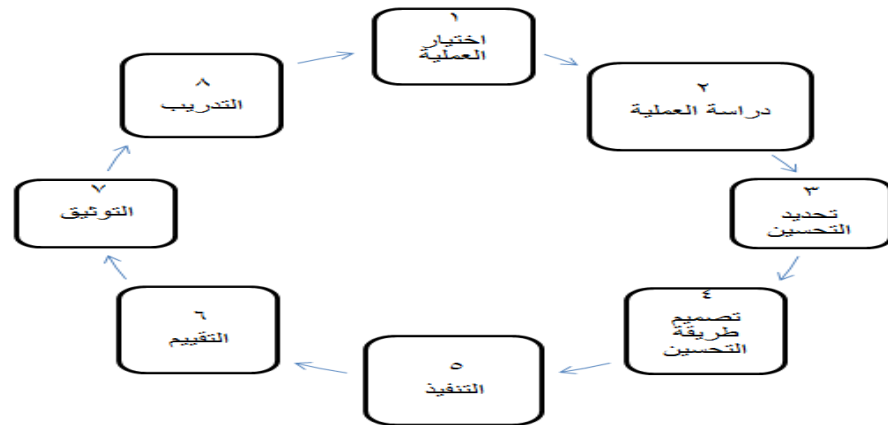
اتفق كل من, (النعمة وسليمان, 2012: 174), (Haddas& Others,2014:37-38), (الغريايوي,2015: 47-48) على ان مبادئ التحسين المستمر يمكن اجمالها بالاتي:

- أ- الاستخدام الفاعل للمعلومات.
- ب- التركيز على رضا الزبون .
- ت- استكشاف المشكلات والعمل على منعها قبل حدوثها.
- ث- التعاون الوثيق بين جميع أقسام المنظمة من دون حواجز.
- ج- السعي نحو الكمال في اداء المهام .
- ح- التعاون غير المحدود بين جميع الأفراد العاملين بغية تحقيق الأهداف المنشودة والاعتماد على العمل الجماعي .
- خ- التحسين المستمر باستخدام أدوات علمية مع التركيز على الأولويات والمبادرات الأكثر فاعلية.

3- مراحل التحسين المستمر

اتفق كلاً من (الموسوي, 2007: 96) (العكيلي, 2010: 43) على ان التحسين المستمر يمر بمراحل وهي كالآتي:

- أ- اختيار عملية معينة تتطلب التحسين مع وضع أهدافاً مبتغاةً من هذا التحسين.
- ب- دراسة وتوثيق العملية بوضعها الحالي .
- ت- البحث عن سبل لتحسين العملية .
- ث- وضع تصميم افضل للعملية المختارة .
- ج- تنفيذ التصميم المعدل .
- ح- تقييم العملية المعدلة .
- خ- توثيق العملية المعدلة وإعلام جميع المعنيين بها (مرؤوسين , رؤساء , زبائن , مجهزين)
- د- تدريب المنفذين على أداء العملية المعدلة في صيغتها الجدي والشكل (3) يوضح ذلك.



شكل (3) مراحل التحسين المستمر

المصدر: العكيلي, جميل جابر, "أثر التحسين المستمر لوظائف إدارة الموارد البشرية في أداء المستشفيات/دراسة إستطلاعية في مستشفى الصدر العام", كلية الإدارة والإقتصاد / الجامعة المستنصرية رسالة ماجستير علوم في إدارة الأعمال, 2010.

المحور الثالث/ الجانب العملي

نتائج اختبار فرضيات البحث

يهدف هذا المحور الى اختيار فرضيات البحث عن طريق عرض علاقات الارتباط والتأثير بين المتغيرات المبحوثة بأستعمال الاساليب الاحصائية التحليلية المتمثلة بمعامل ارتباط بيرسون (Pearson) بين المتغير المستقل من جهة, والمتغير المعتمد من جهة اخرى.

اولاً: اختبار الفرضية الرئيسة الاولى علاقات الارتباط بين المتغيرات المبحوثة (اليقظة الاستراتيجية والتحسين المستمر).

تهدف هذه الفقرة الى اختبار فرضيات البحث عن طريق عرض علاقات الارتباط بين المتغيرات المبحوثة بأستعمال الاساليب الاحصائية التحليلية المتمثلة بمعامل ارتباط بيرسون (Pearson), وكما عبرت عنها الفرضية الرئيسة الاولى والتي مفادها (توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين اليقظة الاستراتيجية والتحسين المستمر).

اذ يظهر الجدول (5) قيم ارتباط معامل بيرسون (Pearson) بين اليقظة الاستراتيجية والتحسين المستمر على المستوى الاجمالي وكذلك على مستوى ابعادها الفرعية وكانت نتائج تحليل الارتباط على النحو الآتي:

1- اختبار علاقة الارتباط بين اليقظة الاستراتيجية على المستوى الكلي والتحسين المستمر

جدول (5) قيم الارتباط لمعامل بيرسون (Pearson) بين اليقظة الاستراتيجية والتحسين المستمر (N=63)

المتغير المستقل	المتغير التابع	قيمة t الجدولية
X اليقظة الاستراتيجية	y التحسين	
معامل الارتباط	0.89	2.66
قيمة t المحسوبة	14.98	درجة الثقة
نوع العلاقة	ارتباط قوي طردي معنوي	0.99

المصدر : من اعداد الباحثة بالاستناد الى نتائج البرنامج الاحصائي spss

يشير الجدول (5) الى وجود علاقة ارتباط معنوية طردية وقوية بين اليقظة الاستراتيجية والتحسين المستمر , اذ بلغت قيمة معامل الارتباط (0.89) وذات دلالة معنوية عالية بنسبة (0.99) ، وهذا يشير الى أن الاهتمام الكبير باليقظة الاستراتيجية سيؤدي الى اهتمام متزايد بالتحسين المستمر من قبل إدارة الشركة، وهذا يؤكد صحة الفرضية الرئيسة (A) التي مفادها (توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين اليقظة الاستراتيجية و التحسين المستمر) .

أ- الفرضية الفرعية (A1): توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين اليقظة البيئية والتحسين المستمر

جدول (6) قيم الارتباط لمعامل بيرسون (Pearson) بين اليقظة البيئية والتحسين المستمر (N=63)

المتغير المستقل	المتغير التابع	قيمة t الجدولية
X1 اليقظة البيئية	y التحسين	
معامل الارتباط	0.77	2.66
قيمة t المحسوبة	9.36	درجة الثقة
نوع العلاقة	ارتباط جيد طردي معنوي	0.99

المصدر : اعداد الباحثة بالاستناد الى نتائج البرنامج الاحصائي spss

نلاحظ في الجدول (6) ان قيمة معامل الارتباط بين اليقظة البيئية والتحسين المستمر قد بلغت (0.77) وذات دلالة معنوية عالية بنسبة (0.99) وهي علاقة ارتباط جيد طردي معنوي، تدل على انه كلما زاد الاهتمام باليقظة البيئية ازداد التوجه بالتحسين المستمر بمنتجات وخدمات الشركة، إذن تقبل الفرضية الفرعية (A1) التي مفادها (توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين اليقظة البيئية والتحسين المستمر) .

ب- الفرضية الفرعية (A2): توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين اليقظة التنافسية والتحسين المستمر

جدول (7) قيم الارتباط لمعامل بيرسون (Pearson) بين اليقظة التنافسية والتحسين المستمر (N=63)

المتغير المستقل	المتغير التابع	قيمة t الجدولية
X2 اليقظة التنافسية	yy التحسين	
معامل الارتباط	0.81	2.66
قيمة t المحسوبة	10.77	درجة الثقة
نوع العلاقة	ارتباط قوي طردي معنوي	0.99

المصدر : اعداد الباحثة بالاستناد الى نتائج البرنامج الاحصائي spss

نلاحظ في الجدول (7) ان قيمة معامل الارتباط بين اليقظة التنافسية والتحسين المستمر قد بلغت (0.81) وذات دلالة معنوية عالية بنسبة (0.99) وهي علاقة ارتباط قوية طردية معنوية، تدل على انه كلما زاد الاهتمام باليقظة التنافسية كلما زادت التحسينات المستمرة للشركة، إذاً يتم قبول الفرضية الفرعية (A2) التي مفادها (توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين اليقظة التنافسية والتحسين المستمر) .

ج- الفرضية الفرعية (A3): توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين اليقظة التجارية والتحسين المستمر

جدول (8) قيم الارتباط لمعامل بيرسون (Pearson) بين اليقظة التجارية والتحسين المستمر (N=63)

المتغير المستقل	المتغير التابع	قيمة t الجدولية
X3 اليقظة التجارية	y التحسين	
معامل الارتباط	0.84	2.66
قيمة t المحسوبة	12	درجة الثقة
نوع العلاقة	ارتباط قوي طردي معنوي	0.99

المصدر : اعداد الباحثة بالاستناد الى نتائج البرنامج الاحصائي spss

نلاحظ في الجدول (8) ان قيمة معامل الارتباط بين اليقظة التجارية و التحسين المستمر قد بلغت (0.84) وذات دلالة معنوية عالية بنسبة (0.99) وهي علاقة ارتباط قوي طردي معنوي، تدل على انه كلما زاد الاهتمام باليقظة التجارية ازدادت التحسينات المستمرة للشركة، إذاً تقبل الفرضية الفرعية (A3) التي مفادها (توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين اليقظة التجارية والتحسين المستمر) .

د- الفرضية الفرعية (A4): توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين اليقظة التكنولوجية والتحسين المستمر

جدول (9) قيم الارتباط لمعامل بيرسون (Pearson) بين اليقظة التكنولوجية والتحسين المستمر (N=63)

المتغير المستقل	المتغير التابع	قيمة t الجدولية
-----------------	----------------	-----------------

X4 اليقظة التكنولوجية	y التحسين	
معامل الارتباط	0.83	2.66
قيمة t المحسوبة	11.68	درجة الثقة
نوع العلاقة	ارتباط قوي طردي معنوي	0.99

المصدر : اعداد الباحثة بالاستناد الى نتائج البرنامج الاحصائي spss

نلاحظ في الجدول (9) ان قيمة معامل الارتباط بين اليقظة التكنولوجية والتحسين المستمر قد بلغت (0.83) وذات دلالة معنوية عالية بنسبة (0.99) وهي علاقة ارتباط قوي طردي معنوي، تدل على انه كلما زاد الاهتمام باليقظة التكنولوجية ازدادت التحسينات المستمرة للشركة، إذاً **تقبل الفرضية الفرعية (A4)** التي مفادها (توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين اليقظة التكنولوجية والتحسين المستمر).

يتضح في ضوء نتائج تحليل علاقات الارتباط بين اليقظة الاستراتيجية والتحسين المستمر بالآتي:

- قبول الفرضية الرئيسية الاولى التي مفادها (توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين اليقظة الاستراتيجية والتحسين المستمر)
- اظهرت النتائج بأن اليقظة التجارية هي اقوى علاقة ارتباط مع التحسين المستمر مقارنة ببقية الانواع الاخرى اذ بلغت (0.84) ثم تليها اليقظة التكنولوجية بلغت (0.83) ثم بعدها اليقظة التنافسية اذ بلغت (0.81) وبعدها اليقظة البيئية بلغت (0.77).

ثانياً: اختبار علاقات التأثير للمتغيرات المبحوثة (اليقظة الاستراتيجية والتحسين المستمر)

تهدف هذه الفقرة الى اختبار فرضية البحث التي تتعلق بعلاقة تأثير المتغير المستقل في المتغير المعتمد باستخدام تحليل الانحدار البسيط (Simple Regression Analysis) , وكما عبرت عنها الفرضية الرئيسية (B) (يوجد تأثير ذو دلالة معنوية لليقظة الاستراتيجية في التحسين المستمر) ولغرض تحقق ذلك يمكن توضيحها كالآتي:

1- اظهرت نتائج تحليل تأثير المتغير المتمثل باليقظة الاستراتيجية (X) في المتغير المعتمد المتمثل بالتحسين المستمر (Y) تأثير معنوي كما موضح في الجدول (10), اذ كانت قيمة (F) المحسوبة (*226.49) وهي اكبر من القيمة الجدولية (F) والبالغة (4.08) عند مستوى دلالة (0.05) وقيمة (t) المحسوبة والبالغة (15.05) وهي اكبر من القيمة الجدولية (t) والبالغة (2.000), وبلغ معامل التحديد (R^2) ما قيمته (78.8%), وهذا يعني ان اليقظة الاستراتيجية تسهم بمقدار (78.8%) من التغيرات الحاصلة في التحسين المستمر, كما ان قيمة معلمة الانحدار (β) قد بلغت (0.89) وهذا يعني ان تغير وحدة واحدة في قيم اليقظة الاستراتيجية تؤدي الى تغير في التحسين المستمر بمقدار (0.89).

جدول (10) قائمة تفصيلية بترتيب القوة التأثيرية للمتغيرات المستقلة على المتغير المعتمد التحسين المستمر

المتغيرات المستقلة	المتغير المعتمد	R^2	القيمة المحسوبة F	القيمة الجدولية F	المعاملات β	القيمة المحسوبة t	القيمة الجدولية t	النتيجة
x1 - اليقظة البيئية	- y التحسين	59%	87.68*	4.08	0.97	9.364*	2.000	معنوية
x2 - اليقظة التنافسية	- y التحسين	65.5%	115.82*	4.08	0.67	10.762*	2.000	معنوية
x3 - اليقظة التجارية	- y التحسين	70.3%	144.2*	4.08	0.69	12.008*	2.000	معنوية
x4 - اليقظة التكنولوجية	- y التحسين	69.1%	136.49*	4.08	0.71	11.683*	2.000	معنوية
X - اليقظة الاستراتيجية	- y التحسين	78.8%	226.49*	4.08	0.89	15.05*	2.000	معنوية
*: معنوية بثقة مقدارها 95% عند مستوى دلالة (0.05)								
N=63								

المصدر: اعداد الباحثة بالاستناد الى مخرجات البرنامج الاحصائي (spss)

2- اظهرت النتائج في الجدول (10) ان بعد اليقظة البيئية (x1) يؤثر في التحسين المستمر (Y)، اذ بلغت قيمة (F) المحسوبة (87.68*) وهي اكبر من القيمة الجدولية (F) البالغة (4.08) عند مستوى دلالة (0.05) وقيمة (t) المحسوبة والبالغة (9.364) وهي اكبر من القيمة الجدولية (t) والبالغة (2.000) مما يدل على وجود تأثير معنوي، وبلغ معامل التحديد (R^2) ما قيمته (59%)، وهذا يعني ان اليقظة البيئية تسهم بمقدار (59%) من التغيرات الحاصلة في التحسين المستمر، كما ان قيمة معلمة الانحدار (β) قد بلغت (0.97) وهذا يعني ان تغير وحدة واحدة في قيمة اليقظة البيئية تؤدي الى تغير في التحسين المستمر بمقدار (0.97).

3- اظهرت النتائج في الجدول (10) ان بعد اليقظة التنافسية (x2) يؤثر في التحسين المستمر (Y)، اذ بلغت قيمة (F) المحسوبة (115.82*) وهي اكبر من القيمة الجدولية (F) والبالغة (4.08) عند مستوى دلالة (0.05) وقيمة (t) المحسوبة والبالغة (10.762) وهي اكبر من القيمة الجدولية (t) والبالغة (2.000) مما يدل على وجود تأثير معنوي، وبلغ معامل التحديد (R^2) ما قيمته (65.5%)، وهذا يعني ان اليقظة التنافسية تسهم بمقدار (65%) من التغيرات الحاصلة في التحسين المستمر، كما ان قيمة معلمة

الانحدار (β) قد بلغت (0.67) وهذا يعني ان تغير وحدة واحدة في قيمة اليقظة التنافسية تؤدي الى تغير في التحسين المستمر بمقدار (0.67).

4- اظهرت النتائج في الجدول (10) ان بعد اليقظة التجارية (x_3) يؤثر في التحسين المستمر (Y), اذ بلغت قيمة (F) المحسوبة (144.2^*) وهي اكبر من القيمة الجدولية (F) والبالغة (4.08) عند مستوى دلالة (0.05) وقيمة (t) المحسوبة والبالغة (12.008) وهي اكبر من القيمة الجدولية (t) والبالغة (2.000) مما يدل على وجود تأثير معنوي, وبلغ معامل التحديد (R^2) ما قيمته (70.3%), وهذا يعني ان اليقظة التجارية تسهم بمقدار (70%) من التغيرات الحاصلة في التحسين المستمر, كما ان قيمة معلمة الانحدار (β) قد بلغت (0.69) وهذا يعني ان تغير وحدة واحدة في قيمة اليقظة التجارية تؤدي الى تغير في التحسين المستمر بمقدار (0.69).

5- اظهرت النتائج في الجدول (10) ان بعد اليقظة التكنولوجية (x_4) يؤثر في التحسين المستمر (Y), اذ بلغت قيمة (F) المحسوبة (136.49^*) وهي اكبر من القيمة الجدولية (F) والبالغة (4.08) عند مستوى دلالة (0.05) وقيمة (t) المحسوبة والبالغة (11.683) وهي اكبر من القيمة الجدولية (t) والبالغة (2.000) مما يدل على وجود تأثير معنوي, وبلغ معامل التحديد (R^2) ما قيمته (69.1%), وهذا يعني ان اليقظة التكنولوجية تسهم بمقدار (69%) من التغيرات الحاصلة في التحسين المستمر, كما ان قيمة معلمة الانحدار (β) قد بلغت (0.71) وهذا يعني ان تغير وحدة واحدة في قيمة اليقظة التكنولوجية تؤدي الى تغير في التحسين المستمر بمقدار (0.71).

في ضوء نتائج تحليل تأثير اليقظة الاستراتيجية بمتغيراتها الفرعية في التحسين المستمر يتضح الاتي:

■ ان جميع النتائج قد حققت تأثيراً ذو دلالة معنوية عند مستوى (0.05) وكما موضح في الجدول (10), اذ يؤكد ذلك قبول الفرضية الثانية الرئيسية وبفروعها التي تنص على (يوجد تأثير ذو دلالة معنوية لليقظة الاستراتيجية في التحسين المستمر) .

■ حقق متغير اليقظة البيئية اعلى تأثيراً في المتغير المعتمد المتمثل بالتحسين المستمر بمعامل انحدار B (0.97).

المحور الرابع/ الاستنتاجات والتوصيات

اولاً: الاستنتاجات

سيعرض هذا المحور عدداً من الاستنتاجات التي توصلت إليها الباحثة استناداً الى نتائج تحليل الجانب الميداني, وكما يأتي :

- 1- إن إدارات الشركة العامة للمنتجات الغذائية تعطي اهتماماً واضحاً لمتطلبات اليقظة الاستراتيجية بجميع أنواعها لتحقيق التحسين المستمر.
- 2- تعطي الشركة أهمية واضحة للتحسين المستمر وهذا يؤمن بقائها واستمرارها في السوق من خلال تقديم منتجات متنوعة وبمواصفات متفوق عليها تلبي رغبات الزبائن.
- 3- ظهر ترابط انواع اليقظة الاستراتيجية بدلالة معنوية عالية مع التحسين المستمر، وهذا يؤكد قبول الفرضية الاولى، مما يشكل حافز قوي للشركة لتطبيق اليقظة الاستراتيجية لتحقيق التحسين المستمر لها.
- 4- اظهرت أن اليقظة التجارية هي اقوى علاقة ارتباط مع التحسين المستمر مقارنة ببقية الانواع الاخرى ثم تليها اليقظة التكنولوجية ثم بعدها اليقظة التنافسية وبعدها اليقظة البيئية وهذا يدل على ان الشركة تنتبأ بحاجات ورغبات زبائنهم وتسبق المنافسين في اشباعها.
- 5- أكدت نتائج تحليل الانحدار البسيط تأثير انواع اليقظة الاستراتيجية بشكل ايجابي في التحسين المستمر وبدلالة معنوية عالية، مما يؤكد قبول الفرضية الرئيسة الثانية.
- 6- كما اظهرت النتائج أن اليقظة البيئية حققت أعلى تأثير في المتغير المعتمد المتمثل بالتحسين المستمر مقارنة ببقية الانواع الاخرى وهذا يدل على إن تلك الادارات تراقب وتتابع الأحداث الطرفية من خلال ما يصلها من معلومات بيئية ذات اشارات ضعيفة وتعمل على تقييم أخطارها ومواجهتها بكل وعي وانتباه .

ثانياً: التوصيات

- استرشاداً بأستنتاجات البحث ظهرت بعض التوصيات التي تقيد الشركة المبحوثة وهي كآلاتي:
- 1- ضرورة تعزيز الشركة العامة للمنتجات الغذائية ثقافة اليقظة الاستراتيجية لما لها من أهمية كبيرة خاصة بعد انفتاح الاسواق العالمية أمام المنافسة الدولية من اجل تحسين اعمال بشكل مستمر .
 - 2- ضرورة عقد الندوات والمؤتمرات حول موضوع اليقظة الاستراتيجية والتحسين المستمر لتعريف الافراد العاملين بها وبأهميتها ودورها في النهوض بواقع العمل وتجنب أي تأثير سلبي على العمل.
 - 3- عدم التركيز على نوع واحد من اليقظة الاستراتيجية في الشركة من قبل القادة بل التنويع في استخدام كافة انواع اليقظة (البيئية والتنافسية والتجارية والتكنولوجية) وفي كافة المستويات الادارية، مع التأكد على اليقظة البيئية من خلال تكوين جهات متخصصة في دراسة البيئة الداخلية (نقاط القوة والضعف) والبيئة الخارجية (الفرص والتهديدات) لان اليقظة البيئية هي المعنية بمستقبل الشركة.

4- الاعتماد على المقارنة المرجعية كأداة مهمة للتحسين في الشركة والتعرف على نقاط الخلل والانحراف لغرض معالجتها وتصحيحها وكذلك التعرف على نقاط التميز فيها مقارنة بالمنافسين لتعزيزها والاستفادة منها.

5- ان تهتم ادارة الشركة بشكل اكبر في الترويج لمنتجاتها المقدمة خصوصاً ان نشاط الشركة قد تغير في الآونة الاخيرة بدمج اكثر من صناعة وذلك من خلال الاهتمام بتدريب رجال البيع واستخدام وسائل الاتصال الاجتماعي وغيرها من الوسائل.

المصادر العربية :

1- أبراهيم، حسين علي، (2017)، "اليقظة الاستراتيجية ودورها في تحسين مستوى الخدمات التمريضية/ بحث تطبيقي في مستشفى غازي الحريري"، كلية الادارة والاقتصاد، جامعة بغداد، مجلة العلوم الاقتصادية والادارية ، المجلد 23، العدد 96، ص 48-65.

2- البرواري، نزار عبد المجيد رشيد، (2001)، "المقارنة المرجعية وإمكانات تطبيقها كأداة للتحسين المستمر في المنظمات"، المجلة العراقية للعلوم الادارية ، المجلد الأول ، العدد الأول ، السنة الأولى، جامعة بابل ، ص 20-55.

3- الشيباوي، علي عباس هيمص، (2016)، "متطلبات التحسين المستمر لتطوير العمل البلدي في محافظة القادسية باستخدام أنموذج مالكولم بالدرج للتفوق المؤسسي - بحث ميداني"، كلية الإدارة والاقتصاد - جامعة بغداد، دبلوم العالي في ادارة البلديات.

4- الصفار، احمد عبد اسماعيل، (2017)، "انعكاسات الذكاء الاستراتيجي واليقظة استراتيجية على اتخاذ القرارات وتأثيرها في استراتيجية وزارة الخارجية وهي من متطلبات الترقية"، اطروحة لاغراض الترقية الى درجة وزير مفوض ، وزارة الخارجية، معهد الخدمة الخارجية.

5- العكيلي، جميل جابر ترم، (2010)، "أثر التحسين المستمر لوظائف إدارة الموارد البشرية في أداء المستشفيات/دراسة إستطلاعية في مستشفى الصدر العام"، كلية الإدارة والاقتصاد / الجامعة المستنصرية رسالة ماجستير علوم في إدارة الأعمال.

6- الغرابوي، حازم عبد عزيز، (2015)، "توافق نظرية القيود والتحسين المستمر (كايزن) وإنعكاسه على التكلفة والإنجاز/ دراسة تطبيقية في شركة واسط العامة للصناعات النسيجية/ معمل الحياكة/ قسم الجوارب"، كلية الإدارة والاقتصاد - جامعة بغداد، رسالة ماجستير في علوم المحاسبة.

7- الموسوي، عباس نوار كحيط، (2007)، "تكامل تقنيتي التكلفة المستهدفة والتحسين المستمر وانعكاسهما في استراتيجيات التنافس للوحدات الاقتصادية - دراسة حالة في شركة الكوت للغزل"، أطروحة دكتوراه غير منشورة في المحاسبة، كلية الادارة والاقتصاد، الجامعة المستنصرية.

8- النعمة، عادل ذاكر وسليمان، آمال سرحان، (2012)، "دور تمكين العاملين في دعم أهداف التحسين المستمر/ دراسة ميدانية في الشركة العامة لصناعة الأدوية والمستلزمات الطبية في نينوى"، كلية الإدارة والاقتصاد - جامعة الموصل تنمية الرافدين العدد ١٠٨ مجلد ٣ ، ص 166-187.

- 9- باديس، بوخلوة، (2016)، "أثر تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة على جودة المنتجات النفطية/دراسة ميدانية في مؤسسة سوناطراك- قسم التكسير"، جامعة قاصدي مرباح - ورقلة، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير قسم علوم التسيير، اطروحة دكتوراه في علوم التسيير.
- 10- حسين، انتصار عزيز، (2015)، "العلاقة بين اليقظة الاستراتيجية والثقافة التسويقية وأثرها في توجهات إدارة التسويق"، الجامعة المستنصرية - كلية إدارة واقتصاد، اطروحة دكتوراه.
- 11- رابعة، رؤى عدنان مصطفى، (2012)، "أثر نظام الإنتاج في الوقت المحدد في التحسين المستمر: دراسة حالة شركة مصفاة البترول الأردنية"، رسالة ماجستير، جامعة ال البيت، كلية إدارة المال والاعمال، قسم إدارة الاعمال.
- 12- عمر، ولد عابد و لمين، علواطي، (2017)، "البات تطبيق اليقظة الاستراتيجية بالمؤسسات الاقتصادية الجزائرية - نموذج مقترح - دراسة تطبيقية بمؤسسة الاسمنت بالشلف" - الاكاديمية للدراسات الاجتماعية والانسانية - العدد 17-15-3، ص 15-3.
- 13- محمود، زيد خوام، (2017)، "اليقظة الاستراتيجية وتأثيرها في النجاح التنظيمي/ بحث استطلاعي في شركة الفارس العامة- وزارة الصناعة"، كلية الادارة والاقتصاد، جامعة الفلوجة، مجلة العلوم الاقتصادية والادارية، المجلد 23، العدد 96، ص 204-225.
- 14- معراج، هوارى و عدون، ناصر دادي، (2005)، "اليقظة التكنولوجية كعامل للإبداع في المؤسسة الاقتصادية"، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة سيدي بلعباس، الجزائر، ص 150-171.
- 15- نور العابدين، قوجيل، (2012)، "دور اليقظة الاستراتيجية في ترشيد الاتصال بين المؤسسة و محيطها"، دراسة ميدانية بوحدة مطاحن سيدي ارغيس - أم البواقي، جامعة باجي مختار - عنابة- كلية الآداب و العلوم الإنسانية و الاجتماعية، قسم علوم الإعلام و الاتصال، مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير لشعبة "الإعلام و الاتصال و حاكمية التنظيمات".

المصادر الأجنبية:

- 1- AKLI, M.,(2008), " Villestrat`egique en entreprise: communication, Gouvernance et intelligence e'conomique , colloyue International UFC , Alger, p (1-25).
- 2- Barney,B., Jay, & Hesterly ,S., William,(2006), " Strategic Management and Competitive Advantage :concepts and cases ", prentice Hall-personeditron.
- 3- Chase, Richard.B.,Aquilano, Nicholas J.,Jacobs, Robert.,(2001) " Operation Management For Competitive advantage", Mc Graw-Hill,.
- 4- Dalila,M.,(2012), " la Veille technologique :une necessite pour integration des entreprises al economie mondiale,p3-9.
- 5-Diakhaté,Djibril,(2011),"VEILLE STRATEGIQUE"
www.foad-mooc.auf.org/IMG/pdf/Veille_maj.pdf

- 6- DUMAS Léonard,(2004), **La veille Marketing en hôtellerie une pratique de gestion à explorer**, Revue Téoros, laboratoire de recherche et d'intervention en hôtellerie et restauration , Vol. 23 N° 3, p42-49.
- 7- Grine, L.,(2010) , "**La mise en place d'un system de veille commerciale**" Case : Activate commercialization/ Risk management SONATRACH , Memoir fin , Alger,.
- 8- Gustafsson, Johanna & Hornay, Paulina, (2015), "**Leadership Driving Successful Implementation of Continuous Improvement Programs--- A Case Study Using the Path Goal Model**", Copyright ,Master Thesis,Technology Management, Printed in Sweden, Lund .
- 9- Haddas, Mashaal Ali & Asiri, Mona Hasan & Mukhalid, Reham Faya & Alahmari, Salha Saeed & Al-Qathtani, Shatha Ali & Hasan, Syed Hamid,(2014)," Continuous Improvement – Development with Time", **International Journal of Computer Applications**, Volume 108 – No. 8, P35-39.
- 10- Hassen, Bekaddour,(2014) , "**Veille Stratégique & Intelligence Économique**" ,CAS des entreprises algeriennes, faculté des sciences économiques, commerciales et des sciences de gestion,Mémoire de Magister en science de gestion.
- 11-Mihaela , Ghicajanu, '**Romanian Companies Dilemmas-Business Reengineering or kizen** "University of Petrosani, Romania,2011.
- 12-Centredoc,(2003), "Recherché D'informations & veille marketing". www.centredoc.ch
- 13-Tamboura,Boulifa,(2008), "**Identification des facteurs critiques de succes pour la mise en place d'un dispositif**" ,thesis puor l'obtention du doctorat en sciences de gestion , university deTunisia.