

أثر التخطيط الاستراتيجي على الميزة التنافسية لمؤسسات التعليم العالي: دراسة تطبيقية على أعضاء هيئة التدريس بكلية الاقتصاد الخمس

عبد السلام العربي الديب^{1*}، سالم رمضان الحويج²
^{1,2}قسم إدارة الأعمال، كلية الاقتصاد، جامعة المرقب، الخمس، ليبيا

The Impact of Strategic Planning on the Competitive Advantage of Higher Education Institutions: An Applied Study on Faculty Members of Economics - Khumas

Abdul Salam Al-Arabi Al-Deeb^{1*}, Salem Ramadan Al-Huwaij²

^{1,2}Department of Business Administration, Faculty of Economics, University of ElMarqab, Al-Khums, Libya

*Corresponding author

arabadeep2011@gmail.com

*المؤلف المراسل

تاريخ النشر: 2025-09-20

تاريخ القبول: 2025-09-12

تاريخ الاستلام: 2025-07-25

المخلص

هدفت الدراسة الى التعرف على أثر التخطيط الاستراتيجي (الرؤية والرسالة، التميز رضا العملاء، جودة الخدمة) على الميزة التنافسية وذلك من وجهة نظر اعضاء هيئة التدريس بكلية الاقتصاد والتجارة الخمس، لتحديد طبيعة الأثر بين التخطيط الاستراتيجي والميزة التنافسية بالمؤسسة قيد الدراسة. تم اتباع المنهج الوصفي التحليلي والذي بعد مناسباً لتلك الانواع من الدراسات أما فيما يتعلق بمجتمع وعينة الدراسة فقد كان مجتمع الدراسة حوالي 120 عضو هيئة تدريس تم اخذ عينة عشوائية قوامها 100 وذلك حسب جدول مورجان اند كريزي، ومن خلال التحليل الإجمالي للبيانات توصلت الدراسة لمجموعة من النتائج والتي من أهمها: بينت الدراسة وجود أثر ذو دلالة إحصائية بين الرؤية والرسالة وتحقيق الميزة التنافسية، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (0.695)، نتج عنها أثر نسبته (48.3%)، والذي بين دور الرؤية والرسالة في تحقيق الميزة التنافسية. كشفت الدراسة وجود أثر ذو دلالة إحصائية بين التميز وتحقيق الميزة التنافسية، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (0.697)، نتج عنها أثر نسبته (48.6%)، والذي بين دور التميز في تحقيق الميزة التنافسي. أوضحت الدراسة وجود أثر ذو دلالة إحصائية بين رضا العملاء وتحقيق الميزة التنافسية، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (0.621)، نتج عنها أثر نسبته (38.5%)، والذي بين دور رضا العملاء في تحقيق الميزة التنافسية. كما خرجت الدراسة بمجموعة من التوصيات والتي كان من أهمها: العمل على وضع آلية لإجراء بحوث عملية تعاونية مشتركة مع المؤسسات والقطاعات الأخرى. الحرص على وجود آلية لتوثيق معدلات الاستشهاد للأبحاث العملية التي نتجتها الكلية. وضع آلية تسهم من خلالها المؤسسات في تنفيذ المشاريع التنموية الاقتصادية والاجتماعية. العمل على وجود آلية معينة يمكن من خلالها التعرف على مشاكل المجتمع المحلي والبيئة المحيطة.

الكلمات المفتاحية: التخطيط الاستراتيجي، الميزة التنافسية، مؤسسات التعليم العالي.

Abstract

The study aimed to identify the impact of strategic planning (vision and mission, excellence, customer satisfaction, service quality) on competitive advantage from the viewpoint of the Alkums faculty members of the Faculty of Economics and Commerce, and to determine the nature of the effect on strategic planning and competitive advantage in the Institutions under study. The analytical descriptive approach was followed, which is then appropriate for these types of studies. As for the study community and sample, the study community was about 120 faculty members. A random sample of 100 individuals was taken, according to Morgan and Crazy's table. The study reached a number of results, the most important of which are as following: The study showed the existence of a statistically significant effect between the vision and the mission and the achievement of competitive advantage, where the value of

the correlation coefficient was (0.695), which resulted in an effect of (48.3%), which showed the role of the vision and mission in achieving competitive advantage, which resulted in the acceptance of the hypothesis. The study revealed a statistically significant effect between excellence and the achievement of competitive advantage, as the value of the correlation coefficient was (0.697), which resulted in an effect of (48.6%), which showed the role of excellence in achieving competitive advantage. The study showed the existence of a statistically significant effect between customer satisfaction and achieving competitive advantage, where the value of the correlation coefficient was (0.621), which resulted in an effect of (38.5%), which showed the role of customer satisfaction in achieving competitive advantage, which resulted in the acceptance of the hypothesis.

Keywords: Strategic Planning, Competitive Advantage, Higher Education Institutions.

المقدمة:

يعتبر التخطيط الاستراتيجي أحد أهم الأولويات في أي مؤسسة كانت نظرا لما يقدمه من فوائد تعود عليه بالنفع ولعل مؤسسات التعليم العالي تحظى بخصوصية في هذا الجانب من أجل استثمار نقاط قوتها واكتشاف فرصة أمام ما يواجهها من تهديدات أو نقاط ضعف في مجالات وميادين أنشطتها وعلى ضوءه يتم تحديد الاهداف والمراحل التي تمر بها العملية التعليمية بجميع مدخلاتها وذلك من خلال وضع خطط برؤى مستقبلية وإن تطبيقها في مؤسسات التعليم العالي يعد غاية في الأهمية وذلك لمساهمتها في تحسين وتقديم الخدمات للمجتمع بمخرجات عالية الجودة. إن التخطيط الاستراتيجي يمثل أهم الأدوات لضمان تحقيق اهدافها ولضمان وتحسين جودة التعليم وبهدف التعرف على درجة التوافق بين الممارسات السائدة في المؤسسة التعليمية وبين المعايير في مجالاتها المختلفة (بن حكومة، الكشر، شفاف، 2023، قويرب، 2024، الهوشي، الهوشي، 2024، البكوش، 2024، العقوري وبوحديدة، 2024، شببك، 2024، بن سلامة، بركة، المرغلي، والتيجاني، 2024، عمر، 2024، ابوستالة، 2024، غيث، 2024، بوهزاوي والسعيطي، 2024، ساسي، الحداد، ومرزوق، 2024). إن امتلاك المؤسسة الميزة التنافسية بحيث تميزها عن منافسيها المباشرين منهم أو غير المباشرين يقوي من وضعيتها التنافسية ويجعلها في موقف قوي ويمكن ان تظهر في عدة أشكال منها (سمعة الخرجين أبحاث أعضاء هيئة التدريس التعاون الدولي تنوع برامجها وانسجامها مع احتياجات سوق العمل وغيرها من الاشكال). لذا ستحاول الدراسة تسليط الضوء على أثر التخطيط الاستراتيجي على الميزة التنافسية وذلك من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس بكلية الاقتصاد والتجارة الخمس.

مشكلة الدراسة:

من خلال استقراء الواقع للجامعة والكلية ومن خلال دراسة الابعاد التي تم التركيز عليها في الدراسة (الرؤية والرسالة، التميز رضا العملاء، جودة الخدمة) جميعها والتي تمثل ابعادا مهمة للتخطيط الاستراتيجي وتنعكس بطبيعتها على الميزة التنافسية لأي مؤسسة كونها تطيعها جانب من جوانب القوة والتي تمكنها من الاستمرار والابداع والابتكار وتحسين خدماتها بشكل يضاهي المؤسسات المحلية والاقليمية وحتى الدولية الا ان واقع الحال يشير الى عكس ذلك حيث تفتقر المؤسسات التعليمية في ليبيا الى العديد من الامور ولعل غياب التخطيط الاستراتيجي أحد اهم تلك الاشياء والتي تجعل منها تعاني من ضعف في مخرجاتها وعدم وضوح اهدافها بالشكل الكافي ومن هنا جاءت مشكلة الدراسة والتي ستحاول الاجابة على التساؤل الرئيس التالي:

س: ما هو أثر التخطيط الاستراتيجي بأبعاده المختلفة (الرؤية والرسالة، التميز، رضا العملاء، جودة الخدمة) على الميزة التنافسية لمؤسسات التعليم العالي؟

ومن خلال التساؤل الرئيسي تنبثق التساؤلات الفرعية التالية:

س1: هل يوجد أثر لبعيد الرؤية والرسالة على تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة قيد الدراسة؟

س2: هل هناك أثر لبعيد التميز على تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة قيد الدراسة؟

س3: هل يوجد أثر لبعيد رضا العملاء على تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة قيد الدراسة؟

س4: هل يوجد أثر لبعيد جودة الخدمة على تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة قيد الدراسة؟

أهداف الدراسة:

- 1- التعرف على أثر التخطيط الاستراتيجي على الميزة التنافسية بالمؤسسة قيد الدراسة.
- 2- التعرف على انواع الاستراتيجيات التي تتماشى مع المؤسسات التعليمية لتحقيق اهدافها.
- 3- تحديد مستوى التخطيط الاستراتيجي للمؤسسة قيد الدراسة.
- 4- تحديد طبيعة الأثر بين التخطيط الاستراتيجي والميزة التنافسية بالمؤسسة قيد الدراسة.
- 5- تقديم بعض المقترحات والتوصيات للمسؤولين وصناع القرار والتي من شأنها الرفع من مستوى المؤسسة قيد الدراسة.

فرضيات الدراسة:

تتمثل فرضيات الدراسة في الفرضية الرئيسية التالية:

- يوجد أثر ذو دلالة احصائية للتخطيط الاستراتيجي بأبعاده المختلفة (الرؤية والرسالة، التميز، رضا العملاء، جودة الخدمة) على تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات التعليمية العالي.
- حيث ينبثق من الفرضية الرئيسية مجموعة من الفرضيات الفرعية التالية:

- **الفرضية الفرعية الأولى:**
يوجد أثر ذو دلالة احصائية لبعد الرؤية والرسالة على تحقيق الميزة التنافسية.
- **الفرضية الفرعية الثانية:**
يوجد أثر ذو دلالة احصائية لبعد التميز على تحقيق الميزة التنافسية.
- **الفرضية الفرعية الثالثة:**
يوجد أثر ذو دلالة احصائية لبعد رضا العملاء على تحقيق الميزة التنافسية.
- **الفرضية الفرعية الرابعة:**
يوجد أثر ذو دلالة احصائية لبعد جودة الخدمة على تحقيق الميزة التنافسية.

أهمية الدراسة:

أهمية علمية (نظرية) لنتائج الدراسة تتمثل في:

- ان التغيرات التي تحيط بالجامعات من كل جانب وفي كل مجال, والتحديات والضغوط المتزايدة التي تواجهها تزيد من اثرها معرفتهم بمفهوم التخطيط الاستراتيجي وابعاده , الامر الذي قد يساهم في رفع مستوي اداءهم الاداري,
- تنبثق اهمية موضوعنا العلمية في انه يعد دراسة اخري تضاف الي الدراسات الجامعية , فعلي الرغم من توجه عدة ابحاث نحو دراسته هذا الموضوع الا ان التغطية الكافية له ما زالت تحتاج الي اثره وتدخل من قبل الباحثين خاصة في الجانب الميداني حسب علم الباحث.
- بالإضافة الي حداثة الموضوع في حد ذاته لأنه يجمع بين متغيرين ذو اهمية كبيرة في الوقت الحاضر. وكذلك الي القاء الضوء حول اثر التخطيط الاستراتيجي على تحقيق الميزة التنافسية لمؤسسات التعليم العالي.

أهمية علمية (تطبيقية) لنتائج الدراسة تتمثل في:

- يساعد مجتمع الدراسة في التعرف على المشكلة البحثية وأساليب وطرق معالجتها والتغلب عليها.
- تعد الدراسة وسيلة تغذية راجعة حيث تستفيد الجهات محل الدراسة من نتائجها في وضع السياسات والخطط الاستراتيجية والبرامج وذلك لمعالجة المشكلة وضمان عدم تكرارها.
- تساعد هذه الدراسة في التعرف على أثر التخطيط الإستراتيجي على الميزة التنافسية لمؤسسات التعليم العالي والذي يمثل مشكلة الدراسة.

منهجية الدراسة:

أ- منهج الدراسة:

تم استخدام المنهجين الوصفي والتحليلي وذلك من خلال وصف الواقع الراهن للمشكلة البحث قيد الدراسة، وتحليل البيانات والمعلومات باستخدام بعض الأساليب الإحصائية لاستخلاص النتائج، وذلك باستخدام برامج الخدة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)

ب- أدوات جمع البيانات:

- الجانب النظري: تم الاعتماد في جمع البيانات الثانوية على الدراسات السابقة والكتب والمجلات العلمية وكذلك شبكة المعلومات الدولية.
- الجانب العملي: تم الاعتماد على استمارة الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات الأولية والمعلومات من مفردات عينة الدراسة.

مجتمع وعينة الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من أعضاء هيئة التدريس بكلية الاقتصاد الخمس والبالغ عددهم (120) عضو بينما تمثلت عينة البحث في اخذ عينة عشوائية بسيطة قوامها (100) مفردة وهي كما موضحة في الجدول التالي:

جدول (1): الاستمارات الموزعة والمتحصل عليها ونسبة المسترد والفاقد منها

عدد الاستمارات الموزعة	عدد الاستمارات المفقودة	نسبة الاستمارات المفقودة	عدد الاستمارات الغير صالحة	نسبة الاستمارات الغير صالحة	عدد الاستمارات الصالحة	نسبة الاستمارات الصالحة
100	5	%5	0	%0	95	%95

حدود الدراسة:

ويمكن تقسيم الحدود إلى:

- **الحدود الموضوعية:** وهي تتمثل في أثر التخطيط الإستراتيجي على الميزة التنافسية لمؤسسات التعليم العالي.
- **الحدود الزمنية:** وهي تتمثل في الفترة الزمنية التي اشتمل عليها البحث وهي سنة من 2024/3/1 إلى 2025/3/8.
- **الحدود البشرية:** وهي تتمثل في أعضاء هيئة التدريس بكلية الاقتصاد الخمس.
- **الحدود المكانية أو الجغرافية:** وهي تتمثل في كلية الاقتصاد الخمس.

الدراسات السابقة:

سيتم عرض الدراسات السابقة وفقا لسياقها التاريخي من الاقدم الى الاحدث:

1- دراسة 2015 cheer - أمنيات استراتيجية التعليم العالي (تقييم الأنشطة التعليمية في الجامعات الحكومية التركية).

هدفت هذه الدراسة الى التعرف على امنيات استراتيجية التعليم العالي في الجامعات الحكومية التركية من حيث تقييم الأنشطة التعليمية حيث استهدفت الدراسة الكشف عن الوضع الحالي في الجامعات الحكومية التركية وتحديد نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات في إطار إستراتيجية التعليم العالي وتقيد بعض الاقتراحات واستخدمت الدراسة منهجية "تحليل المضمون من خلال تحليل الخطة الاستراتيجية لبعث الأنشطة التعليمية والتدريبية لعدد 90 جامعة من اصل 130 جامعة أي بنسبة 77% من اجمالي الجامعات وقد توصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج أهمها:

- هناك تنوع في البرامج والأنشطة التعليمية والاجتماعية وتحقيق التفاعل الوثيق بين الطلاب والأكاديميين.
 - قلة التفاعل مع الخرجين بالإضافة الى قلة برامج الدراسات العليا.
 - التركيز على البرامج التدريبية ذات الطابع المستدام لضمان تحقيق الأهداف الاستراتيجية.
- وقد توصلت الدراسة إلى عدد من التوصيات ومن أهمها:

2-دراسة عبيد وأخرون، 2021م، أثر التخطيط الاستراتيجي على القدرة التصديرية لشركات الزيوت النباتية (الدور الوسيط للقدرة التنافسية، مجلة البحوث والبيئة، جامعة مدينة السادات جمهورية مصر العربية).

هدفت الدراسة الى التعرف على أثر التخطيط الاستراتيجي على القدرة التصديرية لشركات الزيوت في جمهورية مصر العربية " الدور الوسيط للقدرة التنافسية"، ولتحقيق هدف الدراسة قام الباحثون بتوزيع 351 استمارة على مجموعة من المسؤولين بشركات الزيوت (مجلس الإدارة، المدراء التنفيذيون مديري الإدارات، رؤساء الأقسام) وكانت عينة الدراسة 231 مفردة وتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي وقد توصلت الدراسة الى مجموعة النتائج أهمها:

- تطبيق التخطيط الاستراتيجي لشركات الزيوت النباتية بشكل نسبي وامتلاك الشركات القدرة التنافسية للتصدير الى حد ما.
- هناك علاقة ارتباط معنوية وطردية بين تطبيق التخطيط الاستراتيجي والقدرة التنافسية والقدرة التصديرية.
- يؤثر التخطيط الاستراتيجي معنويا وإيجابيا على القدرة التنافسية لشركات انتاج الزيوت النباتية.

كما اوصت الدراسة بالآتي:

- ضرورة وجود قيادة لديها وعي واقتناع بأهمية التخطيط الاستراتيجي حيث يتوقف تطبيق التخطيط الاستراتيجي على توفير متطلباته لنجاح التخطيط الاستراتيجي.
- الاستفادة من التطورات التكنولوجية السريعة وتوظيفها في كافة عمليات الشركة لضمان سرعة الإنجاز بجودة عالية وتوفير الوقت والجهد والتكلفة.

3-دراسة عبداني، 2021، واقع التخطيط الاستراتيجي للجامعات المصرية في ضوء معايير الجودة من المنظور الإسلامي كمال عجمي بالنبي، مجلة كلية التربية – القاهرة، العدد 190 الجزء (2) ابريل 2021م.

هدفت الدراسة الى التعرف على واقع التخطيط الاستراتيجي للجامعات المصرية في ضوء معايير الجودة من المنظور الإسلامي وقد اقتضت الدراسة وأهدافها استخدام منهجين الأول: المنهج الوصفي التحليلي. الثاني: المنهج الاستنباطي. وقد قام الباحث بإعداد استبانة حول واقع التخطيط الاستراتيجي للجامعات المصرية في ضوء معايير الجودة وهي المنصوص عليها رسميا في برامج الهيئة القومية لضمان الجودة والاعتماد للتعليم الجامعي في مصر وقد اقتضت الدراسة على تطبيق الشق الميداني على عينة من أعضاء هيئة التدريس (مدرس-أستاذ مساعد- أستاذ)جامعة الازهر كليتي العلوم والتربية ومن أربعة جامعات أخرى وهي جامعات (المنصورة- أسيوط -عين شمس -قناة السويس) حيث بلغ مجتمع الدراسة حوالي 2528 عضو هيئة تدريس بينما تمثلت عينة الدراسة 377 مفردة هذا وقد توصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج أهمها:

- أهمية تحديد الأهداف التي تسعى كليات الجامعات محل الدراسة الى تحقيقها مع أهمية ربط الخطة الاستراتيجية للجامعة مع الكليات.

- إعادة النظر في الخطط الاستراتيجية للتعرف على احتياجات الطلاب.
 - إنشاء مجلس اعلى للتعليم العالي يضم كل قطاعات التعليم الجامعي والعالي الحكومية والخاصة لتوحيد نظم تقويم الأداء وضبط الجودة وربطه باحتياجات سوق العمل واستراتيجيات التنمية المستدامة.
- وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من التوصيات أهمها:

- الاخذ بالخطط الاستراتيجية التربوية والتي تستقي من القرآن والسنة.
- تجميع وتوحيد الجهود في مجال التأصيل الإسلامي وربطه بالتخطيط الاستراتيجي.

4-دراسة ابوخريص واخرون، 2023، التخطيط الاستراتيجي بين النظرية والممارسة بمؤسسات التعليم العالي "بالنظر على الاكاديمية الليبية للدراسات العليا طرابلس- ليبيا. (مجلة العلوم الإنسانية والطبيعية).

هدفت الدراسة الى التعرف على مدى ممارسة عملية التخطيط الاستراتيجي بمؤسسات التعليم العالي بالأكاديمية الليبية طرابلس وذلك من خلال عرض وتحليل مفهوم عملية التخطيط الاستراتيجي (الرؤية – الرسالة – القيم – الأهداف) ومن

ثم التحليل الاستراتيجي يليه الصياغة الاستراتيجية، عملية التنفيذ، متابعة وتقويم الخطة الاستراتيجية كما قامت الدراسة بطرح تساؤل رئيسي:

س: ما هو واقع ممارسة التخطيط الاستراتيجي بمؤسسات التعليم العالي بصفة عامة والأكاديمية الليبية بصفة خاصة؟ ومن ثم تحليل ابعاده، كما تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي وذلك بمراجعة الادبيات ذات الصلة بموضوع الدراسة بالإضافة الى البيانات الصادرة عن الهيأت الرسمية بوزارة التعليم والبحث العلمي، كما توصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج أهمها:

التأكيد على مدى أهمية نهج أسلوب عملية التخطيط الاستراتيجي كأسلوب عمل تستطيع المنظمات من خلاله تحقيق أهدافه بكفاءة وفعالية.

عدم توفر البيانات والمعلومات اللازمة والتي يمكن الاعتماد عليها عند ممارسة التخطيط الاستراتيجي للتعليم العالي. كما توصلت الدراسة الى جملة من التوصيات أهمها: ضرورة العمل على نشر ثقافة التخطيط الاستراتيجي بالأكاديمية حتى يكون له الأثر الإيجابي على مستقبل الأكاديمية في هذا المجال. العمل على التوصيف الواضح والدقيق والمعتمد لأغلب المناهج بمختلف التخصصات بالأكاديمية وتفعيل عنصر الرقابة من جانب الأقسام العلمية.

5-دراسة توفيق الرقب، 2024، تحليل إثر التعاقب القيادي في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة في مؤسسات التعليم العالي بالمملكة العربية السعودية، مجلة الآداب للدراسات النفسية والتربوية - المملكة العربية السعودية.

هدفت هذه الدراسة الى تحليل إثر التعاقب القيادي في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة في مؤسسات التعليم العالي بالمملكة العربية السعودية ولتحقيق اهداف الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي الارتباطي وتم استخدام الاستبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات وتكونت عينة الدراسة من (245) قائدا من القيادات الأكاديمية بالجامعات السعودية وتوصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج أهمها:

ان المتوسط العام لتصورات القيادات الأكاديمية لممارسة تخطيط التعاقب القيادي جاء بدرجة متوسطة وان المتوسط العام لتصوراتهم حول الميزة التنافسية جاءت مرتفعة.

وجود تأثير ذي دلالة إحصائية لممارسة تخطيط التعاقب القيادي بأبعاده (المسار الوظيفي، تمكين العاملين، الجدارات الوظيفية -تقييم الأداء) في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة ببعدها (الجودة الاستجابة).

واوصت الدراسة بضرورة اهتمام الجامعات السعودية بممارسة تخطيط التعاقب القيادي لما لها من أثر كبير في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة.

6-دراسة هزاع، 2024، أثر المرونة الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة في الجامعات الاهلية العاملة باليمن مجلة الآداب، العدد 2 جامعة ذمار كلية الآداب.

ه دفت الدراسة الى التعرف على أثر المرونة الاستراتيجية (المرونة التنافسية – مرونة الموارد) في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة في الجامعات الاهلية العاملة باليمن واستخدمت الدراس المنهج الوصفي التحليلي والاستبانة أداة لجمع البيانات من أفراد عينة الدراسة البالغة 291 مفردة وهي عبارة عن عينة عشوائية طبقية من القيادات الأكاديمية والإدارية في الجامعات التي مضى على تأسيسها أكثر من 10 سنوات ولا يقل عدد أعضاء هيئة التدريس فيها عن 45 عضو هيئة تدريس حيث استهدفت الدراسة حوالي 8 جامعات أهلية وقد توصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج أهمها:

■ ان اعلى ممارسة للمرونة الاستراتيجية في الجامعات محل الدراسة كان بعد مرونة الموارد وأقلها المرونة التنافسية.

■ يوجد اهتمام بشبكات الاتصال الداخلية لتسهيل تبادل المعلومات بين الوحدات الإدارية وكذلك إنشاء علاقات واسعة مع غيرها من المؤسسات.

■ هناك قصورا لدى الجامعات محل الدراسة في توليد خيارات استراتيجية لمواجهة التهديدات ودعم المبدعين.

■ للمرونة إثر إيجابيا في تحقيق الميزة التنافسية في الجامعات محل الدراسة.

كما اوصت الدراسة بالآتي:

■ تعزيز ممارسة المرونة الاستراتيجية لاسيما بعد المرونة التنافسية كونها الأقل ممارسة في الجامعات محل الدراسة.

■ العمل على زيادة الاهتمام بتطوير واستخدام التكنولوجيا في تقديم الخدمات في الجامعات محل الدراسة.

■ الاستمرار في إقامة علاقات تعاون وشراكة مع جامعات ومؤسسات والعمل على توسيعها وتطويرها.

موقع الدراسة من الدراسات السابقة وأوجه الشبه والاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة:

يتضح من خلال استعراض الدراسات السابقة المتعلقة بمتغيرات الدراسة ما يلي:

■ استفادت الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في صياغة تساؤل وفرضيات الدراسة وتحديد الإطار النظري لمتغيرات الدراسة وكذلك بناء عبارات الاستبيان ومعرفة مصادر جمع البيانات.

■ رغم اختلاف الدراسات السابقة حول موضوع التخطيط الاستراتيجي وابعاده إلا أنه هناك اختلاف نسبي في تناول أبعاد ومكونات هذا الموضوع ومن هنا اعتمد الباحثان في هذه الدراسة على الأبعاد التالية (الرؤية والرسالة، التميز، رضا العملاء، جودة الخدمة).

تميزت الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في مجتمع الدراسة والعينة المستخدمة وحجمها ونطاق التطبيق حيث نجد أن الدراسة الحالية ركزت على أعضاء هيئة التدريس بكلية الاقتصاد والتجارة جامعة المرقب واستخدمت الدراسة أسلوب العينة العشوائية البسيطة بالتطبيق على أعضاء هيئة التدريس بالكلية قيد الدراسة. ومن هنا تظهر الفجوة لإجراء دراسة تربط متغيرات جديدة مع بعضها البعض والتي تعتبر في حدود علم الباحثان من أوائل الدراسات التي تناولت هذا الموضوع من هذه الناحية.

تقسيمات الدراسة:

أولاً: الإطار النظري للدراسة:

التخطيط الاستراتيجي:

التخطيط عملية فكرية تعتمد على المنطق والترتيب حيث يبذل فيها جهد بتوضيح الأهداف التي تدبرها الإدارة والبحث عن أفضل الوسائل لتحقيقها وكذلك للتنبؤ أو التوقع والمعلومات التي يمكن أن تعترضها وكيفية التغلب عليها (على السلمي وآخرون ص 7).

أهمية التخطيط الاستراتيجي:

يعتبر التخطيط عموماً والتخطيط الاستراتيجي على وجه الخصوص من أهم الوظائف الإدارية لأنه يعد أساساً لهذه الوظائف، فإذا ما توجد لدى الإدارة خطة، فإن ذلك يعني أنها لن تستطيع ممارسة وظائف الإدارة الأخرى كالتنظيم والتوجيه والرقابة، فالتخطيط هو المعيار الأساسي للقيام بهذه الوظائف.

مقومات التخطيط الاستراتيجي:

يشمل التخطيط من المقومات مثل المعلومات الكافية والحديثة والدقيقة ووضوح الأهداف والاستخدام الرشيد للموارد المتاحة والممكنة والموارد مثل وضع الأهداف والمعايير ورسم البيانات والإجراءات والتنبؤات وإعداد الميزانيات، ووضع البرامج ومشروعات العمل والجدول الزمني لها.

وتعتبر الخطط التنظيمية بمثابة الإطار الذي يحفز ويحقق التكامل بين الأنشطة الفردية داخل المؤسسة، وتحديد الخطط وما يجب أن تؤديه المؤسسة وأين ومتى وكيف ومن الذي يقوم بالأداء (مدحت محمد 2009).

التنافسية والميزة التنافسية في المنظمات الحديثة

تمهيد:

- إن امتلاك مؤسسة ما ميزة تنافسية تتميز بها عن منافسيها سواء المباشرين منهم أو غير المباشرين يقوي من وضعيتها التنافسية في السوق ويجعلها تستقطب زبائن جدد وكذلك التوسيع من حصتها السوقية، وهذه الميزة ذات أنواع وخصائص، كل يزيد أو ينقص من فاعليتها، ويمكن أن تظهر هذه الميزة على عدة أشكال منها: المنتج، والخدمات بأنواعها (الأساسية والمكملة)، وكيفية الإنتاج، والتنظيم، والأنشطة التسويقية، ... إلخ.
- ولخلق هذه الميزة التنافسية التي ستضع المؤسسة في موقف تنافسي أقوى من المنافسين، يجب على المؤسسة أن تراعي حاجيات المستهلك أو المستعمل في عملية الإنتاج، وتراعي تقلبات أذواق المستهلكين وكذلك ثقافة المنطقة والأخذ بأراء الزبائن، ونتيجة لذلك يساهم بدرجة أكبر في قبوله للمنتج الجديد، مع إعطاء ولائه إليه (تامر البكري، 2008).

التنافسية على مستوى المنظمة:

- إن هدف كل المؤسسات هو الربحية مع التفكير نحو المستقبل من حيث البقاء والاستمرار، في بناء القدرة التنافسية على المستوى المحلي أو العالمي صار ضرورة حتمية من أجل الصراع نحو البقاء، فتعرف التنافسية على مستوى المؤسسة بأنها "القدرة على إنتاج السلع والخدمات بنوعية جيدة، وتقديمها بسعر مناسب وفي الوقت المناسب" ومن هنا نفهم بأن التنافسية على مستوى المؤسسة هي قدرتها على تلبية حاجات المستهلكين بشكل أكثر كفاءة من المنافسين (حايث شيزار 2004 / 2005).

التنافسية على المستوى الكلي:

كما يعرفها (UNCTAD United Nations Conference on Trade and Development) وهو مؤتمر الأمم المتحدة الخاص بالتجارة والتطوير، على إنها "الوضع الذي يمكن للدولة في ظل شروط السوق الحرة والعدالة من إنتاج السلع والخدمات التي تلاءم الأذواق العالمية" (فريد عمر، تحسين، 2016).

مؤشرات قياس التنافسية على المستوى الكلي:

- مؤشر التنافسية الأول: البنية الأساسية المؤسسية: والتي تحدد بالإطار القانون الإداري الذي من خلالها تمارس المؤسسات والأفراد والحكومة نشاطها لتوليد الدخل والثروة، وقد زادت أهمية دور هذه البنية الأساسية المؤسسية في الآونة الأخيرة في ظل الأزمة المالية العالمية، وما نتج عنها من دور أكثر فعالية للحكومة والتنظيم الاقتصادي.
- مؤشر التنافسية الثاني: البنية التحتية: تعد البنية التحتية الكفاءة والملائمة أحد محددات التنافسية الأساسية التي تؤثر على فعالية العملية الإنتاجية في الاقتصاد، كما أنها عامل مهم في اختيار الموقع الجغرافي ونوع العمليات للنشاط الاقتصادي.
- مؤشر التنافسية الثالث: الاستقرار الاقتصادي: يعني عدم وجود أزمات اقتصادية كالتضخم (ارتفاع مستمر في معدل الأسعار) والركود الاقتصادي (انخفاض القوة الشرائية) والبطالة وغير ذلك (حازم الوادي، 2009).

- مؤشر التنافسية الثاني: البنية التحتية: تعد البنية التحتية الكفوة والملائمة أحد محددات التنافسية الأساسية التي تؤثر على فعالية العملية الإنتاجية في الاقتصاد، كما أنها عامل مهم في اختيار الموقع الجغرافي ونوع العمليات للنشاط الاقتصادي.
- مؤشر التنافسية الثالث: الاستقرار الاقتصادي: يعني عدم وجود أزمات اقتصادية كالتضخم (ارتفاع مستمر في معدل الأسعار) والركود الاقتصادي (انخفاض القوة الشرائية) والبطالة وغير ذلك (حازم الوادي، 2009).
- مؤشر التنافسية الثاني: البنية التحتية: تعد البنية التحتية الكفوة والملائمة أحد محددات التنافسية الأساسية التي تؤثر على فعالية العملية الإنتاجية في الاقتصاد، كما أنها عامل مهم في اختيار الموقع الجغرافي ونوع العمليات للنشاط الاقتصادي.
- مؤشر التنافسية الثالث: الاستقرار الاقتصادي: يعني عدم وجود أزمات اقتصادية كالتضخم (ارتفاع مستمر في معدل الأسعار) والركود الاقتصادي (انخفاض القوة الشرائية) والبطالة وغير ذلك (حازم الوادي، 2009).
- ماكملون وتامبو Macmilland&tampo: "هي الوسيلة التي تمكن المنظمة من تحقيق التفوق في ميدان منافستها مع الآخرين" (موسى سهام والعمودي مينة، 2010).

الميزة التنافسية:

إن الميزة التنافسية تخضع إلى اتجاهات مختلفة تجاه النظر إليها والتركيز عليها، وهذا ما يعكس صعوبتها ودرجة تعقيدها واختلافها من منظمة إلى أخرى في كيفية استخدامها أو التعامل معها، ومن أهم التعاريف الخاصة بها:

مايكل بورتر M.Porter: "الميزة التنافسية هي محور أداء الشركات في سوق المنافسة" ويشرح بورتر هذا التعريف على أنه قدرة امتلاك المؤسسة الفرصة على تخفيض التكاليف وتنويع حافظة الأنشطة وكذلك سياسة تركيز ناجحة. (Richard

p. Rumelt 2003 p 01).

تانيا: الإطار العملي للدراسة:

أداة الدراسة:

بعد الاطلاع على الإطار النظري والعديد من الدراسات السابقة في موضوع الدراسة تم استخدام الاستبيان كأداة أساسية لجمع البيانات من أجل تحقيق أهداف الدراسة وتتكون استمارة الاستبيان من مجموعتين رئيسيتين المجموعة الأولى تتعلق بالبيانات الشخصية والبيبلوغرافية عن المبحوثين والمتمثلة بالجنس والمؤهل العلمي، وسنوات الخبرة، وعدد الأوراق العلمية المنشورة، والدرجة العلمية.

بينما تتعلق المجموعة الثانية بأبعاد الدراسة ومتغيراتها. أخيرا السؤال المقترح والذي يطلب فيه من أفراد العينة إبداء أية إضافات أو تعليقات حول موضوع الدراسة، أعطيت جميع الأسئلة أوزانا متدرجة وفقا لسلم ليكرت (Likret) الخماسي وأعطى كل منها وزنا مدرجا على النحو الاتي (غير موافق بشدة = 1، غير موافق = 2، محايد = 3، موافق = 4، موافق بشدة = 5)

صدق وثبات الأداء:

للتأكد من صدق أداة الاستبيان ومدى صلاحيتها للقياس قام الباحثين بعرضه على مجموعة من الأكاديميين في كلية اقتصاد الخمس وذلك من حيث مدى ملائمة الفقرات وطريقة صياغتها ومدى سلامة ووضوح اللغة التي كتب بها وقد أجمع أغلبهم على صلاحية الأداة وذلك بعد الأخذ بتوصياتهم في تعديل بعض الفقرات حتى أصبحت استمارة الاستبيان بشكلها النهائي كما هو موضح في متن الدراسة. أما من حيث الثبات فقد تم استخدام معامل الارتباط ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) لإيجاد معاملات الاتساق الداخلي لأبعاد الاستبيان حيث بلغت قيمته (0.959)، وهذا يعني أن أداة الدراسة تتمتع بدرجة ثبات عالية تسمح باستخدامها بثقة.

المعالجة الإحصائية:

الأساليب الإحصائية المستخدمة:

- التوزيعات التكرارية: لتحديد عدد التكرارات، والنسبة المئوية للتكرار التي تتحصل عليه كل إجابة، منسوبا إلى إجمالي التكرارات، وذلك لتحديد الأهمية النسبية لكل إجابة ويعطي صورة أولية عن إجابة أفراد مجتمع الدراسة على العبارات المختلفة.
- معامل ألفا كرونباخ: للتأكد من ثبات إجابات المستهدفين حول متغيرات الدراسة.
- التجزئة النصفية: للتأكد من ثبات إجابات المستهدفين حول متغيرات الدراسة.
- معامل الارتباط: لإيجاد العلاقة بين كل عبارة وإجمالي محورها وبين كل محور من محاور الاستبيان وإجماليه.
- المتوسط الحسابي المرجح، لتحديد اتجاه الإجابة لكل عبارة من عبارات المقياس وفق مقياس التدرج الخماسي.
- الانحراف المعياري: يستخدم الانحراف المعياري لقياس تشتت الإجابات ومدى انحرافها عن متوسطها الحسابي.
- الاختبار التائي (One Sample T-Test) لتحديد معنوية الفروق بين متوسط إجابات المستهدفين ومتوسط القياس (3).
- تباين الانحدار: لتحديد أثر المتغير المستقل على المتغير التابع.

صدق الاتساق البنائي:

جدول (2): يوضح معامل الارتباط بين محاور الدراسة وإجمالي الاستبيان ومعامل ألفا كرونباخ.

ت	المحاور	عدد الفقرات	معامل الارتباط	قيمة الدلالة الإحصائية	معامل ألفا كرونباخ
1	الرؤية والرسالة	6	**0.807	0.000	0.892
2	التميز	6	**0.833	0.000	0.880
3	رضا العملاء	8	**0.749	0.000	0.787
4	جودة الخدمة	7	**0.859	0.000	0.870
5	الميزة التنافسية	25	**0.943	0.000	0.912
6	الإجمالي	52	-	-	0.959

** القيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية (0.01)

لقد بينت النتائج في الجدول (01) أن قيم الدلالة الإحصائية جميعها أقل أو تساوي 0.05 وهي دالة إحصائية وتشير إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية بين كل محور من محاور الاستبيان وإجمالي الاستبيان وثبتت صدق الاتساق البنائي لأداة الدراسة.

الثبات:

وهو الاتساق في نتائج المقياس إذ يعطي النتائج نفسها بعد تطبيقه مرتين في زمنين مختلفين على الأفراد أنفسهم، وتم حساب الثبات عن طريق معامل ألفا كرونباخ، حيث إن معامل ألفا يزودنا بتقدير جيد في أغلب المواقف وتعتمد هذه الطريقة على اتساق أداء الفرد من فقرة إلى أخرى، وأن قيمة معامل ألفا للثبات تعد مقبولة إذا كانت (0.6) وأقل من ذلك تكون منخفضة (Uma Sekaran, 2013).

الوصف الإحصائي لمحاور وأبعاد الدراسة وفق إجابات أفراد العينة

لتحديد اتجاه الإجابة لكل فقرة وكل محور من محاور الدراسة سيتم الاعتماد على طول خلايا المقياس الخماسي. أولاً: المتغير المستقل (التخطيط الاستراتيجي)، ويشمل كل من (الرؤية والرسالة، رضا العملاء، التميز، جودة الخدمة).

جدول (3): يوضح التوزيعات التكرارية ونتائج التحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة.

ر.ت	البعد	المتغير	المتوسط المرجح	الانحراف المعياري	اتجاه الإجابة
1	الرؤية والرسالة	المستقل	3.91	0.773	مرتفع
2	التميز	المستقل	3.73	0.889	مرتفع
3	رضا العملاء	المستقل	3.60	0.688	مرتفع
4	جودة الخدمة	المستقل	3.51	0.566	متوسط
5	الميزة التنافسية	التابع	3.97	0.826	مرتفع

اختبار الفرضيات:

الفرضية الرئيسية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتخطيط الاستراتيجي بأبعاده المختلفة (الرؤية والرسالة، التميز، رضا العملاء، جودة الخدمة) على تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات التعليمية العالي بكلية الاقتصاد والتجارة الخمس. ولاختبار الفرضية الرئيسية تم استخدام ارتباط بيرسون لاختبار جوهرية الأثر بين التخطيط الاستراتيجي وتحقيق الميزة التنافسية لمؤسسات التعليم العالي، فتكون العلاقة طردية إذا كانت قيمة معامل الارتباط موجبة وتكون عكسية إذا كانت قيمة معامل الارتباط سالبة، وتكون العلاقة معنوية (ذات دلالة إحصائية) إذا كانت قيمة الدلالة الإحصائية أقل من 0.05، وتكون غير معنوية إذا كانت قيمة الدلالة الإحصائية أكبر من 0.05. وسيتم تحديد دور التخطيط الاستراتيجي في تحقيق الميزة التنافسية بقطاع التعليم العالي من خلال حساب أثر التخطيط الاستراتيجي على تحقيق الميزة التنافسية بالتعليم العالي، سيتم استخدام تباين الانحدار لبيان نسبة أثر المتغير المستقل على المتغير التابع عن طريق معامل التحديد.

■ الفرضية الفرعية الأولى: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين الرؤية والرسالة وتحقيق الميزة التنافسية.

جدول (4): نتائج تباين الانحدار لتحديد أثر الرؤية والرسالة على تحقيق الميزة التنافسية.

معامل الارتباط	معامل التحديد (R2)	نسبة الأثر	قيمة الدلالة	معاملات الانحدار	
				الثابت	الرؤية والرسالة
0.695	0.483	%48.3	0.000	1.598	0.508

قيمة F المحسوبة = 86.907 درجات الحرية (1، 93)، قيمة F الجدولية = 3.8415

أظهرت النتائج وجود أثر ذو دلالة إحصائية بين الرؤية والرسالة وتحقيق الميزة التنافسية، حيث كانت قيمة معامل الارتباط (0.695)، وقيمة الدلالة الإحصائية تساوي (0.000) وهي أقل من 0.05 وتشير إلى معنوية العلاقة بين المتغيرين، أي إن الاهتمام بالرؤية والرسالة يساهم في تحقيق الميزة التنافسية.

ولتحديد أثر الرؤية والرسالة في تحقيق الميزة التنافسية، فإن قيمة F تساوي (86.907) وهي قيمة مرتفعة قياساً بالقيمة الجدولية (3.8415)، وكانت قيمة الدلالة الإحصائية (P-Value) تساوي (0.000) وهي أقل من 0.05، وهذا يدل ويؤكد القوة التفسيرية العالية لنموذج الانحدار الخطي من الناحية الإحصائية، وكانت قيمة معامل التحديد (0.483) وتدل على أن ما نسبته (48.3%) من التغيرات في تحقيق الميزة التنافسية يعود إلى الرؤية والرسالة ما لم يؤثر مؤثر آخر، وكانت قيمة الدلالة الإحصائية لاختبار t تساوي (0.000) وهي أقل من (0.05)، وتشير إلى معنوية هذا الأثر، لذا يتم قبول الفرضية الفرعية الأولى " يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين الرؤية والرسالة والميزة التنافسية ".
 ■ الفرضية الفرعية الثانية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين التميز وتحقيق الميزة التنافسية:

جدول (5): نتائج تباين الانحدار لتحديد أثر التميز على تحقيق الميزة التنافسية.

معامل الارتباط	معامل التحديد (R2)	نسبة الأثر	قيمة الدلالة	معاملات الانحدار	
				الثابت	التميز
0.697	0.486	48.6%	0.000	1.934	0.444

قيمة F المحسوبة = 88.082 درجات الحرية (1، 93)، قيمة F الجدولية = 3.8415

أظهرت النتائج وجود أثر ذو دلالة إحصائية بين التميز وتحقيق الميزة التنافسية، حيث كانت قيمة معامل الارتباط (0.697)، وقيمة الدلالة الإحصائية تساوي (0.000) وهي أقل من 0.05 وتشير إلى معنوية الأثر بين المتغيرين، أي إن الاهتمام بالتميز يساهم في تحقيق الميزة التنافسية. ولتحديد أثر التميز في تحقيق جودة الميزة التنافسية، فإن قيمة F تساوي (88.082) وهي قيمة مرتفعة قياساً بالقيمة الجدولية (3.8415)، وكانت قيمة الدلالة الإحصائية (P-Value) تساوي (0.000) وهي أقل من 0.05، وهذا يدل ويؤكد القوة التفسيرية العالية لنموذج الانحدار الخطي من الناحية الإحصائية، وكانت قيمة معامل التحديد (0.486) وتدل على أن ما نسبته (48.6%) من التغيرات في الميزة التنافسية يعود إلى تنظيم التميز ما لم يؤثر مؤثر آخر، وكانت قيمة الدلالة الإحصائية لاختبار t تساوي (0.000) وهي أقل من (0.05)، وتشير إلى معنوية هذا الأثر، لذا يتم قبول الفرضية الفرعية الثانية " يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين التميز وتحقيق الميزة التنافسية ".

الفرضية الفرعية الثالثة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين رضا العملاء وتحقيق الميزة التنافسية:

جدول (6): نتائج تباين الانحدار لتحديد أثر رضا العملاء على تحقيق الميزة.

معامل الارتباط	معامل التحديد (R2)	نسبة الأثر	قيمة الدلالة	معاملات الانحدار	
				الثابت	رضا العملاء
0.621	0.385	38.5%	0.000	1.799	0.511

قيمة F المحسوبة = 58.31 درجات الحرية (1، 93)، قيمة F الجدولية = 3.8415

أظهرت النتائج وجود أثر ذو دلالة إحصائية بين رضا العملاء وتحقيق الميزة التنافسية، حيث كانت قيمة معامل الارتباط (0.621)، وقيمة الدلالة الإحصائية تساوي (0.000) وهي أقل من 0.05 وتشير إلى معنوية الأثر بين المتغيرين، أي إن الاهتمام برضا العملاء يساهم في تحقيق الميزة التنافسية. ولتحديد أثر رضا العملاء في تحقيق الميزة التنافسية، فإن قيمة F تساوي (58.31) وهي قيمة مرتفعة قياساً بالقيمة الجدولية (3.8415)، وكانت قيمة الدلالة الإحصائية (P-Value) تساوي (0.000) وهي أقل من 0.05، وهذا يدل ويؤكد القوة التفسيرية العالية لنموذج الانحدار الخطي من الناحية الإحصائية، وكانت قيمة معامل التحديد (0.385) وتدل على أن ما نسبته (38.5%) من التغيرات في تحقيق الميزة التنافسية يعود إلى رضا العملاء ما لم يؤثر مؤثر آخر، وكانت قيمة الدلالة الإحصائية لاختبار t تساوي (0.000) وهي أقل من (0.05)، وتشير إلى معنوية هذا الأثر، لذا يتم قبول الفرضية الفرعية الثالثة " يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين رضا العملاء وتحقيق الميزة التنافسية ".

الفرضية الفرعية الرابعة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين جودة الخدمة وتحقيق الميزة التنافسية

جدول (7): نتائج تباين الانحدار لتحديد أثر جودة الخدمة على تحقيق الميزة التنافسية

معامل الارتباط	معامل التحديد (R2)	نسبة الأثر	قيمة الدلالة	معاملات الانحدار	
				الثابت	جودة الخدمة
0.751	0.565	56.5%	0.000	1.855	0.515

قيمة F المحسوبة = 120.51 درجات الحرية (1، 93)، قيمة F الجدولية = 3.8415

أظهرت النتائج وجود أثر ذو دلالة إحصائية بين جودة الخدمة وتحقيق الميزة التنافسية، حيث كانت قيمة معامل الارتباط (0.751)، وقيمة الدلالة الإحصائية تساوي (0.000) وهي أقل من 0.05 وتشير إلى معنوية الأثر بين المتغيرين، أي إن الاهتمام في جودة الخدمة يساهم في تحقيق الميزة التنافسية. ولتحديد أثر جودة الخدمة في تحقيق الميزة التنافسية، فإن قيمة F تساوي (120.561) وهي قيمة مرتفعة قياساً بالقيمة الجدولية (3.8415)، وكانت قيمة الدلالة الإحصائية (P-Value) تساوي (0.000) وهي أقل من 0.05، وهذا يدل ويؤكد القوة التفسيرية العالية لنموذج الانحدار الخطي من الناحية

الإحصائية، وكانت قيمة معامل التحديد (0.565) وتدل على أن ما نسبته (56.5%) من التغيرات في تحقيق الميزة التنافسية يعود إلى جودة الخدمة ما لم يؤثر مؤثر آخر، وكانت قيمة الدلالة الإحصائية لاختبار t تساوي (0.000) وهي أقل من (0.05)، وتشير إلى معنوية هذا الأثر، لذا يتم قبول الفرضية الفرعية الرابعة " يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين جودة الخدمة وتحقيق الميزة التنافسية ".

الفرضية الرئيسية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتخطيط الاستراتيجي بأبعاده المختلفة (الرؤية والرسالة، التميز، رضا العملاء، جودة الخدمة) على تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات التعليمية.

جدول (8): نتائج تباين الانحدار لتحديد أثر التخطيط الاستراتيجي على تحقيق الميزة التنافسية

0.826	معامل الارتباط
0.682	معامل التحديد (R2)
0.000	قيمة الدلالة الإحصائية
%68.2	نسبة الأثر
1.089	الثابت
0.185	الرؤية والرسالة
0.105	التميز
0.154	رضا العملاء
0.25	جودة الخدمة

قيمة F المحسوبة = 48.203، درجات الحرية (4،90)، قيمة F الجدولية = 2.4472

أظهرت النتائج وجود أثر ذو دلالة إحصائية بين التخطيط الاستراتيجي وتحقيق الميزة التنافسية، حيث كانت قيمة معامل الارتباط (0.826)، وقيمة الدلالة الإحصائية تساوي (0.000) وهي أقل من 0.05 وتشير إلى معنوية الأثر بين المتغيرين، أي إن الاهتمام بالتخطيط الاستراتيجي يرفع من مستوى تحقيق الميزة التنافسية. ولتحديد أثر التخطيط الاستراتيجي في تحقيق الميزة التنافسية، فإن قيمة F تساوي (48.203) وهي قيمة مرتفعة قياساً بالقيمة الجدولية (2.4472)، وكانت قيمة الدلالة الإحصائية (P-Value) تساوي (0.000) وهي أقل من 0.05، وهذا يدل ويؤكد القوة التفسيرية العالية لنموذج الانحدار الخطي من الناحية الإحصائية، وكانت قيمة معامل التحديد (0.682) وهي تشير إلى أن ما نسبته (68.2%) من التغيرات في تحقيق الميزة التنافسية يعود إلى التخطيط الاستراتيجي ما لم يؤثر مؤثر آخر، لذا يتم قبول الفرضية الرئيسية " يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين التخطيط الاستراتيجي وتحقيق الميزة التنافسية ".

النتائج والتوصيات

أولاً: النتائج: من خلال التحليل الإحصائي للبيانات ظهرت مجموعة من النتائج والتي يمكن تلخيصها في الآتي:

- بينت الدراسة وجود أثر ذو دلالة إحصائية بين الرؤية والرسالة وتحقيق الميزة التنافسية، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (0.695)، نتج عنها أثر نسبته (48.3%)، والذي بين دور الرؤية والرسالة في تحقيق الميزة التنافسية، مما نتج عنه قبول الفرضية الفرعية الأولى (جدول 16).
- كشفت الدراسة وجود أثر ذو دلالة إحصائية بين التميز وتحقيق الميزة التنافسية، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (0.697)، نتج عنها أثر نسبته (48.6%)، والذي بين دور التميز في تحقيق الميزة التنافسية، مما نتج عنه قبول الفرضية الفرعية الثانية (جدول 17).
- أوضحت الدراسة وجود أثر ذو دلالة إحصائية بين رضا العملاء وتحقيق الميزة التنافسية، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (0.621)، نتج عنها أثر نسبته (38.5%)، والذي بين دور رضا العملاء في تحقيق الميزة التنافسية، مما نتج عنه قبول الفرضية الفرعية الثالثة (جدول 18).
- أظهرت الدراسة وجود أثر ذو دلالة إحصائية بين جودة الخدمة وتحقيق الميزة التنافسية، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (0.751)، نتج عنها أثر نسبته (56.5%)، والذي بين دور جودة الخدمة في تحقيق الميزة التنافسية، مما نتج عنه قبول الفرضية الفرعية الرابعة (جدول 19).
- أوضحت الدراسة وجود أثر ذو دلالة إحصائية بين التخطيط الاستراتيجي وتحقيق الميزة التنافسية، والذي بين أثر التخطيط الاستراتيجي في تحقيق الميزة التنافسية، مما نتج عنه قبول الفرضية الرئيسية (جدول 20).
- أوضحت الدراسة إن مستوى الرؤية والرسالة، التميز، رضا العملاء، جودة الخدمة كان مرتفعاً بالكلية قيد الدراسة.

ثانياً: التوصيات:

- بعد تحليل البيانات التي تم جمعها والوصول إلى استنتاجاتها، فإن الدراسة توصي بالآتي:
- العمل على وضع آلية لإجراء بحوث عملية تعاونية مشتركة للتخطيط الإستراتيجي مع المؤسسات والقطاعات الأخرى ذات العلاقة بهذا المجال.
- الحرص على وجود آلية لتوثيق معدلات الاستشهاد للأبحاث العملية التي أنتجتها الكلية في مجال التخطيط الإستراتيجي.
- ضرورة وضع آلية لتوفير الإمكانيات المادية اللازمة لأعضاء هيئة التدريس والكوادر المساندة التي تمكنهم من أداء واجباتهم بكل كفاءة وفاعلية.

- وضع آلية لتنمية القدرات المهنية لأعضاء هيئة التدريس والكوادر المساندة الاهتمام ببرامج التدريب وتطويرها بشكل مستمر.
- الحرص على أن تظهر الخطة الإستراتيجية للمؤسسة التزامها بتشجيع زيادة تنمية الأعمال والمشاريع في كافة المجالات.
- وضع آلية يتم من خلالها تعويض أصحاب المصلحة وتحفيزهم لإبداء آرائهم ومقترحاتهم لغرض التطوير والتحسين.
- ضرورة أن يكون للكلية مكتب خاص يتولى تنسيق برامجها للتخطيط الإستراتيجي ورسم السياسات لخدمات المجتمع والبيئة.
- وضع آلية تسهم من خلالها مؤسسات التعليم العالي في تنفيذ المشاريع التنموية الاقتصادية والاجتماعية ورسم السياسات.
- العمل على وجود آلية معينة يمكن من خلالها التعرف على مشاكل المجتمع المحلي والبيئة المحيطة لضمان جودة التخطيط الاستراتيجي للمؤسسة قيد الدراسة.
- ضرورة وجود آلية لتوثيق وضمان سلامة البيانات التي يتم جمعها من أجل إدخال أي تحسينات ضرورية وقياس أثرها للمؤسسة قيد الدراسة.

قائمة المصادر والمراجع

أولاً: المصادر العربية:

1/ الكتب

1. تامر البكري، استراتيجيات التسويق دار اليازوري، عمان الأردن، 2008.
2. حازم الوادي النظام الاقتصادي في الإسلام دار الكتاب الثقافي، إربد-الأردن، 2009.
3. مدحت محمد، مقومات التخطيط والفكر الاستراتيجي المتميز، (القاهرة: المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2009م).
4. علي السلمي وآخرون، سياسات الإدارة، (القاهرة: مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح).
5. هدى سيد لطيف، الأسس العلمية للإدارة، (الأردن: الشركة العربية للتوزيع والنشر).
6. شوقي ناجي، إدارة الأعمال، (عمان، دار الحامد، 2000م).

2/ الرسائل العلمية والدوريات

1. رجب كمال الشامى، 2015، آمنيات استراتيجية التعليم العالي (تقييم الأنشطة التعليمية في الجامعات الحكومية التركية) أطروحة دكتوراة، (غير منشورة) كلية الاقتصاد جامعة اسطنبول تركيا.
2. هاني عبيد وأخرون، 2021م، أثر التخطيط الاستراتيجي على القدرة التصديرية لشركات الزيوت النباتية (الدور الوسيط للقدرة التنافسية، مجلة البحوث والبيئة، جامعة مدينة السادات جمهورية مصر العربية).
3. كمال عجمي عبدالن، 2021، واقع التخطيط الاستراتيجي للجامعات المصرية في ضوء معايير الجودة من المنظور الإسلامي. مجلة كلية التربية- القاهرة العدد 190 الجزء (2) ابريل 2021م
4. عمران ابوخريص، عبدالله عويدان، 2023، التخطيط الاستراتيجي بين النظرية والممارسة بمؤسسات التعليم العالي "بالتطبيق على الأكاديمية الليبية للدراسات العليا طرابلس- ليبيا. (مجلة العلوم الإنسانية والطبيعية).
5. توفيق الرقب، 2024، تحليل إثر التعاقب القيادي في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة في مؤسسات التعليم العالي بالمملكة العربية السعودية، مجلة الاداب للدراسات النفسية والتربوية- المملكة العربية السعودية.
6. فيصل هزاع، 2024، أثر المرونة الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة في الجامعات الاهلية العاملة باليمن. مجلة الاداب، العدد (2) جامعة دمار كلية الاداب.
7. فريد عمر، تحسين مناخ الاستثمار الأجنبي كآلية لتفعيل تنافسية الاقتصاد الجزائري، أطروحة دكتوراه (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة-الجزائر، 2016.
8. بن حكومة، م. أ.، الكشر، إ. ع.، شقاف، أ. ر. (2023). مستوى ممارسة التخطيط الاستراتيجي في الجامعات الليبية وعلاقته بالاعتماد وضمان الجودة. مجلة شمال إفريقيا للنشر العلمي (NAJSP)، 3(1)، 64-79.
9. قويرب، ع. أ. أ. (2024). دراسة حول دور الماجستير التقني والفني في رفع مستوى الخريجين بالمعاهد العليا والكليات التقنية. المجلة الأفروآسيوية للبحث العلمي (AAJSR)، 2(5)، 206-211.
10. الهوشي، غ.، الهوشي، ر. (2024). دور الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته في تحسين جودة التعليم العالي. المجلة الأفروآسيوية للبحث العلمي (AAJSR)، 2(5)، 176-180.
11. العقوري، ن. م. س.، بوحديدة، أ. ش. م. ع. (2024). دور إدارة مؤسسات التعليم العالي في تحقيق التنمية المستدامة من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس بجامعة اجدابيا. المجلة الأفروآسيوية للبحث العلمي (AAJSR)، 2(5)، 700-715.
12. شبيك، س. ف. ع. (2024). واقع التعليم التقني العالي في ليبيا ومشكلاته: دراسة تحليلية. المجلة الأفروآسيوية للبحث العلمي (AAJSR)، 2(5)، 450-458.

13. بن سلامة، ع. ر.، بركة، م. ن.، المرغلي، ز. م.، التيجاني، إ. م. (2024). أثر التخطيط الاستراتيجي على النجاح المؤسسي: المعهد العالي للعلوم والتقنية – الشموخ نموذجًا. المجلة الأفروآسيوية للبحث العلمي (AAJSR)، 5(2)، 772-759.
14. عمر، ر. ع. أ. (2024). دراسة تطبيق منهجية الحیود السداسي الرشيق لتحسين جودة التعليم العالي التقني والفني في ليبيا: دراسة حالة المعهد العالي للتقنيات الهندسية – بنغازي. المجلة الأفروآسيوية للبحث العلمي (AAJSR)، 5(2)، 745-732.
15. البكوش، م. ك. (2024). تطبيقات الذكاء الاصطناعي ودورها في تعزيز الاستراتيجيات التعليمية في التعليم التقني والفني. المجلة الأفروآسيوية للبحث العلمي (AAJSR)، 5(2)، 240-233.
16. ابوستالة، إ. م. (2024). التكنولوجيا الرقمية وأثر ممارستها على جودة التعليم الأكاديمي من وجهة نظر أعضاء الهيئة الأكاديمية بالتعليم التقني والفني. المجلة الأفروآسيوية للبحث العلمي (AAJSR)، 5(2)، 731-716.
17. غيث، س. أ. ع. (2024). ريادة الأعمال في المناهج الدراسية لمعاهد التعليم المتوسط التقني والفني في ليبيا: دراسة استطلاعية في معهد بنت بية المتوسط للمهن الميكانيكية والهندسية والكهربائية. المجلة الأفروآسيوية للبحث العلمي (AAJSR)، 5(2)، 370-356.
18. بوهزاوي، ح. س.، السعيطي، إ. م. (2024). متطلبات تطبيق إعادة هندسة العمليات الإدارية (الهندرة) في مؤسسات التعليم والتدريب التقني العالي: المعهد العالي للتقنيات الهندسية/القوارشة. المجلة الأفروآسيوية للبحث العلمي (AAJSR)، 5(2)، 17-1.
19. ساسي، ع. ج. س.، الحداد، ح. إ.، مرزوق، ع. خ. (2024). دور التعليم العالي في تعزيز التخصصات التقنية والمهنية: التحديات والفرص في بناء اقتصاد معرفي مستدام في مدينة مصراتة. المجلة الأفروآسيوية للبحث العلمي (AAJSR)، 5(2)، 71-61.

تانياً / المصادر الإنجليزية:

1. Richard P. Rumelt, What in the World is Competitive Advantage?, Policy Working Paper 2003-105, The Anderson School at UCLA, USA, 2003
2. Uma Sekaran: Research Methods for Business, A Skill - Building Approach, Fourth Edition, Southern Illinois University at Carbondale, 2003.
3. Uma Sekaran: Research Methods for Business, A Skill - Building Approach, Fourth Edition, Southern Illinois University at Carbondale, 2003.
4. Robert V. Krejcie: Determin Sample size for research activities, university of Minnesota, Duluth, P607.