

قضايا بحثية ٢ – الاسبوع الأول

دور التخطيط الاستراتيجي في تحقيق الميزة التنافسية
بالمؤسسات الخدمية دراسة ميدانية في شركة هاتف
ليبيا – فرع طرابلس – ليبيا

إعداد الطالبة/
ظي علي القحطاني

دكتوراه إدارة عامة

٢٠٢٦



(تقييم الرسالة الحالية) أهمية الموضوع من المنظور العلمي والعملية

تتناول رسالة الماجستير موضوعاً هاماً في مجال الإدارة الاستراتيجية، وهو دراسة العلاقة بين التخطيط الاستراتيجي والميزة التنافسية في المؤسسات الخدمية. يكتسب هذا الموضوع أهمية خاصة في السياق الحالي الذي يشهد تنافساً متصاعداً بين المؤسسات في قطاع الخدمات، لا سيما في قطاع الاتصالات. فالتخطيط الاستراتيجي يُعد أداة أساسية لإدارة الموارد بكفاءة وتحقيق توافقها مع أهداف المؤسسة طويلة المدى، بينما تُعتبر الميزة التنافسية معياراً حيوياً لنجاح المؤسسة واستمراريتها في بيئة ديناميكية متغيرة.

من الناحية العلمية، تمثل الرسالة جسراً بين المفاهيم النظرية للتخطيط الاستراتيجي وأدوات تحقيق الميزة التنافسية، وبين التطبيق العملي في بيئة حقيقية للمؤسسات الخدمية. كما توفر الرسالة فرصة لفهم كيفية استفادة المؤسسات من التخطيط الاستراتيجي في تحسين أدائها التنافسي، وهو ما يشكل قيمة عملية كبيرة لصناع القرار الإداري.

(تقييم الرسالة الحالية) منهجية البحث وملاءمتها

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، مستخدمة أداة الاستبيان لجمع البيانات من المديرين والعاملين في شركة هاتف ليبيا - فرع طرابلس. وقد سمحت هذه المنهجية بتحليل العلاقة بين المتغيرات النظرية والعملية بشكل واضح.

من نقاط القوة في المنهجية:

- القدرة على قياس وتحليل أثر التخطيط الاستراتيجي على الميزة التنافسية من خلال بيانات ميدانية فعلية.
- الجمع بين التحليل النظري والتطبيقي، ما يضيف بعدًا عمليًا للنتائج.

ومع ذلك، هناك بعض الملاحظات:

- حجم العينة محدود نسبيًا، مما قد يقلل من إمكانية تعميم النتائج على مؤسسات أخرى.
- عدم استخدام أدوات تحليل متقدمة مثل الانحدار المتعدد أو التحليل الهيكلي للبيانات يقلل من عمق النتائج الإحصائية.

(تقييم الرسالة الحالية) النتائج والتوصيات

أظهرت الدراسة وجود علاقة إيجابية ومعنوية بين التخطيط الاستراتيجي والميزة التنافسية. وقد تم التأكيد على أن عناصر التخطيط الاستراتيجي مثل تحديد الرؤية، تحليل البيئة، وضع الأهداف، وآليات التقييم لها أثر مباشر في تحسين القدرة التنافسية للمؤسسة.

التوصيات المقدمة كانت عملية وواقعية، لكنها تحتاج إلى مزيد من التفصيل في كيفية التنفيذ، خاصة فيما يتعلق بالتخطيط الدوري وتحليل الأداء الاستراتيجي على مستوى الأقسام المختلفة في المؤسسة.



(تقييم الرسالة الحالية) مساهمة الرسالة في المعرفة العلمية

تقدم الدراسة مساهمة واضحة في سد فجوة البحث المتعلقة بتطبيق التخطيط الاستراتيجي في المؤسسات الخدمية بدولة عربية مثل ليبيا، حيث لم تحظ هذه البيئة بالبحث الأكاديمي الكافي. كما تقدم نتائج تطبيقية يمكن أن تساعد صانعي القرار في المؤسسات على تحسين أدائهم التنافسي من خلال تخطيط استراتيجي مدروس.

اقترح موضوع بحث بديل

الموضوع المقترح:

أثر التخطيط الاستراتيجي الرقمي في تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسات الخدمية: دراسة تطبيقية على شركات الاتصالات في ليبيا

الأسباب الأكاديمية لاختيار الموضوع المقترح

مع التطورات التكنولوجية المتسارعة، أصبح التخطيط الاستراتيجي التقليدي وحده غير كافٍ لتحقيق الميزة التنافسية. فالمؤسسات اليوم تواجه تحديات مرتبطة بالتحول الرقمي، وتحتاج إلى تخطيط استراتيجي رقمي يضمن الاستفادة من أدوات تكنولوجيا المعلومات، البيانات الكبيرة، والتحليلات الذكية لتحسين الأداء والخدمات.

أظهرت مراجعة الأدبيات أن الدراسات المتعلقة بتطبيق التخطيط الاستراتيجي الرقمي في المؤسسات الخدمية، خاصة في الدول العربية وشمال أفريقيا، لا تزال محدودة. وبالتالي، يمثل هذا الموضوع فرصة لإضافة مساهمة علمية جديدة تواكب المتغيرات المعاصرة في بيئة الأعمال.

الأسباب الأكاديمية لاختيار الموضوع المقترح

- 
- البحث في التخطيط الاستراتيجي الرقمي يمكن أن يؤدي إلى توصيات عملية محددة تتعلق:
 - بكيفية دمج التكنولوجيا في عمليات التخطيط.
 - بتحسين خدمة العملاء عبر القنوات الرقمية.
 - بتسريع اتخاذ القرارات الاستراتيجية المبنية على بيانات دقيقة وتحليل متقدم.

التحول الرقمي أصبح عاملا جوهريا في المنافسة بين الشركات، إذ أن القدرة على استخدام الأدوات الرقمية في التخطيط تؤثر مباشرة على كفاءة العمليات واستجابة المؤسسة لمتطلبات السوق، وهو ما يرفع من مستوى الميزة التنافسية بشكل ملموس.

أهداف البحث المقترح

١. تحديد مفهوم التخطيط الاستراتيجي الرقمي وأبعاده في المؤسسات الخدمية.
٢. قياس أثر التخطيط الاستراتيجي الرقمي على الميزة التنافسية في شركات الاتصالات.
٣. تحليل دور التكنولوجيا والتحول الرقمي في تحسين الأداء التنافسي للمؤسسات.
٤. تقديم توصيات عملية قابلة للتطبيق لتعزيز التخطيط الاستراتيجي الرقمي في القطاع الخدمي.

المنهجية المقترحة للبحث

- نوع البحث: وصفي تحليلي تطبيقي.
- أداة البحث: استبيان ومقابلات مع مسؤولي التخطيط الرقمي في شركات الاتصالات.
- العينة: تشمل شركات الاتصالات الكبرى في ليبيا لضمان تمثيل واسع.
- التحليل الإحصائي: استخدام برامج التحليل الإحصائي (SPSS أو AMOS) لإجراء الانحدار والتحليل الهيكلي للبيانات.

الخاتمة

بالرغم من أن الدراسة الأصلية قدمت إضافة قيمة في مجال التخطيط الاستراتيجي والميزة التنافسية، إلا أن الموضوع المقترح يضيف بعدًا معاصرًا أكثر يواكب التحويلات الرقمية ويعزز من الفائدة العلمية والتطبيقية للبحث. كما يتيح المجال لإجراء تحليلات أعمق وأكثر شمولية، بما يدعم صانعي القرار في المؤسسات الخدمية لتطبيق استراتيجيات حديثة وفعالة.

المرجع

السائح، س. م. (٢٠٢٥). دور التخطيط الاستراتيجي في تحقيق
الميزة التنافسية بالمؤسسات الخدمية دراسة ميدانية في شركة هاتف

ليبيا - فرع طرابلس - ليبيا. Retrieved from

[https://aaasjournals.com/index.php/ajashss/article/
view/1584](https://aaasjournals.com/index.php/ajashss/article/view/1584)



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

