



JOURNAL OF TECHNIQUES

Journal homepage: <http://journal.mtu.edu.iq>



RESEARCH ARTICLE - MANAGEMENT

The Effect of Strategic Vigilance in Enhancing the Operational Performance: An Analytical Study in the Men's Ready-Made Garments Factory in Al-Najaf Al-Ashraf

Kadhim Thaer Younus^{1*}

¹ College of Health and Medical Techniques /Kufa, Iraq

* Corresponding author E-mail: kadhimalasadi1991@gmail.com

Article Info.	Abstract
<p><i>Article history:</i></p> <p>Received 23 December 2022</p> <p>Accepted 06 February 2023</p> <p>Publishing 30 June 2023</p>	<p>The current research aims to diagnose the relationship and influence between strategic vigilance and operational performance. The research was applied in the men's ready-made clothing factory in Al-Najaf Al-Ashraf on a sample of (73) individuals 'relying on the questionnaire as a tool for data collection. The research problem was embodied in the continuous and evolving changes in reality at the internal and external levels of the organization 'which led to the need for an immediate and decisive response to it. Based on this 'the importance of the research lies in highlighting the impact of applying the strategic vigilance philosophy in Iraqi factories 'especially government ones. The research reached many conclusions 'including that the factory lacks modern technological means that enable it to promote its products in an optimal manner 'in order to achieve the required distinction compared to competitors' products. On the other hand 'the researcher was able to formulate a number of recommendations to enhance operational performance 'the most important of which is the factory's adoption of technological means and techniques that are characterized by modernity and ease of use in a way that facilitates access for customers of all categories to its various products.</p>

This is an open-access article under the CC BY 4.0 license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

Publisher: Middle Technical University

Keywords: Strategic Vigilance; Marketing Vigilance; Competitive Vigilance; Environmental Vigilance; Operational Performance.

تأثير اليقظة الاستراتيجية في تعزيز الأداء التشغيلي: دراسة تحليلية في مصنع الألبسة الرجالية الجاهزة في النجف الأشرف

كاظم ثامر يونس^{1*}

¹ جامعة الفرات الاوسط التقنية/ كلية التقنيات الصحية والطبية - كوفة

* البريد الإلكتروني: kadhimalasadi1991@gmail.com

معلومات المقالة	الخلاصة
تاريخ الاستلام 23 كانون الاول 2022	يهدف البحث الحالي الى تشخيص العلاقة والتأثير بين اليقظة الاستراتيجية والأداء التشغيلي. إذ طُبِّقَ البحث في مصنع الألبسة الرجالية الجاهزة في النجف الأشرف على عينة قوامها (73) فرداً، بالاعتماد على استمارة الاستبانة كأداة لجمع البيانات. وتجدت مشكلة البحث بما يشهده الواقع من تغيرات مستمرة ومتطورة على المستوى الداخلي والخارجي للمنظمة، قاد الى ضرورة توفر الاستجابة الفورية والحاسمة لها. وانطلاقاً من ذلك، تكمن أهمية البحث في تسليط الضوء على مردود تطبيق فلسفة اليقظة الاستراتيجية في المصانع العراقية وخاصة الحكومية منها. توصلت البحث الى استنتاجات عديدة ومنها: أن المصنع يفتقر الى وسائل تكنولوجية ذات حداثة تمكنه من الترويج لمنتجاته بشكل أمثل بما يحقق التميز المطلوب بالمقارنة مع منتجات المنافسين. بالمقابل استطاع الباحث بلورة عدداً من التوصيات لتعزيز الأداء التشغيلي ومن أهمها، تبني المصنع لوسائل تكنولوجية وتقنيات تمتاز بالحدثة وسهولة الاستخدام بالشكل الذي يسهل للزبائن وبنفقاتهم المختلفة من الوصول الى منتجاته المتنوعة.
تاريخ القبول 06 شباط 2023	
تاريخ النشر 30 حزيران 2023	

الكلمات المفتاحية: اليقظة الاستراتيجية؛ اليقظة التسويقية؛ اليقظة التنافسية؛ اليقظة البيئية؛ الأداء التشغيلي.

1. المقدمة

أصبحت بيئة العمل في وقتنا المعاصر أكثر تعقيداً وبصعب التنبؤ بها والتكهن بمتغيراتها. لذلك ما عاد الوصول سهلاً إلى الأهداف المخططة والأنية معاً وفي وقت قصير نسبياً، فذلك يعتمد على مدى امتلاك المنظمة لقاعدة معلومات رصينة قادرة على رصد ظروف محيطها الداخلي والخارجي وتفسير تلك الظروف وتوفير الحلول المناسبة للتكيف معها ومعالجتها كذلك، وكل ذلك يمكن أن ينطوي تحت مسمى اليقظة الاستراتيجية التي بدورها تساعد بمحصلتها النهائية على تحسين الأداء التشغيلي للمنظمة، لما تحمل الأخيرة من خصائص ومزايا تؤهلها لأن تكون الأساس الحقيقي لاستمرار نشاط المنظمة وديمومة فاعليته.

إذ يعد الباحث أن تفوق المنظمات وقدرتها على البقاء والاستمرار والمنافسة لم يُعد مبنياً على كم الإنتاج وتتنوعه فحسب، بل على قدرتها في توظيف اليقظة الاستراتيجية ضمن مفاصل عملها كافة. ولا ننسى أن مصنع الألبسة الرجالية الجاهزة في النجف الأشرف الذي يضم ثلاثة معامل رئيسية هي (معمل البذلة الرجالية المتطورة، معمل الألبسة المدنية والطبية، معمل

الألبسة العسكرية) يعد من المصانع المهمة في البلاد وخاصة على مستوى القطاع الحكومي والشركات والمؤسسات الأهلية، إذ أغلب إنتاجه مبني على أساس الطلب على وفق الاحتياجات. لذلك سعى الباحث لمعرفة مستوى اليقظة الاستراتيجية الذي يتمتع به المصنع وانعكاسها على أدائه التشغيلي. خاصة وأن الشركات بأنواعها كافة بحاجة أكبر من ذي قبل لتبني وتطبيق فلسفات حديثة من نوعها لتدارك مستجدات بيئتها الداخلية والخارجية معاً. فمع تصاعد ونيرة التغيير أصبح لزاماً توظيف خيارات استراتيجية عديدة لها القدرة الكافية في تحسين المنظمة من الوقوع في الهاوية ومهب ربح المنافسة القاتل. يتناول البحث الحالي أربعة مباحث أخص الأول منها بمنهجية البحث، في حين تناول الثاني الإطار النظري للبحث، أما الثالث فتناول الإطار العملي للبحث، فيما اقتصر الأخير بعرض الاستنتاجات والتوصيات.

2. منهجية البحث

2.1. مشكلة البحث

ما تزال المصانع العراقية ينقصها الكثير من التقنيات ذات الطابع الحديث، التي يمكن اعتمادها في معالجة حالات التغيير المستمر وبما يتوافق مع الأنواع والطموحات، ولا سيما على مستوى صناعة الملابس والمستلزمات ذات الصلة والتي تتطلب مزيداً من اليقظة والترصد، فمن هنا برزت مشكلة البحث في معرفة مدى امتلاك المصنع لليقظة الاستراتيجية وانعكاسها المتوقع على أدائه التشغيلي. أما تساؤل البحث الرئيس فكان مفاده:

هل لليقظة الاستراتيجية تأثير في تعزيز الأداء التشغيلي للمصنع قيد البحث؟ ونتج عن هذا التساؤل التساؤلات الفرعية الآتية:

- ما مستوى اهتمام المصنع قيد البحث باليقظة الاستراتيجية والأداء التشغيلي على المستويين الكلي والجزئي؟
- ما علاقة الارتباط بين اليقظة الاستراتيجية على المستويين الكلي والجزئي والأداء التشغيلي على المستوى الكلي؟
- ما تأثير اليقظة الاستراتيجية على المستويين الكلي والجزئي في الأداء التشغيلي على المستوى الكلي؟
- ما البعد الأكبر تأثيراً لليقظة الاستراتيجية في الأداء التشغيلي على المستوى الكلي؟

2.2. أهداف البحث

بناءً على تساؤل البحث الرئيس وما نتج عنه من تساؤلات فرعية، هدف البحث الى:

- تبيان مستوى اهتمام المصنع قيد البحث باليقظة الاستراتيجية والأداء التشغيلي على المستويين الكلي والجزئي.
- تحديد طبيعة ومستوى العلاقة بين اليقظة الاستراتيجية على المستويين الكلي والجزئي والأداء التشغيلي على المستوى الكلي.
- تشخيص مستوى تأثير اليقظة الاستراتيجية على المستويين الكلي والجزئي في الأداء التشغيلي على المستوى الكلي.
- تصنيف البعد الأكبر تأثيراً لليقظة الاستراتيجية في الأداء التشغيلي على المستوى الكلي.

2.3. أهمية البحث

جاءت أهمية البحث بناءً على مشكلة البحث وأهدافه، ويمكن التعبير عنها بما يأتي:

- نشر فلسفات حديثة ذات صلة بالمحاور الإدارية المعاصرة بما يكفل اقتناع الإدارات العليا في الشركات بشكل عام ومصنع الألبسة الرجالية بشكل خاص، لتبنيها والعمل على تطبيقها على وفق الموارد المتاحة.
- توجيه المصنع قيد البحث الى طبيعة ومستوى العلاقة والتأثير بين اليقظة الاستراتيجية والأداء التشغيلي، وسبل المعالجة المفروضة والجوانب التي يجب مراعاتها وإعادة النظر فيها.

2.4. مبررات البحث

إن من بين أسباب ومبررات اختيار البحث هو الآتي:

2.4.1. مبررات معرفية

تتمثل بسعي الباحث لمعالجة مشكلة نظرية تقود إلى تعميق متواضع في إطار المعرفة لمتغيري البحث (اليقظة الاستراتيجية والأداء التشغيلي) في الحقل الأدبي.

2.4.2. مبررات تجريبية

تتجسد بحاجة منظماتنا العراقية وتحديداً الصناعية الى أهمية تبني مفاهيم وفلسفات إدارية حديثة، تطوّر من واقعها الروتيني الكلاسيك، لتصبح أكثر إتقاناً وتساوياً في مواجهة الظروف المتغيرة.

2.5. مخطط البحث الفرضي

بناءً على ما تقدم قام الباحث بتطوير مخطط فرضي يظهر طبيعة العلاقة والتأثير لمتغيرات البحث، وكما مبين في الشكل (1).

2.6. فرضيات البحث

استناداً الى مشكلة البحث ومتغيراته وبناءً على مخطّطه الفرضي، اعتمد البحث مجموعة من الفرضيات الرئيسة والفرعية وكما موضح في أدناه:

2.6.1. الفرضية الرئيسة الأولى (H1)

توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين متغير اليقظة الاستراتيجية على المستويين الكلي والجزئي ومتغير الأداء التشغيلي على المستوى الكلي. وتنبثق من هذه الفرضية الفرضيات الفرعية الآتية:

- توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين بعد اليقظة التكنولوجية ومتغير الأداء التشغيلي على المستوى الكلي.
- توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين بعد اليقظة التسويقية ومتغير الأداء التشغيلي على المستوى الكلي.
- توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين بعد اليقظة التنافسية ومتغير الأداء التشغيلي على المستوى الكلي.
- توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين بعد اليقظة البيئية ومتغير الأداء التشغيلي على المستوى الكلي.

2.6.2. الفرضية الرئيسة الثانية (H2)

يوجد تأثير ذو دلالة معنوية لليقظة الاستراتيجية على المستويين الكلي والجزئي في متغير الأداء التشغيلي على المستوى الكلي. وتنبثق من هذه الفرضية الفرضيات الفرعية الآتية:

- يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية معنوية لبعده اليقظة التكنولوجية في متغير الأداء التشغيلي على المستوى الكلي.
- يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية معنوية لبعده اليقظة التسويقية في متغير الأداء التشغيلي على المستوى الكلي.
- يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية معنوية لبعده اليقظة التنافسية في متغير الأداء التشغيلي على المستوى الكلي.
- يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية معنوية لبعده اليقظة البيئية في متغير الأداء التشغيلي على المستوى الكلي.

2.7. حدود البحث

وقد تمثلت حدود البحث بالآتي:

2.7.1. حدود مكانية

إنّ الحدود المكانية للبحث تتمثل في مصنع الألبسة الجاهزة/ النجف الأشرف.

2.7.2. حدود زمانية

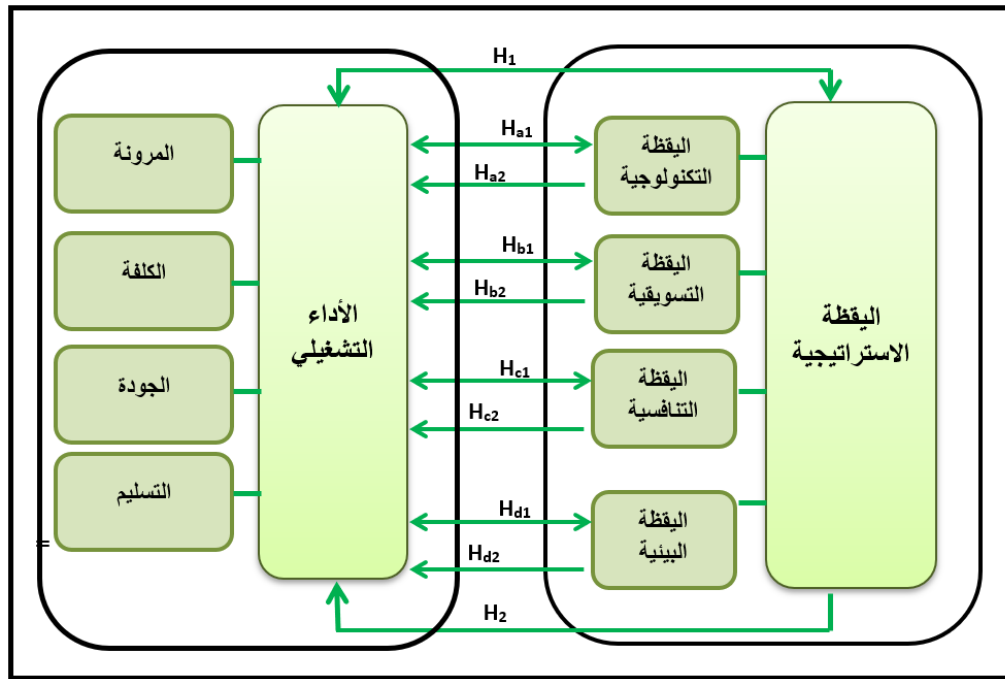
تحددت مدة البحث بالمدة الزمنية من (1/9/2022) وحتى (22/12/2022).

2.7.3. حدود بشرية

العاملين في المصنع قيد البحث ضمن المستويات الإدارية العليا والوسطى والدنيا.

2.8. منهج البحث

اعتمد الباحث المنهج الوصفي التحليلي والمنهج التجريبي ضمن الإطار النظري والعملية للبحث. باستخدام قياساً وصفيًا لمتغيرات بحثه من خلال تطوير أداة قياس تم اختبارها من حيث المصادقية والثبات باستخدام اساليب إحصائية متخصصة.



الشكل (1) المخطط الفرضي للبحث

3. الإطار النظري للبحث

3.1. اليقظة الاستراتيجية

3.1.1. مفهوم وتعريف اليقظة الاستراتيجية

تُعد اليقظة الاستراتيجية كعمل استكشافي مستمر، هدفه الكشف عما يحدث خارج المنظمة ودخلها، فتفاوت وجهات نظر الباحثين بهذا المجال عن ما هي اليقظة الاستراتيجية. وعلى الرغم من النشأة الحديثة لهذا المفهوم، إلا أن مصطلح اليقظة الاستراتيجية انتشر انتشاراً واسعاً ضمن اقتصاديات الدول الغربية، بناءً على الإسهامات العديدة للباحثين وعلى رأسهم Dou، Martinet، Jakobiak، Lesca، Martre، فالمنظمة وخاصة في ظل عصرنا الحالي بحاجة أكبر إلى وضع نظام فاعل لليقظة الاستراتيجية يمكنها من المتابعة والرصد والمراقبة لسير العمل، فضلاً عن ضبط علاقتها بالبيئة الناشطة فيها وتحديد المنافسين من خلال التعرف على نقاط قوتهم وضعفهم وأهدافهم وتطلعاتهم، توجهاتهم وسياساتهم واستراتيجياتهم، وجمع المعلومات ذات الصلة بذلك لغرض تصنيفها ومعالجتها وإرسالها إلى مراكز صنع القرار واتخاذ [2]. ومن ثم فاليقظة الاستراتيجية بمثابة أداة للمحافظة على بقاء استمرارية المنظمة ومواجهتها لتحديات المنافسة وذلك من خلال تحسين قدرتها التنافسية، كما أنها تؤثر في الفكر الاستراتيجي نظراً للمعلومات التي توفرها، لذلك فاليقظة الاستراتيجية بمثابة عملية مراقبة مستمرة لمحيط المنظمة الداخلي والخارجي الذي حتماً لها الأثر في تعزيز نشاطها الاقتصادي، إذ أنها تشمل مسار معلوماتي على وفق عمل مسبق ومتوقع للأحداث والتغيرات الممكن حدوثها في المستقبل، فهي بذلك تشكل منهج مستمر ومتكامل لجمع المعلومات بدءاً من تحديد المعلومات والمتعاملين معها، أو ما يسمى باستهداف اليقظة الاستراتيجية [3]. فأشير إلى اليقظة الاستراتيجية على أنها عملية تشاركية تقع ضمن حدود أشخاص معينين وبصفة تطوعية وظيفتهم الأساس المتابعة والرصد لما يدور حول المنظمة بالاعتماد على ما متاح لديهم من معلومات [4]. كما وأشير إليها أيضاً بأنها ملاحظة وتحليل التطورات العلمية، التكنولوجية والتقنية والعقبات الاقتصادية سواء الحالية أو المستقبلية لتجنب التهديدات واستثمار الفرص [5]. كما عرفت بأنها المتابعة والمراقبة الشاملة والذكية لمحيط المنظمة من خلال البحث عن معلومات حالية ومستقبلية [6]. ومن خلال ما ورد أعلاه يمكن التعبير عن اليقظة الاستراتيجية بأنها أسلوب رصين تتبّع المنظمات الناجحة لاستباق الأحداث ومواجهتها بناءً على المعلومات المكتسبة وبطريقة تفاعلية فاعلة وكفوءة.

3.1.2. أهمية اليقظة الاستراتيجية

ويمكن إبراز هذه الأهمية من خلال النقاط الآتية [7]:

3.1.2.1. التوقع

ويعني التكهن بنشاط المنافسين والتغيرات المفاجئة.

3.1.2.2. الاكتشاف

ويندرج ضمن الآتي:

- اكتشاف المنافسين الجدد أو المحتملين.
- المنظمات التي يمكن شراؤها، أو التي من الممكن إقامة تحالفات معهم لأغراض التطوير.
- اكتشاف فرص السوق.

3.1.2.3. المراقبة

مراقبة التطورات الخاصة بالمنتجات في السوق وكذلك التطورات التكنولوجية وآليات الانتاج التي تمس أو تستهدف نشاط عمل المنظمة.

3.1.2.4. التعلّم

ويتم من خلال:

- تعلّم خصائص الأسواق الجديدة.
- أخطاء ونجاح الآخرين بما يساعد على تقدير وتقييم المشاريع المقترحة.
- وضع اساليب جديدة تسهل عمل نشاط معين.

3.1.2. فوائدها الاستراتيجية

للبيئة الاستراتيجية فوائدها عديدة تنعكس على المنظمة ونذكر منها [8]:

- عمق المعرفة للأسواق والمنافسين.
- اكتساب موقع مقبول لترح سلعها أو خدماتها المبتكرة في الأسواق.
- زيادة التآزر والتعاوض فيها.
- الحصول على مورد وافر ومميز من الخبرات والمعارف والمهارات.
- ضمان سرعة الاستجابة الجيدة لحاجة ومتطلبات الزبائن.
- حل المشكلات بطريقة سريعة.
- زيادة الوعي في اتخاذ القرارات.
- التحسين المستمر الدائم لعلاقتها مع الزبائن والمجهزين.
- التحسين المستمر في سلعها وخدماتها والقدرة على البحث والتطوير والابداع.
- وسيلة استشعار سريعة للتغيرات المفاجئة.
- وسيلة لاستباق التغيرات.
- أداة مفيدة لإعادة توجيه استراتيجية المنظمة وبما يتطابق مع المتطلبات الخاصة بوضع الاستراتيجية.
- وسيلة جيدة لتعظيم قدرة المنظمة الابتكارية.
- وسيلة لتأقلم وتكيف المنظمة مع محيطها الداخلي والخارجي معاً.
- تساعد على الاقتصاد في الموارد، لأن التأخر في الرد أو الاستجابة يكلف كثيراً.

3.1.3. مؤشرات البيئة الاستراتيجية

هناك جملة من المؤشرات يمكن اعتمادها للتعرف أكثر عن البيئة الاستراتيجية وهي على النحو الآتي [9]:

3.1.3.1. الاستراتيجية

تساعد على اتخاذ القرار، ومن ثم فهي ذات علاقة بالقرارات المتكررة التي ليس لها أي نموذج من النماذج المخططة.

3.1.3.2. الاستعداد

تعدّ البيئة الاستراتيجية عملية تطوعية نابعة عن التيقظ والانتباه الجيد للمعلومات، وليس عملاً سلبياً محدوداً يقتصر فقط على المتابعة والرصد للمحيط.

3.1.3.3. النزاهة الجماعي

وجود مجموعة من الأفراد في اتصال وتفاعل من أجل ملاحظة مؤشرات المحيط ومنحها معنى محدد.

3.1.3.4. الإحاطة بالمتغيرات

يتكوّن محيط المنظمة من عوامل عديدة ومتغيرات مؤثرة، يكون تأثيرها كلياً على العمل واجراءاته المخططة والمستقبلية معاً.

3.1.3.5. الإبداع الخلاق

فهي تشمل تفسيرات علامات الإنذار المبكر التي لها ارتباط وثيق بالإبداع، وواقعاً فإنّ المعلومات المقصودة يتم التحري عنها لأنها لا تصف الأحداث المتحققة سابقاً، إلا أنّها يستفاد منها في تحرير فرضيات وخلق رؤية استباقية.

3.1.3.6. محاكاة المستقبل

الارتكاز الى المعلومات التنبؤية التي يمكن أن تفيد التوضيحات المستقبلية للمنظمة.

3.1.4. مراحل البيئة الاستراتيجية

ويمكن تجسيد هذه المرحلة من خلال الآتي [10]:

3.1.4.1. تحديد الاحتياجات من المعلومات

مرحلة أساسية يتم من خلالها التعريف بالاحتياجات الضرورية من المعلومات داخل المنظمة عبر التشخيص الدقيق لعمق النشاطات المنظمة.

3.1.4.2. اختيار القائمين على البيئة الاستراتيجية

اولئك الذين سيتولون مهمة اليقظة، وأن يكونوا على اتصال مباشر بمصادر المعلومات الممكنة، وعلى درجة أكبر من التيقظ والانتباه لما سيحدث في محيط المنظمة، فضلاً عن امتلاكهم القدرة للاتصال بسهولة بلوغ أكبر قدر ممكن من المعلومات، وأن يتلقوا مثل هؤلاء الدعم الكامل من إدارة المنظمة وتحفيزهم المستمر.

3.1.4.3. البحث عن المعلومات وجمعها

إذ يتم جمع المعلومات من مصادر مختلفة ومنها:

- ميدان عمل المنظمة من خلال علاقتها بالمجهزين والزبائن.
- الدوريات العلمية والتقنية والاقتصادية.
- شهادات الاختراع، وقواعد البيانات، والمؤتمرات، والمعارض.
- المعلومات غير الرسمية.
- المعايير والاجراءات.
- المصادر الداخلية للمنظمة.

3.1.4.3.1. تحليل، ومعالجة، ومصادقة البيانات

إذ يتم معالجة هذه البيانات بحسب الاحتياجات المحددة في المرحلة الأولى، ومن خلال هذه المعالجة تستخرج المعلومات المهمة ويصادق عليها من طرف خبير ذو علاقة بالمجال المعني، فالخبير هو من يقرر ما المعلومات المهمة من غير المهمة أو تلك التي ما زالت تحتاج الى مزيد من المعالجة.

3.1.4.3.2. نشر المعلومات

لم تكن هناك استفادة من المعلومات المتحصل عليها ما لم يتم نشرها لمستخدمي المنظمة، فهذه المعلومات تمثل أداة عمل مختلفة للمصالح جميعاً: التسويق، البحث والتطوير، المصلحة التجارية، لذلك يجب نشرها للاستفادة منها في صنع القرارات واتخاذها.

3.1.4.3.3. تقييم وتقييم اليقظة الاستراتيجية

المرحلة الأخيرة التي يتم من خلالها تقييم وتقييم عمل اليقظة، من خلال إعادة توجيه الوسائل والأهداف الاستراتيجية المحددة.

3.1.5. مقاييس اليقظة الاستراتيجية

ويمكن تجسيدها بالآتي:

3.1.5.1. اليقظة التكنولوجية

تشير الى الجهود التي تبذلها المنظمة والوسائل المتاحة والاجراءات المتخذة للكشف عن التطورات المستجدة في الميادين التكنولوجية والتقنية، والتي تكون ذات تأثير مباشر حالياً ومستقبلياً. وتتمثل هذه اليقظة بالآتي [11]:

- جمع المعلومات العلمية، التكنولوجية والتقنية لاستغلالها في الابداعات التكنولوجية.
- تحديد التقنيات والتكنولوجيات المتبعة من المنافسين.
- الاهتمام بالتطورات التكنولوجية بما فيه: الاكتشافات العلمية، الإبداع في السلع والخدمات، تطوّر اساليب وطرق الصنع وظهور مواد ومفاهيم جديدة.

3.1.5.2. اليقظة التسويقية

تخص كل ما يتعلّق بالمجال التسويقي، أي كل ما يرتبط بالعلاقات والأنشطة التجارية والطرائق التسويقية، إذ تركز اهتمامها على الأسواق الأمامية والخلفية (الزبائن والمجهزين)، فهي تسعى بذلك الى معرفة العوامل المؤثرة في سلوك الزبائن واحتياجاتهم وكذلك طرق إرضائهم والعلاقات التي تجمعها بمجهزيها وموزعيها [12].

3.1.5.3. اليقظة التنافسية

نشاط تتعرّف المنظمة من خلاله على منافسيها الحاليين والمحتملين، والبيئة التي تعمل فيها الشركات المنافسة، عن طريق جمع المعلومات الخاصة بذلك التي تستهدف تحليل الصناعة المنافسة. وتهدف هذه اليقظة الى ما يأتي [13]:

- الكفاءات الحالية التي يتمتع بها المنافسين.
- الاستراتيجيات المتبعة من المنافسين.
- الأهداف الجديدة الخاصة بالمنافسين.
- القدرات التي يميّز بها المنافسين.
- القرارات والفرضيات التي يمكن اللجوء اليها من المنافسين.

3.1.5.4. اليقظة البيئية

تهتم هذه اليقظة بمكونات البيئة الخارجية، أي بالعوامل غير المرتبطة مباشرة بمهام عمل المنظمة وتشمل أنواع مختلفة منها: اليقظة الاجتماعية، اليقظة القانونية، اليقظة الاقتصادية والسياسية والتشريعية، وغيرها [14].

3.2. الأداء التشغيلي

3.2.1. مفهوم وتعريف الأداء التشغيلي

يعدّ الأداء التشغيلي من المفاهيم التي ركّزت عليها الأدبيات والدراسات السابقة، إلا أنها لم تتوصّل الى مفهوم واحد لتعدد الاغراض والتوجهات، فالبعض ينظر الى الأداء بمفهوم ضيق يؤكد على الأداء المالي، وآخرون ركّز على الأداء بمفهومه الواسع تحت سقف انجاز أهداف متنوعة ذات قيمة للمنظمة والزبون وأصحاب المصلحة جميعاً.

فالسعي الى الأداء التشغيلي هو لقياس القدرات التنافسية للمنظمة. وعلى هذا النحو، أدركت العديد من المنظمات أنه لا يكفي مجرد التركيز على الأداء المالي، ولكن أيضاً إيلاء اهتمام مماثل - إن لم يكن أكثر - للجوانب الأخرى للأداء التنظيمي بما في ذلك الأداء التشغيلي. وفي الواقع، يُنظر إلى الأداء التشغيلي على أنه ضروري لتحقيق الميزة التنافسية [15]. تباين مفهوم الأداء التشغيلي باختلاف آراء الباحثين والكتّاب فعزّفه البعض بأنّه "قدرة المنظمة على تحقيق أهدافها من خلال استخدام الموارد المتاحة بطريقة فاعلة وكفاءة" [16]. وعبر عنه آخرون بأنّه الأداء المتعلق بالعملية الداخلية للشركات، مثل الإنتاجية وجودة المنتج ورضا الزبائن [17]. كما وأشار اليه بأنه إنجاز مهمة معينة تقاس بمعايير محددة مسبقاً للدقة والاكتمال والكلفة والسرعة [18]. وكذلك عبّر عنه آخرون بأنّه "المخرجات أو النتائج التي تسعى الوظائف الإدارية في الشركة إلى تحقيقها خلال مدة زمنية معينة، فهو يشير الى مدى نجاح أو فشل تلك الوظائف في تحقيق الأهداف المرسومة" [19].

وبناءً على ما ورد أعلاه من تعاريف يمكن التعبير عن الأداء التشغيلي بأنّه (الهدف الأسمى التي تسعى المنظمة الى تحقيقه بما متاح من موارد بطريقة مبتكرة فاعلة وكفاءة).

3.2.2. أبعاد الأداء التشغيلي

وتصنف أبعاد الأداء التشغيلي الى ما يأتي:

3.2.2.1. المرونة

استنادا الى ما جاء في الأدبيات فإن المرونة تعني قابلية النظام للتكيف مع مجموعة واسعة ومتنوعة من البيانات المحتملة التي ربما يواجهها. لذا يجب أن يكون النظام يمتاز بالمرونة والقدرة على التغيير لغرض التعامل مع بيانات متغيرة باستمرار [20]. فعليه فإن مبدأ المرونة مبني على أساس استخدام اساليب ومعدات يمكنها أداء مجموعة مختلفة ومتنوعة من المهام في ظل مجموعة متنوّعة من ظروف التشغيل [21].

3.2.2.2. الكلفة

تمثلّ البعد الأساس الذي من بواسطته يمكن التمييز بين اداء إدارة كفاءة وفعال و بين اداء متردي او منخفض لتلك الإدارة بهدف الوقوف على الانحرافات لاتخاذ اجراءات تصحيحية لازمة وحاسمة بالوقت نفسه، لذا يشير الى بعد الكلفة من منظور المنظمة هو انتاج منتج (سلعة أو خدمة) بأقل نفقات أو موارد ضائعة بما يحقق ميزة كلفوية جيدة. وعليه فإن هدف الاداء المتمثل بالكلفة يتأثر بأهداف الأداء الاخرى جميعاً كهدف الجودة مثلاً فكلاً ما ارتفع مستوى الجودة للمدخلات وعمليات المعالجة والصيانة، وجودة القرارات المتعلقة بالعمليات الانتاجية كلما تأثرت أسبقية الكلفة بذلك إيجابياً أي يكون هناك انخفاضاً ملحوظاً بتكاليف الانتاج، بل يتعدى الامر الى تكاليف المنظمة الكلية [22].

3.2.2.3. الجودة

أصبح الزبون في وقتنا الحالي يسعى للحصول على منتجات ذات جودة عالية أو مقبولة اعتماداً على المفاضلة بين عنصرين أساسيين هما الجودة والسعر، إذ لم يُعدّ السعر عاملاً حاسماً دائماً في اتخاذ قرارات الشراء. وبناءً على ذلك فإن جودة المنتجات أصبحت من المصادر المهمة لضمان استمرار المنظمة في عالم المنافسة المعقد [23]. فيمكن التعبير عن الجودة بأنها قدرة المنظمة على انتاج وتقديم منتجات مميزة تشبع حاجات الزبائن و رغباتهم لا بل تفوق توقعاتهم، وتقديم خدمات إضافية في مراحل العملية التسويقية جميعاً وبجودة تحقّق رضا وإسعاد الزبائن، وبناء عليه بات من الضروري فهم وتحليل مصادر التميز عبر أنشطة حلقة القيمة واستغلال المهارات والكفاءات والتقنيات العالية و انتهاج تكنولوجيا وطرق تُوسّع فاعلة وسياسات ترويجية وتسعيرية تمكن من زيادة الحصّة السوقية للمنظمة [24].

3.2.2.4. التسليم

يشير هذا البعد إلى مقدرة المنظمة على توفير المنتجات وتسليمها في وقتٍ محدّد على وفق مَدّة جدولّة معيّنة. وهناك ثلاثة أبعاد لأسبقية التسليم: سرعة التسليم، أي سرعة الاستجابة لطلب الزبون، ويتم قياسها من خلال مقدار الوقت بين طلب الزبون وتحقيقه، وهذه المدة الزمنية تسمى بمدة الانتظار، أو معالجة الطلبات الزمنية، أو المهلة الزمنية، إذ تحاول المنظمات تقليل هذه المدة من خلال الحفاظ على المخزون والطاقة الزائدة لاستخدامها كلما دعت الحاجة لذلك. أما البعد الثاني لهذه الأسبقية هو اعتمادية التسليم الذي يتم قياسه من خلال تكرار الاستجابة للطلب في الوقت المحدد ما يشكل ذلك تأثير مباشر على العائد المحتمل للزبون لشراء المنتج مرة أخرى، فغالباً ما يكون لدى الزبون انطباع خاص عن مستوى الموثوقية لمنتجات أحد الاسماء التجارية أو العلامات التجارية. وأخيراً فالبعد الثالث لأسبقية التسليم هو سرعة التطوير ويعني سرعة المنظمة في تطوير وتصميم وإنتاج منتجات جديدة، إذ يفضل أن تكون المنظمة قادرة على تطوير منتجاتها بشكل أسرع من المنافسين. ويتم قياس هذا الوقت من لحظة ولادة فكرة المنتج إلى وقت الانتهاء من إنتاجه [25].

4. الإطار العملي للبحث

4.1. اساليب جمع البيانات والمعلومات

وتضمنت ما يأتي:

4.1.1. الجانب النظري

اعتمد الباحث أساليب عديدة من أجل الحصول على البيانات والمعلومات ذات العلاقة بالإطار النظري كالكتب والرسائل والأطروحات والدوريات وما متوفر على شبكة الانترنت من مواقع معتمدة ورصينة.

4.1.2. الجانب العملي

استند الباحث لإكمال إطاره العملي الى استمارة الاستبانة التي أعدها كأداة لقياس متغيرات بحثه فضلاً عما متوفر في سجلات المصنع.

4.2. أسلوب تحليل البيانات

لغرض الحصول على النتائج والوصول الى الاستنتاجات والتوصيات اقتضى الأمر احالة البيانات الى برنامج احصائي متخصص، إذ تم الاعتماد على برنامج (SPSS Ver. 23) وبحسب ما موضح في أدناه:

- الوسط الحسابي الموزون: لمعرفة مستويات اهتمام عينة البحث بمتغيرات البحث المعتمدة.
- الانحراف المعياري: لقياس مستوى تشتت الاجابات عن وسطها الحسابي.
- استخدام مصفوفة معامل الارتباط (r) بين فقرات الأبعاد للمتغير المستقل والتابع من أجل معرفة مدى أهلية كل فقرة للبعد الذي وضعت من أجله، وذلك من خلال اختبار صدق البناء.
- معامل Cronbach's Alpha لقياس مدى ثبات أداة القياس وإمكانية تطبيقها على العينة ضمن مدد زمنية متعاقبة.
- اختبار فرضيات الارتباط عن طريق معامل الارتباط (Pearson).
- اختبار فرضيات التأثير بالاعتماد على معامل الانحدار (التأثير) واختباري (T) و(F) لتحديد تأثير المتغير المستقل وأبعاده في المتغير التابع.

4.3. مجتمع البحث وعيّنته

تم اختيار مصنع الألبسة الرجالية الجاهزة في النجف الأشرف كاختبار ميداني لمخطط البحث. وقد استهدف البحث عينة قوامها (73) فرداً، وزعت على أساسها استمارة الاستبانة، استرجع منها (69) استمارة وأستبعد منها (5) استمارة غير صالحة للاختبار، وبهذا يكون عدد الاستمارات الصالحة للاختبار (64) استمارة أي بنسبة (88%).

4.4. اختبار الصدق والثبات لأداة القياس

وتضمنت ما يأتي:

4.4.1. صدق البناء للاستبانة

والغرض من اجراء هذا الاختبار هو لمعرفة قوة علاقة الارتباط للفقرات مع البعد الذي وضعت لقياسه ولكــــــــــــــــــــــم متغير، عن طريق استخراج معامل الارتباط ومستوى المعنوية لكل فقرة من فقرات الاستبانة. ومن خلال نتائج التحليل تبين أنّ الفقرات جميعاً حققت دلالة معنوية أقل (0.05)، وهو ما يدعم قوة العلاقة والارتباط بين الأبعاد والفقرات التي وضعت لقياسها.

4.4.2. اختبار الثبات للاستبانة

الغرض من هذا الاختبار هو إثبات تحقيق النتائج نفسها عند توزيع استمارة الاستبانة على العينة نفسها —————تين ضمن مدتين زمنيتين مختلفتين. فقد أكد (Sekaran & Bougie, 2016: 290) أنه يجب أن تكون نسبة (Cronbach's alpha) ما يقارب (60%) فأكثر [1]. وكانت نتائج هذا الاختبار أنّ الأبعاد جميعاً حققت Cronbach's Alpha أكبر من (60%). وهذا إن دل على شيء فإنما يدلّ على مدى قوة المقياس وإمكانية تكراره على العينة نفسها خلال مدد زمنية متعاقبة والحصول على نتائج متقاربة نسبياً.

يستعرض الجدولين (1 & 2) نتائج التحليل الإحصائي الوصفي لمتغيري البحث المستقل (اليقظة الاستراتيجية) والتابع (الأداء التشغيلي).

الجدول (1) يشير إلى أن بُعد اليقظة التكنولوجية حقق وسطاً حسابياً مقداره (3.44)، بانحراف معياري (0.31)، بمعامل اختلاف (9.01%)، بأهمية نسبية (68.76%)، أما على مستوى الفقرات لهذا البعد فإن الفقرة التي حققت أقل وسط حسابي هي الفقرة (Q5) بمقدار (3.30)، بانحراف معياري (0.63)، بمعامل اختلاف (19.09%)، بأهمية نسبية (65.94%)، وهذا يعني ضعف المصنع على مستوى امتلاكه لوسائل تكنولوجية حديثة للترويج عن منتجاته. في حين الفقرة التي حققت أعلى وسط حسابي هي الفقرة (Q2) بمقدار (3.61) وبانحراف معياري نسبته (0.68)، بمعامل اختلاف (18.84%)، بأهمية نسبية (72.19%)، وهذا يدل على اهتمام المصنع بربط أعماله بالشركات متفوقة الأداء ذات التطور التكنولوجي.

بالمقابل فإن بُعد اليقظة التسويقية حقق وسطاً حسابياً مقداره (3.46)، بانحراف معياري (0.33)، بمعامل اختلاف (9.54%)، بأهمية نسبية (69.13%)، أما على مستوى الفقرات لهذا البعد فإن الفقرة التي حققت أقل وسط حسابي هي الفقرة (Q7) بمقدار (3.25) وبانحراف معياري (0.71)، بمعامل اختلاف (21.85%)، بأهمية نسبية (65.00%)، وهذا يشير إلى أن المصنع بحاجة أكبر إلى السعي لتلبية احتياجات الزبائن ومتطلباتهم. في حين الفقرة التي حققت أعلى وسط حسابي هي الفقرة (Q12) بمقدار (3.58)، بانحراف معياري (0.56)، بمعامل اختلاف (15.64%)، بأهمية نسبية (71.56%)، وهذا يرشدنا إلى أن المصنع يهتم بعملية الاستقطاب للعاملين، لما لها من دور كبير في إنجاز العملية الانتاجية بشكل عام.

وعلى الصعيد نفسه فإن بُعد اليقظة التنافسية حقق وسطاً حسابياً مقداره (3.50)، بانحراف معياري (0.42)، بمعامل اختلاف (12.00%)، بأهمية نسبية (70.00%)، أما على مستوى الفقرات لهذا البعد فإن الفقرة التي حققت أقل وسط حسابي هي الفقرة (Q14) بمقدار (2.94) وبانحراف معياري (0.75)، بمعامل اختلاف (25.51%)، بأهمية نسبية (58.75%)، وهذا يشير إلى أن المصنع ضعيف على مستوى مقابلة التهديدات، فضلاً عن استثمار الفرص المتاحة في البيئة، وهذا قد يرجع إلى فقر الاستراتيجية التنافسية المعتمدة. في حين الفقرة التي حققت أعلى وسط حسابي هي الفقرة (Q18) بمقدار (3.73)، بانحراف معياري (0.65)، بمعامل اختلاف (17.43%)، بأهمية نسبية (74.69%)، وهذا يرشدنا إلى أن المصنع يهتم في توسيع قاعدة الشراكة بينه وبين الشركات المنافسة الأخرى ذات الصلة بالقطاع الصناعي.

وأخيراً فإن بُعد اليقظة البيئية حقق وسطاً حسابياً مقداره (3.52)، بانحراف معياري (0.41)، بمعامل اختلاف (12.00%)، بأهمية نسبية (70.37%)، أما على مستوى الفقرات لهذا البعد فإن الفقرة التي حققت أقل وسط حسابي هي الفقرة (Q19) بمقدار (3.38) وبانحراف معياري (0.72)، بمعامل اختلاف (21.30%)، بأهمية نسبية (67.50%)، وهذا يشير إلى أن المصنع ضعيف على مستوى امتلاكه لأجهزة استشعار قادرة على رصد وتفسير التغيرات التي تفرزها البيئة، ما يؤثر سلباً على صنع الفرص واستثمارها. في حين الفقرة التي حققت أعلى وسط حسابي هي الفقرة (Q20) بمقدار (3.61)، بانحراف معياري (0.63)، بمعامل اختلاف (17.45%)، بأهمية نسبية (72.19%)، وهذا يرشدنا إلى أن المصنع يلتزم بتطبيق المعايير الدولية ذات الصلة المباشرة بأعماله، ومحاولة نشرها داخل المصنع وتنقيف العاملين بها. أما على مستوى المتغير إجمالاً فإن اليقظة الاستراتيجية حقق وسطاً حسابياً مقداره (3.48)، بانحراف معياري (0.30)، بمعامل اختلاف (8.62%)، بأهمية نسبية (69.58%)، وهذا يعني أن هناك تطبيق نسبي لهذا المتغير في المصنع قيد البحث، وهو بحاجة أكبر إلى زيادة الاهتمام به لما له من تأثير مباشر في تعزيز أدائه التشغيلي.

الجدول (1) نتائج التحليل الإحصائي الوصفي لمتغير اليقظة الاستراتيجية

الفرقة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف (%)	الأهمية النسبية (%)	ترتيب الفقرات
Q1	3.52	0.59	16.76	70.31	الثانية
Q2	3.61	0.68	18.84	72.19	الأولى
Q3	3.31	0.71	21.45	66.25	الخامسة
Q4	3.42	0.56	16.37	68.44	الرابعة
Q5	3.30	0.63	19.09	65.94	السادسة
Q6	3.47	0.62	17.87	69.38	الثالثة
	3.44	0.31	9.01	68.76	
Q7	3.25	0.71	21.85	65.00	السادسة
Q8	3.53	0.69	19.55	70.63	الثالثة
Q9	3.41	0.61	17.89	68.13	الخامسة
Q10	3.44	0.59	17.15	68.75	الرابعة
Q11	3.53	0.67	18.98	70.63	الثانية
Q12	3.58	0.56	15.64	71.56	الأولى
	3.46	0.33	9.54	69.13	
Q13	3.58	0.79	22.07	71.56	الرابعة
Q14	2.94	0.75	25.51	58.75	السادسة
Q15	3.64	0.60	16.48	72.81	الثانية
Q16	3.52	0.59	16.76	70.31	الخامسة
Q17	3.59	0.66	18.38	71.88	الثالثة
Q18	3.73	0.65	17.43	74.69	الأولى
	3.50	0.42	12.00	70.00	
Q19	3.38	0.72	21.30	67.50	السادسة
Q20	3.61	0.63	17.45	72.19	الأولى
Q21	3.42	0.81	23.68	68.44	الخامسة
Q22	3.58	0.56	15.64	71.56	الثالثة
Q23	3.61	0.77	21.33	72.19	الثانية

Q24	تعتمد الشركة على مراقبة محيطها والحصول على معلومات حول البيئة الخارجية مثل المقابلات والإنترنت.	3.52	0.59	16.76	70.31	الرابعة
	اليقظة البيئية	3.52	0.41	12.00	70.37	
	اليقظة الاستراتيجية	3.48	0.30	8.62	69.58	

الجدول (2) التحليل الاحصائي الوصفي لمتغير الأداء التشغيلي

المصنع:	الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف (%)	الأهمية النسبية (%)	ترتيب الفقرات
Q25	قادر على تقديم أنواع مختلفة من المنتجات.	3.36	0.74	22.02	67.19	السادسة
Q26	قادر على إجراء تغييرات سريعة في تصميم المنتج.	3.36	0.63	18.75	67.19	الخامسة
Q27	قادر على توفير وصول أسرع ومسؤول للمنتج.	3.45	0.96	27.83	69.06	الرابعة
Q28	قادر على الاستجابة بسرعة للتغيرات المطلوبة في تصميم المنتج المقدم لزيائنه.	3.75	0.76	20.27	75.00	الأولى
Q29	يهتم باستخدام التكنولوجيا الحديثة لزيادة مرونة إنتاج المنتجات المقدمة لزيائنه.	3.66	0.72	19.67	73.13	الثانية
Q30	يمتاز بالتكيف السريع مع التغيرات في بيئة العمل للحفاظ على وضعه التنافسي.	3.64	0.74	20.33	72.81	الثالثة
	المرونة	3.54	0.39	11.02	70.73	
Q31	يسعى الى الحصول على منتجاته بأسعار أقل مقارنة بأسعار المنافسين.	3.80	0.76	20.00	75.94	الخامسة
Q32	سعى من خلال منحى الخبرة الى تقليل تكاليف التشغيل غير المباشرة.	3.86	0.66	17.10	77.19	الثالثة
Q33	يدعم أنشطة البحث والتطوير لتقليل كلفة منتجاتها لزيائنه.	3.94	0.89	22.59	78.75	الثانية
Q34	يحرص على استخدام موارده المتاحة بشكل اقتصادي وعقلاني.	3.97	0.85	21.41	79.38	الأولى
Q35	يتميز بمنتجات ذات كلف أقل مقارنة بمنافسيه.	3.64	0.86	23.63	72.81	السادسة
Q36	يسعى الى خفض تكاليفه الصناعية المباشرة باستمرار.	3.83	0.88	22.98	76.56	الرابعة
	الكلفة	3.84	0.50	13.02	76.77	
Q37	يحرص على تقديم منتجاته بجودة عالية مقارنة بمنافسيه.	3.89	0.91	23.39	77.81	الثالثة
Q38	يعمل باستمرار على تحسين منتجاته لتناسب رغبات زبائنه الحاليين والمحتملين.	3.92	0.63	16.07	78.44	الثانية
Q39	يهتم باستقطاب موظفين ذوي مؤهلات علمية وتقنية تساهم في تقديم منتجات عالية الجودة تفوق ما يقدمه منافسيه.	3.95	0.84	21.27	79.06	الأولى
Q40	يركز على متطلبات الزبون باستمرار.	3.53	0.62	17.56	70.63	السادسة
Q41	يعمل على تحسين الوعي النوعي للعاملين باستمرار.	3.70	0.89	24.05	74.06	الخامسة
Q42	يعمل على تقديم منتجات مطابقة للمواصفات الدولية باستمرار.	3.78	0.86	22.75	75.63	الرابعة
	الجودة	3.80	0.50	13.16	75.95	
Q43	يلتزم بتقديم منتجاته لزيائنه في الوقت المحدد.	3.83	0.88	22.98	76.56	الثانية
Q44	يمتلك القدرة على تقديم المنتج لزيائنه بشكل أسرع من منافسيه.	3.72	0.92	24.73	74.38	الرابعة
Q45	يرى أن التسليم السريع للمنتج مهم لبناء سمعته الحالية والمستقبلية.	3.86	0.89	23.06	77.19	الأولى
Q46	يحرص على زيادة منافذ التوزيع لديه لتقديم منتجاته لزيائنه في الوقت المحدد.	3.78	0.97	25.66	75.63	الثالثة
Q47	يتم عملها بالدقة للإيفاء بمواعيد التسليم للمنتجات للزيائنه.	3.39	0.55	16.22	67.81	السادسة
Q48	يهتم بعملية تسليم المنتج من خلال استخدام قنوات توزيع كفوءة.	3.59	0.64	17.83	71.88	الخامسة
	التسليم	3.70	0.52	14.05	73.90	
	الوسط الحسابي العام	3.72	0.38	10.22	74.33	

الجدول (2) يشير الى أن بُعد المرونة حقق وسطاً حسابياً مقداره (3.54)، بانحراف معياري (0.39)، بمعامل اختلاف (11.02%)، بأهمية نسبية (70.73%)، أما على مستوى الفقرات لهذا البعد فإن الفقرة التي حققت أقل وسط حسابي هي الفقرة (Q25) بمقدار (3.36)، بانحراف معياري (0.74)، بمعامل اختلاف (22.02%)، بأهمية نسبية (67.19%)، وهذا يعني ضعف المصنع على مستوى تقديم أنواع مختلفة من المنتجات، ربما يعكس على فقدان المزيد من الزبائن. في حين الفقرة التي حققت أعلى وسط حسابي هي الفقرة (Q28) بمقدار (3.75) وبانحراف معياري نسبته (0.76)، بمعامل اختلاف (20.27%)، بأهمية نسبية (73.13%)، وهذا يدل على قدرة المصنع للاستجابة للتغيرات التي قد تطرأ على تصميم منتجاته المطروحة في الأسواق.

بالمقابل فإن بُعد الكلفة حقق وسطاً حسابياً مقداره (3.84)، بانحراف معياري (0.50)، بمعامل اختلاف (13.02%)، بأهمية نسبية (76.77%)، أما على مستوى الفقرات لهذا البعد فإن الفقرة التي حققت أقل وسط حسابي هي الفقرة (Q35) بمقدار (3.64) وبانحراف معياري (0.86)، بمعامل اختلاف (23.63%)، بأهمية نسبية (72.81%)، وهذا يشير الى أن المصنع يعاني من مسألة تحقيق كلفة أقل بالمقارنة مع منافسيه. في حين الفقرة التي حققت أعلى وسط حسابي هي الفقرة (Q34) بمقدار (3.97)، بانحراف معياري (0.85)، بمعامل اختلاف (21.41%)، بأهمية نسبية (79.38%)، وهذا يرشدنا الى أن المصنع يهتم بالاستخدام الفاعل والكفوء لموارده بما يحقق الاقتصادية الشاملة.

وعلى الصعيد نفسه فإن بُعد الجودة حقق وسطاً حسابياً مقداره (3.80)، بانحراف معياري (0.50)، بمعامل اختلاف (13.16%)، بأهمية نسبية (75.95%)، أما على مستوى الفقرات لهذا البعد فإن الفقرة التي حققت أقل وسط حسابي هي الفقرة (Q40) بمقدار (3.52) وبانحراف معياري (0.62)، بمعامل اختلاف (17.56%)، بأهمية نسبية (70.63%)، وهذا يشير الى أن المصنع ضعيف على مستوى النظر في متطلبات الزبائن بالشكل الذي يلبي طموحاتهم وذوقهم العام. في حين الفقرة التي حققت أعلى وسط حسابي هي الفقرة (Q39) بمقدار (3.95)، بانحراف معياري (0.84)، بمعامل اختلاف (21.27%)، بأهمية نسبية (79.06%)، وهذا يرشدنا الى أن المصنع يهتم في اختيار عاملين مؤهلين قادرين على تقديم منتجات جودة عالية بالمقارنة مع المنافسين.

وأخيراً فإن بُعد التسليم حقق وسطاً حسابياً مقداره (3.70)، بانحراف معياري (0.52)، بمعامل اختلاف (14.05%)، بأهمية نسبية (73.90%)، أما على مستوى الفقرات لهذا البعد فإن الفقرة التي حققت أقل وسط حسابي هي الفقرة (Q47) بمقدار (3.39) وبانحراف معياري (0.55)، بمعامل اختلاف (16.22%)، بأهمية نسبية (67.81%)، وهذا يشير الى أن المصنع ضعيف على مستوى التوقيتات المناسبة للإيفاء بمواعيد التسليم، ما قد يترتب على ذلك الإرباك في العمل وسير إجراءاته. في حين الفقرة التي حققت أعلى وسط حسابي هي الفقرة (Q45) بمقدار (3.86)، بانحراف معياري (0.89)، بمعامل اختلاف (23.06%)، بأهمية نسبية (77.19%)، وهذا يرشدنا الى أن المصنع لديه اهتمام على مستوى التسليم السريع للمنتج، لما يرى في ذلك انعكاس إيجابي على سمعته وزيادة الثقة بتعاقداته.

أما على مستوى المتغير إجمالاً فإن الأداء التشغيلي حقق وسطاً حسابياً مقداره (3.72)، بانحراف معياري (0.38)، بمعامل اختلاف (10.22%)، بأهمية نسبية (74.33%)، وهذا مؤشر ضعيف واقعا يحتاج من المعنيين النظر فيه ودراسته أسباب تدني الأداء التشغيلي للمصنع وطرح سبل الرقي فيه.

4.6. اختبار فرضيات البحث

4.6.1. اختبار فرضية البحث الرئيسية الأولى (الارتباط)

يعرض الجدول (3) نتائج تحليل اختبار فرضية الارتباط الرئيسية الأولى بين اليقظة الاستراتيجية والأداء التشغيلي.

الجدول (3) علاقة الارتباط بين متغيري اليقظة الاستراتيجية والأداء التشغيلي

مستوى المعنوية	المتغير	
	التابع	المستقل
0.000	0.691**	اليقظة الاستراتيجية

(**) تشير إلى مستوى ثقة (99%)، أي مستوى معنوية أصغر أو تساوي (0.01).

يتضح من الجدول (3) أن معامل الارتباط (r) بلغ ما نسبته (0.691**)، وهذه النتيجة تشير إلى وجود علاقة ارتباط موجبة ذات دلالة معنوية (0.000) بين المتغير المستقل (اليقظة الاستراتيجية) والمتغير التابع (الأداء التشغيلي). وهذا يوحي إلى أن الأداء التشغيلي لمصنع الألبسة الرجالية الجاهزة يمكن تعزيزه بمجرد إحداث تغيير إيجابي في متغير اليقظة الاستراتيجية. ما يؤكد صحة الفرضية الرئيسية الأولى (الارتباط) التي نصت على (وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين اليقظة الاستراتيجية والأداء التشغيلي). والجدول (4) يبين علاقات الارتباط بين الأبعاد للمتغير المستقل (اليقظة الاستراتيجية) والمتغير التابع (الأداء التشغيلي).

الجدول (4) علاقات الارتباط بين أبعاد متغير اليقظة الاستراتيجية ومتغير الأداء التشغيلي

مستوى المعنوية	المتغير التابع	
	الأداء التشغيلي	أبعاد متغير اليقظة الاستراتيجية
0.000	0.562**	اليقظة التكنولوجية
0.000	0.407**	اليقظة التسويقية
0.000	0.715**	اليقظة التنافسية
0.000	0.582**	اليقظة البيئية

(**) تشير إلى مستوى ثقة (99%)، أي مستوى معنوية أصغر أو تساوي (0.01).

استناداً إلى نتائج الجدول (4) يمكن الخروج بما يأتي:

- إن معامل الارتباط (r) بلغ ما نسبته (0.562**)، وتشير هذه النتيجة إلى وجود علاقة ارتباط موجبة (طردية) ذات دلالة معنوية (0.000) بين بعد اليقظة التكنولوجية والمتغير التابع (الأداء التشغيلي). وهذا يدل على أن الأداء التشغيلي لمصنع الألبسة الرجالية الجاهزة يمكن تعزيزه بمجرد إحداث تغيير إيجابي في بُعد اليقظة التكنولوجية. ما يؤكد صحة الفرضية الفرعية الأولى التي نصت على (وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين بعد اليقظة التكنولوجية والأداء التشغيلي).
- إن معامل الارتباط (r) بلغ ما نسبته (0.407**)، وتشير هذه النتيجة إلى وجود علاقة ارتباط موجبة (طردية) ذات دلالة معنوية (0.000) بين بعد اليقظة التسويقية والمتغير التابع (الأداء التشغيلي). وهذا إشارة إلى أن الأداء التشغيلي لمصنع الألبسة الرجالية الجاهزة يمكن تعزيزه بمجرد إحداث تغيير إيجابي في بُعد اليقظة التسويقية. ما يؤكد صحة الفرضية الفرعية الثانية التي نصت على (وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين بعد اليقظة التسويقية والأداء التشغيلي).
- إن معامل الارتباط (r) بلغ ما نسبته (0.715**)، وتشير هذه النتيجة إلى وجود علاقة ارتباط موجبة (طردية) ذات دلالة معنوية (0.000) بين بعد اليقظة التنافسية والمتغير التابع (الأداء التشغيلي). وهذا يدل على أن الأداء التشغيلي لمصنع الألبسة الرجالية الجاهزة يمكن تعزيزه بمجرد إحداث تغيير إيجابي في بُعد اليقظة التنافسية. ما يؤكد ذلك صحة الفرضية الفرعية الثالثة التي نصت على (وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين بعد اليقظة التنافسية والأداء التشغيلي).
- إن معامل الارتباط (r) بلغ ما نسبته (0.582**)، وتشير هذه النتيجة إلى وجود علاقة ارتباط موجبة (طردية) ذات دلالة معنوية (0.000) بين بعد اليقظة البيئية والمتغير التابع (الأداء التشغيلي). وهذا يدل على أن الأداء التشغيلي لمصنع الألبسة الرجالية الجاهزة يمكن تعزيزه بمجرد إحداث تغيير إيجابي في بُعد اليقظة البيئية. ما يؤكد ذلك صحة الفرضية الفرعية الرابعة التي نصت على (وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين بعد اليقظة البيئية والأداء التشغيلي).

4.6.2. اختبار فرضية البحث الرئيسية الثانية (التأثير)

يظهر الجدول (5) نتائج اختبار تأثير المتغير المستقل في المتغير التابع.

الجدول (5) تأثير متغير اليقظة الاستراتيجية في متغير الأداء التشغيلي

مستوى المعنوية	معامل الانحدار				المتغير التابع	المتغير المستقل
	قيمة (F) المحسوبة	قيمة (T) المحسوبة	(التأثير)	معامل التحديد (R ²)		
0.000	56.678	7.528	0.855	0.478	الأداء التشغيلي	اليقظة الاستراتيجية

يتضح من الجدول (5) أن معامل التحديد (R²) بلغ ما نسبته (0.478)، وهذا يشير إلى أن اليقظة الاستراتيجية تفسر ما نسبته (47.8%) من التباين الحاصل في الأداء التشغيلي، أما النسبة المتبقية (52.2%) فإنها ترجع إلى عوامل أخرى غير داخلية في مخطط البحث الحالي. في حين معامل الانحدار بلغت نسبته (0.855)، وهذه تشير إلى أن التغير في اليقظة الاستراتيجية بمقدار وحدة واحدة سينعكس على الأداء التشغيلي بنسبة (85.5%) كمتأثير. بالمقابل فإن قيمة (T) المحسوبة قد بلغت ما مقداره (7.528) وهي أكبر من نظيرتها الجدولية البالغة (1.658) عند مستوى معنوية (0.05) أي بمستوى ثقة (95%). وأن قيمة (F) المحسوبة قد بلغت ما مقداره (56.678) وبمستوى معنوية (0.000) وهي أكبر من نظيرتها الجدولية البالغة (3.92) عند مستوى معنوية (0.05) أي بمستوى ثقة (95%). واستناداً إلى هذه النتائج يتم قبول الفرضية الرئيسية الثانية (التأثير). والجدول (6) يوضح الفرضيات الفرعية المنبثقة من الفرضية الرئيسية الثانية (التأثير).

الجدول (6) تأثير أبعاد متغير اليقظة الاستراتيجية في متغير الأداء التشغيلي

مستوى المعنوية	معامل الانحدار				المتغير التابع	أبعاد اليقظة الاستراتيجية
	قيمة (F) المحسوبة	قيمة (T) المحسوبة	(التأثير)	معامل التحديد		
0.000	28.596	5.347	0.688	0.316	الأداء التشغيلي	اليقظة التكنولوجية
0.001	12.330	3.511	0.469	0.166		اليقظة التسويقية
0.000	64.718	8.045	0.647	0.511		اليقظة التنافسية
0.000	31.810	5.640	0.530	0.339		اليقظة البيئية

استناداً إلى مخرجات الجدول (6) يمكن توضيح ما يأتي:

- إن معامل التحديد (R2) بلغ ما نسبته (0.316)، وهذا يشير إلى أن بعد اليقظة التكنولوجية تفسر ما نسبته (31.6%) من التباين الحاصل في الأداء التشغيلي، أما النسبة المتبقية (69.4%) فإنها ترجع إلى عوامل أخرى غير داخلية في مخطط البحث الحالي. أما معامل الانحدار فبلغت نسبته (0.688)، وهذه تشير إلى أن التغيير في بُعد اليقظة التسويقية بمقدار وحدة واحدة سينعكس على الأداء التشغيلي بنسبة (68.8%) كتأثير إيجابي. بالمقابل فإن قيمة (T) المحسوبة بلغت ما مقداره (5.347) وهي أكبر من نظيرتها الجدولية البالغة (1.658) عند مستوى معنوية (0.05) أي بمستوى ثقة (95%). بينما بلغت قيمة (F) المحسوبة ما مقداره (28.596) وبمستوى معنوية (0.000) وهي أكبر من نظيرتها الجدولية البالغة (3.92) عند مستوى معنوية (0.05) أي بمستوى ثقة (95%). واستناداً إلى هذه النتائج يتم قبول الفرضية الفرعية الأولى التي نصت على (وجود تأثير ذو دلالة معنوية لبعد اليقظة التكنولوجية في الأداء التشغيلي).
- إن معامل التحديد (R2) بلغ ما نسبته (0.166)، وهذا يشير إلى أن بعد اليقظة التسويقية تفسر ما نسبته (16.6%) من التباين الحاصل في الأداء التشغيلي، أما النسبة المتبقية (83.4%) فإنها ترجع إلى عوامل أخرى غير داخلية في مخطط البحث الحالي. في حين معامل الانحدار بلغت نسبته (0.469)، وهذه تشير إلى أن التغيير في بُعد اليقظة التسويقية بمقدار وحدة واحدة سينعكس على الأداء التشغيلي بنسبة (46.9%) كتأثير إيجابي. بالمقابل فإن قيمة (T) المحسوبة بلغت ما مقداره (3.511) وهي أكبر من نظيرتها الجدولية البالغة (1.658) عند مستوى معنوية (0.05) أي بمستوى ثقة (95%). بينما بلغت قيمة (F) المحسوبة ما مقداره (12.330) وبمستوى معنوية (0.001) وهي أكبر من نظيرتها الجدولية البالغة (3.92) عند مستوى معنوية (0.05) أي بمستوى ثقة (95%). واستناداً إلى هذه النتائج يتم قبول الفرضية الفرعية الثانية التي نصت على (وجود تأثير ذو دلالة معنوية لبعد اليقظة التسويقية في الأداء التشغيلي).
- إن معامل التحديد (R2) بلغ ما نسبته (0.511)، وهذا يشير إلى أن بعد اليقظة التنافسية تفسر ما نسبته (51.1%) من التباين الحاصل في الأداء التشغيلي، أما النسبة المتبقية (48.9%) فإنها ترجع إلى عوامل أخرى غير داخلية في مخطط البحث الحالي. في حين معامل الانحدار بلغت نسبته (0.647)، وهذه تشير إلى أن التغيير في بُعد اليقظة التنافسية بمقدار وحدة واحدة سينعكس على الأداء التشغيلي بنسبة (64.7%) كتأثير إيجابي. بالمقابل فإن قيمة (T) المحسوبة بلغت ما مقداره (8.045) وهي أكبر من نظيرتها الجدولية البالغة (1.658) عند مستوى معنوية (0.05) أي بمستوى ثقة (95%). بينما بلغت قيمة (F) المحسوبة ما مقداره (64.718) وبمستوى معنوية (0.000) وهي أكبر من نظيرتها الجدولية البالغة (3.92) عند مستوى معنوية (0.05) أي بمستوى ثقة (95%). واستناداً إلى هذه النتائج يتم قبول الفرضية الفرعية الثالثة التي نصت على (وجود تأثير ذو دلالة معنوية لبعد اليقظة التنافسية في الأداء التشغيلي).
- إن معامل التحديد (R2) بلغ ما نسبته (0.339)، وهذا يشير إلى أن بعد اليقظة البيئية تفسر ما نسبته (33.9%) من التباين الحاصل في الأداء التشغيلي، أما النسبة المتبقية (64.1%) فإنها ترجع إلى عوامل أخرى غير داخلية في مخطط البحث الحالي. في حين معامل الانحدار بلغت نسبته (0.530)، وهذه تشير إلى أن التغيير في بُعد اليقظة البيئية بمقدار وحدة واحدة سينعكس على الأداء التشغيلي بنسبة (53%) كتأثير إيجابي. بالمقابل فإن قيمة (T) المحسوبة بلغت ما مقداره (5.640) وهي أكبر من نظيرتها الجدولية البالغة (1.658) عند مستوى معنوية (0.05) أي بمستوى ثقة (95%). بينما بلغت قيمة (F) المحسوبة ما مقداره (31.810) وبمستوى معنوية (0.000) وهي أكبر من نظيرتها الجدولية البالغة (3.92) عند مستوى معنوية (0.05) أي بمستوى ثقة (95%). واستناداً إلى هذه النتائج يتم قبول الفرضية الفرعية الرابعة التي نصت على (وجود تأثير ذو دلالة معنوية لبعد اليقظة البيئية في الأداء التشغيلي).

5. الاستنتاجات والتوصيات

وتم تقسيم المبحث الحالي إلى ما يأتي:

5.1. الاستنتاجات

- يفنقر المصنع إلى وسائل تكنولوجية ذات حداثة تمكّنه من الترويج لمنتجاته بشكل أمثل بما يحقّق التميّز المطلوب بالمقارنة مع منتجات المنافسين.
- يعاني المصنع على مستوى تغطية احتياجات الزبائن المختلفة، وهذا ما نلمسه واقعاً في أسواقنا المحلية، إذ إنّها غزيرة بمنتجات المنافسين. وهذا ربّما يرجع إلى ضعف أنشطة البحث والتطوير الخاصة به.
- ضعف اختيار وتطوير استراتيجيات تنافسية للمصنع، لها من المؤهلات الكافية لمواجهة ظروف البيئة المتقلّبة باستمرار والمتمثّلة باستثمار الفرص ومقابلة التهديدات أو الحد منها.
- وجود علاقة ارتباط موجبة ذات دلالة معنوية بين اليقظة الاستراتيجية وأبعادها، والأداء التشغيلي ككل. بالمقابل وجود تأثير ذو دلالة معنوية لليقظة الاستراتيجية وأبعادها في الأداء التشغيلي ككل.
- اليقظة التكنولوجية هي البعد الأكبر تأثيراً في الأداء التشغيلي ككل قياساً ببقية أبعاد اليقظة الاستراتيجية.

5.2. التوصيات

بناءً على استنتاجات البحث يمكن سرد التوصيات على النحو الآتي:

- تبني المصنع لوسائل تكنولوجية وتقنيات تمتاز بالحداثة وسهولة الاستخدام بالشكل الذي يسهل للزبائن وبمختلف فئاتهم من الوصول إلى منتجاته المتنوعة.
- تكثيف وتوجيه جهود المصنع نحو أنشطة البحث والتطوير، لإنها تمثّل المحرك الحقيقي لتصريف منتجاته وإطالة ديمومتها في الأسواق وبحسب الاهتمام الأكبر للزبائن.
- تطوير استراتيجيات تنافسية قادرة على مواجهة تحديات البيئة المختلفة بما فيها استثمار الفرص المتاحة، ويمكن تحقيق ذلك داخلياً بواسطة خبراء المصنع نفسه أو الاستعانة بخبراء خارجيين معروفين لاختيار الاستراتيجية المناسبة وبما يلائم مع قدرات المصنع ومؤهلاته.
- رفع مستوى الاهتمام باليقظة الاستراتيجية وأبعادها من المصنع قيد البحث، لإنها تمثّل الأساس الحقيقي لتعزيز براعته التنظيمية.
- الاهتمام ببعد اليقظة التكنولوجية بشكل أكبر من إدارة المصنع لأنه البعد الأكثر تأثيراً في الأداء التشغيلي بما يحقّق البقاء والاستمرار في قطاع الصناع ويضمن الاستمرار في المنافسة ومقابلة الشركات الأجنبية.

References

- [1] Sekaran, Uma & Bougie, Roger (2016), "Research methods for business a skill-building approach", (7th ed.), John Wiley & Sons Ltd., United Kingdom.
- [2] Al-Issawi, Muhammad Hussein Manhal and Al-Maliki, Helen Nehme Hattab (2015), "The effect of strategic vigilance in achieving sustainable competitive advantage based on the results of environmental analysis SWOT as an interactive variable: an analytical study of the opinions of members of the boards of directors of private schools in Basra Governorate, an extracted research From a master's thesis in Business Administration, Journal of the College of Administration and Economics - University of Basra, Volume (10), Number (20), Page (304-332).
- [3] Hameed, Lama Majed and Ibrahim, Siddig Bellal (2019), "The relationship between competitive intelligence and entrepreneurial performance by mediating strategic vigilance: a field study of a sample of private colleges in Iraq," Journal of Accounting and Financial Studies, Al-Maljid (4), Issue (46), page (168-180).
- [4] Ismail, Amjad Hamid (2020), "Measuring the Impact of Strategic Vigilance on Innovative Marketing: A Survey of the Opinions of a Sample of Employees of the Iraqi Company for the Manufacturing and Marketing of Dates (Mixed Shareholding)", Al-Riyadah Journal for Business and Finance, Volume (1), Issue (2), page (2-18).
- [5] Hazaq, Abdel-Yaqin (2015), "The Role of Knowledge Management in Achieving the Strategic Vigilance of the Institution: A Case Study of the Fabricated Metal Structures Building Unit, Master's Thesis in Business Administration, Umm El-Bouaghi University, Faculty of

Economic Sciences, Commercial Sciences and Management Sciences, Algeria.

- [6] Marouf, Jilali and Ben Kaka, Laila Waqrin, Hosnia, (2021), "The Role of Strategic Vigilance in Achieving the Competitive Advantage of Business Organizations: A Case Study of the Dairy Milk of the Ben Oula Brothers in Glizan", *Journal of Business and Trade Economics*, Volume (6), Issue (1), page (95-110).
- [7] Mohammedin, Jaber Abdel Hamid Diab, (2021), "The Impact of Strategic Vigilance in Improving Health Services: A Field Study on Palestinian Private Hospitals - Southern Governorates", Master's thesis in leadership and management, Al-Aqsa University, Faculty of Management and Finance, Gaza.
- [8] Hamo, Maryam, (2014), "The Importance of Strategic Vigilance in Achieving Competitive Advantage", Master Thesis in Enterprise Business Administration, Umm El-Bouaghi University, Faculty of Economic Sciences, Commercial Sciences and Management Sciences, Algeria.
- [9] Suleiman, Ali Abdel-Amir and Hlehel, Mustafa Sabah and Shalaka, Tariq Kazem, (2019), "Strategic vigilance and its repercussions on the vital capabilities of the organization: a descriptive and analytical study in Ur Engineering Industries Company - Dhi Qar", *Al-Kut Journal of Economics and Administrative Sciences*, Issue (33), page (128-143).
- [10] Mubarak, Tuwair and Omar, Mohieddin Mahmoud, (2021), "The Role of Strategic Vigilance in Promoting Creativity in the Economic Enterprise: A Case Study of the Naftal Corporation", *Journal of Business Administration and Economic Studies*, Volume (7), Issue (1), page (178-157).
- [11] Jamal, Ben Saadi and Reda, Zauouche and Keltoum, Jassas, (2017), "Strategic Vigilance as a Factor for Performance Continuity", *International Forum on: Digital Transformation of Institutions and Predictive Models on Big Data*, Mohamed Boudiaf University - M'sila, Faculty of Economics, Commercial and Sciences management.
- [12] Ishaq, Emad Eddin Issa and Al-Hamdani, Saba Nuri and Jamid, Abd al-Salam Adam and Tabidi, Muhammad Hanafi Muhammad Nour, (2021), "Integration of supply chains in enhancing strategic performance: the mediating role of strategic vigilance / an applied study on industrial companies in Khartoum - Sudan." *Tanmiat Al Rafidain Journal*, Vol. (40), No. (131), Page (333-356).
- [13] Daweesh, Fatiha, (2021), "The Effectiveness of Strategic Vigilance in Rationalizing Decisions in Economic Institutions: A Field Study on a Sample of Economic Institutions in the Wilayat of Al-Masalia", Master's thesis in the field of Institutional Management, Mohamed Boudiaf University in Al-Masalla, College of Economic, Commercial and Sciences Management, Algeria.
- [14] Hassan, Hayam Lutfi Saleh and Al-Hindawi, Muhammad Abdullah and Jumaa, Naglaa Hassan, (2021), "The role of strategic vigilance in achieving sustainable administrative development", *Scientific Journal of Commercial and Environmental Studies*, Volume (12), Issue (3), page (88) -112).
- [15] Eyamu, Samuel & Wanyama, Seperia Bwadene & Ndanyi, Davis Malowa & Sansa, Agnes, (2021), "A Critical Analysis of New Public Management, Human Resource Practices and Operational Performance in Uganda's Public Sector", *Journal of Human Resource Management*, Vol. (9), No. (4), PP. (102-114).
- [16] Al-Hadrawi, Hamid Karim and Abdul-Kadhim, Makdis and Abu Tabikh, Laith Shaker, (2017), "The role of the work teams' strategy in improving the operational performance of productive organizations: an applied study in the old Kufa Cement Factory", *Journal of the College of Education for Girls for Human Sciences*, Issue (2), page (677-708).
- [17] Zelibst, Pamela J. & Green Jr, Kenneth W. & Sower, Victor E., (2010), "Impact of RFID technology utilization on operational performance", *Management Research Review*, Vol. (33), No. (10), PP. (994-1004).
- [18] Al-Junidi, Lana Meziad, (2020), "The Impact of Outsourcing on the Operational Performance of Industrial Companies in Amman Jordan: The Mediating Impact of Organizational Structure and Culture", Master thesis in management, Middle East University, Business faculty.
- [19] Bo Abdallah, Hawan and Abdelkader, Sha'a, (2020), "The extent to which hotel establishments in Mostaganem are aware of the importance of internal control according to the COSO framework in improving operational performance (analytical study)", *North African Economics Journal*, Vol. (16), No. (24), page (233-248).
- [20] Schurig, Matthias, (2016), "Methodology to evaluate the agility of a production network using a stress test approach", (PhD Thesis in technical sciences), Graz University of Technology, Austria.
- [21] Min, Hokey, (2015), "the essentials of supply chain management new business concepts and applications", (1st ed.), Paul Boger, USA.
- [22] Sharif, Riyad Khazal and Abd al-Imam, Hadi Abd al-Wahhab, (2019), "Choosing the best model for managing spare parts inventory by achieving competitive priorities: a case study in the Iraqi drilling company", *Gulf Economics Journal*, Issue (40), (75- 122).
- [23] Al-Janabi, Thamer Hadi Abboud, (2017), "The Impact of the Internal Environment on Achieving Competitive Advantage in Business Companies: An Analytical Study of a Sample of Tourist Companies in Babylon Governorate", *Babylon University Journal of Pure and Applied Sciences*, Vol. (25), No. (23) 1, page (259-288).
- [24] Al-Qurashi, Dhaher Raddad, (2021), "The Impact of Electronic Consumer Behavior on Improving Competitive Advantage: An Applied Study on the Tourism Services Sector in Jordan", *The Arab Journal of Management*, Vol. (41), No. (1), (273-287).
- [25] Abu Hajar, Yousef Abdel Razzak Khali, (2016), "Functional Managers' Attitudes Towards Using Competitive Priorities' Criteria in Suppliers' Selection An Applied Study on Public Shareholding Chemical Manufacturing Companies in Amman, Jordan", *European Journal of Business and Management*, Vol. (8), No. (32), PP. (27-39).