

ترصد المؤسسة وتحلل جميع جوانب محيطها من خلال اليقظة الإستراتيجية فهي:

- تتيقظ اتجاه محيطها التنافسي ← يقظة تنافسية
 - تتيقظ اتجاه محيطها التكنولوجي ← يقظة تكنولوجية
 - تتيقظ اتجاه عملائها ومورديها ← يقظة تجارية
 - تتيقظ اتجاه عناصر بيئتها ← يقظة بيئية
- تم ربط هذه الأنواع من نموذج القوى الخمس للمنافسة لبورتر

1- اليقظة التنافسية:

اليقظة التنافسية أو الاستعلام التنافسي هي النشاط الذي من خلاله تتعرف المؤسسة على منافسيها الحاليين والمحتملين وهي تهتم أيضا بالبيئة التي تتطور فيها المؤسسة المنافسة وهذا من خلال جمع المعلومات والحصل عليها من تحليل الصناعة وتحليل المنافسة (نقاط القوة ونقاط الضعف)، ثم تحليلها واستخراج النتائج وتطبيقها في اتخاذ القرار بالمؤسسة وتهدف اليقظة التنافسية إلى معرفة

-الأداء الحالي للمنافس - إستراتيجية المنافس - أهداف المنافس الجديدة - قدرات المنافس - الفرضيات التي تحكم عمل وقرارات المنافس . كما تهدف أيضا إلى معرفة - ما هي الأشياء التي لا يستطيع المنافسون القيام بها ؟ - كيف يرون المنافسون مستقبلهم؟

2- اليقظة التكنولوجية:

تشير اليقظة التكنولوجية إلى الجهود المبذولة من طرف المؤسسة، والوسائل المستخدمة، والإجراءات المتخذة بهدف الكشف عن كل التطورات والمستجدات الحاصلة في الميادين التقنية والتكنولوجية، والتي تهم المؤسسة حاليا أو التي تهمها مستقبلا كما يعرفها **RIBAULT et MARTINET** على أنها: " ذلك النشاط الذي يتمثل في مراقبة البيئة للكشف عن الإشارات الضعيفة والتي تبرز عند تطور التكنولوجيات "

وتتمثل اليقظة التكنولوجية على العموم في:

- ✓ جمع المعلومات العلمية، التقنية، والتكنولوجية لاستغلالها في الإبداعات التكنولوجية .
- ✓ تحديد التقنيات أو التكنولوجية المتبعة من طرف المنافسين
- ✓ الاهتمام بالتطور التكنولوجي بما فيه من: الاكتشافات العلمية، الإبداع في السلع والخدمات، التطور في طرق و أساليب الصنع، ظهور مواد ومفاهيم جديدة.

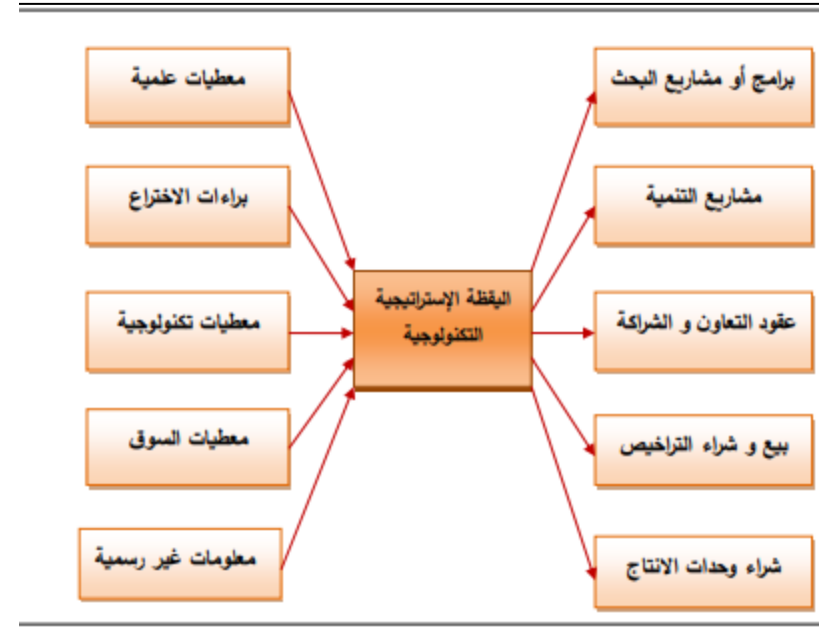
وتستمد اليقظة التكنولوجية مصادرها أساسا من:

- ✓ هيئات البحث العلمي والجامعات، من خلال الاتصالات المستمرة، المشاركة في الملتقيات.
- ✓ المعاهد ومؤسسات البحث التطبيقي والهندسة.
- ✓ الدراسة الدورية لكل البراءات التي لها علاقة بالنشاط.
- ✓ بنوك المعلومات.
- ✓ المشاركة في الملتقيات ودراسة المنشورات ذات الطابع المهني.
- ✓ التحليل الدقيق لمنتجات المنافسة.

1-2- مجالات استخدام اليقظة التكنولوجية:

- عمليات التصنيع وتقنيات الانتاج
- تكنولوجيا نظم المعلومات الإدارية المستخدمة.
- تكنولوجيا المنتج المقدم من طرف المؤسسة.

2-2- كيفية عمل جهاز اليقظة التكنولوجية:



■ الموردون: يجب تتبع تطور وعرض المنتجات الجديدة، تطور العلاقة بين الموردين والمؤسسة، وإمكانية المورد على انتقاء المنتجات التي تحتاجها المؤسسة بأقل تكلفة .
وكحالة خاصة نجد سوق العمل والذي يجب تتبع فيه تطور عرض المهارات الجديدة، وتطور سعر اليد العاملة. وأخيراً، يجب الأخذ بعين الاعتبار عدم رضا الزبائن، وحتى إذا كان 80% من الزبائن راضين على المنتج، فإنه يجب الاطلاع على ملاحظات 20 % غير الراضين وهذا بهدف التحسين من جودة المنتج.

4- اليقظة البيئية:

وتخص ما تبقى من عناصر في بيئة المؤسسة والتي لم تأخذ الأنواع السابقة بعين الاعتبار، كاليقظة التشريعية، المالية، السياسية، الجيوسياسية، اليقظة الخاصة بعلم البيئة، واليقظة الثقافية ويعتبر تطبيق اليقظة البيئية مهمة صعبة بالنسبة للمؤسسة بما أنه يتعلق الأمر بجانب واسع من البيئة المتبقية، وعليه يجدر بالمؤسسة التعامل مع المعلومات المنتقاة بعناية كبيرة من حيث تحليلها ومعالجتها وإرسالها لمتخذي القرار حتى يحددوا بدورهم المعلومة الأساسية في عملية اليقظة هذه.

شروط فاعلية اليقظة:

- يجب توفر خمس شروط لضمان فاعلية اليقظة الإستراتيجية وهي كالاتي:
- ✓ إرادة قوية ثابتة من قبل الإدارة.
- ✓ اتصال داخلي جيد: السماح للمعلومة بالانتقال فاليقظة عمل جماعي وليس فردي
- ✓ التحكم في الوقت: تسخير الوقت، الوسائل والميزانية المناسبة لذلك.
- ✓ الحد الأدنى من الهياكل: المعلومة تعطى لها قيمة افضل عندما يكون للمؤسسة تأطير مهيكّل من طرف إطارات ذات وظائف محددة.
- ✓ روح جماعية قوية بين مختلف الموظفين.

يمكن لليقظة التكنولوجية أن تغير مسار قطاع بأكمله

3- اليقظة التجارية:

تمثل اليقظة التجارية النوع الثالث من اليقظة والذي يهتم عموماً بالزبائن (السوق الخلفية للمؤسسة) والموردين (السوق الأمامية للمؤسسة مثل سوق العمل)
■ الزبائن (الأسواق): ويتعلق الأمر بالاهتمام بتطور احتياجات الزبائن على المدى الطويل وكذلك بتطور العلاقة بين الزبائن والمؤسسة.