

أثر اليقظة الاستراتيجية على تحقيق الميزة التنافسية: دراسة ميدانية على بعض المصارف التجارية العاملة بمدينة الأبيض

*The impact of strategic vigilance on achieving competitive
advantage : A field study on commercial banks operating in El-
Obeid city*

إعداد:

د. عبد العزيز حسن عبد العزيز آدم: كلية الإقتصاد والدراسات التجارية، جامعة كردفان، السودان

د. مجاهد عبدالقادر فضل السيد إبراهيم: كلية الإقتصاد والدراسات التجارية، جامعة كردفان، السودان

د. مصطفى آدم محمد أبكر: كلية الإقتصاد والدراسات التجارية، جامعة كردفان، السودان

Prepared by:

Dr. Abdel Aziz Hassan Abdel Aziz Adam: Faculty of Economics and Business Studies, University of Kordofan, Sudan

Dr. Mujahid Abdel Qader Fadl Al-Sayed Ibrahim: Faculty of Economics and Commercial Studies, University of Kordofan, Sudan

Dr. Mustafa Adam Mohamed Abkar: Faculty of Economics and Business Studies, University of Kordofan, Sudan

المستخلص:

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر اليقظة الاستراتيجية على تحقيق الميزة التنافسية بالمصارف العاملة بمدينة الأبيض. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي. اعتمدت الدراسة على عينة عشوائية بسيطة، وصممت (أداة) استبانة لجمع البيانات حيث تم توزيع عدد (75) استبانة استردت منها (72) استبانة بنسبة 96% توصلت الدراسة إلى أبرزها وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين اليقظة الاستراتيجية بأبعادها (اليقظة التنافسية التجارية التكنولوجية) والميزة التنافسية بأبعادها (المرونة، الاستجابة للعميل). أوصت الدراسة الإهتمام باليقظة التنافسية لأنها تعرف المصارف محل الدراسة على الفهم لخطط المنافسين وبالتالي التغلب عليها، كما توصي بزيادة الإهتمام باليقظة التجارية لأنها تمكن المصارف من الفهم الدقيق لمتطلبات العملاء والعمل على تلبيتها وأيضاً توصي بتبني مفهوم اليقظة التكنولوجية حيث يؤدي إلى استكشاف إبتكارات غير مستخدمة بالمصارف.

الكلمات المفتاحية: اليقظة الاستراتيجية- الميزة التنافسية- المرونة- الاستجابة للعميل.

ABSTRACT:

The study aimed to identify the impact of strategic vigilance on achieving competitive advantage in banks operating in El Obeid City. The study used the descriptive analytical method. The study relied on a simple random sample, and a sample questionnaire was designed to collect data, where (75) questionnaires were distributed, of which (72) questionnaires were retrieved at a rate of 96%. Technology) and the competitive advantage in its dimensions (flexibility, responsiveness to the customer). The study recommended paying attention to competitive vigilance because it teaches the banks under study to have a good understanding of competitors' plans and thus to overcome them. It also recommends adopting the concept of technological awakening, as it leads to the exploration of unused innovations in banks.

Keywords: Strategic vigilance - competitive advantage - flexibility - responsiveness to the customer

المقدمة:

ساهمت التطورات في ايجاد تحديات تنافسية كبيرة نتيجة عولمة النشاط المصرفي وتحديث الخدمات المالية والمصرفية، لتلقي بتحدياتها علي عاتق الادارة المصرفية للتكيف مع هذه المتغيرات ومواجهة اثارها السلبية والاستفادة من المكاسب التي تحققها، واصبح تطوير الخدمات المصرفية المتلاحقة في مجال الصناعة المصرفية الحديثة والاهتمام بجودة الخدمات وتحقيق رغبات العملاء احد المداخل الرئيسية لزيادة وتطوير القدرة التنافسية للمصارف (معلا، 2005م)

يعتبر نظام اليقظة الاستراتيجية احد اهم الانظمة المعلوماتية التي توفر للمؤسسة المعلومات المناسبة حول بيئتها، حيث اصبحت المعلومة سلاح استراتيجي يدعم بقاء ونمو واستمرارية المنظمة في سوق العمل، لذا فتحليل المنظمة لبيئتها بواسطة اليقظة الاستراتيجية هو امر ضروري اذ تعتبر احد الوسائل التي توضع تحت تصرف المنظمة لمواجهة تحدياتها وامتلاك اكبر حصة سوقية وصولاً الي تحقيق الميزة التنافسية (عبد العال، 2021م)

مشكلة الدراسة:

تمثلت مشكلة الدراسة في السؤال الرئيسي التالي: ما أثر اليقظة الاستراتيجية علي تحقيق الميزة التنافسية بالمصارف التجارية العاملة بمدينة الابيض. ؟ وتتفرع منه عدد من الاسئلة الفرعية التالية:

- ما أثر اليقظة التنافسية على المرونة ؟
- ما أثر اليقظة التنافسية على سرعة الاستجابة للعميل؟
- ما أثر اليقظة التجارية على المرونة ؟
- ما أثر اليقظة التجارية على سرعة الاستجابة للعميل؟
- ما أثر اليقظة التكنولوجية على المرونة؟
- ما أثر اليقظة التكنولوجية على سرعة الاستجابة للعميل؟

أهمية الدراسة:

أولاً: الأهمية العلمية:

جاءت هذه الدراسة إستكمالاً لما بدأته الدراسات السابقة وذلك في اليقظة الإستراتيجية ودورها في تحقيق الميزة التنافسية. وتكتسب هذه الدراسة من الأهمية المتزايدة لهذا الموضوع والذي أعيد التركيز عليه بقوة في عالم منظمات الأعمال على اختلاف أنواعها واحجامها بحيث يدعم هذا الموضوع التوجيه المستقبلي قيد البحث في بذل المزيد من الجهود سعياً منها لتحقيق الميزة التنافسية من خلال يقظتها الاستراتيجية، وتمثل الدراسة ايضاً اضافة فكرية ونظرية تسهم في المعرفة العلمية.

ثانياً: الأهمية العملية

تتمثل الأهمية في استفادة متخذي القرار بالمصارف التجارية من نتائج وتوصيات هذه الدراسة وتطبيقها علي ارض الواقع، كما ان فجوة الدراسة تفيد الباحثين في سد الفجوة بدراسات اخري تقيد المصارف.

أهداف الدراسة:

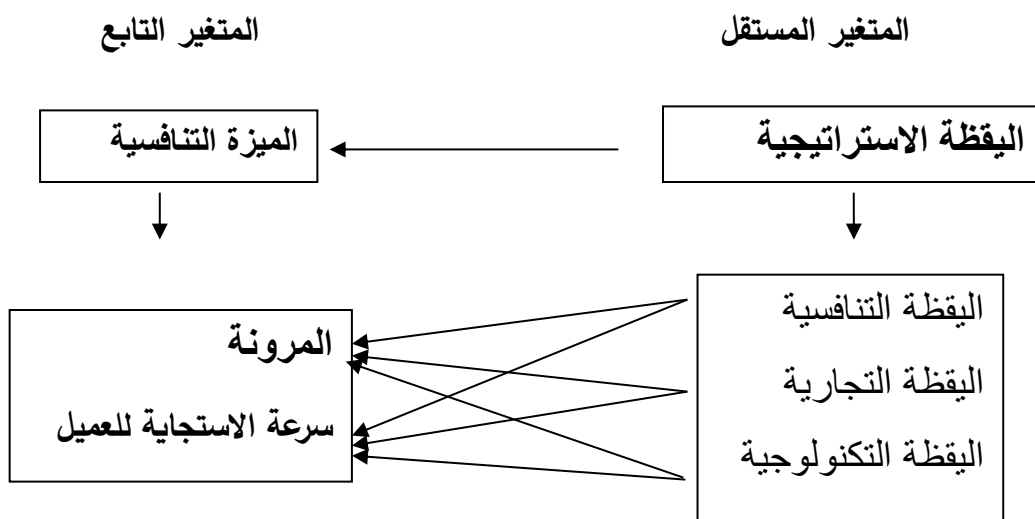
- 1- التعرف على أثر اليقظة الإستراتيجية ودورها في تحقيق الميزة التنافسية بالمصارف التجارية العاملة بمدينة الابيض.
- 2- التعرف على أثر بيان اليقظة التنافسية على المرونة.
- 3- التعرف على بيان أثر اليقظة التنافسية على سرعة الاستجابة للعميل.
- 4- التعرف على بيان أثر اليقظة التجارية على المرونة.
- 5- التعرف على بيان أثر اليقظة التجارية على سرعة الاستجابة للعميل.
- 6- التعرف على بيان أثر اليقظة التكنولوجية على المرونة.
- 7- التعرف على بيان أثر اليقظة التكنولوجية على سرعة الاستجابة للعميل.

مصادر جمع البيانات:

- المصادر الأولية: المعلومات المأخوذة من عينة الدراسة عن طريق الإستبانة.
- المصادر الثانوية: الكتب والمراجع المجالات العلمية.

نموذج الدراسة:

شكل (1) نموذج الدراسة



المصدر: اعداد الباحثين من أدبيات الدراسات 2020م

فروض الدراسة:

الفرضية الرئيسية:

- هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين اليقظة الاستراتيجية والميزة التنافسية بالمصارف التجارية العاملة بمدينة الأبيض. وتتفرع منها عدد من الفرضيات الفرعية وهي:
- هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين اليقظة التنافسية والمرونة.
 - توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اليقظة التنافسية وسرعة الاستجابة للعميل
 - علاقة ذات دلالة إحصائية بين اليقظة التجارية والمرونة.
 - توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اليقظة التجارية وسرعة الاستجابة للعميل.

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اليقظة التكنولوجية المرونة.

- هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين اليقظة التكنولوجية وسرعة الاستجابة للعميل.

الاطار النظري للدراسة:

اليقظة الاستراتيجية:

تعرف اليقظة الاستراتيجية علي انها عملية اعلامية تسعى من خلالها المؤسسة الي توقع اشارات التحذير من خلال خلق فرص للسوق وبالتالي تقليل من المخاطر المرتبطة بعدم اليقين (Krimlin,2010,p7).

محاور اليقظة الاستراتيجية:

اليقظة:

تتمثل اليقظة في ملاحظة وتحدد البيئة العلمية والتقنية والاقتصادية لاستتباط التهديدات وفرص التطوير التي ينفذها العملاء والموردين والشركاء والمنافسين كجزء من نشاطها لمراقبة التطورات وهذا من شأنه ان يؤدي الي الدعوة الي تنظيم عملية بحث وجمع ونشر المعلومات (Marie,2000,p50).

اليقظة التنافسية:

هي النشاط الذي من خلاله تعترف المؤسسة بمنافسيها الحاليين والمحتملين، وتهتم بالبنية التي تتطور فيها المؤسسة المنافسة ويتم ذلك من خلال جمع المعلومات المصنفة علي انها كمية ونوعية (Fadhieia, 2018, p60)

اليقظة التجارية:

هي النشاط الذي تقوم به المؤسسة بدراسة العلاقة بين الموردين والعملاء ومهارات السوق الجديد ومعدلات نمو السوق، واليقظة التجارية تقوم بالمراقبة والتنبؤ لمتغيرات اذواق المستهلكين وتطور رغباتهم وكذا تطورات السوق والطلب بشكل خاص (Bekaddour, 2014, p60).

الميزة التنافسية:

تنشأ بواسطة زيادة قيمة المنتج للزبون أو تقليل من تكاليف تقديم المنتج إلى السوق، أي أن الميزة التنافسية تتحدد من خلال زيادة قيمة المنتج للزبائن وتقليل تكلفة المنتج وذلك للمنافسة من خلال تقليل سعر المنتج (Chutkaew, 2006)

أبعاد الميزة التنافسية:

الاستجابة للعميل:

تعني توفير الحاجات والرغبات المتعلقة بالزبون من أجل اقتناء الزبون السلعة أو الخدمة، وكيفية إيصالها إلى الزبون عبر سلسلة تجهيز وذلك من أجل مقابلة الزبون في تسليم السلعة أو الخدمة في الوقت المناسب. (روان، 2015).

المرونة:

تعني المرونة كسلاح تنافسي في المنظمات إذ تعبر عن سعة الانتاج وقابليته علي التكيف مع متطلبات الزبائن وتوقعاتهم بصورة ناجحة مع ظروف البيئة المتغيرة (موسى، 2017م)

الدراسات السابقة:

دراسة: امباركة واخرون (2021م): بعنوان: دور اليقظة الاستراتيجية في تعزيز الابداع في المؤسسة الاقتصادية: دراسة حالة مؤسسة نفضال. هدفت الدراسة الي معرفة دور اليقظة الاستراتيجية في تعزيز الابداع في المؤسسة الاقتصادية: دراسة حالة مؤسسة نفضال. تم اختيار عينة من العاملين بمؤسسة فضال وعددهم 120 عاملاً، استخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات، تم تحليل واختبار الفرضيات ببرنامج spss. توصلت الدراسة الي وجود علاقة ارتباط طردية بين اليقظة الاستراتيجية بابعادها (اليقظة البيئية، التكنولوجية، التجارية، التنافسية) والابداع في المؤسسة الاقتصادية، واوصت الدراسة بانه يجب علي المؤسسة ان تكون علي يقظة دائمة لمتابعة ما يحدث من حولها من متغيرات واكتساب القدرة علي مواكبتها.

دراسة: عبدالعال، 2021م: بعنوان: عوامل اليقظة الاستراتيجية الداعمة في جودة بيئة العمل الابتكارية: دراسة ميدانية – جامعة القاهرة. هدفت الدراسة الي التعرف علي عوامل اليقظة الاستراتيجية الداعمة في جودة بيئة العمل الابتكارية وتتضمن عوامل اليقظة الاستراتيجية في خمسة ابعاد متمثلة في (اليقظة المجتمعية، القانونية، المعلوماتية، التكنولوجية، التنافسية)، تمثل مجتمع

الدراسة في العاملين بمختلف الوظائف الأكاديمية والإدارية بجامعة القاهرة، ولتحقيق أهداف الدراسة تم التطبيق على عينة عشوائية مكونة من 362 مفردة، توصلت الدراسة إلى وجود تأثير لعوامل اليقظة الاستراتيجية بأبعادها المختلفة (اليقظة المجتمعية، القانونية، المعلوماتية، التكنولوجية، التنافسية) على جودة العمل ببيئة العمل الابتكارية، وفي ضوء نتائج الدراسة اقترحت مجموعة من التوصيات التي تعزز من دور اليقظة الاستراتيجية في دعم بيئة العمل الابتكارية.

دراسة: عبدالعزیز وآخرون (2021م): بعنوان: أثر التسويق الابتكاري على تحقيق الميزة التنافسية (دراسة ميدانية على شركة زين للهاتف السيار- السودان) هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر التسويق الابتكاري بأبعاده (تخفيض التكلفة، تطبيق الأفكار، تقييم الأفكار) على تحقيق الميزة التنافسية بأبعاده (تخفيض التكاليف، رضا العملاء)، استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، اعتمدت الدراسة على الاستبانة كأداة لجمع البيانات، تمثل مجتمع الدراسة في العاملين بشركة زين للاتصالات والبالغ عددهم 75 مفردة. توصلت الدراسة إلى وجود علاقة جذبية بين التسويق الابتكاري والميزة التنافسية حيث أنه لا توجد علاقة بين توليد الأفكار وتخفيض التكاليف 1 تطبيق الأفكار وتخفيض التكاليف 2، ووجود علاقة بين تقييم وتطبيق الأفكار ورضا العملاء. أوصت الدراسة بزيادة الاهتمام بأسلوب تقييم وتطبيق الأفكار حتى تحقق ميزة تنافسية من خلال رضا العملاء وكسب ولاءهم.

دراسة: التلباني وآخرون (2012م): بعنوان: التخطيط الاستراتيجي وعلاقته بالميزة التنافسية (دراسة ميدانية على شركات توزيع الأدوية في محافظة غزة) هدفت الدراسة إلى التعرف على واقع ممارسة التخطيط الاستراتيجي وعلاقته بالميزة التنافسية لشركات توزيع الأدوية في محافظات غزة، ومن خلال اتباع المنهج الوصفي التحليلي واسلوب الحصر الشامل لمجتمع الدراسة تم جمع البيانات بواسطة الاستبانة، وزعت على جميع أعضاء مجالس الإدارة والمدراء في شركات توزيع الأدوية في محافظات غزة والبالغ عددهم 74 بصفتهم الجهة المسؤولة عن عملية التخطيط الاستراتيجي، أظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين توافر عناصر التخطيط الاستراتيجي (رسالة، أهداف رئيسية، خطط وسياسات وبرامج) وتحقيق الميزة التنافسية، ووجود علاقة ذات دلالة احصائية بين ممارسة التخطيط الاستراتيجي وتحقيق الميزة التنافسية المتمثلة في (التميز، الابداع، التكلفة الأقل) للشركات موضوع الدراسة، أوصت الدراسة بزيادة الاهتمام والاعتماد على استراتيجية خفض التكاليف لتحقيق الميزة التنافسية.

دراسة: البستنجي (2011م): بعنوان: أثر كفاءة نظم المعلومات التسويقية في اكتساب الميزة التنافسية في الشركات الصناعية الأردنية. هدفت الدراسة إلى تحديد أثر كفاءة نظم المعلومات

التسويقية في اكتساب الميزة التنافسية في الشركات الصناعية الاردنية، ولتحقيق اهداف الدراسة تم بناء استبانة وتوزيعها علي عينة عشوائية بسيطة مكونة من 300 مفردة من المستخدمين لنظم المعلومات التسويقية في الشركات الصناعية الاردنية، توصلت الدراسة الي ان ادراك المستجوبين لكل من كفاءة نظم المعلومات التسويقية (المتطلبات المادية، البرمجيات، الادارية والبشرية) وأبعد الميزة التنافسية (الابداع، الابتكار، السرعة، المرونة، التميز، الجودة) مرتبة حسب اهميتها كانت مرتفعة وشارت النتائج الي وجود اثر هام ذو دلالة احصائية لكفاءة نظم المعلومات التسويقية في اكتساب الميزة التنافسية بجميع ابعادها. اوصت الدراسة بالعمل علي تأسيس ثقافة تنظيمية وقيم تعمل علي تبني الشركات الصناعية الاردنية لفلسفة وثقافة الميزة التنافسية بجميع ابعادها اعتماداً علي المعلومات المستخرجة من نظم المعلومات التسويقية بجميع عناصرها.

منهجية الدراسة:

الدراسة استخدمت المنهج الوصفي من خلال استخدام أدوات الإحصاء الوصفي التحليلي، واعتمدت على نوعين من البيانات هي البيانات الأولية والثانوية، وتم الاعتماد على الاستبانة كأداة رئيسية في جمع البيانات الأولية، حيث صممت الاستبانة وفق مقياس ليكرت الخماسي المتدرج الذي يتكون من خمسة مستويات وتم إعطاء كل مستوي رقم في عملية التحليل وذلك على النحو التالي: (5) أوافق بشدة (4) أوافق (3) محايد (2) لا أوافق (1) لا بشدة. وتمت مراعات كل الجوانب الأساسية في صياغة الأسئلة لتحقيق الترابط بين الموضوع، بعد الانتهاء من إعداد الصيغة الأولية لمقاييس الدراسة ومن اجل التحقق من صدق إدارة الدراسة والتأكد من أنها تخدم أهداف الدراسة تم عرضها على مجموعة من المحكمين من أهل الاختصاص بلغ عددهم (5) في مجال إدارة الأعمال، وبعد استرجاع الاستبانة من جميع المحكمين تم إجراء التصويبات المقترحة. وبذلك تم تصميم الاستبانة في صورتها النهائية وتم اختيار عينة عشوائية بسيطة من 75 مفردة من مجتمع الدراسة المكون من الموظفين بالمصارف التجاري بمدينة الأبيض وتم توزيع عدد 75 استبانة على الأفراد العاملين بالمصارف التجارية العاملة لمدينة الأبيض (بنك فيصل الاسلام، بنك ام درمان الوطني، البنك الزراعي). استردت منها عدد 72 استبانة صالحة للتحليل بنسبة (96%)،

ثبات أداة الدراسة:

تم احتسابه بمعامل ألفا كرونباخ (Cronbach Alpha) والذي بلغت قيمته (0.884). وهي قيمة تدل على ثبات أداة الدراسة.

الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

تم استخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) إصدار (23) ومن خلاله تم استخدام الأساليب الإحصائية التالية:

1- أساليب الإحصاء الوصفي: التكرارات، النسب المئوية، والأوساط الحسابية، والانحرافات المعيارية، لوصف استجابة مفردات العينة نحو متغيرات الدراسة.

2- أساليب الإحصاء التحليلي:

3- التحليل العاملي الاستكشافي: لقياس الاختلافات بين العبارات التي تقيس كل متغير من متغيرات الدراسة.

4- ارتباط بيرسون: لمعرفة قوة العلاقة بين المتغيرات التي يتم فحصها، والتي تعكس قوة الارتباط بين المتغيرات من جهة وبين بنود المتغير الواحد من جهة أخرى.

5- تحديد الانحدار: وذلك لمعرفة التأثير بين المتغيرات.

التحليل العاملي الاستكشافي:

يستخدم هذا النوع من التحليل في الحالات التي تكون فيها العلاقات بين المتغيرات والعوامل الكامنة غير معروفة وبالتالي فإن التحليل العاملي يهدف إلى اكتشاف العوامل التي تصف المتغيرات ولاختبار الاختلافات بين العبارات التي تقيس كل متغير من متغيرات الدراسة، حيث تقوم عملية التحليل العاملي بتوزيع عبارات الاستبانة على متغيرات معيارية يتم فرضها وتوزع عليها العبارات التي تقيس كل متغير على حسب انحرافها عن الوسط الحسابي وتكون العلاقة بين المتغيرات داخل العامل الواحد أقوى من العلاقة مع المتغيرات في العوامل الأخرى، وتحقق طريقة التباين الأقصى Varimax لتدوير المحاور عمودياً ذلك الهدف على نحو كبير ويمكن الحكم على أن متغير ما ينتمي إلى مكون معين من خلال تحميله loading على ذلك العامل وكلما زادت القيمة المطلقة للتحميل زادت المعنوية الإحصائية.

وبمراعاة الشروط التي حددها (Churchill) التي تتمثل في النقاط التالية:

1- وجود عدد كافي من الارتباطات ذات دلالة إحصائية في مصفوفة الدوران.

2- ألا تقل قيمة (KMO) عن 60% لتتناسب العينة.

- 3- ألا تقل قيمة اختبار (Bartlett's Test of Sphericity) عن الواحد.
- 4- أن تكون قيمة الاشتراكات الأولية (Communities) للبند أكثر من 50%، (Gaskination,s).
- 5- ألا يقل تشبع العامل عن 50%، مع مراعاة عدم وجود قيم متقاطعة تزيد عن 50% في العوامل الأخرى.

6- ألا تقل قيم الجذور الكامنة (Eigen values) عن الواحد.

أي وجود عدد كافي من الارتباطات ذات دلالة إحصائية في مصفوفة الدوران، وإن لا تقل قيمة KMO عن 0.60%، تناسب العينة، وإن لا تقل قيمة اختبار Bartlett's Test of Sphericity عن الواحد صحيح، وإن تكون الاشتراكات الأولية communities للبند أكثر من 50%، وإن لا يقل تشبع العامل عن 50% مع مراعاة عدم وجود قيم متقاطعة تزيد عن 50% في العوامل الأخرى، وإن لا تقل قيم الجذر الكامن عن الواحد.

التحليل العاملي الاستكشافي للمتغير المستقل اليقظة الاستراتيجية:

تم استخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) في إجراء عملية التحليل العاملي الاستكشافي للنموذج حيث تم إعطاء كل عبارة من العبارات التي استخدمت لقياس كل متغيرات الاستبانة، ويوضح الجدول (1) نتائج عملية التحليل العاملي الاستكشافي للمتغير المكون من عدد من العبارات (العدد الكلي للعبارات 18 عبارة).

الجدول (1) التحليل العاملي الاستكشافي للمتغير المستقل اليقظة الاستراتيجية

المتغيرات	العبارة	1	2	3
اليقظة التنافسية	A4	.730		
	A5	.732		
	A6	.678		
اليقظة التجارية	B1		.540	
	B4		.714	
اليقظة التكنولوجية	C5			.531
	C6			.629
KMO				.579

292.030	الجزر الكامن
66.421	نسبة التباين
.000	Sig

المصدر: إعداد الباحثين من خلال بيانات الدراسة الميدانية 2020م

يلاحظ من الجدول (1) تكوين مصفوفة التدوير بين المتغيرات الأصلية في الدراسة للمتغير المستقل اليقظة الاستراتيجية والمكون من ثلاثة محاور مع بعضها البعض وعدد عباراتها (18) عبارة وتم استخدام نقطة حذف بمقدار (0.50) أي بمراعاة عدم وجود قيم متقاطعة تزيد عن قيمة (0.50) وحيث أن قيم الاشتراكات الأولية لا تقل عن (0.50) والتشبعات لا تقل عن (0.50) وقيمة KMO لا تقل عن (0.60) للمتغيرات وقيمة الجزر الكامن لا تقل عن الواحد الصحيح وكما تم حذف العبارات التي يوجد بها تقاطعات، حيث تم التوصل إلى ثلاثة ابعاد هي اليقظة التنافسية وعدد عباراته (3) عبارات، اليقظة التجارية وعدد عباراته (2) عبارة، اليقظة التكنولوجية وعدد عباراته (2) عبارة، من جميع العبارات وتفسر تلك المكونات مجتمعة (66.421%) من التباين لكل للعبارات، وهي نسبة تزيد عن (0.60%) و التي تعتبر جيدة في البحوث الاجتماعية وفقاً (Hair, J.F, p10)

كما تم تدوير العوامل بأحد طرق التدوير المتعامد وهي varimax لتحميل المتغيرات على العوامل الأكثر ارتباطاً بها وبحيث تكون العوامل مستقلة عن بعضها تماماً ولقد اظهر التحليل مصفوفة العوامل المدارة rotated Component matrix

التحليل العاملي الاستكشافي للمتغير التابع الميزة التنافسية:

يوضح الجدول (2) نتائج عملية التحليل العاملي الاستكشافي للمتغير التابع المكون من عدد من العبارات (العدد الكلي للعبارات 12 عبارة).

الجدول (2) التحليل العاملي الاستكشافي للمتغير التابع الميزة التنافسية:

المتغيرات	العبارة	1	2
المرونة	D1	.783	
	D3	.853	
	D5	.747	
سرعة الاستجابة	E1		.793

786.		E4	
729.		E6	
813.		KMO	
362.839		الجذر الكامن	
89.751		نسبة التباين	
.000		Sig	

المصدر: إعداد الباحثين من بيانات الدراسة الميدانية 2020م

يلاحظ من الجدول (2) انه تم تكوين مصفوفة التدوير بين المتغيرات الأصلية في الدراسة للمتغير التابع والمكون من بعدين مع بعضها البعض وعدد عباراتها (12) عبارة وتم استخدام نقطة حذف بمقدار (0.50) أي بمراعاة عدم وجود قيم متقاطعة تزيد عن قيمة (0.50) وحيث أن قيم الاشتراكات الأولية لا تقل عن (0.50) والتشبعات لا تقل عن (0.50) وقيمة KMO لا تقل عن (0.60) للمتغيرات وقيمة الجذر الكامنة لا تقل عن الواحد الصحيح وكما تم حذف العبارات التي يوجد بها تقاطعات، حيث تم التوصل إلى بعدين هما المرونة وعدد عباراتها (3) عبارات، وسرعة الاستجابة وعدد عبارتها (3) عبارات، من جميع العبارات وتفسر تلك المكونات مجتمعة (89.751%) من التباين لكل للعبارات، وهي نسبة تزيد عن (0.60%) والتي تعتبر جيدة في البحوث الاجتماعية وفقاً، كما تم تدوير العوامل بأحد طرق التدوير المتعامد وهي varimax لتحميل المتغيرات على العوامل الأكثر ارتباطاً بها وبحيث تكون العوامل مستقلة عن بعضها تماماً ولقد اظهر التحليل مصفوفة العوامل المدارة rotated Component matrix

تحليل الاعتمادية:

يستخدم تحليل الاعتمادية للعثور على الاتساق الداخلي للبيانات ويتراوح من (0 إلى 1)، تم احتساب قيمة (ألفا كرنباخ) للعثور على اتساق البيانات الداخلي، إذا كانت قيم معامل ألفا كرنباخ أقرب إلى (1) يعتبر الاتساق الداخلي للمتغيرات كبير، ولاتخاذ قرار بشأن قيمة ألفا كرنباخ المطلوبة يتوقف ذلك على الغرض من البحث ففي المراحل الأولى من البحوث الأساسية تشير إلى أن المصدقية من 0.50-0.60 تكفي وأن زيادة المصدقية لأكثر من 0.80 وربما تكون إسراف، أما (Hair et al, 2010) اقترح أن قيمة ألفا كرنباخ يجب أن تكون أكثر من 0.70، ومع ذلك يعتبر ألفا كرنباخ من

0.50 فما فوق مقبولة أيضًا في الأدب والجدول رقم (3) يوضح نتائج اختبار الفاكرباخ (Cronbach's alpha) بعد إجراء التحليل العاملي.

الجدول (3) معامل الاعتمادية ألفا كرنباخ لمتغيرات الدراسة بعد التحليل العاملي الاستكشافي:

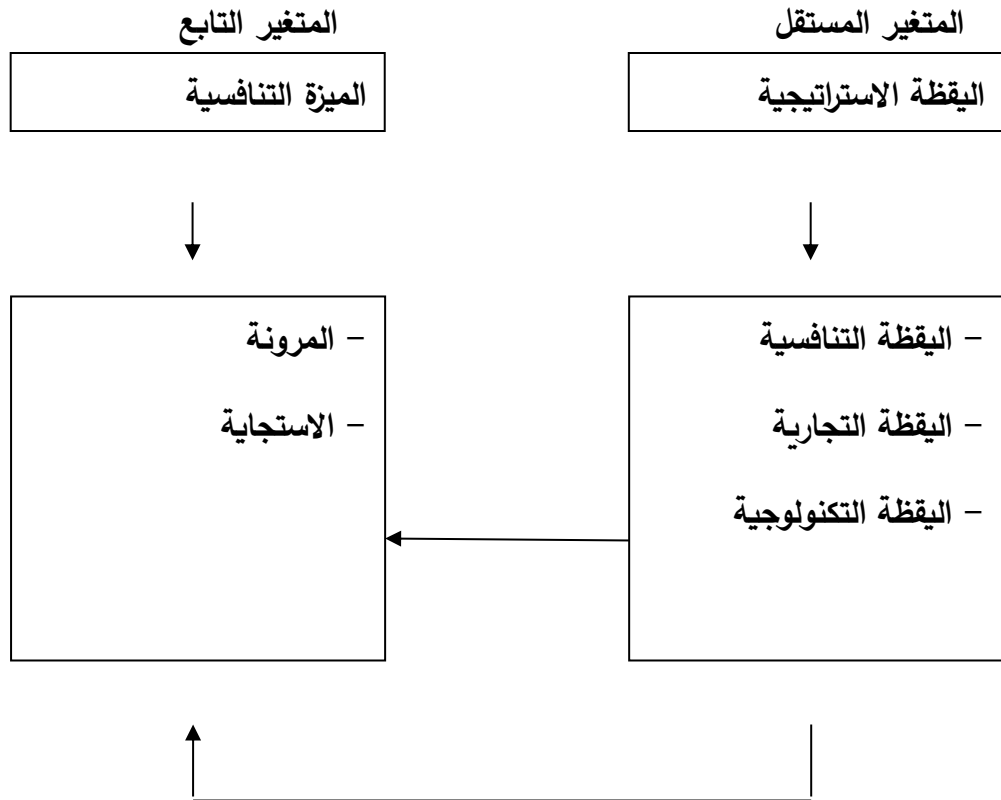
اسم المتغير	المتغيرات	عدد العبارات	Cronbach alpha
المتغير المستقل: اليقظة الاستراتيجية	اليقظة التنافسية	6	.685
	اليقظة التجارية	6	.374
	اليقظة التكنولوجية	6	.255
المتغير التابع: الميزة التنافسية	المرونة	6	.761
	سرعة الاستجابة	6	.780

المصدر: إعداد الباحثين من بيانات الدراسة الميدانية 2020م

نموذج الدراسة المعدل:

بناء على نتائج التحليل العاملي الاستكشافي والاعتمادية حذفت بعض العبارات من المتغير المستقل اليقظة الاستراتيجية وما تبقى من العبارات كون ثلاثة ابعاد الأول اليقظة التنافسية وتمثله العبارات (A4,A5,A6)، والثاني اليقظة التجارية وتمثله العبارات (B1,B4)، والثالث اليقظة التكنولوجية وتمثله العبارات (C5,C6). أما المتغير التابع الميزة التنافسية فقد حذفت منه بعض العبارات وما تبقى من العبارات كون بعدين الأول المرونة وتمثله العبارات (D1,D3,D5)، والثاني سرعة الاستجابة وتمثله العبارات (E1,E4,E6)، مما دعا إلي تعديل نموذج وفرضيات الدراسة كما هو في الشكل (2):

شكل (2) نموذج الدراسة (المعدل)



المصدر: إعداد الباحثين من بيانات الدراسة الميدانية 2020م

فرضيات الدراسة بعد النموذج المعدل:

جدول (4) يوضح فرضيات الدراسة بعد النموذج المعدل:

الفرضية الأولى	هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين اليقظة التنافسية والمرونة.
الفرضية الثانية	هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين اليقظة التنافسية والاستجابة.
الفرضية الثالثة	هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين اليقظة التجارية والمرونة.
الفرضية الرابعة	هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين اليقظة التجارية والاستجابة.
الفرضية الخامسة	هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين اليقظة التكنولوجية والمرونة.
الفرضية السادسة	هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين اليقظة التكنولوجية والاستجابة.

المصدر: إعداد الباحثين من بيانات الدراسة الميدانية 2020م

متوسطات وانحرافات متغيرات الدراسة:

جدول رقم (5) يوضح الوسط الحسابي والانحراف المعياري لمتغيرات الدراسة.

المتغيرات	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي
اليقظة التنافسية	.89847	3.0000
اليقظة التجارية	.82090	2.8600
اليقظة التكنولوجية	2.38458	2.6500
المرونة	.96271	3.6133
الاستجابة	1.02886	3.6467

المصدر: إعداد الباحثين من بيانات الدراسة الميدانية 2020م

تظهر نتائج التحليل الإحصائي الوصفي لمتغيرات الدراسة في الجدول رقم (5) أن اتجاهات عينة الدراسة كانت ايجابية نحو اغلب الفقرات التي تقيس متغيرات الدراسة ويوضح ذلك الوسط الحسابي والانحراف المعياري لأبعاد الدراسة، ويلاحظ من الجدول أن الوسط الحسابي والانحراف المعياري للمتغير المستقل، حيث مثل بعد اليقظة التنافسية اكبر متوسط وبلغ (الوسط الحسابي 3.0000، والانحراف المعياري 0.89847)، ويليه بعد اليقظة التجارية حيث بلغ (الوسط الحسابي 2.8600، والانحراف المعياري 0.82090)، اخيرا بعد اليقظة التكنولوجية حيث بلغ (الوسط الحسابي 2.6500، والانحراف المعياري 2.38458) ويلاحظ أن الوسط الحسابي لمتغيرات الدراسة اكبر من الوسط الفرضي المستخدم في برنامج التحليل الإحصائي (والانحراف المعياري اقل من نصف المتوسط الحسابي 3) مما يشير إلى قوة متغيرات الدراسة، ويشير ذلك إلى أن المستقيمين يركزون بشكل أكبر على بعد اليقظة التنافسية من حيث الأوساط الحسابية، ومن جانب آخر يمكن ترتيب هذه الاهتمامات للعينة كما يلي: اليقظة التنافسية، اليقظة التجارية، ثم اليقظة التكنولوجية. أما المتغير التابع، فبعد الاستجابة بلغ (الوسط الحسابي 3.6467، والانحراف المعياري 1.02886) ويمثل اكبر متوسط، يليه بعد المرونة حيث بلغ (الوسط الحسابي 3.6133، والانحراف المعياري 0.96271)، ويلاحظ أن الوسط الحسابي لمتغيرات الدراسة اكبر من الوسط الفرضي المستخدم في برنامج التحليل الإحصائي (والانحراف المعياري اقل من نصف المتوسط الحسابي 3) مما يشير إلى قوة متغيرات الدراسة، ويشير ذلك إلى أن المستقيمين يركزون بشكل أكبر على بعد

المرونة من حيث الأوساط الحسابية، ومن جانب آخر يمكن ترتيب هذه الاهتمامات للعينة كما يلي: المرونة، الاستجابة.

الارتباطات بين متغيرات الدراسة:

يجري تحليل الارتباطات على بيانات الدراسة الميدانية للوقوف على الصورة المبدئية للارتباطات البينية بين متغيرات الدراسة، فكلما كانت درجة الارتباط قريبة من الواحد الصحيح فإن ذلك يعنى أن الارتباط قوياً بين المتغيرين وكلما قلت درجة الارتباط عن الواحد الصحيح كلما ضعفت العلاقة بين المتغيرين وقد تكون العلاقة طردية أو عكسية، وبشكل عام تعتبر العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة معامل الارتباط اقل من (0.30)، ويمكن اعتبارها متوسطة إذا تراوحت قيمة معامل الارتباط بين (0.30) إلى (0.70)، و تعتبر العلاقة قوية إذا كان معامل الارتباط أكثر من (0.70) الجدول أدناه يوضح الارتباطات بين متغيرات الدراسة.

جدول (6) الارتباطات بين متغيرات الدراسة

الابعاد	اليقظة التنافسية	اليقظة التجارية	اليقظة التكنولوجية	المرونة	الاستجابة
اليقظة التنافسية	1				
اليقظة التجارية	.669	1			
اليقظة التكنولوجية	.241	.055	1		
المرونة	.291	.249	.186	1	
الاستجابة	.321	.166	.036	.683	1

المصدر: إعداد الباحثين من بيانات الدراسة الميدانية 2020م

يلاحظ من الجدول (6) أعلاه إن الارتباط بين بعد المتغير المستقل اليقظة التنافسية يرتبط ايجابيا وبصورة معنوية قوية مع بعد اليقظة التجارية حيث كانت قيمة الارتباط (.669)، كما له علاقة ارتباط ايجابية بصورة معنوية متوسطة مع بعد اليقظة التكنولوجية حيث كانت قيمة الارتباط (.241)، كما له علاقة ارتباط ايجابية بصورة معنوية متوسطة مع بعد المرونة حيث كانت قيمة

الارتباط (291)، و نجد أن له علاقة ارتباط معنوي متوسط مع بعد الاستجابة وكانت قيمة الارتباط = (321)، أما بعد اليقظة التجارية يرتبط ايجابيا وبصورة معنوية متوسطة مع بعد اليقظة التكنولوجية حيث كانت قيمة الارتباط (055)، كما نجد أن له علاقة ارتباط معنوي متوسط مع بعد المرونة وكانت قيمة الارتباط (249)، و نجد أن له علاقة ارتباط معنوي متوسط مع بعد الاستجابة وكانت قيمة الارتباط = (166)، أما بعد اليقظة التكنولوجية له علاقة ارتباط ايجابية وبصورة معنوية متوسطة مع بعد المرونة حيث كانت قيمة الارتباط (186)، كما نجد أن له علاقة ارتباط معنوي متوسط مع بعد الاستجابة وكانت قيمة الارتباط (36)، أما بعد المرونة له علاقة ارتباط ايجابية وبصورة معنوية قوية مع بعد الاستجابة حيث كانت قيمة الارتباط (683).

اختبار الفرضيات:

اختبار الفرضية الأولى: علاقة ذات دلالة إحصائية بين اليقظة التنافسية وتقليل التكلفة:

جدول يوضح نتائج اختبار الفرضية الأولى

اليقظة التنافسية		الابعاد
Sig	Beta	
.000	.324	المرونة
	.394	R
	.156	R Square
	.101	Adjusted R Square
	2.826	F change

المصدر: إعداد الباحثين من بيانات الدراسة الميدانية 2020م

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار المتعدد للتعرف على أثر اليقظة التنافسية على المرونة، ومن خلال تحليل الانحدار تم التوصل إلى أنه توجد علاقة إيجابية بين اليقظة التنافسية والاعتمادية حيث بلغت قيمة بيتا (324) ومستوى المعنوية (000) وكانت قيمة مستوى الدلالة اقل من مستوى الدلالة المعتمد (0.05) في هذه الدراسة. وقد أشار اختبار F إلى أن نموذج الانحدار

ذو دلالة إحصائية، حيث بلغت قيمة F المحسوبة (2.826) بمستوى دلالة (sig = .000) وهي اقل من مستوى الدلالة المعتمد في هذه الدراسة (0.05)، أما القابلية التفسيرية لنموذج الانحدار والمتمثلة في معامل التحديد (R) فقد بلغت (0.394). مما يشير إلى أن 40% تقريباً من التغيرات في اليقظة التنافسية تفسرها المرونة وتبقى 60% تفسرها عوامل أخرى.

اختبار الفرضية الثانية: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين اليقظة التجارية والمرونة:

جدول (8) يوضح نتائج اختبار الفرضية الثانية

اليقظة التجارية		الابعاد
Sig	Beta	
.000	.046	المرونة
	.394	R
	.156	R Square
	.101	Adjusted R Square
	2.826	F change

المصدر: إعداد الباحثين من بيانات الدراسة الميدانية 2020م

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار المتعدد للتعرف على أثر اليقظة التجارية علي المرونة، ومن خلال تحليل الانحدار تم التوصل إلى أنه توجد علاقة إيجابية بين اليقظة التجارية والمرونة حيث بلغت قيمة بيتا (.046) ومستوى المعنوية (.000) وكانت قيمة مستوى الدلالة اقل من مستوى الدلالة المعتمد (0.05) في هذه الدراسة. وقد أشار اختبار F إلى أن نموذج الانحدار ذو دلالة إحصائية، حيث بلغت قيمة F المحسوبة (2.826) بمستوى دلالة (sig = .000) وهي اقل من مستوى الدلالة المعتمد في هذه الدراسة (0.05)، أما القابلية التفسيرية لنموذج الانحدار والمتمثلة في معامل التحديد (R) فقد بلغت (0.394). مما يشير إلى أن 40% تقريباً من التغيرات في اليقظة التجارية تفسرها المرونة وتبقى 60% تفسرها عوامل أخرى.

اختبار الفرضية الثالثة: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين اليقظة التكنولوجية والمرونة

جدول (9) يوضح نتائج اختبار الفرضية الثالثة

اليقظة التكنولوجية		الابعاد
Sig	Beta	
.000	.267	المرونة
	.394	R
	.156	R Square
	.101	Adjusted R Square
	2.826	F change

المصدر: إعداد الباحثين من بيانات الدراسة الميدانية 2020م

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار المتعدد للتعرف على أثر اليقظة التكنولوجية على المرونة، ومن خلال تحليل الانحدار تم التوصل إلى أنه توجد علاقة إيجابية بين اليقظة التكنولوجية والمرونة، حيث بلغت قيمة بيتا (.267) ومستوى المعنوية (.000) وكانت قيمة مستوى الدلالة اقل من مستوى الدلالة المعتمد (.05) في هذه الدراسة. وقد أشار اختبار F إلى أن نموذج الانحدار ذو دلالة إحصائية، حيث بلغت قيمة F المحسوبة (2.826) بمستوى دلالة (sig = .000) وهي اقل من مستوى الدلالة المعتمد في هذه الدراسة (.05)، أما القابلية التفسيرية لنموذج الانحدار والمتمثلة في معامل التحديد (R) فقد بلغت (.394) مما يشير إلى أن 40% تقريبا من التغيرات في اليقظة التكنولوجية تفسرها المرونة وتبقى 60% تفسرها عوامل أخرى.

اختبار الفرضية الرابعة: علاقة ذات دلالة إحصائية بين اليقظة التنافسية والاستجابة

جدول (10) يوضح نتائج اختبار الفرضية الرابعة

اليقظة التنافسية		الابعاد
Sig	Beta	
.000	.401	الاستجابة
	.332	R
	.110	R Square
	.052	Adjusted R Square

1.904	F change
-------	----------

المصدر: إعداد الباحثين من بيانات الدراسة الميدانية 2020م

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار المتعدد للتعرف على أثر اليقظة التنافسية على الاستجابة، ومن خلال تحليل الانحدار تم التوصل إلى أنه توجد علاقة إيجابية بين اليقظة التنافسية والاستجابة، حيث بلغت قيمة بيتا (0.401) ومستوى المعنوية (0.000) وكانت قيمة مستوى الدلالة أقل من مستوى الدلالة المعتمد (0.05) في هذه الدراسة. وقد أشار اختبار F إلى أن نموذج الانحدار ذو دلالة إحصائية، حيث بلغت قيمة F المحسوبة (1.904) بمستوى دلالة (sig = 0.000) وهي أقل من مستوى الدلالة المعتمد في هذه الدراسة (0.05)، أما القابلية التفسيرية لنموذج الانحدار والمتمثلة في معامل التحديد (R) فقد بلغت (0.332) مما يشير إلى أن 30% تقريبا من التغيرات في اليقظة التنافسية تفسرها الاستجابة وتبقى 70% تفسرها عوامل أخرى.

اختبار الفرضية الخامسة: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين اليقظة التجارية والاستجابة

جدول (11) يوضح نتائج اختبار الفرضية الخامسة

اليقظة التجارية		الابعاد
Sig	Beta	
0.000	0.099	الاستجابة
	0.332	R
	0.110	R Square
	0.052	Adjusted R Square
	1.904	F change

المصدر: إعداد الباحثين من بيانات الدراسة الميدانية 2020م

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار المتعدد للتعرف على أثر اليقظة التجارية على الاستجابة، ومن خلال تحليل الانحدار تم التوصل إلى أنه توجد علاقة إيجابية بين اليقظة التجارية والاستجابة، حيث بلغت قيمة بيتا (0.099) ومستوى المعنوية (0.000) وكانت قيمة مستوى الدلالة أقل من مستوى الدلالة المعتمد (0.05) في هذه الدراسة. وقد أشار اختبار F إلى أن نموذج الانحدار ذو دلالة إحصائية، حيث بلغت قيمة F المحسوبة (1.904) بمستوى دلالة (sig = 0.000) وهي أقل من مستوى الدلالة المعتمد في هذه الدراسة (0.05)، أما القابلية التفسيرية لنموذج الانحدار

والمتمثلة في معامل التحديد (R) فقد بلغت (0.332). مما يشير إلى أن 30% تقريبا من التغيرات في اليقظة التجارية تفسرها الاستجابة وتبقى 70% تفسرها عوامل أخرى.

اختبار الفرضية السادسة: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين اليقظة التكنولوجية والاستجابة

جدول (12) يوضح نتائج اختبار الفرضية السادسة

اليقظة التكنولوجية		الابعاد
Sig	Beta	
.000	.055	الاستجابة
	.332	R
	.110	R Square
	.052	Adjusted R Square
	1.904	F change

المصدر: إعداد الباحثين من بيانات الدراسة الميدانية 2020م

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار المتعدد للتعرف على أثر اليقظة التكنولوجية على الاستجابة، ومن خلال تحليل الانحدار تم التوصل إلى أنه توجد علاقة إيجابية بين اليقظة التكنولوجية والاستجابة، حيث بلغت قيمة بيتا (0.055) ومستوى المعنوية (0.000). وكانت قيمة مستوى الدلالة أقل من مستوى الدلالة المعتمد (0.05) في هذه الدراسة. وقد أشار اختبار F إلى أن نموذج الانحدار ذو دلالة إحصائية، حيث بلغت قيمة F المحسوبة (1.904) بمستوى دلالة (sig = 0.000) وهي أقل من مستوى الدلالة المعتمد في هذه الدراسة (0.05)، أما القابلية التفسيرية لنموذج الانحدار والمتمثلة في معامل التحديد (R) فقد بلغت (0.332). مما يشير إلى أن 30% تقريبا من التغيرات في اليقظة التكنولوجية تفسرها الاستجابة وتبقى 70% تفسرها عوامل أخرى.

جدول (13) يوضح نتائج فرضيات الدراسة حسب تحليل الانحدار المتعدد

الرقم	الفرضية	حالة الإثبات
1	توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اليقظة التنافسية والمرونة.	دُعمت
2	توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اليقظة التنافسية والاستجابة.	دُعمت
3	توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اليقظة التجارية والمرونة.	دُعمت
4	توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اليقظة التجارية والاستجابة.	دُعمت

5	توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اليقظة التكنولوجية والمرونة.	دُعمت
6	توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اليقظة التكنولوجية والاستجابة.	دُعمت

المصدر: إعداد الباحثين من خلال بيانات الدراسة الميدانية 2020م

النتائج:

توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- 1- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اليقظة التنافسية والمرونة بالمصارف التجارية العاملة بمدينة الأبيض.
- 2- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اليقظة التنافسية والاستجابة بالمصارف التجارية العاملة بمدينة الأبيض.
- 3- هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين اليقظة التجارية والمرونة بالمصارف التجارية العاملة بمدينة الأبيض.
- 4- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اليقظة التجارية والاستجابة بالمصارف التجارية العاملة بمدينة الأبيض.
- 5- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اليقظة التكنولوجية والمرونة بالمصارف التجارية العاملة بمدينة الأبيض.
- 6- هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين اليقظة التكنولوجية والاستجابة بالمصارف التجارية العاملة بمدينة الأبيض.

التوصيات:

أوصت الدراسة بالآتي:

- 1- ضرورة الاهتمام باليقظة التنافسية لأنها تساعد علي الفهم الجيد لخطط المنافسين وبالتالي التغلب عليها
- 2- ضرورة الاهتمام باليقظة التجارية لأنها تساعد في اقامة علاقات جيدة مع الموردين ومن ثم الفهم الدقيق لمتطلبات العملاء والعمل علي تلبيتها..

- 3- ضرورة الاهتمام باليقظة لأنها تساعد علي اكتشاف تكنولوجيا حديثة غير موجودة بالمصارف
- 4- ضرورة الاهتمام بالعمل والعمل علي تلبية طلباته وخدماته بالاستجابة السريعة حتي يتحقق شعار (العمل أولاً).

قائمة المصادر والمراجع:

- 1- طوير امباركة وآخرون، دور اليقظة الاستراتيجية في تعزيز الابداع في المؤسسة الاقتصادية: دراسة حالة مؤسسة نفضال، مجلة ادارة الاعمال والدراسات الاقتصادية، المجلد السابع، العدد الاول، 2021م
- 2- هدي محمد عبدالعال، عوامل اليقظة الاستراتيجية الداعمة في جودة بيئة العمل الابتكارية: دراسة ميدانية – جامعة القاهرة، المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية، كلية التجارة – جامعة دمياط، المجلد الثاني، العدد الثاني، 2021م
- 3- عبد العزيز حسن عبدالعزیز وآخرون، أثر التسويق الابتكاري علي تحقيق الميزة التنافسية (دراسة ميدانية علي شركة زين للهاتف السيار – السودان)، مجلة العلوم الانسانية والطبيعية، المجلد (2) العدد(8)، 2021م.
- 4- نهاية عبدالهادي التلباني وآخرون التخطيط الاستراتيجي وعلاقته بالميزة التنافسية (دراسة ميدانية علي شركات توزيع الادوية في محافظة غزة)، مجلة جامعة الازهر، - غزة - سلسلة العلوم الانسانية، المجلد (14)، العدد الثاني، 2012م.
- 5- غالب محمد البستجي، أثر كفاءة نظم المعلومات التسويقية في اكتساب الميزة التنافسية في الشركات الصناعية الاردنية، مجلة الابحاث الاقتصادية والادارية، جامعة محمد خضير بسكرة، الجزائر، العدد التاسع، 2011م.
- 6- معلا ناجي، الاصول العلمية للتسويق المصرفي، (عمان، داراليسرة للنشر والتوزيع)، 2005م
- 7- روان باسم عيد الشريف. أثر المرونة الاستراتيجية في العلاقة بين التعلم الاستراتيجي وتحقيق الميزة التنافسية في شركات التأمين الأردنية، رسالة ماجستير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، 2015م.

8- يوسف موسي محمد، مدي تبني استراتيجية المحيط الأزرق لدى شركات الصناعات الغذائية في قطاع غزة ودورها في تعزيز الميزة التنافسية المستدامة، رسالة استكمال متطلبات الحصول علي درجة الماجستير في ادارة الاعمال، الجامعة الاسلامية بغزة، 2017م.

9- أوما سيكاران، طرق البحث في الادارة مدخل لبناء المهارات البحثية، (الرياض: دار المريخ للنشر، 2009م).

10- Marie-christine- Shouvannet, **Dynamisation du dispositif de veille strategique pour la conduit de strategies proactives dans entereprises Faculte de sciences economiques et de gestion**, These pour le Sciences de gestion: univesite Lumiere , Lyon 2 ,2000,p 50

11- Fadhiela Salman Dawood & Ali Fakhri Abbas, **The Role of Strategic Vigilance in the Operational Performance of the Banking Sector: Field Research in a Sample of Private Banks**, Europe Of Marketing Research, Vol.16.No. 2, pp.64-73 an ,2018,p 6.

12-Churchill, G.A. (1979), "A paradigm for developing better measures of marketing constructs".