

عنوان البحث

**تحليل SWOT ودوره في الميزة التنافسية
بالتطبيق على كلية المقرن للعلوم والتكنولوجيا - خلال العام 2023م**

د. مختار محمد خليل إبراهيم¹

¹ أستاذ مساعد، جامعة كرري، السودان

HNSJ, 2023, 4(12); <https://doi.org/10.53796/hnsj412/16>

تاريخ القبول: 2023/11/15م

تاريخ النشر: 2023/12/01م

المستخلص

هدفت الدراسة لمعرفة دور تحليل SWOT في الميزة التنافسية ، حيث تمثلت مشكلة الدراسة في السؤال الرئيس : ما دور تحليل SWOT في الميزة التنافسية ؟ كما اختبرت الدراسة عدة فرضيات أهمها : توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تحليل SWOT و الميزة التنافسية.

حيث اتبع الباحث المنهج الوصفي التحليلي .

جاءت أهم نتائج الدراسة بأن لدى الكلية رؤية استراتيجية بنسبة بلغت 76.7% ، ولدى الكلية مركز تنافسي بنسبة 53.3%. كما أوصت الدراسة باستمرار الكلية في متابعة رؤيتها الاستراتيجية و أنه على الكلية زيادة مركزها التنافسي .

الكلمات المفتاحية: تحليل SWOT ، نقاط القوة ، نقاط الضعف ، الفرص ، التهديدات ، الميزة التنافسية

RESEARCH TITLE**SWOT ANALYSIS AND ITS ROLE IN COMPETITIVE ADVANTAGE**

By application to Al-Muqrin College of Science and Technology - during the year 2023 AD

Dr. Mokhtar Mohammed Khalil Ibrahim¹

¹ Assistant Professor - Karary University, Sudan.

HNSJ, 2023, 4(12); <https://doi.org/10.53796/hnsj412/16>

Published at 01/12/2023

Accepted at 15/11/2023

Abstract

The study aimed to find out the role of SWOT analysis in competitive advantage. The problem of the study was represented in the main question: What is the role of SWOT analysis in competitive advantage? The study also tested several hypotheses, the most important of which is: There is a statistically significant relationship between SWOT analysis and competitive advantage.

The researcher followed the analytical classroom method.

The most important results of the study were that the college has a strategic vision of 76.7%, and the college has a competitive position of 53.3%. The study also recommended that the college continue to pursue its strategic vision and that the college should increase its competitive position.

Key Words: SWOT analysis, strengths, weaknesses, opportunities, threats, competitive advantage

أولاً : الإطار المنهجي :

المقدمة :

إن المتأمل في عالم إدارة الأعمال يجد النجاح في هذا الإطار يترتب عليه الاستطاعة لتحقيق أكبر وأعلى قدر للميزة التنافسية ، وهي الاضافة المميزة في عملية العرض عن بقية المعروض من قبل المنافسين . فهنا يبرز الدور الذي يقدمه تحليل SWOT من خلال عملية تحليل نقاط القوة والضعف للمؤسسة ودراسة الفرص المتاحة والتهديدات المرتقبة مما يجعلها تسير في المسار الصحيح الذي يخدم المواكبة والتطور بما يحقق الميزة التنافسية للمؤسسة.

وقع الاختيار على كلية المقرن للعلوم والتكنولوجيا وهي أحد مؤسسات التعليمية الخاصة ، لما واجهتها من تحديات وكيف استطاعت الكلية التعامل معها في سعيها لتحقيق الميزة التنافسية والدور الذي قدمه تحليل SWOT في النهوض بها.

مشكلة الدراسة :

تواجه مؤسسات الأعمال تحدي كبير في جانب الميزة التنافسية وليتثنى ذلك قمنا بدراسة أثر تحليل SWOT عليها.

ومن هنا يمكن صياغة المشكلة في السؤال الرئيس التالي:

ما دور تحليل SWOT في الميزة التنافسية ؟

ويتفرع من هذا السؤال عدة أسئلة فرعية:

1. ما دور نقاط القوة في الميزة التنافسية ؟

2. ما دور نقاط الضعف في الميزة التنافسية ؟

3. ما دور الفرص في الميزة التنافسية ؟

4. ما دور التهديدات في الميزة التنافسية ؟

أهمية الدراسة:

- بيان العلاقة بين تحليل SWOT (نقاط القوة ، نقاط الضعف ، الفرص ، التهديدات) والميزة التنافسية.

- حث مؤسسات الأعمال على تحليل SWOT لما له من دور فاعل نجاح الأهداف المرسومة.

- لفت الانتباه للطلاب والباحثين ورواد الأعمال على أهمية تحليل SWOT.

أهداف الدراسة:

1. معرفة دور تحليل SWOT في الميزة التنافسية.

2. دراسة أثر نقاط القوة في الميزة التنافسية.

3. دراسة أثر نقاط الضعف في الميزة التنافسية.

4. التعرف أثر على دور الفرص في الميزة التنافسية.

5. التعرف أثر على دور التهديدات في الميزة التنافسية.

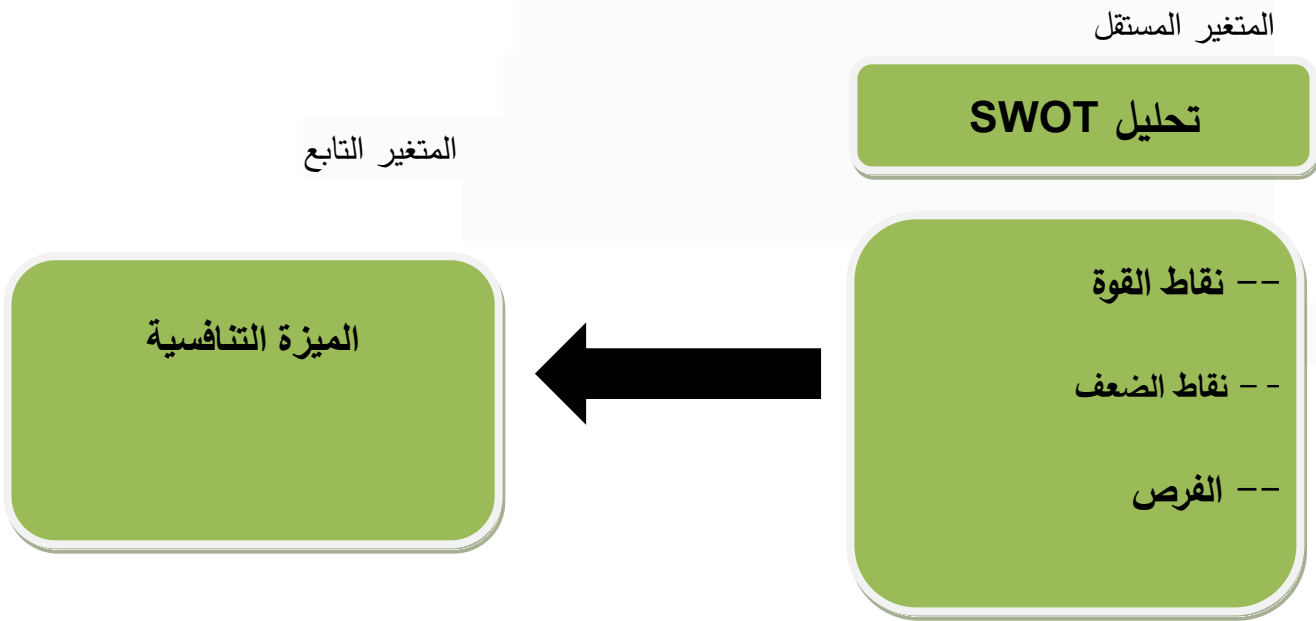
فروض الدراسة: تسعي هذه الدراسة إلى اختبار الفرضية الرئيسة للدراسة : توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين

تحليل SWOT و الميزة التنافسية .

ويتفرع منه الفرضيات الفرعية الآتية:

1. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نقاط القوة و الميزة التنافسية.
2. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نقاط الضعف و الميزة التنافسية.
3. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الفرص و الميزة التنافسية.
4. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التهديدات و الميزة التنافسية.

شكل (1) نموذج الدراسة :



المصدر : إعداد الباحث 2023 م .

منهج الدراسة:

استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي.

حدود الدراسة:

الحدود الموضوعية : تحليل SWOT ودوره في الميزة التنافسية.

الحدود المكانية : السودان - الخرطوم - كلية المقرن للعلوم والتكنولوجيا.

الحدود الزمانية : خلال العام 2023م.

مصادر الدراسة:

➤ مصادر أولية: الاستبانة و المقابلة.

➤ مصادر ثانوية: الكتب والمراجع والمجلات العلمية والدوريات والإنترنت.

ثانياً : الدراسات السابقة :

دراسة : (منى مرسل، حنان عمسيب : 2022م)

هدف البحث إلى التعرف على مفهوم الخدمات المصرفية وأبعادها المختلفة، والتعرف على مفهوم الميزة التنافسية وطرق تحقيقها، ودراسة أثر الخدمات المصرفية في تحقيق الميزة التنافسية في المصارف السودانية، وذلك من خلال اختبار الفرض الرئيس: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الخدمات المصرفية (بأبعادها الثلاثة) والميزة التنافسية في بنك أمدرمان الوطني، وقد تم استخدام الاستبيان لجمع البيانات من مجتمع الدراسة عن طريق عينة عشوائية بسيطة من العاملين في بنك أمدرمان الوطني بعدد (36)، وكانت الاستبانة الصالحة للتحليل بعدد (34). وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج أهمها وجود علاقة ارتباط بين الخدمات المصرفية بعناصرها الثلاثة (الخدمات المصرفية المحلية، الخدمات المصرفية الإلكترونية، الخدمات المصرفية الخارجية) والميزة التنافسية، حيث بلغ معامل الارتباط بين أنواع الخدمات المصرفية الثلاث على التوالي مع الميزة التنافسية ما قيمته (0.626، 0.540، 0.682) مما يدل على وجود علق ارتباط إيجابية قوية. كما خرج البحث بعدد من التوصيات من أهمها مراعاة تطوير الخدمات المصرفية لمواكبة المستجدات في السوق المصرفي العالمي.

دراسة : (شذى علوان ، علي نعيم : 2018م)

تهدف الدراسة الحالية إلى تشخيص واقع البيئة الخارجية والداخلية للمركز الوطني لرعاية المواهب الرياضية في البصرة من خلال استخدام تحليل SWOT لتحديد مدى القوة والضعف والفرص والتحديات. وقد تعرف الباحثون على واقع البيئة الداخلية والخارجية للمركز من خلال تصميم قائمة مرجعية وتم استخدام بعض الأساليب الإحصائية مثل المتوسط والانحراف المعياري والأهمية النسبية. اعتمد الباحثون على دراسة الحالة لتطبيق الباحث على المقابلة والمعاشرة الميدانية، وقد خرجت الدراسة بعدد من المشاركات. غياب التخطيط في الاستعدادات المستقبلية للمركز، من خلال غياب التخطيط الاستراتيجي، والعمل المركز، والعمل على تحديد ملامح المستقبل المستقبلي "البطالة المحيطة به".

التعقيب على الدراسات :

تناولت الدراسات السابقة أحدهما عن تشخيص واقع البيئة الخارجية والداخلية من خلال استخدام تحليل SWOT والأخرى عن الخدمات المصرفية وأبعادها المختلفة في تحقيق الميزة التنافسية بينما تناولت الدراسة الحالية المتغيرين (تحليل SWOT ، الميزة التنافسية) وتطبيقها على كلية المقرن للعلوم والتكنولوجيا.

ثالثاً : الاطار النظري الدراسة:

تحليل SWOT analysis (علي أمينة وآخرون : 2018 م ، ص 274).

تحليل SWOT أو ما يعرف بالتحليل الرباعي هو عبارة عن تحليل استراتيجي لتحديد نقاط القوة - الضعف - الفرص - المهددات ووضعها موضع التحليل والدراسة ويستخدم علي نطاق واسع.

S : STRENGTH	O : OPPORTUNITIES
W : WEAKNESS	T : THREATS

مفهوم تحليل SWOT (عبدالستار يوسف : 2007م ، ص 11):

- هو تحليل للعوامل الداخلية المتمثلة بالقوة والضعف ، والعوامل الخارجية المتمثلة بالفرص والتهديدات البيئية.
- تحليل (SWOT) هو أداة مفيدة لتحليل الوضع العام للمنظمة على أساس عناصر القوة والضعف والفرص والتهديدات.
- تحليل (SWOT) إنه أسلوب فعال لمعرفة وفهم نقاط قوتك ونقاط ضعفك ، والنظر للفرص والتهديدات التي تواجهها.

مكونات تحليل SWOT (محمد أبو صالح :2013م : ص 87):

1- نقاط القوة (S) (STRENGTH) :

الخطوة الأولى في هذا التحليل هي تحديد نقاط القوة (التي تتميز بها المؤسسة عن المنافسين) ونقاط القوة هي الأوضاع والمزايا والقدرات والموارد المادية والمعنوية المتاحة للمؤسسة الممكن توفيرها من خلال الترتيبات الاستراتيجية للمؤسسة وتشمل الموقع الجغرافي والموارد البشرية المؤهلة ومستوى التنمية الأخلاقية والموارد الطبيعية . نقاط القوة يمكن أن تكون داخلية ويمكن أن تستند علي البيئة الخارجية في ظل أوضاع داخلية ذات ترتيب استراتيجي معين .

2- الفرص (O) (OPPORTUNITIES) (محمد أبو صالح :2013م : ص 90):

بعد التعرف علي نقاط القوة تأتي الخطوة الثانية من خطوات التحليل وهي تحديد الفرص . وهذه الخطوة تتضمن تحديد الفرص وما حولها من ظروف والفرصة تتشكل من وجود ظروف و أوضاع وأنماط ثقافية ، اجتماعية ، سياسية ، اقتصادية ، أمنية ...الخ يمكن الاستفادة منها لتحقيق مصلحة ويتم ذلك من خلال عدد من الأهداف الاستراتيجية بالاستناد علي نقاط القوة والمقصود بالفرصة هي :

- الفرصة الجاهزة الموجودة فعلا ويمكن استغلالها.
- الفرص الممكن صناعتها عبر التخطيط الاستراتيجي.

أما تحديد الظروف والأوضاع المتعلقة بالفرصة يمكن من انجاز تخطيط استراتيجي سليم وعميق.

3- نقاط الضعف (W) (WEAKNESS) (محمد أبو صالح :2013م : ص 92):

هي كل الأوضاع والفرص الداخلية التي تعيق أو تمنع أو تؤثر سلبا علي تحقيق المصالح الاستراتيجية للمؤسسة مثل ضعف البنيات التحتية ، ضعف الموارد البشرية ، السلوك السلبي سياسياً واقتصادياً واجتماعياً . كما أنها تشمل نقاط الضعف لدي المنافسين أو الخصوم في البيئة الخارجية حتي يتم التعامل معها حيث يمكن الوصول لخيارات استراتيجية ووسائل تنفذ من خلال نقاط ضعف الخصم (وجود نقطة ضعف ملازمة لتنفيذ بعض الأهداف الاستراتيجية للمنافسين فيتم الاستفادة منها لتحقيق مصلحة) .

4- المهددات (T) (THERATS) (محمد أبو صالح :2013م : ص 93):

هي كل الأوضاع والظروف الموجودة في البيئة الخارجية والتي تشكل عقبة أمام تحقيق الغايات والأهداف الاستراتيجية . أي التغيرات التي تحدث في البيئة الخارجية في غير صالح المؤسسة وتؤثر عليها سلباً .

مفهوم الميزة التنافسية (حميد الطائي : 2010م ، ص26) :

هي ميزة تحصل عليها الشركة قياساً بالمنافسين عن طريق تقديم أو عرض قيمة أكبر للزبائن ، إما من خلال أسعار أقل أو عن طريق تقديم منافع أكثر والتي بدورها تبرر الأسعار العالية .

كما توجد عدة تعريفات للميزة التنافسية تختلف باختلاف مستوى تحليل القدرة التنافسية حيث نجد أن هناك ثلاث مستويات لتحليل القدرة التنافسية وهي (سهام طرشاني : 2019م ، ص 35) :

- مستوى المؤسسة / وهي قدرتها علي تحقيق منافع من خلال إنتاج الخدمات ذات الجودة العالية ، توجه للمستهلك بشكل أفضل وأكثر فاعلية وبسعر مناسب في وقت مناسب بأكثر ربحية .
- مستوى الصناعة / تعبر عن مدي استطاعة مؤسسات قطاع معين سواء صناعي أو زراعي أو خدمي على نجاح مستمر في الأسواق الزراعية .
- المستوى القومي / وتعكس قدرة البلد على تحقيق معدل مرتفع ومستمر لمستوي دخل افراده وذلك من خلال تحسين الإنتاجية مما يضمن هذا النمو .

أن الميزة التنافسية تعني اشياء كثيرة للمنظمة فهي متعلقة بالمجهزين او الزبائن او المنافسين وقد تكون نتيجة سعر منخفض او خصائص مرغوبة .

تتطلب الميزة التنافسية من المنظمة بناء استراتيجيات علي اساس المقدرات المتعددة اذ يعتبر الحصول والحفاظ علي الميزة التنافسية اساسا لنجاح طويل الامد للمنظمة والمنظمة يجب ان تكافح لتحقيق استدامة الميزة التنافسية من خلال :

- التكيف المستمر للتغيرات في التوجهات والاحداث الخارجية والقدرات والموارد.
 - الصياغة الفاعلة والتنفيذ وتقييم الاستراتيجيات التي من خلالها يتم استغلال هذه العناصر .
 - ان تطوير الميزة التنافسية هي عملية مكلفة وتستهلك الوقت مما يتطلب اجتهاد من قادة العمل
- توجد منظمات كثيرة نجحت في استدامة ميزاتها من خلال اطاله الوقت الذي يستغرقه المنافس للتقليد ومن خلال امتلاك قدرات متعددة على مستوى المنظمة وأن الاستدامة ضرورية حتي تكتمل الاستثمارات المطلوبة وعندها يصبح الوقت طويلا علي المنافسين لتنفيذ هذه الميزة .

كما تعرف بانها تنفيذ عملي لاستراتيجية مترابطة للسيطرة علي ثروة المستقبل .

أهمية الميزة التنافسية (علاء فرحان : 2012م ، ص ص 144 - 146) :

1- تعتبر سلاحاً لمواجهة تحديات السوق والمنظمات المناظرة من خلال قيام المنظمة بتنمية معرفتها التنافسية وقدرتها علي تلبية احتياجات الزبائن في المستقبل .

2- تعد معياراً لتحديد المنظمات الناجحة من غيرها لكونها تتميز بإيجاد نماذج جديدة متفردة يصعب تقليدها ومحاكاتها باستمرار . لأن النماذج القديمة لها أصبحت معروفة ومتاحة بشكل واسع وان المنافسين علي علم بها .

3- تحدد مدي توافر عناصر النجاح الاساسية مقارنة بالمنافسين وتتمثل في أن المنظمة تبني استراتيجياتها اعتماداً علي ميزة تنافسية لا تتوفر لدي المنافسين وان تكون طويلة الامد كما انها تتجنب الاستراتيجيات التي يتطلب نجاحها توافر نقاط قوة غير متوافرة لدي المنظمة .

- 4- تعتبر هدف اساسي وضروري تسعى اليه جميع المنظمات التي تود التفوق والنجاح وان قدرة المنظمة علي استغلال الموارد والامكانيات في تحقيق موقع افضل بين المنافسين والسعي لإرضاء الزبائن والتعرف علي حاجاتهم ورغباتهم بطريقة يصعب علي المنظمات الأخرى تقليدها .
- 5- مرتبطة اساساً بالأداء المتحقق من المنظمة والعاملين بها ومن ثم لا يمكن ان تمتلك اي منظمة ميزة تنافسية من دون ان ترتقي بأدائها الي المستوى الذي تتفوق به علي المنافسين الاخرين ولمدي زمني مناسب قد يطول او يقصر تبعاً لقدرتها في الحفاظ علي ميزتها التنافسية وإدامتها .
- 6- مفهوم الميزة التنافسية يأتي من خلال ما تمتلكه المنظمات من موارد بشرية تصل الي درجة عالية من المهارات وتصبح كفاءات اساسية لا تستطيع المنظمة الاستمرار في المنافسة من دون امتلاكها لهذه الكفاءات .

ما لا يختلف فيه اثنان هو ان زيادة عدد المنظمات وكثرة المنتجات من الصنف الواحد فضلاً عن تحسن الوضع الاقتصادي للمجتمعات يعد من العوامل التي تزيد من حدة الميزة التنافسية . مما جعلها محط اهتمام الباحثين والمتخصصين في الادارة الاستراتيجية .

رابعاً : نبذة عن كلية المقرن للعلوم والتكنولوجيا (أريج اسماعيل : 2023م) :

- الموقع : السودان - الخرطوم - أمدمان -المهندسين.

- التخصصات:

- بكالوريوس العلوم الإدارية : (محاسبة ، إدارة أعمال)
- بكالوريوس تقانة المعلومات.
- بكالوريوس نظم معلومات (إدارية ، محاسبية ، مصرفية)
- دبلوم المحاسبة.

رابعاً : إجراءات الدراسة الميدانية:

تمهيد:

تناول الباحث في هذا الفصل وصفاً للطريقة والإجراءات التي تم اتباعها في تنفيذ البحث، يشمل ذلك وصفاً لمجتمع وعينة الدراسة وطريقة إعداد أدواتها وبيان الأساليب والمعالجات الإحصائية المستخدمة لاختبار فرضيات الدراسة وصولاً إلى تحليل البيانات والتحقق من فرضيات البحث.

مجتمع البحث :

يقصد بمجتمع الدراسة المجموعة الكلية من العناصر التي يسعى الباحث إلى تعميم عليها النتائج ذات العلاقة بالمشكلة المدروسة ، يتكون مجتمع البحث من العاملين بكلية المقرن للعلوم والتكنولوجيا.

عينة البحث :

تم تحديد عينة البحث بمواصفاتها العلمية التي تحقق أغراض البحث من ذوي الاختصاص من ، بكالوريوس ، وجامعيين ، فوق الجامعيين لهم علاقة بموضوع البحث لتحقيق أغراض البحث.

جمع البيانات :

تم توزيع عدد (30) استمارة على العينة المحددة مسبقاً والمستهدفة للتحقق من فرضيات البحث وتم استعادتها كاملة بنسبة (100%) صالحة للتحليل.

أداة البحث:

أداة الدراسة هي الوسيلة التي يستخدمها الباحث لجمع البيانات اللازمة عن الظاهرة موضوع البحث، ويوجد العديد من الأدوات المستخدمة في مجال البحث العلمي للحصول على المعلومات والبيانات اللازمة، وقد اعتمدت الباحث على الاستبانة كأداة رئيسة لجمع البيانات من عينة البحث.

أولاً: ثبات وصدق أداة البحث:

1. الثبات والصدق الظاهري:

للتأكد من الصدق الظاهري للاستبانة وصلاحية أسئلة الاستبانة من حيث الصياغة والوضوح، قام الباحث بعرض الاستبانة على عدد من المحكمين الأكاديميين والمتخصصين في مجال البحث، وبعد استعادة الاستبانة من المحكمين تم إجراء التعديلات التي اقترحت عليها.

2. الثبات والصدق الإحصائي:

يقصد بثبات الاختبار أن يعطي المقياس نفس النتائج إذا ما استخدم مرة واحدة تحت ظروف مماثلة، ويعني الثبات أنه أيضاً إذا ما طبق اختبار ما على مجموعة من الأفراد ورُصدت درجات كل منهم، ثم أعيد تطبيق الاختبار نفسه على المجموعة نفسها وتم الحصول على الدرجات نفسها، يكون الاختبار ثابتاً تماماً، كما يعرف أيضاً بأنه مدى الدقة والاتساق للقياسات التي يتم الحصول عليها مما يقبسه الاختبار ومن أكثر الطرق استخداماً في تقدير ثبات المقياس هي:

1. طريقة ألفا كرونباخ .

5. طريقة إعادة تطبيق الاختبار .

أما الصدق فهو مقياس يستخدم لمعرفة درجات الصدق لدى المبحوثين من خلال إجاباتهم على مقياس معين.

جدول (1): معامل ألفا كرونباخ لعبارات الاستبيان

الفرضيات	عدد العبارات	ألفا كرونباخ
المحور الأول البعد الأول	5	0.703
المحور الأول البعد الثاني	5	0.558
المحور الأول البعد الثالث	5	0.715
المحور الأول البعد الرابع	4	0.748
المحور الثاني	4	0.758
الاستبانة كاملة	23	0.525

المصدر: إعداد الباحث من بيانات الدراسة الميدانية، 2023م

يتضح للباحث من الجدول (1) أن نسبة معامل معادلة ألفا كرونباخ للعبارات لكامل استمارة الاستبانة جميعها عالية جداً مما يعطى مؤشر جيد لقوة وصدق الاستبانة وفهم عباراتها من قبل المبحوثين، ومن ثم الاعتماد عليها

في اختبار فرضيات الدراسة.

3. الأساليب الإحصائية المستخدمة:

لتحقيق أهداف الدراسة وللتحقق من فرضياتها، تم استخدام الأساليب الإحصائية التالية:

1. التوزيع التكراري للإجابات والنسب المئوية.

2. معادلة ألفا كرونباخ لحساب معامل الثبات.

3. الوسط الحسابي والانحراف المعياري.

4. اختبار (t) لإثبات صحة الفرضيات.

5. معامل بيرسون.

4. تحليل البيانات:

بعد جمع الاستمارات من المبحوثين تم استخدام البرنامج الإحصائي SPSS وهو اختصار للعبارة Statistic Package for Social Sciences وتعني الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية ولدراسة هذا البحث والذي يسعى للوقوف على معرفة تحليل SWOT ودوره في الميزة التنافسية ، المكون من: القسم الأول: البيانات الأساسية أو العوامل الديموغرافية مثل (النوع ، العمر ، المستوى التعليمي ،المسمى الوظيفي ، سنوات الخبرة) .

القسم الثاني: محاور الدراسة بعباراتها والمصممة من ثلاث أوزان هي: أوافق، محايد، لا أوافق واحتوى هذا القسم على محورين وقد تم توزيع هذه العبارات على المحور الأول تتضمن (19) عبارة، المحور الثاني تتضمن (4) عبارات.

وتقارن هذه الأوزان بالمتوسط المرجح لقياس ليكارت الثلاثي كما في الجدول التالي:

جدول (2): المتوسط المرجح لقياس ليكارت الثلاثي.

المتوسط المرجح	مستوى الموافقة
من 1 الى 1.66	لا أوافق
من 1.67 الى 2.33	محايد
من 2.34 الى 3	أوافق

المصدر: إعداد الباحث ، 2023م

خصائص عينة الدراسة:

جدول (3): خصائص عينة الدراسة: وللخروج بنتائج دقيقة وموثوقة قام الباحث بتتويج عينة الدراسة من

حيث شمولها على الآتي:-

البيان	الفئات	التكرارات	النسبة
النوع	ذكر	22	73.3%
	أنثي	8	26.7%
	المجموع	20	100.0%
العمر	25 سنة وأقل من 35	15	50%
	35 سنة وأقل من 45	4	13.3%
	45 سنة وأقل من 55	8	26.7%
	55 سنة فأكثر	3	10%
	المجموع	30	100.0%
المستوى التعليمي	بكلوريوس	2	6.7%
	ماجستير	4	13.3%
	دكتوراه	17	56.7%
	فوق الدكتوراه	7	23.53%
	المجموع	30	100.0%
المسمى الوظيفي	موظف	2	6.57%
	رئيس قسم	4	13.3%
	عضو هيئة التدريس	24	80%
	المجموع	30	100.0%
سنوات الخبرة	أقل من 5 سنوات	7	23.53%
	5 سنوات وأقل من 10	11	36.7%
	10 سنوات فأكثر	12	40%
	المجموع	30	100.0%

المصدر: إعداد الباحث من بيانات الدراسة الميدانية، 2023م.

تحليل ومناقشة البيانات

أولاً: التوزيع التكراري لإجابات عبارات محاور عينة الدراسة - تحليل ومناقشة المحور الأول: SWOT

1. تحليل ومناقشة البعد الأول: نقاط القوة

يهدف هذا البعد لمعرفة نقاط القوة ، ولاختبار هذا البعد لابد من بيان اتجاه آراء أفراد عينة الدراسة لكل عبارة

من عباراته.

جدول (4): التوزيع التكراري والإحصاء الوصفي لإجابات أفراد عينة الدراسة لعبارات البعد الأول

العبارة	لا أوافق	محايد	أوافق	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة			
							التكرار	التكرار	التكرار
							النسبة	النسبة	النسبة
تتمتع الكلية بموقع جغرافي متميز	2	3	25	2.77	0.568	أوافق			
	6.7%	10%	83.3%						
لدى الكلية رؤية استراتيجية	3	4	23	2.67	0.661	أوافق			
	10%	13.3%	76.7%						
لدى الكلية رسالة واضحة	3	3	24	2.70	0.651	أوافق			
	10%	10%	80%						
لدى الكلية تخصصات علمية مختلفة	7	3	20	2.43	0.858	أوافق			
	23.3%	10%	66.7%						
تتمتع الكلية بسمعة جيدة	4	6	20	2.53	0.730	أوافق			
	13.3%	20%	66.7%						
نقاط القوة	19	19	112	2.62	0.693	أوافق			
	12.67%	12.67%	74.66%						

المصدر: إعداد الباحث من بيانات الدراسة الميدانية، 2023م.

يتبين من الجدول (4) الخاص بنتائج البعد الأول (نقاط القوة) نجد أنه حصل على وسط حسابي (2.62) أي أوافق حسب مقياس ليكرت الثلاثي. أي أن غالبية المبحوثين يوافقون على ما جاء بعبارات البعد الأول نقاط القوة.

2. تحليل ومناقشة عبارات البعد الثاني: نقاط الضعف

يهدف هذا البعد معرفة نقاط الضعف ، ولاختبار هذا البعد لابد من بيان اتجاه آراء أفراد عينة الدراسة لكل عبارة من عبارات هذا البعد.

جدول (5): التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة لعبارات البعد الثاني

العبارة	لا أوافق	محايد	أوافق	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة			
							التكرار	التكرار	التكرار
							النسبة	النسبة	النسبة
لدى للكلية فروع بالولايات الأخرى	25	5	0	1.17	0.379	لا أوافق			
	83.3%	16.7%	0%						
لدى للكلية فروع بالدول الأخرى	27	3	0	1.10	0.305	لا أوافق			
	90%	10%	0%						
الوسائل التعليمية المتاحة بالكلية ضعيفة نسبة لتخصصاته	17	6	7	1.67	0.844	محايد			
	56.7%	20%	23.3%						
لدى الكلية برامج دراسات عليا منفذة	25	4	1	1.20	0.484	لا أوافق			
	83.3%	13.3%	3.3%						
منصرفات الكلية عالية مقارنة بما تقدمه	11	10	9	1.93	0.828	محايد			
	36.7%	33.3%	30%						
نقاط الضعف	105	28	17	1.41	0.568	لا أوافق			
	70%	18.67%	11.33%						

المصدر: إعداد الباحث من بيانات الدراسة الميدانية، 2023م.

يتبين من الجدول (5) الخاص بنتائج البعد الثاني (نقاط الضعف) نجد أنه حصل على وسط حسابي (1.41) أي لا أوافق حسب مقياس ليكارت الثلاثي. أي أن غالبية المبحوثين لا يوافقون على ما جاء بعبارات البعد الثاني نقاط الضعف.

3. تحليل ومناقشة عبارات البعد الثالث: الفرص

يهدف هذا البعد معرفة الفرص ، ولاختبار هذا البعد لابد من بيان اتجاه آراء أفراد عينة الدراسة لكل عبارة من عبارات هذا البعد.

جدول (6): التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة لعبارات البعد الثاني

العبارة	لا أوافق	محايد	أوافق	الوسط	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
				التكرار		
				النسبة		
يمثل إقبال الطلاب المتزايد على التعليم فرصة لتطور للكلية	0	3	27	2.90	0.305	أوافق
	0%	10%	90%			
تسعى الكلية لاستغلال التكنولوجيا في عملية التعليم	4	5	21	1.57	0.728	لا أوافق
	13.3%	16.7%	70%			
لدى الكلية فرصة لإقامة توأمه مع جامعات أخرى	0	4	26	2.87	0.346	أوافق
	0%	13.3%	86.7%			
لدى الكلية إمكانية استقطاب كوادر علمية	1	2	27	2.87	0.434	أوافق
	3.3%	6.7%	90%			
تتمتع الكلية بإمكانية توسع التخصصات	2	3	25	2.77	0.568	أوافق
	6.7%	10%	83.3%			
الفرص	7	17	126	2.59	0.476	أوافق
	4.67%	11.33%	84%			

المصدر: إعداد الباحث من بيانات الدراسة الميدانية، 2023م.

يتبين من الجدول (6) الخاص بنتائج البعد الثاني (الفرص) نجد أنه حصل على وسط حسابي (2.59) أي أوافق حسب مقياس ليكارت الثلاثي. أي أن غالبية المبحوثين يوافقون على ما جاء بعبارات البعد الثالث الفرص.

4. تحليل ومناقشة عبارات البعد الرابع: التهديدات

يهدف هذا البعد معرفة التهديدات ، ولاختبار هذا البعد لابد من بيان اتجاه آراء أفراد عينة الدراسة لكل عبارة من عبارات هذا البعد.

جدول (7): التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة لعبارات البعد الثاني

العبارة	لا أوافق	محايد	أوافق	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة			
							التكرار	التكرار	التكرار
							النسبة	النسبة	النسبة
تقف الأوضاع الاقتصادية مهددا لاستمرار الكلي	16	1	13	1.90	0.995	محايد			
	53.3%	3.3%	43.3%						
تقف التقلبات السياسية مهددا لاستمرار الكلية	8	8	14	2.20	0.847	محايد			
	26.7%	26.7%	46.7%						
تواجه الكلية تحديات في التحول لجامعة	7	3	20	2.43	0.858	أوافق			
	23.3%	10%	66.7%						
توفر الكليات الخاصة بصورة متزايدة يحد من انتشار الكلية	10	4	16	2.20	0.925	محايد			
	33.3%	13.3%	53.3%						
التحديات	41	16	63	2.14	0.906	محايد			
	34.517%	13.33%	52.5%						

المصدر: إعداد الباحث من بيانات الدراسة الميدانية، 2023م.

يتبين من الجدول (7) الخاص بنتائج البعد الثاني (التحديات) نجد أنه حصل على وسط حسابي (2.14) أي محايد حسب مقياس ليكارت الثلاثي. أي أن غالبية المبحوثين محايدون على ما جاء بعبارات البعد الرابع التحديات.

5. تحليل ومناقشة نتائج عبارات المحور الثاني: الميزة التنافسية

يهدف هذا المحور لمعرفة الميزة التنافسية ، ولاختبار هذا البعد لابد من بيان اتجاه آراء أفراد عينة الدراسة لكل عبارة من عباراته.

جدول (8): التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة لعبارة البعد الخامس.

العبارة	لا أوافق	محايد	أوافق	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة			
							التكرار	التكرار	التكرار
							النسبة	النسبة	النسبة
لدى الكلية مركز تنافسي	7	7	16	2.30	0.837	محايد			
	23.3%	23.3%	53.3%						
لدى الكلية استقلالية ذاتية كاملة	3	6	21	2.60	0.675	أوافق			
	10%	20%	70%						
أثبت الكلية وجودها بتخرج دفعات مختلفة التخصص	3	8	19	2.53	0.681	أوافق			
	10%	26.7%	63.3%						
لدى الكلية رسالة تميزها عن الكليات الأخرى	5	10	15	2.33	0.758	محايد			
	16.7%	33.3%	50%						
الميزة التنافسية	18	31	71	2.44	0.737	أوافق			
	15%	25.83%	59.17%						

المصدر: أعداد الباحث من بيانات الدراسة الميدانية، 2023م.

وبشكل عام يتبين من الجدول (8) الخاص بنتائج المحور الثاني (الميزة التنافسية) نجد أنه حصل على وسط حسابي (2.44) أي أوافق حسب مقياس ليكارت الثلاثي. أي أن غالبية المبحوثين يوافقون على ما جاء بعبارات المحور الثاني الميزة التنافسية.

لعبارات محاور عينة الدراسة: (T) اختبار

1. تحليل ومناقشة نتائج البعد الاول: نقاط القوة

يهدف هذا البعد لمعرفة الخدمات الادارية، ولاختبار هذ البعد استخدم اختبار (ت - للعينة الواحدة) لإجابات

أفراد عينة الدراسة.

الجدول (9): الوسط واختبار العينة الواحدة (One- Sample Test) لإجابات فراد عينة الدراسة لبعدها نقاط القوة

م	العبارة	ت المحسوبة	درجات الحرية	المعنوية	القرار
1	تتمتع الكلية بموقع جغرافي متميز	12.208	29	0.000	دالة احصائياً
2	لدى الكلية رؤية استراتيجية	9.669	29	0.000	دالة احصائياً
3	لدى الكلية رسالة واضحة	10.092	29	0.000	دالة احصائياً
4	لدى الكلية تخصصات علمية مختلفة	5.956	29	0.000	دالة احصائياً
5	تتمتع الكلية بسمعة جيدة	7.750	29	0.000	دالة احصائياً

المصدر: إعداد الباحث من بيانات الدراسة الميدانية، 2023م.

تتضح للباحثة من الجدول (9) أن جميع القيم الاحتمالية (الدلالة الإحصائية) المقابلة لقيمة ت المحسوبة لدلالة الفروق أقل من مستوى المعنوية (0.05) وهذا يعني أن معظم أفراد العينة موافقين على عبارات البعد الأول من المحور الأول نقاط القوة.

2. تحليل ومناقشة نتائج البعد الثاني: نقاط الضعف

يهدف هذا البعد لمعرفة الشبكات، ولاختبار هذا البعد لابد من بيان اتجاه آراء أفراد عينة الدراسة لكل عبارة

من عبارات هذا البعد، استخدام اختبار العينة الواحدة (One- Sample Test) لإجابات أفراد عينة الدراسة.

جدول (10): الوسط الحسابي واختبار العينة الواحدة (One- Sample Test) لإجابات أفراد عينة الدراسة لبعده نقاط الضعف

م	العبارة	ت . المحسوبة	درجات الحرية	المعنوية	القرار
1	لدى للكلية فروع بالولايات الأخرى	2.408	29	0.023	دالة احصائياً
2	لدى للكلية فروع بالدول الأخرى	1.795	29	0.083	غير دالة احصائياً
3	الوسائل التعليمية المتاحة بالكلية ضعيفة نسبة لتخصصاته	4.325	29	0.001	دالة احصائياً
4	لدى الكلية برامج دراسات عليا منفذة	2.262	29	0.031	دالة احصائياً
5	منصرفات الكلية عالية مقارنة بما تقدمه	6.176	29	0.000	دالة احصائياً

المصدر: إعداد الباحث من بيانات الدراسة الميدانية، 2023م.

يتضح للباحث من الجدول (10) أن جميع القيم الاحتمالية (الدلالة الإحصائية) المقابلة لقيمة ت المحسوبة لدلالة الفروق أقل من مستوى المعنوية (0.05) عدا العبارة رقم (0.083) (2) وهذا يعني أن معظم أفراد العينة موافقين على عبارات البعد الثاني من المحور الأول نقاط الضعف.

3- تحليل ومناقشة نتائج البعد الثالث: الفرص

يهدف هذا المحور لمعرفة الفرص ، وللتحقق من ذلك، ينبغي معرفة اتجاه آراء عينة الدراسة بخصوص كل عبارة من العبارات البعد الرابع، ويتم اختبار العينة الواحدة (One- Sample Test) لإجابات أفراد عينة الدراسة:

جدول (11): اختبار العينة الواحدة (One- Sample Test) لإجابات أفراد عينة الدراسة لمحور الفرص

م	العبارة	ت . المحسوبة	درجات الحرية	المعنوية	القرار
1	يمثل إقبال الطلاب المتزايد على التعليم فرصة لتطور للكلية	25.131	29	0.000	دالة احصائياً
2	تسعى الكلية لاستغلال التكنولوجيا في عملية التعليم	8.026	29	0.000	دالة احصائياً
3	لدى الكلية فرصة لإقامة توأمة مع جامعات أخرى	21.650	29	0.000	دالة احصائياً
4	لدى الكلية إمكانية استقطاب كوادر علمية	17.241	29	0.000	دالة احصائياً
5	تتمتع الكلية بإمكانية توسع التخصصات	12.208	29	0.000	دالة احصائياً

المصدر: إعداد الباحث من بيانات الدراسة الميدانية، 2023م.

يتضح للباحث من الجدول (11) أن جميع القيم الاحتمالية (الدلالة الإحصائية) المقابلة لقيمة ت المحسوبة

لدلالة الفروق أقل من مستوى المعنوية ((0.05 وهذا يعني أن معظم أفراد العينة موافقين على عبارات البعد الثالث من المحور الأول الفرص.

4. تحليل ومناقشة نتائج البعد الرابع: التهديدات

يهدف هذا المحور لمعرفة الفرص ، وللتحقق من ذلك، ينبغي معرفة اتجاه آراء عينة الدراسة بخصوص كل عبارة من العبارات البعد الرابع، ويتم اختبار العينة الواحدة (One- Sample Test) لإجابات أفراد عينة الدراسة:

جدول (12): اختبار العينة الواحدة (One- Sample Test) لإجابات أفراد عينة الدراسة لمحور التهديدات

م	العبارة	ت . المحسوبة	درجات الحرية	المعنوية	القرار
1	تقف الأوضاع الاقتصادية مهددا لاستمرار الكلية	2.202	29	0.036	دالة احصائياً
2	تقف التقلبات السياسية مهددا لاستمرار الكلية	4.527	29	0.000	دالة احصائياً
3	تواجه الكلية تحديات في التحول لجامعة	5.956	29	0.000	دالة احصائياً
4	توفر الكليات الخاصة بصورة متزايدة يحد من انتشار الكلية	4.146	29	0.000	دالة احصائياً

المصدر: إعداد الباحث من بيانات الدراسة الميدانية، 2023م.

يتضح للباحث من الجدول (12) أن جميع القيم الاحتمالية (الدلالة الإحصائية) المقابلة لقيمة ت المحسوبة لدلالة الفروق أقل من مستوى المعنوية (0.05) وهذا يعني أن معظم أفراد العينة موافقين على عبارات البعد الرابع من المحور الأول التهديدات.

5. تحليل ومناقشة نتائج المحور الثاني: الميزة التنافسية

يهدف هذا المحور لمعرفة الميزة التنافسية ، وللتحقق من ذلك، ينبغي معرفة اتجاه آراء عينة الدراسة بخصوص كل عبارة من العبارات البعد الرابع، ويتم اختبار العينة الواحدة (One- Sample Test) لإجابات أفراد عينة الدراسة:

جدول (13): اختبار العينة الواحدة (One- Sample Test) لإجابات أفراد عينة الدراسة لمحور الميزة التنافسية

م	العبارة	ت . المحسوبة	درجات الحرية	المعنوية	القرار
1	لدى الكلية مركز تنافسي	5.237	29	0.000	دالة احصائياً
2	لدى الكلية استقلالية ذاتية كاملة	8.930	29	0.000	دالة احصائياً
3	أثبتت الكلية وجودها بتخرج دفعات مختلفة التخصص	8.306	29	0.000	دالة احصائياً
4	لدى الكلية رسالة تميزها عن الكليات الأخرى	6.021	29	0.000	دالة احصائياً

المصدر: إعداد الباحث من بيانات الدراسة الميدانية، 2023م.

يتضح للباحث من الجدول (13) أن جميع القيم الاحتمالية (الدلالة الإحصائية) المقابلة لقيمة ت المحسوبة لدلالة الفروق أقل من مستوى المعنوية (0.05) وهذا يعني أن معظم أفراد العينة موافقين على عبارات المحور الثاني الميزة التنافسية.

اختبارات الفروض

البعد الاولي :نقاط القوة و الميزة التنافسية.

جدول (14) الارتباط بين نقاط القوة و الميزة التنافسية

المتغير	قيمة معامل ارتباط بيرسون	الدلالة المعنوية	نوع العلاقة
نقاط القوة	0.779	0.000	معنوية
الميزة التنافسية			

* مستوى المعنوية: 0.05

المصدر: إعداد الباحث (من بيانات الاستبيان 2023م).

من الجدول (14) يبين قيمة معامل ارتباط بيرسون للمتغيرين (نقاط القوة ، والميزة التنافسية)، ويلاحظ فيه أن قيمة معامل الارتباط قد بلغت 0.779، وبالنظر لمستوى المعنوية نجد أن القيمة (0.000) أقل من مستوى المعنوية (0.05)، مما يدل على الدلالة الإحصائية لقيمة معامل الارتباط بين المتغيرين. وبالنظر لإشارة معامل الارتباط الموجبة، فإنها تدل على أن العلاقة معنوية بين المتغيرين، وعليه يمكن إثبات الفرض القائل بأن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين نقاط القوة و الميزة التنافسية.

البعد الثاني: نقاط الضعف و الميزة التنافسية.

جدول (15) الارتباط بين نقاط الضعف و الميزة التنافسية

المتغير	قيمة معامل ارتباط بيرسون	الدلالة المعنوية	نوع العلاقة
نقاط الضعف	0.587--	0.001	معنوية
الميزة التنافسية			

* مستوى المعنوية: 0.05

المصدر: إعداد الباحث (من بيانات الاستبيان 2023م).

من الجدول (15) يبين قيمة معامل ارتباط بيرسون للمتغيرين (نقاط الضعف ، والميزة التنافسية)، ويلاحظ فيه أن قيمة معامل الارتباط قد بلغت -0.587، وبالنظر لمستوى المعنوية نجد أن القيمة (0.001) أقل من مستوى المعنوية (0.05)، مما يدل على الدلالة الإحصائية لقيمة معامل الارتباط بين المتغيرين. وبالنظر لإشارة معامل الارتباط الموجبة، فإنها تدل على أن العلاقة معنوية بين المتغيرين، وعليه يمكن إثبات الفرض القائل بأن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين نقاط الضعف و الميزة التنافسية.

البعد الثالث: الفرص و الميزة التنافسية.

جدول (16) الارتباط بين الفرص و الميزة التنافسية

نوع العلاقة	الدلالة المعنوية	قيمة معامل ارتباط بيرسون	المتغير
معنوية	0.000	0.686	الفرص
			الميزة التنافسية

* مستوى المعنوية: 0.05

المصدر: إعداد الباحث (من بيانات الاستبيان 2023م).

من الجدول (16) يبين قيمة معامل ارتباط بيرسون للمتغيرين (الفرص ، والميزة التنافسية)، ويلاحظ فيه أن قيمة معامل الارتباط قد بلغت 0.686 ، وبالنظر لمستوى المعنوية نجد أن القيمة (0.000) أقل من مستوى المعنوية (0.05)، مما يدل على الدلالة الإحصائية لقيمة معامل الارتباط بين المتغيرين. وبالنظر لإشارة معامل الارتباط الموجبة، فإنها تدل على أن العلاقة معنوية بين المتغيرين، وعليه يمكن إثبات الفرض القائل بأن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الفرص و الميزة التنافسية.

البعد الرابع: التهديدات و الميزة التنافسية.

جدول (17) الارتباط بين التهديدات و الميزة التنافسية

نوع العلاقة	الدلالة المعنوية	قيمة معامل ارتباط بيرسون	المتغير
غير معنوية	0.128	-0.284	التهديدات
			الميزة التنافسية

* مستوى المعنوية: 0.05

المصدر: إعداد الباحث (من بيانات الاستبيان 2023م).

من الجدول (17) يبين قيمة معامل ارتباط بيرسون للمتغيرين (التهديدات ، والميزة التنافسية)، ويلاحظ فيه أن قيمة معامل الارتباط قد بلغت -0.284 ، وبالنظر لمستوى المعنوية نجد أن القيمة (0.128) أكبر من مستوى المعنوية (0.05)، مما يدل على الدلالة الإحصائية لقيمة معامل الارتباط بين المتغيرين. وبالنظر لإشارة معامل الارتباط الموجبة، فإنها تدل على أن العلاقة غير معنوية بين المتغيرين، وعليه يمكن عدم إثبات الفرض القائل بأن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين التهديدات و الميزة التنافسية.

أولاً: النتائج:

وبناءً على الدراسة النظرية والميدانية واختبار فرضيات الدراسة تم التوصل إلى النتائج التالية:

- 1- وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين نقاط القوة و الميزة التنافسية.
- 2- وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين نقاط الضعف و الميزة التنافسية.
- 3- وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الفرص و الميزة التنافسية.
- 4- عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين التهديدات و الميزة التنافسية.
- 5- لدى الكلية رؤية استراتيجية بنسبة بلغت 76.7%.

- 6- لدى الكلية برامج دراسات عليا منفذة 83.3%.
- 7- لدى الكلية فرصة لإقامة توأمة مع جامعات أخرى 86.7%.
- 8- تواجه الكلية تحديات في التحول لجامعة 66.7%.
- 9- لدى الكلية مركز تنافسي 53.3%.

ثانياً: التوصيات:

بناءً على نتائج الدراسة يوصي الباحث بالآتي:

- 1- استمرار الكلية في متابعة رؤيتها الاستراتيجية.
- 2- تطوير برامج دراسات عليا بالكلية.
- 3- على الكلية الاستفادة من فرصة إقامة توأمة مع جامعات أخرى لتبادل الخبرات.
- 4- لا بد من مواجهة التحديات التي تعوق تحول الكلية لجامعة .
- 5- على الكلية زيادة مركزها التنافسي .

قائمة المصادر والمراجع :

أولاً : المراجع العربية :

- 1- محمد حسين اسماعيل أبو صالح ، التخطيط الاستراتيجي القومي ، ط 6 ، السودان ، مطبعة جي تاون ، 2013م.
- 2- علاء فرحان طالب ، استراتيجية المحيط الأزرق والميزة التنافسية المستدامة ، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع ، عمان ، 2012 م .
- 3- حميد الطائي ، مفاهيم في ادارة المبيعات والتسويق ، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ، عمان ، 2010م.

ثانياً: الأوراق العلمية :

- 4- سهام طرشاني ، ثقافة الابتكار الاداري كمدخل استراتيجي لتدعيم الميزة التنافسية للمؤسسة الخدمية ، مجلة الابحاث الاقتصادية 2019م ، العدد2 ، المجلد14 .
- 5- شذى أحمد علوان ، علي عبد الحسين نعيم ، تشخيص واقع المركز الوطني لرعاية المواهب الرياضية باستخدام تحليل SWOT كدراسة حالة في محافظة البصرة ، مجلة دنانير ، العدد الثالث عشر ، 2018.
- 6- منى النيل مصطفى مرسل، حنان عثمان عمسيب محمد، أثر الخدمات المصرفية في تحقيق الميزة التنافسية - دراسة حالة: بنك أم درمان الوطني في الفترة من 2017م - 2021م ، مجلة العلوم الاقتصادية و الإدارية و القانونية ، المجلد 6 العدد (14)، 2022م.
- 7- علي امينة ، مقدم عبدالجليل ، تحليل استراتيجيات التسويق الموجه للنساء باستعمال ((SWOT مجلة اقتصاديات المال والأعمال 2018م ، العدد السادس ص274.

ثالثاً : المؤتمرات العلمية:

- 8- عبدالستار حسين يوسف ، ابريل 2007م ، تقدير المخاطرة في ظل تحليل (SWOT) في المؤسسات الصناعية ، المؤتمر العلمي الدولي السنوي السابع ، جامعة الزيتونة الاردنية .

رابعاً : المقابلات الشخصية :

- 9- أريج اسماعيل ، مسجل كلية المقرن للعلوم والتكنولوجيا ، مقابلة شخصية ، يوم الأحد : 10 سبتمبر 2023م ، الساعة 12:10م.