



الجمهورية اليمنية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة العلوم والتكنولوجيا
عمادة الدراسات العليا والبحث العلمي

التحالفات الاستراتيجية وأثرها في تحقيق الميزة التنافسية

دراسة ميدانية في شركات صناعة الأدوية في الجمهورية اليمنية

رسالة مقدمة من الطالب

علي صالح مقبل السكني

إلى

مجلس الدراسات العليا والبحث العلمي

وهي جزء من متطلبات الحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال

المشرف

أ.د. مراد محمد عبدالله النشمي

أستاذ إدارة الأعمال المشارك

جامعة العلوم والتكنولوجيا



الجمهورية اليمنية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة العلوم والتكنولوجيا
عمادة الدراسات العليا والبحث العلمي

التحالفات الاستراتيجية وأثرها في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة ميدانية في
شركات صناعة الأدوية في الجمهورية اليمنية

المُلخَص

هدفت الدراسة إلى التعرف على مستوى التحالفات الاستراتيجية وتحديد أثرها في تحقيق الميزة التنافسية لشركات صناعة الأدوية في الجمهورية اليمنية، وقد اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتمثل مجتمع الدراسة في قادة ومديرين في (9) شركات من شركات صناعة الأدوية والبالغ عددهم (330) مفردة، ونظراً لصغر حجم مجتمع الدراسة؛ فقد تم اختيار عينة الدراسة بطريقة الحصر الشامل لجميع أفراد مجتمع الدراسة، وتم جمع البيانات باستخدام أداة الاستبانة، كما تمت معالجة وتحليل البيانات باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية في العلوم الإنسانية (SPSS). وتوصلت نتائج الدراسة إلى وجود أثر للتحالفات الاستراتيجية بجميع أبعادها في تحقيق الميزة التنافسية للشركات محل الدراسة مع تفاوت تأثير أبعاد التحالفات الاستراتيجية في تحقيق الميزة بُعد إلى آخر حيث أظهرت النتائج وجود أثر لأبعاد (إدارة التحالفات الاستراتيجية، التعاون التنافسي، التحالفات التكنولوجية)، وعدم وجود أثر لأبعاد (الرؤية المشتركة، التحالفات التسويقية) وكذلك وجود أثر عكسي لبُعد (تشاركية الموارد والمخاطر والتكلفة) في تحقيق الميزة التنافسية لشركات صناعة الأدوية في الجمهورية اليمنية، كما توصلت النتائج إلى عدم وجود فروق دالة إحصائية حول تحقيق الميزة التنافسية في الشركات محل الدراسة تعزى للمتغيرات المنهجية (حجم الشركة، عمر الشركة، ملكية الشركة). كما أظهرت النتائج حصول التحالفات الاستراتيجية على مستوى ممارسة عالٍ ووجود مستوى عالٍ من الميزة التنافسية المتحققة في شركات صناعة الأدوية اليمنية. وبناءً على النتائج التي تم التوصل إليها أوصت الدراسة بضرورة إجراء تحالفات استراتيجية بين شركات صناعة الأدوية في الجمهورية اليمنية فيما بينها أو مع شركات ومصانع خارجية ممن يمتلكون موارد ومعارف وإمكانات عالية ولديهم خبرة في إقامة التحالفات واعتبار التحالفات الاستراتيجية بديلاً استراتيجياً فعالاً من أجل بقاء واستمرار ونمو هذه الشركات، بالإضافة إلى تميزها واكتسابها المزيد من القدرات التنافسية، كما أوصت الدراسة بزيادة الاهتمام بالميزة التنافسية؛ كونها ركيزة أساسية للبقاء والنمو وزيادة الحصة السوقية من أجل مواجهة المنافسة الشديدة للمنافسين المحليين والخارجيين.

الطالب

المشرف

علي صالح مقبل السكني

أ.د. مراد محمد عبدالله النشمي

أستاذ إدارة الأعمال المشارك
جامعة العلوم والتكنولوجيا

صنعاء

نوفمبر، 2024م

جمادى الأولى، 1446هـ



Strategic Alliances and Their Impact on Achieving the Competitive Advantage: A Field Study at Pharmaceutical Companies in the Republic of Yemen

Abstract

The study aimed to identify the level of strategic alliances and determine their impact on achieving competitive advantage for pharmaceutical manufacturing companies in the Republic of Yemen. The study followed the descriptive analytical approach, and the study population was represented by leaders and managers in (9) pharmaceutical manufacturing companies, numbering (330) individuals. Due to the small size of the study population, the study sample was selected by comprehensive enumeration of all members of the study population. Data was collected using a questionnaire tool, and the data was processed and analyzed using the Statistical Package for the Human Sciences (SPSS) program. The results of the study concluded that there is an impact of strategic alliances in all their dimensions in achieving competitive advantage for the companies under study, with the impact of the dimensions of strategic alliances in achieving the advantage varying from one dimension to another. The results showed an impact of the dimensions of (competitive cooperation, technological alliances) and the absence of an impact of the dimensions of (shared vision), marketing alliances) as well as the existence of an inverse impact of the dimension (sharing of resources, risks and costs) in achieving competitive advantage for pharmaceutical manufacturing companies in the Republic of Yemen. The results also revealed that there are no statistically significant differences in achieving competitive advantage in the companies under study due to organizational variables (size, age, and ownership of the company). The results also showed that strategic alliances achieved a high level of practice and a high level of competitive advantage achieved in Yemeni pharmaceutical manufacturing companies. Based on the results reached, the study recommended the necessity of establishing strategic alliances between pharmaceutical manufacturing companies in the Republic of Yemen, among themselves or with external companies and factories who possess resources, knowledge and high capabilities and have experience in establishing alliances, and considering strategic alliances as an effective strategic alternative for the survival, continuation and growth of these companies. Companies in addition to their distinction and acquisition of more competitive capabilities. The study also recommended increasing attention to competitive advantage as it is a fundamental pillar for survival, growth, and increasing market share in order to face the intense competition of local and external competitors.

Candidate

Ali Saleh Moqbel Al-Sakani

November, 2024AD

Supervisor

Dr. Murad Mohammed Abdullah Al-Nashmi

Associate Professor of Business Administration
University of Sciences and Technology

Sana'a

Jumada I, 1446AH

Republic of Yemen
Ministry of Higher Education and Scientific Research
University of Science and Technology
Deanship of Postgraduate Studies and Scientific Research



Strategic Alliances and Their Impact on Achieving the Competitive Advantage

**A Field Study at Pharmaceutical Companies in the Republic of
Yemen**

A Thesis Submitted by
Ali Saleh Moqbel Al-Sakani

To
The Council of Postgraduate Studies and Scientific Research,
in Partial Fulfillment of the Requirements for the Master Degree in
Business Administration

Supervisor
Dr. Murad Mohammed Abdullah Al-Nashmi

Associate Professor of Business Administration
University of Sciences and Technology

November, 2024AD

Sana'a

Jumada I, 1446AH