**المحاضرة الثالثة:**

**الإطار المفاهيمي لليقظة الإستراتيجية**

1. **نشأة اليقظة الإستراتيجية**

اليقظة نشاط إنساني قديم، والمؤسسة منذ نشأتها كانت بحاجة دائمة للاستعلام ومراقبة بيئتها لاسيما وضعها التنافسي ومعرفة اتجاهات أسواقها، وقد تناول المصطلح في منتصف القرن التاسع عشر وفي الولايات المتحدة الأمريكيةنهاية الخمسينيات، إلا أنه لم يظهر في فرنسا إلا في نهاية الثمانينات، وطور مفهوم اليقظة من خلال إسهامات العديد من المختصين في مجال إدارة الأعمال من أجل تطوير طريقة تعامل المؤسسة مع محيطها.

* في سنة 1967 تكلم الباحث المتخصص في التسيير Aguillar في كتاب عنوانهscanning the business environnemental ،تكلم على ما تقوم به المؤسسة أثناء عمليات رقابة المحيط هي البحث عن المعلومات في وسط الأحداث، يعمل جهاز الرادار في الرصد والمراقبة الدائمة، ودعى إلى ضرورة وضع نظام لمسح المحيط système de balayage
* في سنة 1975 اعتبر البحث Ansoff المختص في الإستراتيجية والتسويق اعتبر أن الصيرورة المنفتحة على ما يجري خارج المؤسسة، تدور حول استغلال نوع معين من المعلومات يسمى الإشارات الضعيفة، وهي معلومات تسمح باستباق حدث ما قبل وقوعه.
* في سنة 1980 أطلق الباحث الاقتصادي Porter المختص في تنافسية المؤسسات، أطلق على مضمون اليقظة نظام الذكاء التنافسي واضعا بذلك عمليات المسح والكشف والرصد، ضمن سياق البحث عن أي معلومة أو إشارة لاستغلالها في تحقيق السبق التنافسي، وأطلق عليها تسمية إشارات السوق التي يمكن للمؤسسات المتنافسة استخدامها كسلاح استراتيجي للتأثير على قواعد المنافسة، حيث تثار على أساسها المعركة بين المؤسسات.
* أما في سنة 1984 أطلق عليها العالم Ansoff تسمية رادار المراقبة لرصد الإشارات الضعيفة في جميع جوانب المحيط لتفادي ما يسمى بالمفاجآت الإستراتيجية فكانت بمثابة رادار للمؤسسة للدلالة على الإشارات الضعيفة.
* أما في فرنسا فإن LESCA يعتبر من الأوائل الذين طوروا مفهوم اليقظة في كتابهSystème d’information pour le management stratégique الذي ظهر في طبعته الأولى سنة 1986.

وفي نفس السنة أنشأت فرنسا ما يسمى الجمعية المهنية لليقظة الإستراتيجية وفي هذه الفترة لقي مصطلح اليقظة الإستراتيجية رواجا وانتشارا كبيرين وأصبح من مجالات الإدارة الإستراتيجية الحديثة التي تقام حولها الدراسات وتقدم في مضمونها البحوث.

وفي سنة 1994 قامت الحكومة الفرنسية عن طريق تقرير المحافظة العليا للتخطيط بنشر المؤلف المهم بعنوان Intelligence Economique et stratégie des entreprises بعدها بظهور مصطلحين جديدين هما:

* المراقبة أو اليقظة السلبية Veille Passive التي تدل على بحث دون هدف محدد، فهي تعني أن تكون ببساطة في استماع.
* المسح أو اليقظة النشطة Veille Active التي تعني اليقظة الهادفة، والبحث عن معلومات جد دقيقة.

ومن خلال ما سبق يمكن تقديم بعض المصطلحات المتعلقة بمفهوم اليقظة الإستراتيجية وهي: مراقبة المحيط، الذكاء التنافسي الاقتصادي، مسح المحيط، رادار المراقبة.

1. **تعريف اليقظة الإستراتيجية**

يرجع أصل كلمة اليقظة إلى المصطلح اللاتيني (Vigila) والذي يعني حسب موسوعة la rousse "قام بحراسة، مراقبة، اهتم وانتبه إلى شيء ما ، راقب"

 **لغة**: تعني اليقظة في اللغة أن تكون على تيقظ (على عكس النوم)، أن تكون في وضعية استقبال وجاهز لكشف شيء ما يحدث دون معرفة ما هو بالضبط أو أين؟

أما **اصطلاحا**: فقد حظيت اليقظة بالكثير من التعاريف في أدبيات إدارة الأعمال، وقد جاء في تعريف عام أن اليقظة هي: "ملاحظة وتحليل ما يجري حول المؤسسة".

وكذلك تعرف اليقظة بأنها:" نشاط مستمر وفي جزء كبير تكراري يهدف إلى المراقبة النشطة للبيئة للتنبؤ بالتطورات"

وفي نفس ما ذهب إليه التعريف الآتي بقليل من التفصيل حيث عرفت اليقظة على أنها:" نشاط ملاحظة و تحليل التطور العلمي، التقني، التكنولوجي، التجاري، التنافسي، الاجتماعي والآثار الاقتصادية الحالية و المستقبلية الموافقة لها من أجل إظهار تهديدات وفرص تطوير المؤسسة التي يفترض أن تأخذ بعين الاعتبار الأنواع المختلفة للبيئة".

هي:"سيرورة معلوماتية يتم من خلالها البحث عن المعلومات التي تتميز بالقدرة على التنبؤ بتطور النشاط، المعارف أو بيئة معينة".

1. **أهمية اليقظة الإستراتيجية**
* تسمح لها باتخاذ قراراتها بكل أمان وثقة، وعلى دراية بما يحدث من حولها؛
* تقوم برصد وتنبؤ وتوقع الأحداث بشكل استباقي، دون حدوث مفاجآت في التغييرات البيئية والتكنولوجية وغيرها من العوامل الأخرى، والتي تعمل على كشف الفرص والتهديدات؛
* تقييم موقعها التنافسي الحالي والمستقبلي بكل موضوعية مقارنة مع منافسيها؛
* زيادة أرباحها من خلال تسويق منتجاتها بشكل أفضل وأحسن؛
* تقديم أو طرح منتجات جديدة والدخول والتموقع في أسواق جديدة؛
* امتلاك وجهة نظر ورؤية جيدة واستشرافية حول أعمال ونشاطات المنافسين الحاليين والمستقبلية، وتوقع نواياهم؛
* تسمح اليقظة الإستراتيجية للمؤسسة بالكشف عن علامات الإنذار من التغييرات البيئية من خلال الفرص والتهديدات التي تواجهها؛
* تساعد أنشطة اليقظة الإستراتيجية المؤسسة في عملية التخطيط الإستراتيجي، وتعزيز قدرتها التنافسية وتحديد مدى المخاطر التي تتعرض لها؛
* تمنح اليقظة الإستراتيجية المؤسسات ميزة تنافسية من خلال تحسين جودة المنتج وتخفيض التكاليف، ومنحها نظرة شمولية لبيئة عملها.
1. **أنواع اليقظة الإستراتيجية**

يمكن تصنيف اليقظة الإستراتيجية إلى أنواع مختلفة، كل جزء ونوع منها مختص في مجال معين من نشاط المؤسسة، وحسب التصنيفات الأكثر تداولا وانتشارا نذكر:

* **اليقظة التكنولوجية:** اليقظة التكنولوجية ذلك النشاط الذي يسمح باستخدام تقنيات مشروعة لمراقبة ورصد ما يحدث في البيئة العلمية، التقنية والتكنولوجية من تطورات، من خلال جمع، تنظيم، تحليل ونشر المعلومات الإستراتيجية التي تسمح للمؤسسة بالتنبؤ بتلك التطورات وتسهيل عملية الإبداع، فحسب Jakobiak فإن اليقظة التكنولوجية عبارة عن عمليتي ملاحظة وتحليل للبيئة متبوعة بنشر المعلومات التي تم انتقاؤها ومعالجتها حتى تكون مفيدة في عملية اتخاذ القرار، بمعنى أنها نشاط أو عملية تمر بعدة مراحل، متابعة ورصد ما يجري في محيط المؤسسة من أحداث، تحليل المعطيات المحصل عليها من إشارات ومعلومات، انتقائها ومعالجتها ومن ثم نشرها وإيصالها للجهات المختصة المستخدمة، لاستخدامها في اتخاذ القرارات.
* **اليقظة التنافسية:** اليقظة التنافسية هي النشاط الذي تتعرف المؤسسة من خلاله على منافسيها الحاليين والمحتملين، والبيئة التي تتطور فيها المؤسسة المنافسة، وهي عملية جمع وتحليل المعلومات التي تسمح بتحقيق اختراقات في السوق والمنافسة.
* **اليقظة التجارية:** وتسمى كذلك باليقظة التسويقية، يهتم هذا النوع من اليقظة أساسا بدراسة كل من الزبائن الذين يعرفون بالسوق الخلفية، وبالموردين الذين يعرفون بالسوق الأمامية، فالمؤسسة بحاجة دائمة لمعلومات عن الموردين لضمان تموينها المستمر بالموارد، وعن الزبائن للحفاظ عليهم وكسب ولائهم.
* **اليقظة البيئية:** يختص هذا النوع من اليقظة بما بقي من عناصر في بيئة المؤسسة، وهي تهتم بالجوانب المختلفة للبيئة الخارجية العامة للمؤسسة.