



**African Journal of Advanced Studies in
Humanities and Social Sciences (AJASHSS)**
المجلة الإفريقية للدراسات المتقدمة في العلوم الإنسانية
والاجتماعية

Online-ISSN: 2957-5907

Volume 2, Issue 4, October-December 2023, Page No: 1-20

Website: <https://aaasjournals.com/index.php/ajashss/index>

Arab Impact factor 2022: 1.04

SJIFactor 2023: 5.58

ISI 2022-2023: 0.510

**دور سوق العمل الرقمي في تحديد الاستراتيجيات التنافسية للجامعات الخاصة الليبية:
دراسة تطبيقية على عينة من الجامعات الخاصة الليبية**

علي إحميد محمد إقريشين*
الهيئة الليبية للبحث العلمي، ليبيا

**The Impact of the Digital Labor Market on Competitive
Strategies in Libyan Private Universities: An Empirical Study
on A Sample from Libyan Private Universities**

Ali Hemed Mohamed Greshen*
Libyan Authority Scientific Research, Libya

*Corresponding author

agreshen2@gmail.com

*المؤلف المراسل

تاريخ النشر: 2023-10-02

تاريخ القبول: 2023-09-18

تاريخ الاستلام: 2023-07-25

المخلص

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة أثر سوق العمل الرقمي في الإستراتيجيات التنافسية بأبعادها (إستراتيجية التركيز، إستراتيجية التمايز، إستراتيجية قيادة التكلفة) في الجامعات الخاصة الليبية، حيث تكون مجتمع الدراسة من الجامعات الخاصة الليبية، وقد تم أخذ عينة عشوائية بسيطة تمثلت في عدد (9) جامعات خاصة. أما وحدة التحليل فهم من العاملين في المستويات الإدارية (العليا، الوسطى). وقد تم اعتماد الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات، فقد وزعت (72) استبانة على عينة الدراسة، وكذلك تم استخدام Google forms، فيما بلغ العدد المسترد الصالح للتحليل الإحصائي (61) استبانة .

أظهرت نتائج الدراسة أن التخصصات والبرامج الحالية المطروحة والتي تقدمها الجامعات الخاصة الليبية لا تتوافق مع التخصصات والوظائف المطلوبة وذات الأهمية القصوى في سوق العمل الرقمي الحالي والمستقبلي للعقد القادم، كما أظهرت نتائج أن مستوى تطبيق الإستراتيجية التنافسية في الجامعات الخاصة الليبية جاءت بدرجة منخفضة أيضا من حيث الأهمية النسبية. كذلك أظهرت الدراسة أن هناك أثراً ذو دلالة إحصائية لسوق العمل الرقمي على الإستراتيجيات التنافسية بالجامعات الخاصة الليبية المبحوثة.

أوصت الدراسة بالنبي عن إتباع إستراتيجية التقليد المؤسسي في البيئة التنافسية المحلية وخلق إستراتيجية خاصة بالجامعة بناءً على الفرص المتاحة من المعطيات الداخلة وخصوصاً تلك المتعلقة بسوق العمل الرقمي، إعادة تقييم التخصصات والبرامج العلمية المطروحة، الحرص على تشجيع إقامة المشروعات التي تخدم التحول الرقمي في سوق العمل وفقاً للتوجهات الحديثة. تبني برامج تدريبية متقدمة لتنمية مهارات الباحثين عن العمل، سرعة الاستجابة للتغيرات الخارجية واستغلالها لخلق فرص تنافسية تؤدي بطبيعة الحال لتنوع المخرجات وبالتالي تنوع الوظائف وزيادة حجم الطلب في سوق العمل.

الكلمات المفتاحية: سوق العمل الرقمي، الإستراتيجيات التنافسية، الجامعات الخاصة الليبية.

Abstract

The main aim of this work is to determine the impact of the digital labor market on competitive strategies in their dimensions (focus strategy, differentiation strategy, cost leadership strategy) in Libyan private universities, where the study population is Libyan private universities, and a simple random sample was taken, which represented a number of (9) universities. especially. The unit of analysis is those working at the administrative levels (higher and middle). The questionnaire was adopted as the main tool for collecting data. (72) questionnaires were distributed to the study sample, and Google forms were also used, while the number recovered that was suitable for statistical analysis was (61) questionnaires. **The results** of the study showed that the current specializations and programs offered by private Libyan universities are not compatible with the specializations and jobs required and are of utmost importance in the current and future digital labor market for the next decade. The results also showed that the level of application of the competitive strategy in Libyan private universities was also low in terms of relative importance.

The study also showed a statistically significant impact of the digital labor market on the competitive strategies of Libyan private universities were studied. And also showed that there are statistically significant differences in the Libyan private universities' evaluations of the digital labor market depending on the name of the university.

The results were based on the opportunities available from the incoming data, especially those related to the digital labor market, re-evaluating the academic specializations and programs offered, and ensuring the establishment of projects that serve digital transformation in the labor market in accordance with modern trends. Adopting advanced training programs to develop the skills of job seekers, quickly responding to external changes and exploiting them to create competitive opportunities that naturally lead to diversification of outputs and thus diversification of jobs and increased demand in the labor market.

Keywords: Digital Labor Market, Competitive Strategies, Libyan Private Universities.

المقدمة

إن إدارة المؤسسات بالطرق الإستراتيجية المثلى يتطلب البحث عن الاستراتيجيات التنافسية المناسبة كركيزة أساسية يتم من خلالها وضع إستراتيجية متكاملة وشاملة قابلة للتنفيذ والتطبيق من خلال آليات فريدة ومتنوعة مركزة بذلك على قيادة الكفاءة والتميز والتركيز، طبقاً للمتطلبات والتغيرات الحاصلة في بيئة العمل المحيطة والتي أصبحت بشكل كبير تعتمد على الجانب المعرفي وطرق الاستخدام الأمثل للوسائل والأدوات الرقمية. إن متطلبات سوق العمل الرقمي هي تلك الجزئية الرئيسية التي خلقت للمؤسسات التعليمية نافذة جديدة. حيث يتوقع بحلول سنة 2027 أن تشهد 23% من الوظائف الحالية تغيرات ملحوظة وسيترجم ذلك بخلق ما يقرب من 70 مليون وظيفة جديدة مع استبعاد 83 مليون وظيفة أخرى وفقاً للتقديرات التي أولت بها 803 شركة استجوبت في إطار أعداد تقرير الوظائف المستقبلية لسنة 2023. (تقرير منظمة العمل الدولية-2023) فالمؤسسات تدرس بشكل حقيقي البيئة المحيطة محاولة الاستفادة من الفرص المتاحة بها واستغلالها بالشكل المطلوب وفقاً للاستراتيجيات المقترحة وبحيث لا تؤثر بشكل سلبي على أنشطتها. فالوظائف الأسرع من حيث النمو تلك المرتبطة بالتكنولوجيا الرقمية، إذ يحتل مجال البيانات الضخمة المرتبة الأولى بين التكنولوجيا التي ينظر إليها على أنها مصدر لخلق فرص العمل، حيث يتوقع 25% من المشاركين في الاستطلاع نمو فرص العمل في الوظائف المرتبطة بمجالات الرقمية كالذكاء الاصطناعي والتعليم الآلي والانتقال إلى الاقتصاد الأخضر وأخصائيي الاستدامة ومحلي الذكاء الاصطناعي وأخصائي أمن المعلومات أو الأمن السيبراني فيما يتوقع أن تستأثر مجالات التعليم والزراعة والتجارة الرقمية بنصيب الأسد من هذا النمو، ويقدر ب 30% بحلول العام 2027 وسيعطى الأولوية لتدريب العاملين على استخدام الذكاء الاصطناعي والبيانات الضخمة من قبل حوالي 42% من الشركات المستجوبة حول تقرير الوظائف الأكثر أهمية. (The GrowthSummit,2023) إن التجارة الرقمية

ستؤدي إلى تحقيق أكبر المكاسب على الإطلاق في تاريخ التشغيل إذ يتوقع أن توفر حوالي 2 مليون وظيفة جديدة ممكنة رقمياً كالتجارة الإلكترونية، والتحول الرقمي، التسويق الرقمي، الاستراتيجيات (world economic forum,2021). ومن هنا تتناول هذه الدراسة سوق العمل الرقمي الليبي والاستراتيجيات التنافسية بالجامعات الخاصة الليبية والعلاقة فيما بينهما.

أهمية الدراسة

إن التنافسية في المنظمات المعاصرة ذات أهمية بمكان لفهمها وتحديد أبعادها وعناصرها الأساسية، فالميزة التنافسية هي نتاج الاستراتيجيات المبتكرة التي تضي للمؤسسة ذلك النسق لأهدافها وقيمها وخصائصها وسياساتها واهتماماتها الأمر الذي بدوره يحدد ملامح المؤسسة الخاصة بها ويميزها عن غيرها من المؤسسات. وفي ظل الاهتمام المتزايد بنوعية الوظائف المستقبلية التي تعتمد على أدوات وأساليب التقدم الإلكتروني ومدى ملائمة الاستراتيجيات الحالية المتبعة لسوق العمل وظهور الإدارة الرقمية للمؤسسات التعليمية والخدمات الأخرى وما يمكن أن تساهم به وتحديثه من تطور وتحسين لجودة الخدمات والمنتجات المقدمة لطالبيها ومن تحقيق أهداف المؤسسة بأبعادها المختلفة كتخفيض التكاليف وتطوير لطرق الإنتاج وأساليب العمل وتطوير المفاهيم الإدارية الأمر الذي نعتقد انه سينعكس إيجاباً لخلق استراتيجيات تنافسية خاصة بكل مؤسسة وتبعاً بلا شك لنوع النشاط الذي تمارسه.

إن الجامعات الخاصة الليبية تقوم في مجملها علي فلسفة الجمع بين تحديد متطلبات سوق العمل من جهة واستخدام التقنيات العلمية التعليمية والمنتجات والخدمات المبتكرة من ناحية أخرى وبالتالي تتطلع لتقديم أفضل الخدمات المعاصرة سعياً منها نحو خلق المخرجات التعليمية بالجودة المطلوبة. فقد وضعت الجامعات الخاصة الليبية نصب أعينها خلق القيمة المضافة ونيل رضا العملاء الأمر الذي انعكس بشكل إيجابي في أداءها وتحقيق نسب نمو مرتفعة محسوبة بعدد متلقي الخدمة التعليمية وكذلك الزيادة الواضحة في أعداد الطلاب بالجامعات الخاصة الليبية، كل ذلك أت من درجة التطوير والتحسين المستمرين علي جودة الخدمات المقدمة والفهم المتعمق لاحتياجات العملاء من جهة ومتطلبات الجهات الرقابية من جهة أخرى. إن كل هذه العوامل دفعت الباحث للقيام بهذه الدراسة والتي تتناول: " دور سوق العمل الرقمي في تحديد الاستراتيجيات التنافسية للجامعات الخاصة الليبية " .

أهداف الدراسة

يكمّن هدف هذه الدراسة بالأساس في التعرف على الاستراتيجيات التنافسية لدى الجامعات الخاصة الليبية، ومدى ارتباط ذلك بسوق العمل.

بالإضافة لذلك تسعى الدراسة الي تحقيق الأهداف التالية:

- 1- عرض إطاراً نظرياً شاملاً لمتغيرات الدراسة وتعريفها إجرائياً بما يتلاءم مع البيئة الخدمية لقطاع التعليم العالي الخاص الليبي.
- 2- التعرف على درجة التنافسية السائدة في الجامعات الخاصة الليبية.
- 3- دراسة مستويات سوق العمل الليبي.
- 4- دراسة الدور المهم لسوق العمل الرقمي في تحديد الاستراتيجيات التنافسية بالجامعات الخاصة الليبية.
5. تقديم مجموعة من التوصيات والتي من شأنها تعزيز دور سوق العمل المستقبلي ودوره في تحديد الاستراتيجيات التنافسية.

مشكلة الدراسة:

إن عدم تبني الإستراتيجية الواضحة وغياب الفهم الحقيقي للرؤية والرسالة وعدم وضوح الأهداف التي قامت من أجلها المؤسسة التعليمية الخاصة من جانب وضعف العملية التكاملية للعمليات الإدارية والإنتاجية من جانب آخر يؤثر بشكل سلبي على أداء مهام المؤسسة التعليمية وتحقيق أهدافها. ذلك ما يقود المؤسسة التعليمية للعمل خارج الإطار المخطط له، وبحيث تصبح مخرجات العملية التعليمية ذات مستوى متدني

وبتخصصات محدودة تراكمية سرعان ما تؤثر على متطلبات سوق العمل. وبالتالي فإن المؤسسات التعليمية الخاصة سرعان ما تبحث عن التغيير السريع والغير مدروس بدقة لمجاراة المتطلبات الحديثة لسوق العمل وخاصة في جانبه الرقمي دونما تخطيط استراتيجي مسبق ومشبع وإنما تزامناً وتماشياً مع التغييرات في بيئة الأعمال الأمر الذي تنتظر إليه المؤسسة كضرورة حتمية لبقائها واستمرارها. ومن خلال هذه الدراسة نسلط الضوء على آلية تحديد الاستراتيجيات التنافسية وفقاً لمتطلبات سوق العمل الرقمي كواحدة من المتغيرات الهامة التي أولها الباحثون اهتماماً كبيراً في السنوات الأخيرة. لذا كان لابد من طرح التساؤل التالي:

ما دور سوق العمل الرقمي في تحديد الاستراتيجيات التنافسية للجامعات الخاصة الليبية؟

وينبثق عن هذا السؤال الأسئلة الفرعية التالية:

- ما هو مستوى تنافسية الجامعات الخاصة الليبية في سوق العمل؟
- ما هو مستوى الإستراتيجية التنافسية في الجامعات الخاصة الليبية؟
- ما هو دور سوق العمل الرقمي في تحديد الاستراتيجيات التنافسية للجامعات الخاصة الليبية؟

فرضيات الدراسة

اعتماداً على مشكلة الدراسة وتساؤلها، تم بناء الفرضيات الرئيسية للدراسة بالإضافة الي الفرضيات التالية التي تسعى الدراسة لاختبارها.

الفرضية الرئيسية الأولى:

H01 : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($P \leq 0.05$) لسوق العمل الرقمي على الاستراتيجيات التنافسية بأبعادها (إستراتيجية التركيز، إستراتيجية التمايز، إستراتيجية قيادة التكلفة) للجامعات الخاصة الليبية.

وينبثق عنها الفرضيات الفرعية التالية.

الفرضية الفرعية الأولى:

H1-1 : " لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($P \leq 0.05$) لسوق العمل الرقمي على إستراتيجية التركيز "

الفرضية الفرعية الثانية:

H1-2 : " لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($P \leq 0.05$) لسوق العمل الرقمي على إستراتيجية التمايز "

الفرضية الفرعية الثالثة:

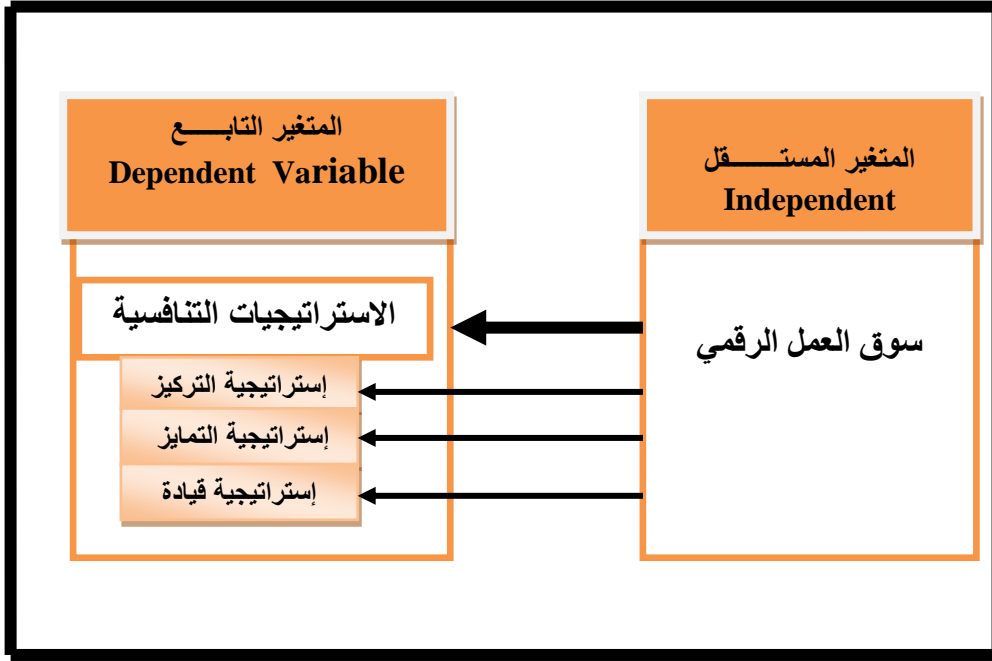
H1-3 : " لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($P \leq 0.05$) لسوق العمل الرقمي على إستراتيجية قيادة التكلفة "

الفرضية الرئيسية الثانية:

H02 : لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($P \leq 0.05$) لتقييمات الجامعات الخاصة الليبية لسوق العمل الرقمي تختلف باختلاف اسم الجامعة.

الفرضية الرئيسية الثالثة:

H03 : لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($P \leq 0.05$) لتقييمات الجامعات الخاصة الليبية لسوق العمل الرقمي باختلاف المؤهل العلمي.



شكل (1) أنموذج الدراسة.

المصدر: النموذج من إعداد الباحث بالاعتماد على الدراسات السابقة المذكورة.

التعريفات الإجرائية:

سوق العمل الرقمي:

هو السوق الذي يجمع الأفراد المتخصصين من ذوي المهارات والخبرات العالية بملكية مقومات شغل الوظائف الرقمية ويشكلون عارضي الخدمات والسلع عبر شكلها الرقمي، يقابلهم في ذلك المستثمرين أصحاب المصالح وفرص التشغيل لتلك الشرائح وبذات النسق المبني على التقنية الرقمية ويمثلون طالبي السلع والخدمات.

الوظائف الرقمية:

هي الممارسات والأنشطة التي يقوم بها الأفراد اعتماداً على الأساسيات الرقمية ممثلة في التكنولوجيا الحديثة، الاتصالات الشبكية، القدرات الكبيرة لتوظيف المعلومات، من أجل القيام بالمهام والمسؤوليات المسندة لها.

الإستراتيجية التنافسية:

يقصد بالإستراتيجية التنافسية بمؤسسات التعليم العالي هي قدرة الجامعة على الاستقطاب والمحافظة على أعداد من الطلاب المحليين والدوليين وتلبية متطلباتهم وتحديد قدرتها على الاستمرارية والنمو وإيجاد مكانة لها في السوق التعليمي وتفرد برامجها التعليمية عن غيرها من الجامعات المنافسة.

إستراتيجية قيادة التكلفة:

يقصد بها مقدرة الجامعات الخاصة الليبية على تقديم المقررات الدراسية والبرامج المتعددة بكفاءة وفعالية وفقاً للجودة المطلوبة، وبأقل تكلفة سعرية ممكنة ما يمنحها ميزة تنافسية وقيمة إضافية تمكنها من الاستمرار والنمو.

إستراتيجية التمايز:

هي تقديم برامج تعليمية تتمحور حول الخدمات الأكاديمية الجوهرية وتلبي حاجات الطلاب بطرق فريدة ومبتكرة ومميزة.

إستراتيجية التركيز:

هي الإستراتيجية التي من خلالها تتمكن الجامعة من تقديم الخدمات التعليمية بشكل متطور وحديث بالتركيز على البرامج ذات التخصصات محددة وخدمة لقطاع محدد من السوق خلال فترة زمنية محددة ومنطقة جغرافية محددة أيضاً.

الجامعة الخاصة أو الأهلية:

هي مؤسسة استثمارية تعنى بتقديم الخدمات والبرامج التعليمية والبحثية المصرح لها بها تتبع لوزارة التعليم العالي وتدار من قبل مجلس رئاسي يراعي مصالح الشركاء والراغبين الالتحاق بها وتمنح شهادات معتمدة أكاديمياً.

حدود الدراسة

الحدود المكانية: سيتم تطبيق هذه الدراسة على عينة من الجامعات الخاصة الليبية.
الحدود البشرية: تتمثل الحدود البشرية لهذه الدراسة بالعاملين بالجامعات الخاصة الليبية للمستويات الإدارية العليا والوسطى.

الحدود الموضوعية: اقتصر موضوع الدراسة على دور سوق العمل الرقمي في تحديد الاستراتيجيات التنافسية للجامعات الخاصة الليبية.

الحدود الزمنية: الفترة التي ستستغرقها الدراسة لتنجز، وهي الفترة الممتدة خلال العام 2022 - 2023.

محددات الدراسة:

تتمثل في مدى استجابة أفراد العينة لتعبئة نماذج الاستبانات بدقة، وفي الوقت المناسب.
إن هذه الدراسة نتائجه لن تكون قابلة للتعميم على كافة القطاعات بسوق العمل الليبي أي إنها ستكون فقط قابلة للتعميم على مؤسسات التعليم العالي الخاص والعام الخاضعة لمحددات سوق العمل الرقمي بليبيا.

الدراسات السابقة

- دراسة (ظنطاوي، 2021) بعنوان: أثر الاستراتيجيات التنافسية على الحصة السوقية في شركات صناعة الأجهزة الكهربائية.

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر الاستراتيجيات التنافسية والحصة السوقية في شركات صناعة الأجهزة الكهربائية بمدينة العاشر من رمضان بجمهورية مصر العربية، وتم استخدام المنهج التحليلي الوصفي، ولقد تم استخدام الاستبيان كأداة لقياس آراء عينة الدراسة. توصلت الدراسة إلى وجود أثر ايجابي للاستراتيجيات التنافسية على زيادة الحصة السوقية، وأوصت الدراسة بضرورة زيادة الاهتمام بتطبيق الاستراتيجيات التنافسية لما لها من أثر ايجابي على زيادة الحصة السوقية.

- دراسة (عكير، 2021) بعنوان: رفع جودة مخرجات التعليم العالي لتطوير سوق العمل الليبي.
هدف البحث للتعرف على أهم التخصصات والمهارات المطلوبة لسوق العمل خارج تخصصاتهم وليس لديهم الخبرة والمهارات المطلوبة والعاملون حسب تخصصاتهم دون الخبرة والمهارات المطلوبة والعاملون حسب تخصصاتهم ولديهم الخبرة والمهارات المطلوبة التي تؤهلهم لتطوير سوق العمل الليبي. وأظهرت نتائج البحث مؤشرات بأن سوق العمل الليبي بدون معايير علمية لتشغيل الخريجين في تخصصاتهم للاستفادة من خبراتهم العلمية التي اكتسبها الطلاب في المؤسسات التعليمية العليا، كما أوصت الدراسة بوجود إنشاء قاعدة بيانات يمكن من خلالها معرفة المشاكل والعراقيل التي سببت في الفوضى الموجودة حالياً في مؤسسات سوق العمل.

- دراسة (حليفاي، سواكري، 2020) بعنوان: الاستراتيجيات التنافسية بين منطقي الإبداع والتقليد – دراسة حالة قطاع الإلكترونيات.

هدفت الدراسة إلى تحليل الاستراتيجيات التنافسية مقاربتان أساسيتان لتفسير كيفية تحقيق التميز التنافسي للمؤسسات: مقارنة التكيف والتموضع ومقارنة التغير والتحول في البيئة. في الموقع، تعتمد المؤسسات المسيطرة على القطاع منطق المبادرة والإبداع بينما اختارت المؤسسات المسيطرة عليها منطق التابع والتقليد. أظهرت نتائج الدراسة أن ارتباط مؤسسات القطاع بمتغيرات سلوك الزبون والتسارع التكنولوجي لا يسمح بتبني إستراتيجية التكلفة الدنيا، كما أن محدودية الموارد والكفاءات لتلك المؤسسات هو الذي جعلها تتجه إلى تبني إستراتيجية تنافسية مبنية على التقليد. كما أوصت الدراسة بضرورة تغيير السياسات الإستراتيجية وألا تحتفظ بإستراتيجية التقليد وأن تتبنى الاستراتيجيات التنافسية المبنية على الإبداع.

- دراسة (أبوشعفة، معتوق ومعمر، 2019) بعنوان: تقييم جودة مخرجات التعليم الجامعي من وجهة نظر المستفيد الخارجي - دراسة ميدانية على المديرين بالإدارات العليا والوسطى لمؤسسات سوق العمل بمدينة- الخمس.

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى ملاءمة مخرجات التعليم الجامعي مع احتياجات ومتطلبات سوق العمل وكذلك محاولة التعرف على وجهة نظر مؤسسات سوق العمل (المستفيد الخارجي) ومدى رضاهم عن جودة المخرجات التعليمية. بلغ مجتمع الدراسة (72) موظفا من المدراء ومساعديهم العاملين بالمؤسسات قيد الدراسة، تم تحليل عدد (52) استبانة. أظهرت نتائج الدراسة أن جودة مخرجات التعليم الجامعي جميعها لا تتمتع بالجودة المقبولة من وجهة نظر المستفيد الخارجي. أوصت الدراسة بضرورة تركيز المؤسسات التعليمية على جودة مخرجاتها بما يتلاءم ومتطلبات سوق العمل لسد تلك الاحتياجات من جهة ولضمان حصول الخريجين على فرص العمل المناسبة لتخصصاتهم والعمل على الارتقاء وتحسين الجودة في كافة مخرجاتها ولا سيما مستوى كفاءة جودة الخريجين.

- دراسة (الكاديكي، المغربي، 2021) بعنوان: مدى ملاءمة مخرجات المعاهد التقنية لاحتياجات سوق العمل في ليبيا- دراسة ميدانية على قطاع النفط في ليبيا بالتطبيق على شركة الخليج العربي للنفط.

هدفت الدراسة للتعرف على مدى ملاءمة مخرجات المعاهد التقنية لاحتياجات سوق العمل في ليبيا- دراسة ميدانية على قطاع النفط في ليبيا بالتطبيق على شركة الخليج العربي للنفط. حيث تكون مجتمع الدراسة من الشركات النفطية التابعة للمؤسسة الوطنية للنفط ومثلت عينة الدراسة جميع المدراء بالإدارات الوسطى بشركة الخليج العربي للنفط حيث تم أخذ آراءهم عن طريق الاستبيان المعد لذلك، ومن خلال تحليل البيانات المجمعة أظهرت الدراسة عدة نتائج من أهمها افتقار المعاهد التقنية في ليبيا لبرامج تعليمية لتوعية وتدريب طلابها على المفاهيم و المبادئ الأساسية الخاصة بقيم الالتزام بسلوكيات المهنة وأساليبها وأدواتها وكذلك القصور الواضح في التركيز على تنمية طلاب المعاهد التقنية من خلال تطوير البرامج التدريبية والمشاركة في اتخاذ القرارات. أوصت الدراسة بإعادة تقييم المناهج الدراسية وكذلك العمل على تطوير وسائل التواصل من خلال شبكات الاتصالات الفعالة ودعم البرامج التدريبية وتعزيز جانب البحث والتطوير.

خلاصة مراجعة الدراسات السابقة:

لقد أفادت الدراسات السابقة في تحديد الجوانب الأدبية المشتركة لموضوع سوق العمل الرقمي والاستراتيجيات التنافسية التي تتخذها المؤسسات والشركات الخاصة وتحديداً التعليمية منها ممثلة في الجامعات الخاصة ومدى ملاءمة تخصصاتها لسوق العمل الرقمي، كذلك تم الاستفادة منها في تحديد متغيرات الدراسة وإيجاد مبرراتها وصياغة أهميتها كما تمت الاستفادة منها في بناء أداء الدراسة. غير أنها اختلفت معها في كونها درست بيئة مغايرة واشتملت عينة مختلفة واستخدمت أداة جديدة لتحديد درجة التأثير لسوق العمل الرقمي على الاستراتيجيات التنافسية.

الإطار النظري:

سوق العمل الرقمي:

إن الركائز التي بني عليها النمط الاقتصادي سواء المحلي أو العالمي فرض على الأسواق مهام عريضة مجبرة على التطوير بجوانبها المختلفة سواء المادية المتمثلة في الوعاء الإنتاجي الموجه للاستهلاك المادي البحث أو الوعاء الخدمي المتمثل في تقديم الخدمات المتنوعة والحصول عليها. ويقصد بسوق العمل الرقمي " هو السوق الافتراضي ذو البعد الاقتصادي الذي يجتمع فيه كلا من الأشخاص الباحثين عن الوظائف والأعمال والأشخاص أو الجهات الذين يوفرون تلك الفرص " (شعلان، 2021). كما أشار (تقرير منظمة العمل العربية، 2018) بأن سوق العمل " هو الوسط الذي يقوم فيه العاملون أو الباحثون عن العمل بعرض خدماتهم في ضوء مؤهلاتهم وخبراتهم كما يقوم فيه أصحاب الأعمال باستخدام أو استثمار هذه الخدمات مقابل شروط معروفة أو يتم الاتفاق عليها ".

■ مفهوم الرقمية المقترن بالتعليم:

إن مفهوم الرقمية المقترن بالجانب التعليمي هو في حد ذاته تحويل البيانات والمعلومات أياً كان محتواها إلى طبيعة رقمية خارج حدود المكان الجغرافي والتوقيت الزمني، بحيث يمكن حفظها في قواعد البيانات الخاصة بها والحواسيب الآلية والألواح الذكية وأجهزة المحمول الذكية وتداولها عبر شبكات التكنولوجيا المحلية والدولية خلال عملية نقل وتحميل وتخزين وتحديث ومشاركة تقنيات الحوسبة بل وحتى دمجها وبشكل رقمي متقدم بالحياة الواقعية وتجسيدها جزئياً كما في الواقعين المعزز والافتراضي أو كلياً (عزمي، 2019).

كذلك فقد عرّف (جميعي، 2022) التحول الرقمي بأنه تغيير مؤسسي يتم إدراكه عن طريق التقنيات الرقمية ونماذج الأعمال، بهدف تحسين الأداء العملي للمؤسسة ويشمل ذلك نماذج الأعمال، الهيكل التنظيمي، الأفراد الموظفين، التقنيات المستخدمة، إدارة المعلومات، الخدمات المقدمة، ونماذج التعامل مع العملاء. والتحول الرقمي لمؤسسات التعليم العالي هو عبارة عن عدد من التغييرات التكنولوجية التنظيمية الناجمة في المقام الأول عن تطور التقنيات الرقمية. إن التحول الرقمي الحقيقي لهذه المؤسسات لا يمكن أن يتحقق إلا إذا تم استيعاب وفهم الثقافة الرقمية وقبولها من قبل جميع وحداتها التنظيمية، وتم اعتماده كجزء من ثقافتهم الخاصة. (المرجع السابق)

■ الإستراتيجية التنافسية:

إن ظروف الاستثمار بالنسبة للشركات والمؤسسات الإنتاجية أو الخدمية عادة ما تتحدد وبالدرجة الأولى من خلال الفرص المتاحة والحصة السوقية المتوقع الحصول عليها، وهذا يتأتى من خلال فهم مكونات السوق ونوعيته وأصحاب المصلحة وطالبي الخدمات والسلع الذين يكونون الوعاء الحقيقي للسوق بغض النظر عما يتداول في هذا السوق. ولا بد للشركات والمؤسسات من خلق طريقة ما وبوسائل متعددة تراها الشركات والمؤسسات هي الطريقة الأمثل للوصول لتحقيق أهدافها، وهذا ما يخلق مجال تنافسي بين تلك الشركات والمؤسسات وتضع كلا منها إستراتيجية خاصة بها لتحقيق أهدافها وتعزيز مكانتها في السوق. لقد تعددت التعريفات والمفاهيم التي تتمحور حول مفهوم الإستراتيجية التنافسية يمكن الإشارة لبعض منها بالآتي. " هي الطريقة التي تتبناها المنظمات لتحقيق أهدافها التنافسية وذلك من خلال التركيز على التكلفة أو تحقيق الجودة أو تلبية متطلبات العملاء أو التركيز على قطاع سوقي محدد أو الاهتمام بها جميعاً " (Miozzo, Lan, Miles, 2018). كذلك عرّف (الكندري، 2015) الإستراتيجية التنافسية " بأنها الوسائل التي تمكن المنظمات من الحصول على مزايا أفضل لتحقيق القيمة والتميز وتختلف تلك الوسائل من منظمة إلى أخرى " كذلك عرفها (بورتر، 2010) " هي تطبيق المنظمات لأدوات محددة تعتمد على تحديد الفرص والتحديات ونقاط القوة والضعف التي تواجهها، ولاقتناص تلك الفرص المتاحة تتبع المنظمات إستراتيجية معينة وعندما تواجه عوامل تهددها فإنها تستخدم إستراتيجية أخرى لمواجهة تلك التحديات " كما عرف (الهلال، 2011) تنافسية الجامعات أيضاً على أنها " مجموعة العوامل والقوى التي تحدد قدرة الجامعة على مواجهة التحديات والتحديات وتعطيها القدرة على البقاء والاستمرارية والنمو ". وتتضح هذه التنافسية من خلال بعدين أساسيين

الأول يتعلق بالكفاءات والموارد التي تمتلكها الجامعة وتشكل لها قدرات تنافسية، والأخر يتعلق بوضعيتها في السوق التعليمي من حيث مدى تميزها وتفرداها على باقي الجامعات المنافسة لها. وتتخذ التنافسية بين الجامعات عدة أشكال منها التنافس على الموارد، التنافس على الطلاب، وتأمين جهات ترعى الجامعات وتوفر لها موارد إضافية).

الجامعات الخاصة الليبية.

لقد أجازت الدولة الليبية وفقاً لقانون التعليم رقم (18) لسنة 1378 و.ر 2010 ميلادي بإنشاء الجامعات والكليات الخاصة أو الأهلية. إضافة لذلك ووفقاً لقرار مجلس الوزراء رقم (96) لسنة 2012 ميلادي باعتماد الهيكل التنظيمي وتحديد اختصاصات وزارة التعليم العالي والبحث العلمي وتنظيم جهازها الإداري. حيث أشار القرار في المادة رقم (4) بإنشاء إدارة للتعليم العالي الخاص وأوكلت لها حسب المادة (9) من ذات القرار مهام متعددة منها وبشكل مختصر الأساسيات التالية:

الإشراف الإداري والفني على الوحدات الإدارية بالوزارة المرتبطة بها وتنسيق أعمالها ومتابعة أدائها وتطويرها. تنفيذ سياسة المجتمع وتوجيهاته في التعليم العالي الخاص بما يضمن التطبيق الأمثل لها. اقتراح الخطط الدراسية والمقررات العلمية والبرامج التدريبية لمؤسسات التعليم العالي الخاص. وضع التقارير العلمية المتعلقة بكفاءة مؤسسات التعليم العالي الخاص. وضع الشروط والضوابط اللازمة لمنح التراخيص بمزاولة نشاط التعليم العالي الخاص واقتراح النظم واللوائح المنظمة له. متابعة إجراءات التقويم والقياس والإجراءات الخاص باعتماد مؤسسات التعليم العالي الخاص وتقويمها وفقاً للقرارات الصادرة بالخصوص، وكذلك إعداد شهادات اعتماد مؤسسات التعليم العالي الخاص وعرضها للاعتماد.

من حيث أعداد الجامعات والكليات الخاصة.

جدول رقم (1) أعداد الجامعات والكليات الخاصة حتى العام 2022.

الجامعات والكليات الخاصة	عدد الطلاب الذكور	عدد الطلاب الإناث	العدد الإجمالي
61	18600	14090	32690
النسبة	% 56.9	% 43.1	%100

من الجدول رقم (1) يتضح أن عدد الجامعات والكليات الخاصة التابعة لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي الليبية قد بلغ عددها 61 جامعة. (وزارة التربية والتعليم – إدارة التعليم العالي الخاص، 2022). كما يتبين من الجدول أن العدد الإجمالي للطلاب الملتحقين بالجامعات الخاصة بالدولة الليبية قد بلغ (32690) طالباً وطالبة، وقد بلغ عدد الطلاب الذكور (18600 طالباً) فيما بلغ عدد الطالبات (14090 طالبة) بمختلف التخصصات العلمية وبكافة المناطق الليبية.

جدول رقم (2) أعداد الطلاب الخريجين بالجامعات والكليات الخاصة حتى العام 2022.

الذكور	الإناث	إجمالي عدد الخريجين لسنة 2022
1652	1262	2914
%56.7	%43.3	%100

يتضح من الجدول رقم (2) أن عدد الخريجين من الجامعات والكليات الخاصة لسنة 2022 قد بلغ (2914 خريج). مثل منهم %56.7 طالباً أي حوالي (1652 طالباً) فيما شكلت نسبة الخريجات حوالي %43.3 أي

حوالي (1262 طالبة). ما يمثل النسب الحقيقية التي تتجه نحو سوق العمل والدخول ضمن منظومة الباحثين عن العمل.

جدول رقم (3) أعداد الطلاب المتوقع تخرجهم بالجامعات والكليات الخاصة للعام 2023.

إجمالي عدد الخرجين المتوقع	إناث	ذكور
4918	2383	2535
%100	48.5	51.5

من الجدول رقم (3) يتوقع في العام الحالي 2023 أن يتم تخرُّج حوالي 4900 طالبا وطالبة من كافة الجامعات والكليات الخاصة وبتخصصات أكاديمية مختلفة.

من حيث الباحثين عن العمل وفقاً للمستوى التعليمي

جدول رقم (4) الباحثين عن العمل وفقاً للمستوى التعليمي المتحصل عليه.

النسبة	العدد	المستوى التعليمي
% 0.2	624	فوق الجامعي
% 34.5	102738	جامعي
% 27.6	82151	دبلوم متوسط
% 3.9	11697	دورة تدريبية
% 0.4	1162	تدريب مهني
% 25.8	76906	ثانوي فما دون
% 7.5	22441	غير مبين
%100	297719	الإجمالي

المصدر: وزارة العمل والتأهيل الليبية. 2022.

من الجدول رقم (4) يتضح أن النسبة العظمى للباحثين عن العمل هم من حملة المؤهلات الجامعية وما في مستوياتها حيث بلغت حوالي (34.5 %) من إجمالي القوى العاملة الباحثة عن العمل، فيما شكل حملة الدبلوم المتوسط ما يزيد عن (27.6%) من إجمالي القوى العاملة الباحثة عن العمل.

جدول رقم (5) الجهات الأكثر توظيفاً للعام 2022.

النسبة	العدد	الوزارة
%38.7	15808	التربية والتعليم
%20.6	8411	الصحة
%16.4	6691	الداخلية

المصدر: وزارة العمل والتأهيل الليبية. 2022.

يتضح من الجدول رقم (5) الجهات الأكثر توظيفاً للقوى العاملة (الباحثين عن العمل) من الفرص المتاحة والمطروحة للعام 2022. حيث جاءت وزارة التربية والتعليم في المرتبة الأولى (15808 موظف) من إجمالي فرص التوظيف المطروحة، فيما جاءت وزارة الصحة في المرتبة الثانية بحوالي (8411 موظفاً)، وقد حلت وزارة الداخلية بالمرتبة الثالثة بحوالي (6691 موظفاً) من إجمالي عدد من تم توظيفهم. ووفقاً للتخصصات المختلفة التي يحملونها وبالدرجات العلمية المتباينة أيضاً.

تخصصات المستقبل:

هي عدد من التخصصات الجامعة الأكثر طلباً لسوق العمل في المستقبل، وذلك بحسب موقع (Research) حيث شملت الدراسة قائمة أفضل التخصصات المستقبلية اعتماداً على دراسة جدوى سوق العمل ودراسة حاجة السوق إلى هذه التخصصات.

جدول رقم (6) أكثر التخصصات طلباً للسنوات العشر المقبلة

المرتبة	التخصص
الأولى	Alternative and renewable energy الطاقة المتجددة
الثانية	Cyber security الأمن السيبراني
الثالثة	Robotics صناعة الروبوتات
الرابعة	Nuclear Engineering الهندسة النووية
الخامسة	Artificial intelligence هندسة الذكاء الاصطناعي
السادسة	Software engineering هندسة البرمجيات
السابعة	Data Science and Analysis علوم البيانات الضخمة
الثامنة	Administrative information system نظم المعلومات الإدارية
التاسعة	Mechanical Engineering هندسة الميكانيكا
العاشرة	Games design تصميم الألعاب الإلكترونية

منهجية الدراسة

نوع وطبيعة الدراسة:

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي من خلال وصف وتحليل متغيرات الدراسة، كما تعتبر دراسة إيضاحية حيث تسعى الدراسة الي الربط بين السبب والأثر بين المتغير المستقل والمتغير التابع.

الإستراتيجيات المتبعة في الدراسة:

يعتمد الباحث علي إستراتيجية المسح (المعاينة) في تصميم الدراسة، حيث سيتم سحب عينة من مجتمع الدراسة لغايات الاستفادة منها في جمع البيانات المطلوبة.

مجتمع وعينة الدراسة

يتكون مجتمع الدراسة من الجامعات الخاصة الليبية، لقد بلغ عدد الجامعات الخاصة الحاصلة على الاعتماد المؤسسي (61) جامعة (وزارة التعليم العالي –التقرير السنوي لإدارة التعليم العالي الخاص،2022). تمثل هذه المؤسسات مجتمع الدراسة، أما عينة الدراسة فستشمل العينة المأخوذة من العاملين بالإدارات العليا والوسطى والتي شملت 9 جامعات خاصة من بين الجامعات الخاصة الليبية.

وحدة التحليل

تتكون وحدة التحليل من العاملين في الإدارات العليا والوسطى في الجامعات المبحوثة، وتسمى العينة بالعينة الملائمة التطبيقية.

- طرائق جمع البيانات

البيانات الأولية:

تعد الاستبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات الأولية بما يخص المتغيرات الديموغرافية لعينة الدراسة والمتغير المستقل (سوق العمل الرقمي) والمتغير التابع الاستراتيجيات التنافسية بأبعادها (إستراتيجية قيادة التكلفة، إستراتيجية التمايز، إستراتيجية التركيز) والتي بناءً عليها ستكون أجزاء الاستبانة.

البيانات الثانوية:

تمثل البيانات الجزئية الرئيسية للدراسة بحيث تمثلت بالكتب والدوريات والرسائل الجامعية والأبحاث العلمية والمقالات المنشورة والدراسات السابقة في هذا المجال وذات العلاقة بموضوع الدراسة والتي تم الإطلاع عليها قبل الشروع في هذه الدراسة.

أداة الدراسة

من أجل تحقيق أهداف الدراسة سيتم إعداد استبانة وتصميمها وتطويرها بعد الإطلاع على الدراسات المرتبطة (أبحاثاً علمية منشورة) والاستفادة منها، سواءً المحلية منها أو العربية وكذلك النظريات الإدارية المتعلقة بموضوع الدراسة وذلك من أجل جمع البيانات والمعلومات اللازمة عن مجتمع الدراسة، بالإضافة الي ذلك نتطلع الي الاستفادة من آراء الخبراء وذوي الاختصاص والمعرفة في هذا المجال.

الأساليب الإحصائية المستخدمة:

لمتطلبات التحليل الإحصائي تم استخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS Statistical Package for Social Sciences).

أساليب القياس:

تعتبر المقاييس كأداة أو آلية تستخدم للتمييز بين المشتركين سواءً كانوا أفراداً أو متغيراً أو خاصية معينة محل الدراسة. وسيعتمد الباحث علي استخدام مجموعة من المقاييس من بينها المقاييس الاسمية والترتيبية والفئوية بمقياس (لكارت) الخماسي.

تحليل البيانات واختبار الفرضيات.

تتناول الدراسة وصفاً لخصائص عينة الدراسة ونتائج التحليل الإحصائي الخاص باختبارات فرضياتها، والتي تم التوصل إليها من البيانات الرسمية من جهات الاختصاص وكذلك من أداة الدراسة (الاستبانة)، من خلال تحليل سوق العمل الرقمي وأبعاد الاستراتيجيات التنافسية، واستخدم لهذا الغرض عدة اختبارات إحصائية تناولها تباعاً.

- وصف متغيرات الدراسة.

شملت الدراسة على متغيرين رئيسيين (المستقل والتابع). وقد تضمن المتغير المستقل بعدد واحد متمثلاً في سوق العمل الرقمي، وشمل المتغير التابع الإستراتيجية التنافسية بأبعادها الثلاثة (إستراتيجية قيادة التكلفة، إستراتيجية التمايز، إستراتيجية التركيز). ويتضمن هذا الجزء من الدراسة وصفاً لمتغيرات الدراسة.

- اختبار ثبات أداة الدراسة:

لقد تم احتساب معامل الاتساق الداخلي كرونباخ ألفا (Cronbach's Alpha) حيث كانت النتائج على النحو التالي.

جدول رقم (7) قيم معامل الاتساق الداخلي لفقرات سوق العمل الرقمي وتحديد الاستراتيجيات التنافسية للجامعات الخاصة.

الرقم	الاتساق الداخلي (كرونباخ ألفا) Cronbach's Alpha	عدد الأسئلة	قيمة ألفا
1	جميع المتغيرات	27	0.802

من الجدول رقم (7) يتبين لنا أن قيم معامل الاتساق الداخلي كرونباخ ألفا لفقرات الدراسة عن دور سوق العمل الرقمي في تحديد الإستراتيجيات التنافسية للجامعات الخاصة الليبية. قد بلغت (80.2%)، وبالتالي تكون جميع القيم أكبر من (70%) وهذا يدل على الاتساق الداخلي بين فقرات أداة الدراسة، وموثوقية أداة الدراسة وإمكانية الاعتماد عليها في التحليل الإحصائي.

تحليل أسئلة الدراسة:

أولاً: من حيث اسم الجامعة

لقد تم استهداف وبشكل متوازن عدد من الجامعات الخاصة الليبية لتكون عينة الدراسة، حيث تمت مراعاة أعداد الطلاب بها والفترة الزمنية لإنشاء الجامعة والتخصصات التي تطرحها وأعداد الهيئة التدريسية وإسهامات الجامعة بالبحث العلمي والتطوير وكذلك ومكانتها وسمعتها بالسوق.

جدول رقم (8) توزيع أفراد عينة الدراسة من حيث اسم الجامعة.

المتغير	ر. التسلسل	اسم الجامعة	التكرار	النسبة المئوية
اسم الجامعة	1	جامعة العاصمة الأهلية	8	13.1
	2	جامعة القدس الأهلية	6	9.8
	3	جامعة قرطبة الأندلس	8	13.1
	4	جامعة الرفاق الأهلية	8	13.1
	5	الجامعة الليبية للعلوم الإنسانية والتطبيقية	6	9.8
	6	جامعة طرابلس الأهلية	7	11.5
	7	جامعة أفريقيا الأهلية	6	9.8
	8	جامعة المعرفة للعلوم الإنسانية والتطبيقية	8	13.1
	9	الجامعة الليبية الدولية للعلوم الطبية	4	6.6
		المجموع	61	100.0

يتضح من البيانات الواردة في الجدول رقم (8) بأن أفراد عينة الدراسة بالجامعات الخاصة الليبية بلغ (61) مستجوب، فيما تراوحت نسبة أفراد عينة الدراسة للجامعات المذكورة بين (6.6%) و (13.1%) لعدد من الجامعات وبنفس نسبة المشاركة.

ثانياً: من حيث المؤهل العلمي:

جدول رقم (9) توزيع أفراد العينة من حيث المؤهل العلمي.

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية
المؤهل العلمي	أستاذ (بروفيسور)	10	16.4
	دكتورة	12	19.7
	ماجستير	34	55.7
	بكالوريوس فما دون	5	8.2
	المجموع	61	100.0

من حيث المؤهل العلمي، يتضح من البيانات الواردة بالجدول رقم (9) أنه قد بلغت نسبة أفراد عينة الدراسة من حملة درجة البكالوريوس أو ما دونها (8.2%)، فيما شكل نسبة الأفراد من حملة شهادة الماجستير (55.7%)، وكانت نسبة أفراد عينة الدراسة من حملة الدكتوراه (19.7%). فيما شكل حملة درجة أستاذ (بروفيسور) (16.4%) و عليه فإن فئة حملة المؤهل العلمي الماجستير هي الفئة الأكبر حيث بلغت نسبتها (55.7%)، في حين كانت الفئة الأقل من حملة المؤهل العلمي البكالوريوس أو ما دونه حيث بلغت نسبة (8.2%). وهذا يتوافق مع الفكرة الأساسية للهيكل التنظيمية للجامعات الخاصة ومتطلبات الوظيفة والحد الأدنى للمؤهلات العلمية لشاغلي الوظائف الجامعية والمعنية بوضع الإستراتيجيات التنافسية للجامعات الخاصة.

ثالثاً: اختبار فرضيات الدراسة:

لغايات اختبار الفرضية الرئيسية الأولى تم إجراء اختبار تحليل الانحدار البسيط (Simple Regression) أما بالنسبة للفرضيات الفرعية المنبثقة عن الفرضية الرئيسية الأولى تم إجراء اختبار تحليل (Liner's). لتحديد تأثير المتغيرات المستقلة في المتغير التابع. وبأبعاده (إستراتيجية التركيز، بُعد إستراتيجية التمايز، بُعد إستراتيجية التكلفة)، وتم استخدام تحليل التباين (ANOVA)، للفرضيات الرئيسية الثانية والثالثة. وكانت النتائج على النحو الآتي:

الفرضية الرئيسية الأولى:

H01: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($P \leq 0.05$) لسوق العمل الرقمي على الإستراتيجية التنافسية بأبعاده (إستراتيجية التركيز، إستراتيجية التمايز، إستراتيجية قيادة التكلفة).

لاختبار هذه الفرضية استخدم اختبار تحليل الانحدار البسيط (Simple Regression)، حيث تبين من الاختبار أن العلاقة بين سوق العمل الرقمي والاستراتيجيات التنافسية وكما في الجدول رقم (10) حيث كانت بقوة ($R = 0.705$)، وتبين أيضاً من الاختبار أن قيمة معامل التحديد R^2 تساوي (0.497)، وهذا يعني أن (70.5%) من التغيرات في الإستراتيجيات التنافسية كانت بسبب سوق العمل الرقمي، وكانت قيمة F المحسوبة تساوي (58.272)، عند مستوى معنوية ($Sig = 0.000$).

جدول رقم (10) قيمة الارتباط ومعامل التفسير

المتغير المستقل	R	R^2	F	Sig
سوق العمل الرقمي	0.705	0.497	58.272	0.000**

Significant Level at $P \leq 0.05$

كما يبين الجدول (11) تأثير المتغير المستقل سوق العمل الرقمي في الإستراتيجيات التنافسية، فقد كانت قيمة Beta لها ($\beta = 0.890$) وقيمة ($t = 7.634$)، عند مستوى معنوية ($\text{Sig} = 0.000$).

جدول رقم (11) تحليل الانحدار البسيط (Simple Regression) لبيان اختبار دور سوق العمل الرقمي في تحديد الإستراتيجيات التنافسية.

المتغير المستقل	β	T	Sig
سوق العمل الرقمي	0.890	7.634	0.000**

Significant Level at $P \leq 0.05$

وعلى ذلك نرفض الفرضية العدمية ونقبل الفرض البديلة القائلة بوجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($P \leq 0.05$) لسوق العمل الرقمي على الإستراتيجية التنافسية بأبعادها (إستراتيجية التركيز، إستراتيجية التمايز، إستراتيجية قيادة التكلفة).
الفرضية الفرعية الأولى:

H1-1: " لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($P \leq 0.05$) لسوق العمل الرقمي على إستراتيجية التركيز".

لاختبار هذه الفرضية استخدم اختبار تحليل الانحدار البسيط (Simple Regression)، حيث تبين من الاختبار أن العلاقة بين سوق العمل الرقمي والإستراتيجيات التنافسية وكما في الجدول رقم (12) حيث كانت بقوة ($R = 0.707$)، وتبين أيضاً من الاختبار أن قيمة معامل التحديد R^2 تساوي (0.496)، وهذا يعني أن (70.7%) من التغيرات في إستراتيجية التركيز كانت بسبب سوق العمل الرقمي، وكانت قيمة F المحسوبة تساوي (58.147)، عند مستوى معنوية ($\text{Sig} = 0.000$).

جدول رقم (12) قيمة الارتباط ومعامل التفسير

المتغير المستقل	R	R^2	F	Sig
سوق العمل الرقمي	0.707	0.496	58.147	0.000**

Significant Level at $P \leq 0.05$

كما يبين الجدول (13) تأثير المتغير المستقل سوق العمل الرقمي في إستراتيجيات التركيز، فقد كانت قيمة Beta لها ($\beta = 0.812$) وقيمة ($t = 7.625$)، عند مستوى معنوية ($\text{Sig} = 0.000$).

جدول رقم (13) تحليل الانحدار البسيط (Simple Regression) لبيان اختبار دور سوق العمل الرقمي في تحديد الإستراتيجية التركيز.

المتغير المستقل	β	T	Sig
سوق العمل الرقمي	0.812	7.625	0.000**

Significant Level at $P \leq 0.05$

وعلى ذلك نرفض الفرضية العدمية ونقبل الفرضية البديلة القائلة " يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($P \leq 0.05$) لسوق العمل الرقمي على إستراتيجية التركيز".

الفرضية الفرعية الثانية:

H1-2: " لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($P \leq 0.05$) لسوق العمل الرقمي على إستراتيجية التمايز "

لاختبار هذه الفرضية استخدم اختبار تحليل الانحدار البسيط (Simple Regression)، حيث تبين من الاختبار أن العلاقة بين سوق العمل الرقمي وإستراتيجيات التمايز وكما في الجدول رقم (14) حيث كانت R بقوة ($R= 0.423$)، وتبين أيضاً من الاختبار أن قيمة معامل التحديد R^2 تساوي (0.179)، وهذا يعني أن (17.9%) من التغيرات في إستراتيجية التمايز كانت بسبب سوق العمل الرقمي، وكانت قيمة F المحسوبة تساوي (12.854)، عند مستوى معنوية ($Sig = 0.000$).

جدول رقم (14) قيمة الارتباط ومعامل التفسير

المتغير المستقل	R	R^2	F	Sig
سوق العمل الرقمي	0.423	0.179	12.854	0.000**

Significant Level at $P \leq 0.05$

كما يبين الجدول (15) تأثير المتغير المستقل سوق العمل الرقمي في إستراتيجية التمايز، فقد كانت قيمة Beta لها ($\beta = 1.059$) وقيمة ($t = 3.585$)، عند مستوى معنوية ($Sig = 0.000$).

جدول رقم (15) تحليل الانحدار البسيط (Simple Regression) لبيان اختبار دور سوق العمل الرقمي في تحديد الإستراتيجية التمايز.

المتغير المستقل	β	T	Sig
سوق العمل الرقمي	059.1	3.585	0.000**

Significant Level at $P \leq 0.05$

وعلى ذلك نرفض الفرضية العدمية ونقبل الفرض البديلة القائلة " يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($P \leq 0.05$) لسوق العمل الرقمي على إستراتيجية التمايز ".
الفرضية الفرعية الثالثة:

H1-3: " لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($P \leq 0.05$) لسوق العمل الرقمي على إستراتيجية قيادة التكلفة "

لاختبار هذه الفرضية استخدم اختبار تحليل الانحدار البسيط (Simple Regression)، حيث تبين من الاختبار أن العلاقة بين سوق العمل الرقمي وإستراتيجيات قيادة التكلفة وكما في الجدول رقم (16) حيث كانت R بقوة ($R= 0.647$)، وتبين أيضاً من الاختبار أن قيمة معامل التحديد R^2 تساوي (0.418)، وهذا يعني أن (41.8%) من التغيرات في إستراتيجية قيادة التكلفة كانت بسبب سوق العمل الرقمي، وكانت قيمة F المحسوبة تساوي (390.42)، عند مستوى معنوية ($Sig = 0.000$).

جدول رقم (16) قيمة الارتباط ومعامل التفسير

المتغير المستقل	R	R^2	F	Sig
سوق العمل الرقمي	0.647	0.418	42.390	0.000**

Significant Level at $P \leq 0.05$

كما يبين الجدول (17) تأثير المتغير المستقل سوق العمل الرقمي في إستراتيجية قيادة التكلفة، فقد كانت قيمة Beta لها ($\beta = 798.0$) وقيمة ($t = 6.511$)، عند مستوى معنوية ($\text{Sig} = 0.000$).

جدول رقم (17) تحليل الانحدار البسيط (Simple Regression) لبيان اختبار دور سوق العمل الرقمي في تحديد الإستراتيجية قيادة التكلفة.

Sig	T	β	المتغير المستقل
0.000**	6.511	.798	سوق العمل الرقمي

Significant Level at $P \leq 0.05$

وعلى ذلك نرفض الفرضية العدمية ونقبل الفرض البديلة القائلة " يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($P \leq 0.05$) لسوق العمل الرقمي على إستراتيجية قيادة التكلفة ".

الفرضية الرئيسية الثانية:

H02: " لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($P \leq 0.05$) لتقييمات الجامعات الخاصة الليبية لسوق العمل الرقمي تختلف باختلاف اسم الجامعة ".

لاختبار هذه الفرضية استخدم تحليل التباين (One Way ANOVA) لبيان فيما إذا كانت تقييمات الجامعات الخاصة الليبية لسوق العمل الرقمي تختلف باختلاف اسم الجامعة. حيث أتضح من الاختبار المبين في الجدول رقم (18) إن قيمة (F) المحسوبة هي (1.688) عند مستوى معنوية ($\text{Sig} = 0.123$)، وعلى ذلك نقبل الفرضية العدمية ونرفض الفرضية البديلة، "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($P \leq 0.05$) لتقييمات الجامعات الخاصة الليبية لسوق العمل الرقمي تختلف باختلاف اسم الجامعة ".

جدول رقم (18) تحليل التباين (ANOVA) لاختبار الفرضية الرئيسية الرابعة

Sig	قيمة F المحسوبة	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصادر التباين
.123	1.688	.562	8	4.497	بين المجموعات
		.333	52	17.313	داخل المجموعات
			60	21.810	المجموع

Significant Level at $P \leq 0.05$.

الفرضية الرئيسية الثالثة:

H03: " لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($P \leq 0.05$) لتقييمات الجامعات الخاصة الليبية لسوق العمل الرقمي باختلاف المؤهل العلمي ".

لاختبار هذه الفرضية استخدم تحليل التباين (One Way ANOVA) لبيان فيما إذا كانت تقييمات الجامعات الخاصة الليبية لسوق العمل الرقمي تختلف باختلاف المؤهل العلمي. حيث أتضح من الاختبار المبين في الجدول رقم (19) إن قيمة (F) المحسوبة هي (2.834) وعند مستوى معنوية ($\text{Sig} = 0.046$)، وعلى ذلك نرفض الفرضية العدمية ونقبل الفرضية البديلة، "توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($P \leq 0.05$) لتقييمات الجامعات الخاصة الليبية لسوق العمل الرقمي باختلاف المؤهل العلمي ".

جدول رقم (19) تحليل التباين (One Way ANOVA) لاختبار الفرضية الرئيسية الخامسة.

Sig	قيمة F المحسوبة	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصادر التباين
.046	2.834	.944	3	2.831	بين المجموعات
		.333	57	18.979	داخل المجموعات
			60	21.810	المجموع

$P \leq 0.05$ Significant Level at

استنتاجات الدراسة ونتائجها

- من خلال تحليل البيانات الواردة من الجهات ذات الاختصاص يتضح أن طلاب الجامعات الخاصة الليبية قد بلغ عددهم (32690) اثنان وثلاثون ألف وستمائة وتسعون طالباً وطالبة. وهم يشكلون رواد (61) جامعة خاصة وأهلية. ويشكلون ما نسبته (13%) تقريباً من إجمالي عدد الطلاب بالقطاع العام والذي يبلغ العدد الإجمالي للطلاب بالجامعات العامة الليبية (247.978) طالباً وطالبة لعدد (24 جامعة). وهذه نسبة ضعيفة إذا ما قُرنت بالبلدان النامية الأخرى فضلاً عن البلدان المتقدمة.
- أعداد الخريجين من الجامعات الخاصة الليبية للعام 2022 بلغ (2914) خريج متجهين نحو سوق العمل للبحث عن وظائف يشغلونها.
- بلغ أعداد الطلاب المتوقع تخرجهم للعام الجامعي 2023 (4918) طالباً متوقع الاتجاه بهم لسوق العمل بحثاً عن فرص عمل تتوافق وتخصصاتهم والحصول على وظائف يشغلونها.
- اعتماداً على إحصاءات وزارة العمل والتأهيل فقد بلغ عدد الباحثين عن العمل حتى سنة 2022 (297.719) بمختلف الفئات العمرية، غير أن الباحثين عن العمل ممن تحصلوا على مستوى جامعي قد بلغت نسبتهم (34.5%) من إجمالي الباحثين عن العمل. فيما كانت أعداد الحاصلين على وظائف (40.891) باحث عن وظيفة في العام 2022. تم توظيف جهم في قطاعات (التربية والتعليم والصحة ووزارة الداخلية).
- من خلال مقارنة الوظائف المقدمة مع الوظائف الحديثة أو المقترحة وفقاً لمؤشر (أسكد، 2013) وموقع (research-2023) عن الوظائف المتوقع ارتفاع الطلب عليها في العشرة سنوات المقبلة حتى العام 2030، يتضح جلياً حجم الفجوة بين التخصصات المطلوبة مستقبلاً والتخصصات المطروحة حالياً للدراسة وتقدمها الجامعات الخاصة الليبية ونستنتج أن هناك على الأقل سبعة (7) تخصصات من بين عشرة (10) تخصصات لا تقدم الجامعات الخاصة الليبية أيّاً منها.
- هناك أثر ذو دلالة إحصائية لسوق العمل الرقمي على الإستراتيجية التنافسية بأبعدها مجتمعة (إستراتيجية التركيز، إستراتيجية التمايز وإستراتيجية قيادة التكلفة) ويتضح أن ما نسبته (70.5%) من التغييرات في سوق العمل الرقمي كانت بسبب الإستراتيجية التنافسية بأبعدها مجتمعة.
- هناك أثر ذو دلالة إحصائية كلاً على حدا حيث كان وبما نسبته (70.7%) من التغييرات في سوق العمل تعزى لإستراتيجية التركيز. فيما جاءت إستراتيجية قيادة التكلفة وبما نسبته (64.7%) من التغييرات في سوق العمل كانت بسبب إستراتيجية قيادة التكلفة. فيما حلت أخيراً ومن حيث التأثير إستراتيجية التمايز حيث بلغت نسبة (17.9%) من التغييرات في سوق العمل كانت بسبب إستراتيجية التمايز.
- من اختبار فرضية الدراسة الرئيسية الثانية تبين أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية لتقييمات الجامعات الخاصة الليبية لسوق العمل الرقمي تُعزى لاسم الجامعة.

- كما أظهرت الفرضية الرئيسية الثالثة أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية لتقييمات الجامعات الخاصة الليبية تبعاً للمؤهل العلمي لصانعي القرار وواضعي إستراتيجية الجامعة كلا على حدا.

التوصيات

- من خلال تحليل أسئلة الدراسة وفرضياتها توصي الدراسة بعدد النقاط نذكر منها وعلى النحو الآتي:
- النىء عن إتباع إستراتيجية التقليد المؤسسي في البيئة التنافسية المحلية وخلق إستراتيجية خاصة بالجامعة بناءً على الفرص المتاحة من المعطيات الداخلة وخصوصاً تلك المتعلقة بسوق العمل.
- السعي للبحث من خلال الإستراتيجيات التنافسية عن الميزة التنافسية التي قد تكون بالتركيز على العملاء أو نوعية البرامج المقدمة للسوق أو التميز من خلال القيمة المضافة أو من خلال قيادة التكلفة.
- الرفع من مستوى الكفاءات وزيادة حجم الموارد وبالأخص المادية التكنولوجية حتى تستطيع الجامعات الاستفادة من حالة المنافسة بشكلها الإيجابي خاصة في جانبها التمايز والتركيز على قيادة التكلفة.
- إعادة تقييم التخصصات والبرامج العلمية المطروحة والعمل على تطويرها بما يخدم متطلبات سوق العمل الرقمي.
- تقديم الخدمات والمنتجات الرقمية المتطورة والفريدة والمميزة والمبتكرة بما يخدم المصلحة العامة وتشجيع المقبلين على اقتناء هذه الخدمات باعتبارهم الهدف الأساسي لتلبية حاجاتهم.
- العمل على التنسيق التام بين الجامعات والجهات المختصة حرصاً على تقدير نوعية المخرجات ومدى ملاءمة تخصصاتها لسوق العمل المستقبلي المحلي والدولي.
- العمل على رفع مستوى جودة المخرجات من خلال تطوير البرامج التعليمية وتطوير المحتوى التعليمي للمقررات الدراسية مع التركيز على الجانب العملي التطبيقي منها.
- الحرص على تشجيع إقامة المشروعات التي تخدم التحول الرقمي في سوق العمل وفقاً للتوجهات الحديثة من خلال الدعم الحكومي لتلك المشروعات.
- تبني برامج تدريبية متقدمة لتنمية مهارات الباحثين عن العمل للرفع من المستوى المعرفي للقوى العاملة في سوق العمل الرقمي وتحت إشراف مباشر من وزارة العمل والتأهيل والخدمة المدنية.
- سرعة الاستجابة للتغيرات الخارجية واستغلالها لخلق فرص تنافسية تؤدي بطبيعة الحال لتنوع المخرجات وبالتالي تنوع الوظائف وزيادة حجم الطلب في سوق العمل.

المراجع

1. أحمد على، الكاديكي، عبد السلام محمد، المغربي (2021). مدى ملاءمة مخرجات المعاهد التقنية لاحتياجات سوق العمل في ليبيا- دراسة ميدانية على قطاع النفط في ليبيا بالتطبيق على شركة الخليج العربي للنفط. مؤتمر تطوير التعليم التقني في ليبيا الواقع، المعوقات، الأفق المستقبلية، جامعة بنغازي.
2. جميعي، ريهان فهمي. أثر التحول الرقمي على التعليم الجامعي كمتطلب لتحقيق مجتمع المعرفة. مجلة كلية الخدمة الاجتماعية للدراسات والبحوث الاجتماعية- جامعة الفيوم. العدد (31) 2022. ص 236.
3. المرجع السابق، ص 229-255.
4. رشاد فايز، طنطاوي. أثر الاستراتيجيات التنافسية على الحصة السوقية في شركات صناعة الأجهزة الكهربائية، (2021) المجلد (12)، العدد (2).
5. رضوان، خليفاتي، مباركة، سواكري. الاستراتيجيات التنافسية بين منطقي الإبداع والتقليد – دراسة حالة قطاع الإلكترونيك، مجلة دراسات في الاقتصاد والتجارة والمالية، منجر الصناعات التقليدية، (2020)، المجلد (9) العدد (1).
6. شعلان، السيد محمد. احتياجات سوق العمل لبعض التخصصات من خريجي المدارس الثانوية الصناعية في ضوء التكنولوجيا الرقمية. مجلة كلية التربية ببنها، العدد (125)، يناير، 2021.
7. طارق أبوشعفة، معتوق، سمية ومعمر، امسلم. تقييم جودة مخرجات التعليم الجامعي من وجهة نظر المستفيد الخارجي – دراسة ميدانية على المديرين بالإدارات العليا والوسطى لمؤسسات سوق العمل بمدينة- الخمس. المؤتمر الدولي الثاني للتعليم في ليبيا- مصراتة، (مارس، 2019) مجلة كلية الآداب جامعة مصراتة. العدد خاص (2)، المجلد (1).
8. عادل صالح، عكير. رفع جودة مخرجات التعليم العالي لتطوير سوق العمل الليبي، المؤتمر الدولي 2021 حول ضمان جودة مؤسسات التعليم العالي، جامعة بنغازي.

9. عزمي، إيمان أحمد. التعليم الرقمي ومهارات سوق العمل، المفاهيم الأساسية والتجارب العملية في عصر الثورة الرقمية. المجلة العربية للآداب والدراسات الإنسانية، العدد (7)، فبراير 2019.
10. الكندري، خالد علي حسن، أثر التنافسية الصناعية على استراتيجيات الإنتاج بالتطبيق على صناعة النفط في دول مجلس التعاون الخليجي، رسالة دكتوراة غير منشورة، كلية التجارة، جامعة عين شمس، 2015، ص25.
11. مايكل بورتر. الإستراتيجية التنافسية: أساليب تحليل الصناعات والمنافسين، ترجمة عمر سعيد الأيوبي، بيروت-لبنان، دار الكتاب العربي، 2010، ص31.
12. الهلالي الشريبي الهلالي، التنافسية الدولية وحتمية تطبيقها في مؤسسات التعليم" قراءة تحليلية لمحور التعليم في تقرير التنافسية الدولية 2018/2017، مجلة مستقبل التربية العربية، المجلد (16)، العدد (117)، 2011.
13. P.Desyllas, M.Miozzo, Hsing fen, H.lee, Ian Miles," Capturing value from innovation in knowledge-intensive Business services firms:The Role of Competitive strategy. British journal of Management, Vol.29, No.3, 2018, p.10.
14. Sekaran,U., & Bougie, R.(2009). Research methods for business (5Th ed). West Sussex Uk: John Wiley & Sons, INC.
15. World economic forum, Switzerland, 1-May-2021.

المصادر من شبكة الانترنت:

16. www.qaa.ly المركز الوطني لضمان جودة واعتماد المؤسسات التعليمية والتدريبية – ليبيا
17. www.ilo.org منظمة العمل الدولية، تقرير مستقبل الوظائف، 2023
18. www.weforum.org. swiss ,1-may-2021. المنتدى الاقتصادي العالمي
19. www.research.net