مجلة جامعة تشرين – سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية

اسم المقال: أُثر اليقظة الاستراتيجية على الأداء التنافسي لشركات الاتصالات الخلوية في سورية دراسة ميدانية على شركتي سيرتيل و MTN
اسم الكاتب: د. مجد صقور، فراس عسلية
رابط ثابت: https://political-encyclopedia.org/index.php/library/5759
تاريخ الاسترداد: 2026/11/03 19:19 +03

الموسوعة السياسيّة هي مبادرة أكاديمية غير هادفة للربح، تساعد الباحثين والطلاب على الوصول واستخدام وبناء مجموعات أوسع من المحتوى العلمي العربي في مجال علم السياسة واستخدامها في الأرشيف الرقمي الموثوق به لإغناء المحتوى العربي على الإنترنت.
لمزيد من المعلومات حول الموسوعة السياسيّة – Encyclopedia Political، يرجى التواصل على info@political-encyclopedia.org

استخدامكم لأرشيف مكتبة الموسوعة السياسيّة – Encyclopedia Political يعني موافقتك على شروط وأحكام الاستخدام المتاحة على الموقع https://political-encyclopedia.org/terms-of-use

تم الحصول على هذا المقال من موقع مجلة جامعة تشرين – سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية – ورفده في مكتبة الموسوعة السياسيّة مستوفياً شروط حقوق الملكية الفكريّة ومتطلبات رخصة المشاع الإبداعي التي ينضوي المقال تحتها.

The Effect Of Strategic Vigilance On Competitive Performance Of Telecommunications Companies Within S.A.R

Field Study On Syriatel And MTN

Dr. Majd Sakour*
Firas Asali**

(Received 13 / 4 / 2022. Accepted 9 / 6 / 2022)

□ ABSTRACT □

This research examined the four dimensions of strategic vigilance, which are: competitive vigilance, commercial vigilance, technological vigilance, environmental vigilance, and their impact on the level of competitive performance in the cellular communications companies under study. The research was based on the deductive approach in describing the research variables. It also relied on the statistical survey method, and used the questionnaire tool, which was distributed to a sample of 390 employees within the general administrations of cellular communications companies operating in the Syrian Arab Republic (Syriatel, MTN) from all administrative levels. The data was analyzed using the SPSS statistical analysis program. The most important search results of are: There is a significant effect of strategic vigilance on competitive performance, The most influential axes in competitive performance is the variable technological vigilance, followed by competitive vigilance, then commercial vigilance, and finally environmental vigilance.

Keywords: Strategic Vigilance, competitive Performance. Telecom companies.

*Associate Professor - Department of Business Administration - Faculty of Economics - University of Damascus - Syria.
**Postgraduate Student - Department of Business Administration - Faculty of Economics - University of Damascus - Syria. FirasAsali@tishreen.edu.sy

أثر اليقظة الاستراتيجية على الأداء التنافسي لشركات الاتصالات الخلوية في سورية
دراسة ميدانية على شركتي سيرتيل وMTN

الدكتور مجد صقور [*]
فراس عسلية [**]

(تاريخ الإيداع 13 / 4 / 2022. قُبِل للنشر في 9 / 6 / 2022)

□ ملخّص □

تناول البحث أثر أبعاد اليقظة الاستراتيجية الأربعة وهي: اليقظة التنافسية، اليقظة التجارية، اليقظة التكنولوجية، اليقظة البيئية، وأثرها على مستوى الأداء التنافسي في شركات الاتصالات الخليوية في سورية، ، واعتمد البحث على المقاربة الاستنباطية في توصيف متغيرات البحث، كما اعتمد على أسلوب المسح الاحصائي، واستخدم أداة الاستبانة، حيث تم توزيعها على عينة مكونة من390 من العاملين ضمن الإدارات العامة لشركات الاتصالات الخليوية العاملة في الجمهورية العربية السورية (سيريتل، MTN) من كافة المستويات الإدارية، وتم تحليل البيانات باستخدام برنامج التّحليل الاحصائي SPSS. وتوصل البحث إلى مجموعة نتائج أهمها: وجود أثر ذو دلالة معنوية لليقظة الاستراتيجية على الأداء التنافسي، حيث أن أكثر المحاور تأثيراً في الأداء التنافسي هو متغير اليقظة التكنولوجية يليه اليقظة التنافسية ثم اليقظة التجارية واخيراً اليقظة البيئية.

وتضمن البحث مجموعة من التوصيات أهمها: وضع برامج استراتيجية لتحقيق التكامل بين أبعاد اليقظة الاستراتيجية والأهداف الاستراتيجية لشركات الاتصالات بما يضمن لها أداء تنافسي فعال وتحقيق ميزة تنافسية مستدامة.

الكلمات المفتاحية: اليقظة الاستراتيجية، الأداء التنافسي، شركات قطاع الاتصالات.

[*] **أستاذ مساعد – قسم إدارة الأعمال – كلية الاقتصاد – جامعة دمشق– سورية.**
[**] **طالب ماجستير – قسم إدارة الأعمال – كلية الاقتصاد – جامعة دمشق– سورية.** FirasAsali@tishreen.edu.sy

مقدمة:

تعيش المؤسسات اليوم في عالم دائم التغير، يتسم بالتداول السريع والهائل للمعلومات، التي أصبحت مورداً استراتيجياً مهماً في صنع القرارات داخل المؤسسات، وفي ظل التغيرات الاقتصادية والاجتماعية والتكنولوجية المتلاحقة، باتت المؤسسة عنصراً يتأثر بهذه التغيرات بشكل كبير، وأصبح موقعها التنافسي منوط بما يحصل في بيئة العمل التي تنتمي إليها، الأمر الذي دفع المؤسسة إلى الاهتمام أكثر بموضوع إدارة المعلومات عن طريق تطبيق نظام معلومات شامل لكل من البيئة الداخلية والبيئة الخارجية للمؤسسة، بما يمكنها من استخدامها في تحقيق أداء تنافسي عالي المستوى، وبالمحصلة لهذه الجهود كان لزاماً على المؤسسة التفطن لمفهوم اليقظة الاستراتيجية، والذي يعتبر أسلوب منظم في الإدارة الاستراتيجية للمؤسسة، على اعتباره مختص بالتسيير الأمثل للمعلومات التي تساعد صناع القرار على تطوير المؤسسة ورفع ادائها التنافسي. (صلاح الدين، 2020، ص 179).

ومن هنا يأتي هذا البحث في سبيل تسليط الضوء على مفهوم اليقظة الاستراتيجية وتبيان أثرها على الأداء التنافسي للمؤسسات وذلك بتطبيقها على شركات الاتصالات في الجمهورية العربية السورية.

2- الدراسات السابقة:

2-1 الدراسات العربية:

1. **دراسة (زواو، 2013) بعنوان:** " دور اليقظة الاستراتيجية في تحسين تنافسية المؤسسة- دراسة تطبيقية على بعض المؤسسات الاقتصادية"

هدفت الدراسة إلى إبراز دور اليقظة الاستراتيجية في تحسين تنافسية المؤسسات من خلال إبراز دور كل من اليقظة التنافسية، اليقظة التكنولوجية، اليقظة التجارية في تحسين تنافسية المؤسسة بالتأثير على أحد عوامل التنافسية وهي: التفوق على المنافسين، الإبداع والابتكار، بناء علاقة دائمة مع العملاء. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، واعتمدت على إجراء دراسة ميدانية على بعض المؤسسات الجزائرية واستخدمت أسلوب الاستبيان والمقابلة المباشرة، وتم تحليل البيانات باستخدام برنامج .SPSS وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: هناك دور لليقظة الاستراتيجية في تحسين تنافسية المؤسسة بمفهومه العام، ممارسات المؤسسات محل الدراسة لليقظة الاستراتيجية غير منظمة، وتمارسها بمفهومها البسيط وتفتقد لخاصية الاستراتيجية.

2. **دراسة (الشوابكة، 2018) بعنوان:** " أثر اليقظة الاستراتيجية في فعالية اتخاذ القرارات: الدور المعدل لنظم دعم القرار- دراسة تطبيقية على شركة الأدوية الأردنية"

تناولت الدراسة مفهوم اليقظة الاستراتيجية بأبعادها المتمثلة باليقظة البيئية، اليقظة التنافسية، اليقظة التكنولوجية، واليقظة التجارية، ودورها المعدل لنظم دعم القرار. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وشملت عينة البحث المديرين في مستوى الإدارة العليا والوسطى في شركات الأدوية الأردنية، وبلغت عينة البحث 210 موظف، وتم استخدام أسلوب الاستبانة كأداة لجمع البيانات. وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها: وجود أثر ذو دلالة إحصائية لليقظة الاستراتيجية بأبعادها في فعالية اتخاذ القرارات.

3. **دراسة (صلاح الدين، 2020) بعنوان:** " ممارسات اليقظة الاستراتيجية بجامعة السلطان قابوس – دراسة ميدانية هدفت الدراسة إلى التوصل لإجراءات مقترحة لتفعيل ممارسات اليقظة الاستراتيجية بجامعة السلطان قابوس، وذلك من خلال والوقوف على الأسس النظرية لليقظة الاستراتيجية، والتعرف على مصادر المعلومات بجامعة السلطان قابوس، وتحديد ممارسات اليقظة الاستراتيجية في الجامعة، ومعوقات تطبيق اليقظة الاستراتيجية فيها. واعتمدت الدراسة على

المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت الاستبانة كأداة للجمع المعلومات وطبقتها على عينة من 45 عضو من الهيئة التدريسية من القيادات الأكاديمية بالجامعة. وتوصلت إلى نتائج أهمها: تعتمد جامعة السلطان قابوس على مصادر للمعلومات لتحقيق اليقظة الاستراتيجية بدرجة كبيرة، وجاءت المتغيرات الاقتصادية في المرتبة الأولى لمصادر معلومات اليقظة. ممارسات اليقظة الاستراتيجية بالجامعة جاءت بدرجة متوسطة، وجاءت في المرتبة الاولى اليقظة البيئية، تلتها اليقظة التكنولوجية ثم التجارية وفي المرتبة الأخيرة اليقظة التنافسية.

4. **دراسة (النجار، الشوابكة، 2020)** بعنوان: " اليقظة الاستراتيجية وأثرها في إدارة المشاريع في شركات الاتصالات الأردنية"

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر اليقظة الاستراتيجية في إدارة المشاريع في شركات الاتصالات الأردنية، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، حيث استهدفت العاملين في مستوى الإدارتين العليا والوسطى في شركات الاتصالات الأردنية، وبلغت عينة البحث 153 موظف، باستخدام العينة العشوائية الطبقية المتناسبة. وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لليقظة الاستراتيجية بأبعادها (اليقظة التنافسية، اليقظة التكنولوجية، اليقظة البيئية) في إدارة المشاريع بمجالاتها مجتمعة (إدارة نطاق المشروع، إدارة الجدول الزمني في المشروع، إدارة تكلفة المشروع، إدارة جودة المشروع، إدارة تكامل المشروع، إدارة موارد المشروع، إدارة اتصالات المشروع، إدارة مخاطر المشروع) في شركات الاتصالات الأردنية. كما يوجد أثر ذو دلالة معنوية لليقظة الاستراتيجية بأبعادها في مجالات تحقيق أهداف إدارة المشاريع بأبعادها مجتمعة (إدارة نطاق المشروع، إدارة الجدول الزمني في المشروع، إدارة تكلفة المشروع، إدارة جودة المشروع).

2-2 الدراسات الأجنبية:

1. دراسة (Dawood, Abbas، 2018) بعنوان:

"The Role of Strategic Vigilance in the Operational Performance of the Banking Sector: Field Research in a Sample of Private Banks"

" دور اليقظة الاستراتيجية في الأداء التشغيلي للقطاع المصرفي: بحث ميداني في عينة من البنوك الخاصة"

هدفت الدراسة إلى إظهار دور اليقظة الاستراتيجية في الأداء التشغيلي للبنوك نتيجةً لأهمية اليقظة في التطورات والتغيرات في البيئة التسويقية والتنافسية وتحيط ضفاف المتغيرات الاقتصادية والسياسية والبيئية. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتم اختيار أربعة بنوك نظرا لقدرة البنوك على التجاوب (مصرف الشمال ، الخليج العربي ، الشرق الأوسط ، الوطني للاستثمار والتمويل) ، وتم بناء أداة القياس وتوزيع الاستبيان على مديري البنوك المتواجدين فيها. رتبة مدير قسم وقسم من 34 شخصا.

أظهرت نتائج الدراسة أن هناك تأثير في علاقة اليقظة الاستراتيجية بالأداء التشغيلي.

2. دراسة (**AL – Yasiri et al**، 2019) بعنوان:

" Measuring The Impact Of Strategic Vigilance in Strategic Intelligence Analytical study of the views of a sample of workers in AL - FURAT general company for Chemical Industries"

" قياس أثر اليقظة الاستراتيجية في الذكاء الاستراتيجي دراسة تحليلية لآراء عينة من العاملين بشركة الفرات العامة للصناعات الكيماوية"

تناولت هذه الدراسة الدور الذي يلعب اليقظة الاستراتيجية في الذكاء الاستراتيجي ، والتطور السريع في المجالات الاقتصادية والسياسية والتكنولوجية وغيرها، يفرض على منظمات الأعمال العديد من التغييرات المستمرة في كل من

الهيكل التنظيمي وأنشطة الأعمال، لتحقيق الاستدامة اللازمة والاستجابة بسرعة لجميع أحدث الأشياء، تم التعبير عن بحث المشكلة في أسئلة حول مدى تأثير اليقظة الاستراتيجية وأبعادها في الذكاء الاستراتيجي في حدود بسيطة من العاملين في شركة الفرات العامة للصناعات الكيماوية ، ويهدف البحث إلى تحقيق بعض الأهداف وفق الفرضية الرئيسية والفرعية، والمستخدمة استبيان لجمع البيانات والمعلومات حول هذا البسيط ، والذي تم توزيعه على صيغة بسيطة في 200 شخص من ضمنهم موظفين موظف ومدير قسم ومدير قسم يعمل في هذه الشركة، وللتعامل مع هذه البيانات استخدمت عدة طرق إحصائية ويمثلها عامل الارتباط الخطي، وكذلك الانحدار الخطي. أظهرت الدراسة عدداً من النتائج من أبرزها: وجود تأثير كبير بين اليقظة الاستراتيجية والذكاء الاستراتيجي. بالإضافة إلى الأهمية الكبيرة لليقظة الاستراتيجية ومفاهيم الذكاء الاستراتيجي، وهذا سيحتاج إلى مزيد من العناية من الشركة في اليقظة الاستراتيجية لأنه تأثير في الذكاء الاستراتيجي.

3. دراسة (**Jalod et al**، 2021) بعنوان:

" Strategic Vigilance and its Role in Entrepreneurial Performance: An Analytical Study of the Views of a Sample of Managers in the Ur Company in Nasiriyah, Iraq"

" اليقظة الاستراتيجية ودورها في أداء ريادة الأعمال: دراسة تحليلية لآراء عينة من المديرين في شركة أور في الناصرية ، العراق"

تهدف الدراسة إلى توضيح أثر اليقظة الاستراتيجية في أبعادها المتعلقة بـ (اليقظة التكنولوجية ، اليقظة التسويقية ، اليقظة التنافسية ، اليقظة البيئية) للمديرين في شركة أور العامة على أداء ريادة الأعمال بأبعادها المتمثلة في (التوجه الاستراتيجي ، توجيه الموارد ، هيكل الإدارة ، وفلسفة المكافآت ، وثقافة ريادة الأعمال). أما عينة الدراسة فقد ضمت عينة قوامها (123) مديراً في تلك الشركة. ولتحقيق أهداف الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي والتحليلي. يتكون الاستبيان من (37) فقرة تم استخدامها كأداة رئيسية لجمع بيانات الدراسة من خلال استخدام مقاييس عالمية للمتغيرات الرئيسية للدراسة ، كما تم استخدام عدد من الأساليب والطرق الإحصائية لتحليل متغيرات الدراسة واختبار الفرضيات. . بعد إجراء عملية التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة وفرضياتها ، توصلت إلى عدد من النتائج أبرزها وجود أثر كبير لليقظة الاستراتيجية بأبعادها على أداء ريادة الأعمال بأبعادها ، فضلاً عن كونها من أكثرها أهمية. ومن أبرز استنتاجات الدراسة أن دوائر شركة أور العراقية العامة تولي اهتماما واضحا بمتطلبات اليقظة الاستراتيجية بكافة أنواعها. أوصت الدراسة بضرورة استخدام الشركة لنظام معلومات حديث بتقنيات متطورة قادرة على جمع البيانات المتعلقة بالعملاء وتحديثها بشكل مستمر لدعم متخذي القرار بالمعلومات التي تعزز حالة اليقظة والاهتمام بهم وتفسير الإشارات الضعيفة القادمة من البيئة في جميع الأوقات بدقة عالية.

4. دراسة (**Karima, Zohra**، 2021) بعنوان:

" The Impact of Strategic Vigilance on E-management in the National Railway Transport Company (SNTF)"

" أثر اليقظة الاستراتيجية على الإدارة الإلكترونية في الشركة الوطنية للسكك الحديدية (**SNTF**)"

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر اليقظة الاستراتيجية (**SV**) على التطبيق المفيد للإدارة الإلكترونية في الشركة الوطنية للسكك الحديدية (**SNTR**) ، وتحقيق أهداف الدراسة ؛ تم تصميم استبيان وتوزيعه على عينة عشوائية بسيطة من 200 فرد من الشركة الوطنية للنقل بالسكك الحديدية (**SNTR**)) ، والتي تم استرجاع 180 استبيان منها ، وتشير النتائج التي تم الحصول عليها إلى تصور المستجيبين الإسبانية لكل من اليقظة الاستراتيجية بأبعادها(اليقظة التنافسية واليقظة التكنولوجية واليقظة التجارية واليقظة البيئية) والإدارة الإلكترونية في الشركة محل البحث ، كما كشفت النتائج

عن التأثير الإيجابي لليقظة الاستراتيجية في التطبيق العملي للإدارة الإلكترونية في شركة National Rail Transport (SNTR).

3-2 التعقيب على الدراسات السابقة:

تتشابه الدراسة الحالة مع الدراسات السابقة من حيث دراسة مفهوم اليقظة الاستراتيجية بأبعاده (اليقظة التنافسية، اليقظة التجارية، اليقظة التكنولوجية، اليقظة البيئية). كما تناولت دراسة (زواو ،2013) دور اليقظة الاستراتيجية في تحسين التنافسية المؤسسية.

بينما تختلف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة من حيث عدم تناول الدراسات السابقة أثر اليقظة الاستراتيجية على الأداء التنافسي بشكل عام. بالإضافة إلى اختلاف في بيئة التطبيق، حيث ستتناول الدراسة الحالية مجتمع بحث مكون من شركات الاتصالات في الجمهورية العربية السورية.

مشكلة البحث:

إن أهمية تطبيق مفهوم اليقظة الاستراتيجية لأي مؤسسة اقتصادية تكمن في تحقيق البقاء والاستمرار في بيئة العمل التي تنتمي إليها، وأيضاً رسم السياسات التنافسية ضمن إطار يضمن للمؤسسة اداء تنافسي عالي المستوى، وطالما أن الأداء التنافسي يعني قدرة الشركة على استخدام مواردها وإمكانياتها المادية والبشرية والمعرفية بالطريقة التي تجعلها قادرة على تحقيق أهدافها، فتأتي أهمية دراسة أثر اليقظة الاستراتيجية بأبعادها (اليقظة التنافسية، اليقظة التجارية، اليقظة التكنولوجية، اليقظة البيئية) لتحسين الأداء التنافسي في المؤسسة.

وبالنظر لواقع قطاع الاتصالات الخليوية في سورية، والذي تحكمه شركتي اتصالات هما (سيرتيل، MTN)، فنلاحظ كعملاء لهاتين الشركتين كم المنافسة العالي المستوى بين الشركتين، في محاولة منهما لكسب أوسع شريحة ممكنة من العملاء، وبناءُ عليه فإن موضوع الأداء التنافسي بات موضوعاً في غاية الاهمية لهما، ومنه يأتي دور اليقظة الاستراتيجية من خلال أبعاده الأربعة كأداة مهمة في التأثير الإيجابي على الأداء التنافسي لهاتين الشركتين، وبناءً عليه يمكن تحديد مشكلة البحث من خلال السؤال الرئيسي التالي:

ما هو أثر أبعاد اليقظة الاستراتيجية على الأداء التنافسي في شركات الاتصالات الخليوية في سورية؟

ويتفرع عن هذا السؤال الرئيسي الأسئلة الفرعية التالية:

1. ما هو أثر اليقظة التنافسية على الأداء التنافسي في الشركات محل الدراسة؟
2. ما هو أثر اليقظة التجارية على الأداء التنافسي في الشركات محل الدراسة؟
3. ما هو أثر اليقظة التكنولوجية على الأداء التنافسي في الشركات محل الدراسة؟
4. ما هو أثر اليقظة البيئية على الأداء التنافسي في الشركات محل الدراسة؟

أهمية البحث و أهدافه:

يسعى الباحث من خلال هذه الدراسة إلى الوصول إلى مجموعة من الأهداف تتمثل بـ:

1. التعرف على مفهوم اليقظة الاستراتيجية ودراسة أبعادها.
2. التعرف على مفهوم الأداء التنافسي للشركات ودراسة أبعاده.
3. دراسة أثر اليقظة الاستراتيجية بأبعادها على الأداء التنافسي للشركات المدروسة.

أهمية البحث:

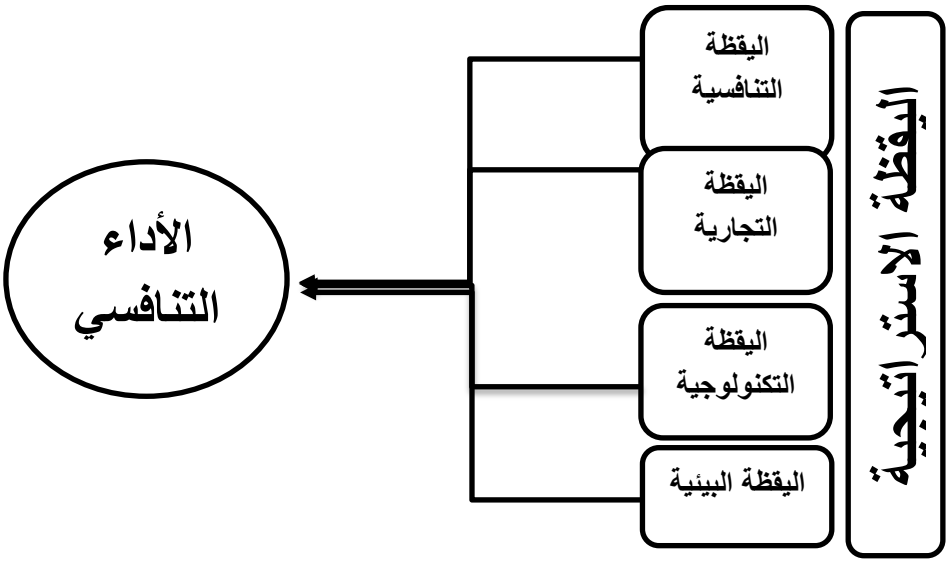
تأتي أهمية البحث من أهمية المتغيرات التي يتناولها، كما يلي:

الأهمية النظرية: تنبع أهمية البحث من ندرة الأبحاث حول أثر اليقظة الاستراتيجية على الأداء التنافسي على حد علم الباحث، بالإضافة إلى أن مفهوم اليقظة الاستراتيجية مفهوم حديث نسبياً وغير متداول بكثافة في الأدبيات العربية، حيث سيحاول الباحث تقديم شرح نظري لمتغيرات الدراسة تسهم في تقديم أفكار لباحثين آخرين للتوسع في دراسة هذه المفاهيم وآثارها.

الأهمية التطبيقية: تسهم هذه الدراسة في تزويد القائمين على قطاع الاتصالات بأسس عملية لتطبيق مفهوم اليقظة الاستراتيجية التي تساهم في رفع مستوى الاداء التنافسي وتحسين البيئة التنافسية ضمن الشركات العاملة في هذا القطاع، بما يعزز قدرة هذه الشركات على التطور وتحسين الأداء الكلي لتقديم خدمات مميزة لعملائها.

متغيرات ونموذج البحث:

يتمثل المتغير المستقل في اليقظة الاستراتيجية (تنافسية، تجارية، تكنولوجية، بيئية) ويتمثل المتغير التابع في الأداء التنافسي، كما في الشكل التالي:



الشكل (1-1) نموذج الدراسة

المصدر: من إعداد الباحث

فرضيات البحث:

الفرضية الرئيسة:

لا يوجد أثر معنوي ذو دلالة إحصائية لليقظة الاستراتيجية على الأداء التنافسي لشركات الاتصالات الخليوية العاملة في الجمهورية العربية السورية.

ويتفرع عن هذه الفرضية الفرضيات الفرعية التالية:

الفرضية الفرعية الأولى: لا يوجد أثر معنوي ذو دلالة إحصائية لليقظة التنافسية على الأداء التنافسي لشركات الاتصالات الخليوية العاملة في الجمهورية العربية السورية.

الفرضية الفرعية الثانية: لا يوجد أثر معنوي ذو دلالة إحصائية لليقظة التجارية على الأداء التنافسي لشركات الاتصالات الخليوية العاملة في الجمهورية العربية السورية.

الفرضية الفرعية الثالثة: لا يوجد أثر معنوي ذو دلالة إحصائية لليقظة التكنولوجية على الأداء التنافسي لشركات الاتصالات الخليوية العاملة في الجمهورية العربية السورية.

الفرضية الفرعية الرابعة: لا يوجد أثر معنوي ذو دلالة إحصائية لليقظة البيئية على الأداء التنافسي لشركات الاتصالات الخليوية العاملة في الجمهورية العربية السورية.

منهجية البحث:

سيعتمد الباحث في هذه الدّراسة على المقاربة الاستنباطيَّة، وذلك من أجل توصيف متغيرات البحث وتحليلها اعتماداً على البيانات الأوليَّة التي سيتم جمعها بالإضافة الى البيانات الثّانويَّة المتوفّرة، حيث سيتم الاعتماد على أسلوب المسح الاحصائي باستخدام استبانة معدة لهذا الغرض لجمع البيانات الأوليَّة اللّازمة، ومن ثمَّ الاعتماد على برنامج التّحليل الاحصائي SPSS كأداة لتحليل البيانات المتوفّرة.

حيث قام الباحث بتصميم وتوزيع استبانة على عينة من المبحوثين، حيث قام بتصميم الاستبيانات على أساس مقياس الخماسي، وقد قسمت هذه الاستبانة إلى قسمين أساسيين الأول يتضمن المتغيرات الديموغرافية والثاني يتضمن متغيرات البحث والتي تقسم بدورها إلى محورين أساسيين، المحور الأول: يتضمن أبعاد اليقظة الاستراتيجية والذي قسم إلى أربعة محاور فرعية، كل منها يتناول واحدا من أبعاد اليقظة الاستراتيجية، أما المحور الثاني يتضمن الأداء التنافسي.

مجتمع وعينة البحث:

يتمثل مجتمع البحث بكافة العاملين ضمن كافة مكاتب الإدارات العامة ومراكز مدينة دمشق لشركات الاتصالات الخليوية العاملة في الجمهورية العربية السورية (سيريتل، MTN) البالغ عددهم (1984) عاملاً من كافة المستويات الإدارية. تم توزيع 480 استبانة أعيد منه 410 استبانة وتم استبعاد 32 استبانات غير صالحة بسبب نقص الاجابات والاجابات الخاطئة (تكرار اكثر من اجابة لنفس السؤال) للوصول الى حجم العينة 378 مفردة.

حدود البحث:

قام الباحث بإجراء هذا البحث خلال الفترة الزمنية بين شهري كانون الأول من عام 2021 وآذار من العام 2022، فقط ضمن العاملين في الإدارات المركزية والمراكز ضمن مدينة دمشق.

الإطار النظري للدراسة

أولاً: اليقظة الاستراتيجية:

1-1 **مفهوم وأهمية اليقظة الاستراتيجية:** إن الإشكالية الحقيقية حول مفهوم اليقظة الاستراتيجية هي إيضاح أنها عبارة عن ممارسة شرعية وقانونية، وليست تجسساً إدارياً من قبل المنظمات المنتمية لنفس المجال، واشتق مفهوم اليقظة الاستراتيجية من مفهوم اليقظة والذي يعني حالة التأهب والاستعداد للاستجابة لأي طارئ ممكن حدوثه، من خلال الاستماع المستمر للمحيط الخارجي. (زواو، 2013، ص 2).

ومن ناحية أخرى فقد ميز الباحثون بين مفهومي اليقظة والمراقبة، حيث تتوقف عملية المراقبة على رصد ما يجري من تغيرات في البيئة الخارجية بشقيها الإيجابي والسلبي، وتحليل آثارها ضمن توجهات معينة، بينما مفهوم اليقظة فهو أوسع ليشمل حالة من التأهب والاستعداد الدائم للكشف عن الخطر المتوقع من المنافسين الخارجيين ومحاولة الاستعداد للاستجابة لها. (صلاح الدين، 2020، ص 202).

نشأ مفهوم اليقظة الاستراتيجية كأحد تطبيقات مصطلح ذكاء الأعمال BI (Business Intelligence) بتوصيفه كمصطلح جماعي للمفاهيم والأساليب التي تدعم اتخاذ القرارات من خلال تحليل المعلومات، والتسليم، والمعالجة، بحيث تساعد المستخدمين على التنقل عبر قاعدة ضخمة من البيانات بهدف تجميع المعلومات القيمة. (Azeroual & Theel, 2018, P32)

وكان الهدف من إضافة مصطلح الاستراتيجية لمفهوم اليقظة هو إظهار الدلالة على كل الأنشطة التي يجب تتبعها وجمع المعلومات عنها، مثل الجوانب التنافسية، والتجارية، والقانونية، والتكنولوجية، وغيرها، أي تأتي الاستراتيجية من الشمولية لكافة المجالات المحيطة بالمنظمة، كما تشمل أيضاً مرحلة فرز المعلومات المتحصلة، حسب أهميتها، بحيث تبقي على ما هو استراتيجي منها، والذي يقود إلى صنع قرارات استراتيجية في النهاية.

وتعرف اليقظة الاستراتيجية بأنها: أسلوب منظم في الإدارة الاستراتيجية للمؤسسة، مختص بالتسيير الأمثل للمعلومات التي تساعد القائمين على صنع القرار في المؤسسة من اتخاذ القرارات التي تطورها، وتضمن نشاطها وتحسن من تنافسيتها، من خلال تطبيق خطوات عمل مدروسة تبدأ بجمع المعلومات من محيط المؤسسة، ومعالجتها وتحليلها ثم نشرها، واستخدامها في استغلال الفرص المتاحة وتجنب المخاطر المحتملة، ضمن طابع استباقي توقعي لمسايرة المتغيرات الخارجية. (زرقين وآخرون، 2014، ص 2).

كما تعرف بأنها الرصد الشامل والذكي لمحيط المنظمة بهدف الاطلاع على معلومات واقعية ومعبرة عن المستقبل، من خلال تطبيق نشاط مستمر ومتكرر من قبل المختصين بجمع المعلومات لأجل التنبؤ بالتطورات الممكنة. (زواو، 2013، ص 3).

كما تعرف أيضاً بأنها العملية الاستراتيجية التي تزود المنظمات بالمعلومات التي يتم بناؤها وفقاً لأسس علمية في جميع القطاعات والمجالات التي تخص المنظمة من خلال الكشف عن بيئتها الخارجية والداخلية وتحليلها لعناصر قوتها وضعفها، وفرصها وتهديدها، والمنظمات المنافسة لها. (المشابقة، 2021).

2-1 أبعاد اليقظة الاستراتيجية:

تم وضع عدة أبعاد لليقظة الاستراتيجية، يختص كل بعد منها باستهداف مجال محدداً وتجتمع في الأخير لتصب في اليقظة الاستراتيجية، وتم الاتفاق على أربعة أبعاد أساسية يجب على كل منظمة تطبيقها وهي:

1- اليقظة التنافسية:

عرف باتريون Patreyron اليقظة التنافسية بأنها "العملية الإعلامية التي يتم من خلالها جمع البيانات عن البيئة التنافسية للمنظمة من مصادرها المختلفة، وتحويلها إلى معلومات ذات معنى تتيح للمنظمة التعرف المسبق على منافسيها الحاليين والمحتملين، وكل العناصر والقوى التنافسية ذات التأثير الحالي والمتوقع على قدرتها ومكانتها التنافسية انطلاقاً من رصد قدرات المنافسين وتحديد نقاط القوة لديهم وأداؤهم الحالي والمستقبلي". (النجار، الشوابكة، 2020، ص 507). وبناءً عليه فقد حدد بورتر Porter المعلومات التي تحتاجها المنظمة لتطبيق اليقظة التنافسية من ناحية دراسة المنافسين في خمسة نقاط أساسية هي: (الكفاءات الحالية للمنافسين، استراتيجيات المنافسين، الأهداف الجديدة للمنافسين، قدرات المنافسين، القرارات التي يمكن أن يتخذها المنافسون) (حمو، 2014، ص 79).

2- اليقظة التجارية:

يختص بعد اليقظة التجارية ضمن أبعاد اليقظة التنافسية عموماً باثنين هما: (الزبائن، الموردين) (ولد عابد، علواطي، 2017، ص 6).

فالزبائن: وهم يشكلون السوق الخلفية للمنظمة، وتهدف إلى معرفة كل ما يتعلق باحتياجاتهم وتطورها على المدى الطويل، وكذلك تهتم بواقع العلاقة بين الزبائن والمنظمة.

أما الموردين: وهم يشكلون السوق الأمامية للمنظمة مثل سوق العمل، وهنا تهتم اليقظة التجارية بتتبع تطور وعرض المنتجات الجديدة، وتطور العلاقة بين المورد والمنظمة، وقدرة المورد على تزويد المنظمة بالمنتجات التي تحتاجها بأقل تكلفة.

ويعد بعد اليقظة التجارية أكثر أبعاد اليقظة الاستراتيجية ربحية على المديين القصير والمتوسط، كونه على المدى القصير يرتبط بالتعاملات التجارية الجارية للمنظمة، وتوضح طبيعة العلاقة التجارية بين المنظمة مع زبائنها وموردیها، بينما على المدى المتوسط يعبر عن السياسات التجارية للمنظمة، وحجم قدرتها التعاقدية والتفاوضية، وحجم التزاماتها المالية. (النجار، الشوابكة، 2020، ص 508).

3- اليقظة التكنولوجية:

عرف بعد اليقظة التكنولوجية حسب (حمو، 2014، ص 78) على أنه النشاط الذي يركز على مراقبة البحث الأساسي أو القاعدي، ومراحل التصنيع، وأنواع المواد الاولية، بحيث تتمكن من التقريب بين العلم والصناعة، وخلق تكامل بينهما، ودراسة التطورات التكنولوجية وأثرها على استراتيجية المنظمة، من خلال جمع المعلومات اللازمة عن كل التطورات التكنولوجية والتقانية الحاصلة، والاكتشافات العلمية، والإبداعات والتطورات في عملية الانتاج وما يرافقها من ظهور أدوات ومواد جديدة.

وبالتالي فإن اليقظة التكنولوجية تتضمن الجهود المختلفة التي تبذلها المؤسسة والوسائل المستخدمة لمعرفة المستجدات وكل ما هو جديد في مجالات التكنولوجيا وما يتعلق بنشاطها الحالي والمستقبلي، وبالتالي فإن اليقظة التكنولوجية حسب (Karima, Zohra, 2021, p 206-207) أصبحت متغيرًا استراتيجيًا أساسيًا وعنصرًا ثابتًا للتميز، ويجب أن تعرف المنظمة نقاط قوتها وضعفها بسبب تقنيتها ومعرفتها بمنافسيها، ويجب أن تبحث عن طريقة لمراقبة بيئتها التكنولوجية لتحقيق تجربة مستدامة. لذلك، يجب وضع آلية يقظة فنية لمتابعة التغيرات التكنولوجية المختلفة.

4- اليقظة البيئية:

بعد اليقظة البيئية أو ما يسمى يقظة المحيط، والتي تُعرف حسب (Hussain,2015, p29). بأنها اليقظة الشاملة لرصد التطورات الاقتصادية والقانونية والديموغرافية والثقافية، التي تؤثر بطريقة أو بأخرى على أنشطة المنظمة، ويعد تطبيقه مهمة صعبة على المنظمة لأنه يتعلق بمجموعة واسعة من العوامل الخارجية ذات الصلة بجميع الأحداث والتغيرات في البيئة المحيطة بالمنظمة.

كما تعني اليقظة البيئية أيضًا إدراك التغييرات المختلفة التي يمكن أن تحدث داخل المجتمع ، وتسمى أيضًا اليقظة الاجتماعية، حيث ترصد التغييرات التي تتعلق بجوانب مختلفة من الحياة الاجتماعية، بما في ذلك تطور النمو الديموغرافي، وعادات الاستهلاك، والفئات السكانية، وتأخذ المنظمة في الاعتبار الأهداف السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية (القيم والمعتقدات ومدونات السلوك) التي توجه سلوك الأفراد والمجتمع وتحدد ما هو الصواب وما هو الخطأ وما هو المقبول وما هو غير المقبول لتسيير ونجاحها وتمكينها من تحقيقها، والأهداف التي يطمحون لتحقيقها.(Dawood, Abbas, 2018, p6) .

وتمنح اليقظة البيئية لمنظمة عدة نقاط إيجابية هي: (الحمو، 2014، ص 80).

- مناخ اجتماعي سليم يساهم في جعل المبادلات جيدة بين الأفراد والجماعة.
- سهولة معالجة المشاكل الداخلية كإعادة تنظيم العمل.
- الوسيلة لتأكيد الفعالية التنظيمية.

ثانياً: الأداء التنافسي

2-1مفهوم الأداء التنافسي :

اعتبر الباحثون الأداء التنافسي كمتغير تنافسي مهم ومقياس للميزة التنافسية، وعرفه سيمون Simon بأنه قدرة المؤسسة على استخدام مواردها وإمكانيتها المادية والبشرية والمعرفية بالطريقة التي تجعلها قادرة على تحقيق أهدافها، وتحقيق البقاء والنمو والاستدامة. (النسور، 2009، ص 46).

ولقد تم تحديد عدة مجالات لتقويم الأداء التنافسي في المؤسسة وتضمن هذه المجالات ما يلي: (السكارنة، 2005، ص 79).

1-الحصة السوقية: يهدف قياس الحصة السوقية إلى معرفة نسبة الأعمال والمبيعات للمؤسسة على حجم الأعمال والمبيعات في السوق، من خلال مقارنة نسب تلك المؤسسة مع نسب المؤسسات الكبيرة والمتميزة، أي اتباع قاعدة المقارنة مع الأفضل من أجل معرفة موقع أداء المؤسسة الفعلي في بيئة الأعمال.

2-الربح: ويعتبر من أهم مجالات تقويم أداء المؤسسة التنافسي، ويتم حسابه من خلال العائد على الاستثمار، ونسبة الأرباح إلى إجمالي الاستثمارات، وأيضاً هو مجال مهم لمعرفة حجم أرباح المؤسسة بالاعتماد على أدائها، فكلما كانت أرباحها عالية، كان أداؤها التنافسي عالي.

3-الانتاجية: وهو من المقاييس الدقيقة التي تركز عليه المؤسسة، كونه يتمثل في العلاقة بين مدخلات المؤسسة ومخرجاتها، ويشير هذا المجال إلى كيفية الاستخدام الأمثل لموارد المؤسسة وهو مقياس مهم يعكس حقيقة الأداء التنافسي للمؤسسة على مستوى بيئتها الداخلية.

2-2 **أبعاد الأداء التنافسي** : لقد تم وضع مجموعة أبعاد ومؤشرات كمية تستخدم من أجل تقويم الأداء التنافسي للمؤسسة، ويتحصل منها على أرقام مكن من استخلاص النتائج التي تقود لتحددي مستوى أداء المؤسسة التنافسي، وسوف نقدمها ضمن مجموعات حسب الباحثين الذي درسوها:

3 قدم بعض الباحثون بعدين لقياس الأداء التنافسي للمؤسسة وهما: (الخطيب، 2003، ص 35)

- العائد على الأصول: ويتم حسابه من خلال قسمة صافي الأرباح على قيمة الموجودات ومقارنة النتيجة مع الشركات المنافسة.
- تدقيق ملاحظات المستفيدين، والمهتمين بأداء المؤسسة، كونهم يتأثرون بمدى تحقيق الشركة لأهدافها.
- القيمة السوقية المضافة: وهي الفروق بين القيمة السوقية للمساهمين ورأس المال المزود من قبلهم.

4 وضع الباحثان (**Kaplan & Narton**) مجموعة مؤشرات لتقويم الأداء التنافسي في المؤسسات(**Shan, Jolly, 72010, p**) وهي:

- الأداء المالي: ويتم تقويم الأداء المالي من خلال قياسه بالاعتماد على المقاييس مثل: معدل الربح، العائد على الأرباح، العائد على الموجودات، الحصة السوقية، معدل العائد على الاستثمار.
- كفاية العمليات: ويشمل هذا البعد عدة مؤشرات مثل تكلفة الانتاج المعيب، معدل الانتاجية اليومي، كفايات العاملين، استخدام التكنولوجيا المتطورة.

- الاهتمام بالزبون: ويشمل هذا البعد مؤشرات مثل درجة رضا الزبون، حجم طلب الزبون، مستوى تفضيلات الزبون، متوسط الطلب السنوي للزبون.
- التعلم والإبداع: ويشمل هذا البعد القدرة على تقديم منتجات أو خدمات جديدة وأساليب عمل جديدة والتغير والتطور المستمر، والاهتمام بالبحث والتطوير.

5 وضعت لجنة معايير المحاسبة الإدارية الأمريكية نموذجاً يضم مجموعة أبعاد ومؤشرات لتقويم الأداء التنافسي وهي: (النسور، 2009، ص 50)

- البعد الأول: ويضم المؤشرات المالية: وأهم مؤشراتها ربح المبيعات، معدل العائد على رأس المال، معدل العائد على حقوق الملكية، ربح العملاء، القيمة المضافة.
- البعد الثاني: ويضم مؤشرات السوق والمستهلك، ويهدف لدراسة الجودة والسعر ، ومن المؤشرات عدد العملاء الجدد، مدى رضا العملاء، مدى جودة المنتج.
- البعد الثالث: المؤشرات التنافسية وأهم مؤشراتها نورد: حصة السوق لكل منافس، جودة منتجات المنافسين، المؤشرات المالية للمنافسين، أسعار منتجات المنافسين، رضا الزبائن عن المنافسين.
- البعد الرابع: مؤشرات أداء الموارد البشرية: ومن أهمها: معدل دوام العاملين، الروح المعنوية للعاملين، ساعات التدريب، معدل دوران العمل، وقت تلبية طلب الزبون.
- البعد الخامس: المؤشرات البيئية ومن أهمها حجم التلوث الذي تسببه الشركة، عدد الإصابات والحوادث، المساهمة في الأنشطة البيئية.

الإطار العملي للدراسة:

أولاً: تحليل نتائج الدراسة الميدانية:

1-1 اختبار صدق وثبات المقاييس المستخدمة:

تم استخدام طريقة ألفا كرونباخ لحساب ثبات المقاييس، حيث تم حساب معامل ألفا كرونباخ لكل من الاستبانة الموزعة وكانت النتائج كما يلي:

الجدول (3-1) معامل ألفا كرونباخ لحساب ثبات المقاييس

Reliability Statistics			
N of Items	Cronbach's Alpha	المحور	الرمز
5	.602	اليقظة التنافسية	E
5	.670	اليقظة التجارية	X
5	.729	اليقظة التكنولوجية	Q
5	.853	اليقظة البيئية	W
10	.895	الأداء التنافسي	Y
30	.861	TOTAL	

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS إصدار 25

من الجدول السابق نجد أن قيمة معامل ألفا كرونباخ بالنسبة للاستبانة كانت أكبر من 0.6 ما يدل على ثبات البيانات وصلاحيتها للدارسة ولا داعي لحذف أي من العبارات.

صدق المقياس: تم الاعتماد على التحليل العاملي الاستكشافي للتأكد من صدق المقياس، حيث تم تطبيق هذا التحليل على كل محور من محاور الاستبانة وكانت النتائج على الشكل الآتي: محور اليقظة التنافسية:

الجدول (3-2) مقياس كفاية حجم العينة لمحور اليقظة التنافسية

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.537
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	155.050
	df	10
	Sig.	.000

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS إصدار 25

من الجدول السابق كانت قيمة مقياس كفاية حجم العينة (kmo) تساوي /0.537/ وهي اكبر من 0.5 وبالتالي يتوفر شرط كفاية حجم العينة لاجراء التحليل، كما ان قيمة احتمال الدلالة sig لاختبار Bartett كانت تساوي (0.000) وهي أصغر من 0.05 وبالتالي هناك ارتباطات معنوية بين المتغيرات بدرجة كافية لإجراء التحليل عليها.

- محور اليقظة التجارية:

الجدول (3-3) مقياس كفاية حجم العينة لمحور اليقظة التجارية

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.592
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	125.064
	df	10
	Sig.	.000

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS إصدار 25

من الجدول السابق كانت قيمة مقياس كفاية حجم العينة (kmo) تساوي /0.592/ وهي اكبر من 0.5 وبالتالي يتوفر شرط كفاية حجم العينة لاجراء التحليل، كما ان قيمة احتمال الدلالة sig لاختبار Bartett كانت تساوي (0.000) وهي أصغر من 0.05 وبالتالي هناك ارتباطات معنوية بين المتغيرات بدرجة كافية لإجراء التحليل عليها.

- محور اليقظة التكنلوجية:

الجدول (3-4) مقياس كفاية حجم العينة لمحور اليقظة التكلنوجية

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.747
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	449.695
	df	10
	Sig.	.000

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS إصدار 25

من الجدول السابق كانت قيمة مقياس كفاية حجم العينة (kmo) تساوي /0.747/ وهي اكبر من 0.5 وبالتالي يتوفر شرط كفاية حجم العينة لاجراء التحليل، كما ان قيمة احتمال الدلالة sig لاختبار Bartett كانت تساوي (0.022) وهي أصغر من 0.05 وبالتالي هناك ارتباطات معنوية بين المتغيرات بدرجة كافية لإجراء التحليل عليها.

- محور اليقظة البيئية:

الجدول (3-5) مقياس كفاية حجم العينة لمحور اليقظة البيئية

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.539
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1386.203
	Df	10
	Sig.	.000

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS إصدار 25

من الجدول السابق كانت قيمة مقياس كفاية حجم العينة (kmo) تساوي /0.721/ وهي اكبر من 0.5 وبالتالي يتوفر شرط كفاية حجم العينة لاجراء التحليل، كما ان قيمة احتمال الدلالة sig لاختبار Bartett كانت تساوي (0.000) وهي أصغر من 0.05 وبالتالي هناك ارتباطات معنوية بين المتغيرات بدرجة كافية لإجراء التحليل عليها.

- محور الاداء التنافسي:

الجدول (3-6) مقياس كفاية حجم العينة لمحور الاداء التنافسي

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.544
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1057.456
	Df	45
	Sig.	.000

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS إصدار 25

من الجدول السابق كانت قيمة مقياس كفاية حجم العينة (kmo) تساوي /0.544/ وهي اكبر من 0.5 وبالتالي يتوفر شرط كفاية حجم العينة لاجراء التحليل، كما ان قيمة احتمال الدلالة sig لاختبار Bartett كانت تساوي (0.000) وهي أصغر من 0.05 وبالتالي هناك ارتباطات معنوية بين المتغيرات بدرجة كافية لإجراء التحليل عليها.

1-2 الإحصاءات الوصفية:

يوضح الجدول التالي توزع عينة البحث وفق المتغيرات الديمغرافية:

جدول رقم (1- 3) يوضح توزع عينة البحث وفق المتغيرات الديمغرافية

المتغير		التكرار	النسبة %
الجنس	ذكر	100	26.5
	أنثى	278	73.5

	المجموع	378	%100
العمر	أقل من 30	38	10.1
	من 30 إلى أقل من 40	138	36.5
	من 40 إلى أقل من 50	184	48.7
	من 50 سنة واكثر	18	4.8
	المجموع	378	%100
الخبرة	من 4 – 6 سنوات	56	14.8
	من 7 –10 سنوات	133	35.2
	أكثر من 11 سنة	189	50.0
	المجموع	378	%100
المستوى التعليمي	دراسات عليا	12	3.2
	مؤهل جامعي	112	29.6
	مؤهل متوسط	185	48.9
	ثانوية أو أقل	69	18.2
	المجموع	378	%100

المصدر: من إعداد الباحث باستخدام برنامج التحليل الإحصائي SPSS

من الجدول السابق نلاحظ تركز عدد العاملين في الفئتين العمريتين (30–40، 40–50) بنسبة 85,2% وهذا طبيعي بالاستناد إلى الطبيعة الديمغرافية للمجتمع السوري حالياً، كما نلاحظ ارتفاع نسبة الحاصلين على شهادة جامعية ويعود ذلك إلى تحسن مستويات التعليم العالي وتطور منظومة التعليم المهني (التأهيل والتخصص) وارتفاع أعداد طلاب الجامعات على مستوى سورية.

4- الوسط الحسابي والانحراف المعياري لأسئلة ومتغيرات البحث:

قام الباحث بإجراء اختبار التوزيع الطبيعي لمحاور وأبعاد الدراسة باستخدام اختبار كولموغروف سميرنوف فكانت النتائج الموضحة في الجدول الاتي:

الجدول (3–12) اختبار التوزيع الطبيعي لمحاور وأبعاد الدراسة

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		اليقظة التنافسية	اليقظة التجارية	اليقظة التكنولوجية	اليقظة البيئية	الأداء التنافسي
N		378	378	378	378	378
Normal Parameters[a,b]	Mean	2.8931	3.0397	3.2899	3.0868	3.0651
	Std. Deviation	.73359	.66485	.60340	.76867	.57526
Most Extreme Differences	Absolute	.083	.124	.128	.098	.074
	Positive	.065	.071	.110	.074	.045
	Negative	-.083-	-.124-	-.128-	-.098-	-.074-

Test Statistic	.083	.124	.128	.098	.074
Asymp. Sig. (2-tailed)	.000[c]	.000[c]	.000[c]	.000[c]	.000[c]

من خلال قيم مؤشرات كولموغروف سميرنوف ومستويات الدلالة المحسوبة المقابلة نجد أنها أقل من مستوى الدلالة النظري 0.05، وبالتالي فجميع محاور البحث لا تخضع للتوزيع الطبيعي، الا انه وحسب نظرية النهاية المركزية التي تتضمن تقارب التوزيع الاحتمالي لمتوسط المتغير العشوائي ومجموعه مع التوزيع الطبيعي في حال كان حجم العينة اكبر من 30، فيمكننا القول بان متوسط محاور البحث ومجموعها يتقارب مع التوزيع الطبيعي، وبالتالي يمكن استخدام الاختبارات الاحصائية المعلمية.

3-1 اختبار فرضيات البحث:

قام الباحث باختبار مجموعة الفرضيات التالية:

<u>الفرضية الفرعية الأولى:</u> لا يوجد أثر معنوي ذو دلالة إحصائية لليقظة التنافسية على الأداء التنافسي لشركات الاتصالات الخليوية العاملة في الجمهورية العربية السورية.

الجدول (3-14) تلخيص النموذج لمحور الفرضية الاولى

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.658[a]	.433	.431	.43381

a. Predictors: (Constant), اليقظة التنافسية

الجدول (3-15) اختبار ANOVA لمحور الفرضية الاولى

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	54.000	1	54.000	286.946	.000[b]
	Residual	70.759	376	.188		
	Total	124.759	377			

a. Dependent Variable: الأداء التنافسي

b. Predictors: (Constant), اليقظة التنافسية

الجدول (3-16) اختبارCoefficients لمحور الفرضية الاولى

Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.572	.091		17.300	.000

اليقظة التنافسية	.516	.030	.658	16.939	.000

a. Dependent Variable: الأداء التنافسي

من الجدول السابق كانت قيمة SIG = 0.000 وهي أصغر من 0.05 وبالتالي نقبل بأنه يوجد أثر ذو دلالة معنوية لليقظة التنافسية على الأداء التنافسي. كما أن قيمة معامل الارتباط R = 0.658وهذا ما يدل على وجود تأثير معنوي متوسط وطردي لليقظة التنافسية على الاداء التنافسي، أي ان زيادة اليقظة التنافسية سيؤدي الى زيادة في فعالية الاداء التنافسي في شركات الاتصالات في الجمهورية العربية السورية.

<u>الفرضية الفرعية الثانية:</u> لا يوجد أثر معنوي ذو دلالة إحصائية لليقظة التجارية على الأداء التنافسي لشركات الاتصالات الخليوية العاملة في الجمهورية العربية السورية.

الجدول (3-17) تلخيص النموذج لمحور الفرضية الاولى

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.622[a]	.387	.385	.45117

a. Predictors: (Constant), اليقظة التجارية

الجدول (3-18) اختبار ANOVA لمحور الفرضية الاولى

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	48.222	1	48.222	236.901	.000[b]
	Residual	76.537	376	.204		
	Total	124.759	377			

a. Dependent Variable: الأداء التنافسي

b. Predictors: (Constant), اليقظة التجارية

الجدول (3-19) اختبارCoefficients لمحور الفرضية الاولى

Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.430	.109		13.150	.000
	اليقظة التجارية	.538	.035	.622	15.392	.000

a. Dependent Variable: الأداء التنافسي

من الجدول السابق كانت قيمة SIG = 0.000 وهي أصغر من 0.05 وبالتالي نقبل بأنه يوجد أثر ذو دلالة معنوية لليقظة التجارية على الأداء التنافسي. كما أن قيمة معامل الارتباط R = 0.622 ما يدل على وجود تأثير معنوي

متوسط وطردي لليقظة التجارية على الاداء التنافسي، أي ان زيادة اليقظة التجارية سيؤدي الى زيادة في فعالية الاداء التنافسي في شركات الاتصالات في الجمهورية العربية السورية.

<u>الفرضية الفرعية الثالثة:</u> لا يوجد أثر معنوي ذو دلالة إحصائية لليقظة التكنلوجية على الأداء التنافسي لشركات الاتصالات الخليوية العاملة في الجمهورية العربية السورية.

الجدول (3-20) تلخيص النموذج لمحور الفرضية الثالثة

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.676[a]	.457	.455	.42453

a. Predictors: (Constant), اليقظة التكنولوجية

الجدول (3-21) اختبار ANOVA لمحور الفرضية الثالثة

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	56.993	1	56.993	316.223	.000[b]
	Residual	67.766	376	.180		
	Total	124.759	377			

a. Dependent Variable: الأداء التنافسي

b. Predictors: (Constant), اليقظة التكنولوجية

الجدول (3-22) اختبارCoefficients لمحور الفرضية الثالثة

Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.945	.121		7.798	.000
	اليقظة التكنولوجية	.644	.036	.676	17.783	.000

a. Dependent Variable: الأداء التنافسي

من الجدول السابق كانت قيمة SIG = 0.000 وهي أصغر من 0.05 وبالتالي نقبل بأنه يوجد أثر ذو دلالة معنوية لليقظة التجارية على الأداء التنافسي. كما أن قيمة معامل الارتباط R = 0.676 ما يدل على وجود تأثير معنوي متوسط وطردي لليقظة التكنلوجية على الاداء التنافسي، أي ان زيادة اليقظة التكنلوجية سيؤدي الى زيادة في فعالية الاداء التنافسي في شركات الاتصالات في الجمهورية العربية السورية.

<u>الفرضية الفرعية الرابعة:</u> لا يوجد أثر معنوي ذو دلالة إحصائية لليقظة البيئية على الأداء التنافسي لشركات الاتصالات الخليوية العاملة في الجمهورية العربية السورية.

الجدول (3-23) تلخيص النموذج لمحور الفرضية الرابعة

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.558[a]	.311	.309	.47805

a. Predictors: (Constant), اليقظة البيئية

الجدول (3-24) اختبار ANOVA لمحور الفرضية الرابعة

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	38.832	1	38.832	169.922	.000[b]
	Residual	85.927	376	.229		
	Total	124.759	377			

a. Dependent Variable: الأداء التنافسي
b. Predictors: (Constant), اليقظة البيئية

الجدول (3-25) اختبار Coefficients لمحور الفرضية الرابعة

Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.776	.102		17.435	.000
	اليقظة البيئية	.418	.032	.558	13.035	.000

a. Dependent Variable: الأداء التنافسي

من الجدول السابق كانت قيمة SIG = 0.000 وهي أصغر من 0.05 وبالتالي نقبل بأنه يوجد أثر ذو دلالة معنوية لليقظة البيئية على الأداء التنافسي. كما أن قيمة معامل الارتباط R = 0.558 ما يدل على وجود تأثير معنوي متوسط وطردي لليقظة البيئية على الاداء التنافسي، أي ان زيادة اليقظة البيئية سيؤدي الى زيادة في فعالية الاداء التنافسي في شركات الاتصالات في الجمهورية العربية السورية.

مما سبق نجد ان محاور اليقظة الاستراتيجية تؤثر على الاداء التنافسي ولمعرفة أي من المحاور تؤثر بالشكل الاكبر قمنا بترتيب المتغيرات بحسب قوة معاملات الارتباط بينها وبين الاداء التنافسي كما هو موضح في الجدول الاتي:

الجدول (3-26) ترتيب المتغيرات بحسب قوة الارتباط بينها وبين الاداء التنافسي

Correlations

		الأداء التنافسي
اليقظة التنافسية	Pearson Correlation	.658**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	378
اليقظة التجارية	Pearson Correlation	.622**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	378
اليقظة التكنولوجية	Pearson Correlation	.676**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	378
اليقظة البيئية	Pearson Correlation	.558**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	378
الأداء التنافسي	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	378

من الجدول السابق نجد ان اكثر المتغيرات تأثيرا في الاداء التنافسي هو متغير اليقظة التكنلوجية يليه اليقظة التنافسية ثم اليقظة التجارية واخيرا اليقظة البيئية.

الفرضية الرئيسية:

لا يوجد أثر معنوي ذو دلالة إحصائية لليقظة الاستراتيجية على الأداء التنافسي لشركات الاتصالات الخليوية العاملة في الجمهورية العربية السورية.

الجدول (3-27) تلخيص النموذج لمحور الفرضية الرئيسية الاولى

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.842[a]	.709	.708	.31092

a. Predictors: (Constant), اليقظة_الاستراتيجية

الجدول (3-28) اختبار ANOVA لمحور الفرضية الرابعة

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	88.410	1	88.410	914.521	.000[b]
	Residual	36.349	376	.097		
	Total	124.759	377			

a. Dependent Variable: الأداء التنافسي

b. Predictors: (Constant), اليقظة_الاستراتيجية

الجدول (3-29) اختبار Coefficients لمحور الفرضية الرابعة

Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	.169	.097		1.740	.003
	اليقظة_الاستراتيجية	.941	.031	.842	30.241	.000

a. Dependent Variable: الأداء التنافسي

من الجدول السابق كانت قيمة SIG = 0.000 وهي أصغر من 0.05 وبالتالي نقبل بأنه يوجد أثر ذو دلالة معنوية لليقظة الاستراتيجية على الأداء التنافسي. كما أن قيمة معامل الارتباط R = 0.842 ما يدل على وجود تأثير معنوي قوي وطردي لليقظة الاستراتيجية على الاداء التنافسي، أي ان زيادة اليقظة الاستراتيجية سيؤدي الى زيادة في فعالية الاداء التنافسي في شركات الاتصالات في الجمهورية العربية السورية.

النتائج و المناقشة:

من خلال ما تقدم من دراسة وتحليلات لفروض البحث نستنتج ما يلي:

1. يوجد أثر ذو دلالة معنوية لليقظة التنافسية على الأداء التنافسي. كما أن قيمة معامل الارتباط R = 0.658وهذا ما يدل على وجود تأثير معنوي متوسط وطردي لليقظة التنافسية على الاداء التنافسي، أي ان زيادة اليقظة التنافسية سيؤدي الى زيادة في فعالية الاداء التنافسي في شركات الاتصالات في الجمهورية العربية السورية، وهذا ما يتفق مع دراسة (زواو،2013).

2. يوجد أثر ذو دلالة معنوية لليقظة التجارية على الأداء التنافسي. كما أن قيمة معامل الارتباط R = 0.622 ما يدل على وجود تأثير معنوي متوسط وطردي لليقظة التجارية على الاداء التنافسي، أي ان زيادة اليقظة التجارية سيؤدي الى زيادة في فعالية الاداء التنافسي في شركات الاتصالات في الجمهورية العربية السورية، ويعود ذلك إلى أهمية دور الموردين والزبائن ضمن الهيكل التشغيلي للمنظمة حسب (ولدعابد،علواطي،2017)

3. أثر ذو دلالة معنوية لليقظة التكنولوجية على الأداء التنافسي. كما أن قيمة معامل الارتباط R = 0.676 ما يدل على وجود تأثير معنوي متوسط وطردي لليقظة التكنلوجية على الاداء التنافسي، أي ان زيادة اليقظة التكنلوجية سيؤدي الى زيادة في فعالية الاداء التنافسي في شركات الاتصالات في الجمهورية العربية السورية، ويبرر ذلك الدور المتعاظم للتكنولوجيا الحديثة ونظم المعلومات الإدارية كأدوات رئيسية تساهم في تحقيق أهداف المنظمة بكفاءة وفعالية حسب (Karema,Zohra,2021)

4. أثر ذو دلالة معنوية لليقظة البيئية على الأداء التنافسي. كما أن قيمة معامل الارتباط R = 0.558 ما يدل على وجود تأثير معنوي متوسط وطردي لليقظة البيئية على الاداء التنافسي، أي ان زيادة اليقظة البيئية سيؤدي الى زيادة في فعالية الاداء التنافسي في شركات الاتصالات في الجمهورية العربية السورية، وذلك كون اليقظة البيئية تمنح المنظمة مناخ اجتماعي سليم وتسهل حل المشاكل التي قد تتعرض لهالا المنظمة حسب (حمو،2018).

5. اكثر المحاور تأثيرا في الاداء التنافسي هو متغير اليقظة التكنلوجية يليه اليقظة التنافسية ثم اليقظة التجارية واخيرا اليقظة البيئية، ويعود ذلك إلى ارتفاع الأهمية النسبية لاستخدام التكنولوجية ضمن المنظمات لمواكبة التغيرات السريعة ضمن قطاع الاتصالات تحديدا كونه يعد من القطاعات عالية التقنية.

6. يوجد أثر ذو دلالة معنوية لليقظة الاستراتيجية على الأداء التنافسي. كما أن قيمة معامل الارتباط R = 0.842 ما يدل على وجود تأثير معنوي قوي وطردي لليقظة الاستراتيجية على الاداء التنافسي، أي ان زيادة اليقظة الاستراتيجية سيؤدي الى زيادة في فعالية الاداء التنافسي في شركات الاتصالات في الجمهورية العربية السورية.

الاستنتاجات و التوصيات:

يوصي البحث بما يلي:

1-ضرورة تعزيز أبعاد اليقظة الاستراتيجية، خاصة في حال التقلبات التي تشهدها الأسواق العالمية، بالإضافة إلى ضرورة إيلاء اهتمام خاص لجانب التكنولوجي لمواكبة التغيرات السريعة والتطورات الدائمة ضمن هذا القطاع.

2-ضرورة الاهتمام بالجوانب البيئية لشركات الاتصالات وتعزيز مفاهيم المسؤولية المجتمعية وتطوير العمل بشكل يسهم في تعزيز اليقظة البيئة ضمن المنظمات.

3-العمل على وضع برامج استراتيجية لتحقيق التكامل بين أبعاد اليقظة الاستراتيجية والأهداف الاستراتيجية لشركات الاتصالات بما يضمن لها أداء تنافسي فعال وتحقيق ميزة تنافسية مستدامة.

References:

Arabic References:

1- Judy, Hanan, 2019, Performance and Competitiveness - Analytical Framework for Relationship Privacy in Small and Medium Enterprises, Journal of Human Sciences،

2- Hammou, Maryam, 2014, The Importance of Strategic Vigilance in Achieving Competitive Advantage, Master Thesis, Faculty of Economics, Commercial and Management Sciences, Oum El Bouaghi University, Algeria.

3- Al-Khatib, Saleh, 2003, Strategic Planning and Institutional Performance - An Analytical Study of the Jordanian Pharmaceutical Industry, Master Thesis, College of Graduate Studies, University of Jordan, Amman, Jordan.

4- Ramli, Hamza, 2014, an exploratory study on the reality of strategic vigilance in the pharmaceutical industry institutions in Constantine, Journal of Economic and Financial Research, No. 2, Algeria.

5- Zarqin, Abboud, Madfoufi, Fayrouz, Taqrarat, Yazid, 2014, the strategic vigilance system as a tool to effect change in the organization, research paper in the International Scientific Conference on Change Management in a Changing World, Center for Research and Human Resources Development, Amman, Jordan.

6- Zwao, Dia El-Din, 2013, The Role of Strategic Vigilance in Improving Enterprise Competitiveness - An Applied Study on Some Economic Institutions, Master's Thesis, Specialization in Strategic Management, Faculty of Economics, Commercial and Management Sciences, Farhat Abbas Setif University, Algeria.

7- Sahnoun, Jamal Al-Din, Abdullah, Belhadia, 2007, Economic intelligence in the service of the business organization, an intervention presented within the Fifth Annual

International Scientific Conference of the Faculty of Economics and Administrative Sciences, Al-Zaytoonah University, Jordan.
8- Al-Sakarna, Bilal, 2005, Leadership strategies in achieving competitive advantage and improving performance for telecommunications companies in Jordan, PhD thesis, College of Administrative and Financial Studies, Amman Arab University for Graduate Studies, Amman, Jordan.
9- Al-Sakarna, Bilal, 2005, Leadership strategies and their role in achieving competitive advantage and improving performance for telecommunications companies in Jordan, Ph.D. thesis, College of Administrative and Financial Studies, Amman Arab University for Graduate Studies, Amman, Jordan.
10- Al-Shawabkeh, Mahmoud, 2018, The Impact of Strategic Vigilance on Effective Decision-Making: The Modifying Role of Decision Systems - Applied Studies on Jordanian Pharmaceutical Companies, Jordanian Journal of Applied Sciences, Private University of Applied Sciences, Amman, Jordan.
11- Salah El-Din, Nisreen, 2020, Strategic Awareness Practices at Sultan Qaboos University, a field study, Journal of the College of Education, Ain Shams University, Issue 44, Part Two.
12- Abbas, Fahima, 2009, The Importance of Strategic Vigilance in Achieving Competitive Advantage, Master's Thesis, Specialization in Business Administration, Faculty of Economics, Commercial and Management Sciences, Ben Youssef Ben Khedda University, Algeria.
13- Obaid, Abd al-Salam, 2008, Strategic Analysis and Competitive Performance - An Analytical Study in the Banking Services Industry, Kufa Center for Scientific Studies, Issue Ten.
14- Allawi, Nassira, 2010, Strategic vigilance as an agent of change in the organization - a case study of the Mobilis Foundation, Master's thesis, Faculty of Economics, Commercial and Management Sciences, Human Resources Department, University of Tlemcen, Algeria.
15- Allawi, Nassira, 2011, Strategic Vigilance as an Agent for Change in the Institution, Master's Degree, Faculty of Economics, Commercial and Management Sciences, University of Abu Bakr Belkaid Tlemcen, Algeria.
16- Al-Mushabakah, Khalil, 2021, Strategic Vigilance: A proposed model for flattening the effects of crises and managing risks in modern organizations, Al-Ghad website.
17- Al-Najjar, Muhammad, Al-Shawabkeh, Khaled, 2020, Strategic vigilance and its impact on project management in Jordanian telecom companies, International Journal of Economics and Business, 8(3.(
18- Al-Nsour, Abdel-Hakim, 2009, the competitive performance of the Jordanian pharmaceutical companies in light of economic openness, PhD thesis, Department of Economics and Planning, Faculty of Economics, Tishreen University, Syria.
19- Al-Washah, Rahma, Al-Hiyari, Khalil, Abu Zaid, Muhammad, 2015, the impact of the use of information technology on competitive advantage and competitive performance in small and medium enterprises - a field study in the manufacturing sector in Jordan, Journal of Administrative and Economic Sciences, Volume 8, Number 2.
20- Ould Abed, Omar, Allawati, Lamin, 2017, Mechanisms for applying strategic vigilance in Algerian economic institutions, a proposed model - an applied study at the Salaf Cement Foundation, the Academy of Social and Human Studies, Department of Economic and Legal Sciences, No. 17.

21- Al-Walid, Hilali, 2009, the general foundations for building competitive advantages and their role in creating value - a case study of the Algerian mobile phone company MOBILIS, Master's thesis, specialization in commercial sciences, Faculty of Economics, Commercial and Management Sciences, Mohamed Boudiaf University of M'sila, Algeria.

Forigen References:

1- Al Yasiri, A., Mohamed, A., Hussein, R., 2019, Measuring The Impact Of Strategic Vigilance in Strategic Intelligence Analytical study of the views of a sample of workers in AL - FURAT general company for Chemical Industries.
2- Azeroual,,Otmane & Theel, Horst, 2018, The Effects of Using Business Intelligence Systems on an Excellence Management and Decision-Making Process by Start-Up Companies: A Case Study. International Journal of Management Science and Business Administration. Volume 4, Issue 3.
3- Ben Ali, A. 2017, The role of strategic vigilance in creating a competitive advantage in the target market of Telecom Algeria, The Journal of Economic, Administrative and Legal Sciences, 1(10).
4- Dawood, F., Abbas, L., 2018, 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.10, No.21.
5- Enterprise Performance Management (EPM), What Does Enterprise Performance Management (EPM) Mean? https://www.techopedia.com/definition/29216/enterprise-performance-management-epm
6- Enterprise performance, access in 10/6/2021.
7- Harris, J, 2016, BENCHMARKING COMPETITIVE PERFORMANCE. https://ideas.darden.virginia.edu/benchmarking-competitive-performance
https://www.tagetik.com/nz/glossary/enterprise-performance
8- Hussein, Antasar Aziz, 2015, The relationship between strategic alertness and marketing culture and its impact on the orientations of marketing management , PhD thesis, Mustansiriya University - Faculty of Management and Economics.
9- Jalod, K., Hasan, A., Hussain, A., 2021, Strategic Vigilance and its Role in Entrepreneurial Performance: An Analytical Study of the Views of a Sample of Managers in the Ur Company in Nasiriyah, Iraq, Multicultural Education Volume 7, Issue 1.
10- Karima, K., Zohra, D., 2021, The Impact of Strategic Vigilance on E-management in the National Railway Transport Company (SNTF), Journal of Information Technology Management, Vol.13, No.2.
11- Shan, J., Jolly, D, 2010, Accumulation of Technological Innovation Capability and Competitive Performance in Chinese firms: A quantitative study, IAMOT 2010, Cairo, Egypt, March, 8-11.