



الجمهورية اليمنية
وزارة التربية والتعليم والبحث العلمي
جَامِعَةُ الْعُلُومِ وَالتَّكْنُولُوجِيَا
عمادة الدراسات العليا والبحث العلمي

استراتيجيات التغيير وأثرها في الميزة التنافسية
دراسة حالة شركة ناتكو الاستهلاكية ضمن مجموعة هائل
سعيد أنعم وشركائه

رسالة مقدمة من الطالب
اسماعيل عبدالرحمن حسين المتوكل

إلى
مجلس الدراسات العليا والبحث العلمي، وهي جزء من متطلبات الحصول على
درجة الماجستير في
إدارة الأعمال

المشرف
أ.د/ نوري عبدالودود محمد الجناعي
أستاذ إدارة الأعمال المشارك
جامعة العلوم والتكنولوجيا



الجمهورية اليمنية
وزارة التربية والتعليم والبحث العلمي
جَامِعَةُ الْعُلُومِ وَالتَّكْنَوِلُوجِيَا
عمادة الدراسات العليا والبحث العلمي

استراتيجيات التغيير وأثرها في الميزة التنافسية: دراسة حالة شركة ناتكو
الاستهلاكية ضمن مجموعة هائل سعيد أنعم وشركائه

المُلخَص

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد أثر استراتيجيات التغيير في تحقيق الميزة التنافسية في شركة ناتكو الاستهلاكية لصناعة وتسويق المواد الغذائية ضمن مجموعة شركات هائل سعيد أنعم وشركائه، واتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتكون مجتمع الدراسة من جميع العاملين بشركة ناتكو الاستهلاكية والبالغ عددهم (340) موظف. ولجمع بيانات الدراسة تم تصميم أداة الاستبانة وتحكيمها وتوزيعها على عينة عشوائية بسيطة من الموظفين في تلك الشركة بلغت (230) موظفاً من جميع المستويات واستجاب منهم عينة مقدارها (180) موظفاً. ولتحليل البيانات استخدمت الدراسة برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS). وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أبرزها: وجود مستوى عالٍ لممارسة استراتيجيات التغيير في شركة ناتكو الاستهلاكية، وأن تحقق الميزة التنافسية فيها جاء بمستوى عالٍ كذلك، كما توصلت الدراسة إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية لاستراتيجيات التغيير بأبعادها المختلفة في تحقيق الميزة التنافسية، وإلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات إجابات أفراد العينة للمتحقق من الميزة التنافسية واستراتيجية التغيير في شركة ناتكو الاستهلاكية تعزى للمتغيرات الشخصية. وقدمت الدراسة مجموعة من التوصيات، أبرزها: أن على شركة ناتكو الاستهلاكية الاهتمام بممارسة استراتيجيات التغيير وخاصة استراتيجيتي المشاركة والتعلم تليهما الاستراتيجية العقلانية عند تنفيذ التغيير في الشركة، وكذلك الحفاظ على مستوى منخفض من الممارسة لاستراتيجية الإكراه بهدف الحفاظ على المستوى العالي من الميزة التنافسية لديها وتعزيزها، وكذلك الحفاظ على الجودة التي تتمتع بها منتجات الشركة كماً ونوعاً للحفاظ على الميزة التنافسية والحصة التسويقية التي تتمتع بها في السوق اليمنية.

الطالب

المشرف

اسماعيل عبدالرحمن حسين المتوكل

أ.د/ نوري عبدالودود محمد الجناعي

أستاذ إدارة الأعمال المشارك

جامعة العلوم والتكنولوجيا

فبراير، 2025م

صنعاء

شعبان، 1446هـ

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



**Change Strategies and Their Impact on Competitive Advantage: A
Case Study of Natco Food Company of the Hayel Saeed Anam Group**

Abstract

The study aimed to identify the impact of change strategies on achieving competitive advantage at Natco Consumer Company for the production and marketing of food products, part of the Hayel Saeed Anam & Co. group. The study followed a descriptive-analytical approach, with the study population including of all employees at Natco Consumer Company, totaling 340 employees. A questionnaire was designed, validated, and distributed to a simple random sample of 230 employees across all levels, with a total of 180 responses. To analyze the data, the study used the Statistical Package for Social Sciences (SPSS). The study reached several key findings, including: a high level of implementation of change strategies at Natco Consumer Company, also a high level of achieved competitive advantage, and a statistically significant positive impact of various dimensions of change strategies on achieving competitive advantage, and statistically significant differences in the mean responses of the sample regarding competitive advantage and change strategy in Natco Consumer Company, attributable to personal variables. The study provided a set of recommendations, including: Natco Consumer Company should focus on implementing change strategies, especially participation and learning strategies, followed by rational strategy when implementing change within the company. It also recommended maintaining a low level of implementation of the coercion strategy to preserve and enhance its high competitive advantage, as well as maintaining the quality of its products in both quantity and type to sustain the competitive advantage and market share it holds in the Yemeni market.

Candidate

Esmail Abdulrahman Husain Almutwakel

Supervisor

Dr. Nuri Abdulwadud Mohammed Al-Jani

Associate Professor of Business Administration

University of Science and Technology

February, 2025AD

Sana'a

Sha'ban, 1446AH

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



Change Strategies and Their Impact on Competitive Advantage

**A Case Study of Natco Food Company of the Hayel
Saeed Anam Group**

**A Thesis Submitted by
Esmail Abdulrahman Husain Almutwakel**

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

**Supervisor
Dr. Nuri Abdulwadud Mohammed Al-Jani
Associate Professor of Business Administration
University of Science and Technology**

February, 2025AD

Sana'a

Sha'ban, 1446AH