



جامعة غرداية
كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير
قسم علوم التسيير



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي
ميدان العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير
الشعبة علوم التسيير
التخصص: إدارة أعمال
من إعداد الطالبتان: ظاهر فطيمة الزهراء / كديد نعيمة
بعنوان:

دور اليقظة التكنولوجية في تعزيز الميزة التنافسية
- دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر بغرداية -

نوقشت و أجيزت علنا بتاريخ
أمام اللجنة المكونة من :

أ طالب أحمد	أستاذ محاضر أ	مناقشا
أستاذ رحمانى يوسف زكرياء	أستاذ محاضر	مشرفا ومقررا
د. مصيطفى عبداللطيف	أستاذ دكتور	رئيسا
د شنيني عادل	أستاذ	مناقشا

السنة الجامعية: 2017/2018

الإهداء

*أهدي هذا العمل إلى من يسر لي درب النجاح، و وفر لي بجانبها الحب و

الأمان، و أعانني بدعمها و دعائها الدائم لي.....إلى أمي و

أبي الكريمين أطال الله في عمرهما *

إلى من شاركوني أحلى أيام طفولتي، إلى أخي الوحيد وحببي أحمد وأختي الكبرى

خديجة وابنها محمد حفظه الله , وإلى أخواتي ايمان كوثر حدة رفيدة

إلى كل عائلة ظاهر وعائلة مغربي وإلى خالتي الحبيبة عائشة وكل خالاتي وأبناءهم .

إلى صديقتي رحمها الله وادخلها فسيح جنانه أولاد عبد الله حنان

إلى من سكنوا الوجدان والقلب كل الصديقات وأصدقائي الذي جمعني بهم الدنيا على

المودة والمحبة : يوسفى سمية وفضيمة ومريم ونعيمة واسامه وابراهيم وإلى كل طالب

علم في كل مكان وزمان . وأصدقائي ماستر إدارة أعمال إلى كل من نساهم قلبي ولم

ينساهم قلبي .

ظاهر فطيمة الزهراء

إلى روح أبي العزيز جعل الله قبره روضة من رياض الجنة .
إلى أمي الغالية حفظها الله و ألبسها الله حلة الصحة و العافية في الدنيا و الآخرة ،قرة
عيني و زهرة فؤادي .

إلى إخوتي الأعزاء علي ،جمال، ومرزاق و عائلاتهم الكريمة كبيرا و صغيرا .

إلى أخواتي الكريمات مبروكة ، الزهرة ، فتيحة ، زينب ، و سميرة .

دون أن أنسى أزواجهم و أولادهم و بناتهم كبيرا و صغيرا .

إلى عائلتي الصغيرة بدءاً بزوجي رفيق دربي سندي في هذه الحياة ،وكتاكتي الصغار
فلذات كبدي ملك ، فاروق ، محمد ، و لينة .

إلى عائلة زوجي عائلة العربي كبيرا و صغيرا ،إلى كل عائلة كديد .
إلى أستاذي الفاضل رحماني يوسف زكريا و كل أساتذتي الكرام و كل العمال بجامعة
غرداية و أخص بالذكر سويد بحوص .

إلى صديقتي الحبيبة الغالية شريكتي في هذا العمل راجية من المولى
أن يكون خاصا لوجهه الكريم و أن ينتفع به كل طالب علم رفع التحدي .

إلى تلاميذي في قسم ثالثة ابتدائي أول دفعة أدرسها و كل عمال مدرسة الشهيد
الحاج ابراهيم علي بن عيسى حي الدخلة متليلي مديرة و إداريين و حراس ،
أساتذة و تلاميذ .

إلى كل زملائي و زميلاتي في تخصص ماسترإدارة أعمال . إلى كل صديقاتي الحميمات .
أهدي هذا البحث العلمي .

كديد نعيمة



الشكر والتقدير

(... رب أوزعني أن أشكر نعمتك التي أنعمت علي وعلى والدي وأن أعمل صالحا

ترضاه وأدخلني برحمتك في عبادك الصالحين...) الآية 19 سورة النمل

نشكر الله عز وجل ونحمده أن أعاننا على إكمال هذه الدراسة . وألهمنا الصبر لذلك .

يسرنا أن نتقدم بأحر وأبلغ معاني الشكر للأستاذ رحمانى يوسف زكرياء لإشرافه

على هذا العمل وصبره ومساهمته في إثراء هذا البحث من خلال تقديمه للنصائح القيمة والتوجيهات والآراء .

كما نتقدم بالشكر الجزيل إلى أعضاء لجنة المناقشة مسبقا

بالإضافة إلى شكر خاص للأستاذين خنيش يوسف و سايح عبد الله على

نصائحهما وتوجيهاتهما ولجميع أساتذة الكلية عامة و أساتذة القسم خاصة .

وجميع زملائنا ولكل من قدم لنا يد المساعدة ودعمنا من قريب أو من بعيد.

ملخص :

تواجه مؤسسة اليوم ضغطا متواصلا بسبب ديناميكية وتعقيد البيئة الخارجية. وكذا شدة المنافسة والتطورات الهائلة في المجال التكنولوجي الذي يشهده العالم ، مما يولد لديها دافعا مستمرا للحفاظ على مكانتها واكتساب مزايا تنافسية وتنميتها. ومواكبة مختلف مستجدات في البيئة ، ويأتي ذلك باعتماد المؤسسة على امتلاك المعلومة واستخدامها بذكاء قبل المنافسين ، واليقظة التكنولوجية من الأساليب الجديدة في علم الإدارة الحديثة التي تحث على ضرورة اتصال بيئة المؤسسة مع الزبائن ،الموردين ،التكنولوجيا ومنافسين... إلخ . ولممارسة اليقظة بطريقة ناجعة يجب تبني نظام يقظة مناسب يسمح بالحصول على المعلومة الجيدة في الوقت المناسب لاتخاذ القرارات الصائبة التي تمكن من مواجهة تحديات مختلفة والتنافس بنجاح .

أما فيما يخص دراسة الحالة في مؤسسة اتصالات الجزائر بغاردية ، في محاولة ابراز دور اليقظة التكنولوجية في تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسة ، حيث بينت نتائج الدراسة وجود تطبيقات لليقظة التكنولوجية في بيئة المؤسسة بحيث تعتبر اليقظة التكنولوجية ذات أهمية بالنسبة للمؤسسات المعاصرة لكي تكون رائدة في السوق .

Résumé :

Aujourd'hui , les entreprises fait face à une pression durable en raison de la dynamique et la complexité de l'environnement externe. Ainsi que l'intensité de la concurrence et les énormes développements dans le domaine technologique dans le monde, qui donne lieu à la motivation continue de maintenir sa position et de gagner des avantages concurrentiels et le développement. Et suivre les différentes évolutions de l'environnement, vient l'adoption de l'institution d'acquérir l'information et de l'utiliser intelligemment par les concurrents, la veille technologique est une nouvelle méthode de gestion moderne de l'information, qui insiste sur la nécessité de contacter l'environnement d'entreprise avec les clients et les fournisseurs, la technologie et les concurrents de la science ... etc. Pour être vigilant d'une manière efficace, un système de veille approprié doit être adopté qui permet un accès opportun à une bonne information pour prendre les bonnes décisions qui vous permettront de relever différents défis et de rivaliser avec succès. Quant à l'étude de cas, en a choisi la

Société Algérienne de Télécommunications (Agence Ghardaia) visant à souligner le rôle de la veille technologique dans l'amélioration de l'avantage compétitif durable de l'entreprise, les résultats montrent qu'il existe des applications de veille technologique dans l'environnement de l'entreprise

قائمة المحتويات

الصفحة	قائمة المحتويات
III	الإهداء
IV	كلمة شكر
V	الملخص
VII	قائمة المحتويات
VIII	قائمة الجداول
X	قائمة الأشكال
VIII	قائمة الملاحق
أ - هـ	المقدمة
06	الفصل الأول: الإطار النظري اليقظة التكنولوجية والميزة التنافسية والدراسات السابقة
08	المبحث الأول : مفاهيم حول اليقظة التكنولوجية والميزة التنافسية
35	المبحث الثاني : دراسات سابقة
48	الفصل الثاني: دراسة ميدانية
50	المبحث الأول : عموميات حول مؤسسة اتصالات الجزائر -الوكالة التجارية-بغرداية
60	المبحث الثاني: الدراسة التطبيقية (الطريقة و الإجراءات)

92	الخاتمة
96	قائمة المراجع
101	الملاحق
108	الفهرس

قائمة الجداول

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
61	يوضح الإحصائيات الخاصة باستمارة الاستبيان	(1 - 2)
62	يوضح مضمون الإستبيان	(2 - 2)
63	متغيرات الدراسة	(3 - 2)
64	يوضح مقياس ليكارت الخماسي	(4 - 2)
65	يوضح مقياس التحليل	(5-2)
66	معاملات الثبات لمعدل كل محور من محاور الدراسة مع المعدل الكلي لجميع فقرات الاستبيان	(6-2)
67	معاملات الارتباط بين معدل كل محور مع المعدل الكلي لجميع فقرات الاستبيان	(7-2)
68	نتائج اختبار كولموجروف - سمرنوف في توزيع البيانات	(8-2)
69	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الجنس	(9-2)
70	يوضح توزيع أفراد العينة حسب العمر	(10-2)
71	يوضح توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي	(11-2)
72	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الخبرة المهنية	(12-2)
73	يوضح توزيع أفراد العينة حسب المسمى الوظيفي	(13-2)

74	يوضح تصورات المستجوبين نحو فقرات بعد " درجة انفتاح المؤسسة على المحيط " مرتبة حسب الأهمية	(14-2)
75	يوضح تصورات المستجوبين نحو فقرات بعد " وسائل وآليات جمع بيانات المحيطات تكنولوجي " مرتبة حسب الأهمية.	(15-2)
78	يوضح تصورات المستجوبين نحو فقرات بعد " الإستجابة لتغيرات المحيطات التكنولوجي " مرتبة حسب الأهمية	(16-2)
80	يوضح تصورات المستجوبين نحو فقرات بعد " الميزة التنافسية المستدامة " مرتبة حسب الأهمية	(17-2)
81	يوضح تصورات المستجوبين نحو فقرات بعد " الميزة التنافسية المتجددة " مرتبة حسب الأهمية	(18-2)
84	نتائج اختبار (T).	(19-2)
85	يوضح معامل ارتباط بيرسون و مستوى الدلالة لدرجات ارتباط متغيرات الدراسة	(20-2)
86	يوضح تحليل التباين ومدى صلاحية النموذج لإختبار الفرضية	(21-2)
87	يوضح نتائج تحليل T-Test للعينات المستقلة لفحص أثر متغير الجنس في مستوى تعزيز الميزة التنافسية	(22-2)
88	يوضح تحليل التباين الأحادي لفحص اثر المتغيرات الشخصية و	(23-2)

الوظيفية "العمر، المؤهل العلمي ، الصنف الوظيفي ، سنوات
الاقدمية "حول مستوى تعزيز الميزة التنافسية

قائمة الأشكال البيانية

رقم الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
16	مراحل إعداد اليقظة التكنولوجية:	(1_1)
17	مراحل اليقظة التكنولوجية	(2 - 1)
18	مسار اليقظة التكنولوجية حسب Macedodossantos	(3-1)
20	مراحل عملية اليقظة التكنولوجية	(4-1)
23	الغاية من اليقظة التكنولوجية	(5-1)
26	نموذج سلسلة القيمة لبورتر	(6-1)
34	دورة حياة الميزة التنافسية	(7-1)
56	يوضح الهيكل التنظيمي للوكالة التجارية إتصالات الجزائر بغرداية	(1_2)
69	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس	(2-2)
70	توزيع أفراد العينة حسب العمر	(3_2)
71	يوضح توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي	(4_2)
72	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الخبرة المهنية	(5_2)
73	يوضح توزيع أفراد العينة حسب المسمى الوظيفي	(6_2)

قائمة الملاحق

رقم الصفحة	عنوان الملحق	رقم الملحق
101	قائمة المحكمين	01
102	استمارة الاستبيان	2
106	نتائج برنامج SPSS	03

مقدمة

مقدمة

أولا: توطئة:

إن التغيرات التي شهدتها العالم في السنوات الأخيرة جوهرية على المستوى العالمي ، وظهر عدد من القوى أثرت بشكل كبير على مفهوم ونمط الإدارة. واختلفت الأسباب والمتغيرات لكن من أهمها العولمة والتطور التكنولوجي الهائل والمتسارع في التكنولوجيا والمعلومات، وأصبحت مصدرا للمنافسة الشديدة على الصعيد المحلي والدولي بين المؤسسات مما أدى إلى ظهور عدد من المداخل والأنظمة والمفاهيم لمواكبة تلك التغيرات ترصد من خلالها كل ما يحدث في بيئتها وحراستها بصفة دورية، وتعتبر اليقظة التكنولوجية أسلوب منظم في الإدارة الإستراتيجية للمؤسسة، فهي تختص بالتسيير الأمثل و تساعد على اتخاذ القرار لضمان استمرارية المؤسسة وتحسين تنافسيته.

تلعب اليقظة التكنولوجية دور كبير في تحسين تنافسية المؤسسة فيما يتعلق بالمجال التكنولوجي ، فهي وسيلتها للإطلاع على التطورات الحاصلة في هذا المجال وتظهر مدى تحكم المؤسسة في التكنولوجيا التي تمتلكها ، لذا وجب على المؤسسة أن تكون يقظة لما يحدث في بيئتها والسعي لجعل التكنولوجيا وسيلة لرفع مستوى تنافسيته وتحقيق تميزها عن غيرها من المؤسسات .

ومن خلال هذا المبحث سوف نتطرق إلى مدخل حول اليقظة التكنولوجية ودور الذي تقوم به في تعزيز الميزة التنافسية .

ثانيا: إشكالية البحث:

الإشكالية : إلى أي مدى تساهم اليقظة التكنولوجية في تعزيز الميزة التنافسية لمؤسسة اتصالات الجزائر بغرداية

الأسئلة الفرعية :

- 1- مامفهوم اليقظة التكنولوجية؟وفيم تتمثل أهميتها بالنسبة للمؤسسة؟
- 2- هل تساعد اليقظة التكنولوجية في بناء الميزة التنافسية للمؤسسة؟
- 3- هل مؤسسة اتصالات الجزائر بغرداية مفعلة لخلية اليقظة التكنولوجية؟

الفرضيات :

الفرضية الرئيسية :

*اليقظة التكنولوجية دور مهم في تعزيز الميزة التنافسية لدى مؤسسة اتصالات الجزائر بغرداية .

الفرضيات الفرعية:

1-توجد تطبيقات لليقظة التكنولوجية في مؤسسة اتصالات الجزائر-الوكالة التجارية- بغرداية .

2- توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين مستوى تبني مؤسسة اتصالات الجزائر-الوكالة التجارية-بغرداية-

اليقظة التكنولوجية و بين تعزيز الميزة التنافسية و ذلك من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة .

3- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد عينة الدراسة حول مستوى تعزيز الميزة التنافسية تعزى للمتغيرات

الشخصية و الوظيفية "الجنس، العمر،المؤهل العلمي، الصنف الوظيفي ، سنوات الاقدامية .

الكلمات المفتاحية :

- اليقظة التكنولوجية ، الميزة التنافسية ، فرص، تهديدات ، نقاط قوة ، نقاط ضعف .

أهداف الدراسة :

لهذا البحث هدفين أساسيين هما

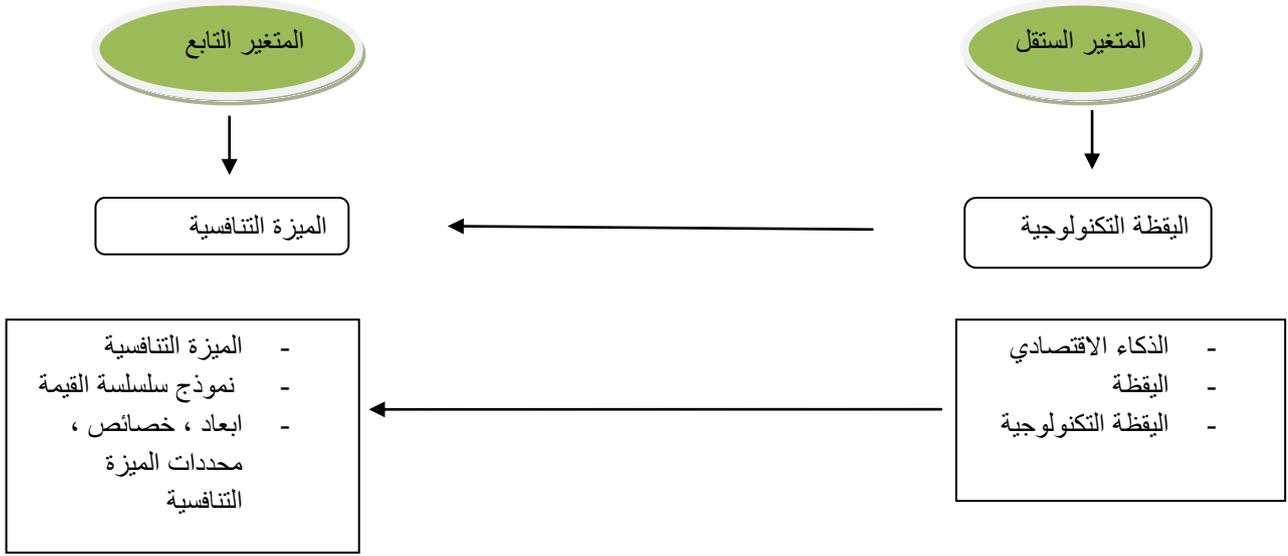
أولا : محاولة إبراز دور اليقظة التكنولوجية وأهميتها بالنسبة للمؤسسة الخاصة في بناء الميزة التنافسية ونشر الوعي بأهمية اليقظة في المؤسسات الجزائرية .

ثانيا : معرفة مدى اهتمام المؤسسة الخاصة محل الدراسة (اتصالات الجزائر بغرداية) بالتكنولوجيات الحديثة وهل هي على إطلاع بما هو جديد في هذا المجال .

أهمية الدراسة :

تكمن أهمية هذا الموضوع في تسليط الضوء على أهمية اليقظة التكنولوجية في حياة المؤسسات الاقتصادية من خلال تعزيز ميزتها التنافسية ، وهذا بإبراز مدى ضرورة وجودها وكيفية استغلالها وأخيرا الدور الذي تلعبه في ظل العولمة وتطور عالم الأعمال.

متغيرات الدراسة:



المصدر : من إعداد الطالبتين

اسباب اختيارنا لهذا الموضوع:

- إدراكنا لأهمية اليقظة التكنولوجية وما لها من تأثير على تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية.
- التنافس الشديد الذي تشهده الأسواق المحلية والعالمية وهو ما يستوجب على المؤسسة الاقتصادية الاعتماد على نظام اليقظة التكنولوجية لتمكين من مواجهة التحولات المستمرة في تعزيز فرص نجاحها.
- فضلا عن كون الموضوع يتماشى مع تخصصنا ، فقد تم اختياره بهدف توسيع المعارف وتعميقها.

صعوبات الدراسة:

- قلة المراجع التي عالجت موضوع اليقظة باللغة العربية .
- بعض العقبات الادارية في مؤسسة محل الدراسة (اتصالات الجزائر بغيرادية)

حدود الدراسة:

- حتى نتمكن من الإجابة على الإشكالية المطروحة، من الضروري وضع بعض الحدود التي تنتهي عندها الدراسة لذا شمل الإطار الزمني الفترة من شهر فيفري حتى افريل 2018، بينما اقتصر الحيز المكاني على مؤسسة اتصالات الجزائر بغيرادية .

أما بالنسبة للحدود البشرية والموضوعية فقد اشتملت الدراسة على عينة من الموظفين على مستوى المؤسسة المستهدفة بولاية غرداية، حيث تم اختيار عينة عشوائية مكونة من 35 موظف تم استجوابهم .

أدوات البحث والدراسة :

سنستخدم المنهج الوصفي، حيث يعرف المنهج الوصفي بأنه محاولة الوصول إلى المعرفة الدقيقة والتفصيلية لعناصر مشكلة

المصادر الثانوية: في معالجة الإطار النظري للبحث إلى مصادر البيانات الثانوية والتي تتمثل في الكتب والمراجع العربية ذات العلاقة والمذكرات، والأبحاث والدراسات السابقة التي تناولت موضوع الدراسة، والبحث ومواقع الانترنت.

المصادر الأولية: لمعالجة الجوانب التحليلية لموضوع البحث لجأنا الى جمع البيانات الأولية من خلال الاستبانة كأداة رئيسية للبحث وتوزيعها على عينة من موظفين في مؤسسة اتصالات الجزائر بغرداية مع دراستها الإحصائية باستخدام برنامج spss .

الفصل الأول:

الإطار النظري اليقظة التكنولوجية

والميزة التنافسية

تمهيد :

تواجه المؤسسات اليوم تحديات كبيرة في ظلّ التغيرات التي يعرفها المحيط الخارجي مثل عولمة الاقتصاد ، اشتداد المنافسة عالميا مع انفتاح الأسواق ، التطور المتسارع في مستجدات العلم والتكنولوجيا، ازدياد الاهتمام بالعنصر البشري ، بروز المعلومة و المعرفة كموارد جديدة للإنتاج... كل هذا جعل من العالم اليوم يتميز باقتصاد معرفي يقوم أساسا على المعرفة و العلم بدلا من الصناعة.

هذه المعطيات التي يمر بها العالم جعل المؤسسة ومن أجل القدرة على المواجهة مجبرة على تبني نظام يضمن لها الاستمرارية ، وتعتبر اليقظة من أهم هذه الأنظمة التي هي مبنية على المعلومات من أجل استغلال الفرص المتاحة ، و مواجهة التهديدات . كما تساهم اليقظة التكنولوجية في ذلك من خلال رصد كل التطورات والمستجدات الحاصلة في الميادين التقنية والتكنولوجية التي تهتم المؤسسات حاليا ومستقبلا ، و تزودها بمعلومات حولها للاستفادة منها . وهذه التكنولوجية التي تبناها المؤسسة أو التقنية من التقنيات الجديدة قد تجعل المؤسسة متفوقة وتمتاز بميزة خاصة تجعلها تدخل في عالم المنافسة وقد تكون رائدة إذا عرفت المؤسسة نقاط قوتها والحفاظة عليها وتعزيزها وتشخيص نقاط الضعف ثم القضاء عليها ، وخارجيا بالاستغلال الفرص التي تسعى إلى انتهازها وتجنب تهديدات والقضاء عليها وبرغم أن البيئة تمارس ضغوط على المؤسسة إلا أن هذه الأخيرة تسعى دوما للبحث عن اكتساب ميزات تنافسية تؤهلها لضمان استمرارية نشاطها من جهة والأسبقية من جهة المنافسين .

وعليه سنحاول التطرق في هذا البحث إلى :

المبحث الأول : مفاهيم حول اليقظة التكنولوجية والميزة التنافسية .

المبحث الثاني : ويضم الدراسات السابقة .

المبحث الأول : مفاهيم حول اليقظة التكنولوجية والميزة التنافسية

تعتمد المؤسسة الذكية على آليات الذكاء الاقتصادي في حوارها مع محيطها لتتقرب وترصد كل ما يحصل من مستجدات فهي وسيلتها لاستباق التغيرات البيئية والتكيف معها عبر اعتماد المعلومة الصحيحة والمناسبة التي تساعد في اتخاذ القرارات.

كما يعتبر مفهوم اليقظة من الأساليب الجديدة في عالم الإدارة الحديثة، ولبناء نظام يقظة تكنولوجية فعال يستوجب على المؤسسة الأخذ بعين الاعتبار التطورات التكنولوجية الحاصلة في البيئة خاصة المتعلقة بالمعلومات التكنولوجية والتقنية والتطورات الحاصلة في هذا المجال وهي ضرورية لأنها تساعد المؤسسة في اختيار القرارات الاستراتيجية المثلى .

المطلب الأول : التطور التاريخي للذكاء الاقتصادي

الفرع الأول : التطور التاريخي

ترتبط الجذور التاريخية للذكاء الاقتصادي بالمجال العسكري إذ كان يتم جمع المعلومات عن الخصم من أجل معرفة نقاط قوته وضعفه واستنتاج الوسائل والأساليب اللازمة لمواجهة والانتصار عليه ، وكذلك تحول استخدام الذكاء الاقتصادي من المجال العسكري إلى المجال الاقتصادي مع ظهور اقتصاد السوق واشتداد حدة المنافسة . ففي عام 1950 طورت اليابان نظام الذكاء الاقتصادي مركز على وزارة التجارة الدولية والمنظمة التجارية الخارجية اليابانية.

إذ ساهمت مساهمة كبيرة في انتعاش ودعم اقتصاد الياباني، وفي عام 1970 ومع عولمة الأسواق والتطور الهائل في مجال تكنولوجيا المعلومة اتخذت في الولايات المتحدة الأمريكية خطوات تنظيمية كدعم العمل الدولي للمؤسسات وكان لمايكل بورتر أستاذ جامعة هارفارد دور كبير في تطور مفهوم الذكاء الاقتصادي ، إذ يعد من نادى بضرورة دمج هذا مفهوم في المنظمة، وفي عام 1992 قام بيل كلينتون الرئيس السابق للولايات المتحدة الأمريكية بتبني الذكاء الاقتصادي للاستعمال كسياسة تجارية دفاعية وقد كون خلية مساندة وحراسة أكبر مشروعات التصدير العالمي .

وفي عام 1992 انشأت فرنسا وكالة نشر المعلومات التكنولوجية (ADIT) والتي تهدف إلى تقديم مساعدة تشغيلية وحماية النمو الدولي للمؤسسات الفرنسية بعد ظهور الذكاء الاقتصادي في فرنسا من

خلال تقرير (H.MARTRE) في سنة 1994 بعنوان

"etStrategie Intelligence économique Dentreprise"¹

الفرع الثاني : مفهوم الذكاء الاقتصادي وعناصره

أولاً: مفهوم الذكاء الاقتصادي

* أول تعريف عملي للذكاء الاقتصادي كان سنة 1994 من طرف "Henry martre" حيث تم تعريفه على أنه مجموعة الأعمال المنسقة والمرتبطة بالبحث ، المعالجة ، التوزيع ونشر المعلومات المفيدة للأعوان الاقتصاديين مع الإشارة إلى أن هذه الاجراءات تتم بطريقة شرعية قانونية مع توفر كل ضمانات الحماية اللازمة للحفاظ على الارث اللامادي للمؤسسة ، في ظل أحسن شروط الجودة والتكلفة.

* يعرف Orbison الذكاء الاقتصادي على أنه " البحث عن تغيير نظامي للمعلومة المتاحة للجميع بهدف معرفة أهداف وقدرات الفاعلين الاقتصاديين " .²

* كما يعرفه Levet "على أنه ذلك النشاط المنظم الذي يساعد المنظمة على معرفة ما يجب معرفته على بيئتها ومنافسيها مع توفر الحماية اللازمة لإرثها المعرفي يمنح منافسيها معرفة ما لا يجب معرفته عنها ، وبذلك فهو يهدف لاستشراف التغيرات والاستباق وفك الغموض ."³

ثانياً : عناصر الذكاء الاقتصادي

يتكون الذكاء الاقتصادي من عدة عناصر تتمثل في مايلي :

1 – اليقظة الاستراتيجية : إن اليقظة الاستراتيجية لها دور فعال في نظام الذكاء الاقتصادي إذ تعمل على اكتشاف المنافسين المحتملين ومعرفة المشروعات التي يمكن إقامة شراكة معها وتوقع نشاط المنافسين أو تغيرات بيئة الأعمال ومراقب التطورات التكنولوجية وطرق الإنتاج وعرض المنتجات في السوق ومعرفة خصائص الأسواق الجديدة وأخطاء ونجاح المنافسين

¹ علي محمد ثجيل المعموري وآخرون ، دور الذكاء الاقتصادي في تفعيل الالتزام بالسلوك البيئي المستدام ، مجلة الكويت للعلوم الاقتصادية

² مغولي نسرين ، دور الذكاء الاقتصادي في رفع من التنافسية الدولية للمؤسسة الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، تخصص تجارة دولية ، جامعة محمد خيضر بسكرة ، سنة 2016 ، ص7

³ سكر فاطمة الزهراء ، دور الذكاء الاقتصادي في تدعيم رضا العاملين ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، تخصص تسويق ، جامع الجزائر 3 ، سنة 2013 ، ص8

الفصل الاول : الإطار النظري اليقظة التكنولوجية والميزة التنافسية والدراسات السابقة

2- الحماية : هو الحفاظ على المعلومة من أخطاء التجسس واقتحام نظام المعلومات وأخطاء الإهمال وعدم الكفاءة .

3- التأثير : هو استخدام المعلومة بطريقة المؤسسة من العمل لجعل بيئتها أكثر ملائمة لتحقيق أهداف استراتيجية

ومنه يمكن القول بأن الذكاء الاقتصادي مكمل لليقظة حيث أن المؤسسة تحتاج لمعلومات عن المنافسين الزبائن و الموردین أي كل المعلومات المتواجدة على مستوى بيئتها الخارجية. وخاصة المتعلقة بالمنافسين لأنها مجبرة على ترقب وترصد كل ما هو جديد . وتتبع الابتكارات والإبداعات والاختراعات ، ونظرا لتعدد المتغيرات الخارجية والتي تقود لتعدد المعلومات . فإن هذا الوضع يجبر المؤسسة على التأهب واليقظ الدائم والمراقبة الفعالة نحو المحيط أجل التكيف مع هذه المتغيرات مستقبلا. وذلك لا يتم إلا من خلال البحث وترقب المحيط.¹

المطلب الثاني : مدخل لليقظة التكنولوجية

إن التطور الذي عرفته المؤسسة الاقتصادية جعلها تهتم أكثر باليقظة التكنولوجية ولعل هذا يكمن في زيادة حدة المنافسة بين المؤسسات حيث تزايدت أهمية التكنولوجية والاختراع والإبداع بالإضافة إلى البحث والتطور داخل المؤسسة عن طريق استغلال الأفكار المبدعة من أجل تحسين منتجاتها وتحديث أساليب إنتاجها ، وهذا من أجل بقاء و الاستمرار أمام المؤسسات المنافسة.

الفرع الأول : مفهوم اليقظة

اولا:نبذة تاريخية حول اليقظة:

تعتبر الحكومة اليابانية أول من أرست نظام اليقظة .وكان هذا في منتصف القرن التاسع عشر أما عن الولايات المتحدة الأمريكية فكانت أول تجربة لها لليقظة مع نهاية سنوات 1950 أين اعتمدت المؤسسات الكبيرة على خدمات اليقظة .

و قد جاء اهتمام الأمريكيين والفرنسيين. بنظام اليقظة كرد فعل للتهديدات الأجنبية التي كانت تواجهها خاصة التهديدات اليابانية إلا أنّ سيورة اليقظة لم تعرف تطورا وإرساء في التطبيقات المؤسساتية إلا في الثلث الأخير من القرن العشرين مع أعمال(Aiguilar) 1967 ، وخاصة مع إنشاء جمعية المحترفين SCIP سنة 1986 هذه

¹ علي محمد ثجيل المعموري وآخرون ، نفس المرجع السابق

الفصل الاول : الإطار النظري اليقظة التكنولوجية والميزة التنافسية والدراسات السابقة

الأخيرة كانت تقوم بدورات عن اليقظة من خلال تنظيم ملتقيات ندوات ومشاعل تكوين Atelier de formation أما أنها كانت تناشد أو تبجل بالمعايير العالية وكانت تولي اهتماما كبيرا للمنافسة الداخلية.¹

ثانيا: تعريف اليقظة :

*حسب dictionary Business اليقظة هي رصد دقيق للبيئة الداخلية والخارجية للمؤسسة للكشف المبكر على الفرص والتهديدات التي قد تؤثر على الخطط الحالية و المستقبلية لها.²

*-وعرفها cartier michel على أنها : "النشاط الذي مكنا من البقاء على علم بكل مستجدات القطاع الذي نشغله".³

*يرى Humbertlesca بأنها ذلك الإجراء الجماعي المستمر من خلال مجموعة الأفراد التي تتولى جمع واستعمال المعلومات بشكل تطوعي واستباقي بما يتماشى والتغيرات احتمال حدوثها في البيئة الخارجية وهذا من أجل خلق فرص أعمال والتخفيض من المخاطر وعدم اليقين.⁴

* ومن التعاريف السابقة نستنتج أن اليقظة تعمل على اختيار الاستراتيجية المثلى للمؤسسة وكذا معرفة الاسواق المستهدفة كما تساعد في اختيار القرارات الصائبة و اكتشاف فرص المؤسسة وتجنب تهديدها ، كما تساعد في استغلال نقاط قوتها وتصحيح نقاط الضعف لأن اليقظة توفر للمؤسسة المعلومات التي هي عبارة عن مورد أساسي للمؤسسة في عصر المعلومة .

الفرع الثاني : مفهوم اليقظة التكنولوجية وأهميتها

أولا: مفهوم اليقظة التكنولوجية

1- اليقظة التكنولوجية: عرفها francoisjakobiak على أنها الملاحظة والتحليل للمحيط العلمي والتقني متبوعة بعملية الإرسال للمعلومات المنتقاة والمعالجة إلى المسؤولين ، والتي تستعمل في اتخاذ القرارات الاستراتيجية.⁵

1-مزيان سهيلة ، أهمية اليقظة التكنولوجية في تنمية تنافسية المؤسسة ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، رسالة ماجستير ، جامعة الجزائر سنة 2008، ص 57

2-كرغلي أسماء، اليقظة التكنولوجية كأداة لزيادة القدرة التنافسية للبنوك ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير ، جامعة أحمد بوقرة بومرداس، سنة 2013-2014، ص 51

3-محاط أميرة، أثر اليقظة الاستراتيجية في تحسين الأداء التسويقي ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، مذكرة لنيل شهادة الماستر ، سنة 2013-2014 ، ص 4

4- نفس المرجع .

5- بركاني سمير ، اليقظة التكنولوجية من مقومات الميزة التنافسية للمؤسسة مجلة الاقتصاد الجديد ، العدد 11، المجلد 2، جامعة بومرداس ، 2014، ص.334

الفصل الاول : الإطار النظري اليقظة التكنولوجية والميزة التنافسية والدراسات السابقة

2-عرفها Rebault et Martient: على أن اليقظة التكنولوجية هي ذلك النشاط الذي يتمثل في مراقبة البيئة للكشف عن إشارات الضعف والتي تبرز عند تطور التكنولوجيات .¹

*ونقصد بإشارة الضعف علامات الانذار المبكر تلك المعلومة التي تعطينا إحساسا بأن شيئا ما سيحدث وهي على العموم ضعيفة الشدة، مبهمه ويصعب تمييزها تتطور مع الوقت لها عدة أشكال كالإشاعة مثلا.

3- كما تعرف اليقظة على أنها العملية الي تحصر المؤسسة من خلال التقنيات والتكنولوجيات المستعملة من طرف زبائنهم، مورديها شركائهم منافسيها . في إطار مجال نشاطها وذلك لمتابعة التطورات التي قد تؤثر على مستقبلها فحسب ودائما على مستقبل زبائنهم ومورديها وشركائهم ومنافسيهم واتخاذ الإجراءات الوقائية²

4- اليقظة التكنولوجية : تتمثل في جميع المعلومات التي تمكن من التنبؤ بالابتكارات التكنولوجية أو الاستثمار بكل أمان، كما تتمثل اليقظة التكنولوجية في كل النشاطات التي تحدد بواسطتها المؤسسة التقنيات والتكنولوجيا التي يستعملها زبائنهم مموئها ، شركاؤها ومنافسوها ، في مجال النشاط الذي تعمل فيه ،لمتابعة التطورات التي قد تؤثر ليس فقط لمستقبلها بل حتى مستقبل زبائنهم مموئها ، شركائهم ومنافسيهم وتفعيل إجراءات حمائية .³

5- عرفها كل من M.Jean.Mauriaux فيعرف اليقظة على أنها ملاحظة وتحليل المحيط العلمي والتكنولوجي والانعكاسات الاقتصادية العالمية والمستقبلية لطرح واستنتاج أخطاء وفرص تطوير بشكل دقيق .⁴

*ومن التعريف السابقة نستنتج ان اليقظة التكنولوجية تهدف إلى جمع المعلومات العلمية التقنية والتكنولوجية لاستغلالها في الابداعات التكنولوجية والاهتمام بالتطوير بما فيه من الاكتشافات العلمية ، الابداع في السلع والخدمات ،التطور في الطرق والأساليب وكيفية استغلالها من اجل ضمان استقرار وبقاء المؤسسة .

1 -شمس ضيات خلفاوي، مكانة اليقظة التكنولوجية في تفعيل عملية الإبداع دراسة حالة مؤسسة الجزائرية، مجلة آفاق للعلوم ، العدد الثامن ، جامعة الخلفة ، جوان 2017 ،ص187

-كرغالي اسماء، مرجع سبق ذكره، ص67

3- بخوش أحمد، دور اليقظة وطرح المنتوجات الجديدة في زيادة القدرة التنافسية للمؤسسة ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير مذكرة لنيل شهادة ماجستير ، سنة 2006-2007 ،ص42.

4 - بوزيد مروان، اليقظة التكنولوجية في رفع القدرة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية ، كلية العلوم الاقتصادي وعلوم التجارية وعلوم التسيير ، مذكرة دكتوراه، جامعة الجزائر 3، سنة 2013/2014 ،ص58

ثانيا : أهمية اليقظة التكنولوجية :

- إن الوعي بأهمية اليقظة شيء حديث نسبيا، فالعولمة والتدفق السريع للمعلومات ادى إلى تسارع التغيرات الاقتصادية، لذا فإنه من الضروري على المؤسسة أن تكون يقظة بفضل هذه الأداة حيث تسمح اليقظة بمعرفة الوضعية الحالية للمؤسسة بالنظر لبيئتها والأهم من ذلك :
- الاطلاع على الفرص التي توفرها البيئة في الوقت المناسب .
 - استباق التطورات الحاصلة في البيئة .
 - إتاحة الوقت للتصرف ورد الفعل .
- أما عن أهم ما تقدمه اليقظة من مزايا للمؤسسة نذكره فيما يلي:
- تسمح اليقظة من الناحية المالية بتحقيق الوفرة لأن المعلومات التي تجمعها قادرة على التحسين من الخصائص التقنية للمنتج ، جودته والتخفيض من تكلفته .
 - تسمح اليقظة بمرور جيد للمعلومة غير مختلفة المستويات التنظيمية في المؤسسة، كما تسمح لها بمراقبة مستمرة ومتواصلة لبيئتها .
 - تسمح اليقظة من التحذير و التنبؤ بالعراقيل المستقبلية التي سوف تواجهها المؤسسة .
 - اليقظة أداة استراتيجية للتسيير حيث تكشف خلية اليقظة عن مناطق النفوذ والتهديدات والفرص التي تستطيع أن تغير من استراتيجية المؤسسة ، ومن المنافسة في السوق .
 - اليقظة أداة للتنافسية تسمح بالاستباق والتفوق على المنافسين ، تستطيع المؤسسة من خلالها تنمية العديد من المزايا التنافسية فهي تمكن من التحسين المستمر في السلع والخدمات ، ومن ثم تحسين علاقاتها مع زبائنها ومورديها.¹

الفرع الثالث : مراحل و وظائف اليقظة التكنولوجية

أولا : مراحل اليقظة التكنولوجية :

إن مراحل اليقظة التكنولوجية هي نفسها مراحل اليقظة بصفة عامة يبقى فقط المضمون. فإعداد اليقظة التكنولوجية تعتمد على مرحلتين أساسيتين وهما : مراقبة المحيط ،استغلال المعلومات التكنولوجيا

1-مراقبة المحيط التكنولوجي:

في المحيط الذي تهتم به المؤسسة عليها أن تقوم بإنجاز ثلاثة عمليات رئيسية :

¹ كرغالي أسماء ،نفس المرجع السابق ص 52-53

مرحلة البحث عن المعلومات:

أي: أين تتواجد المعلومات؟ تحت أي شكل أو تحت أي دعامة يمكن أن نجدها ، (وقد قدم Villan 1989 القائمة الأولى للإمكانات المتاحة مميزا في ذلك المصادر الشرعية المفتوحة أو المغلقة والمصادر غير الشرعية (التجسس أو الرشوة) وهذا كما يبينه الشكل التالي :

الشكل رقم 4: مختلف مصادر المعلومات المتاحة لليقظة التكنولوجية

معلومات مفتوحة :

شرعية : { يوميات - مجلات - دوريات - منتديات - مؤتمرات - ملتقيات - معرض - بنوك - معلومات - مراكز بيانات - براءات اختراع - منظمات للمعلومات الاقتصادية }
نوعية المعلومات الموردة من طرف المصدر المعني ما يقارب 70%

معلومات مغلقة :

{ زبائن ، موردين ، مقاولين ، شركاء ، زيارات لدى المنافسين ، شبكات معلومات قائمة من قبل المؤسسات ، شراء المنتجات أو العينات } .

ما يقارب 20% معلومات أكثر استهدافا .

غير شرعية : { التجسس الصناعي } ما يقرب 10%

إن أكثر من 80% المعلومات الضرورية.

ما يوضحه هذا الشكل هو أن المؤسسة بحد ذاتها يمكن أن تكون مصدرا للمعلومات خاصة إذا كانت كبيرة الحجم ، حيث تتجاهل المؤسسة في العديد من الحالات المنتجة بداخلها من قبل مصلحة أو من قبل أحد الفروع التابعة لها وذلك بسبب الحجم الكبير ، وتلجأ في هذه الحالة إلى البحث خارجا عن ما هو موجود ومتاحا داخليا.

جمع المعلومات :

في هذه المرحلة سيتم الإجابة عن الأسئلة التالية:

- من سيتكفل بالبحث عن المعلومات التقنية والعلمية والتكنولوجيا وتم جمعها؟

الفصل الاول : الإطار النظري اليقظة التكنولوجية والميزة التنافسية والدراسات السابقة

- كيف يتم الحصول عليها ؟
- هل عملية الجمع هي عملية تقوم بها المؤسسة بإنجازه بنفسها وهذا بإنشاء هيكله صغير متخصصة أو هي عملية يمكن مناوئتها لمؤسسة متخصصة ؟
- هل يوجد خطر لتسرب المعلومات ؟
- هل تمتلك المؤسسة الميزانيات الضرورية من أجل شراء المعلومات . إن استلزم الأمر ذلك ؟
- هل لديها الوسائل التقنية الكافية من أجل استقبال المعلومات ونسخها . ترجمتها وتخزينها؟
- ما طبيعة المعلومات التكنولوجية والتقنية المراد جمعها وما مصادرها ؟

*نشر المعلومات لمن يستطيع استخدامها:

وفي هذه المرحلة أيضا يتم الأجوبة عن الأسئلة التالية:

- من يستطيع استخدام المعلومات في المؤسسة وبالتالي من لديه الحاجة لاستخدام هذه المعلومات ؟
- من سيتكفل بنشر هذه المعلومات داخليا أو القيام بتخزينها على أمل أنها ستكون مفيدة وفعالة ؟
- هل يمكن مناولة هذا العمل من قبل مؤسسات مختصة ؟
- إذا كانت الإجابة نعم. كيف ستجدها؟ و كم سيكلفها ذلك ؟
- هل تستطيع المؤسسة في الواقع إعادة بيع جزء من المعلومات المتخصصة المجمع والتي يتضح أنها فعالة أو غير مجدية بالنسبة لها ؟

2- استغلال المعلومات المحصل عليها :

بعد القيام بجمع المعلومات، على المؤسسة أن تعرف كيفية استعمالها ، وإلا فإنها ستتحمل مصاريف الجهود المبذولة في العمليات السابقة، ويمكن تجزئ هذه المرحلة إلى مرحلتين جزئيتين أو عمليتين :

معالجة المعلومات المجمع :

في هذه المرحلة يتم إجابة على الأسئلة التالية :

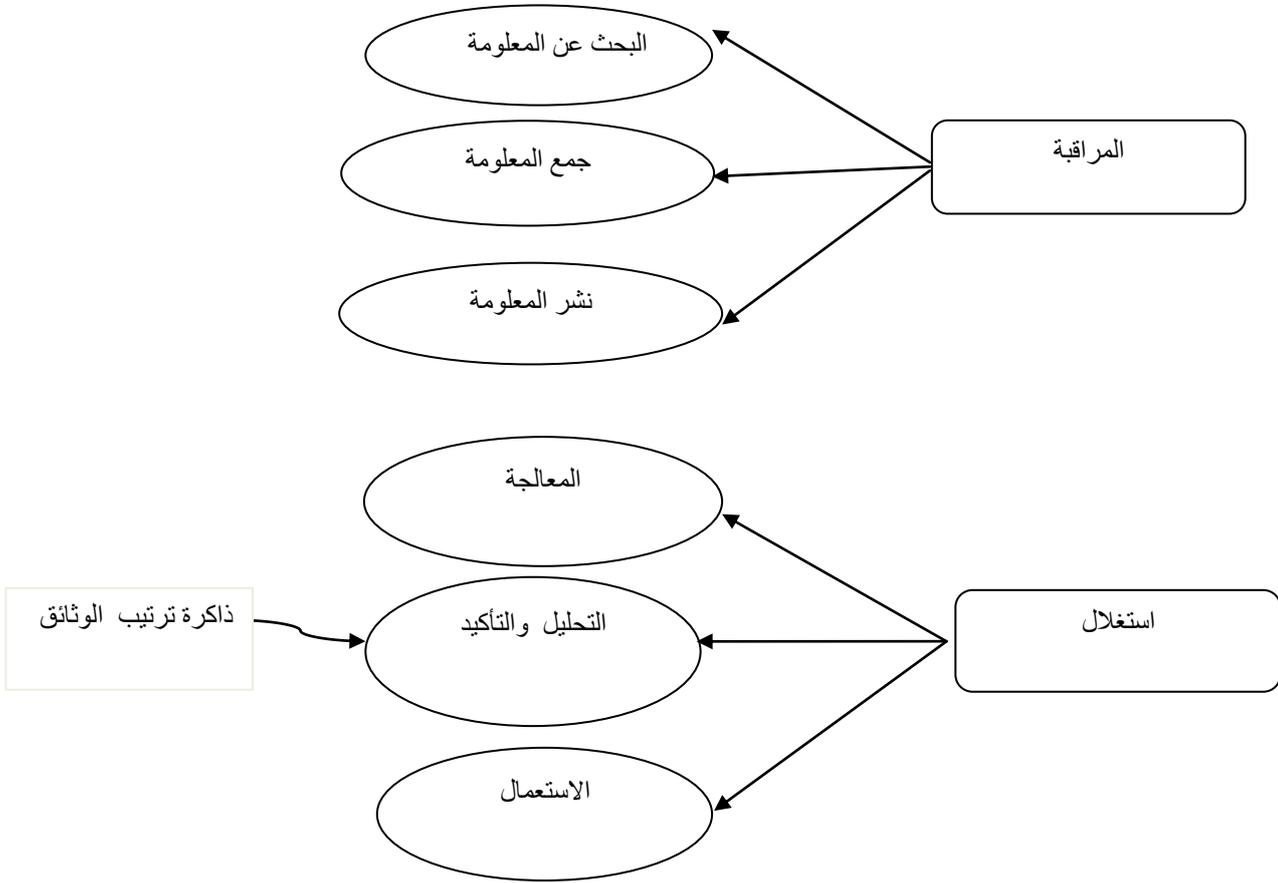
- بأي لغة كتبت هذه المعلومات؟ أو بأي لغة برمجت يمكن معالجتها ؟
- تحت أي دعامة نستقبل هذه المعلومات وماهية كيفية المحافظة عليها ؟
- ماذا تحمل المعلومات من أهمية ؟

الفصل الاول : الإطار النظري اليقظة التكنولوجية والميزة التنافسية والدراسات السابقة

- كيف سيتم تنسيقها وترتيبها لكي تصبح في المتناول ويسهل استعمالها بكل بساطة ؟
 - هل نستطيع مراجعة هذه المعطيات ؟
 - كيف نضمن بأي المحللين مع نفس المرحلة من الرؤية الاستراتيجية للمؤسسة ؟
- استخدام المعلومات المؤكدة :

وهي آخر عملية ، وفيها يتم استخدام المعلومات التقنية والتكنولوجية والتي تم معالجتها وتحليلها وتأكيدها لاتخاذ القرارات الملائمة مثل : عملية شراكة تكنولوجيات أو اقتناء تكنولوجيات مبتكرة في سوق... الخ

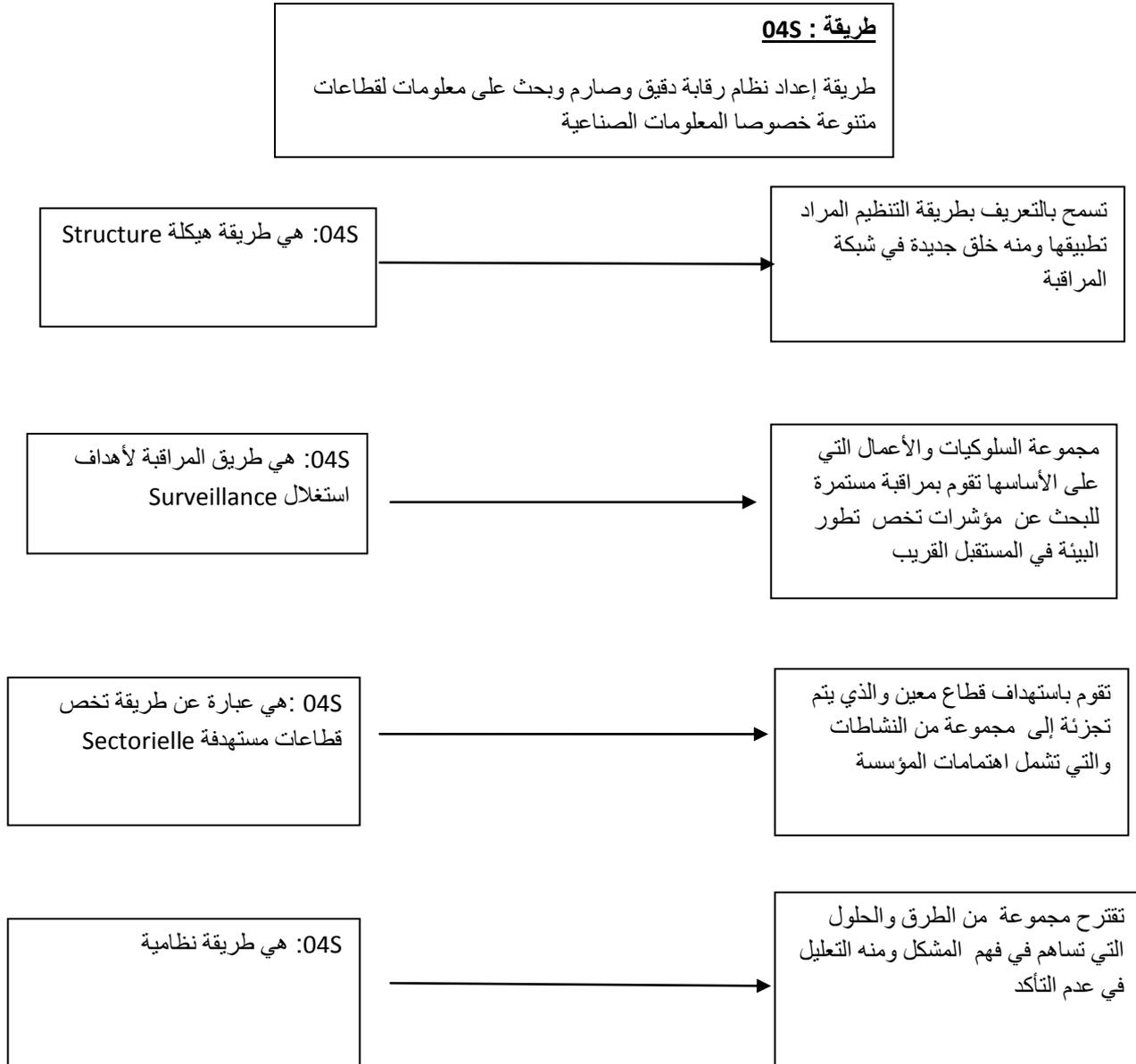
والشكل رقم (1_1) يبرز أهم مراحل إعداد اليقظة التكنولوجية:



- أما حسب Jakobik فإن هذا الأخير يحدد مراحل اليقظة التكنولوجية وهيكلتها حسب طريقة هيكلية مراقبة القطاعات النظامية أو مايسمى بطريقة (Structure de surveillance):

الفصل الاول : الإطار النظري اليقظة التكنولوجية والميزة التنافسية والدراسات السابقة

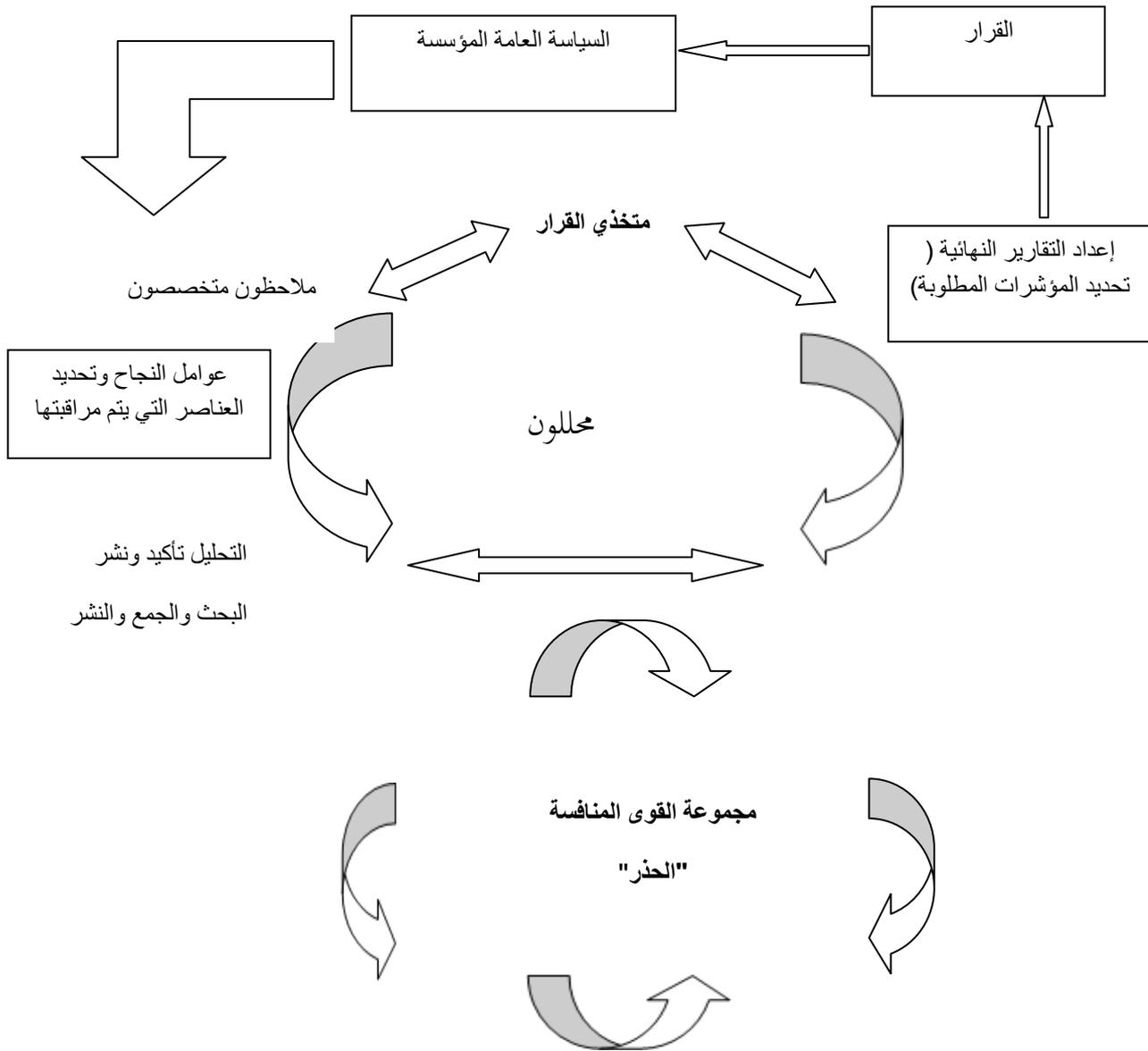
عنوان الشكل رقم (1 - 2): مراحل اليقظة التكنولوجية



اليقظة التكنولوجية حسب Macedodos Santos والذي يرى بأن مسار اليقظة التكنولوجية يأخذ شكل

حلقة دورية . كما يبين الشكل التالي :

الشكل رقم (1 - 3): مسار اليقظة التكنولوجية حسب Macedodossantos



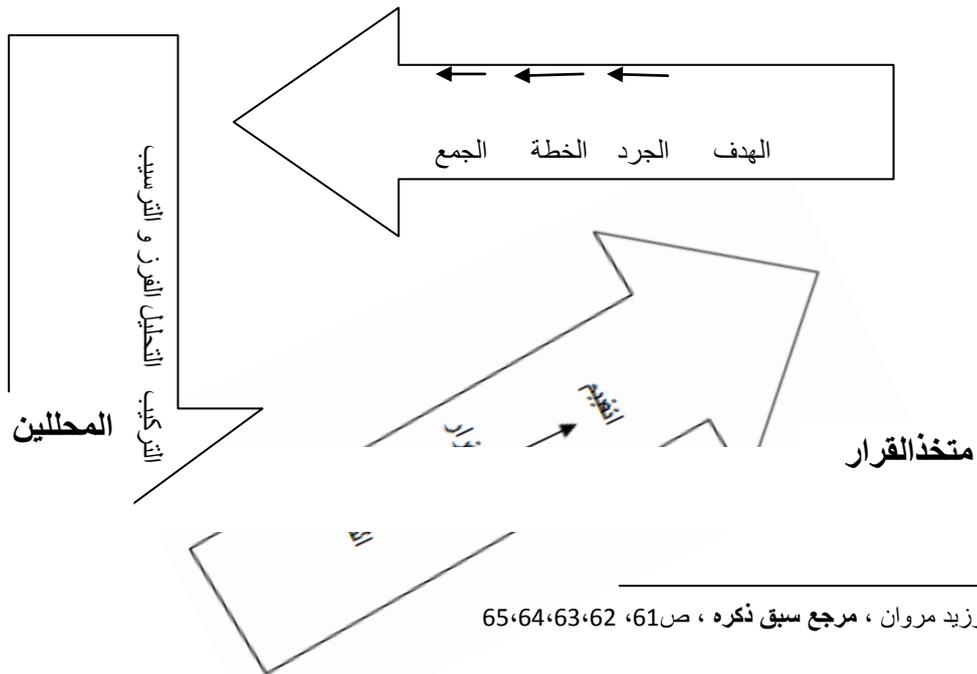
* حسب الشكل فإن مسار اليقظة التكنولوجية يمر عبر ثلاثة مراكز إدارية أو مراكز اتخاذ القرار

- **المركز الأول :** وهو خاص بالمدراء هؤلاء يقومون بإعداد السياسة العامة للمؤسسة يحددون الأهداف العامة للمؤسسة وكذلك النقاط الأساسية المحددة لحياة المؤسسة المستقبلية ومنه الواجب والذي عن أثرها مراقبتها وتحديد آفاق تغيراتها .

الفصل الاول : الإطار النظري اليقظة التكنولوجية والميزة التنافسية والدراسات السابقة

- **المركز الثاني:** و الذين يدعون بالملاحظين وهم الأفراد الذين توكل لهم مهمة تحليل البيئة المستهدفة (البيئة التكنولوجية) ومنه رصد ومراقبة كل تطورات التغيرات التكنولوجية و جمع وتحصيل المعلومات المطلوبة ثم يتم ارسالها إلى المركز الموالي .
- **المركز الثالث :** وهم المحللين دورهم الأساسي يتمثل في إحصاء مصادر المعلومات والمفاضلة بينها طبقاً لأهميتها وتكلفتها ثم تسطير الخطط وهذا بعد أن يتم التأكد من صحتها وموثوقيتها ونجاعتها وهذا إثر فرزها وتصنيفها وكذا تحليلها لاستنباط آثارها ونجاعتها الحالية والمستقبلية ثم تركيبها للوصول إلى النتائج والتي يتم نشرها أو إرسالها على المسيرين والمدراء (أصحاب القرار) في الوقت المناسب لاتخاذ القرارات السليمة على ضوءها. ومنه وبصفة عامة فإن عملية اليقظة التكنولوجية تمر بثلاثة مراحل أساسية :
- **مرحلة الجمع :** ويقصد بها مرحلة المعرفة الجديدة للبيئة وتشمل مجموعة من الأسئلة: من تراقب؟ ماذا تراقب؟ أين تراقب؟ وتتبعها عملية الجرد وتنتهي بتحديد مصادر المعلومات
- **مرحلة التحليل والتركيب :** بعد مرحلة الجمع يتكون لنا رصيد خاص مما يستوجب تحليله وتركيبه ومنه ترجمة المعلومات وتقديمها في شكل تقارير أو جداول قابلة للنشر .
- **مرحلة التسيير واتخاذ القرار:** عند انتهاء مرحلة التحليل والتركيب نتحصل على معلومات معالجة يتم ارسالها في الوقت المناسب للتخلص المناسب لاتخاذ القرار المناسب ثم بعد ذلك يتم مراجعة الآثار الناجمة عن القرار و يمكن تمثيل هذه المراحل في الشكل التالي :¹

الشكل (1 - 4): مراحل عملية اليقظة التكنولوجية



¹ بوزيد مروان ، مرجع سبق ذكره ، ص61، 62، 63، 64، 65

المصدر : بوزيد مروان، اليقظة التكنولوجية في رفع القدرة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية ، كلية العلوم الاقتصادي وعلوم التجارية وعلوم التسيير ، مذكرة دكتوراه، جامعة الجزائر 3، سنة 2013/2014 ،

ثانيا : وظائف اليقظة التكنولوجية

اقترح Cohen cornier خمس وظائف وأهداف لليقظة التكنولوجية :

- الوظيفة الاستباقية:

الغرض من اليقظة هو استباق التهديدات والفرص التي تنشأ في البيئة. فمصادر التهديدات والفرص كثيرة ومتنوعة ، فمثلا يمكن أن يكون مصدر التهديدات هم المنافسون كما يمكن ان يكون التشريعات الجديدة، أما الفرص فقد تأتي من إمكانية الاستحواذ على أسواق جديدة ظهور تكنولوجيا جديدة .

إن هذه الوظيفة تهدف إلى أفضل استباق التهديدات لتجنبها، وكذا للفرص لاستغلالها، وبالتالي فهي تمكن هذه تحقيق استجابة أفضل ، وتحسين القدرة على التكيف

- الوظيفة الإعلامية:

تقدم اليقظة معلومات ، هذه الأخيرة يجب أن تكزن ملائمة وتلبي احتياجات قد تتعلق هذه المعلومات المقدمة من اليقظة معالجة أولا زالت على صورتها الخام.

إن الهدف من الوظيفة الإعلامية هو تلبية احتياجات المؤسسة من المعلومات فهي تسمح بالحصول على أفضل فهم للبيئة ، ودراية أفضل لخطط ونوايا المنافسين، وتقليل من حالة عدم التأكد وصنع القرار.

-الوظيفة التحليلية والتركيبية :

الفصل الاول : الإطار النظري اليقظة التكنولوجية والميزة التنافسية والدراسات السابقة

الوظيفة الثالثة لليقظة هي التحليل المعلومات التي تم جمعها ، ومن ثم عملية تركيب الذي بدوره يكمل التحليل . ذلك لأنه يسمح بوصول المعلومات غير متجانسة وإعادة بناء قاعدة معلومات ذات مغزى مصممة خصيصا لتسهيل عملية اتخاذ القرار .

- وظيفة التشكيل :

الوظيفة الرابعة لليقظة هي تنسيق المعلومات وتحليلها وتوليفها. وتهدف عملية التشكيل في فهم المعرفة التي تم نشرها .

- وظيفة الاتصال:

تسمح هذه الوظيفة بتقديم المعلومات التي تم جمعها ، تحليلها ، توليفها إلى الأشخاص المناسبين وتسهيل انسيابها .¹

الفرع الرابع : مزايا والغاية من اليقظة

أولا : مزايا اليقظة التكنولوجية :

إن المزايا التي تقدمها اليقظة عديدة نذكر منها ما يلي :

- تسمح اليقظة من ناحية المالية بتحقيق الوفرة، لأن المعلومات التي تم جمعها قادرة على تحسين من خصائص التقنية للمنتج جودته وتخفيض من كلفته .
- تسمح بمرور الجيد للمعلومة عبر مختلف مستويات التنظيمية للمؤسسة .
- تسمح لها بمراقبة مستمرة ومتواصلة لبيئتها .
- تسمح لها بالتحذير والتنبؤ بالعراقيل المستقبلية التي سوف تواجهها المؤسسة .
- وسيلة استراتيجية لتسيير. أين تكشف على مناطق النفوذ . التهديدات والفرص والتي تستطيع أن تغير من استراتيجية المؤسسة المنافسة في السوق.²
- الانذار المبكر في حالة حدوث هجمات إلكترونية أو سرقة بيانات المؤسسة أو حدوث اختلالات تقنية كمشاكل في آلات الانتاج وغيرها .

¹ كرجالي أسماء ، نفس مرجع سابق ص57

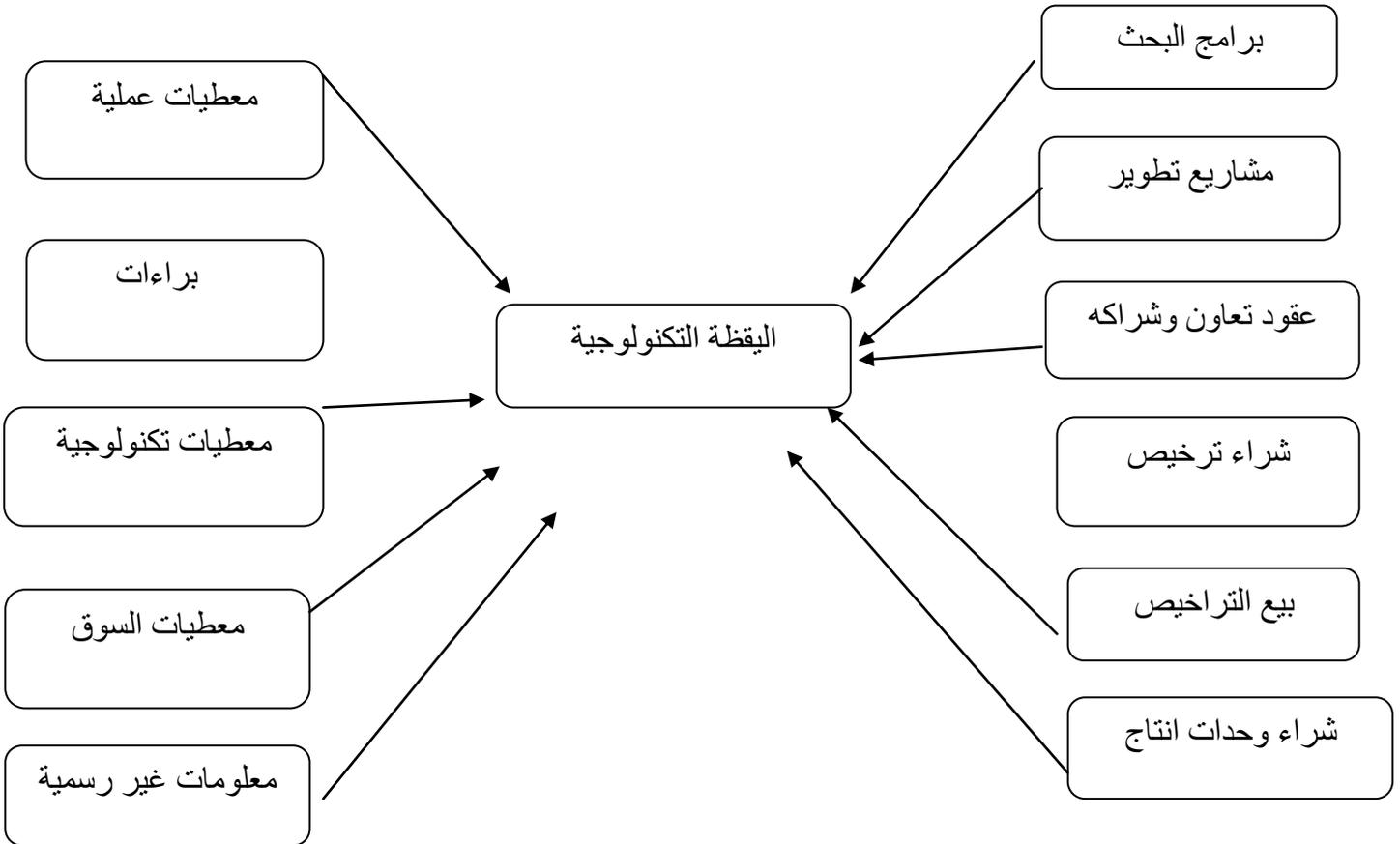
² سهام عماري، دور تكنولوجيا المعلومات الاتصال في تعزيز اليقظة التنافسية في مؤسسات الاقتصادية ، شهادة الماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية والعلوم التسيير ، جامعة محمد خيضر بسكرة ، سنة 2014-2015،ص40

الفصل الاول : الإطار النظري اليقظة التكنولوجية والميزة التنافسية والدراسات السابقة

- تمكن المؤسسة من معرفة من لديها من إمكانيات في الجانب التكنولوجي والتحديات التي تواجهها وبالتالي توضح للإدارة العليا الوضعية الحالية للمؤسسة.
- تحسين وترفع و مستوى الاتصال الداخلي والخارجي للمؤسسة من خلال سرعة الحصول على المعلومات وإيصالها لمحتاجيها .
- تساهم في تخفيض تكاليف الإنتاج وتحسين جودة الخدمات من خلال امتلاك وسائل الإنتاج متطورة تساهم في التقليل من اليد العاملة .
- تمكن المؤسسة من تخفيف آثار التقلبات السريعة في مجال التكنولوجي.
- تساعد على الابداع الالكتروني من خلال ابتكار منتجات وخدمات جديدة وتطوير أسواق جديدة بواسطة تكنولوجيا المعلومات ، والترويج الالكتروني للمنتجات والخدمات التي ستقدمها .
- تساهم في معرفة عوامل الضعف المتعلقة بالمنافسين وتسمح بتجاوز التهديدات الالكترونية¹

ثانيا: الغاية من اليقظة التكنولوجية

الشكل (1-5): الغاية من اليقظة التكنولوجية²



¹ بوربالة أحمد ، نفس مرجع سابق، ص 29

² داودي طيب، رحال سولاف ، شين فيروز، اليقظة التكنولوجية كأداة لبناء الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية ، مداخلة ، جامعة محمد خيضر، جامعة بسكرة

في شكل (1-5) يوضح Jakobiak الدور الرئيسي الذي تلعبه اليقظة التكنولوجية كأداة لإعداد القرارات المستقبلية، وفي نفس المنظر أكد Link على أنه يجب على المؤسسات حاليا أن تتم تكوين حافظة للتكنولوجيات موازنة في ذلك بين الاسهامات الداخلية والخارجية .

المصدر : دواي الطيب ، شين فيروز، رحال سولاف ، اليقظة التكنولوجية كأداة لبناء الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية ، ملتقى ، جامعة محمد خيضر، جامعة بسكرة

المطلب الثالث : عموميات حول الميزة التنافسية

تعتبر الميزة التنافسية من أهم الركائز التي تعتمد عليها المنظمات من أجل ضمان استمرار نشاطها في بيئة الأعمال التي تتميز بمنافسة شديدة و عالية . لذا فهذه المنظمات مطالبة بتطوير و تجديد مزاياها التنافسية حسب عدة معطيات فرضتها التغيرات و المستجدات المستمرة (التغيرات الاقتصادية و السياسية و الاجتماعية ، ذوق المستهلك وحاجاته المتزايدة ، الجودة ، السعر ...) .

و عليه يتوجب على المنظمة خلق ميزة تنافسية مستدامة لرفع قيمة عملائها و كسب ولائهم و تمييز عن منافسيها الحاليين و المحتملين .

لذلك سنتطرق في هذا المبحث إلى :

- مفهوم الميزة التنافسية .
- أبعاد الميزة التنافسية .
- أنواع الميزة التنافسية و مصادرها .
- محددات الميزة التنافسية و خصائصها .

الفرع الأول : مفهوم الميزة التنافسية

الفصل الاول : الإطار النظري اليقظة التكنولوجية والميزة التنافسية والدراسات السابقة

قبل التطرق إلى مختلف التعاريف سنقوم بتقديم تعريف مايكل بورتر للميزة التنافسية الحائز على لقب أستاذ جامعة هارفرد سنة 2000 و هو أعلى تقدير يمنح لعضو في الهيئة التعليمية في هارفرد و كما يعمل مستشارا للعديد من قادة الدول في جميع أنحاء العالم للميزة التنافسية، فهو أشهر الكتاب الذين تحدثوا عنها .

تعريف الأول لبورتر :

تنشأ الميزة التنافسية بمجرد توصل المؤسسة إلى اكتشاف طرق جديدة أكثر فعالية من تلك المستعملة من قبل المنافسين ،حيث يكون بمقدورها تجسيد هذا الاكتشاف ميدانيا ، و بمعنى آخر بمجرد إحداث عملية إبداع بمفهومه الواسع .

التعريف الثاني :

يمكن القول أن الميزة التنافسية هي تلك الخاصية النسبية التي تمتلكها المؤسسة و تجعلها تتفوق على المنافسين و المستندة على القدرات الداخلية للمؤسسة ، و تحقق منفعة مدركة من قبل المستهلكين و تدوم لفترة زمنية طويلة . كما تعرف الميزة التنافسية على أنها الخصائص أو المواصفات التي يكتسبها منتج أو علامة ما و التي تعطيه بعض التفوق على منافسيه الحاليين .¹

التعريف الثاني :

هي قدرة المنظمة على صياغة و تطبيق الاستراتيجيات التي تجعلها في مركز أفضل بالنسبة للمنظمات الأخرى العاملة في نفس النشاط . و تتحقق الميزة التنافسية خلال الاستغلال الأفضل للامكانيات و الموارد الفنية و المادية و المالية و التنظيمية و المعلوماتية ،بالإضافة إلى القدرات و الكفاءات و غيرها من الامكانيات التي تتمتع بها المنظمة و التي تمكنها من تصميم و تطبيق استراتيجياتها التنافسية ، و يرتبط تحقيق الميزة التنافسية ببعدين أساسيين هما القيمة المدركة لدى العميل و قدرة المنظمة على تحقيق التميز .²

التعريف الثالث :

¹ بن دكن فاطمة الزهراء ،جودة الخدمات المصرفية كمدخل لتعزيز الميزة التنافسية للمصارف،مذكرة نيل شهادة ماستر ،مالية و بنوك، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير .

² العيهار فلة ،دور الجودة في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة ،رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير بالخروبة، جامعة الجزائر، 2005،ص 107.

الفصل الاول : الإطار النظري اليقظة التكنولوجية والميزة التنافسية والدراسات السابقة

تعريف نبيل مرسي خليل : تعرف على أنها ميزة أو عنصر تفوق للمؤسسة يتم تحقيقه في حالة إتباعها لاستراتيجية معينة للتنافس¹ .

التعريف الرابع :

هي العملية التي يكافح فيها كيان ما ، للتفوق على آخر و هذا الكيان يمكن أن يكون شخصا أو منظمة أو دولة و الهدف هو الفوز ، و لكي تكون المنظمة منافسة ينبغي عليها أن توفر عدة عوامل مثل القدرة و الرغبة في الفوز و الولاء أو الإلتزام و توفر الموارد المحددة² .

و مما سبق يمكن استنتاج التعريف التالي للميزة التنافسية :

الميزة التنافسية هي كل ما يعزز قوة المنظمة أمام منافسيها ويحقق لها التفوق و التميز في بيئة عملها من خلال ما تقدمه لربائنها من سلع و خدمات من أجل كسب ولائهم و تعلقهم بمنتجاتها، مستغلة في ذلك جميع مواردها و نقاط قوتها من حيث السعر و الجودة و خدمات ما بعد البيع.....إلخ

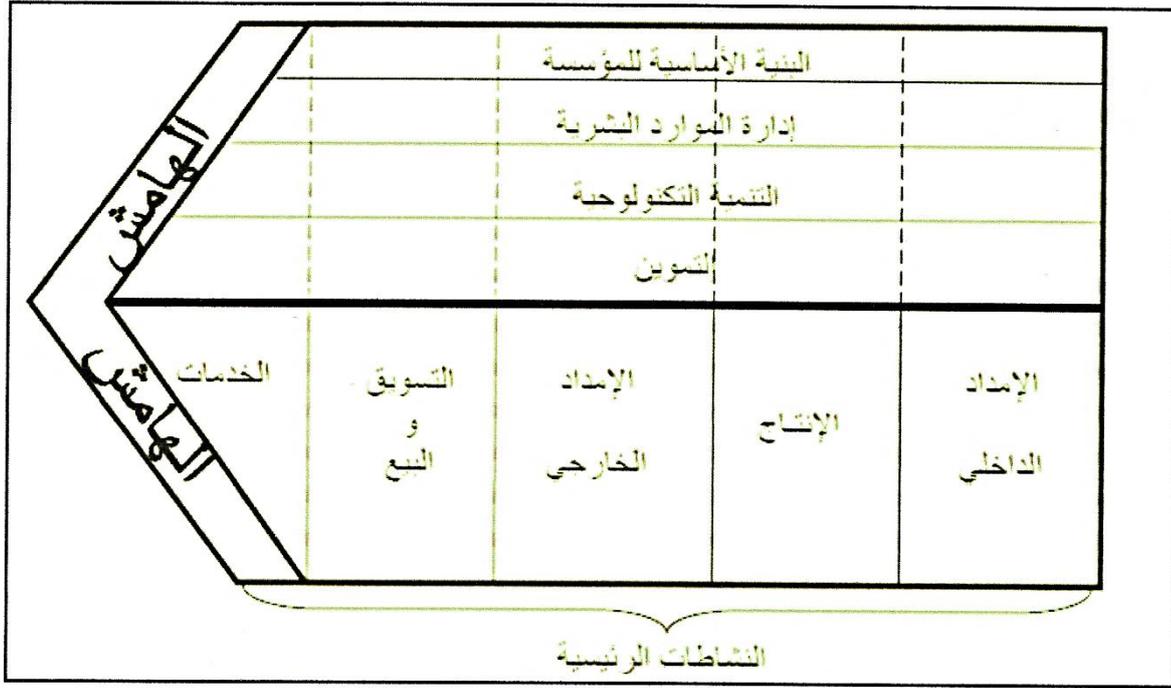
و لتوضيح أكثر دقة للميزة التنافسية يجب التطرق إلى مفهوم سلسلة القيمة فقد طور ما يكل بورتير سلسلة القيمة الإستراتيجية سنة 1985، بحيث خلص إلى أن المؤسسة لا تتألف من مجموعة معزولة من الوظائف بل هي عبارة عن سلاسل لخلق القيمة إنطلاقا من أنشطتها المختلفة والتي تكسبها ميزة تنافسية إضافة لخلق القيمة للزبون والشكل الموالي يوضح سلسلة القيمة لبورتير ، بأنشطة الأساسية الداعمة:³

الشكل (1-6): نموذج سلسلة القيمة لبورتير

¹ آسيا دهن، دور نظام الجودة الشاملة في تحقيق الميزة التنافسية، مذكرة نيل شهادة الماستر كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي 2015 ،ص 28

² عز الدين علي سوسي نعمة عباس الخفاجي ،الميزة التنافسية وفق منظور استراتيجيات التغيير التنظيمي ، دار الأيام ،2015،ص 71

³ - خضر مصباح إسماعيل الطيطي، الإدارة الاستراتيجية، دار حامد للنشر و التوزيع ،الطبعة الولي، عمان، 2013، ص 190.



المصدر: خضر مصباح إسماعيل الطيطي، الإدارة الاستراتيجية، دار حامد للنشر و التوزيع، الطبعة الاولى، عمان، 2013، ص 19 .

يعتبر نموذج تحليل القيمة «على أنه عملية نظامية للنظر في سلسلة الأنشطة التي تؤديها المؤسسة، لتتمكن من فهم المصادر الحالية و المحتملة للميزة التي تحققها المؤسسة عن منافسيها»¹ .

إن الفكرة الأساسية لسلسلة القيمة تكمن في فحص مصادر الميزة التنافسية لتحديد هذه الميزة أو لتحسينها، حيث يقوم بتحليل كل من عمليات المؤسسة و كذا الارتباطات بين الوظائف؛ بمعنى القيام بتحليل مدقق للمراحل المختلفة لصنع المنتج. وذلك للوصول إلى إعداد سَلَم القيمة الخاص بالمؤسسة كما هو موضح بالشكل السابق. يلاحظ من الشكل أعلاه أن نشاطات المؤسسة قد تم تقسيمها:²

مكونات سلسلة القيمة للمؤسسة:

يقوم نظام سلسلة القيمة على تقسيم أنشطة المؤسسة إلى تسع مكونات رئيسية حيث تصنف هذه الأنشطة إلى صنفين رئيسيين هما:³

1- الأنشطة الأولية: وهي الأنشطة التي تتولى مهمة التكوين المادي للمنتج الذي تقدمه المؤسسة وتقوم

بتسليمه وتسويقه حتى وصوله إلى المشتري وكذلك خدمات ما بعد البيع وتشمل الأنشطة الأولية:

أ. الإمدادات الداخلية: وهي الأنشطة المرتبطة بالاستلام والتخزين وتوصيل المواد الأولية اللازمة للمنتج وتشمل المناولة، المخازن، الرقابة على المخزون.

2- شريف بقة، فايزة مخلب، تأثير التحليل البيئي كآلية من آليات اليقظة الاستراتيجية في بناء ميزة تنافسية للمؤسسة الاقتصادية، دراسة ميدانية لمجموعة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية برج بوعريش وسطيف، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، عدد 02، سطيف، جوان 2015، ص 140.

2- خالد محمد بني حمدان، وائل محمد إدريس، مرجع سبق ذكره، ص 150-152.

3- نبيل مرسي خليل، الميزة التنافسية في مجال الأعمال، رويال، الإسكندرية، 1998، ص 92-93

الفصل الاول : الإطار النظري اليقظة التكنولوجية والميزة التنافسية والدراسات السابقة

- ب. العمليات: وهي الأنشطة المتعلقة بتحويل المواد الأولية إلى منتجات في شكل نهائي وتشمل التشغيل، التجميع، التعبئة.
- ج. المخرجات من المنتجات: وهي العمليات المرتبطة بالجمع، التخزين، والتوزيع المادي للمنتج إلى المشتري. وتشمل تخزين المنتجات التامة.
- د. التسويق والمبيعات: وهي الأنشطة المرتبطة بتزويد الوسائل التي يمكن من خلالها للمشتري أن يشتري المنتج وتحفز على الشراء وتشمل الإعلان، ترويج العلاقات مع منافذ التوزيع والتسعير.
- و. الخدمة: وهي العمليات المتعلقة بتقديم الخدمة والمحافظة على قيمة المنتج، وتشمل خدمات التركيب، الإصلاح، قطع الغيار وتعديل المنتج.
- 2- الأنشطة الداعمة:** وهي الأنشطة التي تقدم المدخلات الخاصة بالبنية الأساسية للمؤسسة والتي تساعد الأنشطة الأولية على أداء دورها وتتكون من أربعة أنشطة هي:
- أ. البنية التنظيمية(الأساسية): وتشمل البنية الأساسية لإدارة العامة والتخطيط الاستراتيجي والجوانب القانونية والتمويل والمحاسبة وكل الأنشطة الداعمة الأخرى .
- ب. تنمية التكنولوجيا: وتتعلق بالأنشطة المتعلقة بتطوير وتحسين المنتج، تصميم المنتج، المعرفة الفنية والإجراءات والمدخلات التكنولوجية لكل نشاط في سلسلة القيمة.
- ج. الشراء : وهي الأنشطة المتعلقة بتوفير المدخلات وضمان تدفقها من المواد الأولية والمواد النصف المصنعة، أو الخدمات والتسهيلات الداعمة .
- د. إدارة الموارد البشرية: وتضم الأنشطة المتعلقة باختبار وتدريب وتنمية الأفراد وتشمل كل نشاط يتعلق بالموارد البشرية وبالتالي تتغلغل أنشطة إدارة الموارد البشرية عبر السلسلة ككل .
- كما يرى بورتر(M. Porter) أن الميزة التنافسية المستدامة توجد عندما تحقق الشركة ربحا اقتصاديا عاليا (High Economic Rent) لفترة طويلة ، أي أن عوائدها تتجاوز تكاليفها (بما فيها تكلفة رأس المال).
- و بهذا المعنى فإن الميزة التنافسية المستدامة هي الأعمال المرحة على المدى البعيد بحيث تكون القيمة التي تنشئها تتجاوز تكلفة الأنشطة على المدى البعيد . و مع ذلك و في ظل المنافسة فإن مجرد تجاوز القيمة للتكلفة لا يكفي لتحقيق ميزة تنافسية مستدامة لهذا فإن الشركة يقال أنها تمتلك ميزة تنافسية عندما تحقق أرباحا تتجاوز متوسط الصناعة (IndustryAverage) أي المجال الذي تعمل فيه .

الفرع الثاني : أبعاد الميزة التنافسية :

1 / التكلفة :

يجب على المنظمات أن تراعي الحل الوسط بين التكلفة و ما تقدمه من خصائص للسلع و الخدمات، فأغلب المنظمات تسعى لتخفيض التكلفة و تطبيق المراقبة المستمرة على المواد الخام و تحقيق مستوى أعلى من الإنتاجية .

2 / الجودة :

يمكن تحقيق الجودة من خلال إضافة سمات فريدة للمنتجات التي تقدمها سواء كانت سلع أو خدمات لتعزيز جاذبيتها التنافسية ، و ذلك لاستفادة العملاء من المرحلة النهائية في تقديم المنتجات ، و تحقيق الجودة يتم من خلال بعدين هما تصميم المنتج للتكيف مع وظيفته و نوعيته ، و القدرة التنظيمية لتحويل المدخلات إلى مطابقة النواتج .

3 / وقت الدخول للسوق :

يمكن للمنظمات أن تنظر إلى عامل الوقت ميزة تنافسية على اعتبار أن وقت التسليم هو مصدر للميزة التنافسية، و يعتبر الوقت مقياسا للالتزام بين المنظمة والعملاء ، إضافة إلى ذلك الوقت يعتبر مؤشر لتطوير المنتجات و تقديمها إلى العملاء حسب الجداول الزمنية المتفق عليها .

3 / اعتمادية توصيل المنتج :

تستجيب عادة المنظمات إلى خدمات ما بعد البيع و تتمثل في اعتمادية توصيل المنتج أو الخدمة إلى الزبائن ، في حين التوصيل يعتبر شكلا من أشكال التمايز و بعدا تنافسيا ، و نجد الكثير من المنظمات تسعى إلى تقديم هذه الخدمة كونها تمثل ميزة تنافسية ، و ينشأ عادة عن هذه الاعتمادية وصول المنتجات إلى أصحابها سليمة و بقدر عال من الموثوقية .

4 / إبداع المنتج :

تتعدد رغبات الزبائن من حيث المفاضلة بين المنتجات أحيانا ، و عليه فإن المنظمات تقوم بتطوير منتجاتها حتى تلائم ما تقدمه مع رغبات زبائنها ، أو تقديم منتجات ذات خصائص فريدة عن باقي منافسيها في السوق ، بحيث تحمل خصائص فريدة .¹

الفرع الثالث : أنواع الميزة التنافسية و مصادرها

أولا : أنواع الميزة التنافسية

1 عز الدين علي سوسي نعمة عباس الخفاجي ، الميزة التنافسية وفق منظور استراتيجيات التغيير التنظيمي ، دار الأيام ، 2015، ص 71

1/ ميزة التكلفة الأقل :

يمكن للمؤسسة أن تحوز ميزة التكلفة الأقل إذا كانت تكاليفها المتراكمة بالأنشطة المنتجة للقيمة أقل من نظيرتها عند المنافسين و للحيازة عليها يتم الاستناد إلى تحقيق مفهوم التعلم و هو نتيجة للجهود المتواصلة و المبدولة من قبل الإطارات و المستخدمين على حد سواء ، لذلك يجب ألا يتم التركيز على تكاليف اليد العاملة فحسب ، بل يجب أن يتعداه إلى تكاليف النفايات و الأنشطة الأخرى المنتجة للقيمة . فالمسيرون مطالبون بتحسين التعلم و تحديد أهدافه ، و هذا يستند إلى مقارنة درجة التعلم بين التجهيزات و الأنشطة ثم مقابلتها بالمعايير المعمول بها في القطاع .

2/ ميزة التميز :

يمكن أن تتميز المؤسسة عن منافسيها عندما يكون بمقدورها الحيازة على خصائص فريدة تجعل الزبون يتعلق بها ، بمعنى أن تحقيق المؤسسة للتميز يتم عندما تكون قادرة على تقديم منتج أو خدمة بمواصفات متميزة من خلالها يدرك العملاء و المنافسين أن المنظمة تقدم شيئاً متفرداً يصعب تقليده ، سواء من خلال المواصفات الفنية أو التصميم الفني أو الإسم التجاري أو العلامة التجارية و غيرها من الأمور التي تستحوذ على تصور و إدراك العميل.¹

و حتى تتم الحيازة على هذه الميزة يجب الإستناد إلى عوامل تدعى عوامل التفرد ، بحيث أن التحكم الجيد في هذه العوامل مقارنة بالمنافسين يكسب المؤسسة ميزة التمايز و المتمثلة في الإجراءات التقديرية ، و الروابط ، الرزنامة ، التموقع ، الإلحاق ، التعلم و آثار بثه ، التكامل ، الحجم .

1 الإجراءات التقديرية : من بين الإجراءات التقديرية الأكثر شيوعاً

- خصائص و كفاءة المنتجات المعروضة
- الخدمة المقدمة
- كثافة نشاط ما (كمستوى نفقات الإعلام)
- جودة عوامل الإنتاج المسخرة لنشاط ما

¹ صالح صالحي ، مساهمة المسؤولية الاجتماعية في تدعيم الميزة التنافسية ، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر ، جامعة محمد خيضر بسكرة ، 2014/2015 ص 39

الفصل الاول : الإطار النظري اليقظة التكنولوجية والميزة التنافسية والدراسات السابقة

- كفاءة و خبرة المستخدمين في النشاط
 - الإجراءات التي تحكم عمل المستخدمين في النشاط (كإجراءات خدمات ما بعد البيع ،تواتر عملية التفتيش)
- هذه الإجراءات يمكن أن تعتبر كعوامل تساعد المؤسسة على تحقيق التميز و التفرد
- 2 الروابط : يمكن للمؤسسة تحقيق التفرد من خلال العلاقات الموجودة بين الأنشطة المرتبطة فيما بينها
- الروابط مع الموردين .
 - الروابط مع قنوات التوزيع ،
- 3 الرزنامة : قد تحوز المؤسسة ميزة التمايز لكونها السباق في مجال نشاطها على منافسيها ، و خلافا لذلك في بعض الأحيان أو في بعض القطاعات يمكن أن تحقق المؤسسة الريادة بسبب التأخر عن الدخول إلى السوق مما يسمح لها باستعمال تكنولوجيا أكثر حداثة .
- 4 التموقع : قد تحوز المؤسسة على ميزة التميز إذا ما أحسنت اختيار الموضوع الملائم لأنشطتها .
- 5 الإلحاق : تنجم خاصية التفرد لنشاط منتج للقيمة بكون النشاط مشترك لمجموعة من الوحدات المكونة للمؤسسة .
- 6 التعلم و آثاره : قد تنجم خاصية التفرد لنشاط معين ، عندما يمارس التعلم بصفة جيدة ، فالجودة الثابتة مثلا في العملية الإنتاجية يمكن تعلمها و من ثم حيازتها بشكل مستمر و نفس الشيء بالنسبة للتكاليف ، و من ثم فإن التعلم الذي يتم إمتلاكه بشكل شامل كفيل بأن يؤدي إلى تميز متواصل .
- 7 التكامل : بهدف تحقيق التفرد قد تلجأ المؤسسة إلى ضم أنشطة جديدة منتجة للقيمة كانت تمارس من قبل الموردين أو قنوات توزيع مما يتيح لها القيام بهذه الأنشطة بشكل أحسن لتصبح الوحيدة التي تقوم بها أو حتى تجعلها غير قابلة للتقليد .
- 8 الحجم : يمكن أن يؤدي الحجم الكبير إلى ممارسة نشاط ما بطريقة وحيدة و منفردة ، و هو ما لا يمكن تحقيقه إذا ما كان حجم النشاط صغيرا ، و في بعض الأحيان قد يؤثر الحجم الكبير للنشاط سلبا على التمايز .

الفصل الاول : الإطار النظري اليقظة التكنولوجية والميزة التنافسية والدراسات السابقة

لتحقيق ميزة التميز فإن المؤسسة مطالبة بتحديد العوامل و المجالات التي يمكن التفرد فيها ، مع التركيز على العوامل التي تؤدي إلى تميز متواصل نفس الشيء بالنسبة للتكاليف يعتبر التعلم العامل الأكثر أهمية ، بحيث أن امتلاكه من شأنه أن يؤدي إلى استمرار التميز .¹

و يمكن التمييز بين نوعين آخرين من مصادر الميزة التنافسية :

1 - المصادر الداخلية :

المرتبطة بموارد المنظمة الملموسة و غير الملموسة مثل العوامل الأساسية للإنتاج ، الطاقة و الموارد الأولية ، قنوات التوزيع و الموجودات ، و غيرها كذلك قد تتأتى الميزة التنافسية من النظم الإدارية المستخدمة و المطورة ، أساليب التنظيم الإداري ، طرق التحفيز مردودات البحث و التطوير و الإبداع و المعرفة .

2 - المصادر الخارجية :

و هي كثيرة و متعددة و تتشكل من خلال متغيرات البيئة الخارجية و تغيرها مما يؤدي إلى خلق فرص و ميزات يمكن أن تستغلها المنظمة و تستفيد منها .

ثانيا: مصادر الميزة التنافسية :

و يمكن التمييز بين ثلاث مصادر للميزة التنافسية :التفكير الاستراتيجي، الإطار الوطني، الموارد¹ .

1 / التفكير الاستراتيجي :

تستند المؤسسة على إستراتيجية معينة للتنافس بهدف تحقيق أسبقية على منافسيها من خلال الحيازة على الميزة أو المزايا التنافسية، و تفر الإستراتيجية على أن تلك القرارات الهيكلية التي تتخذها المؤسسة لتحقيق أهداف دقيقة، والتي تتوقف على درجة تحقيقها نجاح أو فشل المؤسسة، و صنف دور استراتيجيات التنافس إلى ثلاث أصناف : إستراتيجية قيادة التكلفة، إستراتيجية التميز، إستراتيجية التركيز .

2 / الإطار الوطني :

¹ هلال الوليد، الأسس العامة لبناء التنافسية و دورها في خلق القيمة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير ، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيرو العلوم التجارية ، جامعة محمد بوضياف مسيلة ، 2009/2008 ص 30

الفصل الاول : الإطار النظري اليقظة التكنولوجية والميزة التنافسية والدراسات السابقة

إن الإطار الوطني الجيد للمؤسسة يتيح لها قدرة الحيازة على ميزة أو مزايا تنافسية، لذلك نجد مؤسسات بعض الدول متفوقة ورائدة في قطاع نشاطها، بحيث تملك الدولة عوامل الإنتاج الضرورية للصناعة المتمثلة في الموارد البشرية، الفيزيائية، المعرفية المالية، والبنية التحتية، فالحيازة على هذه العوامل يلعب دورا هاما في الحيازة على ميزة تنافسية قوية، ومن نتائجه إطار وطني محفز ومدعم لبروز مزايا تنافسية للصناعات الوطنية، وبالتالي يصبح الإطار الوطني منشئ لمزايا تنافسية يمكن تدويله

3 / الموارد :

يتطلب تجسيد الإستراتيجية، الموارد والكفاءات الضرورية لذلك حيث أن حيازة هذه الأخيرة بالجودة المطلوبة وحسن استغلالها يضمن لنا وبشكل كبير نجاح الإستراتيجية¹

الفرع الرابع : محددات الميزة التنافسية و خصائصها

أولا : محددات الميزة التنافسية

تحدد الميزة التنافسية للمؤسسة من خلال متغيرين أو بعدين هامين هما :

1 / حجم الميزة التنافسية :

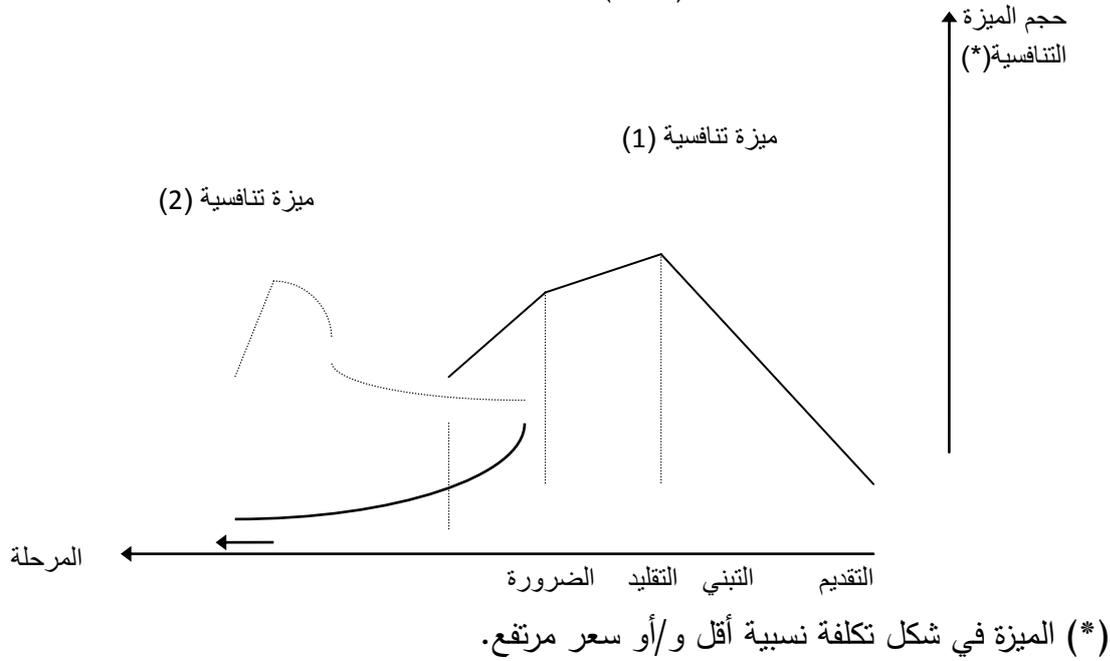
يتحقق للميزة التنافسية قيمة الإستمرارية إذا أمكن للمؤسسة المحافظة على ميزة التكلفة الأقل أو تمييز المنتج في مواجهة المؤسسات المنافسة و بشكل عام كلما كانت الميزة أكبر كلما تطلب ذلك جهودا أكبر من المؤسسات المنافسة للتغلب عليها أو للحد من أثرها ، و مثلما هو الحال بالنسبة لدورة حياة المنتجات الجديدة فإن للميزة التنافسية دورة حياة تبدأ هي الأخرى بمرحلة التقديم أو النمو السريع ثم يعقبها مرحلة التبنى من قبل المؤسسة المنافسة ، ثم مرحلة الركود في حالة قيام المؤسسات المنافسة بتقليد ومحاكاة الميزة التنافسية و محاولة التفوق عليها ، وكذا تظهر مرحلة الضرورة أو بمعنى آخر الحاجة إلى تقدم تكنولوجي جديد لتخفيض التكلفة أو تدعيم ميزة تمييز المنتج ، و من هنا تبدأ المؤسسة في تجديد أو تطوير و تحسين الميزة الحالية أو إبداع ميزة تنافسية أكبر للمستهلك أو العميل .

¹ اسيا دهنون ، دور نظام الجودة الشاملة في تحقيق الميزة التنافسية ، مذكرة نيل شهادة الماجستير كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير ، جامعة حمه لخضر الوادي، 2015، ص 32 .

الفصل الاول : الإطار النظري اليقظة التكنولوجية والميزة التنافسية والدراسات السابقة

تمر الميزة التنافسية بنفس دورة حياة المنتجات، ويتم تمثيل ذلك من خلال الشكل الآتي:

الشكل (1-8): دورة حياة الميزة التنافسية



المصدر: نبيل مرسي خليل، الميزة التنافسية في مجال الأعمال، مركز الإسكندرية، مصر، 1998، ص 86.

- 1_ مرحلة التقديم: تعد أطول المراحل بالنسبة للمؤسسة المنشئة للميزة التنافسية؛ لكونها تحتاج الكثير من التفكير والاستعداد البشري، المادي والمالي. وتعرف الميزة التنافسية مع مرور الزمن انتشاراً أكثر فأكثر، حيث يعزى ذلك إلى القبول الذي تحض به من قبل عدد متزايد من الزبائن.
- 2_ مرحلة التبني: تعرف الميزة هنا استقراراً نسبياً من حيث الانتشار، باعتبار أن المنافسين بدأوا يركزون عليها، وتكون الوفورات هنا أقصى ما يمكن.
- 3_ مرحلة التقليد: يتراجع حجم الميزة وتتجه شيئاً فشيئاً إلى الركود؛ لكون المنافسين قاموا بتقليد ميزة المؤسسة، و بالتالي تراجع أسبقيتها عليهم. و من ثمة انخفاض في الوفورات.
- 4_ مرحلة الضرورة: تأتي هنا ضرورة تحسين الميزة الحالية وتطويرها بشكل سريع، أو إنشاء ميزة جديدة على أسس تختلف تماماً، عن أسس الميزة الحالية. وإذا لم تتمكن المؤسسة من التحسين أو الحصول على ميزة جديدة، فإنها تفقد أسبقيتها تماماً وعندها يكون من الصعوبة العودة إلى التنافس من جديد.

الفصل الاول : الإطار النظري اليقظة التكنولوجية والميزة التنافسية والدراسات السابقة

لا يمكن أن تحوز المؤسسة على ميزة تنافسية إلى الأبد، وبالتالي فهي مطالبة بتتبع دورة حياة الميزة، وتعرف في ذات الوقت الزمن المناسب لإجراء التحسين والتطوير أو إنشاء ميزة جديدة. فللميزة التنافسية طبيعة ديناميكية، يجعل أمر مراجعتها شيئاً عادياً يدخل ضمن البحث عن التحسين المستمر لنشاط المؤسسة.

2 / نطاق التنافس أو السوق المستهدف : يعبر النطاق عن مدى إتساع أنشطة و عمليات المؤسسة بغرض تحقيق مزايا تنافسية ، فنطاق النشاط على مدى واسع يمكن أن يحقق وفرات في التكلفة عن المؤسسات المنافسة ، و من أمثلة ذلك الاستفادة من تقديم تسهيلات إنتاج مشتركة خبرة فنية واحدة ، استخدام نفس منافذ التوزيع للخدمة قطاعات سوقية مختلفة ، أو في مناطق مختلفة أو صناعات مترابطة بين القطاعات السوقية أو المناطق أو الصناعة التي تغطيها عمليات المؤسسة و من جانب آخر يمكن للنطاق الضيق تحقيق الميزة التنافسية من خلال التركيز على قطاع سوق معين و خدمته بأقل تكلفة أو إبداع منتج مميز له ، و هناك أربعة أبعاد محددة لنطاق التنافس من شأنها التأثير على الميزة التنافسية هي :

القطاع السوقي ،النطاق الرأسي ، النطاق الجغرافي ، و نطاق الصناعة .1

ثانيا :خصائص الميزة التنافسية

1/ أن تكون متجددة وفق معطيات البيئة الخارجية من جهة و قدرات و موارد المؤسسة الداخلية من جهة أخرى .
2/ أن تكون مرنة بمعنى يمكن إحلال ميزات تنافسية بأخرى بسهولة و يسر وفق إعتبارات التغيرات الحاصلة في البيئة الخارجية .

3/ أن تكون مستمرة و مستدامة و أن تحقق المؤسسة سبق على المدى الطويل و ليس المدى القصير .

4/ أن يتناسب استخدام الميزات التنافسية مع الأهداف و النتائج التي تريد المؤسسة تحقيقها في الأمدين القصير و الطويل .

5/ إن الميزات التنافسية تتسم بالنسبية مقارنة بالمنافسين أو مقارنتها في فترات زمنية مختلفة فهذه الصفة تجعل فهم الميزات في إطار مطلق صعب التحقق .2

الفرع الخامس : العلاقة بين اليقظة التكنولوجية و الميزة التنافسية

تؤدي اليقظة التكنولوجية دوراً كبيراً في تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسة وذلك من خلال :

- الفهم الجيد للمتغيرات الحاصلة في البيئة ومن ثم تحديد الفرص والتهديدات و كذا نقاط القوة و الضعف .
- المعرفة الدقيقة للأسواق و ديناميكية المنافسة فيها .

¹ آسيا دهنون ، دور نظام الجودة الشاملة في تحقيق الميزة التنافسية ، إقتصاد عمومي و تسيير مؤسسات ،مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي ، جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي ،2014/2015 ، ص 29

² آسيا دهنون ، دور نظام الجودة الشاملة في تحقيق الميزة التنافسية ، إقتصاد عمومي و تسيير مؤسسات ،مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي ، جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي ،2014/2015 ، ص 33

الفصل الاول : الإطار النظري اليقظة التكنولوجية والميزة التنافسية والدراسات السابقة

- تدعيم نشاط البحث و التطوير في المؤسسة .
- تقليص تكاليف الانتاج و تحقيق أرباح إضافية .
- المساهمة في نشاطات البحث و التطوير و عمليات اتخاذ القرار .
- ضمان الاستجابة الجيدة لحاجيات العملاء و بالتالي كسب رضاهم و ولائهم .

المبحث الثاني : دراسات سابقة

المطلب الأول : دراسات أجنبية

دراسة اجنبية 1:

عنوان المقال :

الذكاء الاقتصادي في خدمة منظمات المعرفة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (السوسرية)

أهداف الدراسة

تسعى هذه الدراسة الى تحقيق جملة من الأهداف ،منها ما يلي :

- _ ملامسة واقع اهتمام منظمات الأعمال بالذكاء الاقتصادي من أجل تحقيق التنمية الاقتصادية المنشودة .
- _ معرفة مدى تأثير الذكاء الاقتصادي على منظمات المعرفة

النتائج :

من أهم النتائج المتوصل إليها من خلال هذه الدراسة :

_ مؤسسة اتصالات الجزائر فرع تلمسان مهتمة بتطبيق الذكاء الاقتصادي كأسلوب تسييري لمواجهة تغيرات المحيط .

_ وجود علاقة قوية بين تطبيق الأسلوب الذكاء الاقتصادي والاتجاه المعرفي لمؤسسة اتصالات الجزائر فرع تلمسان .

_ وجود علاقة ذو دلالة إحصائية بين الذكاء الاقتصادي ومنظمات المعرفة والتي تعزى إلى العلاقة القوية بين إدارة

المعرفة أحد المكونات الأساسية التي تدخل في تشكيل الذكاء الاقتصادي ومنظمات المعرفة .

التوصيات :

من النتائج المتوصل إليها يمكننا تقديم بعض الإقتراحات :

_ ضرورة تفعيل دور الذكاء الاقتصادي في الاقتصاد السوسيري من أجل خلق منظمات أعمال متعلمة قادرة على

تحقيق التنمية الاقتصادية .

الفصل الاول : الإطار النظري اليقظة التكنولوجية والميزة التنافسية والدراسات السابقة

__تنمية الوعي لدى المديرين والأفراد والعمال بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة السويسرية بضرورة تطبيق الذكاء الاقتصادي من أجل مواكبة تغيرات المحيط .

__ضرورة تفعيل التعاون بين مؤسسات البحث العلمي ومنظمات الأعمال من اجل بناء مشروعات معرفية قادرة على إحداث طفرة معرفية تساهم في خلق قيمة مضافة للاقتصاد الوطني بعيدا عن الربح
دراسات الأجنبية 2:

-Etude :InèsBoulifaTamboura, Identification des facteurs critique de succès pour la mise en place d'un dispositif de veille stratégique, thèse de doctorat en sciences de gestion, université de Tunis, Institut 2007supérieur de destion, Tunis,

وقد حاولت هذه الدراسة معرفة ماهي العوامل الحاسمة للنجاح التي يجب على مدير مشروع اليقظة أن يأخذها بعين الاعتبار عند وضع نظام لليقظة استراتيجية ، وتم تطبيقها على مجموعة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التونسية ، وذلك باعتماد على المنهج الوصفي والتحليلي وباستخدام استبيان الذي وزع على أربعة عشر مؤسسة ، وقد توصلت إلى أن هناك ثلاثة أنواع من العوامل التي يجب أخذها بعين اعتبار عند وضع نظام لليقظة استراتيجية ، والمتمثلة في العوامل التنظيمية ، العوامل المرتبطة بالموارد البشرية ، والعوامل المادية التي تم تحديدها والمصادقة عليها من قبل الخبراء ، وذلك من أجل مساعدة على أفضل الممارسات ، واغتنام فرص النجاح
الدراسة الاجنبية 3

Humbert. lesca marie-laurence la veille stratégique un facteur clé de succès pour pme / pmi voulant devenir fournisseur de grandes compagnies transntionalesartical université pierre mendés France de grembbe France.

تدور إشكالية هذه المقالة " كيف يتم مساعدة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لتصبح المورد الأكبر للشركات العالمية"

أهداف الدراسة :

الفصل الاول : الإطار النظري اليقظة التكنولوجية والميزة التنافسية والدراسات السابقة

- هدفت لتوضيح أهمية التفتح على البيئة للحد من المخاطر وزيادة الفرص بحيث يمكن للشركة التصرف بسرعة كبيرة في الوقت ، وذلك من أجل تعزيز مكانتها في السوق وذلك من خلال توفير أداة جديدة للحصول على المعلومات وهي اليقظة الاستراتيجية لمؤسسة وتطبيقها في المؤسسات إلا أن هذا النظام يتطلب المنهجية مناسبة وقابلة للتكيف وخصوصيات مشاريع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة و ثم التطرق لتحليل بيئة المؤسسة الصغيرة والمتوسطة ووضع تعريف لليقظة الاستراتيجية وتحديد مراحلها

• نتائج:

- توصلت هذه المقالة إلى أن اليقظة الاستراتيجية غير موجودة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتوصي بتشجيع هذا المفهوم على كافة المؤسسات.

دراسة أجنبية 4

Etude :SamiaMenin, problématique de la
recherched'informationsd'origine « terrain » dans la veillestratégiques
proposition d'éléments pour la formation des traqueurs (Application aux
entreprisetunisiennes), UniversitéspierreMendès, France ,2005 .

- وقد حاولت هذه الدراسة الإجابة على إشكالية أنه في ظل الصعوبات التي يواجهها المتعقبين في هذا الميدان لجمع معلومات اليقظة الإستراتيجية كيف نستطيع تطوير أدائهم عن طريق التدريب المناسب، تم إجراء هذه الدراسة الميدانية في المؤسسات التونسية حيث يتم الاعتماد على المنهج الوصفي، وكأداة لجمع البيانات اعتمد على إجابة المتعقبين على تمارين أجريت داخل المؤسسات ، أما نتائج هذه الدراسة أن مجال تعقب المعلومات لا يكون بشكل مستمر في المؤسسات التونسية، وكما أنهم لا يتعقبون أنواع معلومات اليقظة الاستراتيجية، كما يمكن تحسين أداء تعقب الميدان وذلك بالأخذ بعين الاعتبار الشروط المتعلقة بالشخص الباحث في سياق تنظيمي .

المطلب الثاني : دراسات عربية

الدراسة الاولى:

زيد خوام حمود (كلية الادارة والاقتصاد / جامعة الفلوجة)

الفصل الاول : الإطار النظري اليقظة التكنولوجية والميزة التنافسية والدراسات السابقة

موضوع حول : اليقظة الاستراتيجية وتأثيرها في النجاح التنظيمي، بحث استطلاعي في شركة الفارس العامة ، وزارة الصناعة (مجلة العلوم الاقتصادية والادارية العدد 69 المجلد 23)

اهداف الدراسة:

- تهدف هذه الدراسة إلى معرفة أنزاع اليقظة الاستراتيجية المتوفرة لدى القيادات شركة الفارس العامة وزارة الصناعة
 - يسعى هذا البحث إلى معرفة واقع اليقظة الاستراتيجية في شركة الفارس العامة وزارة الصناعة وتقديم التوصيات لتعزيزه
 - معرفة تأثير اليقظة الاستراتيجية بأبعادها كافة على نجاح المنظمة وعلاقة بينهما من وجهة نظر الباحثين
 - كما يهدف هذا البحث إلى معرفة نقاط القوة والضعف في يقظة ملاك القيادي في شركة الفارس العامة وزارة الصناعة وكذلك معرفة نقاط القوة والضعف في ادارتهم وتقديم التوصيات لمعالجة نقاط القوة والضعف
- نتائج الدراسة:

- أظهرت نتائج البحث الميداني أن شركة الفارس العامة تستخدم تكنولوجيا حديثة في عملها إلا أن نتائج المعايضة أظهرت أن هناك ضعف واضح في نظام المعلومات داخل الشركة
- متغيرات اليقظة الاستراتيجية المتمثلة في (اليقظة التكنولوجية ، اليقظة التنافسية ، اليقظة تجارية ، اليقظة البيئية) قد حصلت على نسب اتفاق عالية من قبل القيادات الادارية على تفهم البيئة السياسية والتكنولوجيا والتجارية والتنافسية وصولا للنجاح ، إلا أن الواقع من خلال المعايضة الميدانية يشير إلى ضعف اليقظة البيئية بسبب عدم وجود جهات متخصصة ترأب نقاط الضعف داخل الشركة وحلها وتعزيز نقاط القوة ومعرفة الفرص الخارجية واستثمارها وتجنب التهديدات
- اظهرت النتائج دراسة دراسة الميدانية للبحث أن بعد اليقظة التكنولوجية ، قد حصل على أعلى وسط حسابي من بين الابعاد الاخرى ، هذا يتوافق مع اختصاص القيادات الادارية في الشركة إذ أن (70%) من قيادات اختصاصهم فني ومن ثم سوف يؤكدون على اليقظة التكنولوجية
- سجلت جميع علاقات الارتباط بين متغيرات الدراسة أن هناك علاقة ارتباط قوية و معنوية بين اليقظة الاستراتيجية ب (اليقظة البيئية ، اليقظة التكنولوجية ، اليقظة التجارية ، اليقظة التنافسية) في تفعيل الايجابي للنجاح التنظيمي

الفصل الاول : الإطار النظري اليقظة التكنولوجية والميزة التنافسية والدراسات السابقة

التوصيات :

- لا بد من قيام القيادات في الشركات بشكل عام وشركة الفرس بشكل خاص بدراسة بعض الاساليب التي من شأنها تحسين أسلوب العمل من خلال وضوح الأهداف وتنوعها ، لأن صياغة الأهداف يكون عادة مركزيا ويعم على الجميع
- العمل على توظيف وتوجيه التقنيات الحديثة نحو انشاء شبكة اتصالات ومعلومات تربط بين مختلف الادارات و الاقسام
- تركيز على العمل وبناء فريق الذي يقود للأداء المتميز ومنح الثقة و اعطاء فرص للموظفين لإظهار ابداعاتهم وذلك بإتباع اسلوب الديمقراطية
- ضرورة عقد الندوات ومؤتمرات حول موضوع اليقظة الاستراتيجية

الدراسة الثانية

: حسين علي إبراهيم (كلية الإدارة والاقتصاد) جامعة بغداد

الموضوع حول : اليقظة الاستراتيجية ودورها في تحسين مستوى خدمات التمريضية (بحث تطبيقي في

مستشفى غازي الحريري) "مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية العدد 96 مجلد 23"

أهداف الدراسة :

- تعرف على واقع الخدمات التمريضية في مستشفى من ابعاد الخدمات التمريضية (الجودة ، التوقيت المناسب ، حل المشاكل ، اتخاذ القرار ، العلاقة مع الآخرين، المهارات القيادية)
- قياس درجة العلاقة بين اليقظة الاستراتيجية في المستشفى المبحوث وتحسين الخدمات التمريضية تحديد متطلبات
- معرفة مدى تأثير اليقظة الاستراتيجية في تحسين خدمات التمريضية

النتائج :

- يظهر البحث ترابطا بين اليقظة الاستراتيجية وتحسين الخدمات التمريضية في المستشفى مما يؤكد أهمية أبعاد اليقظة الاستراتيجية وأثرها في تحسين الخدمات التمريضية مما يجعل إدارة مستشفى غازي الحريري على استعداد دائم في مواجهة ظروف السلبية غير مستقرة
- تبين أن إدارة المستشفى استخدمت التغيير الايجابي الحاصل في اليقظة الاستراتيجية في احداث مزيد من التغييرات الايجابية في خدمات التمريضية

الفصل الاول : الإطار النظري اليقظة التكنولوجية والميزة التنافسية والدراسات السابقة

- اتضح أن اليقظة التكنولوجية تساعد إدارة المستشفى على تحسين الخدمات التمريضية من خلال استخدام التقنيات حديثة والتطورات الحاصل في مجال الأجهزة الطبية
- يظهر أن اليقظة التنافسية لها دور في دعم إدارة المستشفى في تحسين الخدمات التمريضية عن طريق مراقبة المنافسين الجدد والحالين والتكنولوجيا المستخدمة والسعي داعم للحصول على ميزة التنافسية تتمثل بتقديم خدمة تمريضية متميزة
- لليقظة التسويقية أثر ايجابي في احداث تطور في تحسين الخدمات التمريضية من خلال توفير خدمة تمريضية متواصلة وتوفير المواد والأدوية اللازمة
- التوصيات :
- على إدارة المستشفى التركيز على اليقظة الاستراتيجية كونها أحد الوسائل لتحسين الخدمات التمريضية
- ضرورة قيام إدارة المستشفى باستثمار وطبيعة العلاقة بين اليقظة البيئية والخدمات التمريضية في ادخال المزيد من المتغيرات الايجابية في جودة وسرعة تقيم الخدمات التمريضية
- يجب على المستشفى تسليط الضوء على اليقظة تكنولوجية لمراقبة التطور الحال في مجال تكنولوجيا الطبية عن طريق عمل شركات مع المستشفيات الرائدة في مجال تخصصها
- على إدارة المستشفى متابعة المنافسين استراتيجيات وتكنولوجيا المنافسين على طريق دور اليقظة التنافسية في تحسين الخدمات التمريضية لضمان تقديم الخدمات الجيدة

الدراسة الثالثة:

الشريف بقة و فايزة محلب (كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة سطيف1)
موضوع حول :تأثير التحليل البيئي كآلية من آليات اليقظة الاستراتيجية في بناء الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية ، دراسة ميدانية لمجموعة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية برج بوعرييج وسطيف (المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية - عدد / 02 جوان 2002)
أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة تأثير التحليل البيئي في بناء المزايا التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية وتطويرها، وذلك من خلال دراسة واقع التحليل البيئي الداخلي والتحليل البيئي الخارجي بهذه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ودوره في بناء مزاياها التنافسية.

الفصل الاول : الإطار النظري اليقظة التكنولوجية والميزة التنافسية والدراسات السابقة

كذلك فإن هذه الدراسة تسعى إلى تبيان العلاقة بين تحليل البيئة الداخلية والميزة التنافسية للمؤسسات كما بين العلاقة بين تحليل البيئة الخارجية والميزة التنافسية للمؤسسات كما تبين موقف المسيرين من التحليل البيئي إدراك المسيرين لأهمية التحليل البيئي في بناء وتطوير المزايا التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة نتائج الدراسة:

- تهتم المؤسسة ببيئتها الخارجية والداخلية، وتتأثر بها بشكل كبير
 - تتأثر المؤسسة محل الدراسة بعامل المنافسين بدرجة كبيرة، حيث يحاولون التعرف على منافسيهم ومعرفة نقاط قوة ونقاط ضعف المنافسين، والاستجابة لاستراتيجياتهم من أجل الحفاظ على مركزها التنافسي.
 - عرف منتجات المؤسسات المدروسة تهديدا من قبل المنتجات البديلة، لكنها لا تدرك مدى قوته وهذا أيضا بسبب إهمال عامل المنتجات البديلة وإمكانية تأثيرها على المؤسسة
 - تلتزم المؤسسات محل الدراسة بالمواصفات الدولية بما يخدم جودة منتجاتها، وتشكل التشريعات الحكومية ضغطا عليها فيما يخص قدراتها الاستثمارية
 - تهتم المؤسسات محل الدراسة بإضافة خصائص لمنتجاتها تلي رغبات زبائنهم كما تحاول مراعاة مطابقة المواصفات الدولية في إنتاجها وهي تعتبر الجودة عاملا أساسيا لتحقيق أهدافها (زيادة الحصة السوقية) لكن رغم ذلك فإنها لم تبد اهتماما لجودة المواد الأولية في حين كانت أسعارها مرتفعة
 - تتمتع المؤسسات المدروسة بالمرونة في خططها وقراراتها حيث ترى بأن في إمكانها مواكبة التغيرات التي قد تطرأ في بيئتها ولديها القدرة على تطوير منتجاتها بما يخدم التغيرات الحاصلة في البيئة لذا فهي تشجع عمليات الابتكار وتعتبر المرونة عاملا أساسيا للبقاء في السوق الذي تنشط فيه
- الاقتراحات:

- ضرورة وعي المسؤولين (المسيرين) بهذه المؤسسات بأن البيئة التي تعمل في إطارها، لم تعد تلك البيئة البسيطة وقليلة التغير، بل أصبحت على درجة كبيرة من التعقد، وعدم اهتمامها بما قد يعرضها لعواقب سلبية، وهذا اعتقادا منها أن الاقتصاد الوطني مغلق بعيد عن هذه التحولات والتغيرات، لكن هذا الاعتقاد لا يمكن الاعتماد عليه إذ أن بيئة المؤسسات في الجزائر ستصبح على ارتباط كبير بالتغيرات العالمية، على اعتبار الانضمام المرتقب للجزائر إلى المنظمة العالمية للتجارة (OMC) وإمضاء اتفاقيات الشراكة وغيرها، ما يؤدي إلى زيادة حدة المنافسة بين المؤسسات

الفصل الاول : الإطار النظري اليقظة التكنولوجية والميزة التنافسية والدراسات السابقة

- الاعتماد على اليقظة الاقتصادية خاصة في جانب التكنولوجيا من أجل مواكبة التطورات وتفادي التهديدات المحتملة من خلال الاطلاع الدائم والمستمر على كل المستجدات التي تحدث في مجال التكنولوجيا، وبالتالي محاولة اقتناء كل الوسائل والتجهيزات التي تواكب التطور التكنولوجي لما لذلك من دور كبير في تحسين إنتاجية المؤسسة
- الاهتمام بتكوين العمال وتحفيزهم من أجل رفع إنتاجيتهم وتحسين جودة المنتج، وبالتالي تخفيض تكلفة إنتاج الوحدة الواحدة، والاستعانة بالجامعات ومراكز التدريب المتخصص
- لبد على المؤسسة أن تأخذ بعين الاعتبار المنافسة الأجنبية، وذلك بإدخال التطور التكنولوجي إلى المؤسسة في جميع مجالات أنشطة المؤسسة، بالإضافة إلى ضرورة العمل على تخفيض تكاليف الإنتاج والاستغلال العقلاني للموارد والإمكانيات المتاحة.

الدراسة الرابعة :

الأستاذ : بلعزوز بن علي (استاذ بجامعة حسيبة بن بوعلي شلف)

الأستاذة: فلاق صليحة (استاذة بجامعة حسيبة بن بوعلي شلف)

عنوان المداخلة: دور اليقظة الاستراتيجية في تنمية الميزة التنافسية للمؤسسة وواقعها في الجزائر

قام الباحثين بتطرق إلى : ماهية اليقظة الاستراتيجية - مميزات المعلومات التي تعتمد عليها اليقظة الاستراتيجية

كما قام بعرض مفهوم الميزة التنافسية أنواعها ومحدداتها ومصدرها وكذلك اساليب الميزة التنافسية وكذا تطورها

نتجه التي توصل إليها الباحثين:

* تعتبر اليقظة الإستراتيجية وسيلة عصرية وعنصرا مهما للتنافسية المؤسسات وفي ظل بيئة متميزة بالاستقرار وعدم التأكد

*تسمح اليقظة الإستراتيجية بإيجاد مميزات تنافسية وتطويرها والحفظ عليها . كما تسمح بالفهم الجيد للتغيرات الحاصلة في بيئة الأعمال

* تتطلب اليقظة الإستراتيجية تنظيما محددًا يتمثل في منهجية عمل متكاملة لجمع المعلومات وعلاجها لاتخاذ قرار سليم . كما تتطلب فريق عمل متخصص يبرز فيه المتيقظ كعنصر أساسي في المجموعة والتي يتطلب منه أن يحسن البحث عن المعلومة والتعامل معها واحترام للقانون .

الفصل الاول : الإطار النظري اليقظة التكنولوجية والميزة التنافسية والدراسات السابقة

* إن المؤسسة التي تهتم بحسن أدائها تدرك جيد أن المعلومة تشكل مورد حيويًا وأساسيا في عمل اليقظة الإستراتيجية والتي ينبغي الاهتمام بتسييرها بكفاءة وفعالية . لتتمكن اليقظة الإستراتيجية من تحقيق أهدافها والتي في المقدمة الميزة التنافسية للمؤسسة .

* إن طبيعة البيئة الديناميكية وما تمتاز به من تقلبات وعدم الاستقرار. يفرض على المؤسسة الجزائرية تبني توجه ووسيلة تسييرية جديد لمواجهة المنافسة مبنية على أساس اليقظة الإستراتيجية وهذا لضمان بقائها واستمراريتها .

الدراسة الخامسة :

بوربالة أحمد سنة 2015 بعنوان " دور اليقظة التكنولوجية في تحسين تنافسية المؤسسة " دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر - بانة - مذكرة ماستر التخصص التسيير الاستراتيجي للمنظمات ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارة وعلوم التسيير

أهداف الدراسة:

- تحديد مختلف مفاهيم المتعلقة باليقظة التكنولوجية .
- الإمكانيات الواجب توفرها لتكون اليقظة التكنولوجية فعالة وتحقق الأهداف المرجوة .
- التعرف على المبررات والحجج لتبني اليقظة التكنولوجية كأداة لتحسين تنافسية المؤسسة .
- التعرف على أهمية اليقظة التكنولوجية والإطلاع على الدور الذي تقوم به في دعم وتحسين تنافسية المؤسسة.
- إسقاط الجانب النظري على الواقع الميداني لمؤسسات الجزائرية لمعرفة مدى توفرها على نظام لليقظة التكنولوجية .

نتائج الدراسة :

- اليقظة التكنولوجية تتطلب برمجيات وأجهزة ، كما تتطلب أفراد ذوي كفاءات ومهارات من أجل التحكم في البرمجيات وضمان الاستخدام الأمثل لها بهدف مواجهة المخاطر الإلكترونية التي يمكن أن تتعرض لها المؤسسة من قرصنة للبيانات واختراق لاسرارها ، كما أنه ومن أجل القيام باليقظة التكنولوجية ولأجل رصد ومعالجة المعلومات المتعلقة بها يجب ربط المؤسسة بالعالم الخارجي من خلال وسائط إلكترونية وعليها أن تحتوي على موقع وبريد إلكتروني مفعّل

الفصل الاول : الإطار النظري اليقظة التكنولوجية والميزة التنافسية والدراسات السابقة

- تبني مؤسسة اتصالات الجزائر مفهوم اليقظة التكنولوجية من خلال مصلحة البحث والتطوير المتواجد على مستوى المديرية العامة بالعاصمة
- اقتصار المصلحة المسؤولة عن اليقظة التكنولوجية على مستوى المديرية العامة وتبعتها مصلحة البحث والتطوير من شأنه أن يضيق مجال اليقظة التكنولوجية
- تعتمد مؤسسة اتصالات الجزائر في تحليل ومعالجة المعلومات المجمعة من اليقظة التكنولوجية على لجان مختصين تتوفر فيهم صفات خاصة ، تقوم بتعيينهم مصلحة البحث والتطوير ويتم ذلك على مستوى مديرية العامة.
- مصادر الحصول على المعلومات تلجأ إليها المؤسسة لرصد التغيرات التكنولوجية هي الدورات التكوينية ، وبدرجة أقل الأخبار التكنولوجية والمجلات العلمية .

التوصيات

- ضرورة وضع مصلحة مختصة باليقظة التكنولوجية تكون مستقلة في تسييرها عن مصلحة البحث والتطوير لما لها أهمية في ظل التطورات المتسارعة في مجال التكنولوجي .
- الاهتمام بالمعلومة غير الرسمية لأنها اساس عملية اليقظة التكنولوجية والاعتماد على الوسائط الالكترونية
- توفير الحوافز المادية والمعنوية لدفع العاملين للمشاركة في عملية اليقظة التكنولوجية .
- التواصل مع هيئات البحث من خلال المشاركة في الندوات والملتقيات ، والتشجيع على الاختراع

- الدراسة السادسة:

- بوزيد مروان 2014

- العنوان : دور اليقظة التكنولوجية في رفع القدرة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية (دراسة حالة مجمع صيدال)، رسالة دكتوراه ، تخصص علوم اقتصادية ، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية علوم التسيير، جامعة الجزائر 3 ،

- هدفت هذه الدراسة :

- عرضت أهم ملامح المتغيرات الدولية الحاصلة على المستوى المحلي و العالمي و التي أثرت و أجبرت المؤسسات بمختلف أنواعها الى ضرورة تغيير أساليب تسييرها بما يسمح لها بالتكيف و التأقلم مع هذه الاتجاهات الحديثة بالإضافة الى تحديد مفهوم المنافسة و الميزة التنافسية وسبل تعزيزها وكذا عرض لمفهوم اليقظة من حيث النشأة و التطور و مجالات التطبيق في محاولة لتقليل الفجوة المعرفية و العلمية في تبني هذه الفلسفة.

الفصل الاول : الإطار النظري اليقظة التكنولوجية والميزة التنافسية والدراسات السابقة

- هدف البحث إلى تسليط الضوء على الدور الحيوي و الاستراتيجي الذي يلعبه تأسيس و تطبيق نظام اليقظة في منظمات الأعمال انطلاقا من برامج اعادة التأهيل التي يشرتها الدولة بمعية وزارة الصناعة و الاستثمار و المؤسسات الصغيرة و المتوسطة بهدف تحسين القدرات التنافسية للمؤسسات الجزائرية .

- قدمت وصفا متكامل لواقع اليقظة في المؤسسة الجزائرية محل الدراسة ، هذا بهدف ابراز العلاقة التي تربط مفهوم اليقظة و قدرة المؤسسة على المنافسة .

- خلصت هذه الدراسة ببعض التوصيات

- الاهتمام الخاص بالبيئة الخارجية للمؤسسة عن طريق متابعة كل التحولات الطارئة عليها لدراساتها ثم التكيف معها وكذا زرع ثقافة اليقظة بين العمال و تحسيهم بأنها اصبحت ضرورة للمؤسسات وكذا انشاء خلية لليقظة التنافسية تكون مجهزة بالحد الأدنى من الإمكانيات التقنية و البشرية الضرورية.
- التعامل مع المعلومة كمورد استراتيجي و الاهتمام بالمعلومات الغير الرسمية باعتبارها اساس اليقظة
- افهام العمال ان ثقافة اليقظة هي ثقافة العمل الجماعي و ان عمل اليقظة هو مسؤولية الجميع

المطلب الثالث: التعقيب على الدراسات السابقة

أولا : مجالات الاستفادة من دراسات السابقة

أ - الإطلاع على منهج تلك الدراسات والاستفادة منها في إختيار أبعاد متغيرات الدراسة

ب - الاطلاع على الجانب التطبيقي لتلك الدراسات مما يساعد في بناء الإستبيان

ج - التعرف على الوسائل الإحصائية المستخدمة في هذه الدراسات، وتحديد الوسائل الأكثر ملائمة لاختبار فرضيات البحث الحالي.

د - التعرف على المشكلات التي أثارها تلك الدراسات وأهم الاستنتاجات التي توصلت إليها لينطلق منه البحث الحالي.

ثانيا : موقع الدراسة الحالية من الدراسات السابقة

الفصل الاول : الإطار النظري اليقظة التكنولوجية والميزة التنافسية والدراسات السابقة

نلاحظ من خلال الدراسات السابقة التي تم التطرق إليها أعلاه أنها تناولت موضوع اليقظة التكنولوجية و تأثيرها على الميزة التنافسية أو الذكاء الاقتصادي الذي هو اشمل من اليقظة الاستراتيجية كما ان اليقظة التكنولوجية نوع من أنواع اليقظة الاستراتيجية .

- على الرغم من اختلاف البيئات التي أجريت فيها تلك الدراسات إلا أنها تشير إلى ضرورة تبني نظام اليقظة التكنولوجية يمكنها من تتبع وترصد كل ما هو جديد في مجال تكنولوجي لمواكبة العصرنة .
- على الرغم من تعدد الدراسات إلا أنها تناولت موضوعات مختلفة ربطت بين متغيرات متنوعة فأكثرها تناولت موضوع اليقظة التكنولوجية .
- لوحظ أن الدراسات السابقة على منهج الوصفي تحليلي الذي عزز الوصول إلى نتائج أكثر دقة .

ما يميز الدراسة عن الدراسات السابقة :

- تختلف عن الدراسات السابقة في الإطارين الزماني والمكاني للدراسة.
- تختلف عن الدراسات السابقة في النتائج والأهداف.
- تختلف عن دراسات السابقة في الأبعاد التي تم من خلالها دراسة العلاقة بين متغيري البحث .
- الاستفادة من دراسات السابقة من الجانب النظري الذي تناول موضوع الذكاء الاقتصادي و اليقظة التكنولوجية.
- التركيز على التحليل الإحصائي لإظهار العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع.

خلاصة الفصل :

من خلال هذا الفصل حاولنا التطرق إلى دور اليقظة التكنولوجية في تعزيز الميزة تنافسية بالنسبة

للمؤسسات ، حيث أصبحت اليقظة التكنولوجية في السنوات الأخيرة وسيلة وأداة عصرية وعنصرًا فعالًا في تنافسية المؤسسة في ظل بيئة متقلبة ومتميزة بعدم التأكد ، بيئة تدفع المؤسسات إلى تحسين أدائها حتى تتمكن من احتلال موقع تنافسي .

اليقظة التكنولوجية ترتبط بتقديم منتجات بديلة و تساهم في تحسين سمعة المؤسسة ، وتقوي روابطها

مع الزبائن من خلال الاتصال المستمر معهم ما يشكل فارقًا بين المؤسسة ومنافسيها وبالتالي زيادة حصتها السوقية ، زيادة ربحيتها ، و تحسين الخدمات المقدمة .

الفصل الثاني:

الدراسة الميدانية

تمهيد:

بعد دراستنا للجانب النظري لموضوع دور اليقظة التكنولوجية في تعزيز الميزة التنافسية ، سنحاول من خلال هذا الفصل التطبيقي إسقاط ما تم الوصول إليه نظريا على ما هو موجود في الواقع، ومن ثم إبراز الفجوة بينهما ومحاولة معالجتها، لذلك قمنا بدراسة ميدانية في مؤسسة اتصالات الجزائر -وكالة غارداية- لمدة 15 يوما من أجل الوقوف على مدى تطبيق الوكالة ليقظة التكنولوجية دور في تعزيز الميزة التنافسية ، حيث قمنا بتقديم عام لمديرية الوكالة بغارداية ثم تقديم الوكالة التجارية بغرداية، ولمعرفة العلاقة بين اليقظة التكنولوجية و الميزة التنافسية في هذه الوكالة تم الاعتماد على عدة طرق منها المقابلات الشخصية للحصول على مختلف الخدمات المقدمة من طرف الوكالة والهياكل التنظيمية، كما اعتمدنا كذلك على الوثائق الداخلية للوكالة، بالإضافة إلى الاستبيان الذي يعتبر أداة الدراسة المعتمدة دراستنا الحالية لجمع البيانات اللازمة لتحقيق أهداف الدراسة ، كما أنه ملائم لمعرفة ودراسة العلاقة بين اليقظة التكنولوجية و الميزة التنافسية. حيث تم وصف منهجية الدراسة المعتمدة، بالإضافة إلى أداة الدراسة المستخدمة وطرق إعدادها، وصدقها وثباتها، وأخيرا المعالجات الإحصائية التي اعتمدنا عليها في التحليل ثم إبراز أهم النتائج والتوصيات التي توصلنا إليها من هذه الدراسة. وبذلك قسمنا هذا الفصل إلى مبحثين وهما كالآتي:

المبحث الأول: عموميات حول مؤسسة اتصالات الجزائر -الوكالة التجارية- بغرداية

المبحث الثاني: الدراسة التطبيقية(الطريقة و الإجراءات)

المبحث الأول : عموميات حول مؤسسة اتصالات الجزائر -الوكالة التجارية-بغرداية

تعتبر مؤسسة اتصالات الجزائر من بين المؤسسات المقدمة لخدمات الاتصال بأنواعها، لذلك خصصنا لها هذا المبحث الذي سنتناول فيه نشأتها، ونشأة الوكالة التجارية بغرداية، والمهام التي تقوم بها وأهدافها.

المطلب الأول: تقديم عام لمؤسسة اتصالات الجزائر

نظرا للتحديات التي يفرضها التطور المذهل الحاصل في تكنولوجيا الإعلام والاتصال، جعل الدولة الجزائرية سنة 2000م تعمل جاهدة لكي تقوم بإصلاحات عميقة وجذرية في قطاع البريد والمواصلات، وقد تجسدت هذه الإصلاحات في ميلاد مؤسسة اتصالات الجزائر التي سنتعرف عليها من خلال هذا المطلب.

الفرع الأول: لمحة تاريخية عن مؤسسة اتصالات الجزائر

مؤسسة اتصالات الجزائر هي مؤسسة عمومية ذات أسهم برأس مال قدره 50.000.000.000دج، والمقيد في مركز السجل التجاري يوم 11ماي 2002 تحت رقم 0018083B ، 02 والتعريف الجناحي، 000216299033049 والكائن مقرها الاجتماعي بالطريق الوطني رقم 05،الديار الخمسة المحمدية الجزائر.

-جاءت اتصالات الجزائر ثمرة الإصلاحات التي قامت بها الدولة الجزائرية، وقد تجسدت في سن قانون 2000/03 في 2000/08/05، حيث كان يهدف هذا القانون إلى إنهاء احتكار الدولة على نشاطات البريد والمواصلات، وعليه تم إنشاء مؤسسة البريد والمواصلات، والتي تكلفت بتسيير قطاع البريد، وكذلك مؤسسة اتصالات الجزائر التي حملت على عاتقها مسؤولية تطوير شبكة الاتصالات في الجزائر.

وبعدها أصبحت اتصالات الجزائر مستقلة بتسييرها عن وزارة البريد، وهذه الأخيرة أوكلت لها مهمة المراقبة، وبعدها باشرت عملها في الفاتح جانفي 2003 بعد حصولها سنة 2002 على رخصة الهاتف الثابت والنقل GMS الموروثة عن وزارة البريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال، حيث تقدم هذه الأخيرة مجموعة كاملة من خدمات الهاتف الثابت والنقل وخدمات الانترنت وخدمات الاتصال الفضائية، ويتمثل شعار المؤسسة في : دائما الأقرب وهي لا تزال مجبرة على إثبات وجودها في عالم فيه المنافسة قوية خاصة مع فتح سوق الاتصالات على المنافسة سنة 2005.

الفرع الثاني: مهام مؤسسة اتصالات الجزائر

تمثل المهام الرئيسية لمؤسسة اتصالات الجزائر فيما يلي :

- تقديم خدمات اتصالية تسمح بنقل وتبادل الرسائل المكتوبة، الأصوات والمعلومات الرقمية والسمعية البصرية؛
- تطوير واستغلال وتسيير الشبكات العمومية الخاصة بالاتصالات؛
- تسيير الروابط المشتركة مع جميع متعاملي الشبكات؛
- وضع واستثمار وتسيير الشبكات الداخلية مع مسيري الشبكات المختلفة.

الفرع الثالث: أهداف مؤسسة اتصالات الجزائر

دخلت مؤسسة اتصالات الجزائر في عالم تكنولوجيا الإعلام والاتصال من أجل تحقيق الأهداف التالية:

- توسيع وتكثيف عروض الخدمات الهاتفية، وتسهيل وصول خدمات الاتصالات الهاتفية إلى أكبر عدد ممكن من المستعملين، حيث تتوجه هذه الخدمات إلى جميع القطاعات الاقتصادية كالبنوك، التأمينات، الاتصالات، التوزيع، السياحة، الخدمات، الصناعة، النقل، وكذا الإعلام الآلي؛
- توسيع وتكثيف جودة وتشكيلة الخدمات المقدمة؛
- جعل الاتصالات الهاتفية أكثر قدرة على المنافسة؛
- تطوير الشبكة الوطنية للاتصالات الهاتفية، وجعلها موثوقها أكثر، وربطها بالقنوات والطرق الكبيرة للإعلام؛
- من أجل المشاركة كمثل رئيسي في مجال فتح برامج تطوير لمؤسسة الإعلام في الجزائر؛
- إرضاء الزبون وذلك عن طريق تقديم الخدمات اللازمة؛
- تسهيل الاتصالات وتحقيق أكبر عدد ممكن من الاشتراكات؛
- وبصفة عامة هناك ثلاثة أهداف رئيسية لمؤسسة اتصالات الجزائر تسعى لتحقيقها وهي: الجودة، الفعالية، نوعية الخدمات

المطلب الثاني: المديرية العملية لإتصالات الجزائر بغرداية

الفرع الأول: تعريف المديرية العملية للاتصالات الجزائر لولاية غرداية

نشأت مديرية البريد و المواصلات لولاية غرداية في أفريل 1984 و ذلك بموجب القرار الوزاري كما أنها مرت بعدة تسميات: في سنة 1987 المرسوم رقم 125/87 في 12/05/1987 تم إعطاء اسم المديرية العملية للبريد و في سنة 1993 تم ضبط الاسم الجديد للمديرية بالمديرية الولائية للبريد و المواصلات (DWPTT). حيث تعتبر هذه المديرية المسؤولة و المشرف على كامل وكالات الولاية المتواجدة على مستوى دوائر ولاية غرداية.

-من اجل التأقلم مع المحيط الاقتصادي و الذي يتميز حاليا بالتغيرات لجأت (DWPTT) إلى القيام بأعمال و نشاطات عديدة للوصول إلى إستراتيجية تجعل من وكالاتها مؤسسات خدمتية كبرى تحظى بالاحترام من قبل المتعاملين معها سواء أفراد و مؤسسات فكانت الأهداف الأساسية المسطرة تتمثل في:

- تحسين نوعية و جودة الخدمات و العلاقات مع الزبائن.
- تحقيق مردودية أكبر عن طريق تطوير الجهود.
- توسيع و تنويع مجالات تقديم الخدمة.
- التطوير التجاري و ذلك بإدخال تحسينات في ميدان التسيير و كذا التسويق .

و حتى تصل إلى هذه الأهداف استعانت بتنظيمات و هياكل داخلية و كذا وسائل تقنية حديثة و تطوير أنظمتها المعلوماتية مثل نظام Clipper و بالإضافة إلى تكوين الموظفين و للتقرب أكثر من الزبائن فان المديرية قامت بفتح وكالات على مستوى التراب الولائي.

الفرع الثاني: أهداف المديرية العملية اتصالات الجزائر لولاية غرداية

سطرت إدارة مجمع اتصالات الجزائر في برنامجها مند البداية ثلاث أهداف أساسية تقوم عليها الشركة وهي المردودية، الجودة، و الفعالية ونوعية الخدمات، و قد سمحت هذه الأهداف الثلاثة التي سطرتها اتصالات الجزائر ببقائها في زيادة وجعلها المتعامل رقم واحد في سوق الاتصالات بالجزائر.

- تمويل مصالح الاتصالات بما يسمح بنقل الصورة و الصوت و الرسائل المكتوبة والمعطيات الرقمية.
- تطوير وإستمرار وتسيير شبكات الاتصالات العامة و الخاصة.
- إنشاء وإستثمار وتسيير الاتصالات الداخلية مع كل متعاملي شبكة الاتصالات؛
- رفع مستوى تحصيل الاستحقاقات الهاتفية إلى نسبة تفوق 80%؛
- إصلاح التعطيلات التي تمس خطوط المشتركين فضلا عن المتابعة اليومية لشبكة الألياف البصرية الممتدة عبرالولاية؛
- تركيب و توسيع الشبكة الهاتفية في الولاية و زيادة عدد المشتركين في الهاتف الثابت بنوعيه الخطي و اللاسلكي؛
- زيادة عدد المشتركين في الانترنت عالي التدفق ADSL؛
- تزويد المؤسسات العمومية و الشركات بالخدمات المختلفة للاتصالات كإنشاء شبكات محلية (انترنت)

و تزويدها بالتجهيزات التي تستخدم في نقل المعطيات (استقبال و إرسال) مثل الخطوط الخاصة؛
- تزويد المديرية الإقليمية و الجهوية بالإحصائيات الأسبوعية و الشهرية و السنوية وبالمعطيات و المعلومات التي تتعلق بالمشاريع المستقبلية.

المطلب الثالث: الوكالة التجارية (ACTEL) (لاتصالات الجزائر بغرداية

تتمثل الوكالة التجارية لاتصالات الجزائر في المكان الذي تباع فيه مختلف الخدمات التي تعرضها المؤسسة، وهي منتشرة عبر مختلف ولايات الوطن، وستتطرق في هذا المطلب لإحدى الوكالات، ألا وهي: الوكالة التجارية بغرداية.

الفرع الأول: عموميات حول الوكالة التجارية

أولاً: تعريف الوكالة التجارية

تعتبر الوكالة التجارية لاتصالات الجزائر الواجهة الأمامية بين الزبون والمتعامل، حيث تمثل الفضاء الذي يمكن للزبون من خلاله الحصول على مختلف خدمات الاتصال من خدمة الهاتف، خدمة الانترنت والشبكات المتخصصة في ظل الاستخدام الواسع لتكنولوجيا الإعلام والاتصال في جميع مجالات الحياة. حيث سعت مؤسسة اتصالات الجزائر على أن تكون متواجدة عبر كامل التراب الوطني ممثلة في وكالتها التجارية، بغية خدمة أكبر عدد ممكن من الزبائن سواء كانوا أفراداً أو مؤسسات.

ثانياً: تقديم الوكالة التجارية

أنشئت الوكالة التجارية لاتصالات الجزائر بغرداية في 1994/01/02 حيث تقع في نهج خميسي في منطقة إستراتيجية تربع على 210م² من طابق أرضي فقط، تحتوي مباشرة عند الدخول على قاعة استقبال مساحتها متوسطة تستخدم فيها وسائل مادية: (فاكس، حواسيب، برنامج خاص GAIA^{III}) و بشرية: (عامل، حارس، محاسب، عامل رئيسي، تقني، عامل قديم) وذلك لخدمة و تسهيل خدمات زبائنها.

ثالثاً: مهام الوكالة التجارية

تتمثل مهام الوكالة التجارية فيما يلي :
- ضمان الواجهة اليومية بين الزبون والمتعامل؛
- بيع خدمات المؤسسة وتقديم خدمات الصيانة؛

- التعريف بخدمات المؤسسة وخاصة الخدمات الجديدة عن طريق إعلانات حائطية داخل الوكالة التجارية، أو عن طريق رجال البيع؛
- تحسين جمع المداحيل؛
- تسهيل إدخال واستعمال الخدمات ذات القيمة الإضافية والعمل كسفير للعلامة التجارية؛
- إنشاء علاقة ودية وتوطيد العلاقة مع الزبون؛
- تتوجه خدمات مؤسسة اتصالات الجزائر إلى جميع القطاعات الاقتصادية كالبنوك، التأمينات السياحية، الصناعية، النقل، وكذا الإعلام الآلي، لذا تقترح عروضاً متعددة تتكيف مع الاحتياجات المختلفة للمؤسسة من أجل ضمان علاقة جيدة مع الزبون.

رابعا: أهداف الوكالة التجارية

للوكالة التجارية لمؤسسة اتصالات الجزائر بغرداية عدة أهداف أهمها مايلي:

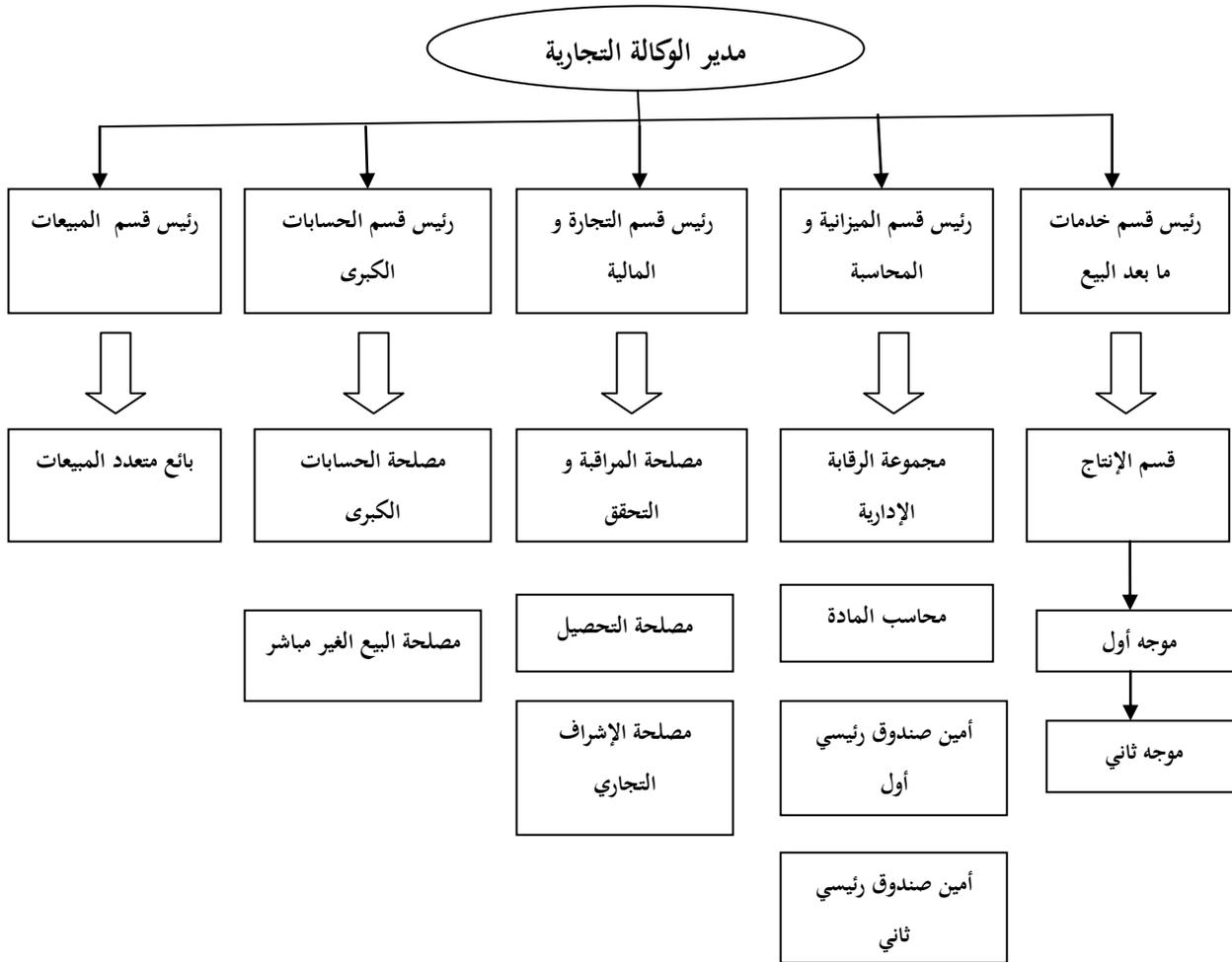
- 1-أولوية خدمة العميل: لقد أصبحت النظم الاقتصادية في العالم تتميز باحترامها للعميل والعمل على إرضائه، وذلك انطلاقاً من أهميته في توجيه المنافسة، حيث أصبحت فكرة إشباع رغبات العميل هي سر التميز والتفوق التي تتبناها إستراتيجية تمكين العاملين. وأهم المبادئ الأساسية لتلبية خدمة العميل والعناية به هي مايلي: التلبية الفورية، القدرة على تلبية الوعود، الدقة في التعامل وتزويد العميل بالمعلومات، إبداء المودة، دقة وشمول المعلومات، الاتصالات مع العميل، حق العميل في الاعتراض.
 - 2-تنمية المورد البشري: إن تحقيق إستراتيجية تمكين العاملين في منظمات الخدمات تتطلب إعطاء الأولوية للعنصر البشري، وعليه لا يمكن لأية عملية تأهيل تتم داخل منظمة خدمية كالوكالة التجارية لاتصالات الجزائر بغرداية أن تتجاهل أو تبعد العنصر البشري من أولوياتها.
 - 3-التحسين المستمر للعمليات: ويقصد به تلك الفلسفة التي تسعى إلى تحسين جميع العمليات التي تتطلبها تقديم الخدمة للعميل، وبشكل مستمر لضمان توافقتها مع حاجات ورغبات العميل، وأن تكون هناك دائماً جهود مبدولة لإحداث تغييرات وتعديلات لاستمرار هذا التوافق الذي يعطي ميزة التنافس.
- ولهذا الهدف أهداف فرعية تتمثل فيما يلي:
- إدخال التحسينات اللازمة والمستمرة على عمليات تقديم الخدمة في ضوء البيانات المتجددة وتغيير حاجات؛

- تحقيق الأداء المتميز للوكالة من خلال تقليل الأخطاء، وتحديد المشاكل بدقة وتقليل الانحرافات في تقديم الخدمة للعميل من حيث الجودة والوقت والتكلفة المطلوبة؛
- خلق مناخ عمل ملائم تسوده العلاقات الجيدة بين الإدارة العليا والعاملين في الوكالة، من خلال تحفيزهم للمشاركة في تحديد وحل المشاكل التي تواجه عملهم

الفرع الثاني: الهيكل التنظيمي للوكالة التجارية

أولاً: الهيكل التنظيمي للوكالة التجارية إتصالات الجزائر بغرداية

الشكل رقم (2_1) يوضح الهيكل التنظيمي للوكالة التجارية إتصالات الجزائر بغرداية



المصدر: وثائق خاصة بالوكالة التجارية

ثانيا: تحليل الهيكل التنظيمي للوكالة:

أ: مهام الأقسام الموجودة بالوكالة

قسم متعدد المبيعات: هو الواجهة الأمامية للوكالة التجارية، حيث يعنى ببيع مختلف منتجات الشركة البطاقات،...،4G,DSL, تتمثل في مهامه فيمايلي:

-هو الواجهة الزجاجة لاتصالات الجزائر، حيث يضمن الواجهة اليومية بين الزبون والمتعامل؛
- يتم فيه استقبال الزبائن وتعريفهم بمختلف منتجات الوكالة ومختلف الخدمات الجديدة سواء قام بذلك موظفو المبيعات، أو عن طريق ملصقات حائطية، أو توزيع وثائق للزبائن؛

- يتم فيه تلقي طلبات الزبائن ومتابعة الفواتير الجارية وتقديم الشروح حول الفواتير، وكذلك تحرير نسخ الفواتير المفصلة؛

- بيع بطاقات الدفع المسبق؛

- يقوم الزبون بدفع حقوق الفواتير في صندوق خاص موجود بالوكالة التجارية؛

قسم الحسابات الكبرى:

هو قسم جديد بالمؤسسة تم تخصيصه لتسيير ملفات الحسابات الكبرى و الفاتورات الخاصة بالشركات العمومية و الخاصة و محلات خدمات الهاتف...

قسم التجارة و المالية: تتمثل مهامه فيمايلي:

- معالجة الطلبات الخطية (المكتوبة باليد).

- متابعة تطور الطلبات و ضمان جودة الخدمة.

- معالجة المشاكل التجارية التي على مستوى نظام الإعلام الآلي.

- تحديث قاعدة المعلومات الخاصة بالزبائن؛

- إدخال كل المعلومات في نظام (GAI) ؛

قسم الميزانية و المحاسبة: تتمثل مهامه فيمايلي:

- مراقبة حسابات الوكالة التجارية ؛

- مراقبة صندوق شبك الدفع ؛

- معالجة الشيكات ؛

- متابعة رقم أعمال الوكالة التجارية.

قسم خدمات ما بعد البيع: هو أيضا من الأقسام الجديدة بالمؤسسة ، مهمته تقديم خدمات بعد البيع مثل إعادة تركيب، إصلاح المبيعات في حالة وجود خلل بها، وإصلاح الخلل الموجود بالمنتجات المباعة، وكل ما يتعلق بما بعد البيع.

ب:وظائف المصالح الموجودة في المؤسسة :

- مصلحة الزبون : هي أومصلحة تبدأ بالمهمة لأن علاقة الزبائن تبدأ من هذا الباب يقوم المسؤول بهذه المصلحة بأخذ المعلومات الشخصية للزبون (اسمه , لقبه , عنوانه) مقدمة في طلب خطي مع نسخة من بطاقة التعريف الوطنية اذ يحول الطلب تحت رقم سري يسلم رقم الطلب للمديرية العامة بالعاصمة تقدم بدورها رقم الزبون ,وبناء على هذا الرقم تملأ الاستمارة بالبيانات الرسمية للزبون وهذه العملية تكون بواسطة نظام GAIA و BILING الأول أساسي في مرونة وديناميكية العمل وهو خاص بخدمات الهاتف أما الثاني له نفس الخاصية لكنه مختص في خطوط الانترنت وهذان النظامان وطنيان وليس محليان وهذه الميزة تسهل عملية لإحصاء مختلف الفواتير و تكشف الأخطاء الإدارية وكذلك تمنع التلاعب خاصة بالفواتير و خطوط الهاتف و الانترنت.

- المصلحة التجارية : تقوم بدورها على تسجيل الفواتير المسددة منها زيادة على ذلك تقوم بإحصاء ما تم اقتنائه من وسائل كمستلزمات الانترنت و ما بيع منها وهذه الإجراءات يومية كما لها دور ثاني و المتمثل في إعطاء أرقام جديدة و تصحيح الأخطاء المرتكبة من جميع المصالح و تقوم هذه المصلحة بالتعاون مع مصلحة المحاسبة و مصلحة الزبائن .

- مصلحة المالية: تقوم بعملية المعالجة و التي تتأكد من عملية إدراج حقوق الطابع و الرسوم و حقوق

الاشتراك في الفاتورة إن وجدت أم لا.

- مصلحة المحاسبة:تقع على عاتقها المهمة الصعبة فبعد أن تحول إليها الفواتير مباشرة تسهر على سلامة

الحساب الجاري للمؤسسة و مراقبة الصندوق و إحصاء كلما اقتني و ما بيع مع تسجيل الزبائن يوميا و إعادة النظر في الحسابات التي تمت بالأقسام الأخرى.

ج: طريقة الاتصال الموجودة في المؤسسة "Actel" و الوكالة التجارية

الاتصال الداخلي في المؤسسة :

- عقد الاجتماعات و الاتصال بين العمال و مسؤوليهم : تنعقد الاجتماعات بين المدير و جميع العمال حسب موضوع الاجتماع, حيث تقوم سكرتيرة المدير بإعلام رؤساء الأقسام الذين هم بدورهم يقومون بإعلام العمال أو عن طريق تعليق الإعلان على لوحة الإعلانات وتكون هذه الاجتماعات دورية، أسبوعية, شهرية ...) وفي بعض الأحيان تكون طارئة على حسب الضرورة .
- أنواع الاتصال السائدة داخل المؤسسة (أفقي, عمودي) : يكون الاتصال الداخلي بشكل عمودي من المديرية الإقليمية إلى المديرية الولائية إلى رؤساء الأقسام وصولا إلى آخر عون بالوكالة أما القرار داخل الوكالة فهو من مسؤوليات المدير حيث يقوم بتوزيع القرارات بين أقسام الوكالة وهذا ليس الشكل الوحيد فهناك قرارات أخرى تنتهج الشكل الأفقي وتكون بين الأقسام فيما بينها .
- وسائل الاتصال المستخدمة للتواصل بين العمال : ان الاتصال بين العمال في مؤسسة اتصالات الجزائر يكون بعدة وسائل فمن المديرية العامة إلى الإقليمية إلى الولائية إلى الوكالة يكون عن طريق الهاتف، الفاكس، الانترنت و الاتصال المباشر .
- الاتصال بين الموظفين و الإدارة أثناء الأزمة : بما أن المؤسسة هي موقع عمل يضمن للمستخدم الممارسة الحرة للحق النقابي في ظل الاحترام الصارم للأحكام القانونية فالممثل النقابي هو عامل يتم اختياره من طرف العمال الآخرين للمشاركة في اتخاذ القرارات و حماية حقوق هؤلاء العمال و تمثيلهم أما المؤسسة في حالة تعرضهم للمشاكل أو المعوقات و يشارك أيضا في مختلف التظاهرات المحلية و الوطنية.

المبحث الثاني: الدراسة التطبيقية (الطريقة و الإجراءات)

سنتطرق في هذا المبحث إلى توضيح الجوانب الخاصة بمنهجية الدراسة وإجراءاتها المتبعة من أجل تحقيق أهداف الدراسة، حيث سيتم وصف مجتمع الدراسة و عينتها، و المراحل المختلفة لتصميم أداة الدراسة التي تم الاعتماد عليها لجمع البيانات و المعلومات حول الموضوع، كم يتم أيضاً عرض مجريات التحكيم و طرق التحقق من الصدق و الثبات، وكذا عرض مختلف المعالجات الإحصائية المستخدمة للإجابة على أسئلة الدراسة و التحقق من الفرضيات.

المطلب الأول: طرق وأدوات الدراسة

الفرع الأول: منهجية الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى بحث دور اليقظة التكنولوجية في تعزيز الميزة التنافسية، وقد طبقت هذه الدراسة على مؤسسة اتصالات الجزائر-الوكالة التجارية-بغرداية كحالة للمؤسسات التجارية و الخدمية، ولبلوغ هذا الهدف فقد تم استخدام المنهج الوصفي لعرض الخلفية النظرية للموضوع، أما في الجانب الميداني من الدراسة فقد تم الاعتماد فيه على أسلوب دراسة الحالة وهذا من خلال تصميم الاستبيان ، وقد تم توزيع استبيانات في شكلها النهائي بغرض جمع بيانات تفيد في حل إشكالية البحث، حيث تم تجميعها ومن ثم تفرغها وتحليلها باستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS(Statistical Package for Social Science) النسخة رقم 20، والاستعانة أيضا ببرنامج Excel، بهدف الوصول لدلالات ذات قيمة ومؤشرات ترجمت إلى نتائج وتوصيات تدعم موضوع الدراسة.

الفرع الثاني: مجتمع الدراسة و عينتها

يتكون مجتمع الدراسة من مختلف العاملين بمؤسسة اتصالات الجزائر-الوكالة التجارية-بغرداية الذين لهم علاقة بموضوع الدراسة موزعين كالآتي: "رؤساء أقسام، رؤساء مصالح، مساعدين إداريين، سكرتاريا، وموظفين موزعين على مختلف المكاتب و المصالح الإدارية"، وقد تم اختيار عينة عشوائية ميسرة بلغت 33 مفردة.

الفرع الثالث: أداة الدراسة من خلال طبيعة الدراسة و طبيعة البيانات و المعلومات المراد الحصول عليها من

أفراد عينة الدراسة فقد انصب الاهتمام على:

-الاستبيان: حيث تمثل الأداة الرئيسية التي تم الاعتماد عليها بحيث تم تصميمه بغرض جمع البيانات الأولية من أفراد العينة، وقد تم الاعتماد في تصميم الاستبيان على عدد من الدراسات السابقة و تم عرضه على عدد من الأساتذة المتخصصين لتحكيمه، و بعد تعديله تم توزيع 35 استبيان على أفراد عينة الدراسة، و ذلك خلال شهر مارس من سنة 2018، إذ تم استرجاع 34 استبيان، حيث تم استبعاد 1 منها نتيجة لعدم صلاحيتها للتحليل، وخلص عدد الاستبيانات الخاضعة للتحليل إلى 33 استبيان، أي ما نسبته 94% من إجمالي مجتمع الدراسة، و الجدول الموالي يوضح ذلك:

الجدول (2 - 1): يوضح الإحصائيات الخاصة باستمارة الاستبيان:

البيان	العدد	النسبة
عدد الاستثمارات الموزعة	35	100%
عدد الاستثمارات المسترجعة	34	97%
عدد الإستثمارات الغير مسترجعة	01	03%
عدد الاستثمارات الملغاة	01	03%
عدد الاستثمارات المقبولة	33	94%

المصدر: من إعداد الطالبان اعتمادا عن نتائج الاستبيان.

الجدول السابق يبين أن العدد الإجمالي الذي تم استعادته من الاستبيانات التي وزعت هو: (34) استبيان، وهذا العدد يشكل ما نسبته (97%) من العدد الموزع والبالغ (35) استبيان. وعدد الاستبيانات المستبعدة كانت (1) استبيان في حين نجد أن الاستبيانات الخاضعة للتحليل بلغ عددها (33) بنسبة (94%) من أفراد عينة الدراسة، كما أن عدد الاستبيانات الغير مسترجعة بلغ (01)، أي ما نسبته (03%) من أفراد عينة الدراسة.

-يهدف هذا الاستبيان إلى معرفة دور البقطة التكنولوجية في تعزيز الميزة التنافسية على مستوى مؤسسة اتصالات الجزائر-الوكالة التجارية-بغرداية، فقد تم إعداد الاستبيان انطلاقا من الأسئلة والفرضيات المطروحة في بعض الاستبيانات التي تتمحور حول نفس متغيرات الدراسة والتي تم الاستئناس بها في عملية تصميمه. حيث مَرَّ تصميم الاستبيان قبل الشروع في عملية توزيعه بالمراحل التالية:

-إعداد استبيان أولي من أجل استخدامه في جمع البيانات والمعلومات: وهذا استنادا على مراجعة دراسات سابقة ذات صلة.

- عرض الاستبيان على المشرفين من أجل تقييم مدى ملائمته لجمع البيانات، وتعديله الأولي حسب توجيهاتهم.

-تم عرض الاستبيان على مجموعة من المحكمين* والذين قاموا بتقاسم النصح والإرشاد من تعديل وحذف ما يلزم.
-توزيع الاستبيان بشكله النهائي على جميع أفراد العينة لجمع البيانات اللازمة للدراسة، وذلك بعد أخذ الموافقة من المشرفين.
وقد تم تقديم هذا الاستبيان بفقرة تعريفية حث فيها الموظفين على التعاون والصدق في الإجابة، حيث تم تقسيمه إلى ثلاثة أجزاء:

الجزء الأول: يحتوي على الخصائص العامة لمجتمع الدراسة ويتكون من 5 فقرات تخص: "الجنس والعمر، المؤهل العلمي، الصنف الوظيفي، سنوات الاقدامية" قصد التعرف على خصوصيات الباحثين.

الجزء الثاني: يوضح أبعاد اليقظة التكنولوجية التي تم اعتمادها في الدراسة، حيث يتكون من (20) فقرة. إذ يحتوي على (03) أبعاد: اليقظة التكنولوجية، وكل بعد يحتوي على مجموعة من الفقرات: (07) فقرات درجة انفتاح المؤسسة على المحيط و(07) فقرات متعلقة وسائل وآليات جمع بيانات المحيط تكنولوجي. و(05) فقرات متعلقة الإستجابة لتغيرات المحيط التكنولوجي.

الجزء الثالث: يوضح أبعاد الميزة التنافسية التي تم اعتمادها في الدراسة، حيث يتكون من (15) فقرة. إذ يحتوي على (03) أبعاد: الميزة التنافسية، وكل بعد يحتوي على مجموعة من الفقرات: (07) فقرات الميزة التنافسية المستدامة و(08) فقرات متعلقة الميزة التنافسية المتجددة.

الجدول رقم (2 - 2): يوضح مضمون الإستبيان

المحور	رقم الفقرات
اليقظة التكنولوجية	(20-01)
الميزة التنافسية	(35-21)

المصدر: من إعداد الطالبتان بناءً على الإستبيان

بالإضافة إلى بعض الأدوات التدميمية التي تم الاعتماد عليها للحصول على البيانات و المعلومات اللازمة تمثلت فيما يلي:

*مجموعة الأساتذة بكلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير بجامعة غرداية (أنظر الملحق رقم 01)

- **المقابلة الشخصية والملاحظة:** وذلك من خلال مقابلة شخصية لمدير الوكالة و بعض المسؤولين بها بغرض إعطاء توضيحات ومعلومات تساعدنا في دراستنا، و شرح وتوضيح مضمون الاستبيان للعينة. ومن خلال الزيارات الميدانية المستمرة للمؤسسات محل الدراسة، وسمح مسؤوليها لنا بالتنقل و الاستفسار، سمحت لنا الفرصة بأخذ ملاحظات مهمة حول طريقة تقديم الخدمات ومدى اهتمام الإدارة بتصرفات العاملين، ما سيساعد لاحقا في تفسير النتائج و التعليق عليها.

- **وثائق الدراسة:** تم الاعتماد على الوثائق الخاصة بالمؤسسة والتي وفرت لنا بعض المعطيات والبيانات الضرورية للبحث، حيث تمثلت في بيانات حول الهيكل التنظيمي للمؤسسة بمختلف مصالحها المقدمة، وبعض معلومات حول طبيعة نشاط المؤسسة و وظائفها.

الفرع الرابع: متغيرات الدراسة:

تم الاعتماد على متغيرين للدراسة وهما المتغير المستقل والمتغير التابع، وذلك موضح في الجدول رقم (2 - 3).

الجدول رقم (2 - 3): متغيرات الدراسة

الاسم	المتغيرات
اليقظة التكنولوجية	المتغير المستقل
الميزة التنافسية	المتغير التابع

المصدر: من إعداد الطالبتان

الفرع الخامس: الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة

قد جرت معالجة البيانات المتحصل عليها من الاستبيان الموزع على أفراد عينة الدراسة باستخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعي (SPSS)، وذلك بهدف تحقيق أهداف الدراسة و الإجابة على تساؤلاتها، فقد قمنا بتفريغ وتحليل الاستبيان من خلال البرنامج الإحصائي (SPSS) الإصدار 20، وذلك باستخدام الاختبارات الإحصائية التالية:

- **المتوسط الحسابي و الإنحراف المعياري:** لتحديد أهمية الدراسة النسبية لاستجابات أفراد عينة الدراسة اتجاه محاور و أبعاد الدراسة.

- التكرارات و النسب المئوية: ذلك لوصف الخصائص الشخصية و الوظيفية لأفراد العينة.
- اختبار ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha): لمعرفة ثبات فقرات الاستبيان.
- معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient): لقياس صدق الفقرات ولقياس قوة الارتباط والعلاقة بين المتغيرين: فإذا كان المعامل قريب من (+1) فإن الارتباط قوي وموجب (طردي)، وإذا كان قريب من (-1) فإن الارتباط قوي وسالب (عكسي)، وكلما قرب من (0) يضعف إلى أن ينعدم.
- اختبار كولوموجروف - سمرنوف (1-Sample K-S): لمعرفة مدى اتباع البيانات للتوزيع الطبيعي.
- تحليل الإنحدار: حيث يساعد هذا التحليل على معرفة العلاقة التأثيرية بين المتغير المستقل و التابع.
- الاختبار الإحصائي ANOVA لمعرفة مدى تأثير المتغيرات الشخصية و الوظيفية على متغيرات الدراسة.
- اختبار t-test لإختبار العينات المستقلة. لمعرفة أثر المتغير المستقل حول في متغيرات الدراسة.

◆ وقد كانت إجابات كل فقرة وفق مقياس ليكارت الخماسي (Likert) حيث يعتبر هذا المقياس من أكثر المقاييس شيوعا بحيث يطلب فيه من المبحوث أن يحدد درجة موافقته أو عدم موافقته على خيارات محددة وهذا المقياس مكون غالبا من خمسة خيارات متدرجة يشير المبحوث إلى اختيار واحد منها وهي خمسة خيارات كما هو موضح في الجدول رقم (2 - 4) حيث تم تحديد مجال المتوسط الحسابي من خلال حساب المدى ، أي أنه تم وضع مقياس ترتيبي لهذه الأرقام لإعطاء الوسط الحسابي مدلولاً باستخدام المقياس الترتيبي ، وذلك للاستفادة منها فيما بعد عند تحليل النتائج. كما هو موضح في الجدول الآتي:

الجدول رقم (2 - 4): يوضح مقياس ليكارت الخماسي:

التصنيف	موافق بشدة	موافق	موافق نوعا ما	غير موافق	غير موافق بشدة
النقاط	5	4	3	2	1
الدرجة	5-4.2	4.19-3.4	3.39-2.60	2.59-1.80	1-1.79

واستنادا إلى ذلك فإن قيم المتوسطات الحسابية التي توصلت إليها الدراسة سيتم التعامل معها لتفسير البيانات حسب مستوى الأهمية وذلك على النحو التالي:

الجدول رقم(2-5) يوضح مقياس التحليل

مرتفع	متوسط	منخفض
3,67 فأكثر	3,66-2,34	-1
2,33		

حيث تم اعتماد هذا المقياس على أساس: طول الفئة = $\frac{\text{الأعلى الحد} - \text{الأدنى الحد}}{\text{المستويات عدد}}$

$$1,33 = \frac{4}{3} = \frac{(1-5)}{3} \text{ ، حيث أن عدد المستويات} = 3$$

وبناءً عليه فإذا كانت قيمة المتوسط الحسابي للفقرات أكبر من 3.67 فيكون مستوى مرتفعا (ويعني موافقة عالية لأفراد العينة على العبارة) أما إذا كانت قيمة المتوسط الحسابي من 3.66-2.34 فيكون المستوى متوسطاً، وإذا كان المتوسط الحسابي من 1- أقل من 2.33 فيكون المستوى منخفض.

الفرع السادس: صدق وثبات الاستبيان:

و للتأكد من مدى صدق و صلاحية استمارة الاستبيان و كأداة لجمع البيانات اللازمة للدراسة الحالية، التي تم اختبارها ثم عرضها على عدد من المحكمين بلغ عددهم (03) من أعضاء الهيئة التدريسية بكلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير* ، وقد استجيب لآراء السادة المحكمين وتعديل ما يجب تعديله في ضوء مقترحاتهم.

ثبات أداة الدراسة: يقصد به أنه عند إعادة توزيع الاستبيان مرة ثانية على نفس أفراد العينة في فترتين مختلفتين في الظروف نفسها فنحصل على نفس النتائج السابقة. وفي الظروف نفسها وقد تم التحقق من ثبات الأداة باستخدام معامل ألفا كرونباخ Alpha Cronbach للتأكد من الثبات الكلي للاستبيان ودرجة الاتساق الداخلي بين فقراته.

أنظر الملحق رقم 01*

أ- اختبار الاتساق الداخلي لأداة الدراسة: باستخدام معامل ألفا كرونباخ، لقياس مدى ثبات محاور الاستبيان، و الإتساق الداخلي لفقراته والنتائج ممثلة في الجدول الموالي:

الجدول رقم (2-6): معاملات الثبات لمعدل كل محور من محاور الدراسة مع المعدل الكلي لجميع فقرات الاستبيان.

عنوان المحور	عدد الفقرات	قيمة ألفا كرومباخ
اليقظة التكنولوجية	20	0.728
درجة انفتاح المؤسسة على المحيط	8	0.593
وسائل وآليات جمع بيانات المحيط تكنولوجي	7	0.896
الإستجابة لتغيرات المحيط التكنولوجي	5	0.796
الميزة التنافسية	15	0.865
الميزة التنافسية المستدامة	07	0.556
الميزة التنافسية المتجددة	08	0.934
جميع الفقرات	35	0.916

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج SPSS

من خلال الجدول رقم (2-6) معامل الثبات العام للاستبيان عال حيث بلغ (0.913) كما تراوحت معاملات الثبات للمحاور بين (0,673 إلى 0,838) حيث كانت أكبر من الحد الأدنى المقبول لمعامل الثبات (60%) وهذا يدل أن الاستبيان بجميع محاوره يتمتع بدرجة من الثبات يمكن الاعتماد عليها في التطبيق الميداني للدراسة.

ب- قياس الصدق البنائي للمجالات: حيث يبين الجدول رقم (06) معاملات الارتباط بين معدل كل محور من محاور الدراسة مع المعدل الكلي لجميع فقرات المجال.

الجدول (7-2) معاملات الارتباط بين معدل كل محور مع المعدل الكلي لجميع فقرات الاستبيان.

مستوى الدلالة	معامل الارتباط	عنوان المحور	جميع الفقرات
0.00	0,725**	اليقظة التكنولوجية	
0.00	0,786**	درجة انفتاح المؤسسة على المحيط	
0.00	0,927**	وسائل وآليات جمع بيانات المحيط تكنولوجي	
0.00	27** 80,	الإستجابة لتغيرات المحيط التكنولوجي	
0.00	0,994**	الميزة التنافسية	
0.00	0,844**	الميزة التنافسية المستدامة	
0.00	0.754	الميزة التنافسية المتجددة	

**الارتباط دال إحصائيا عند مستوى 0.05

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج SPSS.

من خلال الجدول رقم (07-II) يتضح أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى معنوية (0.05) ويبين أن معاملات الارتباط كانت مرتفعة بالنسبة لكل محور، إذ أن معامل الارتباط بين المحور الأول " اليقظة التكنولوجية " والمعدل الكلي لفقرات الاستبيان كان بدرجة (0,725) وهي درجة مرتفعة. حيث أن معامل الارتباط بين البعد الأول " درجة انفتاح المؤسسة على المحيط " والمعدل الكلي لفقرات الاستبيان كان بدرجة (0.786) وهي درجة مرتفعة.

كما أن معامل الارتباط بين البعد الثاني " وسائل وآليات جمع بيانات المحيط تكنولوجي " والمعدل الكلي لفقرات الاستبيان كان بدرجة (0.927) وهي درجة مرتفعة أيضا.

أما معامل الارتباط بين البعد الثالث " الإستجابة لتغيرات المحيط التكنولوجي " والمعدل الكلي لفقرات الاستبيان كان بدرجة (0.827) وهي أيضا درجة مرتفعة.

أما معامل الارتباط بين المحور الثاني "الميزة التنافسية" والمعدل الكلي لفقرات الاستبيان كان بدرجة 0.944 وهي أيضا درجة مرتفعة. هذا ما يدل على تجانس الاستبيان

ج- توزيع البيانات: تم إجراء اختبار كولموجروف- سمرنوف لمعرفة هل تتبع البيانات التوزيع الطبيعي أم لا وهو اختبار ضروري في حالة اختبار الفرضيات لأن معظم الاختبارات المعلمية تشترط أن يكون توزيع البيانات طبيعيا، حيث قمنا بتحديد الفرضية الصفرية والبديلة كما يلي:

الفرضية الصفرية H_0 : البيانات تتبع التوزيع الطبيعي

الفرضية البديلة H_1 : البيانات لا تتبع التوزيع الطبيعي.

والجدول التالي يوضح النتائج:

الجدول رقم (2-8) نتائج اختبار كولموجروف- سمرنوف في توزيع البيانات.

القسم	عنوان المحور	عدد الفقرات	قيمة Z	قيمة مستوى الدلالة
الأول	عبارات محاور اليقظة التكنولوجية	20	1.048	0.222
الثاني	عبارات محور الميزة التنافسية	15	1.479	0.325
	جميع الفقرات	35	1,569	0,903

المصدر: من إعداد الطالبتان بالاعتماد على نتائج SPSS.

من خلال الجدول رقم (2-8) يتضح أن قيمة Z للمحور الأول تساوي (1.048)، وأن مستوى الدلالة يساوي (0.222) أي أنها دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة (0.05)، كما يتضح أن قيمة Z للمحور الثاني تساوي (1.479)، وأن مستوى الدلالة يساوي (0.325) أي أنها دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة (0.05) و يتضح من الجدول أيضا أن قيمة مستوى الدلالة لجميع الفقرات أكبر من (0.05) أي (Sig < 0.05) وهذا يدل على أن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي، وبناءً عليه نقبل الفرضية الصفرية H_0 ونرفض الفرضية البديلة H_1 ، حيث يتجه تحليلنا نحو الطرق المعلمية.

المطلب الثاني: عرض و تحليل نتائج الدراسة ومناقشتها

في هذا المطلب سيتم عرض نتائج الدراسة المتحصل عليها من خلال معالجة البيانات ببرنامج SPSS ، ثم تحليلها و مناقشتها*.

الفرع الأول: النتائج المتعلقة بخصائص أفراد عينة الدراسة

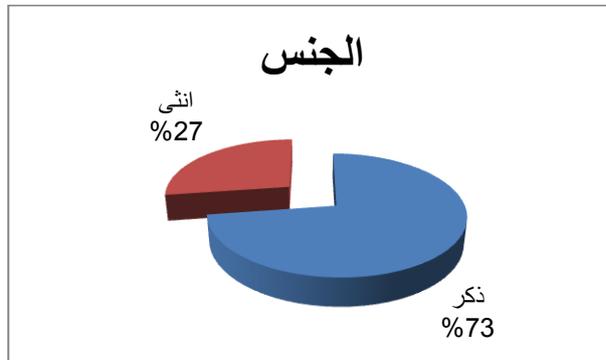
1-توزيع أفراد العينة تبعا للجنس: وهي كما يوضحها الجدول التالي:

الجدول رقم (2-9) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الجنس

النسبة %	التكرار	البيان
72.7%	24	ذكر
27.3%	9	انثى
100%	33	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج SPSS.

الشكل رقم (II-02): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس



المصدر: من إعداد الطالبانبناء على معطيات جدول نتائج SPSS.

حسب الجدول رقم (2-9) نلاحظ أن نسبة الذكور تبلغ (73%) في حين أن نسبة الإناث بلغت (27%) فقط وهذا يفسر طبيعة العمل في المؤسسات التجارية و الخدمية حيث يجذب استقطاب الذكور لشغل هذا النوع من

*كل ما سيتم عرضه في هذا المطلب من نتائج "الجدول و الأشكال" مأخوذ من نتائج المعالجة بـ SPSS (أنظر الملاحق)

العمل. كما أنه يعود لطبيعة العمل بالمؤسسة الذي يتطلب تواجد الذكور أكثر من الإناث وبالتالي نلاحظ بأن هناك نقص في توظيف العنصر النسوي و تمكنه من تحمل المسؤولية بالمؤسسة محل الدراسة.

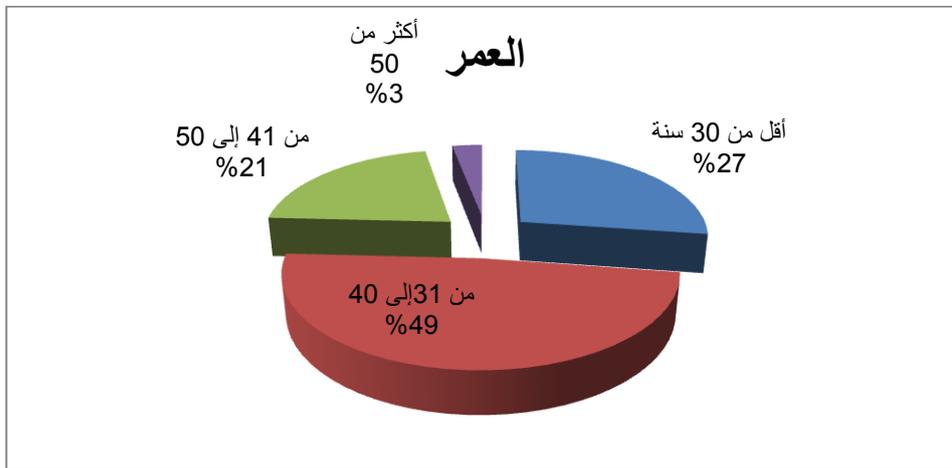
02- توزيع أفراد العينة تبعا للعمر: وهي كما يوضحها الجدول التالي:

الجدول رقم (2-10) يوضح توزيع أفراد العينة حسب العمر

البيان	التكرار	النسبة %
أقل من 30 سنة	9	27.3%
من 31 إلى 40	16	48.5%
من 41 إلى 50	7	21.2%
أكثر من 50	1	3.0%
المجموع	33	100%

المصدر: من إعداد الطالبتان بالاعتماد على نتائج SPSS.

الشكل رقم (2_3): توزيع أفراد العينة حسب العمر



المصدر: من إعداد الطالبتان بالاعتماد على جدول نتائج SPSS.

يتبين لنا من خلال الجدول رقم (2-10) أن هناك (16) فردا من مجتمع الدراسة من الفئة العمرية (31-40) سنة أي ما نسبته (49%)، نجد أيضا (9) أفراد من مجتمع الدراسة من الفئة العمرية (30) سنة فأقل بنسبة (27%)، في حين نجد (7) أفراد من الفئة العمرية (41-50) سنة بنسبة قدرت ب (21%) بينما نجد فردا واحدا من الفئة

العمرية (50) سنة فأكثر بنسبة (3%)، وهذا يؤكد حرص المؤسسة على توظيف فئة الشباب وهو ما يتلاءم مع طبيعة نشاط المؤسسة " تجارية خدمية " كون الشباب لديهم القدرة على التفاعل مع المستجندات بالمؤسسة و سهولة الاستيعاب بالتالي تقديم الأداء الجيد لمثل هذه المؤسسات.

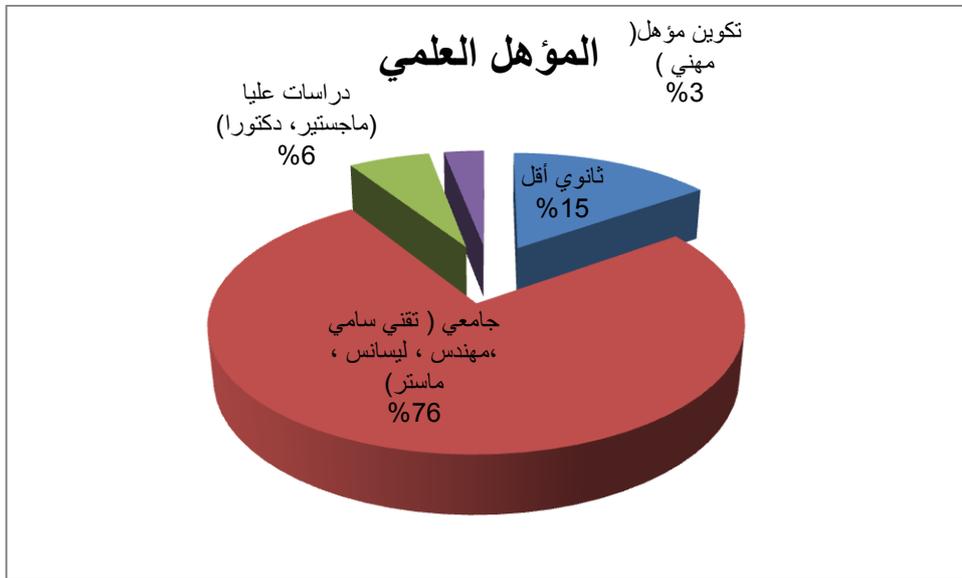
03- توزيع أفراد العينة للمؤهل العلمي: وهي كما يوضحها الجدول التالي:

الجدول رقم (2-11) يوضح توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي

النسبة %	العدد	البيان
15.2%	5	ثانوي فأقل
75.8%	25	جامعي (تقني سامي، مهندس، ليسانس، ماستر)
6.1%	2	دراسات عليا (ماجستير، دكتورا)
3.0 %	1	تكوين مؤهل (مهني)
100,0%	33	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتان بالاعتماد على نتائج SPSS.

الشكل رقم (2_4): يوضح توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي



المصدر: من إعداد الطالبتان بالاعتماد على جدول نتائج SPSS.

يتبين لنا من خلال الجدول رقم (2-11) أن (25) فردا من مجتمع الدراسة هم من ذوي المستوى الجامعي (تقني سامي، مهندس، ليسانس، ماستر) أي ما نسبته (76%)، وتليه فئة ثانوي فأقل ب(5) أفراد أي ما نسبته (15%)،

بينما حلت في المركز ما قبل الأخير فئة الدراسات العليا بتعداد فردين أي ما نسبته (6%) و أخيرا فرد واحد من فئة تكوين مؤهل (مهني) بنسبة (3%)، وهذا يبرز ارتفاع المستوى التعليمي لدى العاملين بالمؤسسة، وهذا ما من شأنه أن ينعكس بالإيجاب على نتائج الدراسة نظرا لثقافة ووعي المستجوبين للإستبيان، كما أنه لديهم مؤهلات علمية تخول لهم تحقيق نتائج إيجابية للمؤسسة.

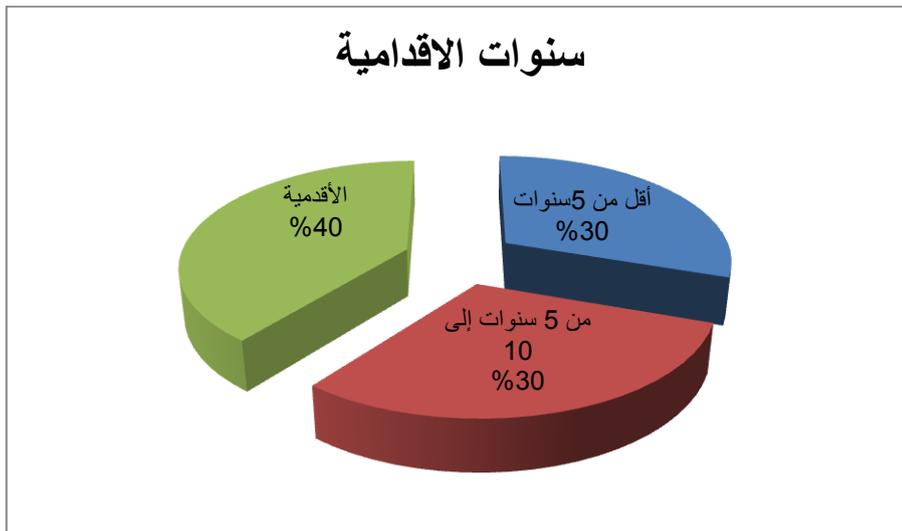
04- توزيع أفراد العينة تبعا للخبرة المهنية: وهي موضحة كالاتي:

الجدول رقم(2-12) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الخبرة المهنية

النسبة %	التكرار	البيان
30.3%	10	أقل من 5 سنوات
30.3%	10	من 5 سنوات إلى 10
39.4%	13	الأقدمية
100%	33	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتان بالاعتماد على نتائج SPSS.

الشكل رقم (2_5): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الخبرة المهنية



المصدر: من إعداد الطالبتان بالاعتماد على جدول نتائج SPSS.

يتبين لنا من خلال الجدول رقم (2-12) أن (13) فردا من أفراد عينة الدراسة هم من أصحاب الأقدمية في الخبرة اي (10) سنوات فأكثر بنسبة (40%)، وتليها (10) فردا من أصحاب الخبرة التي تتراوح ما بين (05-10)

سنوات و أيضا أقل من(5)سنوات بنسبة بلغت لكلاهما (30%)، ، وهذا يدل على وجود خبرة لسنوات لدى موظفي المؤسسة.

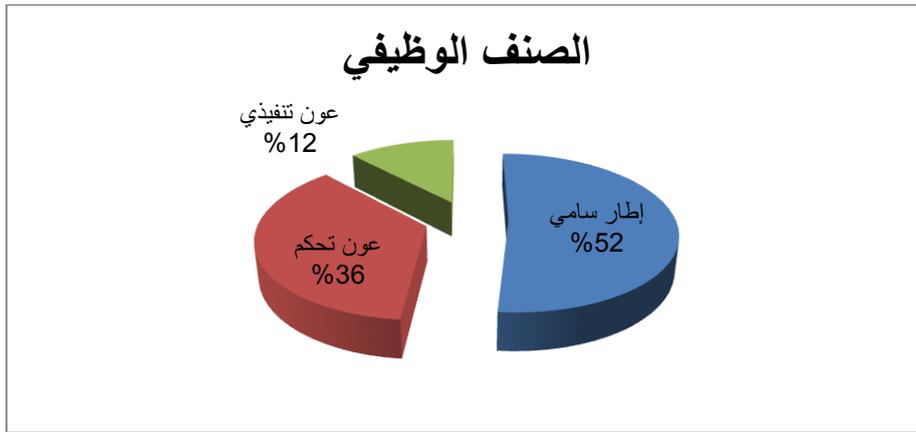
5-توزيع أفراد العينة تبعاً للمسمى الوظيفي: وهي موضحة كآتي:

الجدول رقم (2-13) يوضح توزيع أفراد العينة حسب المسمى الوظيفي

البيان	التكرار	النسبة %
إطار سامي	17	51.5%
عون تحكم	12	36.4%
عون تنفيذي	4	12.1%
المجموع	33	100 %

المصدر: من إعداد الطالبتان بالاعتماد على برنامج SPSS.

الشكل رقم (2_6): يوضح توزيع أفراد العينة حسب المسمى الوظيفي



المصدر: من إعداد الطالبتان بالاعتماد على نتائج جدول SPSS.

من خلال الجدول رقم (2-13) نلاحظ أن النسبة الأكبر حاز عليها كل من الإطار السامي 52% ، يليه عون التحكم بنسبة (36%)، فيما بلغت نسبة (12%) للعون التنفيذي، وهذا يفسر تعدد المصالح بالمؤسسة.

من خلال ما سبق من نتائج تحليل الخصائص الشخصية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة يتضح لنا وجود مؤشر ايجابي في أن عينة الدراسة متنوعة من حيث ، الجنس، العمر، المؤهل العلمي ، والمستوى الوظيفي ، وسنوات الخبرة مما يساهم في الحصول على أجوبة متنوعة لأسئلة الدراسة.

الفرع الثاني: عرض وتحليل و مناقشة نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة

يهدف هذا الجزء إلى عرض نتائج استخدام بعض الأدوات الإحصائية المتمثلة في المتوسط الحسابي، و الانحراف المعياري، في تحليل إجابات وآراء الأفراد حول ما جاء من فقرات في الاستبيان، حيث سنتناول في البداية مستوى تحقق اليقظة التكنولوجية من خلال الإجابات الخاصة بأفراد العينة، ثم تحليل إجاباتهم المتعلقة بمستوى الميزة التنافسية.

أولاً: نتائج تحليل وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول محور اليقظة التكنولوجية.

قصد التعرف على مستوى اليقظة التكنولوجية من خلال إجابات أفراد العينة بالمؤسسة محل الدراسة، فقد تم تضمين هذا المتغير كما ذكرنا آنفاً ب 3 أبعاد (درجة انفتاح المؤسسة على المحيط ، وسائل وآليات جمع بيانات المحيط تكنولوجي ، الإستجابة لتغيرات المحيط التكنولوجي) وسنتناول لاحقاً كل بعد على حدى.

المحور الأول: اليقظة التكنولوجية

للتعرف على مستوى اليقظة التكنولوجية والمشاركة بها في كافة المستويات والتي تلعب دوراً في تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسة، تم إقتراح 06 فقرات من (01-20) لنقيس هذا الجانب كما يلي:

البعد الاول: درجة انفتاح المؤسسة على المحيط

جدول رقم (2-14): يوضح تصورات المستجوبين نحو فقرات بعد "درجة انفتاح المؤسسة على المحيط " مرتبة حسب الأهمية

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة الموافقة
01 المؤسسة على اطلاع بمجالات البحث والتطوير الموجودة في مجال تخصصها	4.181	0.682	3	مرتفع
02 تقوم المؤسسة برصد وتتبع كل ما يحدث في البيئة التكنولوجية من تطورات واكتشافات علمية	4.363	0.488	1	مرتفع

03	تعمل المؤسسة على مواكبة المؤسسات الرائدة خارج الوطن في مجال نشاطها	4.090	0.630	4	مرتفع
04	تقوم المؤسسة بعمل شراكة مع مؤسسات رائدة دوليا في مجال نشاطها للتعرف على تكنولوجيات حديثة	3.666	1.136	7	مرتفع
05	تقوم المؤسسة بمعرفة الفرص والتهديدات في مجال التكنولوجي	3.727	1.125	6	مرتفع
06	تمتلك مؤسستكم المرونة في تكيف مع متغيرات الخارجية	3.636	0.859	8	متوسط
07	بما أن المؤسسة تنشط في بيئة تكنولوجية فإن هناك ضرورة لاحتوائها على خلية اليقظة التكنولوجية	3.787	0.960	5	مرتفع
08	من أجل متابعة السوق تقوم مؤسستكم باستخدام برمجيات خاصة بجمع المعلومات	4.272	0.839	2	مرتفع
المتوسط العام للمحور الأول		4.2273	0.58751	—	مرتفع

مصدر: من إعداد الطالبان اعتمادا على برنامج SPSS

يبين الجدول رقم (2-10) درجة انفتاح المؤسسة على المحيط ، حيث يلاحظ من اجابات أفراد عينة الدراسة أن درجة الموافقة بلغت مستوى مرتفع، فبلغ نسبة المتوسط الحسابي العام لهذا الجزء (4.22) و انحراف معياري (1.059) ، وهذا يؤكد على أن مؤسسة اتصالات الجزائر بغرداية تولي اهتماما كبيرا لليقظة التكنولوجية بدليل انفتاح المؤسسة على المحيط ، فكانت المرتبة الاولى من نصيب العبارة الثانية "تقوم المؤسسة برصد وتبوع كل ما يحدث في البيئة التكنولوجية من تطورات واكتشافات علمية" بمتوسط حسابي (4.36) و انحراف معياري (0.488)، وبدرجة مرتفع و حسب آراء المستجوبين نلاحظ و درجة الإرتفاع فأن للمؤسسة أهمية خاصة لإتباع كل ماهو حصري و جديد متطور و ذلك للدعم و التطوير لقدراتها ، وتليها العبارة الثامنة " من أجل متابعة السوق تقوم مؤسستكم باستخدام برمجيات خاصة بجمع المعلومات " بمتوسط حسابي (4.27) وانحراف معياري (0.839) بدرجة مرتفع، هذه النسبة تؤكد أن مؤسسة اتصالات الجزائر بغرداية تهتم بمتغيرات السوق و تسخير كل الوسائل من أجل جمع أكبر كم من المعلومات حسب أفراد العينة المدروسة، أما المرتبة الثالثة حصلت عليها العبارة الأولى " المؤسسة على اطلاع بمجالات البحث والتطوير الموجودة في مجال تخصصها " بمتوسط حسابي (4.18) وانحراف معياري (0.682) بدرجة مرتفع، هذا يبرز أن المؤسسة بكل الحالات تسعى

جاهدة لتطوير مجال تخصصها لتقديم أفضل الخدمات، وتليها العبارة الثالثة " تعمل المؤسسة على مواكبة المؤسسات الرائدة خارج الوطن في مجال نشاطها. " بمتوسط حسابي (4.09) وانحراف معياري (0.630) بدرجة مرتفع، وهذا يعبر عن أن المؤسسة تتابع حتى التغييرات العالمية ساعية لجودة عالية من التكنولوجيا حسب المستجوبين ، أما المرتبة الخامسة حصلت عليها العبارة السابعة "بما أن المؤسسة تنشط في بيئة تكنولوجية فإن هناك ضرورة لاحتوائها على خلية اليقظة التكنولوجية " بمتوسط حسابي (3.78) وانحراف معياري (0.960) بدرجة مرتفع، ذلك يمكن مؤسسة اتصالات الجزائر من تتبع و مسايرة المعلومات عبر انشائها لخلية خاصة باليقظة التكنولوجية، وتليها العبارة الخامسة " تقوم المؤسسة بمعرفة الفرص والتهديدات في مجال التكنولوجي " بمتوسط حسابي (3.72) وانحراف معياري (1.125) بدرجة مرتفع، و حسب النسبة الموجودة فإن "خلية اليقظة التكنولوجية" تعمل عملها بشكل ملحوظ لمعرفة كل الفرص و التهديدات التي تعرقل مسار المؤسسة ، أما المرتبة السابعة حصلت عليها العبارة الرابعة " تقوم المؤسسة بعمل شراكة مع مؤسسات رائدة دوليا في مجال نشاطها للتعرف على تكنولوجيات حديثة. " بمتوسط حسابي (3.63) وانحراف معياري (0.859) بدرجة متوسط، من خلال درجة الموافقة نرى أن الآراء تختلف حول إن كانت المؤسسة تعمل شراكات دولية من أجل تكنولوجيات حديثة لكن هذا من ضمن المؤشرات الإيجابية التي تجعل منها مؤسسة عصرية بمعايير عالمية، وتليها العبارة السادسة " تمتلك مؤسستكم المرونة في تكيف مع متغيرات الخارجية " بمتوسط حسابي (3.40) وانحراف معياري (1.116) بدرجة متوسط ، بحسب آراء أفراد مؤسسة اتصالات الجزائر لغرداية فالمؤسسة قادرة على التكيف مع المتغيرات الخارجية ذلك يجعل مرونة للإنسجام مع المحيط الخارجي.

البعد الثاني: وسائل وآليات جمع بيانات المحيط التكنولوجي

جدول رقم (2-15): يوضح تصورات المستجوبين نحو فقرات بعد" وسائل وآليات جمع بيانات المحيط التكنولوجي مرتبة حسب الأهمية

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة الموافقة
01 تتبع المؤسسة الأساليب الجديدة في تقديم الخدمات	4.5152	0.75503	1	مرتفع

مرتفع	5	0.81997	4.1212	تقوم مؤسستكم بتعين أشخاص مكلفين بالبحث عن المعلومات التقنية والعلمية التكنولوجية	02
مرتفع	4	0.75126	4.2424	تمتلك المؤسسة الميزانيات الضرورية من أجل شراء المعلومات إن استلزم الأمر	03
مرتفع	3	0.92421	4.3333	عند الحصول على المعلومات التكنولوجية تستفيد بها المؤسسة بالكامل أو وظيفة واحد	04
مرتفع	6	1.01504	4.0303	تقوم المؤسسة بجمع المعلومات التكنولوجية بنفسها	05
مرتفع	2	0.56071	4.4242	تقوم مؤسستكم بشراء تقنيات وبرمجيات جديدة	06
مرتفع	7	0.91391	3.9091	تترصد الشركة البحوث الأساسية التي تقوم بها الجامعات والمعاهد.	07
مرتفع	—	0.69631	4.2121	المتوسط العام للمحور الأول	

مصدر: من إعداد الطالبان اعتمادا على برنامج SPSS

يبين الجدول أعلاه أن المستجوبين من أفراد عينة الدراسة قد أظهروا موافقة مرتفعة حول وسائل وآليات جمع بيانات المحيط تكنولوجي في المؤسسة المدروسة، وقد جاء المعدل العام مرتفعا حيث بلغ المتوسط الحسابي الإجمالي لجميع عبارات المحور (4.21)، و الإنحراف المعياري له قدر ب (0.696)، فإحتلت العبارة الأولى المرتبة الأولى " تتبع المؤسسة الأساليب الجديدة في تقديم الخدمات " بمتوسط حسابي نسبته (4.51)، و إنحراف معياري قيمته (0.755) وبدرجة مرتفع و حسب آراء المستجوبين فإن خدمات مؤسسة اتصالات الجزائر بغرداية تتبع الأساليب الحديثة مما يجعل ارتياح كبير بالنسبة للزبون ، تليها في المرتبة الثانية العبارة السادسة " تقوم مؤسستكم بشراء تقنيات وبرمجيات جديدة " بمتوسط حسابي قدر ب (4.42)، و إنحراف معياري قيمته (0.560) بدرجة مرتفع حيث يؤكد عمال المؤسسة دائما عن توابك المؤسسة مع كل ماهو حديث، ثم العبارة الرابعة " عند الحصول على المعلومات التكنولوجية تستفيد بها المؤسسة بالكامل أو وظيفة واحد " بمتوسط حسابي قدر ب (4.33) ، و إنحراف معياري قيمته (0.924) بدرجة مرتفع، أي ان المؤسسة تعمم كل المعلومات

التكنولوجية على موظفيها، و في المرتبة الرابعة تأتي العبارة " تمتلك المؤسسة الميزانيات الضرورية من أجل شراء المعلومات إن استلزم الأمر " بمتوسط حسابي قدر ب (4.24) ، و إنحراف معياري قيمته (0.751) حسب أفراد العينة المدروسة بدرجة مرتفع ذلك لأهمية التكمولوجيا و السعى وراءها بشتى الطرق أما عن المرتبة الخامسة كانت من نصيب العبارة الثانية " تقوم مؤسستكم بتعيين أشخاص مكلفين بالبحث عن المعلومات التقنية والعلمية التكنولوجية " بمتوسط حسابي قدر ب (4.12) ، و إنحراف معياري قيمته (0.81997) بدرجة مرتفع، هذا يؤكد أن مؤسسة اتصالات الجزائر تحظى بتنظيم عمالها الأفراد الكفاء من أجل مهام خاصة ألا وهي التنقيب عن المعلومات التقنية والعلمية التكنولوجية، تليها العبارة " تقوم المؤسسة بجمع المعلومات التكنولوجية بنفسها " بمتوسط حسابي قدر ب (4.03) ، و إنحراف معياري قيمته (1.015) بدرجة مرتفع و تعتبر كإجراء من أجل الملكية السريعة للتكنولوجيا وأيضا تعيين الجودة و الفعالية، ثم تأتي العبارة الخامسة " تترصد الشركة البحوث الأساسية التي تقوم بها الجامعات والمعاهد. " بمتوسط حسابي قدر ب (3.90) ، و إنحراف معياري قيمته (0.913) بدرجة مرتفع، و هو ما يؤكد أفراد العينة أيضا بتقدير مرتفع في مجال المواكبة التكنولوجية و وسائل وآليات جمع بيانات المحيط تكنولوجي

البعد الثالث: الإستجابة لتغيرات المحيط التكنولوجي

جدول رقم (2-16): يوضح تصورات المستجوبين نحو فقرات بعد " الإستجابة لتغيرات المحيط التكنولوجي مرتبة حسب الأهمية

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة الموافقة
01	4.5152	0.71244	2	مرتفع
تقوم مؤسستكم بإقتناء معدات و أجهزة ذات تكنولوجيا حديثة لمواكبة المحيط الخارجي				
02	4.2727	0.97701	5	مرتفع
تقوم المؤسسة بمراقبة المحيط الخارجي ومتابعة الإبداعات والابتكارات التكنولوجية				

مرتفع	3	0.70844	4.4242	المؤسسة على إطلاع بالمعايير المعمول بيها حاليا في مجال التكنولوجيا	03
مرتفع	1	0.71244	4.4848	تهتم مؤسستكم بتطورات التكنولوجيا جديدة من أجل إرضاء الزبائن	04
مرتفع	4	0.77728	4.3333	تمتلك المؤسسة موظفين ذات كفاءات تجعلهم قادرين على أداء العمل التكنولوجي	05
مرتفع	_	0.43519	4.4242	المتوسط العام للمحور الأول	

مصدر: من إعداد الطالبان اعتمادا على برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه نرى المستجوبين من أفراد عينة الدراسة قد أظهروا موافقة مرتفعة حول الإستجابة لتغيرات المحيط التكنولوجي ، وقد جاء المعدل العام مرتفعا حيث بلغ المتوسط الحسابي الإجمالي لجميع فقرات الأخلاقيات(4.42)، و الإنحراف المعياري له قدر ب (0.435)، فكانت العبارة الأولى للعبارة الرابعة تهتم " تهتم مؤسستكم بتطورات التكنولوجيا جديدة من أجل إرضاء الزبائن " بمتوسط حسابي نسبته (4.48) ، و إنحراف معياري قيمته (0.712) وبدرجة مرتفع و حسب آراء المستجوبين ، فمن مصلحة مؤسسة اتصالات الجزائر كمؤسسة خدماتية إرضاء زبائنها و ذلك بتزويدهم بكل ما هو متطور ، تليها في المرتبة الثانية العبارة الأولى " تقوم مؤسستكم بإقتناء معدات و أجهزة ذات تكنولوجيا حديثة لمواكبة المحيط الخارجي " بمتوسط حسابي قدر ب (4.51) ، و إنحراف معياري قيمته (0.712) بدرجة مرتفع هذا يجعل من المؤسسة أكثر تطورا و طبعا غايتها تقديم الأفضل في ميدان تخصصها، ثم العبارة الثالثة " المؤسسة على إطلاع بالمعايير المعمول بيها حاليا في مجال التكنولوجيا " بمتوسط حسابي قدر ب (4.42) ، و إنحراف معياري قيمته (0.708) بدرجة مرتفع و حسب آراء المستجوبين فإن المؤسسة تعمل على جعل المجال التكنولوجي نقطة إمتياز لكونها متابعة لكل المعايير الحديثة ، و في المرتبة الرابعة تأتي العبارة " تمتلك المؤسسة موظفين ذات كفاءات تجعلهم قادرين على أداء العمل التكنولوجي " بمتوسط حسابي قدر ب (4.33) ، و إنحراف معياري قيمته (0.777) حسب أفراد العينة المدروسة بدرجة مرتفع و هذا يؤكد على درجة تكوين العمال و بروزهم في المجال التكنولوجي ، أما عن المرتبة الخامسة كانت من نصيب العبارة الثانية " تقوم المؤسسة بمراقبة المحيط الخارجي

ومتابعة الإبداعات والابتكارات التكنولوجية " بمتوسط حسابي قدر ب (4.27) ، و إنحراف معياري قيمته (0.977) بدرجة مرتفع .

المحور الثاني:الميزة التنافسية

البعد الأول: الميزة التنافسية المستدامة

جدول رقم (2-17): يوضح تصورات المستجوبين نحو فقرات بعد" الميزة التنافسية المستدامة مرتبة حسب الأهمية

درجة الموافقة	الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
مرتفع	5	1.12815	3.9091	01 تضع المؤسسة مجموعة من العوائق لتقليد ميزتها التنافسية من طرف المنافسين
مرتفع	7	0.72692	3.8182	02 تتوفر المؤسسة على مزايا يصعب تقليدها من المنافسين
مرتفع	6	0.90558	3.8485	03 تتم عملية إنشاء القيمة في المؤسسة مع المنافسين.
مرتفع	4	0.84611	4.1818	04 تهتم المؤسسة بتنمية الموارد غير الملموسة.
مرتفع	1	0.68396	4.3030	05 تمتلك المؤسسة مجموعة من الكفاءات المتميزة.
مرتفع	3	0.91701	4.1818	06 تقوم مؤسستكم بتحديد ميزتها التنافسية باستمرار.
مرتفع	2	0.71906	4.2727	07 لدى المؤسسة سياسة واضحة وموثقة للجودة

مرتفع	_	1.12815	3.9091	المتوسط العام للمحور الأول
-------	---	---------	--------	----------------------------

مصدر: من إعداد الطالبان اعتمادا على برنامج SPSS

يبين الجدول السابق أن أفراد عينة الدراسة قد أظهروا موافقة مرتفعة حول الميزة التنافسية المستدامة في المؤسسة المدروسة، وقد جاء المعدل العام مرتفعا حيث بلغ المتوسط الحسابي الإجمالي لجميع عبارات المحور (3.90)، و الإنحراف المعياري له قدر ب (1.128)، فاحتلت العبارة الأولى المرتبة الخامسة " تمتلك المؤسسة مجموعة من الكفاءات المتميزة " بمتوسط حسابي نسبته (4.30)، و إنحراف معياري قيمته (0.683) وبدرجة مرتفع، تليها في المرتبة الثانية العبارة السابعة " لدى المؤسسة سياسة واضحة وموثقة للجودة " بمتوسط حسابي قدر ب (4.27)، و إنحراف معياري قيمته (0.719) بدرجة مرتفع حيث يؤكد عمال مؤسسة اتصالات الجزائر بغرداية درجة الكفاءة و التنظيم البارزين اللتين تجعلان من المؤسسة ذات ميزة تنافسية دائمة، ثم العبارة السادسة " تقوم مؤسستكم بتجديد ميزتها التنافسية باستمرار " بمتوسط حسابي قدر ب (4.18)، و إنحراف معياري قيمته (0.917) بدرجة مرتفع، أي ان المؤسسة تعمل لمسايرة التطورات من أجل تنافس شرس بين المؤسسات الأخرى، و في المرتبة الرابعة تأتي العبارة " تهتم المؤسسة بتنمية الموارد غير الملموسة " بمتوسط حسابي قدر ب (4.18)، و إنحراف معياري قيمته (0.846) تليها في المرتبة الخامسة التي كانت من نصيب العبارة الأولى " تضع المؤسسة مجموعة من العوائق لتقليد ميزتها التنافسية من طرف المنافسين " بمتوسط حسابي قدر ب (3.90)، و إنحراف معياري قيمته (1.128) بتقييم مرتفع، هذا يدل على التستر المؤسسة عم مميزات التنافسية لتحافظ على صدارتها بيم المنافسين، تليها العبارة " تتم عملية إنشاء القيمة في المؤسسة مع المنافسين " بمتوسط حسابي قدر ب (3.84)، و إنحراف معياري قيمته (0.905) بدرجة مرتفع و تعتبر كإجراء من أجل....، و أخيرا تأتي العبارة الخامسة " تتوفر المؤسسة على مزايا يصعب تقليدها من المنافسين." بمتوسط حسابي قدر ب (3.81)، و إنحراف معياري قيمته (0.726) أيضا بدرجة مرتفع، و هو ما يؤكد أفراد العينة أيضا بتقدير مرتفع لبرهنة أن مؤسسة اتصالات الجزائر مؤسسة رائدة بالنسبة لخدماتها و في مجال تخصصها.

البعد الثاني : الميزة التنافسية المتجددة

جدول رقم (2-18): يوضح تصورات المستجوبين نحو فقرات بعد " الميزة التنافسية المتجددة مرتبة حسب الأهمية

درجة الموافقة	الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
مرتفع	3	0.71244	4.5152	01 أسعار خدمات المؤسسة تتناسب مع تغيير الأسعار في السوق
مرتفع	7	0.80951	4.3030	02 صورة المؤسسة متميزة عن المنافسين
مرتفع	6	0.85391	4.3333	03 تحقق المؤسسة زيادة في المبيعات مقارنة بالمنافسين
مرتفع	2	0.79535	4.5152	04 تسعى المؤسسة بشكل مستمر لتقديم الخدمات بجودة عالية مقارنة بالمنافسين
مرتفع	4	0.75126	4.4242	05 بعض خدمات المؤسسة متميزة عن المنافسين
متوسط	1	0.70844	4.5758	06 تقوم مؤسستكم بتحسين الخدمات استجابة لتغيرات التي تطرأ في البيئة الخارجية
مرتفع	8	0.79535	4.1515	07 تسعى المؤسسة إلى تخفيض التكاليف الصناعية بصورة مستمرة
مرتفع	5	0.70844	4.4242	08 تحرص المؤسسة على ولاء الزبون والمحافظة عليه
مرتفع	—	0.49905	4.4697	المتوسط العام للمحور الأول

مصدر: من إعداد الطالبان اعتمادا على برنامج SPSS

يبين الجدول رقم (2-10) الميزة التنافسية المتجددة ، حيث يلاحظ من اجابات أفراد عينة الدراسة أن درجة الموافقة بلغت مستوى مرتفع، فبلغ نسبة المتوسط الحسابي العام لهذا الجزء (4.46) و انحراف معياري (0.499) ، مما يدل أن مؤسسة اتصالات الجزائر بغرداية ذات ميزة تنافسية عالية ومتجددة، فكانت المرتبة الاولى من نصيب العبارة السادسة " تقوم مؤسستكم بتحسين الخدمات استجابة لتغيرات التي تطرأ في البيئة الخارجية " بمتوسط حسابي (4.57) و انحراف معياري (0.708)، وبدرجة مرتفع هذا ما أيده عمال مؤسسة اتصالات الجزائر بغرداية عن مؤسستهم و تمييزها في مواكبة الخدمات و السعي لتحسينها ، وتليها العبارة الثامنة " تسعى المؤسسة بشكل مستمر لتقديم الخدمات بجودة عالية مقارنة بالمنافسين " بمتوسط حسابي (4.51) وانحراف معياري (0.795) بدرجة مرتفع، هذه النسبة تؤكد أن مؤسسة اتصالات الجزائر بغرداية تهتم قدر المستطاع لبرهنة ريادتها بين المنافسين و ذلك من خلال تقديم الخدمات بشكل جيد وجديد، متطور وعالي، أما المرتبة الثالثة حصلت عليها العبارة الأولى " أسعار خدمات المؤسسة تتناسب مع تغيير الأسعار في السوق " بمتوسط حسابي (4.51) وانحراف معياري (0.712) بدرجة مرتفع، هذا يبرز أن المؤسسة تراعي الجانب المالي لخدمة الزبون و تبسيطها تناسبا مع التغيرات الحاصلة في السوق، وتليها العبارة الخامسة " بعض خدمات المؤسسة متميزة عن المنافسين." بمتوسط حسابي (4.42) وانحراف معياري (0.751) بدرجة مرتفع، وهذا يعبر عن أن المؤسسة تمتاز عن منافسيها في بعض الخدمات المشتركة هذا ما يجعل المنافسة قائمة من أجل التطوير و التحسين في جودة الخدمات ، أما المرتبة الخامسة حصلت عليها العبارة السابعة " تحرص المؤسسة على ولاء الزبون والمحافظة عليه " بمتوسط حسابي (4.42) وانحراف معياري (0.708) بدرجة مرتفعة، تليها العبارة الثالثة " تحقق المؤسسة زيادة في المبيعات مقارنة بالمنافسين " بمتوسط حسابي (4.33) وانحراف معياري (0.853) بدرجة مرتفع، و حسب النسبة الموجودة المدخول الزائد راجع لرضى الزبائن عن المستوى المقدم من طرف مؤسسة اتصالات الجزائر ، أما المرتبة السابعة حصلت عليها العبارة الثانية " صورة المؤسسة متميزة عن المنافسين." بمتوسط حسابي (4.30) وانحراف معياري (0.809) بدرجة مرتفع، ذلك راجع لمميزات المؤسسة عن منافسيها من كل الجوانب ، وتليها العبارة السادسة " تسعى المؤسسة إلى تخفيض التكاليف الصناعية بصورة مستمرة " بمتوسط حسابي (4.15) وانحراف معياري (0.795) بدرجة متوسط ، بحسب آراء أفراد مؤسسة اتصالات الجزائر لغرداية فالمؤسسة و تبعا لمخططاتها و مميزاتا تسعى لتخفيض التكاليف مما يجعل الممتاز الى إمتياز .

المطلب الثالث: إختبار الفرضيات:

بعد استعراض نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة حول أسئلة الدراسة بشأن بعض المحاور و الأبعاد المتعلقة باليقظة التكنولوجية و تعزيز الميزة التنافسية، سنقوم الآن باختبار الفرضيات التي تقيس مجموعة من العلاقات التأثيرية بين متغيرات الدراسة المستقلة و التابعة، وذلك استنادا للإجابات و النتائج المتحصل عليها.

إختبار الفرضية الرئيسية الأولى ومناقشة نتائجها:

تنص الفرضية الأولى على ما يلي: "توجد تطبيقات لليقظة التكنولوجية في البيئة مؤسسة اتصالات الجزائر - الوكالة التجارية- بغرداية.

جدول رقم (2-19) : نتائج اختبار (T).

المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجات الحرية	القيمة T المحسوبة	القيمة الاحتمالية sig	المتوسط المقياس	الخطأ المعياري
4.25	0.56	33	12.884	0.000	1.257	0.097

مصدر: من إعداد الطالبان اعتمادا على برنامج SPSS

يشير الجدول أعلاه نتائج اختبار (T) توجد تطبيقات لليقظة التكنولوجية في البيئة مؤسسة اتصالات الجزائر - الوكالة التجارية- بغرداية بحيث تعتبراليقظة التكنولوجية بلغ الأهمية في أي مؤسسة بحيث تعتبر محسبات لبيئة الخارجة الخاصة بالمؤسسة و لتفادي اي مشاكل حيث بلغ المتوسط الحسابي للعبارات محوراليقظة التكنولوجية 4.25 بدرجة مرتفعة حسب مقياس ليكارت مما يشير مؤسسة اتصالات الجزائر -الوكالة التجارية- بغرداية تعتمد على تطبيقات لليقظة التكنولوجية ، كما يشير الجدول إلى قيمة الانحراف المعياري 0.56 وهي أصغر من المتوسط الحسابي وهذا يبين أنه لا يوجد تشتت في آراء أفراد العينة في الإجابة عن فقرات هذا البعد ، كما نلاحظ أن بالنسبة إلى القيمة الاحتمالية sig 0.000 وهي دالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 أما الخطأ المعياري 0.097 وبلغت قيمة T12.884 ومنه نقبل توجد تطبيقات لليقظة التكنولوجية في البيئة مؤسسة اتصالات الجزائر -الوكالة التجارية- بغرداية.

- اختبار الفرضية الرئيسية الثانية ومناقشة نتائجها:

تنص الفرضية الثانية على ما يلي : "توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$ بين مستوى تبني مؤسسة اتصالات الجزائر-الوكالة التجارية-بغرداية- اليقظة التكنولوجية و بين تعزيز الميزة التنافسية و ذلك من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة".

قبل تحليل الانحدار بين المتغيرين المستقل و التابع للتحقق من صحة الفرضية علينا التعرف على الارتباط.

أ- نتائج التحليل المتعلقة بمدى وجود العلاقة الإرتباطية بين اليقظة التكنولوجية و تعزيز الميزة التنافسية: للتحقق من وجود هذه العلاقة وقياسها تم إجراء اختبار ارتباط بيرسون بين محور ليقظة التكنولوجية و تعزيز الميزة التنافسية كما هو مبين في الجدول التالي:

الجدول رقم (2-20) يوضح معامل ارتباط بيرسون و مستوى الدلالة لدرجات ارتباط متغيرات الدراسة

المتغير المستقل: اليقظة التكنولوجية		المتغير
اليقظة التكنولوجية	معامل الارتباط	المتغير التابع:
0.901**	معاملات بيرسون	تعزيز الميزة
0,000	مستوى الدلالة	التنافسية
43	العدد	

** ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$

المصدر: من إعداد الطالب ابتداءً على نتائج SPSS .

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه وجود علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية هامة موجبة و قوية بين اليقظة التكنولوجية و تعزيز الميزة التنافسية ، حيث ظهرت قوة العلاقة في معامل الارتباط الذي بلغ (0,901) عند مستوى الدلالة المحسوبة (0,000) وهي أقل من مستوى الدلالة (0,05). و بالتالي فإن هذه النتائج تؤكد على وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بالمؤسسة محل الدراسة و ذلك من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة.

ب- نتائج التحليل المتعلقة بوجود علاقة تأثير لممارسات اليقظة التكنولوجية في تعزيز الميزة التنافسية:

للتحقق من أثر اليقظة التكنولوجية في تعزيز الميزة التنافسية تم إجراء اختبار تحليل التباين للانحدار لاختبار ثبات صلاحية النموذج لاختبار الفرضية، والجدول التالي يوضح ذلك:

الجدول رقم (2-21) يوضح تحليل التباين ومدى صلاحية النموذج لاختبار الفرضية

مستوى الدلالة	F المحسوبة	درجة الحرية	Beta	B	الانحراف	R ²	R	
**0,000	63,73	42-1	0,78	0,63	0,31	0,60	0,78	المتغير المستقل

** ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$)

المصدر: مبياعداد الطالبات بناءً على نتائج التحليل ب (SPSS أنظر الملحق رقم 03-ش).

نلاحظ من خلال الجدول أن محور اليقظة التكنولوجية يؤثر معنويًا على الأداء الوظيفي حيث أظهر التحليل أثر ذو دلالة إحصائية بين المتغيرين، إذ بلغ معامل التفسير (التحديد) $R^2(0,60)$ وهي ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) أي أن محور اليقظة التكنولوجية يفسر ما نسبته 60% من التباينات في المتغير التابع، وبالتالي فإن محور اليقظة التكنولوجية له أهمية كبيرة نسبيًا في التأثير في هذه العلاقة، مما يدل على قوة التأثير، كما بلغت قيمة $\beta(0,78)$ ، وهذا يعني أن الزيادة بدرجة واحدة في اليقظة التكنولوجية يؤدي إلى زيادة بدرجة (0,78) في تعزيز الميزة التنافسية، أي أن هناك علاقة طردية، ونظرًا لأن قيم F المحسوبة بلغت (63,73)، وبمستوى دلالة 0,000 أي أنها دالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وهذا ما يثبت صلاحية النموذج. وبناءً على ثبات صلاحية النموذج يمكن اختبار الفرضية الرئيسية الأولى للدراسة من خلال استخدام الانحدار المتعدد.

- اختبار الفرضية الرئيسية الثالث ومناقشة نتائجها:

تنص الفرضية الثالث على ما يلي "توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$ في إجابات أفراد عينة الدراسة حول مستوى تعزيز الميزة التنافسية تعزى للمتغيرات الشخصية و الوظيفية "الجنس، العمر، المؤهل العلمي، الصنف الوظيفي، سنوات الإقدامية"

وللتحقق من صحة هذه الفرضية تم إجراء إختبار t-test للعينات المستقلة، و ذلك لفحص أثر متغير الجنس في مستوى تعزيز الميزة التنافسية ، ثم إجراء إختبار التباين الأحادي لفحص أثر المتغيرات الأخرى.

-نتائج التحليل المتعلقة بإختبار T-Test للعينات المستقلة: تم إجراء هذا الإختبار لمعرفة هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $0.05 \leq \alpha$ في إجابات أفراد عينة الدراسة حول مستوى تعزيز الميزة التنافسية تعزى لمتغير الجنس. و النتائج موضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (2-22) يوضح نتائج تحليل T-Test للعينات المستقلة لفحص أثر متغير الجنس في مستوى تعزيز الميزة التنافسية

Test t		Test de leven's sur l'égalité des variances						
sig	T	الفرضيات	sig	F	الفرضيات	متوسط الحسابي	العدد	الجنس
3370,	9760,		h 5700,	3300,		3.7917	24	ذكر
3650,	9370,		h			4.2222	09	أنثى

معنوي عند مستوى الدلالة 0,05

المصدر: من إعداد الطالبانبناء على نتائج SPSS.

بالنظر إلى الجدول أعلاه ومن خلال إختبار Leven's لتجانس التباين نجد أن قيمة $F= (0,619)$ وقيمة الدلالة المعنوية $\text{sig}=(0,570)$ وهي أكبر من قيمة الدلالة المعنوية المعتمدة $0,05$ ، بالتالي نقبل الفرضية الصفرية وهي أن هناك تجانس في إجابات الذكور والإناث. وهذا ما يدعونا للوثوق بهذا الإختبار أي أنه يدل على صلاحية النموذج.

أما بالنظر إلى إختبار Test-T فإن قيمة $T=(0,976)$ وقيمة الدلالة المعنوية $\text{sig}=(0,337)$ بالنسبة للذكور أما بالنسبة للإناث نجد أن قيمة $T= (0,937)$ وقيمة الدلالة المعنوية $\text{sig}=(0,365)$ بالنسبة للإناث وهي قيمة أكبر من قيمة الدلالة المعنوية المعتمدة $0,05$ مما يعني عدم وجود دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 في إجابات أفراد عينة الدراسة تعزى لمتغير الجنس حول مستوى تعزيز الميزة التنافسية.

-نتائج التحليل المتعلقة بالتباين الأحادي:

الجدول رقم (II-25) يوضح تحليل التباين الأحادي لفحص اثر المتغيرات الشخصية و الوظيفية "العمر، المؤهل العلمي، الصنف الوظيفي، سنوات الاقدامية" حول مستوى تعزيز الميزة التنافسية

المتغير	مصدر التباين	مج المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	مستوى الدلالة
العمر	-بين المجموعات	33,000	39	0,846	0,846	0,671
	-داخل المجموعات	3,000	3	1,000		
	-التباين الكلي	36,000	42			
المؤهل العلمي	-بين المجموعات	12,163	39	0,312	,9360	,6270
	-داخل المجموعات	1,000	3	0,333		
	-التباين الكلي	13,163	42			
الصنف الوظيفي	-بين المجموعات	60,116	39	1,541	4,624	,1150
	-داخل المجموعات	1,000	3	0,333		
	-التباين الكلي	61,116	42			
سنوات الاقدامية	-بين المجموعات	176,663	39	4,530	5,436	,0930
	-داخل المجموعات	2,500	3	0,833		
	-التباين الكلي	2,500	42			

دال عندما يكون مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$).

المصدر: من إعداد الطالبان بناء على نتائج التحليل ب (SPSS أنظر الملحق رقم 03-هـ).

نلاحظ من الجدول رقم (II-24) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى $\alpha \leq 0.05$ بين متوسط إستجابات أفراد عينة الدراسة في مستوى تعزيز الميزة التنافسية تعزى لكل من "العمر، المؤهل العلمي، الصنف الوظيفي، سنوات الاقدامية"، حيث بلغت قيمة F (0,846، 0,936، 4,624، 5,436) على التوالي وهي غير دالة إحصائية عند مستوى المعنوية .

و منه يمكننا القول أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد العينة حول مستوى تعزيز الميزة التنافسية تعزى للمتغيرات الشخصية و الوظيفية. و بالتالي يتم رفض الفرضية الرئيسية الثالث.

خلاصة الفصل:

حاولنا من خلال هذا الفصل الإجابة على إشكالية الدراسة المتمثلة في دور اليقظة التكنولوجية في تعزيز الميزة التنافسية . حيث حاولنا الإجابة عليها من خلال الاعتماد على الدراسة ميدانية. إذ تناولنا في هذا الفصل مبحثين، المبحث الأول تعرضنا فيه إلى تقديم لمحة عامة حول مؤسسة اتصالات الجزائر-الوكالة التجارية- غرداية، والمبحث الثاني تطرقنا فيه إلى طرق وأدوات الدراسة، إذ تم إظهار مجتمع وعينة الدراسة، بالإضافة إلى إثبات صدق و وثبات أداة الدراسة و المتمثلة في الاستبيان، الذي تمَّ استخدامه كأداة لتحقيق أغراض الدراسة، و ذلك باستخدام معامل الثبات ألفا كرومباخ وعرض نتائج الدراسة وتحليلها ومناقشتها. بالإضافة إلى معرفة آراء و تصورات المستجوبين وذلك من خلال حساب المتوسط الحسابي و الإنحراف المعياري لإجابات أفراد عينة الدراسة، كما أنه توصلنا إلى إثبات بعض الفرضيات و نفي أخرى منها، و هذا بالاعتماد على نتائج تحليل الاستبيان،الذي تمَّ تحليله بالاعتماد على برنامج الحزم الإحصائية SPSS، إذ تمَّ استخدام معامل الارتباط بيرسون للتحقق من وجود العلاقة ، إضافة إلى تحليل الإنحدار البسيط و ذلك بغرض إختبار صلاحية النموذج ، كما أنه تم التطرق إلى دراسة الفروق باستخدام اختبار Anova، وذلك لمعرفة أثر المتغيرات الشخصية و الوظيفية على متغيرات الدراسة، حيث تمَّ اختبار أثر الجنس على متغيرات الدراسة" اليقظة التكنولوجية على الميزة التنافسية " باستخدام اختبار العينات المستقلة "T-Test"والذي يوضح يفيد أيضا من التأكد من صلاحية النموذج، حيث أن هذا الإختبار يجرى على العينات المستقلة التي ليست لها علاقة ببعضها البعض أي أنها ليس لها إرتباط ببعضها مثل الجنس "الذكر و الأنثى" وهذه الإختبارات تم التوصل من خلالها إلى التأكد من صحة فرضيات الدراسة، فخلصت الدراسة بالوصول إلى نتائج و توصيات يمكن الاعتماد عليها في دراسات لاحقة.

خاتمة

خاتمة

إن موضوع اليقظة التكنولوجية من المواضيع التي نالت اهتمام الكثير من الباحثين والمهنيين في مجال ادارة الأعمال حيث أن اليقظة التكنولوجية جاءت لخدمة احتياجات المؤسسة للحصول على المعلومات الدقيقة حول بيئة المؤسسة ومجال تنافسه ،لذلك من المهم أن تبحث المؤسسة على الطريقة التي تستطيع من خلالها مراقبة محيطها لتتمكن من تحقيق معرفة مستديمة لكل المستجدات والأحداث الحالية والمستقبلية ولهذا كان لزاما على المسؤولين أن يتحصلوا على المعلومات التكنولوجية بالنوعية والسرعة الكافية حتى يتمكنوا من حماية مستقبل مؤسستهم واستباق التغيرات المتسارعة للمحيط الذي تنشط فيه..

من خلال تناولنا لموضوع اليقظة التكنولوجية ودورها في تعزيز الميزة التنافسية لمؤسسات الاقتصادية حيث كانت عينة الدراسة تتمثل في مؤسسة اتصالات الجزائر ، وبناء على ما تقدم هدفت الدراسة إلى التحقق من ذلك ودراسة ميدانية انطلاقا من توصيف وتحليل الدور الذي تلعبه متطلبات اليقظة في تعزيز الميزة التنافسية لمؤسسة اتصالات الجزائر وفيما يلي النتائج التي توصل إليها الباحثين، ونتائج اختبار الفرضيات التي وضعت على أساسها، بالإضافة إلى آفاق البحث المستقبلية، وعليه من خلال ما سبق تمكنا من الإجابة على الإشكالية الأساسية لموضوع البحث من خلال النتائج النظرية والتطبيقية.

● اختبار الفرضيات :

قامت دراستنا على ثلاثة فرضيات رئيسية، والمتمثلة فيما يلي :

تمثلت الفرضية الأولى في أنه " توجد تطبيقات لليقظة التكنولوجية في البيئة مؤسسة اتصالات الجزائر -الوكالة التجارية- بغارداية." حيث حاولنا إثبات هذه الفرضية من خلال أسئلة المحور الأول من الاستبيان. استخدام اختبار (T test) وفي الأخير توصلنا إلى إثبات الفرضية" توجد تطبيقات لليقظة التكنولوجية في البيئة مؤسسة اتصالات الجزائر -الوكالة التجارية- بغارداية " .

تمثلت الفرضية الثانية في " توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$ بين مستوى تبني مؤسسة اتصالات الجزائر-الوكالة التجارية-بغرداية- اليقظة التكنولوجية و بين تعزيز الميزة التنافسية و ذلك من وجهة نظر أفراد عينةالدراسة. " حيث حاولنا إثبات هذه الفرضية من خلال أسئلة الاستبيان. استخدام اختبار الانحدار الخطي و معامل الارتباط برسون وفي الأخير توصلنا إلى إثبات الفرضية"توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$ بين مستوى تبني مؤسسة اتصالات الجزائر-الوكالة التجارية-بغرداية- اليقظة التكنولوجية و بين تعزيز الميزة التنافسية و ذلك من وجهة نظر أفراد عينةالدراسة.

تمثلت الفرضية الثالثة في " توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$ في إجابات أفراد عينة الدراسة حول مستوى تعزيز الميزة التنافسية تعزى للمتغيرات الشخصية و الوظيفية "الجنس، العمر، المؤهل العلمي، الصنف الوظيفي ، سنوات الاقدامية" حيث حاولنا إثبات هذه الفرضية من خلال اختبار انوفا

وفي الأخير توصلنا إلى إثبات نفي الفرضية " توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$ في إجابات أفراد عينة الدراسة حول مستوى تعزيز الميزة التنافسية تعزى للمتغيرات الشخصية و الوظيفية "الجنس، العمر، المؤهل العلمي، الصنف الوظيفي ، سنوات الاقدامية"

• نتائج الدراسة :

1. تقوم مؤسسة اتصالات الجزائر بغرداية حل مشكلاتها اعتماد على التقنيات التكنولوجية
2. توصلت الدراسة كذلك إلى أن مؤسسة اتصالات الجزائر بغرداية واعية لأهمية اليقظة التكنولوجية ولكن مازال إهتمامها ضعيف ، لهذا نتيجة لغياب نظام المعلومات قوى يساهم في توفير المعلومات اللازمة.
3. تقوم مؤسسة اتصالات الجزائر بغرداية على إطلاع دائم حول محيطها الخارجي ومعرفة منافسيها.
4. كما لمسنا تركيزا كبيرا على كفاءات المؤسسة من تقنيين وخبراء متخصصين نظرا لطبيعة المؤسسة.

• التوصيات :

في ضوء ما توصلت إليه الدراسة من نتائج، فإننا نقترح التوصيات التالية :

1. وضع مصلحة خاصة على مستوى مؤسسة اتصالات الجزائر تختص بالموارد البشرية، تتبع تطورهم وإحتياجاتهم الاثهم يعتبرون مصدر الميزة المستدامة ؛
2. توفير الحوافز المادية و المعنوية لدفع العامل للمشاركة في عملية ليقظة التكنولوجية.
3. التواصل مع هيئات البحث العلمي من خلال المشاركة في الندوات والملتقيات ، والتشجيع على الاختراع.
4. تخصيص تكوين خاص لفائدة مؤسسة اتصالات الجزائر يتركز أساسا على تطوير القدرات الشخصية مثل الإبداع ، تحمل المسؤولية ، القدرة على حل المشاكل وتبادل المعلومات لإكتساب الخبرات.
5. محاولة الأخذ بعين الإعتبار إقتراحات و شكاوي العملاء، بإعتبارهم العنصر الأساسي التي تعتمد عليه، بالإضافة إلى ذلك تحسين نوعية خدمات.
6. لا بد على مؤسسة اتصالات الجزائر أن تأخذ بعين الإعتبار منافسة الشركات الأخرى ، وذلك بإدخال التطور والتكنولوجي إلى الشركة على جميع مجالات الأنشطة، بالإضافة إلى ضرورة العمل على الإستغلال العقلاني للموارد والإمكانيات المتاحة؛
7. الإطلاع الدائم والمستمر على كل المستجدات التي تحدث في مجال التكنولوجيا وبالتالي محاولة إقتناء الوسائل والتجهيزات التي تواكب التطور التكنولوجي لما لذلك من دور كبير في تحسين إنتاجية الشركة.
8. الإعتتماد أكثر على طريقة الصيانة لتفادي حدوث العطل أثناء عملية تقديم الخدمة.

• آفاق الدراسة

- إن موضوع اليقظة التكنولوجية ودورها في تعزيز الميزة التنافسية لمؤسسات الاقتصادية يبقى مفتوحا لدراسات أخرى يمكن أن تساهم في إثراءه. وبذلك يمكن أن نقترح بعض الدراسات:
1. دور اليقظة التكنولوجية في تحسين تنافسية المؤسسة الاقتصادية.
 2. دور الكفاءات في إنجاح اليقظة التكنولوجية.

قائمة المصادر

والمراجع

أولا : المصادر والمراجع باللغة العربية

الكتب :

1. خضر مصباح إسماعيل الطيطي، الإدارة الاستراتيجية، دار حامد للنشر و التوزيع ، الطبعة الاولى، عمان ، 2013 .
 2. عز الدين علي سوسي نعمة عباس الخفاجي ، الميزة التنافسية وفق منظور استراتيجيات التغيير التنظيمي ، دار الأيام ، 2015
 3. نبيل مرسي خليل، الميزة التنافسية في مجال الأعمال، رويال، الإسكندرية، 1998.
- البحوث الجامعية:
1. آسيا دهون ، دور نظام الجودة الشاملة في تحقيق الميزة التنافسية ، مذكرة نيل شهادة الماستر كلية العلوم الإقتصادية و التجارية و علوم التسيير ، جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي ، 2014-2015
 2. بخوش أحمد، دور اليقظة وطرح المنتجات الجديدة في زيادة القدرة التنافسية للمؤسسة ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير مذكرة لنيل شهادة ماجستير ، سنة 2006-2007 .
 3. بن دكن فاطمة الزهراء ، جودة الخدمات المصرفية كمدخل لتعزيز الميزة التنافسية للمصارف ، مذكرة نيل شهادة ماستر ، مالية و بنوك ، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير
 4. بوزايد وسيلة ، مقارنة الموارد الداخلية و الكفاءات كمدخل للميزة التنافسية في المؤسسة الإقتصادية الجزائرية ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في علوم التسيير تخصص إدارة إستراتيجية جامعة سطيف 1 ، 2011/2012.
 5. بوزيد مروان، اليقظة التكنولوجية في رفع القدرة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية ، كلية العلوم الاقتصادي وعلوم التجارية وعلوم التسيير ، مذكرة دكتوراه، جامعة الجزائر 3، سنة 2013/2014 ، ص58

6. سكر فاطمة الزهراء ، دور الذكاء الاقتصادي في تدعيم رضا العاملين ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، تخصص تسويق ، جامع الجزائر 3 ، سنة 2013.
7. صالح صالحي ، مساهمة المسؤولية الاجتماعية في تدعيم الميزة التنافسية ، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر ، جامعة محمد خيضر بسكرة ، 2015/2014
8. كرغلي أسماء، اليقظة التكنولوجية كأداة لزيادة القدرة التنافسية للبنوك ، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية وعلوم التسيير ، مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، جامعة أحمد بوقرة بومرداس، سنة 2013-2014.
9. محاط أميرة، أثر اليقظة الاستراتيجية في تحسين الأداء التسويقي ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، مذكرة لنيل شهادة الماستر ، سنة 2013-2014 .
10. مزيان سهيلة ، أهمية اليقظة التكنولوجية في تنمية تنافسية المؤسسة ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، رسالة ماجستير ، جامعة الجزائر سنة 2008.
11. مغمولي نسرين ، دور الذكاء الاقتصادي في رفع من التنافسية الدولية للمؤسسة الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، تخصص تجارة دولية ، جامعة محمد خيضر بسكرة ، سنة 2016.

المجلات:

1. بركاني سمير ، اليقظة التكنولوجية من مقومات الميزة التنافسية للمؤسسة مجلة الاقتصاد الجديد ، العدد 11، المجلد 2، جامعة بومرداس ، 2014.
2. بوربالة أحمد سنة 2015 بعنوان "دور اليقظة التكنولوجية في تحسين تنافسية المؤسسة " دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر - باتنة - مذكرة ماستر التخصص التسيير الاستراتيجي للمنظمات ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارة وعلوم التسيير .
3. بوزيد مروان 2014 دور اليقظة التكنولوجية في رفع القدرة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية (دراسة حالة مجمع صيدال)، رسالة دكتوراه ، تخصص علوم اقتصادية ، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية علوم التسيير، جامعة الجزائر 3 .

4. حسين علي إبراهيم اليقظة الاستراتيجية ودورها في تحسين مستوى خدمات التمريضية ، بحث تطبيقي في مستشفى غازي الحريري ،مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية العدد 96 مجلد 23" (كلية الإدارة والاقتصاد) جامعة بغداد.
5. زيد خوام حمود ،الاستراتيجية وتأثيرها في النجاح التنظيمي،بحث استطلاعي في شركة الفارس العامة ، وزارة الصناعة مجلة العلوم الاقتصادية والادارية العدد 69، المجلد 23، كلية الادارة والاقتصاد / جامعة الفلوجة اليقظة.
6. شريف بقة ، فايزة محلب ، تأثير التحليل البيئي كآلية من آليات اليقظة الاستراتيجية في بناء الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية،دراسة ميدانية لمجموعة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية برج بوعريريج وسطيف ، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية،عدد02 ، سطيف ، جوان 2015
7. شمس ضياء خلفاوي، مكانة اليقظة التكنولوجية في تفعيل عملية الإبداع دراسة حالة مؤسسة الجزائرية، مجلة الآفاق للعلوم ، العدد الثامن ، جامعة الجلفة ، جوان 2017 .
ثانيا : المصادر والمراجع باللغة الأجنبية

1. -Etude :InèsBoulifaTamboura, Identification des facteurs critique de succès pour la mise en place d'un dispositif de veille stratégique, thèse de doctorat en sciences de gestion, université de Tunis, Institut supérieur de destion, Tunis, 2007
2. Humbert. lesca marie-laurence la veille stratégique un facteur clé de succès pour pme / pmi voulant devenir fournisseur de grandes compagnies transntionalesartical université pierre mendés France de grembbe France.
3. Etude : Samia Menin, problématique de la recherche d'informations d'origine « terrain » dans la veille stratégiques proposition d'éléments pour la formation des traqueurs (Application aux entreprise tunisiennes), Universités pierre Mendès, France ,2005

الملاحق

الملحق رقم (01): قائمة الأستاذ المحكمين:

الإمضاء	الجامعة	إسم الأستاذ المحكم
	جامعة غرداية	الأستاذ: رحمانى يوسف
	جامعة غرداية	الأستاذ:
	جامعة غرداية	الأستاذ:
	جامعة غرداية	الأستاذ:

ملاحق رقم 02 الاستبيان

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة غرداية

كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التجارية وعلوم التسيير

قسم إدارة أعمال

استمارة مذكرة حول:

دور اليقظة التكنولوجية في تعزيز الميزة التنافسية

دراسة حالة اتصالات الجزائر

تحت إشراف الأستاذ :

*رحماني يوسف

من إعداد الطالبات:

- زاهر فطيمة الزهراء
- كديد نعيمة

الأخ الفاضل ... الأخت الفاضلة

السلام عليكم ورحمة الله تعالى وبركاته

يسرنا أن نضع بين أيديكم هذا الاستبيان لجمع المعلومات اللازمة للدراسة التي نقوم بإعدادها لاستكمال شهادة الماستر في إدارة الأعمال والتي تدور حول موضوع " دور اليقظة التكنولوجية في تعزيز الميزة التنافسية " دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر بغرداية ، نأمل منكم الإجابة على الأسئلة الاستبيان بدقة ، وتأكدوا أن البحث سوف يستخدم لأغراض علمية بحثية. وفي الاخير تقبلوا منا فائق الاحترام والتقدير .

أولاً: المعلومات الشخصية

1- الجنس : ذكر أنثى 2-العمر : أقل من 30 سنة من 31 إلى 40 من 41 إلى 50 أكثر من 50 3- المؤهل العلمي : ثانوي أقل جامعي (تقني سامي ، مهندس ، ليسانس ، ماستر) دراسات عليا (ماجستير، دكتورا) تكوين مؤهل (مهني)

4- **الصف الوظيفي:** إطار سامي عون تحكم عون تنفيذي

5- **سنوات الخبرة :** أقل من 5 سنوات 5 سنوات إلى 10 **محور اليقظة التكنولوجية:**

اليقظة التكنولوجية : تهدف الى جمع المعلومات من اجل الابتكارات التكنولوجية والاستثمار بأمان، أو تشير اليقظة التكنولوجية إلى الجهود المبذولة من طرف المؤسسة والوسائل المسخرة والاجراءات المتخذة بهدف الكشف عن كل تطورات والمستجدات الحاصلة والياديين التقنية والتكنولوجية ، والتي تهتم المؤسسة حاليا او مستقبلا .

الرقم	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
	المحور الأول : درجة انفتاح المؤسسة على المحيط					
1	المؤسسة على اطلاع بمجالات البحث والتطوير الموجودة في مجال تخصصها					
2	تقوم المؤسسة برصد وتتبع كل ما يحدث في البيئة التكنولوجية من تطورات واكتشافات علمية عالمية					
3	تعمل المؤسسة على مواكبة المؤسسات الرائدة خارج الوطن في مجال نشاطها					
4	تقوم المؤسسة بعمل شراكة مع مؤسسات رائدة دوليا في مجال نشاطها للتعرف على تكنولوجيات حديثة					
5	تقوم المؤسسة بمعرفة الفرص والتهديدات في مجال التكنولوجي					
6	تمتلك مؤسستكم المرونة في تكيف مع متغيرات الخارجية					
7	بما أن المؤسسة تنشط في بيئة تكنولوجية فإن هناك ضرورة لاحتوائها على خلية اليقظة التكنولوجية					
8	من أجل متابعة السوق تقوم مؤسستكم باستخدام برمجيات خاصة بجمع المعلومات					
	محور الثاني : وسائل وآليات جمع بيانات المحيط التكنولوجي					
1	تتبع المؤسسة الأساليب الجديدة في تقديم الخدمات					
2	تقوم مؤسستكم بتعيين أشخاص مكلفين بالبحث عن المعلومات التقنية والعلمية التكنولوجية					
3	تمتلك المؤسسة الميزانيات الضرورية من أجل شراء المعلومات					

					لدى المؤسسة سياسة واضحة وموثقة للجودة	8
					المحور الثاني: الميزة التنافسية المتجددة	
					أسعار خدمات المؤسسة تتناسب مع تغيير الأسعار في السوق	1
					صورة المؤسسة متميزة عن المنافسين	2
					تحقق المؤسسة زيادة في المبيعات مقارنة بالمنافسين	3
					تسعى المؤسسة بشكل مستمر لتقديم الخدمات بجودة عالية مقارنة بالمنافسين	4
					بعض خدمات المؤسسة متميزة عن المنافسين	5
					تقوم مؤسستكم بتحسين الخدمات استجابة لتغيرات التي تطرأ في البيئة الخارجية	6
					تسعى المؤسسة إلى تخفيض التكاليف الصناعية بصورة مستمرة	7
					تحرص المؤسسة على ولاء الزبون والمحافظة عليه	8

ملاحق رقم 03 مخرجات نظام spss

الجنس

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ذكر	24	72.7	72.7	72.7
انثى	9	27.3	27.3	100.0
Total valid	33	100.0	100.0	

العمر

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
أقل من 30 سنة	9	27.3	27.3	27.3
من 31 إلى 40	16	48.5	48.5	75.8
من 41 إلى 50	7	21.2	21.2	97.0
أكثر من 50	1	3.0	3.0	100.0
Total Valid	33	100.0	100.0	

المؤهل العلمي

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ثانوي	5	15.2	15.2	15.2
جامعي (تقني سامي، مهندس، ليسانس، ماستر ماستر)	25	75.8	75.8	90.9
دراسات عليا (ماجستير، دكتورا)	2	6.1	6.1	97.0
تكوين مهني مؤهل	1	3.0	3.0	100.0
Total Valid	33	100.0	100.0	

الصفاء الوظيفي

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
إطار سامي	17	51.5	51.5	51.5
عون تحكم	12	36.4	36.4	87.9
عون تنفيذي	4	12.1	12.1	100.0
Total Valid	33	100.0	100.0	

سنواتالخبرة

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
أقل من 5 سنوات	10	30.3	30.3	30.3
من 5 سنوات إلى 10	10	30.3	30.3	60.6
الأقدمية	13	39.4	39.4	100.0
Total Valid	33	100.0	100.0	

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
المؤسسة على اطلاع بمجالات البحث والتطوير الموجودة في مجال تخصصها	33	2.00	5.00	4.1818	.68258
تقوم المؤسسة برصد وتتبع كل ما يحدث في البيئة التكنولوجية من تطورات واكتشافات علمية	33	4.00	5.00	4.3636	.48850
تعمل المؤسسة على مواكبة المؤسسات الرائدة خارج الوطن في مجال نشاطها	33	3.00	5.00	4.0909	.63066
تقوم المؤسسة بعمل شراكة مع مؤسسات رائدة دوليا في مجال نشاطها للتعرف على تكنولوجيات حديثة	33	1.00	5.00	3.6667	1.13652
تقوم المؤسسة بمعرفة الفرص والتحديات في المجال التكنولوجي	33	1.00	5.00	3.7273	1.12563
تمتلك مؤسستكم المرونة في تكيف مع المتغيرات الخارجية	33	1.00	5.00	3.6364	.85944
بما أن المؤسسة تنشط في بيئة تكنولوجية فإن هنا كضرورة لاحتوائها على خلية اليقظة التكنولوجية من أجل متابعة السوق تقوم مؤسستكم باستخدام برمجيات خاصة بجمع المعلومات	33	1.00	5.00	3.7879	.96039
بما أن المؤسسة تنشط في بيئة تكنولوجية فإن هنا كضرورة لاحتوائها على خلية اليقظة التكنولوجية من أجل متابعة السوق تقوم مؤسستكم باستخدام برمجيات خاصة بجمع المعلومات	33	2.00	5.00	4.2727	.83937
درجة انفتاح المؤسسة على محيط اليقظة التكنولوجيا	33	2.50	5.00	4.2273	.58751
اليقظة التكنولوجيا	33	3.00	5.00	4.2576	.56071
Valid N (listwise)	33				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
تتبع المؤسسة الأساليب الجديدة في تقديم الخدمات	33	3.00	5.00	4.5152	.75503
تقوم مؤسستكم بتعيين أشخاص مكلفين بالبحث عن المعلومات التقنية والعلمية التكنولوجية	33	2.00	5.00	4.1212	.81997
تمتلك المؤسسة الميزات الضرورية من أجل شراء المعلومات إن استلزم الأمر عندتحصل على المعلومات التكنولوجية	33	3.00	5.00	4.2424	.75126
تستفيد بها المؤسسة بالكامل أو وظيفة واحد	33	1.00	5.00	4.3333	.92421
تقوم المؤسسة بجمع المعلومات التكنولوجية بنفسها	33	1.00	5.00	4.0303	1.01504
تقوم مؤسستكم بشراء تقنيات وبرمجيات جديدة	33	3.00	5.00	4.4242	.56071
تترصد الشركة البحوث الأساسية التي تقوم بها الجامعات والمعاهد.	33	2.00	5.00	3.9091	.91391
وسائل وآليات جمع بيانات المحيط تكنولوجي	33	2.50	5.00	4.2121	.69631
Valid N (listwise)	33				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
تقوم مؤسستكم بإقتناء معدات وأجهزة ذات تكنولوجيا حديثة لمواكبة المحيط الخارجي	33	3.00	5.00	4.5152	.71244
تقوم المؤسسة بمراقبة المحيط الخارجي ومتابعة الإبداعات والابتكارات التكنولوجية	33	1.00	5.00	4.2727	.97701
المؤسسة على إطلاع بالمعايير المعمول بها حاليا في مجال التكنولوجي	33	2.00	5.00	4.4242	.70844
تهتم مؤسستكم بتطورات التكنولوجية جديدة من أجل إرضاء الزبائن	33	3.00	5.00	4.4848	.71244
تمتلك المؤسسة موظفين ذوي كفاءات تجعلهم قادرين على أداء العمل التكنولوجي	33	2.00	5.00	4.3333	.77728

الإستجابة لتغيرات المحيط التكنولوجي	33	3.00	5.00	4.4242	.43519
Valid N (listwise)	33				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
تضع المؤسسة مجموعة من العوائق لتقليد ميزتها التنافسية من طرف المنافسين	33	1.00	5.00	3.9091	1.12815
تتوفر المؤسسة على مزايا يصعب بتقليدها من المنافسين	33	2.00	5.00	3.8182	.72692
تتم عملية إنشاء القيمة في المؤسسة مع المنافسين.	33	3.00	5.00	3.8485	.90558
تهتم المؤسسة بتنمية الموارد غير الملموسة.	33	3.00	5.00	4.1818	.84611
تمتلك المؤسسة مجموعة من الكفاءات المتميزة.	33	3.00	5.00	4.3030	.68396
تقوم مؤسستكم بتجديد ميزتها التنافسية باستمرار.	33	1.00	5.00	4.1818	.91701
لدى المؤسسة سياسة واضحة وموثقة للجودة	33	3.00	5.00	4.2727	.71906
الميزة التنافسية المستدامة	33	1.00	5.00	3.9091	1.12815
الميزة التنافسية	33	1.00	5.00	3.9091	1.12815
Valid N (listwise)	33				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
أسعار خدمات المؤسسة تتناسب مع تغير الأسعار في السوق	33	3.00	5.00	4.5152	.71244
صورة المؤسسة متميزة علنا للمنافسين	33	2.00	5.00	4.3030	.80951
تحقق المؤسسة زيادة في المبيعات مقارنة بالمنافسين	33	2.00	5.00	4.3333	.85391

تسعى المؤسسة بشكل مستمر لتقديم الخدمات بجودة عالية مقارنة بالمنافسين	33	1.00	5.00	4.5152	.79535
بعض خدمات المؤسسة متميزة عن المنافسين	33	3.00	5.00	4.4242	.75126
تقوم مؤسستكم بتحسين الخدمات استجابة لتغيرات التي تطرأ في البيئة الخارجية	33	3.00	5.00	4.5758	.70844
تسعى المؤسسة إلى تخفيض التكاليف الصناعية بصورة مستمرة	33	3.00	5.00	4.1515	.79535
تحرص المؤسسة على ولاء الزبون والمحافظة عليه	33	3.00	5.00	4.4242	.70844
الميزة التنافسية المتجددة	33	3.00	5.00	4.4697	.49905
Valid N (listwise)	33				

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
البقطة التكنولوجية	33	4.2576	.56071	.09761
الميزة التنافسية	33	3.9091	1.12815	.19639

One-Sample Test

	Test Value = 3					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
البقطة التكنولوجية	12.884	32	.000	1.25758	1.0588	1.4564
الميزة التنافسية	4.629	32	.000	.90909	.5091	1.3091

Correlations

	الميزة التنافسية المتجددة	الميزة التنافسية المستدامة	الإستجابة لتغيرات المحيط التكنولوجي	وسائل وآليات جمع بيانات المحيط تكنولوجي	درجة انفتاح المؤسسة على المحيط	البقطة التكنولوجية وجبا	الميزة التنافسية
Pearson Correlation	1	.106	.061	.334	.051	.59**	.803**
Sig. (2-tailed)		.557	.736	.008	.779	.000	.000
N	33	33	33	33	33	33	33

الميزة التنافسية المستدامة	Pearson Correlation	.106	1	.081	.204	59**4.	59**7.	*464.
	Sig. (2-tailed)	.557		.654	.254	.000	.000	.001.
	N	33	33	33	33	33	33	33
الإستجابة لتغيرات المحيط التكنولوجي	Pearson Correlation	.061	.081	1	.029	.069	.659**	.499**
	Sig. (2-tailed)	.736	.654		.873	.701	.000	.000
	N	33	33	33	33	33	33	33
وسائل وأليات جمع بيانات المحيط تكنولوجي	Pearson Correlation	.334	.204	.029	1	.318	.364.	26**6.
	Sig. (2-tailed)	.008	.900	.873		.072	.300.	.000
	N	33	33	33	33	33	33	33
درجة انفتاح المؤسسة على عالم حيط	Pearson Correlation	.051	59**4.	.069	.318	1	.386*	99**5.
	Sig. (2-tailed)	.779	.000	.701	.072		.027	.000
	N	33	33	33	33	33	33	33
اليقظة التكنولوجية	Pearson Correlation	59**5.	59**7.	.659**	.036	.386*	1	**901.
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.843	.027		.000
	N	33	33	33	33	33	33	33
الميزة التنافسية	Pearson Correlation	**803.	*464.	.499**	26**6.	99**5.	**901.	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.001.	.000	.000	.000	.000	
	N	33	33	33	33	33	33	33

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Group Statistics

	الجنس	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
الميزة التنافسية	ذكر	24	3.7917	1.10253	.22505
	انثى	9	4.2222	1.20185	.40062

Independent Samples Test

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means					
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference

								Lower	Upper	
الميزة التنا فسية	Equal variances assumed	.330	.570	.976	31	.337	-.43056-	.44129	- 1.33057	.469 46
	Equal variances not assumed			.937	13.38 2	.365	-.43056-	.45950	- 1.42037	.559 26

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	معج 1 ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: معج 5

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,580 ^a	,336	,320	,40653

a. Predictors: (Constant), معج 1

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	3,427	1	3,427	20,736	,000 ^b
1 Residual	6,776	41	,165		
Total	10,203	42			

a. Dependent Variable: معج 5

b. Predictors: (Constant), معج 1

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,949	,379		5,137	,000
1 محج	,482	,106	,580	4,554	,000

a. Dependent Variable: محج5

معادلة خط الإنحدار :

$$Y = B_0 + B_1 X$$

$$+ 0.48 \times 1.94 Y =$$

ANOVA

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
العمر					
Between Groups	33,000	39	,846	,846	,671
Within Groups	3,000	3	1,000		
Total	36,000	42			
المؤهل					
Between Groups	12,163	39	,312	,936	,627
Within Groups	1,000	3	,333		
Total	13,163	42			
الخبرة					
Between Groups	60,116	39	1,541	4,624	,115
Within Groups	1,000	3	,333		
Total	61,116	42			
الوظيفة					
Between Groups	176,663	39	4,530	5,436	,093
Within Groups	2,500	3	,833		
Total	179,163	42			

كامل الاستبيان

Case Processing Summary

	N	%
Valid	33	100.0
Cases Excluded ^a	0	.0
Total	33	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.169	35

Case Processing Summary

	N	%
Valid	33	100.0
Cases Excluded ^a	0	.0
Total	33	100.0

Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.593	8

Case Processing Summary

	N	%
Valid	33	100.0
Cases Excluded ^a	0	.0
Total	33	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.728	20

Case Processing Summary

	N	%
Valid	33	100.0
Cases Excluded ^a	0	.0
Total	33	100.0

- a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.968.	7

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	33	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	33	100.0

- a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.967.	5

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	33	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	33	100.0

- a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.865.	15

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	33	100.0
	Excluded ^a	0	.0

Total	33	100.0
-------	----	-------

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
65.5	7

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	33	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	33	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
834.	7

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		اليقظة التكنولوجية	الميزة التنافسية
Normal Parameters ^{a,b}	N	33	33
	Mean	4.2576	3.9091
	Std. Deviation	.56071	1.12815
Most Extreme Differences	Absolute	.182	.257
	Positive	.162	.184
	Negative	.182	.257
Kolmogorov-Smirnov Z		1.048	1.479
Asymp. Sig. (2-tailed)		.222	.253

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

الفهرس

...

الصفحة	قائمة المحتويات
III	الإهداء
IV	كلمة شكر
V	الملخص
VII	قائمة المحتويات
VIII	قائمة الجداول
IX	قائمة الأشكال
X	قائمة الملاحق
أ - هـ	المقدمة
06	الفصل الأول: الإطار النظري اليقظة التكنولوجية والميزة التنافسية والدراسات السابقة
07	تمهيد
08	المبحث الأول : مفاهيم حول اليقظة التكنولوجية والميزة التنافسية
08	المطلب الأول :التطور التاريخي للذكاء الاقتصادي
08	الفرع الأول : التطور التاريخي
09	الفرع الثاني : مفهوم الذكاء الاقتصادي وعناصره
10	المطلب الثاني : مدخل لليقظة التكنولوجية.
10	الفرع الأول : مفهوم اليقظة
12	الفرع الثاني : مفهوم اليقظة التكنولوجية وأهميتها

13	الفرع الثالث : مراحل ووظائف اليقظة التكنولوجية
21	الفرع الرابع : مزايا والغاية من اليقظة
24	المطلب الثالث : عمومياتحول الميزة التنافسية
24	الفرع الأول : مفهوم الميزة التنافسية
28	الفرع الثاني : أبعاد الميزة التنافسية :
29	الفرع الثالث : أنواع الميزة التنافسية و مصادرها
33	الفرع الرابع : محددات الميزة التنافسية و خصائصها
36	المبحث الثاني : دراسات سابقة
36	المطلب الأول : دراسات أجنبية
38	المطلب الثاني : دراسات عربية
47	خلاصة الفصل:
48	الفصل الثاني: دراسة ميدانية
49	تمهيد
50	المبحث الأول : عموميات حول مؤسسة اتصالات الجزائر -الوكالة التجارية-بغرداية
50	المطلب الأول: تقديم عام لمؤسسة اتصالات الجزائر

50	الفرع الأول: لمحة تاريخية عن مؤسسة اتصالات الجزائر
51	الفرع الثاني: مهام مؤسسة اتصالات الجزائر
51	الفرع الثالث: أهداف مؤسسة اتصالات الجزائر
52	المطلب الثاني: المديرية العملية لإتصالات الجزائر بغرداية
52	الفرع الأول: تعريف المديرية العملية للاتصالات الجزائر لولاية غرداية
52	الفرع الثاني: أهداف المديرية العملية اتصالات الجزائر لولاية غرداية
	المطلب الثالث: الوكالة التجارية (ACTEL) (لاتصالات الجزائر بغرداية
53	الفرع الأول: عموميات حول الوكالة التجارية
56	الفرع الثاني: الهيكل التنظيمي للوكالة التجارية
60	المبحث الثاني: الدراسة التطبيقية (الطريقة و الإجراءات)
60	المطلب الأول: طرق وأدوات الدراسة
60	الفرع الأول: منهجية الدراسة
60	الفرع الثاني: مجتمع الدراسة و عينتها
60	الفرع الثالث: أداة الدراسة
63	الفرع الرابع: متغيرات الدراسة:

63	الفرع الخامس: الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة
65	الفرع السادس: صدق وثبات الاستبيان
68	المطلب الثاني: عرض و تحليل نتائج الدراسة ومناقشتها
69	الفرع الأول: النتائج المتعلقة بخصائص أفراد عينة الدراسة
74	الفرع الثاني: عرض وتحليل و مناقشة نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة
84	المطلب الثالث: إختبار الفرضيات:
90	خلاصة الفصل
92	الخاتمة
96	قائمة المراجع
101	الملاحق
118	الفهرس