أثر اليقظة الاستراتيجية على الأداء الاستراتيجي: الدور التفاعلي للتوجه الاستراتيجي

دراسة

الباحث علاء ناصر داود

Alaa.naser@mail.com

https://orcid.org/0009-0003-6535-2293

ا. م. د ندى عبدالقادر عبدالستار

Nada.abdulsataar@uobasrah.edu.iq

جامعة البصرة /كلية الادارة والاقتصاد/قسم ادارة الاعمال

المستخلص :

تسعى الدراسة الحالية لمعرفة اثر اليقظة الاستراتيجية في الأداء الاستراتيجي من خلال الدور التفاعلي للتوجه الاستراتيجي للشركة العامة لموانئ العراق وتم استخدام التصميم الكمي المبني على الاستبيان كأساس لجمع البيانات من 315 فردا واستخدمت الدراسة Smart PLS في تحليل البيانات وتوصلت الدراسة الى مجموعة من الاستنتاجات وأظهرت النتائج دور المتغير التفاعلي في العلاقة بين اليقظة الاستراتيجية والأداء الاستراتيجي وبناءً على الاستنتاجات تم التوصل الى مجموعة من التوصيات للدراسات في المستقبل

الكلمات المفتاحية: اليقظة الاستراتيجية ، الاداء الاستراتيجي ,التوجه الاستراتيجي

The Impact of Strategic Vigilance on Strategic Performance: The Moderating Role of Strategic Orientation

1 Researcher Alaa Nasser Daoud

University of Basra / College of Administration and Economics - / Department of Administration

2) *Assistant Professor Dr Nada Abdelkader*

University of Basra / College of Administration and Economics / Department of Business Administration

Abstract :

The current study aims to determine the impact of strategic vigilance on strategic performance through the interactive role of the strategic orientation of the General Company for Iraqi Ports. A quantitative questionnaire-based design was used to collect data from 315 individuals. Smart PLS was employed for data analysis. The study reached a number of conclusions, and the results demonstrated the role of the interactive variable in the relationship between strategic vigilance and strategic performance. Based on these conclusions, a set of recommendations for future research was formulated.

Keywords: Strategic Vigilance, Strategic Performance, Strategic Orientation

مقدمة

يتأثر نجاح أي منظمة بشكل كبير بالأداء الاستراتيجي (Ismail, et al 2023:120)لذا حظي الاداء الاستراتيجي باهتمام كبير من قبل الشركات كوسيلة لتعزيز كفاءتها (Alabdullah, et al 2023:620) فالربحية طويلة الأجل ونمو فرص العمل وزيادة إيرادات الشركة وارتفاع ثروة المساهمين كلها نتائج محتملة للأداء الاستراتيجي الناجح إضافةً إلى ذلك يُسهم النجاح المالي القوي في مساعدة الشركات على الاحتفاظ بموظفيها وتحسين خدمة العملاء(Fraihat, et al 2023:1005) يُعدّ الأداء الاستراتيجي للشركة ظاهرة متعددة الأوجه تجمع بين المقاييس المالية والتشغيلية والاستراتيجية لترجمة الاستراتيجيات إلى نتائج ملموسة للشركة وقياس مدى تحقيقها لأهدافها(Isik, Arditi, Dilmen, & Talat Birgonul, 2010:120) وقد برز الأداء الاستراتيجي كأحد أبرز المفاهيم التي حظيت باهتمام بالغ في الدراسات المعاصرة للإدارة الاستراتيجية واستجابةً للضغوط البيئية المتغيرة تبنت العديد من المؤسسات ممارسات الإدارة الاستراتيجية لتعزيز قدرتها على التكيف مع التغيير وتحسين تخصيص الموارد وتحقيق أهدافها طويلة الأجل بفعالية(Anser, et al 2021:2) ونتيجةً لذلك تحتاج الشركات إلى فهم عميق للنتائج النهائية لأنشطتها التشغيلية واستثماراتها في الموارد ومدى تحقيق أهدافها الاستراتيجية وهو فهم يُحدد جوهر الأداء الاستراتيجي الذي تسعى المؤسسات باستمرار إلى تطويره(Abd Rahim, & Halim, 2024:395) في ضوء التغيرات المستمرة والمنافسة الشديدة التي تواجهها المنظمات نتيجة للتقدم التكنولوجي واستخدام الأساليب المبتكرة في إدارة الأعمال، تحتاج المنظمات إلى تبني التوجه الذي يمكّنها من تحقيق التفوق على المنافسين والحفاظ على بقائها واستمراريتها(Mohsin, et al 2023:730) ويتم ذلك من خلال تطوير نظام إنذار استراتيجي يزود المنظمة بالمعلومات اللازمة من نقطة البحث إلى نقطة استغلال المعلومات يُطلق على هذا المفهوم اسم اليقظة الاستراتيجية(Dawood,., & Abbas 2018:3) تعدّ اليقظة الاستراتيجية وظيفةً تُمكّن المؤسسات من مراقبة أسواقها، ومنافسيها على وجه الخصوص، وبيئتها المحيطة بشكل عام. لذا، تُولي معظم المؤسسات اهتمامًا بالغًا لهذه الوظيفة لتتفوق على منافسيها، وذلك من خلال الحصول على المعلومات اللازمة وتصنيفها وفرزها ومعالجتها لتحديد المعلومات التي تتوافق مع أنشطة الشركات وتؤثر على قراراتها الاستراتيجية(Hasan, 2022:1) وتماشياً مع العلاقة بين اليقظة الاستراتيجية والأداء الاستراتيجي اعتبرت الدراسة التوجه الاستراتيجي متغير تفاعلي كونه أهم مورد للشركة، و لدوره المحوري في تحسين العلاقة التي توفر أساسًا وتوجيهات تُحسّن من فهم المدير لبيئة الأعمال، وتُمكّنه من اتخاذ قرارات أكثر دقة استجابةً لمتطلبات أصحاب المصلحة.(Shah, et al 2020:377) ويعكس التوجه الاستراتيجي للشركة التوجهات الاستراتيجية المطبقة لاتخاذ السلوكيات المناسبة لضمان استدامة أعمالها وأدائها المتميز(Ashal,et al, 2021:2) وسنسعى في هذه الدراسة الى تحديد مدى تأثير اليقظة الاستراتيجية في الأداء الاستراتيجي ومعرفة دور التوجه الاستراتيجي على تلك العلاقة ولتحقيق هدف البحث سوف نقدم الأقسام التالية للدراسة وهي التطور النظري والفرضيات وكذلك المنهجية والإجراءات وبعد ذلك سيتم تقديم النتائج ومناقشتها الى جانب بعض التوصيات النظرية والعملية

المبحث الأول: منهجية البحث

1. مشكلة الدراسة

يعد الأداء الاستراتيجي بمثابة مؤشراً حاسمًا لمدى حيوية المؤسسات ومدى قدرتها على تحقيق أهدافها الاستراتيجية (Olota, et al 2021:18) و سر نجاح أي مؤسسة يتعلق بمدى قدرتها على تحقيق أهدافها والوصول إلى رؤيتها المستقبلية (Edewhor, & Okoh, 2024:371) وفي ضوء ذلك تسعى معظم المؤسسات الى انشاء مركز استراتيجي فريد من نوعه يضمن لها البقاء وتحسين أدائها في سياق البيئة التي تعمل فيها (Najm, et al2023:369) وبناء على عدد من النظريات (النظرية المعرفية الاجتماعية ونظرية القدرات الديناميكية) والتي تفسر العلاقة بين اليقظة الاستراتيجية والذي ينظر اليه قدرة المنظمة على رصد وتقييم التغييرات التي تحدث في بيئتها الداخلية والخارجية سواء كانت هذه التغييرات تكنولوجية او اقتصادية او اجتماعية او سياسية واستخدام هذه المعلومات لاتخاذ قرارات استراتيجية (أي اليقظة التنافسية, اليقظة التكنولوجية ,اليقظة التجارية واليقظة البيئية) والأداء الاستراتيجي (Altarawneh, 2023:53) اذ تعمل اليقظة الاستراتيجية في زيادة قدرة الشركة في تحسين أدائها الاستراتيجي(Hasan, 2022:1) أصبحت اليقظة الاستراتيجية ضرورة ملحة ولها دور فعال في توفير المعلومات اللازمة حول مختلف عناصر بيئة أعمال المنظمة من منافسين وعملاء وتكنولوجيا وفي جوانب عديدة تشمل المنتجات والاستراتيجيات والتقنيات المستخدمة وبشكل عام كل ما يؤثر على المنافسة ومن ثم تبني أنشطتها والاستفادة منها في تحسين أدائها (Jalod, et al 2021:92) أن التوجه الاستراتيجي يؤثر على الأداء الاستراتيجي اذ ان الشركات التي تراقب وتستجيب لاحتياجات الزبائن وتفضيلاتهم يمكنها تحسين رضا العملاء وبالتالي تحقيق نتائج مالية أفضل(Alani, et al 2025:386) تعكس العلاقة المعدلة للتوجه الاستراتيجي طبيعة تأثير اليقظة الاستراتيجية في الأداء الاستراتيجي وهو ما تسعى اليه هذه الدراسة في ردم الفجوة المعرفية فضلا عن ندرة الدراسات التي تناولت هذا الموضوع في الشركة العامة موانئ العراق والتي لها دور كبير تنمية الاقتصاد العراقي (لذلك تسعى هذه الدراسة الإجابة على التساؤل الاتي هل يوجد تأثير لليقظة الاستراتيجية في الأداء الاستراتيجي ؟و ما هو الدور التفاعلي للتوجه الاستراتيجي لتلك العلاقة؟)

2. اهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة الى اختبار العلاقات بين المتغيرات التي تشكل النموذج المفاهيمي للدراسة من خلال قيام الباحث بجمع البيانات من افراد العينة ضمن نهج تنظيمي في الشركة العامة لموانئ العراق ومن خلال ذلك نستخلص طبيعة العلاقة التي لم يسبق دراستها ومعالجة الفجوة المعرفية نعمل على تحقيق الأهداف الاتية:

1- تشخيص الدور المباشر لليقظة الاستراتيجية في الأداء الاستراتيجي.

2- تشخيص الدور التفاعلي للتوجه الاستراتيجي في العلاقة بين اليقظة الاستراتيجية والأداء الاستراتيجي.

3. أهمية الدراسة

1- تسعى الدراسة الى الاعتماد على الأفكار والمقترحات التي تم جمعها للعديد من الدراسات التي حاولت الى الوصول لمعرفة ما يعزز الاداء الاستراتيجي من خلال العمل على جمع متغيرات مختلفة وتحاول هذه الدراسة العمل على جمع المتغيرات الاكثر أهمية وفق ما اشارت الية الدراسات السابقة وبالتالي الوصول الى نموذج يشمل أكثر المتغيرات اهمية في تعزيز الاداء الاستراتيجي.

2- ان الاستنتاجات التي ستتوصل اليها الدراسة سوف تمثل اسهام متميز في معرفة أثر اليقظة الاستراتيجية في الاداء الاستراتيجي من خلال سياق جديد وهو الشركة العامة لموانئ العراق والتي تختلف عن بقية الدراسات التي تم تطبيقها في سياقات مختلفة وكذلك اثرها في تحسين الاداء الاستراتيجي ويتم ذلك من خلال العمل على اخذ حجم العينة الأنسب و تحقيق النتائج الأكثر دقة.

3- تحاول الدراسة الوصول الى نموذج يقدم صورة واضحة لليقظة الاستراتيجية التي تؤثر على الاداء الاستراتيجي من خلال التوجه الاستراتيجي كمتغير تفاعلي واثرها على اليقظة الاستراتيجية مما يسهم في تحديد اكثر العوامل التنظيمية تأثيرا في الاداء الاستراتيجي لشركة ذات اهمية كبرى للاقتصاد في البلد والبحث عن اسباب التي تعيق تحسين الاداء من اجل معالجتها.

4- المخطط الفرضي للدراسة

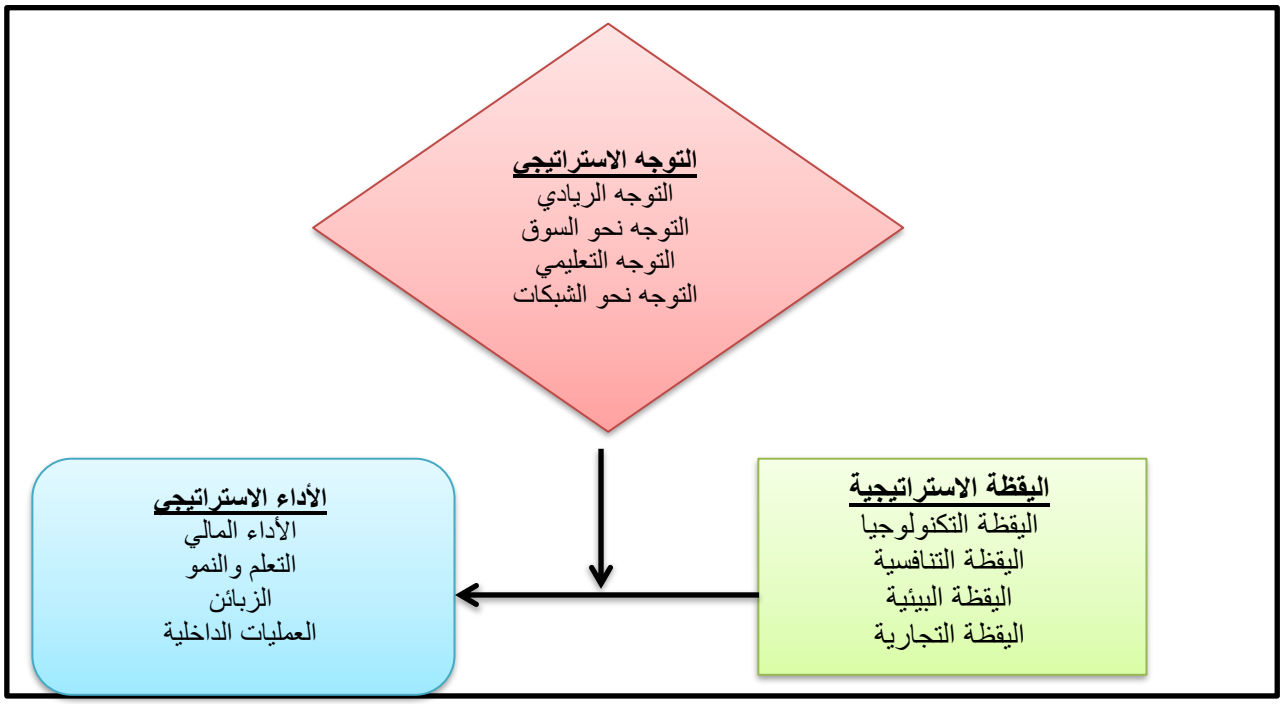
يوضح المخطط الفرضي للدراسة المتغيرات وابعادها وعلاقات الارتباط والتأثير بينها من خلال استخدام الاسهم لتحديد مسار التأثير بين المتغيرات حيث جرى توضيح العلاقات بين المتغيرات وكالاتي :

1- المتغير المستقل: المتمثل باليقظة الاستراتيجية والذي تم تحديد أبعاده (اليقظة التكنولوجيا , اليقظة التنافسية ,اليقظة البيئية, واليقظة التجارية) والتي تعد بدورها المصدر الأساس للتأثير بالأداء الاستراتيجي بشكل مباشر(Zouarqui, et al 2024:15)

2- المتغير التفاعلي: التوجه الاستراتيجي هي إجراءات ومبادئ لتطوير السلوكيات التي تؤدي إلى الأداء الأمثل وهو متغير تفاعلي يؤثر في العلاقة بين المتغير المستقل (اليقظة الاستراتيجية) والمتغير التابع (الأداء الاستراتيجي) وتمثلت ابعاد التوجه الاستراتيجي(التوجه الريادي ,التوجه نحو السوق ,التوجه التعليمي ,والتوجه نحو الشبكات)(Falahat, et al 2021:5)

3- المتغير التابع الأداء الاستراتيجي وهومتغير يمثل مقياس النتائج النهائية لأنشطة المنظمة والتي تتمثل في قدرتها على تحقيق أهدافها طويلة الأجل من خلال استغلال مواردها بكفاءة وفعالية **(Al-Hamli, 2024:718)**

وقد تم فرضيات الدراسة على أساسها ولتوضيح تأثير اليقظة الاستراتيجية في الأداء الاستراتيجي في الشركة العامة لموانئ العراق نوضح المخطط الفرضي للدراسة كما يأتي:



شكل (1) المخطط الفرضي للدراسة

5. فرضيات الدراسة

1-العلاقة بين اليقظة الاستراتيجية والأداء الاستراتيجي

تُعدّ اليقظة الاستراتيجية حجر الزاوية في منظمات الأعمال المعاصرة إذ تُسهم بشكل كبير في استدامتها واستمراريتها على المدى الطويل وتُعدّ عنصرًا أساسيًا في مبادرات تطوير القيادة إذ تتجاوز مجرد تعزيز القدرات الفردية لتشمل إدارة الموارد البشرية وتعزيز العلاقات الشخصية داخل المنظمة مما يُعزز سلوك المواطنة التنظيمية ويعزز المرونة الجماعية للمنظمة وهي احدى مقومات تعزيز الأداء الاستراتيجي (Al-Dhabibi 2024:99)يطور هذا النهج استراتيجيات فعالة والاستفادة من الفرص قبل المنافسين كما أن اليقظة الاستراتيجية تساعد الشركات في تبني الابتكارات مثل استخدام التكنولوجيا الرقمية لتحسين وتطوير خدمات جديدة إلى جانب ذلك تتيح اليقظة الاستراتيجية للشركات تحسين أدائها من خلال تعزيز الابتكار والقدرة على التكيف مع الأزمات المحتملة من خلال مراقبة وتحليل سلوك الزبائن(Saad,et al :53 2025) علاوة على ذلك تساهم اليقظة الاستراتيجية كمدخل مهم لتطوير المنظمات في وقت أصبح فيه تحسين أداء المنظمات وتحقيق الكفاءة والفعالية في عملياتها ونتائجها من أبرز قضايا الإدارة المعاصرة وفي صدارة اهتمام التطوير

وصانعي السياسات، وذلك لارتباطها بالعديد من المجالات التنظيمية مثل الأنظمة والهياكل والبرامج وغيرها، والتي لها تأثير طويل المدى في تحقيق أهداف المنظمة وخططها المستقبلية (Aljahny,et al 2023:60)

الفرضية الرئيسة الاولى :توجد علاقة تأثير بين اليقظة الاستراتيجية والأداء الاستراتيجي

2-العلاقة بين اليقظة الاستراتيجية والأداء الاستراتيجي من خلال الدور التفاعلي للتوجه الاستراتيجي

تبرز اليقظة الاستراتيجية كعملية منهجية مستمرة تشمل جمعًا مدروسًا وتحليلًا تفسيريًا للبيانات المتعلقة بالمجالات الاقتصادية والسوقية والتنافسية ويتمثل هدفها الأساسي في تزويد المؤسسات برؤى عملية مما يُمكّنها من اتخاذ خيارات استراتيجية مدروسة وقائمة على الأدلة ويتحقق هذا الهدف من خلال بناء فهم شامل لفرص السوق الناشئة والمخاطر الكامنة (Boutaleb,et al 2024:143) كما تُؤدي اليقظة الاستراتيجية إلى خلق الفرص وتقليل أوجه عدم اليقين لا سيما عند معالجة الاختلالات التي قد تنشأ مع تطور البيئة التكنولوجية والاجتماعية والاقتصادية التي تعمل في تعزيز أدائها الاستراتيجي (Al-Aasadi, 2023:45) و تسعى اليقظة الاستراتيجية كأداةً حيويةً للمؤسسات لمواكبة التحولات الديناميكية في قطاعاتها فهي تُمكّنها من تشخيص الجوانب الاستراتيجية لبيئتها المحيطة بشكلٍ استباقي مما يُحسّن أدائها الاستراتيجي(Hermel,2001:3) و وبما أن التوجهات الاستراتيجية هي إجراءات ومبادئ لتطوير السلوكيات لذا التوجهات الاستراتيجية هي القواعد مع اليقظة الاستراتيجية توجه وتحكم أنشطة الشركة وتطور أدائها لضمان استدامتها(Fadhil,et al2021:966) لذلك نقترح الفرضية التالية:

الفرضية الرئيسة الثانية :يوجد دور تفاعلي للتوجه الاستراتيجي مع اليقظة الاستراتيجية في الأداء الاستراتيجي

6. طرائق جمع البيانات

تم جمع البيانات من المديريات والمراكز التابعة الى الشركة العامة لموانئ العراق باستخدام الاستبانة الورقية وان جميع المقاييس المستخدمة لقياس المتغيرات هي مقياس ليكرت من خمس نقاط يتراوح من (1لا اتفق تماما;5 اتفق تماما) وقد تم توضيح طريقة اعتماد المقاييس لكل متغير من متغيرات الدراسة بعد مراجعة العديد من الدراسات ذات العلاقة والجدول(1) يوضح مقاييس الدراسة والمصادر المعتمدة.

جدول (1) مقاييس الدراسة

المتغير	المقياس المستعمل
اليقظة الاستراتيجية	تم استعمال مقياس(Zouarqui, et al 2024:15) مكون من 16 فقرة موزعة على أربعة فقرات لكل بعد على الابعاد التالية وهي اليقظة التكنولوجيا و اليقظة التنافسية و اليقظة البيئية و اليقظة التجارية
التوجه الاستراتيجي	لقد استخدمنا مقياس (Falahat, et al 2021:5) المكون من 16 فقرة موزعة على أربعة فقرات لكل بعد على ابعاد (التوجه الريادي , التوجه نحو السوق, التوجه التعليمي و التوجه نحو الشبكات)
الأداء الاستراتيجي	(Al-Hamli, 2024:718) تم استخدام 16 فقرات.

الجدول من اعداد الباحث

7. تصميم الدراسة

تمثلت الدراسة الحالية بقضايا الإدارة الاستراتيجية فمن الأفضل استخدام التصميم الكمي للمساعدة في اختبار الفرضيات وتحقيق اهداف الدراسة لان التصميم الكمي يرتبط في تحسين أداء الشركات ودراسة الارتباط بين المتغيرات من اجل تحسين الاداء فسوف يتم استخدام المنهج الكمي(Creswell &Creswell, 2017:60). و أن البحث الكمي في الإدارة الاستراتيجية هو بحث (واقعي وموضوعي) (Valentin, 2006:18).

8. عينة ومجتمع الدراسة

يشمل مجتمع الدراسة كافة القيادات الادارية المتمثلة بالمدير العام ومعاونيه ومديري الاقسام ووكلائهم ومسؤولي الشعب ووكلائهم وضمن الهيكل التنظيمي المصدق لعام 2019 الذي لا يختلف عن الهيكل التنظيمي الحالي ولكون المجتمع قليل نسبيا متمثلا 315 ويمكن الوصول اليه مع الاعتماد على عينة الحصر الشامل (Saunders et al,2016:304) وتم توزيع الاستبانة على (315) مديرا مع زيارتهم ميدانيا في مكاتبهم لضمان ملئ الاستمارة.

9. حدود الدراسة

1 - الحدود المعرفية: اشتملت هذه الدراسة على مجموعة متغيرات متمثلة المتغير المستقل اليقظة الاستراتيجية والمتغير التفاعلي التوجه الاستراتيجي والمتغير التابع الأداء الاستراتيجي

2- الحدود المكانية :تمثلت بالشركة العامة لموانئ العراق

3 –الحدود البشرية: كافة القيادات الادارية المتمثلة بالمدير العام ومعاونيه ومديري الاقسام ووكلائهم ومسؤولي الشعب ووكلائهم .

المبحث الثاني: الجانب النظري

1. مفهوم و اهمية اليقظة الاستراتيجية (The concept and importance of strategic vigilance)

تمثل اليقظة الاستراتيجية قدرة ديناميكية بالغة الأهمية تمكّن الشركات من رصد الإشارات البيئية وتفسيرها والاستجابة لها باستمرار(Slater, et al 2006:1221)وعرفت بأنها منهجية منظمة لمسح العوامل الداخلية والخارجية التي قد تؤثر على القرارات الاستراتيجية (Osibodu, et al 2025:141)اذ تسعى المؤسسات الاقتصادية إلى تحقيق الاستمرارية والتطور الأمر الذي يستلزم اكتساب المعلومات واستخدامها بفعالية ويتحقق ذلك من خلال أنشطة منظمة تخلق فرصًا وتتصدى للمخاطر عبر اليقظة الاستراتيجية التي تُعدّ آلية لرصد البيئة والتنبؤ بالتغيرات المستقبلية(Ouali, et al 2024:4) بالإضافة إلى أنها عملية استراتيجية تزود المؤسسة بالمعلومات التي تمكنها من مواجهة المنافسة بفعالية أكبر بالاعتماد على الأسس والمعايير العلمية (Alhadani et al 2021: 674) بينما تسعى الشركات جاهدة لمواكبة التطورات الديناميكية في صناعتها فإن هذا يساعدها على اكتساب آليات تكيفية لتجنب المخاطر التي تهددها ويسمح لها بالاستفادة من الفرص في أسرع وقت ممكن(Alshaer, 2020:2) تُمكّن اليقظة الاستراتيجية الشركات من استشعار الفرص الحالية والجديدة واغتنامها من خلال تخصيص أصولها وقدراتها ومواردها التنظيمية وتتمتع المنظمات اليقظة بالقدرة على طرح منتجات مبتكرة دون التأثير على المنتجات الحالية(Omran, & Abuongem, 2019:89) تعزز اليقظة الاستراتيجية استعداد الشركة للمستقبل وهي مؤشر قوي على التفوق في الأداء في القطاع وتحقيق ربحية أعلى ونمو أكبر في القيمة السوقية و تكتسب المؤسسات التي تتمتع باليقظة الاستراتيجية رؤية استراتيجية مستقبلية تضمن لها أداءً متميزًا وميزة تنافسية(Altarawneh, 2023:52)

2. ابعاد اليقظة الاستراتيجية (Dimensions of strategic vigilance)

استخدمت الدراسة الحالية مقياس دراسة كل من (Zouarqui, et al 2024:15) والذي هو اقرب لسياق الدراسة الحالية لا نه تم تطبيقه بالجزائر وفي منظمة خدمية وهو يشابه الدراسة الحالية وتتمثل ابعاد المقياس(اليقظة التكنولوجيا ,اليقظة التنافسية ,اليقظة البيئية واليقظة التسويقية):

1- اليقظة التكنولوجيا Technological vigilance

تشير فلسفة اليقظة التكنولوجيا إلى رصد الشركة وتحليلها للبيئة العلمية والتكنولوجية لتحديد الفرص والتهديدات، مما يسمح لها بالتعرف على التقنيات الجديدة لأنشطتها، ويعزز قدرتها التنافسية من خلال استغلالها عبر الحصول على الابتكارات التكنولوجية (براءات الاختراع) وتحويل المعلومات العلمية والتكنولوجية واستخدامها لإحداث تغييرات إيجابية في المنتجات وأساليب الإنتاج. وقد أتاح التغير التكنولوجي فرصًا للمنظمات التي بدأت تكتشف كيفية استخدام التكنولوجيا لابتكار منتجات جديدة، وتهديدات تستدعي إعادة النظر في استراتيجياتها التكنولوجية (Dawood & Abbas 2018:7)

2- اليقظة التنافسية competitive vigilance

هي مجموعة من الأنشطة التي تستخدمها الشركات لتحديد منافسيها الحاليين أو المحتملين من الناحية المالية والاقتصادية (العمال، العلامات التجارية، الاستثمارات، المشاريع الجارية)(Turki, & Mohamed, 2023:253) يهدف هذا النوع من اليقظة إلى رصد نقاط القوة والضعف في المنظمة من حيث التصنيع والتكاليف ومعرفة استراتيجيات المنافسين وقراراتهم التي ستؤثر على مستقبل المنظمة (Hani, 2023:141). وهي العملية التي تحدد فيها المنظمة منافسيها الحاليين والمحتملين من خلال جمع وتحليل المعلومات النوعية والكمية للتعرف على استراتيجيات المنافسين وقدراتهم وأهدافهم وأدائهم. بالإضافة إلى ذلك، لتحديد جهود البحث والتطوير وجميع العلاقات مع المنتجات والأسواق والموردين والتكنولوجيا الجديدة. إنها دراسة تنافسية يتم من خلالها تحديد نقاط القوة والضعف. تجدر الإشارة إلى أن اليقظة التنافسية تركز على المنافسين الحاليين وكذلك على الداخلين الجدد إلى السوق (Al-Taha, et al 2021:329).

3- اليقظة البيئية Environmental vigilance

تُعدّ اليقظة البيئية أحد أهمّ الأبعاد التي يجب على المنظمات أن تكون حذرة ومتيقظة لأدنى التغييرات في بيئتها وتتمحور إلى جمع ونشر المعلومات حول الجوانب الاجتماعية والثقافية والقانونية والسياسية للبيئة الداخلية والخارجية للمنظمة (NATOU, 2020:126) تُشكّل اليقظة البيئية جانبًا بارزًا من البيئة الخارجية للمنظمة، والتي تؤثر بشكل كبير على حياتها وعملها. قد تُمثّل هذه الجوانب مصدرًا للتهديدات التي تؤثر سلبًا على أنشطة المنظمة، ولكن يُمكن أيضًا تحويلها إلى فرص يُمكن استغلالها بفعالية(Jalod, et al 2021:95) يُعدّ تطبيق اليقظة البيئية مهمة صعبة للمنظمات نظرًا لطبيعتها الواسعة ضمن البيئة المحيطة. تواجه المنظمات تحديًا كبيرًا في التعامل مع معلومات مُحدّدة بعناية فائقة. يتطلّب ذلك تحليلًا دقيقًا ومعالجة ونشرًا للمعلومات لصانعي القرار(Aljahny, et al. 2023:74)

4- اليقظة التجارية Commercial vigilance

مع ذلك، ومع اشتداد المنافسة وزيادة انفتاح الأسواق وتكاملها في سوق عالمية موحدة بات لزامًا على اليقظة التنافسية استباق التغيرات المحتملة والتنبؤ بسلوك المنافسين، إذ تُعتبر الإشارات الضعيفة أهم المعلومات الاستراتيجية المستهدفة(Chen, et al 2004:121) ويرتبط هذا البُعد بمراقبة العملاء والموردين حيث تُعنى اليقظة التجارية بمتابعة نمو احتياجات المستهلكين على المدى الطويل بينما يحتاج المنتجون إلى تتبع تطور احتياجات العملاء على المدى القصير كما تهتم اليقظة التجارية بمتابعة عروض الموردين المتعلقة بالمنتجات الجديدة مع مراعاة اهتمامات وأذواق المستفيدين وتطوير علاقاتهم مع المؤسسة (Karima,et al 2021:207)ونتيجة لذلك تضمن اليقظة التجارية المتابعة المستمرة لتطور احتياجات العملاء وقدراتهم على تلبية متطلبات وشروط موردي المؤسسة فضلًا عن قدرتهم على تقديم المدخلات الأولية كما تسعى إلى تتبع منتجات المنافسين لمساعدة المديرين على اتخاذ قرارات تجارية أفضل تتعلق اليقظة التجارية بالتغيرات طويلة الأجل في طلبات المستهلكين ومن خلالها تستطيع المنظمة رصد المعلومات التي تؤثر على سلوكها التجاري والتأثر بها وتتبع تطور رغبات المستهلكين وسلوكياتهم وتحديد نقاط القوة والضعف في تعاملها مع مورديها وعملائها(Hasan, 2022:3)

3- التوجه الاستراتيجي strategic orientation

يشير التوجه الاستراتيجي إلى طبيعة القرارات التي تتخذها الشركة لخلق سلوكيات تضمن استمرار أدائها المتميز(Bataineh, 2023:169) يعرَّف مصطلح "التوجه" بأنه اتجاه عام أو طويل المدى للفكر أو الميول أو الاهتمام (Hakala, 2011:200) وتُعتبر التوجهات الاستراتيجية مبادئ تُشكِّل أفعال الشركة وسلوكياتها مثل تفاعلها مع البيئات الخارجية كالعملاء والمنافسين والتكنولوجيا (Shah, et al2020:379) وتتميز العلاقة بين المنظمة وبيئتها بطابعها التبادلي إلى حد كبير حيث تؤثر المنظمة المعنية على البيئة التي تعمل فيها وتتأثر بها وبغض النظر عن حجم المنظمة أو نوعها أو موقعها فإنها تشارك دون استثناء في نشاطين: الأنشطة الإدارية والأنشطة الفنية أو الوظيفية لتحقيق أهداف وغايات خاصة بالشركة(Marei, et al 2024:347)

ابعاد التوجه الاستراتيجي:

استخدمت هذه الدراسة مقياسًا يتكون من أربعة ابعاد (التوجه الريادي ,التوجه نحو السوق ,التوجه التعليمي والتوجه نحو شبكة الاعمال)

1- التوجه الريادي Entrepreneurial orientation

يُركز التوجه الريادي على الجوانب الريادية لاستراتيجية الشركة ويُشار غالبًا إلى أسلوب الاستراتيجية الذي تستجيب من خلاله الشركات بروح ريادية للفرص المُكتشفة حديثًا بالتوجه الريادي ويمكن للشركة تطوير عقلية ريادية من خلال اتخاذ الإجراءات والقرارات لزيادة قيمة سلعها وخدماتها استجابةً لاحتياجات السوق(Al Shawabkeh, 2024:16) يُمكن أيضًا اعتبار هذا التركيز عملية مستمرة تُنشئ أعمالًا جديدة وتُؤمّن ميزة تنافسية قوية (Marei, et al 2024:349)يُحفز التوجه الريادي ربحية الشركات وتوسعها اذ يُسهم في زيادة نمو الشركة نتيجةً للاستباقية والابتكار وتحمل الشركات للمخاطر و لبيئة الأعمال الحالية التي تتسم بقصر دورات حياة نماذج الأعمال والمنتجات يُؤدي التوجه الريادي إلى تحسين الأداء(Lentu, 2021:15)

2- التوجه نحو السوق Market orientation

يعكس التوجه نحو السوق قدرة الشركة على مراعاة التغيرات السريعة في ظروف السوق ومعالجتها بشكل مناسب مع الحفاظ على الأداء من خلال تطوير وتوزيع معلومات السوق على مستوى الشركة بما يعكس الاحتياجات الحالية والمتوقعة للزبائن عبر جميع الوحدات الوظيفية ويسهم على تتبع تغيرات السوق والاستجابة لها بسرعة (Mandal, & Saravanan, 2019:10) وبشكل عام، يُعدّ التوجه السوقي توجهًا استراتيجيًا للمؤسسة يُسهم في تحقيق سلوكيات تسويقية تُقدّم قيمة مميزة للعميل مما يؤدي إلى أداء مؤسسي مستدام(Alrabadi, et al 2023:139)

3- التوجه التعليمي Educational orientation

وهو نهج المنظمة في اتجاه التعلم ويعتمد على التزامها ورؤيتها وانفتاحها الفكري و كقدرة تنظيمية لفهم متطلبات الزبائن والتعلم من خلال التجارب والسعي لمواجهة التغيرات البيئية (Ashal, et al 2021:3) يُعدّ التوجه نحو التعلّم أحد الاستراتيجيات المهمة التي تُسهم في مساعدة المنظمة على فهم بيئتها و زبائنها بشكل أفضل بالإضافة إلى إدراكها الكامل للعديد من الظروف القائمة داخل المنظمة و أحد جوانب التعلّم التنظيمي هو كيفية الاستفادة من البيانات التنظيمية

التي تُنتجها الأنشطة الداخلية والخارجية، والتي يتم تصنيفها وتحليلها لإنتاج معلومات قادرة على منح المنظمة صورة واضحة عن البيئة التي تعمل فيها، والتي من خلالها يتعلم المنافسون آلية المنافسة في بيئة الأعمال(Alrabadi, et al 2023:139)

4- التوجه نحو شبكة الاعمال Business Networking

يُعدّ التوجه الشبكي الذي يُشير إلى قدرة الشركة على بناء علاقات خارجية مع مختلف أصحاب المصلحة والاستفادة منها عنصرًا أساسيًا في أداء الشركات الناشئة ونجاحها فهو يُمكّنها من الوصول إلى موارد ومعلومات وتقنيات قيّمة يصعب الحصول عليها بشكل مستقل(Sutiono, et al 2025:3)و يُنظر إلى التوجه الشبكي غالبًا على أنه موقف استراتيجي للتعامل مع السلوك الريادي(Daradkeh, & Mansoor, 2023:3) وتوفر التقنيات الرقمية تفاعلًا معلوماتيًا ثنائي الاتجاه في الوقت الفعلي مع الموردين والشركاء والمنافسين والزبائن في سياق رقمي، مع كسر الحواجز التنظيمية الثابتة والجامدة(Ullah, Umair, Qureshi, Baloch, & Ahmad, 2025:620)

4- الأداء الاستراتيجي

الأداء الاستراتيجي هو عملية ديناميكية للتكيف والتفاعل والتأثير بين المنظمة وبيئتها و يعكس قدرتها على التوافق مع القوى السياقية الخارجية والداخلية والتأثير فيها بفعالية ويرتبط ارتباطًا وثيقًا بأنشطة كل فرد داخل المنظمة وسعيها لتحقيق أهدافها الاستراتيجية العامة ومن خلال هذا التكامل يُولّد الأداء الاستراتيجي معلومات قيّمة وفي الوقت المناسب تُساعد الإدارة على اتخاذ قرارات مدروسة وفعّالة(Kahwaji, 2020:1972) ويُعدّ الأداء الاستراتيجي للشركة ظاهرة متعددة الأوجه تجمع بين المقاييس المالية والتشغيلية والاستراتيجية لترجمة الاستراتيجيات إلى نتائج ملموسة للشركة وقياس مدى تحقيقها لأهدافها(Isik, et al, 2010:120)

ابعاد الأداء الاستراتيجي

اعتمدت الدراسة الحالية مقياس دراسة كل من(Al-Hamli, et al :2024) والذي هو اقرب لسياق الدراسة الحالية لا نه تم تطبيقه وهو يشابه الدراسة الحالية وتتمثل ابعاد المقياس(الزبائن ,النمو والتعلم ,العمليات الداخلية والأداء المالي)

1- منظور الأداء المالي Financial performance perspective

يُعرف المنظور المالي بأهمية النتائج المالية قصيرة الأجل المستمدة من تحليل الأهداف المالية للمؤسسات في بيئة تنافسية (Chiţu, 2014:61)يتمثل الهدف الأساسي للمنظور المالي في ضمان أعلى مستوى ممكن من الربحية والذي يُفهم عادةً على أنه تعظيم قيمة المساهمين والمالكين (أو صافي القيمة) ويتطلب تحقيق هذا الهدف الشامل من المؤسسات تحقيق هوامش ربحية فائقة والحفاظ على تدفقات نقدية قوية على المديين القصير والطويل والعمل باستمرار على تعزيز وتحسين الهيكل المالي العام للشركة (Brignall, 2007:16)

2- منظور التعلم والنمو Learning and Growth Perspective

تُعدّ الموارد البشرية وموارد المعلومات وموارد المنظمة جوانب رئيسية لتحقيق أداء طويل الأمد اذ تؤثر الموارد البشرية في تحقيق أهداف المنظمة من خلال تعزيز قدرات الموظفين وتطوير نظام المعلومات وتحفيزهم وتمكينهم وتحقيق التوازن بينهم (Kaplan, 2005:42)أما موارد المنظمة فتشمل ثقافة المنظمة وأسلوب القيادة والعمل الجماعي والإجراءات والسياسات التي تضعها المنظمة(Machmuddah, 2019:57) وتركز مؤشرات التعلم والنمو على الابتكار وتطوير الموظفين(Krylov, 2023:1)

3- منظور الزبائن Customer Perspective

يركز منظور الزبون على كيفية خلق الشركة قيمة لزبائنها اذ يحدد هذا المنظور أداء المؤسسة من حيث تجارب الزبائن مع القيمة التي تقدمها ومن خلاله تحدد الشركات الزبائن المستهدفين وشرائح السوق التي اختارت المنافسة فيها(Gupta, & Maheshwari, 2020:81) يكتسب مجال رصد رضا الزبائن أهمية متزايدة والسبب الأساسي هو توفير معلومات كافية وذات صلة حول احتياجات الزبائن وتوقعاتهم ومستوى رضاهم وذلك بتطبيق أحد المبادئ الأساسية لنظام إدارة الجودة ألا وهو التغذية الراجعة (Striteska, 2015:68)و تقيّم مؤشرات العملاء الرضا والولاء(Tibbs, 2016:461)

4- منظور العمليات الداخلية Internal operations perspective

ويعرف منظور العمليات الداخلية الكفاءات والقدرات التشغيلية الرئيسية للشركة من خلال المهارات والعمليات الداخلية الأساسية مما يمكّن المديرين من فهم كيفية هيكلة هذه العناصر ومواءمتها لتحقيق الأهداف الاستراتيجية للشركة(Tibbs, & Langat, 2016:461) و تُشكّل عمليات الأعمال الداخلية المسار الأساسي لتحقيق رضا الزبائن والتركيز على الكفاءات الأساسية والقرارات الرئيسية والعمليات التشغيلية التي تُولّد قيمة حقيقية لكل من الزبائن الخارجيين وأصحاب المصلحة الداخليين وتكون منسجمة مع التغذية الراجعة (Iranzadeh, Nojehdeh, & Emami, 2017:190)وبذلك تقيس مؤشرات العمليات الداخلية الكفاءة التشغيلية والجودة(Mutesi, 2025:394)

المبحث الثالث: الاطار الميداني

اولا: اختبار التوزيع الطبيعي لبيانات الدراسة :

على الرغم من أن أسلوب نمذجة المعادلات الهيكلية الجزئية (PLS-SEM) يُعد من الأساليب الإحصائية المرنة التي لا تفترض بالضرورة خضوع البيانات للتوزيع الطبيعي، إذ يمكن تطبيقه بكفاءة على البيانات الموزعة توزيعًا طبيعيًا أو غير طبيعي (Richter et al., 2016, 377)، إلا أن التحقق من طبيعة توزيع البيانات يظل خطوة منهجية مهمة تهدف إلى تقليل احتمالية الوقوع في أخطاء إحصائية محتملة، ولا سيما تلك المرتبطة بتقدير المعلمات الإحصائية (Hair et al., 2013). وتزداد أهمية هذا الإجراء على وجه الخصوص عند الاعتماد على أسلوب إعادة المعاينة (Bootstrapping) في اختبار دلالة معاملات المسار، إذ إن وجود انحرافات حادة في توزيع البيانات قد يؤدي إلى تضخيم الأخطاء المعيارية، ومن ثم التأثير في دقة الاستدلال الإحصائي. وانطلاقًا من ذلك، تم التحقق من طبيعة توزيع البيانات قبل الشروع في التحليلات المتقدمة. والجدول (2) يوضح نتائج اختبار التوزيع الطبيعي:

جدول (2) نتائج اختبار التوزيع الطبيعي

	N	Skewnessالالتواء		Kurtosisالتفلطح	
	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
اليقظة التكنولوجية	315	-0.095	0.137	-0.918	0.274
اليقظة التنافسية	315	0.107	0.137	-0.985	0.274
اليقظة البيئية	315	0.175	0.137	-0.975	0.274
اليقظة التسويقية	315	-0.266	0.137	-0.906	0.274
التوجه الريادي	315	-0.376	0.137	-0.634	0.274
التوجه نحو السوق	315	-0.150	0.137	-0.710	0.274
التوجه التعليمي	315	-0.044	0.137	-0.957	0.274
التوجه نحو شبكة الاعمال	315	-0.317	0.137	-0.657	0.274
الزبائن	315	-0.156	0.137	-0.908	0.274
النمو والتعلم	315	-0.231	0.137	-1.031	0.274
العمليات الداخلية	315	-0.564	0.137	-0.283	0.274
الاداء المالي	315	-0.832	0.137	-0.402	0.274
اليقظة الاستراتيجية	315	0.110	0.137	-1.115	0.274
التوجه الاستراتيجي	315	0.084	0.137	-0.876	0.274
الأداء الاستراتيجي	315	-0.466	0.137	-0.658	0.274

المصدر: مخرجات برنامج SmartPLS 4.0

تشير قيم الالتواء الواردة في الجدول إلى أن جميع المتغيرات تقع ضمن نطاق ضيق جدًا حول الصفر، إذ تراوحت بين(832.-) و(+211.). وتدل هذه القيم على غياب الانحرافات الحادة في توزيع البيانات، سواء كانت موجبة أو سالبة، مما يعكس تماثلًا مقبولًا حول المتوسط الحسابي. ووفقًا لما أشار إليه (Hair et al., 2019, 72)، فإن قيم الالتواء التي تقع ضمن ±1 تُعد مؤشرًا قويًا على قرب التوزيع من التوزيع الطبيعي، لا سيما في الدراسات السلوكية والتنظيمية.

ثانيا : التعددية الخطية:

تُعد مشكلة التعددية الخطية (Multicollinearity) من المشكلات الإحصائية الشائعة في الدراسات الكمية، وتظهر عندما تكون هناك ارتباطات مرتفعة بين المتغيرات المستقلة أو بين أبعادها، الأمر الذي قد يضعف دقة تقدير معاملات الانحدار ويحدّ من إمكانية تفسير النتائج بصورة سليمة (Hair et al., 2016, p. 142; Pallant, 2020, p. 119). وتكتسب مسألة التحقق من التعددية الخطية أهمية مضاعفة عند استخدام أسلوب نمذجة المعادلات الهيكلية الجزئية (PLS-SEM)، إذ إن الارتباطات العالية بين المتغيرات المتنبئة قد تؤدي إلى تشويه تقديرات التأثيرات الفردية لكل متغير، ومن ثم التأثير في دقة نتائج النموذج الهيكلي (Hair et al., 2013, 2). وبناءً على ذلك، تم إجراء اختبارات مناسبة للتحقق من خلو البيانات من هذه المشكلة قبل الشروع في التحليل المتقدم.

تم الاعتماد على معامل تضخم التباين (Variance Inflation Factor – VIF) بوصفه أحد المؤشرات الإحصائية المعتمدة للكشف عن التعددية الخطية، حيث تشير القيم التي تقل عن (5) إلى عدم وجود مشكلة جوهرية في هذا الصدد (Pallant, 2020 121). فضلًا عن ذلك، تم استخدام مصفوفة ارتباط بيرسون لفحص درجة الارتباط بين المتغيرات، إذ إن عدم تجاوز معاملات الارتباط للقيمة (0.900) يُعد مؤشرًا على غياب الارتباطات المرتفعة التي قد تكون مقلقة من الناحية الإحصائية (Hair et al., 2017, 108).

الجدول (3): اختبار Multicollinearity للتعددية الخطية

المتغيرات المستقلة والتفاعلية و ابعادها	SPF
اليقظة التكنولوجية	1.455
اليقظة التنافسية	2.065
اليقظة البيئية	2.113
اليقظة التسويقية	1.665
التوجه الريادي	2.110
التوجه نحو السوق	2.329
التوجه التعليمي	1.709
التوجه نحو شبكة الأعمال	1.445

الزبائن	2.022
النمو والتعلم	1.890
العمليات الداخلية	1.822
الأداء المالي	1.840

المصدر: مخرجات برنامج SmartPLS 4.0

وبناءً على ما تقدم، يمكن الاستنتاج أن بيانات الدراسة خالية من مشكلة التعددية الخطية، وأن المتغيرات المستقلة والتفاعلية تتمتع بدرجة كافية من الاستقلالية، مما يجعلها صالحة لاختبار الفرضيات وتحليل العلاقات السببية باستخدام أسلوب PLS-SEM دون القلق من تشويه تقديرات معاملات المسار أو تضخيم الأخطاء المعيارية.

وتم اجراء تحليل الارتباط بين متغيرات الدراسة وفق الجدول( ) الاتي

الجدول (4): معامل ارتباط بيرسون بين المتغيرات

		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	اليقظة التكنولوجية	1														
2	اليقظة التنافسية	.686**	1													
3	اليقظة البيئية	.624**	.647**	1												
4	اليقظة التسويقية	.552**	.693**	.625**	1											
5	التوجه الريادي	.723**	.749**	.773**	.670**	1										
6	التوجه نحو السوق	.665**	.716**	.825**	.756**	.596**	1									
7	التوجه التعليمي	.612**	.653**	.744**	.777**	.668**	.606**	1								
8	التوجه نحو شبكة الاعمال	.511**	.482**	.637**	.531**	.584**	.676**	.593**	1							

9	الزبائن	.504**	.526**	.591**	.675**	.590**	.718**	.737**	.609**	1					
10	النمو والتعلم	.644**	.710**	.791**	.723**	.739**	.761**	.721**	.688**	.600**	1				
11	العمليات الداخلية	.670**	.650**	.740**	.670**	.681**	.654**	.610**	.739**	.636**	.604**	1			
12	الاداء المالي	.587**	.652**	.717**	.725**	.631**	.686**	.624**	.465**	.668**	.579**	.575**	1		
13	اليقظة الاستراتيجية	.891**	.889**	.959**	.901**	.800**	.814**	.767**	.593**	.633**	.788**	.750**	.738**	1	
14	التوجه الاستراتيجي	.720**	.747**	.853**	.788**	.872**	.940**	.887**	.798**	.761**	.830**	.760**	.692**	.654**	1
15	الأداء الاستراتيجي	.681**	.722**	.807**	.788**	.747**	.793**	.754**	.700**	.797**	.911**	.910**	.918**	.824**	.855**

المصدر: مخرجات برنامج SPSS V.27

يعرض الجدول (4) مصفوفة معامل ارتباط بيرسون بين متغيرات الدراسة وأبعادها، وذلك بهدف التحقق من طبيعة العلاقات الثنائية بينها، فضلاً عن دعم نتائج اختبار التعددية الخطية (Multicollinearity) باستخدام مؤشر إضافي مكمل. وتُعد هذه الخطوة ضرورية للتأكد من أن الارتباطات القائمة لا تصل إلى مستويات قد تؤثر سلبًا في دقة تقدير معاملات النموذج الهيكلي.

وبفحص قيم الارتباط، يتضح أن جميع معاملات بيرسون جاءت أقل من (0.900)، وهو الحد الذي أشار إليه Hair et al. (2017, p.108) كمؤشر تحذيري لاحتمالية وجود تعددية خطية مقلقة. وعلى الرغم من تسجيل بعض العلاقات مستويات ارتباط مرتفعة نسبيًا، لا سيما بين المتغيرات الكلية ومكوناتها الفرعية، مثل العلاقة بين اليقظة الاستراتيجية وأبعادها، أو بين التوجه الاستراتيجي وأبعاد التوجه الريادي والسوقي والتعليمي، إلا أن هذه القيم تظل ضمن النطاق المقبول إحصائيًا، خاصة وأنها تعكس ترابطًا مفاهيميًا متوقعًا بين المتغيرات المركبة وأبعادها.

ثالثاً: الإحصاء الوصفي:

على الرغم من أن هذه الدراسة تنطلق أساسًا من المنهج التحليلي ولا تقتصر على الوصف الإحصائي، إلا أن توظيف الإحصاء الوصفي يُعد مرحلة ضرورية ومكملة للتحليل، لما له من دور مهم في تلخيص البيانات وتنظيمها، فضلاً عن توفير مؤشرات أولية تسهم في فهم طبيعة استجابات أفراد العينة، بما يعزز تحقيق أهداف البحث ويدعم تفسير نتائجه لاحقًا.

وبناءً على ذلك، سيتم عرض بيانات الدراسة ومناقشتها باستخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية الوصفية المناسبة. إذ يُعتمد المتوسط الحسابي بوصفه مؤشرًا رئيسيًا لتحديد مستوى الاتفاق في استجابات العينة على فقرات الاستبانة، وفق مقياس ليكرت الخماسي، وذلك استنادًا إلى التدرج الآتي: (1–1.49) يدل على مستوى "اتفاق ضعيف جدًا"، و(1.50–2.49) يعبر عن "اتفاق ضعيف"، و(2.50–3.49) يشير إلى "اتفاق متوسط"، في حين يعكس المدى (3.50–4.49) "اتفاقًا مرتفعًا"، أما القيم الواقعة بين (4.50–5) فتمثل "اتفاقًا مرتفعًا جدًا".

1- وصف المتغير المستقل الاول (اليقظة الاستراتيجية)

يوضح الجدول (5) نتائج الاحصاء الوصفي لليقظة الاستراتيجية وأبعاده الفرعية الاربعة وهي (اليقظة التكنولوجية، اليقظة التنافسية، اليقظة البيئية، اليقظة التسويقية):-

الجدول (5): الاحصاء الوصفي لليقظة الاستراتيجية

المتغيرات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
اليقظة التكنولوجية	3.63	0.898
اليقظة التنافسية	3.33	0.989
اليقظة البيئية	3.52	0.910
اليقظة التسويقية	3.58	0.988
اليقظة الاستراتيجية	3.51	0.861

المصدر: مخرجات برنامج SPSS V.27

أظهرت النتائج أن المتوسط الحسابي العام لليقظة الاستراتيجية بلغ (3.51) بانحراف معياري قدره (0.861)، وهو ما يشير إلى مستوى اتفاق مرتفع وفق مقياس التدرج المعتمد في الدراسة.

1- وصف المتغير التفاعلي (التوجه الاستراتيجي)

وضح الجدول (6) نتائج الاحصاء الوصفي للتوجه الاستراتيجي وأبعاده الفرعية الاربعة وهي (التوجه الريادي، التوجه نحو السوق، التوجه التعليمي، التوجه نحو شبكة الاعمال) :

الجدول (6): الاحصاء الوصفي للتوجه الاستراتيجي

المتغيرات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
التوجه الريادي	3.44	0.901
التوجه نحو السوق	3.40	0.933
التوجه التعليمي	3.39	0.992
التوجه نحو شبكة الاعمال	3.50	0.784
التوجه الاستراتيجي	3.43	0.792

المصدر: مخرجات برنامج SPSS V.27

تشير النتائج إلى أن المتوسط الحسابي العام للتوجه الاستراتيجي بلغ (3.43) بانحراف معياري قدره (0.792)، وهو ما يعكس مستوى اتفاق مرتفع نسبيًا وفق مقياس التدرج المعتمد في الدراسة. ويعكس هذا المستوى إدراكًا إيجابيًا لدى أفراد العينة لمدى اعتماد منظماتهم على توجهات استراتيجية تسهم في تعزيز الابتكار، وتحسين الاستجابة لاحتياجات السوق، وتوسيع شبكات العلاقات، بما يدعم تحقيق الأداء المستدام.

3- وصف المتغير التابع (الاداء الاستراتيجي)

وضح الجدول (7) نتائج الاحصاء الوصفي للاداء الاستراتيجي و أبعاده الفرعية الاربعة وهي (الزبائن، النمو والتعلم، العمليات الداخلية، الاداء المالي) :-

الجدول (7): الاحصاء الوصفي للأداء الاستراتيجي

المتغيرات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
الزبائن	**3.40**	**0.824**
النمو والتعلم	**3.26**	**1.124**
العمليات الداخلية	**3.34**	**0.981**

الاداء المالي	3.28	1.115
الأداء الاستراتيجي	3.32	0.899

المصدر: مخرجات برنامج SPSS V.27

تشير النتائج إلى أن المتوسط الحسابي العام للأداء الاستراتيجي بلغ (3.32) بانحراف معياري قدره (0.899)، وهو ما يعكس مستوى أداء متوسط يميل إلى الارتفاع وفق مقياس التدرج المعتمد في الدراسة. ويُظهر ذلك أن المنظمات المبحوثة تحقق مستويات مقبولة من الأداء الاستراتيجي، إلا أن هذه المستويات لا تزال بحاجة إلى مزيد من التطوير لتعزيز قدرتها التنافسية وتحقيق الاستدامة على المدى الطويل.

رابعًا: تقييم نموذج القياس (Measurement Model)

يُعد تقييم نموذج القياس مرحلة أساسية في الدراسات الكمية المعتمدة على النمذجة الهيكلية، إذ يهدف إلى التأكد من أن الأدوات المستخدمة تقيس المفاهيم النظرية المقصودة بدقة وموثوقية. ويتم ذلك من خلال فحص صدق البناء التوكيدي (Confirmatory Construct Validity)، والذي يتحقق عبر صدق التقارب , إذ يركز صدق التقارب على مدى اتساق وتقارب المؤشرات التي صُممت لقياس البُعد ذاته، ويتم التحقق منه بالاعتماد على مجموعة من المؤشرات الإحصائية المعتمدة، من أبرزها ما يأتي:

- التشبعات العاملية المعيارية (Factor Loadings): تعكس قوة ارتباط كل مؤشر بالمتغير الكامن الذي ينتمي إليه، ويُفضل أن تتجاوز قيمها (0.50) كحد أدنى، في حين تشير القيم الأعلى من (0.70) إلى مستوى أفضل من التفسير، بما يعني أن المؤشر يفسر نسبة معتبرة من تباين البُعد.
- متوسط التباين المستخرج (Average Variance Extracted – AVE): يُستخدم لقياس مقدار التباين الذي تفسره المؤشرات التابعة للبُعد مقارنة بالتباين الناتج عن الخطأ، ويُشترط أن تزيد قيمته عن (0.50) لضمان كفاية تمثيل المؤشرات للبناء النظري.
- الثبات المركب (Composite Reliability – CR): يُعد مؤشرًا لقياس درجة الثبات الداخلي للمقياس، وتُعد القيم التي تبدأ من (0.60) مقبولة في الدراسات الاستكشافية، في حين تشير القيم التي تفوق (0.70) إلى مستوى عالٍ من الموثوقية.
- معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha – α): يُستخدم لتقييم الاتساق الداخلي بين المؤشرات، وتُعد القيم التي تساوي أو تتجاوز (0.70) دلالة على تمتع المقياس بدرجة مناسبة من الاعتمادية (Hair et al., 2017:109).

يوضح الجدول (8) والشكل (2) مخرجات مؤشرات صدق التقارب الاربعة لمتغيرات الدراسة الاربعة وابعادها الفرعية الستة عشر، وكالاتي:

الجدول (8): مخرجات مؤشرات صدق التقارب

Composite reliability	Cronbach's alpha	Average variance extracted (AVE)	Outer loadings	
0.820	0.818	0.648	0.792	CUS1
			0.849	CUS2
			0.786	CUS3
			0.789	CUS4
0.910	0.904	0.776	0.884	CVI1
			0.894	CVI2
			0.895	CVI3
			0.851	CVI4
0.892	0.889	0.751	0.843	EOR1
			0.882	EOR2
			0.917	EOR3
			0.822	EOR4
0.882	0.874	0.729	0.767	EVI1
			0.891	EVI2
			0.840	EVI3
			0.909	EVI4
0.929	0.928	0.823	0.896	FIP1
			0.930	FIP2
			0.905	FIP3
			0.897	FIP4
0.886	0.884	0.742	0.859	GAL1
			0.839	GAL2
			0.876	GAL3
			0.871	GAL4
0.911	0.909	0.785	0.885	INP1
			0.875	INP2
			0.914	INP3
			0.870	INP4
0.919	0.913	0.794	0.870	LOR1
			0.907	LOR2

LOR3	0.907			
LOR4	0.879			
MOR 1	0.870	0.721	0.871	0.872
MOR 2	0.862			
MOR 3	0.809			
MOR 4	0.854			
MVI1	0.901	0.725	0.873	0.879
MVI2	0.871			
MVI3	0.802			
MVI4	0.828			
NOR1	0.650	0.651	0.815	0.814
NOR2	0.852			
NOR3	0.856			
NOR4	0.850			
TVI1	0.770	0.736	0.879	0.893
TVI2	0.907			
TVI3	0.917			
TVI4	0.828			

المصدر: مخرجات برنامج SmartPLS 4.0

يمكن الاستنتاج أن المقاييس المستخدمة تحقق متطلبات صدق التقارب بشكل ملائم، وأن المؤشرات الفرعية لكل بُعد تقيس المفهوم ذاته بدرجة مرتفعة من الانسجام والتجانس

خامسا: اختبار الفرضيات الدراسة:

في المرحلة الختامية من التحليل، جرى تقييم النموذج الهيكلي بالاعتماد على منهجية نمذجة المعادلات الهيكلية القائمة على المربعات الصغرى الجزئية (PLS-SEM)، وذلك بهدف اختبار علاقات التأثير المفترضة بين متغيرات الدراسة والتحقق من صحة الفرضيات البحثية. وقد استندت عملية التقييم إلى مجموعة من المؤشرات الإحصائية المعتمدة في هذا النوع من التحليل، شملت معامل المسار (β)، وقيمتي (t) و (p)، والخطأ المعياري

(S.E)، لما لهذه المؤشرات من دور محوري في تفسير قوة العلاقات ودلالتها الإحصائية (Hair et al., 2017:109). والجدول (9) يوضح اختبار الفرضيات الرئيسة:

الجدول (9): اختبار الفرضية الرئيسية

P values	T values	Standard deviation (STDEV)	Original sample (β)		
0.000	4.873	0.057	0.278	SVI -> SPF	H1
0.002	3.040	0.061	-0.185	SOR x SVI -> SPF	H2

المصدر: مخرجات برنامج SmartPLS 4.0

- أظهرت النتائج وجود تأثير مباشر، إيجابي للفرضية الرئيسة الاولى، وذو دلالة إحصائية لليقظة الاستراتيجية في الأداء الاستراتيجي، إذ بلغ معامل المسار (β = 0.278) عند مستوى دلالة معنوية مرتفع (p = 0.000) وقيمة (t) بلغت (4.873)، بما يؤكد أهمية اليقظة الاستراتيجية في تعزيز مستويات الأداء الاستراتيجي.
- كشفت نتائج التحليل عن وجود دور تفاعلي سلبي ومعنوي للتوجه الاستراتيجي في العلاقة بين اليقظة الاستراتيجية والأداء الاستراتيجي، إذ بلغت قيمة معامل التفاعل (β = -0.185) وبمستوى دلالة إحصائية (p = 0.002)، وقيمة (t) بلغت (3.040)مما يدل على أن التوجه الاستراتيجي يُضعف من قوة تأثير اليقظة الاستراتيجية في الأداء الاستراتيجي عند تزايده.

المبحث الرابع : الاستنتاجات والتوصيات والبحوث المستقبلية

اولا: الاستنتاجات:

توصلت الدراسة على اهم العوامل التي تؤدي إلى تحسين الأداء الاستراتيجي في الشركة وقد تم تلخيص أهم النتائج على النحو التالي :

1- استنتجت الدراسة ان هناك علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية ومعنوية بين اليقظة الاستراتيجية والأداء الاستراتيجي بما يتماشى مع الدراسات السابقة (Hasan, 2022:1)
2- استنتجت الدراسة ان للشركة توجه استراتيجي.
3- كان للتوجه الاستراتيجي دور معدل في العلاقة بين متغيرات الدراسة.

ثانيا : التوصيات

استناداً إلى نتائج الدراسة واستنتاجاتها، توصي الدراسة بما يأتي:

1- ضرورة تبني الشركة ثقافة اليقظة الاستراتيجية نظراً لأهميتها الكبيرة خاصة بعد فتح الأسواق العراقية للمنافسة الدولية.

2- على الشركة استخدام نظام معلومات مزود بتقنيات متطورة، قادر على جمع بيانات الزبائن وتحديثها باستمرار، لدعم متخذي القرار بمعلومات تعزز اليقظة والحذر والانتباه وتفسير الإشارات الضعيفة الواردة من البيئة المحيطة بدقة عالية في جميع الأوقات.

3- ضرورة أن تُفعّل الإدارة العليا اليقظة وتُفعّل أنشطتها بشكل دائم وأن تُقيم دورات تدريبية للمديرين تتضمن برامج وأساليب اليقظة الاستراتيجية.

ثالثاً :القيود والبحوث المستقبلية

على الرغم من الأهمية العلمية والعملية لنتائج الدراسة، إلا أنها لا تخلو من بعض المحددات التي تفتح المجال أمام دراسات مستقبلية، ومن أبرزها:

المحددات

1- اقتصرت الدراسة على فئة محددة وهي القيادات الادارية مثل مديري الأقسام والمدير العام ومساعديه، ورئيس مجلس الإدارة وأعضائه من المحتمل ألا يُمثّل هذا الحجم الصغير للعينة وجهات نظر وخبرات جميع الموظفين داخل المؤسسات تمثيلاً كاملاً. وبالتالي، من المرجح ألا تُعمّم النتائج على جميع العاملين.

2- أُجريت الدراسة في محافظة البصرة، وركزت على الشركة العامة لموانئ العراق من المحتمل ألا تنطبق النتائج على الشركات في مناطق أو قطاعات أخرى قد تؤثر الخصائص والديناميكيات الخاصة بالشركات المختارة على النتائج وتحدّ من نطاق تطبيقها.

3- يمكن أن يساعد الجمع بين منهجيات البحث النوعية والكمية في الدراسات المستقبلية.

المصادر

1 Gupta, A. K., & Maheshwari, M. (2020). Customer perspective of balanced scorecard: an empirical view of company's performance from customer outlook (an inter-bank and inter-sector comparison of public and private sector banks in India). *Pacific Business Review International*, *12*(10).

2 Mohsin, A. N., Mohammed, M. A., & Al-Maatoq, M. (2023). The impact of strategic vigilance on improving sustainable environmental performance: A case study in the Basra oil company. *Migration Letters*, *20*(S3), 728-741.

3 Abd Rahim, N. H., & Halim, H. A. (2024). Alliance imperative: Ambidexterity and strategic performance. *Global Business & Management Research*, *16*.

4 Abdul Rahman Mustafa Al-Mulla, and Maha Talib Noah. (2018). The role of e-government implementation in institutional performance. Journal of Economic and Administrative Sciences, 24(109), 69-69

5 Al Shawabkeh, K. M. (2024). The Impact of Strategic Orientations on Sustainable Performance: The Moderating Role of Business Intelligence at Jordanian Commercial Banks. *Journal of Intelligence Studies in Business*, *14*(1).

6 Alabdullah, T. T. Y., & Naseer, H. K. (2023). Corporate governance strategic performance as a significant strategic management to promoting profitability: a study in UAE. *Journal Of Humanities, Social Sciences And Business*, *2*(4), 620-635.

7 Alani, E., Alsadoon, L. N., & Hazzaa, O. T. (2025). The effect of strategic orientations on performance. International Journal of Advanced Research, 13(8), 384-394. https://doi.org/10.21474/IJAR01/21523

8 Al-Hamli, I. A. A., & Al-Marhdi, S. G. (2024). Information technology and its impact on strategic performance in Yemeni telecommunications companies. *Problems and Perspectives in Management*, *22*(4), 704.

9 Al-Hamli, I. A. A., & Al-Marhdi, S. G. (2024). Information technology and its impact on strategic performance in Yemeni telecommunications companies. *Problems and Perspectives in Management*, *22*(4), 704.

10 Alhasani, A. H., & Alkshali, S. J. (2021). The impact of organizational support on strategic vigilance in Ministry of Civil Service in Sultanate Oman. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, *11*(5), 669-683.

11 Aljahny, A. S. E., & Alotaibi, T. K. (2023). The level of strategic vigilance and organizational development in Saudi universities. *Int. J. Contemporary Humanit. Educ. Sci.(IJCHES)*, *2*(3), 43-116.

12 Alrabadi, T. D. S., Talib, Z. M., & Bt Abdullah, N. (2023). Organizational culture as A driver towards defining strategic orientation: European excellence 2020 model as a moderating variable. *Journal of System and Management Sciences*, *13*(2), 134-155.

13 Alshaer, S. A. (2020). The effect of strategic vigilance on organizational ambidexterity in Jordanian commercial banks. *Modern Applied Science*, *14*(6), 82-89.

14 Al-Taha, S. M., & Hassoun, H. H. (2021). Strategic vigilance and its role in promoting entrepreneurship of business organizations. *An exploratory study of the opinions of a sample of faculty staff at Al-Hadbaa University College*.

15 Altarawneh, R. M. (2023). The effect of strategic vigilance on organizational excellence the mediating role of strategic foresight. *International Journal of Business and Management*, *18*(3), 1-52.

16 Anser, M. K., Yousaf, Z., Usman, M., Yousaf, S., Fatima, N., Hussain, H., & Waheed, J. (2021). Strategic business performance through network capability and structural flexibility. *Management Decision*, *59*(2), 426-445.

17 Ashal, N., Alshurideh, M., Obeidat, B., & Masa'deh, R. (2021). The impact of strategic orientation on organizational performance: Examining the mediating role of learning culture in Jordanian telecommunication companies. *Academy of Strategic Management Journal*, *21*(6), 1-29.

18 Ashal, N., Alshurideh, M., Obeidat, B., & Masa'deh, R. (2021). The impact of strategic orientation on organizational performance: Examining the mediating role of learning culture in Jordanian telecommunication companies. *Academy of Strategic Management Journal*, *21*(6), 1-29.

19 Bataineh, K. A. (2023). The role of strategic orientation on the relationship between strategic management and organizational performance in Jordan. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance & Management Sciences*, *13*(4), 165-175.

20 Chen, I. J., & Paulraj, A. (2004). Towards a theory of supply chain management: the constructs and measurements. *Journal of operations management*, *22*(2), 119-150.

21 Chiţu, A., & Opriş, M. E. (2014). Importance of financial perspective indicators in Balanced Scorecard in a leasing company. *Theoretical and Applied Economics*, *18*(8), 597.

22 Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches. Sage publications

23 Daradkeh, M., & Mansoor, W. (2023). The impact of network orientation and entrepreneurial orientation on startup innovation and performance in emerging economies: The moderating role of strategic flexibility. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, *9*(1), 100004.

24 Dawood, F. S., & Abbas, A. F. (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*, *10*(21), 1-18.

25 Fadhil, A. H., Hasan, M. F., Abdullah, A., Amanah, A. L., & Qandeel, A. M. (2021). The role of strategic consciousness in enhancing the strategic vigilance. *Journal of Contemporary Issues in Business and Government*, *27*(6).

26 Falahat, M., Lee, Y. Y., Soto-Acosta, P., & Ramayah, T. (2021). Entrepreneurial, market, learning and networking orientations as determinants of business capability and international performance: the contingent role of government support. *International Entrepreneurship and Management Journal*, *17*(4), 1759-1780.

27 Fraihat, B. A. M., Bataineh, M. T., Taha, I. B., Mbeadeen, B. A., & Ahmad, A. Y. A. B. (2023). The Role Of Strategic Management In Enhancing Competitive Advantage And Firm Performance In The Jordanian Telecom Industry. *Journal of Namibian Studies*, *33*.

28 Hakala, H. (2011). Strategic orientations in management literature: Three approaches to understanding the interaction between market, technology, entrepreneurial and learning orientations. *International journal of management reviews*, *13*(2), 199-217.

29 Hani, S. I. M. B. (2023). The role of strategic vigilance as an entry point to achieving strategic leadership in Saudi Universities. Journal of Educational and Psychological Sciences, 7(1), 140-150

30 Hasan, M. A. (2022). The Impact of Strategic Vigilance in High Performance Applied Research in Communication Companies (Asia Cell, Cork Telecom). *World Bulletin of Social Sciences*, *12*, 1-15.

31 Isik, Z., Arditi, D., Dilmen, I., & Talat Birgonul, M. (2010). The role of exogenous factors in the strategic performance of construction companies. *Engineering, Construction and Architectural Management*, *17*(2), 119-134.

32 Ismail, F. M., Altaee, A. H., & Musaheb, M. R. (2023). The role of strategic vigilance on strategic performance of oil industry in iraq: moderating role of leadership style. *International Journal of eBusiness and eGovernment Studies*, *15*(3), 120-135.

33 Jalod, K. M., Hasan, A. J., & Hussain, A. N. (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*, *7*(1), 2-9.

34 Kahwaji, A. T. (2020). Strategic leadership, strategic performance and core competencies inLebanon's education. *Periodicals of Engineering and Natural Sciences*, *8*(4).

35 Karima, K., & Zohra, D. (2021). The impact of strategic vigilance on e-management in the National Railway Transport Company (SNTF).

36 Krylov, S. (2023). Applied strategic analysis of learning and growth based on a balanced scorecard: Theoretical foundations. *Review of Socio-Economic Perspectives*, *8*(1), 1-9.

37 Lentu, L. M. (2021). *Influence of Strategic Orientation on Performance of Public Owned Hotels in Kenya* (Doctoral dissertation, Kenyatta University).

38 Machmuddah, Z., & Setiawanta, Y. (2019). Balanced Scorecard: Learning and Growth Perspective. *Jurnal Inovasi Ekonomi*, *4*(02).

39 Mandal, S., & Saravanan, D. (2019). Exploring the influence of strategic orientations on tourism supply chain agility and resilience: an empirical investigation. *Tourism Planning & Development*, *16*(6), 612-636.

40 Marei, A., Ashal, N., Abou-Moghli, A., Daoud, L., & Lutfi, A. (2024). The effect of strategic orientation on operational performance: The mediating role of operational sustainability. *Corporate and Business Strategy Review*, *5*(1), 346-355.

41 Mutesi, D., & Gathiru, M. K.(2025) Internal Business Processes and Organizational Performance in Sonarwa Insurance Company in Rwanda.

42 NATOU, H. (2020). Les réalités de la veille stratégique et de l'intelligence économique dans les entreprises au Cameroun. *Dossiers de Recherches en Économie et Gestion*, *9*(1), 121-138.

43 Omran, H., & Abuongem, M. (2019). The role of strategic vigilance in achieving strategic success Field study at Libyana mobile phone company Sabha. *Journal of Pure & Applied Sciences*, *18*(2), 88-100..

44 Osibodu, I. I., Adefulu, A. D., & Nwankwere, I. A. (2025). Strategic vigilance, ambidexterity and performance of FMCG in Lagos: Management style moderation. International Journal of Humanities and Social Sciences Management, 5(3), 139-152

45 Ouali, K., & Ouali, M. (2024). Strategic vigilance: An effective mechanism in enhancing sustainable competitive advantage-a study of a sample of algerian institutions. *International Journal of Professional Business Review: Int. J. Prof. Bus. Rev.*, *9*(8), 14.

46 Shah, H. A., Yasir, M., Majid, A., Yasir, M., & Javed, A. (2020). Promoting strategic performance through strategic orientation and strategic renewal: a moderated mediation model. Management Decision, 58(2), 376-392.

47 Shah, H. A., Yasir, M., Majid, A., Yasir, M., & Javed, A. (2020). Promoting strategic performance through strategic orientation and strategic renewal: A moderated mediation model. *Management Decision*, *58*(2), 376-392.

48 Slater, S. F., Olson, E. M., & Hult, G. T. M. (2006). The moderating influence of strategic orientation on the strategy formation capability–performance relationship. *Strategic management journal*, *27*(12), 1221-1231.

49 Striteska, M., & Jelinkova, L. (2015). Strategic performance management with focus on the customer. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, *210*, 66-76.

50 Sutiono, H. T., Juwariah, J., Kusmantini, T., & Diantoro, A. K. (2025). Network Orientation and Technological Transformation Shaping Startup Models and Performance. In *SHS Web of Conferences* (Vol. 212, p. 01012). EDP Sciences.

51 Tibbs, C. Y., & Langat, L. K. (2016). Internal process, learning perspective of balance scorecard and organisational performance. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, *4*(11), 458-474.

52 Turki, A., & Mohamed, S. M. (2023). The Impact Of Strategic Vigilance On The Performance Of Employees In Iraqi Universities (A Field Study On Students Of The Administrative Technology College At The Middle Euphrates University). *Journal of Namibian Studies*, *33*.

53 Ullah, M. S., Umair, M., Qureshi, A. A., Baloch, F. M., & Ahmad, S. (2025). The role of digital technology and digital innovation towards firm performance in a digital economy: in Pakistan. *Bulletin of Management Review*, *2*(1), 56-77.

54 Valentin, C. (2006). Researching human resource development: emergence of a critical approach to HRD enquiry. International Journal of Training and Development, 10(1), 17-29.

55 Zouarqui, I., & Mouzaoui, A. (2024). The role of strategic vigilance in achieving competitive advantage in the institution-case study of el sewedy cables, ain defla. *International Journal of Professional Business Review: Int. J. Prof. Bus. Rev.*, *9*(11), 19.