

أثر الرقابة الإستراتيجية على الميزة التنافسية في منظمات الخدمات
الكبيرة السعودية: قطاع الطيران في منطقة مكة المكرمة

أصاله محمد احمد
2021200171

مشروع نهائي - 2
كلية الإدارة - جامعة ميدأوشن

إشراف
د. منى مصطفى العشري
عضو هيئة التدريس - كلية الإدارة - جامعة ميدأوشن

2024 - الفصل الدراسي الثاني

الشكر والتقدير

الحمد لله على ما أنعم الله به على من فضله الخير الكثير والعلم الوفير وأعانني على إنجاز هذا العمل الذي احتسبه عبادة من العبادات جعلها الله خالصة لوجهه الكريم.

أتقدم بخالص الشكر وعظيم الامتنان للدكتورة الفاضلة د. منى مصطفى العشري على ما قدمته لي من علم وارشاد نافع مستمر، فجزاها الله عني خير الجزاء وجعل ذلك في موازين حسناتها. ك

ما أتقدم بأسمى عبارات الشكر والتقدير إلى والدي العزيزين اللذان غرسا فيني حب العلم من الصغر، وقدما لي كل غالي ونفيس، وكان لهما الفضل بعد الله فيما وصلت إليه الآن. والشكر لأخوتي وأخواني على مساعدتي في إتمام هذا المشروع بالدعم النفسي والمعنوي.

ويسرني أن أتقدم بالشكر الجزيل لمعالي مدير جامعة ميدأوشن، ولكل من مد لي يد العون أو أسدى لي معروفا بإسهامه صغيرة أو كبيرة في إنجاز هذا العمل فله مني خالص الشكر والتقدير.

الإهداء

إلى الأركان العظيمة في الحياة إلى من شاركونا رحلتنا الشاقة، إلى من سعوا في بناء مستقبل مشرق لنا، إلى والدي، شكرا بحجم بذلكما تضحيتكما لنا، فالشكر أبسط ما تحمله اليكم، إلى إخوتي وأخواتي وكل من أحب شكرا والشكر قليل في مقداركم، شكرا لوجودكم في حياتي الذي ساعدني على تخفيف وتهوين الكثير من المشقات، والصعوبات.

مستخلص الدراسة

الهدف: مع تزايد المنافسة في بيئة الأعمال، خاصة بين مؤسسات قطاع الطيران، لتحقيق رؤية السعودية 2030، هدفت هذه الدراسة إلى التنبؤ بقدرة أبعاد الرشاقة الإستراتيجية على تعزيز الميزة التنافسية لمؤسسات قطاع الطيران في منطقة مكة المكرمة.

المنهجية: اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي المسحي، حيث سيتم توزيع 385 استبانة بطريقة عشوائية طبقية على الموظفين في جميع المستويات الإدارية. وبعد التأكد من صدقها وثباتها باستخدام التحليل العاملي الاستكشافي، وألفا كرونباخ، سيتم تحليل البيانات المجمعة باستخدام برنامج SPSS.

النتائج: إن ممارسة متغير الرشاقة الاستراتيجية وأبعادها (وضوح الرؤية، القدرات الأساسية، اختيار الأهداف الاستراتيجية، سيولة الموارد) ووجود متغير الميزة التنافسية في المنظمات محل الدراسة بلغت الدرجة المتوسطة، وذلك في منظمات قطاع الطيران بمنطقة مكة المكرمة. كما وجد أن ممارسة الرشاقة في الاستراتيجيات لها تأثير ايجابي كبير بدلالة احصائية معنوية على ميزة المنظمات التنافسية مما يساعدها في تحقيق التفوق المؤسسي في بيئات الأعمال الدينامية.

التطبيقات والأهمية:

الكلمات المفتاحية: الرشاقة الإستراتيجية، الرشاقة، قطاع الطيران، الميزة التنافسية، منطقة مكة المكرمة.

جدول المحتويات

II	الشكر والتقدير	11
III	الإهداء	12
IV	مستخلص الدراسة	13
VI	جدول المحتويات	14
VIII	جدول الأشكال	15
IX	جدول الجداول	16
10	1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة	17
11	1.1. المقدمة	18
12	2.1. مشكلة الدراسة	19
13	3.1. أهمية الدراسة	20
14	4.1. أسئلة الدراسة	21
15	5.1. أهداف الدراسة	22
15	6.1. فرضيات الدراسة	23
16	7.1. نموذج الدراسة	24
17	8.1. الدراسة الميدانية	25
17	9.1. مخطط المشروع	26
18	2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة	27
19	1.2. المقدمة	28
19	2.2. الرقابة الاستراتيجية	29
22	3.2. الميزة التنافسية	30
23	4.2. أثر الرقابة الاستراتيجية على الميزة التنافسية	31
31	5.2. الخاتمة	32
32	3. الفصل الثالث: منهجية الدراسة	33
33	1.3. المقدمة	34
33	2.3. التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث	35
34	3.3. تصميم البحث (بصلة البحث)	36
35	4.3. مجتمع البحث وطرق وتقنيات أخذ العينات	37
36	1.4.3. مجتمع الدراسة	38
36	2.4.3. عينة الدراسة	39
37	5.3. طريقة جمع البيانات	40

38	6.3. أنواع البيانات
39	7.3. إجراءات التحليل الإحصائي
40	8.3. الخاتمة
41	4. الفصل الرابع: التحليل الإحصائي ومناقشة النتائج
42	1.4. المقدمة
42	2.4. توصيف عينة الدراسة
50	3.4. اختبارات الصدق والثبات للاستبيانات الدراسة
55	4.4. الإحصاء الوصفي لمتغيرات البحث
57	5.4. معاملات الارتباط الخطي بين متغيرات الدراسة
59	6.4. اختبار الفرضيات ومناقشة النتائج
66	7.4. الخاتمة
67	5. الفصل الخامس: حدود البحث والتوصيات والاستنتاجات
68	1.5. حدود الدراسة والدراسات المستقبلية
68	2.5. توصيات الدراسة
68	3.5. الخاتمة
69	قائمة المراجع
74	الملاحق
74	ملحق (أ) عناصر الاستبيان
81	ملحق (ب) الإحصاء الوصفي للعينة
106	Abstract

جدول الأشكال

16	الشكل 1.1: نموذج الدراسة
17	الشكل 2.1: هيكل مخطط مشروع الدراسة
25	الشكل 1.2: نموذج دراسة من مصدر القرني (2020)
25	الشكل 2.2 : نموذج دراسة من مصدر Alromeedy (2019)
26	الشكل 3.2: نموذج دراسة من مصدر الضابط (2022)
28	الشكل 4.2 : نموذج دراسة من مصدر Khoshnood and Nematizadeh (2017)
34	الشكل 1.3 : بصلة الدراسة من المصدر (الباحث)
43	الشكل 1.4: تصنيف العينة وفقا لاسم المنظمة
44	الشكل 2.4: تصنيف العينة وفقا للجنس
45	الشكل 3.4: تصنيف العينة وفقا للفئة العمرية
47	الشكل 4.4: تصنيف العينة وفقا للمستوى التعليمي
48	الشكل 5.4: تصنيف العينة وفقا للمستوى الإداري
49	الشكل 6.4: تصنيف العينة وفقا لفترة العمل
61	الشكل 7.4: العلاقة بين الرشاقة الاستراتيجية والميزة التنافسية
	الشكل 8.4: العلاقة بين أبعاد الرشاقة الاستراتيجية (وضوح الرؤية، القدرات الأساسية، اختيار الأهداف الاستراتيجية، سيولة الموارد) والميزة التنافسية
64	

جدول الجداول

37	جدول 1.3: عينة دراسة احتمالية طبقية غير متناسبة
38	جدول 2.3 : إحصائيات مؤشرات المتغير المستقل (الرشاقة الإستراتيجية)
38	جدول 3.3 : إحصائيات مؤشرات المتغير التابع (الميزة التنافسية)
43	جدول 1.4: توصيف عينة الدراسة وفقا لاسم المنظمة
44	جدول 2.4: توصيف عينة الدراسة وفقا للجنس
45	جدول 3.4: توصيف عينة الدراسة وفقا للفئة العمرية
46	جدول 4.4: توصيف عينة الدراسة وفقا للمستوى التعليمي
47	جدول 5.4: توصيف عينة الدراسة وفقا للمستوى الإداري
49	جدول 6.4: توصيف عينة الدراسة وفقا لعدد سنوات الخبرة
	جدول 7.4: نتائج SPS الخاصة اختبار صدق الاتساق الداخلي والصدق التقاربي لمقاييس متغيرات الدراسة
51	
54	جدول 8.4: قياس ثبات استبيان الدراسة
55	جدول 9.4: عناصر مقياس ليكرت الخماسي
56	جدول 10.4: دلالة المتوسطات الحسابية
56	جدول 11.4: المتوسطات الحسابية الانحرافات المعيارية لمتغيرات الدراسة
58	جدول 12.4: معاملات الارتباط بين متغيرات الدراسة
60	جدول 13.4: ملخص النموذج بين الرشاقة الإستراتيجية والميزة التنافسية
60	جدول 14.4: تحليل التباين (ANOVA) بين الرشاقة الإستراتيجية والميزة التنافسية
61	جدول 15.4: المعاملات بين بين الرشاقة الإستراتيجية والميزة التنافسية
	جدول 16.4: ملخص النموذج بين أبعاد الرشاقة الإستراتيجية (وضوح الرؤية، القدرات الأساسية، اختيار الأهداف الاستراتيجية، سيولة الموارد) والميزة التنافسية
63	جدول 17.4: تحليل التباين (ANOVA) بين أبعاد الرشاقة الإستراتيجية (وضوح الرؤية، القدرات الأساسية، اختيار الأهداف الاستراتيجية، سيولة الموارد) والميزة التنافسية
63	جدول 18.4: المعاملات بين أبعاد الرشاقة الإستراتيجية (وضوح الرؤية، القدرات الأساسية، اختيار الأهداف الاستراتيجية، سيولة الموارد) والميزة التنافسية
64	

1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

1.1. المقدمة

شهد العالم مؤخرًا تطورًا سريعًا في الأعمال التجارية بسبب التغيرات البيئية الديناميكية مثل العولمة المتزايدة والتطور التكنولوجي والابتكار وريادة الأعمال، مما أدى إلى تغيير مستمر في تفضيلات العملاء (Swafford et al., 2006; Sherehiy & Karwowski, 2014) وقد أدت هذه التحديات إلى زيادة المنافسة في بيئة الأعمال التي جعلت المنظمات تسعى في تحسين أدائها وتطوير عملياتها ورفع جودة منتجاتها للتميز بين منافسيها.

تعتبر الميزة التنافسية عن القيمة التي تتفرد بها المنظمة عن منافسيها وذلك من خلال استغلال الفرص ومواجهة التهديدات، واستخدام الموارد المالية والبشرية بأفضل الطرق وتعزيز مفهوم الرشاقة في منظماتها. تعرف الرشاقة بمدى مرونة المنظمة وقدرتها على الاستجابة والتكيف بسرعة مع عدم اليقين البيئي (Teece، 2007).

في القرن الحادي والعشرين، أصبحت بيئة الأعمال أكثر تعقيدًا وديناميكية مما كانت عليه في الماضي لأن التخطيط الاستراتيجي القديم (الطويل الأجل) لم يعد بإمكانه مواكبة عدم اليقين من التغيرات السريعة والحفاظ على ميزة تنافسية. أدى عدم اليقين إلى فشل التخطيط الاستراتيجي التقليدي إلى ظهور نوع جديد من الرشاقة - وهي الرشاقة الاستراتيجية - التي جذبت الباحثين لدراساتها في عدة نطاقات مختلفة (Long, 2000; Ojha, 2008).

أدى التحديث إلى سعي الشركات إلى تبني الرشاقة الاستراتيجية من خلال تطوير القدرة المرنة على التكيف بسرعة مع متطلبات بيئة العمل، والتعهد بالتزامات استراتيجية لتنمية الموارد، وتجديد الأهداف لتمكين النجاح والحفاظ على الميزة التنافسية في السوق (Sherehiy & Karwowski, 2014; Lee et al., 2015). تساعد الميزة التنافسية المنظمات على البقاء على قيد الحياة من خلال توفير قيمة أعلى للعملاء بسرعة أكبر من المنافسين (Sukati et al., 2012).

تعمل المنظمات الرشيقة على تطوير العمليات وتغيير إدارتها وتدريب موظفيها واستخدام التكنولوجيا المتقدمة والابتكار لتحسين مهارات رأس المال البشري والاستجابة للتغيرات في السوق من خلال تلبية احتياجات العملاء ورغباتهم. علاوة على ذلك، تستغل المنظمات فرصا مثل تطوير المنتجات أو تنويعها لتقديم منتجات جديدة مختلفة بأسعار مناسبة في الوقت المحدد، مما يؤدي إلى استهداف رضا العملاء وولائهم.

دفعت الرشاقة الاستراتيجية الباحثين إلى دراسة تأثيرها على الميزة التنافسية على نطاق واسع. إلا أنه وجد القليل من الأبحاث حول تأثير الرشاقة الاستراتيجية على الميزة التنافسية في قطاع الطيران، ولم تتم دراستها على هذا القطاع في المملكة العربية السعودية بعد.

توفر رشاقة استراتيجيات المنظمات الكفاءة التنظيمية والمرونة العالية لديها مما تلبي متطلبات ورغبات عملائهم. وبالتالي، فإن تميز المنظمات بأدائها عن أداء المنافسين في السوق يجعلها أقوى وأكثر استدامة. وبناء على ذلك، ركزت الدراسة الحالية على توضيح أهمية ممارسة الرشاقة الاستراتيجية لتحقيق ميزة تنافسية مستدامة في منظمات الخدمات الكبيرة السعودية تحديدا قطاع الطيران في منطقة مكة المكرمة.

2.1. مشكلة الدراسة

اصبحت المنظمات أكثر قدرة على المنافسة يوما بعد يوم، ويتطلب الأمر قوة ونجاحا كبيرا للحفاظ على ميزة تنافسية والبقاء في الأسواق الحديثة. تقاس الميزة التنافسية المستدامة للشركات بقدرتها على البقاء وسط منافسيها على المدى الطويل. إنهم يحققون هذا البقاء على قيد الحياة من خلال قدرتهم على استخدام الرشاقة الاستراتيجية للاستجابة بسرعة للتغيرات غير المتوقعة في بيئة الأعمال واستغلال الفرص المفيدة.

1.2.1. فجوات على المستوى النظري

دفعت الرشاقة الاستراتيجية الباحثين إلى دراسة تأثيرها على الميزة التنافسية على نطاق واسع في المنظمات الحكومية والخاصة وغير الربحية في قطاعات الصحة والتعليم والاتصالات والمنتجات الصيدلانية. هناك القليل من الأبحاث حول تأثير الرشاقة الاستراتيجية على الميزة التنافسية في قطاع الطيران، ولم تتم دراستها على هذا القطاع في المملكة العربية السعودية بعد.

2.2.1. فجوات على المستوى التطبيقي

دفعت هذه الفجوة البحثية الباحث إلى سدها من خلال البحث عن نهج واستراتيجيات وفلسفات إدارية غير تقليدية تمكن قطاع الطيران السعودي من مواكبة التطورات في بيئة الأعمال وتوفير أفضل قيمة للعملاء بشكل أسرع من منافسيهم العالميين.

وبناء على ما سبق فقد تمثلت مشكلة الدراسة في البحث عن مدى تأثير الرشاقة الاستراتيجية على تحقيق منظمات قطاع الطيران للميزة التنافسية في المملكة العربية السعودية.

3.1. أهمية الدراسة

تعد الرشاقة الاستراتيجية موضوعا جديدا حاسما طور الاهتمام بين الباحثين والممارسين. توفر هذه الخاصية للمنظمات الكفاءة التنظيمية والمرونة العالية لتلبية متطلبات العملاء ورغباتهم. وبالتالي، فإن تميز المنظمات بأدائها عن أداء المنافسين في السوق يجعلها أقوى وأكثر استدامة. ستقدم هذه الدراسة معلومات مفيدة للباحثين والمهتمين بعلوم الإدارة كامتداد للدراسات حول الرشاقة الاستراتيجية. كما ستوفر نظرة ثاقبة على أهمية الرشاقة الاستراتيجية وعواملها التي تعزز قدرة منظمات قطاع الطيران على تحقيق ميزتها التنافسية في المملكة العربية السعودية. علاوة على ذلك، ستقدم هذه الدراسة نتائج وتوصيات تمكن منظمات قطاع الطيران من كسب المنافسة في قطاعاتها من خلال اعتماد عوامل وأساليب واستراتيجيات مناسبة لتحقيق ميزة تنافسية مستدامة.

1.3.1. على المستوى النظري

- 1) سوف تكتشف هذه الدراسة أبعاد الرشاقة الاستراتيجية الأكثر تأثيراً في منظمات قطاع الطيران.
- 2) إن دراسة العلاقة بين المتغيرين (الرشاقة الاستراتيجية والميزة التنافسية) ستوفر وجهة نظر حول الرشاقة الاستراتيجية التي تعزز تحقيق الميزة التنافسية المستدامة في المنظمات.
- 3) ستشكل نتائج الدراسة وتوصياتها أساساً نظرياً لتأسيس مفهوم الرشاقة الاستراتيجية في منظمات قطاع الطيران وتعزيز الميزة التنافسية الخاصة بها.
- 4) ستوفر هذه الدراسة معلومات مفيدة للباحثين والمهتمين بعلوم الإدارة، حيث أنها توفر امتداداً فكرياً حديثاً لدراسات الرشاقة الاستراتيجية والميزة التنافسية.

2.3.1. على المستوى التطبيقي

- 1) إن تطبيق نتائج الدراسة وتوصياتها سيفيد المجتمع من خلال تزويد مختلف منظمات قطاع الطيران بميزة تنافسية مستدامة.
- 2) ستحافظ المنظمات البحثية على الميزة التنافسية الخاصة بها من خلال اعتماد توصيات هذه الدراسة التي ستساعد الإدارة العليا وصناع القرار على فهم دور الرشاقة الاستراتيجية وتطبيق اقتراحاتها بما يتماشى مع التغييرات غير المتوقعة في بيئة الأعمال.

4.1. أسئلة الدراسة

ركزت الدراسة على دراسة تأثير الرشاقة الاستراتيجية على الميزة التنافسية في منظمات قطاع الطيران السعودي، كما اتضح في السؤال البحثي الرئيسي: ما هو تأثير الرشاقة الاستراتيجية على تحقيق منظمات قطاع الطيران للميزة التنافسية في المملكة العربية السعودية؟

ينقسم هذا السؤال إلى ثلاثة أسئلة فرعية:

- 1) ما مدى مستوى ممارسة الرشاقة الاستراتيجية في منظمات قطاع الطيران بمنطقة مكة المكرمة؟

- (2) ما مستوى توفر الميزة التنافسية في منظمات قطاع الطيران بمنطقة مكة المكرمة؟
- (3) ما هي أبعاد الرشاقة الاستراتيجية من حيث (وضوح الرؤية، والقدرات الأساسية، واختيار الأهداف الاستراتيجية، وسيولة الموارد) التي تؤثر بشكل كبير على تحقيق الميزة التنافسية في منظمات قطاع الطيران بمنطقة مكة المكرمة؟

5.1. أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى التنبؤ بكيفية تأثير الرشاقة الاستراتيجية على الميزة التنافسية في منظمات قطاع الطيران السعودي في منطقة مكة المكرمة. وستساهم الخطوات التالية في تحقيق هذا الهدف:

- (1) مراجعة الأدبيات السابقة حول تأثير الرشاقة الاستراتيجية على الميزة التنافسية.
- (2) معرفة مدى ممارسة الرشاقة الاستراتيجية في منظمات قطاع الطيران بمنطقة مكة المكرمة.
- (3) التحقق من مستوى امتلاك المنظمات للميزة التنافسية في قطاع الطيران بمنطقة مكة المكرمة.
- (4) تحليل العلاقة بين أبعاد الرشاقة الاستراتيجية والميزة التنافسية في منظمات قطاع الطيران بمنطقة مكة المكرمة.
- (5) اكتشاف أبعاد الرشاقة الاستراتيجية التي تؤثر على الميزة التنافسية في منظمات قطاع الطيران في منطقة مكة المكرمة.
- (6) تقديم التوصيات بشأن استدامة الميزة التنافسية في منظمات قطاع الطيران بمنطقة مكة المكرمة.

6.1. فرضيات الدراسة

بعد مراجعة الأدبيات، وضع الباحث فرضية رئيسية لفحص تأثير ممارسة الرشاقة الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية بمنطقة مكة المكرمة، تتفرع منها أربع فرضيات فرعية:

H1: أبعاد الرشاقة الاستراتيجية لها تأثير كبير على الميزة التنافسية في منظمات قطاع الطيران بمنطقة مكة المكرمة.

H1a: وضوح الرؤية له تأثير إيجابي كبير على الميزة التنافسية في منظمات قطاع الطيران بمنطقة مكة المكرمة.

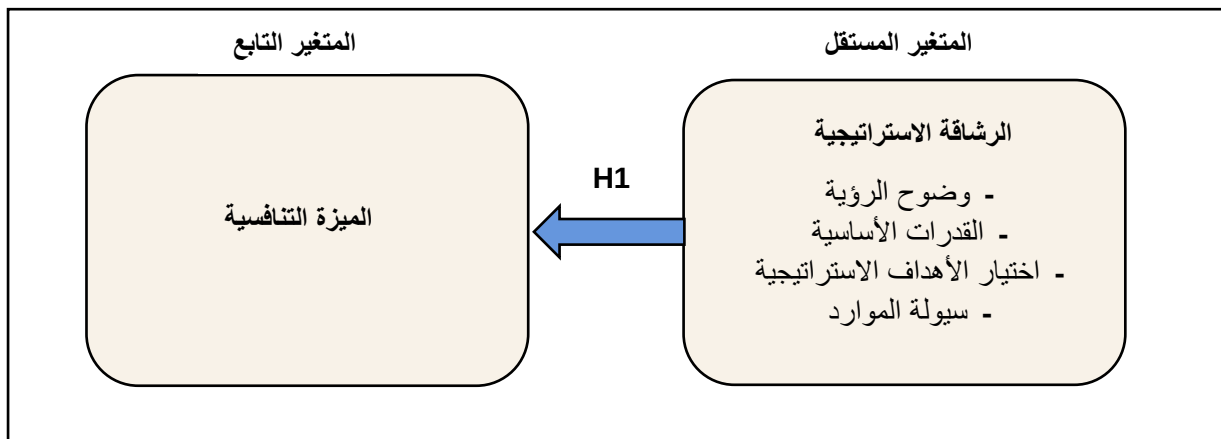
H1b: القدرات الأساسية لها تأثير إيجابي كبير على الميزة التنافسية في منظمات قطاع الطيران بمنطقة مكة المكرمة.

H1c: اختيار الأهداف الإستراتيجية له تأثير إيجابي كبير على الميزة التنافسية في منظمات قطاع الطيران بمنطقة مكة المكرمة.

H1d: سيولة الموارد لها تأثير إيجابي كبير على الميزة التنافسية في منظمات قطاع الطيران بمنطقة مكة المكرمة.

7.1. نموذج الدراسة

مكنت مراجعة الأدبيات الباحث من اختيار مجموعة من أبعاد الرشاقة الاستراتيجية (وضوح الرؤية، والقدرات الأساسية، واختيار الأهداف الاستراتيجية، وسيولة الموارد) التي تؤثر على متغير الميزة التنافسية في نموذج البحث الخاص بهذه الدراسة، تقوم الفرضية بفحص المتغير المستقل وهو أبعاد الرشاقة الاستراتيجية، والمتغير التابع المتمثل بأبعاد الميزة التنافسية (انظر الشكل 1.1).



الشكل 1.1: نموذج الدراسة

8.1. الدراسة الميدانية

يهدف البحث إلى دراسة تأثير ممارسة الرشاقة الإستراتيجية في منظمات قطاع الطيران على تحقيق الميزة التنافسية لديهم، وذلك من خلال تطبيق استراتيجية المسح على الموظفين من كافة المستويات الإدارية (العليا والمتوسطة والتنفيذية). حيث سيتم جمع الحقائق والمعلومات من خمس منظمات متواجدة في منطقة مكة المكرمة كمجتمع لهذه الدراسة، وهي: طيران أديل، طيران ناس، الخطوط السعودية، طيران السعودية الخليجية، نسما للطيران.

9.1. مخطط المشروع

ينقسم هيكل البحث إلى خمسة أقسام. حيث يوضح الفصل الأول أهم سمات البحث من حيث النظرة العامة للدراسة، كما يقدم مشكلة البحث وأهميتها وأسئلتها وأهدافها وهيكلها. ويستعرض الفصل الثاني الأدبيات، ويناقش الفصل الثالث منهجية البحث وفرضياته. الفصل الرابع: تحليل البيانات. وأخيراً، يختتم الفصل الخامس الدراسة بمناقشة نتائجها وعرض حدودها ومقترحاتها للأبحاث المستقبلية، كما هو مبين في الشكل 2.1.

1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة
2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة
3. الفصل الثالث: منهجية الدراسة
4. الفصل الرابع: التحليل الإحصائي ومناقشة النتائج
5. الفصل الخامس: حدود البحث والتوصيات والاستنتاجات

الشكل 2.1: هيكل مخطط مشروع الدراسة

2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة

1.2. المقدمة

يقدم هذا الفصل لمحة عامة عن الأدبيات الموجودة لتوفير فهم للرشاقة الاستراتيجية وتأثير تطبيقها في بيئات الأعمال التنافسية. تبدأ النظرة العامة بمناقشة الإطار النظري لمفاهيم الدراسة: الرشاقة الاستراتيجية والميزة التنافسية. مراجعة الأدبيات الكمية التي تدرس تأثير الرشاقة الاستراتيجية على تحقيق الميزة التنافسية. ثم يقدم هذا الفصل ملخصاً لما توصلت له الدراسات السابقة وللمساهمات البحثية التي ستضيفها هذه الدراسة.

2.2. الرشاقة الاستراتيجية

في بيئة الأعمال سريعة التغير، تعد الرشاقة الاستراتيجية أحد الأدوات الهامة التي تزيد من قدرة المؤسسات على التنبؤ سريعاً بالتغيرات، وبالتالي تحقيق الميزة التنافسية. قد تم تعريف الرشاقة الاستراتيجية من قبل Ibrahim et al (2016) باعتبارها قدرة المؤسسة على تعزيز مكانتها في السوق وتحسين أي خطط تنافسية واستراتيجيات غير مناسبة. وبناءً على تعزيز مكانة المؤسسة، أشار سعيد (2018) إلى أن الرشاقة الاستراتيجية هي قدرة المؤسسة على التكيف مع كافة التغيرات الجزئية والجوهرية من خلال الاستعداد للتغيرات الضرورية مع التنوع والإبداع، وبالتالي مواجهة التحديات واستغلال الفرص في بيئة الأعمال المتغيرة. علاوة على ذلك، عرف الشنطي والجيار (2020) الرشاقة الاستراتيجية بأنها قدرة المؤسسة على إدارة الظروف المتغيرة والتكيف مع التقلبات من خلال تسخير الموارد للعمل واستغلال الفرص وتجنب التهديدات، وبالتالي ضمان بقائها في بيئة أعمال ديناميكية. وقد عرف العفيري (2020) الرشاقة الاستراتيجية بأنها قدرة المؤسسة على التنبؤ وتحديد التغيرات المحيطة بها وتنظيم وتوجيه مواردها لاتخاذ قرارات سريعة ومرنة تزيد من قدرتها التنافسية.

في تعريفاتهم للرشاقة الاستراتيجية، ركز الشنطي والجيار (2020) على قدرة المؤسسة على الاستجابة للتغيرات الديناميكية وإدارتها عند حدوثها، في حين ركز العفيري (2020) على قدرة المؤسسة على التنبؤ بالتغيرات واستباقية الاستعداد لها قبل حدوثها. ومع ذلك، جمع سعيد (2018) بين الجانبين من خلال وصف الرشاقة الاستراتيجية بأنها قدرة المؤسسة على التكيف مع التغيرات عند حدوثها من خلال الإعداد المسبق.

يختلف تعريف Ibrahim et al (2016) للرشاقة الإستراتيجية قليلاً عن تعريف Abbott and Banerji (2003). في حين ركز Ibrahim et al على الجانب الاستراتيجي والتخطيطي للمؤسسات ركز كل من Abbott and Banerji على الجانب الإنتاجي والتشغيلي، الذي يتضمن الإنتاج والبيع المنتجات بالطرق المناسبة التي تعزز رضا العملاء. على الرغم من أن تعريف Abbott and Banerji ركز على الجانب التشغيلي لخفة الحركة الإستراتيجية، إلا أن تعريف Ibrahim et al هو الأكثر صلة بمؤشرات الدراسة لأنه يركز على الجانب الإستراتيجي، الذي يتضمن الاستعداد للتشغيل.

الرشاقة الإستراتيجية لها أبعاد عديدة. وقد اعتمد سعيد (2018) على ثلاثة منها: رشاقة القدرات، ورشاقة المهام، وخفة المناورات الاستراتيجية. على العكس من ذلك، Barahmah et al (2021) ركز على استئثار رشاقة الحركة، والرشاقة في اتخاذ القرار، والرشاقة في التصرفات. كما درس Mohamed (2019) رشاقة التخطيط، والرشاقة في الموارد البشرية، والرشاقة التنظيمية، والرشاقة التكنولوجية.

قام موسى والرميحي (2022) بتقييم ستة أبعاد للسرعة الإستراتيجية: وضوح الرؤية، والقدرات الأساسية، والمسؤوليات المشتركة، والأهداف الإستراتيجية المختارة، والحساسية الإستراتيجية، والاستجابة السريعة. واختبر القرني (2020) ستة أبعاد: وضوح الرؤية، والقدرات الجوهرية، والمسؤوليات المشتركة، والأهداف الإستراتيجية المختارة، والحساسية الإستراتيجية، واتخاذ الإجراءات. وخمسة منها مثل تلك التي درسها موسى والرميحي.

في المقابل، حدد Khoshnood and Nematizadeh (2017) خمسة أبعاد للرشاقة الإستراتيجية درسها القرني: وضوح الرؤية، والقدرات الأساسية، والمسؤوليات المشتركة، واختيار الأهداف الاستراتيجية، واتخاذ الإجراءات. وبالمثل، فحص صقور (2021) خمسة أبعاد تتوافق مع تلك التي درسها Khoshnood and Nematizadeh: وضوح الرؤية، والقدرات الأساسية، والمسؤوليات المشتركة، واختيار الأهداف الاستراتيجية، واتخاذ الإجراءات. وكذلك درس الشنطي والجيار (2020) خمسة أبعاد: وضوح الرؤية، والقدرات الأساسية، والمسؤولية المشتركة، واختيار الأهداف الاستراتيجية، واتخاذ الإجراءات. أشار الضابط (2022) إلى ستة أبعاد للرشاقة الإستراتيجية: وضوح الرؤية، والقدرات

الأساسية، والمسؤولية المشتركة، واختيار الأهداف الإستراتيجية، والحساسية الإستراتيجية، والالتزام الجماعي.

وعلاوة على ذلك، فقد تناولت دراسات أخرى أبعاداً مختلفة. اقترح العفيري (2020) أربعة أبعاد للسرعة الاستراتيجية: تدفق الموارد، والقيادة والمسؤولية المشتركة، والحساسية الاستراتيجية. Al-Hasnawi et al. (2020) فحص ثلاثة أبعاد: تدفق الموارد، والحساسية الاستراتيجية، والالتزام الجماعي. كذلك اختبر الزهراني (2022) ثلاثة أبعاد مشابهة لتلك التي درسها Al-Hasnawi et al.: تنمية الموارد، والحساسية الاستراتيجية، والالتزام الجماعي. تناول Muema (2019) أربعة أبعاد: سيولة الموارد، والبراعة التشغيلية، وإدارة الجودة الشاملة، والابتكار التنظيمي.

تتبنى هذه الدراسة أربعة أبعاد للسرعة الإستراتيجية، لم يتم تقييمها معاً في دراسة واحدة بعد:

- وضوح الرؤية: أشار Abelman, (2014) بأن الوضوح في الرؤية يجعلها سهلة ومفهومة لكافة المستويات بدون أي تعقيد أو لبس فيها. عند الخضوع للتغيرات البيئية فإن وضوح رؤية المؤسسة لعلاقاتها ونتائجها يساعد المؤسسة في توجيه عملها واستغلال الفرص لتحقيق رؤيتها (صقور، 2021).

- القدرات الأساسية: أشار Robeyns (2001) أن القدرات الأساسية ترتبط بالحرية التي يتمتع بها الشخص والتي تمكنه من البقاء بعيداً عن الفقر.

- اختيار الأهداف الإستراتيجية: تشير الأهداف إلى النتائج التي تسعى المنظمة إلى تحقيقها ومن أجل تأهيلها أو تعزيزها أو تطوير قدراتها لتتماشى مع الفرص الحالية أو الناشئة، فهي هدف ومسعى لكل منظمة تريد تحقيق النجاح، (Tamimi & Khashali, 2007). وعلى ذلك، عرفت الأهداف الإستراتيجية بأنها هي النهايات أو النتائج الأساسية التي تسعى المنظمة إلى تحقيقها من خلال الأنشطة، وذلك من خلال تحقيق أفضل استغلال للموارد المتاحة والمستقبلية حيث أن الأهداف هي الدليل الفعلي للمنظمات ذات الأنشطة المختلفة، لذا فإن اختيار الأهداف يساعد المنظمة على تعديل خططها وتطوير قدراتها الأساسية لتتماشى مع الفرص المتاحة والأهداف المحددة (Radwan, 2014).

- سيولة الموارد: هي القدرة الداخلية على إعادة تكوين أنظمة الأعمال وإعادة نشر الموارد بسرعة، وعمليات الأعمال المدعومة للعمليات وتخصيص الموارد، وأساليب إدارة الأشخاص والآليات والحوافز للتعاون التي تجعل نماذج الأعمال ونظام النشاط أسرع وأسهل (Doz & Kosonen, 2008).

3.2. الميزة التنافسية

إن بقاء الشركات في بيئات الأعمال شديدة التنافسية يتطلب النجاح، والحفاظ أيضاً على التفوق على المنافسين. قد عرف Somuyiwa and Adebayo (2013) الميزة التنافسية بأنها خصائص المؤسسة التي يصعب على المنافسين تقليدها التي تمكن المؤسسة من أن تكون فريدة من نوعها وأن تحافظ على مكانة متفوقة بين منافسيها، وبالتالي تحقق فوائد طويلة الأجل. تشير الخصائص التي تمتلكها المؤسسة إلى الميزة التي تميزها عن منافسيها، مما يمكنها من تحقيق مكانة قوية بينهم (سعيد ، 2018). حيث تشمل الميزة التنافسية قدرة المؤسسة على تطوير أو الحصول على واحد أو مجموعة من الإجراءات التي تجعلها تتفوق على منافسيها (Wang, 2014).

وقد عرف الشنطي والجيار (2020) الميزة التنافسية بأنها تصرفات وإجراءات المؤسسة التي تدخل في وضع الاستراتيجيات والتي تجعل المنافسين غير قادرين على تقليدها وتسمح لها بالحفاظ على مكانتها وتحقيق النجاح في الصناعة. عرّف العفيري (2020) الميزة التنافسية بأنها قدرة المؤسسة على ضمان أن المنتجات والخدمات التي تقدمها لعملائها تتفوق على تلك التي يقدمها منافسوها من خلال البقاء على دراية باحتياجات السوق والانخراط في التطوير المستمر.

إن تعريف Somuyiwa and Adebayo (2013) للميزة التنافسية يشبه تعريف سعيد. حيث وصفوا الميزة التنافسية بشكلها العام بأنها الخصائص الفريدة للمؤسسة، في حين أوضح العفيري (2020) والشنطي والجيار (2020) المفهوم بمزيد من التفصيل. ركز الشنطي والجيار على الإجراءات التي تتخذها المؤسسة في استراتيجياتها لتحقيق التفوق، في حين أشار العفيري إلى المنتجات التي تقدمها المؤسسة لعملائها بشكل مميز، مع التركيز على الفوائد التي تحصل عليها المؤسسات والعملاء من الميزة التنافسية.

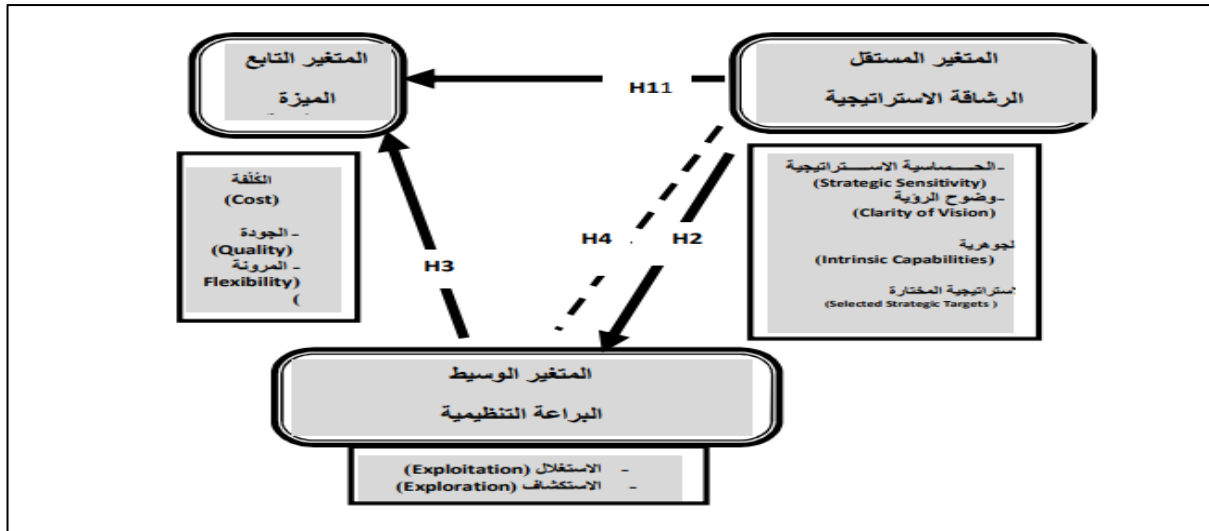
للميزة التنافسية أبعاد عديدة. فقد نظر Khoshnood and Nematizadeh (2017) في ستة أبعاد للميزة التنافسية: المرونة، الجودة، وقيادة التكلفة، والتسليم، والموثوقية، والابتكار. وقد اختبر Alromeedy (2019) خمسة أبعاد – مثل أبعاد Khoshnood and Nematizadeh – بطريقة أكثر تحديداً ودقة. وتشمل هذه الأبعاد مرونة العملية وجودة الخدمة وقيادة التكلفة وموثوقية التسليم والابتكار.

ركز القرني (2020) على أربعة أبعاد للميزة التنافسية (ثلاثة منها تشبه تلك التي درسها Khoshnood and Nematizadeh): المرونة، الجودة، والتكلفة، والإبداع. وبالمثل، قام الشنطي والجبار (2020) بتقييم أبعاد الميزة التنافسية مثل تلك التي درسها القرني، مع بعد خامس إضافي وهو التسليم. وقد حدد الضابط (2022) ثلاثة من أبعاد الميزة التنافسية التي اختبرها القرني (2020) والشنطي والجبار (2020)، إلى جانب البعد الرابع: المرونة، الجودة، والإبداع، والكفاءة.

4.2. أثر الرشاقة الاستراتيجية على الميزة التنافسية

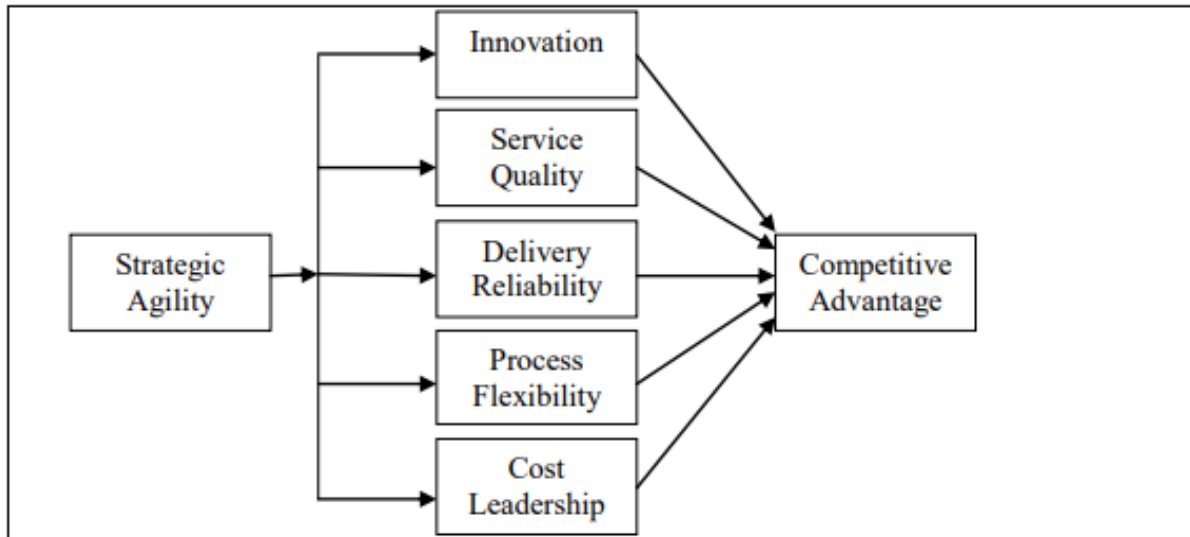
هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر الرشاقة الإستراتيجية في تعزيز الميزة التنافسية. قام Khoshnood and Nematizadeh (2017) وصقور (2021) بدراسة تأثير الرشاقة الإستراتيجية على تحقيق القدرات التنافسية، وأظهرت النتائج أن التأثير كان إيجابياً. بالمثل، فحصت دراسات سعيد (2018) وAlromeedy (2019) ومحمد (2019) وMuema (2019) والشنطي والجبار (2020) والعفيري (2020) والقرني (2020) وBarahmah et al. (2021) والزهراني (2022) والضابط (2022) وموسى والرميحي (2022) تأثير الرشاقة الإستراتيجية على تحقيق الميزة التنافسية، وكشفوا أن الرشاقة الإستراتيجية أثرت بشكل مباشر على تحقيق الميزة التنافسية في المؤسسات التي شملتها الدراسة.

درس القرني (2020) دور البراعة التنظيمية كوسيط في تعزيز تأثير الرشاقة الاستراتيجية على اكتساب الميزة التنافسية في جامعة تبوك، كما هو موضح في الشكل 1.2. وأجرى القرني مسحاً شاملاً لجمع 111 استبانة من القيادات الأكاديمية من الوكلاء ومساعدتهم والرؤساء ووكلاء الكليات ومشرفي الأقسام ورؤساء المراكز والمجالس واللجان. شمل تحليل الدراسة المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومعاملات ارتباط بيرسون ونمذجة المعادلات الهيكلية باستخدام Amosv22. وأظهرت النتائج أن جامعة تبوك تتمتع بدرجة عالية من الرشاقة الإستراتيجية والبراعة التنظيمية وأبعاد الميزة التنافسية. توجد علاقة إيجابية قوية بين ممارسة الرشاقة الإستراتيجية وتوافر البراعة التنظيمية والميزة التنافسية. علاوة على ذلك، هناك علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين ممارسة البراعة التنظيمية ودرجة توافر الميزة التنافسية، مما يؤكد أن البراعة التنظيمية، كوسيط تؤثر بشكل غير مباشر على الرشاقة الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية. وعلى هذا المنوال، قام Mohamed (2019) بدراسة العلاقة بين الرشاقة الإستراتيجية والميزة التنافسية في جامعة حلوان في مصر من خلال إجراء المقابلات وتوزيع الاستبيانات بشكل عشوائي. قام Mohamed بجمع استجابات 250 من أعضاء هيئة التدريس في كليات التربية الرياضية للبنين والبنات وقام بتحليل ارتباطات البيانات المجمعة إحصائياً عن طريق حساب التكرار والنسبة المئوية وأهمية الاختلافات في اختبارات t و Ka . ظهرت النتائج أن كليات التربية الرياضية المدروسة تتمتع بدرجة عالية من الرشاقة الاستراتيجية. واشتركت الكليتان في أن بعد رشاقة التخطيط من أبعاد الرشاقة الإستراتيجية الأكثر تأثيراً في تحقيق الميزة التنافسية. وفي المقابل، اختلفت الكليات في درجة تأثير أبعاد الرشاقة الاستراتيجية الأخرى؛ وبالنسبة لأعضاء هيئة التدريس في كلية البنات، جاء بعد التنظيم الرشيق في المرتبة الثانية، يليه خفة الحركة في الموارد البشرية ثم الرشاقة التكنولوجية، أما بالنسبة لأعضاء هيئة التدريس في كلية البنين، فقد جاء بعد خفة الحركة في الموارد البشرية في المرتبة الثانية، يليه الرشاقة التكنولوجية ثم التنظيم الرشيق. وهذا يدل على أن الرشاقة الإستراتيجية لها تأثير مهم باعتبارها نقطة دخول أساسية لتحقيق تفوق المؤسسة (الميزة التنافسية) في بيئة تنافسية. ركزت دراسات القرني ومحمد Mohamed على قطاع الخدمات. وقد تناول القرني تأثير الرشاقة الاستراتيجية المباشرة وغير المباشرة على الميزة التنافسية من جانب مستويات الإدارة العليا والمتوسطة باستخدام الأساليب الكمية، في حين بحث Mohamed العلاقة المباشرة بين الرشاقة الاستراتيجية والميزة التنافسية ليثبت أن الرشاقة الاستراتيجية هي المدخل الرئيسي لتحقيق الميزة التنافسية. حيث استخدم الأساليب الكمية والنوعية على الأفراد في مستوى الإدارة التشغيلية.



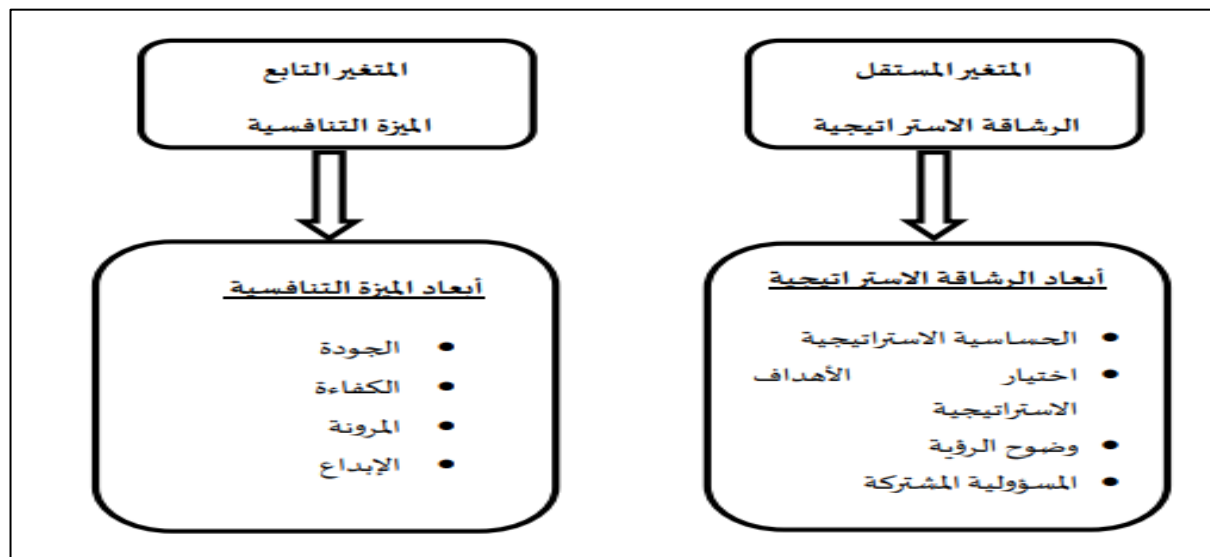
الشكل 1.2: نموذج دراسة من مصدر القرني (2020)

قام Alromeedy (2019) بدراسة تأثير الرشاقة الإستراتيجية على أبعاد الميزة التنافسية من خلال توزيع 256 استبياناً تم جمعها عشوائياً من موظفين مصر للطيران، كما هو موضح في الشكل 2.2. وقام Alromeedy بتحليل البيانات إحصائياً باستخدام معامل ارتباط الرتب لسبيرمان، والمتوسطات، والتكرارات، والانحدار الخطي البسيط، والانحراف المعياري. أظهرت النتائج أن الرشاقة الإستراتيجية أثرت بشكل كبير على أبعاد الميزة التنافسية المدروسة. وكان بعد موثوقية التسليم هو البعد الأكثر تأثراً، يليه الابتكار، ومرونة العمليات، وجودة الخدمة، وقيادة التكلفة.



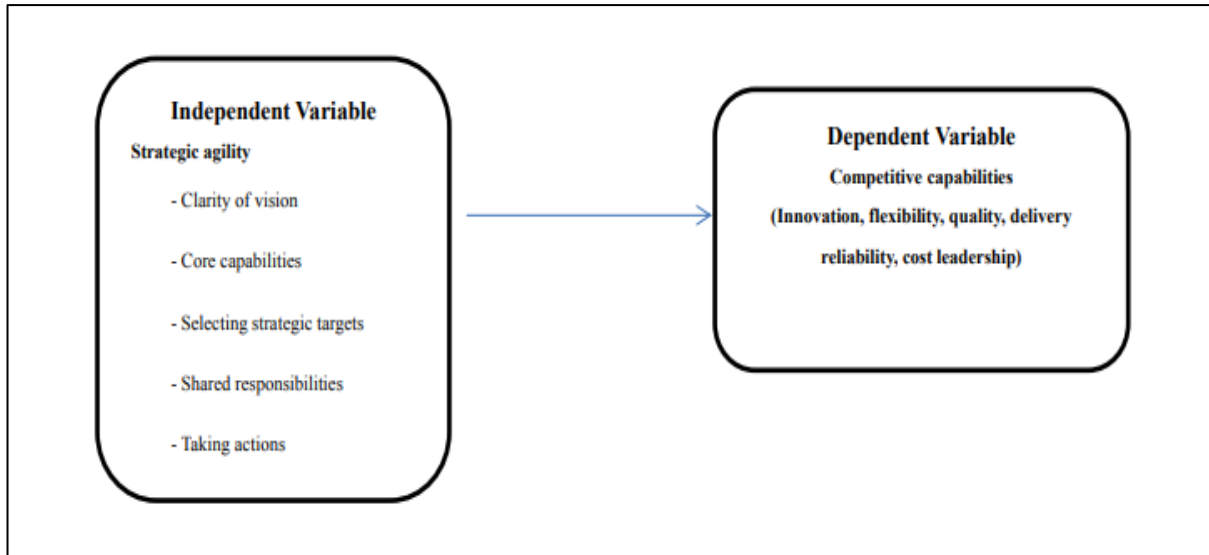
الشكل 2.2 : نموذج دراسة من مصدر Alromeedy (2019)

وبنفس القدر من الأهمية، فحص الضابط (2022) العلاقة نفسها في المنظمات الغير ربحية في السعودية من خلال جمع 100 استبيان من الموظفين بشكل عشوائي وتحليلها باستخدام طريقة الانحدار المتعدد (انظر للشكل 3.2). وخلصت دراسة الضابط إلى أن الرشاقة الإستراتيجية كان لها تأثير إيجابي كبير على الجودة والإبداع والكفاءة والمرونة، وهو ما ينعكس في عدة منظمات سعودية غير ربحية تمارس الرشاقة الاستراتيجية والتي تتمتع بميزة تنافسية عالية. بالإضافة إلى ذلك، قام الزهراني (2021) بفحص هذه العلاقة في المركز الرئيسي لجامعة القصيم من خلال جمع 217 استبياناً من أعضاء هيئة التدريس باستخدام العينات العشوائية الطبقية. وقام الزهراني بتحليل بيانات الاستبيان باستخدام الانحدار الخطي البسيط والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية. توصلت النتائج إلى أن الرشاقة الإستراتيجية والميزة التنافسية سائدتان في الجامعة بدرجة متوسطة. وكان البعد الأكثر شيوعاً للرشاقة الإستراتيجية هو تنمية الموارد، تليها الأبعاد المتبقية التي تم تصنيفها على أنها متوسطة الانتشار (الالتزام الجماعي، ومن ثم الحساسية الاستراتيجية). علاوة على ذلك، وجد الزهراني أن بُعد الميزة التنافسية الأكثر انتشاراً هو الكفاءة، تليها الأبعاد المتبقية التي تم تصنيفها على أنها متوسطة الانتشار (الجودة، ثم الاستجابة، والإبداع). توصلت النتائج إلى أن الرشاقة الإستراتيجية كان لها تأثير إيجابي كبير على بعد الإبداع، يليه بعد الاستجابة والكفاءة والجودة. قام Alromeedy والضابط والزهراني بدراسة العلاقة في القطاعات الخدمية والغير ربحية من خلال التركيز على أبعاد الميزة التنافسية الأكثر تأثيراً بالرشاقة الاستراتيجية التي تمارسها المؤسسات المدروسة. وقد تناولت الدراسات أبعاداً مختلفة مع استخدام أساليب إحصائية متشابهة، التي أوضحت درجات مختلفة من تأثير الرشاقة الإستراتيجية على أبعاد الميزة التنافسية في مختلف المؤسسات.



الشكل 3.2: نموذج دراسة من مصدر الضابط (2022)

قام Khoshnood and Nematizadeh (2017) بتقييم تأثير أبعاد الرشاقة الإستراتيجية على القدرات التنافسية في خمسة بنوك إيرانية باستخدام استبيانات تم جمعها من 101 من مديري البنوك والخبراء الذين قاموا بتحليلها إحصائياً باستخدام تحليل الارتباط ونموذج المعامل الهام ونمذجة المعادلة الهيكلية واختبار فريدمان، كما هو موضح في الشكل 4.3. توصلت النتائج إلى أن وضوح الرؤية هو البعد الإستراتيجي الذي يؤثر بشكل أكبر على القدرات التنافسية، يليه اختيار الأهداف الإستراتيجية، واتخاذ الإجراءات، والمسؤولية المشتركة، والقدرات الأساسية. استناداً إلى نموذج Khoshnood and Nematizadeh (2021) تناول صقور (2021) العلاقة بين الرشاقة الاستراتيجية والقدرات التنافسية في شركات الاتصالات المتنقلة السورية، ركز فيها على الاختلاف في ممارسة الرشاقة الإستراتيجية حسب الأبعاد الديموغرافية لعينة الدراسة، ومدى امتلاك العينة لأبعاد الرشاقة الإستراتيجية. باستخدام طريقة أخذ العينات العشوائية البسيطة، قام صقور بجمع 132 استبياناً من مديري وإداري الأقسام وقام بتحليلها باستخدام المتوسط الحسابي، واختبار دوربين-واتسون، وتحليل الانحدار المتعدد، والانحرافات المعيارية، وتحليل التباين الأحادي. أظهرت النتائج وجود علاقة إيجابية كبيرة بين أبعاد الرشاقة الاستراتيجية والقدرات التنافسية؛ وكان وضوح الرؤية هو الأكثر تأثيراً، تليها القدرات الأساسية، واتخاذ الإجراءات، واختيار الأهداف الاستراتيجية، والمسؤوليات المشتركة. كما أظهرت الدراسة وجود فروق في ممارسة الرشاقة الإستراتيجية من حيث العمر والمستوى التعليمي والمنصب الوظيفي، ولكن لم يكن هناك فرق في البعد الجنساني. بالإضافة إلى ذلك، وجد صقور أن الرشاقة الإستراتيجية تمارس بشكل كبير لدى الشباب الذين يحملون شهادات جامعية ويشغلون مناصب وظيفية رفيعة المستوى. تناولت دراسات صقور و Khoshnood and Nematizadeh نفس أبعاد الرشاقة الإستراتيجية من جانب المديرين في قطاع الخدمات باستخدام عمليات إحصائية مختلفة. حيث أظهرت هذه الدراسات مدى تأثير أبعاد الرشاقة الإستراتيجية إيجاباً على تحقيق القدرات التنافسية في المؤسسات المدروسة، وتوصلت إلى نتائج مماثلة (أن وضوح الرؤية كان له الأثر الأكبر في تميز المؤسسات بين المتنافسين في أسواقها).



الشكل 4.2 : نموذج دراسة من مصدر Khoshnood and Nematizadeh (2017)

الأكثر أهمية، أنه تم إجراء العديد من الدراسات لتقييم أبعاد الرشاقة الإستراتيجية التي تؤثر بشكل مباشر على الميزة التنافسية. تناول موسى والرميحي (2022) أبعاد الرشاقة الاستراتيجية ودورها في تحقيق الميزة التنافسية في الجامعات العربية. قام الباحثون بجمع 100 استبيان من أعضاء هيئة التدريس بجامعة الأزهر وجامعة القصيم، وقاموا بتحليل البيانات باستخدام الجداول التكرارية والنسب المئوية والأوزان النسبية. أظهرت النتائج أن أبعاد الرشاقة الاستراتيجية كانت تمارس بشكل كبير في كلا الجامعتين، مما أكسبهما ميزة تنافسية عالية. درس Barahmah et al نفس العلاقة في 227 مؤسسة صناعية يمنية كبيرة ومتوسطة الحجم من خلال جمع 271 استبياناً تم توزيعها باستخدام العينات العشوائية الطبقية على رؤساء ونواب المؤسسات وتحليل بياناتهم إحصائياً باستخدام نمذجة المعاداة الهيكلية. أظهرت النتائج أن كل بعد من أبعاد الرشاقة الاستراتيجية لها تأثير مباشر وإيجابي وكبير على جميع أبعاد الميزة التنافسية (Barahmah et al., 2021). بالإضافة إلى ذلك، قام سعيد (2018) بدراسة نفس العلاقة في مجمع الحمادي بولاية بشار من خلال جمع 40 استبانة من موظفي المجمع في مختلف المستويات الإدارية وتحليلها باستخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري. أوضحت النتائج أن بعد رشاقة القدرات مكن الرشاقة الإستراتيجية من أن يكون لها تأثير كبير على تحقيق الميزة التنافسية. وفي المقابل فإن رشاقة المناورات الإستراتيجية ورشاقة المهام لم تؤثر على الميزة التنافسية. وبالمثل، قام Muema (2019) بدراسة تأثير الرشاقة الإستراتيجية على الميزة التنافسية لـ 49 مستشفى خاص في مقاطعة مدينة نيروبي في كينيا باستخدام عينات التعداد لجمع 36 استبياناً من مديري فروع وعمليات المستشفيات وتحليل بيانات الاستبيانات باستخدام الانحراف المعياري والمتوسطات. وقد توصلت النتائج إلى أن معظم المستشفيات

كانت رشيقة في تحسين كفاءتها من خلال تبني جميع أبعاد الرشاقة الإستراتيجية، مما أثر إيجاباً على زيادة ميزتها التنافسية. قام Muema، وموسى والرميحي، بدراسة قطاعات الخدمات، حيث قاموا بتحليل عدد قليل من العينات باستخدام أساليب إحصائية مختلفة، ووجدوا أن المؤسسات المدروسة تمارس أبعاد الرشاقة الإستراتيجية بشكل كبير، مما أعطاهم ميزة تنافسية. في المقابل، درس Barahmah et al. العديد من العينات في القطاع الصناعي وخلص إلى أن المؤسسات تكتسب ميزة تنافسية باستخدام استراتيجيات رشيقة. قام سعيد بفحص عدد قليل من العينات في القطاع الإنتاجي باستخدام طرق إحصائية مختلفة عن تلك التي استخدمها Barahmah et al. حيث وجد أن رشاقة المناورات الإستراتيجية ورشاقة المهام ليس لها أي تأثير على الميزة التنافسية.

بشكل أكثر تحديداً، بحثت بعض الدراسات عن الاختلافات في وجود الرشاقة الإستراتيجية والميزة التنافسية في المؤسسات وفقاً للأبعاد الديموغرافية ودرست العلاقة بين أبعاد الرشاقة الإستراتيجية وتحقيق الميزة التنافسية. فقد قام الشنطي والجبار (2020) بدراسة هذه العلاقات في 7 مؤسسات لصناعة الأدوية في فلسطين. جمع الباحثون 145 استبياناً من الموظفين باستخدام طريقة التعداد الشامل وقاموا بتحليلها باستخدام تحليل الانحدار التدريجي، واختبارات الإحصاء الوصفي، وعامل تضخم التباين، واختبار التباين. أظهرت النتائج أن المؤسسات المدروسة تتمتع بدرجات عالية من الرشاقة الإستراتيجية والميزة التنافسية. حيث إن أبعاد الرشاقة الإستراتيجية (وضوح الرؤية، واختيار الأهداف الاستراتيجية، والمسؤولية المشتركة، واتخاذ الإجراءات) لها تأثير إيجابي كبير على تعزيز الميزة التنافسية، في حين تفتقر القدرات الأساسية إلى مثل هذا التأثير. علاوة على ذلك، لم يجد الباحثون أي اختلافات بين مجموعات الأبعاد الديموغرافية من حيث الميزة التنافسية. في المقابل، أظهرت النتائج عدم وجود فروق حسب الجنس والمؤهل الأكاديمي والمسمى الوظيفي فيما يتعلق بممارسة الرشاقة الاستراتيجية، ولكن سنوات الخدمة عكست اختلافات كبيرة في ممارسة الرشاقة الاستراتيجية. أولئك الذين لديهم 15 عاماً أو أكثر من الخبرة قاموا بتعزيز الرشاقة الإستراتيجية أكثر من غيرهم. علاوة على ذلك، قام العفيري (2020) بدراسة تأثير الرشاقة الإستراتيجية على تحقيق الميزة التنافسية في 3 جامعات خاصة في إب، اليمن. كما درس العفيري الفروق في ممارسة الرشاقة الاستراتيجية من حيث نوع الجامعة وسنوات الخبرة من خلال جمع 66 استبانة بشكل عشوائي من موظفي 3 جامعات على جميع المستويات الإدارية. قام العفيري بتحليل بيانات الاستبيان بالاعتماد على الإحصاء الاستدلالي، والإحصاء الوصفي باستخدام المتوسط الحسابي، والانحراف المعياري. أظهرت النتائج وجود درجات عالية في ممارسة كافة أبعاد الرشاقة الإستراتيجية في الجامعات، مما أدى إلى تعزيز الميزة التنافسية بشكل كبير. وفيما يتعلق بالاختلافات في ممارسة أبعاد

الرشاقة الإستراتيجية من حيث بعد نوع الجامعة، لم تكن هناك فروق بين استجابات العينة فيما يتعلق بتدفق الموارد والقيادة والمسؤولية المشتركة، ولكن كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية في ممارسة الحساسية الإستراتيجية بين الجامعات. وقد أظهر بعد سنوات الخبرة وجود فروق ذات دلالة إحصائية، مما يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية في ممارسة أبعاد الرشاقة الإستراتيجية من حيث الخبرة، وبالتالي تحقيق الميزة التنافسية. ودرس الشنطي والجيار (2020) القطاع الإنتاجي، فيما درس العفيري قطاع الخدمات. استخدمت الدراستين نفس الأساليب الإحصائية لدراسة الاختلافات في ممارسة أبعاد الرشاقة الإستراتيجية. على الرغم من أن وجود أبعاد الرشاقة الإستراتيجية في المؤسسات البحثية كان قويًا وكان له تأثير إيجابي على الميزة التنافسية، إلا أن بُعد القدرات الأساسية لم يؤثر على الميزة التنافسية. وبالنظر إلى الأبعاد الديموغرافية المدروسة، أشارت الدراستان إلى أهمية سنوات الخبرة الطويلة، في حين كشفت دراسة صقور عن وجود اختلافات تتعلق بالعمر والمستوى التعليمي والمنصب الوظيفي.

5.2 الخاتمة

استعرض هذا الفصل تعريفات وأبعاد الرشاقة الإستراتيجية والميزة التنافسية التي تناولتها الدراسات القائمة، مما ساعد في تحديد أبعاد هذه الدراسة. أكدت الدراسات السابقة أن المؤسسات التي تمارس الرشاقة في استراتيجياتها تحقق ميزة تنافسية مستدامة. حيث ركزت معظم هذه الدراسات على قطاع الخدمات. فقد درس Khoshnood and Nematizadeh (2017) البنوك؛ Mohamed (2019)، العفيري (2020)، القرني (2020)، الزهراني (2022)، موسى والريمحي (2022) العلاقة في الجامعات؛ درس Muema (2019) المستشفيات؛ Alromeedy (2019) درس الخطوط الجوية؛ وأخيراً درس صقور (2021) الاتصالات. وركزت الدراسات المتبقية على قطاعات مختلفة، بما في ذلك بحث Barahmah et al. (2021) في القطاع الصناعي، ودراسة الضابط (2022) حول المنظمات غير ربحية، ودراسة سعيد (2018)، ودراسة الشنطي والجيار. (2020) دراسة عن القطاع الإنتاجي في الجزائر. علاوة على ذلك، استخدمت القليل من الدراسات (Khoshnood & Nematizadeh, 2017; القرني, 2020; Barahmah et al., 2021) تحليل نمذجة المعادلة الهيكلية لدراسة العلاقات. ستضيف هذه الدراسة قيمة إلى البحث الأكاديمي من خلال دراسة قطاع لم تتم دراسته من قبل في السعودية، وهي قطاع الطيران في المملكة العربية السعودية (منطقة مكة المكرمة). بعد مراجعة الأدبيات المتعلقة بتأثير الرشاقة الاستراتيجية على الميزة التنافسية، تمكن الباحث من تحديد الفجوة التي ستسدها هذه الدراسة من خلال دراسة أبعاد الرشاقة الاستراتيجية والميزة التنافسية التي لم يتم جمعها في دراسة واحدة. بالإضافة إلى اعتماد تحليل نمذجة المعادلة الهيكلية على عينة أكبر لتحديد أبعاد الرشاقة الإستراتيجية الأكثر تأثيراً في تطوير الميزة التنافسية المستدامة بين مؤسسات قطاع الطيران في منطقة مكة المكرمة في بيئتها الديناميكية، والذي سيتم مناقشته بالتفصيل في الفصل التالي. ستساعد نتائج هذه الدراسة الإدارة العليا للمؤسسات على تطوير الأعمال المستقبلية والمساهمة في ازدهار الدولة ونموها بشكل فعال.

3. الفصل الثالث: منهجية الدراسة

1.3. المقدمة

شرح هذا القسم المنهجية التطبيقية التي اتبعتها الدراسة لإجراء البحث، فقد تضمن التعريفات الإجرائية لمتغيرات الدراسة والتصميم المنهجي المعد للبحث. بالإضافة إلى، وصف المجتمع المستهدف للدراسة وحجم عينتها مع ذكر الطرق المستخدمة لأخذ العينة، كما حدد أنواع البيانات المعتمدة في إنشاء هذه الدراسة والطريقة المستخدمة لجمع البيانات. علاوة على ذلك، عرض الأدوات والتقنيات الإحصائية المستخدمة لتحليل البيانات وقياس صحة أداة البحث وموثوقيتها.

2.3. التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث

1.2.3. الرقابة الإستراتيجية (المتغير المستقل)

تُعرف الرقابة الإستراتيجية بأنها قدرة المنظمة على الاستجابة بشكل مناسب للبيئة التي تؤدي فيها أنشطتها لإنتاج وبيع المنتجات المناسبة في الوقت والمكان والسعر المناسبين (Abbott & Banerji, 2003). تناولت الدراسة أربعة أبعاد للرقابة الإستراتيجية وهي:

(وضوح الرؤية): تشير الرؤية إلى طموح المنظمة المستقبلي التي تسعى إلى تحقيقه. (الضابط، 2022).

(القدرات الأساسية): تشير القدرات إلى وعي المنظمة بالمهارات التي تمتلكها وطريقة استخدامها لخلق أعلى قيمة للعملاء مقارنة بالمنافسين (فاضل وعبد الرحيم، 2016؛ صقور، 2021).

(اختيار الأهداف الاستراتيجية): الأهداف هي النتائج التي تسعى المنظمة إلى تحقيقها. تختار المنظمة أهدافاً استراتيجية تساعد في تعديل أو تعزيز أو تطوير قدراتها لتتناسب مع الفرص الحالية والمستقبلية (Abu-Radi, 2013).

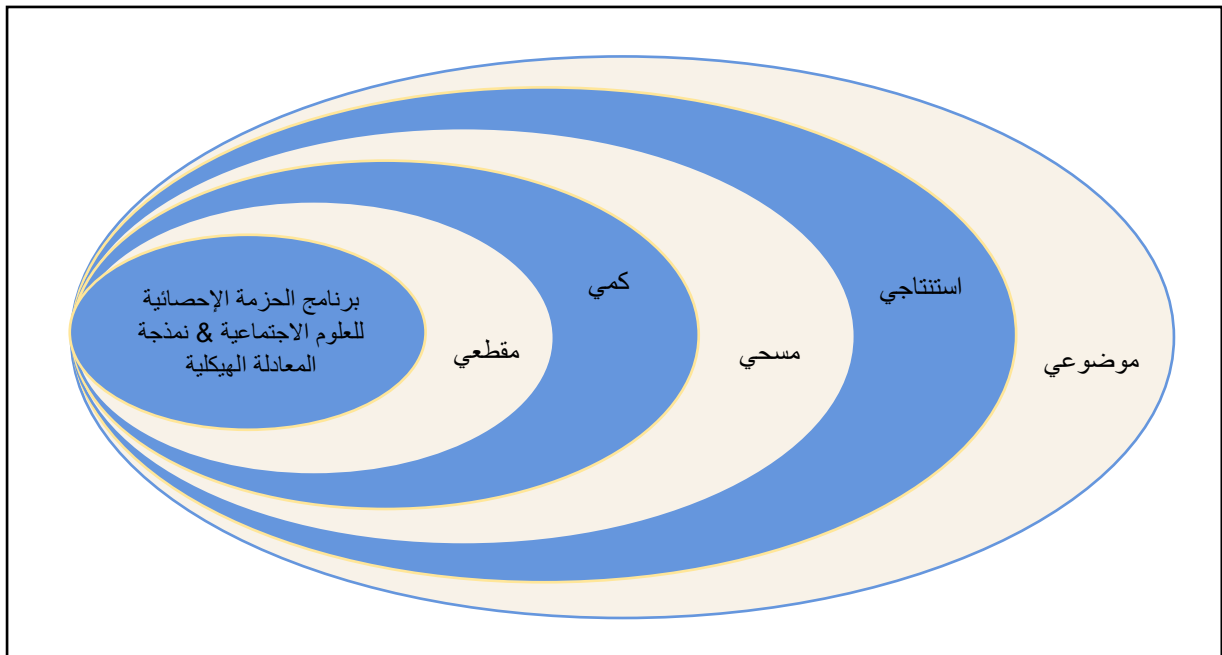
(سيولة الموارد): يشير إلى قدرة المنظمة المرنة على استخدام مواردها وإعادة تخصيصها من حيث تنقل أصولها الملموسة وغير الملموسة (الموظفون والمعرفة وما إلى ذلك) داخل المنظمة بسرعة وفقاً لاحتياجاتها (Doz & Kosonen, 2010).

2.2.3. الميزة التنافسية (المتغير التابع)

إن بقاء الشركات في بيئات الأعمال شديدة التنافسية لا يتطلب النجاح فحسب، بل يتطلب أيضاً الحفاظ على التفوق على المنافسين، وهو ما يُعرف بالميزة التنافسية.

3.3. تصميم البحث (بصلة البحث)

وصف الشكل 1.3، الطرق والأساليب العلمية التي استخدمها الباحث في دراسة أثر ممارسة أبعاد الرشاقة الإستراتيجية على تحقيق الميزة التنافسية في منظمات قطاع الطيران في منطقة مكة المكرمة. موضحة الفلسفة والمنهج والاستراتيجية والنوع البحثي. بالإضافة إلى المدة الزمنية المستغرقة لجمع البيانات وطرق جمعها وتحليلها لتصوير النتائج على شكل أرقام يسهل فهمها وتفسيرها.



الشكل 1.3 : بصلة الدراسة من المصدر (الباحث)

عرض الشكل 1.3، الأساليب التي اتبعتها الدراسة في منهجيتها، وهي:

1. **فلسفة البحث:** قامت الدراسة بجمع البيانات الأولية، واستخدامها لاختبار النظريات الفرضية التي وضعتها الدراسة وهو ما يعرف بمسمى الفلسفة الموضوعية (Creswell, & Creswell, 2018).

2. منهج البحث: طبقت الدراسة المنهج الاستنتاجي، حيث قامت بوضع الفرضيات البحثية لدراسة العلاقات بين متغيرات الدراسة واستنتاج نتائج اختبارات تلك الفرضيات (Creswell, & Creswell, 2018).

3. استراتيجية البحث: اتبع الباحث استراتيجية المسح في جمع بيانات الدراسة الأولية، حيث يعتبر الأسلوب الأكثر شيوعاً المستخدم في مجال بحوث الأعمال الوصفية والاستكشافية والمناسب للدراسة (المحمودي، 2019).

4. نوع البحث: وفقاً لقصر زمن إعداد الدراسة انتهج الباحث النهج الكمي في جمع البيانات وتحليلها كميًا عبر استخدام تقنيات إحصائية مناسبة.

5. الأفق الزمني: تم جمع البيانات عرضياً خلال فترة زمنية واحدة، لدراسة أثر ممارسة الرشاقة في إستراتيجيات منظمات قطاع الطيران في مدينة جدة، الذي تمثل في النصف الثاني من عام 2024.

6. طرق جمع وتحليل البيانات: اعتمد الباحث على أداة الاستفتاء في إجراء المسح للبيانات عن طريق وضع مجموعة من الأسئلة المتنوعة والمتراصة بطريقة مغلقة، وذلك لحل مشكلة الدراسة وتحقيق أهدافها (المحمودي، 2019). حلت البيانات المجمع باستخدام الإصدار 29 من برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)، لاختبار فرضيات الدراسة وإثبات صحتها من عدمه.

4.3. مجتمع البحث وطرق وتقنيات أخذ العينات

طبق الباحث الدراسة على مجتمع محدد لقياس مدى تأثير ممارسة الرشاقة الإستراتيجية وأبعادها على تحقيق الميزة التنافسية في المنظمات. نظراً لكبر حجم مجتمع الدراسة قام الباحث بأخذ عينة من عناصرها لتمثل المجتمع بأكمله، مستخدماً تقنية أخذ العينات التي تناسب كافة المستويات الإدارية في المنظمات.

1.4.3. مجتمع الدراسة

تكون مجتمع الدراسة من الموظفين في الثلاث المستويات الإدارية الأساسية (العليا والمتوسطة والتنفيذية) في خمس منظمات من قطاع الطيران بمنطقة مكة المكرمة. وبحسب التحديثات الإحصائية في تقارير المنظمات وصفحاتها في اللينكد إن، بلغ إجمالي عدد العاملين في فروع منطقة مكة المكرمة للمنظمات الخمسة 1,012,005 خلال فترة الدراسة مارس 2024.

2.4.3. عينة الدراسة

لتسهيل دراسة عناصر المجتمع والوصول إلى النتائج البحثية، قام الباحث بأخذ عينة من مجتمع الدراسة المستهدفة. فقد طبق معادلة رياضية لـ Thompson (2012)، لحساب حجم العينة والتي تتمثل صيغتها بالتالي:

$$n = \frac{N \times P (1 - P)}{[N - 1 \times (d^2 \div z^2)] + P (1 - P)}$$

حيث N هو حجم مجتمع الدراسة (1,012,005)، P هو الاحتمال (0.50)، d هو معدل الخطأ (0.05)، z هو فاصل الثقة (1.96)، و n هو حجم العينة، والذي تم العثور عليه بعد التعويض (385).

3.4.3. طرق وتقنيات أخذ العينة

اتبع الباحث أسلوباً عشوائياً في اختيار عينة الدراسة، ونظراً للاختلاف في التصنيفات الإدارية لدى أفراد العينة، اعتمد الباحث على الطريقة الطبقيّة في أخذ العينات. قسم من خلالها العينة إلى ثلاث فئات وفقاً للمستويات الإدارية الثلاث: الإدارة العليا، والإدارة الوسطى، والإدارة التنفيذية. أخذ عدد من العينات لكل فئة بطريقة عشوائية غير متناسبة مع حجم مجتمع تلك الفئات (انظر لجداول 1.3).

جدول 1.3: عينة دراسة احتمالية طبقية غير متناسبة

عدد أفراد العينة	عدد العناصر	المستوى الوظيفي
138	337,335	الإدارة العليا
186	251,480	الإدارة الوسطى
61	423,190	الإدارة التنفيذية
385	1,012,005	الإجمالي

المصدر: الباحث

5.3. طريقة جمع البيانات

استخدم الباحث استبياناً إلكترونياً كتب باللغتين العربية والإنجليزية، وذلك لتسهيل جمع بيانات الدراسة. عن طريق Google Form عرضت صفحة الغلاف عنوان الدراسة والغرض منها، وحددت العينة المستهدفة من العاملين في منظمات قطاع الطيران بمنطقة مكة المكرمة، كما ذكرت الاعتبارات الأخلاقية، وزودت بمعلومات الاتصال بالباحث. بعد ذلك وجد سؤالان للتحقق من أسماء منظمات المشاركين ومدى توافق أماكن عملهم مع مجتمع الدراسة. درس الاستبيان معلومات المشاركين فيما يتعلق بالجنس والعمر والمستوى التعليمي والمستوى الإداري والمدة الوظيفية. قسم الاستبيان إجمالي 27 مؤشراً على قسمين تشمل كلا من الرشاقة الإستراتيجية (المتغير المستقل) والميزة التنافسية (المتغير التابع) مع تعريفات للمتغيرات والأبعاد المستخدمة في الدراسة.

1.5.3. الرشاقة الإستراتيجية (المتغير المستقل)

احتوى الاستبيان على مؤشرات تقيس مدى استخدام الرشاقة الاستراتيجية في منظمات المشاركين. وتضمنت خمسة أبعاد: وضوح الرؤية، والقدرات الأساسية، واختيار الأهداف الاستراتيجية، وسيولة الموارد. وبناء على الشنطي والجيار (2020)، فإن أبعاد وضوح الرؤية والقدرات الأساسية اعتمدت على ثلاثة مؤشرات، بينما اعتمد بعد واختيار الأهداف الاستراتيجية على مؤشرين. كما يعتمد بعد سيولة

الموارد على ثلاثة مؤشرات بناءً على Al-Hasnawi et al (2020) (انظر إلى الشكل 2.3). ولقياس هذه المؤشرات استخدم الباحث مقياس ليكرت المكون من خمسة نقاط وهي: 1 = لا أوافق بشدة، 2 = لا أوافق، 3 = محايد، 4 = أوافق، 5 = أوافق بشدة.

جدول 2.3 : إحصائيات مؤشرات المتغير المستقل (الرشاقة الإستراتيجية)

المتغير	أبعاد المتغير	عدد المؤشرات	المصدر
الرشاقة الإستراتيجية	وضوح الرؤية	3-1	على الشنطي والجيار (2020)
	القدرات الأساسية	7-4	
	اختيار الأهداف الإستراتيجية	9-8	
	سيولة الموارد	12-10	Al-Hasnawi et al. (2020)
	العدد الكلي	12	

المصدر: الباحث

2.5.3. الميزة التنافسية (المتغير التابع):

عرض جدول 3.3 متغير الميزة التنافسية في المنظمات، حيث احتوى على 15 مؤشراً استنداً إلى الشنطي والجيار (2020). تم قياسها باستخدام مقياس ليكرت الخماسي، حيث ان 1 = لا أوافق بشدة، و 5 = أوافق بشدة.

جدول 3.3 : إحصائيات مؤشرات المتغير التابع (الميزة التنافسية)

المتغير	أبعاد المتغير	عدد المؤشرات	المصدر
الميزة التنافسية	الميزة التنافسية	15-1	الشنطي والجيار (2020)
	العدد الكلي	15	

المصدر: الباحث

6.3. أنواع البيانات

اعتمدت الدراسة عند إعدادها على نوعين من البيانات: بيانات ثانوية، وبيانات أولية.

1.6.3. البيانات الثانوية

تم البحث في قواعد البيانات السحابية عن دراسات سابقة تمثلت بكتب علمية ورسائل علمية ومقالات علمية باللغتين العربية والإنجليزية؛ لتحسين فهم الإطار النظري لمتغيرات الدراسة وتحديد فجوة الدراسة وايضا لتطوير فرضياتها.

2.6.3. البيانات الأولية

تم استخدام استبانة تدرس تأثير أبعاد الرشاقة الاستراتيجية على الميزة التنافسية كأداة دراسة لاختبار فرضيات الدراسة والوصول إلى نتائج قيمة، وذلك من خلال جمع بيانات أولية من جميع الموظفين في منظمات قطاع الطيران في منطقة مكة المكرمة.

7.3. إجراءات التحليل الإحصائي

استخدم الباحث على عدة اختبارات للتحقق من صحة وثبات أسئلة الاستبيان قبل توزيعها على عينة الدراسة، وذلك عن طريق قياس تحليل العامل الاستكشافي لفحص مدى صدق المؤشرات، واختبار معامل ألفا كرونباخ لقياس مدى ثباتها. علاوة على ذلك، سعيا لتحقيق نتائج تدعم أهداف الدراسة، استخدم معادلات التكرارات والنسب المئوية كأساليب إحصائية لوصف الأبعاد الديموغرافية لعينة الدراسة. بالإضافة إلى ذلك، تم إجراء اختبارات التباين لاختبار الفروق في ممارسة متغير الرشاقة الاستراتيجية، وفقا للأبعاد الديموغرافية التي تشمل اختبار t المستقل، وتحليل التباين أحادي الاتجاه باستخدام الإصدار 29 من برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS).

8.3. الخاتمة

اتبعت هذه الدراسة منهجية بحثية لدراسة العلاقة بين الرقابة الإستراتيجية والميزة التنافسية، تمثل في اعتماد الفلسفة الموضوعية لاختبار فرضيات الدراسة من خلال تطبيق المنهج الوصفي الاستنتاجي لاستنتاج نتائج تحليل البيانات التي تم جمعها باتباع استراتيجية المسح. فقد استخدم الاستبيان كأداة لجمع بيانات الدراسة الأولية وحل بطرق كمية للتنبؤ بأبعاد الرقابة الاستراتيجية التي تحقق الميزة التنافسية في منظمات قطاع الطيران بمنطقة مكة المكرمة، وذلك خلال النصف الثاني من عام 2024. حيث جمع البيانات من مجتمع الدراسة، الذي مثل موظفين خمس منظمات في قطاع الطيران من كافة المستويات الإدارية (الإدارة العليا، والإدارة الوسطى، والإدارة التنفيذية) في مدن منطقة مكة المكرمة. جمع الاستبيان عبر الانترنت من عينة بلغ حجمها 380 تم أخذهم بأسلوب عشوائي طبقي اعتمادا على المستويات الإدارية الثلاثة. تكون الاستبيان من 38 مؤشراً موزعه على متغيرات الدراسة وهي الرقابة الإستراتيجية (المتغير المستقل) والميزة التنافسية (المتغير التابع). تم اختباره وتحليله بواسطة عدة تقنيات إحصائية متمثلة بتليل العاملي الاستكشافي، معامل الفا كرونباخ، والتكرارات والنسب المئوية، وبرنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية الخاصة بإصدار 25.

4. الفصل الرابع: التحليل الإحصائي ومناقشة النتائج

1.4.1. المقدمة

يوضح هذا الفصل نتائج الدراسة مع تحليل وتفسير البيانات التي تم الحصول عليها خلال البحث. شكل تأثير الرقابة الاستراتيجية على الميزة التنافسية مجال الدراسة، حيث تم جمع البيانات وتحليلها من خلال التحليل الوصفي الإحصائي باستخدام (SPSS) بإصدار 29. يبدأ الفصل بتوصيف دقيق لعينة الدراسة، متبوعاً بفحص اختبارات الصدق والثبات لضمان جودة الاستبيانات المستخدمة. بعد ذلك، يتم تقديم الإحصاء الوصفي لمتغيرات الدراسة، بهدف تقديم صورة واضحة عن الخصائص الأساسية للبيانات. كما يتناول الفصل تحليل معاملات الارتباط الخطي لتحديد مدى العلاقة بين المتغيرات المختلفة. أخيراً، تعرض نتائج اختبار الفرضيات، مع تقديم مناقشة مستفيضة حول مدى توافق النتائج مع الأهداف البحثية.

2.4. توصيف عينة الدراسة

في هذا القسم، نقوم بتوصيف عينة الدراسة التي تتألف من 385 مشاركاً، تم اختيارهم من مختلف المنظمات. تم تحليل الأبعاد الديموغرافية للعينة، بما في ذلك اسم المنظمة، الجنس، الفئة العمرية، المستوى التعليمي، المستوى الإداري، وعدد سنوات الخبرة. لاكتساب فهم شامل لخصائص العينة، تم استخدام اختبارات إحصائية تعتمد على احتساب التكرارات والنسب المئوية لتوضيح التوزيع النسبي لكل بُعد من هذه الأبعاد. تساعد هذه البيانات في تقديم صورة دقيقة حول التكوين الديموغرافي للمشاركين.

1.2.4. اسم المنظمة

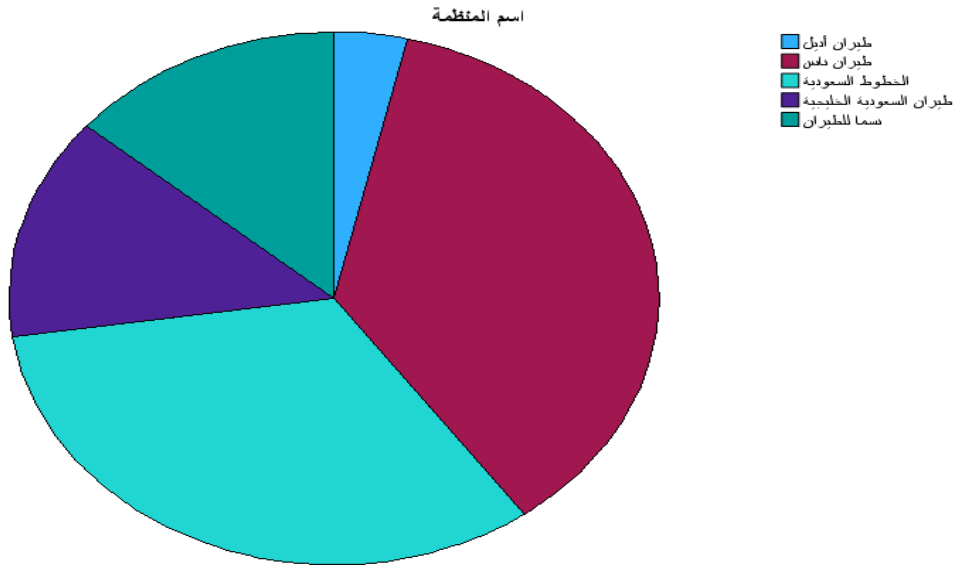
للتأكد من جمع الاستجابات من المنظمات محل الدراسة الميدانية، ركزت أسئلة توصيف العينة على تحديد اسم المنظمة التي يعمل بها المشاركون والتي تمثلت بمنظمة طيران أديل، وطيران ناس، والخطوط السعودية، وطيران السعودية الخليجية، وأخيراً منظمة نسما للطيران، كما هو موضح في جدول 1.4.

جدول 1.4: توصيف عينة الدراسة وفقاً لاسم المنظمة

النسبة المئوية	التكرار (ن)	فئات البعد	البعد
3.6%	14	طيران أديل	اسم المنظمة
36.4%	140	طيران ناس	
32.7%	126	الخطوط السعودية	
13.5%	52	طيران السعودية الخليجية	
13.8%	53	نسما للطيران	
100.0%	385	الإجمالي	

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على النتائج الإحصائية للدراسة الميدانية (ن=385 فرد)

أظهر الجدول 1.4، الفروقات بين عدد المشاركين في هذه الدراسة من كل منظمة. حيث عند ترتيب النسب المئوية تنازلياً وجد أن 36.4% من المشاركين يعملون في منظمة طيران ناس، والذي تمثل عددهم بـ 140 مشاركاً، و 32.7% من المشاركين يعملون في منظمة الخطوط السعودية وقد كان عددهم 126 مشاركاً، في حين وجد أن 13.8% من المشاركين يعملون في منظمة نسما للطيران حيث بلغ عددهم 53 مشاركاً، وبنسبة مقاربه جداً كانوا المشاركون من منظمة طيران السعودية الخليجية وتمثلت بنسبة 13.5% أي بما يعادل 52 فرداً مشاركاً. بجانب ذلك، وجد أن الأقل مشاركة كانوا من موظفين منظمة طيران أديل حيث بلغت نسبة مشاركتهم 3.6% التي عادت 14 فرداً مشاركاً. أشارت هذه التحليلات إلى أن المشاركين كانوا من جميع المنظمات المستهدفة في الدراسة الميدانية للدراسة، وكان موظفو قطاع طيران ناس هم أكبر مجموعة مشاركة في هذه الدراسة (انظر للشكل 1.4).



الشكل 1.4: تصنيف العينة وفقاً لاسم المنظمة

2.2.4. بعد الجنس

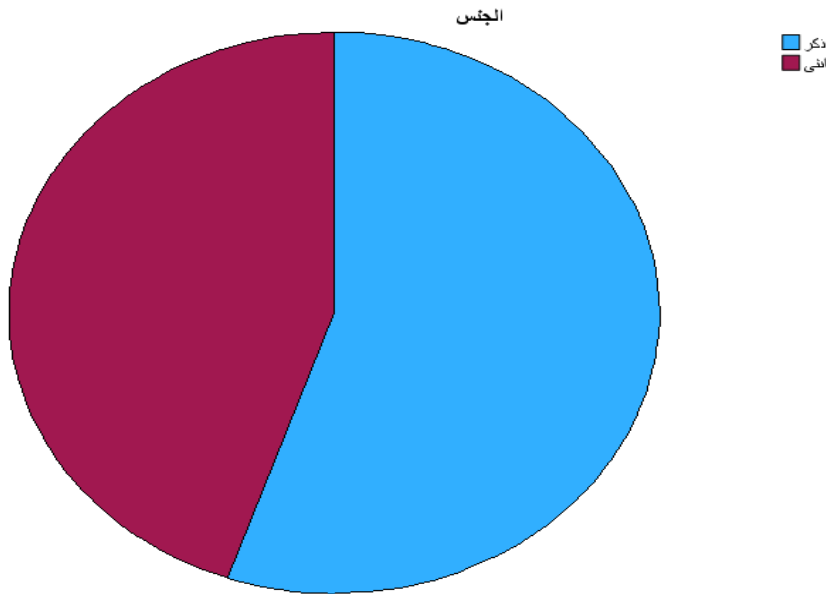
ركزت الدراسة على جنس المشاركين كأحد الأبعاد الديموغرافية، وقد تم تقسيمهم إلى فئتين هما الذكور والإناث، وفقاً لما هو مبين في الجدول 2.4.

جدول 2.4: توصيف عينة الدراسة وفقاً للجنس

البعد	فئات البعد	التكرار (ن)	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	213	55.3%
	انثى	172	44.7%
	إجمالي	385	100.0%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على النتائج الإحصائية للدراسة الميدانية (ن=385 فرد)

أوضح جدول 2.4 للنتائج الإحصائية، وجود تفاوت بين عدد المشاركين الذكور والإناث لعينة الدراسة، حيث بلغ عدد المشاركين الذكور 213 فرداً وهو ما عادل 55.3% من إجمالي أفراد عينة الدراسة. في حين تمثلت النسبة المتبقية المتمثلة بـ 44.7% من إجمالي العينة بمشاركين إناث وقد بلغ عددهم 172 مفردة مشاركة. يشير ذلك أن أغلب المشاركين في هذه الدراسة من موظفو منظمات قطاع الطيران كانوا ذكوراً (انظر للشكل 2.4).



الشكل 2.4: تصنيف العينة وفقاً للجنس

3.2.4. بعد الفئة العمرية

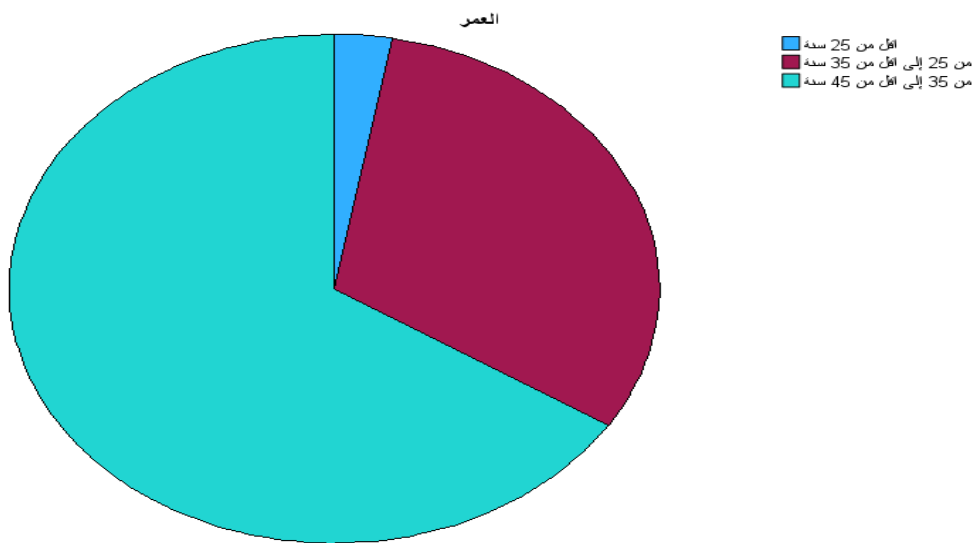
بحثت الدراسة في بعد الفئة العمرية في أعمار المشاركين كأحد الأبعاد الديموغرافية، فقد شملت المشاركين بعمر أقل من 25 عامًا، والفئة العمرية من 25 إلى أقل من 35 عامًا، بالإضافة إلى الفئة العمرية من 35 إلى أقل من 45 عامًا، ومن بلغ عمر 45 عامًا فأكثر، كما هو معروض في الجدول 3.4.

جدول 3.4: توصيف عينة الدراسة وفقاً للفئة العمرية

البعد	فئات البعد	التكرار (ن)	النسبة المئوية
الفئة العمرية	أقل من 25 عامًا	11	2.9 %
	من 25 إلى أقل من 35 عامًا	120	31.2 %
	من 35 إلى أقل من 45 عامًا	254	66.0 %
	إجمالي	385	100.0 %

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على النتائج الإحصائية للدراسة الميدانية (ن=385 فرد)

في جدول 3.4 لفئات المشاركين العمرية، وجد أن أكثر من نصف المشاركين الذين بلغ عددهم 254 فرداً من فئة الشباب، حيث تراوحت أعمارهم بين 35 إلى أقل من 45 عاماً وهم من مثلوا نسبة 66.0% من إجمالي أفراد عينة الدراسة. في حين كان عدد 120 مشاركاً من الفئة العمرية من 25 إلى أقل من 35 عاماً الذين مثلوا 31.2 % من افراد العينة، كما كان أقل النسب مشاركةً وهي 2.9% من الموظفين بعمر أقل من 25 عاماً، الذين بلغ عددهم 11 فرداً مشاركاً. يشير ذلك إلى أن معظم المشاركين كانوا من الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين 35 إلى أقل من 45 عاماً، كما هو موضح في الشكل 3.4.



الشكل 3.4: تصنيف العينة وفقاً للفئة العمرية

4.2.4. بعد المستوى التعليمي

كأحد الأبعاد الديموغرافية، فحصت الدراسة بعد المستوى التعليمي الذي تمثل في أربع درجات علمية للمشاركين في الدراسة. شملت الدرجات العلمية على كلا من درجة الدبلوم أو أقل، ودرجة البكالوريوس، ودرجة الماجستير، بالإضافة إلى درجة الدكتوراه.

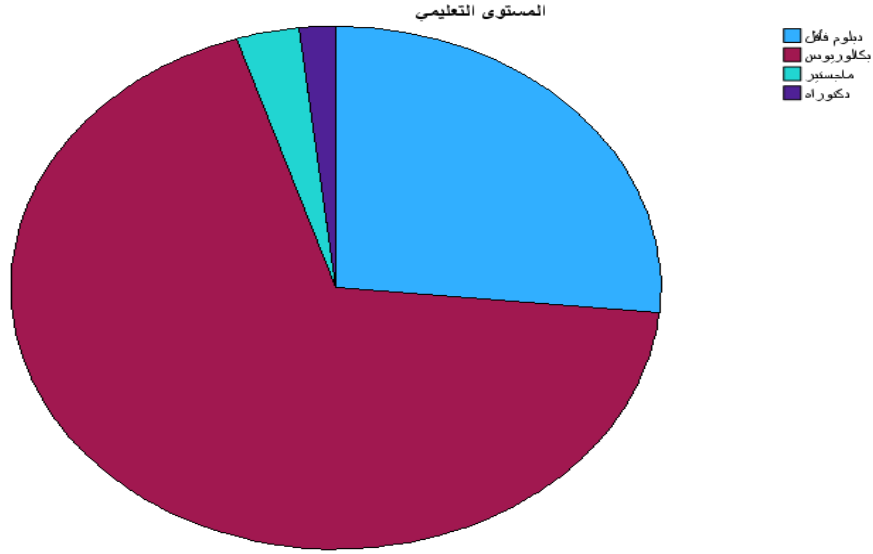
جدول 4.4: توصيف عينة الدراسة وفقاً للمستوى التعليمي

البعد	فئات البعد	التكرار (ن)	النسبة المئوية
المستوى التعليمي	دبلوم أو أقل	102	% 26.5
	بكالوريوس	264	% 68.6
	ماجستير	12	%3.1
	دكتوراه	7	% 1.8
	إجمالي	385	% 100.0

(ن= 385 فرد)

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على النتائج الإحصائية للدراسة الميدانية

أظهرت نتائج التحليل في الجدول 4.4، أن أكثر من نصف المشاركين الذين تمثل عددهم 264 فرداً حاصلين على درجة البكالوريوس وقد مثلوا نسبة 68.6 % من أفراد عينة الدراسة، وبعدهم أقل كان عدد 102 من الأفراد المشاركين حاصلين على درجة الدبلوم أو أقل الذين مثلت مشاركتهم نسبة 26.5 % من إجمالي عدد المشاركين. وبنسبة استجابات أقل بكثير فقد وجد أن 3.1 % من نسبة أفراد العينة حاصلين على درجة الماجستير، حيث بلغ عددهم 12 فرداً مشاركاً، وأقل من ذلك شارك عدد 7 أفراد من الحاصلين على درجة الدكتوراه الذين مثلوا نسبة 1.8 % من إجمالي أفراد العينة. أشارت هذه النتائج إلى أن أكثر من نصف المشاركين هم أفراد جامعيين حاصلين على درجة البكالوريوس (انظر للشكل 4.4).



الشكل 4.4: تصنيف العينة وفقا للمستوى التعليمي

5.2.4. بعد المستوى الإداري

في بعد المستوى الإداري كأحد أبعاد الدراسة الديموغرافية للعينة، بحثت الدراسة في الثلاث المستويات الإدارية الأساسية كفئات لتحديد طبيعة عمل الأفراد المشاركين. فقد تمثلت الفئة الأولى بموظفين الإدارة التنفيذية التي تتمثل مناصبهم الوظيفية في منصب مشرف، مراقب عمال، مدير مبتدئ، مفتش، كاتب. في حين عبرت الفئة الثانية عن موظفين الإدارة الوسطى متمثلة بوظيفة مدير التسويق، رئيس المشتريات، مدير المبيعات، مدير العمليات، مدير فرع، المدير المالي. بينما الفئة الثالثة تمثلت في الإدارة العليا مثل الموظفين في منصب الرئيس التنفيذي، مدير إدارة التسويق، مدير إدارة المبيعات، مدير إدارة التقنية، رئيس، المدير العام (انظر لجدول 5.4).

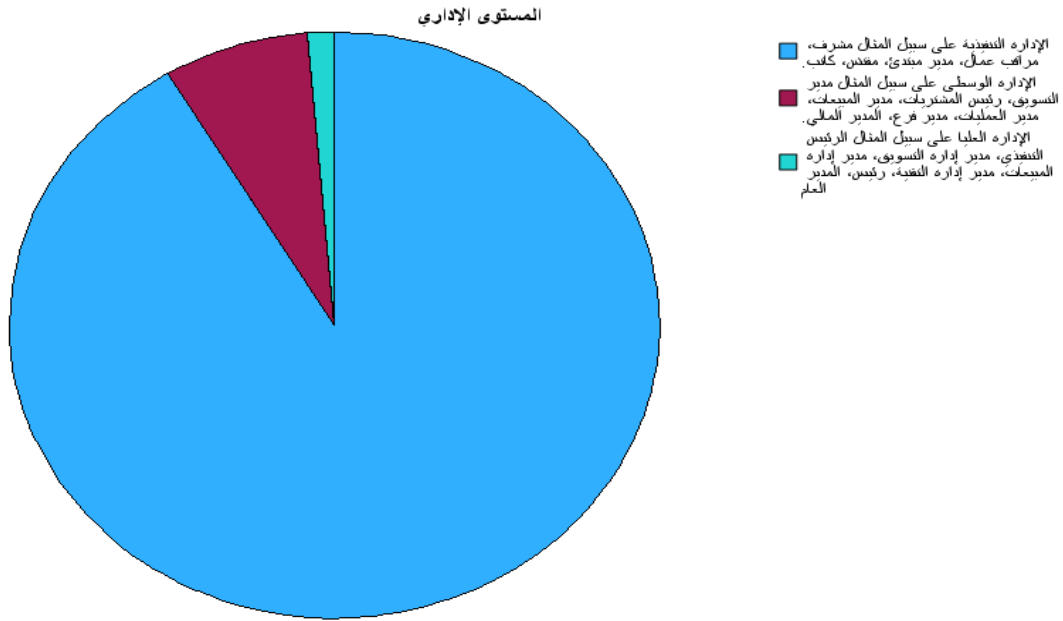
جدول 5.4: توصيف عينة الدراسة وفقا للمستوى الإداري

النسبة المئوية	التكرار (ن)	فئات البعد	البعد
91.4%	352	الإدارة التنفيذية	المستوى الإداري
7.3%	28	الإدارة الوسطى	
1.3%	5	الإدارة العليا	
100.0%	385	إجمالي	

(ن= 385 فرد)

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على النتائج الإحصائية للدراسة الميدانية

في جدول 5.4 للاحصائيات التكرارية لمستويات الموظفين الإدارية، وجد أن المشاركين من مستوى الإدارة التنفيذية هم الأعلى مشاركة حيث بلغ عددهم 352 فرداً وهو ما يعادل 91.4 % من إجمالي أفراد العينة. تتبعها تنازلياً المشاركين من موظفين الإدارة الوسطى فقد بلغ عددهم 28 فرداً بنسبة 7.3 % من إجمالي أفراد العينة. وأخيراً، كان نسبة المشاركين من موظفين الإدارة العليا هي الأقل في هذه الدراسة فقد تمثلت بنسبة 1.3 % من أفراد العينة وقد كان عددهم 5 أفراد مشاركون. على الرغم من مشاركة الموظفين من جميع مستويات الإدارة في منظمات قطاع الطيران، إلا أن أغلب الموظفين مشاركة في هذه الدراسة، هم الذين شغلوا مناصب إدارية في مستوى الإدارة التنفيذية، كما هو ظاهر في الشكل 5.4.



الشكل 5.4: تصنيف العينة وفقاً للمستوى الإداري

6.2.4. بعد عدد سنوات الخبرة

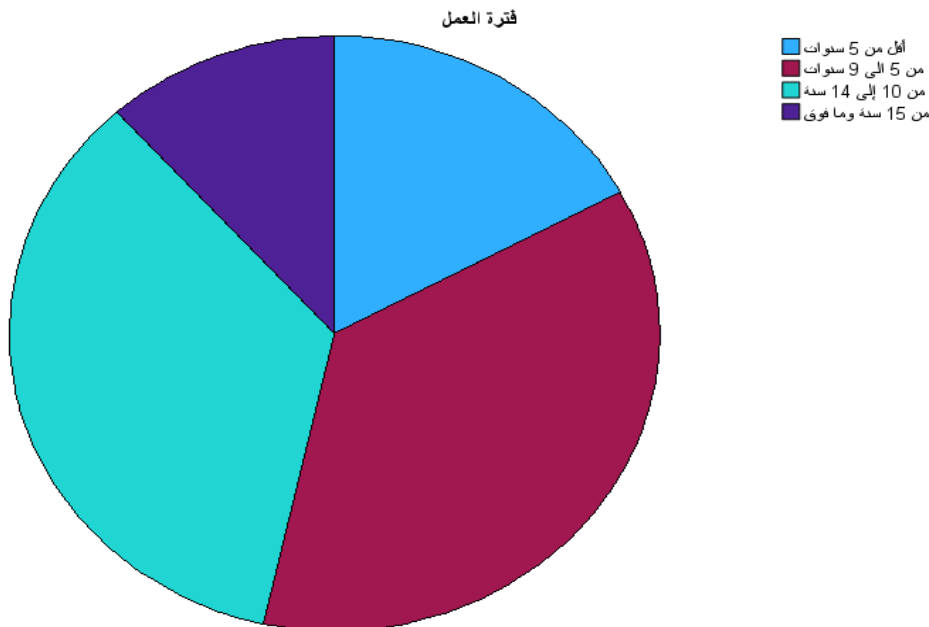
فحصت الدراسة عدد السنوات التي استغرقها المشاركون في العمل بالمنظمات، فقد شملت أربع فئات للبعد الديموغرافي عدد سنوات الخبرة، حيث شملت فئة أقل من 5 سنوات خبرة، وفئة من 5 إلى 9 سنوات خبرة، وفئة من 10 إلى 14 سنة خبرة، بالإضافة إلى من 15 سنة وما فوق خبرة في العمل، وهي موضحة في الجدول 6.4.

جدول 6.4: توصيف عينة الدراسة وفقاً لعدد سنوات الخبرة

البعد	فئات البعد	التكرار (ن)	النسبة المئوية
عدد سنوات الخبرة	أقل من 5 سنوات	66	17.1%
	من 5 إلى 9 سنوات	140	36.4%
	من 10 إلى 14 سنة	134	34.8%
	من 15 سنة وما فوق	45	11.7%
	إجمالي	385	100.0%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على النتائج الإحصائية للدراسة الميدانية (ن=385 فرد)

عرض جدول 6.4 النتائج الإحصائية لعدد سنوات خبرة المشاركين في الدراسة، فقد وجد أن أكثر المشاركين الذين بلغ عددهم 140 فرداً كانت عدد سنوات خبرتهم من 5 إلى 9 سنوات وقد تمثلت نسبتهم 36.4 % من إجمالي أفراد عينة الدراسة، وأقل من ذلك بقليل فقد بلغ عدد 134 فرداً مشاركاً ممن كانت مستوى خبرتهم من 10 إلى 14 سنة وهم ما تمثلوا 34.8 % من إجمالي أفراد العينة. في حين كان أقل مما سبق بكثير، فقد شارك عدد 66 فرداً في الدراسة ممن بلغة خبرتهم أقل من 5 سنوات وهم ما شكلوا نسبة 17.1 % من عينة الدراسة. وأقل فئة مشاركة كانت من ذوي الخبرة من 15 سنة وما فوق، حيث بلغ عددهم 45 فرداً مشاركاً عادلوا نسبة 11.7 % من إجمالي أفراد عينة الدراسة (انظر للشكل 6.4).



الشكل 6.4: تصنيف العينة وفقاً لفترة العمل

3.4. اختبارات الصدق والثبات للاستبيانات الدراسة

اعتمدت الدراسة على اختبارات الصدق والثبات في تقييم الاستبيانات، لضمان دقة قياسها للمفاهيم واتساق نتائجها الموثوقة. حيث قامت بفحص صدق الاتساق الداخلي لدرجة اتساق المؤشرات على أبعاد القياس والصدق التقاربي لقوة الارتباط بين درجات الاستبيان والقيم المقاسة. في اختبار صدق الاتساق الداخلي لقياس مدى دقة المؤشرات في تمثيل الموضوعات المطلوبة، استخدم التحليل العاملي الاستكشافي Exploratory Factor Analysis (EFA) لتحديد العوامل التي تؤثر على البيانات، ثم تم اختبار الصدق التقاربي لقياس مدى قدرة المؤشرات التي تقيس نفس المفهوم على تقديم نتائج متسقة ومتراصة، وذلك باستخدام متوسطات التباين المستخرجة (Average Variance Extracted (AVE) لقياس نسبة التباين الذي يمكن تفسيره. إلى جانب ذلك قامت الدراسة بفحص ثبات الاستبيان للتأكد من مدى تماسك المؤشرات مع بعضها البعض، حيث قيم عبر استخدام اختبار ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) للاتساق الداخلي. وقد تم تطبيق هذه الاختبارات باستخدام برنامج SPSS الإصدار 29 للحصول على نتائج دقيقة لاختبارات الصدق والثبات.

1.3.4. صدق استبيانات الدراسة

تم فحص صدق الاستبيان في هذه الدراسة من خلال اختبارين: صدق الاتساق الداخلي والصدق التقاربي، وذلك باستخدام أساليب إحصائية مخصصة لكل منهما.

صدق الاتساق الداخلي: ركزت الدراسة على اختبار صدق الاتساق الداخلي للاستبيان، الذي يهدف إلى تحديد مدى دقة المؤشرات في قياس الأبعاد والمتغيرات المصممة لها. كما يسعى إلى تقييم تماسك المؤشرات التي تقيس نفس البعد أو المتغير. استخدمت الدراسة التحليل العاملي الاستكشافي للتحقق من هذا الصدق، حيث تم تحليل المؤشرات لتحديد الروابط القوية بينها وبين الأبعاد أو المتغيرات ذات الصلة. تم قياس معامل الارتباط بين درجات المؤشرات والدرجات الإجمالية للأبعاد، وتم استبعاد المؤشرات التي أظهرت قيمة ارتباط أقل من 0.5.

الصدق التقاربي: يعرف الصدق التقاربي بأنه مقياس لمدى اتفاق المؤشرات المتعددة عند قياس بُعد أو متغير معين. تم فحص هذا النوع من الصدق في الدراسة بعد تحليل نتائج التحليل العاملي الاستكشافي، وذلك باستخدام قيم معاملات الارتباط لتقييم مدى كفاءة كل بُعد أو متغير في تفسير التباين بين المؤشرات.

استخدم الباحث حساب متوسط التباين المستخرج بهدف الوصول إلى قيمة تزيد عن 0.5، لضمان أن البعد أو المتغير يتمكن من تفسير النسبة الأكبر من التباين بين المؤشرات المرتبطة (Hair et al., 2006).

ظهرت نتائج اختبارات صدق الاستبيان الاحصائية في جدول 7.4. حيث ذكر فيه كلا من درجة معامل الارتباط، والانحراف المعياري، وقيمة P-Value لكل مؤشر. بالإضافة إلى قيمة KMO لكل متغير ومتوسطات التباين المستخرجة AVE لكل بعد ومتغير في الدراسة، التي استخرجت من تحليل SPSS إصدار 29 بالإضافة إلى حساب المتوسطات عن طريق برنامج Microsoft Excel.

جدول 7.4: نتائج SPS الخاصة اختبار صدق الاتساق الداخلي والصدق التقاربي لمقاييس متغيرات الدراسة

متوسط التباين المستخرج AVE		KMO	P Values	الانحراف المعياري	معامل الارتباط	المؤشرات	المتغير	
0.622	0.621	0.928	<0.001	1.622	0.643	ض و 1	وضوح الرؤية	الرشاقة الاستراتيجية
			<0.001	1.341	0.499	ض و 2		
			<0.001	1.435	0.723	ض و 3		
	0.715		<0.001	1.416	0.723	ق س 1	القدرات الأساسية	
			<0.001	1.372	0.735	ق س 2		
			<0.001	1.352	0.688	ق ر 3		
	0.519		<0.001	1.577	0.528	هـ س 1	اختيار الأهداف الاستراتيجية	
			<0.001	1.209	0.511	هـ س 2		
	0.600		<0.001	1.472	0.551	س م 1	سيولة الموارد	
			<0.001	1.458	0.794	س م 2		
<0.001		1.415	0.454	س م 3				
			<0.001	1.518	0.84	م ت 1		
			<0.001	1.312	0.926	م ت 2		
			<0.001	1.403	0.907	م ت 3		
			<0.001	1.210	0.916	م ت 4		
			<0.001	1.200	0.902	م ت 5		
			<0.001	1.210	0.857	م ت 6		

0.896	0.932	<0.001	1.224	0.925	م ت 7	الميزة التنافسية
		<0.001	1.310	0.931	م ت 8	
		<0.001	1.337	0.849	م ت 9	
		<0.001	1.262	0.865	م ت 10	
		<0.001	1.596	0.904	م ت 11	
		<0.001	1.036	0.908	م ت 12	
		<0.001	1.570	0.96	م ت 13	
		<0.001	1.119	0.841	م ت 14	
		<0.001	1.535	0.911	م ت 15	

(ن = 385 فرد)

**دال إحصائياً عند مستوى الدلالة أقل من (0.001)

المصدر: من إعداد الباحث بناءً على نتائج التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة الميدانية

يتضح من جدول 7.4، التالي:

وجد أن في مقياس تطبيق الرقابة الاستراتيجية: أن هناك خمس معاملات الارتباط التي تقيس متغير الرقابة الاستراتيجية (وضوح الرؤية، والقدرات الأساسية، واختيار الأهداف الاستراتيجية، وسيولة الموارد) ترتبط ارتباطاً معتدلاً بالأبعاد التابعة لها، وذلك عند قيم أكبر من 0.40، في حين وجد أن هناك ستة من معاملات ارتباط متغير الرقابة الاستراتيجية ترتبط ارتباطاً قوياً بالأبعاد التابعة لها، وذلك عند قيم أكبر من 0.60. كما وجد أن قيم كل معاملات الارتباط لمؤشرات أبعاد (وضوح الرؤية، والقدرات الأساسية، واختيار الأهداف الاستراتيجية، وسيولة الموارد) ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من 0.001، مما يثبت من صدق الاتساق الداخلي لمؤشرات أبعاد متغير الرقابة الاستراتيجية.

بجانب ذلك، وجد أن حساب متوسط التباين المستخرج لمتغير الرقابة الاستراتيجية ككل هو 0.622، كذلك وجد أن قيم متوسط التباين المستخرج لأبعاد متغير الرقابة الاستراتيجية (وضوح الرؤية، والقدرات الأساسية، واختيار الأهداف الاستراتيجية، وسيولة الموارد) هي: 0.621، 0.715، 0.519، 0.600 على التوالي، حيث أن جميع قيم متوسط التباين المستخرج كانت أكبر من القيمة المطلوبة التي تعادل 0.5، مما يدل على تحقق الصدق التقاربي لمؤشرات متغير الرقابة الاستراتيجية في الاستبيان.

بالإضافة إلى ذلك، وجد أن لدى مقياس مستوى الميزة التنافسية معاملات ارتباط للمؤشرات عالية فهي ترتبط ارتباطاً قوياً جداً بالمتغير الذي تقيسه، وهي عند قيم أكبر من 0.80. كما وجد أن جميع قيم معاملات الارتباط لمؤشرات متغير الميزة التنافسية ذات دلالة احصائية عند مستوى معنوية أقل من 0.001، مما يؤكد من صدق الاتساق الداخلي لمؤشرات متغير الميزة التنافسية. بجانب ذلك، وجد أن ناتج متوسط التباين المستخرج لمتغير الميزة التنافسية يساوي 0.896 وهو أكبر من القيمة المطلوبة التي تعادل 0.5، مما يدل على تحقق الصدق التقاربي لمؤشرات متغير الميزة التنافسية في استبيان الدراسة.

كما وجد أن قيمة KMO لجميع مؤشرات متغير الرشاقة الاستراتيجية تساوي 0.928، وقيمتها لجميع مؤشرات الميزة التنافسية تساوي 0.932، وهو ما يدل على أن جودة نموذج الدراسة ممتازة ويمكن استخدامها لإجراء تحاليل الدراسة.

2.3.4. ثبات استبيانات الدراسة

يهدف فحص ثبات استبيان الدراسة إلى التأكد من أن نتائج قياس المؤشرات تظل متسقة عند إعادة القياس على نفس العينة خلال فترة زمنية محددة. لاختبار هذا الثبات، اعتمدت الدراسة على مقياس ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) الذي يعكس مدى توافق المؤشرات التي تقيس نفس البعد أو المتغير في الاستبيان. لتحقيق الثبات، يجب أن تكون قيمة ألفا كرونباخ (α) أكبر من 0.6 (George & Mallery, 2019).

أظهر جدول 8.4 نتائج اختبار ثبات الاستبيان الإحصائية. حيث ذكر فيه قيمة ألفا كرونباخ للأبعاد والمتغيرات مقابل لها القيم التفصيلية التي ستطراً على قيمة ألفا كرونباخ إذا تم حذف إحدى مؤشرات الدراسة. تم إجراء اختبار ألفا كرونباخ من خلال برنامج SPSS التحليلي الإصدار 29.

جدول 8.4: قياس ثبات استبيان الدراسة

المتغير		عدد المؤشرات	رموز المؤشرات	الفا كرونباخ إذا تم حذف المؤشر	الفا كرونباخ
0.978	0.949	3	وض و 1	0.976	الرشاقة الاستراتيجية
			وض و 2	0.975	
			وض و 3	0.977	
	0.953	3	ق س 1	0.976	
			ق س 2	0.977	
			ق ر 3	0.975	
	0.894	2	هد س 1	0.976	
			هد س 2	0.977	
	0.917	3	س م 1	0.976	
			س م 2	0.977	
			س م 3	0.977	
0.981	15	الميزة التنافسية	م ت 1	0.981	
			م ت 2	0.979	
			م ت 3	0.980	
			م ت 4	0.980	
			م ت 5	0.980	
			م ت 6	0.981	
			م ت 7	0.979	
			م ت 8	0.979	
			م ت 9	0.981	
			م ت 10	0.980	
			م ت 11	0.980	
			م ت 12	0.980	
			م ت 13	0.979	
			م ت 14	0.981	
			م ت 15	0.980	

المصدر: من إعداد الباحث بناءً على نتائج التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة الميدانية (ن = 385 فرد)

أوضح جدول 8.4 أن قيم معاملات الثبات لمقاييس استبيان الدراسة:

في مقياس الرقابة الاستراتيجية: أظهرت النتائج الإحصائية أن قيم الفا كرونباخ لأبعاد متغير الرقابة الاستراتيجية (وضوح الرؤية، والقدرات الأساسية، واختيار الأهداف الاستراتيجية، وسيولة الموارد) هي:

0.949، 0.953، 0.894، 0.917 على التوالي، كما وجد أن قيمة الفا كرونباخ لمتغير الرشاقة الاستراتيجية ككل تساوي 0.978 وهي قيم أكبر من 0.6 لذلك يتم قبولها، حيث تشير إلى وجود مستوى ممتاز للاتساق. ووفقاً لـ George & Mallery (2019) فقد بلغت القيم معدل أكبر من 0.9، مما يثبت من تحقق ثبات مقياس متغير الرشاقة الاستراتيجية بمستوى اتساق ممتاز.

عند مقياس الميزة التنافسية: وجد أن قيمة الفا كرونباخ تساوي 0.981، الذي يشير إلى وجود مستوى ممتاز للاتساق. ووفقاً لـ George & Mallery (2019) فقد بلغت القيم معدل أكبر من 0.9، مما يثبت من تحقق ثبات مقياس متغير الميزة التنافسية بمستوى اتساق ممتاز.

بناءً على النتائج الإحصائية لقياس صدق وثبات استبيان الدراسة، تم تحقيق صدق وثبات المقاييس المستخدمة في الدراسة الحالية، مما يدل على صلاحية هذه الاستبيانات للتطبيق والوثوق بها، وإمكانية الاعتماد على نتائجها واستخدامها في إجراء التحليلات الخاصة باختبار فرضيات الدراسة.

4.4. الإحصاء الوصفي لمتغيرات البحث

تم قياس استجابات أفراد عينة الدراسة على مؤشرات الاستبيان، اعتماداً على مقياس ليكرت الخماسي (انظر للجدول 9.4).

جدول 9.4: عناصر مقياس ليكرت الخماسي

لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة
1	2	3	4	5

يتم تحديد الاتجاهات العامة لنتائج المتوسطات الحسابية لمتغيرات وابعاد الدراسة. بالإضافة إلى حساب الوزن النسبي المقابل لكل بعد ومتغير من خلال ضرب المتوسط الحسابي في $[20\% = 5 \div 100]$ ، لتحديد درجة ممارسة (مستوى الأهمية) المتغير في منظمات قطاع الطيران في منطقة مكة المكرمة، كما تم توضيح دلالة نتائج المتوسطات الحسابية في جدول 10.4.

جدول 10.4: دلالة المتوسطات الحسابية

قيمة المتوسط الحسابي	الاتجاه العام	الوزن النسبي %	مستوى الممارسة
من 1 إلى أقل من 1.80	غير موافق تماما	من 20 % إلى أقل من 36 %	منخفض جدا
من 1.80 إلى أقل من 2.60	غير موافق	من 36 % إلى أقل من 52 %	منخفض
من 2.60 إلى أقل من 3.40	محايد	من 52 % إلى أقل من 68 %	متوسط
من 3.40 إلى أقل من 4.20	موافق	من 68 % إلى أقل من 84 %	مرتفع
من 4.20 إلى أقل من 5	موافق تماما	من 84 % إلى أقل من 100 %	مرتفع جدا

يتم توصيف متغيرات الدراسة من خلال ايجاد المتوسطات الحسابية من التحاليل الإحصائية معتمدة على مقياس ليكرت الخماسي. بالإضافة إلى ايجاد الانحرافات المعيارية الخاصة بقيم المتوسطات الحسابية لأبعاد ومتغيرات الدراسة. حيث من خلال دلالات المتوسطات الحسابية يتم تم تحديد الاتجاه العام ومستوى تطبيق متغير الرقابة الاستراتيجية وأبعادها (وضوح الرؤية، والقدرات الأساسية، واختيار الأهداف الاستراتيجية، وسيولة الموارد) ومتغير الميزة التنافسية، وفقا لوجهة نظر عينة الدراسة، كما هو موضح في جدول 11.4.

جدول 11.4: المتوسطات الحسابية للانحرافات المعيارية لمتغيرات الدراسة

المتغيرات	المتوسط الحسابي	الانحرافات المعيارية	الاتجاه العام	مستوى الممارسة
الرقابة الاستراتيجية	2.71	1.400	محايد	متوسط
	2.88	1.320	محايد	متوسط
	2.69	1.336	محايد	متوسط
	2.78	1.341	محايد	متوسط
الميزة التنافسية	2.88	1.187	محايد	متوسط

المصدر: الباحث من نتائج التحليل الإحصائي لتوصيف عينة الدراسة الميدانية (ن= 385 فرد)

أظهر جدول 11.4، الخاص بالمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغيرات الدراسة، النتائج التالية لتوصيف المتغيرات:

- عند توصيف المتغير المستقل (الرقابة الاستراتيجية): أوضحت النتائج أن الاتجاه العام لمفردات عينة الدراسة هي المحايدة، مما يدل على أن مستوى ممارسة الرقابة في استراتيجيات منظمات قطاع الطيران بمنطقة مكة المكرمة متوسطة. حيث بلغ المتوسط الحسابي لآراء أفراد العينة في المتغير ككل (2.77)،

عند نسبة أعلى من المتوسطة بقليل تمثلت بـ (55.4%) عند انحراف معياري بقيمة (1.296). كما أوضحت نتائج الإحصاءات الوصفية لأبعاد متغير الرشاقة الاستراتيجية (وضوح الرؤية، والقدرات الأساسية، واختيار الأهداف الاستراتيجية، وسيولة الموارد)، أن الاتجاه العام لهم حسب وجهة نظر مفردات العينة هي المحايدة عند مستوى تطبيق متوسط في منظمات الطيران بمنطقة مكة المكرمة محل الدراسة. حيث وجد أن المتوسط الحسابي لبعده وضوح الرؤية هو (2.71) بنسبة موافقة (54.2%) عند انحراف معياري (1.400)، والمتوسط الحسابي لبعده القدرات الأساسية هو (2.88) بنسبة موافقة حوالي (57.6%) عند انحراف معياري (1.320)، والمتوسط الحسابي لبعده اختيار الأهداف الاستراتيجية هو (2.69) بنسبة موافقة حوالي (53.8%) عند انحراف معياري (1.336)، والمتوسط الحسابي لبعده سيولة الموارد هو (2.78) بنسبة موافقة حوالي (55.6%) عند انحراف معياري (1.341).

■ بالنسبة لتوصيف المتغير التابع (الميزة التنافسية): أوضحت النتائج أن الاتجاه العام لمفردات عينة الدراسة هي المحايدة، مما يدل على أن مستوى التميز التنافسي متوسط في منظمات القطاع الطيران بمنطقة مكة المكرمة. حيث كان المتوسط الحسابي لآراء أفراد العينة يمثل (2.88)، عند نسبة أعلى من المتوسطة بقليل تمثلت بـ (57.6%) عند انحراف معياري يعادل (1.187).

بناءً على النتائج الوصفية لمتغيرات الدراسة، أشارت النتائج الإحصائية الوصفية بما يتعلق بالمتغير المستقل (الرشاقة الاستراتيجية) وأبعادها إلى أن الاتجاه العام لدى عينة الدراسة هو المحايدة، وأن مستوى ممارسته متوسطة في القطاعات محل الدراسة. بينما كانت النتائج الإحصائية الوصفية بما يتعلق بالمتغير التابع (الميزة التنافسية) أنها ذات مستوى تطبيق متوسط في منظمات قطاع الطيران بمنطقة مكة المكرمة، وذلك من وجهة نظر عينة الدراسة.

5.4. معاملات الارتباط الخطي بين متغيرات الدراسة

تم تقديم نتائج معاملات الارتباط الخطي لبيرسون بين متغيرات الدراسة في الجدول 12.4، حيث تم حسابها بواسطة برنامج SPSS النسخة 29.

جدول 12.4: معاملات الارتباط بين متغيرات الدراسة

Correlations							
سيولة الموارد	الأهداف الاستراتيجية	القدرات الأساسية	وضوح الرؤية	الميزة التنافسية	الرشاقة الاستراتيجية		
0.965**	0.950**	0.952**	0.966**	0.983**	1	Pearson Correlation	الرشاقة الاستراتيجية
<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		Sig. (2-tailed)	
385	385	385	385	385	385	N	
0.958**	0.921**	0.939**	0.948**	1	0.983**	Pearson Correlation	الميزة التنافسية
<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	Sig. (2-tailed)	
385	385	385	385	385	385	N	
0.921**	0.885**	0.884**	1	0.948**	0.966**	Pearson Correlation	وضوح الرؤية
<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	Sig. (2-tailed)	
385	385	385	385	385	385	N	
0.874**	0.889**	1	0.884**	0.939**	0.952**	Pearson Correlation	القدرات الأساسية
<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	Sig. (2-tailed)	
385	385	385	385	385	385	N	
0.901**	1	0.889**	0.885**	0.921**	0.950**	Pearson Correlation	الأهداف الاستراتيجية
<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	Sig. (2-tailed)	
385	385	385	385	385	385	N	
1	0.901**	0.874**	0.921**	0.958**	0.965**	Pearson Correlation	سيولة الموارد
	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	Sig. (2-tailed)	
385	385	385	385	385	385	N	

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

اظهر جدول 12.4 قيم الارتباطات الخطية بين ممارسة الرشاقة الاستراتيجية وابعادها (كمتغير مستقل) وبين مستوى الميزة التنافسية (كمتغير تابع) للدراسة.

حيث وجد أن هناك ارتباط معنوي قوي موجب (0.983) بين الرشاقة الاستراتيجية كممتغير مستقل وبين مستوى الميزة التنافسية كممتغير تابع عند مستوى دلالة أقل من (0.01).

كما وجد أن هناك ارتباط معنوي قوي موجب بين كل بعد من أبعاد المتغير المستقل الرشاقة الاستراتيجية (وضوح الرؤية، والقدرات الأساسية، واختيار الأهداف الاستراتيجية، وسيولة الموارد) وبين مستوى

الميزة التنافسية كمتغير تابع، عند معامل ارتباط: 0.948، 0.939، 0.921، 0.958 على التوالي، وذلك عند مستوى دلالة أقل من (0.01).

نلاحظ من تحليل الانحدار الخطي أن قيم معاملات الارتباط الخطي بين متغير الرشاقة الاستراتيجية ككل وبين متغير الميزة التنافسية مرتفعة، مما يدل على قوة الارتباط بينها. كما أن الارتباطات الخطية بين كل بعد من أبعاد متغير الرشاقة الاستراتيجية وبين متغير الميزة التنافسية مرتفعة، مما يدل على قوة الارتباط بينها. نستنتج من ذلك وجود ارتباط معنوي موجب بين متغير الرشاقة الاستراتيجية وأبعادها (وضوح الرؤية، والقدرات الأساسية، واختيار الأهداف الاستراتيجية، وسيولة الموارد) وبين متغير الميزة التنافسية عند مستوى دلالة أقل من (0.01).

6.4. اختبار الفرضيات ومناقشة النتائج

بعد الانتهاء من فحص الارتباطات بين المتغيرات، تأتي المرحلة التالية من الدراسة التي تتضمن اختبار صحة الفرضيات باستخدام برنامج SPSS النسخة 29، للوصول إلى نتائج إحصائية تُناقش بالمقارنة مع الأبحاث الأخرى.

الفرضية الرئيسية للدراسة:

H1: أبعاد الرشاقة الاستراتيجية لها تأثير كبير على الميزة التنافسية في منظمات قطاع الطيران بمنطقة مكة المكرمة.

ويتفرع من هذه الفرضية الرئيسية أربع فرضيات فرعية، وهي:

H1a: وضوح الرؤية له تأثير إيجابي كبير على الميزة التنافسية في منظمات قطاع الطيران بمنطقة مكة المكرمة.

H1b: القدرات الأساسية لها تأثير إيجابي كبير على الميزة التنافسية في منظمات قطاع الطيران بمنطقة مكة المكرمة.

H1c: اختيار الأهداف الإستراتيجية له تأثير إيجابي كبير على الميزة التنافسية في منظمات قطاع الطيران بمنطقة مكة المكرمة.

H1d: سيولة الموارد لها تأثير إيجابي كبير على الميزة التنافسية في منظمات قطاع الطيران بمنطقة مكة المكرمة.

نتائج اختبار الفرضية الرئيسية للدراسة:

تنص الفرضية على أن "أبعاد الرشاقة الاستراتيجية لها تأثير كبير على الميزة التنافسية في منظمات قطاع الطيران بمنطقة مكة المكرمة."

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام أسلوب تحليل الانحدار الخطي البسيط Regression Linear Simple Analysis بين ممارسة الرشاقة الاستراتيجية (إجمالاً) كمتغير مستقل ومستوى الميزة التنافسية كمتغير تابع، كما هو موضح في الشكل 7.4 والجداول (13.4، 14.4، 15.4).

جدول 13.4: ملخص النموذج بين الرشاقة الإستراتيجية والميزة التنافسية

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.983 ^a	0.967	0.967	0.217
a. Predictors: (Constant), الرشاقة الاستراتيجية				

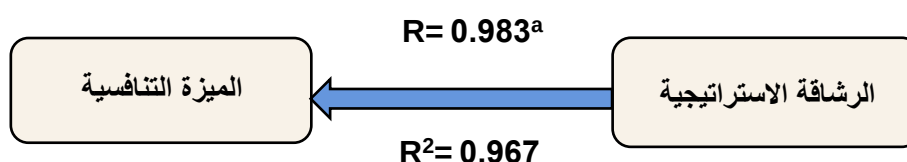
جدول 14.4: تحليل التباين (ANOVA) بين الرشاقة الإستراتيجية والميزة التنافسية

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	522.761	1	522.761	11113.295	<.001 ^b
	Residual	18.016	383	0.047		
	Total	540.777	384			
a. Dependent Variable: الميزة التنافسية						
b. Predictors: (Constant), الرشاقة الاستراتيجية						

جدول 15.4: المعاملات بين بين الرشاقة الاستراتيجية والميزة التنافسية

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95.0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	0.383	0.026		14.669	<.001	0.332	0.435
	الرشاقة الاستراتيجية	0.901	0.009	0.983	105.420	<.001	0.884	0.917

a. Dependent Variable: الميزة التنافسية



الشكل 7.4: العلاقة بين الرشاقة الإستراتيجية والميزة التنافسية

يتضح من النتائج في الجداول (13.4، 14.4، 15.4) والشكل 7.4 بالأعلى، ما يلي:

- وجد أن قيمة (F) مرتفعة وهي (11113.295) مما تشير إلى أن التباين بين المجموعات كبير مقارنةً بالتباين داخل المجموعات، كما أن مستوى المعنوية لاختبار (F) المتمثل بقيمة (F sig.) أقل من (0.01)، مما يشير إلى معنوية نموذج الانحدار الخطي البسيط ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المجموعات عند مستوى دلالة أقل من (0.001).

- وجد أن قيمة معامل الارتباط (R) تساوي (0.983^a)، مما يشير إلى وجود ارتباط موجب قوي بين ممارسة الرشاقة الاستراتيجية (اجمالاً) ومستوى الميزة التنافسية.

- وجد أن معامل التحديد (R^2) تساوي (0.967)، مما يبين أن التغير في ممارسات الرقابة الاستراتيجية (اجمالا) يؤثر على الأداء التشغيلي في المنظمات بمقدار 97%، إذا 3% من الميزة التنافسية تتأثر بعوامل أخرى لم تتم دراستها في هذه الدراسة.

- وجد أن قيمة اختبار (t) تساوي (105.420) وهي قيمة موجبة أكبر من (1.96)، مما تشير على معنوية معامل الانحدار بيتا (β)، عند مستوى دلالة أقل من (0.001).

وبناء على النتائج السابقة، يتم قبول صحة الفرضية الرئيسية التي تنص على وجود علاقة ارتباط معنوية ذات تأثير إيجابي كبير بين الرقابة الاستراتيجية (اجمالا) كمتغير مستقل، والميزة التنافسية كمتغير تابع لدى منظمات قطاع الطيران بمنطقة مكة المكرمة، لها دلالة احصائية عند مستوى دلالة أقل من (0.01). واعتمادا على ذلك، تتفق نتيجة هذه الدراسة مع نتائج دراسات (Khoshnood and Nematizadeh, 2017; سعيد, 2018; Alromeedy, 2019; Mohamed, 2019; Muema, 2019; الشنطي والجيار, 2020; العفيري, 2020; القرني, 2020; Al-Hasnawi et al., 2020; Barahmah et al., 2021; صقور, 2021; الزهراني, 2022; الضابط, 2022; موسى والريمحي, 2022)، التي قامت بالبحث في علاقة الرقابة الاستراتيجية بالميزة التنافسية ووجدت أن المؤسسات التي درست فيها العلاقة بين المتغيرين كانت تتمتع بدرجة عالية من الرقابة الإستراتيجية مما أدى إلى تعزيز الميزة التنافسية بشكل كبير، كما توصلت نتائج الدراسات إلى أن ممارسة الرقابة الإستراتيجية أثرت بشكل إيجابي كبير على تحقيق الميزة التنافسية في المؤسسات. وفسرت بأن المؤسسات تكتسب ميزة تنافسية باستخدام استراتيجيات رشيقة، وأن هذه الرقابة في الاستراتيجيات تعتبر نقطة دخول أساسية مهمة لتحقيق تفوق المؤسسة (الميزة التنافسية) في البيئات التنافسية المتغيرة.

نتائج اختبار الفرضيات الفرعية للدراسة:

تنص الفرضية الفرعية الأولى على أن " وضوح الرؤية له تأثير إيجابي كبير على الميزة التنافسية في منظمات قطاع الطيران بمنطقة مكة المكرمة."

كما تنص الفرضية الفرعية الثانية على أن "القدرات الأساسية لها تأثير إيجابي كبير على الميزة التنافسية في منظمات قطاع الطيران بمنطقة مكة المكرمة."

في حين تنص الفرضية الفرعية الثالثة على أن "اختيار الأهداف الإستراتيجية له تأثير إيجابي كبير على الميزة التنافسية في منظمات قطاع الطيران بمنطقة مكة المكرمة."

بالإضافة إلى الفرضية الفرعية الرابعة التي تنص على أن "سيولة الموارد لها تأثير إيجابي كبير على الميزة التنافسية في منظمات قطاع الطيران بمنطقة مكة المكرمة."

لاختبار هذه الفرضيات الفرعية تم استخدام أسلوب تحليل الانحدار الخطي المتعدد Multiple Linear Regression Analysis بين كلا من بعد وضوح الرؤية، وبعد القدرات الأساسية، وبعد اختيار الأهداف الإستراتيجية، وبعد سيولة الموارد كمتغيرات مستقلة ومستوى تحقق الميزة التنافسية كمتغير تابع، كما هو موضح في الشكل 8.4 والجداول (16.4، 17.4، 18.4).

جدول 16.4: ملخص النموذج بين أبعاد الرشاقة الإستراتيجية (وضوح الرؤية، القدرات الأساسية، اختيار الأهداف الاستراتيجية، سيولة الموارد) والميزة التنافسية

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.985 ^a	0.970	0.969	0.208
a. Predictors: (Constant), وضوح الرؤية، القدرات الأساسية، الأهداف الاستراتيجية، سيولة الموارد				

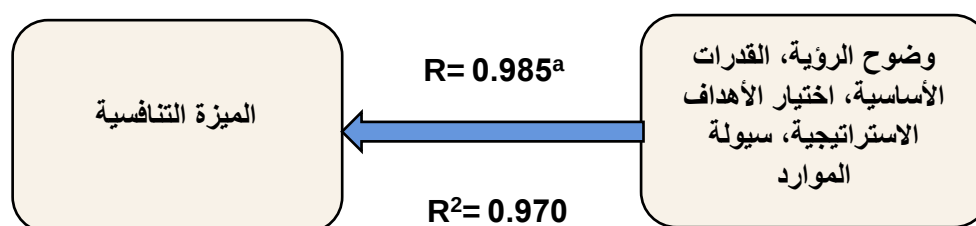
جدول 17.4: تحليل التباين (ANOVA) بين أبعاد الرشاقة الإستراتيجية (وضوح الرؤية، القدرات الأساسية، اختيار الأهداف الاستراتيجية، سيولة الموارد) والميزة التنافسية

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	524.344	4	131.086	3031.314	<.001 ^b
	Residual	16.433	380	.043		
	Total	540.777	384			
a. Dependent Variable: الميزة التنافسية						
b. Predictors: (Constant), وضوح الرؤية، القدرات الأساسية، الأهداف الاستراتيجية، سيولة الموارد						

جدول 18.4: المعاملات بين أبعاد الرشاقة الإستراتيجية (وضوح الرؤية، القدرات الأساسية، اختيار الأهداف الاستراتيجية، سيولة الموارد) والميزة التنافسية

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95.0% Confidence Interval for B	
	B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1 (Constant)	0.364	0.026		14.058	<.001	0.313	0.415
وضوح الرؤية	0.204	0.022	0.241	9.437	<.001	0.162	0.247
القدرات الأساسية	0.292	0.020	0.325	14.680	<.001	0.253	0.331
الأهداف الاستراتيجية	0.054	0.021	0.060	2.538	0.012	0.012	0.095
سيولة الموارد	0.351	0.023	0.397	15.155	<.001	0.306	0.397

a. Dependent Variable: الميزة التنافسية



الشكل 8.4: العلاقة بين أبعاد الرشاقة الإستراتيجية (وضوح الرؤية، القدرات الأساسية، اختيار الأهداف الاستراتيجية، سيولة الموارد) والميزة التنافسية

يتضح من النتائج في الجداول (16.4، 17.4، 18.4) والشكل 8.4 بالأعلى، ما يلي:

- وجد أن قيمة (F) مرتفعة وهي (3031.314) مما تشير إلى أن التباين بين المجموعات كبير مقارنةً بالتباين داخل المجموعات، كما أن مستوى المعنوية لاختبار (F) المتمثل بقيمة (F sig.) أقل من (0.01)، مما يشير إلى معنوية نموذج الانحدار الخطي المتعدد ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المجموعات عند مستوى دلالة أقل من (0.001).

- وجد أن قيمة معامل الارتباط (R) تساوي (0.985^a)، مما يشير إلى وجود ارتباط موجب قوي بين كلا من بعد (وضوح الرؤية، والقدرات الأساسية، واختيار الأهداف الاستراتيجية، وسيولة الموارد) ومستوى الميزة التنافسية.

- وجد أن معامل التحديد (R²) تساوي (0.970)، مما يبين أن التغير في أبعاد (وضوح الرؤية، والقدرات الأساسية، واختيار الأهداف الاستراتيجية، وسيولة الموارد) تؤثر على الميزة التنافسية في المنظمات بمقدار 97%، إذا 3% من الميزة التنافسية تتأثر بعوامل أخرى لم تتم دراستها في هذه الدراسة.

- وجد أن لاختبار (t) قيم خاصة بأبعاد الرشاقة الاستراتيجية، حيث كانت قيمة (t) لبعد وضوح الرؤية تساوي (9.437)، كما أن قيمة (t) لبعد القدرات الأساسية تساوي (14.680)، في حين أن قيمة (t) لبعد اختيار الأهداف الاستراتيجية تساوي (2.538)، بالإضافة إلى أن قيمة (t) لبعد سيولة الموارد تساوي (15.155)، وهي قيم موجبة أكبر من (1.96)، مما تشير إلى معنوية معامل الانحدار بيتا (β) لأبعاد وضوح الرؤية، والقدرات الأساسية، وسيولة الموارد عند مستوى دلالة أقل من (0.001)، بينما كان معنوية معامل الانحدار بيتا (β) لبعد اختيار الأهداف الاستراتيجية عند مستوى دلالة (0.012).

وبناء على النتائج السابقة، يتم قبول صحة الفرضية الفرعية الأولى التي تنص على وجود علاقة ارتباط معنوية ذات تأثير ايجابي كبير بين بعد وضوح الرؤية كمتغير مستقل، والميزة التنافسية كمتغير تابع لدى منظمات قطاع الطيران بمنطقة مكة المكرمة، لها دلالة احصائية عند مستوى دلالة أقل من (0.01). كما يتم قبول صحة الفرضية الفرعية الثانية التي تنص على وجود علاقة ارتباط معنوية ذات تأثير ايجابي كبير بين بعد القدرات الأساسية كمتغير مستقل، والميزة التنافسية كمتغير تابع لدى منظمات قطاع الطيران بمنطقة مكة المكرمة، لها دلالة احصائية عند مستوى دلالة أقل من (0.01). بالإضافة إلى قبول صحة الفرضية الفرعية الثالثة التي تنص على وجود علاقة ارتباط معنوية ذات تأثير ايجابي كبير بين بعد اختيار الأهداف الاستراتيجية كمتغير مستقل، والميزة التنافسية كمتغير تابع لدى منظمات قطاع الطيران بمنطقة مكة المكرمة، لها دلالة احصائية عند مستوى دلالة أقل من (0.05). علاوة على ذلك تم قبول صحة الفرضية الفرعية الرابعة التي تنص على وجود علاقة ارتباط معنوية ذات تأثير ايجابي كبير بين بعد سيولة الموارد كمتغير مستقل، والميزة التنافسية كمتغير تابع لدى منظمات قطاع الطيران بمنطقة مكة المكرمة، لها دلالة احصائية عند مستوى دلالة أقل من (0.01).

وبناء على ما سبق، وجد أن نتائج هذه الدراسة من حيث العلاقة بين وضوح الرؤية والميزة التنافسية، والعلاقة بين القدرات الأساسية والميزة التنافسية، والعلاقة بين واختيار الأهداف الاستراتيجية والميزة التنافسية تتفق مع نتائج دراسات (Khoshnood and Nematizadeh, 2017; القرني، 2020; صقور، 2021; موسى والرميحي، 2022; الضابط، 2022) التي وجدت أن كل بعد من أبعاد الرشاقة الاستراتيجية لها تأثير مباشر وإيجابي وكبير على متغير الميزة التنافسية، فقد وجد أن أبعاد الرشاقة الاستراتيجية كانت تمارس بشكل كبير في المؤسسات محل الدراسة مما أكسبها ميزة تنافسية عالية. تتشابه تلك النتائج الخاصة في العلاقات بين كلا من وضوح الرؤية واختيار الأهداف الاستراتيجية مع الميزة التنافسية، التي وجدت تأثير إيجابي كبير للأبعاد في تعزيز الميزة التنافسية، في حين اختلفت في نتيجة العلاقة بين القدرات الأساسية والميزة التنافسية فقد وجدت أن بعد القدرات الأساسية لم يؤثر على الميزة التنافسية. ومن جانب آخر، وجدت الدراسة الحالية أن نتيجتها، من حيث العلاقة بين سيولة الموارد والميزة التنافسية، تتفق مع نتائج دراسات (Muema, 2019; العفيري، 2020; Al-Hasnawi et al., 2020; الزهراني، 2022)، التي وجدت أن بعد سيولة الموارد لها تأثير مباشر وإيجابي على متغير الميزة التنافسية، ويفسر ذلك مدى قدرة سيولة الموارد في تحقيق الرشاقة في استراتيجيات المؤسسة وتمكينها من تحسين كفاءتها.

7.4. الخاتمة

ناقش الفصل نتائج التحاليل الاحصائية لبيانات الدراسة المجمعة من عينة الدراسة الميدانية، باستخدام برنامج SPSS نسخة 29. توصلت التحاليل أن أغلب المشاركين في هذه الدراسة كانوا من فئة الشباب الذكور، حيث تتراوح أعمارهم بين 35 إلى أقل من 45 عاماً يملكون شهادة البكالوريوس. حيث كان الأكثر مشاركة في الدراسة موظفو منظمة طيران ناس، ويعملون في المستوى الإدارة التنفيذية استمرت سنوات خبرتهم من 5 إلى 9 سنوات خبرة. وفقاً للنتائج الاحصائية فقد تم التأكد من صدق وثبات المقاييس المستخدمة في قياس متغيرات الدراسة الاستبائية الذي تم توزيعه وجمعه من أفراد العينة. حيث وجدت الدراسة أن مستوى ممارسة الرشاقة الاستراتيجية وأبعادها ومستوى تحقيق الميزة التنافسية في منظمات قطاع الطيران بمنطقة مكة المكرمة متوسطة. كما اثبتت الدراسة صحة فرضيتها الرئيسية وفرضياتها الفرعية، حيث توصلت إلى وجود أثر إيجابي قوي ذات دلالة احصائية معنوية بين متغير الرشاقة الاستراتيجية وأبعادها (وضوح الرؤية، القدرات الأساسية، اختيار الأهداف الاستراتيجية، سيولة الموارد) وبين متغير الميزة التنافسية.

5. الفصل الخامس: حدود البحث والتوصيات والاستنتاجات

1.5. حدود الدراسة والدراسات المستقبلية

2.5. توصيات الدراسة

3.5. الخاتمة

قائمة المراجع

- الحريزات، م. (2015). أثر الخفة الاستراتيجية في سياق القدرة التنافسية للشركات على الأداء التشغيلي: دراسة تطبيقية في شركات الصناعات الهندسية في الأردن. (رسالة الماجستير). جامعة الشرق الأوسط، الأردن.
- الزهراني، إ. (2022). أثر الرشاقة الاستراتيجية في تعزيز أبعاد الميزة التنافسية في جامعة القصيم: دراسة ميدانية. مجلة جامعة أم القرى للعلوم التربوية والنفسية، 14 (1)، ص 101-117.
- الشنطي، م، والجيار، م. (2020). الرشاقة الاستراتيجية وأثرها في تعزيز الميزة التنافسية: دراسة ميدانية على شركات صناعة الأدوية الفلسطينية. مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الاقتصادية والإدارية. 29 (1)، ص 130-163.
- الضابط، م. (2022). دور الرشاقة الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية بالتطبيق على المنظمات غير الربحية بالسعودية. المجلة العربية للإدارة 42 (2)، ص 17-32.
- العفيري، ن. (2020). خفة الحركة الاستراتيجية لتحقيق الميزة التنافسية في الجامعات الخاصة بمدينة إب. دراسات عربية في التربية وعلم النفس، 125 (125)، ص 179-209.
- القرني، ع. (2020). الدور الوسيط للبراعة التنظيمية في تعزيز العلاقة بين الرشاقة الاستراتيجية وتحقيق الميزة التنافسية بجامعة تبوك: دراسة ارتباطية تنبؤية. مجلة التربية الأزهرية، 39 (188 ج 1)، ص 359-406.
- المحمودي، م. (2019). مناهج البحث العلمي. (الطبعة الثالثة). دار الكتب، الجمهورية اليمنية، صنعاء.
- سعيد، ك. (2018). أثر الرشاقة الإستراتيجية في تعزيز الميزة التنافسية: دراسة حالة مجمع "حمادي" بولاية بشار. مجلة البشير الاقتصادية، 4 (1)، ص 104-122.
- صقور، م. (2021). أثر الرشاقة الاستراتيجية في القدرات التنافسية دراسة ميدانية في شركات الاتصالات الخلوية في سورية. مجلة جامعة البعث-سلسلة العلوم الاقتصادية والسياحية، 43 (17)، ص 143-178.
- عادل، م. (2013). دراسة نقدية حول استراتيجيات «Porter» التنافسية. المجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، 10 (1)، ص 46-52.

- فاضل، ع وعبد الرحيم، س. (2016). ابعاد الرشاقة الاستراتيجية وتكيفها في منظمات الاعمال/بحث ميداني تحليلي في شركة آسياسيل للاتصالات المتنقلة، *مجلة العلوم الاقتصادية والادارية*، 22(94)، ص 112-137.
- محسن، ع.، والنجار، ص. (2012). إدارة الإنتاج والعمليات. (الطبعة الرابعة). بغداد: *الذاكرة للنشر والتوزيع*.
- موسى، م والرميحي، ص. (2022). الرشاقة الاستراتيجية للقيادات الأكاديمية في الجامعات العربية ودورها في تحقيق الميزة التنافسية (دراسة ميدانية). *المجلة الدولية للعلوم التربوية والنفسية*، 71(2)، ص 480-537.
- Abbott, A., & Banerji, K. (2003). Strategic flexibility and firm performance: the case of US based transnational corporations. *Global Journal of Flexible Systems Management*, 4(1&2), p1-8.
- Abelman, R. (2014), Reviewing and revising the institutional vision of U.S. higher education. *Review of Communication Research*, 2(1), 30-67.
- Abu-Radi, S. (2013). *Strategic Agility and Its Impact on the Operations Competitive Capabilities in Jordanian Private Hospitals*. Jordan: Middle East University.
- Al-Hasnawi, H., Al-Shammari, A., & Alyasiry, A. (2020). The Moderate Role for strategic agility in promoting the relationship between strategic knowledge and Organizational Ambidexterity. *The Iraqi Magazinje for Managerial Sciences*, 16(63), p1-45.
- Alromeedy, B. (2019). Strategic Agility as a Competitive Advantage in Airlines—Case Study: Egypt Air. *Journal of the Faculty of Tourism and Hotels-University of Sadat City*, 3(1), p1-15.
- Barahmah, M., Al-Awlaqi, M., AL-Tahitah, A., Habtoor, O., & Kamaruzzaman, K. (2021). The Impact of Strategic Agility on Sustainable Competitive Advantage in the Yemeni Manufacturing Industry. *In International Conference on Emerging Technologies and Intelligent Systems*, 1, p404-418.

- Bassett-Jones, N. (2005). The paradox of diversity management, creativity and innovation. *Creativity and innovation management*, 14(2) p169-175.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. (5th ed). SAGE Publications, Inc., United States of America.
- Doz, Y. L., & Kosonen, M. (2008). *Fast strategy: How strategic agility will help you stay ahead of the game*. Pearson Education.
- Doz, Y. L., & Kosonen, M. (2010). Embedding strategic agility: A leadership agenda for accelerating business model renewal. *Long range planning*, 43(2-3), p370-382.
- George, D., & Mallery, P. (2019). *IBM SPSS statistics 26 step by step: A simple guide and reference*. (16th ed.). New York, USA: Routledge.
- Hair, J., Black, W., Babin, B., Anderson, R., & Tatham, R. (2006). *Multivariate Data Analysis*. (6th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Ibrahim, A., Maroof, B., & Osman, M. (2016). The Correlation between strategic flexibility and structural dimensions and their influence in the adoption patterns of social responsibility. *AL-Anbar University journal of Economic and Administration Sciences*, 8(15), p214-252.
- Khoshnood, N., & Nematizadeh, S. (2017). Strategic Agility and Its Impact on the Competitive Capabilities in Iranian Private Banks. *International Journal of Business and Management*, 12(2), p220-229.
- Lee, J., Cho, H., & Kim, Y. (2015). Assessing Business Impacts of Agility Criterion and Order Allocation Strategy in Multi-Criteria Supplier Selection. *Expert Systems with Applications*, 42, p1136-1148.

- Long, C. (2000). You don't have a strategic plan?--good!. *Consulting to Management*, 11(1), p35-42.
- Mohamed, A. (2019). Strategic agility from a competitive advantage perspective Faculty of Physical Education, Helwan University (Comparative study). *Assiut Journal of Sport Science and Arts*, 2019(1), p155-190.
- Muema, E. (2019). Influence of Strategic Agility on the Competitive Advantage of Private Hospitals in Nairobi County. *Nairobi: University of Nairobi*.
- Ojha, D. (2008). Impact of strategic agility on capabilities and financial performance (unpublished doctoral Dissertation). *School of Clemson University, South Carolina, United States*.
- Radwan, T .(2014). The effect of the determinants of strategic agility on organizational excellence: an applied study on the telecommunications sector in Egypt. *Trade and Finance Journal: Tanta University*, 1(3) 225-232.
- Robeyns, I. (2001). '*Understanding Sen's Capability Approach*'. Paper Presented at Wolfson College, Cambridge.
- Sherehiy, B., & Karwowski, W. (2014). The Relationship Between Work Organization and Workforce Agility in Small Manufacturing Enterprises. *International Journal of Industrial Ergonomics*, 44(3), p466-473.
- Sukati, I., Hamid, A., Baharun, R., Yusoff, R. & Anuar, M. (2012). The Effect of Organizational Practices on Supply Chain Agility: An Empirical Investigation on Malaysia Manufacturing Industry. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 40, p274-281.

Swafford, P., Ghosh, S., & Murthy, N. (2006) The Antecedents of Supply Chain Agility of a Firm: Scale Development and Model Testing. *Journal of Operations Management*, 24(2), p170-188.

Tamimi, I., & Khashali, S. (2007) The Impact of Environmental Uncertainty in Determining Strategic Goals: A Field Study in Jordanian Pharmaceutical Industries Companies. *Jordan Journal of Business Administration*, 3(1), 1-23.

Teece, D. (2007). Explicating dynamic capabilities: the nature and microfoundations of (sustainable) enterprise performance. *Strategic management journal*, 28(13), p1319-1350.

Thompson, S. (2012). *Sampling*. (3rd ed.). Johan Willy & Sons, Inc., Publication.

Wang, H. (2014). Theories for competitive advantage. *Being Practical with Theory: A Window into Business Research*. Wollongong, Australia: THEORI, p30-43.

الملاحق

ملحق (أ) عناصر الاستبيان

عناصر الاستبيان

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

اعزائي المشاركون/ موظفي وموظفات منظمات قطاع الطيران في منطقة مكة المكرمة (الموقرين)
يسعدنا دعوتكم للمشاركة في استبانة دراسة تجريها الباحثة اصالة محمد، كجزء من مادة المشروع البحثي
لاستكمال متطلبات الحصول على درجة البكالوريوس في إدارة المشاريع في جامعة ميدأوشن.
والتي تهدف لدراسة "أثر تطبيق الرشاقة الإستراتيجية على تحقيق الميزة التنافسية في منظمات قطاع
الطيران لمنطقة مكة المكرمة".
سوف تستغرق الاستبانة ما بين 5 إلى 8 دقائق. ستظهر النتائج للباحث من مصدر مجهول وسيتم التعامل
معهها بمنتهى السرية لغرض البحث العلمي فقط.
ستساهم مشاركتكم القيمة في هذه الاستبانة على نجاح الدراسة بشكل كبير.
فلكم منا جزيل الشكر والتقدير على مشاركتكم الطيبة.

لأي أسئلة أو توضيحات تتعلق بهذه الدراسة، لا تترددوا بالتواصل مع الباحثة (اصالة محمد) عبر البريد
الإلكتروني ssola.a@hotmail.com

رابط الاستبيان: <https://forms.gle/7U9oxBJLdJWYSX2U9>

Dear participants, The employees in the aviation sector organizations at the Makkah Province.

We are pleased to invite you to participate in a study questionnaire conducted by researcher Asala Muhammad, as part of the research project to complete the requirements for obtaining a bachelor's degree in project management at Midocean University.

Which aims to study "The impact of applying strategic agility on achieving competitive advantage in aviation sector organizations at the Makkah Province."

The questionnaire will take between 5 to 8 minutes. The results will appear to the researcher from an anonymous source and will be treated with the utmost confidentiality for the purpose of scientific research only.

Your valuable participation in this questionnaire will greatly contribute to the success of the study.

We extend our sincere thanks and appreciation to you for your kind participation.

Many Thanks to you, we deeply appreciate your kind participation.

For any questions or clarifications related to this study, please do not hesitate to reach out to contact the researcher (Asalah Mohammed) by e-mail: ssola.a@hotmail.com

Questionnaire link: <https://forms.gle/7U9oxBJLdJWYSX2U9>

Workplace in Makkah Region

- ☐ Yes
☐ No

مكان العمل في منطقة مكة المكرمة

- ☐ نعم
☐ لا

Organization's Name

- ☐ Flyadeal
☐ Flynas
☐ Saudi Arabian Airlines
☐ Saudi Gulf Airlines
☐ Nesma Airlines

اسم المنظمة

- ☐ طيران أديل
☐ طيران ناس
☐ الخطوط السعودية
☐ طيران السعودية الخليجية
☐ نسما للطيران

القسم 1: البيانات العامة

سيتناول القسم الأول الخصائص الديموغرافية للمشاركين.
من فضلك ، اختر إجابتك المناسبة لكل سؤال.

Section 1: General Information

The first section will examine about participants' demographic characteristics.

Please, choose your appropriate answer for each question.

1.1. Gender

- ☐ Male
☐ Female

الجنس

- ☐ ذكر
☐ انثى

1.2. Age Groups

- ☐ Less than 25 years
☐ From 25 to Less than 35 years

العمر

- ☐ أقل من 25 سنة
☐ من 25 إلى أقل من 35 سنة

- ☐ From 35 to Less than 45 years
☐ From 45 years and over

- ☐ من 35 إلى أقل من 45 سنة
☐ 45 سنة وأكثر

1.3. Education Level

- ☐ Diploma or lower
☐ Bachelor
☐ Master
☐ Doctoral

المستوى التعليمي

- ☐ دبلوم فأقل
☐ بكالوريوس
☐ ماجستير
☐ دكتوراه

1.4. Management Level

- ☐ Operational Management e.g., Supervisor, Foreman, Junior Manager, Inspector, or Clerk.
☐ Middle Management e.g., Marketing Manager, Purchase Head, Sales Manager, Operation Manager, Branch Manager, or Finance Manager.
☐ Senior Management e.g., Chief Executive Officer, Chief Marketing Officer, Chief Sales Officer, Chief Technology Officer, President, or Managing Director.

المستوى الإداري

- ☐ الإدارة التشغيلية على سبيل المثال مشرف، مراقب عمال، مدير مبتدئ، مفتش، كاتب.
☐ الإدارة الوسطى على سبيل المثال مدير التسويق، رئيس المشتريات، مدير المبيعات، مدير العمليات، مدير فرع، المدير المالي.
☐ الإدارة العليا على سبيل المثال الرئيس التنفيذي، مدير إدارة التسويق، مدير إدارة المبيعات، مدير إدارة التقنية، رئيس، المدير العام.

1.5. Professional Career Period

- ☐ Less than 5 years
☐ From 5 to 9 years
☐ From 10 to 14 years
☐ From 15 years and over

فترة العمل

- ☐ أقل من 5 سنوات
☐ من 5 إلى 9 سنوات
☐ من 10 إلى 14 سنة
☐ من 15 سنة وما فوق

القسم 2: الاستبيان

يحتوي هذا القسم على عبارات تقيس مدى استخدام الرقابة الإستراتيجية في منظمك، وهي تتكون من أربعة أبعاد. تحتوي كل عبارة على مقياس رقمي مصنف وفقاً لدرجة الحدوث والتوافر، من (1) لا أوافق بشدة، مما يعني عدم حدوثه أو تطبيقه إلى (5) موافق بشدة، وهو أمر مؤكد الحدوث. من فضلك اختر الرقم الذي يعبر عن تقديرك ويتفق مع رأيك في كل عبارة.

Questionnaire - Section 2

This section contains statements that measure the extent to which strategic agility is used in your organization. It consists of five dimensions.

Each statement has a numerical scale graded according to the degree of occurrence and availability, from (1) strongly disagree, which means no occurrence or application to (5) strongly agree, which is certain to occur.

Please, choose the number that reflects your estimates and agrees with your opinion in each statement.

2. الرقابة الإستراتيجية: تعرف الرقابة الإستراتيجية بأنها قدرة المنظمة على الاستجابة بشكل مناسب للبيئة التي تؤدي فيها أنشطتها لإنتاج وبيع المنتجات المناسبة في الوقت والمكان والسعر المناسبين (Abbott & Banerji، 2003). 2. Strategic Agility: Strategic agility is defined as an organization's capability to respond appropriately to the environment in which it performs its activities and to produce and sell the proper products at the right time, place, and price (Abbott & Banerji, 2003).					
لا أوافق بشدة Strongly disagree (1)	لا أوافق Disagree (2)	محايد Neutral (3)	أوافق Agree (4)	أوافق بشدة Strongly agree (5)	مؤشر Indicator
وضوح الرؤية: تشير الرؤية إلى طموح المنظمة المستقبلية التي تسعى إلى تحقيقه. (الضابط، 2022). Clarity of Vision: The vision refers to the organization's future ambition it seeks to achieve (الضابط، 2022).					
					2.1. The organization's vision is used as a guide and direction for all its work. يتم استخدام رؤية المنظمة كمرشد وموجه لكافة أعمالها.
					2.2. There is complete integration and harmony between the units and departments of the organization in the light of its vision. يوجد تكامل وانسجام تام بين وحدات المنظمة وأقسامها في ضوء رؤيتها.
					2.3. The organization considers objectivity (neutrality) when formulating its future vision. تتبع المنظمة الموضوعية (عدم التحيز) عند صياغة رؤيتها المستقبلية.
القدرات الأساسية: تشير القدرات إلى وعي المنظمة بالمهارات التي تمتلكها وطريقة استخدامها لخلق أعلى قيمة للعملاء مقارنة بالمنافسين (فاضل وعبد الرحيم، 2016؛ صفور، 2021). Core Capabilities: Capabilities refer to an organization's awareness of the possesses skills and the manner of use to create the highest value for customers compared to competitors (فاضل وعبد الرحيم، 2016؛ صفور، 2021).					
					2.4. The organization employees possess a set of knowledge and skills necessary to perform the work. يملك الموظفون بالمنظمة مجموعة من المعارف والمهارات اللازمة لأداء العمل.
					2.5. The organization employs its strengths to achieve its distinctive capabilities. توظف المنظمة نقاط القوة لديها بالطريقة التي تحقق لها القدرات المميزة.
					2.6. The organization allocates the resources it needs to improve all its production and service operations. تخصص المنظمة ما يلزمها من موارد لتحسين كافة عملياتها الإنتاجية والخدمية.
اختيار الأهداف الاستراتيجية: الأهداف هي النتائج التي تسعى المنظمة إلى تحقيقها. تختار المنظمة أهدافاً استراتيجية تساعد في تعديل أو تعزيز أو تطوير قدراتها لتتناسب مع الفرص الحالية والمستقبلية (Abu-Radi, 2013). Selecting Strategic Objectives: The objectives are the results that the organization seeks to achieve. The organization selects strategic objectives are assisting in adjusting, enhancing, or developing its capabilities to match current and future opportunities (Abu-Radi, 2013).					
					2.7. The organization sets its strategic objectives according to its vision and mission.

					تقوم المنظمة بوضع الأهداف الاستراتيجية في ضوء رؤيتها ورسالتها.
					2.8. The organization develops specific objectives for each stage linked to the strategic goals. تقوم المنظمة بتطوير أهداف محددة لكل مرحلة مرتبطة بالأهداف الاستراتيجية.
سيولة الموارد: يشير إلى قدرة المنظمة المرنة على استخدام مواردها وإعادة تخصيصها من حيث تنقل أصولها الملموسة وغير الملموسة (الموظفون والمعرفة وما إلى ذلك) داخل المنظمة بسرعة وفقاً لاحتياجاتها (Doz & Kosonen, 2010). Resource Fluidity: Refers to the organization's flexible ability to use and reallocate its resource in terms of mobility of its tangible and intangible assets (employees, knowledge, etc) within the organization rapidly according to its needs (Doz & Kosonen, 2010).					
					2.9. The organization allocates a flexible financial budget to meet all work requirements and new changes. تخصص المنظمة ميزانية مالية مرنة لمواجهة كافة متطلبات العمل والتغيرات المستجدة
					2.10. The organization resorts to transferring its material resources based on the changing business requirements in its sector. تلجأ المنظمة لنقل مواردها المادية على أساس متطلبات العمل المتغيرة في قطاعها.
					2.11. The organization provides easy access to information of interest to its customers and employees. توفر المنظمة سهولة الوصول للمعلومات التي تهم عملائها وموظفيها.

القسم 3:

يحتوي هذا القسم على قائمة بمجموعة من البيانات المتعلقة بالميزة التنافسية لمنظمتك.
من فضلك اختر الرقم الذي يعبر عن تقديرك ويتفق مع رأيك في كل عبارة.

Questionnaire - Section 3

This section contains a list of a group of statements related to the competitive advantage of your organization.

Please, choose the number that reflects your estimates and agrees with your opinion in each statement.

3. الميزة التنافسية: الميزة التنافسية تشمل على قدرة المنظمة على تطوير أو الحصول على واحدة أو مجموعة من الإجراءات التي تجعلها تتفوق على منافسيها (Wang, 2014).					
3. Competitive Advantage (CA): Competitive advantage comprises the organization's capability to develop or acquire one or a group of actions that make it surpass its competitors (Wang, 2014).					
مؤشر	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة

Strongly disagree (1)	Disagree (2)	Neutral (3)	Agree (4)	Strongly agree (5)	Indicator
					3.1. The organization offers its products and services at lower prices than competitors. تعرض المنظمة منتجاتها وخدماتها بأسعار أقل من المنافسين.
					3.2. The organization maintains low levels of inventory to reduce costs. تحتفظ المنظمة بمستويات منخفضة من المخزون لخفض التكلفة.
					3.3. The organization brings basic components and raw materials at low prices. تجلب المنظمة المكونات الأساسية والمواد الخام بأسعار منخفضة.
					3.4. The organization works to achieve the optimal use of its resources to reduce costs. تعمل المنظمة على تحقيق الاستخدام الأمثل لمواردها لتخفيض التكاليف.
					3.5. The organization offers all products that meet the local market's needs. تقدم المنظمة جميع المنتجات التي تلبي احتياجات السوق المحلية.
					3.6. The organization keeps pace with developments in its field of work and industry. تواكب المنظمة التطورات في مجال عملها وصناعتها.
					3.7. The organization monitors the effectiveness of its new services and products. تتابع المنظمة مدى فعالية الخدمات والمنتجات الجديدة التي تقدمها.
					3.8. The quality of the organization's products is easily distinguished from other products of the competing companies. يتم تمييز جودة منتجات المنظمة بسهولة عن غيرها من منتجات الشركات المنافسة.
					3.9. The organization supports using research and development activities to improve its products and services. تدعم المنظمة استخدام أنشطة البحث والتطوير لتحسين منتجاتها وخدماتها.
					3.10. The organization works on applying local and international quality standards. تعمل المنظمة على تطبيق معايير الجودة المحلية والعالمية.
					3.11. The organization is characterized by innovation and rapid development of its services and products.

					تتصف المنظمة بالابتكار والتطوير السريع لخدماتها ومنتجاتها.
					3.12. The organization has sufficient flexibility to deal with customer complaints to find appropriate solutions. تتمتع المنظمة بالمرونة الكافية للتعامل مع شكاوى العملاء لإيجاد حلول مناسبة لها.
					3.13. The organization provides additional benefits and distinct advantages to increase the number of its clients and its market share. تقدم المنظمة منافع ومزايا إضافية متميزة لزيادة عدد عملائها وحصتها السوقية.
					3.14. The organization works to confront risks and threats and take opportunities that increase its competitive capabilities. تعمل المنظمة على مواجهة المخاطر والتهديدات واغتنام الفرص التي تزيد من قدراتها التنافسية.
					3.15. The organization has a good reputation compared to its competitors. تتمتع المنظمة بسمعة طيبة مقارنة بمنافسيها.

ملحق (ب) الإحصاء الوصفي للعينة

اسم المنظمة

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	طيران أديل	14	3,6	3,6	3,6
	طيران ناس	140	36,4	36,4	40,0
	الخطوط السعودية	126	32,7	32,7	72,7
	طيران السعودية الخليجية	52	13,5	13,5	86,2
	نسما للطيران	53	13,8	13,8	100,0
	Total	385	100,0	100,0	

الجنس

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ذكر	213	55,3	55,3	55,3
	انثى	172	44,7	44,7	100,0
	Total	385	100,0	100,0	

العمر

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	أقل من 25 سنة	11	2,9	2,9	2,9
	من 25 إلى أقل من 35 سنة	120	31,2	31,2	34,0
	من 35 إلى أقل من 45 سنة	254	66,0	66,0	100,0
	Total	385	100,0	100,0	

المستوى التعليمي

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	دبلوم فأقل	102	26,5	26,5	26,5
	بكالوريوس	264	68,6	68,6	95,1
	ماجستير	12	3,1	3,1	98,2
	دكتوراه	7	1,8	1,8	100,0
	Total	385	100,0	100,0	

المستوى الإداري

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	الإدارة التنفيذية على سبيل المثال مشرف، مراقب عمال، مدير مبتدئ، مفتش، كاتب	352	91,4	91,4	91,4
	الإدارة الوسطى على سبيل المثال مدير التسويق، رئيس المشتريات، مدير المبيعات، مدير العمليات، مدير فرع، المدير المالي	28	7,3	7,3	98,7
	الإدارة العليا على سبيل المثال الرئيس التنفيذي، مدير إدارة التسويق، مدير إدارة المبيعات، مدير إدارة التقنية، رئيس، المدير العام	5	1,3	1,3	100,0
	Total	385	100,0	100,0	

فترة العمل

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	أقل من 5 سنوات	66	17,1	17,1	17,1
	من 5 إلى 9 سنوات	140	36,4	36,4	53,5
	من 10 إلى 14 سنة	134	34,8	34,8	88,3
	من 15 سنة وما فوق	45	11,7	11,7	100,0
	Total	385	100,0	100,0	

صدق متغير الرشفة الإستراتيجية

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	Analysis N	Missing N
ض و 1	2.68	1.622	385	0
ض و 2	2.78	1.341	385	0
ض و 3	2.68	1.435	385	0
ق س 1	2.57	1.416	385	0
ق س 2	3.10	1.372	385	0
ق س 3	2.98	1.352	385	0
ه س 1	2.81	1.577	385	0
ه س 2	2.58	1.209	385	0
س م 1	2.68	1.472	385	0
س م 2	2.66	1.458	385	0
س م 3	2.99	1.415	385	0

		ض و 1	ض و 2	ض و 3	ق س 1	ق س 2	ق س 3	ه س 1	ه س 2	س م 1	س م 2	س م 3
Correlation	ض و 1	1,000	,842	,892	,846	,858	,844	,794	,810	,861	,793	,757
	ض و 2	,842	1,000	,870	,800	,762	,843	,861	,811	,872	,863	,846
	ض و 3	,892	,870	1,000	,770	,780	,748	,793	,802	,759	,766	,825
	ق س 1	,846	,800	,770	1,000	,861	,897	,846	,803	,804	,769	,740
	ق س 2	,858	,762	,780	,861	1,000	,856	,807	,724	,779	,656	,694
	ق س 3	,739	,873	,757	,750	,685	,844	,819	,681	,792	,915	,846
	ق س 4	,844	,843	,748	,897	,856	1,000	,885	,799	,847	,842	,834
	ه س 1	,794	,861	,793	,846	,807	,885	1,000	,837	,811	,789	,869
	ه س 2	,810	,811	,802	,803	,724	,799	,837	1,000	,777	,701	,838
	ه س 3	,867	,859	,879	,776	,780	,811	,763	,787	,778	,775	,815
	س م 1	,861	,872	,759	,804	,779	,847	,811	,777	1,000	,840	,718
	س م 2	,793	,863	,766	,769	,656	,842	,789	,701	,840	1,000	,800
	س م 3	,757	,846	,825	,740	,694	,834	,869	,838	,718	,800	1,000
Sig. (1-tailed)	ض و 1		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	ض و 2	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	ض و 3	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	ق س 1	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	ق س 2	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000

ق س 3	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
ه س 1	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
ه س 2	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
س م 1	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
س م 2	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
س م 3	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy. ,928

Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	8347.221
	df	78
	Sig.	<.001

Communalities

	Initial	Extraction
ض و 1	,922	,942
ض و 2	,911	,903
ض و 3	,917	,931
ق س 1	,873	,879
ق س 2	,881	,855
ق س 3	,936	,947
ه س 1	,889	,893
ه س 2	,856	,804
س م 1	,878	,836
س م 2	,907	,942
س م 3	,908	,981

Extraction Method: Principal Axis Factoring.

Total Variance Explained

Factor	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	10,676	82,126	82,126	10,575	81,347	81,347	3,593	27,636	27,636
2	,566	4,358	86,484	,475	3,651	84,998	3,236	24,890	52,526
3	,434	3,335	89,819	,339	2,610	87,608	2,725	20,959	73,485
4	,372	2,864	92,683	,280	2,154	89,763	2,116	16,278	89,763
5	,256	1,969	94,652						
6	,168	1,289	95,941						
7	,143	1,102	97,043						

8	,113	,873	97,916						
9	,076	,585	98,501						
10	,059	,457	98,959						
11	,053	,406	99,365						
12	,048	,370	99,735						
13	,034	,265	100,000						

Extraction Method: Principal Axis Factoring.

Factor Matrix^a

	Factor			
	1	2	3	4
ض و 2	,939			
ق س 3	,938			
ض و 1	,925			
هـ س 1	,918			
ض و 3	,902		,302	
س م 3	,901			
ق س 1	,899			
س م 1	,894			
س م 2	,892	-,313		
هـ س 2	,868			
ق س 2	,862	,314		

Extraction Method: Principal Axis Factoring.

a. 4 factors extracted. 16 iterations required.

التحليل العاملي الاستكشافي

Factor

	الأهداف الاستراتيجية	وضوح الرؤية	سيولة الموارد	القدرات الرئيسية
ض و 1		,643	,378	,585
ض و 2	,387	,499	,577	,414
ض و 3	,389	,723	,356	,361
ق س 1	,308	,343	,379	,723
ق س 2		,429		,735
ق س 3	,380		,516	,688
هـ س 1	,528		,438	,580
هـ س 2	,511	,451		,504
س م 1		,416	,551	,560
س م 2		,345	,794	,348
س م 3	,734	,373	,454	,311

Extraction Method: Principal Axis Factoring.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 7 iterations.

Factor Transformation Matrix

Factor	1	2	3	4
1	,560	,527	,483	,419
2	,583	-,698	,318	-,269
3	-,545	-,346	,619	,448
4	,224	-,342	-,531	,742

Extraction Method: Principal Axis Factoring.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

صدق متغير الميزة التنافسية

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	Analysis N	Missing N
م ت 1	2,83	1,518	385	0
م ت 2	2,93	1,312	385	0
م ت 3	2,49	1,403	385	0
م ت 4	2,87	1,210	385	0
م ت 5	2,94	1,200	385	0
م ت 6	3,11	1,210	385	0
م ت 7	2,86	1,224	385	0
م ت 8	2,94	1,310	385	0
م ت 9	2,85	1,337	385	0
م ت 10	3,18	1,262	385	0
م ت 11	2,81	1,596	385	0
م ت 12	2,84	1,036	385	0
م ت 13	2,65	1,570	385	0
م ت 14	3,01	1,119	385	0
م ت 15	2,90	1,535	385	0

Correlation Matrix ^a																
	مت 1	مت 2	مت 3	مت 4	مت 5	مت 6	مت 7	مت 8	مت 9	مت 10	مت 11	مت 12	مت 13	مت 14	مت 15	
Correlation	مت 1	1.000	,823	,718	,839	,721	,580	,832	,714	,611	,797	,835	,774	,741	,576	,729
	مت 2	,823	1.000	,806	,845	,828	,848	,861	,814	,807	,731	,821	,768	,882	,808	,809
	مت 3	,718	,806	1.000	,852	,796	,810	,871	,853	,702	,727	,837	,805	,863	,701	,843
	مت 4	,839	,845	,852	1.000	,813	,713	,840	,834	,704	,809	,861	,818	,842	,734	,809
	مت 5	,721	,828	,796	,813	1.000	,754	,768	,857	,840	,753	,778	,808	,838	,819	,756
	مت 6	,580	,848	,810	,713	,754	1.000	,800	,813	,755	,622	,752	,698	,856	,762	,751
	مت 7	,832	,861	,871	,840	,768	,800	1.000	,837	,686	,780	,842	,837	,883	,710	,871
	مت 8	,714	,814	,853	,834	,857	,813	,837	1.000	,815	,779	,866	,836	,903	,762	,822
	مت 9	,611	,807	,702	,704	,840	,755	,686	,815	1.000	,638	,668	,769	,829	,891	,721
	مت 10	,797	,731	,727	,809	,753	,622	,780	,779	,638	1.000	,862	,845	,836	,631	,823
	مت 11	,835	,821	,837	,861	,778	,752	,842	,866	,668	,862	1.000	,805	,850	,588	,779
	مت 12	,774	,768	,805	,818	,808	,698	,837	,836	,769	,845	,805	1.000	,848	,748	,847
	مت 13	,741	,882	,863	,842	,838	,856	,883	,903	,829	,836	,850	,848	1.000	,821	,902
	مت 14	,576	,808	,701	,734	,819	,762	,710	,762	,891	,631	,588	,748	,821	1.000	,774
	مت 15	,729	,809	,843	,809	,756	,751	,871	,822	,721	,823	,779	,847	,902	,774	1.000
Sig. (1-tailed)	مت 1		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	مت 2	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	مت 3	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	مت 4	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	مت 5	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	مت 6	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	مت 7	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	مت 8	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	مت 9	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	مت 10	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	مت 11	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	مت 12	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	مت 13	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	مت 14	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	مت 15	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	

a. Determinant = ۱۲,۷۸۵-اس

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,932
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	9673,081
	df	105
	Sig.	<.001

Communalities

	Initial	Extraction
م ت 1	1,000	,705
م ت 2	1,000	,857
م ت 3	1,000	,824
م ت 4	1,000	,840
م ت 5	1,000	,813
م ت 6	1,000	,734
م ت 7	1,000	,855
م ت 8	1,000	,866
م ت 9	1,000	,721
م ت 10	1,000	,749
م ت 11	1,000	,818
م ت 12	1,000	,824
م ت 13	1,000	,921
م ت 14	1,000	,707
م ت 15	1,000	,830

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	12,063	80,423	80,423	12,063	80,423	80,423
2	,837	5,577	86,000			
3	,446	2,974	88,974			
4	,357	2,380	91,355			
5	,299	1,992	93,347			
6	,226	1,507	94,854			
7	,171	1,143	95,997			
8	,133	,884	96,881			
9	,120	,802	97,683			
10	,100	,668	98,350			
11	,068	,453	98,803			
12	,054	,359	99,162			
13	,047	,314	99,476			
14	,044	,294	99,770			
15	,034	,230	100,000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component 1
م ت 13	,960
م ت 8	,931
م ت 2	,926
م ت 7	,925
م ت 4	,916
م ت 15	,911
م ت 12	,908
م ت 3	,907
م ت 11	,904
م ت 5	,902
م ت 10	,865
م ت 6	,857
م ت 9	,849
م ت 14	,841
م ت 1	,840

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

Rotated Component Matrix^a

--

a. Only one component was extracted. The solution cannot be rotated.

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	385	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	385	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

ثبات متغير الرشافة الاستراتيجية

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,978	,979	11

Item Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
ض و 1	2,68	1,622	385
ض و 2	2,78	1,341	385
ض و 3	2,68	1,435	385
ق س 1	2,57	1,416	385
ق س 2	3,10	1,372	385
ق س 3	2,98	1,352	385
ه س 1	2,81	1,577	385
ه س 2	2,58	1,209	385
س م 1	2,68	1,472	385
س م 2	2,66	1,458	385
س م 3	2,99	1,415	385

Inter-Item Correlation Matrix											
	ض و 1	ض و 2	ض و 3	ق س 1	ق س 2	ق س 3	ه س 1	ه س 2	س م 1	س م 2	س م 3
ض و 1	1.000	,842	,892	,846	,858	,844	,794	,810	,861	,793	,757
ض و 2	,842	1.000	,870	,800	,762	,843	,861	,811	,872	,863	,846
ض و 3	,892	,870	1.000	,770	,780	,748	,793	,802	,759	,766	,825
ق س 1	,846	,800	,770	1.000	,861	,897	,846	,803	,804	,769	,740
ق س 2	,858	,762	,780	,861	1.000	,856	,807	,724	,779	,656	,694
ق س 3	,844	,843	,748	,897	,856	1.000	,885	,799	,847	,842	,834
ه س 1	,794	,861	,793	,846	,807	,885	1.000	,837	,811	,789	,869
ه س 2	,810	,811	,802	,803	,724	,799	,837	1.000	,777	,701	,838
س م 1	,861	,872	,759	,804	,779	,847	,811	,777	1.000	,840	,718
س م 2	,793	,863	,766	,769	,656	,842	,789	,701	,840	1.000	,800
س م 3	,757	,846	,825	,740	,694	,834	,869	,838	,718	,800	1.000

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ض و 1	27,82	162,686	,914	,917	,976
ض و 2	27,72	169,081	,924	,899	,975
ض و 3	27,82	168,312	,879	,912	,977
ق س 1	27,93	168,232	,894	,873	,976
ق س 2	27,40	170,636	,853	,879	,977
ق س 3	27,52	168,735	,927	,934	,975
ه س 1	27,69	163,833	,912	,878	,976
ه س 2	27,91	173,990	,867	,841	,977
س م 1	27,82	167,177	,887	,878	,976
س م 2	27,83	168,535	,857	,873	,977
س م 3	27,51	169,172	,867	,894	,977

Scale Statistics			
Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
30,50	203,105	14,251	11

ثبات متغير الميزة التنافسية

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,981	,982	15

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
م ت 1	2,83	1,518	385
م ت 2	2,93	1,312	385
م ت 3	2,49	1,403	385
م ت 4	2,87	1,210	385
م ت 5	2,94	1,200	385
م ت 6	3,11	1,210	385
م ت 7	2,86	1,224	385
م ت 8	2,94	1,310	385

م ت 9	2,85	1,337	385
م ت 10	3,18	1,262	385
م ت 11	2,81	1,596	385
م ت 12	2,84	1,036	385
م ت 13	2,65	1,570	385
م ت 14	3,01	1,119	385
م ت 15	2,90	1,535	385

Inter-Item Correlation Matrix

	م ت 1	م ت 2	م ت 3	م ت 4	م ت 5	م ت 6	م ت 7	م ت 8	م ت 9	م ت 10	م ت 11	م ت 12	م ت 13	م ت 14	م ت 15
م ت 1	1.000	,823	,718	,839	,721	,580	,832	,714	,611	,797	,835	,774	,741	,576	,729
م ت 2	,823	1.000	,806	,845	,828	,848	,861	,814	,807	,731	,821	,768	,882	,808	,809
م ت 3	,718	,806	1.000	,852	,796	,810	,871	,853	,702	,727	,837	,805	,863	,701	,843
م ت 4	,839	,845	,852	1.000	,813	,713	,840	,834	,704	,809	,861	,818	,842	,734	,809
م ت 5	,721	,828	,796	,813	1.000	,754	,768	,857	,840	,753	,778	,808	,838	,819	,756
م ت 6	,580	,848	,810	,713	,754	1.000	,800	,813	,755	,622	,752	,698	,856	,762	,751
م ت 7	,832	,861	,871	,840	,768	,800	1.000	,837	,686	,780	,842	,837	,883	,710	,871
م ت 8	,714	,814	,853	,834	,857	,813	,837	1.000	,815	,779	,866	,836	,903	,762	,822
م ت 9	,611	,807	,702	,704	,840	,755	,686	,815	1.000	,638	,668	,769	,829	,891	,721
م ت 10	,797	,731	,727	,809	,753	,622	,780	,779	,638	1.000	,862	,845	,836	,631	,823
م ت 11	,835	,821	,837	,861	,778	,752	,842	,866	,668	,862	1.000	,805	,850	,588	,779
م ت 12	,774	,768	,805	,818	,808	,698	,837	,836	,769	,845	,805	1.000	,848	,748	,847
م ت 13	,741	,882	,863	,842	,838	,856	,883	,903	,829	,836	,850	,848	1.000	,821	,902
م ت 14	,576	,808	,701	,734	,819	,762	,710	,762	,891	,631	,588	,748	,821	1.000	,774
م ت 15	,729	,809	,843	,809	,756	,751	,871	,822	,721	,823	,779	,847	,902	,774	1.000

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
م ت 1	40,38	273,538	,817	,893	,981
م ت 2	40,28	275,304	,915	,926	,979
م ت 3	40,72	273,473	,892	,879	,980
م ت 4	40,34	278,839	,905	,885	,980
م ت 5	40,26	279,902	,885	,850	,980
م ت 6	40,09	281,496	,835	,870	,981
م ت 7	40,34	278,028	,914	,908	,979
م ت 8	40,27	275,187	,919	,900	,979
م ت 9	40,35	278,370	,823	,891	,981
م ت 10	40,02	279,458	,848	,892	,980
م ت 11	40,40	267,808	,890	,930	,980
م ت 12	40,37	284,545	,894	,862	,980
م ت 13	40,56	265,680	,952	,942	,979
م ت 14	40,19	284,822	,815	,907	,981
م ت 15	40,30	269,400	,895	,888	,980

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
43,21	316,861	17,801	15

ثبات متغير وضوح الرؤية

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.949	.952	3

Item Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
ض و 1	2.68	1.622	385
ض و 2	2.78	1.341	385
ض و 3	2.68	1.435	385

Inter-Item Correlation Matrix			
	ض و 1	ض و 2	ض و 3
ض و 1	1.000	.842	.892
ض و 2	.842	1.000	.870
ض و 3	.892	.870	1.000

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ض و 1	5.45	7.207	.898	.814	.930
ض و 2	5.36	8.839	.879	.779	.939
ض و 3	5.46	8.093	.919	.845	.906

Scale Statistics			
Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
8.13	17.652	4.201	3

ثبات متغير القدرات الأساسية

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.953	.953	3

Item Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
ق س 1	2.57	1.416	385
ق س 2	3.10	1.372	385
ق س 3	2.98	1.352	385

Inter-Item Correlation Matrix			
	ق س 1	ق س 2	ق س 3
ق س 1	1,000	,861	,897
ق س 2	,861	1,000	,856
ق س 3	,897	,856	1,000

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ق س 1	6,08	6,887	,912	,837	,922
ق س 2	5,55	7,269	,882	,777	,945
ق س 3	5,67	7,237	,909	,832	,925

Scale Statistics			
Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
8,65	15,676	3,959	3

ثبات متغير اختيار الأهداف الاستراتيجية

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,894	,911	2

Item Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
ه س 1	2,81	1,577	385
ه س 2	2,58	1,209	385

Inter-Item Correlation Matrix		
	ه س 1	ه س 2
ه س 1	1,000	,837
ه س 2	,837	1,000

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ه س 1	2,58	1,462	,837	,701	.
ه س 2	2,81	2,485	,837	,701	.

Scale Statistics			
Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
5.39	7.139	2.672	2

ثبات متغير سيولة الموارد

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.917	.917	3

Item Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
س م 1	2.68	1.472	385
س م 2	2.66	1.458	385
س م 3	2.99	1.415	385

Inter-Item Correlation Matrix			
	س م 1	س م 2	س م 3
س م 1	1.000	.840	.718
س م 2	.840	1.000	.800
س م 3	.718	.800	1.000

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
س م 1	5.65	7.425	.822	.711	.888
س م 2	5.66	7.162	.885	.785	.835
س م 3	5.34	7.897	.791	.647	.913

Scale Statistics			
Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
8.33	16.189	4.024	3

P-Value

Correlations

		ض و 1	ض و 2	ض و 3	ق س 1	ق س 2	ق س 3	ه س 1	ه س 2	س م 1	س م 2	س م 3	م ت 1	م ت 2	م ت 3	م ت 4	م ت 5	م ت 6	م ت 7	م ت 8	م ت 9	م ت 10	م ت 11	م ت 12	م ت 13	م ت 14	م ت 15
ض و 1	Pearson Correlation	1	.842**	.892**	.846**	.858**	.844**	.794**	.810**	.861**	.793**	.757**	.679**	.877**	.888**	.866**	.830**	.880**	.784**	.876**	.801**	.704**	.829**	.774**	.882**	.773**	.773**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	
ض و 2	Pearson Correlation	.842**	1	.870**	.800**	.762**	.843**	.861**	.811**	.872**	.863**	.846**	.702**	.820**	.877**	.835**	.885**	.782**	.838**	.847**	.819**	.775**	.785**	.831**	.883**	.852**	.864**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	
ض و 3	Pearson Correlation	.892**	.870**	1	.770**	.780**	.748**	.793**	.802**	.759**	.766**	.825**	.727**	.848**	.808**	.859**	.877**	.725**	.741**	.836**	.845**	.731**	.769**	.788**	.828**	.835**	.759**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	
ق س 1	Pearson Correlation	.846**	.800**	.770**	1	.861**	.897**	.846**	.803**	.804**	.769**	.740**	.828**	.873**	.851**	.884**	.738**	.788**	.861**	.796**	.661**	.773**	.878**	.806**	.845**	.671**	.782**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	
ق س 2	Pearson Correlation	.858**	.762**	.780**	.861**	1	.856**	.807**	.724**	.779**	.656**	.694**	.773**	.834**	.798**	.894**	.763**	.754**	.785**	.820**	.609**	.757**	.864**	.746**	.799**	.615**	.763**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	
ق س 3	Pearson Correlation	.844**	.843**	.748**	.897**	.856**	1	.885**	.799**	.847**	.842**	.834**	.776**	.842**	.869**	.867**	.755**	.821**	.886**	.877**	.707**	.840**	.867**	.859**	.922**	.744**	.895**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	
ه س 1	Pearson Correlation	.794**	.861**	.793**	.846**	.807**	.885**	1	.837**	.811**	.789**	.869**	.835**	.831**	.856**	.908**	.782**	.701**	.886**	.807**	.714**	.818**	.793**	.883**	.867**	.759**	.896**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	
ه س 2	Pearson Correlation	.810**	.811**	.802**	.803**	.724**	.799**	.837**	1	.777**	.701**	.838**	.647**	.728**	.845**	.838**	.768**	.699**	.788**	.772**	.687**	.690**	.708**	.836**	.796**	.720**	.774**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	

س 1 م	Pearson Correlation	.861**	.872**	.759**	.804**	.779**	.847**	.811**	.777**	1	.840**	.718**	.670**	.846**	.893**	.790**	.787**	.880**	.864**	.839**	.756**	.635**	.757**	.739**	.875**	.760**	.802**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	
س 2 م	Pearson Correlation	.793**	.863**	.766**	.769**	.656**	.842**	.789**	.701**	.840**	1	.800**	.703**	.840**	.785**	.729**	.783**	.808**	.836**	.828**	.855**	.729**	.756**	.796**	.909**	.825**	.842**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	
س 3 م	Pearson Correlation	.757**	.846**	.825**	.740**	.694**	.834**	.869**	.838**	.718**	.800**	1	.683**	.754**	.786**	.800**	.770**	.672**	.818**	.825**	.749**	.834**	.729**	.885**	.876**	.801**	.895**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	
م 1 ت	Pearson Correlation	.679**	.702**	.727**	.828**	.773**	.776**	.835**	.647**	.670**	.703**	.683**	1	.823**	.718**	.839**	.721**	.580**	.832**	.714**	.611**	.797**	.835**	.774**	.741**	.576**	.729**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	
م 2 ت	Pearson Correlation	.877**	.820**	.848**	.873**	.834**	.842**	.831**	.728**	.846**	.840**	.754**	.823**	1	.806**	.845**	.828**	.848**	.861**	.814**	.807**	.731**	.821**	.768**	.882**	.808**	.809**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	
م 3 ت	Pearson Correlation	.888**	.877**	.808**	.851**	.798**	.869**	.856**	.845**	.893**	.785**	.786**	.718**	.806**	1	.852**	.796**	.810**	.871**	.853**	.702**	.727**	.837**	.805**	.863**	.701**	.843**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	
م 4 ت	Pearson Correlation	.866**	.835**	.859**	.884**	.894**	.867**	.908**	.838**	.790**	.729**	.800**	.839**	.845**	.852**	1	.813**	.713**	.840**	.834**	.704**	.809**	.861**	.818**	.842**	.734**	.809**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	
م 5 ت	Pearson Correlation	.830**	.885**	.877**	.738**	.763**	.755**	.782**	.768**	.787**	.783**	.770**	.721**	.828**	.796**	.813**	1	.754**	.768**	.857**	.840**	.753**	.778**	.808**	.838**	.819**	.756**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	
م 6 ت	Pearson Correlation	.880**	.782**	.725**	.788**	.754**	.821**	.701**	.699**	.880**	.808**	.672**	.580**	.848**	.810**	.713**	.754**	1	.800**	.813**	.755**	.622**	.752**	.698**	.856**	.762**	.751**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	

7	م	Pearson Correlation	.784**	.838**	.741**	.861**	.785**	.886**	.886**	.788**	.864**	.836**	.818**	.832**	.861**	.871**	.840**	.768**	.800**	1	.837**	.686**	.780**	.842**	.837**	.883**	.710**	.871**
	ت	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
		N	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385
8	م	Pearson Correlation	.876**	.847**	.836**	.796**	.820**	.877**	.807**	.772**	.839**	.828**	.825**	.714**	.814**	.853**	.834**	.857**	.813**	.837**	1	.815**	.779**	.866**	.836**	.903**	.762**	.822**
	ت	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
		N	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385
9	م	Pearson Correlation	.801**	.819**	.845**	.661**	.609**	.707**	.714**	.687**	.756**	.855**	.749**	.611**	.807**	.702**	.704**	.840**	.755**	.686**	.815**	1	.638**	.668**	.769**	.829**	.891**	.721**
	ت	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
		N	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385
10	م	Pearson Correlation	.704**	.775**	.731**	.773**	.757**	.840**	.818**	.690**	.635**	.729**	.834**	.797**	.731**	.727**	.809**	.753**	.622**	.780**	.779**	.638**	1	.862**	.845**	.836**	.631**	.823**
	ت	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
		N	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385
11	م	Pearson Correlation	.829**	.785**	.769**	.878**	.864**	.867**	.793**	.708**	.757**	.756**	.729**	.835**	.821**	.837**	.861**	.778**	.752**	.842**	.866**	.668**	.862**	1	.805**	.850**	.588**	.779**
	ت	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001
		N	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385
12	م	Pearson Correlation	.774**	.831**	.788**	.806**	.746**	.859**	.883**	.836**	.739**	.796**	.885**	.774**	.768**	.805**	.818**	.808**	.698**	.837**	.836**	.769**	.845**	.805**	1	.848**	.748**	.847**
	ت	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001
		N	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385
13	م	Pearson Correlation	.882**	.883**	.828**	.845**	.799**	.922**	.867**	.796**	.875**	.909**	.876**	.741**	.882**	.863**	.842**	.838**	.856**	.883**	.903**	.829**	.836**	.850**	.848**	1	.821**	.902**
	ت	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001
		N	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385
14	م	Pearson Correlation	.773**	.852**	.835**	.671**	.615**	.744**	.759**	.720**	.760**	.825**	.801**	.576**	.808**	.701**	.734**	.819**	.762**	.710**	.762**	.891**	.631**	.588**	.748**	.821**	1	.774**
	ت	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001
		N	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385
15	م	Pearson Correlation	.773**	.864**	.759**	.782**	.763**	.895**	.896**	.774**	.802**	.842**	.895**	.729**	.809**	.843**	.809**	.756**	.751**	.871**	.822**	.721**	.823**	.779**	.847**	.902**	.774**	1
	ت	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
		N	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

توصيف متغيرات الدراسة

Descriptive Statistics							
	N Statistic	Range Statistic	Minimum Statistic	Maximum Statistic	Mean Statistic	Std. Error	Std. Deviation Statistic
وضوح الرؤية	385	4	1	5	2,71	,071	1,400
القدرات الأساسية	385	4	1	5	2,88	,067	1,320
الأهداف الاستراتيجية	385	4	1	5	2,69	,068	1,336
سيولة الموارد	385	4	1	5	2,78	,068	1,341
الرشاقة الاستراتيجية	385	3	1	5	2,77	,066	1,296
Valid N (listwise)	385						

Descriptive Statistics							
	N Statistic	Range Statistic	Minimum Statistic	Maximum Statistic	Mean Statistic	Std. Error	Std. Deviation Statistic
الميزة التنافسية	385	3	1	5	2,88	,060	1,187
Valid N (listwise)	385						

The Impact of Applying Strategic Agility on Achieving Competitive Advantage in Aviation Sector Organizations at the Makkah Province

Asalah Mohamed Ahmed

2021200171

Final Project - 2

Faculty of Management - Midocean University

Supervisor

Dr. Mona Moustafa Elashry

Faculty Member- Faculty of Management- Midocean University

2024 – Second Semester

Abstract

Purpose: With increasing competition in the business environment, especially among aviation sector institutions, to achieve Saudi Vision 2030, this study aimed to predict the ability of strategic agility dimensions to enhance the competitive advantage of aviation sector institutions at Makkah Province.

Methodology: The study relied on a descriptive survey approach, where 385 questionnaires will be distributed in a stratified random manner to employees at all administrative levels. After ensuring its validity and reliability using Exploratory Factor Analysis and Cronbach's Alpha, the collected data will be analyzed using SPSS.

Findings: The practice of the strategic agility variable and its dimensions (clarity of vision, core capabilities, choice of strategic objectives, liquidity of resources) and the presence of the competitive advantage variable in the organizations under study reached the average level, in the aviation sector organizations in the Makkah Al-Mukarramah region. It was also found that the practice of agility in strategies has a significant positive effect with statistical significance on the competitive advantage of organizations, which helps them achieve institutional superiority in dynamic business environments.

Originality & Implication:

Keywords: *Strategic Agility, Agility, Aviation Sector, Competitive Advantage, Makkah Province.*