

Final Project 1

Code: MGM 496-PMG496

Project Template

Faculty of Management
Midocean University

عنوان المشروع

اسم الطالب

جوري فتحي بدر مجيد

مشروع التخرج- 1

كلية الإدارة _ جامعة ميدأوشن

إشراف

د .

عبد الرحيم نادر

عضو هيئة التدريس -كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

التاريخ- الفصل الدراسي

جدول المحتويات

1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة	3
1.1. المقدمة:	4
2.1. مشكلة الدراسة	5
1.2.1. فجوات على المستوى النظري	5

2.2.1. فجوات على المستوى التطبيقي	5
3.1. أهمية الدراسة	5
1.3.1. على المستوى النظري	5
2.3.1. على المستوى التطبيقي:	5
4.1. أسئلة الدراسة	6
5.1. أهداف الدراسة	6
6.1. فرضيات الدراسة	6
7.1. نموذج الدراسة	6
8.1. منهجية الدراسة	7
9.1. الدراسة الميدانية	7
10.1. مخطط المشروع المقترح	7
2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة	8
1.2. المقدمة:	9
2.2. المتغير المستقل	9
3.2. المتغير التابع	9
4.2. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع	9
5.2. الخاتمة	10
قائمة المراجع	10

1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

1.1. المقدمة:

يشهد قطاع التعليم العالي تحولات متسارعة على الصعيدين المحلي والعالمي، فرضتها التغيرات التكنولوجية والاقتصادية والاجتماعية المتلاحقة، إلى جانب تزايد التنافس بين الجامعات في جذب الطلبة وأعضاء هيئة التدريس، وتحقيق التميز الأكاديمي، والحصول على مراكز متقدمة في التصنيفات العالمية. وفي هذا السياق التنافسي، أصبح من الضروري أن تتبنى الجامعات استراتيجيات حديثة تساعد على التميز والاستمرار في تقديم خدمات تعليمية وبحثية ذات جودة عالية. ومن أبرز هذه الاستراتيجيات الحديثة مفهوم الذكاء التنافسي، الذي يُعد أداة فعّالة في دعم متخذي القرار وتمكينهم من فهم البيئة التنافسية المحيطة بشكل أعمق.

يُعرف الذكاء التنافسي بأنه "عملية جمع وتحليل المعلومات المتعلقة بالمنافسين والبيئة الخارجية، من أجل دعم اتخاذ القرارات الاستراتيجية"، وهو بذلك يُعدّ من المهارات الأساسية التي ينبغي أن يتحلى بها القادة في مختلف القطاعات، بما في ذلك قطاع التعليم العالي. حيث يساعد الذكاء التنافسي على التنبؤ بالاتجاهات المستقبلية، وفهم تحركات المنافسين، واكتشاف الفرص والتهديدات المحتملة في بيئة العمل، مما يدعم الجامعات في تعزيز ميزتها التنافسية وتحقيق الريادة في مجالات التعليم والبحث وخدمة المجتمع.

وتكمن أهمية الذكاء التنافسي في البيئة الجامعية في كونه يعزز من قدرة القيادات الأكاديمية والإدارية على اتخاذ قرارات استراتيجية قائمة على بيانات دقيقة وتحليلات شاملة، بدلاً من الاعتماد على الحدس أو الخبرة الشخصية فقط. كما يساعد على استباق التحديات، وتحديد نقاط القوة والضعف، وتوجيه الموارد بطريقة أكثر كفاءة نحو مجالات تحقق التفوق المؤسسي.

ورغم أهمية الذكاء التنافسي، إلا أن ممارسته في البيئة الجامعية لا تزال تواجه عدة تحديات، منها ضعف الوعي بأهميته، وقلة التدريب على أدواته، وغياب الآليات المؤسسية التي تدعمه، مما يحد من الاستفادة منه في تحقيق التميز المؤسسي. لذلك فإن البحث في مدى وعي القيادات الجامعية بمفهوم الذكاء التنافسي، ومدى تطبيقه فعلياً داخل الجامعات، يُعدّ أمراً بالغ الأهمية لفهم الفجوة القائمة وتقديم توصيات تساهم في تحسين الأداء المؤسسي.

ومن هذا المنطلق، تسعى هذه الدراسة إلى استكشاف دور الذكاء التنافسي لدى القيادات الجامعية في تحقيق الميزة التنافسية للجامعات، من خلال تحليل مستوى الممارسة، واستكشاف العوامل المؤثرة، وتقديم إطار مقترح يعزز من فاعلية هذه الممارسة. وتأتي هذه الدراسة مساهمة علمية في إثراء الأدبيات في هذا المجال، وتقديم تصور عملي يفيد الجامعات في سعيها نحو التميز والريادة في ظل بيئة متغيرة وتنافسية متزايدة

وإلى جانب ذلك، فإن تعزيز الذكاء التنافسي لدى القيادات الجامعية لا يقتصر فقط على الجوانب الإدارية أو الاستراتيجية، بل يتعداها إلى دعم الثقافة التنظيمية داخل الجامعة، وتشجيع الإبداع، وتحفيز المبادرات التطويرية. فالقادة القادرون على توظيف المعلومات وتحليلها بذكاء، يمتلكون القدرة على بناء ميزة تنافسية حقيقية ومستدامة، تركز على الابتكار والتميز في تقديم الخدمات الجامعية.

وفي ظل التحديات التي يواجهها قطاع التعليم العالي، كالعولمة، والتغيرات في سوق العمل، ومتطلبات الجودة والاعتماد الأكاديمي، فإن الحاجة إلى قيادة جامعية تعتمد على الذكاء التنافسي أصبحت أكثر إلحاحاً من أي وقت مضى. وهذا ما يُبرز أهمية الدراسة الحالية، التي تهدف إلى تسليط الضوء على هذا المفهوم.. وتقديم إطار بحثي يُمكن الاستفادة منه في تطوير استراتيجيات العمل داخل الجامعات السعودية والعربية

2.1. مشكلة الدراسة

في ظل التغيرات المتسارعة في بيئة التعليم العالي، تتجه الجامعات إلى تطوير استراتيجياتها لمواجهة التحديات وتحقيق التميز المؤسسي. ومع التزايد الملحوظ في حدة التنافس بين الجامعات، تتطلب المرحلة الحالية من القيادات الجامعية التسلح بأدوات حديثة تساعد على اتخاذ قرارات مبنية على بيانات وتحليل دقيق للبيئة الخارجية، ومن أبرز هذه الأدوات "الذكاء التنافسي".

ورغم أهمية هذا المفهوم، إلا أن تطبيقاته في الجامعات لا تزال محدودة، وقد تواجه بعض القيادات صعوبة في استثماره بشكل فعال. ويلاحظ غياب دراسات كافية تستكشف العلاقة بين ممارسة الذكاء التنافسي من قبل القيادات الجامعية وبين تحقيق الجامعات لميزة تنافسية مستدامة.

1.2.1. فجوات على المستوى النظري

تسهم الدراسة في توسيع الإطار النظري حول مفهومي الذكاء التنافسي والميزة التنافسية في بيئة التعليم العالي. كما تبرز أهمية القيادة الجامعية في توجيه استراتيجيات الجامعات نحو التفوق والتميز من خلال استثمار أدوات الذكاء التنافسي في صنع القرار.

1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي

تسعى الدراسة إلى تقديم نتائج واقعية يمكن أن يستفيد منها صانعو القرار والقيادات الجامعية في تحسين الأداء المؤسسي من خلال توظيف أدوات واستراتيجيات الذكاء التنافسي، بما يسهم في تحقيق ميزة تنافسية حقيقية ومستدامة للجامعات.

ومن هنا تنبع أهمية الدراسة في سعيها للإجابة عن السؤال الرئيس التالي:

ما دور الذكاء التنافسي للقيادات الجامعية في تحقيق الميزة التنافسية للجامعات؟

1.3. أهمية الدراسة

1.3.1. على المستوى النظري:

- الأهمية النظرية: تسهم الدراسة في إثراء الجانب النظري المرتبط بمفهومي الذكاء التنافسي والميزة التنافسية في مؤسسات التعليم العالي، من خلال الربط بينهما وتحليل العلاقة بين القيادة الفعالة وتحقيق التميز الجامعي.

2.3.1. على المستوى التطبيقي :

- الأهمية التطبيقية: تقدم الدراسة نتائج وتوصيات قد تساعد صناع القرار في الجامعات على تبني استراتيجيات مبنية على الذكاء التنافسي، ما يساهم في تحسين الأداء المؤسسي وتعزيز القدرة التنافسية في بيئة تتسم بالتغير المستمر.

4.1. أسئلة الدراسة

تتمثل أسئلة الدراسة في ما يلي:

1. ما مفهوم الذكاء التنافسي وأبعاده لدى القيادات الجامعية؟
2. ما مستوى ممارسة القيادات الجامعية للذكاء التنافسي في الجامعات؟
3. ما العوامل المؤثرة في فاعلية الذكاء التنافسي داخل البيئة الجامعية؟
4. ما العلاقة بين الذكاء التنافسي والميزة التنافسية للجامعات؟
5. ما أبرز التحديات التي تعيق ممارسة الذكاء التنافسي لدى القيادات الجامعية؟
6. ما المقترحات التي يمكن تقديمها لتعزيز الذكاء التنافسي وتحقيق ميزة تنافسية فعالة؟

5.1. أهداف الدراسة

1. التعرف على مفهوم الذكاء التنافسي وأهميته في السياق الجامعي.
2. قياس مستوى ممارسة الذكاء التنافسي من قبل القيادات الجامعية.
3. تحليل العلاقة بين الذكاء التنافسي وتحقيق الميزة التنافسية للجامعات.
4. تحديد أبرز التحديات التي تواجه تفعيل الذكاء التنافسي في الجامعات.
5. تقديم توصيات تساهم في تعزيز الأداء المؤسسي من خلال الذكاء التنافسي.

6.1. فرضيات الدراسة

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى الذكاء التنافسي لدى القيادات الجامعية وتحقيق الميزة التنافسية

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في ممارسة الذكاء التنافسي تعزى لمتغير النوع

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الذكاء التنافسي تبعًا لمتغير المنصب الإداري

7.1. نموذج الدراسة

نموذج البحث المقترح يعتمد على العلاقة التأثيرية بين:

- المتغير المستقل: الذكاء التنافسي (بأبعاده: جمع المعلومات، تحليلها، استخدامها الاستراتيجي)
- المتغير التابع: الميزة التنافسية (بأبعاد مثل: التميز، الاستجابة للتغير، الريادة، الجودة)

مكان التطبيق المقترح للبحث .

تُطبق الدراسة ميدانيًا في عدد من الجامعات الحكومية والأهلية في المملكة العربية السعودية، مثل:

- جامعة الملك سعود
- جامعة الأميرة نورة
- جامعة الإمام محمد بن سعود
- جامعة دار العلوم (كمثال على جامعة أهلية)

8.1. منهجية الدراسة

- المنهج المستخدم: المنهج الوصفي التحليلي.
- أداة البحث: استبانة موجهة للقيادات الجامعية (عمداء، وكلاء، رؤساء أقسام).
- التحليل الإحصائي: استخدام برامج إحصائية مثل SPSS لاختبار الفرضيات.

9.1. الدراسة الميدانية

تم إجراء هذه الدراسة ميدانيًا على عينة من القيادات الجامعية في بعض الجامعات بالمملكة العربية السعودية. تمثلت العينة في عدد من العمداء، والوكلاء، ورؤساء الأقسام الأكاديمية في الجامعات الحكومية والأهلية.

أُستخدمت الاستبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات، حيث احتوت على محورين أساسيين:

- الأول: مستوى ممارسة الذكاء التنافسي لدى القيادات الجامعية.
- الثاني: مدى تحقيق الميزة التنافسية في الجامعة -

تم توزيع الاستبانة إلكترونياً عبر البريد الجامعي والمجموعات الرسمية، وجرى التأكيد على سرية المعلومات واستخدامها لأغراض البحث فقط.

بعد جمع البيانات، تم إدخالها وتحليلها باستخدام برنامج
، وذلك لاختبار الفرضيات، واستخلاص SPSS
النتائج التي تعكس واقع ممارسة الذكاء التنافسي في
البيئة الجامعية السعودية.

10.1. مخطط المشروع المقترح

المحتوى الفصل

الإطار العام للدراسة (المشكلة، الأهداف، الفصل الأول
الأسئلة، الفرضيات)

الإطار النظري والدراسات السابقة الفصل الثاني

منهجية البحث وإجراءاته الفصل الثالث

عرض وتحليل النتائج الفصل الرابع

التفسير والمناقشة والتوصيات الفصل الخامس

2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة

1.2. المقدمة:

2.2. المتغير المستقل

3.2. المتغير التابع

4.2. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع

5.2. الخاتمة

قائمة المراجع.

- العتيبي، سارة (٢٠٢٢). الذكاء التنافسي وأثره في اتخاذ القرار لدى القيادات • السلمي، خالد (٢٠٢١). القيادة الجامعية والتميز • الأكاديمية. المجلة السعودية للإدارة • Porter, M. (1998). Competitive Strategy. Free Press. • Choo, C. W. (2002). Information Management for the Intelligent Organization. Oxford University Press. • أثير • مراجع عربية. الغامدي، ف. ب. ع. (٢٠١٩). أثر • المجلة السعودية للتربية (رسالة ماجستير الخالدي، أ. (٢٠٢٠). دور القيادة • غير منشورة). جامعة الملك سعود، الرياض • الأكاديمية في تطوير الجامعات السعودية. المجلة التربوية السعودية، ١٢(٣)، ٤٥-٦٣
1. Calof, J. L., & Wright, S. (2008). Competitive intelligence: A practitioner, academic and inter-disciplinary perspective. *European Journal of Marketing*, 42(7/8), 717–730.
2. Dishman, P. L., & Calof, J. L. (2008). Competitive intelligence: A multiphasic precedent to marketing strategy. *European Journal of Marketing*, 42(7/8), 766–785. <https://doi.org/10.1108/03090560810877114>
3. Barrett, S. E. (2010). Competitive Intelligence: Significance in Higher Education. *World Future Review*. PDF: متاح
4. Trigo, M. R., Gouveia, L. B., Quoniam, L., & Riccio, E. L. (2007). Using competitive intelligence as a strategic tool in a Higher Education context. 8th European Conference on Knowledge Management – ECKM. PDF: متاح
5. Anjo, M. F. F. (2014). Competitive Intelligence within the Higher Education Sector: an academic and organisational approach (رسالة ماجستير-البرتغال). PDF: متاح
6. Surugiu, M., & Cristea, M. (2014). Generating competitive intelligence within higher education institutions. *Review of Applied*