

تطوير نماذج التخطيط الاستراتيجي لشركات الطيران في ظل
المنافسة المتنامية

أحمد عبدالقادر بامحفوظ / 2021204951

مشروع تخرج-1

كلية الإدارة-جامعة ميدأوشن

إشراف

د. منى مصطفى العشري

عضو هيئة التدريس-كلية الإدارة-جامعة ميدأوشن

الفصل الدراسي-2024

يعد التخطيط الاستراتيجي أحد أهم الموضوعات بالنسبة للشركات لأنه يتضمن نهجاً منهجياً لاتخاذ الخيارات والإجراءات الأساسية مع التركيز على مهمة المنظمة وأهدافها وأساليب عملها. وهو بمثابة أداة إدارية لتحسين أداء المنظمة في كافة المواقف التي تواجهها، وكذلك تحديد مسار المنظمة والتكيف مع البيئة المتغيرة. إن أفضل استراتيجية للتكيف مع ظروف البيئة الديناميكية هي تقييم أداء المنظمة بعد تنفيذ الخطة الاستراتيجية. وبما أن الأزمة تعرف بأنها موقف أو موقف يواجهه متخذ القرار في إحدى الجهات الإدارية وتتابع فيه الأحداث وتتشابك معها الأسباب، وشدة تأثيرها، ودرجة تكرارها، فإن استراتيجية التخطيط هو أسلوب جديد للتخطيط والإدارة الفعالة من حيث أنه يحدد الأهداف، ويرسم الخطط، ويضع إجراءات التنفيذ، ويحدد من ينفذها. إن حدوثها، مثل العديد من الأزمات، يبدأ بشكل متواضع، ولكن نظراً لعدم مواجهتها وإدارتها بشكل مناسب، فإنها تتفاقم وتصبح إعصاراً مدمراً للمؤسسات والإدارات والوكالات والموظفين.

ونتيجة لذلك، يجب على أولئك المكلفين بإدارة الأزمات أن يظهروا سمات قيادية استثنائية في شكل المهارة والمعرفة والكفاءة والثقة والثبات الأخلاقي. لقد نشأت حلقة مفرغة من التضخم المفرط، وانخفاض قيمة العملة، والاضطرابات في تسليم المنتجات الأساسية نتيجة للاضطرابات السياسية الأخيرة في اليمن، وقد تتفاقم الأمور سوءاً قبل أن تتحسن. مما دفع العديد من الشركات إلى اتخاذ إجراءات استجابة لسياسة البقاء، وفهم فكرة القضية، وإنشاء استراتيجيات استراتيجية لمعالجتها. يشير مصطلح "الأزمة" إلى حدث إداري غير منتظم يشكل خطراً مباشراً وواضحاً على قدرة شركات الطيران على مواصلة العمل. هناك قدر معين من الخطر خلال الأزمة، وهو ما يمثل نقطة تحول في ظروف غير مستقرة لها نتائج غير مواتية. إن شركات الطيران التي تتمتع بخبرة في توقع الأزمات وتحديد التوقعات لها والاستعداد لمواجهتها ستكون في وضع أفضل للتعامل معها بسرعة وفعالية وكفاءة من غيرها.

الهدف من التخطيط الاستراتيجي للمطار، هو إنشاء خطط وخطط طويلة المدى لتوسيع المطار. يعد التخطيط الرئيسي للمطار (AMP) هو الاستراتيجية السائدة بالنسبة لـ ASP. نظراً لأن المخطط الرئيسي ليس مخططاً، فإن AMP يهدف إلى تقديم مخطط شامل لكيفية تطوير المطار في المستقبل وكيف يمكننا الوصول إلى هناك. إذا كان المستقبل الفعلي يختلف عن الافتراضات الموضوعية لإطار محدد يعتمد على التفاصيل، فلن تعمل الخطة على النحو المنشود. من المحتمل أن تواجه المطارات المزيد من الشكوك نظراً للتغيرات الجذرية الأخيرة في البيئة التي تعمل فيها (على سبيل المثال، شركات النقل منخفضة التكلفة، وأنواع الطائرات الجديدة، وتحرير وخصخصة شركات الطيران والمطارات، والتطورات في أسعار الوقود، والمخطط الأوروبي لتداول الانبعاثات). ولذلك، فمن الضروري اكتشاف أساليب جديدة للإدارة (زبد، 2017).

في ظل المنافسة المتنامية في صناعة الطيران، أصبح تطوير نماذج التخطيط الاستراتيجي أمراً حيوياً لشركات الطيران. فعلى مدى السنوات الأخيرة، شهدت هذه الصناعة تغيرات جذرية في العديد من الجوانب بما في ذلك التكنولوجيا وتطورات السوق والتوجهات الاستهلاكية. تهدف نماذج التخطيط الاستراتيجي لشركات الطيران إلى تحديد الأهداف والرؤية والاستراتيجيات التي تضمن للشركة البقاء والنمو في بيئة المنافسة الشديدة. تتضمن هذه العملية تحليلاً شاملاً للعوامل الداخلية والخارجية التي تؤثر على أداء الشركة وقدرتها على تحقيق ميزة تنافسية. أحد العوامل الرئيسية في تطوير نماذج التخطيط الاستراتيجي لشركات الطيران هو فهم المنافسة المتنامية في هذه الصناعة. يتطلب ذلك تحليلاً شاملاً للشركات المنافسة وتقييم قوتها وضعفها وفرصها وتهديداتها. يجب أيضاً أن يتم فهم الاتجاهات الجديدة في السوق وتقدير تأثيرها المحتمل على استراتيجية الشركة.

علاوة على ذلك، يجب أن تأخذ شركات الطيران في الاعتبار تقنيات الابتكار والتكنولوجيا الجديدة التي يمكن أن تؤثر في صناعة الطيران. يمكن أن تساعد التقنيات الحديثة في تحسين كفاءة العمليات وتوفير تجارب ركاب محسنة وتقديم خدمات جديدة وابتكارات تجارية. بالإضافة إلى ذلك، يجب على شركات الطيران أن تضمن توجيه استراتيجي قوي ورؤية مستقبلية واضحة. يجب وضع أهداف واضحة وقابلة للقياس ووضع استراتيجيات ملائمة لتحقيق هذه الأهداف. يجب أيضاً أن يتم تحديث نماذج التخطيط الاستراتيجي بشكل منتظم لمواكبة التغيرات في السوق والتكنولوجيا واحتياجات العملاء. في النهاية، يعد تطوير نماذج التخطيط الاستراتيجي لشركات الطيران في ظل المنافسة المتنامية أمراً ضرورياً للبقاء في السوق والنمو بنجاح. تحقيق التفوق التنافسي يتطلب فهماً للفرص والتحديات التي تواجهها الشركات في صناعة الطيران وتبني استراتيجيات مبتكرة ومرنة للتعامل معها. يجب أن تكون هذه النماذج قائمة على تحليلات دقيقة وتقييمات استراتيجية للمنافسة والسوق والتكنولوجيا والعملاء.

تطوير نماذج التخطيط الاستراتيجي يشمل أيضاً تعزيز التعاون والشراكات مع الشركات الأخرى في سلسلة القيمة للطيران، مثل المطارات وشركات الصيانة وشركات السفر والسياحة. يمكن أن تؤدي الشراكات الاستراتيجية إلى تحسين الكفاءة وتقليل التكاليف وتعزيز تجربة العملاء. وفي النهاية، يجب على شركات الطيران أن تكون قادرة على مراقبة وقياس أداء استراتيجيتها وتحديثها بناءً على التغيرات في السوق والمنافسة. يجب أن تكون هناك آليات للرصد المستمر وتقييم الأداء وتعديل الاستراتيجية بناءً على النتائج والتحليلات. باختصار، تطوير نماذج التخطيط الاستراتيجي لشركات الطيران في ظل المنافسة المتنامية يتطلب فهماً شاملاً للعوامل الداخلية والخارجية وتحليلاً دقيقاً للمنافسة والسوق واعتماد استراتيجيات مبتكرة ومرنة. يجب أن تكون هذه النماذج قائمة على الابتكار والتكنولوجيا وتعاون الشركات ومراقبة الأداء المستمر (عوض، 2004).

إن الحديث عن التفكير الاستراتيجي والتخطيط الاستراتيجي بشكل عام للشركات يستلزم تناول كافة الجوانب الاستراتيجية، ومواجهة العقبات والمخاطر التي تواجهها هذه الأعمال، ووضع أهداف ورؤى استراتيجية طويلة المدى. يعد التخطيط الاستراتيجي للموارد البشرية عنصراً حاسماً في التخطيط الاستراتيجي للأعمال لأنه يؤثر بشكل مباشر على تحقيق الأهداف الاستراتيجية للشركة. الفكرة الأساسية لتخطيط الموارد البشرية هي تحديد الوظائف والأعمال المطلوبة، وتحديد المتطلبات التي يجب أن يستوفها الشخص الذي يقوم بهذه الأدوار ثم اختيار المرشح للمنصب. بالنسبة للشركات التي تتطلع إلى التوسع والازدهار والانخراط في تفاعلات ديناميكية مع البيئة الداخلية والخارجية المتغيرة باستمرار، لم يعد هذا هو الخيار الأفضل. وبدلاً من ذلك، برز التخطيط الاستراتيجي للموارد البشرية باعتباره الخيار الأفضل والسمة المميزة للشركات التي تسعى إلى تحقيق أهدافها الاستراتيجية.

لأنه يحدد المسار الذي يجب على الشركة اتباعه للاستفادة من مواردها البشرية بفاعلية وكفاءة في ظل التغيرات المستمرة في البيئة الخارجية. لا يمكن تطوير الخطة دون هدف، ولا يمكن تحقيق الهدف دون استراتيجية. التخطيط الاستراتيجي المدروس للموارد البشرية هو الطريق إلى تحقيق الأهداف. وتولي حكومات الدول المتقدمة الآن المزيد من الاهتمام لنجاح هذه الشركات لأنها انعكاس لحكوماتها وتظهر مدى تطورها وتقدمها وكذلك تحقيق المصالح الاستراتيجية المشتركة. ويتم تحقيق ذلك من خلال التنسيق بين التخطيط الاستراتيجي الوطني والتخطيط الاستراتيجي المؤسسي. ونتيجة لذلك، أصبح من الضروري الآن للشركات، وشركات الطيران على وجه التحديد، تحديد الأدوار والأنشطة والأهداف التي تتميز بالمبادرة والرغبة في تشكيل المستقبل وتوليد الفرص التي تتوافق مع أهدافها الاستراتيجية. وبعد ذلك، يجب عليهم اختيار كوادر بشرية مؤهلة لديها عين استشرافية للمستقبل، وقادرة على التعامل مع التغيرات السريعة التي تشهدها البيئة، وعلى دراية بنقاط القوة والضعف لديها. سوف تستفيد الشركة من الشركات المنافسة من أجل تحقيق أهدافها الاستراتيجية (توفيق، 2006).

مشكلة البحث

تتضح القضية الأساسية عند النظر في نطاق التخطيط الاستراتيجي وتطبيقه في إدارة الأزمات، خاصة في ظل المشكلات الاقتصادية المستمرة وتسبب الصراع الدائر ولأن شركات الطيران إحدى العوامل الرئيسية التي تدعم البلاد والدور الذي يلعبه التخطيط الاستراتيجي في فعالية إدارة الأزمات. فمشكلة تطوير نماذج التخطيط الاستراتيجي لشركات الطيران في ظل المنافسة المتنامية هي قضية هامة تواجهها الصناعة في الوقت الحاضر. مع زيادة عدد شركات الطيران وتنافسها على حصة السوق، يجب على شركات الطيران تطوير نماذج التخطيط الاستراتيجي التي تمكنها من البقاء في المنافسة وتحقيق التفوق.

أهمية البحث

وتتجلى أهمية الدراسة عند دراسة آثار التخطيط الاستراتيجي للموارد البشرية على شركات الطيران السودانية. وذلك لأن الشركات الحديثة تعتمد بشكل كبير على التخطيط طويل المدى، مما يستلزم فهم العوامل البيئية المحيطة بها من أجل تطوير أهدافها الاستراتيجية وتنفيذ هذه الأهداف باستخدام الموارد البشرية المناسبة. الروح المليئة بالتفاؤل بالمستقبل والكفاءة الاستثنائية، وبالتالي يمكن استخدام ما يلي لتوضيح أهمية الدراسة:

1. أجريت الدراسة في نفس الوقت الذي كانت فيه الأهمية الاقتصادية الشاملة للطيران تتزايد.
2. تؤكد الدراسة على قيمة التخطيط الاستراتيجي للموارد البشرية في ظل الصعوبات والتحديات التي تواجه الخطوط الجوية وشركات الطيران بشكل عام.
3. تبحث الدراسة في كيفية قيام التخطيط الاستراتيجي للموارد البشرية بتحسين القدرات الإنتاجية، وإدارة التغيير، وتعزيز بيئة العمل الإيجابية، وتحسين الاتصال مع المجتمع المحيط لدعم نمو الشركة وتطورها.

أسئلة البحث

قد أثارت الدراسة إلى وضع عدة أسئلة السؤال الرئيسي: ما هو الدور الاستراتيجي لنماذج التخطيط لشركات الطيران في ظل المنافسة المتنامية؟

1. ما هو دور التخطيط الاستراتيجي في فاعلية إدارة الأزمات لشركات الطيران؟
2. ما هو مستوى تطبيق استراتيجية نموذج الطيران في ظل المنافسة المتنامية؟
3. ما هي آليات التخطيط الاستراتيجي لإدارة الأزمات؟
4. ما هي متطلبات التخطيط الاستراتيجي لإدارة الأزمات؟
5. ما هي معوقات التخطيط الاستراتيجي في مجال إدارة الأزمات؟

أهداف البحث

تهدف الدراسة إلى السعي إلى الدور الاستراتيجي لنماذج التخطيط لشركات الطيران في ظل المنافسة المتنامية وفي ضوء ذلك تسعى الدراسة إلى التعرف على بعض التحديات التي يمكن أن تواجه شركات الطيران في تطوير نماذج التخطيط الاستراتيجي ومنها:

1. التعرف على مدى إدراك المدراء بأهمية التخطيط الاستراتيجي لنماذج التخطيط في شركات الطيران في ظل المنافسة المتنامية.
2. دراسة مفهوم وأهمية التخطيط الاستراتيجي لإدارة الأزمات في شركات الطيران.
3. معرفة دور التخطيط الاستراتيجي في فاعلية إدارة الأزمات لشركات الطيران.
4. التعرف على مدى تطبيق استراتيجية نماذج الطيران في ظل المنافسة المتنامية.
5. التعرف على التغيرات في السوق فيجب على شركات الطيران مواجهة التغيرات السريعة في السوق مثل التوجهات الاستهلاكية والتكنولوجيا والتشريعات الجديدة، وقد يتطلب ذلك تحليل مستمر للبيانات والمعلومات لفهم احتياجات العملاء وتوجيه استراتيجيات الشركة بناءً على هذه المتغيرات.
6. التعرف على المنافسة الشديدة وتزداد المنافسة في صناعة الطيران بشكل مستمر مع زيادة عدد الشركات الناشئة وتوسع شبكات الطيران العالمية، ويجب على شركات الطيران تطوير استراتيجيات تنافسية فريدة تمنحها الميزة التنافسية في السوق.
7. التعرف على التطور التكنولوجي والذي يلعب دوراً حاسماً في صناعة الطيران، مثل تقنيات الحجز عبر الإنترنت والتواصل مع العملاء عبر وسائل التواصل الاجتماعي حيث يجب على شركات الطيران استخدام التكنولوجيا بشكل فعال لتحسين عملياتها وتجربة العملاء.
8. التعرف على الاستدامة والتي تزداد أهميتها في صناعة الطيران، حيث يتوجب على الشركات الطيران اعتبار العوامل البيئية والاجتماعية في استراتيجياتها. يجب تطوير نماذج التخطيط الاستراتيجي التي تهتم بتقليل الانبعاثات الكربونية وتعزيز المسؤولية الاجتماعية للشركات.
9. التعرف على احتياجات العملاء، فيجب على شركات الطيران التركيز على تلبية احتياجات العملاء وتحسين تجربتهم من خلال توفير خدمات عالية الجودة وملائمة العروض والأسعار وتبسيط عملية السفر.

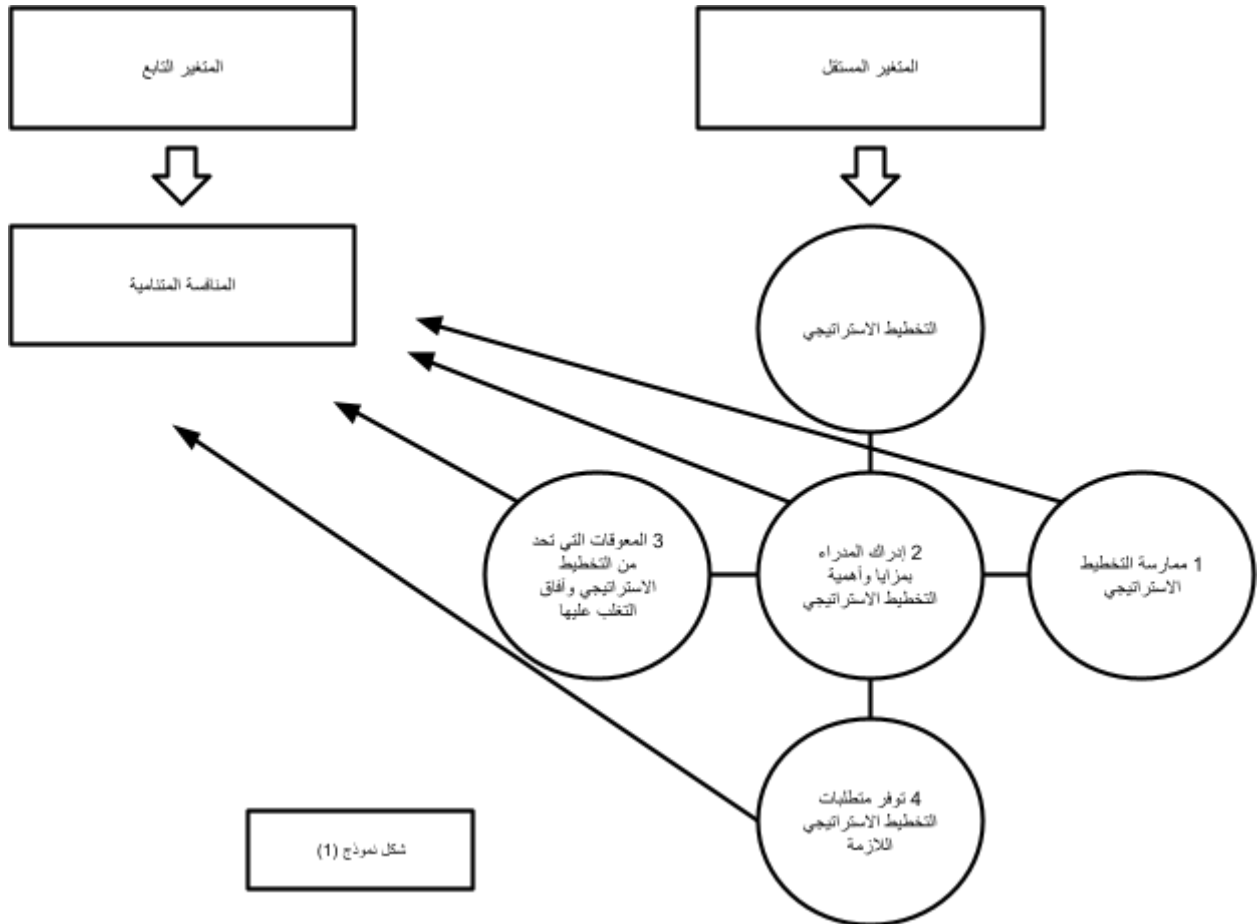
فرضيات البحث

انطلاقاً من الأسئلة البحثية يمكننا التوصل إلى فرضيات الدراسة التالية:

- هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين إدراك المدراء بأهمية ومزايا التخطيط الاستراتيجي وفاعلية إدارة الأزمات.
- هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين توفير متطلبات التخطيط الاستراتيجي وفاعلية إدارة الأزمات.
- هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدى ممارسة التخطيط الاستراتيجي وفاعلية إدارة الأزمات.
- هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين المعوقات التي تحد من دور التخطيط الاستراتيجي وإدارة الأزمات.
- هناك علاقة إيجابية بين آليات التخطيط الاستراتيجي وإدارة الأزمات.
- هناك علاقة إيجابية بين متطلبات التخطيط الاستراتيجي وإدارة الأزمات.

نموذج البحث

يتضح من الشكل التالي أن النموذج ينقسم إلى اثنين من المتغيرين وهما (المتغير التابع والمتغير المستقل)



المستوى التطبيقي

1. استخدام المؤسسات التي ترغب في تنفيذ التحول الرقمي لتحقيق التميز المؤسسي على المدى الطويل.
2. الاهتمام الكافي من الباحثين في بيئة الأعمال بشكل عام لأنه من المواضيع المعاصرة التي لا تزال قيد البحث وتحتاج إلى المزيد من الدراسة. وذلك لأن جهود الباحثين لا تزال متواضعة في هذا الجانب لتطبيقها في مختلف القطاعات. .
3. المساهمة المعرفية لتطوير النماذج والتخطيط الاستراتيجي لشركات الطيران.
4. زيادة قدرة وتحسين كفاءة نظام الطيران. وعلى الرغم من الترابط الوظيفي والتنظيمي مع السلامة فإن هذا الهدف الاستراتيجي يركز في المقام الأول على تحديث البنية التحتية للملاحة الجوية والمطار وتطوير إجراءات جديدة لتحسين أداء نظام الطيران. .
5. التنمية الاقتصادية للنقل الجوي: . ويعكس هذا الهدف الاستراتيجي الحاجة إلى القيادة.
6. تعزيز تطوير نظام طيران سليم ومجد اقتصادياً في تنسيق إطار النقل الجوي الذي يركز على السياسات الاقتصادية والأنشطة الداعمة.

مستخلص البحث

يمثل التطور في نماذج التخطيط الاستراتيجي لشركات الطيران رد الفعل للتنافس المتنامي وتحقيق النجاح المستدام. يتطلب ذلك تحويل التركيز من العرض إلى الطلب، توفير تجارب مميزة للعملاء، واستخدام التكنولوجيا والابتكار، والمرونة والتكيف مع التغيرات السريعة.

هذه التطورات تهدف إلى تحسين الأداء والتنافسية لشركات الطيران في سوق متنامٍ وتطوره. في ظل المنافسة المتنامية في صناعة الطيران في الإمارات، يعتبر التطوير الاستراتيجي أمراً حاسماً لنجاح شركات الطيران، يتعين على هذه الشركات تطوير استراتيجيات فعالة للتفوق على المنافسة وزيادة حصتها في السوق.

فيما يلي خاتمة تتناول التطوير الاستراتيجي لشركات الطيران:

1. التنوع والتوسع: تعتبر شركات الطيران معروفة بتوسعها السريع في الأسواق العالمية. يتعين على هذه الشركات الاستمرار في التوسع والاستثمار في وجهات جديدة وفتح خطوط جوية جديدة لتلبية احتياجات العملاء وزيادة الإيرادات.
2. التنافسية التكلفة: يجب أن تسعى شركات الطيران إلى تحقيق الكفاءة التكلفة وتقديم تذاكر جوية بأسعار منافسة. يمكن أن يتم ذلك من خلال الحصول على صفقات تجهيزات الطائرات والوقود، وتحسين كفاءة العمليات والإنتاج، واستخدام التكنولوجيا لتقليل التكاليف.
3. تجربة العملاء: يجب أن تركز شركات الطيران على تقديم تجربة رائعة للعملاء. يمكن تحقيق ذلك من خلال تحسين خدمة العملاء وراحتهم خلال الرحلة، وتوفير وسائل الترفيه على متن الطائرة، وتقديم وجبات طعام عالية الجودة. يجب أن تسعى الشركات إلى بناء علاقات طويلة الأمد مع العملاء وتلبية احتياجاتهم.
4. التكنولوجيا والابتكار: يجب أن تستثمر شركات الطيران في التكنولوجيا والابتكار لتحسين العمليات وتوفير تجارب سفر متطورة. يمكن استخدام التكنولوجيا في تحسين نظام الحجز والتسجيل عبر الإنترنت، وتحسين التواصل مع العملاء، وتحسين كفاءة العمليات والصيانة.
5. الاستدامة: يجب أن تكون شركات الطيران ملتزمة بالاستدامة البيئية. يمكن تحقيق ذلك من خلال استخدام طائرات أكثر كفاءة من حيث استهلاك الوقود وانبعاثات الكربون، وتطبيق ممارسات صديقة للبيئة في عملياتها، والاستثمار في البحث والتطوير لتطوير تقنيات جديدة تساهم في استدامة.

باختصار، يتطلب التطوير الاستراتيجي لشركات الطيران المزيج المناسب بين التوسع والتنوع، والتركيز على التنافسية التكلفة وتجربة العملاء، والاستثمار في التكنولوجيا والابتكار، والاهتمام بالاستدامة البيئية. من خلال تنفيذ هذه الاستراتيجيات بشكل فعال ومستمر، يمكن لشركات الطيران البقاء في المقدمة في صناعة الطيران وتحقيق النجاح في وجه المنافسة المتنامية.

الدراسات السابقة والإطار النظري

قام "جمال" (2017) بدراسة بعنوان "التخطيط الاستراتيجي ودوره في إدارة الأزمات في شركة الطيران اليمنية" وقد هدفت الدراسة إلى التعرف على التخطيط الاستراتيجي وأيضاً دورة في إدارة الأزمات في الخطوط الجوية للجمهورية اليمنية، حيث اعتمد الباحث في بحثه على المنهج الوصفي وأيضاً كان اعتماده على المراجع والمصادر السابقة وهذا بناء الإطار النظري للدراسة، وبعد ذلك قام الباحث بجمع البيانات وهذا كان بواسطة الاستبانة والتي تشكل أداة البحث وقد تم تحليلها ببرنامج SPSS، وقد توصلت الدراسة إلى عدة استنتاجات، أحدها أن قسماً كبيراً من عينة البحث يفهمون قيمة التخطيط الاستراتيجي. كما أظهرت نتائج الدراسة أن إدارة الأعمال لديها خطة واضحة لتعزيز كافة مميزات القوة دون أي من نقاط ضعفها. بالإضافة إلى ذلك، توخى الحذر عند إنشاء استراتيجيات استراتيجية. ومن أهم التوصيات التي خرج بها التقرير ضرورة استكمال موظفي الخطوط الجوية اليمنية لبرنامج تأهيلي في التخطيط الاستراتيجي. خطط وبرامج إدارة الأزمات كافية ومعدة، بالإضافة إلى التقييمات والتحلي التي المستمرة للمخاطر والأزمات المحتملة (زيد، 2017).

قام "مزمّل" (2010) بدراسة بعنوان "أثر التخطيط الاستراتيجي للموارد البشرية على شركات الطيران" حيث هدفت هذه الدراسة إلى التحقق من الفرضيات التالية من خلال التركيز على الخطوط الجوية الغربية وتأثير التخطيط الاستراتيجي للموارد البشرية على شركات الطيران في السودان حيث ترتبط سياسة الشركة فيما يتعلق بعملية التوظيف والاختيار وتحقيق أهدافها الاستراتيجية. وأيضاً ترتبط السياسة الإدارية للموارد البشرية داخل المنظمة بالتخطيط الاستراتيجي للموارد البشرية. وأن هناك علاقة بين السياسة التسويقية للشركة والتخطيط الاستراتيجي للموارد البشرية. وتوصل البحث إلى النتائج التالية اعتماد فرضية الدراسة التي مفادها أن تحقيق الأهداف الاستراتيجية للمنظمة وممارسات التوظيف والاختيار فيها يرتبطان. التعرف على فرضية الدراسة والتي تنص على أن السياسة الإدارية للشركة فيما يتعلق بالموارد البشرية والتخطيط الاستراتيجي لتلك الموارد مرتبطان، رفض فرضية الدراسة القائلة بوجود علاقة ارتباط بين استراتيجية المنظمة التسويقية واستراتيجية الموارد البشرية (عثمان، 2010).

قام "صالح" (2023) بدراسة بعنوان "دور إستراتيجية التحول الرقمي في تحقيق التميز المؤسسي المستدام دراسة حالة الشركة القابضة مصر للطيران" هدفت الدراسة إلى معرفة مدى ارتباط تطبيق شركة مصر للطيران القابضة استراتيجية التحول الرقمي بتحقيق التميز المؤسسي المستدام، ومدى ارتباط تنفيذ الاستراتيجية بدرجة استدامة التميز المؤسسي، وما هي متغيرات التميز المؤسسي المستدام. هي الأكثر ارتباطاً الاستراتيجية. وتكونت عينة الدراسة من الإدارة العليا والمتوسطة في الشركة. تم تحليل ما مجموعه 288 قائمة استطلاع بناء على إجاباتهم. وأشارت النتائج إلى أن استراتيجية التحول الرقمي تم تنفيذها على مستوى متوسط وأن الشركة تحقق مستويات عالية من التميز المؤسسي المستدام. كما أظهرت النتائج وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين عناصر التميز المؤسسي المستدام (قيادة الأداء والتحول، وإشراك أصحاب المصلحة، وإنتاج قيمة مستدامة) ونهج التحول الرقمي. وبناء على استجابات عينة البحث، أظهرت النتائج أيضاً أن استراتيجية التحول الرقمي لديها علاقة ارتباط إيجابية متوسطة مع كل من المتغيرات (إشراك أصحاب المصلحة، بناء القيمة المستدامة)، وعلاقة مباشرة قوية مع المتغير (قيادة الأداء). ونتيجة لذلك، جاءت الدراسة للتأكيد على مدى أهمية إنشاء خطة التحول الرقمي في إطار عملية إنتاج القيمة المستدامة من أجل تعزيز الأداء. كسب ثقة العملاء وسعادتهم، والمساعدة في عملية صنع القرار، وفي نهاية المطاف تأسيس التميز المؤسسي على المدى الطويل. وتنتهي الدراسة بتوصية بأنه من أجل تحقيق النجاح الحالي والمستقبلي، يجب دفع قادة الشركة لتلبية حاجتين رئيسيتين في وقت واحد. ولضمان النجاح المستمر، يجب إدارة أنشطتها التشغيلية المستمرة بنجاح (الأداء الرائد) ومن ثم إدارة التغييرات الداخلية على الشركة أولاً والخارجية التي تواجهها (قيادة التحول) (الدين، 2023).

قام "يسام" (2021) بدراسة بعنوان " أثر التحول الرقمي على تحقيق الأهداف الاستراتيجية في شركة مصر للطيران الدور الوسيط لليقظة الاستراتيجية والابتكار التنظيمي " هدفت هذه الدراسة إلى معرفة كيف يؤدي الابتكار التنظيمي واليقظة الاستراتيجية، عند الجمع بينهما، إلى التوسط في العلاقة بين الأهداف الاستراتيجية لمصر للطيران والتحول الرقمي. وتم تحقيق هدف الدراسة من خلال استخدام الاستبيان بشركة مصر والمنهج الوصفي التحليلي. وقد تلقت الاستبيانات عينة عشوائية مكونة من 427 موظفاً للطيران وفروعا بمحافظتي القاهرة والجيزة، وتبين أن 344 منها مشروعة. وأظهرت نتائج الدراسة كيف يؤثر التحول الرقمي بشكل كبير وإيجابي على الإبداع التنظيمي والأهداف الاستراتيجية واليقظة الاستراتيجية. كما أظهرت نتائج الدراسة أن الابتكار التنظيمي واليقظة الاستراتيجية لهما تأثير إيجابي كبير على الأهداف التنظيمية و أنهما ضروريان لتحقيق تلك الأهداف. واكتشفت الدراسة أيضا دورا في مصر للطيران. وسيط في العلاقة بين تحقيق الأهداف الاستراتيجية والتحول الرقمي (الريميدي، 2021)

قام "عبيدات" (2017) بدراسة بعنوان "أثر تمكين العاملين في تحقيق الأهداف الاستراتيجية" هدفت الدراسة إلى الترابط نجاح واستمرار المنظمات في بيئة العمل على سعيها لتحقيق رسالتها وأهدافها الاستراتيجية، مما يتطلب منها وضع خطة استراتيجية مميزة وتنفيذها في ظل بيئة العمل التي تتسم بالمنافسة والتغيرات السريعة، على أن تشمل تلك الخطة على مجموعة من الأهداف الاستراتيجية المطلوب تحقيقها من خلال تنفيذها لبعض الأنشطة والعمليات والممارسات لضمان الاستمرار والنمو واستدامة ميزتها التنافسية. تشير الأهداف الاستراتيجية إلى الغايات التي تطمح المنظمة للوصول إليها في ضوء استغلالها لكافة مواردها وإمكانيات المالية والبشرية والمادية على المدى الطويل، كما يجب أن تتميز تلك الأهداف بالواقعية، وارتباطها بمتطلبات البيئتين الداخلية والخارجية وتغيراتهم لضمان تحقيقها بكفاءة وفاعلية (شرف، 2017)

قامت "ايمان" (2022) بدراسة بعنوان " متطلبات التحول الرقمي كآلية لتحقيق التميز " هدف البحث إلى التعرف على درجة التحول الرقمي، ودرجة التميز المؤسسي المتحقق، وارتباط التحول الرقمي بالتميز المؤسسي، والتحديات التي يواجهها التحول الرقمي في تحقيق التميز المؤسسي في جمعيات المجتمع المدني. وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين متطلبات التحول الرقمي كآلية لتحقيق التميز المؤسسي في المنظمات غير الحكومية والمستوى العالي من التميز المؤسسي في المنظمات جامعة أم درمان الإسلامية الحكومية (العزیز، 2022).

الخاتمة

في ظل التنافس المتنامي في صناعة شركات الطيران، يلعب التخطيط الاستراتيجي دورا حاسما في تحقيق النجاح والاستدامة. تطورت تمازج التخطيط الاستراتيجي لهذه الشركات على مر السنين، وذلك للتكيف مع التحديات والتغيرات السريعة في السوق وتلبية احتياجات العملاء. أحد التطورات الرئيسية في نماذج التخطيط الاستراتيجي لشركات الطيران هو التحول من نموذج التركيز على العرض إلى نموذج التركيز على الطلب. في الماضي، كانت الشركات تركز بشكل رئيسي على زيادة عدد الرحلات وتوسيع شبكات المسارات الجوية. ومع ذلك، أصبح الاهتمام الآن أكثر توجها نحو تلبية احتياجات وتفضيلات العملاء وفهم توقعاتهم. نماذج التخطيط الاستراتيجي أصبحت تركز أيضا على توفير تجربة مميزة للعملاء. فقد أدركت الشركات أن تجربة العملاء ليست مقتصرة فقط على الرحلة الجوية نفسها، بل تشمل أيضا عمليات الحجز والتسجيل والتعامل مع الأمتعة وخدمة العملاء. لذا، تعمل الشركات على تحسين جميع جوانب تجربة العملاء وتوفير خدمة شاملة ومرضية من البداية إلى النهاية. بالإضافة إلى ذلك، يتم التركيز أيضا على استخدام التكنولوجيا والابتكار في نماذج التخطيط الاستراتيجي. فمن خلال استخدام التكنولوجيا المتقدمة، يمكن للشركات تحسين كفاءة عملياتها وتوفير تجارب رحلة محسنة. على سبيل المثال، يتم استخدام التطبيقات المحمولة والويب لتسهيل عمليات الحجز وإدارة الرحلات وتقديم المعلومات الحية للعملاء. وفي النهاية، يتعين على الشركات الاستراتيجية أن تكون مرنة وقادرة على التكيف مع التغيرات السريعة في السوق والظروف الاقتصادية والسياسية. يجب أن تكون لديها القدرة على تحليل البيانات والمعلومات واتخاذ القرارات الاستراتيجية الصائبة في الوقت المناسب.

المراجع

- يمان محمود محمد عبد العزيز. (2022). متطلبات التحول الرقمي كآلية لتحقيق التميز. مجلة مستقبل العلوم الإجتماعية.
- بسام سمير الرميدي. (2021). أثر التحول الرقمي على تحقيق الأهداف الإستراتيجية في شركة مصر للطيران الدور الوسيط للبقطة الاستراتيجية والابتكار التنظيمي . القاهرة: جامعة مدينة السادات.
- جمال درهم أحمد زبد. (2017). التخطيط الاستراتيجي ودوره في إدارة الأزمات في شركة الطيران اليمنية . مجلة المنارة للدراسات القانونية والإدارية.
- صالح الدين إسماعيل صالح الدين. (2023). دور إستراتيجية التحول الرقمي في تحقيق التميز المؤسسي المستدام دراسة حالة الشركة القابضة مصر للطيران. القاهرة: المجلة العلمية للبحوث والدراسات التجارية.
- عبدالرحمن توفيق. (2006). التخطيط الإستراتيجي والتفكير الإبداعي. القاهرة: مركز الخبرات المهنية .
- عبيدات شرف. (2017). أثر تمكين العاملين في تحقيق الأهداف الاستراتيجية. الأردن: جامعة اليرموك.
- محمد أحمد عوض. (2004). الإدارة الاستراتيجية. الاسكندرية: دار الجامعة.
- مزمل علي محمد عثمان. (2010). أثر التخطيط الاستراتيجي للموارد البشرية على شركات الطيران. السودان:

جدول المحتويات:

1	المقدمة
4	مشكلة البحث
4	أهمية البحث
5	أسئلة البحث
5	أهداف البحث
6	فرضيات البحث
6	نموذج البحث
7	المستوى التطبيقي
8	مستخلص البحث
9	الدراسات السابقة والإطار النظري
11	الخاتمة
12	المراجع