

اليقظة الإستراتيجية وعلاقتها بتحقيق الميزة التنافسية بالإتحاد المصري

للتنس

د/ محمد حسين ابراهيم

مقدمة البحث :

إن النظر إلى العالم اليوم في ظل زمن العولمة تجده يتغير بسرعة، والتغير من سنن الله الكونية ودوام الحال من المحال، وبما أننا نعيش في ظل التغيرات السريعة في المجالات والاتجاهات، فالحياة في طبيعتها متغيرة وتحتاج إلى تطوير مع الوقت، وهذا يتطلب الاستعداد والمعرفة اللازمة والمطلوبة فالتغيرات تنتج الفرص وتخلق التهديدات أيضاً، وهذا بحد ذاته يحتاج إلى يقظة تامة لمتابعة البيئة المحيطة، لمعرفة أي إشارة أو معلومة قد تؤثر سلباً أو إيجابياً على المؤسسة.

والمؤسسة باعتبارها عنصراً ديناميكياً ينمو ويتطور ويتأثر بتأثير المتغيرات المفاجئة فهي مطالبة بدرجة عالية من الوعي التام، والفعالية ومراقبة كل ما يحيط بها ، وتعتبر اليقظة الاستراتيجية أسلوباً منظماً في الإدارة الاستراتيجية، تحاول المؤسسات من خلالها تحقيق التفوق التنافسي وكسب مزايا تنافسية. (٣:٤٠)

كما تعتبر اليقظة الاستراتيجية أيضاً من العمليات المهمة والمستمرة داخل المؤسسة، لأنها تزودها بالمعلومات الجديدة وذلك من خلال التنبؤ بالتطورات التي قد تحصل في محيطها من أجل اتخاذ القرارات الإدارية الصحيحة التي يجب اتخاذها للمحافظة على المكانة السوقية للمؤسسة، وفيما يلي سنتعرف في هذا المبحث إلى ماهية اليقظة الاستراتيجية، ومفهومها، وخصائصها، وأهدافها، وأهميتها، ووظائفها، ومتطلباتها، ومراحلها، ومصادرها، ونظمها، وممثلي اليقظة، وأبرز معيقاتها ومن ثم الخلاصة بدورها المهم في تدعيم المؤسسة. (٣:٩)

وتعتبر اليقظة الإستراتيجية من الأساليب الإدارية الحديثة التي تحث على ضرورة الإنصات إلى بيئة المؤسسة من عملاء وموردين وتكنولوجيا ومنافسين وذلك لما لها من أهمية في صناعة القرارات الإستراتيجية ، فكفاءة وفاعلية القرارات الإستراتيجية بالمؤسسات مبنية على

***مدرس بقسم الإدارة الرياضية – جامعة أسيوط**

المعلومات الدقيقة والضرورية التي يعنى بها نظام اليقظة الإستراتيجية ومن ثم يعتبر هذا النظام عامل أساسى فى إزالة حالة الشك لدى متخذ القرار. (٤:٣٩)

وتُعد اليقظة الإستراتيجية من المفاهيم التي تساعد على التخطيط ووضع التصورات المستقبلية حول وضعية المؤسسة ، فهي المراقبة والمتابعة العامة والذكية لمحيط المؤسسة من خلال البحث عن المعلومات الواقعية والمستقبلية وعلى الرغم من كثرة التعريفات وتعددتها إلا أنها تدور حول توظيف المعلومة فى تحقيق أغراض المؤسسة والحفاظ عليها وتمكينها من مواجهة المشكلات التي تعترضها أثناء تنفيذ الخطط الإستراتيجية . (٢٩ : ١٤)

وحتى تستطيع المؤسسات ان تصمد فى وجه هذه التغييرات المستمرة فى البيئة والتي قد تؤثر فى سير العمل فيها لابد لها من ان تتبنى نظام يمكنها من مواجهتها وإذا كانت هذه التغييرات صادرة من بيئتها الداخلية أو الخارجية وأن تكون مؤسسات يقظة تمتلك المهارة والقدرة على التنبؤ بالأحداث والتغييرات والمخاطر التي قد تواجهها مستقبلاً فيكون لها فعل السبق لان تنتظر ان تقوم برد فعل إزاء هذه التغييرات المتسارعة والمتلاحقة ولذلك يمكننا القول بأن اليقظة كقدرة وصفة تتمتع بها المؤسسات المختلفة تكسبها ميزة تنافسية تساعد على الإستمرار والبقاء فى إطار بيئة يكتشفها الغموض وعدم الثبات والإستقرار وذلك من خلال تمكنها من رصد المؤشرات الصادرة من بيئتها الداخلية والخارجية وبالتالي الإستعداد للفرص التي تواجهها وإتخاذ القرار فى الوقت المناسب. (٣:٢٩)

وفى ظل تنامى تطور المؤسسات أصبحت المعلومات مورداً إستراتيجياً مهماً فى صنع القرارات الرشيدة، واليوم تعيش المؤسسات فى عالم دائم التغيير، يتداول فيه المعلومات بسرعة فائقة، مما يعنى إمكانية حصول الجميع عليها، فضلاً عن ان التغييرات المتسارعة التكنولوجية والإجتماعية والإقتصادية، والمؤسسة باعتبارها عنصر ديناميكى ينمو ويتطور، قد يتأثر بهذه المتغيرات، لذا فهي مطالبة بمراقبة ومتابعة كل ما يحيط بها من أجل تحقيق ميزة تنافسية. (٣٠ : ١٧٩) .

وتُعد الميزة التنافسية سلاحاً تنافسياً أساسياً لمواجهة تحديات السوق والمنظمات المنافسة، وذلك من خلال قيام المنظمة بتنمية معرفتها التنافسية وقدرتها على تلبية احتياجات العملاء فى المستقبل عن طريق إيجاد التقنيات والمهارات الإنتاجية بصورة تُمكنها من التكيف مع الفرص المتغيرة بشكل سريع، فالميزة التنافسية تعتبر معياراً مهماً لتحديد المنظمات الناجحة عن

غيرها، والتي تتميز بإيجاد نماذج جديدة متفردة ويصعب تقليدها ومحاكاتها، لأنها أصبحت أكثر وعياً للنماذج القديمة لها والتي تكون معروفة ومتاحة بشكل واسع وواضح، كما أن المنافسين على علم كامل بها. (١٦٦:٤١)

إمتلاك الميزة التنافسية يعتبر هدفاً إستراتيجياً ورئيساً للمؤسسة في ظل التحديات التنافسية الشديدة للمناخ الإقتصادي باعتبار انها تساعد المؤسسة على تحقيق حاجات المستهلك أو القيمة التي يتمنى الحصول عليها من المنتج أو الخدمة كالجودة لعالية أو السعر المنخفض، وبذلك تعتبر الميزة التنافسية إستثماراً في الأصول المادية والبشرية والتكنولوجية بهدف إنتاج قيمة مضافة للعملاء تلبى إحتياجاتهم وتضمن تميز المؤسسة عن باقي المنافسين وليس المهم بالنسبة للمؤسسة امتلاكها بل العمل المستمر على تحسينها بالإستجابة السريعة لمطالبات العملاء في الجودة والسعر والإشباع المالي والمستقبلي لحاجاتهم. (٧٠:٢٣)

تحتاج المنظمات لتحقيق الميزة التنافسية التركيز على الاستراتيجيات التي ساعدها في إنشاء هيكل تنظيمي يسمح بإستخدام الكفاءات والمهامات ومن ثم إكتشاف أساليب جديدة أكثر فاعلية في الأساليب التي تقدمها المنظمات المنافسة، فتعمل كافة المنظمات جاهدة على إستغلال قدراتها الداخلية المتكثلة بنقاط اقوة أى من خلال تحليل بيئتها الداخلية المتمثلة بإستغلال نقاط قوتها لإحداث تغيرات جذرية في أدائها الخاص والتي لا تمكن المنظمات المنافسة من تحقيقه في أنشطتها الخاصة. (٤٧ : ٤٩)

وتعتبر الاتحادات الرياضية من أكبر المنظمات الرياضية تأثراً بالمتغيرات العالمية والمحلية وذلك لما للرياضة من تأثير واضح محليا وعالميا وكمظهر من مظاهر تقدم الأمم والشعوب فالاتحاد الرياضي هو القاعدة المثالية لإعداد الأبطال الرياضيين لقطاع البطولة والمنتخبات القومية التي توجد بالمجتمع وترتبط ارتباطاً وثيقاً بميدان التربية الرياضية مما يستدعي الاهتمام بكل ما يخص هذه الهيئات للوصول إلى أفضل مستوى من الخدمات وتحقيق المستويات والإنجازات في البطولات العالمية والدولية. (١٢ : ٤)

ويرى الباحث أنه في ظل هذه الأهمية الكبيرة لمفهوم اليقظة الاستراتيجية، وفي ظل حجم الإستثمارات الموجهة أو التي يجب أن يتم توجيهها إلى مكوناته، وفي ظل ندرة الموارد التي أصبحت أحد المحددات الرئيسية، وفي خضم المنافسة الحادة والتي تعد السمة الأساسية للبيئة الاقتصادية، أصبح من الضروري توجيه اهتمام ونظر المنظمات المختلفة إلى إدراك أهمية مفهوم

اليقظة الاستراتيجية وضرورة العمل على تنميته باعتباره المفتاح الرئيسي لأية مشكلة والقائد لإدارة الموارد الأخرى، وذلك لضمان استمرارية القدرة على خلق القيمة المضافة للمنظمة وتحقيق مركز تنافسي قوي، حيث أن الميزة التنافسية تحقق التفوق والأفضلية على المنافسين وتنبع من داخل المنظمة من خلال مواردها الجوهرية ومهارتها الفريدة مما ينعكس إيجابياً على كفاءة وفاعلية أداء المنظمة وإيجاد قيمة إقتصادية أكبر للمنظمة وزيادة حصتها السوقية من خلال تقديم خدمات فريدة ومبتكرة أفضل من التي يقدمها المنافسون خاصة وإن الإبتكار هو المصدر الأساسي لتحقيق الميزة التنافسية والتفوق على المنافسين .

إن تسارع وتيرة التغيرات الاقتصادية والاجتماعية والتكنولوجية داخل بيئة المؤسسة أجبرت المؤسسات على البحث دوماً عن ميزة تنافسية جديدة تستطيع بها الصمود أمام هذة التغيرات ، وقد تعددت الأبحاث عن مصادر الميزة التنافسية فى نطاق السوق المستهدف ومن بين أهم هذة المصادر اليقظة الإستراتيجية .

فأصبح من الأهمية تركيز الإهتمام من قبل المؤسسات الحديثة على اليقظة الإستراتيجية سعياً منها للتفوق على منافسيها والبقاء فى السوق فى عصرنا الحالى عصر التكنولوجيا والمعرفة فى ظل المنافسة الشديدة والعولمة، لذلك أصبح على المؤسسات البحث عما يمكنها من البقاء والإستمرار فى سوق المنافسة وإن تواصل السعى للحصول على ما يزيد من يقظتها الإستراتيجية وبالتالي قدرتها على التعايش مع الواقع والتنبؤ بالمستقبل والذي يتم من خلاله رصد ومتابعة ما يقوم بها منافسيه من إجراءات وتحسينات لخدماتها

ويرى الباحث أن اليقظة الإستراتيجية أحد الوسائل التى تؤثر على جودة الخدمات التى تقدمها الإتحادات الرياضية وذلك بأمتلاكها المعلومات التى تحصل عليها من العملاء والمنافسين ، وكذلك وسائل اليقظة الإستراتيجية التى تقوم بتفعيل الجودة داخل الإتحادات ، وحيث أن اليقظة تؤثر على الجودة ولا يمكن تحقيق الميزة التنافسية بعيداً عن تحقيق الجودة فإن على الإتحادات الرياضية تبنى فلسفة اليقظة الإستراتيجية للحفاظ على حصتها السوقية .

وبالإتحاد المصري للتنس يجب أن يسعى بإستمرار إلى تطوير الأساليب الإدارية وذلك بالإستعانة بأحدث طرق العمل الإدارى الذى يتيح تطوير الخدمات والأنشطة والبرامج بما يتلائم مع متغيرات وتحديات العصر الحديث وبما يحقق له الجودة فى أدائه والبقاء والإستمرار فى التنافس وتحقيق أبعاد الميزة التنافسية للإتحاد ، كما أن الحكومة المصرية تعول على الإتحادات

الرياضية بشكل كبير المساهمة في تحقيق رؤية مصر ٢٠٣٠ لأنها هي العمود الفقري التي يقوم عليه التكوين الرياضي .

ومن خلال عمل الباحث كحكم تنس والتواجد في العديد من البطولات التي يشرف الإتحاد المصري للتنس علي تنظيمها تبين أن الإتحاد يعمل في بيئة متغيرة معقدة نتيجة للأوضاع الإقتصادية والإجتماعية المتغيرة مما يعكس على الإتحاد ، لذلك يتطلب علي الإتحاد وعياً وبقظة إستراتيجية من إدارتها وتبنى ثقافة تضمن لها موقع تنافسي جيد ، وذلك من خلال الحصول على المعلومات الدقيقة والتي تمكنها من إكتشاف وتحليل النتائج للحصول على أعلى مستويات الجودة في تقديم خدماتها ومواكبة التطورات ، وضرورة توعية العاملين به للأساليب والمفاهيم الحديثة و التكيف السريع معها والقدرة على تطبيقها .

ومما سبق يستخلص الباحث أهمية تطبيق اليقظة الأستراتيجية في المؤسسات بصفه عامه والمؤسسات الرياضية وخاصة الإتحادات الرياضية نظراً لطبيعتها التنافسية وإحتياجها الشديد إلى المعلومات الدقيقة لوضع خططها وإستراتيجيتها وإتخاذ قراراتها الحاضرة والمستقبلية ، مما يتطلب ضرورة رصد كافة المتغيرات البيئية بصفة مستمرة والإستعداد لها والتأقلم معها مما يساعد على إستغلال الفرص المتاحة وتجنب المخاطر المحتملة ومن ثم أداء دورها بكفاءة وفعالية وتحقيق الميزة التنافسية .

ومن هنا جاءت فكرة الدراسة الحالية في محاولة جادة للباحث لمعرفة العلاقة الإرتباطية بين اليقظة الإستراتيجية والميزة التنافسية بالإتحاد المصري للتنس مما يساعد مجلس إدارة الإتحاد تبنى اليقظة الإستراتيجية التي أصبحت ضرورة حتمية في إطار ما تفرضه التغيرات البيئية المعاصرة حيث من خلالها تتمكن من مراقبة أسواقه ومنافسيه بصفة خاصة ومحيطه بصفة عامة مما يضمن للإتحاد المصري للتنس تحقيق التميز والقدرة على مواجهة متغيرات السوق.

هدف البحث :

يهدف البحث إلى دراسة اليقظة الإستراتيجية وعلاقتها بالميزة التنافسية بالإتحاد المصري للتنس.

تساؤلات البحث :

- ١- ما مستوى ممارسة الإدارة لليقظة الإستراتيجية بالإتحاد المصري للتنس؟
- ٢- ما درجة توافر الميزة التنافسية بالإتحاد المصري للتنس؟

٢- ما العلاقة الإرتباطية بين اليقظة الإستراتيجية والميزة التنافسية بالإتحاد المصري للتنس؟

مصطلحات البحث :

اليقظة الإستراتيجية :

عملية مستمرة يتم فيها مراقبة البيئة وتحليلها وجمع المعلومات بإستمرار وتحديد الفرص للإستيلاء عليها والتهديدات لتجنبها وتقليل تأثيرها. (٣٢:٨٤)
الميزة التنافسية :

تعرف بانها ميزة للمنظمة تساهم على تحقيق الأرباح من خلال الأداء المتفوق ومن خلال امتلاكها مزايا فريدة عن المنافسين . (٣٨:٤٥)

إجراءات البحث :

منهج البحث :

استخدم الباحث المنهج الوصفي بأسلوبه المسحي وذلك لمناسبته لطبيعة البحث .

مجتمع البحث:

أستخدم الباحث المنهج الوصفي بأسلوب " ذلك لملائمته لتحقيق هدف البحث ومناسبته لطبيعة إجراءاتها بوصف ما هو كائن وتحليله واستخلاص الحقائق منه.

منهج البحث :

يتمثل مجتمع البحث من مجلس إدارة الاتحاد المصري للتنس، ومديري الاتحاد (المالي والتنفيذي)، والعاملين بالاتحاد وأعضاء اللجان الفنية بالاتحاد ومديري الأفرع، والحكام والمدربين الدوليين بالاتحاد المصري للتنس وبلغ مجتمع البحث (١٣٨) فرد.

عينة البحث:

تم اختيار عينة البحث بالطريقة العشوائية الطبقية للعاملين بالإتحاد المصري للتنس حيث بلغت العينة الأساسية للبحث (٩٨) فرد من مجتمع البحث وبنسبة مئوية ٧١,٠٤%، بينما بلغت العينة الاستطلاعية للبحث (٢٠) فرد من مجتمع البحث ومن خارج العينة الأساسية للدراسة وبنسبة مئوية ١٤,٤٩%.

أدوات جمع البيانات :

أدوات جمع البيانات:

استخدم الباحث الاستبيان كأداة لجمع البيانات وقد قام بتصميم عدد (٢) استبيان بياناتهم

كالتالي:

أولاً: استبيان مستوى ممارسة الإدارة لليقظة الإستراتيجية بالإتحاد المصري للتنس: -

- إعداد المحاور للاستبيان:

اطَّلع الباحث على المراجع العلمية والدراسات المتخصصة المرتبطة بعينة البحث وهي ،

(٧)، (٩)، (٢١)، (٢٤)، (٢٨)، (٣٧)، ، (وقد توصل الباحث إلى عدد (٤) محاور

وهي (اليقظة التكنولوجية ،اليقظة التسويقية ،اليقظة التنافسية ،اليقظة البيئية)، تم عرض

محاور اليقظة الإستراتيجية على السادة الخبراء وعددهم (١٠) خبراء مرفق (١)، وذلك

لاستخلاص المحاور الأكثر مناسبة وجدول (١٦) يوضح ذلك.

جدول (١)

التكرارات والنسبة المئوية لآراء السادة الخبراء حول محاور استبيان اليقظة الإستراتيجية

(ن=١٠)

م	المحور	مناسب	غير مناسب	النسبة المئوية
١	اليقظة التكنولوجية	١٠	-	١٠٠
٢	اليقظة التسويقية	١٠	-	١٠٠
٣	اليقظة التنافسية	٩	١	٩٠
٤	اليقظة البيئية	١٠	-	١٠٠

يتضح من جدول (١٦) أن النسبة المئوية لآراء السادة الخبراء حول المحاور الرئيسية

لاستبيان اليقظة الإستراتيجية قد تراوحت ما بين (٩٠% : ١٠٠%)، ولقد ارتضى الباحث نسبة

(٧٠%) فأكثر من آراء السادة الخبراء وعلى هذا فقد تم قبول جميع المحاور المقترحة.

٢- إعداد عبارات الاستبيان:

في ضوء نتائج التحليل المرجعي ونتائج آراء السادة الخبراء حول المحاور المقترحة،

درس الباحث كل محور على حده دراسة تفصيلية ؛ وذلك لتحديد العبارات الخاصة بكل محور،

مُسْتَشْداً ببعض المراجع العلمية والدراسات الخاصة اليقظة الإستراتيجية مثل دراسات رقم (٢)،

(٣)، (٩)، (١٣)، (١٥)، (١٤)، (٢١)، وتم إعداد الاستبيان في صورته المبدئية مرفق (٣)، حيث

ضم عدد (٤٢) عبارة ثم عرضها على السادة الخبراء وذلك للتأكد من صلاحية الاستبيان كأداة لجمع البيانات والتعرف إلى مدى مناسبة العبارات المقترحة بالنسبة للمحاور وحذف أو تعديل العبارات غير المناسبة وأيضاً إضافة أية عبارات أخرى مقترحة تكون غير مدرجة بالاستبيان وجدول (٢) يوضح ذلك.

جدول (٢)

النسبة المئوية لآراء السادة الخبراء حول عبارات استبيان اليقظة الإستراتيجية (ن=١٠)

اليقظة البنينة				اليقظة التنافسية				اليقظة التسويقية				اليقظة التكنولوجية			
العبارة	متناسب	غير مناسب	%	العبارة	متناسب	غير مناسب	%	العبارة	متناسب	غير مناسب	%	العبارة	متناسب	غير مناسب	%
١	١٠	-	١٠٠%	١	٩	١	٩٠%	١	١٠	-	١٠٠%	١	٩	١	٩٠%
٢	١٠	-	١٠٠%	٢	٩	١	٩٠%	٢	١٠	-	١٠٠%	٢	٨	٢	٨٠%
٣	٩	١	٩٠%	٣	١٠	-	١٠٠%	٣	١٠	-	١٠٠%	٣	١٠	-	١٠٠%
٤	٨	٢	٨٠%	٤	١٠	-	١٠٠%	٤	٩	١	٩٠%	٤	٩	١	٩٠%
٥	٩	١	٩٠%	٥	٩	١	٩٠%	٥	٩	١	٩٠%	٥	١٠	-	١٠٠%
٦	١٠	-	١٠٠%	٦	١٠	-	١٠٠%	٦	٩	١	٩٠%	٦	٩	١	٩٠%
٧	١٠	-	١٠٠%	٧	١٠	-	١٠٠%	٧	١٠	-	١٠٠%	٧	١٠	-	١٠٠%
٨	١٠	-	١٠٠%	٨	١٠	-	١٠٠%	٨	١٠	-	١٠٠%	٨	١٠	-	١٠٠%
٩	١٠	-	١٠٠%	٩	١٠	-	١٠٠%	٩	٩	١	٩٠%	٩	٩	١	٩٠%
١٠	١٠	-	١٠٠%					١٠	١٠	-	١٠٠%	١٠	١٠	-	١٠٠%
								١١	٩	١	٩٠%				
								١٢	١٠	-	١٠٠%				

يتضح من جدول (٢) أن النسبة المئوية لآراء السادة الخبراء حول مناسبة العبارات المقترحة للاستبيان تراوحت ما بين (٩٠% : ١٠٠%)، وفي ضوء ذلك ارتضى الباحث نسبة موافقة من (٧٠%) فأكثر لذا تم الموافقة علي جميع عبارات الاستبيان ليصبح عدد عبارات الاستبيان (٤٢) عبارة.

المعاملات العلمية للاستمارة مستوي اليقظة الاستراتيجية بالإتحاد المصري للتنس.

أولاً: الصدق:

أ- صدق الاتساق الداخلي بين العبارات ومجموع كل محور من محاور الاستبيان:
استخدم الباحث صدق الاتساق الداخلي عن طريق حساب معامل الارتباط بين درجة كل عبارة والمجموع الكلي للمحور المنتمية إليه حيث تم تطبيق استبيان الواقع الحالي على عينة استطلاعية قوامها (٢٠) فرد من مجتمع البحث، ومن خارج عينة البحث الأساسية ويتضح ذلك في جدول (٣، ٤) التاليين.

جدول (٣)

معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمحور المنتمية إليه العبارة

في استبيان اليقظة الإستراتيجية (ن = ٢٠)

اليقظة البيئية		اليقظة التنافسية		اليقظة التسويقية		اليقظة التكنولوجية	
الارتباط	العبارة	الارتباط	العبارة	الارتباط	العبارة	الارتباط	العبارة
٠,٥١٩	١	٠,٦٠٤	١	٠,٦٠٠	١	٠,٦٨٢	١
٠,٦٢٥	٢	٠,٥٣٩	٢	٠,٥٦٥	٢	٠,٦١٩	٢
٠,٦٩٨	٣	٠,٦٦٢	٣	٠,٧٩٤	٣	٠,٦٣٦	٣
٠,٥٢١	٤	٠,٧٥٦	٤	٠,٦١٠	٤	٠,٨١٦	٤
٠,٧٦١	٥	٠,٨٠٣	٥	٠,٥٢٣	٥	٠,٧٦٧	٥
٠,٦٢٥	٦	٠,٥٤٤	٦	٠,٦٠٨	٦	٠,٥٧٧	٦
٠,٦٨٥	٧	٠,٨٩٦	٧	٠,٨٤٠	٧	٠,٨١٦	٧
٠,٦٨٣	٨	٠,٨٠٣	٨	٠,٨٥٠	٨	٠,٧٦٧	٨
٠,٦٨٣	٩	٠,٨٠٣	٩	٠,٨٧٩	٩	٠,٥٤٧	٩
٠,٥٥٨	١٠			٠,٦٤٠	١٠	٠,٧٦٣	١٠
٠,٧٣٥	١١			٠,٧٨٩	١١		
				٠,٦٩٠	١٢		

*قيمة (ر) الجدولية عند مستوى دلالة (٠,٠٥) = ٠,٤٤٤

يوضح جدول (٣) أن معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمحور في استبيان الواقع الحالي قد تراوحت ما بين (٠,٥١٩ : ٠,٨٩٦) وهي معاملات ارتباط دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠٥) مما يشير إلى صدق الاستبيان.

ب- معامل الارتباط بين محاور الاستبيان والمجموع الكلي له:

جدول (٤)

معاملات الارتباط بين الدرجة الكلية لكل محور في الأستبيان

ومجموع درجاته ككل (ن = ٢٠)

معامل الارتباط	المحاور	م
٠,٦٩٦	اليقظة التكنولوجية	١
٠,٦٩٩	اليقظة التسويقية	٢
٠,٧١٢	اليقظة التنافسية	٣
٠,٦١٣	اليقظة البيئية	٤

قيمة (ر) الجدولية عند مستوى دلالة (٠,٠٥) = ٠,٤٤٤

يتضح من جدول (٤) وجود معاملات ارتباط ذات دلالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠٥) بين درجة كل محور من محاور استبيان الواقع الحالي والاستبيان ككل، حيث تراوحت معاملات الارتباط ما بين (٠,٦١٣ : ٠,٧١٢) مما يشير إلى الاتساق الداخلي للاستبيان.

٢ - ثبات استمارة استبيان:

للتأكد من ثبات الاستبيان قام الباحث باستخدام طريقة معامل ثبات (ألفا-كرونباخ) للاستبيان، وجدول (٥) يوضح ذلك:

جدول (٥)

معامل ثبات (ألفا - كرونباخ) لاستمارة استبيان اليقظة الإستراتيجية (ن=٢٠)

م	المحاور	معامل ثبات ألفا	مستوى الدلالة
١	اليقظة التكنولوجية	٠,٨٩٥	*داله
٢	اليقظة التسويقية	٠,٨٦٣	*داله
٣	اليقظة التنافسية	٠,٩١١	*داله
٤	اليقظة البنئية	٠,٨٩٦	*داله
معامل ثبات ألفا الكلي		٠,٩٢٥	

يتضح من جدول (٥) أن معاملات ثبات كل محور من محاور استبيان الواقع الحالي تراوحت ما بين (٠,٨٦٣ : ٠,٩١١) وجاء اقل من معامل ثبات ألفا الكلي للمحور، والتي بلغت (٠,٩٢٥) مما يدل على ثبات الاستبيان ككل.

الإستبيان فى صورته النهائية:

يتكون الإستبيان فى صورته النهائية مرفق(٤) من (٤٢) عبارة ، ولتصحيح الاستبيان قام الباحث بوضع ميزان تقدير ثلاثى ، وقد تم تصحيح العبارات كالتالي : نعم (٣) درجات ، إلى حد ما (٢) درجتان ، لا (١) درجة. ثانيا :الاستبيان الثاني يهدف الاستبيان إلى التعرف إلى مستوى أبعاد الميزة التنافسية بالاتحاد المصري للتنس:

١- إعداد المحاور للاستبيان:

اطَّلَعَ الباحث على المراجع العلمية والدراسات المتخصصة المرتبطة بعينة البحث وهي ، (١٠)، (١١)، (١٦)، (١٧)، (١٨)، (٣٧)، (٤٥)، (٤٦) وقد توصل الباحث إلى عدد (٤) محاور وهي (الجودة، الإبداع والابتكار، المرونة، التميز)، تم عرض محاور الميزة التنافسية على السادة الخبراء وعددهم (١٠) خبراء مرفق (١)، وذلك لاستخلاص المحاور الأكثر مناسبة وجدول (٦) يوضح ذلك.

جدول (٦)

التكرارات والنسبة المئوية لآراء السادة الخبراء حول محاور استبيان الميزة التنافسية (ن=١٠)

م	المحور	مناسب	غير مناسب	النسبة المئوية
١	الجودة	١٠	-	١٠٠
٢	الإبداع والإبتكار	١٠	-	١٠٠
٣	المرونة	٩	١	٩٠
٤	التميز (التفرد)	١٠	-	١٠٠

يتضح من جدول (٦) أن النسبة المئوية لآراء السادة الخبراء حول المحاور الرئيسة لاستبيان الميزة التنافسية قد تراوحت ما بين (٩٠% : ١٠٠%)، ولقد ارتضى الباحث نسبة (٧٠%) فأكثر من آراء السادة الخبراء وعلى هذا فقد تم قبول جميع المحاور المقترحة.

٢- إعداد عبارات الاستبيان:

في ضوء نتائج التحليل المرجعي ونتائج آراء السادة الخبراء حول المحاور المقترحة، درس الباحث كل محور على حده دراسة تفصيلية وذلك لتحديد العبارات الخاصة بكل محور، مُسترشداً ببعض المراجع العلمية والدراسات الخاصة بالميزة التنافسية مثل دراسات رقم (١٦)، (١٧)، (١٨)، (٢٤)، (٣٧)، (٤٥)، (٤٦) وتم إعداد الاستبيان في صورته المبدئية مرفق (٦)، حيث ضم عدد (٢٤) عبارة ثم عرضها على السادة الخبراء وذلك للتأكد من صلاحية الاستبيان كأداة لجمع البيانات والتعرف إلى مدى مناسبة العبارات المقترحة بالنسبة للمحاور وحذف أو تعديل العبارات غير المناسبة وأيضاً إضافة أية عبارات أخرى مقترحة تكون غير مدرجة بالاستبيان وجدول (٧) يوضح ذلك.

جدول (٧)

النسبة المئوية لآراء السادة الخبراء حول عبارات استبيان الميزة التنافسية (ن=١٠)

التميز (التفرد)				المرونة				الإبداع والابتكار				الجودة			
%	غير مناسب	مناسب	العبارة	%	غير مناسب	مناسب	العبارة	%	غير مناسب	مناسب	العبارة	%	غير مناسب	مناسب	العبارة
١٠٠	-	١٠	٢	%٩٠	١	٩	٢	%١٠٠	-	١٠	٢	%٨٠	٢	٨	٢
%٧٠	٣	٧	٣	%١٠٠	-	١٠	٣	%٨٠	٢	٨	٣	%٧٠	٣	٧	٣
%٨٠	٢	٨	٤	%١٠٠	-	١٠	٤	%٩٠	١	٩	٤	%٩٠	١	٩	٤
%٩٠	١	٩	٥	%٩٠	١	٩	٥	%٩٠	١	٩	٥	%١٠٠	-	١٠	٥
				%١٠٠	-	١٠	٦	%٨٠	٢	٨	٦	%٧٠	٣	٧	٦
												%٩٠	١	٩	٧

يتضح من جدول (٧) أن النسبة المئوية لآراء السادة الخبراء حول مناسبة العبارات المقترحة للاستبيان تراوحت ما بين (٧٠% : ١٠٠%)، وفي ضوء ذلك ارتضى الباحث نسبة موافقة من (٧٠%) فأكثر لذا تم الموافقة علي جميع العبارات بناءً علي آراء السادة الخبراء وبذلك اصبح عدد عبارات الاستبيان الثاني (٢٤) عبارة.

- المعاملات العلمية للاستمارة استبيان الميزة التنافسية بالاتحاد المصري للتنس.

أولاً: الصدق:

أ- صدق الاتساق الداخلي بين العبارات ومجموع كل محور من محاور الاستبيان:
استخدم الباحث صدق الاتساق الداخلي عن طريق حساب معامل الارتباط بين درجة كل عبارة والمجموع الكلي للمحور المنتمية إليه حيث تم تطبيق استبيان الواقع الحالي على عينة استطلاعية قوامها (٢٠) فرد من مجتمع البحث، ومن خارج عينة البحث الأساسية ويتضح ذلك في جدول (٨،٩) التاليين.

جدول (٨)

معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمحور المنتممة إليه العبارة
في استبيان الميزة التنافسية (ن=٢٠)

التميز		المرونة		الابداع والابتكار		الجودة	
الارتباط	العبارة	الارتباط	العبارة	الارتباط	العبارة	الارتباط	العبارة
٠,٦٣٧	١	٠,٦٨٠	١	٠,٧٧٦	١	٠,٧٢٦	١
٠,٥٧٦	٢	٠,٤٥٦	٢	٠,٦٧٨	٢	٠,٥٢٥	٢
٠,٦٢٣	٣	٠,٦٧١	٣	٠,٧٦٤	٣	٠,٥٩٧	٣
٠,٦٩٧	٤	٠,٧٢٠	٤	٠,٥٩٦	٤	٠,٨٦٩	٤
٠,٦٤٧	٥	٠,٧١٦	٥	٠,٥١٤	٥	٠,٦٥٧	٥
		٠,٥٧٨	٦	٠,٧٤٦	٦	٠,٥٩٤	٦
						٠,٨٠٥	٧

*قيمة (ر) الجدولية عند مستوى دلالة (٠,٠٥) = ٠,٤٤٤

يوضح جدول (٨) أن معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمحور في استبيان الواقع الحالي قد تراوحت ما بين (٠,٤٥٦ : ٠,٨٠٥) وهي معاملات ارتباط دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠٥) مما يشير إلى صدق الاستبيان.
ب- معامل الارتباط بين محاور الاستبيان والمجموع الكلي له:

جدول (٩)

معاملات الارتباط بين الدرجة الكلية لكل محور في الاستبيان
ومجموع درجاته ككل (ن=٢٠)

معامل الارتباط	المحاور	م
٠,٦٨٢	الجودة	١
٠,٦٧٩	الابداع والابتكار	٢
٠,٦٣٧	المرونة	٣
٠,٦٤٧	التميز	٤

قيمة (ر) الجدولية عند مستوى دلالة (٠,٠٥) = ٠,٤٤٤

يتضح من جدول (٩) وجود معاملات ارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠,٠٥) بين درجة كل محور من محاور استبيان الواقع الحالي والاستبيان ككل، حيث تراوحت معاملات الارتباط ما بين (٠,٦٣٧ : ٠,٦٨٢) مما يشير إلى الاتساق الداخلي للاستبيان.

٢ - ثبات استمارة استبيان:

للتأكد من ثبات الاستبيان قام الباحث باستخدام طريقة معامل ثبات (ألفا-كرونباخ) للاستبيان، وجدول (١٠) يوضح ذلك:

جدول (١٠)

معامل ثبات (ألفا - كرونباخ) لاستمارة استبيان الميزة التنافسية (ن=٢٠)

م	المحاور	معامل ثبات الفا	مستوى الدلالة
١	الجودة	٠,٨٧٨	*داله
٢	الابداع والابتكار	٠,٨٦٢	*داله
٣	المرونة	٠,٨٣٦	*داله
٤	التمييز	٠,٨٩٧	*داله
معامل ثبات ألفا الكلي		٠,٩٠١	

يتضح من جدول (١٠) أن معاملات ثبات كل محور من محاور استبيان الواقع الحالي تراوحت ما بين (٠,٨٣٦ : ٠,٨٩٧) وجاء اقل من معامل ثبات الفا الكلي للمحور، والتي بلغت (٠,٩٠١) مما يدل على ثبات الاستبيان ككل.

الإستبيان في صورته النهائية:

يتكون الإستبيان في صورته النهائية مرفق (٧) من (٢٤) عبارة ، ولتصحيح الاستبيان قام الباحث بوضع ميزان تقدير ثلاثي ، وقد تم تصحيح العبارات كالتالي : نعم (٣) درجات ، إلى حد ما (٢) درجتان ، لا (١) درجة.

التطبيق علي العينة الأساسية:

بعد أن أعد الباحث الاستبيانان في صورتهم النهائية مرفق (٤)، (٧)، قام الباحث بالتطبيق على عينة البحث خلال الفترة من ٢٠٢١/١١/٢٢ م إلى ٢٠٢١/١٢/٦ م.

المعالجات الإحصائية المستخدمة للبحث:

استخدم الباحث الأساليب الإحصائية التالية:

- المتوسط الحسابي - الانحراف المعياري.
- معامل الارتباط بيرسون.
- معامل ثبات الفاكرونباخ.
- الوزن النسبي.
- النسبة المئوية.

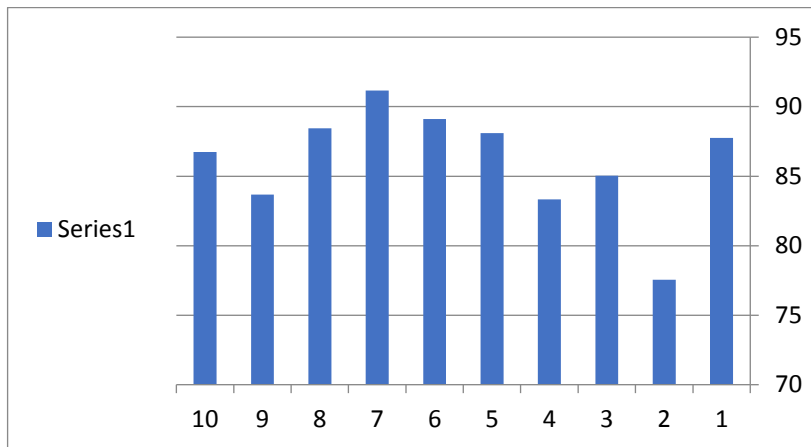
عرض النتائج وتفسيرها ومناقشتها:

الإجابة على التساؤل الأول والذي ينص على: ما مستوى ممارسة الإدارة لليقظة الإستراتيجية بالاتحاد المصري للتنس؟

جدول (١١)

الدرجة المقدره والنسبة المئوية لاستجابات العينة في استبيان مستوى ممارسة الإدارة لليقظة الإستراتيجية بالاتحاد المصري للتنس المحور الأول: اليقظة التكنولوجية (ن=٩٨)

الترتيب	النسبة المئوية	الدرجة المقدره	الاستجابات			العبارات	م	
			لا	إلى حد ما	نعم			
٥	87.76	258	8	20	70	يوفر موقع إلكتروني يعمل بفاعلية ويتم تحديثه باستمرار.	١	
١٠	77.55	228	18	30	50	يخضع العاملین للتدريب على استخدام الأجهزة والبرمجيات الخاصة بنظم المعلومات والتقنيات التكنولوجية الحديثة.	٢	
٧	85.03	250	11	22	65	يوفر نظام حماية لآمن المعلومات للمحافظة على مكائنه بين الاتحادات الرياضية الأخرى.	٣	
٩	83.33	245	11	27	60	يدخل برمجيات وتقنيات حديثة متطورة على العمليات الإدارية به.	٤	
٤	88.10	259	10	15	73	يحدث البنية التحتية والأجهزة بما يتوافق مع التطورات التكنولوجية المعاصرة.	٥	
٢	89.12	262	9	14	75	يوفر قاعدة بيانات شاملة وكافية ومتاحة تسهل في عملية اتخاذ القرارات.	٦	
١	91.16	268	8	10	80	يوفر أنظمة تتميز بكفاءتها في تخزين وتصنيف وإسترجاع وتحديث البيانات والمعلومات.	٧	
٣	88.44	260	8	18	72	توفر شبكات اتصالات حديثة وفعالة لخدمة نظم المعلومات به.	٨	
٨	83.67	246	15	18	65	يوظف برامج البحث والتطوير في تعزيز مركزه للتنافس بين الاتحادات الرياضية.	٩	
٦	86.73	255	8	23	67	يحسن اليات الإتصال بين مختلف الأقسام الموجوده به.	١٠	
			المجموع الكلي للمحور			٨٦٠,٠٩	٢٥٣١	



شكل (١)

النسب المئوية للمحور اليقظة التكنولوجية

يتضح من جدول (١١) وشكل (١) أن النسبة المئوية لاستجابات عينة البحث لعبارات المحور الأول اليقظة التكنولوجية حيث تراوحت ما بين (٧٧,٥٥% : ٩١,١٦%) بينما كانت النسبة المئوية لمجموع المحور (86.09%).

حيث حصلت العبارة رقم (٧) علي الترتيب الاول بنسبة مئوية قدرها (91.16%) وكانت تشير إلي يوفر أنظمة تتميز بكفاءتها في تخزين وتصنيف وإسترجاع وتحديث البيانات والمعلومات.. بينما جاءت العبارة (٦) في الترتيب الثاني بنسبة مئوية قدرها (89.12%) وكانت تشير إلي يوفر قاعدة بيانات شاملة وكافية ومتاحة تسهل في عملية إتخاذ القرارات.. بينما جاءت العبارة رقم (٨) في الترتيب الثالث بنسبة مئوية قدرها (88.44%) وكانت تشير إلي توفر شبكات إتصالات حديثة وفعالة لخدمة نظم المعلومات به ، بينما جاءت العبارة (٥) في الترتيب الرابع بنسبة مئوية قدرها (88.10%) وتشير إلي يحدث البنية التحتية والأجهزة بما يتوافق مع التطورات التكنولوجية المعاصرة.. بينما جاءت العبارة رقم (١) في الترتيب الخامس بنسبة مئوية قدرها (87.76%) وتشير إلي يوفر موقع إلكتروني يعمل بفاعلية ويتم تحديثه بإستمرار ، بينما جاءت العبارة رقم (١٠) في الترتيب السادس بنسبة مئوية قدرها (86.73%) وتشير إلي يحسن اليات الإتصال بين مختلف الأقسام الموجوده به ، في حين جاءت العبارة رقم (٣) في الترتيب السابع بنسبة مئوية قدرها (85.03%) وكانت تشير إلي يوفر نظام حمايه لأمن المعلومات للمحافظة على مكانته بين الاتحادات الرياضية الاخرى. بينما جاءت العبارة رقم (٩) في الترتيب الثامن بنسبة مئوية قدرها (83.67%) وكانت تشير إلي يوظف برامج البحث والتطوير في تعزيز مركزه للتنافس بين الاتحادات الرياضية، بينما جاءت العبارة رقم (٤) في الترتيب التاسع بنسبة مئوية قدرها (83.33%) حيث اشارت إلي يدخل برمجيات وتقنيات حديثة متطورة على العمليات الإداريه به ، بينما جاءت العبارة رقم (٢) في الترتيب العاشر بنسبة مئوية قدرها (77.55) وكانت تشير إلي يخضع العاملين للتدريب على إستخدام الأجهزة والبرمجيات الخاصة بنظم المعلومات والتقنيات التكنولوجية الحديثة.

- ويعزى الباحث النتيجة السابقة لمحور اليقظة التكنولوجية والذي يوضح اهمية اليقظة التكنولوجية والتي تعتمد على التحليل المستمر والمنظم لبراءات الاختراع في قطاع النشاط، والتدقيق التكنولوجي للقطاع الذي تنشط فيه المنظمة ، ودراسة

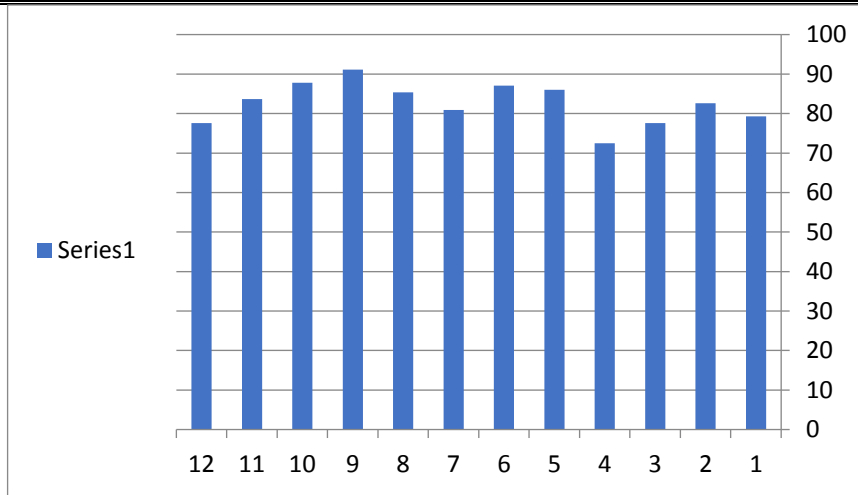
السوق التكنولوجي من خلال تحديد الخارجين والداخليين منه والتغيرات التي تطرأ عليه، والبحث عن الفرص التكنولوجية واستغلالها والاستفادة من مراكز البحث والتطوير، وأيضا تسمح بالتقليل من المفاجآت المتعلقة بالمنافسين الجدد الذين سيدخلون القطاع والتطورات التكنولوجية والأنشطة المقدمة، لذا يتفق الباحث مع نتائج دراسة "كوثر حميد" (٢٠١٨م) (٢٢)، "بوذن ، جميلة" (٢٠١٩م) (٨) ، ودراسة " أحمد بوريالة" (٢٠١٥م) (٣) والتي اكدت ضرورة اخضاع العاملين الي العديد من الدورات للتدريب على استخدام الأجهزة والبرمجيات الخاصة بنظم المعلومات والتقنيات التكنولوجية الحديثة بالإضافة الي ضرورة توافر أنظمة تتميز بكفاءتها في تخزين وتصنيف واسترجاع وتحديث البيانات والمعلومات و شبكات إتصالات حديثة وفعالة لخدمة نظم المعلومات به ، وتختلف هذه النتائج مع نتائج "دراسة مصطفى عنتر فرج (٢٠٢١) (٢٩) والتي اشارت إلي عدم تشجيع وتحفيز الموظفين في المؤسسة وإشعارهم بأهمية المعلومات كمورد إستراتيجي هام ، ودراسة جابر عبد الحميد (٢٠٢١) (٩) والتي اشارت إلي عدم توافر قاعدة بيانات شاملة وكافية ومتاحة تسهل في عملية إتخاذ القرارات.

جدول (١٢)

الدرجة المقدره والنسبة المئوية لاستجابات العينة في استبيان مستوى ممارسة الإدارة لليقظة الإستراتيجية
بالإتحاد المصري للتنس المحور الثاني: اليقظة التسويقية (ن=٩٨)

م	العبارات	الاستجابات			الترتيب
		نعم	إلى حد ما	لا	
١	تلبى متطلبات واحتياجات الأعضاء المستفيدين المختلفة	55	25	18	٩
٢	تسعى لإعداد خطط تسويقية حديثة تتماشى مع متطلبات الأعضاء الحاليين والمستقبليين للوقوف على كافة المستجدات .	60	25	13	٧
٣	تصمم برامجه التسويقيه بالشكل الذى يعمل على تعزيز ثقة الأعضاء المستفيدين الداخليين والخارجيين.	50	30	18	١٠
٤	تمتلك عدد كافي من المستثمرين لمساعدته على المنافسة .	45	25	28	١١
٥	تعتمد على تطوير برامجه وخدماته وأنشطته على رغبات الأعضاء والمستفيدين بالسوق الرياضى .	65	25	8	٤
٦	تستخدم الموقع الإلكتروني ووسائل التواصل الإجتماعي في ترويج أنشطته وبرامجه بشكل يساعد على المنافسة بين الأندية الأخرى.	70	18	10	٣

٧	60	20	18	238	80.95	٨	٧	تحرص على التقييم المستمر لخدماته لمعرفة نقاط القوة والضعف ببرامجه وأنشطته المختلفة.
٨	65	23	10	251	85.37	٥	٨	ترصد العلاقة بين الخدمات للأعضاء المستفيدين ومقدم الخدمة حتى ترسم صورة ذهنية مميزة لديهم
٩	75	20	3	268	91.16	١	٩	توفر وصول سريع للمعلومات التي يحتاجها الأعضاء والمستفيدين .
١٠	70	20	8	258	87.76	٢	١٠	تسعى لتطوير إستراتيجياته التسويقية لتقديم الخدمات والأنشطة والبرامج بشكل مستمر ومتميز.
١١	60	28	10	246	83.67	٦	١١	توفر الإمكانيات المالية والمادية والبشرية اللازمة لتحقيق الإلتزامات المختلفة.
١٢	50	30	18	228	77.55	١٠ م	١٢	تعتمد على كوادر مؤهلة ومدربه لتسويق برامجه وإمكانياته لمختلف الجهات .
							المجموع الكلي للمحور	
							٨٢,٦٢	٢٩٥١



شكل (٢)

النسب المئوية للمحور اليقظة التسويقية

يتضح من جدول (١٢) وشكل (٢) أن النسبة المئوية لاستجابات عينة البحث لعبارة رقم (٩) هي ٩١.١٦%، بينما كانت النسبة المئوية لمجموع المحور (٨٢,٦٢%)

حيث حصلت العبارة رقم (٩) علي الترتيب الاول بنسبة مئوية قدرها (91.16%) وكانت تشير إلي توفر وصول سريع للمعلومات التي يحتاجها الأعضاء والمستفيدين .. بينما جاءت العبارة (١٠) في الترتيب الثاني بنسبة مئوية قدرها (87.76%) وكانت تشير إلي تسعى لتطوير إستراتيجياته التسويقية لتقديم الخدمات والأنشطة والبرامج بشكل مستمر ومتميز، بينما جاءت العبارة رقم (٦) في الترتيب

الثالث بنسبة مئوية قدرها 87.07%) وكانت تشير إلي تستخدم الموقع الإلكتروني ووسائل التواصل الإجتماعي في ترويج أنشطته وبرامجه بشكل يساعد على المنافسة بين الأندية الأخرى، بينما جاءت العبارة (٥) في الترتيب الرابع بنسبة مئوية قدرها (86.05%) وتشير إلي تعتمد على تطوير برامجه وخدماته وأنشطته على رغبات الأعضاء والمستفيدين بالسوق الرياضي ، بينما جاءت العبارة رقم (٨) في الترتيب الخامس بنسبة مئوية قدرها (85.37%) وتشير إلي ترصد العلاقة بين الخدمات للأعضاء المستفيدين ومقدم الخدمة حتى ترسم صورة ذهنية مميزة لديهم ، بينما جاءت العبارة رقم (١١) في الترتيب السادس بنسبة مئوية قدرها (83.67%) وتشير إلي توفر الإمكانيات المالية والمادية والبشرية اللازمة لتحقيق الإلتزامات المختلفة.، في حين جاءت العبارة رقم (٢) في الترتيب السابع بنسبة مئوية قدرها (82.65%) وكانت تشير إلي تسعى لإعداد خطط تسويقية حديثة تتماشى مع متطلبات الأعضاء الحاليين والمستقبلين للوقوف على كافة المستجدات ، بينما جاءت العبارة رقم (٧) في الترتيب الثامن بنسبة مئوية قدرها (80.95%) وكانت تشير إلي تحرص على التقييم المستمر لخدماته لمعرفة نقاط القوة والضعف ببرامجه وأنشطته المختلفة.، بينما جاءت العبارة رقم (١) في الترتيب التاسع بنسبة مئوية قدرها (79.25%) حيث اشارت تلبى متطلبات وإحتياجات الأعضاء المستفيدين المختلفة ، بينما جاءت العبارتين رقم (١٢،٣) في الترتيب العاشر بنسبة مئوية قدرها (77.55) وهما يشيرا إلي تصمم برامجه التسويقيه بالشكل الذى يعمل على تعزيز ثقة الأعضاء المستفيدين الداخليين والخارجيين.، تعتمد على كوادر مؤهله ومدربه لتسويق برامجه وإمكانياته لمختلف الجهات .

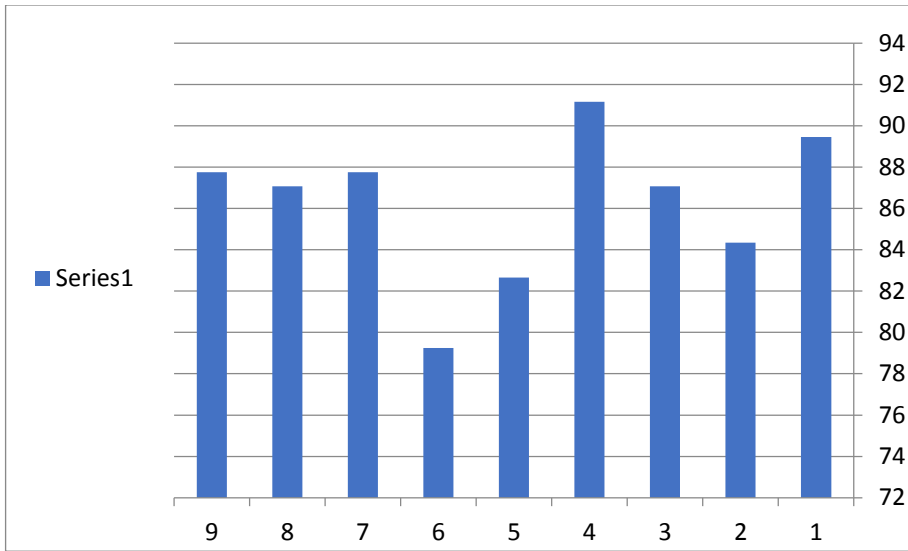
ويعزى الباحث النتيجة السابقة لمحور: اليقظة التسويقية والذي يوضح اهمية اليقظة التسويقية في متابعة مستمرة لعمليات تطوير احتياجات عملاء المنظمة من أجل ترسيخ الولاء لديهم، وتهتم أيضا بموردي المنظمة وقدرتهم على توفير المواد الأولية بشكل مستمر. وهذا جميعه يحتاج الى ان تبقى المنظمة على دراية بالأسواق وظروفها وكل ما يتعلق بالمستملك والمورد، وبالتالي تحتاج لتنمية قدراتها ومهارتها ، لذا يتفق الباحث مع نتائج دراسة" (دراسة مصطفى عنتر فرج) (٢٠٢١) (٢٩)، " جابر عبد الحميد) (٢٠٢١) (٩) والتي اكدت علي

ضرورة بقاء المنظمة على اطلاع مستمر باحتياجات العملاء ورغباتهم والعمل على تلبية تلك المتطلبات وبنفس الوقت الاهتمام بعلاقة المنظمة بمورديها ومن الممكن تقوية هذه العلاقة عن طريق استراتيجية التعاون والترابط الفعال. وتهتم اليقظة التجارية بالمعلومات التي تخص السوق من موردين وإيادي عاملة وكل مايتعلق بالعملاء ، وتختلف هذه النتائج مع نتائج دراسة "عايض بن شافى الأكلبي" (٢٠١٩م) (٢١) في الإهتمام الكافي بمراقبة الأنشطة التسويقية للمنافسين وكذلك عدم السعي إلى تطوير إستراتيجياته التسويقية التي تقدم الخدمات والأنشطة والبرامج بشكل مستمر ومتميز .

جدول (١٣)

الدرجة المقدره والنسبة المئوية لاستجابات العينة في استبيان مستوى ممارسة الإدارة لليقظة الإستراتيجية بالإتحاد المصري للتنس المحور الثالث: اليقظة التنافسية (ن=٩٨)

م	العبارات	الاستجابات			الدرجة المقدره	النسبة المئوية	الترتيب
		لا	إلى حد ما	نعم			
١	يسعى إلى تطوير برامجه وأنشطته وخدماته بشكل مستمر للحفاظ على ميزته التنافسية مع الاتحادات الأخرى .	3	25	70	89.46	٢	
٢	يرصد العقبات والمشكلات المحتمله والعمل على تفادي حدوثها .	13	20	65	84.35	٥	
٣	يعمل على استخدام موارد النادرة في تحسين طرق منافسته بين الاتحادات الأخرى .	8	22	68	87.07	٤	
٤	يقوم الإتحاد بمراقبة اداءالمنافسين في السوق عن طريق جمع المعلومات عنهم	5	13	79	91.16	١	
٥	يركز الإتحاد في استراتيجية التنافسية علي المزاي التكنولوجية الفريدة للمنافسين عن طريق تنمية كل ما هو جديد من تقنيات حديثة.	8	35	55	82.65	٦	
٦	يملك خطط إستراتيجية مرنة لمواجهة المواقف التنافسية.	23	15	60	79.25	٧	
٧	يدرس باستمرار إمكانية فتح فروع وتقديم أنشطة وخدمات جديدة حسب متطلبات الأعضاء .	3	30	65	87.76	٣	
٨	يسعى أن يكون رائدا في مجاله للحفاظ على موقعه التنافسي بين الإتحادات الأخرى.	8	22	68	87.07	م٤	
٩	يحرص على إنشاء علاقات مع كافة الهيئات الرياضية لتحقيق المصالح المشتركة.	8	20	70	87.76	م٣	
المجموع الكلي للمحور							
		٢٢٨٣	٨٦,٢٨				



شكل (٣)

النسب المئوية للمحور اليقظة التنافسية

يتضح من جدول (١٣) وشكل (٣) أن النسبة المئوية لاستجابات عينة البحث لعبارة المحور اليقظة التنافسية حيث تراوحت ما بين (79.25% : 91.16%) بينما كانت النسبة المئوية لمجموع المحور (٨٦,٢٨%)

حيث حصلت العبارة رقم (٤) علي الترتيب الاول بنسبة مئوية قدرها (91.16%) وكانت تشير إلي يقوم الإتحاد بمراقبة اداء المنافسين في السوق عن طريق جمع المعلومات عنهم، بينما جاءت العبارة (١) في الترتيب الثاني بنسبة مئوية قدرها (89.46%) وكانت تشير إلي يسعى إلى تطوير برامجه وأنشطة وخدماته بشكل مستمر للحفاظ على ميزته التنافسية مع الاتحادات الأخرى ، بينما جاءت العبارة رقم (٩،٧) في الترتيب الثالث بنسبة مئوية قدرها (87.76%) وكانت يشير إلي يدرس باستمرار إمكانية فتح فروع وتقديم أنشطة وخدمات جديدة حسب متطلبات الأعضاء ، يحرص على إنشاء علاقات مع كافة الهيئات الرياضية لتحقيق المصالح المشتركة، بينما جاءت العبارة (٣،٨) في الترتيب الرابع بنسبة مئوية قدرها (87.07%) وكانت يشير إلي يعمل على استخدام موارد النادرة في تحسين طرق منافسته بين الاتحادات الأخرى ، يسعى أن يكون رائدا في مجاله للحفاظ على موقعه التنافسي بين الاتحادات الأخرى..

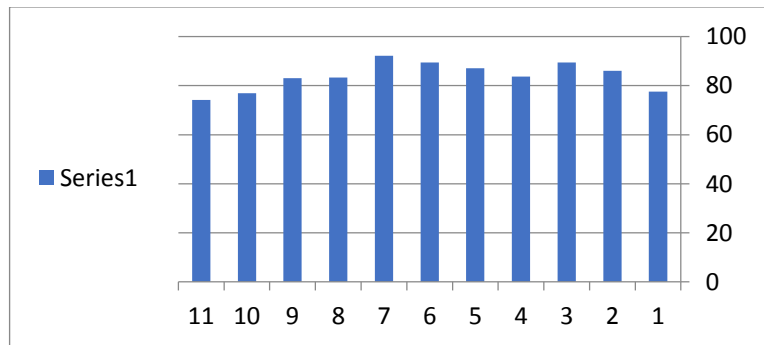
بينما جاءت العبارة رقم (٢) في الترتيب الخامس بنسبة مئوية قدرها (84.35%) وتشير إلي يرصد العقبات والمشكلات المحتملة والعمل على تفادي حدوثها ، بينما جاءت العبارة رقم (٥) في الترتيب السادس بنسبة مئوية قدرها (82.65%) وتشير إلي يركز الإتحاد في استراتيجية التنافسية علي المزايا التكنولوجية الفريدة للمنافسين عن طريق تنمية كل ما هو جديد من تقنيات حديثة. ، في حين جاءت العبارة رقم (٦) في الترتيب السابع بنسبة مئوية قدرها (79.25%) وكانت تشير إلي يمتلك خطط إستراتيجية مرنة لمواجهة المواقف التنافسية.

- ويعزى الباحث النتيجة السابقة لمحور اليقظة التنافسية والذي يوضح اهمية اليقظة التنافسية في توضيح المسار الذي يعمل بجمع ودراسة وتحليل وتقييم بالأسلوب المنهجي المنظم للمعطيات التي تخص المنافسين الحاليين والمتوقعين، لتوفير منتج أو خدمة نهائية لتحقيق الميزة التنافسية للمنظمة، وبالتالي فإن اليقظة التنافسية تعمل على مراقبة نشاطات ورصد جميع تحركاتهم سواء أكانوا منافسين مباشرين أو غير مباشرين، حاليين أو حتى كما يعتبر تحليل المنافسين خطوة هامة في عملية تحليل البيئة التنافسية للمنظمة ، لذا يتفق الباحث مع نتائج دراسة " نصيرة ، علاوي (٢٠١١م(٢١)، ودراسة " سمير سليمان الجمل (٢٠٢٠) " (١٥) والتي اشارت الي اهمية استخدام الإتحاد الي خطط استراتيجية مرنة تسمح للإتحاد من إحداث تعديلات عليها وفقاً للمتغيرات التي تواجه خطة الإتحاد المستخدمة بالإضافة إلي تطوير برامجه وأنشطته وخدماته بشكل مستمر للحفاظ على ميزته التنافسية مع الاتحادات الأخرى وتختلف هذه النتائج مع نتائج أميرة نعمة الكيلاني ،كوثر حميد الموسوي (٢٠١٨م(٦)، في عدم تحديد قنوات التوزيع التي يستخدمها المنافس، وكذلك عدم دراسة التحركات المتوقعة للمنافسين. و تحديد درجة التهديدات المتوقعة من المنافس و ضعف مستوى اليقظة التنافسية لدى المؤسسة .

جدول (١٤)

الدرجة المقدره والنسبة المنوية لاستجابات العينة في استبيان مستوى ممارسة الإدارة لليقظة الإستراتيجية
بالإتحاد المصري للتنس المحور الرابع: اليقظة البيئية (ن=٩٨)

م	العبارات	الاستجابات			الترتيب	
		نعم	إلى حد ما	لا		
١	ترصد كل ما يتعلق بالأحداث الإجتماعية بالبيئة كالعادات والتقاليد والصراعات ويلتزم بالأعراف والتقاليد الإجتماعية.	50	30	18	٨	
٢	تحصر نقاط الضعف في البيئة الداخلية وتعمل على تلافيها وتدعم نقاط القوة وتستثمرها	65	25	8	٤	
٣	تحرص على التطوير المستمر للسياسات واللوائح لمواكبة التغيرات المستقبلية.	70	25	3	٢	
٤	تراعى المرونة في الهياكل التنظيمية وتغيرها وفق المستجدات .	60	28	10	٥	
٥	تحرص على الإستفادة من الفرص المتاحة بالبيئة الخارجية.	68	22	8	٣	
٦	تتمنى لدى الأعضاء الشعور بالإنتماء والولاء للإتحاد.	75	15	8	٢	
٧	تحرص على تبادل الثقة والإحترام بين العاملين في بيئة العمل .	79	15	4	١	
٨	تتبنى مواكبة التغيير في نظم العمل وفقاً لمعايير الجودة ومتطلبات العمل .	62	23	13	٦	
٩	تطور أساليب وتقنيات تحديد الإحتياجات الحالية والمستقبلية للأعضاء.	60	26	12	٧	
١٠	تتابع كافة المعلومات ذات الطبيعة السياسية والتشريعية بالمجتمع والتي تؤثر على أنشطته.	50	28	20	٩	
١١	تقوم بالمتابعة المستمرة لتطورات الإحصائيات السكانية وما تفرضه من تحديات على أنشطته وتوسعاته المستقبلية .	45	30	23	١٠	
المجموع الكلى للمحور					٨٣,٨٩	٢٧١٣



شكل (٤)

النسب المنوية للمحور اليقظة البيئية

يتضح من جدول (١٤) وشكل (٤) أن النسبة المئوية لاستجابات عينة البحث لعبارات المحور اليقظة البيئية حيث تراوحت ما بين (74.15%:92.18%) بينما كانت النسبة المئوية لمجموع المحور (٨٣,٨٩%) حيث حصلت العبارة رقم (٧) علي الترتيب الاول بنسبة مئوية قدرها (92.18%) وكانت تشير إلي تحرص على تبادل الثقة والإحترام بين العاملين في بيئة العمل، بينما جاءت العبارتين رقم (٦,٣) في الترتيب الثاني بنسبة مئوية قدرها (89.46%) وكانت يشير إلي تحرص على التطوير المستمر للسياسات واللوائح لمواكبة التغييرات المستقبلية، تسمى لدى الأعضاء الشعور بالإنتماء والولاء للإتحاد، بينما جاءت العبارة رقم (٥) في الترتيب الثالث بنسبة مئوية قدرها (87.07%) وكانت يشير إلي تحرص على الإستفادة من الفرص المتاحة بالبيئة الخارجية، بينما جاءت العبارة (٢) في الترتيب الرابع بنسبة مئوية قدرها (86.05%) وكانت تشير إلي تحصر نقاط الضعف في البيئة الداخلية وتعمل على تلافيتها وتدعم نقاط القوة وتستثمرها. بينما جاءت العبارة رقم (٤) في الترتيب الخامس بنسبة مئوية قدرها (83.67%) وتشير إلي تراعى المرونة في الهياكل التنظيمية وتغيرها وفق المستجدات ، بينما جاءت العبارة رقم (٨) في الترتيب السادس بنسبة مئوية قدرها (83.33%) وتشير إلي تبنى مواكبة التغيير في نظم العمل وفقاً لمعايير الجودة ومتطلبات العمل، في حين جاءت العبارة رقم (٩) في الترتيب السابع بنسبة مئوية قدرها (82.99%) وكانت تشير تطور أساليب وتقنيات تحديد الإحتياجات الحالية والمستقبلية للأعضاء، كما جاءت العبارة رقم (١) في الترتيب الثامن بنسبة مئوية قدرها (77.55%) وكانت تشير إلي ترصد كل ما يتعلق بالأحداث الإجتماعية بالبيئة كالعادات والتقاليد والصراعات ويلتزم بالأعراف والتقاليد الإجتماعية.، كما جاءت العبارة رقم (١٠) في الترتيب التاسع بنسبة مئوية قدرها (76.87%) وكانت تشير إلي تتابع كافة المعلومات ذات الطبيعة السياسية والتشريعية بالمجتمع والتي تؤثر على أنشطته...، كما جاءت العبارة رقم (١١) في الترتيب العاشر بنسبة مئوية قدرها (74.15%) وكانت تشير إلي تقوم بالمتابعة المستمرة لتطورات الإحصائيات السكانية وما تفرضه من تحديات على أنشطته وتوسعته المستقبلية .

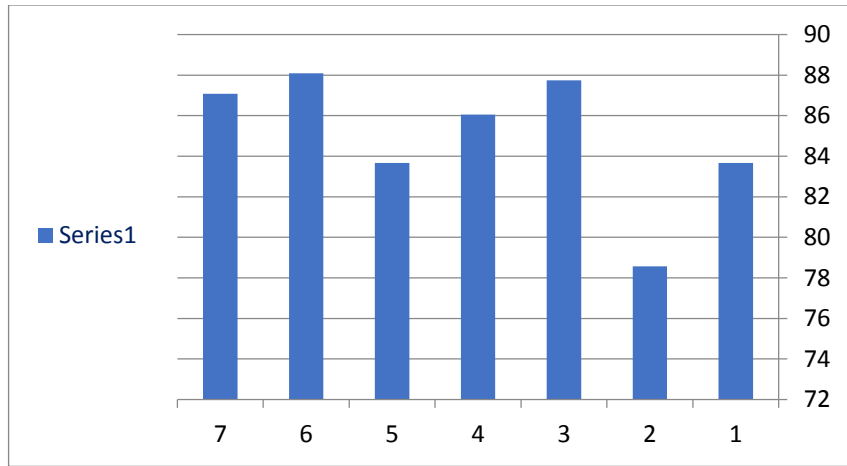
ويعزى الباحث النتيجة السابقة لمحور اليقظة البيئية والذي يوضح اهمية اليقظة البيئية والتي تساعد الإتحاد على مراقبة مستمرة وجمع معلومات بما يتعلق بالتطورات التي تطرا ان كان سياسيا، قانونياً، اجتماعيا، ثقافيا، واقتصاديا وكل ما يؤثر على استراتيجيات الإتحاد

المستقبلية ، لذا يتفق الباحث مع نتائج دراسة" هاجر بلعسل (٢٠١٨) (٣١)، ودراسة " نسرین صلاح الدين محمد (٢٠٢٠)(٣٠) في أهمية دراسة التحليل البيئي في إدراك الفرص والتحديات المحتملة في التحليل البيئي وأهمية معرفة وصفات القوة والضعف. وكذلك تطور أساليب وتقنيات تحديد الإحتياجات الحالية والمستقبلية للاعضاء وتختلف هذه النتائج مع نتائج دراسة (٣٥) (2018) Dawood , fadhliela , Abbas وجود ضعف في اليقظة البيئية وذلك بسبب عدم وجود جهة متابعة مستمرة لتطورات الإحصائيات السكانية وما تفرضه من تحديات على أنشطته وتوسعاته المستقبلية . الإجابة على التساؤل الثاني والذي ينص على : ما درجة توافر الميزة التنافسية ببالإتحاد المصري للتنس؟

جدول (١٥)

الدرجة المقدره والنسبة المئوية لاستجابات العينة في استبيان ما درجة توافر الميزة التنافسية بالإتحاد المصري للتنس المحور الاول: الجودة (ن=٩٨)

الترتيب	النسبة المئوية	الدرجة المقدره	الاستجابات			العبارات	م
			لا	إلى حد ما	نعم		
٥	83.67	246	10	28	60	يُقَدِّمُ الإتحاد اهتمامًا فريدًا بالعاملين وحل المشكلات بدقة.	١
٦	78.57	231	20	23	55	يُوفِّرُ الإتحاد أماكن لتسويق أنشطته وخدماته في نطاقه الجغرافي.	٢
٢	87.75	258	8	20	70	يُوفِّرُ الإتحاد إدارة خاصة للتواصل مع المستفيدين للتعرف إلى أرائهم تجاه مستوى الخدمات والأنشطة المُقدَّمة لهم.	٣
٤	86.054	253	8	25	65	يُطَوِّرُ الإتحاد أسلوب العمل للوصول إلى مقاييس الجودة المحلية.	٤
٥	83.67	246	10	28	60	تساهم أداء وأفكار العاملين بالإتحاد في تطوير وتحسين جودة الخدمات والأنشطة.	٥
١	88.095	259	5	25	68	يسعى الإتحاد إلى وضع معايير وضوابط لعملية تقويم العاملين.	٦
٣	87.074	256	11	16	71	يسعى الإتحاد دائمًا إلى توفير كافة الإمكانيات المالية والبشرية في تجويد العمل الإداري والخدمات المقدمة.	٧
	٨٤,٩٩	١٧٤٩				المجموع الكلي للمحور	



شكل (٥)

النسب المئوية للمحور الجودة

يتضح من جدول (١٥) وشكل (٥) أن النسبة المئوية لاستجابات عينة البحث لعبارة للمحور الجوده حيث تراوحت ما بين (78.57%:88.07%) بينما كانت النسبة المئوية لمجموع المحور (٨٤,٩٩%)

حيث حصلت العبارة رقم (٦) علي الترتيب الاول بنسبة مئوية قدرها (88.09%) وكانت تشير إلي يسعى الاتحاد إلى وضع معايير وضوابط لعملية تقويم العاملين... بينما جاءت العبارة رقم (٣) في الترتيب الثاني بنسبة مئوية قدرها (87.75%) وكانت تشير إلي يُوفّر الاتحاد إدارة خاصة للتواصل مع المستفيدين للتعرف إلى آرائهم تجاه مستوى الخدمات والأنشطة المُقدّمة لهم، بينما جاءت العبارة رقم (٧) في الترتيب الثالث بنسبة مئوية قدرها (87.07%) وكانت تشير إلي يسعى الاتحاد دائماً إلى توفير كافة الإمكانيات المالية والبشرية في تجويد العمل الإداري والخدمات المقدمة. بينما جاءت العبارة (٤) في الترتيب الرابع بنسبة مئوية قدرها (86.05%) وكانت تشير إلي يُطوّر الاتحاد أسلوب العمل للوصول إلى مقاييس الجودة المحلية ، بينما جاءت العبارات رقم (٥،١) في الترتيب الخامس بنسبة مئوية قدرها (83.67%) وأشاروا إلي يُقدّم الاتحاد اهتماماً فريداً بالعاملين وحل المشكلات بدقة. تساهم أداء وأفكار العاملين بالاتحاد في تطوير وتحسين جودة الخدمات والأنشطة، بينما جاءت العبارة رقم (٢) في الترتيب السادس بنسبة مئوية قدرها (78.57%) وتشير إلي يُوفّر الاتحاد أماكن لتسويق أنشطته وخدماته في نطاقه الجغرافي..

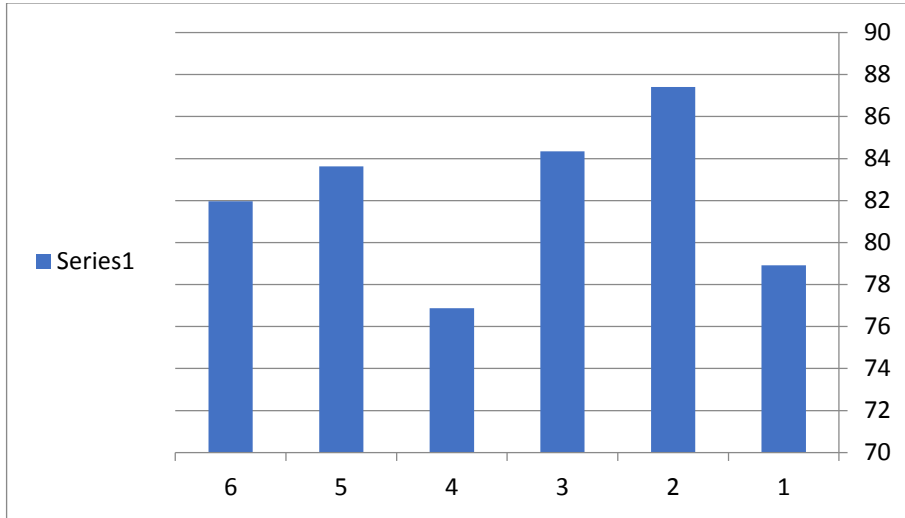
ويعزى الباحث النتيجة السابقة لمحور الجودة في انعكاس جودة المنتج والخدمات التي يقدمها الإتحاد علي تلبية احتياجات العميل وبالتالي تحقيق أفضل عائد من ذلك ، ويتم ذلك من خلال إدراج برامج تدريبية منتظمة في خطة التدريب الإداري للقائمين على العمل به لتحسين الوعي الإداري والفني لديهم، مع محاولة توفير ما يتطلبه العمل من إمكانيات ضرورية لرفع مستوى جودة العمل، حتى يتحقق أفضل عائد من العمل الإداري والفني داخل الإتحاد، وبالتالي من المتوقع أن ينعكس ذلك بشكل إيجابي على رضا المستفيدين من خدمات الإتحاد ، لذا يتفق الباحث مع نتائج دراسة "أمين محمود جعفر" (٢٠٢٠) (٧) التي توضح ضرورة سعي المنظمات الإدارية إلى تحقيق مستوى عالٍ من الجودة في العمل، حيث إن 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.

بينما اختلفت تلك النتائج مع نتائج دراسة " إدريس وائل السنوسي (٢٠١٦) (٥) والتي تبين أن هناك عدم اهتمام بعملية الجودة والتطوير والتحسين في العمل داخل المنظمات وأنها تعاني من نقص الكفاءات الوظيفية المدربة على أكمل وجه.

جدول (١٦)

الدرجة المقدره والنسبة المئوية لاستجابات العينة في استبيان ما درجة توافر الميزة التنافسية بالإتحاد المصري للتنس المحور الثاني: الابداع والإبتكار (ن=٩٨)

م	العبارات	الاستجابات			الدرجة المقدره	النسبة المئوية	الترتيب
		لا	إلى حد ما	نعم			
١	يتيح الإتحاد الفرصة للعاملين على الإبتكار والتجديد والتجريب لمواجهة مشكلات ومعوقات العمل.	20	22	56	78.91	٦	
٢	يعمل الإتحاد على تطوير وتعديل خدماته للعملاء بما يتناسب مع ما يقدمه الإتحادات الأخرى المنافسة له.	6	25	67	87.41	١	
٣	يُحدّث الإتحاد باستمرار وسائل الاتصال مع العملاء .	10	26	62	84.35	٣	
٤	يعمل الإتحاد على استحداث خدمات وأنشطة جديدة تناسب تطلعات المستفيدين.	20	28	50	76.87	٢	
٥	يتبع الإتحاد الأساليب الحديثة في الترويج لخدماته.	10	28	60	83.63	٤	
٦	يُشجّع مجلس الإدارة الفئات المختلفة على الإبتكار والتجديد في أساليب أداء العمل.	10	33	55	81.97	٥	
المجموع الكلي للمحور							
		١٤٥٠	٨٢,٢٠				



شكل (٦)

النسب المئوية للمحور الإبداع والإبتكار

ينضح من جدول (١٦) وشكل (٦) أن النسبة المئوية لاستجابات عينة البحث لعبارة محور الإبداع و الإبتكار حيث تراوحت ما بين (78.91%:87.41%) بينما كانت النسبة المئوية لمجموع المحور (٨٢,٢٠%)

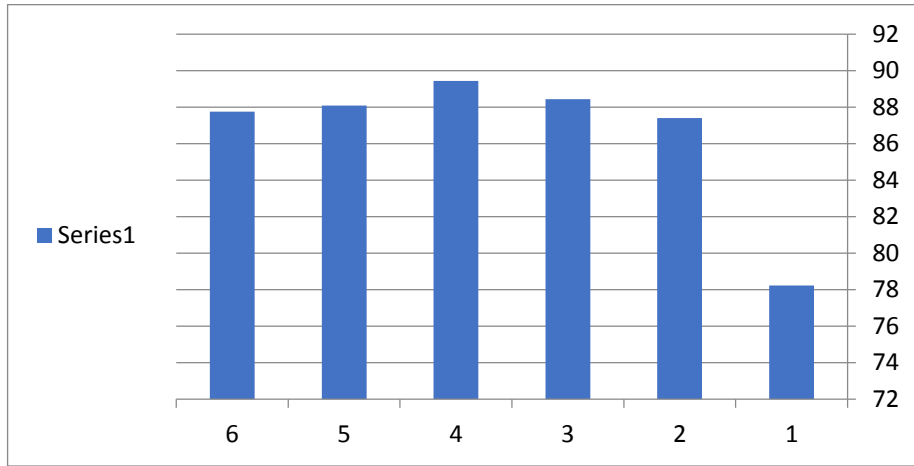
حيث حصلت العبارة رقم (٢) علي الترتيب الاول بنسبة مئوية قدرها (87.41%) وكانت تشير إلي يعمل الاتحاد على تطوير وتعديل خدماته للعملاء بما يتناسب مع ما يقدمه الاتحادات الأخرى المنافسة له، بينما جاءت العبارة رقم (٤) في الترتيب الثاني بنسبة مئوية قدرها (83.63%) وكانت تشيرإلي عمل الاتحاد على استحداث خدمات وأنشطة جديدة تناسب تطلعات المستفيدين، بينما جاءت العبارة رقم (٣) في الترتيب الثالث بنسبة مئوية قدرها (84.35%) وكانت تشيرإلي يُحدّث الاتحاد باستمرار وسائل الاتصال مع العملاء. بينما جاءت العبارة (٥) في الترتيب الرابع بنسبة مئوية قدرها (83.63%) وكانت تشير إلي يتبع الاتحاد الأساليب الحديثة في الترويج لخدماته، بينما جاءت العبارة رقم (٦) في الترتيب الخامس بنسبة مئوية قدرها (81.97%) وتشير إلي يُشجّع مجلس الإدارة الفئات المختلفة على الابتكار والتجديد في أساليب أداء العمل.، بينما جاءت العبارة رقم (١) في الترتيب السادس بنسبة مئوية قدرها (78.91%) وتشير يتيح الاتحاد الفرصة للعاملين على الابتكار والتجديد والتجريب لمواجهة مشكلات ومعوقات العمل.

ويعزي الباحث أهمية محور الابداع والابتكار في قدرة الاتحاد أن يقوم بتضمين المعلومات التقنية والعلمية والمعارف الجديدة الخاصة بنشاط الاتحاد بشكل دوري، وبإمكانية تفاعلية مع المستفيدين قدر الإمكان، بحيث يمكن من خلالها إيجاد حلول لبعض المشكلات التنظيمية والإدارية التي قد تواجه أنشطة الاتحاد، وبحيث يكون للجانب المعرفي إسهام مستمر في إثراء القدرات الإبداعية للقائمين على العمل بشكل مستمر، ويتيح إيجاد مزايا تنافسية حاسمة لصالح الاتحاد، ويتفق الباحث في ذلك مع ما أشار إليه محمد أحمد أبو بكر (٢٠١٥)(٢٤) ، إدريس وائل السنوسي (٢٠١٦) (٥) من أن توافر المعلومات والبيانات المختلفة داخل المنظمة يعد عاملاً هاماً في تحقيق الميزة التنافسية الأفضل للمزيج التسويقي. كما أنه من أهم الجوانب التي يمكن من خلالها قياس الميزة التنافسية استخدام الاتحاد للوسائل التكنولوجية، الحديثة وإتباع الأساليب الحديثة للترويج عن الاتحاد والجانب الرياضي بالاتحاد، والميزات التنافسية للجوانب الإدارية والتنظيمية والاجتماعية والثقافية بالاتحاد. كما يتفق مع دراسته محمد سليمان محمد (٢٠٢٠)(٢٥) أهمية توافر الإبداع المعرفي داخل المنظمات حيث يساعد ذلك في تحقيق أفضل النتائج الإيجابية والفعالة. تشير إلى ضرورة الأخذ بزمام المبادرة في تبنى الأفكار والأساليب الجديدة، والبحث عن حلول لها في نفس الوقت الذي يكون فيه الفرد على استعداد لتحمل المخاطرة الناتجة عن الأعمال التي يقوم بها، ويكون لديه الاستعداد لتحمل المسؤولية المترتبة على ذلك.

جدول (١٧)

الدرجة المقدره والنسبة المئوية لاستجابات العينة في استبيان ما درجة توافر الميزة التنافسية بالاتحاد المصري للتنس المحور الثالث: المرونة (ن=٩٨)

م	العبارات	الاستجابات			الدرجة المقدره	النسبة المئوية	الترتيب
		لا	إلى حد ما	نعم			
١	يوأكب الاتحاد التغيرات السريعة في السوق الرياضى ويقتضى الفرص المتاحة.	23	18	57	78.23	٦	
٢	يستجيب الاتحاد بسرعة للتغيرات فى حاجات المستفيدين المتجددة.	6	25	67	87.41	٥	
٣	يستجيب الاتحاد لمقترحات وأفكار عملائه فى تطوير الأنشطة.	4	26	68	88.45	٣	
٤	تتوفر بالاتحاد سياسات مرنة تسمح بمواجهة التغيرات الطارئة.	3	25	70	89.45	١	
٥	يستجيب إدارة الاتحاد بسرعة للتغيرات فى حاجات المستفيدين المتجددة.	6	23	69	88.095	٢	
٦	يوفر الاتحاد هيكلًا تنظيميًا يتصف بالمرونة مما يمكن العاملين من الإبداع فى العمل.	8	20	70	87.75	٤	
المجموع الكلى للمحور		١٥٢٧	٨٦,٥٦				



شكل (٧)

النسب المئوية للمحور المرنة

يتضح من جدول (١٧) وشكل (٧) أن النسبة المئوية لاستجابات عينة البحث لعبارة محور المرنة حيث تراوحت ما بين (78.23%:89.45%) بينما كانت النسبة المئوية لمجموع المحور (٨٦,٥٦%)

حيث حصلت العبارة رقم (٤) علي الترتيب الاول بنسبة مئوية قدرها (89.45%) وكانت تشير إلي تتوفر بالاتحاد سياسات مرنة تسمح بمواجهة التغيرات الطارئة.. بينما جاءت العبارة رقم (٥) في الترتيب الثاني بنسبة مئوية قدرها (88.09%) وكانت تشيرإلي يستجيب إدارة الاتحاد بسرعة للتغيرات في حاجات المستفيدين المتجددة. ، بينما جاءت العبارة رقم (٣) في الترتيب الثالث بنسبة مئوية قدرها (88.45%) وكانت تشيرإلي يستجيب الاتحاد لمقترحات وأفكار عملائه في تطوير الأنشطة. بينما جاءت العبارة (٦) في الترتيب الرابع بنسبة مئوية قدرها (87.75%) وكانت تشير إلي يُوفّر الاتحاد هيكلًا تنظيميًا يتصف بالمرونة مما يَمكّن العاملين من الإبداع في العمل..، بينما جاءت العبارة رقم (٢) في الترتيب الخامس بنسبة مئوية قدرها (87.41%) وتشير إلي يستجيب الاتحاد بسرعة للتغيرات في حاجات المستفيدين المتجددة...، بينما جاءت العبارة رقم (١) في الترتيب السادس بنسبة مئوية قدرها (78.23%) وتشير إلي يواكب الاتحاد التغيرات السريعة في السوق الرياضي ويقتضي الفرص المتاحة..

ويعزي الباحث أهمية محور المرونة في قدرة الاتحاد علي الإستجابة السريعة للتغيرات التي قد تحدث في تصميم المنتجات وبما يلائم حاجات العملاء المتجددة وبالتالي هي أساس لتحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة ، لذلك ينفق الباحث مع ما أشاره "سوانويك Swanwick" (2005)(48) أن تحقيق الميزة التنافسية في المؤسسات يتطلب توافر مقومات عدة أهمها بناء خطة إستراتيجية متكاملة مرنة تعبر عن التوجهات الرئيسة للمنظمات و تتضمن رؤية المنظمة ورسالتها وأهدافها الإستراتيجية، منظومة متكاملة من السياسات التي تحكم عمل المنظمة وتُنظَّم عملها ، هياكل تنظيمية مرنة تؤكد اللامركزية الإدارية، نظام متطور لإدارة الموارد البشرية.

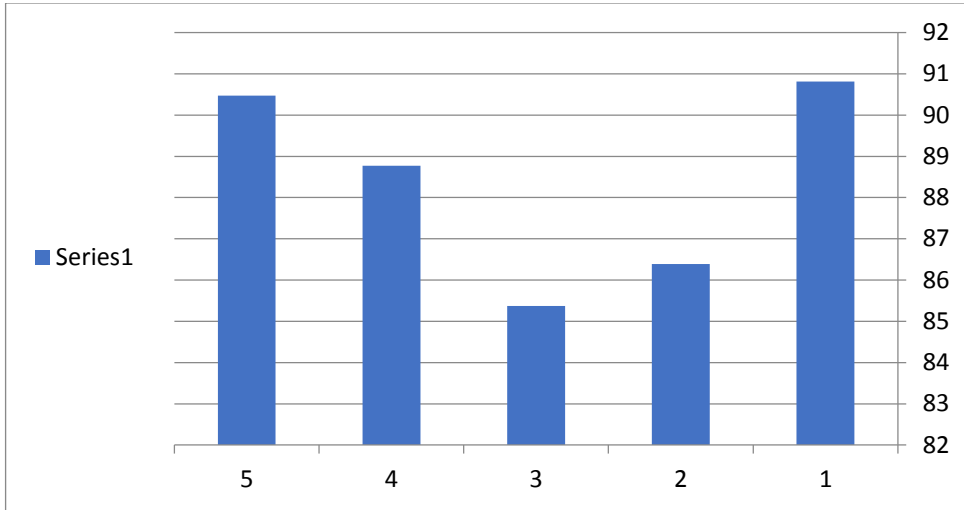
وتختلف تلك النتائج مع نتائج دراسة " (45) (2014) Savescu, Dan والتي أشارت إلى أن عملية الميزة التنافسية يوجد بها صعوبات في تحقيقها وأن المرونة الحالية المستخدمة في القرارات الإدارية تُعدُّ مُعَوِّفًا في تحقيق الميزة التنافسية في قطاع الصناعات.

جدول (١٨)

الدرجة المقدره والنسبة المئوية لاستجابات العينة في استبيان ما درجة توافر الميزة التنافسية بالاتحاد .

المصري للتنس المحور الرابع: التميز (ن=٩٨)

م	العبارات	الاستجابات			الدرجة المقدره	النسبة المئوية	الترتيب
		لا	إلى حد ما	نعم			
١	الخدمات والأنشطة المقدمة من قبل الاتحاد لها القدرة في التأثير على إقبال المستفيدين.	2	23	73	90.81	١	
٢	الاتحاد يعمل على التحسين والتطوير المستمر للوفاء بتوقعات المستفيدين.	7	26	65	86.39	٤	
٣	الخدمات والأنشطة المقدمة للمستفيدين من قبل الاتحاد لها قيمة وفاعلية من وجهة نظر المستفيدين.	8	27	63	85.37	٥	
٤	يتبنى الاتحاد أساليب وإجراءات إدارية تعمل على توفير التميز للخدمات والأنشطة التي يقدمها للمستفيدين.	4	25	69	88.77	٣	
٥	يدرس الاتحاد بشكل سريع التغيرات المستمرة في رغبات واحتياجات المستفيدين.	2	24	72	90.47	٢	
المجموع الكلي للمحور							
					١٢٩٩	٨٨.37	



شكل (٨)

النسب المئوية للمحور التمييز

يتضح من جدول (١٨) وشكل (٨) أن النسبة المئوية لاستجابات عينة البحث لعبارات لمحور المرونة حيث تراوحت ما بين (85.36%:90.81%) بينما كانت النسبة المئوية لمجموع المحور (٨٨,٣٧%)

حيث حصلت العبارة رقم (١) على الترتيب الاول بنسبة مئوية قدرها (90.81%) وكانت تشير إلى الخدمات والأنشطة المقدمة من قبل الاتحاد لها القدرة في التأثير على إقبال المستفيدين. بينما جاءت العبارة رقم (٥) في الترتيب الثاني بنسبة مئوية قدرها (90.46%) وكانت تشير إلى يدرس الاتحاد بشكل سريع التغيرات المستمرة في رغبات واحتياجات المستفيدين. بينما جاءت العبارة رقم (٤) في الترتيب الثالث بنسبة مئوية قدرها (88.77%) وكانت تشير إلى يتبنى الاتحاد أساليب وإجراءات إدارية تعمل على توفير التميز للخدمات والأنشطة التي يقدمها للمستفيدين.. بينما جاءت العبارة (٢) في الترتيب الرابع بنسبة مئوية قدرها (86.39%) وكانت تشير إلى الاتحاد يعمل على التحسين والتطوير المستمر للوفاء بتوقعات المستفيدين. بينما جاءت العبارة رقم (٣) في الترتيب الخامس بنسبة مئوية قدرها (85.37%) وتشير إلى الخدمات والأنشطة المقدمة للمستفيدين من قبل الاتحاد لها قيمة وفاعلية من وجهة نظر المستفيدين.

ويعزي الباحث أهمية محور التميز في قدرة الاتحاد على الإستجابة السريعة للتغيرات التي قد تحدث في تصميم المنتجات وبما يلائم حاجات العملاء المتجددة وبالتالي هي أساس لتحقيق

الميزة التنافسية للمؤسسة ، ويتفق الباحث مع ما توصل إليه "محمود رجائي (٢٠١٦) (٢٧) والتي أشارت نتائج أن تميز الاتحادات الرياضية يتوافق على تميز البرامج الإدارية والفنية المقدمة من الاتحاد المسئول عن رياضة التنس والذي بدوره تطويرها وتحسينها.

بينما اختلفت تلك النتائج مع نتائج دراسة "محمد فلاق" (٢٠١٠) (٢٦) والتي تشير إلى غياب بعض جوانب التميز المؤسسي لدى مؤسسات الاتصالات داخل الأزدي مما يؤثر بالسلب في تميزها وتحقيقها للميزة التنافسية ذات كفاءة

وبذلك قد يكون تم الإجابة على التساؤل الثاني والذي ينص علي ما درجة توافر الميزة التنافسية بالاتحاد المصري للتنس؟ الإجابة علي التساؤل الثالث : ما العلاقة الارتباطية بين اليقظة الإستراتيجية والميزة التنافسية بالاتحاد المصري للتنس؟

جدول (١٩)

معاملات الارتباط "بيرسون" بين اليقظة الإستراتيجية ومحاوره وتحقيق الميزة التنافسية بالاتحاد المصري للتنس

اليقظة الإستراتيجية					المقياس	الميزة التنافسية
الدرجة الكلية	اليقظة البيئية	اليقظة التنافسية	اليقظة التسويقية	اليقظة التكنولوجية		
٠,٥٢٥	٠,٦٥٥	٠,٥٢٣	٠,٥٤٥	٠,٦٢٥	الجودة	
٠,٥٥٣	٠,٥٣٢	٠,٥٦٤	٠,٦١٢	٠,٥٣٨	الإبداع	
٠,٥٥٤	٠,٥٥٩	٠,٦٥١	٠,٥٤٨	٠,٥٥٢	المرونة	
٠,٥٦٥	٠,٦٥٦	٠,٦٥٠	٠,٥٥٢	٠,٥٤٩	التميز	
٠,٥٥٢	٠,٥٦٧	٠,٥٢٢	٠,٥٢٥	٠,٥٢٥	الدرجة الكلية	

* مستوى الدلالة عند مستوى ٠,٠٥=٠,٤٤

يتضح من جدول (١٩) ما يلي:

توجد علاقة ارتباطية موجبة (طردية) ذات دلالة إحصائية بين اليقظة الإستراتيجية وتحقيق الميزة التنافسية داخل الإتحاد المصري للتنس، فكما توضح النتائج أنه كلما كانت اليقظة الاستراتيجية متوافراً بشكل أكبر كلما زاد مستوى الميزة التنافسية داخل الإتحاد المصري للتنس.

وتشير هذه النتائج إلى أنه كلما كان ارتفعت درجة الإهتمام من ذوي المسؤولية بتنمية اليقظة الاستراتيجية بمحاورها المختلفة لدي العاملين بالإتحاد المصري للتنس، من خلال دعم وتحفيز العاملين على إتخاذ القرارات الإيجابية الفعالة، مع توفير البيانات والمعلومات الضرورية لذلك، وتوفير بيئة عمل مادية تتوافر فيها الوسائل التكنولوجية الحديثة مع إستمرار تطويرها، كما ينبغي ان يكون الهيكل التنظيمي متسماً بالمرونة وتوفير مساحة أكبر لتوسيع الصلاحيات ونقلها، فقد تشكل هذه الإجراءات دعماً أكبر للميزة التنافسية للإتحاد، في ضوء العلاقة الطردية الموجبة بين اليقظة الاستراتيجية والميزة التنافسية للإتحاد.

ويتفق الباحث في هذا مع ما توصلت إليه نتائج دراسة أحمد إسماعيل (٢٠١٤) (١) من أنه كلما كان الإهتمام باليقظة الاستراتيجية متوفر لدى العاملين بالإتحاد، سوف يؤدي ذلك إلى تحقيق ميزة تنافسية له من خلال القدرة على تقديم الخدمات بصورة إيجابية وأكثر فاعلية . وبهذا يكون الباحث قد أجاب على التساؤل الثالث للبحث والذي ينص على " هل توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين اليقظة الإستراتيجية وتحقيق الميزة التنافسية داخل بالإتحاد المصري للتنس؟ " ويكون الهدف الثالث للبحث قد تحقق.

الإستنتاجات:

- في ضوء هدف البحث وتساؤلاته ومعالجته الإحصائية ونتائج البحث توصلت الباحثة إلى الإستنتاجات التالية:
- ١- تحديد أبعاد اليقظة الإستراتيجية تنازلياً اليقظة (التنافسية- التكنولوجية - البيئية -التسويقية)
 - ٢- تحديد أبعاد الميزة التنافسية تنازلياً ميزة (التميز - المرونة - الجودة - الإبداع والإبتكار).
 - ٣- وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين اليقظة الإستراتيجية والميزة التنافسية بالإتحاد المصري للتنس.
 - ٤- ايمان إدارة الإتحاد المصري للتنس بأن تطبيق الافكار الابداعية سوف يقود الإتحاد إلي تقديم خدمات جديدة للعاملين بما يعزز الميزة التنافسية بها.
 - ٥- حرص إدارة الإتحاد المصري للتنس علي أخذ زمام المبادرة في تلبية إحتياجات ورغبات العملاء حيث يسعى الإتحاد إلي ان يكون هو المحرك الاول نحو السوق

في طرح خدمات جديدة كما انها تعمل علي توفير خطط للطوارئ للتعامل مع السيناريوهات المختلفة.

٦- اهتمام إدارة الإتحاد المصري للتنس بامتلاك كافة الخبرات والمعارف التي تخص اعمالها ، كما أنها تعمل علي توفير كافة الوسائل التي تساعد علي اصال المعلومات إلي مختلف المستويات التنظيمية.

التوصيات:

في ضوء في ضوء هدف البحث وتساؤلاته ومعالجته الإحصائية ونتائج البحث توصلت الباحثة إلى التوصيات التالية:

١- ضرورة أن يتبنى الإتحاد المصري للتنس ثقافة اليقظة الاستراتيجية وتطوير الياتها واعتمادها كمنهجية عمل مستمرة ومتكاملة من أجل إتخاذ القرارات وإعداد الأستراتيجيات المستقبلية من خلال اقتناص الفرص وتجنب اي تهديدات يمكن أن يتعرض لها.

٢- أن يقوم الإتحاد المصري للتنس ببناء نظم معلومات متكامل من خلال قاعدة بيانات يمكن من خلالها توظيف المعلومات بأفضل وافضل الطرق، حيث يمكن من حمل هذه البيانات مواجهة اية ازمات وسرعة اتخاذ القرارات المالية لهم في العمل ورطاقهم المختلفة على حدوث تلك الأزمات المتوقع

٣- ضرورة تصميم برامج تسويقية والاهتمام ببحوث التسويق لتعزيز ثقة الأعضاء والمستفيدين الداخليين والخارجيين.

٤- ضرورة الإهتمام بتوفير قاعدة بيانات شاملة ومتاحة تسهل في عملية إتخاذ القرارات .

٥- العمل على توفير كافة الأمكانات المادية والبشرية لتجويد العمل الإداري والخدمات المقدمة بالإتحاد المصري للتنس.

٦- العمل على حل مشكلات داخل بيئة الإتحاد بطرق إبداعية وغير تقليدية .

٧- ضرورة إستخدام الأساليب الإدارية الحديثة كاليقظة الإستراتيجية وغيرها كمدخل لدعم الميزة التنافسية بالإتحاد المصري للتنس.

قائمة المراجع

أولاً : المراجع العربية :

- ١- أحمد إسماعيل : الميزة التنافسية لتطوير الأندية الرياضية المصرية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التربية الرياضية للبنين ، جامعة حلوان ، القاهرة، ٢٠١٤ م .
- ٢- أحمد الحنيطي ، مرزوق القعيد: أثر الهياكل التنظيمية في تحقيق الميزة التنافسية دراسة ميدانية في المؤسسات الصناعية والخدمات في الأردن، المجلة الأردنية لإدارة الأعمال، ١٥، ١، ٢٠١٩ م
- ٣- أحمد بورباله: دور اليقظة التكنولوجية في تحسين تنافسية المؤسسة – دراسة حالة في مؤسسة إتصالات الجزائر ، رسالة ماجستير جامعة محمد خضير ، الجزائر، ٢٠١٥ م.
- ٤- أحمد جلال سليم إسماعيل : واقع إدارة الإبداع كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية بالإتحاد المصري للسلاح، مجلة أسيوط لعلوم وفنون التربية الرياضية ، ع ٥٢ ، مجلد ٣، ٢٠١٨ م.
- ٥- إدريس وائل السنوسي : أثر الحوكمة في تحقيق الميزة التنافسية دراسة ميدانية في المستشفيات الخاصة في مدينة عمان رسالة ماجستير كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط ، الأردن ، ٢٠١٦ م .
- ٦- أميرة نعمة الكيلاني ،كوثر حميد الموسوي، رافد حميد الجدرأوى : اليقظة الإستراتيجية ودورها في تحقيق التميز التسويقي للمنظمة، مجلة كلية التربية للبنات ، جامعة الكوفة،، ع ٢٢ ، مجلد ١٢ ، ٢٠١٨ م.
- ٧- أمين محمود جعفر : دور التوجه الريادي في دعم الميزة التنافسية بالأندية الرياضية بجمهورية مصر العربية، المجلة العلمية للتربية البدنية وعلوم الرياضة كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان ع ٨٩ .
- ٨- بوذن، جميلة: دور اليقظة الإستراتيجية كنظام معلومات في تحسين اتخاذ القرارات في المنظمات .مجلة المثقال للعلوم الاقتصادية والإدارية : جامعة العلوم الإسلامية العالمية - عمادة البحث العلمي، مج ٥، عدد خاص ، ١٧٧-١٨٨ ، ٢٠١٩ م
- ٩- جابر عبد الحميد محمددين : أثر اليقظة الإستراتيجية في تحسين الخدمات الصحية ،دراسة ميدانية على المستشفيات الأهلية، رسالة ماجستير، كلية الإدارة والتمويل ، جامعة الأقصى، فلسطين، ٢٠٢١ م .
- ١٠- جميلة عبدالله الدالي : أثر الميزة التنافسية في تحقيق الفرص التسويقية ، رسالة دكتوراة ، كلية الدراسات العليا واتلبحث العلمي ، جامعة شاندى ، السودان ، ٢٠١٩ م.
- ١١- حازم عبدالعظيم، أشرق السيد: تصور مقترح لتحقيق الميزة التنافسية في الأنشطة الطلابية بإدارة رعاية شباب الجامعات المصرية، مجلة أسيوط لعلوم وفنون التربية الرياضية ، كلية التربية الرياضية ،جامعة أسيوط ، ع ٤٢ ، مج ٢٠١٦ م.

- ١٢- حسن أحمد الشافعي، عبد الرحمن أحمد سيار، عبد الرحمن محمد مجاهد : إدارة المواهب البشرية وعلاقتها بتعزيز الميزة التنافسية لبعض الاتحادات الرياضية المجتمعيين المصري والبحريني، بحث منشور، مجلة جامعة فلسطين التقنية للأبحاث، ٢٠١٩م.
- ١٣- حسين على إبراهيم ، "فضيلة سليمان داوود" (٢٠١٧) "اليقظة الإستراتيجية ودورها
في تحسين مستوى الخدمات التمريضية بحث تطبيقي بمستشفى غازي ، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، ع٩٦، مج٢٠١٧، ٢٣م.
- ١٤- زيد محمود : اليقظة الإستراتيجية وتأثيرها في النجاح التنظيمي بحث إستطلاعي في شركة الفارس العامة وزارة الصناعة، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، مجلد ٣، ع٩٦، جامعة الفلوجة ، العراق، ٢٠١٧م.
- ١٥- سمير سليمان الجمل : اليقظة الإستراتيجية في الجامعات الفلسطينية في جنوب الضفة الغربية وعلاقتها بتحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر الأكاديمين فيها، مجلة دفاثر البحوث العلمية، ع٢٤، مجلد ٨، ٢٠٢٠م.
- ١٦- سمير عبداللطيف : التخطيط الإستراتيجي كأداة لتحقيق الميزة التنافسية بالأندية الرياضية، مجلة علوم الرياضة، كلية التربية الرياضية، جامعة المنيا ، ع٢٤، ج١، ٢٠١٦م.
- ١٧- شرف الدين على شقيفات : دور إستراتيجيات التسويق في تحسين الميزة التنافسية دراسة حالة البنك الزراعي السوداني، رسالة ماجستير، كلية الدراسات العليا ، جامعة النيلين، السودان، ٢٠٢٠م
- ١٨- صفاء على محمود : أثر الإدارة الإلكترونية على الميزة التنافسية بالتطبيق على شركة ام تي ان للاتصالات الخرطوم، رسالة ماجستير، كلية العلوم الإدارية، جامعة أم درمان الإسلامية ، السودان، ٢٠١٦م.
- ١٩- عائشة مصباح : "دور اليقظة الإستراتيجية في تطوير الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية دراسة حالة بالمديرية التهوية للشرق لمتعامل الهاتف النقال اوريدو، مجلة الدراسات الاقتصادية ، مجلد٦، ع١٤، ٢٠١٩م.
- ٢٠- علاوي، نصيرة. : اليقظة الاستراتيجية كعامل للتغيير في المؤسسة دراسة حالة مؤسسة موبيليس، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أبو بكر بالقائد بتلمسان، الجزائر، ٢٠١١م .
- ٢١- عايض بن شافي الأكلبي : العلاقة بين اليقظة الاستراتيجية وحوكمة لجمعات السعودية وفق مضامين رؤية المملكة العربية السعودية ٢٠٣٠، مجلة جامعة الشقراء، مجلد ١٢، ٢٠١٩م.
- ٢٢- كوثر حميد الموسوي: اليقظة الاستراتيجية ودورها في تحقيق التميز التسويقي للمنظمة، دراسة استطلاعية لاراء عينة من العاملين في معمل سمنت الكوفة الجديد، مجلة كلية التربية ، للعلوم الانسانية، مجلة علمية فصلية محكمة تعنى بالأبحاث الانسانية، ٢٠١٨م.

- ٢٣- لمياء حليمي ، ياسمين دروازي : دور اليقظة الإستراتيجية في خلق الميزة التنافسية مجلة ابعاد إقتصادية كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، جامعة محمد بواقرة ، العدد ٧ ، ٢٠١٧م.
- ٢٤- محمد أحمد أبو بكر : إدارة التغيير ودورها في تحقيق الميزة التنافسية دراسة تطبيقية على شركات الإتصال في دولة ليبيا ، رسالة دكتوراة، كلية الدراسات العليا، جامعة العلوم الإسلامية العالمية ، الأردن، ٢٠١٥م .
- ٢٥- محمد سليمان محمد : تطبيق أسلوب سيجما كأداة لتحقيق الميزة التنافسية بالاتحاد المصري للتنس الأهلية، مجلة علوم وفنون الرياضة ، كلية التربية الرياضية للبنات ، جامعة حلوان ، ع ٤٦ ، مجلد ٤٦ ، ٢٠٢٠م .
- ٢٦- محمد علي فلاق: عمليات الإدارة المعرفة وتأثيرها في تحقيق الميزة التنافسية دراسة حالة لمجموعة الاتصالات الأردنية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأردن، ٢٠١٠م
- ٢٧- محمود رجائي محمد: إستراتيجية مقترحة للنهوض برياضة الكرة الطائرة بجمهورية مصر العربية، المجلة العلمية للتربية البدنية وعلوم الرياضة، كلية التربية الرياضية للبنين بالهرم، جامعة حلوان، العدد (٧٧)، الجزء (٢)، ٢٠١٦م.
- ٢٨- مريم بلجاح : أثر اليقظة الإستراتيجية على أداء المنظمة دراسة ميدانية على الشركات الدوائية الأردنية، رسالة ماجستير، كلية إدارة المال والأعمال، الأردن، ٢٠١٣م.
- ٢٩- مصطفى عنتر زيدان فرج :لتعزيز ممارسات اليقظة الإستراتيجية وأثرها في الأداء الإستراتيجي بالاتحاد المصري لرفع الأثقال، مجلة أسبوط لعلوم التربية الرياضية ، مج ٣ ، ع ٥٧٤ ، ٢٠٢١م.
- ٣٠- نسرين صلاح الدين محمد: ممارسات اليقظة الإستراتيجية بجامعة السلطان قابوس ، كلية التربية في العلوم التربوية ، جامعة عين شمس ، العدد ٤ – مج ٤ ، ٢٠٢٠م.
- ٣١- هاجر بلعسل: مساهمة اليقظة الإستراتيجية في تطوير المؤسسة – دراسة حالة مؤسسة إتصالات الجزائر – رسالة ماجستير – كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير – جامعة عبد الحميد بن باديس – مستنم – الجزائر، ٢٠١٨م.

ثانياً : المراجع الأجنبية :

- 33- Alshear, sawsan A (2020) – The effect of strategic vigilance on organizational Ambidexterity in Jordanian Commercial Banks, modern Applied science, vo14,No6.
- 34- Boldean Dona Maria (2009): Strategic and Financial performance using business intelligence solutions, annals of university of Oradea, economic science series.
- 35- Caron Fasan, marie Laurence, Lesca humbert (2014): E-Learning Pour la formation et L'accom payement des chefs.

- 36- Dawood , fadhiela , Abbas (2018) : THE role of strategic vigilance in the operational performance of the banking sector Field search sample of private banks, European journal of Business and management 10(21)-1-18
- 37- Day shoemaker, GS (2020) : How vigilant companies Gain and Edge in Turbulent Times, Mit solan. Management review 16(2), 56-64
- 38- Faries Ali: (2020) The Blind spots leadership and its effect in achieving the strategic vigilance, The journal of research on the lepidoptera, 51(2), 572-588
- 39- Ferreira,F, Faria (2017): Product lifecycle management in knowledge intensive collaborative environments an application to automotive industry , international journal of information management, 7(1),pp447- 487.
- 40- Gauzelin, Sophian and Bentz, Hugo(2017) : An examination of the impact ofbusiness intelligence systems on organizational descion making and performance, The case of France, Journa of intelligence studies in Business, VOL7,NO2 PP40-50
- 41-Gerry, Johnson:(.Al, Strategies, me Editions, Pearson Education France), France, , P٣,٢٠١١ .
- 42- Mugh Macmillan,Mahen: Strategic Management Process, Coutent, and implementation, Oxford, Press, 2009
- 43- Marjaini A.B& Ali Zadeh , F. The impact of empowerment and customers satisfaction in Nigeria, Australian journal of Business and management research(2014),
- 44- Ogankaya, Banjo (2015) Dynamic capabilities and competitive advantage an analysis of the Nigeria Banking sector, The journal of Accounting and management ,27(4)PP412-43
- 45- Poon, S,W (2013) : Sharpening competitive edgethrough procurement innovation: Prespectives from Chinese



- international construction companies, journal of
construction
engineering and management 139(3),347-357
- 46- Savescu, Dan (2014) : Aspects regarding the competitive strategy
in
companies with technology vigilance, scientific Bulletin
seriece, Fascicle mechanics tribology, machine
manufacturing
technology ,5(28),85-8.5
- 47 -Sheen (2017) Strategic intelligence : The Cognitive capability to
anticipate competation beha vior, Administer
- 48 -Srivastava Mukeh, Franklin andy & Martinette Louis (2013)
Building a sustainable competitive advantage, journal of
technology management,innovation.
- 49- Swanwick, H.: Introducing the fundamental concepts of integrating
for Excellence, Vol. (1)., No (1), 2005