

أثر اليقظة الاستراتيجية في دعم الإبداع في المنظمات الجزائرية: دراسة ميدانية بمؤسسة المواد الدسمة (سيبوس – لابل عناية)*

أ. هبة سحنون**
أ.د. نوة ثلاثية***

* تاريخ التسليم: 2016/5/7م، تاريخ القبول: 2016/6/11م.
** طالبة دكتوراه/ جامعة باجي مختار - عناية/ الجزائر.
*** أستاذة التعليم العالي/ جامعة باجي مختار - عناية/ الجزائر.

المعلومات والاتصالات، والاقتصاد المبني على المعرفة وارتفاع حدة المنافسة، لهذا وفي وقت تزداد فيه تحركات المنافسين، تبرز أهمية استكشاف الفرص الجديدة للبيئة الخارجية ومراقبة أعمال المنافسين وهذا يتطلب معلومات استراتيجية لتطوير المنتجات بشكل يختلف عن المتبع في القطاع الذي تعمل فيه المنظمة حتى يستجيب الإبداع بسرعة للفرص المتاحة والتهديدات المحتملة.

وتأسيساً على ما سبق ذكره تأتي هذه الدراسة في محاولة لمعرفة وقياس أثر اليقظة الاستراتيجية في دعم الإبداع في المنظمات عموماً والمنظمات الجزائرية خصوصاً، وذلك وفقاً للمخطط التالي:

- المحور الأول: منهجية الدراسة
- المحور الثاني: الدراسات السابقة
- المحور الثالث: الإطار النظري للدراسة
- المحور الرابع: الإطار الميداني للدراسة
- المحور الخامس: نتائج وتوصيات الدراسة

المحور الأول: منهجية الدراسة

أولاً: مشكلة الدراسة

تسعى جل المنظمات اليوم إلى البحث عن كيفية زيادة قدراتها التنافسية والإبداعية والمحافظة عليها بشكل مستدام، ولتحقيق ذلك فالمنظمة مطالبة بفهم العلاقة الموجودة بينها وبين البيئة قصد الاستفادة من الفرص التي تنتجها هذه العلاقة، فدراسة البيئة ولاسيما البيئة التنافسية يعتبر المدخل الأساسي لتنمية الأفكار الإبداعية وفهم كيفية التي تمارس بها المنظمة نشاطاتها وطريقة تفاعلها مع هذه البيئة بمختلف مكوناتها، ولا يتحقق ذلك إلا بامتلاك المنظمة لنظام لليقظة الاستراتيجية يعمل على توفير المعلومات اللازمة عن مختلف المنافسين الحاليين والمحتملين، كما أن فعالية اليقظة تظهر باعتبارها عامل أساسي في استمرارية هذا الأداء الاستراتيجي.

وتأسيساً على ما سبق ذكره تتضح معالم إشكالية هذه الدراسة ضمن الإجابة على السؤال الرئيس التالي:

◀ إلى أي مدى يمكن أن تؤثر اليقظة الاستراتيجية في دعم الإبداع في المنظمة الجزائرية بالتطبيق على مؤسسة المواد الدسمة (سيبوس - لابلال عنابة)؟

وستتم الإجابة على السؤال الرئيسي من خلال الإجابة على الأسئلة الفرعية التالية:

◀ هل تؤثر اليقظة التنافسية في دعم الإبداع بمؤسسة المواد الدسمة (سيبوس - لابلال عنابة)؟

◀ هل تؤثر اليقظة التكنولوجية في دعم الإبداع بمؤسسة المواد الدسمة (سيبوس - لابلال عنابة)؟

◀ هل تؤثر اليقظة التجارية في دعم الإبداع بمؤسسة المواد الدسمة (سيبوس - لابلال عنابة)؟

ملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى بيان أثر اليقظة الاستراتيجية بأشكالها المختلفة (اليقظة التنافسية، اليقظة التكنولوجية، واليقظة التجارية) في دعم نشاط الإبداع في المنظمات الجزائرية، ولتحقيق الهدف السابق الذكر تأسست هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي حيث تم الاعتماد على أداة الاستبانة في جمع البيانات الأولية فقد اعتمدت الباحثتين على الحصر الشامل لجميع المديرين والمديرين العاملين بمؤسسة المواد الدسمة (سيبوس - لابلال عنابة) كحالة دراسية حيث تم توزيع 50 استمارة وتم استرجاع 47، وقد جاءت نتائج الدراسة مؤكدة للفرضية الرئيسية القائلة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمختلف أشكال اليقظة الاستراتيجية (التنافسية، التكنولوجية، والتجارية) في دعم الإبداع في مؤسسة المواد الدسمة (سيبوس - لابلال عنابة).

الكلمات المفتاحية: اليقظة الاستراتيجية - اليقظة التنافسية - اليقظة التكنولوجية - اليقظة التجارية - الإبداع - الجزائر - مؤسسة المواد الدسمة (سيبوس - لابلال عنابة).

The Impact of Strategic Vigilance on Encouraging Creativity at Algerian Organizations: An Empirical Study on the Company of Fatty Substances "CGS Seybouse - La Belle Annaba"

Abstract:

This study aims to show the impact of all types of strategic vigilance (competitive vigilance, technological vigilance, marketing vigilance) on encouraging creativity in Algerian organizations. For the purpose of the study, the descriptive analytical method was adopted using a questionnaire as a tool to collect primary data from a sample that consists of all directors and general directors of the company of fatty substances (CGS Seybouse - La Belle Annaba). Out of the 50 questionnaires that were distributed, 47 were retrieved. The results of the field study confirmed the principal hypothesis of the research which states that: "there is statistical relation between the types of strategic vigilance and the creativity in the company of fatty substances (CGS Seybouse - La Belle Annaba).

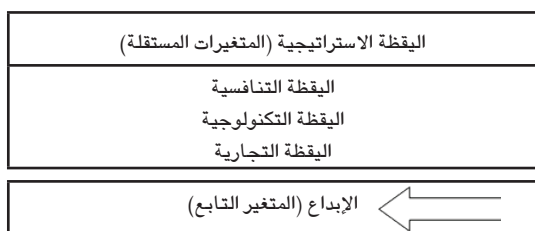
Key Words: Strategic vigilance - Competitive vigilance - Technological vigilance - Marketing vigilance - Creativity - Algeria - The company of fatty substances (CGS Seybouse - La Belle Annaba).

المقدمة

شهدت البيئة العالمية في العقدین الأخيرین العديد من التطورات والتغيرات من بينها: ظاهرة العولمة، وازدهار تكنولوجيا

الشكل (01)

أنموذج الدراسة



المصدر: من إعداد الباحثين.

سادساً: المنهج المتبع

لتحقيق أهداف الدراسة اعتمدت الباحثتان على المنهج الوصفي التحليلي نظراً لملاءمته لطبيعة البحث، فمن خلال هذا المنهج تمت دراسة مدى تطبيق مؤسسة المواد الدسمة (سيبوس - لابال عنابة) لأشكال اليقظة الاستراتيجية ومدى تأثير ذلك على الإبداع فيها.

سابعاً: أداة الدراسة (الاستبانة)

للإجابة على مشكلة الدراسة والتحقق من فرضياتها قامت الباحثتان بتصميم أداة للدراسة (استبانة) تضمنت الأجزاء التالية:

♦ الجزء الأول: تضمن كافة البيانات الشخصية لعينة الدراسة.

♦ الجزء الثاني: ويشمل (15) فقرة متعلقة بالمتغيرات المستقلة؛ إذ جرى تخصيص (5) فقرات لبعده اليقظة التنافسية، (5) فقرات لليقظة التكنولوجية، (5) فقرات لليقظة التجارية على التوالي.

♦ الجزء الثالث: ويشمل (12) فقرة متعلقة بالمتغير التابع.

وقد جرى اختيار مقياس ليكرت (Likert) الثلاثي في بناء الاستبانة، لأنه يعتبر من أكثر المقاييس استخداماً لقياس الآراء، وهذا بالنظر إلى سهولة فهمه وتوازن درجاته، إذ يعبر الأفراد المجيبون عن مدى موافقتهم على كل العبارات التي تحتويها الاستبانة وفق ثلاثة درجات إذ يتدرج المقياس ما بين (3) درجات التي تعبر عن الموافقة، (2) درجات والتي تعبر عن المحايدة، و(1) درجة والتي تعبر عن عدم الموافقة، وبذلك يكون الوسط الحسابي الفرضي في هذه الدراسة هو (2).

وقد حددت الباحثتان مدى تبني مؤسسة المواد الدسمة (سيبوس - لابال عنابة) لأشكال اليقظة الاستراتيجية والإبداع بثلاث مستويات، باعتماد المعادلة التالية:

طول الفئة = (القيمة العليا - القيمة الدنيا) / عدد المستويات، أي: $0.67 = 3 / (1 - 3)$.

وعليه تكون الدرجات كما يلي:

- الدرجة الضعيفة (1 - 1.67).

- الدرجة المتوسطة (1.67 - 2.34).

- الدرجة القوية (2.34 - 3).

أما فيما يخص تحليل نتائج الاستبانة فقد اعتمد على البرنامج الإحصائي للعلوم الاجتماعية (SPSS) من خلال استخدام

ثانياً: أهداف الدراسة

تتجلى الأهداف الرئيسية لهذه الدراسة فيما يأتي:

- التعرف على مفهوم اليقظة الاستراتيجية وعناصرها ومدى فعاليتها.

- التعرف على مدى ضرورة تشجيع الإبداع في المنظمة ومدى تأثيره في استمراريتها وبقائها، وكيفية تحدي المنافسة واستغلال الفرص لمواجهة مختلف التغييرات.

- التماس مدى أهمية نظام اليقظة الاستراتيجية في دعم الإبداع في المنظمات الجزائرية عموماً ومؤسسة المواد الدسمة (سيبوس - لابال عنابة) خصوصاً.

ثالثاً: أهمية الدراسة

تستمد هذه الدراسة أهميتها من النقاط التالية:

- إن التركيز على موضوعي اليقظة الاستراتيجية والإبداع يحقق لمنظمات الأعمال فاعلية استراتيجية من أجل تحقيق السمعة والبقاء.

- توجيه تفكير الإدارة لاعتماد اليقظة الاستراتيجية في دعم نشاط الإبداع وتحفيزه واعتبارها كأحد أساسيات المناخ المحفز على الإبداع في المنظمة.

- لفت انتباه الباحثين في جميع المنظمات التعليمية والجامعات ومراكز البحوث للاهتمام باليقظة الاستراتيجية والإبداع لرفع أداء مختلف المنظمات.

رابعاً: فرضيات الدراسة

بغية الإجابة على مشكلة الدراسة تم الانطلاق من الفرضية الرئيسية الآتية:

الفرضية الرئيسية: توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين مختلف أشكال اليقظة الاستراتيجية والإبداع في مؤسسة المواد الدسمة (سيبوس - لابال عنابة) للمنتجات الغذائية.

وللتحقق من صحة الفرضية الرئيسية السابقة الذكر سيتم التحقق أولاً من الفرضيات الفرعية التالية:

الفرضية الفرعية الأولى: توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين اليقظة التنافسية والإبداع في مؤسسة المواد الدسمة (سيبوس - لابال عنابة).

الفرضية الفرعية الثانية: توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين اليقظة التكنولوجية والإبداع في مؤسسة المواد الدسمة (سيبوس - لابال عنابة).

الفرضية الفرعية الثالثة: توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين اليقظة التجارية والإبداع في مؤسسة المواد الدسمة (سيبوس - لابال عنابة).

خامساً: أنموذج الدراسة

تأسس على الإطار النظري لمتغيرات هذه الدراسة، تم تصميم مخطط فرضي للبحث، والذي يشير إلى علاقة التأثير بين أشكال اليقظة الاستراتيجية والإبداع، وفقاً لما يوضحه الشكل (01) أدناه:

3. الحدود البشرية: تتمثل الحدود البشرية في عينة الدراسة والتي تتكون من مجموعة من المدراء والمدراء العاملين العاملين بالمنظمة المبحوثة، وقد بلغ الحجم الإجمالي للعينة (47) مبحوثاً.

المحور الثاني: الدراسات السابقة

أولاً: الدراسات السابقة

من خلال البحث في المصادر المتعددة للحصول على دراسات سابقة في موضوع اليقظة الاستراتيجية وأثرها على أنماط الإبداع في المنظمات، تبين أن هناك ندرة واضحة في الدراسات التي تناولت هذا الموضوع بشكل عام خصوصاً في الجزائر والبلدان العربية، إذ لم تعثر الباحثين على أية دراسة تنطبق على موضوع الدراسة، لذا سنعرض في هذا الجزء لبعض الدراسات التي تناولت موضوع اليقظة الاستراتيجية وربطته بمتغيرات أخرى، وكذلك الدراسات التي تناولت موضوع الإبداع وربطته بمتغيرات أخرى، وفقاً لما يلي:

1- الدراسات التي تناولت موضوع اليقظة الاستراتيجية:
وأبرزها:

دراسة (Conesa, 2004)

هدفت هذه الدراسة أساساً إلى وضع إطار شامل لمفهوم الذكاء الاقتصادي والاستراتيجي إلى جانب البحث عن أنسب نموذج لتطبيق الذكاء الاقتصادي والاستراتيجي في المنظمات الفرنسية، ولتحقيق الهدف السابق الذكر جاءت هذه الدراسة ضمن مقال وصفي تحليلي عرض فيه الباحث بالتفصيل مختلف نماذج تطبيق الذكاء الاقتصادي والاستراتيجي في كل من دول اليابان والولايات المتحدة الأمريكية وفرنسا، وعبر محاور دراسته توصل الباحث في الأخير إلى صياغة معالم نموذج الذكاء الاقتصادي والاستراتيجي المطبق في فرنسا، والذي يتميز بوجود دور قوي للحكومة والمنظمات الكبرى الذي تنشأ عنه عدة معوقات دستورية وثقافية في مجال نشر المعلومات والاستفادة منها.

دراسة (Kruger, 2010)

هدفت هذه الدراسة أساساً إلى توضيح الدور الذي يمكن أن يلعبه الذكاء الاستراتيجي على المدى الطويل في مجال صناعة التأمين في دولة جنوب إفريقيا عبر تعزيز القدرة على مقاومة المنافسة وتوسيع الحصة السوقية وتحسين عملية اتخاذ القرارات في المنظمات المدروسة، ولتحقيق الهدف السابق الذكر جاءت هذه الدراسة ضمن قالب وصفي تحليلي صمم من خلاله الباحث استبانة قام بتوزيعها على (82) منظمة تأمين عاملة في جنوب إفريقيا، وبعد عملية التحليل الإحصائي توصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها إثبات الدور الإيجابي الذي يلعبه الذكاء الاستراتيجي في تحسين عمليات اتخاذ القرارات والحصول على المعلومات ودعم الميزة التنافسية والإبداع لكن النتائج أوضحت في نفس الوقت أن منظمات التأمين المدروسة لا تطبق نمودجا فعالاً للذكاء الاستراتيجي.

دراسة (قاسم, 2011)

هدفت هذه الدراسة عموماً إلى توضيح أثر الذكاء الاستراتيجي على عملية اتخاذ القرارات في المنظمة، ولتحقيق الهدف السابق

المؤشرات الإحصائية التالية: مقاييس الإحصاء الوصفي (النسب المئوية، المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية)، معاملات الارتباط البسيطة والمتعددة ومعاملات الانحدار البسيطة والمتعددة لاختبار الفرضيات.

وللتحقق من درجة ثبات الاستبانة وقدرتها على إعطاء إجابات ثابتة نسبياً، تم إدخال بيانات الاستبانة التي تم استرجاعها من المبحوثين والتي بلغ عددها (47) استبانة من أصل (50) استبانة إلى برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)، وباستعمال معامل ألفا - كرونباخ (Cronbach's Coeffi-) (cient Alpha) تبين أن ثبات الاستبانة ككل بنسبة بلغت (79.3%) كما يوضحه الجدول (1) أدناه، وهي نسبة أكبر من النسبة المقبولة إحصائياً والمقدرة بـ (60%)، وبذلك تعد قيمة ألفا - كرونباخ المحسوبة جيدة، وهذا ما يدل على أن أداة الدراسة تتمتع بدرجة عالية من الثبات ويمكن الاعتماد عليها في الدراسة الميدانية.

الجدول (01)

معامل الثبات لفقرات الاستبانة ومتغيرات الدراسة

معامل الثبات	الفقرات
0.694	قيمة معامل الثبات لفقرات المتغير المستقل
0.623	قيمة معامل الثبات لفقرات المتغير التابع
0.793	القيمة الكلية لمعامل الثبات

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على برنامج (SPSS).

ثامناً: مجتمع وعينة الدراسة

يتكون مجتمع الدراسة من جميع المديرين والمديرين العاملين العاملين بمؤسسة المواد الدسمة (سيبوس - لابلال) وحدة ولاية عناية، أما فيما يخص العينة فقد تم اختيارها بطريقة الحصر الشامل والتي من خلالها تم استهداف جميع المديرين والمديرين العاملين العاملين بمؤسسة المواد الدسمة (سيبوس - لابلال) بوحدة عناية التابعة لمجمع لابلال (La Belle) للمنتجات الغذائية، والذي يبلغ عددهم (47) مديراً ومديراً عاماً لكونهم ذوي مستويات دراسية عالية وأعلم بموضوع دراستنا عن باقي العمال الآخرين، فبعد إجراء مقابلات مع بعض الموظفين بالإدارة الوسطى وبعض أعوان التحكم تبين لنا أنهم لم يستوعبوا موضوع دراستنا، وبالتالي تم استهداف المديرين والمديرين العاملين الذين تبين أنهم يفهمون موضوعنا جيداً وذلك بعد إجراء مقابلة مع البعض منهم.

تاسعاً: حدود الدراسة

حددت الباحثتان دراستهما بالحدود التالية:

1. الحدود المكانية: إن الحدود المكانية لهذه الدراسة هي مؤسسة المواد الدسمة (سيبوس - لابلال) وحدة ولاية عناية - الجزائر -.

2. الحدود الزمنية: تمثل الحدود الزمنية لهذه الدراسة الفترة التي قامت فيها الباحثتان بإجراء المقابلات مع أفراد العينة المبحوثة وتوزيع الاستبانة عليهم وجمعها، وتمثلت فترة الدراسة في الممتدة من تاريخ (05/ 04/ 2015) إلى غاية تاريخ (22/ 05/ 2015) أي ما يقارب شهر ونصف.

السابق الذكر مزج الباحث بين أسلوب دراسة الحالة حيث تطرق الباحث بالتفصيل لواقع المنظمات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر واستراتيجيات تطويرها، وأسلوب الدراسة الاستقصائية حيث صمم الباحث استبانة قام بتوزيعها على (10) مدراء منظمات صغيرة ومتوسطة جزائرية تنشط في قطاعات مختلفة، وقد توصلت هذه الدراسة في الأخير إلى عدة نتائج أبرزها أن المنظمات المبحوثة تحقق إبداعات مختلفة بين الإبداع في المنتج والإبداع التجاري والإبداع التنظيمي بنسب متفاوتة عن طريق أساليب التطوير من الداخل والمنظمات الباطنية والتعاون مع الموردين والزبائن، كما توصلت هذه الدراسة أيضا إلى أن ما نسبته (90%) من المنظمات المدروسة تمول إبداعاتها ذاتيا وأن ما يقارب (70%) من المنظمات المدروسة لمست تأثيراً إيجابياً للإبداع على مختلف مؤشرات نموها (الحصة السوقية، التكاليف، رقم الأعمال، الإنتاجية،...، وغيرها).

دراسة (Dobni, 2010)

هدفت هذه الدراسة إلى اختبار العلاقة بين التوجه الإبداعي في المنظمة ومختلف الاستراتيجيات التنافسية، ولتحقيق الهدف السابق الذكر تأسست هذه الدراسة على استقصاء آراء عينة عشوائية مكونة من (326) من رؤساء ومديري الأنظمة ورؤساء الإدارات والمديرين العاملين العاملين في المنظمات الخدمية الكندية، وبعد عملية التحليل الإحصائي أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين التوجه الإبداعي ومختلف الاستراتيجيات التنافسية في المنظمات المبحوثة وأن أقوى علاقة ارتباط كانت بين التوجه الإبداعي واستراتيجية التمايز.

دراسة (المطيري، 2012)

هدفت هذه الدراسة أساساً إلى توضيح أثر التوجه الإبداعي على تحقيق الميزة التنافسية، وبغية تحقيق الهدف السابق الذكر اختار الباحث ميدان الصناعة المصرفية حيث صمم استبانة لقياس متغيرات موضوعه شملت (20) فقرة قام بتوزيعها على عينة ملائمة مكونة من (371) مبحوثاً عاملين بـ (09) مصارف تجارية كويتية، موزعين بواقع (120) موظفاً من الإدارة العليا و(251) موظفاً من الإدارة الوسطى، وبعد عملية التحليل الإحصائي أظهرت النتائج وجود أثر ذو دلالة إحصائية بين أبعاد التوجه الإبداعي (النية بالإبداع، البنية التحتية للإبداع، تأثير الإبداع، تنفيذ الإبداع) ومصادر تحقيق الميزة التنافسية (التميز، الاستجابة) في المصارف التجارية الكويتية المبحوثة.

ثانياً: مميزات الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة

تتميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في نقطتين أساسيتين هما:

1. من حيث الموضوع: تعتبر الدراسة الحالية من الدراسات النادرة جداً كونها تربط بين موضوع اليقظة الاستراتيجية وموضوع الإبداع، فجل الدراسات التي تمكنت الباحثين من التوصل إليها كانت تعالج إما الموضوع الأول أو الموضوع الثاني، لذا فإن مجرد الربط بين هذين الموضوعين (اليقظة الاستراتيجية والإبداع) يعد إضافة علمية جديدة بالاحترام.

2. من حيث مجال التطبيق: تم تطبيق هذه الدراسة على منظمة لآبال وحدة عناية - الجزائر، والملاحظ أن جل الدراسات

الذكر جاءت هذه الدراسة ضمن قالب وصفي تحليلي قامت من خلاله الباحثة بتصميم استبانة قامت بتوزيعها على عينة عشوائية مكونة من (94) مديراً ورئيس قسم بمكتب غزة الإقليمي التابع لوكالة الغوث وتشغيل اللاجئين (الأونروا) فيما تم استرجاع (81) استبانة قابلة للاعتماد، وبعد عملية التحليل الإحصائي أظهرت النتائج وجود علاقة إحصائية بين عناصر الذكاء الاستراتيجي (الاستشراف، تفكير النظم، الدافعية، الرؤية المستقبلية، المشاركة) وعملية اتخاذ القرارات.

دراسة (غلاب وزغيب، 2012)

هدفت هذه الدراسة عموماً إلى الوقوف على واقع اليقظة الاستراتيجية وذكاء الأعمال في منظمات الأعمال الجزائرية، ولتحقيق الهدف السابق الذكر صممت الباحثين استبانة بغية توزيعها على (20) مسؤولاً من مسؤولي (20) منظمة جزائرية تمتلك خلايا لليقظة على مستوى هيكلها التنظيمية، فاستجابت (05) منظمات فقط وهي: الشركة الوطنية للمركبات الصناعية، مؤسسة صيدال، مؤسسة اتصالات الجزائر، المؤسسة الوطنية للصناعات الكهرومنزلية، والمؤسسة الوطنية للصناعات الإلكترونية، وقد توصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها الدور الإيجابي الذي تلعبه خلايا اليقظة على مستوى المنظمات المدروسة في الحصول على المعلومات من البيئة الخارجية وتنظيم سيرورتها، مع تسجيل الدراسة لبعض النقائص حيث أقرت ثلاث منظمات بأن ليس لها ميزانية خاصة باليقظة أما المنظمات المتبقيات فلها ميزانية لم يفصح عنها من جهة، ومن جهة أخرى أثبتت النتائج أن نظام اليقظة الحالي في المنظمات المدروسة لا يستجيب لاحتياجاتها المختلفة.

2- الدراسات التي تناولت موضوع الإبداع: أبرزها:

دراسة (عجيله، 2005)

هدفت هذه الدراسة أساساً إلى وضع إطار مفاهيمي شامل حول الإبداع ومختلف الأساسيات المتعلقة به من نظريات ومراحل ومستويات وعوامل مؤثرة، كما هدفت هذه الدراسة أيضاً إلى التماس واقع أبعاد الإبداع الثلاث في منظمات الأعمال الجزائرية (خصائص ومعوقات ومحفزات الإبداع)، ولتحقيق الهدف السابق الذكر اعتمدت هذه الدراسة على أسلوب دراسة الحالة حيث تم عرض مجمل مؤشرات الإبداع المعمول بها في المؤسسة العمومية الاقتصادية للأنابيب الناقلة للغاز بولاية غردية (جنوب الجزائر) كحالة دراسية، كما اعتمدت الدراسة كذلك على أداة الاستبانة كأداة مكملة للحالة الدراسية حيث قام الباحث بتصميم استبانة ووزعها على عينة عشوائية مكونة من (65) من موظفي المنظمة المدروسة، وبعد عملية التحليل الإحصائي أظهرت الدراسة عدة نتائج أبرزها توفر خصائص ومحفزات ومعوقات الإبداع لدى مديري ومسؤولي المنظمة المعنية بدرجة متوسطة، كما سجلت الدراسة أيضاً وجود عدة معوقات لعملية الإبداع في المنظمة المعنية أبرزها ضعف الميزانيات المخصصة لهذا النشاط.

دراسة (بن عنتر، 2008)

هدفت هذه الدراسة أساساً إلى الوقوف على واقع الإبداع في المنظمات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية، ولتحقيق الهدف

أشكال البحث عن المعلومة من مختلف المصادر الرسمية وغير الرسمية.

3. تحليل وتركيب المعلومات (المعالجة): يتم فرز المعلومات وتحليلها وتفسير دلالاتها الحالية والتنبؤ بالأفكار المستقبلية.

4. نشر المعلومات من أجل اتخاذ القرار: يتم إعطاء قيمة المعلومة عبر بثها داخل المنظمة حتى تعمل على خلق قيمة مضافة.

أما عن أشكال وأنماط اليقظة الاستراتيجية فقد اتفق الباحثون والمتخصصون على أنها تشمل أربعة أشكال أساسية هي:

1. اليقظة التنافسية: هي النشاط الذي يتم من خلاله التعرف على المنافسين المباشرين وغير المباشرين، الحاليين والمحتملين للمنظمة. (غلاب وزغيب، 2012، 161)

2. اليقظة التجارية والتسويقية: وهي اليقظة التي تخص المجال التسويقي، بمعنى أنها تلك اليقظة التي تهتم بالعلاقات التجارية وبالطرق والكيفية التسويقية الحديثة، كما أنها تهتم بالمعطيات المؤثرة على سلوك المستهلكين، إلا أن سلوك المنافسين يبقى محل أكبر اهتمام، ويمكن القول بأن اليقظة التجارية هي: (ذلك النشاط الذي تتمكن المنظمة من خلاله من دراسة العلاقات بين الموردين والزبائن، والمهارات الجديدة التي تظهر في السوق ومعدل نمو السوق، وتمكن هذه اليقظة المنظمة من معرفة نقاط قوتها وضعفها في تعاملها مع السوق قصد تحسين أدائها وتنافسيتها).. (عقون وهبول، 2014، 06)

3. اليقظة التكنولوجية: تشير اليقظة التكنولوجية إلى: (الجهود المبذولة من طرف المنظمة، والوسائل المسخرة، والإجراءات المتخذة بهدف الكشف عن كل التطورات والمستجدات الحاصلة في الميادين التقنية والتكنولوجية، والتي تهتم المنظمة حالياً أو مستقبلاً).

وتكتسي اليقظة الاستراتيجية أهمية بالغة لدى المنظمة إذ تحقق لها عدة مزايا أبرزها: (Lesca et Castagnos, 2000, 01-22)

1. دعم التخطيط: اليقظة الاستراتيجية تدعم سيرورة التخطيط سواء على المدى القصير أو المتوسط أو الطويل وتساهم في تشكيل وبلورة الاستراتيجيات وتقييم الأهداف الناتجة عنها.

2. دعم الاستجابة: اليقظة الاستراتيجية عبارة عن نظام يسمح للمنظمة بالبقاء في حالة وعي ومعرفة بتطورات الأسواق والمنافسين، وتساعد على فهم القوى الخارجية للتغيرات، وتحديد وتحليل الضغوطات والتهديدات والفرص المتاحة في البيئة المحيطة، والتكيف مع التغيرات الخارجية وتحفيز أنشطة الاستجابة بسرعة، فاليقظة الاستراتيجية تمكن من تنمية الاستجابة الفعالة للتغيرات البيئية وتساهم في ضمان تحسين موقع المنظمة في المستقبل.

3. دعم الإبداع والابتكار: تعمل اليقظة الاستراتيجية على مقارنة الوضعية الحالية للمنظمة مقارنة بنظيراتها من المنظمات الأخرى، مما يحفز الابتكار والتكيف، وتقديم منتجات ذات قيمة أعلى، ومن ثمة دعم موقعها التنافسي وتساعد على تطوير مزايا تنافسية أخرى.

4. حل المشاكل وتدعيم القرارات: تقدم اليقظة الاستراتيجية

الجزائرية السابقة لم تتناول مثل هكذا مواضيع وإنما ركزت على عنصر الإبداع هذا من جهة، ومن جهة أخرى فإن الدراسة الحالية تتميز عن بقية الدراسات الأخرى في اعتمادها على دراسة إحصائية وافية من شأنها تزويد متخذي القرارات في المنظمة المعنية وفي غيرها من المنظمات الجزائرية الأخرى بمعلومات مفيدة تحسن عملية اتخاذ القرارات في هذه المنظمات مستقبلاً.

المحور الثالث: الإطار النظري للدراسة

أولاً: اليقظة الاستراتيجية (المفهوم، الأشكال، والأهمية)

عرف كل من (Dhenin et Fournier, 1998, 203) اليقظة الاستراتيجية على أنها: (عملية البحث عن المعلومة بصفة مستمرة سواء كانت هذه المعلومة استراتيجية أو اجتماعية أو سياسية أو علمية أو تكنولوجية أو خاصة بمحيط المنظمة وكل ما يتواجد فيها من متغيرات وفرص وأخطار، فهي تتمثل في جمع ومعالجة وتخزين المعلومات وكل الإشارات القوية والضعيفة الصادرة عن المحيط الداخلي والخارجي للمنظمة).

كما عرف (Rabhi, 2008, 07) اليقظة الاستراتيجية على أنها: (عملية مستمرة من إدارة المعلومات ودعم القرارات من أجل تنمية وتطوير المنظمة وضمان بقائها).

أما كل من (Muniz et Lesca, 2003, 01) فقد عرفا اليقظة الاستراتيجية بأنها: (العملية الجماعية المستمرة، والتي يقوم بها مجموعة من الأفراد بطريقة تطوعية، للتتبع والتعقب ومن ثم استخدام المعلومات المتوقعة التي تخص التغيرات التي من المحتمل أن تحدث في المحيط الخارجي للمنظمة، وذلك بهدف إنشاء فرص الأعمال وتقليل الأخطار وعدم التأكد بصفة عامة).

في حين عرفت كل من (غلاب وزغيب، 2012، 159) بأنها: (أسلوب منظم في الإدارة الاستراتيجية للمنظمة يركز على تحسين تنافسيتها، بجمع ومعالجة ونشر المعرفة المفيدة للتحكم في المحيط (التهديدات والفرص)، هذا المنهج الذي يساهم في أخذ القرارات يستعمل وسائل معينة، ويجند العمال ويركز على نشاط الشبكات الداخلية والخارجية).

والملاحظ أن التعريف السابق الذكر يعد تعريفاً شاملاً جداً لمفهوم اليقظة الاستراتيجية كونه يشمل الهدف منها (تحسين تنافسية المنظمة)، مراحلها (جمع، معالجة، ونشر المعارف والمعلومات المفيدة)، آلية عملها (التحكم في البيئة الخارجية للمنظمة بمختلف فرصها وتهديداتها)، متطلباتها (تجنيد مختلف الموارد البشرية في المنظمة والتركيز على نشاطات الشبكات الداخلية والخارجية)، وبالتالي فإن الباحثين توידان تأييداً تاماً التعريف السابق الذكر وتبنيانه كتعريف شامل لمفهوم اليقظة الاستراتيجية.

وتتضمن عملية اليقظة الاستراتيجية أربعة مراحل أساسية يمكن إيجازها فيما يلي: (لعور والعايب، 2010، 06)

1. تحديد الحاجة للمعلومة: تعبر هذه المرحلة عن الهدف من استخدام اليقظة وذلك بتحديد مجال البحث عن المعلومات وتجنب اللجوء إلى كل المصادر بهدف تركيز الاهتمام وتجنب تشتيت الذهن.

2. جمع المعلومات: بعد تحديد الحاجة للمعلومة يتم اختيار

على خصائصه المميزة الذي عرف بأنه: (سمات استعدادية تضم الطلاقة والمرونة والأصالة والحساسية للمشكلات وإعادة تعريف المشكلات وإيضاحها وتفصيلها). (الصيرفي، 2008، 26)

وعموماً يشمل الإبداع مجموعة الأشكال والأصناف التالية: (نبيل، 2004، 123)

1. الاختراع: إحداث تغيير جوهري يؤدي إلى استحداث منتج أو خدمة جديدة.

2. التطوير: يشمل التحسين وزيادة جودة المنتج والخدمات.

3. الإبداع في المنتج: تحسين منتج أو استحداث خواص جديدة لمنتج موجود.

4. الإبداع في الخدمات: تطوير نظم التسويق أو أساليب إدارية جديدة.

5. الإبداع في العمليات: بإدخال عمليات تشغيل جديدة أو تحسين الحالية لتقليل التكلفة أو تحسين الجودة أو زيادة الإنتاجية.

أما عن سيرورة عملية الإبداع بالمنظمات فهي تمر بعدة مراحل حددها عالم النفس الأمريكي (Wallas) في خمسة مراحل أساسية هي: (حريم، 2009، 202 - 203)

1. الاهتمام: إذ لا بد من وجود شيء يفرض نفسه.

2. الإعداد: ويتمثل في جمع المعلومات حول موضوع المشكلة التي تمثل محور اهتمام الفرد، وهنا يجري تخطيط رحلة التفكير.

3. الاحتضان: تشهد هذه المرحلة عمليات التفاعل، وتتداخل خلالها العوامل الشعورية ولا شعورية وشخصية الإنسان، وتحدث محاولات كبيرة لتلمس حقيقة المشكلة أو موضوع البحث، والحلول المناسبة، وباختصار فإنها مرحلة تفاعل بين شخصية الباحث ومعلوماته وموضوع البحث، ومرحلة تولد الحلول الممكنة.

4. مرحلة البروغ/الإشراق: وفيها تنبثق بشكل مفاجئ الفكرة الجوهرية أو العمل النموذجي، فهي الحالة التي يستطيع الفرد خلالها استعادة أفكاره بما يسمح له بالوصول إلى ما يمثل الحل النموذجي.

5. مرحلة التحقق: وتشمل عملية التبصر بالعقل الظاهر، والاستعانة بأدوات البحث المتاحة في الفكر التي تنتج خلال مرحلة الإشراق، وذلك للتحقق من صحتها ولتحديد طريقة تطبيقها وما هي مضاعفات التطبيق ومستلزمات ذلك.

المحور الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

أولاً: نبذة عن المنظمة محل الدراسة

أنشأت مؤسسة تكرير الزيوت عناية في آذار/مارس سنة (1961) من طرف (CRESPO) بطاقة (30) طن يومياً، وبعد تأميمها سنة (1965) أصبحت تنتمي لمؤسسة الصناعات الزراعية (SOGEDIA) الى غاية (1982)، ومن ثم أصبحت تابعة للمؤسسة الوطنية للمواد الدسمة (ENCG)، وبعد إنشاء فروع هذه الأخيرة، أصبحت تمثل أحد فروعها في شكل شركة ذات أسهم تحت اسم مؤسسة المواد الدسمة سييوس، وفي الأخير وفي إطار الشراكة تم حصول مجموعة لابلال (LA Belle) على (70%) من أسهمها

لمتخذي القرارات تقديرات دقيقة مبنية على معلومات حول توجهات المنافسين، القوانين، والتكنولوجيا... وغيرها، فهي بذلك تقلل من عدم اليقين المرتبط بالقرارات المهمة غير المتكررة وتساعد على فهم المشاكل وحلها.

5. تدعيم التوقع واستباق الأحداث: تسمح اليقظة الاستراتيجية بتوسيع قدرات المنظمة على اقتناص المعلومات وتوقع حدوث التغيرات واستباقها، والنظر من زوايا أخرى للفرص المتاحة، وزيادة سرعة العمل في الوقت المطلوب، مما يمكن من استباق الفرص الجديدة والقضاء على التهديدات والأخطار المحتملة.

ثانياً: الإبداع (المفهوم، الأشكال، المراحل)

ينسب الإبداع كمصطلح إلى الاقتصادي النمساوي (Joseph Schumpeter) منذ عام (1912)، والذي يعد المنظر الأول للإبداع حيث وفق المنظور الشومبتييري عرف الإبداع على أنه: (النتيجة الناجمة عن إنشاء طريقة أو أسلوب جديد في الإنتاج، وكذلك تغيير في جميع مكونات المنتج أو كيفية تصميمه). (معراج وعبد الرزاق، 2006، 69)

إلا أنه يمكن القول أنه بعد المفهوم الشامل الذي قدمه شومبتر تعددت وتباينت المفاهيم حول الإبداع، ويرجع ذلك السبب إلى تعدد الظاهرة وتعدد المجالات التي انتشر فيها المفهوم كذلك تباين اجتهادات واهتمامات الباحثين والمدارس الفكرية التي ينتمون إليها، حيث ينظر كل منهم للإبداع من الزاوية التي تتناسب وتخصصه وميوله، ويمكن حصر أبرز التعريفات المقدمة للإبداع ضمن أربعة مداخل أساسية تناول كل منها جانب من جوانبه وذلك كما يلي:

1. المدخل الأول: تم التركيز ضمن هذا المدخل في تعريف الإبداع من خلال مراحله فقد عرف بأنه: (عملية وعي بمواطن الضعف وعدم الانسجام ونقص بالمعلومات، والتنبؤ بالمشكلات والبحث عن حلول وإضافة فرضيات واختبارها وصياغتها وتعديلها بانسجام مع المعطيات الجديدة، للوصول إلى نتائج جيدة). (خير الله، 2009، 06)

2. المدخل الثاني: فقد قدم الإبداع ضمن هذا المدخل كونه ناتج إبداعي، وقد عرف بأنه: (القفز لتغيير وتقديم كل ما هو غير مألوف، إما من خلال تطوير منتجات قائمة أو تقديم منتجات جديدة لأول مرة في شكل سلع وخدمات، ويأتي ذلك إما بتجميع أشياء موجودة بالفعل في شكل دمج عناصر متعددة قديمة يؤدي دمجها لتقديم شيء جديد، بما يؤدي إلى تغيير في مهمتها أو حل جديد). (عبد الحميد، 2009، 31)

3. المدخل الثالث: اعتمد هذا المدخل في تعريفه للإبداع على المميزات الشخصية للفرد المبدع؛ إذ عرف بأنه: (الإتيان بشيء جديد ومفيد قد تكون سلعة أو خدمة أو عملية أو نشاط يتم داخل المنظمة ومن خلال التصرف المميز الذي يمارسه الفرد، كتبني التغيير وتشجيع الابتكار واستخدام طرق وأساليب حديثة في مجال العمل ومحبة التجريب والمناظرة وعدم الانصياع للأوامر التي تحد من التفكير والقدرة على التكيف والمرونة والمساهمة في حل المشكلات). (بن عبد الله، 2009، 10)

4. المدخل الرابع: عرف الإبداع من خلال هذا المدخل بناء

وبالتالي تم تغيير اسمها ليصبح مؤسسة المواد الدسمة سيبوس - لا بال عناية (Corps Gras Seybouse - La Belle).

ثانياً: المقاييس الوصفية لتغيرات دراسة

1. وصف أشكال اليقظة الاستراتيجية

يبين الجدول (03) أدناه مختلف الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجة الموافقة في إجابات عينة الدراسة حول مختلف أشكال اليقظة التكنولوجية (المتغيرات المستقلة):

الجدول (02)

وصف أشكال اليقظة الاستراتيجية

المتغيرات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
اليقظة التنافسية	2.69	0.32	مرتفعة
اليقظة التكنولوجية	2.54	0.37	مرتفعة
اليقظة التجارية	2.73	0.38	مرتفعة
اليقظة الاستراتيجية	2.65	0.26	مرتفعة

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على برنامج (SPSS).

وبناء على نتائج الجدول (02) أعلاه يتبين أن اتجاهات العينة المبحوثة مرتفعة نحو جميع أبعاد اليقظة الاستراتيجية، وذلك لأن أوساطها الحسابية جميعها أكبر من الوسط الحسابي الفرضي البالغ (2)، إذ بلغ الوسط الحسابي العام الموزون لجميع أشكال اليقظة الاستراتيجية (2.65) بانحراف معياري قدره (0.26)، كما تبين أن اليقظة التجارية من أكثر العناصر التي تم الاتفاق عليها، إذ حصلت على أعلى وسط حسابي بلغ (2.73)، فيما حصلت اليقظة التنافسية على وسط حسابي قدره (2.69) محتلة المرتبة الثانية، في حين حلت اليقظة التكنولوجية في المرتبة الأخيرة من حيث الاتفاق حيث تحصل على أدنى وسط حسابي بلغ (2.54).

2. وصف الإبداع

يبين الجدول (03) أدناه مختلف الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجة الموافقة في إجابات عينة الدراسة حول الإبداع (المتغير التابع):

الجدول (03)

الوسط الحسابي والانحراف المعياري للإبداع

المتغيرات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
الإبداع	2.64	0.26	مرتفعة

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على برنامج (SPSS).

بناء على نتائج الجدول (03) يتبين أن اتجاهات العينة المبحوثة مرتفعة نحو متغير الإبداع وذلك لأن الوسط الحسابي العام الموزون لمتغير الإبداع (المتغير التابع) أكبر من الوسط الحسابي الفرضي البالغ (2)، إذ بلغ الوسط الحسابي العام الموزون (2.64) بانحراف معياري قدره (0.26).

ثالثاً: اختبار فرضيات الدراسة

1. اختبار الفرضية الفرعية الأولى

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام أسلوب الانحدار الخطي البسيط فكانت النتائج وفقاً لما هو موضح في الجدول (04) أدناه:

الجدول (04)

نتائج اختبار الفرضية الفرعية الأولى

معامل الارتباط (R)	معامل الانحدار (R ₂)	(F) المحسوبة	(F) الجدولية	مستوى المعنوية (SIG)	النتيجة
0.30	0.08	4.38	2.53	0.040	قبول الفرضية

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على برنامج (SPSS).

بناء على ما ورد في الجدول (04) أعلاه يتضح قبول الفرضية الفرعية الأولى، وذلك لأن قيمة (F) المحسوبة البالغة (4.38) أعلى من قيمتها الجدولية البالغة (2.53)، وهذا يعني أنه توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين اليقظة التنافسية والإبداع في مؤسسة المواد الدسمة (سيبوس - لا بال عناية)، وقد كانت العلاقة بين المتغيرين ضعيفة القوة، إذ بلغ معامل الارتباط (30%)، كما أن اليقظة التنافسية فسرت ما نسبته (8%) فقط من التغيرات الحاصلة في الإبداع وهي نسبة ضعيفة جداً وهذا ما يفسر عدم اهتمام المنظمة باليقظة التنافسية في الاستعلام والاستفادة منها في التجديد والإبداع.

2. اختبار الفرضية الفرعية الثانية

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام أسلوب الانحدار الخطي البسيط فكانت النتائج وفقاً لما هو موضح في الجدول (05) أدناه:

الجدول (05)

نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثانية

معامل الارتباط (R)	معامل الانحدار (R ₂)	(F) المحسوبة	(F) الجدولية	مستوى المعنوية (SIG)	النتيجة
0.61	0.37	26.72	2.53	0.000	قبول الفرضية

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على برنامج (SPSS).

وبناء على ما ورد في الجدول (05) أعلاه يتضح قبول الفرضية الفرعية الثانية، وذلك لأن قيمة (F) المحسوبة البالغة (26.72) أعلى من قيمتها الجدولية البالغة (2.53)، وهذا يعني أنه توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين اليقظة التكنولوجية والإبداع في مؤسسة المواد الدسمة (سيبوس - لا بال عناية)، وقد كانت العلاقة بين المتغيرين قوية نوعاً ما، إذ بلغ معامل الارتباط (61%)، كما أن اليقظة التكنولوجية فسرت ما نسبته (37%) من التغيرات الحاصلة في الإبداع وهي نسبة مقبولة عموماً وهذا ما يفسر اهتمام المنظمة باليقظة التكنولوجية باعتبارها من أهم مصادر المعلومات لها فيما يخص التطورات التكنولوجية الحاصلة في البيئة الخارجية وخاصة التي بحوزة المنافسين واستغلالها في الإبداع في العمليات أو تطويرها بما يتلاءم واحتياجاتها لخلق ميزة تنافسية مقارنة بالمنافسين.

المحور الخامس: النتائج والتوصيات

أولاً: نتائج الدراسة

اتساقاً مع ما تم عرضه في الدراسة النظرية فقد تم التوصل إلى عدة نتائج أبرزها:

- تقدم اليقظة الاستراتيجية للمنظمة القدرة على اتخاذ القرارات الصائبة التي تضمن لها الاستمرارية على حساب منافسيها.

- توفر اليقظة الاستراتيجية المعلومات المتعلقة بمنتجات المنافسين والخدمات التي يقدمونها مما يسمح للمنظمات المطبقة لها من معرفة نقاط الضعف لديها والعمل على تقليلها ونقاط قوتها والعمل على تعزيزها، وهذا ما يكسبها ميزة تنافسية.

- يعتبر الإبداع عملية مستمرة تستهدف تحقيق التوائم مع المتطلبات المستحدثة واحتياجات التغيير والابتكار والتجديد وما ترتبط به من جوانب في العملية الإدارية.

واتساقاً مع ما تم عرضه في الدراسة الميدانية فقد تم التوصل إلى عدة نتائج أبرزها:

◆ تتبنى مؤسسة (سيبوس - لبال عناية) عينة الدراسة مختلف أشكال اليقظة الاستراتيجية (التنافسية، التكنولوجية، والتجارية) والإبداع بدرجة قوية.

◆ أظهرت نتائج الدراسة الميدانية وجود علاقة تأثير إيجابية بين متغير اليقظة التنافسية والإبداع، ما يدل على أن استخدام اليقظة التنافسية يلعب دوراً مهماً في دعم عملية الإبداع فيها، إلا أن علاقة التأثير كانت ضعيفة القوة؛ فقد بلغ معامل الارتباط (30%) كما فسرت اليقظة التنافسية ما نسبته (8%) فقط من التغيرات الحاصلة في الإبداع.

◆ أظهرت نتائج الدراسة الميدانية وجود علاقة تأثير إيجابية بين متغير اليقظة التكنولوجية والإبداع، ما يدل على أن استخدام اليقظة التكنولوجية يلعب دوراً بارزاً ومهماً في دعم عملية الإبداع فيها، وقد كانت علاقة التأثير قوية نوعاً ما، إذ بلغ معامل الارتباط (61%) كما فسرت اليقظة التكنولوجية ما نسبته (37%) من التغيرات الحاصلة في الإبداع.

◆ أظهرت نتائج الدراسة الميدانية وجود علاقة تأثير إيجابية بين متغير اليقظة التجارية والإبداع، ما يدل على أن استخدام اليقظة التجارية يلعب دوراً مهماً في دعم عملية الإبداع فيها، إلا أن علاقة التأثير كانت متوسطة القوة إذ بلغ معامل الارتباط (48%) كما فسرت اليقظة التجارية ما نسبته (23%) من التغيرات الحاصلة في الإبداع.

◆ أظهرت نتائج الدراسة الميدانية وجود علاقة تأثير إيجابية بين إجمالي أشكال اليقظة الاستراتيجية والإبداع، مما يدل على أن استخدام اليقظة مختلف أشكال اليقظة الاستراتيجية يلعب دوراً مهماً في دعم عملية الإبداع فيها، إذ كانت علاقة التأثير كانت قوية حيث بلغ معامل الارتباط (67%) كما فسرت مختلف أشكال اليقظة الاستراتيجية ما نسبته (45%) من التغيرات الحاصلة في الإبداع.

3. اختبار الفرضية الفرعية الثالثة

كذلك لاختبار صحة الفرضية الفرعية الثالثة تم استخدام أسلوب الانحدار الخطي البسيط فكانت النتائج وفقاً لما هو موضح في الجدول (06) أدناه:

الجدول (06)

نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثالثة

معامل الارتباط (R)	معامل الانحدار (R ₂)	(F) المحسوبة	(F) الجدولية	مستوى المعنوية (SIG)	النتيجة
0.48	0.23	13.74	2.53	0.000	قبول الفرضية

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على برنامج (SPSS).

بناءً على ما ورد في الجدول (06) أعلاه يتضح قبول الفرضية الفرعية الثالثة، وذلك لأن قيمة (F) المحسوبة البالغة (13.74) أعلى من قيمتها الجدولية البالغة (2.53)، وهذا يعني أنه توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين اليقظة التجارية والإبداع في مؤسسة المواد الدسمة (سيبوس - لبال عناية)، وقد كانت العلاقة بين المتغيرين متوسطة القوة، إذ بلغ معامل الارتباط (48%)، كما أن اليقظة التجارية فسرت ما نسبته (23%) فقط من التغيرات الحاصلة في الإبداع وبالتالي هناك اهتمام من طرف المنظمة باليقظة التجارية للاستفادة منها في الإبداع والذي يمكن أن يكون في شكل إبداع في المنتج أو في العمليات بهدف تلبية احتياجات السوق والمحافظة على الزبائن الحاليين وجذب زبائن جدد والرفع من حصتها السوقية.

4. اختبار الفرضية الرئيسية

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام أسلوب الانحدار الخطي المتعدد فكانت النتائج وفقاً لما هو موضح في الجدول (07) أدناه:

الجدول (07)

نتائج اختبار الفرضية الرئيسية

معامل الارتباط (R)	معامل الانحدار (R ₂)	(F) المحسوبة	(F) الجدولية	مستوى المعنوية (SIG)	النتيجة
0.67	0.45	23.14	2.53	0.000	قبول الفرضية

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على برنامج (SPSS).

وبناءً على ما ورد في الجدول (07) أعلاه يتضح قبول الفرضية الرئيسية للدراسة، وذلك لأن قيمة (F) المحسوبة البالغة (23.14) أعلى من قيمتها الجدولية البالغة (2.53)، وهذا يعني أنه توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين مختلف أشكال اليقظة الاستراتيجية والإبداع في مؤسسة المواد الدسمة (سيبوس - لبال عناية)، وقد كانت العلاقة بين المتغيرات الرئيسية والمتغير التابع قوية، إذ بلغ معامل الارتباط (67%)، كما أن مختلف أشكال اليقظة الاستراتيجية (التنافسية، التكنولوجية، والتجارية) مجتمعة قد فسرت ما نسبته (45%) من التغيرات الحاصلة في الإبداع وهي نسبة مقبولة عموماً.

ثانياً: توصيات الدراسة

لقد توصلت هذه الدراسة في الأخير إلى جملة من التوصيات التي نوجزها فيما يلي:

1- توصيات خاصة بمؤسسة المواد الدسمة (سيبوس - لابل عناية)

- ضرورة مواصلة المنظمة المبحوثة العمل على امتلاك وتطوير نظام فعال لليقظة الاستراتيجية فيها بحيث يشمل هذا النظام جميع أشكال اليقظة الاستراتيجية (التنافسية، التكنولوجية، والتجارية)، بما يساعدها على حيازة المعلومات المفيدة التي تعطيها ميزة السبق التنافسي.

- التركيز على تطوير اليقظة التنافسية في المنظمة المبحوثة حيث كان هذا الشكل الوحيد من أشكال اليقظة الاستراتيجية الذي لم يظهر له أثر معتبر في دعم عملية الإبداع في المنظمة المدروسة، ولن يتأتى ذلك إلا من خلال تفعيل آليات عمل نظام فعال لكافة الأنشطة المتعلقة بجمع المعلومات السرية عن المنافسين المباشرين وغير المباشرين في الصناعة، وحسن استغلالها بما يخدم المنظمة ويكسبها ميزة تنافسية.

- السعي نحو اعتماد الوسائل المناسبة لتشجيع العاملين في المنظمة المبحوثة، وتطوير خبراتهم ورفع مستوى مهاراتهم من خلال تبني برامج تدريبية مكثفة وملائمة تفضي إلى رفع مستويات اليقظة والذكاء لدى العاملين بصفة عامة والعاملين بالإدارة العليا بصفة خاصة.

2- توصيات خاصة بجميع المنظمات الاقتصادية الجزائرية

- يجب على المنظمات الاقتصادية الجزائرية تفعيل مصادرها للحصول على معلومات اليقظة الاستراتيجية للحصول على أكثر المعلومات ندرة، دقة، ودون تعريض أسرار المنظمة للتجسس والسرقة، كما يجب عليها أن تعمل على تفعيل قنوات الاتصال، بين الأفراد داخل المنظمة، وبين المنظمة ومحيطها، وذلك لضمان الانتقال السليم للمعلومات كما يجب عليها أن تسهر على بناء نظام معلومات فعال يضمن استيفاء مخرجاتها.

- اعتماد تخطيط السيناريو المستقبلي للمنظمات لتحقيق الفاعلية وكشف الآراء والاتجاهات والميول المستقبلية نحو الإبداع.

- ضرورة استغلال الطاقات البشرية وقدراتهم الإبداعية وتشجيعهم على المبادرة والابتكار والتطوير.

- ضرورة وضع لوائح تنظيمية حول أهمية اليقظة الاستراتيجية وإدارة الإبداع ودورها في تحقيق الميزة التنافسية من خلال ورش العمل والمؤتمرات.

- ضرورة اتصال منظمات الأعمال بهياكل التعليم العالي ومراكز البحث التطبيقي وتوثيق الصلات بينهما قصد استفادة وسد النقص في القدرات والإمكانات، باعتبار هذه المراكز مصادر هامة لاستقطاب الأفكار والإبداعات.

المصادر والمراجع:

أولاً- المراجع العربية:

1. بن عبد الله ضيف الله، (2009)، الإبداع من أجل التطوير الإداري في الأجهزة الحكومية في الرياض، مجلة الاقتصاد والإدارة، المجلد (17)، العدد (01).
2. بن عنتر عبد الرحمان، (2008)، واقع الإبداع في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالجزائر: دراسة ميدانية، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد (24)، العدد (01).
3. حريم حسين، (2009)، إدارة المنظمات: منظور كلي، ط2، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
4. خير الله جمال، (2009)، الإبداع الإداري، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
5. عبد الحميد طلعت أسعد، (2009)، التسويق الابتكاري: الطريق إلى الربح المتوازن في كل العصور، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر.
6. عجلية محمد، (2005)، الإبداع في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية دراسة لصفات ومعوقات ومحفزات الإبداع: المؤسسة الاقتصادية للأنايب الناقلة للغاز بولاية غرداية، مذكرة ماجستير غير منشورة في علوم التسيير، تخصص: إدارة الأعمال، جامعة سعد دحلب، البلدة، الجزائر.
7. عقون شراف، هبول محمد، (2013)، اليقظة الإستراتيجية في ظل تكنولوجيا المعلومات والاتصال حالة الجزائر، المؤتمر الدولي الرابع حول: نظم المعلومات - الذكاء الاقتصادي واليقظة الإستراتيجية - بين حتمية التفاعل أو الزوال، يومي 17 و18 آذار/مارس، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة أم البواقي، الجزائر.
8. غلاب نعيمة، زغيب مليكة، (2012)، واقع اليقظة الإستراتيجية وذكاء الأعمال في منظمات الأعمال الجزائرية: دراسة ميدانية، المؤتمر العلمي الدولي السنوي الحادي عشر لذكاء الأعمال واقتصاد المعرفة، أيام 23 - 26 نيسان/أفريل، جامعة الزيتونة، الأردن.
9. الصيرفي محمد، (2008)، إدارة الابتكار، مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر.
10. قاسم سعاد حرب، (2011)، أثر الذكاء الاستراتيجي على عملية اتخاذ القرارات: دراسة تطبيقية على المدراء في مكتب غزة الإقليمي التابع للأمم المتحدة، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية التجارة، قسم: إدارة الأعمال، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين.
11. لعور صندرة، العايب ياسين، (2010)، الذكاء الاقتصادي كآلية لدعم ثقافة المقاوتية في المنظمات الصغيرة والمتوسطة، المؤتمر الدولي حول تنظيم ومرافقة المنظمات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، يومي 18 و19 نيسان/أفريل، جامعة ورقلة، الجزائر.
12. نبيل محمد شبلي، (2004)، دور حاضنات المشروعات الصغيرة في دعم الإبداع العربي، مجلة آفاق اقتصادية، العدد (97)، جامعة دبي.

13. معراج هواري، عبد الرزاق خليل، (2006)، الإبداع الإداري في القطاع الحكومي الجزائري، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، العدد (06).

14. المطيري فيصل غازي، (2012)، أثر التوجه الإبداعي على تحقيق ميزة تنافسية: دراسة تطبيقية على البنوك التجارية الكويتية، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية الأعمال، قسم: إدارة الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.

ثانياً المراجع الأجنبية:

1. Conesa Pierre, (2004), *L'intelligence économique et stratégique: L'organisation française*, www.bbc.aege.fr, consulté : Le 26/01/2016.
2. Dhenin J L, Fournier B, (1998), *50 Thèmes d'initiation a l'économie : Source d'entreprise*, Edition Bréal, Paris, France.
3. Dobni C Brooke, (2010), *The relationship between an innovation orientation and competitive strategy*, *International Journal of Innovation Management*, Vol.(14), No.(02).
4. Kruger Jean-Pierre, (2010), *A study of strategic intelligence as a strategic management tool in the long term insurance industry in south africa*, unpublished thesis, university of South Africa.
5. Lesca H , Castagnos J C, (2000), *Signaux faible et méthode de cible: Quelques retours de l'expérience*, 4ème conférence de l'AIMS, 24- 26 Mai, Montpellier, France.
6. Muniz Janissek, Lesca Humbert, (2003), *Veille stratégique: Application d'internet et sites web pour provoquer des informations à caractère anticipatif*, Article publié à CIGREF, Grenoble, France.
7. Rabhi Salah, (2008), *La veille stratégique au service de l'intelligence d'entreprise*, Séminaire sur l'intelligence économique, 23 Décembre, Hôtel El Aurassi, Alger, Algérie.