

## اليقظة الإستراتيجية وعلاقتها بالميزة التنافسية ببعض الأندية الرياضية

\* د / ريم أحمد مختار

### الملخص :

يهدف البحث إلى دراسة دراسة مستوى اليقظة الإستراتيجية ودرجة الميزة التنافسية ببعض الأندية الرياضية والعلاقة بينهما حيث استخدمت الباحثة المنهج الوصفي بأسلوبه المسحي وتم إختيار العينة بالطريقة العشوائية وبلغ مجموعها (٢٦٨) من إدارى الأندية الرياضية من مجتمع البحث، وذلك بواقع (٢١٨) لعينة الدراسة الأساسية، و(٤٠) كعينة إستطلاعية من مجتمع البحث وخارج العينة الأساسية، وللحصول على البيانات قامت الباحثة ببناء إستبيانين حيث شملت الإستمارة إستبيان (اليقظة الإستراتيجية بالأندية الرياضية) على (٤٢) عبارة وتتضمن المحاور التالية: (اليقظة التكنولوجية، اليقظة التسويقية، اليقظة التنافسية، اليقظة البيئية)، وقد شملت الإستمارة إستبيان (الميزة التنافسية بالأندية الرياضية) على (٤٠) عبارة وتتضمن المحاور التالية: (ميزة الجودة، ميزة الإبداع، ميزة التكلفة، ميزة الإستجابة) وقد أشارت أهم النتائج فى ضوء هدف البحث وتساؤلاته وفى حدود عينة البحث ومن خلال أدوات جمع البيانات وأساليب المعالجة الإحصائية للبيانات تمكنت الباحثة من التوصل إلى توافر اليقظة الإستراتيجية والميزة التنافسية بالأندية الرياضية قيد البحث بدرجة مرتفعة ووجود علاقة ذو دلالة إحصائية بين اليقظة الإستراتيجية والميزة التنافسية، وجاءت أهم التوصيات ضرورة إستخدام الأساليب الإدارية الحديثة كاليقظة الإستراتيجية وغيرها كمدخل لدعم الميزة التنافسية بالأندية الرياضية.

### Research summary

The research aims to study the study of the level of strategic vigilance and the degree of competitive advantage in some sports clubs and the relationship between them. And (٤٠) as an exploratory sample from the research community and outside the main sample, and to obtain the data, the researcher built two questionnaires where the form included a questionnaire (Strategic Vigilance in Sports Clubs) on (٤٢) phrases and includes the following themes: (Technological vigilance, marketing vigilance, competitive vigilance, environmental vigilance), and the form included a questionnaire (competitive advantage in sports clubs) on (٤٠) phrases and it includes the following themes: (quality advantage, creativity advantage, cost advantage, response advantage) and the most important results indicated In light of the objective of the research and its questions, and within the limits of the research sample, and through the data collection tools and the method of statistical processing of data, the researcher was able to reach the availability of strategic vigilance and competitive advantage in the sports clubs under study at a high degree and the existence of a statistically significant relationship between strategic vigilance and competitive advantage, The most important recommendations were the need to use modern administrative methods such as strategic vigilance and others as an entrance to support the competitive advantage in sports clubs.

\* مدرس بقسم الإدارة الرياضية والترويج بكلية التربية الرياضية للبنات بالجزيرة جامعة حلوان.

## مقدمة البحث :

أفرزت التحولات العالمية توجهات جديدة وشهدت عدداً من المتغيرات مست كافة المؤسسات حيث أبرزت واقعاً جديداً وأدخلت مفاهيم وتقنيات حديثة تتسم بلامح ورؤى تتوافق مع طبيعة العالم المعاصر القائم على الحركة والتغيير، العلم والتقنية، الإنفتاح والتحرر الأقتصادي الذي فتح المجال أمام المنافسة.

وفي هذا الصدد ظهر المفهوم الإداري الذي يساعد المنظمة على التصد الإستراتيجي للتغيرات البيئية من خلال توفير المعلومات المطلوبة ضمن ما تفرزه التغيرات البيئية الحالية، وتقليص الفجوة بين المعلومة والمعرفة بضمان أعلى جودة للخدمات وتحقيق التفاعل والتكامل بين وحدات المنظمة ومستوياتها بالإعتماد على نظم اليقظة الإستراتيجية التي تُعطي المنظمة نظرة فاحصة للماضي والحاضر حين تساعد على التنبؤ بالتغيرات المستقبلية. (٢١: ١٨)

وتعتبر اليقظة الإستراتيجية من الأساليب الإدارية الحديثة التي تحت 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 المعلومات الدقيقة والضرورية التي يعنى بها نظام اليقظة الإستراتيجية ومن ثم يعتبر هذا النظام عامل أساسى فى إزالة حالة الشك لدى متخذ القرار. (٣١: ٤١)

فاليقظة نشاط إنساني قديم، والمؤسسة منذ نشأتها بحاجة دائمة للإستعلام ومراقبة بيئتها لاسيما وضعها التنافس ومعرفة إتجاهات أسواقها وإذا كان هذا المصطلح قد ظهر فى اليابان منتصف القرن التاسع عشر فى الولايات المتحدة الأمريكية نهاية الخمسينات، كما ان لم يظهر فى فرنسا الا فى نهاية الثمانينات. (٢: ٦٨)

وتعد اليقظة الإستراتيجية من المفاهيم التي تساعد على التخطيط ووضع التصورات المستقبلية حول وضعية المؤسسة، فهى 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. (٢٢: ١٤)

وحتى تستطيع المؤسسات ان تصمد فى وجه هذه التغييرات المستمرة فى البيئة والتي قد تؤثر فى سير العمل فيها لأبد لها من ان تتبنى نظام يمكنها من مواجهتها وإذا كانت هذه التغيرات 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 لأن 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 التى تواجهها وإتخاذ القرار فى الوقت المناسب. (٢٩ : ٥٨)

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 بإعتبارها عنصر ديناميكى ينمو ويتطور، قد يتأثر بهذه المتغيرات، لذا فهى مطالبة بمراقبة ومتابعة كل ما يحيط بها من أجل تحقيق ميزة تنافسية. (٢٣ : ١٧٩).

يشغل مفهوم الميزة التناسية مكانه هامة فى كل من مجالى الإدارة الإستراتيجية وإقتصاديات الأعمال فهى تمثل العنصر الإستراتيجى الحرج الذى يقدم فرصة جوهرية للمسسة لكى تتمكن من تحقيق ربحية متواصلة مقارنة بمنافسيها بحيث يتجلى ذلك فى شكل تقديم خدمات ذات خصائص متفردة يكون معها العميل مستعداً لدفع سعر أعلى أو تقديم منتجات لا تقل قيمة عن منتجات المنافسين وبأسعار أقل. (٨ : ١)

إمتلاك الميزة التنافسية يعتبر هدفاً إستراتيجياً ورئيساً للمؤسسة فى ظل التحديات التنافسية الشديدة للمناخ الإقتصادى باعتبار انها تساعد المؤسسة على تحقيق حاجات المستهلك أو القيمة التى يتمنى الحصول عليها من المنتج أو الخدمة كالجودة لعالية أو السعر المنخفض، وبذلك تعتبر الميزة التنافسية إستثماراً فى الأصول المادية والبشرية والتكنولوجية بهدف إنتاج قيمة مضافة للعملاء تلبى إحتياجاتهم وتضمن تميز للمؤسسة عن باقى المنافسين وليس المهم بالنسبة للمؤسسة امتلاكها بل العمل المستمر على تحسينها بالإستجابة السريعة لمتطلبات العملاء فى الجودة والسعر والإشباع المالى والمستقبلى لحاجاتهم. (١٨ : ٧٠)

تحتاج المنظمات لتحقيق الميزة التنافسية التركيز على الاستراتيجيات التى ساعدها فى إنشاء هيكل تنظيمى يسمح بإستخدام الكفاءات والمهات ومن ثم إكتشاف أساليب جديدة أكثر فاعلية فى الأساليب التى 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 فى أدائها الخاص والتي لا تتمكن المنظمات المنافسة من تحقيقه فى أنشطتها الخاصة. (٣٨ : ٤٩)

إضافة لذلك فإن الميزة التنافسية تحقق التفوق والأفضلية على المنافسين وتتبع 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 وان الابتكار هو المصدر الأساسي لتحقيق الميزة التنافسية والتفوق على المنافسين. (٣٥: ٣٥٢)

**مشكلة البحث :**

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

فأصبح من الأهمية تركيز الإهتمام من قبل المؤسسات الحديثة على اليقظة الإستراتيجية سعياً منها للتفوق على منافسيها والبقاء في السوق في عصرنا الحالي عصر التكنولوجيا والمعرفة في ظل المنافسة الشديدة والعولمة، لذلك أصبح على المؤسسات البحث عما يمكنها من البقاء والإستمرار في سوق المنافسة وان تواصل السعي 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.

وترى الباحثة أن اليقظة الإستراتيجية أحد الوسائل التي تؤثر على جودة الأندية الرياضية وذلك بامتلاكها المعلومات التي تحصل عليها من العملاء والمنافسين، وكذلك وسائل اليقظة الإستراتيجية التي تقوم بتفعيل الجودة داخل النادي الرياضي، وحيث أن اليقظة تؤثر على الجودة ولا يمكن تحقيق الميزة التنافسية بعيداً عن تحقيق الجودة فأن على الأندية الرياضية تبني فلسفة اليقظة الإستراتيجية للحفاظ على حصتها السوقية.

والأندية الرياضية يجب أن تسعى بإستمرار إلى تطوير الأساليب الإدارية وذلك بالإستعانة بأحدث طرق العمل الإداري الذي يتيح تطوير الخدمات والأنشطة والبرامج بما يتلائم مع متغيرات وتحديات العصر الحديث وبما يحقق للأندية الرياضية الجودة في أدائها والبقاء والإستمرار في التنافس وتحقيق أبعاد الميزة التنافسية للنادي الرياضي، كما أن الحكومة المصرية تعول على الأندية الرياضية بشكل كبير المساهمة في تحقيق رؤية مصر ٢٠٣٠ لأنها هي العمود الفقري التي يقوم عليه التكوين الرياضي.

ومن خلال عمل الباحثة كعضو هيئة تدريس بكلية التربية الرياضية للبنات - جامعة حلوان والإشراف على طالبات التدريب الميداني لتخصص الإدارة الرياضية في بعض الأندية

الرياضية لاحظت أن الأندية الرياضية تعمل في بيئة متغيرة معقدة نتيجة للأوضاع الاقتصادية والاجتماعية المتغيرة مما ينعكس على الأندية الرياضية، لذلك يتطلب عمل هذه الأندية وعياً وبقظة إستراتيجية من إدارتها وتبنى ثقافة تضمن لها موقع تنافسي جيد بين الأندية الرياضية الأخرى، 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 في الأندية الرياضية للأساليب والمفاهيم الحديثة والتكيف السريع معها والقدرة على تطبيقها.

ومما سبق تستخلص الباحثة أهمية تطبيق اليقظة الإستراتيجية في المؤسسات بصفه عامه والمؤسسات الرياضية وخاصة الأندية 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 وفاعلية وتحقيق الميزة التنافسية.

ومن هنا جاءت فكرة الدراسة الحالية في محاولة جادة للباحثة لمعرفة العلاقة الإرتباطية بين اليقظة الإستراتيجية والميزة التنافسية ببعض الأندية الرياضية المصرية مما يساعد مجالس إدارات الأندية الرياضية على تبنى اليقظة الإستراتيجية التي أصبحت ضرورة حتمية في إطار ما تفرضه التغيرات البيئية المعاصرة حيث من خلالها تتمكن من مراقبة أسواقها ومنافسيها بصفة خاصة ومحيطها بصفة عامة مما يضمن للأندية الرياضية تحقيق تنافسيها بين الأندية الأخرى والقدرة على مواجهة متغيرات السوق.

#### هدف البحث :

يهدف البحث إلى دراسة اليقظة الإستراتيجية وعلاقتها بالميزة التنافسية ببعض الأندية الرياضية.

#### تساؤلات البحث :

- ١- ما مستوى ممارسة الإدارة لليقظة الإستراتيجية بالأندية الرياضية ؟
- ٢- ما درجة توافر الميزة التنافسية بالأندية الرياضية ؟
- ٢- ما العلاقة الإرتباطية بين اليقظة الإستراتيجية والميزة التنافسية بالأندية الرياضية ؟

مصطلحات البحث :

- **اليقظة الإستراتيجية :**

عرفها الشكير **Alshaer** (٢٠٢٠) بأنها "عملية مستمرة يتم فيها مراقبة البيئة وتحليلها وجمع المعلومات باستمرار وتحديد الفرص للإستيلاء عليها والتهديدات لتجنبها وتقليل تأثيرها". (٢٥ : ٨٤)

- **اليقظة الإستراتيجية بالأندية الرياضية: (تعريف إجرائي)**

تعرفها الباحثة بأنها: "نشاط أو عملية تساعد الأندية الرياضية على الإطلاع الدائم على كافة التغيرات الممكنة والمحتملة في بيئتها الداخلية والخارجية من خلال المراقبة المستمرة والذكية للمؤسسة بأبعادها التكنولوجية والتنافسية والتسويقية والبيئية وذلك للوصول لأفضل القرارات مما يساعد على إغتنام الفرص وتجنب التهديدات والمخاطر ومن ثم تحقيق الميزة التنافسية بالأندية الرياضية".

- **الميزة التنافسية :**

عرفها **Ferreira** (٢٠١٧): بأنها ميزة للمنظمة تساهم على تحقيق الأرباح من خلال الأداء المتفوق ومن خلال امتلاكها مزايا فريدة عن المنافسين. (٣٠ : ٤٥)

- **الميزة التنافسية بالأندية الرياضية: (تعريف إجرائي)**

تعرفها الباحثة بأنها: "قدرة الأندية الرياضية على تحقيق تفرد وتفوق على الأندية المنافسة من خلال إستخدام الأساليب الحديثة للتنافس".

**إجراءات البحث :**

**منهج البحث :**

استخدمت الباحثة المنهج الوصفي بأسلوبه المسحي وذلك لمناسبته لطبيعة البحث.

**مجتمع البحث :**

يتمثل مجتمع البحث فى الإداريين العاملين بالأندية الرياضية المصرية بمحافظة القاهرة والجيزة.

**عينة البحث :**

تم اختيار عينة البحث بالطريقة العشوائية من الإداريين العاملين بالأدارات المختلفة داخل الأندية الرياضية قيد البحث، حيث أشتملت على عدد (٢٦٨) فرد.

**العينة الاستطلاعية :**

تم اختيارها بالطريقة العشوائية من مجتمع البحث وخارج عينة البحث الأساسية، حيث أشتملت على عدد (٤٠) إدارى من الأندية الرياضية قيد البحث.

### عينة البحث الأساسية :

وتم اختيارها بالطريقة العشوائية من مجتمع البحث، حيث اشتملت على عدد (٢٢٨) إدارى من الأندية الرياضية قيد البحث، ومرفق ٦ يوضح ذلك.  
أدوات جمع البيانات :

إستخدمت الباحثه أدوات جمع البيانات الآتية :

أولاً : تحليل الوثائق والسجلات.

ثانياً : الإستبيان.

خطوات تصميم الأستبيانين:

١- الهدف من الإستبيانين:

تم تحديد الهدف من الإستبيانين تبعاً لأهداف وتساؤلات البحث، حيث كان الهدف من الإستبيانين هو دراسة مستوى اليقظة الإستراتيجية والميزة التنافسية بالأندية الرياضية".

٢- تحديد محاور الإستبيانين:

من خلال المقابلة الشخصية ببعض الخبراء والمسح المرجعى للمراجع والدراسات

السابقة تم التوصل إلى تصميم الإستبيانين التاليين:

- الأستبيان الأول (اليقظة الإستراتيجية بالأندية الرياضية) :

واشتملت إستمارة الإستبيان على (٤) محاور رئيسية وهى كالأتى :

المحور الأول: اليقظة التكنولوجية بالأندية الرياضية ويشمل على (١٠) عبارات.

المحور الثانى: اليقظة التسويقية بالأندية الرياضية ويشمل على (١٤) عبارة.

المحور الثالث: اليقظة التنافسية بالأندية الرياضية ويشمل على (٩) عبارة.

المحور الرابع: اليقظة البيئية بالأندية الرياضية ويشمل على (١٣) عبارة.

ليصبح مجموع عبارات الإستبيان ككل (٤٦) عبارة

- الإستبيان الثانى: الميزة التنافسية بالأندية الرياضية:

واشتملت إستمارة الإستبيان على (٤) محاور رئيسية وهى كالأتى :

المحور الأول: ميزة الجودة بالأندية الرياضية ويشمل على (١٢) عبارات.

المحور الثانى: ميزة التكلفة بالأندية الرياضية ويشمل على (١١) عبارة.

المحور الثالث: ميزة الأبداع بالأندية الرياضية ويشمل على (٨) عبارة.

المحور الرابع: ميزة الإستجابة بالأندية الرياضية ويشمل على (١٠) عبارة.

ليصبح مجموع عبارات الإستبيان ككل (٤١) عبارة

## ٣- تحديد نسبة الإتفاق:

للتعرف على نسبة إتفاق الخبراء حول الإستبيانين تم عرض محاور الإستبيانين على عدد خمسة خبراء (مرفق ١) وذلك لإستطلاع رأيهم العلمى حول كل من: مدى مناسبة المحاور المقترحة للإستبيانين، وإضافة ما يروونه مناسباً من محاور، حذف ما يروونه غير مناسب من محاور كما هو موضح بالجدول التالى :

## جدول (١)

## نسبة إتفاق الخبراء على محاور الإستبيانين (ن = ٥)

م	محاور الإستبيان	عدد مرات الإتفاق	نسبة الإتفاق
الأستبيان الأول : اليقظة الإستراتيجية بالأندية الرياضية :			
المحور الاول	اليقظة التكنولوجية بالأندية الرياضية	٥	١٠٠٪
المحور الثانى	اليقظة التسويقية بالأندية الرياضية	٥	١٠٠٪
المحور الثالث	اليقظة التنافسية بالأندية الرياضية	٤	٨٠٪
المحور الرابع	اليقظة البيئية بالأندية الرياضية	٥	١٠٠٪
الأستبيان الثانى : الميزة التنافسية بالأندية الرياضية:			
المحور الاول	ميزة الجودة بالأندية الرياضية	٥	١٠٠٪
المحور الثانى	ميزة التكلفة بالأندية الرياضية	٥	١٠٠٪
المحور الثالث	ميزة الأبداع بالأندية الرياضية	٥	١٠٠٪
المحور الرابع	ميزة الإستجابة بالأندية الرياضية	٥	١٠٠٪

يتضح من جدول (١) أن نسبة إتفاق الخبراء حول محاور الإستبيانين إنحصرت بين (٨٠٪ : ١٠٠٪) وبالتالي حققت نسبة مئوية أعلى من ٧٥٪ من رأى الخبراء وهى النسبة التى إرترضتها الباحثة لقبول محاور الإستبيانين.

## ٤- صياغة العبارات:

تم صياغة العبارات الخاصة بالإستبيانين وذلك بعد الإطلاع على المراجع العلمية حيث أن إجمالى عدد العبارات لإستبيان اليقظة الإستراتيجية بالأندية الرياضية (٤٦) عبارة، وعدد العبارات لإستبيان الميزة التنافسية بالأندية الرياضية (٤١) عبارة مرفق (٢).

## ٥- الصورة المبدئية للإستبيانين:

بعد الإنتهاء من الخطوات السابقة وبعد صياغة العبارات الخاصة بالإستبيانين قامت الباحثة بعرض الإستبيانين فى صورتها المبدئية على السادة الخبراء اساتذة الإدارة الرياضية بكليات التربية الرياضية (مرفق ١) بهدف إبداء رأى حول كل من: مدى مناسبة العبارات المقترحة أسفل كل محور وإعادة صياغة أية عبارة من عبارات الإستبيانين، إضافة أو حذف أو إحالة ما يروونه مناسباً أو غير مناسب من عبارات و مدى مناسبة نوع التقييم "ميزان التقدير".

## ٦- المعاملات العلمية للإستبيانيين :

أولاً: حساب معامل الصدق :

أ - صدق المحكمين :

قامت الباحثة بعرض الإستبيانيين (اليقظة الإستراتيجية بالأندية الرياضية المصرية) و(الميزة التنافسية بالأندية الرياضية المصرية) فى صورتها المبدئية أ (مرفق ٢)، على مجموعه من الخبراء المتخصصين فى مجال الإدارة الرياضية قوامها (٥) خبراء (مرفق ١) وذلك لإبداء الرأى فى ملائمة الأستبيانيين فيما وضع من أجله سواء من حيث المحاور والعبارات الخاصة بكل إستبيان، وقد تراوحت النسبة المئوية لأراء الخبراء ما بين (٦٥%): (١٠٠%) وقد أرتضت الباحثة نسبة أعلى من ٧٥% لقبول العبارات وبذلك تم حذف أربعة عبارات بالأستبيان الأول ليصبح عدد عبارات الإستبيان (٤٢) عبارة وإحالة عبارته رقم (١٤) بالمحور الثانى إلى المحور الأول وإحالة عبارته رقم (١٠) بالمحور الرابع إلى المحور الثالث وتعديل صياغته العبارة رقم (١١) بالمحور الثانى، وتم حذف عبارة واحدة بالأستبيان الثانى ليصبح عدد عبارات الإستبيان الثانى (٤٠) عبارة ليصبح الإستبيانيين فى صورتها المبدئية ب (مرفق ٣) ويوضح الجدول التالي عدد عبارات كل محور من محاور الإستبيانيين بعد استطلاع رأى الخبراء.

ب- صدق الاتساق الداخلى:

لحساب صدق الاتساق الداخلى للإستبيانيين قامت الباحثة بتطبيقها على عينة قوامها (٤٠) إداري بالأندية الرياضية قيد البحث من مجتمع البحث ومن خارج العينة الأساسية، حيث تم حساب معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة والمجموع الكلى للمحور التى تنتمى إليه. ويتضح أن قيم معاملات الارتباط بين محاور وعبارات إستبيان اليقظة الإستراتيجية بالأندية الرياضية إنحصرت بين (٠.٣٩٢\*، ٠.٨٨٢\*) وجميعها داله إحصائياً عند مستوى (٠.٠٥) مما يدل على أن الإستبيان على درجة مقبولة من الصدق وبذلك أصبح عدد عبارات إستبيان اليقظة الإستراتيجية ككل (٤٢) عبارة) دون تغيير.

كما يتضح أن قيم معاملات الارتباط بين محاور إستبيان اليقظة الإستراتيجية بالأندية الرياضية والدرجة الكلية للإستبيان جميعها داله إحصائياً عند مستوى (٠.٠٥) مما يدل على أن الإستبيان على درجة مقبولة من الصدق.

ويتضح أن قيم معاملات الارتباط بين محاور وعبارات إستبيان الميزة التنافسية بالأندية الرياضية إنحصرت بين (٠.٣٨٧\*، ٠.٨٧٩\*) وجميعها داله إحصائياً عند مستوى

(٠.٠٥) مما يدل على أن الإستهبان على درجة مقبولة من الصدق، وبذلك أصبح عدد عبارات إستهبان الميزة التنافسية بالأندية الرياضية المصرية ككل (٤٠ عبارة) دون تغيير.

ويتضح أن قيم معاملات الارتباط بين محاور إستهبان الميزة التنافسية بالأندية الرياضية والدرجة الكلية للإستهبان جميعها دالة إحصائياً عند مستوى (٠.٠٥) مما يدل على أن الإستهبان على درجة مقبولة من الصدق

#### ثانياً : حساب معامل الثبات

قامت الباحثة بحساب ثبات (اليقظة الإستراتيجية - الميزة التنافسية) بالأندية الرياضية بإستخدام معامل (لفا كرونباخ) وكانت نتيجة حساب معاملات الثبات على النحو التالي :

يتضح أن قيم معاملات للثبات بطريقة ألفا تتراوح بين (٠.٦٩٠، ٠.٨٣١) وذلك يشير أن إستمارة إستهبان اليقظة الإستراتيجية بالأندية الرياضية على درجة مقبولة من الثبات وصالحه للتطبيق.

يتضح أن قيم معاملات للثبات بطريقة ألفا تتراوح بين (٠.٦٨٧، ٠.٩٥١) وذلك يشير أن إستمارة إستهبان الميزة التنافسية بالأندية الرياضية على درجة مقبولة من الثبات وصالحه للتطبيق.

#### الدراسة الأساسية :

قامت الباحثة بتطبيق الإستهبانين قيد البحث في صورتها النهائية (مرفق ٤) على عينة البحث الأساسية وقوامها (٢١٨) إداري بالأندية الرياضية بعد إستهبعاد (١٠) إستمارات في الفترة من (٢٠٢٠/٥/٦) إلي (٢٠٢٠/٥/٣١)

وبعد جمع إستمارات الإستهبانين تم تفرغهما بميزان التقدير الثلاثي للعبارات بحيث تأخذ الإستهبانة (موافق) (٣) درجات والإستهبانة (إلى حد ما) (٢) درجتين والإستهبانة (غير موافق) (١) درجة واحدة.

#### المعالجات الإحصائية المستخدمة :

- الإحصاء الوصفي.
- ألفا كرونباخ.
- الدرجة المقدره.
- قيم الارتباط بيرسون.
- التكرار والنسب المئوية.
- الوزن النسبي.

#### عرض ومناقشة النتائج :

تبنت الباحثة الوزن النسبي لأستهبانات عينة البحث ٧٥% فأكثر لقبول العبارات التي تدل أو تعطى مؤشراً أن اليقظة الإستراتيجية والميزة التنافسية تتوافران بدرجة مرتفعه، ومن

(٦٠ إلى أقل من ٧٥%) مؤشراً لتوافر اليقظة الإستراتيجية والميزة التنافسية بدرجة متوسطة، وأقل من ٦٠% مؤشراً لتوافر اليقظة الإستراتيجية والميزة التنافسية بدرجة قليلة. أولاً: عرض ومناقشة نتائج التساؤل الأول ( ما مستوى ممارسة اليقظة الإستراتيجية بالأندية الرياضية؟ )

### جدول (٢)

التكرارات والدرجة المقدرة والوزن النسبي وترتيب العبارات لاستجابات العينة على عبارات المحور الأول اليقظة التكنولوجية بالأندية الرياضية ن= (٢١٨)

م	العبارات	موافق		إلى حد ما		غير موافق		الدرجة المقدرة	الوزن النسبي	ت
		ك	%	ك	%	ك	%			
بصفتي إحدى الإداريين أرى أن اليقظة التكنولوجية تتمثل في أن إدارة النادي الرياضى :										
١	توفر موقع إلكترونى يعمل بفاعلية ويتم تحديثه باستمرار.	١٩٠	٨٧.١٥	٢٨	١٢.٨	-	-	٦٢٦	٩٥.٧	١
٢	تخضع العاملين للتدريب على استخدام الأجهزة والبرمجيات الخاصة بنظم المعلومات والتقنيات التكنولوجية الحديثة.	١٨٣	٨٣.٩٤	٣٥	١٦.١	-	-	٦١٩	٩٤.٦	٣
٣	توفر نظام حمايه لأمن المعلومات للمحافظة على مكانته بين الأندية الأخرى.	١١٥	٥٢.٧	١٠٣	٤٧.٢	-	-	٥٥١	٨٤.٢	٧
٤	تدخل برمجيات وتقنيات حديثة متطورة على العمليات الإداريه به.	١٧٠	٧٧.٩	٤٨	٢٢.١	-	-	٦٠٦	٩٢.١	٤
٥	تحدث البنية التحتية والأجهزة بما يتوافق مع التطورات التكنولوجية المعاصرة.	١٦٧	٨٥.٧	٣١	٤١.٢	-	-	٦٢٣	٩٥.٢	٢
٦	توفر قاعدة بيانات شاملة وكافية ومتاحة تسهل فى عملية إتخاذ القرارات.	١٠١	٤٦.٣	١١٧	٥٣.٦	-	-	٥٣٧	٨٢.١	١٠
٧	توفر أنظمة تتميز بكفاءتها فى تخزين وتصنيف وإسترجاع وتحديث البيانات والمعلومات.	١١٨	٥٤.١	١٠٠	٤٥.٨	-	-	٥٥٤	٨٤.٧	٦
٨	توفر شبكات إتصالات حديثة وفعالة لخدمة نظم المعلومات به.	١١٢	٥١.٣	١٠٦	٤٨.٦	-	-	٥٤٨	٨٣.٧	٨
٩	توظف برامج البحث والتطوير فى تعزيز مركزه للتنافس بين الأندية الأخرى	١٠٩	٥٠.٠	١٠٩	٥٠.٠	-	-	٥٤٥	٨٣.٣	٩
١٠	تحسن اليات الإتصال بين مختلف الأقسام الموجوده به.	١٢٠	٥٥.٤	٩٨	٤٤.٩	-	-	٥٥٦	٨٥.١	٥
١	المجموع							٥٧٦٥	٨٨.٠٦	

يتضح من جدول (٢) أن الوزن النسبي لاستجابات العينة على عبارات المحور الأول (اليقظة التكنولوجية) تراوحت ما بين (٨٢.١%، ٩٥.٧%) وجاء الوزن النسبي لجميع عبارات المحور أكثر من ٧٥% وهذا يعنى توافر اليقظة التكنولوجية بدرجة مرتفعه، ولا يوجد عبارات الوزن النسبي لها ما بين ٦٠% إلى أقل من ٧٥%، و لا يوجد عبارات وزنها النسبي أقل من ٦٠%.

كما جاء الوزن النسبي لإستجابات عينة البحث على المحور ككل (٨٨.٠٦%) مما يشير إلى توافر اليقظة التكنولوجية بدرجة مرتفعه ضمن اليقظة الإستراتيجية.

وتعزى الباحثة ذلك إلى ان الأندية الرياضية كأحد المؤسسات الرياضية التى تهتم بالتطورات التكنولوجية الحديثة من أجل تحقيق يقظة تكنولوجية إستراتيجية فهى تعمل على إستخدام المواقع الإلكترونية كأحد الأساليب التكنولوجية الحديثة فى نشر أنشطة وبرامج وخدمات النادى الرياضى التى يقدمها للأعضاء والمستفيدين مما يعزز من تنافسية النادى الرياضى بين الأندية الرياضية الأخرى ويجذب إليه أعضاء جدد، كما إدارة النادى الرياضى تحرص على بتوفير كافة الوسائل والأدوات والأجهزة الحديثة فى العمليات الإدارية والإتصالية التى تتم داخل النادى الرياضى سواء بين العاملين وبعضهم أو مع الأعضاء مما يحسن ويسهل من آليات الإتصال بين الأقسام الموجودة بالنادى وذلك من خلال توفير بنية تحتية ملائمة لمواكبة التغييرات التكنولوجية الحديثة.

- وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة "مصطفى عنتر فرج (٢٠٢١)، جابر عبد الحميد (٢٠٢١)، حسين على إبراهيم" (٢٠١٧) فى ان اليقظة التكنولوجية تساعد فى تحسين الخدمات من خلال إستخدام التقنيات التكنولوجية الحديثة والمتطورة. (٢٢)، (٧)، (١٠)
- وتتفق أيضاً مع نتائج دراسة "داود، عباس Dawood, Abbas" (٢٠١٨) فى ان الإدارة تعمل على مواكبة التطورات التكنولوجية والعلمية. (٢٨)
- وتختلف هذه النتائج مع نتائج دراسة "هاجر بلعسل" (٢٠١٨) فى عدم تشجيع وتحفيز الموظفين فى المؤسسة وإشعارهم بأهمية المعلومات كمورد إستراتيجى هام. (٢٤)

## جدول (٣)

التكرارات والدرجة المقدرة والوزن النسبي وترتيب العبارات لاستجابات العينة على عبارات المحور الثانى اليقظة التسويقية بالأندية الرياضية ن = (٢١٨)

م	العبارات	موافق		إلى حد ما		غير موافق		الدرجة المقدرة	الوزن النسبي	ت
		%	ك	%	ك	%	ك			
بصفتى إحدى الإداريين أرى أن اليقظة التسويقية تتمثل فى أن إدارة النادى الرياضى:										
١	تلقى متطلبات وإحتياجات الأعضاء المستفيدين المختلفة	١١٥	٥٢.٧	١٠.٣	٤٧.٢	-	-	٥٥١	٨٤.٢	٨
٢	تسعى لإعداد خطط تسويقية حديثة تتماشى مع متطلبات الأعضاء الحاليين والمستقبلين للوقوف على كافة المستجدات.	١٢٠	٥٥.١	٩٨	٤٤.٩	-	-	٥٥٦	٨٥.١	٧
٣	تصمم برامجه التسويقية بالشكل الذى يعمل على تعزيز ثقة الأعضاء المستفيدين الداخليين والخارجيين.	١٠٨	٤٩.٥	٩٥	٤٣.٥	١٥	٦.٨	٥٢٩	٨٠.٨	١٢
٤	تمتلك عدد كافي من المستثمرين لمساعدته على المنافسة بين الأندية الأخرى.	١١١	٥٠.٩	١٠.٧	٤٩.١	-	-	٥٤٧	٨٣.٦	٩
٥	تعتمد على تطوير برامجه وخدماته وأنشطته على رغبات الأعضاء والمستفيدين بالسوق الرياضى.	١١٠	٥٠.٤	١٠.٨	٤٩.٥	-	-	٥٤٦	٨٣.٤	١٠
٦	تستخدم الموقع الإلكتروني ووسائل التواصل الإجتماعى فى ترويج أنشطته وبرامجه بشكل يساعد على المنافسة بين الأندية الأخرى.	٢٠٠	٩١.٧	١٨	٨.٠٥	-	-	٦٣٦	٩٧.٢	١
٧	تحرص على التقييم المستمر لخدماته لمعرفة نقاط القوة والضعف ببرامجه وأنشطته المختلفة.	١٣٠	٥٩.٦	٨٨	٤٠.٣	-	-	٥٦٦	٨٦.٥	٥
٨	ترصد العلاقة بين الخدمات للأعضاء المستفيدين ومقدم الخدمة حتى ترسم صورة ذهنية مميزة لديهم	١٨٠	٨٢.٥	٣٨	١٧.٤	-	-	٦١٦	٩٤.١	٣

## تابع جدول (٣)

التكرارات والدرجة المقدرة والوزن النسبي وترتيب العبارات لاستجابات العينة على عبارات المحور الثانى اليقظة التسويقية بالأندية الرياضية ن= (٢١٨)

م	العبارات	موافق		إلى حد ما		غير موافق		الدرجة المقدرة	الوزن النسبي	ت
		ك	%	ك	%	ك	%			
٩	توفر وصول سريع للمعلومات التى يحتاجها الأعضاء والمستفيدين.	١٠٧	٤٩.١	١١	٥٠.٩	-	-	٥٤٣	٨٣.١	١١
١٠	تسعى لتطوير إستراتيجياته التسويقية لتقديم الخدمات والأنشطة والبرامج بشكل مستمر ومتميز.	١٣٥	٦١.٩	٨٣	٣٨.١	-	-	٥٧١	٨٦.٣	٦
١١	توفر الإمكانيات المالية والمادية والبشرية اللازمة لتحقيق الإلتزامات المختلفة.	١٩٥	٨٩.٤	٢٣	١٨.٥	-	-	٦٣١	٩٦.٤	٢
١٢	تعتمد على كوادر مؤهله ومدربه لتسويق برامجهم وإمكانياته لمختلف الجهات.	١٧٥	٨٠.٢	٤٣	١٩.٧	-	-	٦١١	٩٣.٤	٤
المجموع								٦٩٠.٣	٨٧.٨٣	٢

يتضح من جدول (٣) أن الوزن النسبي لاستجابات العينة على عبارات المحور الثانى (اليقظة التسويقية) تراوحت ما بين (٨٠.٨%، ٩٧.٢%). وجاء الوزن النسبي لجميع عبارات المحور أكثر من ٧٥% وهذا يعنى توافر اليقظة التسويقية بدرجة مرتفعة، ولا يوجد عبارات الوزن النسبي لها ما بين ٦٠% إلى أقل من ٧٥%، ولا يوجد عبارات وزنها النسبي أقل من ٦٠%.

كما جاء الوزن النسبي لإستجابات عينة البحث على المحور ككل (٨٧.٨٣%) مما يشير إلى توافر اليقظة التسويقية بدرجة مرتفعة ضمن اليقظة الإستراتيجية.

وتعزى الباحثة ذلك إلى إدراك ووعى إدارة النادى الرياضى لأهمية اليقظة التسويقية وحرصهم على عرض وتسويق وترويج خطط وخدمات وبرامج وأنشطة النادى الرياضى الحالية والمستقبلية والإعلان عنها للجميع عن طريق شبكات ومواقع التواصل الإجتماعى باعتبارها أحدث وأرخص وأسهل أنواع التسويق التى يمكن إستخدامها للوصول لأكبر عدد من الأعضاء الحاليين والمحتملين والمستفيدين ومعرفة إحتياجاتهم ومتطلباتهم وتوجيهاتهم عن الخدمات والأنشطة والبرامج المقدمة مما يساعد فى التعديل والتطوير فى الخطط والإستراتيجيات التسويقية وفقاً لتلك المتطلبات، كما ان توفير الإمكانيات والمادية من أجهزة وأدوات والمالية والبشرية من كوادر مؤهلة ومدربة يعمل على توفير الوقت والجهد لكلاً من

مقدم الخدمة والأعضاء والمستفيدين، وتسهيل وتسريع إجراءات الحصول على الخدمة والإشتراك بالأنشطة والخدمات التي يقدمها النادي مما يزيد من إنتماء وولاء الأعضاء للنادي الرياضي ويحسن الصورة الذهنية لديهم.

- وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة "حسين على إبراهيم" (٢٠١٧) والتي توصلت إلى ان اليقظة التسويقية لها أثر إيجابي من خلال توفير خدمات متواصلة وتوفير الموارد اللازمة. (١٠)

- كما تتفق أيضاً مع نتائج دراسة "جابر عبد الحميد" (٢٠٢١) ودراسة "سافيسكو Savescu" (٢٠١٤) في ان الإدارة تسعى لكسب ثقة زبائنها عن طريق توفير خدمات مميزة ومتواصلة والعمل على تلبية إحتياجات زبائنها. (٧)، (٣٦)

- وتختلف هذه النتائج مع نتائج دراسة "أميرة نعمة، كوثر الموسوي" (٢٠١٨) في ضعف إدارة المنظمة في رصد وتحليل الأنشطة والإستراتيجيات التسويقية للمنافسين وعدم الإهتمام الكافي بمراقبة الأنشطة التسويقية للمنافسين. (٥)

#### جدول (٤)

التكرارات والدرجة المقدرة والوزن النسبي وترتيب العبارات لاستجابات العينة على عبارات المحور الثالث اليقظة التنافسية بالأندية الرياضية ن = (٢١٨)

م	العبارات	موافق		إلى حد ما		غير موافق		الدرجة المقدرة	الوزن النسبي	ت
		ك	%	ك	%	ك	%			
بصفتي إحدى الإداريين أرى أن اليقظة التنافسية تتمثل في أن إدارة النادي الرياضي :										
١	تسعى إلى تطوير برامجه وأنشطته وخدماته بشكل مستمر للحفاظ على ميزته التنافسية بين الأندية الأخرى.	١٣٩	٦٣.٧	٧٩	٣٦.٢	-	-	٥٧٥	٨٧.٩	٣
٢	ترصد العقبات والمشكلات المحتملة والعمل على تفادي حدوثها.	١٤٣	٦٥.٥	٧٥	٣٤.٤	-	-	٥٧٩	٨٨.٥	٢
٣	تستفيد من خبرات الأندية المنافسة في تطوير أدائه الداخلي.	١٠١	٥٠.٤	٨٦	٣٩.٤	٢٢	١٠.٠٩	٥٢٤	٨٠.١٢	٨
٤	ترصد إمكانيات وقدرات الأندية المنافسة وتستعد لها	٢٠١	٩٢.٢	١٧	٧.٧	-	-	٦٣٧	٩٧.٤	١
٥	تمتلك خطط إستراتيجية مرنة لمواجهة المواقف التنافسية.	١٢٠	٥٥.٠	٩٨	٤٤.٩	-	-	٥٥٦	٨٥.٠١	٤

## تابع جدول (٤)

التكرارات والدرجة المقدرة والوزن النسبي وترتيب العبارات لاستجابات العينة على عبارات المحور الثالث اليقظة التنافسية بالأندية الرياضية ن= (٢١٨)

م	العبارات	موافق		إلى حد ما		غير موافق		الدرجة المقدرة	الوزن النسبي	ت
		%	ك	%	ك	%	ك			
٦	تدرس باستمرار إمكانية فتح فروع وتقديم أنشطة وخدمات جديدة حسب متطلبات الأعضاء.	٥١.٨	٨٥	٣٨.٩	٢٠	٩.١٧	٢٠	٥٢٦	٨٠.٤٢	٦
٧	تسعى أن يكون رائداً فى مجاله للحفاظ على موقعه التنافسى بين الأندية الأخرى.	٨٠.٠	٩٠	٤١.٢	١٩	٨.٧١	١٩	٥٢٦	٨٠.٤٢	٦
٨	تحرص على إنشاء علاقات مع كافة الهيئات الرياضية لتحقيق المصالح المشتركة.	٦١.٠	٦٨	٣١.١	١٧	٧.٧	١٧	٥٥٢	٨٤.٤	٥
٩	تعمل على إستخدام موارد النادرة فى تحسين طرق منافسته بين الأندية الأخرى.	٤٥.٨	٩٨	٤٤.٩	١٠	٤.٥	١٠	٥٠٦	٧٧.٣	٩
٤	المجموع.							٤٩٨١	٨٤.٦١	٤

يتضح من جدول (٤) أن الوزن النسبي لاستجابات العينة على عبارات المحور الثالث (اليقظة التنافسية) تراوحت ما بين (٧٧.٣%، ٩٧.٤%).

وجاء الوزن النسبي لجميع عبارات المحور أكثر من ٧٥% وهذا يعنى توافر اليقظة التنافسية بدرجة مرتفعه. و لا يوجد عبارات وزنها النسبي ما بين ٦٠% إلى أقل من ٧٥%، ولا يوجد عبارات وزنها النسبي أقل من ٦٠%.

كما جاء الوزن النسبي لإستجابات عينة البحث على المحور ككل (٨٤.٦١%) مما يشير إلى توافر اليقظة التنافسية ضمن اليقظة الإستراتيجية.

وتعزى الباحثة ذلك إدراك ووعى إدارة النادى الرياضى بأن اليقظة التنافسية من أهم عناصر اليقظة الإستراتيجية، وحتى تتمكن الأندية من المنافسة وتحقيق الإستباقية بين الأندية الأخرى فيجب ان تتابع وترصد إمكانيات وقدرات الأندية المنافسة وتجمع معلومات عن برامجهم وأنشطتهم وخدماتهم وخططهم وتقارن بين مستوى أدائها ومستوى أداء الأندية المنافسة، كما أن إدارة النادى الرياضى تحرص على التواصل مع الأعضاء والمستفيدين عن طريق الإجتماعات الدورية أو إستطلاع آرائهم لمعرفة المشكلات والعقبات التى تواجههم سواء الخدمات المقدمة أو أسعار الخدمات أو من قبل العاملين بالنادى والسعى جاهداً لحل هذه المشكلات.

- وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة "حسين على إبراهيم" (٢٠١٧) في ان لليقظة التنافسية دور في تحسين الخدمات عن طريق مراقبة المنافسين الجدد والحاليين والسعي الدائم للحصول على ميزة تنافسية تتمثل بتقديم خدمة متميزة.(١٠)
- وتختلف هذه النتائج على نتائج دراسة "شين" Shein(٢٠١٧) في ضعف مستوى اليقظة التنافسية لدى المؤسسة.(٣٧)

### جدول (٥)

التكرارات والدرجة المقدرة والوزن النسبي وترتيب العبارات لاستجابات العينة على عبارات المحور الرابع اليقظة البيئية بالأندية الرياضية ن = (٢١٨)

م	العبارات	موافق		إلى حد ما		غير موافق		الدرجة المقدره	الوزن النسبي	ت
		ك	%	ك	%	ك	%			
بصفتي إحدى الإداريين أرى أن اليقظة البيئية تتمثل في أن إدارة النادي الرياضي :										
١	ترصد كل ما يتعلق بالأحداث الاجتماعية بالبيئة كالعادات والتقاليد والصراعات ويلتزم بالأعراف والتقاليد الاجتماعية.	٩٨	٤٤.٩	٣٠	١٣.٧	٩٠	٤١.٢	٤٤٤	٦٧.٨	١١
٢	تحصر نقاط الضعف في البيئة الداخلية وتعمل على تلافيها وتدعم نقاط القوة وتستثمرها	١٩٩	٩١.٢	١٩	٨.٧١	-	-	٦٣٥	٩٧.٠٩	٢
٣	تحرص على التطوير المستمر للسياسات واللوائح لمواكبة التغييرات المستقبلية.	١٧٠	٧٧.٩	٤٨	٢٢.٠١	-	-	٦٠٦	٩٢.٦	٤
٤	تتراعى المرونة في الهياكل التنظيمية وتغيرها وفق المستجدات.	١٦٣	٧٤.٧	٥٠	٢٢.٩	٥	٢.٢٩	٥٩٤	٩٠.٨	٥
٥	تحرص على الاستفادة من الفرص المتاحة بالبيئة الخارجية.	١٥٠	٦٨.٨	٥٥	٢٥.٢	١٣	٥.٩	٥٧٣	٨٧.٦	٦
٦	تتبنى لدى الأعضاء الشعور بالانتماء والولاء للنادي.	١٠٨	٤٩.٥	١١٠	٥٠.٤	-	-	٥٤٤	٨٣.١٨	٨
٧	تحرص على تبادل الثقة والإحترام بين العاملين في بيئة العمل.	١٧٥	٨٠.٢	٤٣	١٩.٧	-	-	٦١١	٩٣.٤	٣
٨	تتبنى مواكبة التغيير في نظم العمل وفقا لمعايير الجودة ومتطلبات العمل.	١٣٣	٦١.٠٠	٦٥	٢٩.٨	٢٠	٩.١٧	٥٤٩	٨٣.٩	٧

## تابع جدول (٥)

التكرارات والدرجة المقدرة والوزن النسبي وترتيب العبارات لاستجابات العينة على عبارات المحور الرابع اليقظة البيئية بالأندية الرياضية ن = (٢١٨)

م	العبارات	موافق		إلى حد ما		غير موافق		الدرجة المقدرة	الوزن النسبي	ت	
		%	ك	%	ك	%	ك				
٩	تطور أساليب وتقنيات تحديد الاحتياجات الأنية والمستقبلية للاعضاء.	٩٤.٠٣	١٣	٥.٩	-	-	-	٦٤١	٩٨.٠١	١	
١٠	تتابع كافة المعلومات ذات الطبيعة السياسية والتشريعية بالمجتمع والتي تؤثر على أنشطته.	٤٧.٢	٧٠	٣٢.١١	٤٥	٢٠.٦	٤٩٤	٧٥.٥		١٠	
١١	تقوم بالمتابعة المستمرة لتطورات الإحصائيات السكانية وما تفرضه من تحديات على أنشطته وتوسعاته المستقبلية.	٤٢.٦٦	١٠٠	٤٥.٨	٢٥	١١.٤	٥٠٤	٧٧.٠٦		٩	
المجموع										٣	
									٨٧.٠٧	٦١٩٥	

يتضح من جدول (٥) أن الوزن النسبي لاستجابات العينة على عبارات المحور الرابع (اليقظة البيئية) تراوحت ما بين (٦٧.٨%، ٩٨.٠١%). وجاء الوزن النسبي لجميع عبارات المحور أكثر من ٧٥% وهذا يعني توافر اليقظة البيئية بدرجة مرتفعة، فيما عدا العبارات حصلت على وزن نسبي ما بين ٦٠% إلى أقل من ٧٥% مما يدل على هذه العبارة رقم (١) مما يدل هذه العبارة التي يتضمنها المحور تتوافر بها اليقظة البيئية بدرجة متوسطة، ولا يوجد عبارات وزنها النسبي أقل من ٦٠%.

كما جاء الوزن النسبي لإستجابات عينة البحث على المحور ككل (٨٧.٠٧%) مما يشير إلى توافر اليقظة البيئية بدرجة مرتفعة ضمن اليقظة الإستراتيجية.

وتعزى الباحث ذلك إلى حرص إدارة النادى الرياضى لمعرفة إحتياجات الأعضاء والمستفيدين بشأن الخدمات والبرامج والأنشطة التى يقدمها النادى ومدى رضاهم عنها والسعى للتعرف على تطلعاتهم المستقبلية حيث ان معظم الأعضاء والمستفيدين من الأندية الرياضية من فئة الشباب التى تتنوع وتتعدد متطلباتهم وإحتياجاتهم وفقاً للتغيرات التكنولوجية والإقتصادية والإجتماعية والثقافية والسياسة بالمجتمع لذلك يجب على الأندية تحديد معلومات عن إحتياجات الأعضاء والمستفيدين بطرق مختلفة وجديدة وبتكررة والسعى للإستجابة لهذه الإحتياجات وتحقيقها، كما ان الإدارة النادى الرياضى تبذل الجهود لتنفيذ عملية التحليل البيئى وذلك لفهم عوامل القوة والضعف فى بيئته الداخلية وبالتالى إدراك التحديات التى تواجهه نحو التغيير وتحليل قدرتها على التحديات التى تواجهه نحو التغيير وتحليل قدرتها

على الإستجابة للتغيير، وإيضاً تعمل على تحليل البيئة الخارجية لتحديد الفرص والتهديدات والمخاطر التي يواجهها النادي بدقة.

- وتتفق هذه النتائج مع نتيجة دراسة "أميرة الكيلاني، كوثر الدوسري" (٢٠١٨) ان الإدارة مدركة تماماً للتغيرات البيئية التي تحدث بالأسواق والتي تسهم بالتغيير المستمر وإهتمامها بضرورة تكيف إستراتيجيتها مع التغيرات البيئية. (٥)
- وتتفق أيضاً مع نتائج دراسة، فارس (Fares) فى أهمية دراسة التحليل البيئى فى إدراك الفرص والتهديدات المحتملة فى التحليل البيئى وأهمية معرفة وصفات القوة والضعف. (٣٣)

- وتختلف هذه النتائج مع نتائج دراسة زيد محمود (٢٠١٧) فى وجود ضعف فى اليقظة البيئية وذلك بسبب عدم وجود جهة مختصة تراقب نقاط الضعف وتعالجها وتعزز نقاط القوة وتستثمرها. (١١)

ويتضح أن ترتيب محاور إستبيان اليقظة الإستراتيجية وفقاً للوزن النسبى جاء كالتالى :

- محور اليقظة التكنولوجية جاء فى الترتيب الأول بوزن نسبى قدرة ٨٨.٠٦%، يليه محور اليقظة التسويقية جاء فى الترتيب الثانى بوزن نسبى قدرة ٨٧.٨٣%، يليه محور اليقظة البيئية جاء فى الترتيب الثالث بوزن نسبى قدرة ٨٧.٠٧%، يليه محور اليقظة التنافسية جاء فى الترتيب الرابع والأخير بوزن نسبى قدرة ٨١.٦١%.
- والوزن النسبى لإستبيان اليقظة الإستراتيجية بالأندية الرياضية ككل بلغ ٨٦.١٤ % مما يدل على توافر اليقظة الإستراتيجية بالأندية الرياضية بدرجة مرتفعة.

وتعزى الباحثة ذلك لإدراك إدارة النادى الرياضى لأهمية اليقظة الإستراتيجية (التكنولوجية- التنافسية- التسويقية- البيئية) المختلفة فى حيث انها من الاساليب الإدارية الحديثة التى تساعد الأندية الرياضية فى صناعة القرارات الاستراتيجية من خلال جمع المعلومات عن البيئة المحيطة والأندية المنافسة ومراقبة وتحليل المحيط التكنولى والتغيرات الاقتصادية والإجتماعية والسياسية الحاضرة والمستقبلية ومعرفة التهديدات والفرص المحيطة مما يساعد الأندية الرياضية على تحسين برامجها وخدماتها وتميزها.

- تتفق هذه الدراسة مع نتائج دراسة "زيد محمود (٢٠١٧)، جابر عبد الحميد" (٢٠٢١) إلى موافقة أفراد العينة بدرجة مرتفعة على متغيرات اليقظة الإستراتيجية (التكنولوجية- البيئية- التجارية- التنافسية). (١١)، (٧).
- تختلف هذه النتائج مع نتائج دراسة "سرين صلاح الدين" (٢٠٢٠) فى ان مستوى ممارسة اليقظة الإستراتيجية بجامعة السلطان قابوس متوسطة. (٣٣)

وقد حصلت اليقظة التكنولوجية فى الترتيب الأول بوزن نسبى (٨٨.٠٦%) بين محاور إستبيان اليقظة الإستراتيجية بالأندية الرياضية.

وتعزى الباحثة ذلك إلى لأهمية اليقظة التكنولوجية وتأثيرها على نشاط الأندية الرياضية حيث ان العصر الذى يعيش فيه هو عصر التحول الرقمى فهو عصر الثورة الحقيقة فى عالم الرقمنة وتكنولوجيا المعلومات، وبما أن الأندية الرياضية أحدى الهيئات الرياضية التابعة لوزارة الشباب والرياضة والتي من أهم أهدافها تحقيق أهداف رؤية مصر ٢٠٣٠ للتوجه نحو التحول الرقمى، لذلك يجب على الأندية الرياضية مواكبة العصر الحالى وإستخدام التقنيات الحديثة فى برامجها وخدماتها وأنشطتها ولن يتحقق ذلك إلا من خلال اليقظة التكنولوجية التى تساعد الأندية على إدخال برمجيات وتقنيات حديثة ومتطورة على العمليات الإدارية بها.

- وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة "سافيسكو savesco" (٢٠١٤) فى ان اليقظة التكنولوجية لها دور بارز فى المنظمات المعاصرة كما انها تزيد من قدرة المنظمة التنافسية. (٣٦)

- وتختلف هذه النتائج مع نتائج دراسة (عايض الأكلبي) (٢٠١٩) فى حصول اليقظة التكنولوجية على المرتبة الأخيرة. (١٧)

وبذلك قد يكون تم الإجابة على التساؤل الأول ما مستوى ممارسة اليقظة الإستراتيجية بالأندية الرياضية؟

ثانياً: عرض ومناقشة نتائج التساؤل الثانى (ما درجة الميزة التنافسية بالأندية الرياضية؟) جدول (٦)

التكرارات والدرجة المقدره والوزن النسبى وترتيب العبارات لاستجابات العينة على عبارات المحور الأول ميزة الجودة بالأندية الرياضية ن = (٢١٨)

م	العبارات	موافق		إلى حد ما		غير موافق		الدرجة المقدره	الوزن النسبى	ت
		ك	%	ك	%	ك	%			
١	تهتم بجودة الخدمات المقدمة للأعضاء بصفة مستمرة لإرضائهم.	٢١٠	٩٦.٣	٨	٣.٦	-	-	٦٤٦	٩٨.٧	١
٢	تسعى لتطبيق أساليب الجودة والإعتماد فى كل أنشطة ومجالاته وأقسامه.	٢٠٠	٩١.٧	١٨	٨.٢	-	-	٦٣٦	٩٧.٢	٣
٣	تمتلك خطة عامه للأنشطه تتماشى مع رؤية مصر ٢٠٣٠.	١٨٠	٨٢.٥	٣٨	١٧.٤	-	-	٦١٦	٩٤.١٨	٧

بصفتى إحدى الإداريين أرى أن ميزة الجودة تتمثل فى أن إدارة النادى الرياضى :

## تابع جدول (٦)

التكرارات والدرجة المقدرة والوزن النسبي وترتيب العبارات لاستجابات العينة على عبارات المحور الأول ميزة الجودة بالأندية الرياضية ن = (٢١٨)

م	العبارات	موافق		إلى حد ما		غير موافق		الدرجة المقدرة	الوزن النسبي	ت
		ك	%	ك	%	ك	%			
٤	تسعى إلى تقييم جودة الخدمات بصفة دورية للتفوق على منافسيه من الأندية الأخرى.	٢٠٣	٩٣.١	١٥	٦.٨	-	-	٦٢٩	٩٧.٧	٢
٥	تستفيد من تقييم المقترحات الفنية والوظيفية المقدمة من العاملين بمختلف المستويات الإدارية	١٤٣	٦٥.٥	٧٥	٣٤.٤	-	-	٥٧٩	٨٨.٥٣	٩
٦	تصمم خطط لتدريب العاملين لتحسين جودة الخدمة المقدمة وفقا لطلبات المنافسه المتجددة	١٨٨	٨٦.٢	٣٠	١٣.٧	-	-	٦٢٣	٩٥.٤	٦
٧	تتميز خدماته بالتنوع لإرضاء رغبات وحاجات الأعضاء.	١٧١	٧٨.٤	٤٨	٢١.٥	-	-	٦٠٧	٩٢.٨	٨
٨	تسعى لتوفير كافة امکانات المادية اللازمة لتجويد العمل الإدارى والخدمات المقدمة.	١٠٣	٤٧.٢	٩٠	٤١.٢	٢٥	١١.٤	٥١٤	٧٨.٥	١٢
٩	توفر عمليات تحسين مستمرة لبرامجه وأنشطته وخدماته لضمان تميزه بين الأندية الأخرى.	٩٩	٤٥.٤	١٠٠	٤٥.٨	١٩	٨.٧	٥١٦	٧٨.٨	١١
١٠	تسعى لإملاك منشآت رياضية تميزه عن الأندية الأخرى المنافسة.	١٠١	٤٦.٣	٩٩	٤٥.٤	١٨	٨.٢	٥١٩	٧٩.٣	١٠
١١	تهتم بشكاوى ومقترحات الأعضاء وتعمل على تلبيتها.	١٩٨	٩٠.٨	٢٠	٩.١٧	-	-	٦٣٤	٩٦.٩	٤
١٢	تعقد لقاءات مع الأعضاء بشكل مستمر لدراسة إحتياجاتهم.	١٩٠	٨٧.١	٢٨	١٢.٨	-	-	٦٢٦	٩٥.٧١	٥
المجموع										
١								٧١٥٦	٩١.١٤	

يتضح من جدول (٦) أن الوزن النسبي لاستجابات العينة على عبارات المحور الأول (ميزة الجودة) تراوحت ما بين (٧٨.٥%، ٩٨.٧%).

وجاء الوزن النسبي لجميع عبارات المحور أكثر من ٧٥% وهذا يعنى توافر ميزة الجودة بدرجة مرتفعه. ولا يوجد عبارات وزنها النسبى ما بين ٦٠% إلى أقل من ٧٥%، ولا يوجد عبارات وزنها النسبى أقل من ٦٠%.

كما جاء الوزن النسبى لإستجابات عينة البحث على المحور ككل (٩١.١٤%) مما يشير إلى توافر ميزة الجودة بدرجة مرتفعة ضمن الميزة التنافسية.

وتعزى الباحثة ذلك إلى إدراك ووعى إدارة النادى الرياضى لأهمية تطبيق أساليب الجودة بمختلف المجالات والأقسام والإهتمام بجودة الخدمات المقدمة للأعضاء والمستفيدين وأثرها الإيجابى فى الحفاظ على الأعضاء الحاليين وكسب ولائهم وإنتمائهم وجذب أعضاء جدد مما يحقق الميزة التنافسية بين الأندية الأخرى المنافسة، لذلك تحرص إدارة النادى الرياضى على إمتلاك ملاعب ومنشآت مميزة، وأن يكون موقع النادى ملائم وسهل الوصول إليه وفتح فروع جديدة للأعضاء، وإستخدام التكنولوجيا الحديثة لتسهيل تقديم الخدمات على الأعضاء والمستفيدين، كما أن الإدارة تعمل على تقديم خدمات مميزة ذات جودة عالية مثل خدمات الشهر العقارى وتوفير ماكينات الصرف الألى وفتح فروع للبنوك داخل النادى وتوفير مركز للياقة البدنية بمواعيد وأسعار مناسبة وفتح المطاعم والمحلات التجارية.

- وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة "محمد سليمان" (٢٠٢٠) فى أن الإدارة تهتم بجودة الخدمات المقدمة للأعضاء والمتريدين على النادى. (٢٠)
- كما تتفق أيضاً مع نتائج دراسة "حازم عبد العظيم، أشرف السيد" (٢٠١٦) بضرورة الإرتقاء بجودة الخدمة الموجودة داخل المؤسسة والإستفادة من نقاط القوة وتحسين نقاط الضعف لتحقيق الميزة التنافسية. (٩)
- كما تتفق أيضاً مع نتائج دراسة "أوجنيكا ogunkage" (٢٠١٥) فى ضرورة التركيز على تقديم خدمات ذات جودة عالية فى القطاع المصرفى للحصول على سوقية أكبر وإرضاء العملاء وإشباع حاجاتهم لتحقيق الميزة التنافسية. (٣٤)

#### جدول (٧)

التكرارات والدرجة المقدره والوزن النسبى وترتيب العبارات لاستجابات العينة على عبارات المحور الثانى ميزة التكلفة بالأندية الرياضية ن = (٢١٨)

م	العبارات	موافق		إلى حد ما		غير موافق		الدرجة المقدره	الوزن النسبى	ت
		ك	%	ك	%	ك	%			
١	تحرص أن تكون تكلفة الخدمات المقدمة للأعضاء أقل من تكلفة خدمات الأندية الأخرى	١٥٦	٧١.٥	٦٢	٢٨.٤	-	-	٥٩٢	٩٠.٥	٣

بصفتى إحدى الإداريين أرى أن ميزة التكلفة تتمثل فى أن إدارة النادى الرياضى:

## تابع جدول (٧)

التكرارات والدرجة المقدرة والوزن النسبي وترتيب العبارات لاستجابات العينة على عبارات المحور الثاني ميزة التكلفة بالأندية الرياضية ن = (٢١٨)

م	العبارات	موافق		إلى حد ما		غير موافق		الدرجة المقدرة	الوزن النسبي	ت
		ك	%	ك	%	ك	%			
٢	تضع خطط لتقليل تكاليف الخدمات المقدمة للأعضاء دون التأثير على جودتها	١٤٣	٦٥.٥	٧٥	٣٤.٤	-	-	٥٨٤	٨٩.٢	٧
٣	تقوم بتقييم ومتابعة سياسة أجور العاملين من حين لآخر.	١٣٧	٦٢.٨	٨١	٣٧.١٥	-	-	٥٧٣	٨٧.٦	١١
٤	تحرص على تقديم خدمات للأعضاء تتناسب مع إمكانياتهم وقدراتهم المالية	١٤٩	٦٨.٣	٦٩	٣١.٦	-	-	٥٨٥	٨٩.٤	٦
٥	تضع خطط لإستثمار موارده من ملاعب ومنشآت	١٨٨	٨٦.٢	٣٠	١٣.٧	-	-	٦٢٤	٩٥.٤	١
٦	توجد أنظمة متابعة ومراقبة على أسعار الخدمات المقدمة بالنادي للأعضاء	١٤٠	٦٤.٢	٧٨	٣٥.٧	-	-	٥٧٦	٨٨.٠٧	١٠
٧	تضع نظم وخطط إقتصادية لتمويل خدماته وأنشطته.	١٤٥	٦٦.٥	٧٣	٣٣.٤	-	-	٥٨١	٨٨.٨	٩
٨	تبحث عن أفضل الفرص لتقديم خدمات مميزة ومتنوعة بأقل التكاليف.	١٥١	٦٩.٢	٦٧	٣٠.٧	-	-	٥٨٧	٨٩.٧	٥
٩	تنتبأ بالمخاطر التي قد تحدث داخل النادي وتؤثر على تكلفة الخدمات المقدمة وتعمل على تفاديها.	١٥٠	٦٨.٨	٦٨	٣١.١٩	-	-	٥٨٦	٨٩.٦	٤
١٠	تعتمد على المستثمرين والرعاة لتمويل مشروعاته وأنشطته لتوفير التكاليف	١٦٠	٧٣.٣	٥٨	٢٦.٦	-	-	٥٩٦	٩١.١	٢
١١	تسعى إلى إتمام كافة عملياته التنموية دون هدر في الإمكانيات المتاحة	١٤٦	٦٦.٩	٧٢	٣٣.٠٢	-	-	٥٨٢	٨٨.٩	٨
المجموع										٢
									٨٩.٨	٦٤٦٦

يتضح من جدول (٧) أن الوزن النسبي لاستجابات العينة على عبارات المحور الثاني (ميزة التكلفة) تراوحت ما بين (٨٧.٦%، ٩٥.٤%).

وجاء الوزن النسبي لجميع عبارات المحور أكثر من ٧٥% وهذا يعنى توافر ميزة التكلفة بدرجة مرتفعه. ولا يوجد عبارات وزنها النسبي ما بين ٦٠% إلى أقل من ٧٥%، ولا يوجد عبارات وزنها النسبي أقل من ٦٠%.

كما جاء الوزن النسبي لإستجابات عينة البحث على المحور ككل (٨٩.٨%) مما يشير إلى توافر ميزة التكلفة بدرجة مرتفعة ضمن الميزة التنافسية.

وتعزى الباحثة ذلك إلى أن الأندية الرياضية تعمل بشكل دوؤب ومستمر فى خلق قيمة تنافسية تركز على جانب التكلفة والذي يعتبر من اكثر العوامل اثراً فى توجهات الأعضاء والمستفيدين، فالأعضاء والمستفيدين دائماً يبحثون بإستمرار عن الخدمات ذات الجودة العالية وبأسعار قليلة مقارنة بالخدمات الأخرى بالأندية المنافسة حيث أن إنخفاض سعر الخدمة يؤدى لزيادة الطلب عليها ولذلك تحرص إدارة الأندية الرياضية على زيادة مصادر دخل النادى من خلال وضع خطط إستراتيجية للأستثمار الأمثل لموارد النادى من ملاعب ومنشآت ومرافق عن طريق تأجير المرافق والمنشآت للأنشطة التجارية بالإضافة لوجود بعض الآليات داخل الأندية الرياضية التى تسمح بزيادة حجم الإقبال على الأنشطة والخدمات والبرامج الرياضية المقدمة من النادى من خلال إشتراك المستفيدين بالأكاديميات الرياضية للألعاب المختلفة، كما أن الأندية تعتمد على المستثمرين والرعاة كمصدر من مصادر زيادة الدخل حيث تعتبر الرعاية أحد أهم مصادر زيادة الدخل للأندية الرياضية مما يزيد من إستثمار النادى الرياضى وزيادة حجم الأرباح وتحقيق ميزة التكلفة التنافسية.

- وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة سمير عبد اللطيف" (٢٠١٦) فى ان الأندية الرياضية تستخدم الأساليب الإدارية الحديثة التى تميزها لتقديم خدماتها بتكلفة مناسبة مع قدرة المترددين على النادى أو تكون أقل من الأندية الرياضية الأخرى ووضع خطط للأندية الرياضية التى تمتلكها لزيادة مصادر الدخل وفقاً للميزات التنافسية. (١٣)
- كما تتفق أيضاً مع نتائج دراسة "صفاء على (٢٠١٦)، دراسة شرف الدين على" (٢٠٢٠) فى أن الشركة أم تي إن تسعى لخفض تكاليف الخدمات مع الحفاظ على جودة الخدمة. (١٥)
- وتتفق أيضاً مع نتائج دراسة "إدريس السنوسى" (٢٠١٦) فى موافقة أفراد العينة على بعد التكلفة بأعتبارة أحد أهم مصادر الميزة التنافسية. (٤)

## جدول (٨)

التكرارات والدرجة المقدرة والوزن النسبي وترتيب العبارات لاستجابات العينة على عبارات المحور الثالث ميزة الإبداع بالأندية الرياضية ن = (٢١٨)

م	العبارات	موافق		إلى حد ما		غير موافق		الدرجة المقدرة	الوزن النسبي	ت
		ك	%	ك	%	ك	%			
١	تقوم بمراجعة أنشطة وعملياته المختلفة وتعمل على إستبعاد الخدمات والأنشطة التقليدية.	٩٩	٤٥.٤	٨٠	٣٦.٦	٣٩	١٧.٨	٤٩٦	٧٥.٨٤	٢
٢	تسعى بشكل دائم لتطبيق التقنيات الحديثة لضمان سرعة الإنجاز فى العمل وتقديم الخدمات بطريقة مبدعة	١٠٠	٤٥.٨	٨٦	٣٩.٤	٣٢	١٤.٦	٥٠.٤	٧٧.٠٦	١
٣	تواجه المشكلات التى تحدث بطرق غير تقليدية.	٨٠	٣٦.٦	٧٠	٣٢.١	٦٨	٣١.١	٤٤٨	٦٨.٥٠	٨
٤	تحاول بشكل مستمر تقديم خدمات غير مسبوقه لأعضاءه.	٩٣	٤٢.٦	٧٥	٣٤.٤	٥٠	٢٢.٩	٤٧٩	٧٣.٢٠	٤
٥	تحافظ على نظم التوجيه المستمر للعاملين لحماية ابداعاتهم.	١٤٨	٦٧.٨	٥٠	٢٢.٩	٢٠	٩١.٧	٤٧٤	٧٢.٤٧	٦
٦	تشجع الأفكار المبدعه والتميزه وتسعى إلى رعايتها	٨٩	٤٠.٨	٦٥	٢٩.٨	٦٤	٢٩.٣	٤٦٢	٧٠.٦١	٧
٧	تسعى إلى توظيف الأفكار الجديدة لتقديم خدمات فريدة ومتميزة تتناسب مع متطلبات الأعضاء واللاعبين	٩٥	٤٣.٥	٨٣	٣٨.١	٤٠	١٨.٣	٤٩١	٧٥.١٧	٣
٨	تسمح للعاملين والمدربين بالإبداع والتجديد مما يسهم فى تطوير الخدمات	٩٠	٤١.٢	٧٨	٣٥.٧	٥٠	٢٢.٩	٤٧٦	٧٢.٧١	٥
٤	المجموع							٣٨٣٠	٧٣.١٨	

يتضح من جدول (٨) أن الوزن النسبي لاستجابات العينة على عبارات المحور الثالث (ميزة الإبداع) تراوحت ما بين (٦٨.٥٠%، ٧٧.٠٦%).

وجاء الوزن النسبي للعبارات (١، ٢، ٦) أكثر من ٧٥% وهذا يعنى أن هذه العبارات التى يتضمنها المحور يتوافر بها ميزة الإبداع بدرجة مرتفعه. بينما حصلت العبارات رقم (٣، ٤، ٥، ٧، ٨) على وزن نسبي ما بين ٦٠% إلى أقل من ٧٥% وهذا يعنى أن هذه العبارات التى يتضمنها المحور يتوافر بها ميزة الإبداع بدرجة متوسطة، و لا يوجد عبارات وزنها النسبي أقل من ٦٠%.

كما جاء الوزن النسبي لإستجابات عينة البحث على المحور ككل (٧٣.١٨%) مما يشير إلى توافر ميزة الإبداع بدرجة متوسطة ضمن الميزة التنافسية. وتعزى الباحثة ذلك إلى ان الأندية الرياضية تعتمد على إستخدام الوسائل والتقنيات التكنولوجية الحديثة لتقديم الخدمات والأنشطة والبرامج والخدمات بطريقة مميزة ومبدعة من حل المشكلات التنظيمية والإدارية بإجراءات العمل والتخلص من الروتين حيث ان استخدام الوسائل التكنولوجية يساعد العاملين على إستغلال المعلومات وبشكل الأمثل من أجل إستدامة القدرة على تقديم الخدمات وإدارة النادي بشكل متميز، كما أن إستخدام الأندية الرياضية للطرق الحديثة ولإتباع أسلوب الإدارة الديمقراطية ومنح العاملين تفويض السلطة وصلاحيات إتخاذ القرار وتحمل المسؤولية مما يشجع العاملين على الإبداع والإبتكار فى العمل والإستفادة من مهاراتهم وكفاءتهم وخبراتهم الإبداعية فى تطوير أنشطة وبرامج النادي وتقديم خدمات فريدة ومتميزة تتناسب مع متطلبات الأعضاء والمستفيدين.

- وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة "سمير سليمان" (٢٠٢٠) فى ان الجامعة تتبنى كافة الطرق والأساليب الكفيلة بتطوير العمليات فيها وتميزها فى تقديم الخمة.(١٢)
- كما تتفق أيضاً مع نتائج دراسة "مارجينا Magaini" (٢٠١٤) فى ان الممارسات وتقنيات تكنولوجيا المعلومات لها دور حاسم فى بناء الميزة التنافسية. (٣٢)
- وتختلف هذه النتائج مع نتائج دراسة "محمد سليمان محمد" (٢٠٢٠) فى ان هناك تصور فى إدارة الأندية الرياضية فى الطرق التقليدية التى تشجع على الإبداع والإبتكار فى العمل وعدم إمتلاك الأندية الأهلية للتكنولوجيا الحديثة التى تسهم فى تقديم الخدمات بطريقة مبدعة.(٢٠)

#### جدول (٩)

التكرارات والدرجة المقدره والوزن النسبى وترتيب العبارات لاستجابات العينة على عبارات المحور الرابع ميزة الإستجابة بالأندية الرياضية ن = (٢١٨)

م	العبارات	موافق		إلى حد ما		غير موافق		الوزن النسبى	ت
		ك	%	ك	%	ك	%		
بصفتي إحدى الإداريين أرى أن ميزة الإستجابة تتمثل في أن إدارة النادي الرياضى :									
١	تتخذ إجراءات سريعة للتغيرات المستمرة فى رغبات وحاجات الأعضاء نحو الخدمات المقدمة لديهم	٩٣	٤٢.٦	١٠٠	٤٥.٨	٢٥	١١.٤	٧٧.٠٦	٢
٢	ترصد حاجات ورغبات الأعضاء وتعمل على نقلها وتجسيدها بخدمات متطورة ومتميزة تحاكي توقعاتهم	٩٨	٤٤.٩	٨٢	٣٧.٦	٣٨	١٧.٤	٧٥.٨١	٤

## تابع جدول (٩)

التكرارات والدرجة المقدرة والوزن النسبي وترتيب العبارات لاستجابات العينة على عبارات المحور الرابع ميزة الإستجابة بالأندية الرياضية ن = (٢١٨)

م	العبارات	موافق		إلى حد ما		غير موافق		الدرجة المقدرة	الوزن النسبي	ت
		ك	%	ك	%	ك	%			
٣	تهتم ببحوث التسويق للتعرف على رغبات وإحتياجات الأعضاء	٨٧	٣٩.٩	٧٦	٣٤.٨	٥٥	٢٥.٢	٤٦٨	٧١.٥٢	٨
٤	تعديل وتطوير خطته وبرامجه فى ضوء المستجدات.	٩١	٤١.٧	٧٥	٣٤.٤	٥٢	٢٣.٨	٤٧٥	٧٢.٦٠	٧
٥	تتم بأراء الأعضاء ومقترحاتهم وتفضيلاتهم فى تقديم خدمات جديدة وإجراء تحسينات على الخدمة المقدمة	١٠٣	٤٧.٢	٧٠	٣٢.١	٤٥	٢٠.٦	٤٩٤	٧٥.٥٠	٥
٦	تخصص لجنة بالرد على كافة الشكاوى والمقترحات المقدمة من الأعضاء بطريقة سريعة	١٠٧	٤٩.١	٧٩	٣٦.٢	٣٢	١٤.٦	٥١٧	٧٨.١٦	١
٧	تتناسب مكافآت العاملين مع إمتيازهم فى العمل	-	-	١٩٩	٩١.٢	١٩	٨.٧	٤١٧	٦٣.٧٢	٩
٨	تمتلك خطط بديلة لمختلف أوجه العمل الفنى والإدارى.	٩٥	٤٣.٥	٨٩	٤٠.٨	٣٤	١٥.٥	٤٩٧	٧٥.٩١	٣
٩	تتميز بسرعة صنع وإتخاذ مختلف القرارات.	٨٨	٤٠.٣	٩٠	٤١.٢	٤٠	١٨.٣	٤٨٤	٧٤.٠٠	٦
٣	المجموع							٤٣٥٢	٧٣.٨٠	

يتضح من جدول (٩) أن الوزن النسبي لاستجابات العينة على عبارات المحور الرابع (ميزة الإستجابة) تراوحت ما بين (٦٣.٧٢%، ٧٨.١٦%).

وجاء الوزن النسبي لجميع عبارات المحور أكثر من ٧٥% وهذا يعنى أن هذه العبارات التى يتضمنها المحور يتوافر بها ميزة الإستجابة بدرجة مرتفعه. فيما عدا العبارات رقم (٣، ٤، ٧، ٩) حصلت على وزن نسبي ما بين ٦٠% إلى أقل من ٧٥% وهذا يعنى أن هذه العبارات التى يتضمنها المحور يتوافر بها ميزة الإستجابة بدرجة متوسطة، و لا يوجد عبارات وزنها النسبي أقل من ٦٠%.

كما جاء الوزن النسبي لإستجابات عينة البحث على المحور ككل (٧٣.٨٠%) مما يشير إلى توافر ميزة الإستجابة بدرجة مرتفعة ضمن الميزة التنافسية.

وتعزى الباحثة ذلك إلى حرص إدارة النادي الرياضى على رصد ومعرفة رغبات وحاجات الأعضاء والمستفيدين من خلال عقد اللقاءات وإستطلاع الآراء عن الخدمات والبرامج والأنشطة المقدمة ومعرفة المشكلات والعقبات ومقترحاتهم وتفضيلاتهم بشأن الخدمة وتخصيص لجنة لحل هذه المشكلات بطريقة سريعة وذلك من أجل تحسين مستوى الخدمة المقدمة، كما أنها تحرص على إجراء عمليات تغيير وتطوير مستمرة على خدمات النادي لتتناسب مع رغبات الأعضاء والمستفيدين، كما أن الأندية الرياضية تواكب التطورات التكنولوجية فأصبحت للأندية فرصة كبيرة لإمتلاك كثير من المعلومات عن خدمات الأندية المنافسة ومعرفة رغبات وتوقعات الأعضاء والمستفيدين عن الخدمات، حيث أنه من خلال هذه المعلومات تعمل الإدارة على الأفراد بتقديم خدمات متميزة وغير موجودة بالأندية الأخرى.

- وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة "سمير سليمان" (٢٠٢٠) فى ان الجامعة تهتم برغبات وحاجات الطلاب وتعمل على تقديم خدمات متطورة تحاكي توقعاتهم.(١٢)
  - كما تتفق أيضاً مع نتائج دراسة "أمين محمود جعفر" (٢٠٢٠) فى ان النادي يركز على رغبات وحاجات الأعضاء ويقدم لهم خدمات متميزة ومنتطورة تحاكي توقعاتهم وأنديتهم بأراء الأعضاء وتفضيلاتهم لإجراء تحسينات على الخدمة وضرورة تولية الإهتمام ببحوث التسويق.(٦)
  - وتختلف هذه النتائج مع نتائج دراسة "أحمد جلال سليم" (٢٠١٨) فى ضعف إهتمام الإلتخاذ بمعرفة رغبات وحاجات العملاء وعدم إبداء رأيهم فى الخدمات والأنشطة.(٣)
- ويتضح أن ترتيب محاور إستبيان الميزة التنافسية وفقاً للوزن النسبى جاء كالتالى محور ميزة الجودة جاء فى الترتيب الأول بوزن نسبى قدرة ٩١.١٤%، يليه محور ميزة التكلفة جاء فى الترتيب الثانى بوزن نسبى قدرة ٨٩.٨١%، يليه محور ميزة الإستجابة جاء فى الترتيب الثالث بوزن نسبى قدرة ٧٣.٨٠%، يليه محور ميزة الإبداع جاء فى الترتيب الرابع والأخير بوزن نسبى قدرة ٧٣.١٨%.

والوزن النسبى لإستبيان الميزة التنافسية بالأندية الرياضية المصرية ككل بلغ ٨١.٩٨% مما يدل على الميزة التنافسية بالأندية الرياضية بدرجة مرتفعة.

وتعزى الباحثة ذلك إلى أن الأندية الرياضية تعمل فى بيئة شديدة المنافسة وخاصة فى ظل إنتشار الأندية الرياضية الأهلية والخاصة وتعد خدماتها لذلك يجب على إدارة الأندية الرياضية ان تركز على أبعاد الميزة التنافسية وتدعمها (ميزة الجودة- ميزة التكلفة- ميزة

الإبداع- ميزة الإستجابة) لتستطيع الحصول على أعلى قدر من المنافسة لتستمر وتتمو ضمن البيئة التنافسية وتحقق مستوى عالي من الميزة التنافسية والتي يتم من خلالها الإلتزام بالجودة المطلوبة بالخدمة وتقديمها على أحسن مستوى والقدرة على فهم رغبات الأعضاء والمستفيدين وتحقيقها وتخصيص التكاليف على الخدمات لكسب رضا الأعضاء وإستخدام أحدث الوسائل التكنولوجية والتسويقية وإستخدام خدمات وبرامج متطورة ومميزة.

- وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة "سمير سليمان الجمل (٢٠٢٠)، دراسة أحمد الحنيطي، مرزوق القعيد" (٢٠١٩) في حصول الميزة التنافسية على درجة مرتفعة. (١٢)، (١)

- وتختلف هذه النتائج مع نتائج دراسة "محمد أحمد أبو بكر" (٢٠١٥) محمد سليمان محمد (٢٠٢٠) في حصول الميزة التنافسية على درجة متوسطة. (١٩)، (٢٠) وقد حصلت ميزة الجودة على الترتيب الأول بوزن نسبي (٩١.١٤%) بين محاور إستبيان الميزة التنافسية بالأندية الرياضية.

وتعزى الباحثة ذلك أن الجودة هي أحد العوامل التي تسعى إليها المنظمات الرياضية وخاصة الأندية الرياضية مختلف مجالاتها، فتحقيق الجودة في الخدمة تؤدي لكسب رضا وولاء الاعضاء والمستفيدين، لذلك تحرص الأندية الرياضية على التفوق على المنافسين من الأندية الأخرى من خلال تقديم خدمات فريدة وتميزة ومتنوعة ذات جودة عالية وبسعر مناسب، وتلبية متطلبات وتوقعات الأعضاء والمستفيدين من أجل تحسين الخدمة، ودعم العاملين بالدورات التدريبية على كل ما هو جديد لتجويد تقديم الخدمة، والعمل على توفير كافة الإمكانيات المادية لتجويد العمل الإداري والخدمات، ومشاركة ذوى الخبرة في صناعة القرارات، والتقييم المستمر لمراحل العمل بالنادى للتعرف على نقاط القوة وتعزيزها ومعرفة نقاط الضعف وعلاجها لتجويد الخدمات وتحسينها من أجل تحقيق الميزة التنافسية.

- وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة "محمد سليمان محمد (٢٠٢٠)، دراسة أحمد جلال سليم (٢٠١٨)، دراسة محمد أحمد أبو بكر" (٢٠١٥) في حصول ميزة الجودة على المركز الأول. (٢٠)، (٣)، (١٩)

- وتختلف هذه النتائج مع نتائج دراسة " إدريس وائل النوسى" (٢٠١٦) في حصولها على المركز الأخير. (٤)

وبذلك قد يكون تم الإجابة على التساؤل الثانى ما درجة الميزة التنافسية بالأندية

الرياضية ؟

ثالثاً: عرض ومناقشة نتائج التساؤل الثالث (ما العلاقة الارتباطية بين اليقظة الإستراتيجية والميزة التنافسية بالأندية الرياضية؟)

### جدول (١٧)

قيم الارتباط بين اليقظة الإستراتيجية والميزة التنافسية بالأندية الرياضية (ن = ٢١٨)

المجموعة الكلية	ميزة الإستجابة	ميزة الإبداع	ميزة التكلفة	ميزة الجودة	الميزة التنافسية اليقظة الإستراتيجية
*.٠.٣٨٠	*.٠.٤٣١	*.٠.٤٥٨	*.٠.٣٤٥	*.٠.٣٩٨	اليقظة التكنولوجية
*.٠.٣٩٩	*.٠.٤٦٠	*.٠.٣٦٩	*.٠.٤٨٨	*.٠.٣٢٠	اليقظة التسويقية
*.٠.٣٨٧	*.٠.٤٣٨	*.٠.٤١١	*.٠.٣٥٩	*.٠.٣٧٥	اليقظة التنافسية
*.٠.٤٦٢	*.٠.٥٧٨	*.٠.٣٥٦	*.٠.٢٧٢	*.٠.١٤٥	اليقظة البيئية
*.٠.٣٩٠	*.٠.٤٠٩	*.٠.٣٩٨	*.٠.٣١٩	*.٠.٣٦٦	المجموع

\*قيمة (ر) الجدولية عند مستوي دلالة (٠.٠٥) = ٠.١٦٢

يتضح من جدول (١٧) انه توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين كل من محاور (اليقظة التكنولوجية، اليقظة التسويقية، اليقظة التنافسية، اليقظة البيئية) ومحاور (ميزة الجودة، ميزة التكلفة، ميزة الإبداع، ميزة الإستجابة، المجموع الكلي) بالأندية الرياضية قيد البحث، كما توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين كل من المجموع الكلي لاستبيان اليقظة الإستراتيجية والمجموع الكلي لاستبيان الميزة التنافسية بالأندية الرياضية قيد البحث.

وتعزى الباحثة ذلك إلى أن تعزيز ممارسات اليقظة الإستراتيجية داخل الأندية الرياضية يُعد من أهم المداخل الإدارية الحديثة التي تساهم إسهاماً كاملاً في تحقيق الميزة التنافسية بالأندية الرياضية، وبالتالي يمكن التنبؤ بمستوى التنافسية المستقبلي في ضوء درجة ممارسات اليقظة الإستراتيجية مما يستوجب على الأندية الرياضية أن تكون متيقظة حول مايجري في محيطها وما يقوم به المنافسين من الأندية المنافسة الأخرى حتى تتمكن من التميز في مجالها.

وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة "عائشة مصباح (٢٠١٩)، دراسة لامية حليمي، ياسمين دروزاي (٢٠١٧)، دراسة بولدن boldean (٢٠٠٩)، دراسة شين sheen (٢٠١٧)، في وجود علاقة بين اليقظة الإستراتيجية و الميزة التنافسية. (١٦)، (١٨)، (٢٦)، (٣٧).

وبذلك قد يكون تم الإجابة على التساؤل الثالث: ما العلاقة الارتباطية بين اليقظة الإستراتيجية والميزة التنافسية بالأندية الرياضية ؟

**الإستنتاجات:**

- فى ضوء هدف البحث وتساؤلاته ومعالجته الإحصائية ونتائج البحث توصلت الباحثة إلى الإستنتاجات التالية:
- ١- توافر مستوى اليقظة الإستراتيجية بالأندية الرياضية بدرجة مرتفعة وبوزن نسبى ٨٦.١٤%.
  - ٢- توافر درجة الميزة التنافسية بالأندية الرياضية بدرجة مرتفعة وبوزن نسبى ٨١.٩٨%.
  - ٣- تحديد أبعاد اليقظة الإستراتيجية تنازلياً اليقظة (التكنولوجية- التسويقية- البيئية- التنافسية).
  - ٤- تحديد أبعاد الميزة التنافسية تنازلياً ميزة (الجودة- التكلفة- الإستجابة- الإبداع).
  - ٥- وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين اليقظة الإستراتيجية والميزة التنافسية بالأندية الرياضية.

**التوصيات:**

- فى ضوء فى ضوء هدف البحث وتساؤلاته ومعالجته الإحصائية ونتائج البحث توصلت الباحثة إلى التوصيات التالية:
- ١- ضرورة تصميم برامج تسويقية والاهتمام ببحوث التسويق لتعزيز ثقة الأعضاء والمستفيدين الداخليين والخارجيين.
  - ٢- ضرورة الإهتمام بتوفير قاعدة بيانات شاملة ومتاحة تسهل فى عملية إتخاذ القرارات.
  - ٣- العمل على توفير كافة الأمكانات المادية والبشرية لتجويد العمل الأدارى والخدمات المقدمة بالأندية الرياضية.
  - ٤- العمل على حل مشكلات داخل بيئة النادى بطرق إبداعية وغير تقليدية.
  - ٥- ضرورة إستخدام الأساليب الإدارية الحديثة كاليقظة الإستراتيجية وغيرها كمدخل لدعم الميزة التنافسية بالأندية الرياضية.

**(( المراجع ))****أولاً: المراجع العربية :**

- ١- أحمد الحنيطى، مرزوق القعيد (٢٠١٩): أثر الهياكل التنظيمية فى تحقيق الميزة التنافسية دراسة ميدانية فى المؤسسات الصناعية والخدمات فى الأردن، المجلة الأردنية لإدارة الأعمال ١٥، ١

- ٢- **أحمد بورباله (٢٠١٥):** دور اليقظة التكنولوجية في تحسين تنافسية المؤسسة - دراسة حالة في مؤسسة إتصالات الجزائر، رسالة ماجستير جامعة محمد خضير، الجزائر.
- ٣- **أحمد جلال سليم إسماعيل (٢٠١٨):** واقع إدارة الإبداع كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية بالإتحاد المصرى للسلاح، مجلة أسويط لعلوم وفنون التربية الرياضية، ع ٥٢، مجلد ٣.
- ٤- **إدريس وائل السنوسى (٢٠١٦):** أثر الحوكمة في تحقيق الميزة التنافسية دراسة ميدانية في المستشفيات الخاصة في مدينة عمان رسالة ماجستير كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.
- ٥- **أميرة نعمة الكيلاني، كوثر حميد الموسوي، رافد حميد الجراوى (٢٠١٨):** اليقظة الإستراتيجية ودورها في تحقيق التميز التسويقي للمنظمة، مجلة كلية التربية للبنات، جامعة الكوفة، ع ٢٢، مجلد ١٢.
- ٦- **أمين محمود جعفر (٢٠٢٠):** دور التوجه الريادى في دعم الميزة التنافسية بالأندية الرياضية بجمهورية مصر العربية، المجلة العلمية للتربية البدنية وعلوم الرياضة كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان ع ٨٩.
- ٧- **جابر عبد الحميد محمد (٢٠٢١):** أثر اليقظة الإستراتيجية في تحسين الخدمات الصحية، دراسة ميدانية على المستشفيات الأهلية، رسالة ماجستير، كلية الإدارة والتمويل، جامعة الأقصى، فلسطين.
- ٨- **جميلة عبدالله الدالى (٢٠١٩):** أثر الميزة التنافسية في تحقيق الفرص التسويقية، رسالة دكتوراة، كلية الدراسات العليا واتلبحث العلمى، جامعة شاندى، السودان.
- ٩- **حازم عبدالعظيم، أشرفت السيد (٢٠١٦):** تصور مقترح لتحقيق الميزة التنافسية في الأنشطة الطلابية بإدارة رعاية شباب الجامعات المصرية، مجلة أسويط لعلوم وفنون التربية الرياضية، كلية التربية الرياضية، جامعة أسويط، ع ٤٢، مج ١.

- ١٠- حسين على إبراهيم، فضيلة سليمان داوود (٢٠١٧): "اليقظة الإستراتيجية ودورها في تحسين مستوى الخدمات التمريضية بحث تطبيقي بمستشفى غازی، مجلة العلوم الإقتصادية والإدارية، ع٩٦، مج ٢٣.
- ١١- زيد محمود (٢٠١٧): اليقظة الإستراتيجية وتأثيرها في النجاح التنظيمي بحث إستطلاعي في شركة الفارس العامة وزارة الصناعة، مجلة العلوم الإقتصادية والإدارية، مجلد ٣، ع٩٦، جامعة الفلوجة، العراق.
- ١٢- سمير سليمان الجمل (٢٠٢٠): "اليقظة الإستراتيجية في الجامعات الفلسطينية في جنوب الضفة الغربية وعلاقتها بتحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر الأكاديمين فيها، مجلة دفاتر البحوث العلمية، ع٢، مجلد ٨.
- ١٣- سمير عبداللطيف (٢٠١٦): التخطيط الإستراتيجي كأداة لتحقيق الميزة التنافسية بالأندية الرياضية، مجلة علوم الرياضة، كلية التربية الرياضية، جامعة المنيا، ع٢، ج١.
- ١٤- شرف الدين على شقيفات (٢٠٢٠): دور إستراتيجيات التسويق في تحسين الميزة التنافسية دراسة حالة البنك الزراعي السوداني، رسالة ماجستير، كلية الدراسات العليا، جامعة النيلين، السودان.
- ١٥- صفاء على محمود (٢٠١٦): أثر الإدارة الإلكترونية على الميزة التنافسية بالتطبيق على شركة ام تي ان للإتصالات الخرطوم، رسالة ماجستير، كلية العلوم الإدارية، جامعة أم درمان الإسلامية، السودان.
- ١٦- عائشة مصباح (٢٠١٩): "دور اليقظة الإستراتيجية في تطوير الميزة التنافسية للمؤسسة الإقتصادية دراسة حالة بالمديرية التهوية للشرق لمتعامل الهاتف النقال اوريدو، مجلة الدراسات الإقتصادية، مجلد ٦، ع١.
- ١٧- عايض بن شافي الأكلبي (٢٠١٩): العلاقة بين اليقظة الاستراتيجية وحوكمة لجمعات السعودية وفق مضامين رؤية المملكة العربية السعودية ٢٠٣٠، مجلة جامعة الشقراء، مجلد ١٢.

- ١٨- **لمياء حلیمی، یاسمین دروازى (٢٠١٧):** دور اليقظة الإستراتيجية فى خلق الميزة التنافسية مجلة ابعاد إقتصادية كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بواقرة، العدد ٧
- ١٩- **محمد أحمد أبو بكر (٢٠١٥):** إدارة التغيير ودورها فى تحقيق الميزة التنافسية دراسة تطبيقية على شركات الإتصال فى دولة ليبيا، رسالة دكتوراة، كلية الدراسات العليا، جامعة العلوم الإسلامية العالمية، الأردن.
- ٢٠- **محمد سليمان محمد (٢٠٢٠):** تطبيق أسلوب سيجما كأداة لتحقيق الميزة التنافسية بالأندية الرياضية الأهلية، مجلة علوم وفنون الرياضة، كلية التربية الرياضية للبنات جامعة حلوان، ع ٤٦، مجلد ٤٦.
- ٢١- **مريم بلجاح (٢٠١٢):** أثر اليقظة الإستراتيجية على أداء المنظمة دراسة ميدانية على الشركات الدوائية الأردنية، رسالة ماجستير، كلية إدارة المال والأعمال، الأردن.
- ٢٢- **مصطفى عنتر زيدان فرج (٢٠٢١):** تعزيز ممارسات اليقظة الإستراتيجية وأثرها فى الأداء الإستراتيجى بالإتحاد المصرى لرفع الأثقال، مجلة أسبوط لعلوم التربية الرياضية، مج ٣، ع ٥٧.
- ٢٣- **نسرین صلاح الدين محمد (٢٠٢٠):** ممارسات اليقظة الإستراتيجية بجامعة السلطان قابوس، كلية التربية فى العلوم التربوية، جامعة عين شمس، العدد ٤- مج ٤
- ٢٤- **هاجر بلعسل (٢٠١٨):** مساهمة القطة الإستراتيجية فى تطوير المؤسسة- دراسة حالة مؤسسة إتصالات الجزائر- رسالة ماجستير، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة عبدالحميد بن باديس، مستنغام، الجزائر.

### ثانياً : المراجع الأجنبية :

- ٢٥- **Alshear, sawsan A (٢٠٢٠):** The effect of strategic vigilance on organizational Ambidexterity in Jordanian Commercial Banks, modern Applied science, vo١٤, No٦.

- ٢٦- **Boldean Dona Maria (٢٠٠٩):** Strategic and Financial performance using business intelligence solutions, annals of university of Oradea, economic science series.
- ٢٧- **Caron Fasan, marie Laurence, Lesca humbert (٢٠١٤):** E-Learning  
Pourla formation et L'accom payement des ehefs.
- ٢٨- **Dawood, fadhiela, Abbas (٢٠١٨):** 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 ١٠(٢١)-١-١٨
- ٢٩- **Day shoemaker, GS (٢٠٢٠):** How vigilant companies Gain and Edge in Turbulent Times, Mit solan. Management review ١٦ (٢), ٥٦-٦٤
- ٣٠- **Ferriera,F, Faria (٢٠١٧):** Product lifecycle management in knowledge intensive collaborative environments an application to automotive industry , international journal of information management, ٧(١),pp٤٤٧- ٤٨٧.
- ٣١- **Gauzelin, Sophian and Bentz, Hugo (٢٠١٧):** An examination of the impact ofbusiness intelligence systems on organizational descion making and performance, The case of France, Journa of intelligence studies in Business, VOL٧,NO٢ PP٤٠-٥٠
- ٣٢ - **Marjaini A.B& Ali Zadeh , F(٢٠١٤):** The impact of empowerment and customers satisfaction in Nigeria, Australian journal of Business and management research,

- ٣٣- **Faries Ali (٢٠٢٠):** The Blind spots leadership and its effect in achieving the strategic vigilance, The journal of research on the lepidoptera, ٥١(٢), ٥٧٢-٥٨٨
- ٣٤- **Ogankaya, Banjo (٢٠١٥):** Dynamic capabilities and competitive advantage an analysis of the Nigeria Banking sector, The journal of Accounting and management ,٢٧(٤)PP٤١٢-٤٣
- ٣٥- **Poon, S,W (٢٠١٣):** Sharpening competitive edgethrough procurement innovation: Prespectives from Chinese international construction companies, journal of construction engineering and management ١٣٩(٣),٣٤٧-٣٥٧
- ٣٦- **Savescu, Dan (٢٠١٤):** Aspects regarding the competitive strategy in companies with technology vigilance, scientific Bulletin seriece, Fascicle mechanics tribology, machine manufacturing technology ,٥(٢٨),٨٥-٨٠
- ٣٧ -**Sheen (٢٠١٧) Strategic intelligence:** The Cognitive capability to anticipate competation beha vior, Administer
- ٣٨ -**Srivastava Mukeh, Franklin andy & Martinette Louis (٢٠١٣)** Building a sustainable competitive advantage, journal of technology management,innovation.