أولا/– التطور التاريخي:

ركزت العديد من الأبحاث على ضرورة تحليل البيئة البيئة الخارجية كمتغير أساسي في تحديد استراتيجية المؤسسة ومستقبلها وهذا عن طريق فهم تغيراتها ومختلف الأحداث التي تبرز فيها سواء من أجل التكيف معها حفاظا على تنافسيتها ومزاياها التنافسية في سوق ما ،أو للاستماع المسبق لتغيراتها بهدف استشعار الفرص والتهديدات قبل حدوثها لاتخاذ الإجراءات المناسبة حيال ذلك أو حتى بهدف إحداث التغيير فيها بما يحفظ استمراريتها وبقائها، مؤكدة في ذلك على إن قدرة المؤسسة على التحكم في بيئتها الخارجية والتأثير فيها إنما تظهر من خلال وجود نظام معلومات خاص يدعى بنظام الإنذار المبكر ،أو اليقظة الإستراتيجية ، يزودها بشكل مستمر بالمعلومات التي تؤهلها لتحقيق الأسبقية على المنافسين واستمرارية نشاطها حيث:

يرى **Lesca** أن القدرة على الاستباق يمثل تحدي أساسي أمام المؤسسة ويفترض وجود وتطوير يقظة وذكاء جماعي قائم على استغلال الإشارات الضعيفة التي عبر عنها **Ansoff** في حين يؤكد 1990 **Theitart** أن الحيازة على معلومة ملائمة حول البيئة بشكل عام والمنافسين بشكل خاص هو ذو أهمية كبيرة للمؤسسة موافقا بذلك **Chandler** الذي يرى أنو مهما كانت وضعية المسيرين فان الحيازة على معلومات عن الحالة المستقبلية للظروف المالية، الاقتصادية والطلب في السوق يعد شيئا ضروريا ، ذلك انه لم يعد من المجدي الاعتماد على التنبؤات المعتمدة على معطيات الماضي وهو نفس الموقف الذي تبناه **Porter** حيث أكد أنه بالإمكان تقليص أجال اكتشاف المخاطر والتهديدات المتأتية من البيئة في حالة وجود نظام لمراقبة المنافسة يوفر بشكل دائم معلومات وبيانات ميدانية.

كل هذه الآراء انما تعكس الأهمية التي تشكل اليقظة الاستراتيجية بالنسبة للمؤسسة وأيضا بالنسبة للباحثين من شتى الجنسيات ، حيث نجد أن البريطانيين والأمريكيين والأنجلوسكسونيين بشكل عام اهتموا باليقظة منذ الخمسينيات وبداية الستينات في حين تأخر هذا الاهتمام لدى الفرانكفونيين الى غاية الثمانينات وهو ما سنوضحه من خلال إسهامات الباحثين في موضوع اليقظة الإستراتيجية.

ثانيا/ – إسهامات الباحثين:

اليقظة نشاط إنساني قديم، والمؤسسة منذ نشأتها كانت بحاجة دائمة للاستعلام ومراقبة بيئتها لاسيما وضعها التنافسي ومعرفة اتجاهات أسواقها. و قد تداول المصطلح في منتصف القرن التاسع عشر وفي الولايات المتحدة الأمريكية نهاية الخمسينيات، إلا انه لم يظهر في فرنسا إلا في نهاية الثمانينيات، و تطور مفهوم اليقظة من خلال إسهامات العديد من المختصين في مجال ادراة الأعمال من اجل تطوير طريقة تعامل المؤسسة مع محيطها.

-في سنة 1967 في كتاب عنوانه **scanning the business environnement** للباحث المتخصص في التسيير **Aguilar** ، يتكلم على ما تقوم به المؤسسة أثناء عمليات رقابة المحيط هي البحث عن المعلومات في وسط الأحداث، بعمل جهاز الرادار في الرصد والمراقبة الدائمة، و دعا إلى ضرورة وضع نظام لمسح المحيط .système de balayage

– في سنة 1975 اعتبر الباحث **Ansoff** المختص في الإستراتيجية و التسويق اعتبر أن الصيرورة المنفتحة على ما يجري خارج المؤسسة، تدور حول استغلال نوع خاص من المعلومات يسمى الإشارات الضعيفة، و هي معلومات تسمح باستباق حدث ما قبل حدوثه.

– 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 و أطلق عليها تسمية إشارات السوق التي يمكن للمؤسسات المتنافسة استخدامها كسلاح استراتيجي للتأثير على قواعد المنافسة، حيث تدار على أساسها المعركة بين المؤسسات

– أما في سنة 1984 أطلق عليها العالم **Ansoff** تسمية رادار المراقبة لرصد الإشارات الضعيفة في مقاله المشهور **managing strategie surprise by response to weak signals** والذي أكد أهمية الرادار مثل **Aguilar** لتفادي ما يسمى بالمفاجآت الإستراتيجية.

*توصل **Ansoff** إلى أن البيئة غير المستقرة لا تسمح بالاعتماد على تنبؤات تم إعدادها على أساس معطيات الماضي (التغير واللاستمرارية حيث أن المتغيرات السابقة لا تؤثر نفس التأثير على البيئة فهناك دوما إشارات ضعيفة)

– و في سنة 1986 أنشأت **فرنسا** ما يسمى **بالجمعية المهنية لليقظة الإستراتيجية** وفي هذه الفترة لقي مصطلح اليقظة الإستراتيجية رواجا و انتشارا كبيرين وأصبح من مجالات الإدارة الإستراتيجية الحديثة التي تقام حولها الدراسات و تقدم في مضمونها البحوث .

– أما عن مرحلة التسعينات فقد بدأ التركيز على استعمالات اليقظة، أهدافها، أساليب تطبيقها فبعد أن كانت وظيفة دفاعية أصبح لديها بعد هجومي نتيجة للحرب الاقتصادية عرفت هذه المرحلة ظهور الذكاء الاقتصادي من خلال تقرير 1994 **Martre** الصادر عن وزارة الدفاع الفرنسية.

و من خلال ما سبق يمكن تقديم بعض المصطلحات التي المتعلقة بمفهوم اليقظة الإستراتيجية: مراقبة المحيط، الذكاء التنافسي الاقتصادي، مسح المحيط، رادار المراقبة، وفيما يلي شكل توضيحي لتطور مفهوم اليقظة.

الشكل 1: تطور مفهوم اليقظة

SOURCE;Cohine C., Intelligence économique et performance, mesurer l'efficacité de l'IES et son impact sur la performance, vie et science économique n°174-175 C2006,P64