

البقطة الاستراتيجية ودورها في تحقيق الميزة التنافسية بحمامات السباحة

*د/ مؤمن طه عبدالنجم عبدالحافظ

مقدمة ومشكلة البحث:-

يعيش العالم الآن فترة تحولات جذرية أسهمت في تغيير الكثير من المفاهيم والأساليب والهيكل الإدارية التقليدية، وعملت على إيجاد مناخ جديد للعمل الإداري وأوضاع اقتصادية وتكنولوجية مختلفة تماماً عما كان سائد من قبل، وتتميز هذه الأوضاع الجديدة بالحركة السريعة والتطور والتغير السريع.

أدت هذه التحولات التي تحملها البيئة لمحاولة المنشآت التحسين المستمر والدائم لطرق وأساليب الأداء بها، ذلك للتكيف مع المنافسة والتغلب عليها، وتصدرها لموقع تنافسي في السوق بما يضمن البقاء والاستمرار لأنشطتها وخدماتها، وهو ما لا يمكن تحقيقه إلا بفهم بيئة العمل التي تنشط فيها، بحيث يجب عليها أن تعمل جاهدة لفرض نفسها وتحقيق الأسمية على منافسيها في مجال نشاطها. (١١ : ٣)

وأبرزت التحولات العالمية توجهات جديدة، وشهدت عددا من المتغيرات مست كافة المؤسسات، حيث أبرزت واقعا جديدا وأدخلت مفاهيم وتقنيات حديثة، تتسم بلامح ورؤى تتوافق مع طبيعة العالم المعاصر، القائم على الحركة والتغير، العلم، التكنولوجيا، التواصل، والانفتاح والتحرر الاقتصادي الذي فتح المجال أمام المنافسة الأجنبية .

ولكي تتمكن المؤسسة التعليمية من خلق ميزة تنافسية تمكنها من تحقيق أسمية على منافسيها في مجال نشاطها، فهي مطالبة بفهم العلاقة القائمة بينها، وبين البيئة التي تنشط فيها، ومعرفة المكونات الرئيسية لها وأبعادها المستقبلية قصد الاستفادة من الفرص المتاحة لها وتجنب آثارها السلبية ولو نسبياً، خاصة ما يتعلق بالبيئة التنافسية. حيث أن الإدارة في المجال الرياضي لا تختلف عن الإدارة في المجالات الأخرى في كونها وسيلة لتحقيق الأهداف، كما أنها تتفق مع الإدارة بوجه عام في عناصرها الأساسية (التخطيط، التنظيم، التوجيه، الرقابة).

* أستاذ مساعد بقسم الإدارة الرياضية والترويم بكلية التربية الرياضية جامعة أسيوط

والهدف من اليقظة الاستراتيجية هو كشف الإشارات الخفية والتغيرات المحتملة والتحولات العميقة، التي تركز على جمع وتحليل ونشر المعلومات المناسبة والضرورية لاتخاذ القرارات. وهي بذلك تمثل امتيازاً تنافسياً بالنسبة للمؤسسات التي تقوم بها، فقد أصبح من الضروري تطبيقها، من خلال المؤسسة بشكل مستمر بمراقبة التغيرات والمبادرة بإجراء ما يلزم للإعداد وربما استباق الأحداث للتقليل من آثارها أو عند مستوى أعلى من التفكير والتطور التنظيمي واستحداث أسلوب أو خدمة أو منتج جديد يغير نمط الاستهلاك وأسلوب الحياة. (١): (٥)

اليقظة نشاط إنساني قديم، والمؤسسة منذ نشأتها بحاجة دائمة للاستعلام ومراقبة بيئتها، لا سيما وضعها التنافسي ومعرفة اتجاهات أسواقها، وإذا كان هذا المصطلح قد ظهر في اليابان منتصف القرن التاسع عشر في الولايات المتحدة الأمريكية نهاية الخمسينات، كما انه لم يظهر في فرنسا إلا في نهاية الثمانينيات. (٢: ٦٨)

ويمكن اعتبار قدرة المؤسسة على الصمود في وجه منافسيها عامل محدد بمدى تنافسيتها، لهذا يتوجب عليها تطبيق أحدث الطرق الإدارية وابتكار أساليب جديدة تمكنها من تحقيق أهدافها، ومن بين هذه الأساليب اليقظة الاستراتيجية. (١٥: ٥٩-٩٤)

ويُعد تبني اليقظة الاستراتيجية مفتاحاً من مفاتيح نجاح المؤسسات في عالم الأعمال، فالمؤسسة اليقظة هي مؤسسة ذكية ومتعلمة تسعى دائماً إلى التجديد في أساليبها الإنتاجية وخططها التسويقية، ولا تنتظر وقوع الأحداث الخارجية حتى تلجأ إلى ردود الأفعال التي قد تكون متسرعة وغير مناسبة بل تتمتع بالقدرة على المبادرة والاستكشاف. (٨: ٢٣٥)

وتعتبر اليقظة الاستراتيجية الوظيفة التي من خلالها تتمكن المؤسسة من مراقبة أسواقها ومنافسيها بصفة خاصة ومحيطها بصفة عامة، كما تسمح لها بالتصرف بسرعة وفي الوقت المناسب مع أكبر قدر من الفاعلية، لذا فمفهوم اليقظة الاستراتيجية مفهوماً شاملاً يتكون من عدة أنواع متكاملة تمثل اليقظة الشاملة على محيط المؤسسة، وتقسّم هذه الأنواع كل حسب ميدان النشاط المستهدف وكذا طريقة استعماله. (١١: ١٢)

لذلك فإن لليقظة الاستراتيجية أنواع تتمثل في أنظمة أو أبعاد لليقظة الاستراتيجية كما ذكرها يوسف عبايدية وعمران العربي (٢٠١٧م) وهي:

- اليقظة التسويقية. - يقظة تشريعية وقانونية.

- اليقظة التنافسية.
- اليقظة الاقتصادية الكلي.
- اليقظة التكنولوجية.
- اليقظة الجيوسياسية.
- يقظة الموردون – الزبائن.
- اليقظة البيئية. (١٨ : ٢٩٩)

وذكر ضياء الدين زاو (٢٠١٣) أن اليقظة الاستراتيجية أصبحت ضرورة ذات دور فعال في توفير المعلومات اللازمة عن مختلف عناصر بيئة أعمال المؤسسة، عن المنافسين، العملاء، التكنولوجيا وفي جوانب عديدة: المنتجات، الاستراتيجيات، التكنولوجيات المستعملة، وبصفة عامة كل ما يؤثر على التنافس. (١٢ : ٣)

ولقد وضع بورتر أن شدة المنافسة التي يشهدها قطاع سوقي معين، هي نتيجة تفاعل، تأثير وتقاطع عدد من العوامل أو القوى التي تشكل الهيكل الاقتصادي للقطاع، أين سلوك المنافسين الحاليين هو جزء بسيط أو قوة من هذه القوى التي تساهم في رفع شدة المنافسة، وليس المحدد الوحيد لها. (١٩ : ٢٤)

وتستطيع المؤسسة أو الهيئة أو المنشأة مواكبة التطورات العالمية إذا توفرت لديها قيادة واعية تمتاز بالقدرة على التفكير والتخطيط الاستراتيجي الفعال والمرونة الكافية وتمكين الآخرين، وإحداث التغيير، بما يساعد على إيجاد وتطبيق رؤية إبداعية، واكتشاف الانحرافات، والاستثمار الأمثل للموارد المتاحة لتحقيق الميزة التنافسية.

وتعد الميزة التنافسية من الموضوعات الحديثة في الأدب الإداري، وهي القوة الدافعة لتحديد مسارات المنظمات، وتشكل عامل نجاح أساس لأي مؤسسة في نطاق المنافسة المحلية والعالمية، وقد ظهر المفهوم في الثمانينيات من القرن العشرين، فعن طريقها تسعى المؤسسات التعليمية إلى التغلب على أوجه القصور من أجل البقاء وتحسين مركزها التنافسي. (٣ : ١١، ١٢)

ولأن قطع تأشيرة البقاء والتفوق لا يكون إلا من خلال امتلاك المؤسسة لمجموعة مزايا تنافسية خاصة بها، تختلف عن ما يمتلكه المنافسون، وحتى يكون للمؤسسة مزايا تنافسية لابد لها من دراسة البيئة ومعرفة متغيراتها وكيفية تأثيرها عليها، من هنا تظهر أهمية وضع نظام يقظة استراتيجية الهدف منه هو الحصول على المعلومة واستخدامها في تنمية التنافسية من أجل الحصول على مركز تنافسي ريادي في بيئة معقدة وسريعة التغيير. (١٢ :

(٧

وتعد حمامات السباحة الهيئة المسؤولة عن محور أمية السباحة في المجتمع، ووضع البرامج التي تشترك فيها الهيئات والأفراد لإشباع احتياجاتهم ورغباتهم، كما أنه المسئول عن العمل على تنمية موارده، للمحافظة عليه بعمليات الصيانة وتوفير الإمكانات من أجهزة وأدوات لتقديم خدمات جيدة للمستفيدين بما يضمن أمنهم وسلامتهم أثناء الخدمة.

وبما أن تقديم الخدمات المختلفة بحمامات السباحة جعل منها مؤسسات رياضية خدمية ذات طابع خاص لما تقدمه من خدمات لأفراد المجتمع كتدريب اللاعبين، وإعداد الفرق للمنافسات، والتعليم في مدارس السباحة، والترجيع في فترات الرواد، وكذلك توفير الخدمة لأولياء الأمور على حمام السباحة. لذلك فإن حمام السباحة يقدم خدمات مختلفة حسب نوعية استخدام المستفيدين لحمام السباحة.

ومن خلال خبرات الباحث العملية بالعمل في العديد من حمامات السباحة كمنفذ ومدرّب ومعلم ومديراً بحمامات السباحة، وعضو مجلس إدارة منتخب بنادي أسيوط الرياضي، لاحظ انقطاع لبعض المستفيدين من حمامات السباحة وبالتالي نقص أعداد المترددين عليه، ذلك ما دعا إلى إجراء بعض المقابلات الشخصية غير المقننة مع ثلاثة من مديري حمامات السباحة، وبعض المترددين على حمامات السباحة، وكانت أهم أسباب عزوف أو انقطاع المستفيدين عن حمام السباحة هو القصور في الخدمة والنشاط وعدم تحقيق هدف المستفيد، وكذلك عدم الاهتمام بخدمة المستفيد، والقصور في تكنولوجيا المعلومات المستخدمة بحمام السباحة، وعدم الاهتمام بالأنشطة والخدمات الحديثة التي تقدم بحمامات السباحة الأخرى، وكذلك القصور في تجديد وتحديث الأجهزة والأدوات المستخدمة بحمام السباحة، كل ذلك يؤدي إلى عزوف وانقطاع المستفيدين عن حمام السباحة، مما يؤدي إلى عدم تجديد الاشتراك في الخدمة بحمام السباحة وبحث المستفيد عن حمام سباحة آخر، ذو تنافسية عالية وخدمات أجود، وذلك يؤدي إلى ضعف موارد حمام السباحة، ينتج عنه استهلاك إمكانات حمام السباحة من أجهزة وأدوات وعدم تجديدها وصيانتها، وتحدث الأعطال في المعدات دون وجود موارد للصرف على صيانتها كل ذلك يعد تهديداً لحمام السباحة لوقف أنشطته.

ومن خلال ذلك يرى الباحث أن اليقظة الاستراتيجية أسلوب إداري حديث تتبناه المنشآت والمؤسسات لما له من انعكاسات ايجابية على الجوانب الاجتماعية والاقتصادية وبما

يحقق التنافسية في الأنشطة والخدمات بين المنشآت ذات النشاط والخدمات الواحدة بحمامات السباحة.

مما سبق يتضح أن تحقيق أهم هدف لأي مؤسسة والمتعلق بتحقيق بقائها واستمرارها يتوقف بدرجة كبيرة على إيجادها لحلول علمية وعملية تمكنها من الفهم الدقيق للعلاقة التي تجمعها بمحيطها الخارجي، كما يتوقف على إيجادها لآلية ناجحة وفعالة تسمح لها من جهة بالمراقبة المستمرة لعناصر هذا المحيط، ومن جهة أخرى بتوقع اتجاه هذه العلاقة وحساب درجة التأثير مسبقاً، أي عليها تبني فلسفة اليقظة الاستراتيجية، هذا ما استدعى قيام الباحث بإجراء دراسة بعنوان اليقظة الاستراتيجية ودورها في تحقيق التنافسية بحمامات السباحة.

هدف البحث:

التعرف على دور اليقظة الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية بحمامات السباحة.

تساؤلات البحث:

- 1- ما مدى ممارسة الإدارة لليقظة الاستراتيجية ودورها في تحقيق الميزة التنافسية بحمامات السباحة؟
- 2- ما درجة توافر الميزة التنافسية بحمامات السباحة ؟
- 3- هل لتعزيز ممارسات اليقظة الاستراتيجية قدرة على تحقيق الميزة التنافسية بحمامات السباحة؟

المصطلحات المستخدمة في البحث:

اليقظة الاستراتيجية:

هي عملية متواصلة لتسيير المعلومات ودعم القرار لتعزيز الرؤية التطويرية للمؤسسة وضمان القاء من خلال أبعادها المتمثلة في (التكنولوجية والتنافسية والتسويقية والبيئية) كذا البحث عن المعلومات وجمعها وتحديد القائمين عليها. (١٣)

الميزة التنافسية:

مجال تتمتع فيه المؤسسة بقدر أعلى من قدرة منافسيها في استثمار مواردها المادية أو البشرية، فقد تتعلق بالجودة التكنولوجية، والقدرة على خفض التكلفة، والكفاءة التسويقية والابتكار والتطوير المستمر، وتميز في الفكر الإداري، ووفرة في الموارد المالية أو امتلاك موارد

بشرية مؤهلة، وقدرة المؤسسة على صياغة وتطبيق الاستراتيجيات التي تجعلها في مركز أفضل، بالنسبة للمؤسسات الأخرى العاملة في نفس النشاط. (١ : ٣٥)

خطة وإجراءات البحث

أولاً: منهج البحث:

استخدم الباحث المنهج الوصفي لملائمته لطبيعة البحث.

ثانياً: مجتمع البحث:

يمثل مجتمع البحث العاملين بحمامات السباحة في جمهورية مصر العربية وهم (المدير، مدير فني، أخصائيين، مشرفين، مدربين، معلمين).

ثالثاً: عينة البحث:

تم اختيار عينة البحث بالطريقة الطبقية العشوائية، بحيث تشكل عدداً مقبولاً لتمثيل مجتمع الدراسة، وبلغ عددهم (١١٥) فرد من (٩) حمامات سباحة حسب التوزيع الجغرافي لجمهورية مصر العربية والمتمثلة في (المدير، مدير فني، أخصائيين، مشرفين، مدربين، معلمين).

رابعاً: أدوات جمع البيانات:

استعان الباحث في جمع البيانات بالأدوات التالية:

- استمارات استبيان من إعداد الباحث:

١- الاستبيان الأول: للتعرف على واقع اليقظة الاستراتيجية بحمامات السباحة.

٢- الاستبيان الثاني: للتعرف على واقع الميزة التنافسية بحمامات السباحة.

الاستبيان الأول: الخاص بالتعرف على واقع اليقظة الاستراتيجية بحمامات السباحة.

١- تحديد محاور الاستبيان :

بالاطلاع على المراجع العلمية والدراسات السابقة والمرتبطة بمجال البحث، وذلك للمساعدة في جمع البيانات التي تفيد في إعداد محاور وعبارات الاستمارة، وفي ضوء نتائج التحليل المرجعي قام الباحث بوضع المحاور في صورتها المبدئية وتشتمل على (اليقظة التسويقية، اليقظة التنافسية، اليقظة التكنولوجية، يقظة الموردون الزبائن، يقظة تشريعية وقانونية، يقظة الاقتصاد الكلي، اليقظة الجيوسياسية، اليقظة البيئية)، مرفق (٢).

٢- عرض المحاور على الخبراء.

تم عرض المحاور مرفق (٢) على الخبراء وعددهم (٧) مرفق (١) وراعى الباحث أن يكونوا من أساتذة الرياضات المائية والإدارة الرياضية، وذلك لإبداء الرأي في مدى مناسبة المحاور للتعرف على واقع اليقظة الاستراتيجية، وجدول (١) ويوضح ذلك.

جدول (١)

النسبة المئوية لآراء الخبراء حول محاور الاستبيان الخاص بالتعرف على واقع اليقظة الاستراتيجية (ن=٧)

م	المحاور	موافق	غير موافق	النسبة المئوية
١	اليقظة التنافسية.	٧	-	١٠٠
٢	اليقظة التكنولوجية.	٧	-	١٠٠
٣	اليقظة البيئية.	٦	١	٨٥,٧١
٤	يقظة الموردون – الزبائن.	٣	٤	٤٢,٨٥
٥	يقظة تشريعية وقانونية.	٣	٤	٤٢,٨٥
٦	يقظة الاقتصاد الكلي.	٣	٤	٤٢,٨٥
٧	اليقظة الجيوسياسية.	٢	٥	٢٨,٥٧
٨	اليقظة التسويقية.	٧	٠	١٠٠

يتضح من جدول (١) النسبة المئوية لآراء الخبراء حول محاور الاستبيان الخاص بالتعرف على مستوى جودة الحياة الوظيفية تراوحت ما بين (٢٨.٥٧ % إلى ١٠٠ %)، هذا وقد أرتضى الباحث نسبة ٧٠٪ من آراء الخبراء للموافقة على المحور وبذلك تكون المحاور التي اتفق عليها الخبراء:

١- اليقظة التنافسية.

٢- اليقظة التكنولوجية.

٣- اليقظة البيئية.

٤- اليقظة التسويقية.

٣- إعداد عبارات الاستبيان

بعد التوصل إلى محاور الاستبيان قام الباحث بوضع مجموعة من العبارات بما يتناسب مع كل محور من المحاور التي تم تحديدها والتوصل إليها وعرض استبيان اليقظة الاستراتيجية في صورته الأولية مرفق (٣).

٤- المعاملات العلمية للاستبيان :

أ- الصدق.

- صدق المحكمين:

بعد التوصل إلى محاور الاستبيان قام الباحث بوضع مجموعة من العبارات بما يتناسب مع كل محور من المحاور التي تم تحديدها والتوصل إليها وعرض استبيان اليقظة

الاستراتيجية في صورته الأولية مرفق (٣) على (٧) من الخبراء مرفق (١) وذلك لتحديد مدى مناسبة العبارات الموضوعية وجدول (٢) يوضح ذلك.

جدول (٢)

النسبة المئوية لآراء الخبراء حول العبارات المقترحة لمحاور اليقظة الاستراتيجية (ن = ٧)

اليقظة التسويقية		اليقظة البيئية		اليقظة التكنولوجية		اليقظة التنافسية	
الارتباط	العبارة	الارتباط	العبارة	الارتباط	العبارة	الارتباط	العبارة
١٠٠	٢٦	٨٥,٧١	١٧	٨٥,٧١	١٠	١٠٠	١
٨٥,٧١	٢٧	٨٥,٧١	١٨	٨٥,٧١	١١	١٠٠	٢
١٠٠	٢٨	١٠٠	١٩	١٠٠	١٢	٨٥,٧١	٣
١٠٠	٢٩	١٠٠	٢٠	٨٥,٧١	١٣	٨٥,٧١	٤
٨٥,٧١	٣٠	٤٢,٨٥	٢١	١٠٠	١٤	٤٢,٨٥	٥
١٠٠	٣١	٨٥,٧١	٢٢	١٠٠	١٥	٨٥,٧١	٦
١٠٠	٣٢	١٠٠	٢٣	١٠٠	١٦	١٠٠	٧
		١٠٠	٢٤			٨٥,٧١	٨
		١٠٠	٢٥			١٠٠	٩

يتضح من جدول (٢) أن النسبة المئوية لآراء الخبراء تراوحت ما بين (٤٢.٨٥٪ - ١٠٠٪) وقد ارتضى الباحث نسبة (٧٠٪) لقبول العبارة بناء على رأي الخبراء، وبالتالي فإن العبارات التي لم تحقق نسبة موافقة (٧٠٪) فأكثر هي عبارة رقم (٥) في محور اليقظة التنافسية، وعبارة رقم (٥) في محور اليقظة البيئية، وبذلك يصبح عدد عبارات الاستبيان (٣٠) عبارة وفقاً لآراء السادة الخبراء.

- الدراسة الاستطلاعية:

قام الباحث بإجراء دراسة استطلاعية على عينة قوامها (٢٥) فرد من مجتمع البحث وخارج عينة البحث الأصلية من العاملين بحمامات السباحة، واستهدفت التعرف على مدى مناسبة صياغة العبارات لمستوى فهم العينة، التأكد من عدم وجود أي عبارات يصعب فهمها، التعرف على أي صعوبات في عملية التطبيق، وإيجاد الصدق والثبات.

- صدق الاتساق الداخلي:

قام الباحث بحساب معامل صدق الاتساق الداخلي بين كل عبارة ومجموع المحور المنتمئة إليه وبين مجموع المحور والمجموع الكلي لاستبيان اليقظة الاستراتيجية، والجدول (٣) يوضح ذلك.

جدول (٣)

معاملات الارتباط بين العبارات والمحاور والمجموع الكلي لاستبيان اليقظة الاستراتيجية (ن) = ٢٥

اليقظة التسويقية		اليقظة البنينة		اليقظة التكنولوجية		اليقظة التنافسية	
الارتباط	العبارة	الارتباط	العبارة	الارتباط	العبارة	الارتباط	العبارة
٠,٧٦	٢٥	٠,٨٢	١٦	٠,٧١	٩	٠,٦٢	١
٠,٧١	٢٦	٠,٧٩	١٧	٠,٨١	١٠	٠,٧٨	٢
٠,٧٢	٢٧	٠,٦٩	١٨	٠,٧٠	١١	٠,٧٨	٣
٠,٦٥	٢٨	٠,٦٦	١٩	٠,٦٧	١٢	٠,٨٦	٤
٠,٦٩	٢٩	٠,٧٧	٢٠	٠,٨٧	١٣	٠,٧٨	٥
٠,٧٠	٣٠	٠,٧٣	٢١	٠,٧٢	١٤	٠,٨٦	٦
		٠,٧١	٢٢	٠,٨٢	١٥	٠,٧١	٧
		٠,٨٢	٢٣			٠,٦٩	٨
		٠,٧٧	٢٤				
٠,٦٣	المجموع	٠,٧٠	المجموع	٠,٨٢	المجموع	٠,٧١	المجموع

قيمة (ر) الجدولية عند مستوى دلالة (٠,٠٥) = ٠,٣٩

يتضح من الجدول (٣) أن معاملات الارتباط بين العبارة ومجموع المحور الذي تنتمي إليه تراوحت ما بين (٠,٦٢ - ٠,٨٦)، كما جاءت معاملات الارتباط دالة إحصائياً بين مجموع كل محور والمجموع الكلي للاستمارة وتراوحت ما بين (٠,٦٣ - ٠,٨٢) وهي معاملات ارتباط دالة إحصائياً عند مستوى (٠,٠٥) مما يشير إلى صدق الاتساق الداخلي للاستبيان ككل.

ب- الثبات:

قام الباحث باستخدام معامل ثبات ألفا كرونباخ لإيجاد ثبات الاستمارة والجدول (٤) يوضح

ذلك:

جدول (٤)

معاملات ثبات ألفا كرونباخ لاستبيان اليقظة الاستراتيجية (ن) = ٢٥

المحور	معامل ثبات ألفا كرونباخ للعبارة	معامل ثبات ألفا كرونباخ للمحاور
اليقظة التنافسية	٠,٨٠ - ٠,٨٢	٠,٧٧
التكنولوجية	٠,٧٥ - ٠,٧٨	٠,٨٥
اليقظة البنينة	٠,٧٩ - ٠,٨٤	٠,٧٩
اليقظة التسويقية	٠,٨٠ - ٠,٨٥	٠,٨٤

الاستبيان ككل = (٠,٨٣)

قيمة (ر) الجدولية عند مستوى دلالة (٠,٠٥) = ٠,٣٩

يتضح من الجدول (٤) أن معاملات الارتباط لاستبيان اليقظة الاستراتيجية في العبارات تراوحت ما بين (٠,٧٥ : ٠,٨٥) وهي معاملات ارتباط دالة إحصائياً عند مستوى (٠,٠٥)، وكذلك معاملات الارتباط للمحاور تراوحت ما بين (٠,٧٧ : ٠,٨٨) وهي معاملات ارتباط دالة إحصائياً عند مستوى (٠,٠٥)، وكذلك معامل الثبات لمجموع الاستمارة كانت قيمة ر (٠,٨٣) مما يشير إلى ثبات الاستبيان ككل.

الاستبيان الثاني: الخاص بالتعرف على الميزة التنافسية بحمامات السباحة.

١- تحديد محاور الاستبيان :

بالاطلاع على المراجع العلمية والدراسات السابقة والمرتبطة بمجال البحث، وذلك للمساعدة في جمع البيانات التي تفيد في إعداد محاور وعبارات الاستمارة، وفي ضوء نتائج التحليل المرجعي قام الباحث بوضع المحاور في صورتها المبدئية وتشتمل على (الجودة، الابتكار، المرونة، التميز)، مرفق (٢).

٢- عرض المحاور على الخبراء .

تم عرض المحاور مرفق (٢) على الخبراء وعددهم (٧) مرفق (١) وراعى الباحث أن يكونوا من أساتذة الرياضات المائية والإدارة الرياضية، وذلك لإبداء الرأي في مدى مناسبة المحاور للتعرف على واقع اليقظة الاستراتيجية، وجدول (٥) ويوضح ذلك.

جدول (٥)

النسبة المئوية لآراء الخبراء حول محاور الاستبيان الخاص بالتعرف على الميزة التنافسية (ن=٧)

م	المحاور	موافق	غير موافق	النسبة المئوية
١	الجودة	٧	-	٪١٠٠
٢	الابتكار	٧	-	٪١٠٠
٣	المرونة	٦	١	٪٨٥,٧١
٤	التميز	٧	٠	٪١٠٠

يتضح من جدول (٥) النسبة المئوية لآراء الخبراء حول محاور الاستبيان الخاص بالتعرف على الميزة التنافسية تراوحت ما بين (٨٥.٧١٪ إلى ١٠٠ ٪)، هذا وقد أرتضى الباحث نسبة (٧٠٪) من آراء الخبراء للموافقة على المحور وبذلك اتفق الخبراء على الأربع محاور السابقة ولم يتم حذف أي منها.

٣-إعداد عبارات الاستبيان:

بعد التوصل إلى محاور الاستبيان قام الباحث بوضع مجموعة من العبارات بما يتناسب مع كل محور من المحاور التي تم تحديدها والتوصل إليها وعرض استبيان الميزة التنافسية في صورته الأولية مرفق (٦).

٤- المعاملات العلمية للاستبيان:

أ- الصدق.

- صدق المحكمين:

بعد التوصل إلى محاور الاستبيان قام الباحث بوضع مجموعة من العبارات بما يتناسب مع كل محور من المحاور التي تم تحديدها والتوصل إليها وعرض استبيان الميزة التنافسية في صورته الأولية مرفق (٦) على (٧) من الخبراء مرفق (١) وذلك لتحديد مدى مناسبة العبارات الموضوعية وجدول (٦) يوضح ذلك.

جدول (٦)

النسبة المئوية لآراء الخبراء حول العبارات المقترحة لمحاور الميزة التنافسية (ن = ٧)

التميز		المرونة		الابتكار		الجودة	
الارتباط	العبارة	الارتباط	العبارة	الارتباط	العبارة	الارتباط	العبارة
١٠٠	٢٦	٨٥,٧١	١٨	٨٥,٧١	٩	١٠٠	١
١٠٠	٢٧	١٠٠	١٩	١٠٠	١٠	١٠٠	٢
١٠٠	٢٨	١٠٠	٢٠	٨٥,٧١	١١	٨٥,٧١	٣
٨٥,٧١	٢٩	١٠٠	٢١	٨٥,٧١	١٢	٨٥,٧١	٤
١٠٠	٣٠	٨٥,٧١	٢٢	٨٥,٧١	١٣	١٠٠	٥
١٠٠	٣١	٤٢,٨٥	٢٣	١٠٠	١٤	٨٥,٧١	٦
٤٢,٨٥	٣٢	١٠٠	٢٤	١٠٠	١٥	٨٥,٧١	٧
١٠٠	٣٣	٨٥,٧١	٢٥	١٠٠	١٦	٨٥,٧١	٨
١٠٠	٣٤			٨٥,٧١	١٧		

يتضح من جدول (٦) أن النسبة المئوية لآراء الخبراء تراوحت ما بين (٤٢.٨٥٪ - ١٠٠٪) وقد ارتضى الباحث نسبة (٧٠٪) لقبول العبارة بناء على رأي الخبراء، وبالتالي فإن العبارات التي لم تحقق نسبة موافقة (٧٠٪) فأكثر هي عبارة رقم (٦) في محور المرونة، وعبارة رقم (٧) في محور التميز. وبذلك يصبح عدد عبارات الاستبيان (٣٢) عبارة وفقاً لآراء السادة الخبراء.

- الدراسة الاستطلاعية:

قام الباحث بإجراء دراسة استطلاعية على عينة قوامها (٢٥) فرد من مجتمع البحث وخارج عينة البحث من العاملين بحمامات السباحة، واستهدفت التعرف على مدى مناسبة صياغة العبارات لمستوى فهم العينة، التأكد من عدم وجود أي عبارات يصعب فهمها، التعرف على أي صعوبات في عملية التطبيق، وإيجاد الصدق والثبات.

– صدق الاتساق الداخلي:

قام الباحث بحساب معامل صدق الاتساق الداخلي بين كل عبارة ومجموع المحور المنتمية إليه وبين مجموع المحور والمجموع الكلي لاستبيان الميزة التنافسية، والجدول (٧) يوضح ذلك.

جدول (٧)

معاملات الارتباط بين العبارات والمحاور والمجموع الكلي لاستبيان الميزة التنافسية (ن = ٢٥)

التميز		المرونة		الابتكار		الجودة	
الارتباط	رقم العبارة	الارتباط	رقم العبارة	الارتباط	رقم العبارة	الارتباط	رقم العبارة
٠,٦٩	٢٥	٠,٧٠	١٨	٠,٨٢	٩	٠,٧٣	١
٠,٧٠	٢٦	٠,٦٨	١٩	٠,٧٣	١٠	٠,٧٠	٢
٠,٧٠	٢٧	٠,٧٢	٢٠	٠,٧٩	١١	٠,٧٦	٣
٠,٦٣	٢٨	٠,٦٥	٢١	٠,٦٨	١٢	٠,٧٠	٤
٠,٦٠	٢٩	٠,٧٨	٢٢	٠,٦٥	١٣	٠,٧١	٥
٠,٦٥	٣٠	٠,٦٩	٢٣	٠,٧٧	١٤	٠,٨٠	٦
٠,٧٨	٣١	٠,٧٠	٢٤	٠,٨٢	١٥	٠,٧٩	٧
٠,٦٩	٣٢			٠,٧٨	١٦	٠,٨٠	٨
				٠,٨٢	١٧		
٠,٧٨	المجموع	٠,٨٣	المجموع	٠,٧٥	المجموع	٠,٧٩	المجموع

قيمة (ر) الجدولية عند مستوى دلالة (٠,٠٥) = ٠,٣٩

يتضح من الجدول (٧) أن معاملات الارتباط بين العبارة ومجموع المحور الذي تنتمي إليه تراوحت ما بين (٠,٦٠ - ٠,٨٢)، كما جاءت معاملات الارتباط دالة إحصائياً بين مجموع كل محور والمجموع الكلي للاستمارة وتراوحت ما بين (٠,٧٥ - ٠,٨٣) وهي معاملات ارتباط دالة إحصائياً عند مستوى (٠,٠٥) مما يشير إلى صدق الاتساق الداخلي للاستبيان ككل.

ب- الثبات:

قام الباحث باستخدام معامل ثبات ألفا كرونباخ لإيجاد ثبات استمارة الاستبيان وجدول

(٨) يوضح ذلك:

جدول (٨)

معاملات ثبات ألفا كرونباخ لاستبيان الميزة التنافسية (ن = ٢٥)

المحور	معامل ثبات ألفا كرونباخ للعبارة	معامل ثبات ألفا كرونباخ للمحاور
الجودة	٠,٧٨ - ٠,٨٠	٠,٨٨
الابتكار	٠,٧٥ - ٠,٧٧	٠,٧٩
المرونة	٠,٧٤ - ٠,٨١	٠,٨٥
التميز	٠,٧٩ - ٠,٨٢	٠,٨٧

الاستبيان ككل = (٠,٨٤)

قيمة (ر) الجدولية عند مستوى دلالة (٠,٠٥) = ٠,٣٩

يتضح من الجدول (٨) أن معاملات الارتباط لاستبيان التنافسية في العبارات تراوح ما بين (٠.٧٤ : ٠.٨٢) وهي معاملات ارتباط دالة إحصائياً عند مستوى (٠.٠٥)، وكذلك معاملات الارتباط للمحاور تراوحت ما بين (٠.٧٩ : ٠.٨٨) وهي معاملات ارتباط دالة إحصائياً عند مستوى (٠.٠٥)، وكذلك معامل الثبات لمجموع الاستمارة كانت قيمة ر (٠.٨٤) مما يشير إلى ثبات الاستبيان ككل.

تطبيق الاستبيانان:

بعد أن أعد الباحث الاستبيانان في صورتها النهائية مرفق (٤) ، (٧)، قام الباحث بالتطبيق على عينة البحث خلال الفترة من ١ / ٥ / ٢٠٢١ م إلى ٢٥ / ٥ / ٢٠٢١ م، وكانت الإجابة على الاستبيان وفقاً لميزان تقدير ثلاثي (موافق - غير موافق - الي حد ما).

المعالجات الإحصائية المستخدمة للبحث:

استخدم الباحث الأساليب الإحصائية التالية:

- ١- المتوسط الحسابي.
- ٢- معامل الارتباط بيرسون.
- ٣- معامل ثبات الفايرونيباخ.
- ٤- الوزن النسبي.

عرض ومناقشة النتائج وتفسيرها

فيما يلي عرض ومناقشة النتائج وتفسيرها في ضوء الإجابة على تساؤلات الدراسة، بعد تفرغ النتائج ومعالجتها إحصائياً للاستعانة بها في تفسير النتائج. ولتصحيح الاستبيان استخدام الباحث مقياس ليكرت الثلاثي.

(٣-٢-١) بحيث ٣ عالية، ٢ متوسط، ١ منخفض واستخدم الباحث المعادلة التالية (منخفضة = ١.٠٠ - ١.٦٦)، (متوسطة = ١.٦٧ - ٢.٣٣)، (عالية = ٢.٣٤ - ٣.٠٠).

التساؤل الأول: ما مستوى ممارسة إدارة حمامات السباحة لليقظة الاستراتيجية؟

جدول (٩)

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لعبارات المحور الأول (اليقظة التنافسية) (ن = ١٥)

م	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الممارسة	الترتيب
١	تسعى إدارة حمام السباحة للحصول على المعلومات المتعلقة بالتطورات الحاصلة على حمامات السباحة الأخرى.	١,٩٧	٠,٧٧٩	متوسطة	٤
٢	يتم توفير المعلومات الكافية عن سلوك المنافسين الحاليين بصورة مستمرة.	١,٧٣	٠,٨٠٦	متوسطة	٥
٣	تدرس إدارة حمامات السباحة باستمرار إمكانية دخول منافسين جدد لمجال الرياضات المائية	١,٨٣	٠,٨٢٦	متوسطة	٦
٤	تمتلك إدارة حمام السباحة القدرة على التواصل مع مجموعة كبيرة من العملاء	٢,٣٣	٠,٧٠٧	متوسطة	١
٥	يتم قياس احتياجات المجتمع الخارجي بصورة دورية	٢,٢٩	٠,٧١٩	متوسطة	٢
٦	تعمل إدارة حمام السباحة على تحسين الصورة التنافسية الخاصة بها	٢,١٠	٠,٦٩٧	متوسطة	٣
٧	توفر إدارة حمام السباحة الضمانات الكافية لتحقيق أهداف المستفيدين من أنشطة التي ينظمها	١,٤٦	٠,٧٩٣	منخفضة	٧
٨	تبحث إدارة حمام السباحة بصورة دورية عن أفضل السبل الحديثة لتطوير مستوى الخدمات المقدمة للعملاء.	١,٦٣	٠,٧٨٥	متوسطة	٨
	المتوسط العام لمحور اليقظة التنافسية	١,٩٤	٠,٠٤٦	متوسطة	

يتضح من جدول (٩) أن نتائج تحليل عبارات المحور الأول "اليقظة التنافسية" تشير إلى أن مستوى ممارسة لهذا المحور جاءت متوسطة بمتوسط حسابي (١.٩٤)، وانحراف معياري (٠.٠٤٦)، كما تراوح مستوى ممارسة اليقظة التنافسية بحمامات السباحة بين المتوسطة والمنخفضة، حيث بلغت المتوسطات الحسابية لها بين (١.٤٦ - ٢.٣٣)، والانحرافات المعيارية ما بين (٠.٦٩٧ - ٠.٨٢٦)،

كما حصلت العبارة رقم (٤) والتي تنص على "تمتلك إدارة حمام السباحة القدرة على التواصل مع مجموعة كبيرة من العملاء" المرتبة الأولى، وبمستوى ممارسة متوسطة، بمتوسط حسابي (٢.٣٣)، وانحراف معياري (٠.٧٠٧)، ويعزى الباحث تلك النتيجة إلى مدي توفر القدرة المطلوبة ولكن ربما لم يتم استغلالها بالقدر المناسب الذي يخدم حمام السباحة بالطريقة المثالية وذلك ي توفير وتدعيم التواصل مع المستفيدين والرواد بحمام السباحة وتوفير احتياجاتهم وتلبية رغباتهم بما يضمن تحقيق أهداف اشتراكهم من الخدمات والأنشطة.

في حين حصلت العبارة رقم (٨) والتي تنص على "تبحث إدارة حمام السباحة بصورة دورية عن أفضل السبل الحديثة لتطوير مستوى الخدمات المقدمة للعملاء" على المرتبة الأخيرة وبمتوسط حسابي (١.٦٣)، وانحراف معياري (٠.٧٨٥)، وبدرجة متوسطة، وقد يرجع ذلك إلى الجهود المبذولة من قبل إدارة حمامات السباحة في اختيار وتحديد أفضل السبل المناسبة لتطوير وتحسين الخدمات ولكن لم يتم التوصل ربما لوجود بعض المعوقات أو المشكلات.

ويعزي الباحث ذلك إلى القصور في وعي الإدارة بحمام السباحة والعاملين به والمتمثل في عدم اهتمام إدارة حمامات السباحة بالحصول على معلومات عن حمامات السباحة الأخرى المنافسة وكيفية تقديم الأنشطة والخدمات بها، وعدم الاهتمام بتوفير الضمانات الكافية للمستفيدين في تحقيق أهدافهم من الاشتراك بالأنشطة والخدمات المقدمة بحمام السباحة. ويرجع الباحث ذلك إلى غياب قياس احتياجات المجتمع الخارجي بالطريقة الملائمة لتطبيق التطورات الحديثة والجيدة في مجال خدمة المستفيدين. وتتفق تلك النتيجة مع دراسة أجري (AMANILE et Al, 2011 Serge) (٢١) في حول أهمية الدور الهام الذي تلعبه المعلومات في تحقيق اليقظة الاستراتيجية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

جدول (١٠)

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لعبارات المحور الثاني (اليقظة التكنولوجية) (ن=

١١٥)

م	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الممارسة	الترتيب
٩	تهتم ادارة حمام السباحة بالمراقبة المستمرة للتطورات التكنولوجية في ميدان نشاطها.	٢,٢١	٠,٧٢٨	متوسطة	١
١٠	تهتم ادارة حمام السباحة بتسويق وترويج جميع منتجاتها الكترونياً	١,٩٦	٠,٨١٧	متوسطة	٢
١١	توجد اليه الكترونية واضحة لمتابعة الانشطة والخدمات التي يقدمها حمام السباحة بصورة دورية ومتجددة	١,٧٠	٠,٧٢٢	متوسطة	٣
١٢	تستخدم ادارة حمام السباحة كافة الوسائل التكنولوجية الحديثة في ادارة المهام التي تقدمها	١,٥٧	٠,٦٨٦	منخفضة	٤
١٣	تهتم ادارة حمام السباحة بتوفير الورش والدورات التدريبية الحديثة في مجال تكنولوجيا المعلومات	١,٥٤	٠,٦٧٦	منخفضة	٥
١٤	تؤسس ادارة حمام السباحة موقع الكتروني لها ويعمل بفاعلية	١,٥٢	٠,٧٥٠	منخفضة	٦
١٥	تطور ادارة حمام السباحة تقنياتها المستخدمة بصورة دورية وفقاً لمتطلبات السوق الخارجي.	١,٤٥	٠,٥٦٣	متوسطة	٧
	المتوسط العام لمحور اليقظة التكنولوجية	١,٧٤	٠,٢٢٩	متوسطة	

يتضح من جدول (١٠) أن نتائج تحليل عبارات المحور الثاني "اليقظة التكنولوجية" حيث تشير النتائج إلى أن مستوى ممارسة اليقظة التكنولوجية بحمامات السباحة جاءت متوسطة بمتوسط حسابي (١.٧٤) وانحراف معياري (٠.٢٢٩)، كما تراوح مستوى ممارسة اليقظة التكنولوجية بين المتوسطة والمنخفضة، حيث بلغت المتوسطات الحسابية لها ما بين (١.٤٥ - ٢.٢١)، والانحراف المعياري ما بين (٠.٥٦٣ - ٠.٨١٧).

كما حصلت العبارة رقم (٩) والتي تنص على "تهتم ادارة حمام السباحة بالمراقبة المستمرة للتطورات التكنولوجية في ميدان نشاطها" المرتبة الأولى، وبمستوى ممارسة متوسطة، بمتوسط حسابي (٢.٢١)، وانحراف معياري (٠.٧٢٨)، ويعزي الباحث هذه النتيجة إلى اهتمام ووعي الإدارة بحمامات السباحة على توفير الوسائل والأدوات والأجهزة الحديثة في

كافة العمليات الإدارية منها أو الاتصالية وكذلك معدات وأجهزة التطهير والتعقيم للحفاظ على مياه حوض السباحة وفقاً للمعايير الصحية المحددة لما لذلك من أهمية تتضمن صحة وسلامة المستفيدين بحمامات السباحة، وذلك لتوفير كافة الامكانيات للحصول عليها أو تطويرها وتحديثها وفقاً للإمكانيات المتاحة.

بينما حصلت العبارة رقم (١٥) والتي تنص على "تطور إدارة حمام السباحة تقنياتها المستخدمة بصورة دورة وفقاً لمتطلبات السوق الخارجي" على المرتبة الأخيرة، بمتوسط حسابي (١.٤٥)، وانحراف معياري (٠.٥٦٣) ويعزي الباحث هذه النتيجة إلى القصور في الاهتمام بالتقنيات الحديثة كوسيلة للتواصل مع المجتمع الخارجي سواءً أكانوا مستفيدين من الخدمات المقدمة أو منافسين في ذات المجال.

وقد يرجع ذلك لنقص أو قلة الامكانيات المادية المتوفرة لتطوير نظم ووسائل الاتصال الحديثة المستخدمة في نظم الحجز عبر التطبيقات الالكترونية أو عبر المواقع المخصصة لذلك لما تتطلبه من نفقات، ذلك بخلاف الامكانيات البشرية ومهاراتهم في التعامل مع تلك التقنيات التكنولوجية لما يتطلبه هذا العنصر ن تدريب وتطوير لاستخدام تلك التقنيات.

وتتفق هذه النتيجة مع ما أشارت إليه دراسة حنان (٢٠١٨) (٨) في انه من أهم عوامل تحقيق اليقظة الاستراتيجية التقنيات والأجهزة الحديثة، وأشارت أيضاً إلى أهمية توفير الموارد المالية لتحقيق ذلك.

جدول (١١)

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لعبارات المحور الثالث (اليقظة البيئية) (ن=١١٥)

م	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الممارسة	الترتيب
١٦	تقوم ادارة حمام السباحة بدراسة الاحتياجات المجتمعية المختلفة والعمل على توفيرها	١,٧٢	٠,٨٦٠	متوسطة	٥
١٧	تهتم ادارة حمام السباحة بالدراسات المجتمعية والمتغيرات من خلال الندوات والفاعلية المختلفة	١,٥٩	٠,٧٩٠	منخفضة	٨
١٨	تتوفر ادارة متخصصة لدراسات شكاوى واحتياجات العملاء والعمل على حلها وتوفيرها	١,٦٨	٠,٨٥٠	متوسطة	٦
١٩	تبحث ادارة حمام السباحة لتوسيع نشاطاتها وتطويرها	٢,٢٩	٠,٨١٠	متوسطة	١
٢٠	تقوم ادارة حمام السباحة بتحليل البيانات والمعلومات الخارجية المتعلقة بالعملاء واتخاذ القرارات المناسبة	١,٩٠	٠,٦٨٥	متوسطة	٤
٢١	تعمل ادارة حمام السباحة بتحديد الفرص والتهديدات التي يتعرض لها حمام السباحة	٢,٢٦	٠,٦٧٤	متوسطة	٢
٢٢	تسعى ادارة حمام السباحة لاستغلال نقاط القوة لديها في تطوير العمل الحالي	٢,٠٧	٠,٧١٩	متوسطة	٣
٢٣	تحرص ادارة حمام السباحة على مراقبة العمل بصورة مستمرة ومنتطورة.	١,٦٥	٠,٨٩٥	منخفضة	٧
	المتوسط العام لمحور اليقظة البيئية	١,٩٠	٠,٧٧٩	متوسطة	

يتضح من جدول (١١) أن نتائج تحليل فقرات المحور الثالث "اليقظة البيئية"، حيث تشير النتائج إلى أن مستوى ممارسة اليقظة البيئية جاءت متوسطة بمتوسط حسابي (١.٩٠) وانحراف معياري (٠.٠٧٩)، كما تراوح مستوى ممارسة هذا المحور بين المتوسطة والمنخفضة.

كما بلغت المتوسطات الحسابية لها ما بين (١.٥٩ - ٢.٢٩)، والانحراف المعياري ما بين (٠.٦٩٤ - ٠.٨٩٥).

وحصلت العبارة رقم (١٩) والتي تنص على "تبحث إدارة حمام السباحة لتوسيع نشاطاتها وتطويرها" المرتبة الأولى، وبمستوى ممارسة متوسطة، بمتوسط حسابي (٢.٢٩)، وانحراف معياري (٠.٨١٠)، ويعزي الباحث ذلك إلى الاستغلال الأمثل لحمام السباحة ومراقبة باهتمام ومتابعة من كافة العاملين وبما يمتلكونه من مهارات وقدرات يستطيعون من خلالها تشغيل حمام السباحة أطول وقت مسموح به وفقاً لإمكانياته، والاهتمام بتنوع الأنشطة والخدمات حتى تناسب جميع المستفيدين.

ويرجع الباحث ذلك إلى أهمية الاستغلال الأمثل لمنشأة حمام السباحة أطول وقت ممكن لتلبية احتياجات ورغبات المستفيدين ولما يحققه ذلك من عوائد مادية تعود على العاملين، ولتنمية تلك الموارد وجب على حمام السباحة أن يكون له نظرة مستقبلية في تطوير أنشطته وخدماته بما يناسب أفراد المجتمع، بما يعود بالنفع على المنشأ من حيث التطوير بالموارد المادية والانتشار داخل المجتمع بزيادة الإقبال، وكذلك الاستفادة بتحقيق وتلبية احتياجاته ورغباته، والعاملين بالمكاسب والأرباح المادية.

بينما حصلت العبارة رقم (١٧) والتي تنص على "تهتم إدارة حمام السباحة بالدراسات المجتمعية والمتغيرات من خلال الندوات والفاعلية المختلفة" على المرتبة الأخيرة، بمتوسط حسابي (١.٥٩)، وانحراف معياري (٠.٧٩٠)، ويعزي الباحث ذلك إلى عدم وعي إدارة حمام السباحة بأهمية إجراء الدراسات للتعرف على احتياجات ورغبات المجتمع ولتحقيق أهدافهم من استخدام حمام السباحة.

ويرجع الباحث ذلك إلى أن إدارات حمامات السباحة لا تهتم بذلك لما يتطلبه من جهد ووقت وتكلفة مادية لإجراء تلك الدراسات والبحوث الخاصة باستقصاء أفراد المجتمع، أو عقد ندوات أو اجتماعات أو إلحاق العاملين بالدورات التدريبية لصقلهم لما يتكلفه حمام السباحة

من نفقات يعتقد المسؤولين أنها ليست ذات جدوى، وإن وجدت فإنها تساعد على تحقيق اليقظة البيئية بحمامات السباحة.

وتتفق هذه النتيجة مع ما أشارت إليه دراسة حنان الشريف (٢٠١٨) (٨) ان اليقظة البيئية تقوم بتوفير المعلومات الخاصة بالجانب الاجتماعي والبيئي للمؤسسة من خلال مراقبة تطور التشريعات والقوانين البيئية، المتابعة المستمرة لمستجدات التنمية المستدامة كذلك تحديد ممارسات المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات.

جدول (١٢)

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لعبارات المحور الرابع (اليقظة التسويقية) (ن=١١٥)

م	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الممارسة	الترتيب
٢٤	تتبع ادارة حمام السباحة معدل نمو الأنشطة والخدمات بحمامات السباحة الحديثة	٢,٣٢	٠,٨٤٠	متوسطة	١
٢٥	تتبع ادارة حمام السباحة الطرق والممارسات التسويقية الحديثة	٢,٢٦	٠,٨٥٦	متوسطة	٢
٢٦	تستعمل ادارة حمام السباحة وسائل الاتصال الحديثة لترويج خدماتها	١,٩٣	٠,٨٢١	متوسطة	٥
٢٧	تعمل ادارة حمام السباحة جاهدة على تلبية احتياجات العملاء	١,٥١	٠,٦٥١	منخفضة	٧
٢٨	تبحث ادارة حمام السباحة باستمرار عن فرص الدخول دافعا للمجمعات المجاورة	١,٥٧	٠,٦٩٩	منخفضة	٦
٢٩	يتوفر لدى ادارة حمام السباحة القدرة على توفير البيانات والمعلومات المرتبطة بالأنشطة والخدمات	١,٩٨	٠,٨٢٣	متوسطة	٤
٣٠	ترصد ادارة حمام السباحة كل ما يؤثر على علاقتها بجذب أكبر عدد من المستفيدين	٢,٠٠	٠,٨١٣	متوسطة	٣
	المتوسط العام لمحور اليقظة التسويقية	١,٩٣	٠,٢٤٤	متوسطة	

يتضح من جدول (١٢) أن نتائج تحليل عبارات المحور الرابع "اليقظة التسويقية"، حيث تشير النتائج إلى أن مستوى ممارسة اليقظة التسويقية جاءت متوسطة بمتوسط حسابي (١.٩٣) وانحراف معياري (٠.٢٤٤)، كما تراوح مستوى ممارسة هذا المحور بين المتوسطة والمنخفضة.

كما بلغت المتوسطات الحسابية لها ما بين (١.٥١ - ٢.٣٢)، والانحراف المعياري ما بين (٠.٦٥١ - ٠.٨٥٦).

وحصلت العبارة رقم (٢٤) والتي تنص على "تتبع إدارة حمام السباحة معدل نمو الأنشطة والخدمات بحمامات السباحة الحديثة" المرتبة الأولى، وبمستوى ممارسة متوسطة، بمتوسط حسابي (٢.٣٢)، وانحراف معياري (٠.٨٤٠)، ويعزي الباحث ذلك إلى إدراك ووعي الإدارة بحمام السباحة لأهمية تحقيق معدلات نمو في الأنشطة والخدمات المقدمة وذلك من خلال تجويد وتطوير تلك الأنشطة والخدمات، ويرجع الباحث ذلك إلى أن الإدارة بحمام السباحة تمارس اليقظة التسويقية في كل ما تقدمه وتطوره بالتطوير والإبداع والابتكار في الأنشطة

وتعددها وتنوعها لتناسب مختلف الطبقات في المجتمع وبما يحق الحصة السوقية المناسبة لحجم وامكانيات حمام السباحة.

بينما حصلت العبارة رقم (٢٧) والتي تنص على "تعمل إدارة حمام السباحة جاهدة على تلبية احتياجات العملاء" على المرتبة الأخيرة، بمتوسط حسابي (١.٥١)، وانحراف معياري (٠.٦٥١)، ويعزي الباحث ذلك إلى اهتمام الإدارة بحمام السباحة بالتشغيل وكثافة الإقبال على النشطة والخدمات دون الوضع في الاعتبار أهمية تلبية احتياجات ورغبات المستفيدين وتحقيق أهدافهم التي التحقوا بحمام السباحة من أجلها.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة كوثر الموسوي وآخرون (٢٠١٨) (١٤) في عدم الاهتمام الكافي بمراقبة الأنشطة التسويقية للأسواق المحيطة وللمنافسين، وتختلف مع نتائج دراسة هاجر بلعسل (٢٠١٨) (١٧) في أن اليقظة التسويقية تهتم بمتابعة تطور احتياجات العملاء على المدى البعيد، مع الأخذ في الاعتبار اهتماماتهم وأذواقهم وتحقيق أهدافهم وتطور علاقاتهم بالمؤسسة.

وبذلك أجاب الباحث علي التساؤل الأول.

التساؤل الثاني: ما درجة توافر الميزة التنافسية بحمامات السباحة ؟

جدول (١٣)

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لعبارات المحور الأول (الجودة) (ن=١١٥)

م	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الممارسة	الترتيب
١	تقدم إدارة حمامات السباحة اهتماماً فريداً بالعاملين وحل المشكلات بدقة.	٢,٠٠	٠,٧٩١	متوسطة	٤
٢	توفر إدارة حمامات أماكن للتسويق أنشطته وخدماته في نطاقه الجغرافي.	١,٧٧	٠,٧٩٥	متوسطة	٦
٣	توفر إدارة حمامات إدارة خاصة للتواصل مع المستفيدين للتعرف إلى آرائهم تجاه مستوى الخدمات والأنشطة المقدمة لهم.	١,٨٣	٠,٨١٦	متوسطة	٥
٤	تتطور إدارة حمامات أسلوب العمل للوصول إلى مقاييس لجودة الخدمات.	١,٦٩	٠,٨٠٦	منخفضة	٨
٥	تساهم أداء وأفكار العاملين بحمام السباحة في تطوير وتحسين جودة الخدمات والأنشطة.	٢,٣٤	٠,٦٨٤	عالية	٢
٦	تسعى إدارة حمام السباحة إلى وضع معايير وضوابط لعملية تقويم العاملين.	٢,١٠	٠,٧٢٢	متوسطة	٣
٧	تسعى إدارة حمام السباحة دائماً إلى توفير كافة الإمكانيات المالية والبشرية في تجويد العمل الإداري والخدمات المقدمة.	٢,٣٨	٠,٦٦٧	عالية	١
٨	تهتم إدارة حمام السباحة بالمستفيدين وشكواهم كل بشكل فردي.	١,٧٠	٠,٨٥٤	متوسطة	٧
	المتوسط العام لمحور الجودة	١,٩٨	٠,٠٦٣	متوسطة	

يتضح من جدول (١٣) أن نتائج تحليل عبارات المحور الأول "الجودة"، حيث تشير النتائج إلى أن درجة توافر الجودة بحمامات السباحة جاءت متوسطة بمتوسط حسابي (١.٩٨) وانحراف معياري (٠.٠٦٣)، كما تراوحت درجة التوفر لهذا المحور بين المتوسطة

والمنخفضة، حيث بلغت المتوسطات الحسابية للعبارات ما بين (١.٦٩ - ٢.٣٨)، والانحراف المعياري ما بين (٠.٦٦٧ - ٠.٨٥٤).

حصلت العبارة رقم (٧) والتي تنص على "تسعى إدارة حمام السباحة دائماً إلى توفير كافة الإمكانيات المالية والبشرية في تجويد العمل الإداري والخدمات المقدمة" المرتبة الأولى، وبدرجة توافر عالية، بمتوسط حسابي (٢.٣٨)، وانحراف معياري (٠.٦٦٧)، ويعزى الباحث ذلك إلى وعي وإدراك واهتمام الإدارة بحمامات السباحة لأهمية توفير الإمكانيات المادية من أجهزة وأدوات لتوفير الوقت والجهد لكلاً من مقدمي الخدمات والمستفيدين ولتسريع وتسهيل إجراءات الاشتراك والتسجيل في الأنشطة والخدمات، كذلك توفير العدد الكافي من الإداريين والإشراف لتوفير خدمة تتميز بالجودة في العمل بحمامات السباحة. ويرجع الباحث ذلك إلى طبيعة العمل بحمامات السباحة تحتاج إلى عدد كبير من الإداريين وهيئة الإشراف شرط لتشغيل حمام السباحة بكامل طاقته.

بينما حصلت العبارة رقم (٤) والتي تنص على "تطور إدارة حمامات أسلوب العمل للوصول إلى مقاييس لجودة الخدمات" على المرتبة الأخيرة وبمتوسط حسابي (١.٦٩)، وانحراف معياري (٠.٨٠٦). ويعزى الباحث ذلك إلى عدم إدراك ووعي الإدارة بحمامات السباحة لأهمية وضع مقاييس للتعرف على مدى رضا المستفيدين والعملاء عن الخدمات المقدمة وكذلك للتعرف على مدى احتياجاتهم من الأنشطة والخدمات المقدمة بحمامات السباحة، كذلك مقاييس للتعرف على مدى مناسبة تلك الخدمات والأنشطة والخدمات المقدمة للمستفيدين، والعمل على أخذ آراء مقدمي الخدمات والمستفيدين منها في التخطيط للأنشطة التي تقدم. ويرجع الباحث ذلك إلى عدم توافر خبرات أكاديمية مؤهلة للعمل بحمامات السباحة من الناحية العلمية والإدارية، وقد يرجع ذلك لعدة أسباب منها كيفية اختيار القائمين على العمل الإداري بحمامات السباحة، نقص الجور والمكافآت، عدم استقطاب تلك الكفاءات للعمل بحمامات السباحة.

ويؤكد رضا إبراهيم (٢٠٠٩) (٩) على ضرورة سعى المنظمات الإدارية إلى تحقيق مستوى عالي من الجودة في العمل، حيث ان ذلك يساعدها على الدخول في منافسة مع السوق الخارجي (المنافسين)، وأن ذلك لا يتحقق إلا عن طريق توفير الدعم الكامل والاهتمام بالعاملين داخل تلك المنظمات.

جدول (١٤)

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لعبارات المحور الثاني (الابتكار) (ن=١١٥)

م	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الممارسة	الترتيب
٩	تتاح الفرصة للعاملين بحمامات السباحة على الابتكار والتجديد والتجريب لمواجهة مشكلات ومعوقات العمل.	٢,٠٣	٠,٨١٢	متوسطة	٢
١٠	تعمل إدارة حمام السباحة على تطوير وتعديل خدماته للعلاء بما يتناسب مع ما يقدمه الاتحادات الأخرى المنافسة له.	٢,٠٠	٠,٨١٣	متوسطة	٤
١١	تُحدَّث إدارة حمام السباحة باستمرار وسائل الاتصال مع المستفيدين.	١,٧٣	٠,٧٥٠	متوسطة	٧
١٢	تعمل إدارة حمام السباحة على استحداث خدمات وأنشطة جديدة تناسب تطلعات المستفيدين.	١,٧٤	٠,٧٨١	متوسطة	٦
١٣	تتبع إدارة حمام الأساليب الحديثة في الترويج لخدماته.	٢,١٠	٠,٨٥٤	متوسطة	٣
١٤	تُشجَع إدارة حمام السباحة الفئات المختلفة على الابتكار والتجديد في أساليب اداء العمل.	١,٨٠	٠,٨٨٧	متوسطة	٥
١٥	تهتم إدارة حمامات السباحة بالتطوير والتحسين المستمر في وعوامل الامن السلامة الصحية المختلفة داخل حماما السباحة	٢,٢٧	٠,٧٥٠	متوسطة	١
١٦	تسعى دائما إدارة حمام السباحة الى النهوض بمنظومة العمل داخل حمامات السباحة بما يتماشى مع منظومة العمل الحديثة في إدارة حمامات السباحة	١,٧٤	٠,٧٥٩	متوسطة	٦م
١٧	هناك رؤية دائما لدى العاملين في حمام السباحة هو النهوض بمستوى الاداء والعمل	٢,٠٣	٠,٨١٢	متوسطة	٢م
	المتوسط العام لمحور الابتكار	١,٩٣	٠,٠٤٧	متوسطة	

يتضح من جدول (١٤) أن نتائج تحليل فقرات المحور الثاني "الابتكار"؛ حيث تشير النتائج إلى أن درجة توافر لهذا المحور جاءت متوسطة بمتوسط حسابي (١.٩٣) وانحراف معياري (٠.٠٤٧)، كما جاءت درجة التوافر هذا المحور متوسطة؛ حيث بلغت المتوسطات الحسابية لها بين (١.٧٣ - ٢.٢٧)، والانحراف المعياري بين (٠.٧٥٠ - ٠.٨٨٧).

حصلت العبارة رقم (١٥) والتي تنص على "تهتم إدارة حمامات السباحة بالتطوير والتحسين المستمر في وعوامل الامن السلامة الصحية المختلفة داخل حماما السباحة" في المرتبة الأولى، وبدرجة توافر عالية، بمتوسط حسابي (٢.٢٧)، وانحراف معياري (٠.٧٥٠)، ويعزي الباحث ذلك إلى اهتمام الإدارة بحمامات السباحة بالتطوير المستمر لعوامل الأمن والسلامة حفاظاً على سلامة المستفيدين، وكذلك الاهتمام الكامل بعوامل الأمن الصحية بما تشمله من نظافة وتطهير وتعقيم مياه حوض السباحة طبقاً للمعايير الصحية والتجهيزات الصحية بمرافق حمام السباحة من غرف خلع ملابس وأدشاش ودورات مياه، حفاظاً على أمن وسلامة وصحة المترددين بحمام السباحة. ويرجع الباحث ذلك إلى أهمية عوامل الأمن والسلامة بحمام السباحة وكذلك عوامل الأمن الصحية بما يضمن صحة وسلامة المترددين وذلك لما يتم من متابعة وإشراف من السلطة المختصة في الدولة بمتابعة حمامات السباحة والمعايير والمواصفات الخاصة بعوامل المن والسلامة وعوامل الأمن الصحية.

بينما حصلت العبارة رقم (١١) والتي تنص على " تُحدِّثُ إدارة حمام السباحة باستمرار وسائل الاتصال مع المستفيدين." على المرتبة الأخيرة وبمتوسط حسابي (١.٧٣)، وانحراف معياري (٠.٧٥٠). ويعزي الباحث ذلك إلى عدم وعي الإدارة بحمامات السباحة لأهمية تحديث بيانات المستفيدين في استمارة الاشتراك أو من خلال تحديث وتطوير الموقع الإلكتروني لحمام السباحة إن وجد، وكذلك تعدد وتنوع وسائل الاتصال بما يتناسب مع كافة استخدامات المستفيدين. ويرجع الباحث ذلك إلى عدم اهتمام الإدارة بحمامات السباحة بوسائل الاتصال الحديثة وتنوعها والاقتصار في الاتصال مع المستفيدين بالطرق التقليدية.

ويتفق الباحث مع أحمد الصغير (٢٠١٦) (٤)، في أنه من الضروري لتقدم المنظمات الإدارية توافر الوسائل التكنولوجية الحديثة، التي تساعد العنصر البشري على الابداع والابتكار في تحديد وتوجيه المعلومات بشكل إيجابي نحو تحقيق هدف المنظمة الرئيسي.

جدول (١٥)

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لعبارات المحور الثالث (المرونة) (ن=١١٥)

م	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الممارسة	الترتيب
١٨	تواكب إدارة حمام السباحة التغيرات السريعة في السوق الرياضي ويقتضي الفرص المتاحة.	١,٨٧	٠,٨٩٩	متوسطة	٤
١٩	تستجيب إدارة حمام السباحة بسرعة للتغيرات في حاجات المستفيدين المتجددة.	١,٦٨	٠,٨١٩	متوسطة	٧
٢٠	تستجيب إدارة حمام السباحة لمقترحات وأفكار عملائه في تطوير الأنشطة.	١,٧٩	٠,٨٩٠	متوسطة	٥
٢١	يتوافر لدى إدارة حمام السباحة سياسات مرنة تسمح بمواجهة التغيرات الطارئة.	٢,٣٥	٠,٨٢٤	عالية	٢
٢٢	تستجيب إدارة حمام السباحة بسرعة للتغيرات في حاجات المستفيدين المتجددة.	٢,٠٠	٠,٧٢٢	متوسطة	٣
٢٣	توفر إدارة حمام السباحة هيكلًا تنظيميًا يتصف بالمرونة مما يُمكن العاملين من الإبداع في العمل.	٢,٣٨	٠,٦٥٤	عالية	١
٢٤	هناك ربط بين حمام السباحة والمجتمع الخارجي في تلبية الاحتياجات المختلفة	١,٧٠	٠,٨٤٤	متوسطة	٦
	المتوسط العام لمحور المرونة	١,٩٧	٠,٠٨٣	متوسطة	

يتضح من جدول (١٥) أن نتائج تحليل عبارات المحور الثالث "المرونة"، حيث تشير النتائج إلى أن درجة توافر لهذا المحور جاءت متوسطة بمتوسط حسابي (١.٩٧) وانحراف معياري (٠.٠٨٣)، كما تراوح درجة توافر المرونة بين العالية والمتوسطة، حيث بلغت المتوسطات الحسابية لها ما بين (١.٦٨ - ٢.٣٨)، والانحرافات المعيارية ما بين (٠.٦٥٤ - ٠.٨٩٩).

وحصلت العبارة رقم (٢٣) والتي تنص على "توفر إدارة حمام السباحة هيكلًا تنظيميًا يتصف بالمرونة مما يُمكن العاملين من الإبداع في العمل" في المرتبة الأولى، وبدرجة توافر عالية، بمتوسط حسابي (٢.٣٨)، وانحراف معياري (٠.٦٥٤)، ويعزي الباحث ذلك إلى إدراك

ووعي العاملين بحمامات السباحة إلى مسؤولياتهم وسلطاتهم في ضوء التوصيف الوظيفي لكل منهم، وعدم التداخل في الاختصاصات مما يتيح لهم الفرصة في اتخاذ القرارات المرتبطة بالعمل والتي تسمح بالمرونة في إجراءات وتنفيذ الأعمال الخاصة بكل منهم وفقاً للدور المكلف به في الهيكل الوظيفي لحمام السباحة. ويرجع الباحث ذلك لأن التشغيل بحمامات السباحة يحتم على العاملين وإدارة حمام السباحة توزيع الوظائف والاختصاصات في ضوء الطاقة التشغيلية والاستيعابية لحمام السباحة بما يمكنهم من التفكير بشكل مرن يتوافق مع طبيعة التشغيل.

بينما حصلت العبارة رقم (١٩) والتي تنص على "تستجيب إدارة حمام السباحة بسرعة للتغيرات في حاجات المستفيدين المتجددة." على المرتبة الأخيرة وبمتوسط حسابي (١.٦٨)، وانحراف معياري (٠.٨١٩). ويعزي الباحث ذلك إلى تعدد متطلبات واحتياجات المستفيدين بحمام السباحة ويرجع ذلك إلى عدم إدراك الإدارة بحمامات السباحة لأهمية التعرف ودراسة احتياجات ورغبات المستفيدين بحمامات السباحة، ويرجع الباحث ذلك إلى تنفيذ برامج التشغيل في حمامات السباحة بشكل نمطي روتيني دون التعرف على احتياجات ورغبات المستفيدين بحمامات السباحة.

وتتفق هذه النتيجة مع ما أشارت إليه دراسة سامي الحلاق" (٢٠١٩) (١٠) في وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين الخدمة المقدمة وتحقيق ميزة تنافسية (كلما زاد الاهتمام بالخدمة المقدمة كلما زادت إمكانية تحقيق الميزة التنافسية).

جدول (١٦)

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لعبارات المحور الرابع (التميز) (ن=١١٥)

م	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الممارسة	الترتيب
٢٥	الخدمات والأنشطة المقدمة من قبل حمام السباحة لها القدرة في التأثير على إقبال المستفيدين.	٢,٣٥	٠,٨١٣	عالية	١
٢٦	يعمل حمام السباحة على التحسين والتطوير المستمر للوفاء بتوقعات المستفيدين.	٢,٠١	٠,٧٩٧	متوسطة	٤
٢٧	الخدمات والأنشطة المقدمة للمستفيدين لها قيمة وفاعلية من وجهة نظر المستفيدين.	١,٩٧	٠,٧٩٦	متوسطة	٦
٢٨	تتبنى إدارة حمام السباحة أساليب وإجراءات إدارية تعمل على توفير التميز للخدمات والأنشطة التي يقدمها للمستفيدين.	١,٥٢	٠,٦٥١	متوسطة	٨
٢٩	يدرس حمام السباحة بشكل سريع التغيرات المستمرة في رغبات واحتياجات المستفيدين.	١,٥٧	٠,٦٩٩	متوسطة	٧
٣٠	يقدم حمام السباحة أنشطة وخدمات تتميز بالتطوير والحدثة	٢,٠٠	٠,٨١٣	متوسطة	٥
٣١	يستخدم في تقديم الخدمات بحمام السباحة الأجهزة والأدوات الحديثة	٢,٠٩	٠,٧٠٥	متوسطة	٣
٣٢	يتوفر بحمام السباحة خدمات مقدمة على سطح حمام السباحة لأولياء الأمور	٢,٢٧	٠,٨٤٨	متوسطة	٢
	المتوسط العام لمحور التميز	١,٩٧	٠,٠٦٦	متوسطة	

يتضح من جدول (١٦) أن نتائج تحليل عبارات المحور الرابع "التميز"، حيث تشير النتائج إلى أن درجة توافر لهذا المحور جاءت متوسطة بمتوسط حسابي (١.٩٧) وانحراف معياري (٠.٠٦٦)، كما تراوحت درجة توافر هذا التميز بين العالية والمتوسطة، حيث بلغت المتوسطات الحسابية لها بين (١.٥٢ - ٢.٣٥)، والانحراف المعياري بين (٠.٦٥١ - ٠.٨٤٨).

وحصلت العبارة رقم (٢٥) والتي تنص على "الخدمات والأنشطة المقدمة من قبل حمام السباحة لها القدرة في التأثير على إقبال المستفيدين" في المرتبة الأولى، وبدرجة توافر عالية، بمتوسط حسابي (٢.٣٥)، وانحراف معياري (٠.٨١٣)، ويعزي الباحث ذلك إلى أن نوعية وطريقة تقديم الخدمات والأنشطة بحمامات السباحة لها دور وتأثير كبير في إقبال المستفيدين من حيث طريقة التقديم ومدى مناسبة الموعد لتقديم تلك الخدمة، ويرجع الباحث ذلك إلى إدراك الإدارة بحمام السباحة إلى أهمية تقديم الخدمات بالشكل والطريقة التي تزيد من إقبال المستفيدين وبما يحقق الأرباح وزيادة الحصص السوقية لحمام السباحة.

بينما حصلت العبارة رقم (٢٨) والتي تنص على "تتبنى إدارة حمام السباحة أساليب وإجراءات إدارية تعمل على توفير التميز للخدمات والأنشطة التي يقدمها للمستفيدين" على المرتبة الأخيرة وبمتوسط حسابي (١.٥٢)، وانحراف معياري (٠.٦٥١). ويعزي الباحث ذلك إلى أن تعدد الأنشطة والخدمات بحمام السباحة دون التخطيط الجيد لها وتنظيم وتطوير للإمكانيات المادية والبشرية يؤدي إلى القصور في تميزها على الرغم من محاولة حمامات السباحة للتميز في ذلك لتحقيق أهداف المستفيدين من الخدمات من حمامات السباحة ولكن عندما تفوق الخدمات والأنشطة قدرات وطاقات حمام السباحة الاستيعابية أو التشغيلية يؤدي ذلك إلى خلل في التميز للأنشطة والخدمات التي يقدمها حمام السباحة.

وتتفق هذه النتيجة مع ما أشارت إليه دراسة سامي الحلاق (٢٠١٩) (١٠) في وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين الخدمة المقدمة وتحقيق ميزة تنافسية (كلما زاد الاهتمام بالخدمة المقدمة كلما زادت إمكانية تحقيق الميزة التنافسية). وبذلك أجاب الباحث علي التساؤل الثاني.

عرض ومناقشة التساؤل الثالث:

هل لتعزيز ممارسات اليقظة الاستراتيجية قدرة على تحقيق الميزة التنافسية بحمامات السباحة؟

جدول (١٧)

تحليل الانحدار المتعدد بين محاور استبيان اليقظة الإستراتيجية واستبيان

الميزة التنافسية بحمامات السباحة (ن = ١١٥)

الدلالة الإحصائية	قيمة T	وزن الانحدار المعياري قيمة Beta	وزن الانحدار العادي قيمة B	قيمة الثابت Constant	الدلالة الإحصائية	قيمة نسبة F()	التباين المشترك R square	معامل الارتباط R	المتغير التابع	المتغير المستقل
٠,٠٠	١٧,١٢	٠,٧٩	٠,٨٥	٥١,٣٢	٠,٠٠	١٩٤,٣٣	٠,٨٥	٠,٩٢	استبيان الميزة التنافسية	اليقظة التنافسية
٠,٠٠	٦,٨٠	٠,٣٣	٠,٣٩							اليقظة التكنولوجية
٠,٠٠	٥,٤٤	١,٩٠	٢,١٤							اليقظة البيئية
٠,٠٠	٤,١٢	٠,١٩	٠,٣٠							اليقظة التسويقية

يتضح من جدول (١٧) أن محاور استبيان اليقظة الاستراتيجية تسهم إسهاماً دالاً إحصائياً عند مستوى (٠,٠٠) في التنبؤ باستبيان الميزة التنافسية لدى عينة البحث، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط المتعدد (٠,٩٢)، وبلغت قيمة التباين الحادث بمستوى اليقظة الاستراتيجية ومستوى الميزة التنافسية (٠,٨٥)، وهذا يعنى أن محاور استبيان اليقظة الاستراتيجية يسهم بنسبة تباين قدرها (٨٥٪) من تباين استبيان الميزة التنافسية، و(١٥٪) من تباين نفس الاستبيان تعود لمتغيرات أخرى، وبلغت قيمة النسبة الفائية (١٩٤,٣٣) ، وهي دالة عند مستوى (٠,٠٠) وبذلك يمكن صياغة معادلة التنبؤ كالاتي :

$$\text{استبيان اليقظة الاستراتيجية} = ٥١,٣٢ + (٠,٨٥ \times \text{درجة محور اليقظة التنافسية}) + (٠,٣٩ \times \text{درجة محور اليقظة التكنولوجية}) + (٢,١٤ \times \text{درجة محور اليقظة البيئية}) + (٠,٣٠ \times \text{درجة محور اليقظة التسويقية})$$

ويعزي الباحث هذه النتيجة المرتبطة إلى أن تعزيز ممارسات اليقظة الاستراتيجية داخل حمامات السباحة يُعد من أهم المداخل الإدارية الحديثة التي يمكن أن تسهم إسهاماً كاملاً في مستوى تحقيق الميزة التنافسية بحمامات السباحة، وبالتالي يمكن أن تنتبأ بمستوى التنافسية المستقبلي في ضوء درجة ممارسات اليقظة الاستراتيجية، لذا يمكن القول أن

ممارسات اليقظة الاستراتيجية لديها القدرة على تحسين الميزة التنافسية بحمامات السباحة، وأن هناك علاقة بينهما، كما تم استخدام اليقظة الاستراتيجية بالشكل المطلوب وتحقيق التكامل بين جوانبها كما حدث هنا تأثير في الميزة التنافسية بحمامات السباحة.

وتتفق هذه النتيجة مع ما أشارت إليه دراسة سامي الحلاق (٢٠١٩) (١٠) في وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين الخدمة المقدمة وتحقيق ميزة تنافسية (كلما زاد الاهتمام بالخدمة المقدمة كلما زادت إمكانية تحقيق الميزة التنافسية، كما تتفق هذه النتيجة مع دراسة مؤمن طه (٢٠٠٧) (١٦) في وجود فروق دالة إحصائية بين استجابات المستفيدين ومقدمي الخدمات بحمامات السباحة في قياس جودة الخدمات بحمامات السباحة.

وقدمت دراسة إبراهيم عباس (٢٠١٨) (١) بعض المقترحات لإدارة التغيير لتحقيق الأداء المتميز والتنافسية في المؤسسات التعليمية، وتغيير أفكار مسؤولي الإدارة العليا لأي مؤسسة عن التغيير، والتحسين المستمر لابد إن يظل دائما مستمرا، وتغيير ثقافة العمل داخل المؤسسة بترك اللوم والنقد والبحث دائما عن حلول تمنع تكرار المشاكل.

ويرى الباحث بناءً على ما سبق من نتائج أنه يجب على إدارة حمام السباحة توفير ممارسات اليقظة الاستراتيجية سواء أكانت تكنولوجية أو تنافسية، أو بيئية أو تسويقية، لما يعود على حمامات السباحة بالتميز والمنافسة والقدرة على البقاء والصمود في عصر يسوده التغيير والتطور وبما يحقق الميزة التنافسية بحمام السباحة.

أولاً: الاستنتاجات:

في ضوء نتائج البحث توصل الباحث إلى الاستنتاجات التالية:

- ١- تحقق محاور استمارة استبيان مدى ممارسة اليقظة الاستراتيجية بحمامات السباحة باستجابة متوسطة، بينما جاءت مفردات كل محور ما بين المنخفضة والعالية.
- ٢- تحقق محاور استمارة استبيان الميزة التنافسية بحمامات السباحة باستجابة متوسطة، بينما جاءت مفردات كل محور ما بين المنخفضة والعالية.
- ٣- أن محاور استبيان اليقظة الاستراتيجية تسهم إسهاماً دالاً إحصائياً عند مستوى (٠,٠٠) في التنبؤ باستبيان الميزة التنافسية لدى عينة البحث بحمامات السباحة، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط المتعدد (٠,٩٢).

٤- أن محاور استبيان اليقظة الاستراتيجية يسهم بنسبة تباين قدرها (٨٥%) من تباين استبيان الميزة التنافسية بحمامات السباحة.

ثانياً: التوصيات:

- في ضوء هدف البحث وتساؤلاته وما تم التوصل إليه من نتائج يوصى الباحث بما يلي:
- ١- تعزيز ممارسات اليقظة الاستراتيجية لدى العاملين بحمامات السباحة .
 - ٢- توفير التدريب والتنمية اللازمة للعاملين بحمام السباحة وتوفير الموارد المالية اللازمة لذلك.
 - ٣- الاهتمام بتوفير الأجهزة والأدوات الحديثة ووسائل الاتصال في تقديم الخدمات للمستفيدين.
 - ٤- نشر ثقافة ممارسات اليقظة الاستراتيجية لدى العاملين بحمامات السباحة.
 - ٥- تطوير الأنشطة والخدمات المقدمة في ضوء ممارسات اليقظة الاستراتيجية لتحقيق الميزة التنافسية بحمامات السباحة.

المراجع

أولاً: المراجع العربية:

- ١- إبراهيم عباس الزهيري: اليقظة الاستراتيجية مدخل لإدارة التميز لتحقيق ميزة تنافسية للمؤسسات التعليمية، المجلة التربوية، العدد الثاني والخمسون، كلية التربية، جامعة حلوان، ٢٠١٨.
- ٢- أحمد بوربالة : "دور اليقظة التكنولوجية في تحسين تنافسية المؤسسة - دراسة حالة في مؤسسة اتصالات الجزائر- باتنة"، رسالة ماجستير، جامعة محمد خضير، الجزائر، ٢٠١٥م.
- ٣- أحمد زغدار عزت: المنافسة، التنافسية والبدائل الاستراتيجية، دار جريز للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١١م.
- ٤- أحمد عبد الله الصغير البنا : دور رأس المال الفكري في تنمية القدرات التنافسية لدى طلاب جامعة أسيوط // (دراسة ميدانية) ، المجلة التربوية لكلية التربية بسوهاج، جامعة سوهاج، ٢٠١٦.

- ٥- أحمد يوسف الحنيطي: أثر الهياكل التنظيمية في تحقيق الميزة التنافسية "دراسة ميدانية في المؤسسات الصناعية والخدمية في الأردن"، العدد ١، المجلة الأردنية للعلوم الإدارية، جامعة ال البيت، الأردن، ٢٠١٩م.
- ٦- أميرة محاط : أثر اليقظة الاستراتيجية في تحسين الأداء التسويقي دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر بميلة، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خضير بسكرة، الجزائر، ٢٠١٤.
- ٧- حسن أحمد الشافعي، عبد الرحمن أحمد سيار، عبد الرحمن محمد مجاهد: "إدارة المواهب البشرية وعلاقتها بتعزيز الميزة التنافسية لبعض الاتحادات الرياضية المجتمعين المصري والبحريني، بحث منشور، مجلة جامعة فلسطين التقنية للأبحاث، ٢٠١٩م.
- ٨- حنان يحيى الشريف : "تأثير نظام المعلومات على اليقظة الاستراتيجية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة - دراسة ميدانية على بعض المؤسسات الجزائرية"، رسالة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس سطيف ١، الجزائر، ٢٠١٨.
- ٩- رضا إبراهيم صالح : رأس المال الفكري ودوره في تحقيق الميزة التنافسية للمنظمات"، بحث مقدم الى المؤتمر الدولي للتنمية الادارية : نحو أداء متميز في القطاع الحكومي، السعودية، معهد الادارة العامة ، ٢٠٠٩ .
- ١٠- سامي محمد الحلاق: " واقع استخدام المزيج التسويقي وعلاقته بتحقيق الميزة التنافسية (دراسة ميدانية على الأندية الرياضية في قطاع غزة، رسالة ماجستير، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الأزهر، بغزة، ٢٠١٩م.
- ١١- سلمى سریدی ، نسرین بوجمعه: "دور اليقظة الاستراتيجية في تعزيز التفكير الابداعي بالمؤسسة - دراسة حاله"، رسالة ماجستير ، تخصص ادارة اعمال - كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، جامعة ٨ مايو ١٩٤٥ ، قالمة، ٢٠١٩.

- ١٢- ضياء الدين زاو: "دور اليقظة الاستراتيجية في تحسين تنافسية المؤسسة - دراسة تطبيقية على بعض المؤسسات الاقتصادية"، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، الجزائر، ٢٠١٣.
- ١٣- فرحات عباس، احمد بن خليفة: "مساهمة اليقظة الاستراتيجية في تفعيل الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية - دراسة حاله"، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، جامعة زيان عاشور بالجلفة، العدد الاقتصادي، المجلد (٢)، العدد (٣٢)، ٢٠١٧.
- ١٤- كوثر حميد الموسوي، رافد حميد الحدراوي، أمير نعمة الكلاي: "اليقظة الاستراتيجية ودورها في تحقيق التميز التسويقي للمنظمة - دراسة استطلاعية لآراء عينة من العاملين في معمل سمنت الكوفة الجديد"، مجلة كلية التربية للبنات للعلوم الانسانية، العراق، عدد ٢٢، ٢٠١٨.
- ١٥- مريم حمو: "أهمية اليقظة الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية"، رسالة ماجستير، تخصص ادارة اعمال، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أم البواقي ٢٠١٤، ص ٥٩، ص ٩٤.
- ١٦- مؤمن طه عبد النعيم: "تطبيق أسلوب الفجوة لقياس جودة الخدمة بحمامات السباحة"، رسالة ماجستير، كلية التربية الرياضية، جامعة أسيوط، مصر، ٢٠٠٧م.
- ١٧- هاجر بلعل: "مساهمة اليقظة الاستراتيجية في تطوير المؤسسة - دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر - مستغانم"، رسالة ماجستير، قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة عبد الحميد ابن باديس، مستغانم، الجزائر، ٢٠١٨.
- ١٨- يوسف عبايدية والعربي عمران، اليقظة الاستراتيجية كمدخل لمساهمة المؤسسة الاقتصادية في تحقيق المسؤولية الاجتماعية، الآفاق للدراسات الاقتصادية، العدد ٢، جامعة العربي التبسي، تبسة، الجزائر، ٢٠١٧،

ثانياً: المراجع الأجنبية:

- B. Martinet et J.M. Ribault., Op Cit, p.24. Bruno Martinet et Jean- ١٩-
Michel Ribault, la veille technologique, concurrentielle et
commerciale, les éditions d'organisation, Paris, 1989
- Sandang Mariani Rajaeukguk: The effect of Management ٢٠-
Accounting Use on Universities Sustainable competitive Advtagage
maranatha Christian University, The 2015 IBEA International
Conference on Business, economics and Accounting Nikko hotel,
hochimina City, Vltnam, 15 -17 April, 2015.
- Serge AMANILE et Al, Pratiques de Veille Stratégique par les PME ٢١-
Exportatrices , Management & Avenir, Vol 4, N°44, 2011