

أثر اليقظة الإستراتيجية على تحقيق التحسين المستمر للمؤسسة الاقتصادية

دراسة حالة على مؤسسة عمر بن عمر بقالة

The impact of strategic vigilance in achieving continuous improvement of the economic institution

A case study of AMOR BENAMOR in Guelma

ط.د/ دوابي أحلام¹ (*)، د/ بن شويحة بشير²

¹ مخبر أداء المؤسسات والاقتصاديات في ظل العولمة جامعة قاصدي مرباح ورقلة(الجزائر)،

doubabi.ahlem@univ-ouargla.dz

² مخبر أداء المؤسسات والاقتصاديات في ظل العولمة جامعة قاصدي مرباح ورقلة(الجزائر)،

bachirbenchouiha@yahoo.fr

تاريخ النشر: 2023-09-10

تاريخ القبول: 2023/09/10

تاريخ الاستلام: 2023/03/05

ملخص:

هدفت الدراسة إلى معرفة أثر اليقظة الإستراتيجية في تحقيق التحسين المستمر في مؤسسة عمر بن عمر قالة، ولتحقيق هذا الهدف اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي، حيث تم إجراء دراسة ميدانية على عينة من 47 مفردة. ومن خلال تحليل ومناقشة البيانات واختبار الفرضيات باستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية spss، توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين اليقظة الإستراتيجية بأبعادها (اليقظة التكنولوجية، اليقظة التجارية) والتحسين المستمر، وأن المتغيرات المستقلة استطاعت أن تفسر 40.3% من التغيرات الحاصلة في المتغير التابع والباقي يعزى لعوامل أخرى.

تصنيف JEL: M11, M15.

Abstract:

The study aimed at knowing the impact of strategic vigilance in achieving a continuous improvement at the Amor Benamor Guelma, and to achieve this objective we relied in our study on the descriptive method, where a filed study was conducted on a sample of 47 staff.

By analyzing and discussing data and testing hypotheses using the statistical package for social sciences (SPSS) program, the study reached several results, the most important of which is the existence of a statistically significant relationship between strategic vigilance in its dimensions (technological vigilance and commercial vigilance) and continuous improvement, and the independent variables were able to explain 40.3% of the changes in the dependent variable and the rest is attributable to other factors.

Keywords: Strategic vigilance, competitive vigilance, technological vigilance, commercial vigilance, continuous improvement, Deming cycle.

JEL codes classifications: M11, M15.

1. مقدمة:

تشهد بيئة الأعمال المعاصرة مجموعة من التغيرات السريعة على كافة الجوانب الشيء الذي افرز العديد من التعقيدات والاضطرابات، التي دفعت بالمؤسسة لمحاولة التحسين المستمر للمنتج والعملية للتكيف مع هذه الأوضاع وضمان استمراريتها، ولذا بات من الضروري أن تولي اهتماما خصا للبيئة التي تنشط فيها لتحديد هذه التغيرات من خلال تبني أساليب جديدة تمكنها من الاستجابة بفعالية لمتطلبات السوق، ومن هنا يظهر دور اليقظة الإستراتيجية بمختلف أنواعها لجمع وتحليل كل المعلومات المتعلقة بالقطاع الذي تنشط فيه، واستغلالها بشكل أفضل لتطوير المؤسسة وتحسين تنافسيتها لتحقيق القيمة التي يطلبها الزبون.

1.1 إشكالية الدراسة:

في ظل السياق السابق يمكننا صياغة إشكالية الدراسة من خلال التساؤل الرئيسي التالي:

هل يوجد أثر لليقظة الإستراتيجية على تحقيق التحسين المستمر لمؤسسة عمر بن عمر؟

2.1 الأسئلة الفرعية:

وللإجابة على إشكالية الدراسة تم طرح الأسئلة الفرعية التالية:

هل يوجد أثر لليقظة التنافسية على تحقيق التحسين المستمر لمؤسسة عمر بن عمر؟

هل يوجد أثر لليقظة التكنولوجية على تحقيق التحسين المستمر لمؤسسة عمر بن عمر؟

هل يوجد أثر لليقظة التجارية على تحقيق التحسين المستمر لمؤسسة عمر بن عمر؟

3.1 فرضيات الدراسة:

بناء على الإشكالية السابقة تم الوقوف على الفرضية الرئيسية التالية:

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لليقظة الإستراتيجية على التحسين المستمر لمؤسسة عمر بن عمر عند مستوى معنوية 0.05.

وتتبع منها الفرضيات الفرعية التالية:

الفرضية الفرعية الأولى: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لليقظة التنافسية على تحقيق التحسين المستمر لمؤسسة عمر بن عمر عند مستوى معنوية 0.05؛

الفرضية الفرعية الثانية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لليقظة التكنولوجية على تحقيق التحسين المستمر لمؤسسة عمر بن عمر عند مستوى معنوية 0.05؛

الفرضية الفرعية الثالثة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لليقظة التجارية على تحقيق التحسين المستمر لمؤسسة عمر بن عمر عند مستوى معنوية 0.05.

4.1 أهداف الدراسة:

- تقديم مفاهيم نظرية لكل متغير من متغيرات الدراسة؛

- تشخيص ممارسات اليقظة الإستراتيجية بالمؤسسة محل الدراسة بمختلف أبعادها؛

- إبراز واقع التحسين المستمر بالمؤسسة محل الدراسة؛

- تحديد طبيعة العلاقة والأثر بين اليقظة الإستراتيجية والتحسين المستمر بالمؤسسة محل الدراسة؛

- تحليل نتائج الدراسة الميدانية وتقديم مجموعة من الاقتراحات لمؤسسة عمر بن عمر فيما يخص الاهتمام باليقظة الإستراتيجية بمختلف أبعادها والوقوف على أهميتها في تحقيق التحسين المستمر.

5.1 منهج الدراسة:

اعتمدنا في هذا البحث على المنهج الوصفي وذلك لعرض مختلف المفاهيم النظرية لمتغيرات الدراسة، أما بالنسبة للجزء التطبيقي فقد تم استخدام الاستبيان لجمع البيانات ثم العمل على معالجتها وتحليلها باستعمال الأساليب الإحصائية المناسبة ومن ثم استخلاص النتائج.

6.1 الدراسات السابقة:

دراسة **Continuous Improvement process model : A (2021) Diana cardenas and all Knowledge Management approach** انطلاقا من الدور الذي يلعبه التحسين المستمر في تحسين مستوى الأداء، جاءت هذه الدراسة لاقتراح نموذج لكيفية إدارة التحسين المستمر وتطويره، حيث تم إجراء العديد من المقابلات مع 5 خبراء يتمتعون بخبرة واسعة في مجال التحسين المستمر تزيد عن 20 سنة في أربع شركات مختلفة (فرنسا، سويسرا، المكسيك، الولايات المتحدة الأمريكية)، بناء على معرفتهم تم تصميم نموذج يقوم على خمس عمليات رئيسية: دعم حل المشكلات، دعم الإستراتيجية، تدريب الموظفين، وضع مؤشرات للأداء، قياس الأداء تدعم هذه العناصر عملية التحسين المستمر وتساعد المؤسسة على تحقيق التكيف بسرعة مع توقعات العملاء وتسمح لها بالاستمرار والحفاظ على مكانتها التنافسية.

دراسة **تقى على نجم(2019): تأثير اليقظة الإستراتيجية في التحسين المستمر للمنظمات دراسة ميدانية في الشركة العامة للمنتوجات الغذائية بغداد** هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على تأثير اليقظة الإستراتيجية بأبعادها (التنافسية، التكنولوجية، التجارية، البيئية) في التحسين المستمر من خلال دراسة اتجاهات عينة من مدراء الأقسام في هذه الشركة، توصلت نتائج الدراسة بعد المعالجة الإحصائية باستخدام برنامج Spss، إلى وجود اثر ذو دلالة معنوية لليقظة الإستراتيجية بأبعادها الأربعة على التحسين المستمر في الشركة العامة للمنتوجات الغذائية، وهذا ما يشكل حافزا قويا للشركة لتطبيق نظام اليقظة لتحسين أداء عملياتها وأنشطتها ومنتجاتها فضلا عن تعزيز قدرتها التنافسية.

دراسة **هبة بوشوشة(2017): علاقة نظام المعلومات بالتحسين المستمر كأحد مرتكزات إدارة الجودة الشاملة دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر لولاية قسنطينة** نظرا لأهمية نظام المعلومات في المؤسسة جاءت هذه الدراسة لمعرفة مدى قدرته على تحقيق التحسين المستمر ضمن متطلبات إدارة الجودة الشاملة، من خلال الاستعانة بالاستبيان لجمع البيانات اللازمة وبعد معالجتها توصلت الدراسة وجود علاقة ارتباط موجبة بين نظام المعلومات والتحسين المستمر على مستوى مؤسسة اتصالات الجزائر، إذ تساهم كل مكونات النظام في تحقيق التحسين المستمر وبالتالي تفعيل عملية إدارة الجودة الشاملة.

من خلال عرضنا للدراسات السابقة، تبين أن هناك نقص في الأبحاث التي تناولت المتغيرين معا مجتمعين على حسب حدود اطلاعنا، ومن بين الدراسات التي تطرقت إلى هذا الموضوع دراسة تقى على نجم: تأثير اليقظة الإستراتيجية في التحسين المستمر، غير أن الاختلاف الجوهري يكمن في اعتماد دراستنا الحالية على اليقظة الإستراتيجية بأبعادها الثلاثة (اليقظة التنافسية، اليقظة التكنولوجية، اليقظة التجارية) ودورها في تحقيق التحسين المستمر بالاعتماد على نموذج عجلة ديمنغ، كما أن الإطار الزمني والمكاني يختلف في الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة حيث كانت الدراسة الميدانية بمؤسسة عمر بن عمر بولاية قالة خلال سنة 2023.

2. اليقظة الإستراتيجية.

1.2 مفهوم اليقظة الإستراتيجية:

إن التحدي الحقيقي أمام منظمات الأعمال في ظل البيئة التنافسية المعقدة يكمن في كيفية الحصول على المعلومة والتحكم بها بشكل فعال وهذا ما تتكفل به اليقظة الإستراتيجية التي تزود المنظمة بالمعلومات التي تؤهلها لمواجهة المنافسة والتغلب عليها.

ظهرت البوادر الأولى لمصطلح اليقظة الإستراتيجية في الولايات المتحدة الأمريكية منذ الستينيات تحت مصطلح مسح البيئة، حيث قدم Aguilar في سنة 1967 دراسة بين فيها السيرورة التي يحصل من خلالها أصحاب القرار على معلومات تتعلق بالبيئة الخارجية (Scanning the Business Environmental)، غير أن الانطلاقة الحقيقية كانت في سنوات الثمانينات بشكل كبير في فرنسا خاصة بعد ظهور أعمال مايكل بورتر (بن خديجة، 2018، الصفحات 95-96) ويعتبر Humbert Lesca من أبرز المساهمين في ذلك، والذي يعرفها على أنها: عملية جماعية مستمرة تقوم بها مجموعة من الأفراد بشكل طوعي واستباقي برصد مختلف التغيرات التي تحدث في البيئة لاقتناص الفرص وتقليل حالات عدم اليقين (Naneche & Matmar, 2020, p. 211)

ويعرفها Jakobiak على أنها: رصد للبيئة متبوع بالنشر المستهدف للمعلومات المنتقاة والمعالجة من أجل اتخاذ القرارات الإستراتيجية (Bendjellouli & Bendi, 2017, p. 195).

وحسب L'AFNOR الجمعية الفرنسية للتقييس هي: نشاط مستمر ومتكرر إلى حد كبير يهدف إلى رصد البيئة الخارجية لتوقع التغيرات (Elmehdi, 2017, p. 19).

ويعتبرها Rouach أنها: مجموعة من العمليات المنظمة الرامية لجمع المعلومات تحليلها ونشرها من أجل تنمية وتطوير المؤسسة وضمان بقائها (Djennas & Benhabib, 2006, p. 56).

من خلال ما تقدم يمكن القول أن اليقظة الإستراتيجية نظام معلومات مفتوح على البيئة الخارجية للمؤسسة، والذي تهدف من خلاله إلى الكشف المسبق عن التغيرات المحتمل حدوثها بغية استغلال الفرص والتقليل من حالة عدم التأكد.

2.2 أبعاد اليقظة الإستراتيجية:

تتميز اليقظة الإستراتيجية بتعدد أبعادها ويمكن توضيح أهمها في ما يلي:

- **اليقظة التنافسية:** أو ما يعرف بالاستعلام التنافسي وهي ذلك النشاط الذي تتعرف من خلاله المؤسسة على منافسيها الحاليين والمحتملين، انطلاقاً من رصد قدراتهم وإمكانياتهم، نقاط قوتهم وضعفهم وتوجهاتهم المستقبلية من أجل اتخاذ القرارات المناسبة لمواجهةهم (النجار و الشوابكة، 2020، صفحة 507).

- **اليقظة التكنولوجية:** تهتم اليقظة التكنولوجية بجمع المعلومات التي تخص البيئة التكنولوجية للمؤسسة، والتي تمكنها من معرفة التقنيات التكنولوجية المستخدمة من قبل منافسيها في السوق من براءات اختراع، التطورات في أساليب التصنيع، ابتكار منتجات جديدة بغرض استغلالها في تحسين برامج البحث والتطوير (Abbas & Dawood, 2018, pp. 7-8).

- **اليقظة التجارية:** تتعلق اليقظة التجارية بالمعلومات التي تخص كل من زبائنهم ومورديهم وتطوير علاقة دائمة معهم، وذلك من خلال متابعة تطور احتياجات زبائنهم والعمل على إشباعها ومتابعة تطور منتجات وعروض مورديهم وإمكانية تزويدها بالمادة الأولية بأقل تكلفة ممكنة (Ben Romdhane, 2005, pp. 41-42).

- **اليقظة البيئية:** تعرف أيضاً باليقظة الشاملة وتسعى إلى المراقبة المستمرة وجمع المعلومات المتعلقة بالتطورات والأحداث التي تطرأ في الميادين السياسية والقانونية، الاجتماعية، الثقافية، الاقتصادية والتي يمكن أن تؤثر على نشاط المؤسسة (بلحاج، 2017، صفحة 198).

3.2 خصائص اليقظة الإستراتيجية:

يمكن إدراج أهم خصائص اليقظة الإستراتيجية فيما يلي (علاوي، 2011، الصفحات 83-84):

- الإستراتيجية: تستخدم للإشارة إلى أن معلومات اليقظة الإستراتيجية لا تتعلق بالعمليات الحالية والمتكررة ، وإنما تساعد على اتخاذ القرارات التي لها تأثير كبير على تنافسية واستمرار المؤسسة.
- عملية طوعية: اليقظة الإستراتيجية لا يمكن أن تكون عملا سلبيا أو محدودا بالمتابعة والمراقبة البسيطة للمحيط لكونها ذات هدف إبداعي، فهي على العكس من ذلك تعتبر طوعية بتنشيط كل الحواس لتوقع الأحداث قبل وقوعها.
- البيئة: محيط المؤسسة ليس مفهوما مجردا أو شيئا إحصائيا، فهو مكون من عدة عوامل مؤثرة لذا يجب تعريفها بشكل علمي ودقيق.
- الإبداع: معلومات اليقظة الإستراتيجية لا تستخدم لوصف الأحداث التي وقعت فعلا، لكنها تسمح بصياغة فرضيات لتكوين رؤية إبداعية إستباقية.
- التوقع: تتعلق اليقظة الإستراتيجية بتوقع واكتشاف التغيرات التي يمكن أن تحدث في محيط المؤسسة، وأن هذه المعلومات ذات ميزة تنبؤية تقدم توضيحات كإضاءة عن المستقبل.

3. التحسين المستمر.

1.3 مفهوم التحسين المستمر:

التحسين المستمر ترجمة للفلسفة اليابانية Kaizen، وهي كلمة مكونة من جزئين Kai وتعني التغيير و Zen ويقصد بها الأفضل بمعنى التغيير إلى الأفضل (بلال و بن الضب، 2023)، وتكمن هذه الفلسفة في التحسين التدريجي والتغيير المستمر لكافة أوجه أنشطة المؤسسة نحو الأفضل بما يتوافق مع إستراتيجيتها وأهدافها (بن خرناجي و قرزيز، 2021، صفحة 146)، ويتضمن التحسين المستمر مجموعة الإجراءات التي تتخذها المؤسسة لتعظيم كفاءة وفعالية الأنشطة والعمليات بغية تقديم منافع مضافة لكل من المؤسسة والزبون (بوحرو و هرياجي، 2021، صفحة 685)، وإرساء ذهنية لدى أفرادها بضرورة استغلال جميع فرص التحسين الممكنة مهما كانت بساطتها في الارتقاء بمستوى أداء المؤسسة (بن عودة و يوب، 2019، صفحة 108).

إن التحسين المستمر هو عملية شاملة تتضمن كافة أنشطة المؤسسة سواء المدخلات أو عمليات التحويل أو المخرجات وحتى انتقال المنتجات إلى الزبون، وقد ينتج عنه تخفيض في المدخلات أو زيادة في المخرجات أو تحسين جودتها أو ارتفاع مستوى رضا العاملين أو رضا الزبائن (روش و خثير، 2022، صفحة 567).

2.3 نموذج عملية التحسين المستمر:

إن تبني مدخل التحسين المستمر لا يمثل إلا البداية إلا أن الخطوة الأهم هي القيام بالتحسين والوصول إلى النتائج المرجوة سواء بالنسبة للمنتج أو العملية، وقد تم طرح حلقة Deming كنموذج لعملية التحسين باعتباره الأفضل والأوسع انتشارا وتطبيقا لثبوت نجاعته وبلوغ المؤسسات التي تعتمد موقع تنافسي متميز (الكيس و عبد الرحيم، 2022، صفحة 85).

تتم عملية التحسين المستمر وفق حلقة Deming من خلال أربع خطوات أساسية كما يلي (بن عودة، 2021، صفحة 13):

- **التخطيط Plan:** في هذه المرحلة يتم تجهيز الخطط لما يجب فعله، من أجل تحسين عمليات الإنتاج وفق المواصفات المطلوبة من قبل الزبون.
- **التنفيذ Do:** في هذه المرحلة يتم تنفيذ ما تم التخطيط له في المرحلة السابقة.
- **التقييم Check:** يتم في هذه المرحلة التأكد من فعالية التحسينات من خلال تقييم النتائج المتحصل عليها وهذا بمقارنتها مع الأهداف والمواصفات.

- التحسين Act: بناء على نتائج التقييم يتم إجراء التحسينات والتعديلات على العملية أو المنتج، لتعود العملية إلى مرحلتها الأولى ومن ثم تسير الحلقة من جديد.

3.3 أنواع التحسين المستمر:

- يمكن التمييز بين نوعين أساسيين (خزار، 2018، صفحة 87):
- عملية التحسين من أعلى إلى أسفل: يتمثل في إزالة كل أشكال الهدر في العملية الحالية أو المنتج الحالي، بإزالة خطوة زائدة وغير ضرورية في العملية الحالية أو إلغاء سمة غير ضرورية في المنتج الحالي.
 - عملية التحسين من الأسفل إلى الأعلى: يتمثل في إضافة مزايا جديدة أو محسنة إلى العملية الحالية أو المنتج الحالي، بإضافة مكون جديد أو تطوير جديد إلى العملية يؤدي إلى زيادة سرعتها أو تحسين درجة الثقة في مخرجاتها، إضافة سمة جديدة أو أكثر إلى المنتج الجديد أو تحسين تصميمه، مستوى جودته، سهولة استخدامه، مدى ملاءمته للغرض أو استعماله من قبل الزبون كل هذه العمليات تدخل ضمن هذا النوع.

4. الأدوات والمناهج

1.4 مجتمع وعينة الدراسة:

تمثل مجتمع الدراسة في مجموع الإطارات العاملين بمؤسسة عمر بن عمر، أما بالنسبة لعينة الدراسة فقد تم توزيع 47 استمارة واسترجاع 40 استمارة بنسبة (85.10%) من إجمالي العينة المدروسة صالحة للتحليل والدراسة.

2.4 أداة الدراسة:

تم الاعتماد على الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات اللازمة، قمنا بتقسيمها إلى ثلاث محاور كما يلي:

المحور الأول: تضمن البيانات الشخصية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة.

المحور الثاني: اليقظة الإستراتيجية، ويشمل هذا المحور 12 عبارة مقسمة على ثلاث أبعاد (اليقظة التنافسية، اليقظة التكنولوجية، اليقظة التجارية).

المحور الثالث: التحسين المستمر وفق لنموذج ديمنج pdca شمل هذا المحور 8 عبارات.

بالنسبة لفقرات متغيرات الدراسة فقد تم اعتماد مقياس ليكرت الخماسي حيث طلب من أفراد العينة إعطاء درجة موافقتهم على كل عبارة من العبارات وفق هذا المقياس كما يلي:

الجدول 1: تقسيم فئات مقياس ليكرت الخماسي

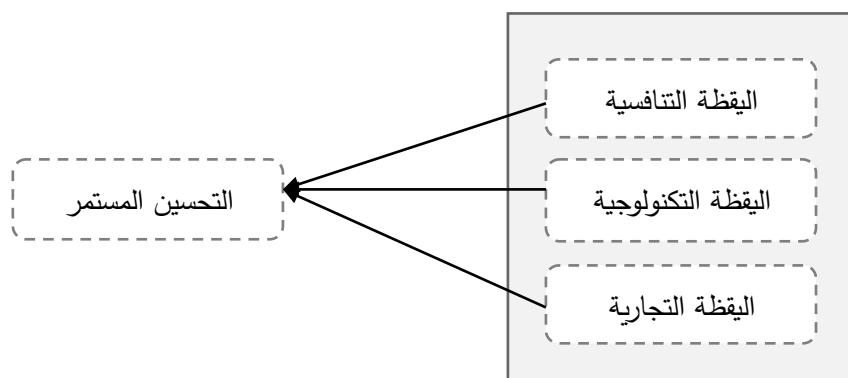
[5-4.20]	[4.20-3.40]	[3.40-2.60]	[2.60-1.80]	[1.80-1]
مرتفع جدا	مرتفع	متوسط	منخفض	منخفض جدا

المصدر: من إعداد الباحثين.

3.4 متغيرات الدراسة:

تم الاعتماد في هذه الدراسة على متغيرين أساسيين اليقظة الإستراتيجية بأبعادها الثلاثة (التنافسية، التكنولوجية، التجارية) كمتغير مستقل، والتحسين المستمر كمتغير تابع، وهي موضحة في الشكل الموالي:

الشكل 1: نموذج متغيرات الدراسة



المتغير التابع (التحسين المستمر)

المتغير المستقل (اليقظة الإستراتيجية)

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على الدراسات السابقة.

4.4 الأدوات الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

- لتحقيق أهداف الدراسة واختبار فرضياتها تم استخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS26) لمعالجة بيانات الدراسة إحصائياً، من خلال عدد من الأساليب منها:
- التكرارات والنسب المئوية لوصف عينة الدراسة؛
 - معامل ألفا كرونباخ لقياس درجة ثبات أداة الدراسة؛
 - معامل الارتباط بيرسون لقياس درجة التناسق والتجانس الداخلي للعبارة المكونة لأداة الدراسة؛
 - المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لوصف متغيرات الدراسة؛
 - اختبار Kolmogorov-Smirnov للتأكد من التوزيع الطبيعي لبيانات الدراسة؛
 - نموذج الانحدار الخطي المتعدد لقياس أثر اليقظة الإستراتيجية على التحسين المستمر للمؤسسة محل الدراسة.

5. مناقشة وتحليل النتائج:

1.5 خصائص عينة الدراسة:

للتعرف على توزيع مفردات الدراسة ووصفها حسب المتغيرات الشخصية، تم حساب التكرارات والنسب المئوية لأفراد عينة الدراسة، وكانت النتائج كالآتي:

الجدول 2: توزيع أفراد الدراسة وفق المتغيرات الشخصية.

النسبة المئوية	التكرار	المتغير	
80%	32	ذكر	الجنس
20%	8	أنثى	
100%	40	المجموع	
02,5%	01	أقل من 30 سنة	السن
65%	26	من 30 إلى أقل من 40 سنة	
20%	08	من 40 إلى أقل من 50 سنة	
12,5%	05	50 سنة فأكثر	
100%	40	المجموع	
5%	2	أقل من 5 سنوات	الأقدمية
12,5%	5	من 5 إلى أقل من 10 سنوات	

25	62,5%	من 10 إلى أقل من 15 سنة	المركز الوظيفي
8	20%	15 سنة فأكثر	
40	100%	المجموع	
0	0%	مدير عام	
3	7,5%	مدير مصلحة	
37	92,5%	إطار	
40	100%	المجموع	

المصدر: من إعداد الباحثين.

- بالنسبة لمتغير الجنس: يلاحظ من الجدول (02) أن الرجال يشكلون ما نسبته (80%) من إجمالي العينة المدروسة حيث بلغ عددهم (32) رجل، بينما تمثل نسبة النساء بالمؤسسة (20%) وذلك بتكرار مقداره (08) نساء.
- بالنسبة لمتغير السن: نلاحظ من الجدول السابق أن الفئة العمرية الأكثر تكرارا هي الفئة الثانية (من 30 إلى أقل من 40 سنة) بنسبة مئوية بلغت (65%)، تليها الفئة الثالثة (من 40 إلى أقل من 50 سنة) بنسبة تقدر بـ (20%)، ثم تأتي الفئة الرابعة (50 سنة فأكثر) بنسبة قدرها (12,5%)، وأخيرا تأتي الفئة الأولى (أقل من 30 سنة) بنسبة مئوية مقدارها (2,5%). ومنه نستنتج أن أفراد عينة الدراسة تتركز أعمارهم في الفئتين الثانية والثالثة.
- بالنسبة لمتغير الأقدمية: نلاحظ أن أغلب أفراد عينة الدراسة كانوا من الفئة الثالثة (من 10 إلى أقل من 15 سنة) بنسبة 62,5%، تليها الفئة الرابعة 15 سنة فأكثر بنسبة 20%، ثم تأتي الفئة الثانية (من 5 إلى أقل من 10 سنوات) بنسبة 12,5% وأخيرا تأتي الفئة الأولى (أقل من 5 سنوات) بنسبة 5%، وهذا ما يدل على أن أغلب الموظفين في المؤسسة يتمتعون بخبرة عالية.
- بالنسبة لمتغير المركز الوظيفي: يتضح من الجدول (2) أن أغلبية أفراد الدراسة والذين يبلغ عددهم (33) عاملا بما نسبته (92,5%) من عينة الدراسة يتمركزون ضمن الفئة الأخيرة والتي تمثل الإطارات، بينما يأتي بالمرتبة الثانية العمال الذين يشغلون وظيفة رئيس مصلحة والذي يبلغ عددهم (3) عمال بنسبة (7,5%).

2.5 اختبارات الثبات وصدق:

تعتبر اختبارات الصدق والثبات إجراء ضروري يجب استخدامه للتأكد من ثبات أداة الدراسة، ومعرفة درجة الاتساق بين فقرات الاستبيان لأجل مواصلة التحليل واختبار فرضيات الدراسة.

1.2.5 ثبات أداة الدراسة:

تم استخدام معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) لقياس ثبات أداة الدراسة، وكانت النتائج كما هي مبينة في الجدول التالي:

الجدول 3: قيمة معامل الثبات لأداة الدراسة

المتغيرات	عدد العبارات	ألفا كرونباخ
أولا: اليقظة الإستراتيجية	12	0,829
1- اليقظة التنافسية	4	0,621
2- اليقظة التكنولوجية	4	0,818
3- اليقظة التجارية	4	0,682
ثانيا: التحسين المستمر	8	0,757
الاستبيان ككل	20	0,883

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات spss.

يتضح من الجدول أعلاه أن قيم معامل الثبات ألفا كرونباخ لمتغيرات الدراسة كانت مرتفعة تفوق 60% ، وهو ما يشير إلى أن أداة الدراسة تتمتع بنسبة عالية من الثبات وبمقدرتها تحقيق أغراض الدراسة
2.2.5 صدق أداة الدراسة:

أ. الاتساق الداخلي لفقرات الاستبيان:

تم التحقق من صدق الاتساق الداخلي بحساب معامل الارتباط بيرسون بين درجة كل عبارة من عبارات البعد والدرجة الكلية للبعد الذي تنتمي إليه وذلك لجميع متغيرات الدراسة، وجاءت النتائج على النحو التالي:

الجدول 4: معامل الارتباط لمتغير اليقظة الإستراتيجية.

أبعاد اليقظة الإستراتيجية								
اليقظة التجارية			اليقظة التكنولوجية			اليقظة التنافسية		
مستوى الدلالة	معامل الارتباط	العبارة	مستوى الدلالة	معامل الارتباط	العبارة	مستوى الدلالة	معامل الارتباط	العبارة
0.000	0.771**	A9	0.000	0.601**	A5	0.000	0.581**	A1
0.000	0.725**	A10	0.000	0.632**	A6	0.001	0.508**	A2
0.000	0.608**	A11	0.000	0.618**	A7	0.000	0.598**	A3
0.008	0.729**	A12	0.000	0.663**	A8	0.001	0.473**	A4
(**) دال عند مستوى: 0.01								

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات spss.

من خلال الجدول أعلاه نجد أن جميع معاملات الارتباط بين كل عبارة والدرجة الكلية للبعد الذي تنتمي إليه موجبة ودالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.01، وهو ما يؤكد أن كل العبارات متجانسة وصادقة في قياس ما صممت لقياسه.

الجدول 5: معامل الارتباط للتحسين المستمر

التحسين المستمر					
مستوى الدلالة	معامل الارتباط	العبارة	مستوى الدلالة	معامل الارتباط	العبارة
0.000	0.710**	B5	0.000	0.604**	B1
0.000	0.606**	B6	0.000	0.646**	B2
0.000	0.630**	B7	0.000	0.621**	B3
0.000	0.689**	B8	0.000	0.702**	B4
(**) دال عند مستوى: 0.01					

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات spss.

يتضح من الجدول أعلاه أم معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات محور التحسين المستمر والدرجة الكلية للمحور، موجبة ودالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.01، وبذلك يعتبر المحور صادقا في قياس ما وضع لقياسه.
ب. الصدق البنائي:

يبين مدى ارتباط كل محور من محاور الاستبيان بالدرجة الكلية لعبارات الاستبيان مجتمعة، والجدول التالي يوضح ذلك:

الجدول 6: صدق الاتساق البنائي لمحاور الاستبيان

المحور	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
اليقظة الإستراتيجية	0.924**	0.000
التحسين المستمر	0.889**	0.000
(**) دال عند مستوى: 0.01		

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات spss.

يظهر الجدول أعلاه أن جميع معاملات الارتباط موجبة ودالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.01، وبذلك تعتبر جميع فقرات الاستبيان صادقة لما وضعت لقياسه.

3.5 التحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة:

بههدف معرفة اتجاهات إجابات أفراد العينة المدروسة، تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغيرات الدراسة وكانت نتائج هذه الحسابات كالتالي:

1.3.5 اليقظة الإستراتيجية:

الجدول 7: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير اليقظة الإستراتيجية.

الاتجاه العام	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرات
مرتفع	0.772	3.82	تهتم المؤسسة بكل ما يحدث في محيطها التنافسي
مرتفع	0.911	3.43	تعمل المؤسسة على جمع المعلومات حول كفاءات منافسيها
متوسط	0.893	3.33	تقوم المؤسسة بمتابعة التغيرات في استراتيجيات المنافسين
متوسط	0.966	3.13	المؤسسة على علم دائم بأهم أهداف منافسيها
مرتفع	0.885	3.42	اليقظة التنافسية
مرتفع جدا	0.622	4.35	تهتم المؤسسة بالتطورات التقنية والتكنولوجية التي تحدث في بيئتها الصناعية
مرتفع	0.733	4.02	تهتم المؤسسة بالمستجدات التكنولوجية المتعلقة بالتصنيع في مجال نشاطها
مرتفع جدا	0.730	4.32	تتابع المؤسسة المعايير المعمول بها في المجال التكنولوجي
مرتفع	0.766	3.82	تهتم المؤسسة بمعرفة التقنيات التكنولوجية المتبعة من قبل المنافسين
مرتفع	0.712	3.62	اليقظة التكنولوجية
مرتفع	0.838	3.29	تحرص المؤسسة على مراقبة أسواقها الأمامية والخلفية
مرتفع	0.954	3.45	تتابع المؤسسة التطورات الحاصلة في أدواق زبائنهم واحتياجاتهم
مرتفع	0.847	3.62	تحرص المؤسسة على المحافظة على زبائنهم الحاليين
مرتفع	0.883	3.48	تحرص المؤسسة باستمرار على مراقبة عروض الموردين
مرتفع	0.880	3.46	اليقظة التجارية
مرتفع	0.825	3.50	اليقظة الإستراتيجية

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات spss.

يتضح من الجدول أعلاه أن أفراد عينة الدراسة بمؤسسة عمر بن يرون أن أبعاد اليقظة الإستراتيجية متوفرة كلها بدرجة عالية، حيث تنحصر أغلب المتوسطات الحسابية ضمن حدود الفئة الرابعة أي ما بين (3.40) إلى أقل من (4.20) والتي تقابل الخلية مرتفع.

كما يتضح من ذات الجدول أن أفراد عينة الدراسة يرون أن اليقظة التنافسية متوفرة بدرجة مرتفعة، ودليل ذلك المتوسط الحسابي العام لإجمالي إجاباتهم والذي بلغ (3.42) وانحراف معياري (0.885)، وهذا نتيجة متابعة المؤسسة للتغيرات التي تحدث في محيطها التنافسي وحرصها على جمع مختلف المعلومات عن منافسيها في السوق سعياً منها لتعزيز مكانتها التنافسية.

وتظهر النتائج أيضاً أن المتوسط الحسابي العام لتصورات المبحوثين لبعده اليقظة التكنولوجية جاء بدرجة مرتفعة، إذ بلغ (3.62) وانحراف معياري (0.712)، وهذا ما يدل على الأهمية التي توليها المؤسسة للتطورات التقنية والمستجدات التكنولوجية من تجهيزات تكنولوجية حديثة، أساليب عمل متطورة وكل ماله صلة بالمجال التكنولوجي.

أما بالنسبة لبعده اليقظة التجارية فهو الآخر متوفر بدرجة مرتفعة بالمؤسسة محل الدراسة، بمتوسط حسابي عام بلغ (3.46) وانحراف معياري (0.880)، وهذا ما يعكس طبيعة علاقتها التجارية القوية بين زبائنهم ومورديها من أجل تقديم منتجات تتلاءم والمواصفات المطلوبة لكسب ولاء زبائنهم.

2.3.5 التحسين المستمر:

الجدول 8: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمغيب التحسين المستمر.

الاتجاه العام	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرات
مرتفع	0.862	3.44	تهتم المؤسسة بتحسين كافة مجالات العمل لتحقيق أداء أفضل.
مرتفع	0.933	4.12	تحرص المؤسسة على تحسين الجودة باستمرار
مرتفع	0.838	3.63	يتم التخطيط بدقة للنشاط المراد تحسنه وفق قواعد محددة.
مرتفع	0.934	3.50	يتم تحديد أهداف التحسين قبل إجراءه.
مرتفع	0.670	3.75	تحرص المؤسسة على اكتشاف الأخطاء وتصحيحها قبل وقوعها.
مرتفع	0.877	3.50	تحرص المؤسسة على التنفيذ السليم للمهام وفق الخطط الموضوعة
مرتفع	0.648	3.70	تعمل المؤسسة على مقارنة أهداف التحسين المحققة مع الخطط الموضوعة
مرتفع	0.599	3.73	تجري المؤسسة التعديلات اللازمة لتحقيق التحسين المستمر
مرتفع	0.795	3.67	التحسين المستمر

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات spss.

يتضح من الجدول أعلاه أن أفراد عينة الدراسة يرون أن مستوى التحسين المستمر بالمؤسسة عال، والدليل على ذلك المتوسط الحسابي لمجموع إجاباتهم والذي بلغ (3.67) وهو يدخل ضمن الفئة الرابعة ما بين (3.40) إلى أقل من (4.20) والتي تقابل الخلية مرتفع، فالمؤسسة تركز على تحسين مختلف عملياتها لتقديم أفضل المخرجات بالتخطيط الجيد لمختلف الأنشطة المراد تحسنه، والعمل على تنفيذ هذه الخطط ومقارنتها بالأهداف المخططة وإجراء مختلف التعديلات لتحقيق التحسين المستمر.

4.5 اختبار فرضيات الدراسة:

تهدف في هذه المرحلة إلى صياغة نموذج عام يعبر عن العلاقة التي تجمع بين متغيرات الدراسة اعتمادا على أسلوب الانحدار الخطي المتعدد، غير أن هذه العملية تقتضي إجراء بعض الاختبارات للتأكد من توفر شروط تطبيقه لضمان مصداقية ومعايرية هذا الأخير.

1.4.5 اختبار التوزيع الطبيعي:

تم اللجوء إلى اختبار كولمغوروف-سمرنوف (Kolmogorov-Smirnov) الذي يعتبر ضروري في حالة اختبار الفرضيات، لان معظم الاختبارات المعلمية تشترط أن يكون توزيع البيانات طبيعيا، ويوضح الجدول الموالي نتائج الاختبار

الجدول 9: اختبار كولمغوروف-سمرنوف

متغيرات الدراسة	قيمة مستوى الدلالة
اليقظة التنافسية	0.162
اليقظة التكنولوجية	0.183
اليقظة التجارية	0.179
التحسين المستمر	0.200

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات spss.

يتضح من الجدول أعلاه أن قيمة مستوى الدلالة لكافة المتغيرات أكبر من 5% ($\text{sig} > 0.05$) وهذا يدل على أن متغيرات الدراسة تتبع التوزيع الطبيعي.

2.4.5 الارتباط الذاتي بين الأخطاء:

للتحقق من عدم وجود مشكلة الارتباط الذاتي في معادلة خط الانحدار تم إجراء اختبار Durbin-Watson، أظهرت نتائج هذا الاختبار قيمة مقدارها 1.81 وهي قيمة أقل من 2 أي أنه لا يوجد مشكل الارتباط الذاتي.

3.4.5 اختبار التعدد الخطي:

للتأكد من عدم وجود ازدواج خطي أو ارتباط بين المتغيرات المستقلة قمنا بحساب مؤشر معامل تضخم التباين (VIF) والتباين المسموح (Tolerance)، والجدول التالي يوضح نتائج اختبار التعدد الخطي:

الجدول 10: معامل تضخم التباين والتباين المسموح للمتغيرات المستقلة

معامل تضخم التباين (VIF)	التباين المسموح (Tolerance)	
1.239	0.807	اليقظة التنافسية
1.321	0.757	اليقظة التكنولوجية
1.078	0.927	اليقظة التنافسية

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات spss.

من النتائج المبينة في الجدول أعلاه نجد أن قيم معامل تضخم التباين لكل المتغيرات المستقلة تراوحت بين 1.078 و 1.239 وهي أقل من 5، كما أن قيم التباين المسموح تراوحت بين 0.523 و 0.742 وهي أكبر من 0.05، ما يعني عدم وجود مشكلة التعدد الخطي بين المتغيرات المستقلة.

من خلال هذه النتائج يتبين لنا سلامة النموذج وتحقق شروط تطبيقه، وبالتالي نستدل على صلاحيته لاختبار فرضيات الدراسة.

5.5 التأكد من صحة فرضيات الدراسة:

1.5.5 التأكد من صحة الفرضية الرئيسية:

قدمت الفرضية الرئيسية بالصيغة التالية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لليقظة الإستراتيجية على تحقيق التحسين المستمر لمؤسسة عمر بن عمر عند مستوى معنوية 0.05.

وسيتم اختبارها بصياغة الفرضيتين التاليتين:

H0: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لليقظة الإستراتيجية على تحقيق المستمر لمؤسسة عمر بن عمر عند مستوى معنوية 0.05؛

H1: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لليقظة الإستراتيجية على تحقيق المستمر لمؤسسة عمر بن عمر عند مستوى معنوية 0.05.

من أجل التأكد من صحتها، استخدمنا تحليل التباين للانحدار لمعرفة أثر اليقظة الإستراتيجية على التحسين المستمر لمؤسسة عمر بن عمر، وكانت النتائج كما هي موضحة في الجدول الموالي:

الجدول 11: نتائج تحليل تباين الانحدار.

النموذج	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	مستوى الدلالة Sig	معامل الارتباط R	معامل التحديد	معامل الخطأ المعياري للتقدير
الانحدار	1.755	3	0.592	9.772	0.000 ^b	0.670	0.449	0.246
البواقي	2.180	36	0.061	قيمة F الجدولية عند مستوى معنوية 0.05 ودرجات الحرية (3، 36)=2.87				
المجموع	3.955	39						

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات spss.

يتضح من الجدول أعلاه أن قيمة F المحسوبة والبالغة 9.772 أكبر من قيمتها الجدولية 2.87 وبمستوى دلالة 0.000^b وهو أقل من مستوى الدلالة المعتمد، كما بلغ معامل الارتباط في نموذج الدراسة القيمة 0.670 وهذا ما يدل على وجود علاقة طردية موجبة بنسبة 67% بين اليقظة الإستراتيجية والتحسين المستمر في المؤسسة محل الدراسة، وتشير النتائج من خلال معامل التحديد أن المتغيرات المستقلة التي يتضمنها النموذج تفسر 40.3% من التغيرات التي تطرأ على المتغير التابع، أما النسبة المتبقية فهي تعزى لمساهمة متغيرات أخرى لم تؤخذ في النموذج، وبالتالي نرفض الفرضية بصيغتها الصفرية ونقبل الفرضية البديلة وذلك عند مستوى معنوية 0.05.

2.5.5 اختبار الفرضيات الفرعية:

تم استخدام احصائية (T-test) لاختبار معنوية معالم النموذج، والنتائج موضحة في الجدول التالي:

الجدول 12: نتائج الانحدار المتعدد بين أبعاد اليقظة الإستراتيجية والتحسين المستمر.

النموذج	المعاملات غير المعيارية		المعاملات المعيارية	قيمة T المحسوبة	مستوى الدلالة Sig
	B	الخطأ المعياري			
الثابت	0.803	0.670		1.199	0.239
اليقظة التنافسية	0.106	0.135	0.111	0.783	0.439
اليقظة التكنولوجية	0.328	0.116	0.391	2.838	0.007

0.002	3.349	0.430	0.116	0.390	اليقظة التجارية
-------	-------	-------	-------	-------	-----------------

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات spss.

من خلال الجدول أعلاه يمكن تشكيل النموذج الخطي على النحو التالي:

التحسين المستمر = $0.803 + 0.106$ اليقظة التنافسية + 0.328 اليقظة التكنولوجية + 0.390 اليقظة التجارية.
الفرضية الفرعية الأولى:

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لليقظة التنافسية على تحقيق التحسين المستمر لمؤسسة عمر بن عمر عند مستوى معنوية 0.05

وسيتم اختبارها بصياغة الفرضيتين التاليتين:

H0: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لليقظة الإستراتيجية على تحقيق المستمر لمؤسسة عمر بن عمر عند مستوى معنوية 0.05؛

H1: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لليقظة الإستراتيجية على تحقيق المستمر لمؤسسة عمر بن عمر عند مستوى معنوية 0.05.

تبين من خلال نتائج التحليل الواردة في الجدول رقم (11) إلى عدم وجود اثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية لليقظة التنافسية على التحسين المستمر في مؤسسة عمر بن عمر، إذ بلغت قيمة T المحسوبة 0.783 وهي أقل من قيمتها الجدولية، بالإضافة إلى أنها غير معنوية عند مستوى المعنوية المعتمد 0.05، ولهذا قمنا برفض الفرضية البديلة وقبول الفرضية الصفرية.

الفرضية الفرعية الثانية:

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لليقظة التكنولوجية على تحقيق التحسين المستمر لمؤسسة عمر بن عمر عند مستوى معنوية 0.05.

وسيتم اختبارها بصياغة الفرضيتين التاليتين:

H0: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لليقظة التكنولوجية على تحقيق المستمر لمؤسسة عمر بن عمر عند مستوى معنوية 0.05؛

H1: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لليقظة التكنولوجية على تحقيق المستمر لمؤسسة عمر بن عمر عند مستوى معنوية 0.05.

بلغت درجة التأثير (Beta) لبعده اليقظة التكنولوجية (0.391) وكانت قيمة إحصائية ستودنت التي توافقها دالة عند مستوى المعنوية المفترضة في الدراسة 0.05، بمعنى انه في حالة وجود ممارسة لليقظة التكنولوجية فإنها تساهم بنسبة 39.1% في عملية التحسين، وبناء عليه نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة أي أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 لليقظة التكنولوجية على التحسين المستمر لمؤسسة عمر بن عمر.

الفرضية الفرعية الثالثة:

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لليقظة التجارية على تحقيق التحسين المستمر لمؤسسة عمر بن عمر عند مستوى معنوية 0.05.

وسيتم اختبارها بصياغة الفرضيتين التاليتين:

H0: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لليقظة التجارية على تحقيق المستمر لمؤسسة عمر بن عمر عند مستوى معنوية 0.05؛

H1: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لليقظة التجارية على تحقيق المستمر لمؤسسة عمر بن عمر عند مستوى معنوية 0.05.

بلغت درجة التأثير (Beta) لبعد اليقظة التجارية (0.430) وكانت قيمة T المحسوبة التي توافقت معها معنوية إحصائية بمستوى دلالة أقل من 0.05، بمعنى أنه في حالة وجود ممارسة لليقظة التجارية فإنها تساهم بنسبة 43% في عملية التحسين، وبناء عليه نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة أي أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 لليقظة التجارية على التحسين المستمر لمؤسسة عمر بن عمر.

خاتمة:

حاولت الدراسة تسليط الضوء على الدور الذي تلعبه اليقظة الإستراتيجية باعتبارها من أهم الآليات الفعالة التي تدعم بقاء واستمرارية المؤسسة في ظل التغيرات الديناميكية التي تشهدها بيئة الأعمال المعاصرة في تحقيق التحسين المستمر كمدخل لإدارة الجودة الشاملة بمؤسسة عمر بن عمر، حيث تم توزيع استبانته على مجموعة من إطارات المؤسسة، وبعد تحليل البيانات باستخدام برنامج spss26 تم التوصل إلى النتائج التالية:

- فيما يتعلق بممارسات اليقظة الإستراتيجية أظهرت النتائج أنها متوفرة بدرجة مرتفعة بالمؤسسة محل الدراسة حيث بلغ متوسط إجابات أفراد عينة الدراسة (3.50)، وهذا دليل على أن المؤسسة تهتم برصد مختلف التطورات والتغيرات التي تطرأ على بيئتها التنافسية، التكنولوجية والتجارية بغية استغلالها في اتخاذ القرارات الإستراتيجية المناسبة؛
- تهتم مؤسسة عمر بن عمر بإحداث التحسينات المطلوبة بصفة مستمرة لمختلف الأنشطة والعمليات لتحقيق أفضل النتائج، حيث بلغ المتوسط الحسابي لإجمالي إجابات أفراد عينة الدراسة (3.67) وهو متوسط ينحصر ضمن حدود الفئة الرابعة والتي تقابل الخلية عال؛
- بينت نتائج الدراسة أنه توجد علاقة ارتباط طردية موجبة بين اليقظة الإستراتيجية والتحسين المستمر لمؤسسة عمر بن عمر، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (0.670)؛
- إن اليقظة الإستراتيجية داخل المؤسسة تفسر ما نسبته 40.3% من التغيرات التي تطرأ على التحسين المستمر، وأن النموذج كما كشف عنه اختبار فيشر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية يزيد عن 95%؛
- بينت نتائج الدراسة إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 لليقظة الإستراتيجية على تحقيق التحسين المستمر لمؤسسة عمر بن عمر؛
- بينت نتائج الدراسة إلى عدم وجود أثر ذو دلالة إحصائية لليقظة التنافسية على التحسين المستمر لمؤسسة عمر بن عمر قالمة عند مستوى معنوية 5%؛
- بينت نتائج الدراسة إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية لليقظة التكنولوجية على التحسين المستمر لمؤسسة عمر بن عمر قالمة عند مستوى معنوية 5%؛
- بينت نتائج الدراسة إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية لليقظة التجارية على التحسين المستمر لمؤسسة عمر بن عمر قالمة عند مستوى معنوية 5%.

التوصيات: من خلال النتائج المتوصل إليها يمكننا تقديم التوصيات التالية:

- إنشاء خلية متكاملة لليقظة الإستراتيجية في المؤسسة تقوم برصد مختلف التطورات والتغيرات التي تحدث في بيئتها التي تنشط فيها واعتمادها كوظيفة أساسية مثل الوظائف الأخرى؛
- ضرورة زيادة الاهتمام أكثر باليقظة التنافسية في المؤسسة المبحوثة خصوصا وأن نتائج الدراسة قد بينت عدم وجود أثر لها في تحقيق التحسين المستمر؛
- الاهتمام بالتحسين المستمر لكافة مجالات العمل بالمؤسسة من أجل تطوير أدائها على مختلف المستويات وتحقيق مزايا تنافسية تكسبها موقع تنافسي مميز.

قائمة المراجع:

1. الأخضر خزار، تنمية الابداع لخدمة التحسين المستمر دراسة حالة المؤسسات الاقتصادية بالغرب الجزائري، اطروحة دكتوراه في علوم التسيير ، جامعة تلمسان، الجزائر، 2018؛
2. عثمان بلال، عبد الله بن الضب، دور التحسين المستمر كمرتكز للإدارة الرشيقة في تطوير أداء العاملين-دراسة عينة من عمال شركة انتاج الكهرباء والطاقت المتجددة وحدة اليزي-، مجلة أفاق للبحوث والدراسات، المجلد6، العدد1، 2023؛
3. على ابكر الخليل الكيس، ابو بكر احمد الهادي عبد الرحيم، اثر تكامل تكاليف دورة حياة المنتج والتحسين المستمر على تحقيق الريادة بالمنشآت الصناعية السودانية، مجلة الادارة العامة والقانون والتنمية، المجلد3، العدد2، 2022؛
4. فتيحة بوجرود، حمزة هرباجي، واقع التحسين المستمر للجودة في المؤسسات الصناعية الصغيرة والمتوسطة: دراسة حالة عينة من المؤسسات بولاية سطيف، Revue Algerienne d economie et gestion ، المجلد15، العدد1، 2021؛
5. فطوم لينة بن خزناجي، محمود قرزيز، التحسين المستمر والإبداع التطبيقي في مؤسسة كوندور برج بوعربريج-دراسة سوسيوتنظيمية لبعض المتغيرات الشخصية والوظيفية-، مجلة أبحاث ودراسات التنمية، المجلد8، العدد1، 2021؛
6. قصير بن عودة، مختار يوب، نظام تقييم الأداء وعلاقته بالتحسين المستمر في ظل معايير مواصفات الأيزو9000-دراسة ميدانية بمؤسسة(orsim) للصناعات الميكانيكية غليزان-، مجلة التنمية البشرية ، العدد 11، 2019؛
7. قصير بن عودة، منهجية التحسين المستمر(كايزن) وعلاقتها بتعزيز أخلاقيات العمل في ظل معايير حوكمة المنظمات، مدرات للعلوم الاجتماعية والإنسانية، المجلد2، العدد1، 2021؛
8. محمد روشو، محمد خثير، التحسين المستمر كمدخل لإدارة الجودة وأثره على الأداء الإستراتيجي في مؤسسة اتصالات الجزائر-وحدة تيسمبيلت-، مجلة دفاتر اقتصادية، المجلد13، العدد1، 2022؛
9. محمد فايز النجار، خالد محمود الشوابكة، اليقظة الإستراتيجية وأثرها في إدارة المشاريع في شركات الإتصالات الأردنية، المجلة العالمية للاقتصاد والأعمال، المجلد8، العدد3، 2020؛
10. مريم بلحاج، اليقظة الإستراتيجية ضرورة حتمية للاستمرار في البيئة المعاصر، مجلة اقتصاديات المال والاعمال، 2017؛
11. منصف بن خديجة، اليقظة الإستراتيجية، الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2018؛
12. نصيرة علاوي، اليقظة الإستراتيجية كعامل للتغيير في المؤسسة دراسة حالة مؤسسة موبيليس، مذكرة ماجستير في علوم التسيير، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، الجزائر، 2010.
13. Ali Fakhri Abbas, Fadhiela Salman Dawood, the role of strategic vigilance in the operational performance of the banking sector: field research in a sample of private banks, European journal of business and management, Vol 21, No 10, 2018 ;
14. Amel Bendjellouli, abdellah abdessalam Bendi, la veille strategique au service de la strategie, AL-MOASHEER journal of economic studies, Vol4, No1, 2017 ;
15. Fariza Naneche, Dalila Matmar, les determinants de la pre-adoption de la veille strategique en entreprise: une approche theorico-conceptuelle, revue nouvelle economie, Vol11, No2, 2020 ;
16. Hathat Elmehdi, La veille strategique: un levier permanent de la competitivite, التكامل الاقتصادي , Vol5, No3, 2017 ;
17. Hichem Ben Romdhane, etude sur le processus de la veille dans les PME: comment accomplir la veille efficacement dans le contexte de la PME, universite du Quebec a trois-rivieres, 2005 ;
18. Mustapha Djennas, Abderrezak Benhabib, Veille strategique et outils d aide a la decision dans les entreprises: cas des entreprises de service, les cahier du MECAS, Vol2, No1, 2006.