

أثر التراصف الاستراتيجي في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة: دراسة ميدانية بالتطبيق على شركات تصنيع الأجهزة الكهربائية المنزلية بمدينة العاشر من رمضان

رواء فهميم محمد خليل

باحثة ماجستير في إدارة الأعمال - كلية التجارة جامعة قناة السويس

تحت إشراف

د/ أحمد عوض محمد عطيه

مدرس إدارة الأعمال-كلية التجارة

جامعة قناة السويس

أ.م.د/ أميرة سيد محمد جاد الرب

أستاذ إدارة الأعمال المساعد-كلية التجارة

جامعة قناة السويس

الملخص:

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر التراصف الاستراتيجي في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة في القطاع الصناعي، ومدى تطبيق التراصف الاستراتيجي وتوفير أبعاده في القطاع الخاضع للبحث، والتوصل إلى النتائج والتوصيات التي من شأنها أن تسهم في تطبيق التراصف الاستراتيجي في القطاع الصناعي قيد البحث لما لها من دور في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة. وذلك على عدد ٢٣٣ مفردة ، بالاعتماد على أساليب التحليل الإحصائي وباستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) ، أظهرت النتائج إدراك مفردات البحث بشكل متوسط الي مرتفع لأبعاد متغيرات البحث " التراصف الاستراتيجي- الميزة التنافسية المستدامة" كما اشارت النتائج الي وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين التراصف الاستراتيجي والميزة التنافسية المستدامة بأبعادها، حيث أشارت النتائج إلى قدره التراصف الاستراتيجي على تعزيز تحقق (التميز، الإبداع، الجودة) مما يدعم القدرة التنافسية للشركات التي تتبنى التراصف الاستراتيجي.

الكلمات المفتاحية: التراصف الاستراتيجي، الميزة التنافسية المستدامة، شركات تصنيع الأجهزة الكهربائية المنزلية.

The Impact of Strategic Alignment on Achieving Sustainable Competitive Advantage, A Field Study by Applying on Home Electronic Manufacturers In 10th of Ramadan city.

Abstract:

sustainable competitive advantage in the industrial sector. It also sought to assess the extent to which strategic alignment is applied and its dimensions are present in the targeted sector, and to reach findings and recommendations that would contribute to the implementation of strategic alignment in the studied industrial sector due to its role in achieving sustainable competitive advantage.

The study was conducted on a sample of 233 individuals, relying on statistical analysis methods and using the Statistical Package for the Social Sciences (SPSS). The results showed a medium to high perception among the respondents regarding the dimensions of the study variables: "strategic alignment" and "sustainable competitive advantage."

Furthermore, the results indicated a statistically significant positive relationship between strategic alignment and the dimensions of sustainable competitive advantage. Strategic alignment was found to enhance excellence, innovation, and quality, thereby supporting the competitive ability of companies that adopt strategic alignment.

Keywords: Strategic Alignment, Sustainable Competitive Advantage, Home Appliances Manufacturing Companies.

مقدمة:

يعتبر التراصيف الاستراتيجي عبارة عن بث روح الاتفاق والمودة والتوافق بين فريق العمل من جهة، والعمل في انسجام وتناغم للتواصل مع العملاء والشركاء والزعماء من جهة أخرى، وعملية تحقيق عملية التراصيف في جميع المجالات في بيئة العمل تساعد في القضاء على المشكلات وجعل أوقات العمل أكثر راحة، وخلق أجواء عمل هادئة ومستقرة، وعدم وجود التراصيف الاستراتيجي في بيئة العمل يؤثر عليها ويسبب في الخبرات السلبية وانطباعات ومشاعر ضد تطور وتحقيق أهداف المنظمة.

تعد الميزة التنافسية المستدامة من الأمور المهمة التي تحدد مدى تفوق منظمات الأعمال في مواجهة المنافسين، التي تعتمد على الاستخدام الفعال للمواد وأنماط البناء، وأصبحت أحد المفاهيم الإدارية التي استندت لأفكار بورتر (Porter) والتحليلات التي قام بها لها أثر مهم في تطبيق هذا المفهوم في مجال إدارة الأعمال، مما أدى للبحث عن مجالات وطرق الحصول على المزايا والتفوق على المنافسين، والسبيل الذي يمكن من خلاله تحقيق موقع في الأسواق. لقد أصبحت الميزة التنافسية تركز على ما يسمى بالاستدامة، وهي أحد العناصر الأساسية التي يجب مراعاتها عند تقييم فعالية الميزة التنافسية على المدى الطويل.

تحاول الشركات الحفاظ على مكانتها من خلال مواكبة الوتيرة السريعة للمنافسة العالمية المتزايدة. في سياق الثورة الرقمية التي تجتاح العالم وتغير طريقة توجيه القادة وتواصلهم، فإن الجهود المبذولة للاستثمار في تحسين الميزة التنافسية والتميز عن المنافسين، مع تحمل عبء تكنولوجيا المعلومات، يمكن تحقيقها من خلال التراصيف الاستراتيجي والتوافق بين اقسام المؤسسة.

أنه في ضوء ما سبق فإن هذا البحث سوف يستعرض أثر التراصيف الاستراتيجي في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة في قطاع صناعي في شركات

تصنيع الأجهزة الكهربائية المنزلية بمدينة العاشر من رمضان، من خلال الدراسة يتم إجراء تحليل لكيفية تأثير التراصف الاستراتيجي ودوره في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة والتعرف على الانعكاسات التطبيقية بعد الوصول إلى ميزة تنافسية مستدامة من خلال التراصف الاستراتيجي وذلك بتطبيق على قطاع صناعي في شركات تصنيع الأجهزة الكهربائية المنزلية في مدينة العاشر من رمضان.

أولاً: مشكلة البحث:

يواجه قطاع شركات تصنيع الأجهزة الكهربائية المنزلية في مصر العديد من التحديات الاستراتيجية ، وبعد الاطلاع على بيانات الدراسة الاستطلاعية اتضح الاتي:

- (١) عدم وجود رؤية واضحة قبل الشركات للوصول إلى ميزة تنافسية مستدامة.
- (٢) وجود قناعة كبيرة لدى العاملين بنسبة ٥٦% على أن تلك الشركات لا توفر ثقافة تنظيمية تتقبل الأفكار الإبداعية للوصول إلى الميزة التنافسية المستدامة من خلال مصاريف بحوث التطوير والابتكارات التي انخفضت في بعض الشركات.
- (٣) عدم وجود مرونة في الهيكل التنظيمي في الشركات لتطبيق الابداع الذي يساعد على الميزة التنافسية المستدامة.
- (٤) عدم اهتمام الشركات بدمج ومشاركة جميع العاملين لديها في الوصول إلى ميزة تنافسية مستدامة.

من خلال الدراسة الاستطلاعية والظواهر التي استنتجت من إجابات الاستبيان فظهرت المشكلة المتمثلة في وجود قصور في تحقيق الميزة التنافسية بشكل صحيح وتقتصر الباحثة على ادخال التراصف الاستراتيجي وذلك لمعالجة مواطن الضعف الحالية وسعيًا إلى تحقيق الميزة التنافسية المستدامة بأبعادها (التميز، الابداع، الجودة) في بيئة صناعية تتسم بتزايد المنافسة.

ثانياً: أهداف البحث:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على واقع دور التراصف الاستراتيجي في القطاع الصناعي وتأثيره على الميزة التنافسية المستدامة من خلال تحقيق الأهداف التالية:

- (١) معرفة اهم أبعاد التراصف الاستراتيجي في القطاع الصناعي، ومدى تطبيق التراصف الاستراتيجي وتوفير أبعاده في القطاع الخاضع للبحث.
- (٢) التعرف على الأبعاد اللازمة لتحقيق الميزة التنافسية المستدامة في القطاع الصناعي ومدى الاهتمام بدعم وتوفير تلك الأبعاد.
- (٣) تحديد طبيعة العلاقة بين التراصف الاستراتيجي والميزة التنافسية المستدامة، وكذلك تحديد تأثير التراصف الاستراتيجي على الميزة التنافسية المستدامة.
- (٤) التوصل إلى النتائج والتوصيات التي من شأنها أن تسهم في تطبيق التراصف الاستراتيجي في القطاع الصناعي قيد البحث لما لها من دور في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة.

ثالثاً: أهمية البحث:

(أ) الأهمية العلمية:

بسبب التغيرات والتحولات في بيئة القطاع الصناعي وايضاً بعد عرض الدراسات السابقة مما حتم تطبيق وتفعيل المفاهيم لتناسب مع التغيرات البيئية للقطاع سواء داخلية أو خارجية ومن هذه المفاهيم مفهوم التراصف الاستراتيجي وتحاول هذه الدراسة إثراء المكتبة العلمية بتوضيح التراصف الاستراتيجي في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة في شركات تصنيع الأجهزة الكهربائية المنزلية، ويمكن تلخيص الأهمية العلمية في النقاط الآتية:

- يعزز البحث والتطوير من خلال التعلم والتطورات المستمرة في تقنيات التصنيع.
- يؤثر على الاقتصاد المعرفي من خلال نشر المعرفة التقنية والعلمية بتدريب العاملين على التقنيات المتقدمة.
- يعزز من التعليم الفني والتقني ويساهم في تأهيل الكوادر المتخصصة.

- يوفر فرص للأبحاث الأكاديمية والدراسات العليا في جميع المجالات.

(ب) الأهمية التطبيقية:

تتبع أهمية هذا البحث من أنه يتم تطبيقه على شركات تصنيع الأجهزة الكهربائية المنزلية في مدينة العاشر من رمضان. حيث إن هذا قطاع الأجهزة الكهربائية المنزلية لا غني عنه بالنسبة للعملاء نتيجة التطور السريع في هذه الصناعة، ويمكن تلخيص الأهمية التطبيقية في النقاط الآتية:

- له تأثير ضخم على الاقتصاد القومي، ويعتبر ركيزة أساسية في تقدم وازدهار الاقتصاد.
 - من المتوقع أن تصل إيرادات قطاع الأجهزة المنزلية في مصر إلى ٥.٥ مليار دولار في عام ٢٠٢٤.
 - من المتوقع أن يصل حجم السوق إلى ٩ مليارات دولار بحلول عام ٢٠٢٩.
 - يساهم القطاع بشكل كبير في الاقتصاد المصري من خلال توفير فرص العمل وتوليد الإيرادات.
 - تُعتبر مصر مركزاً إقليمياً لتصنيع وتصدير الأجهزة المنزلية إلى أسواق الشرق الأوسط وأفريقيا.
- دفعتنا النقاط السابقة إلى الاهتمام بالعاملين بالشركات الأجهزة الكهربائية المنزلية وبتطبيق وتفعيل المفاهيم الإدارية الحديثة لتناسب مع المتغيرات البيئية المحيطة به حيث يتم تطبيق التراصف الاستراتيجي للوصول بهذا القطاع إلى ميزة تنافسية مستدامة.

رابعاً: الإطار النظري لمتغيرات الدراسة:

(١) التراصف الاستراتيجي:

أشار (Zarrabi, 2013) إلى أن التراصف الإستراتيجي: عبارة عن عملية تعاون فريق القيادة العليا، وأصحاب المصلحة الرئيسيين في تطوير رؤية الشركة المشتركة والمسار إلى الامام.

وأشار (عبد الرحيم، ٢٠١٩) إلى التراصف الإستراتيجي: على أنه عملية تحويلية للأصول غير الملموسة إلى نتائج ملموسة من خلال علاقات سببية، حيث تدعم المنفذين على وضع إطار يحقق التوافق بينهما.

تري (التومي، ٢٠٢٠) أن التراصف الإستراتيجي: عبارة عن عملية تعاون ومشاركة واهتمام فريق القيادة العليا وجميع الإدارات المختلفة داخل الشركة وايضاً جميع أصحاب المصالح خارج الشركة وذلك في تطوير الرؤي والأهداف والغايات المشتركة بهدف ابتكار فرص أكبر للنمو المستقبلي.

صنف (العمرى، ٢٠١٩) التراصف الإستراتيجي وفقاً لإدارة الموارد البشرية الإستراتيجية إلى نوعين:

أولاً: التراصف الرأسي:

أ) التوافق بين ممارسات الموارد البشرية وإستراتيجية المنظمة:

يشير إلى التناسق بين إستراتيجية المنظمة وممارسات الموارد البشرية، ولنجاح ذلك التناسق يحتاج إلى أن يتصرف العاملون بالطريقة ذاتها التي يتم تنفيذ الإستراتيجية بها، فالمنظمات التي تكون فيها ممارسات الموارد البشرية متوافقة مع إستراتيجية المنظمة، تكون قادرة على توظيف الممارسات بالية تحقق أهداف المنظمة.

ب) التوافق بين دور إدارة الموارد البشرية ومكانتها لدى القيادة العليا:

يعتمد نجاح عملية التناسق بين إستراتيجية المنظمة وممارسات الموارد البشرية على مشاركة مسؤول الموارد البشرية في عملية صنع القرار الإستراتيجي وذلك لقدرته على توفير المدخلات المتعلقة بسياسات وممارسات الموارد البشرية، تمكن عملية مشاركة مسؤول الموارد البشرية مع المدراء التنفيذيين على إيجاد منفعة متبادلة لكل منهما، وتساهم بشكل مشترك على حل مشكلات العمل قبل أن تتضخم.

ثانياً: التراصف الافقي:

أ) التوافق بين وظائف الموارد البشرية والوظائف الأخرى في المنظمة:

يؤكد على ملائمة وظيفة الموارد البشرية مع المجالات الوظيفية الأخرى وتبادل المعلومات ونقل مسؤولية الموارد البشرية وتكاملها بين إدارتها والرؤساء المباشرين في الإدارات الأخرى، وتحفيز الموظفين هو الهدف الأساسي من كل ذلك.

ب) التوافق الداخلي بين وظائف الموارد البشرية:

يشير ذلك إلى ملائمة وتناسق بين ممارسات إدارة الموارد البشرية داخل المنظمة وعبر المستويات الهرمية المختلفة، فاذا تلائمت وظائف التعيين والاختيار والتدريب ذلك يؤكد على أنه تم استقطاب أفضل المؤهلين وتم وضعهم في المكان المناسب لمهاراتهم، وهذا يسهل عملية تفهم مهامهم والواجبات الموكلة إليهم والتي تم تعيينهم من أجلها.

٢) الميزة التنافسية المستدامة:

أشار (الحميري، عبد المهدي، ٢٠١٩) أنه عبارة عن إستراتيجية تتبناها المنظمة وذلك لخلق قدرة من المستحيل تقليدها من قبل المنظمات الأخرى وتكون قادرة من خلال هذه القدرة أن تتميز وتتفرد من خلال الاستغلال الأفضل للموارد وتحقيق أكبر استثمار والتعامل بأفضل الأساليب مع التهديدات المحيطة إذا أنها تقدم منتج أو خدمة لها قيمة عالية أي لا يمكن للمنافسين تقليدها.

أهمية الميزة التنافسية المستدامة:

يمكن توضيح أهمية الميزة التنافسية المستدامة من خلال:

- ١) تعتبر معياراً للوحدات الاقتصادية الناجحة بالتفوق، وبالبحث عن النماذج النادرة من نوعها والجديدة التي من الصعب تقليدها أو مطابقة فوائدها. (الشمري، ٢٠١٥)
- ٢) تعتبر السلاح لمواجهة جميع الصعوبات المتواجدة في السوق والمنظمات المنافسة، من خلال تنمية المنظمة لمعرفتها وخبراتها التنافسية وقدرتها على تلبية احتياجات العملاء في المستقبل. (سنا، ٢٠١٣)

- أشار (الحميري، والمهدي، ٢٠١٩) إلى أهمية الميزة التنافسية المستدامة فيما يلي:
- (١) هي قدرة المنظمة على تلبية احتياجات العملاء بكفاءة أكثر من المنظمات الأخرى، من خلال إنتاج السلع والخدمات الفريدة من نوعها بسعر ووقت مناسب.
 - (٢) تساعد الميزة التنافسية المستدامة على التأثير بشكل إيجابي في إدراك العملاء.
 - (٣) يعتبر العائد التي تحصل عليه المنظمة من الميزة التنافسية هي عدم قدرة المنافسين على تقليدها، ولذلك يجب أن تكون الميزة التنافسية المستدامة متعمقة أكثر في مهارات وخبرات وثقافة المنظمة.
 - (٤) توجه المنظمة لتبني منهج عمل فريد ومختلف عن المنظمات المنافسة في السوق، وذلك من خلال إعطاء قيمة أكبر للعملاء والسعي لكسب رضاهم.

خصائص الميزة التنافسية المستدامة:

- أشار (النسور، ٢٠١٠) إلى خصائص الميزة التنافسية المستدامة فيما يلي:
- (١) تتسم بقدرتها على مواكبة المتغيرات والمستجدات العصرية والتكنولوجية المتطورة في إمكانيات المنظمة في الموارد والقدرات والخبرات.
 - (٢) تتسم بالنسبية والمدة الزمنية التي تحقق فيها الميزة التنافسية مقارنة بالمنظمات المنافسة.
 - (٣) تتسم بالاستمرارية في الأجل البعيد.
 - (٤) تتواءم مع أهداف المنظمة لتحقيق النتائج المرغوبة.

أبعاد الميزة التنافسية المستدامة:

وسوف تقوم الباحثة بالاعتماد على الأبعاد التالية (التميز، الإبداع، الجودة) والتي تعتبر أكثر ارتباطاً بمجال التطبيق.

وفيما يلي شرح مفصل لكل بُعد فيما يلي:

(١) التميز:

وىعنى أن ءكون العلامة ءءارىة مءفرءة وءءءنولوىا المسءءءمة مءءورة ومءمىزة لءذب العملاء ولكسب ءصة سوكىة كبىرة بالنسبة للمنافسىن؁ وهى إسءرائىىة ءءافسىة ءءءوى ءصائص مءفرءة واسءءنائىة فى المءءء المقءم للعملاء؁ لكى ىءم اءراكه من العملاء أنه مءءء فرىء ومءمىز؁ وىعء هءا البءء أءء الءواز الأساسىة للمنافسىن. (ءمءاك؁ ٢٠٢٢)

أن عملىة ءمىز ءركز على ءقءىم مءءراءات فرىءة ومءمىزة عما ىقءمه المنافسىن من مءءءاء؁ وءصىء عملىة ءلبىه اءءىاءاء ورجباء العملاء بأسالىب مءءلفة وفرىءة بواءسة اءءال ءمىز على ءطوط الإءءاء ءون ءءوء ءلل فىما هو معءمء علىه فى الءطوط الإءءاءىة للمءماءاء المعاصرة. (صالح؁ ٢٠١٧)

(٢) الإءءاء:

ىساهم الإءءاء فى زىاءة المىزة ءءافسىة المسءءاءة للمءماءة من ءلال ءقءىم مءءءاء وءءماء ببوءة عالىة وبنءالكىف قلىلة وقاءرة على ءلبىه اءءىاءاء العملاء والسوق؁ وءوافر بعء الإءءاء ىءوءقف على المءماءة هل ءءبنى سىاساء ءعم وءءمىة الإءءاء والابءءكار. وىرى ءلا من (الربرىعى؁ الءءراوى؁ ٢٠١٤) أن الإءءاء هى القءرة على ءمع أو مشاركمة المعلومات والبىئاءاء بأسالىب ءطوئر أفكار ءءىءة.

ءما ىشىر (أبو رءن؁ ٢٠١٢) إلى الإءءاء انه ىصبع رىاءىاً إذا سمء للمءماءة أن ءءقق الاسبقىة فى ممارسة الأنشطة الإءءاءىة؁ وىعطى الإءءاء الطابع ءءوئلى للمىزة ءءافسىة ءىء ىءعلها أءاة ءغىىر وءءءىء مسءمر للمءماءة ىمكنها من البقاء وءءفرء والرىاءة.

(٣) البوءة:

ءعءبر البوءة من عواءل نءاء المءماءة فى سوق المءافسة من ءلال ءقءىم مءءءاء وءءماء بمواءصاء فرىءة ومءمىزة وءفوق اءءىاءاء العملاء لإرضائهم وهءا ىساهم فى ءعزىز المىزة ءءافسىة المسءءاءة للمءماءة فى الأسواق؁ وءشىر البوءة إلى عمل الأشياء بطرىقة صءىءة لءقءىم مءءءاء وءءماء ءءلاءم مع اءءىاءاء العملاء. (الطانى؁ والسبعاءوى؁ ٢٠١٣)

وأشار (طالب، والبناء، ٢٠١٢) إلي أن الجودة تركز على كيفية إشباع حاجات ورغبات العملاء سواء الواضحة أو غير الواضحة وذلك عن طريق التفكير فيما يفكر العملاء وماذا يحتاجون لتلبية احتياجاتهم وما الذي يجعل العملاء أكثر رضا، ويعتمد على المقومات الثلاثة الآتية:

- تعمل على مفهوم التحسين المستمر.
- تصبح الجودة من أولويات الإدارة العليا.
- ضمان الأداء والمخرجات الصحيحة من المرة الأولى.

خامساً: الدراسات السابقة:

- هدفت الدراسة (الطباوي، ٢٠٢٢) الي التعرف علي اثر الريادة الاستراتيجية علي الميزة التنافسية المستدامة، وتوصلت الدراسة الي وجود علاقة ارتباط إيجابية معنوية بين الريادة الاستراتيجية بأبعادها والميزة التنافسية المستدامة بأبعادها.
- هدفت دراسة (العجري، وآخرون، ٢٠٢٣) الي التعرف علي مدي تأثير ممارسات إدارة الموارد البشرية الخضراء علي الميزة التنافسية المستدامة في شركات الصناعات التحويلية بالعاشر من رمضان، وتوصلت الدراسة الي مجموعة من النتائج أهمها وجود علاقة ارتباط معنوية موجبة بين إدارة الموارد البشرية الخضراء بأبعادها والميزة التنافسية المستدامة بأبعادها.
- هدفت دراسة (رزق، ٢٠٢٣) الي التعرف علي اثر الذكاء الاستراتيجي والاستشراف الاستراتيجي علي الميزة التنافسية المستدامة بالتطبيق علي القطاع المصرفي، وتوصلت الدراسة الي وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين الذكاء الاستراتيجي بأبعاده والميزة التنافسية المستدامة بأبعادها.
- هدفت دراسة (محمد، ٢٠٢٣) الي التعرف علي دور التنمية البشرية بأبعادها في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة، وتوصلت الدراسة الي وجود علاقة ارتباط قوية بين التنمية البشرية بأبعادها في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة.

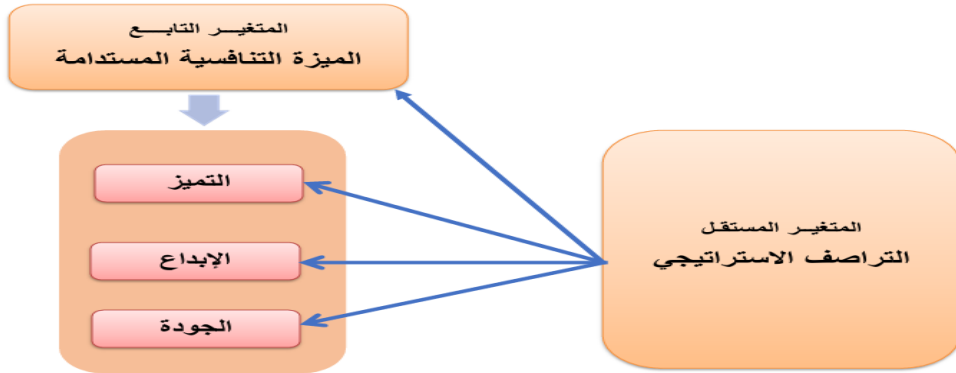
- **هدفت دراسة (القاضي، وبدوي، ٢٠٢٤)** الي اختبار دور التنمية المستدامة كمتغير وسيط في العلاقة بين التوجه الريادي وتحقيق الميزة التنافسية المستدامة، وتوصلت الدراسة الي عمل التنمية المستدامة كدور وسيط جزئي بين التوجه الريادي والميزة التنافسية المستدامة، حيث تساعد في خلق بيئة عمل محفزة علي الابتكار وتطوير المنتجات والعمليات التي تعزز من القدرة التنافسية للشركات.
- **هدفت دراسة (زين الدين، ٢٠٢٤)** إلي التعرف على العلاقة بين الابتكار التكنولوجي والميزة التنافسية المستدامة بأبعادها (الجودة، المرونة، الكلفة) في وجود دور وسيط لإستراتيجية المحيط الأزرق، وقياس الميزة التنافسية لدي الشركة وإلي أي مدي تكون استدامتها، وتوصلت الدراسة إلي مجموعة من النتائج المهمة وأبرزها وجود تأثير موجب لإستراتيجية المحيط الأزرق في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة، واطهرت الدراسة الدور الوسيط المهم الذي تلعبه إستراتيجية المحيط الأزرق حيث تكون (وساطة كلية) في العلاقة بين الابتكار التكنولوجي والميزة التنافسية المستدامة حيث تؤثر تأثير موجب.
- **هدفت دراسة (عبد الواحد، ٢٠٢٤)** إلي التعرف على الدور الوسيط للفاعلية التنظيمية في العلاقة بين القيادة التحويلية والميزة التنافسية المستدامة بأبعادها (الكفاءة، الأداء، الجودة) في شركات السياحة فئة أ، وقياس درجة تبني شركات السياحة لنمط القيادة التحويلية، ودرجة الفاعلية التنظيمية، وإلي أي مدي تمتلك الشركة للميزة التنافسية المستدامة، وتوصلت الدراسة إلي مجموعة من النتائج أبرزها الدور الوسيط الجزئي للفاعلية التنظيمية في العلاقة بين تطبيق القيادة التحويلية في شركات السياحة أ والميزة التنافسية المستدامة، تؤثر القيادة التحويلية تأثير إيجابي على الفاعلية التنظيمية والميزة التنافسية المستدامة، تؤثر الفاعلية التنظيمية على الميزة التنافسية المستدامة تأثير إيجابي.
- **هدفت دراسة (الحسيناوي، ٢٠١٩)** الي التعرف علي العلاقة والتأثير بين التراصيف الاستراتيجية بأبعاده في تعزيز خصائص المنظمة المتعلمة من خلال الدور الوسيط للمقددرات الجوهرية واستخدم المنهج التحليلي، وتوصلت الدراسة

- الي اهتمام كليات جامعة ذي قار بالمقدرات الجوهرية بوصفها عنصراً وسيطاً ومؤثراً في العلاقة بين التراصف الاستراتيجي والمنظمة المتعلمة.
- **هدفت** دراسة (أبو حماد، ٢٠٢١) الي تحليل أثر التراصف الإستراتيجي بأبعاده (الاتصالات، والشراكة، والمهارات، والبنية التحتية، والحوكمة) على الأداء المؤسسي بأبعاده (الجودة، وفاعلية الأداء، وكفاءة الأداء، ورضا العملاء) في شركة الاتصالات الاردنية، وتوصلت الدراسة الي مجموعة من النتائج اهمها وجود أثر ذو دلالة احصائية عند مستوى دلالة ($0.05 \leq \alpha$) للتراصف الإستراتيجي بأبعاده على الأداء المؤسسي بأبعاده في شركات الاتصالات الاردنية، وايضا وجود مستوى متوسط من التراصف الإستراتيجي والأداء المؤسسي في شركات الاتصالات الاردنية.
 - **هدفت** دراسة (علي، وحمد، ٢٠٢١) الي التعرف علي اثر التراصف الاستراتيجي في التغيرات الهيكلية في جامعة تكريت، وتوصلت الدراسة الي مجموعة من النتائج أهمها وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين التراصف الاستراتيجي بدلالة ابعاده والتغيرات الهيكلية في جامعة تكريت، والعلاقة موجبة قوية.
 - **هدفت** دراسة (الزعيرات، والزغبى، ٢٠٢٢) الي التعرف علي اثر التراصف الاستراتيجي في الإنتاجية في مصانع محافظة مأدبا واستخدم المنهج الوصفي التحليلي، وتوصلت الدراسة الي مجموعة من النتائج أهمها ارتفاع مستوى التراصف في مصانع مأدبا، وجود أثر ذو دلالة إحصائية للتراصف الاستراتيجي بأبعاده في الإنتاجية بأبعادها في مصانع محافظة مأدبا.
 - **هدفت** دراسة (Haraisa, 2022) الي قياس تأثير التراصف الاستراتيجي والوعي الاستراتيجي علي الأداء الاستراتيجي في الشركات الصناعية الأردنية العاملة في منطقة الحسين بن عبد الله الثاني الصناعية المؤهلة في محافظة الكرك، وتوصلت الدراسة الي وجود اثر إيجابي ذو دلالة معنوية للتراصف الاستراتيجي والوعي الاستراتيجي علي الأداء الاستراتيجي.

- **هدفت** دراسة (عبد اللاه، ٢٠٢٣) إلى معرفة الآليات لتحقيق التراصف الاستراتيجي بجامعة جنوب الوادي في ضوء علاقته بالقيادة الرقمية واستخدام المنهج الوصفي، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أبرزها يسعى التراصف الاستراتيجي إلى تحقيق التناغم والاتساق بين كل الأقسام في المؤسسات من أجل تحقيق الأهداف الاستراتيجية، توجد علاقة بين القيادة الرقمية والتراصف الاستراتيجي في أن كل منهما يعمل على تحقيق تلك الأهداف.
- **هدفت** دراسة (محمد، ٢٠٢٣) إلى التعرف على أثر التراصف الاستراتيجي في إدارة الالتزامات في الكليات التقنية في مدينة السليمانية واستخدام المنهج الوصفي التحليلي، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين التراصف الاستراتيجي، وابعاده، وإدارة الالتزامات، وابعادها.
- **هدفت** دراسة (مندور، ٢٠٢٣) إلى التعرف على الجهود المبذولة لتحقيق التوافق الاستراتيجي في جامعة عين شمس، وبناء استراتيجية مقترحة لإدارة التوافق الاستراتيجي بجامعة عين شمس لتحقيق الميزة التنافسية المستدامة، وتوصلت الدراسة إلى الدور الإيجابي لتوافق الاستراتيجي في تعزيز القدرة التنافسية المستدامة للجامعات.

سادساً: متغيرات البحث:

شكل رقم (١-١) نموذج البحث



المصدر: من إعداد الباحثة، بالاعتماد على الدراسات السابقة والاطار النظري للدراسة.

سابعاً: فروض البحث:

الفرض ١: " توجد علاقة ارتباط معنوية بين التراصف الاستراتيجي والميزة التنافسية المستدامة بأبعادها (التميز، الإبداع، الجودة) في شركات تصنيع الأجهزة الكهربائية بمدينة العاشر من رمضان "

الفرض ٢: " يوجد تأثير معنوي بين التراصف الإستراتيجي علي ابعاد الميزة التنافسية المستدامة (التميز، الإبداع، الجودة) في شركات تصنيع الأجهزة الكهربائية بمدينة العاشر من رمضان "

ثامناً: مجتمع وعينة البحث:

تشير عينة البحث إلى المفردة التي توجه إليها قائمة الاستقصاء؛ للإجابة عليها، ومن ثم فإن وحدة المعاينة في هذه الدراسة هم العاملين بالمستويات الإدارية الثلاثة (الإدارة العليا، مديري الإدارات، رؤساء الأقسام) بشركات تصنيع الأجهزة الكهربائية بمدينة العاشر من رمضان، لكي تكون عينة الدراسة ممثلة لمجتمع الدراسة تمثيلاً جيداً، فقد كان أنسب اختيار لنوع المعاينة هو العينة العشوائية البسيطة المتناسبة مع مجتمع الدراسة. وقد تم تحديد حجم العينة التي تم إجراء الدراسة الميدانية عليها؛ استناداً إلى المعادلة الآتية:

$$\text{حجم العينة} = \frac{\frac{c(c-1)}{2} + \frac{c(c-1)}{n}}{2}$$

عند مستوى معنوية (٥ %)، وحدود ثقة (٩٥ %) .

حيث إن:

ن = حجم المجتمع.

ح = احتمال تحقق الصفة المدروسة في المجتمع، وعندما تكون P مجهولة يفضل أن تؤخذ ٠.٥٠ .

أ = ب ÷ ١.٩٦، حيث ب = أقصى خطأ مسموح به: (الفرق بين النسبة في مجتمع البحث والنسبة في العينة عند مستوى ثقة (٠.٩٥) .

بتطبيق المعادلة السابقة:

$$\text{حجم العينة} = \frac{\frac{(0.5)(0.5)}{1.96} + \frac{(0.5)(0.5)}{588}}{2}$$

إذاً حجم العينة = ٢٣٣ مفردة

ج- إجراءات توزيع استمارات الدراسة

تم عمل استبيان الكتروني من خلال منصة جوجل وبعد الحصول على العدد المطلوب ٢٣٣ من الردود تم تكويد البيانات لاستخدامها في التحليل الإحصائي، وبعد استبعاد المفردات المتحيزة بلغ حجم العينة ٢٣٣ مفردة.

خامساً: الأساليب الإحصائية المستخدمة

تم إجراء التحليل الإحصائي لإجابات عينة الدراسة باستخدام الأساليب الإحصائية التالية:

١. إجراء اختبار الصدق والثبات (الصلاحية والاعتمادية) لأسئلة الاستبيان المستخدمة في جمع البيانات؛ لتوضيح مدى الاعتماد على نتائج الاستبيان، ومدى إمكانية تعميم نتائجه على مجتمع الدراسة، وذلك باستخدام معامل ألفا كرونباخ وتتراوح قيمة هذا المقياس بين الصفر والواحد الصحيح ، فإذا لم يكن هناك ثبات في البيانات فإن قيمة هذا المعامل تساوي صفر، وعلى العكس إذا كان هناك ثبات تام في البيانات فإن قيمة هذا المعامل تساوي الواحد الصحيح، وإذا زاد المقياس عن ٠.٦٠ أمكن الاعتماد على نتائج الدراسة وتعميمها على المجتمع.
 ٢. المتوسط الحسابي : لترتيب إجابات أفراد الدراسة لعبارات الاستبيان حسب درجة الموافقة.
 ٣. معامل الارتباط بيرسون لإعداد مصفوفات معاملات الارتباط بين متغيرات البحث
 ٤. اختبار تحليل المسار: لقياس التأثيرات المباشرة بين متغيرات الدراسة
- هذا ولقد تم استخدام حزم التحليل الإحصائي SPSS Ver 26 لتنفيذ الاختبارات السابقة.

تاسعاً : نتائج البحث:

- (١) نتائج اختبار الثبات والصدق لمتغيرات البحث:
- تم حساب معامل الثبات ألفا كرونباخ(Alpha) لأداة الدراسة (قائمة الاستقصاء)، يعرض الجدول رقم (١-١) معامل الثبات والصدق لأسئلة الاستقصاء.

جدول (١-١)

نتائج اختبار الثبات والصدق لمتغيرات البحث (ن = 233 مفردة)

المتغيرات	معامل الثبات	معامل الصدق
التراصيف الاستراتيجي	0.883	0.940
التميز	0.882	0.939
الإبداع	0.926	0.962
الجودة	0.873	0.934
الاستبيان ككل	0.927	0.963

- وباستعراض الجدول رقم (٢-١) يتضح أن قيم معاملات الثبات مقبولة لجميع متغيرات الدراسة، حيث تضمنت قائمة الاستقصاء على اربع أبعاد، وكل بعد يتكون من أكثر من عبارة، وتراوحت قيم معاملات الثبات لاستمارة المبحوثين ما بين (0.882) ، (0.926) وبلغ معامل الثبات للاستبيان ككل 0.972، وذلك باعتبار أن معامل ألفا الذي يتراوح ما بين ٠.٥٠ إلى ٠.٦٠ يعتبر مقبولاً، وأن معامل ألفا الذي يصل إلى ٠.٨٠ يعتبر ذا مستوى متميزا من الثقة والاعتمادية. وبلغت قيمة معاملات الصدق الذاتي ما بين (0.934)، (0.962) (حيث إن قيم معامل الصدق الذاتي هي الجذر التربيعي لقيم معامل الثبات) وبالتالي يمكن القول أنها معاملات ذات دلالة جيدة لتحقيق أهداف البحث ويمكن الاعتماد عليها في تعميم النتائج على المجتمع ككل.

٢) نتائج التحليل الاحصائي واختبار الفروض:

يمكن توضيح النتائج التي تم التوصل إليها في ضوء التحليل الإحصائي واختبارات الفروض على النحو التالي:

١- نتائج التحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة:

قامت الباحثة بإجراء تحليل وصفي لمتغيرات الدراسة للتعرف على قيم المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومعاملات الارتباط بين المتغيرات، وكانت النتائج كما يوضحها جدول رقم (٢-١).

جدول رقم (٢-١)

مصفوفة المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومعاملات الارتباط لمتغيرات الدراسة

متغيرات الدراسة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	التراسف الاستراتيجي	التميز	الإبداع	الجودة	الميزة التنافسية المستدامة
التراسف الاستراتيجي	4.02	.646	1				
التميز	4.02	.671	.682**	1			

أثر التراصيف الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة: دراسة ميدانية بالتطبيق على شركات ...

دواء فهم ممد خليل

		1	.742**	.728**	.661	4.01	الإبداع
	1	.690**	.719**	.764**	.654	4.00	الجودة
1		.951**	.960**	.936**	.628	4.01	الميزة التنافسية المستدامة

** تشير إلى أن القيمة المحسوبة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ١ %

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي لبرنامج SPSS

ويتضح من نتائج الجدول رقم (٢-١) ما يلي:

- المتغير التراصيف الإستراتيجي يتسم بدرجة تميل الى الموافقة وذلك بمتوسط حسابي قدره (٣.٩٨)، وانحراف معياري قدره (٠.٧١٩).
- المستوى الكلي للمتغير التابع الميزة التنافسية المستدامة لشركات تصنيع الأجهزة الكهربائية المنزلية بمدينة العاشر من رمضان محل الدراسة، يتسم بالميل إلى الإيجابية، وبدرجة موافقة، حيث بلغت قيمة المتوسط حسابي قدره (٤.٠١) والانحراف معياري قدره (٠.٦٢٨)، والذي يشير إلى اتفاق معظم آراء المستقصي منهم على ذلك.
- أن بعد التميز يتسم بدرجة تميل الى الموافقة وذلك بمتوسط حسابي قدره (٤.٠٢)، وانحراف معياري قدره (٠.٦٧١) ويقع بعد التميز في المرتبة الأولى من حيث الوسط الحسابي ، وبعد الإبداع يتسم بدرجة تميل الى الموافقة وذلك بمتوسط حسابي قدره (٤.٠١)، وانحراف معياري قدره (٠.٦٦١) ويقع بعد الإبداع في المرتبة الثانية من حيث الوسط الحسابي ، وأيضا بعد الجودة يتسم بدرجة تميل الى الموافقة وذلك بمتوسط حسابي قدره (٤.٠٠)، وانحراف معياري قدره (٠.٦٥٤) ويقع بعد الجودة في المرتبة الثالثة من حيث الوسط الحسابي بالتطبيق على شركات تصنيع الأجهزة الكهربائية المنزلية بمدينة العاشر من رمضان.
- وجود ارتباط ثنائي بين متغيرات الدراسة حيث تبين وجود علاقة ارتباط طردية ذات دلالة إحصائية بين المتغير المستقل التراصيف الإستراتيجي وبين المتغير

التابع الميزة التنافسية المستدامة، عند مستوى دلالة (0.01) حيث بلغ معامل الارتباط بينه وبين محور التراصف الإستراتيجي (0.763^{**}).

- وجود ارتباط ثنائي بين متغيرات الدراسة حيث تبين وجود علاقة ارتباط موجبة ذات دلالة إحصائية بين المتغير المستقل التراصف الإستراتيجي والمتغير التابع الميزة التنافسية المستدامة وجميع أبعاده (التميز، الإبداع، الجودة) ويتضح منه وجود ارتباط ثنائي معنوي موجب فوق المتوسط بين جميع أبعاد الميزة التنافسية المستدامة. مما سبق يتضح قبول صحة فرض الدراسة الأول أي أنه " توجد علاقة ارتباط ذو دلالة إحصائية بين التراصف الإستراتيجي وأبعاد الميزة التنافسية المستدامة بالتطبيق على شركات تصنيع الأجهزة الكهربائية المنزلية بمدينة العاشر من رمضان

٢- قياس تأثير التراصف الإستراتيجي في أبعاد الميزة التنافسية المستدامة:

يوجد تأثير معنوي للتراصف الإستراتيجي على أبعاد الميزة التنافسية المستدامة (التميز، الإبداع، الجودة) في شركات تصنيع الأجهزة الكهربائية المنزلية بمدينة العاشر من رمضان، ولاختبار هذا الفرض قامت الباحثة بإجراء التحليل الإحصائي باستخدام أسلوب تحليل المسار والجدول التالي يوضح معاملات الانحدار لتأثير التراصف الإستراتيجي على أبعاد الميزة التنافسية المستدامة (التميز، الإبداع، الجودة).

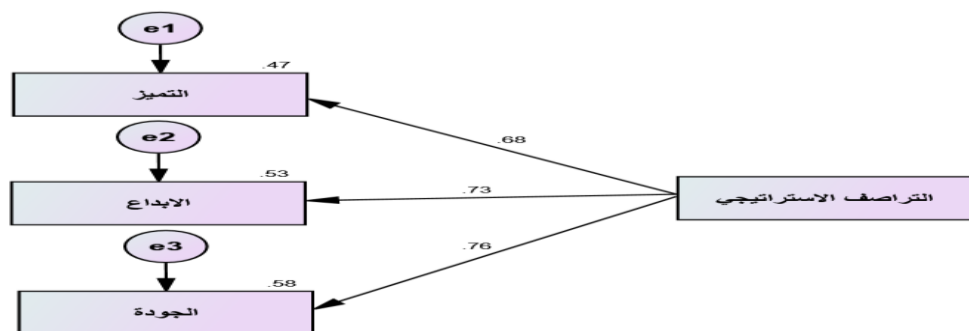
جدول رقم (٣-١)

نتائج تحليل تأثير التراصف الإستراتيجي على أبعاد الميزة التنافسية المستدامة (التميز، الإبداع، الجودة)

المتغير المستقل		معامل الانحدار B	معامل الانحدار المعياري	Sig.	R ²
التراصف الإستراتيجي	التميز	0.636	0.682	0.000	46.5%
	الإبداع	0.669	0.728	0.000	53.0%
	الجودة	0.596	0.764	0.000	58.3%
200.776					F

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على نتائج التحليل الإحصائي.

١. معنوية نموذج الانحدار حيث بلغت قيمة ($F = 200.776$) وهي معنوية عند مستوى معنوية ٠.٠١.
 ٢. يوجد تأثير معنوي للتراصف الإستراتيجي على كلا من أبعاد الميزة التنافسية المستدامة (التميز، الإبداع، الجودة) وذلك عند مستوى معنوية ٠.٠١.
 ٣. كل زيادة في درجة التراصف الإستراتيجي قدرها واحد صحيح تؤدي إلى زيادة التميز بمقدار (0.682).
 ٤. كل زيادة في درجة التراصف الإستراتيجي قدرها واحد صحيح تؤدي إلى زيادة الإبداع بمقدار (0.728).
 ٥. كل زيادة في درجة التراصف الإستراتيجي قدرها واحد صحيح تؤدي إلى زيادة الجودة بمقدار (0.764).
 ٦. بلغت قيمة معامل التفسير ($R^2 = 46.5\%$) مما يعني أن تأثير التراصف الإستراتيجي يفسر ما نسبته (46.5%) من التباين في التميز وأن النسبة المتبقية (53.5%) ترجع لعوامل أخرى لم يشملها النموذج.
 ٧. بلغت قيمة معامل التفسير ($R^2 = 53\%$) مما يعني أن تأثير التراصف الإستراتيجي يفسر ما نسبته (53%) من التباين في الإبداع وأن النسبة المتبقية (47%) ترجع لعوامل أخرى لم يشملها النموذج.
 ٨. يوجد تأثير معنوي للتراصف الإستراتيجي على الجودة وذلك عند مستوى معنوية ٠.٠١.
 ٩. بلغت قيمة معامل التفسير ($R^2 = 58.3\%$) مما يعني أن تأثير التراصف الإستراتيجي يفسر ما نسبته (58.3%) من التباين في الجودة وأن النسبة المتبقية (41.7%) ترجع لعوامل أخرى لم يشملها النموذج.
- ويمكن عرض نتائج التحليل الإحصائي لتأثير التراصف الإستراتيجي على أبعاد الميزة التنافسية



المستدامة في الشكل رقم (٢-١):

٣) النتائج العامة:

- ١) أوضح البحث وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين التراصف الاستراتيجي والميزة التنافسية المستدامة بأبعادها، حيث أشارت النتائج إلى قدره التراصف الاستراتيجي على تعزيز تحقق (التميز، الإبداع، الجودة) مما يدعم القدرة التنافسية للشركات التي تتبنى التراصف الاستراتيجي.
- ٢) أوضح البحث أهمية موائمة وتوافق الأهداف الإستراتيجية للشركات مع الموارد الداخلية والفرص والتهديدات وذلك لتحقيق ميزة تنافسية مستدامة.
- ٣) استنتج البحث أن الشركات التي تتبنى التراصف الإستراتيجي لديها فرصة كبيرة لتحقيق الميزة التنافسية المستدامة من خلال توافق جهود الأقسام مع الإستراتيجيات داخل الشركات لتحقيق الأهداف المرجوة.
- ٤) يؤكد نتائج البحث أن تحقيق ميزة تنافسية مستدامة ليس نتاج عوامل تقليدية فقط، بل يرتبط ارتباطاً وثيقاً بقدرة المؤسسات على التعلم، ومواءمة استراتيجياتها، وتطوير كوادرها البشرية من خلال التدريب الفعال.
- ٥) أوضحت نتائج الدراسة أن الشركات التي تتبنى التراصف الاستراتيجي يكون لديها المناخ المناسب لتحقيق الإبداع والتطوير لدي العاملين حيث تعمل هذه الشركات على توفير المقومات الأساسية لتوجيه كل طاقات العاملين وأفكارهم الإبداعية نحو كفاءة العمل.

عاشراً: التوصيات:

- (١) الاستثمار في التراصف الاستراتيجي بين الإدارات من خلال العمل على تنسيق الجهود بين الأقسام واجتماعات دورية وتحديد مؤشرات أداء مشتركة.
- (٢) تحليل البيئة الداخلية والخارجية بصفة دورية وذلك لموائمة الأهداف مع الموارد الداخلية والفرص والتهديدات بصفة مستمرة.
- (٣) العمل على ربط ودمج استراتيجيات الإدارات المختلفة مع الأهداف العامة للشركات لضمان عمل جميع الأقسام في اتجاه واحد ومعرفة كل قسم دوره في تحقيق الأهداف.
- (٤) تدريب الكوادر البشرية والتعلم المستمر من خلال الاستثمار في التدريب المبتكر لتحفيز العاملين على التطوير وتحقيق النتائج المرجوة.
- (٥) تهيئة بيئة عمل تساعد على الابداع والتطوير من خلال تشجيع علي طرح الأفكار الجديدة وتشجيع العاملين على التجربة وترك مساحات للتفكير.

عاشراً: افاق لبحوث ودراسات مستقبلية:

١. تأثير التحول الرقمي علي التراصف الاستراتيجي: البحث في كيف تؤثر أدوات التكنولوجيا على التنسيق بين الادارات.
٢. أثر الثقافة التنظيمية على فاعلية التراصف الاستراتيجي: دراسة قياس تأثير الثقافة التنظيمية علي تسهيل تنفيذ التراصف الاستراتيجي.

الحادي عشر: المراجع:

أولاً: المراجع العربية:

- أبو جمعة، نعيم حافظ (٢٠٠٩)، "أساسيات وطرق البحث العلمي في الإدارة" المنظمة العربية للتنمية الإدارية، الطبعة الثانية، القاهرة، ص ٢٥٦- ٢٥٧ .
- أبو حماد، الاء عبد الرحمن خضر، والسكرانه، بلال خلف. (٢٠٢١). أثر التراصف الإستراتيجي على الأداء المؤسسي في شركات الاتصالات الاردنية. رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة الاسراء الخاصة، عمان.

- أبو رذن، أيمن بشير محمد (٢٠١٢). واقع تطبيق استراتيجيات الريادية دراسة حالة في شركة اسيسيل للاتصالات المتنقلة في العراق، مجلة مقدمة إلى المؤتمر العلمي الخامس، الريادة وذكاء الأعمال في المنظمات العراقية، الجزء الثاني، وزارة التعلم العالي، جامعة الموصل، كلية الإدارة والاقتصاد.
- التومي، سارة. (٢٠٢٠). محددات تطوير الإبداع الاستراتيجي في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية: دراسة حالة مؤسسات قطاع الاتصالات بالجزائر. أطروحة دكتوراه غير منشورة. جامعة محمد بوضياف، المسيلة، جمهورية الجزائر الديمقراطية الشعبية.
- جاد الرب، سيد محمد (٢٠١٣). إدارة الإبداع والتميز التنافسي. دار النهضة العربية للنشر والتوزيع.
- الحسيناوي، إسحاق ناصر حسن. (٢٠١٩). التراصف الاستراتيجي ودوره في تعزيز خصائص المنظمة المتعلمة من خلال الدور الوسيط للمقدرات الجوهرية في المنظمات: دراسة تحليلية لأراء أعضاء مجالس الكليات في جامعة ذي قار (أطروحة دكتوراه) جامعة كربلاء، كلية الإدارة والاقتصاد.
- الحميري، بشار عباس، وعبد المهدي، علي مظهر. (٢٠١٩). دور الذكاء الإستراتيجي في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة: دراسة استطلاعية تحليلية لأراء عينة من العاملين في شركة التأمين العراقية العامة. مجلة كلية الادرة والاقتصاد للدراسات الاقتصادية والإدارية والمالية، مج ١١، ٢٤، ٤٣٢- ٤٥٩.
- الدماك، محمد مسلم (٢٠٢٢). دور تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة- دراسة تطبيقية، جامعة مدينة السادات، كلية التجارة، المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والإدارية، المجلد ١٣، العدد ٣، ص ١٢٥٨- ١٢٨٠.
- الربيعي، حاكم محسن، والحدراوي، حامد كريم (٢٠١٤). التوجه الريادي كخارطة طريق إستراتيجية في ظل تبني الاستثمار في راس المال الفكري، المؤتمر العلمي الدولي السادس، جامعة كربلاء كلية الإدارة والاقتصاد.
- رزق، أحمد محمد عبد السلام . (٢٠٢٣) أثر الذكاء الاستراتيجي علي الميزة التنافسية المستدامة بالتطبيق علي القطاع المصرفي المصري. مجلة الدراسات المالية والتجارية- 112، 33(3) , 133.
- الزعيرات، حمزة عبد عبد المعطي، والزعبي، خالد يوسف محمد. (٢٠٢٢). أثر التراصف الاستراتيجي في الإنتاجية: دراسة ميدانية في مصانع محافظة مأدبا، الأردن (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة مؤتة، مؤتة.

- زين الدين، فريد، وشهوان، تامر، وعيد، الشيماء. (٢٠٢٤). دور الابتكار التكنولوجي في تبني إستراتيجية المحيط الأزرق لتحقيق الميزة التنافسية المستدامة: دراسة تطبيقية على الشركات الصناعية المصرية. مجلة البحوث التجارية- كلية التجارة جامعة الزقازيق، مج ٤٦، ع ٤٤، ٧٨٦-٨٢٩.
- سناء، عبد الرحيم سعيد (٢٠١٣). متطلبات تحقيق الميزة التنافسية المستدامة في إطار بناء الإستراتيجية الخضراء لمنظمات الأعمال، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، مجلد ١٩، العدد ٧٣، جامعة بغداد، ص ١٣٣.
- الشمري، محمد وفي عباس عبد عون وجودة، أبو الحسنين محسن. (٢٠١٥). تحليل ربحية الزبون ودوره في إدارة العلاقة مع الزبون لتحسين الميزة التنافسية المستدامة- دراسة تطبيقية مقارنة بين المنهج التقليدي للتكاليف ومنهج التكاليف على أساس الأنشطة في شركة ابداع الخير، مجلة العراقية للعلوم الإدارية، المجلد ١١، العدد ٤٦، ٨٨-١١٥.
- صالح، ماجد محمد (٢٠١٧). عناصر التحسين المستمر ودورها في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة دراسة تحليلية في شركة (Carrefour)، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، مجلد ١٣، العدد ٣٨، ص ١٤٤-١٨٠.
- طالب، علاء فرحان، البناء، زينب مكي محمود، ٢٠١٢، إستراتيجية المحيط الأزرق والميزة التنافسية المستدامة، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، الاردن.
- الطائي، بسام منيب علي، والسبعوي، اسراء وعد الله قاسم حمدي. (٢٠١٣). الأثر التتابعي لمتطلبات إدارة الجودة الشاملة والتغيير التنظيمي في تحقيق الميزة التنافسية دراسة استطلاعية في كلية الحداثة الجامعة، مجلة دراسات إدارية، مج ٥، ع ١٠، ٢٤٣-٢٨٢.
- الطبلوي، أسامة السيد أحمد. (٢٠٢٢). دور الريادة الإستراتيجية في تعزيز الميزة التنافسية المستدامة: دراسة تطبيقية في شركة مصر للتأمين. المجلة العلمية لكلية التجارة (سيوط). 42(75), 45-92.
- العبادي، هاشم فوزي دباس، غزاي، ماجد جبار، والذبحاوي، عامر عبد كريم. (٢٠١٦). التراصف الإستراتيجي ودوره في تحقيق النجاح التنظيمي: بحث تحليلي لأراء عينة من الموظفين في كلية التخطيط العمراني جامعة الكوفة. مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والإدارية، ع ٣٨٤، ٢٠٧ - ٢٤٠.
- عبد الرحيم، عبد الرحيم (٢٠١٩). الخرائط الإستراتيجية كمدخل لتحقيق التراصف وقياس الأداء المؤسسي في المؤسسات الحكومية، المجلة العربية للإدارة، ٣٩ (٢)، ٤٩-٧٣.

- عبد اللاه، صابر بن نشأت عبد الرازق. (٢٠٢٣). آليات مقترحة لتحقيق التراصف الاستراتيجي بجامعة جنوب الوادي في ضوء علاقته بالقيادة الرقمية. *مجلة كلية التربية*. 516-631, 20(119),
- عبد الواحد، عبير محمد فتحي. (٢٠٢٤). أثر تطبيق القيادة التحويلية على تعزيز الميزة التنافسية المستدامة لشركات السياحة المصرية: الدور الوسيط للفاعلية التنظيمية. *مج ٧، ع ٢، ٢٤٠-٢٦٤*.
- العجري، دينا فاروق، والسيد، منى محمد، والنادي، نوال محمود & الإمام، سعيد عبد العال. (٢٠٢٣). ممارسات إدارة الموارد البشرية الخضراء وأثرها على الميزة التنافسية المستدامة بالتطبيق على الصناعات التحويلية في مصر. *المجلة العربية للإدارة*، *مج ٤٦، ع ٣، ١-١٨*.
- علي، شذي فائق، وحمد، عامر علي. (٢٠٢١). أثر التراصف الاستراتيجي في تعزيز الاستراتيجية الرقمية: دراسة تحليلية لأراء عينة من أعضاء اللجان الامتحانية القائمين علي الامتحانات الالكترونية في جامعة تكريت. *مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية*، *مج ١٧، ع ٥٦، ١٤٦-159*.
- العمري، مشهور (٢٠١٩). التوافق الإستراتيجي للموارد البشرية. *المجلة العربية للإدارة*، *٣٩ (٢)، ١٢٥-١٤٢*.
- القاضي، نها محمد، وبدوي، سحر محمد. (٢٠٢٤). الدور الوسيط للتنمية المستدامة في العلاقة بين التوجه الريادي وتحقيق الميزة التنافسية بالتطبيق على شركات الكيماويات المصرية. *المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية*. 530-558, 15(2),
- محسن، ليث، والدعمي، علاء. (٢٠١٢). دور إدارة الجودة الشاملة في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة. *بحث استطلاعي في شركة التأمين العراقية*. *مجلة دراسات محاسبية ومالية*، جامعة بغداد، *٧ (٢١)، ٣٤-٧٠*.
- محمد، رشدي. (٢٠٢٣). دور التنمية البشرية لتحقيق الميزة التنافسية المستدامة لمنظمات التعليم العالي المصرية بالتطبيق على كلية التجارة جامعة الزقازيق. *المجلة العلمية للبحوث والدراسات التجارية*. 1-56, 37(4),
- محمد، وجدان جاسم. (٢٠٢٣). التراصف الاستراتيجي ودوره في إدارة الأزمات: دراسة تحليلية لأراء عينة من القيادات الأكاديمية والإدارية في الكليات التقنية في محافظة السليمانية / إقليم كوردستان العراق. *مجلة المستنصرية للدراسات العربية والدولية*، *ع ٨١، ٢٢٢-257*.

- مندور، هناء شحتة السيد. (٢٠٢٣). استراتيجية مقترحة لإدارة التوافق الاستراتيجي لتحقيق الميزة التنافسية المستدامة للجامعات المصرية دراسة حالة على جامعة عين شمس مجلة كلية التربية في العلوم التربوية. 47(1), 163-370.
- النصور، رابعة سالم، والنعمي، محمد عبد العال امين. (٢٠١٠). أثر تبني أنماط المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة ميدانية في المصارف التجارية العاملة في الاردن، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، عمان، ص٢٦-٢٧.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

- Haraisa, Y. E. Al. (2022). The Impact of Strategic Alignment and Strategic Awareness on Strategic Performance: Evidence from Jordan. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, 12(4), 42–55.
- Nassaji, H. (2015) Qualitative and descriptive research: Data type versus data analysis, Language Teaching Research, 19(2), 129-132.
- Purba, J. T. (2015). Strategic innovation through Technology Readiness and Acceptance in implementing ICT for Corporate Sustainability. Proceedings. Presented in 12th International annual symposium on management, in Makassar March.
- Schermern, R. J., Hunt, G. H. James and Osborn, N. R. (1994). Organizational Behavior, 5th Ed, John Wiley & Sons, Inc. Canada, p196.
- Zarrabi, F., Poursadegh, N., & Jafarvand, S. (2013). Alignment between innovation strategy and outcomes. Procedia-Social and Behavioral Sciences, 75, 18-24.