



منشورات جامعة وادي النيل
مجلة النيل للآداب والعلوم الإنسانية
(ISSN: 1858 – 7054)
المجلد الرابع، العدد الثاني، 2023م
<http://www.nilevalley.edu.sd>



أثر التخطيط الاستراتيجي على شراء احتياجات جامعة وادي النيل

محمد البشير البدوي علي

كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة وادي النيل

المؤلف: Mohammed231977@yahoo.com

المستخلص

تكمن مشكلة الدراسة في أن هناك عدم وجود خطة استراتيجية واضحة لتحديد الاحتياجات بالجامعة سواء من حيث الكميات المناسبة أو من حيث المواصفات والجودة المطلوبة والسعر المناسب في كل كليات الجامعة. وعليه هدفت الدراسة إلى معرفة أثر التخطيط الاستراتيجي على تحديد الاحتياجات بالكمية المناسبة والجودة المناسبة. وكذلك معرفة أثر التخطيط الاستراتيجي على اختيار السعر المناسب لشراء احتياجات الجامعة. ومن خلال جمع البيانات وتحليلها توصلت الدراسة إلى النتائج الآتية: عدم وجود خطة استراتيجية مع عدم ترتيب الأولويات عند الشراء وعدم الاهتمام بتحليل عوامل البيئة الداخلية والخارجية وكذلك لا يوجد اهتمام بوضع موازنات تقديرية لتحديد الاحتياجات وليس هنالك اهتمام بالمعايير والمقاييس فيما يخص جودة المواد مع الاهتمام الواضح فيما يتعلق بتحديد أسعار المواد. وقدمت الدراسة مجموعة من التوصيات أهمها ضرورة وجود خطة استراتيجية وترتيب الأولويات عند الشراء والاهتمام بمعايير الجودة لأن ذلك يساعد الجامعة في تحقيق أهدافها فيما يتعلق بالتخطيط الجيد لشراء احتياجات الجامعة.

كلمات مفتاحية: التخطيط الاستراتيجي، شراء الاحتياجات، جامعة وادي النيل

The Impact of Strategic Planning on Purchasing the Nile Valley University Needs

Mohammed Elbasheer Elbedawi

Faculty of Economics and Administration Sciences, Nile Valley University

Author: Mohammed231977@yahoo.com

Abstract

The problem of this study is that there is no clear strategic plan to determine the needs of the university, whether in term of appropriate quantities or in term of specifications, required quality and suited price in all university faculties. The study aimed to know the impact of strategic planning on identifying the needs in appropriate quantity and quality. Furthermore, it determines to know the impact of strategic planning on choosing the suited price to purchase the university needs. Through the data collected and analyzed the study found the following findings: There is a lack of a strategic plan with no prioritization while purchasing the needs, also there is a lack of attention in analyzing internal and external environmental factors, as well as the lack of attention to set estimated budgets to determine the needs. In addition there is no attention to the standards and measures with regard to the quality of materials. Attention only focuses on determining the price of materials. Finally, the study presented a set of recommendations, the most important ones are these the necessity of having a strategic plan, prioritizing during purchasing materials, paying attention to quality standards because it helps the university to achieve its goals with regard to good planning for purchasing the needs of the university.

Keywords: Strategic planning, purchasing needs, Nile Valley University

مقدمة

تعتبر ادارة المشتريات من الادارات المهمة داخل أي منظمة حيث تعتبر عملية الشراء والتوريد ضماناً لتوفر المواد بكافة أنواعها لسير العملية الانتاجية والخدمية كما يعتبر التخطيط الاستراتيجي واحداً من أهم الوظائف الادارية التي تساعد المدير في عملية اتخاذ القرار السليم بشأن المشكلات التي يمكن أن تواجهه ونجد أن إعداد الخطط الاستراتيجية ليس عملاً سهلاً يمكن القيام به في أي وقت وتحت أي ظرف. بل هو عمل ذهني شاق يتطلب بذل جهود كبيرة من الجهة المسؤولة عن وضع الخطط الاستراتيجية والامام بجوانب عديدة عن حل المشكلة المراد اتخاذ القرار بشأن حلها وتوفير الامكانيات البشرية اللازمة لحل المشكلة.

مشكلة الدراسة

تنبع مشكلة الدراسة في أن هناك عدم وجود خطة واضحة لتحديد الاحتياجات بالجامعة سواء من حيث الكميات المناسبة أو من حيث المواصفات والجودة المطلوبة والسعر المناسب في كل كليات الجامعة. لذلك تجيب هذه الدراسة عن الأسئلة التالية:

ما هو أثر التخطيط الاستراتيجي على تحديد الكمية المناسبة بالجامعة؟

ما هو أثر التخطيط الاستراتيجي على تحديد الجودة المناسبة بالجامعة؟

ما هو أثر التخطيط الاستراتيجي على تحديد السعر المناسب بالجامعة؟

فروض الدراسة

توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين التخطيط الاستراتيجي والكمية المناسبة من المواد المشتراة

توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين التخطيط الاستراتيجي والجودة المناسبة للمواد المشتراة

توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين التخطيط الاستراتيجي والسعر المناسب للمواد المشتراة

أهداف الدراسة

1/ معرفة أثر التخطيط الاستراتيجي على تحديد الاحتياجات بالكمية المناسبة وبالجودة المناسبة

2/ معرفة أثر التخطيط الاستراتيجي على اختيار السعر المناسب لشراء احتياجات الجامعة من المواد ومن مصدر التوريد المناسب.

أهمية الدراسة

تنبع أهمية الدراسة من أهمية التخطيط وأثره في اتخاذ القرارات السليمة بشأن تحديد الكميات المناسبة والجودة المناسبة والسعر المناسب ومصدر التوريد المناسب مما يساعد المؤسسة على تحقيق أهدافها وتقليل تكاليف الشراء.

منهجية الدراسة

اتبع الباحث المنهج الوصفي التحليلي بالاعتماد على البيانات الثانوية من مصادرها كالكتب والمراجع والدوريات والبيانات الأولية التي تم الحصول عليها عبر الاستبانة والمقابلة الشخصية والملاحظة.

الإطار النظري

مفهوم التخطيط

يري (هنريفاول) أن التخطيط يعني التوقع بما سيكون عليه الوضع في المستقبل مع الاستعداد لهذا المستقبل (الصباب، 2013م: ص 67).

ويرى (الصانع) ان التخطيط هو رسم الأنشطة المستقبلية بالاستناد على الحقائق الخاصة بالمواقف وبناء على تجميع تلك المواقف وتحليلها (ذا النون، 2011م: ص 72).

مفهوم الاستراتيجية

تعود جذور مصطلح الاستراتيجية الى الأصل الاغريقي وهو يعني علم الجنرال كما يعني قيادة " فن الحرب" لذلك فان نقل المصطلح الى حقل الادارة يعني بصورة واضحة انه "فن القيادة والادارة (حسين، 2010 م: ص 10).
أما في نظر (توماس) أنها خطط وأنشطة المنظمة التي تم وضعها بطريقة تضمن خلق درجة من التوافق والتطابق بين رسالة المؤسسة وأهدافها (خير الدين، 2012م: ص 15).

مفهوم التخطيط الاستراتيجي

يقول كوتلر التخطيط الاستراتيجي هو عملية ادارية خاصة بوضع وإدامة العلاقة بين أهداف المؤسسة وتطلعاتها واعادة ترتيب الأنشطة بالشكل الصحيح الذي يحقق النمو والارباح في المستقبل (الكبيسي، 2012م، ص 13).
هو عملية اتخاذ القرارات فيما يتعلق بأهداف المؤسسة واستخدام الموارد وتطبيق السياسات من أجل تحقيق هذه الاهداف (نور الدين، 2008م: ص 61).

أهمية التخطيط الاستراتيجي

تطرق العديد من الكتاب والباحثين لأهمية التخطيط الاستراتيجي نذكر منها:
_ يوفر التخطيط الاستراتيجي الفرصة للعاملين في المنظمات من خلال مشاركتهم في عملية اتخاذ القرارات الأمر الذي يشعركم بالمشاركة وتحقيق نوع من الرضا لديهم (الكبيسي، 2012م: ص 13).
_ تحقيق القدرة على التنسيق بين مختلف أوجه النشاط والالتزام بالأهداف الاستراتيجية التي تضعها الادارة (المدهون، 2013م: ص 18).

_ التقليل من الآثار السلبية للظروف المحيطة التي تعمل علي زيادة الكفاءة والفعالية (عطا الله، 2005م: ص 37).
_ التوقع بظروف عدم التأكد بالنسبة للعوامل البيئية الخارجية وتشخيص آثارها على حركة الادارة وتجديد القيود التي تفرضها والفرص المتاحة بما يسهم في تحقيق فعالية المؤسسة.

مفهوم وأهمية وظيفة الشراء

تعرف وظيفة الشراء على أنها الوظيفة المسؤولة عن دورة المواد من الوقت الذي يطلب فيه صنف ما الي الوقت الذي يتم فيه تسليمه الي الجهة التي تستعمله (الشنواني، 1991م: ص 18)
ويتضمن هذا التعريف مسؤولية اختيار مورد والتفاوض معه حول السعر والتأكد من جودة المواد وضمان التسليم، كما يمكن أن يتضمن أيضا مسؤولية مباشرة أو غير مباشرة عن النقل والاستلام والتفتيش والرقابة عن المخزون السلي.

أهمية وظيفة الشراء

تبرز أهمية وظيفة الشراء من خلال ما يلي:

- 1/ تتميز بعض المواد بالندرة وحدة المنافسة بين المؤسسات لتأمين تدفقها وذلك لاستمرار النشاط ولذا أصبح الاهتمام بإدارة الشراء لضمان عدم توقف النشاط.
- 2/ تبرز أهمية الشراء من خلال حجم الانفاق الكبير عند شراء المواد، حيث أن وظيفة الشراء وهي تمارس مسؤولياتها تضع نصب عينها محاولة تخفيض النفقات حتى تستطيع المنافسة على أساس السعر وبالتالي تضمن المحافظة على حصتها السوقية والمحاولة على زيادتها إن أمكن (زويلف، 1988م: ص 13).
- 3/ ربما للمؤسسة نظام مفتوح فقدرته وظيفة الشراء في إدارة أعمالها يزيد من قدرة الانتاج لحصولها على المواد بالكمية المناسبة والمواصفات المطلوبة بعيدا عن العيب لذا فإن كل تحسين في أداء وظيفة الشراء يزيد من كفاءة وظيفة الانتاج.
- 4/ تكمن أهمية الشراء في الحد من مبالغة الادارات المستخدمة للمواد سواء من حيث الكمية او من حيث المواصفات وهذا يزيد من النفقات ولذا فإن وظيفة الشراء تستطيع ان تعيد النظر في مواصفات المواد المطلوبة واقتراح المواصفات المناسبة والأقل تكلفة.

مفهوم الكمية المناسبة للشراء

الكمية المناسبة عند الشراء ليس لها مفهوم واحد ومحدد وثابت يصلح استخدامه في جميع المنشآت وكذلك تختلف الكمية المناسبة عند الشراء في المنشأة الواحدة بين وقت وآخر كلما اختلفت الظروف المحيطة بعملية الشراء. ومفهوم الكمية المناسبة يعني الكمية المطلوب شراؤها لمنشأة معينة من نوع معين وجودة معينة وبسعر معين أي الكمية التي يحوط شراؤها ظروف محددة وشروط محددة أن الكمية المناسبة عند الشراء لا يجب أن تأخذ فقط في الحسبان إمكانيات جهاز الشراء وتوفير الموارد المالية للمشتريات وخفض تكلفة أعمال الشراء والتخزين على أدنى حد ممكن وإنما يجب أيضا أن نأخذ في الحسبان متطلبات وظروف وإمكانيات أعمال الإنتاج. وعليه فإن الكمية المناسبة عند الشراء قد تكون كبيرة في بعض الحالات للوفاء باحتياجات البيع أو احتياجات الإنتاج وقد تكون صغيرة في حالات أخرى للوفاء باحتياجات وإمكانيات الشراء أو في حالات ثالثة قد تكون كمية توازنه توفيق بين طاقة هذه الاحتياجات من شراء وتخزين وإنتاج وبيع.

ونجد أن وجهة نظر القرار البحث من الشراء والمتغيرات المختلفة المؤثرة في القرار من داخل إدارة المشتريات فإن الكمية المناسبة للشراء يحكمها متغيرات وعوامل شرائية وأخرى مثل الجودة المناسبة والسعر المناسب والوقت المناسب والشروط الأخرى لإتمام صفقة الشراء والتسليم (عبد الفتاح، 1988م).

مفهوم الجودة المناسبة

أن الجودة المناسبة لا تعني الجودة المرتفعة في كل الحالات بل تعني توفير مستوى المواصفات والأداء والإشباع الذي يلانم الحاجات في ضوء اقل تكاليف فإذا كانت الجودة المرتفعة هي المطلوبة فأنها تكون الجودة المناسبة أما إذا كانت الجودة المنخفضة التي تناسب إشباع الاحتياجات الإنتاجية أو الاستهلاكية وذات تكاليف منخفضة فإن الجودة المنخفضة في هذه الحالة هي الجودة المناسبة. أن مفهوم الجودة يعتبر مفهومًا نسبيًا أي تختلف قيمة الجودة باختلاف المواقف الشرائية وباختلاف الظروف الاقتصادية مثل توفير المنتجات ذات الجودة المطلوبة وباختلاف طبيعة العمليات الإنتاجية أو الاستهلاكية وكذلك باختلاف الأوقات.

كما أن الجودة لا يجب أن نحكم على مستواها بشكل منفرد وإنما نحكم على مستوى الجودة بمقارنة منفعة السلعة بالتكلفة والمنفعة من أجلها وأيضا يتأثر مستوى الجودة بما يرتبط بطرق استخدام المنتجات عند الإنتاج أو الاستهلاك بطريقة صحيحة أم لا!. وتختلف أهمية عنصر الجودة باختلاف المواقف الشرائية فعند شراء الأدوية أو المعدات الهندسية فإن هذا الموقف يتطلب الدقة في تحديد مستوى جودة المنتجات المشتراة إلا أن درجة أهمية الجودة إذا أردنا ترتيبها بالنسبة

للعناصر الأخرى الداخلية في عملية الشراء وهي السعر والكمية والوقت وطريقة الشراء فان الجودة قد تكون متقدمة في الأهمية في حالات ومواقف معينة أو متأخرة في الأهمية في حالات ومواقف أخرى ويجب على القائم بالشراء دقة تحديد درجة أهمية الجودة بالنسبة لعناصر الشراء الأخرى حتى يستطيع تقدير مدى نسبة الجودة واختيارها الاختيار الجيد بما يرقى بالقرار الشرائي (عبد الفتاح، 1988م).

مفهوم السعر المناسب

السعر المناسب هو السعر الذي تستطيع دفعه المنظمة المشتري مقابل الحصول على المنفعة المرجوة من هذا السعر المدفوع على المواد وغيرها من الموارد المادية بمعنى آخر تغطي التضحية النقدية للمشتري حاجاته الاستعمالية ومتطلبات عمليات أنشطته أو تزيد عنها فالسعر المناسب يجب أن يتصف بصفتين أساسيتين هما:

الصفة الاقتصادية، أي التكلفة الأقل

الملاءمة، أي الحصول على المنفعة المطلوبة التي تشبع حاجات المشتري ورغباته.

إذا السعر المنخفض مقابل جودة منخفضة لا يعد سعرا مناسباً، والسعر المنخفض مقابل خدمات غير جيدة أو سيئة ليس بالسعر المناسب والسعر الأقل لمادة ذات جودة مناسبة وبشروط توريد غير مناسبة لا يعد سعرا مناسباً والسعر المرتفع مقابل جودة أعلى من المطلوب يعد اسرافاً لا مبرر له (رضوان 2012م: ص 57-58).

مجتمع الدراسة

يتكون مجتمع الدراسة من (32) من مدراء ومدراء إدارات وعمداء ونوابهم ومنوبى مشتريات وبعض المحاسبين وقد تم توزيع 32 استبانة وتم جمع (29) منها وقد تم تغطية مجتمع الدراسة بالكامل.

التحليل الوصفي للمتغيرات الأساسية:

جدول (1): خصائص عينة الدراسة:

المتغير	البيان	التكرارات	النسب المئوية
النوع	ذكر	23	79.3
	انثى	6	20.7
العمر	اقل من 30 سنة	0	0
	31-40	10	34.5
	41-50	10	34.5
	اكثر من 50 سنة	9	31
الخبرة العملية	اقل من 10 سنوات	5	17.2
	11-20	10	34.5
	21-30	11	37.9
	اكثر من 30 سنة	3	10.3
المؤهل العلمي	ثانوي	1	3.4
	جامعي	4	13.8
	فوق الجامعي	24	82.8
مجال الوظيفة	مدير / مدير ادارة	8	25.9
	عميد / نائب عميد	16	55.6
	محاسب	3	11.1
	مندوب مشتريات	2	7.4

المصدر: إعداد الباحث من بيانات الدراسة، 2022.

يتضح من جدول (1) أن 79.3% من أفراد العينة هم من الذكور و20.7% من الإناث، وأن 0% و34.5% و34.5% و31% تتراوح أعمارهم بين أقل من 30 و31-40 و41-50 وأكثر من 50 على التوالي، وأن 17.2% خبرتهم أقل من 10 سنوات و34.5% و37.9% و10.3% خبرتهم العملية تتراوح بين 11-20 و21-30 وأكثر من 30 سنة على التوالي، وأن 82.8% من أفراد العينة مؤهلهم فوق الجامعي بينما 13.8% جامعيون، وأن 3.4% مؤهلهم العلمي ثانوي، وهذه المؤشرات تدل على أن أفراد العينة لديهم خبرة عملية وتأهيل علمي مما ينعكس على دقة البيانات التي يدلون بها، كما أن 25.9% من أفراد العينة مدراء إدارات و55.6% عمداء كليات و11.1% محاسبون و7.4% مندوبو مشتريات.

قياس الاعتمادية لأداة الدراسة

تم قياس درجة الاعتمادية لاستمارة الاستقصاء بموجب طريقة الفا كرونباخ وكانت النتائج كما في الجدول رقم (2).

جدول (2): نتائج قياس الاعتمادية لأداة الدراسة

المحور	عدد العبارات	معامل الثبات	معامل الصدق الذاتي
التخطيط الاستراتيجي	5	0.96	0.98
الشراء بالكمية المناسبة	6	0.97	0.98
الشراء بالجودة المناسبة	7	0.98	0.99
الشراء بالسعر المناسب	5	0.96	0.90
الاستبانة كاملة	23	0.99	0.99

المصدر: إعداد الباحث من بيانات الدراسة، 2022.

الأساليب الإحصائية المستخدمة

تم الاعتماد على البرنامج الإحصائي (SPSS) الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية Statistical Package for Social Sciences) فقد تم استخدام التكرارات والنسب المئوية والوسط الحسابي والانحراف المعياري للتحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة، وتم استخدام طريقة الفا كرونباخ لحساب معامل الثبات لقياس درجة الاعتمادية، معامل الارتباط لبيرسون لتحديد قوة واتجاه العلاقة بين المتغير التابع والمتغيرات المستقلة.

التحليل الوصفي لمحاو الدراسة:

جدول (3): المحاور الأول: التخطيط الاستراتيجي

#	عبارات المحور الأول	لا أوافق	محايد	أوافق	المتوسط المرجح	الانحراف المعياري	الاتجاه
		التكرار	النسبة	التكرار	النسبة		
1	للجامعة خطة استراتيجية واضحة لشراء احتياجاتها	23	1	5	1.38	0.78	لا أوافق
		79.3	3.5	17.2			
2	تقوم الجامعة بترتيب أولوياتها في الشراء وفق الخطة المرحلية	13	9	7	1.79	0.82	لا أوافق
		44.8	31	42.1			
3	تلتزم الجامعة بربط النشاط الشرائي بمشروعات الخطة المرحلية بالخطة الاستراتيجية	17	10	2	1.48	0.63	لا أوافق
		57.1	39.3	3.6			
4	تقوم الجامعة بتحليل عوامل البيئة الداخلية للتعرف علي مصادر القوة والضعف عند الشراء لترتيب أولوياتها وفق الاحتياجات الفعلية	16	10	3	1.55	0.68	لا أوافق
		55.2	34.5	10.3			
5	تقوم الجامعة بتحليل البيئة الخارجية للتعرف علي الفرص والتحديات التي تواجهها عند الشراء	17	6	6	1.62	0.82	لا أوافق
		58.6	20.7	20.7			
	التخطيط الاستراتيجي	86	36	23	1.56	0.75	لا أوافق
		59.3	24.8	15.9			

المصدر: إعداد الباحث من بيانات الدراسة، 2022.

يتبين للباحث من الجدول (3) أن نسبة الذين لا يوافقون على العبارة الأولى (للجامعة خطة استراتيجية واضحة عند الشراء) بلغ 79.3% والمتوسط الحسابي 1.38 وهو يمثل اتجاه عدم الموافقة على العبارة مما يدل على أن ليس للجامعة خطة استراتيجية عند الشراء، كما أن نسبة الذين لا يوافقون على العبارة الثانية (تقوم الجامعة بترتيب أولوياتها في الشراء وفق الخطة المرحلية) بلغ 44.8% والمتوسط الحسابي 1.79 وهو يمثل اتجاه عدم الموافقة على العبارة على عدم ترتيب الأولويات عند الشراء. كما أن نسبة الذين لا يوافقون على العبارة الثالثة (تلتزم الجامعة بربط النشاط الشرائي بمشروعات الخطة المرحلية بالخطة الاستراتيجية) بلغ 57.1% والمتوسط الحسابي 1.48 وهو يمثل اتجاه عدم الموافقة على العبارة. كما أن نسبة الذين لا يوافقون على العبارة الرابعة (تقوم الجامعة بتحليل عوامل البيئة الداخلية للتعرف على مصادر القوة والضعف عند الشراء لترتيب أولوياتها وفق الاحتياجات الفعلية) بلغت 55.2% والمتوسط الحسابي 1.55 وهو يمثل عدم الموافقة على تحليل عوامل البيئة الداخلية. كما أن نسبة الذين لا يوافقون على العبارة الخامسة (تقوم الجامعة بتحليل البيئة الخارجية للتعرف على الفرص والتهديدات التي تواجهها عند الشراء) بلغت 58.6% والمتوسط الحسابي 1.62 وهو يمثل عدم الموافقة على تحليل عوامل البيئة الخارجية.

جدول (4) المحور الثاني: الكمية المناسبة

#	عبارات المحور الثاني	لا أوافق التكرار النسبة	محايد التكرار النسبة	أوافق التكرار النسبة	المتوسط المرجح	الانحراف المعياري	الاتجاه
1	يتم وضع موازنة تقديرية لتحديد الكميات من المواد وفق برامج الخطة المرحلية للخطة الاستراتيجية	15	4	10	1.83	0.93	لا أوافق
		51.7	13.8	34.5			
2	يتم تحديد الكميات من المواد للوحدات التابعة للجامعة وفق البرامج المجازة	17	8	4	1.55	0.74	لا أوافق
		57.1	28.6	14.3			
3	للجامعة خطة واضحة للشراء تراعي فيها تكاليف التخزين والتأمين ضد السرقة والحريق	21	5	3	1.38	0.68	لا أوافق
		72.4	17.2	10.3			
4	تعمل الجامعة علي توفير فائض من المواد لتفادي تعطيل العمل	15	7	7	1.72	0.84	لا أوافق
		51.7	24.1	24.1			
5	تقوم الجامعة بشراء الكميات المناسبة لتفادي تجميد جزء من رأس المال في مخزون معطل	12	8	9	1.90	0.86	لا أوافق
		41.4	27.6	31			
6	تحديد نقطة إعادة الطلب لكل المواد المشتراة بالجامعة	13	13	3	1.65	0.67	لا أوافق
		44.8	44.8	10.3			
	الكمية المناسبة	93	45	36	1.67	0.80	لا أوافق
		53.4	25.9	20.7			

المصدر: إعداد الباحث من بيانات الدراسة، 2022.

يتبين من جدول (4) أن نسبة الذين لا يوافقون على العبارة الأولى (يتم وضع موازنة تقديرية لتحديد الكميات من المواد وفق برامج الخطة المرحلية للخطة الاستراتيجية) بلغ 51.7% والمتوسط الحسابي 1.83 وأن نسبة الذين لا يوافقون على العبارة الثانية (يتم تحديد الكميات من المواد للوحدات التابعة للجامعة وفق البرامج المجازة) بلغ 57.1% والمتوسط الحسابي 1.55 وهو يمثل اتجاه عدم الموافقة على العبارة. كما أن نسبة الذين لا يوافقون على العبارة الثالثة (للجامعة خطة واضحة للشراء تراعي فيها تكاليف التخزين والتأمين ضد السرقة والحريق) بلغ 72.4% والمتوسط الحسابي 1.38 وهو يمثل اتجاه عدم الموافقة على العبارة. كما أن نسبة الذين لا يوافقون على العبارة الرابعة (تعمل الجامعة على توفير فائض من المواد لتفادي تعطيل العمل) بلغت 51.7% والمتوسط الحسابي 1.72 وهو يمثل عدم الموافقة على العبارة. كما أن نسبة

الذين لا يوافقون على العبارة الخامسة (تقوم الجامعة بشراء الكميات المناسبة لتفادي تجميد جزء من رأس المال في مخزون معطل) بلغت 41.4% والمتوسط الحسابي 1.90 وهو يمثل عدم الموافقة على العبارة. كما بلغت نسبة الذين لا يوافقون على العبارة السادسة (تحديد نقطة إعادة الطلب لكل المواد المشتراة بالجامعة) 44.8% والوسط الحسابي 1.65 وهو اتجاه لعدم الموافقة على العبارة.

جدول (5): المحور الثالث: الجودة المناسبة

#	عبارات المحور الثالث	لا أوافق التكرار النسبة	محايد التكرار النسبة	أوافق التكرار النسبة	المتوسط المرجح	الانحراف المعياري	الاتجاه
1	تلتزم الجامعة بمعايير المواصفات والمقاييس المعتمدة عند الشراء.	17	8	4	1.55	0.74	لا أوافق
		58.6	27.6	13.8			
2	العلامة التجارية هي المستخدمة في توصيف جودة المواد المشتراة للجامعة.	13	12	4	1.69	0.71	محايد
		44.8	41.4	13.8			
3	تتأكد لجنة المشتريات بالجامعة من ان المورد التزم بالمواصفات والمقاييس المطلوبة	11	12	6	1.83	0.76	لا أوافق
		37.9	41.4	20.7			
4	الاهتمام بوضع مواصفات دقيقة وكاملة لمستويات الجودة	18	8	3	1.48	0.69	لا أوافق
		63	29.6	7.4			
5	وضع نظام وأسس دقيقة لفحص الأصناف المشتراة	18	9	2	1.52	0.74	لا أوافق
		62.1	31	6.9			
6	يتم الرجوع الي أوامر الشراء للتأكد من الجودة المطلوبة	15	10	4	1.62	0.73	لا أوافق
		51.3	34.5	13.8			
7	رفض البضاعة وتحصيل التعويض أو الاستبدال في حال عدم مطابقتها للمواصفات المطلوبة	12	11	6	1.79	0.77	لا أوافق
		42.9	35.7	21.4			
	الجودة المناسبة	104	68	31	1.64	0.73	لا اوافق
		51.2	33.5	15.3			

المصدر: إعداد الباحث من بيانات الدراسة، 2022.

تبين للباحث من جدول (5) أن نسبة الذين لا يوافقون على العبارة الأولى (تلتزم الجامعة بمعايير المواصفات والمقاييس المعتمدة عند الشراء.) بلغ 58.6% والمتوسط الحسابي 1.55 وهو يمثل اتجاه عدم الموافقة على العبارة مما يدل على أن الجامعة لا تلتزم بالمعايير والمواصفات عند الشراء، كما أن نسبة الذين لا يوافقون على العبارة الثانية (العلامة التجارية هي المستخدمة في توصيف جودة المواد المشتراة للجامعة) بلغ 44.8% والمتوسط الحسابي 1.69 وهو يمثل عدم الموافقة على العبارة مما يعني أن الجامعة لا تهتم بالعلامة التجارية عند شراء احتياجاتها. كما أن نسبة الذين لا يوافقون على العبارة الثالثة (تتأكد لجنة المشتريات بالجامعة من ان المورد التزم بالمواصفات والمقاييس المطلوبة) بلغ 37.9% والمتوسط الحسابي 1.83 وهو يمثل اتجاه عدم الموافقة على العبارة. كما أن نسبة الذين لا يوافقون على العبارة الرابعة (الاهتمام بوضع مواصفات دقيقة وكاملة لمستويات الجودة) بلغت 63% والمتوسط الحسابي 1.48 وهو يمثل عدم الموافقة على وضع مواصفات دقيقة وكاملة لمستويات الجودة. كما أن نسبة الذين لا يوافقون على العبارة الخامسة (وضع نظام وأسس دقيقة لفحص الأصناف المشتراة) بلغت 62.1% والمتوسط الحسابي 1.52 وهو يمثل عدم الموافقة على العبارة. كما أن نسبة الذين لا يوافقون على العبارة السادسة (يتم الرجوع الي أوامر الشراء للتأكد من الجودة المطلوبة) بلغت 51.3% والمتوسط الحسابي 1.62 وهو يمثل عدم الموافقة على العبارة. كما أن نسبة الذين لا يوافقون على العبارة السابعة (رفض البضاعة

وتحصيل التعويض أو الاستبدال في حال عدم مطابقتها للمواصفات المطلوبة) بلغت 42.9% والمتوسط الحسابي 1.72 وهو يمثل عدم الموافقة على العبارة.

جدول (6): المحور الرابع- السعر المناسب

#	عبارات المحور الأول	لا أوافق	محايد	أوافق	المتوسط المرجح	الانحراف المعياري	الاتجاه
1	يحدد السعر بناء على أسعار المنافسين	5	6	18	2.45	0.78	أوافق
		17.2	20.7	62.1			
2	الحصول على خصم الكمية والخصم النقدي والتجاري باتباع السياسات المناسبة عند تحديد الأسعار	7	6	16	2.31	0.85	أوافق
		24.1	20.7	55.2			
3	استخدام قوائم الأسعار أو المناقصات للحصول على المعلومة السعرية	3	8	16	2.51	0.69	أوافق
		10.7	28.6	60.7			
4	مراعاة الوضع في الحساب الخدمات التي يقدمها المورد عند تحديد السعر	10	12	7	1.90	0.77	لا أوافق
		37.9	41.4	20.7			
5	مراعاة الوضع في الاعتبار ظروف العرض والطلب في السوق عند تحديد السعر	9	13	7	1.93	0.75	لا أوافق
		31	44.8	24.1			
	السعر المناسب	34	45	66	2.22	0.80	أوافق
		23.4	31	45.5			

المصدر: إعداد الباحث من بيانات الدراسة، 2022.

يتبين للباحث من الجدول رقم (6) أن نسبة الذين لا يوافقون على العبارة الأولى (يحدد السعر بناء على أسعار المنافسين) بلغ 17.2% والمتوسط الحسابي (2.45). وهو يمثل اتجاه الموافقة على العبارة. كما أن نسبة الذين لا يوافقون على العبارة الثانية (الحصول على خصم الكمية والخصم النقدي والتجاري باتباع السياسات المناسبة عند تحديد الأسعار) بلغ 24.1% والمتوسط الحسابي 2.31 وهو يمثل اتجاه الموافقة على العبارة. كما أن نسبة الذين لا يوافقون على العبارة الثالثة (استخدام قوائم الأسعار أو المناقصات للحصول على المعلومة السعرية) بلغت 10.7% والمتوسط الحسابي 2.52 وهو يمثل الموافقة على العبارة كما أن نسبة الذين لا يوافقون على العبارة الرابعة (مراعاة الوضع في الحساب الخدمات التي يقدمها المورد عند تحديد السعر) بلغت 37.9% والمتوسط الحسابي 1.90 وهو يمثل عدم الموافقة على العبارة. بلغت نسبة الذين لا يوافقون على العبارة الخامسة (مراعاة الوضع في الاعتبار ظروف العرض والطلب في السوق عند تحديد السعر) 31% والوسط الحسابي 1.92 وهو اتجاه لعدم الموافقة على العبارة

مناقشة فرضيات الدراسة

لمناقشة فرضيات الدراسة تم تحويل متغيرات الدراسة النوعية إلى متغيرات كمية تمثل متوسط استجابات المبحوثين عن متغيرات الدراسة كل محور على حدة لنحصل بذلك على أربعة متغيرات كمية تعبر عن متوسطات استجابات المحاور الأربعة (التخطيط الاستراتيجي، الكمية المناسبة، الجودة المناسبة، السعر المناسب)، أما التكنيك الإحصائي المستخدم حسب طبيعية البيانات هو عبارة عن الانحدار الخطي البسيط، حيث يستخدم نموذج الانحدار الخطي البسيط في حالة وجود متغير مستقل واحد (X) ومتغير تابع Y في فرضية الدراسة، ويأخذ نموذج الانحدار الخطي البسيط المقدّر المعادلة الأساسية التالية:

$$\hat{Y} = \hat{B}_0 + \hat{B}_1 X_i$$

حيث أن $\hat{B}_0$ تمثل الجزء الثابت للنموذج. و $\hat{B}_1$ تمثل معامل الانحدار.

ولاختبار الفرضيات (الأولى، الثانية، الثالثة) تم استخدام نموذج الانحدار الخطي البسيط لكل فرضية على حدة، ذلك لاختبار وجود العلاقة المعنوية بين المتغير التابع والمتغير المستقل كل على حدة أي لاختبار ما إذا كان التخطيط الاستراتيجي

يؤثر على مشتريات جامعة وادي النيل، فتكون فرضية العدم لكل فرضية بالصيغة التالية: $H_0 : B_i = 0$

الفرضية أعلاه تعني أن معامل الانحدار يساوي صفر مما يشير إلى أن المتغير المستقل ليس له تأثير معنوي على المتغير التابع وبالتالي عدم وجود ارتباط بين المتغيرين، أي لا توجد علاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع، أما الفرضية البديلة

تأخذ الصيغة التالية: $H_a : B_i \neq 0$

والفرضية أعلاه تعني أن معامل الانحدار لا يساوي صفر مما يشير إلى أن المتغير المستقل له تأثير معنوي على المتغير التابع كما تعني وجود ارتباط معنوي بين المتغيرين، أي أن هنالك علاقة ذات دلالة إحصائية بين المتغير التابع (الكمية مثلاً) والتخطيط الاستراتيجي. ولاتخاذ القرار حول قبول أو رفض فرضية العدم (H_0) يُستخدم لذلك مستوى الدلالة الإحصائية الخاصة باختبار المعنوية لمعامل الارتباط والانحدار ومقارنتها بقيمة الخطأ المسموح فإذا كان مستوى الدلالة الإحصائية أقل من الخطأ المسموح به نرفض فرض العدم، أما إذا كان مستوى الدلالة الإحصائية أكبر من أو يساوي الخطأ المسموح به نقبل فرض العدم ونستنتج عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المتغيرين (التابع والمستقل)، حيث (H_0) تشير إلى فرض العدم بينما (H_1) تشير إلى الفرض البديل وذلك في كل اختبارات الفروض الإحصائية.

اختبار الفرضية الأولى:

يؤثر التخطيط الاستراتيجي في اختيار الكمية المناسبة من المواد المشتراة للجامعة.

جدول (7): يوضح أسلوب تحليل التباين (ANOVA) لقياس أثر التخطيط الاستراتيجي في الكمية المناسبة

مصدر الاختلاف	درجات الحرية	مجموع المربعات	متوسط مربعات	معامل الارتباط	معامل التحديد	F المحسوبة	مستوى المعنوية
بين المجموعات	1	14.297	14.297	0.97	0.95	591.269	0.000
الخطأ	27	0.786	0.029				
التباين الكلي	28	15.082					

المصدر: إعداد الباحث من بيانات الدراسة، 2022.

جدول (8): يوضح تأثير التخطيط الاستراتيجي في الكمية المناسبة

النموذج	β	قيمة t	مستوى المعنوية
الثابت	0.063	0.794	0.434
التخطيط الاستراتيجي	1.028	22.165	0.000

المصدر: إعداد الباحث من بيانات الدراسة، 2022.

يتضح من خلال نتائج جدول تحليل التباين (8) أن قيمة معامل التحديد 0.95 وهي تشير إلى أن التخطيط الاستراتيجي يفسر 95% من التغير في اختيار الكمية المناسبة والباقي إلى تدخل متغيرات أخرى، كما نلاحظ أن قيمة معامل الارتباط بلغت 0.97 وهي تفسر أن هنالك علاقة طردية قوية جداً بين التخطيط الاستراتيجي واختيار الكمية المناسبة، كما يتضح أن القيمة الاحتمالية (P-value) للحد الثابت أكبر من 0.05 مما يعني قبول فرض العدم أي عدم معنوية الحد الثابت، كما يتضح وجود تأثير معنوي مقداره 1.028 لمتغير التخطيط الاستراتيجي في اختيار الكمية المناسبة، مما سبق نستنتج وجود تأثير معنوي للتخطيط الاستراتيجي، ومن جانب آخر عند مقارنة القيمة الاحتمالية نلاحظ أن مستوى المعنوية أقل من 0.05 وهذا يعني قبول الفرضية الأولى للدراسة التي تنص على أن التخطيط الاستراتيجي يؤثر في اختيار الكمية المناسبة من المواد المشتراة للجامعة.

اختبار الفرضية الثانية:

يؤثر التخطيط الاستراتيجي في اختيار الجودة المناسبة للمواد المشتراة للجامعة.

جدول (9): يوضح أسلوب تحليل التباين (ANOVA) لقياس أثر التخطيط الاستراتيجي في اختيار الجودة المناسبة

مصدر الاختلاف	درجات الحرية	مجموع المربعات	متوسط مجموع المربعات	معامل الارتباط	معامل التحديد	F المحسوبة	مستوى المعنوية
بين المجموعات	1	12.905	12.905	0.98	0.96	591.269	0.000
الخطأ	27	0.589	0.022				
التباين الكلي	28	13.495					

المصدر: إعداد الباحث من بيانات الدراسة، 2022.

جدول (10): يوضح تأثير التخطيط الاستراتيجي في الجودة المناسبة

النموذج	β	قيمة t	مستوى المعنوية
الثابت	0.111	1.62	1170.
التخطيط الاستراتيجي	0.977	24.32	0.000

المصدر: إعداد الباحث من بيانات الدراسة، 2022.

يتضح من خلال نتائج جدول تحليل التباين (10) أن قيمة معامل التحديد 0.96 وهي تشير إلى أن التخطيط الاستراتيجي يفسر 96% من التغير في اختيار الجودة المناسبة والباقي إلى تدخل متغيرات أخرى، كما نلاحظ أن قيمة معامل الارتباط بلغت 0.98 وهي تفسر أن هنالك علاقة طردية قوية جداً بين التخطيط الاستراتيجي واختيار الجودة المناسبة، كما يتضح من خلال نتائج (10) أن القيمة الاحتمالية (P-value) للحد الثابت أكبر من 0.05 مما يعني قبول فرض العدم أي عدم معنوية الحد الثابت، كما يتضح وجود تأثير معنوي مقداره 0.977 لمتغير التخطيط الاستراتيجي في اختيار الجودة المناسبة، مما سبق نستنتج وجود تأثير معنوي للتخطيط الاستراتيجي، ومن جانب آخر عند مقارنة القيمة الاحتمالية نلاحظ أن مستوى المعنوية أقل من 0.05 وهذا يعني قبول الفرضية الثانية للدراسة التي تنص على أن التخطيط الاستراتيجي يؤثر في اختيار الجودة المناسبة من المواد المشتراة للجامعة.

اختبار الفرضية الثالثة:

يؤثر التخطيط الاستراتيجي في اختيار السعر المناسب للمواد المشتراة للجامعة.

جدول (11) يوضح أسلوب تحليل التباين (ANOVA) لقياس أثر التخطيط الاستراتيجي في اختيار السعر المناسب

مصدر الاختلاف	درجات الحرية	مجموع المربعات	متوسط مجموع المربعات	معامل الارتباط	معامل التحديد	F المحسوبة	مستوى المعنوية
بين المجموعات	1	8.593	8.593	0.77	0.59	39.226	0.000
الخطأ	27	5.915	0.219				
التباين الكلي	28	14.508					

المصدر: إعداد الباحث من بيانات الدراسة، 2022...

جدول (12) يوضح تأثير التخطيط الاستراتيجي في السعر المناسب

النموذج	β	قيمة t	مستوى المعنوية
الثابت	0.973	4.476	0.000
التخطيط الاستراتيجي	0.797	6.263	0.000

المصدر: إعداد الباحث من بيانات الدراسة، 2022..

يتضح من خلال نتائج جدول تحليل التباين (11) أن قيمة معامل التحديد 0.59 وهي تشير إلى أن التخطيط الاستراتيجي يفسر 59% من التغير في اختيار السعر المناسب والباقي إلى تدخل متغيرات أخرى، كما نلاحظ أن قيمة معامل الارتباط بلغت 0.77 وهي تفسر أن هنالك علاقة طردية قوية بين التخطيط الاستراتيجي واختيار السعر المناسب، كما يتضح من خلال نتائج الجدول (12) أن القيمة الاحتمالية (P-value) للحد الثابت أقل من 0.05 مما يعني رفض فرض العدم أي معنوية الحد الثابت، كما يتضح وجود تأثير معنوي مقداره 0.797 متغير التخطيط الاستراتيجي في اختيار السعر المناسب، مما سبق نستنتج وجود تأثير معنوي للتخطيط الاستراتيجي، ومن جانب آخر عند مقارنة القيمة الاحتمالية نلاحظ أن مستوى المعنوية أقل من 0.05 وهذا يعني قبول الفرضية الثالثة للدراسة التي تنص على أن التخطيط الاستراتيجي يؤثر في اختيار السعر المناسب من المواد المشتراة للجامعة.

النتائج

.من خلال الدراسة اتضح أن المدراء وعمداء الكليات وغيرهم هم من الذكور ويمتازون بالخبرة العملية والتأهيل العلمي .
 . اتضح من خلال الدراسة عدم وجود خطة استراتيجية واضحة مع عدم ترتيب الأولويات عند الشراء
 . اتضح أيضا أن الجامعة لا تهتم بتحليل عوامل البيئة المحيطة بها سواء الداخلية أو الخارجية
 . عدم اهتمام الجامعة بوضع موازنة تقديرية لتحديد الكميات مع عدم مراعاة تكاليف التخزين والتأمين
 . لا توفر الجامعة فائضا من المواد لتفادي تعطيل العمل
 . لا تهتم الجامعة بمعايير المواصفات والمقاييس ولا العلامة التجارية عند الشراء
 . عدم الرجوع الي أوامر الشراء للتأكد من الجودة المطلوبة
 . تهتم الجامعة بدراسة اسعار المنافسين
 . تستخدم الجامعة قوائم الاسعار والمناقصات للحصول على المعلومة السعريه
 . عدم اهتمام الجامعة بالخدمات التي تقدم من المورد عند تحديد السعر ولا تهتم بظروف العرض والطلب في السوق.

التوصيات

. ضرورة وجود خطة استراتيجية لشراء الاحتياجات الخاصة بالجامعة مع ترتيب الأولويات عند الشراء.
 . ضرورة الاهتمام بتحليل عوامل البيئة الداخلية للجامعة للاستفادة من نقاط القوة ومعرفة نقاط الضعف وكذلك العوامل الخارجية للاستفادة من الفرص وتجنب المخاطر
 . وضع موازنة تقديرية لتحديد الكميات المناسبة.
 . لابد من الاهتمام بمعايير الجودة ومقاييسها عند الشراء
 . الرجوع الي أوامر الشراء للتأكد من مواصفات الجودة والعلامة التجارية
 . مضاعفة الاهتمام بدراسة أسعار المنافسين واستخدام قوائم الاسعار و المناقصات للحصول على المعلومة السعريه.
 . لابد من ضرورة الاهتمام بمعرفة الخدمات التي سيقدمها المورد للجامعة عند تحديد الأسعار

المراجع

- حسين، أمال نمر (2010). تطبيق التخطيط الاستراتيجي وعلاقته بأداء المؤسسات الأهلية والنسوية في قطاع غزة. رسالة ماجستير في إدارة الأعمال جامعة الأزهر.
- خير الدين، غسان مدحت (2012). مدخل الفكر الاستراتيجي، دار اليازة للنشر والتوزيع.
- ذو النون، الصانع نبيل (2011). الادارة مبادئ وأساسيات، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع.
- رضوان، محمود عبد الفتاح (2012). الأساليب الحديثة في إدارة المشتريات، المجموعة العربية للتدريب والنشر.
- زويلف، مهدي حسن، والعلانة، على السليم (1988م). ادارة المشتريات والتخزين مدخل كمي. دار الفكر الطبعة الأولى.
- الشنواني، صلاح (1991م). الاصول العلمية للشراء والتخزين. مؤسسة شهاب الجامعية للنشر والتوزيع.
- الصباب، أحمد عبد الله (2013م). اساسيات الادارة الحديثة. خوارزم العلمية للنشر والتوزيع.
- عبد الفتاح، محمد سعيد (1988م). إدارة المشتريات والمخازن، المكتب العربي الحديث.
- عطا الله، سمر رجب (2005م). واقع التخطيط الاستراتيجي في قطاع المقاولات، دراسة ميدانية على شركات المقاولات قطاع غزة. رسالة ماجستير، الجامعة الاسلامية غزة.
- الكبيسي، محمد عادل حمد (2012م). أثر التخطيط الاستراتيجي في تبني التجارة الالكترونية على الحصاة السوقية، دراسة تطبيقية على شركات البرمجيات المتبنية للتجارة الالكترونية في الاردن. رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط.
- المدهون، مني ابراهيم خليل (2013م). التخطيط الاستراتيجي باستخدام بطاقة الاداء المتوازن، دراسة تطبيقية على مركز التدريب المجتمعي وادارة الازمات. الجامعة الاسلامية.
- نور الدين، سليم محمود (2008م). دور التخطيط الاستراتيجي في زيادة فاعلية الادارة المدرسية بمحافظات غزة، رسالة ماجستير، الجامعة الاسلامية.