

استراتيجيات الريادة وأثرها على تحقيق الميزة التنافسية، (دراسة حالة جامعة المشرق- الكلية الأردنية السودانية 2021م)

عبد العزيز حسن عبد العزيز
الأستاذ المساعد بقسم إدارة الأعمال
كلية الدراسات التجارية- جامعة كردفان- السودان

عالم الحاج آدم عبد الرحيم
الأستاذ المساعد بقسم الإدارة العامة
كلية العلوم الإدارية- جامعة بحري- السودان
جامعة نجران- السعودية
aleemalhaj15@gmail.com

قبول البحث: 2021/11/25

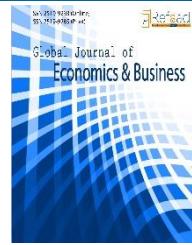
مراجعة البحث: 2021 / 11/20

استلام البحث: 2021 / 10/20

DOI: <https://doi.org/10.31559/GJEB2021.11.3.2>



This file is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International](#)



استراتيجيات الريادة وأثرها على تحقيق الميزة التنافسية، (دراسة حالة جامعة المشرق-الكلية الأردنية السودانية 2021م)

عالم الحاج آدم عبد الرحيم

الأستاذ المساعد بقسم الإدارة العامة- كلية العلوم الإدارية- جامعة بحري- السودان- جامعة نجران- السعودية
aleemalhaj15@gmail.com

عبد العزيز حسن عبد العزيز

الأستاذ المساعد بقسم إدارة الأعمال- كلية الدراسات التجارية- جامعة كردفان- السودان

استلام البحث: 2021/10/20 مراجعة البحث: 2021/11/20 قبول البحث: 2021/11/25 DOI: <https://doi.org/10.31559/GJEB2021.11.3.2>

الملخص:

تناولت هذه الدراسة استراتيجيات الريادة وأثرها على تحقيق الميزة التنافسية في الجامعات الخاصة بولاية الخرطوم، تم استخدام الاستبانة كأداة لجمع البيانات، واتبع البحث المنهج الوصفي والتحليلي، لتحليل البيانات. وتوصل البحث إلى عدة نتائج منها: إن تبني فلسفة التحسين المستمر من قبل الجامعات السودانية الخاصة لا تساهم بالمستوى المطلوب في تطوير أداء هيئة التدريس نسبة لغياب الخطط الواضحة ونقص العدد الكافي المؤهل من أعضاء هيئة التدريس، وهناك دعم ومساندة من قبل الإدارة العليا للتحسين المستمر مما ساهم في تطوير المناهج الدراسية. وأوصى البحث بضرورة الاهتمام بفلسفة التحسين المستمر بغرض تطوير أداء أعضاء هيئة التدريس وتوسيعه العاملين بأهميته، استقطاب وتعيين العدد الكافي والمؤهل من أعضاء هيئة التدريس بغرض تحقيق التحسين المستمر للخدمات التعليمية.

الكلمات المفتاحية: استراتيجيات الريادة؛ الميزة التنافسية.

1. المقدمة:

إن التطور التكنولوجي والعلمي في منظمات الأعمال الحديثة قد ساعد على بلورة كثير من المنظمات الريادية في مختلف قطاعات الأعمال وخصوصاً مع إزدياد المنافسة، والإبتكار، وكذلك عمليات الريادة أصبحت من الإدارة الاستراتيجية لأعمال هذه المنظمات، نتيجة التحول إلى منظمات المعرفة وليس الأعمال الروتينية وتحسين مؤشرات المعرفة وتنشأ المنظمات الريادية من خلال نوعين من العمليات مما الأول تطور أنماط جديدة من الأعمال سواء كان من خلال الإبداع الداخلي أم المشاركة في المخاطرة، والآخر يتم من خلال تطوير المنظمات بواسطة التحديث الإستراتيجي أو التكامل ما بين الموارد، وتستطيع المنظمات الريادية الدخول إلى الأسواق بواسطة منتجات جديدة ومخاطر جديدة وفرص جديدة من خلال الاستفادة بذلك سواء إن كانت بالإبداع أم أخذ المخاطرة والمغامرة والاستقلالية والإبتكار والميزة التنافسية والتفرد. وإن المنظمات الريادية بحاجة إلى إدارة قادرة على إيجاد نوع من التناغم بين ما تمتلكه من معرفة كلية وقدرات فنية والتحفيظ الإستراتيجي وإمتلاك الرؤى الثاقبة لأهداف المنظمة الريادية.

1.1 مشكلة البحث:

تكمن مشكلة البحث في أن هناك الكثير من التأثيرات التي تحدثها استراتيجيات رياضة الأعمال على الميزة التنافسية وتتفق منها عدد من الأسئلة الفرعية التالية:

- ما تأثير استراتيجية الإبداع على تحقيق استراتيجية التكلفة الأقل؟
- هل تؤثر استراتيجية الإبداع على تحقيق استراتيجية التميز؟

- ما أثر استراتيجية الإبتكار على تحقيق استراتيجية التكلفة الأقل؟
- هل تؤثر استراتيجية الإبتكار على تحقيق استراتيجية التميز؟

2.1. أهمية البحث:

تأتي أهمية البحث من أهمية الدور الذي تلعبه استراتيجيات الريادة في إدارة منظمات الأعمال وبالتالي يستطيع المديرون من تحقيق الميزة التنافسية بالإضافة لأثر الاستراتيجيات على تحقيق ميزة تنافسية لمنظمات الأعمال وكيفية مواجهة المنظمات الأخرى من خلال الإبداع والإبتكار والتفرد.

3.1. أهداف البحث:

هدف البحث التعرف على هدف رئيس وعدد من الأهداف الفرعية التالية:
التعرف على أثر استراتيجيات رياضة الأعمال (استراتيجية الإبداع، استراتيجية الإبتكار على الميزة التنافسية (استراتيجية التكلفة الأقل، استراتيجية التميز) ويتفرع منها عدد من الأهداف الفرعية التالية:

- بيان أثر استراتيجية الإبداع على تحقيق استراتيجية التكلفة الأقل
- التعرف على أثر استراتيجية الإبداع على تحقيق ميزة التميز
- بيان أثر استراتيجية الإبتكار على تحقيق ميزة التكلفة الأقل
- بيان أثر استراتيجية الإبتكار على تحقيق ميزة التميز.

4.1. فرضيات البحث:

الفرضية الرئيسية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استراتيجيات الريادة وتحقيق الميزة التنافسية. وتتفرع من منها الفرضيات التالية:

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استراتيجية الإبداع والتكلفة الأقل.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استراتيجية الإبداع وميزة التميز.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استراتيجية الإبتكار والتكلفة الأقل.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استراتيجية الإبتكار وميزة التميز.

5.1. مناهج البحث:

استخدم الباحث المنهج الوصفي والتحليلي في تناوله للموضوع وذلك للوصول إلى النتائج ومن ثم تقديم التوصيات.

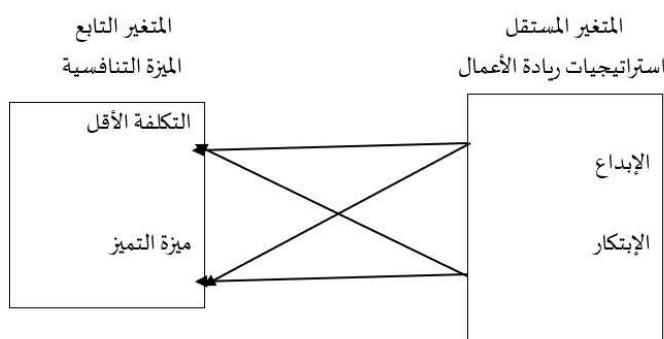
6.1. مصادر جمع البيانات:

المصادر الأولية، الإستبانة والمصادر ثانوية، الكتب والمراجع والدوريات والرسائل الجامعية والإنترنت.

7.1. حدود البحث:

- الحدود الزمنية: من مارس 2020م إلى يناير 2021م.
- الحدود المكانية: الجامعات والكليات الخاصة بولاية الخرطوم.
- الحدود الموضوعية: اقتصرت البحث على دراسة استراتيجيات رياضة الأعمال على الميزة التنافسية.

8.1. نموذج البحث:



شكل (1): نموذج الدراسة

المصدر: إعداد الباحثان من واقع الدراسات السابقة 2020م

9.1. مصطلحات الدراسة:

- **ريادة الأعمال:** تعرف بأنها العملية والإجراءات التي يتم فيها إنشاء شيء جديد ذي قيمة، ويطلب تحمل المخاطر الناجمة عنه، مع ضرورة تخصيص الوقت والجهد والمال اللازم لتنفيذها، مما ينبع استقبال العوائد المادية والمعنوية المصاحبة لها.¹
- **استراتيجية الريادة:** هي تلك الاستراتيجيات التي تشجع المنظمات على الإبداع والإبتكار والتفرد وأخذ المخاطرة والمبادرة.²
- **الإبداع:** هو الوسيلة التي يمكن للشركة من خلالها أن تخلق أفكاراً جديدة وذلك لتقديم خدمات تشبّع حاجات ورغبات الزبائن.³
- **الابتكار:** هو الذي ينشأ عنه نتائج جديدة لما يحدث من تفاعل بين الفرد وأسلوبه المتميّز وما يواجهه في بيئته.⁴
- **الميزة التنافسية:** تعني اكتشاف طرق جديدة أكثر فعالية من تلك المستخدمة من قبل المنافسين.⁵
- **التكلفة الأقل:** هي قدرة المؤسسة على تصميم خدمة تعليمية أقل تكلفة مقارنة بمنافسيها مما يؤدي إلى تحقيق عائد أكبر.⁶
- **التميز:** هو مجموعة من المعرف والمهارات والقدرات التي يمتلكها أصحاب الأداء المتميّز في الكادر الإداري.⁷

10.1. الدراسات السابقة:

أولاًً: الدراسات المتعلقة بالمتغير المستقل:

- دراسة عبدالله (2020)⁸: هدف البحث لبيان تأثير الريادة الإستراتيجية في تعزيز مقدرات المنظمات الرشيقية بالتطبيق في عينة من فروع شركات الاتصالات المتنقلة في منطقة الفرات الأوسط، تم اعتماد أبعاد الريادة الاستراتيجية (الثقافة الريادية، القيادة الريادي، التفكير الريادي، الإدارة الاستراتيجية للموارد)، كما تم اعتماد مقدرات المنظمة الرشيقية إستناداً إلى (الاستجابة، المقدرة، المرونة، السرعة). ومن أهم النتائج التي توصل إليها أن أبعاد الريادة الاستراتيجية تؤثر تأثيراً فاعلاً في تعزيز مقدرات المنظمات الرشيقية. وقد اختتم البحث بعدد من التوصيات أبرزها ضرورة توظيف أبعاد الريادة الاستراتيجية في تعزيز العلاقة التأثيرية الإيجابية بينها وبين مقدرات المنظمات الرشيقية ضمن قطاع الاتصالات المتنقلة بما ينسجم مع الاستمرار في ابتكار خدمات ذات قيمة استراتيجية للشركات ولزيانها عبر مراكزها الخدمية المنتشرة حديثاً في المحافظات عينة البحث.
- دراسة حنيفي وأبو رومان (2019)⁹: هدفت الدراسة إلى بيان أثر تبني استراتيجية الريادة في المصادر العاملة في الأردن، حيث تناولت أبعاد الريادة التالية (الثقافة الريادية، والإبداع والإبتكار، ودرجة التنافسية، ودرجة الإستقلالية)، وقد توصلت الدراسة إلى وجود آثار ذات دلالة إحصائية لأبعاد الريادة (الثقافة الريادية، والإبداع والإبتكار، ودرجة التنافسية، ودرجة الإستقلالية)، على تحقيق التنمية الاقتصادية. وأوصت الدراسة بضرورة إتباع المصادر سياسة التطوير والتحسين المستمر للسياسات والإجراءات والأنظمة والبرامج المستخدمة في تسيير الأعمال، بالإضافة إلى أهمية حرص المصادر على رفع كفاءة موظفها وتطوير مهاراتهم وخبراتهم وحثهم على مراعاة قواعد السلوك المهني للوصول بهم إلى مستوى الريادة.

ثانياً: الدراسات المتعلقة بالمتغير التابع:

- دراسة بيطراوي وزوبيري (2018-2019)¹⁰: تمثلت مشكلة الدراسة في أثر التوجيه الإستراتيجي الريادي في تحقيق الميزة التنافسية بمؤسسة الأسمدة لفارج هولسيم بالمسيلة، هدفت الدراسة إلى تسلیط الضوء على مفهوم التوجيه الإستراتيجي الريادي وتأثيره على الميزة التنافسية، افترضت الدراسة على التالي: يوجد أثر للتوجيه الإستراتيجي الريادي على الميزة التنافسية بالقيادة وبالتكلفة في مؤسسة لفارج هولسيم، يوجد أثر للتوجيه الإستراتيجي الريادي على الميزة التنافسية بالتركيز في مؤسسة لفارج هولسيم.
- دراسة دحماني (2018)¹¹: هدفت الدراسة إلى أن معرفة هل للتوجيه الريادي دور في تعزيز تنافسية المؤسسة من خلال استعمال المنهج الوصفي التحليلي وأدّاه متمثلة في الاستبيان الموجه لمؤسسة ومان للأثاث، وقد خلصت إلى وجود علاقة ارتباط موجبة بين كل أبعاد التوجيه الريادي

¹ مصطفى يوسف كافي 2016م، ريادة الأعمال وإدارة المشاريع الصغيرة، ط1، دار إسلامة للنشر والتوزيع، الأردن – عمان - العبدلي.

² عامر خربوطلي، 2018م رياضة الأعمال والمشروعات الصغيرة والمتوسطة، منشورات الجامعة الافتراضية السورية.

³ علي لاحم الزعبي وماجد عبد العزيز الجريبي، 2007م، دور وأهمية الإبداع المحاسبي في تحقيق الميزة التنافسية الاقتصادية في مؤسسات المال والأعمال الأردنية، بحث علمي مقدم إلى المؤتمر العلمي الخامس لكلية العلوم الإدارية والمالية في جامعة فيلادلفيا.

⁴ الأمم المتحدة:2006م، المجلس الاقتصادي والاجتماعي: لجنة الخبراء المهمة بالإدارة العامة، الإبتكارات في مجال الحكم والإدارة العامة لتحقيق الأهداف الإنمائية المتبقية عليها ودليلاً.

⁵ موسى عيسى ابكر، 2020م، ط1 أساليب التكلفة الاستراتيجية ودورها في دعم الميزة التنافسية للقطاع الصناعي، الدار العالمية، القاهرة.

⁶ موسى عيسى ابكر 2020م ط1، مرجع سوق ذكرة ص 37.

⁷ زغداد رأحمة، 2011م، المنافسة التنافسية والبدائل الاستراتيجية، دار جيد للنشر والتوزيع، الأردن، عمان.

⁸ عبد الله 2020م، دور الريادة الإستراتيجية في تعزيز مقدرات المنظمات الرشيقية، دراسة حالة شركات الاتصالات في منطقة الفرات، جامعة كربلا. رسالة ماجستير، منشورة.

⁹ إيمان حنيفي، محمد أبو رومان 2019م، استراتيجية الريادة ودورها في تحقيق التنمية الاقتصادية: دراسة ميدانية على قطاع المصادر العاملة في الأردن المؤتمر الدولي في تكنولوجيا الأعمال والاقتصاد المعرفي.

¹⁰ إيمان بيطراوي وزهيره زوبيري 2018-2019م، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر أكاديمي، أثر التوجيه الإستراتيجي في تحقيق الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية (دراسة ميدانية لمؤسسة Lafargeholcim بالمسيلة).

¹¹ جميلة دحماني، دور التوجيه الريادي في تعزيز تنافسية المؤسسة، دراسة حالة مؤسسة ومان للأثاث، جامعة محمد خضرير بسكرة 2018.

(الإبداعية، الإستباقية، تحمل المخاطرة) وبين التنافسية كما أظهرت في نتائج الدراسة وجود دور ذو دلالة إحصائية للتوجيه الريادي في تعزيز تنافسية مؤسسة ومان للأثاث مع وجود دور ذو دلالة إحصائية لبعدي الإبداعية والإستباقية في تعزيز تنافسية مؤسسة ومان للأثاث.

2. الإطار النظري:

2.1. استراتيجيات ريادة الأعمال:

2.1.1. مفهوم الريادة والأعمال الريادية¹²:

إن كلمة Entrepreneurship هي في الأصل كلمة فرنسية تعني الشخص الذي يباشر أو يشرع في إنشاء عمل ويعبر عنه بنوع جديد من الشخصية وعلى استعداد لتأسيس مشروع جديد أو مؤسسة وتقبل المسؤولية الكاملة عن نتائجه غير المؤكدة ويرجع تعريف ريادة الأعمال إلى العالم الاقتصادي شومبيتر (1883-1950) إذ عرف شومبيتر الريادي بأنه هو ذلك الشخص الذي لديه الإرادة والقدرة لتحويل فكرة جديدة أو اختراع جديد إلى ابتكار ناجح. والشخص الريادي هو الشخص الذي يهتم في الريادة وينشغل بها من خلال إدراكه لفكرة توفير منتج أو خدمة في الأعمال وحملها إلى التطبيق الفعلي (النجار والعلي 2006م). الريادة: تعني إنشاء شيء جديد ذو قيمة وتخصيص الوقت والجهد والمال اللازم للمشروع وتحمل المخاطر المصاحبة وإستقبال المكافأة الناتجة. (مصطففي كافي، 2016م، ص 20)

- **عناصر الريادة¹³:** تكون عناصر الريادة من الأفراد الرياديين المنتجين للإبداع، البعد التنظيمي المرتبط بالرؤيا، الثقة، المثالية، الإبداع التحوط للفشل، التحوط للغموض، الرقابة الداخلية، البعد البيئي المرتبط بالتنوع بالأسواق. (مصطففي كافي، 2016م، ص 21)
- **أهمية الريادة:** تساهم ريادة الأعمال بجملة من المنافع هي: خلق الثورة من خلال توفير منتجات، سلع وخدمات، متوفقة لتلبية حاجات متقدمة للزيائن، ومن ثم توسيع ونمو المنظمات، وتطوير المناطق التي تتواجد فيها، إيجاد أعمال وأنشطة اقتصادية جديدة توفر فرص عمل، وتخلق أسواق جديدة، تحسين الدخل الوطني، تفعيل عوامل الإنتاج من خلال إستثمار القابليات الريادية في المجتمع، تعزيز بيئة ذات إنجاز متتفوق للتحفيز والمحافظة على أفضل المهارات، تحقيق رضا وولاء زبون متفوق بإمتلاك المرونة الاستراتيجية اللازمة، تشجيع الابتكار، تعزيز سمعة الأعمال من خلال الإستقامة والمسؤولية.
- **استراتيجيات الريادة:** تُعرف استراتيجية الريادة بأنها تلك الاستراتيجية التي تتبعها المنظمة أو التي تشجع على بعد واحد أو مجموعة من أبعاد لاستراتيجية الريادة (الإبداع، والابتكار، والتميز، وتنقل المخاطر، والمبادأة) بقصد المنافسة والتكيف مع البيئة واستراتيجية الريادة التي توضع من قبل فرد قوي التفكير بالتركيز على الفرص والمشكلات الثانوية والقرارات الكبيرة والجزئية بهدف نمو المنظمة.
- هي تلك الاستراتيجيات التي تشجع المنظمات على الإبداع والابتكار والتفرد واخذ المخاطرة والمبادأة، وكذلك تشجع العاملين على اتخاذ القرارات وأخذ المسؤولية عن هذه القرارات، إلا أن استراتيجيات الريادة هي تلك المرتبطة بعدد من المفاهيم التالية¹⁴: استغلال توسيع الفرص في السوق ووجود موارد جديدة والتكامل ما بين الموارد والزيائن في السوق، الابتكار والإبداع والتحديث الذي يحدث داخل وخارج المنظمة، القدرة على إجراء التغييرات السريعة المرتبطة بالصناعة وهيكلة السوق واحتياجات الزيائن والتكنولوجيا والقيم الاجتماعية، الإلتزام بالتطوير والتطلع في الميزة التنافسية في الأسواق، القدرة على تحقيق النجاحات المالية والنمو واستمرارية البقاء على المدى الطويل.

2.1.2. مفهوم الإبداع¹⁵:

يعرف الإبداع في اللغة كما جاء في (السان العربي)، من بدع الشيء؛ وهو إنشاء، وجاء في (المعجم الوسيط) بدعه بدعأ: أي إنشاء على مثال سابق، وعرفه (قاموس العصري الحديث) بأنه: الإيجاد أو التكوين أو الابتكار. ومن تعریفات الإبداع: القدرة على تكوين وإنشاء شيء جديد، أو دمج الآراء القديمة أو الجديدة في صورة جديدة، أو استعمال الخيال لتطوير وتكيف الآراء حتى تشبع الحاجيات بطريقة جديدة، أو عمل شيء جديد ملموس أو غير ملموس".

- **مفهوم الإبداع الإداري¹⁶:** ينطلق مفهوم الإبداع الإداري من المفاهيم العامة للإبداع ذاتها، فالإبداع في الإدارة متعلق بالأفكار الجديدة في مجال الإدارة وتطوير المنتجات وقيادة فرق العمل وتحسين الخدمات للعملاء، وكل وظائف الإدارة المعروفة.
- وباختصار فالإبداع الإداري هو: "كل فكرة أو إجراء أو منتج يقدمه الموظفون صغراً لهم وكباراً لهم يتسم بالتجديد والإضافة، ويعود بمنافع إدارية أو اقتصادية أو اجتماعية على المؤسسة أو الأفراد أو المجتمع".

¹² مصطفى يوسف كافي، ريادة الأعمال وإدارة المشاريع الصغيرة، ط1، دار اسامي للنشر والتوزيع،الأردن - عمان - العبدلي،2016م.

¹³ مصطفى يوسف كافي، مرجع سبق ذكره، ص 21

¹⁴ عامر خربوطلي، مرجع سبق ذكره،ص 23

¹⁵. علي الزعبي وأمجد عبد العزيز الجريبي، دور وأهمية الإبداع المحاسبي في تحقيق الميزة التنافسية الاقتصادية في مؤسسات المال والأعمال الأردنية، بحث علمي مقدم إلى المؤتمر العلمي الخامس لكليّة العلوم الإدارية والمالية في جامعة فيلاندفيا، 2007م.

¹⁶. فضل صباح الفضلي، العوامل المؤثرة على دور المدير كوكيل إبداع: دراسة تحليلية ميدانية في دولة الكويت، مجلة جامعة الملك سعود، العلوم الإدارية، 2003م.

وقد عرف بعض العلماء الإبداع الإداري بتعريفات خاصة منها: عملية تسعى إلى إحداث نقلة متميزة على مستوى التنظيم، من خلال توليد مجموعة من الأفكار الابتكارية وتنفيذها من قبل أفراد العمل ومجموعاته".

- **أبعاد الإبداع¹⁷:** بصفة عامة فإن تعريف الإبداع يختلف باختلاف الجوانب والمداخل التي يهتمون بها والأهداف التي يريدون تحقيقها، وتنقسم هذه الجوانب إلى أربعة أنواع رئيسية وهي:

1. التركيز على العملية الإبداعية نفسها، أي المراحل التي تمر بها عملية الإبداع وفي هذا المجال بأنه "عملية ينبع عنها عمل جديد يرضي الجماعة وتقبله أنه مفيد".

2. التركيز على الناتج الإبداعي، أي مقدار الإنتاجية التي تتحققها – أو تنبع عن عملية الإبداع.

- **الصفات الشخصية للمبدعين:** كالفضول والبحث ووضوح الرؤيا والقدرة على تفهم المشكلات ونجد صفات الإبداع بالخصائص النفسية المتمثلة بالمخاطرة والاستقلالية والمثابرة والافتتاح على الخبرة الداخلية والخارجية.

الإمكانيات الإبداعية عند الأفراد، كالاستقلال والصدق والبحث عن الحقيقة، والحاجة إلى الإنجاز.

3.1.2. مفهوم الابتكار:¹⁸

الابتكار كأسلوب من أساليب الحياة: يشار إلى الابتكار هنا على أنه "يشمل جميع جوانب حياة الفرد، بحيث يصبح الابتكار دالاً على نوع أو أسلوب معين في الحياة. الابتكار هنا هو القوة التي تدفع إلى الاتكتمال".

- **أنواع الابتكار:** ابتكار الموهبة، ابتكار تحقيق الذات، الابتكار كناتج جديد، الابتكار كعملية عقلية.

وعموماً يمكن القول إن الابتكار هو فكرة إبداعية تتضمن التنفيذ وتختلف عن الاختراع، وهو عملية تصور وتنفيذ لطريقة جديدة لتحقيق نتيجة أو أداء عمل.

- **النتائج الإيجابية للإبداع والابتكار:**¹⁹ تحقيق الكفاءة، تعزيز منظومة الحكم والإدارة الرشيدة، كسب ثقة العاملين، المساهمة في خلق فرص مواتية.

- **الفرق بين الإبداع والابتكار:**²⁰ هناك اختلاف واضح حول استخدام كلمتي إبداع وابتكار، وعادة ما يختلط مفهوم الإبداع مع مفاهيم أخرى كالابتكار، إلا أن الإبداع يتمثل في التوصل إلى حل خلاق لمشكلة ما أو إلى فكرة جديدة، في حين أن الابتكار هو التطبيق الخالق أو الملائم لها. أي أن الابتكار ما هو إلا تحويل الفكرة الإبداعية إلى عمل إبداعي. فالعمل محكم بامكانية تطبيق الأفكار المبدعة، بل المهمة في أن يحمل أفكاراً مبدعة خالقه قابلة للتطبيق. من حيث مناقشة مفهومي الإبداع والابتكار نجد أن:

الابتكار إنتاج الجديد لا يتصف بالجمال بدرجة كبيرة، كما هو الحال في مجال العلوم المختلفة، ففي هذه المجالات لا يهتم المبتكرن بالجمال بقدرفائدة المنتج. بينما الإبداع يعني إيجاد الجديد شريطة أن يتتصف هذا الجديد بالجمال، كما هو الحال في الفنون التشكيلية.

2.2. مفهوم وأنواع الميزة التنافسية

2.2.1. مفهوم الميزة التنافسية:²¹

اختلف معظم الاقتصاديين والهيئات الدولية على تحديد مفهوم محدد ودقيق للتنافسية، فينطلق بعضهم من مفهوم ضيق ويختصرها في تنافسية السعر والتجارة، ويستعمل البعض الآخر مفهوم واسع يكاد يشمل جميع مناحي النشاط الاقتصادي وهذا ما يظهر حالياً في التعداد الكبير للمؤشرات المستعملة لقياس القدرة التنافسية وقد وقع تحول في المفاهيم فمن مفهوم الميزة النسبية وتمثل في قدرات الدولة من موارد طبيعية والأيدي العاملة الرخيصة، المناخ والموقع الجغرافي التي سمح لها بإنتاج رخيص وتنافسي إلى مفهوم الميزة التنافسية وتمثل في: اعتماد الدولة على التكنولوجيا، والعنصر الفكري في الإنتاج، ونوعية الإنتاج وفهم احتياجات ورغبات المستهلك فيما جعل العناصر المكونة للميزة النسبية تصبح غير فاعلة وغير مهمة من تحديد التنافسية.

2.2.2. تعريف التنافسية حسب المؤسسات:

يعرف البريطانيون التنافسية بأنها (القدرة على إنتاج السلع والخدمات بالتنوعية الجيدة والسعر المناسب وفي الوقت المناسب وهذا يعني تلبية حاجات المستهلك بشكل أكثر كفاءة من المنشآت الأخرى).

¹⁷ علي فلاح الوعي وأ/ماجد عبد العزيز الجريري، دور وأهمية الإبداع المحاسبي في تحقيق الميزة التنافسية الاقتصادية في مؤسسات المال والأعمال الأردنية، بحث علمي مقدم إلى المؤتمر العلمي الخامس لكليّة العلوم الإدارية والماليّة في جامعة فيلادلفيا، 2007م.

¹⁸ الأمم المتحدة: المجلس الاقتصادي والاجتماعي: لجنة الخبراء المهمة بالإدارة العامة، الابتكارات في مجال الحكم والإدارة العامة لتحقيق الأهداف الإنمائية المتفق عليها ودولياً، 2006م.

¹⁹ الأمم المتحدة: المجلس الاقتصادي والاجتماعي: لجنة الخبراء المهمة بالإدارة العامة، الابتكارات في مجال الحكم والإدارة العامة لتحقيق الأهداف الإنمائية المتفق عليها ودولياً، 2006م.

²⁰ المؤتمر الدولي لتطوير الأداء - نحو أداء متميز في القطاع الحكومي، الدور المستقبلي لمؤسسات التنمية الإدارية في تطوير الأداء، الرياض، 2009م.

²¹ موسى عيسى أبكر، أساليب التكاملة الاستراتيجية ودورها في دعم الميزة التنافسية للقطاع الصناعي، الدار العالمية القاهرة، 2020م، ط.1.

²² عمار بوشناف، الميزة التنافسية في المنظمة الاقتصادية، مصادرها تبنيتها وتطورها، رسالة ماجستير جامعة الجزائر 200

وتعرّف التنافسية حسب قطاع النشاط: تعني التنافسية لقطاع ما قدرة المؤسسات المنتجة لنفس القطاع الصناعي من دولة ما على تحقيق نجاح مستمر في الأسواق الدوليّة دون الاعتماد على الدعم والحماية الحكوميّة. كما تعرّف التنافسية الدوليّة بأنّها قدرة البلد على زيادة حصصها في الأسواق المحليّة والدوليّة.

ويعرف معهد التنافسية الدوليّة للتنافسية: الأنشطة التصديرية ومنافسة الواردات والاستثمار الأجنبي المباشر.

تعريف بعض الاقتصاديين:²³ يرى Oldin ston بأن التنافسية لأمة ما هو قدرتها على توليد موارد لازمة بمواجهة الحاجات الوطنيّة.

- أهميّة الميزة التنافسية:²⁴ خلق قيمة تلي إحتياجاتهم وتضمن ولائهم، وتحسين سمعة المؤسسة في أذهانهم.
- أهداف خلق الميزة التنافسية: خلق فرص تسويق جديدة، دخول مجال تنافسي جديد أو دخول سوق جديد أو التعامل مع نوعية جديدة من العملاء أو نوعية جديدة من السلع والخدمات، تكوين رؤية مستقبلية جديدة للأهداف التي تريد المنظمة الوصول إليها والفرص الكبيرة التي ترغب في إقامتها، تسعى المؤسسة من خلال تحقيق وتعظيم القيمة للوصول إلى رضاء العميل بهدف تأكيد بقائها في السوق التنافسية.
- مركّزات الميزة التنافسية: التحسين المستمر، التركيز على العميل، التركيز على الموارد والكفاءات البشرية، الوقاية بدلاً من التفتيش.
- أنواع التنافسية:²⁵ تنافسية التكلفة أو السعر، التنافسية غير السعرية، التنافسية النوعية، التنافسية التقنية بتوسيع الأبعاد الأساسية في التنافسية إلى الاهتمام بجوانب عديدة منها:

1. مستوى التحليل: اعتباراً من مستوى المشروع أو المنتج إلى مستوى القطاع، مستوى البلد وحق على مستوى الإقليم.
2. الشمول: هو تحقيق الأهداف بأقل التكاليف والفعالية والاختيار الصحيح للغايات.
3. النسبة: حيث أن التنافسية في جوهرها تعني مقارنة نسبة الاقتصادية سواء كانت بلدان أو مؤسسات أو اقسام في المؤسسة الواحدة أو بين فترتين زمنيتين وهو ما يفسر مسألة فقدان التنافسية الديناميكية كما يفسر اهتمام تقدير WEF.

• آليات تطوير الميزة التنافسية:²⁶

مواصلة بحوث التنمية والتطوير للوصول إلى منتجات جديدة وتطوير السلع الحاليّة بتكلفة أقل وبتقنيّة أحدث وبشكل دائم، بناء قاعدة معلومات لتعظيم النظام المعلوماتي لدى الشركة عن الأسواق والعملاء والمنافسين، الوصول إلى سلع وخدمات جديدة، احتضان العملاء والاستجابة السريعة لاحتياجاتها وإشراكهم في القرارات، التعامل مع المنظمات العالميّة وإنشاء مشروعات مشتركة، بناء هيكل تنظيمي دائم للتميز وبناء فرق عمل كونية، تحديد قيمة أو وعد معين للعميل وهو الخيار الأفضل بدلاً من الوعود العديدة، البساطة سلاح للتنافس وكذا الإلتزام، الاستثمار في النشاط التسويقي، تنوع أسلحة الهجوم على المنافسين، القناعة بما تقدمه من سلع وخدمات، المحافظة على المظهر العام للمنظمة، إدارة توقعات العملاء وإكتساب مقومات نجاح المنافسين، المراجعة المستمرة للتحديات التي تواجه التسويق الإلكتروني.

• مصادر الميزة التنافسية:

- ويمكن حصر مصادر الميزة التنافسية في ثلاثة عناصر أساسية وهي:
1. الكفاءة: تتجلّى في تحسين الإنتاجية وتقليل تكاليف الإنتاج.
 2. جودة المنتج: لأن الجودة العالية تسمح للمؤسسة بالبقاء في السوق وبيع منتوجها بسعر أعلى.
 3. المعرفة: تتمثل في مجموعة من الأمور التي تسمح للمؤسسة بتحسين فعاليتها من خلال تخفيض تكاليف الإنتاج وتحسين نوعية المنتجات وهذه المعرفة تمثل في براءة الاختراع، وطرق التسويق وأن نجاح المؤسسة في إقتحام الأسواق الدوليّة والإستثمار في التواجد يدل على تقبل الزبائن لمنتجاتها. هذا الأمر مشروط بإمتلاك المؤسسة مميزات تنافسية، أي عناصر تفوق. تشير إلى أن الميزة التنافسية للمؤسسة عرضة للتتطور والتغير.²⁷

• أبعاد الميزة التنافسية تمثل في:

1. بعد التكلفة: يؤكد على أن أيّة شركة عليها أن تركز على بعد التكلفة من أجل أن يجعل تكاليف إنتاج وتسويق منتجاتها أدنى من الشركات المنافسة لها.
2. بعد الجودة: تعد الجودة متطلباً لكافة المنظمات سواء الصناعية منها أو خدمية، العامة أو الخاصة، فهي عاملاً أساسياً لنجاح المنظمات لما لها من دور بين استغلال الموارد وتحقيق موقع تنافسي في السوق، إذ تعنى الجودة داخل المنظمة عملية المطابقة للمواصفات المحددة مسبقاً، وبالنسبة للزيون تعنى القيمة.²⁸

²³ موسى عيسى أبكر، مرجع سبق ذكره، ص 51

²⁴ نبيل مرسي خليل، الميزة التنافسية في مجال الأعمال، مصر، الإسكندرية للكتاب، 1998م.

²⁵ محسن احمد الخضيري، صناعة الميزة التنافسية، مجموعة النيل العربية مصر، ط 1، 2001م.

²⁶ وديع محمد عدنان، محددات القدرة التنافسية للأقطار العربية في الأسواق الدوليّة، بحوث ومناقشات، تونس، 2001م.

²⁷ أ/د زغدار احمد (المنافسة التنافسية والبدائل الاستراتيجية دارجريللنشر ط 2011) ص 33

²⁸ موسى عيسى أبكر مرجع سبق ذكره 2020، ص 96

3. بعد التسليم: يعد بعد التسليم هو بمثابة القاعدة الأساسية للمنافسة بين الشركات في الأسواق من خلال التركيز على خفض المهلة الزمنية والسرعة وتصميم منتجات جديدة وتقديمها إلى الزبائن بأقصر وقت ممكن.
4. بعد المرونة: تعني قدرة العمليات على التغيير من منتج إلى آخر أو من زبون إلى آخر بأقل تكلفة مع إمكانية تقديم تشيكيلة واسعة من المنتجات الجديدة بصورة مستمرة، حيث أصبحت بعد المرونة السلاح الفعال في المنافسة.

• مؤشرات قياس القدرة التنافسية:²⁹

قد يتطابق مفهوم التنافسي إذا كان تحسين تنافسية المنشأة أو الصناعة، قد يتطابق مع تحقيـق الاحتفاظ بمستويات التشغيل ولهذا فإنـ من المناسب أن يجد التحليل على مستوى المشروع ومستوى الصناعة أو القطاع ومستوى الاقتصاد الوطني ويمكن أيضاً أن يضاف مستوى التكامل الإقليميـ.

• قيادة التكلفة:³⁰

في ظل مواجهتها لمناقشة المؤسسات الأخرى العاملة في نفس القطاع تلجأ المؤسسة إلى تخفيض تكلفة الوحدة الواحدة من سلـفها، فإذا ما تمكـنت المؤسسة من بيع منتجاتها بسعر منخفض فـيمكنـها الفوز بحصة السوقـ. يمكنـ للمؤسسة ان تلـجـأ إلى تحقيقـ تكلـفـتها عندـما توـفـر لها جـملـة منـ الشـروـطـ هيـ: الـقدـرةـ عـلـىـ توـفـيرـ الـعـلـومـ الـكـافـيـةـ عـلـىـ عـنـاصـرـ التـكـلـفـةـ الـمـخـلـفـةـ. الـقـدـرةـ عـلـىـ تـأـثـيرـ عـلـىـ عـنـاصـرـ التـكـلـفـةـ مـنـ خـالـلـ الـرـوـابـطـ الـتـجـارـيـةـ الـمـخـلـفـةـ الـتـيـ تـرـيـطـهـاـ بـالـمـورـدـيـنـ. ولـلتـمـكـنـ مـنـ تـخـفـيـضـ التـكـلـفـةـ يـمـكـنـ لـلـمـؤـسـسـةـ إـتـبـاعـ الـطـرـقـ التـالـيـةـ: رـفـعـ مـسـتـوـيـ الـإـنـتـاجـيـةـ وـرـفـعـ مـسـتـوـيـ الـإـنـتـاجـ لـلـاستـفـادـةـ مـنـ اـقـتصـادـيـاتـ الـحـجمـ،ـ معـ التـخـصـصـ فيـ إـنـتـاجـ أـنـوـاعـ مـحـدـودـةـ مـنـ الـمـنـتـجـاتـ،ـ تـقـلـيلـ أـوـ إـلـغـاءـ خـدـمـاتـ مـاـ بـعـدـ الـبـيـعـ الـمـقـدـمـةـ لـلـذـبـائـنـ،ـ تـقـلـيقـ النـفـقـاتـ الـمـوجـةـ لـلـبـحـثـ وـالـتـطـوـيرـ،ـ حـسـنـ إـخـيـارـ مـوـاقـعـ الـمـشـارـيعـ قـصـدـ تـلـقـيـصـ تـكـالـيفـ النـقـلـ.

• ميزة التميز:³¹

يشير مفهوم التميز لدى الفرد كما يشرح على السـلـبـيـ إلىـ قـدرـتهـ عـلـىـ إـنـجـازـ نـتـائـجـ غـيرـ مـسـبـوـقةـ بـتـفـوقـ هـاـ عـلـىـ نـفـسـهـ وـعـلـىـ الـآـخـرـينـ وـأـنـ يـتـحـاشـيـ قـدـرـ الإـمـكـانـ التـعـرـضـ لـلـخـطـأـ.ـ وـكـذـلـكـ يـعـرـفـ هـيـرـابـلـ التـمـيـزـ:ـ هـوـ مـجـمـوعـةـ الـمـعـارـفـ وـالـمـهـارـاتـ وـالـقـدـراتـ الـتـيـ يـمـتـلـكـهـاـ اـصـحـابـ الـأـدـاءـ الـمـتـمـيـزـ.ـ ويـلـخـصـ عـبـدـ العـزـيزـ نـورـ مـفـهـومـ التـمـيـزـ فـيـ كـلـمـيـنـ:ـ هـمـ الـانـضـباطـ وـالـاتـقـانـ.ـ وـفـيـ ضـوءـ مـاـ سـابـقـ يـمـكـنـ تـعـرـيفـ التـمـيـزـ بـأـنـهـ:ـ قـدـرةـ الـفـردـ اوـ الـجـمـاعـةـ اوـ الـمـنـظـمةـ عـلـىـ أـدـاءـ الـأـعـمـالـ الـمـطلـوبـةـ مـنـهـمـ بـإـتـقـانـ وـجـودـةـ،ـ قـدـرةـ الـفـردـ اوـ الـجـمـاعـةـ اوـ الـمـنـظـمةـ عـلـىـ تـحـقـيقـ الـأـهـدـافـ الـمـطـلـوبـةـ مـنـهـمـ بـكـفـاءـةـ وـفـعـالـيـةـ.ـ تـتـمـيـزـ بـعـضـ الـشـرـكـاتـ بـقـدرـتـهاـ عـلـىـ اـنـتـاجـ مـنـتـجـاتـ اوـ تـقـدـيمـ خـدـمـاتـ فـهـاـ شـيـءـ مـاـ لـهـ قـيـمةـ لـدـىـ الـعـمـلـاءـ بـحـيثـ تـنـفـرـدـ بـهـ عـلـىـ الـمـنـافـسـينـ.ـ يـمـكـنـ أـنـ تـمـيـزـ الـمـؤـسـسـةـ عـنـ مـنـافـسـهـاـ عـنـدـمـاـ يـكـونـ بـمـقـدـورـهـاـ الـحـيـازـةـ عـلـىـ خـصـائـصـ فـرـيدـةـ تـجـعـلـ الـزـبـونـ يـتـعـلـقـ بـهـ،ـ بـمـعـنـىـ أـنـ تـحـقـيقـ الـمـؤـسـسـةـ لـلـتـمـيـزـتـمـيـزـ عـنـدـمـاـ تـكـوـنـ قـادـرـةـ عـلـىـ تـقـدـيمـ منـتـجـ مـوـخـدـةـ بـمـوـاصـفـاتـ مـتـمـايـزةـ مـنـ خـالـلـهـ يـدـرـكـ الـعـمـلـاءـ وـالـمـنـافـسـينـ أـنـ الـمـنـظـمةـ تـقـدـمـ شـيـئـاـ مـتـفـرـداـ يـصـعـبـ تـقـلـيـدـهـ.

3. إجراءات الدراسة وتحليل البيانات

وصف مجتمع وعينة الدراسة:

1.3. مجتمع الدراسة:

يقصد بمجتمع الدراسة المجموعة الكلية من العناصر التي يسعى الباحث إن يعمم عليها النتائج ذات العلاقة بالمشكلة المدروسة، ويكون مجتمع الدراسة من العاملين (بجامعة المشرق والكلية الإردنية) بولاية الخرطوم تم توزيع عدد (63) استبانة، حيث بلغ عدد الاستبيانات المستردّة (59) استبانة بنسبة (97%)، من إجمالي الاستبيانات الموزعة، وبلغت الاستبيانات التي لم تسترد (4) استبانة ، بينما بلغ عدد الاستبيانات غير الصالحة للتحليل (1) استبانة ، أما عدد الاستبيانات الصالحة للتحليل بلغ (58) استبانة من إجمالي الاستبيانات الموزعة والمسلمة وهي نسبة تعتبر كبيرة في البحوث الوصفية التي تعتمد على قوائم الأسئلة أو الاستبيانات.

2.3. أدلة الدراسة:

تم تصميم الاستبانة وتعتبر أحد الوسائل المستخدمة لجمع البيانات الميدانية وتتميز بإمكانية جمع البيانات من مفردات متعددة من عينة الدراسة، واعتمدت الباحث في تصميمها للاستبانة على الأدب المعاصر المتعلق بمواضيع الدراسة والإطلاع على ما كتب في استراتيجيات الريادة والميزة التنافسية،

²⁹ أكرم احمد الطويل، العلاقة بين الابداع التقني وابعاد الميزة التنافسية دراسة ميدانية في مجموعة مختارة من الشركات الصناعية في محافظة نينوى -قسم الادارة الصناعية -جامعة الموصل - كلية الادارة والاقتصاد ص 12

³⁰ موسى عيسى أبكر، مرجع سبق ذكره، ص 37

³¹ زغداد أحـمـدـ،ـ الـمـنـافـسـةـ الـتـنـافـسـيـةـ وـالـبـدـائلـ الـإـسـتـرـاتـيـجـيـةـ،ـ دـارـ جـديـدـ لـلـنـشـرـ وـالـتـوزـيعـ،ـ الـأـرـدـنـ،ـ عـمـانـ،ـ 2011ـمـ

حيث احتوت الاستبيانة على قسمين الأول البيانات الديموغرافية والثاني قياس متغيرات الدراسة، حيث صممت الاستبيانة وفق مقياس ليكرت المتدرج والذي يتكون من خمسة مستويات على النحو التالي "أوافق بشدة، أوافق، محابد، لا أتفق، لا أتفق بشدة" حيث تم إعطاء الأوزان في عملية التحليل على النحو التالي: الرقم (5) يقابل أوافق بشدة، الرقم (4) يقابل أوافق، الرقم (3) يقابل محابد، الرقم (2) يقابل لا أتفق، الرقم (1) يقابل لا أتفق بشدة، والجدول رقم (1) أدناه يوضح ذلك

جدول (1): يوضح درجات مقياس ليكرت الخماسي

الدرجة	الاستجابة				
	لا أتفق بشدة	أتفق بشدة	أتفق	محابد	لا أتفق
1					5
2					4
3					3
4					2
5					1

المصدر: إعداد الباحث من بيانات الدراسة الميدانية 2020م

وقد تم تصحيح المقياس المستخدم في الدراسة كالتالي:

الدرجة الكلية للمقياس هي مجموع درجات المفردة على العبارات $3 = 15 / 5 = 15$: $(1+2+3+4+5)$

إذ أن (3) تمثل الوسط الفرضي، وعليه كلما زاد متوسط العبارة عن الوسط الفرضي (3) دل ذلك على موافقة أفراد العينة على العبارة، أما إذا انخفض متوسط العبارة عن الوسط الفرضي (3) دل ذلك على عدم موافقة أفراد العينة على العبارة.

3.3. وصف اداة الدراسة:

اعتمدت الدراسة على جمع بياناتها على الاستبيانة، حيث تم إعدادها في صورتها الأولية ثم عرضها على بعض الأكاديميين ومن ثم مراجعتها وتعديلها وفقاً لآراء المحكمين الذين عرضت عليهم.

4.3. صدق اداة الدراسة:

يقصد بصدق أو صلاحية أداة القياس قدرة الأداة على قياس ما صممت من أجله وبناء على نظرية القياس الصحيح تعني الصلاحية التامة خلو الأداة من أخطاء القياس سواء كانت عشوائية أو منتظمة، وقد أعتمدت الدراسة في قياس صدق أداة الدراسة على الآتي:

الصدق الظاهري (صدق المحتوى): بعد أن تم الانتهاء من إعداد الصيغة الأولية لمقياس الدراسة، تم التحقق من صدق المحتوى من خلال عرضها على مجموعة من المحكمين المختصين في مجال إدارة الأعمال.

5.3. الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

تم استخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) إصدار (23) ومن خلاله تم استخدام أساليب الإحصاء الوصفي: التكرارات، النسب المئوية، والأوساط الحسابية، والإنحرافات المعيارية، التحليل العاملی الإستکشافی: لقياس الاختلافات بين العبارات التي تقيس كل متغير من متغيرات الدراسة، إرتباط بيرسون: لعلاقة قوة العلاقة بين المتغيرات التي يتم فحصها، تحديد الأنحدار: وذلك لمعرفة التأثير بين المتغيرات.

6. تنظيف البيانات:

- البيانات المفقودة: إذا ترك المستجيب جزءاً كبيراً من الإستقصاء دون إجابة أي نسبة (25%) يمكن قبوله مع المعالجة وإذا زاد عن (25%) يجب إستبعاد الإستبيان باعتباره غير صالح للتحليل.³²
- الإجابات المتماثلة: من الضروري أن يكون هناك تشتت في إجابة المستجيبين أي لا يكون هناك تجانس تام لتلك الإجابات ويتم التعرف على هذا من خلال إحتساب الإنحراف المعياري للإجابات فإذا كان هناك انحراف معياري عالي يعني أن هناك تشتت في الإجابات والعكس صحيح.

7.3. معدل استجابات العينة:

تم جمع البيانات من الميدان عن طريق الاستبيانة الموجه لعينة الدراسة الممثلة في الكليات الأهلية بولاية شمال كردفان (كلية الأبيض للعلوم والتكنولوجيا، كلية العلوم التنموية والتكنولوجية، كلية شمال كردفان)، حيث تم توزيع (62) استبياناً، وتم إسترداد (59) استبياناً من جملة الإستبيانات الموزعة بنسبة (97%) ولم تسترد (3) استبياناً بنسبة (3%) حيث تم عمل تنظيف للبيانات وعليه تم إعداد ملخص لكل عمليات تنظيف البيانات وكذلك معدل الاستجابة كما في الجدول رقم (2) أدناه.

جدول (2): تنظيف البيانات ونسبة الاستجابة

البيان	العدد	النسبة %
الاستبيانات الموزعة	63	%100
الاستبيانات إستردة	59	%100
الاستبيانات التي لم تسترد	4	%0
الاستبيانات غير الصالحة للتحليل	1	%0
الاستبيانات الصالحة للتحليل	58	%100

المصدر: إعداد الباحثان من بيانات الدراسة الميدانية 2020م

³² أوما سيكاران، طرق البحث في الادارة مدخل لبناء المباريات البحثية، (الرياض: دار المربخ للنشر، 2009م)، ص33

يلاحظ من الجدول رقم (2) أعلاه انه تم توزيع عدد (63) استبانة، حيث بلغ عدد الاستبيانات المسترددة (59) استبانة بنسبة (97%)، من إجمالي الاستبيانات الموزعة، وبلغت الاستبيانات التي لم تسترد (4) استبانة، بينما بلغ عدد الاستبيانات الغير صالحة للتحليل (1) استبانة ، أما عدد الاستبيانات الصالحة للتحليل بلغ (58) استبانة من إجمالي الاستبيانات الموزعة والمسلمة وهي نسبة تعتبر كبيرة في البحوث الوصفية التي تعتمد على قوائم الأسئلة أو الاستبيانات وتعكس مدى إستجابة المبحوثين ومدى وضوح عبارات الإستبيان المستخدم في جمع بيانات الدراسة الميدانية.

8. التحليل الوصفي للمتغيرات الديموغرافية:

احتوت البيانات الشخصية على خمسة عناصر هي النوع، العمر، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة، الوظيفة.

جدول (3): بين الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة

المتغير	النوع	بيان	العدد	النسبة
المجموع	ذكر		46	%79.3
	أنثى		12	%20.7
		%100	58	
العمر	30-20		14	%24.1
	40-31		18	%31
	50-41		19	%32.8
	60-51		3	%5.2
	أكثر من 60		4	%6.9
		%100	58	
المجموع	ثانوي		16	%27.6
	جامعي		40	%69
	فوق الجامعي		2	%3.4
		%100	58	
سنوات الخبرة	أقل من 5 سنوات		15	%25.9
	5 إلى 10 سنوات		16	%27.6
	10 إلى 20 سنة		16	%27.6
	20 إلى 30 سنة		5	%8.6
	30-21		6	%10.3
	أكثر من 30			
المجموع	أستاذ		2	%3.4
	أستاذ مشارك		7	%12.1
	أستاذ مساعد		16	%17.6
	محاضر		14	%24.1
	مساعد تدريس		3	%2.5
	موظف		16	%27.6
		%100	58	

المصدر: إعداد الباحثان من بيانات الدراسة الميدانية 2020م.

يلاحظ من الجدول رقم (3) أعلاه والذي يوضح توزيع مفردات العينة حسب النوع، حيث بلغت نسبة الذكور (%) ونسبة الإناث (20.7)، أما متغير العمر شكلت الفئة من 41 إلى 51 سنة نسبة (32.8)، وهي أكبر نسبة، بينما شكلت الفئة من 31 إلى 40 سنة نسبة بلغت (31%)، والفئة من 20 إلى 30 سنة بلغت نسبة (24.1%)، والفئة 60 سنة فاكثر بلغت نسبة (6.9%)، وأخيراً الفئة من 51 إلى 60 سنة بلغت نسبة (5.2%)، أما متغير المؤهل العلمي فقد بلغ نسبة فوق الجامعي (69%)، وتشكل أكبر نسبة لها الجامعيين بنسبة (27.6%)، ثم الثانوي بنسبة (3.4%)، أما متغير سنوات الخبرة فقد بلغت الفئتين 5 إلى 10 سنوات و11 إلى 20 سنة نسبة (27.6%). وتشكل أكبر نسبة لها أقل من 5 سنوات بنسبة (25.9%)، ثم الفئتين 21 إلى 30 سنة و30 سنة فأكثر نسبة (10.3%).

9. التحليل العائلي الإستكشافي:

يستخدم هذا النوع من التحليل في الحالات التي تكون فيها العلاقات بين المتغيرات والعوامل الكامنة غير معروفة وبالتالي فإن التحليل العائلي يهدف إلى اكتشاف العوامل التي تصف المتغيرات ولاختبار الاختلافات بين العبارات التي تقيس كل متغير من متغيرات الدراسة، حيث تقوم عملية التحليل العائلي بتوزيع عبارات الاستبانة على متغيرات معيارية يتم فرضها وتوزع عليها العبارات التي تقيس كل متغير على حسب إنحرافها عن الوسط الحسابي وتكون العلاقة بين المتغيرات داخل العامل الواحد أقوى من العلاقة مع المتغيرات في العوامل الأخرى، وتحقق طريقة التباين الأقصى Varimax لتدوير المحاور عمودياً ذلك الهدف على نحو كبير ويمكن الحكم على أن متغير ما ينتمي إلى مكون معين من خلال تحميله loading على ذلك العامل وكلما زادت القيمة المطلقة للتحميل زادت المعنوية الإحصائية.

وبمراعاة الشروط التي حددها (Churchill³³) التي تمثل في النقاط التالية:

1. وجود عدد كافي من الارتباطات ذات دلالة إحصائية في مصفوفة الدوران.
2. لا تقل قيمة (KMO) عن 60% لتناسب العينة.
3. لا تقل قيمة اختبار (Bartlett's Test of Sphericity) عن الواحد.
4. أن تكون قيمة الإشتراكات الأولية (Communities) للبنود أكثر من 50%³⁴.
5. لا يقل تشبع العامل عن 50%， مع مراعاة عدم وجود قيم متقطعة تزيد عن 50% في العوامل الأخرى.
6. لا تقل قيم الجذور الكامنة (Eigen values) عن الواحد.

أي وجود عدد كافي من الارتباطات ذات دلالة إحصائية في مصفوفة الدوران، وأن لا تقل قيمة KMO عن الواحد صحيح، وأن تكون الإشتراكات الأولية communities للبنود أكثر من 50%， وأن لا يقل تشبع العامل عن 50% مع مراعاة عدم وجود قيم متقطعة تزيد عن 50% في العوامل الأخرى، وأن لا تقل قيم الجزر الكامن عن الواحد.

10.3. التحليل العاملی الاستکشافی للمتغير المستقل استراتیجیات الريادة:

تم استخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) في إجراء عملية التحليل العاملی الاستکشافی للنموذج حيث تم إعطاء كل عبارة من العبارات التي استخدمت لقياس كل متغيرات الاستبانة، ويوضح الجدول (4) نتائج عملية التحليل العاملی الاستکشافی للمتغير المستقل المكون من عدد من العبارات (العدد الكلي للعبارات 10 عبارة).

جدول (4): التحليل العاملی الاستکشافی للمتغير المستقل ریادة الأعمال

المتغيرات	العبارة	العبارة	2	1
الإبداع	A1	.607		
	A2	.724		
	A3	.687		
	A4	.722		
الابتكار	B1	.741		
	B2	.618		
	B4	.551		
	B5	.684		
KMO	.753	204.421		
الجزر الكامن		81.935		
نسبة التباين		.000		
Sig				

المصدر: إعداد الباحثان من بيانات الدراسة الميدانية 2020م.

يلاحظ من الجدول رقم (4) أنه تم تكوين مصفوفة التدوير بين المتغيرات الأصلية في الدراسة للمتغير المستقل ریادة الأعمال والمكون من محوري مع بعضها البعض وعدد عباراتهما (10) عبارة وتم استخدام نقطة حذف بمقدار (0.50) أي بمراعاة عدم وجود قيم متقطعة تزيد عن قيمة (0.50) وحيث أن قيم الإشتراكات الأولية لا تقل عن (0.50) والتشبعات لا تقل عن (0.50) وقيمة KMO لا تقل عن (0.60) للمتغيرات وقيمة الجزر الكامنة لا تقل عن الواحد الصحيح وكما تم حذف العبارات التي يوجد بها تقطيعات، حيث تم التوصل إلى بعدين هما الإبداع وعدد عباراته (4) عبارات، الإبتكار وعدد عباراته (4) عبارات، من جميع العبارات وتفسر تلك المكونات مجتمعة (81.935%) من التباين لكل للعبارات، وهي نسبة تزيد عن (0.60) والتي تعتبر جيدة في البحوث الإجتماعية وفقاً³⁵ (Hair,J.F).

كما تم تدوير العوامل بأحد طرق التدوير المتعارض وهي varimax لتحميل المتغيرات على العوامل الأكثر ارتباطاً بها وبحيث تكون العوامل مستقلة عن بعضها تماماً ولقد اظهر التحليل مصفوفة العوامل المداربة rotated Component matrix بالشكل الموضح في الجدول رقم (4)أعلاه ونتائج تحليل spss في الملحق رقم (3).

³³ Churchill, G.A. (1979), "A paradigm for developing better measures of marketing constructs", Journal Of Marketing Research, Vol.16. No. 2, pp.64-73

³⁴ <http://statwiki.kolobkreations.com> Time:11am, date:8.3.2018,

³⁵ hair, J. f, Anderson, R.E, Tatham, R.L and Black, w.c. (1998) "Multivariate Data Analysis"^{5th}ed, NJ :Prentice-Hall, Inc, p 10

جدول (5): مضمون العبارات في الاستبيان والمتغيرات المقابلة لها في التحليل العاملي للمتغير المستقل استراتيجيات الريادة

الحالة	البعد	مضمون العبارة في الاستبيان
لم تجذب	A1	ادارة الكلية هم بالإبداع وتحفيز الموظفين المبدعين.
لم تجذب	A2	توفر الكلية بينه عمل تعزز وترسخ الممارسات الإبداعية.
لم تجذب	A3	تستخدم الكلية أسلوب فرق العمل بما يحقق الإبداع
لم تجذب	A4	تشارك الكلية العاملين في إتخاذ القرارات تشجيع عملية الإبداع.
حذفت	A5	تعمل الكلية الحرجة الكافية للعاملين لممارسة أعمالهم الإبداعية.
لم تجذب	B1	تجري الكلية تغييرات جذرية باستخدام أنظمه الكمبيوتر في عملياتها الإدارية بصورة مواكبة ومنظمة.
لم تجذب	B2	تساعد الكلية العاملين في فهم آليات عمل الإدارة بالإهتمام والمشاركة ووضع برامج ذات كفاءة.
حذفت	B3	تنفذ الكلية سياسات تتطور برامجهما الأكademie.
لم تجذب	B4	تقدّم الكلية برامج اضافية متقدمة ومبتكرة.
لم تجذب	B5	تقوم الكلية بإبتكار طرق وأساليب عمل جديدة تدعم عملية الإبتكار.

المصدر: إعداد الباحثان من بيانات الدراسة الميدانية 2020م.

تبين من الجدول رقم (5) بعد إجراء عملية التحليل العاملي للمتغير المستقل استراتيجيات الريادة للبعد الأول الإبداع تم حذف العبارة (A5)، فأصبح تمثله العبارات (A1,A2,A3,A4)، أما بعد الثاني الإبتكار تم حذف العبارة(B3)، فأصبح تمثله العبارات(B1,B2,B4,B5).

11.3. التحليل العاملي الإستكشافي للمتغير التابع الميزة التنافسية:

يوضح الجدول رقم (6) أدنى نتائج عملية التحليل العاملي الإستكشافي للمتغير التابع المكون من عدد من العبارات (العدد الكلي للعبارات 10 عبارات).

جدول (6): التحليل العاملي الإستكشافي للمتغير التابع الميزة التنافسية

المتغيرات	العبارة	النكلفة الأقل	2	1
	C2	.701		
	C4	.773		
	C5	.698		
	D3	.667		
	D4	.703		
	D5	.766		
KMO		.520		
الجذر الكامن		86.121		
نسبة التباين		62.404		
Sig		.000		

المصدر: إعداد الباحثان من بيانات الدراسة الميدانية 2020م.

يلاحظ من الجدول رقم (6) أنه تم تكوين مصفوفة التدوير بين المتغيرات الأصلية في الدراسة للمتغير التابع والمكون من بعدين مع بعضها البعض وعدد عبارتها (10) عبارات وتم استخدام نقطة حذف بمقدار (0.50) أي بمراعاة عدم وجود قيم متقطعة تزيد عن قيمة (0.50) وحيث أن قيم الإشتراكات الأولية لا تقل عن (0.50) والتشبعات لا تقل عن (0.50) وقيمة KMO لا تقل عن (0.60) للمتغيرات وقيمة الجزر الكامنة لا تقل عن الواحد الصحيح وكما تم حذف العبارات التي يوجد بها تقاطعات، حيث تم التوصل إلى بعدين هما النكلفة الأقل وعدد عباراته (3) عبارات، والتميز وعدد عبارته (3) عبارات، من جميع العبارات وتفسر تلك المكونات مجتمعة (62.404%) من التباين لكل للعبارات، وهي نسبة تزيد عن (0.60%) والتي تعتبر جيدة في البحث الاجتماعي وفقاً (Hair,J.F, at all, 1998) ، كما تم تدوير العوامل بأحد طرق التدوير المتعارض وهي varimax لتحميل المتغيرات على العوامل الأكثر إرتباطاً بها وبحيث تكون العوامل مستقلة عن بعضها تماماً ولقد أظهر التحليل مصفوفة العوامل المدارة بالشكل rotated Component matrix الموضح في الجدول رقم (3.1.6) ونتائج تحليل spss في الملحق رقم (3).

جدول (7): مضمون العبارات في الاستبيان والمتغيرات المقابلة لها في التحليل العاملي للمتغير التابع المشروعات الصغيرة

مضمون العبارة في الاستبيان	الحالة	المتغير
تمارس الكلية رقابة مالية صارمة على تكاليفها بشكل عام.	حذفت	C1
تراعي الكلية عند تقديم خدماتها التعليمية نظرة المستهلك تجاه السعر.	لم تجذب	C2
تعبر عملية التسوييمات أكثر العناصر صعوبة بالنسبة للإدارة.	حذفت	C3
تسعى الكلية إلى تركيز البحث عن البدائل من أجل تقليل التكاليف.	لم تجذب	C4
تستخدم الكلية عامل السعر للتغلب في المنافسة على الكليات الأخرى.	لم تجذب	C5
تعد الجودة عامل رئيسي لدى الكلية في عملية مواجهة المنافسة.	حذفت	D1
تسعى الكلية لإستقطاب أفراد ذو مؤهلات أكاديمية وفنية عالية.	حذفت	D2
تسعى الكلية للإستفادة من التكنولوجيا في تقديم خدمات أفضل لتحقيق الجودة والتميز.	لم تجذب	D3
تعمل الكلية على عقد دورات تدريبية للعاملين تساعد على التميز في الأداء.	لم تجذب	D4
تتوفر لدى الكلية مهارات وخبرات تميزها عن بقية الكليات.	لم تجذب	D5

المصدر: إعداد الباحثان من بيانات الدراسة الميدانية 2020م.

تبين من الجدول رقم (7) أعلاه بعد إجراء عملية التحليل العاملي للمتغير التابع الميزة التنافسية للبعد الاول القيادة تم حذف العبارات (C1,C3)، فأصبح تمثله العبارات (C2,C4,C5)، أما البعد الثاني التميز تم حذف العبارات (D1,D2)، فأصبح تمثله العبارات (D3,D4,D5).

12.3. تحليل الإعتمادية:

يستخدم تحليل الإعتمادية للعنوّر على الإتساق الداخلي للبيانات ويتراوح من (0 إلى 1)، تم احتساب قيمة (معامل ألفا كورنباخ) للعنوّر على إتساق البيانات الداخلي، إذا كانت قيم معامل معامل ألفا كورنباخ أقرب إلى (1) يعتبر الإتساق الداخلي للمتغيرات كبير، ولا تأخذ قرار بشأن قيمة معامل ألفا كورنباخ المطلوبة يتوقف ذلك على الغرض من البحث في المراحل الأولى من البحث الأساسية تشير (Nunnally,1967) إلى أن المصداقية من 0.50-0.60 تكفي وأن زيادة المصداقية لأكثر من 0.80 وربما تكون إسراف، أما (Hair et al, 2010) اقترح أن قيمة معامل ألفا كورنباخ يجب أن تكون أكثر من 0.70، ومع ذلك يعتبر معامل ألفا كورنباخ من 0.50 فما فوق مقبولة أيضًا في الأدب (Bowling, 2009)، والجدول رقم (8) يوضح نتائج اختبار معامل ألفا كورنباخ (Cronbach's alpha) بعد إجراء التحليل العاملي.

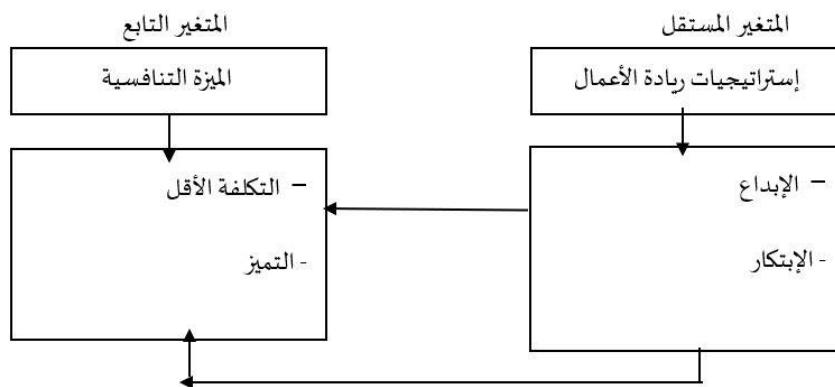
جدول (8): معامل الإعتمادية معامل ألفا كورنباخ لمتغيرات الدراسة بعد التحليل العاملي الاستكشافي

اسم المتغير	المتغيرات	عدد العبارات	Cronbach alpha
الإبداع	الإبداع	5	.796
استراتيجيات الريادة	الابتكار	5	.786
الميزة التنافسية	التكلفة الأقل	5	.806
الميزة التنافسية	التميز	5	.825

المصدر: إعداد الباحثان من بيانات الدراسة الميدانية 2020م.

13.3. نموذج الدراسة المعدل:

بناء على نتائج التحليل العاملي الإستكشافي والإعتمادية حذفت بعض العبارات من المتغير المستقل استراتيجيات الريادة وما تبقى من العبارات كون بعدين الأول الإبداع وتمثله العبارات (A1,A2,A3,A4)، والثاني الإبتكار وتمثله العبارات (B1,B2,B4,B5). أما المتغير التابع الميزة التنافسية فقد حذفت منه بعض العبارات وما تبقى من العبارات كون بعدين الأول التكلفة الأقل وتمثله العبارات (C2,C4,C5)، والثاني التميز وتمثله العبارات (D3,D4,D5)، مما دعا إلى تعديل نموذج وفرضيات الدراسة كما هو في الشكل التالي:



شكل (2): نموذج الدراسة (المعدل)

المصدر: إعداد الباحث من بيانات الدراسة الميدانية 2020م.

14.3. فرضيات الدراسة بعد النموذج المعدل:

جدول (9): يوضح فرضيات الدراسة بعد النموذج المعدل

الفرضية الأولى	هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإبداع والتكلفة الأقل.
الفرضية الثانية	هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإبداع والتميز.
الفرضية الثالثة	هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإبتكار والتكلفة الأقل.
الفرضية الرابعة	هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإبتكار والتميز.

المصدر: إعداد الباحثان من بيانات الدراسة الميدانية 2020م.

15.3. متطلبات وإنحرافات متغيرات الدراسة:

جدول (10): يوضح الوسط الحسابي والإنحراف المعياري لمتغيرات الدراسة

المتغيرات	الوسط الحسابي	الإنحراف المعياري
الإبداع	2.9310	.81487
الابتكار	2.7716	.79511
التكلفة الأقل	2.216	.73297
التميز	2.5057	.8924

المصدر: إعداد الباحثان من بيانات الدراسة الميدانية 2020م.

تظهر نتائج التحليل الإحصائي الوصفي لمتغيرات الدراسة في الجدول رقم (10) أن إتجاهات عينة الدراسة كانت إيجابية نحو أغلب الفقرات التي تقيس متغيرات الدراسة و يوضح ذلك الوسط الحسابي والإنحراف المعياري لأبعد الدراسة، ويلاحظ من الجدول أن الوسط الحسابي والإنحراف المعياري للمتغير المستقل، حيث مثل بعد الإبداع أكبر متوسط ويبلغ (الوسط الحسابي 2.9310، والإنحراف المعياري 0.81487)، ويليه بعد الإبتكار حيث بلغ (الوسط الحسابي 2.7716، والإنحراف المعياري 0.79511)، ويلاحظ أن الوسط الحسابي لمتغيرات الدراسة أكبر من الوسط الفرضي المستخدم في برنامج التحليل الإحصائي (والإنحراف المعياري أقل من نصف المتوسط الحسابي 3)، مما يشير إلى قوة متغيرات الدراسة، ويشير ذلك إلى أن المستقصين يرتكزون بشكل أكبر على محور الإبداع من حيث الأوساط الحسابية، ومن جانب آخر يمكن ترتيب هذه الاهتمامات للعينة كما يلي: الإبداع، ثم الإبتكار.

أما المتغير التابع، وبعد التميز بلغ (الوسط الحسابي 2.5057، والإنحراف المعياري 0.8924)، ويمثل أكبر متوسط، يليه بعد التكلفة الأقل حيث بلغ (الوسط الحسابي 2.216، والإنحراف المعياري 0.73297)، ويلاحظ أن الوسط الحسابي لمتغيرات الدراسة أكبر من الوسط الفرضي المستخدم في برنامج التحليل الإحصائي (والإنحراف المعياري أقل من نصف المتوسط الحسابي 3)، مما يشير إلى قوة متغيرات الدراسة، ويشير ذلك إلى أن المستقصين يرتكزون بشكل أكبر على بعد التميز من حيث الأوساط الحسابية، ومن جانب آخر يمكن ترتيب هذه الاهتمامات للعينة كما يلي: التميز، التكلفة الأقل.

16.3. الارتباطات بين متغيرات الدراسة:

تحلل الارتباطات لمعرفة للارتباطات البنية بين متغيرات الدراسة، فكلما كانت درجة الارتباط قوية من الواحد الصحيح فان ذلك يعني أن الارتباط قوياً بين المتغيرين وكلما قلت درجة الارتباط عن الواحد الصحيح كلما ضعفت العلاقة بين المتغيرين، وبشكل عام تعتبر العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة معامل الارتباط أقل من (0.30)، ويمكن اعتبارها متوسطة إذا تراوحت قيمة معامل الارتباط بين (0.30) إلى (0.70)، و تعتبر العلاقة قوية إذا كان معامل الارتباط أكثر من (0.70) (الجدول رقم (11) أدناه يوضح الارتباطات بين متغيرات الدراسة).

جدول (11): الارتباطات بين متغيرات الدراسة

Person's Correlation Coefficient for All Variables				
التميز	التكلفة الأقل	الابتكار	الإبداع	المتغيرات
			1	الإبداع
		1	.661	الابتكار
	1	.173	.251	التكلفة الأقل
1	.258	.594	.459	التميز

المصدر: إعداد الباحثان من بيانات الدراسة الميدانية 2020م.

يلاحظ من الجدول رقم (11) أعلاه إن الارتباط بين بعد المتغير المستقل الإبداع يرتبط إيجابياً وبصورة معنوية متوسطة مع بعد الإبتكار حيث كانت قيمة الارتباط (.661)، كما له علاقة إرتباط إيجابي بصورة معنوية متوسطة مع بعد المتغير التابع التكلفة الأقل حيث كانت قيمة الارتباط (.251)، ونجد أن له علاقة إرتباط معنوي متوسط مع بعد التميز وكانت قيمة الارتباط = (.459)، أما بعد الإبتكار يرتبط إيجابياً وبصورة معنوية متوسطة مع بعد التكلفة الأقل حيث كانت قيمة الارتباط (.173)، كما نجد أن له علاقة ارتباط معنوي متوسط مع بعد التميز وكانت قيمة الارتباط (.594)، أما بعد التكلفة الأقل له علاقة إرتباط إيجابية وبصورة معنوية متوسطة مع بعد التميز حيث كانت قيمة الارتباط (.258).

4. اختبار الفرضيات

4.1. اختبار الفرضية الأولى: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإبداع والتكلفة الأقل

جدول (12): يوضح نتائج اختبار الفرضية الأولى

		الأبعاد
Sig	Beta	
.000	.243	الإبداع
	.251 ^a	R
	.063	R Square
	.029	Adjusted R Square
	1.851	F change

المصدر: إعداد الباحثان من بيانات الدراسة الميدانية 2020م.

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الإنحدار المتعدد للتعرف على أثر الإبداع على التكلفة الأقل، ومن خلال تحليل الإنحدار تم التوصل إلى أنه توجد علاقة إيجابية بين الإبداع والتكلفة الأقل حيث بلغت قيمة بيتا (243). ومستوى المعنوية (0.000). وكانت قيمة مستوى الدلالة أقل من مستوى الدلالة المعتمد (0.05) في هذه الدراسة. وقد أشار اختبار F إلى أن نموذج الإنحدار ذو دلالة إحصائية، حيث بلغت قيمة F المحسوبة (1.851) بمستوى دلالة (sig=0.000) وهي أقل من مستوى الدلالة المعتمد في هذه الدراسة (0.05)، أما القابلية التفسيرية لنموذج الإنحدار والمتمثلة في معامل التحديد (R) فقد بلغت (0.251). مما يشير إلى أن 25% تقريباً من التغيرات في الإبداع تفسرها التكلفة الأقل وتبقى 75% تفسرها عوامل أخرى.

2.4. اختبار الفرضية الثانية: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإبداع والتميز

جدول (13): يوضح نتائج اختبار الفرضية الثانية

		الأبعاد
Sig	Beta	
.000	.012	الإبداع
	.251 ^a	R
	.063	R Square
	.029	Adjusted R Square
	1.851	F change

المصدر: إعداد الباحثان من بيانات الدراسة الميدانية 2020م.

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الإنحدار المتعدد للتعرف على أثر الإبداع على التميز، ومن خلال تحليل الإنحدار تم التوصل إلى أنه توجد علاقة إيجابية بين الإبداع والتميز حيث بلغت قيمة بيتا (0.012). ومستوى المعنوية (0.000). وكانت قيمة مستوى الدلالة أقل من مستوى الدلالة المعتمد (0.05) في هذه الدراسة. وقد أشار اختبار F إلى أن نموذج الإنحدار ذو دلالة إحصائية، حيث بلغت قيمة F المحسوبة (1.851) بمستوى دلالة (sig=0.000) وهي أقل من مستوى الدلالة المعتمد في هذه الدراسة (0.05)، أما القابلية التفسيرية لنموذج الإنحدار والمتمثلة في معامل التحديد (R) فقد بلغت (0.251). مما يشير إلى أن 25% تقريباً من التغيرات في الإبداع تفسرها التميز وتبقى 75% تفسرها عوامل أخرى.

3.4. اختبار الفرضية الثالثة: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإبتكار والتكلفة الأقل

جدول (14): يوضح نتائج اختبار الفرضية الثالثة

		الأبعاد
Sig	Beta	
.000	.118	الابتكار
	.601 ^a	R
	.361	R Square
	.338	Adjusted R Square
	15.536	F change

المصدر: إعداد الباحثان من بيانات الدراسة الميدانية 2020م.

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الإنحدار المتعدد للتعرف على أثر الإبتكار على التكلفة الأقل، ومن خلال تحليل الإنحدار تم التوصل إلى أنه توجد علاقة إيجابية بين الإبتكار والتكلفة الأقل، حيث بلغت قيمة بيتا (0.118). ومستوى المعنوية (0.000). وكانت قيمة مستوى الدلالة أقل من مستوى الدلالة المعتمد (0.05) في هذه الدراسة. وقد أشار اختبار F إلى أن نموذج الإنحدار ذو دلالة إحصائية، حيث بلغت قيمة F المحسوبة (15.536) بمستوى دلالة (sig=0.000) وهي أقل من مستوى الدلالة المعتمد في هذه الدراسة (0.05)، أما القابلية التفسيرية لنموذج الإنحدار والمتمثلة في معامل التحديد(R) فقد بلغت (0.601). مما يشير إلى أن 60% تقريباً من التغيرات في الإبتكار تفسرها التكلفة الأقل وتبقى 40% تفسرها عوامل أخرى.

4.4 اختبار الفرضية الرابعة: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإبتكار والتميز:

جدول (15): يوضح نتائج اختبار الفرضية الرابعة

Sig	Beta	الأبعاد
التميز		
.000	.517	الابتكار
	.601 ^a	R
	.361	R Square
	.338	Adjusted R Square
	15.536	F change

المصدر: إعداد الباحثان من بيانات الدراسة الميدانية 2020م.

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الإنحدار المتعدد للتعرف على أثر الإبتكار على التميز، ومن خلال تحليل الإنحدار تم التوصل إلى أنه توجد علاقة إيجابية بين الإبتكار والتميز حيث بلغت قيمة بيتا (0.517) ومستوى المعنوية (0.000). وكانت قيمة مستوى الدلالة أقل من مستوى الدلالة المعتمد (0.05) في هذه الدراسة. وقد أشار اختبار F إلى أن نموذج الإنحدار ذو دلالة إحصائية، حيث بلغت قيمة F المحسوبة (15.536) بمستوى دلالة (sig = 0.000) وهي أقل من مستوى الدلالة المعتمد في هذه الدراسة (0.05). أما القابلية التفسيرية لنموذج الإنحدار والمتمثلة في معامل التحديد (R) فقد بلغت (0.601). مما يشير إلى أن 60% تقريباً من التغيرات في الإبتكار يفسرها التميز وتبقي 40% تفسرها عوامل أخرى.

جدول (16): يوضح نتائج فرضيات الدراسة حسب تحليل الإنحدار المتعدد

حالات الإثبات	الفرضية	الرقم
دُعمت	هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإبداع والتكلفة الأقل.	1
دُعمت	هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإبداع والتميز.	2
دُعمت	هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإبتكار والتكلفة الأقل.	3
دُعمت	هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإبتكار والتميز.	4

المصدر: إعداد الباحثان من بيانات الدراسة الميدانية 2020م.

5. الخاتمة:

1.5 النتائج:

- تهتم إدارة الكلية بالإبداع وتحفيز الموظفين المبدعين معنوياً.
- توفر الكلية بيته عمل تعزز وترسخ الممارسات الإبداعية.
- تستخدم الكلية أسلوب فرق العمل بما يساعد في تحقيق الإبداع.
- تشارك الكلية العاملين في إتخاذ القرارات لتشجيع عملية الإبداع.
- قامت الكلية بإبتكار طرق وأساليب عمل جديدة تدعم عملية الإبتكار.
- تراعي الكلية عند تقديم خدماتها التعليمية نظرية المستهلك تجاه الخدمة.
- تسعى الكلية لاستقطاب أفراد ذو مؤهلات أكademie وفنية عالية.
- تسعى الكلية للإستفادة من التكنولوجيا في تقديم خدمات أفضل لتحقيق الجودة والتميز.
- عملت الكلية على عقد دورات تدريبية للعاملين تساعده على تحقيق التميز في الأداء.

2.5 التوصيات:

- من المفيد إعطاء الحرية الكافية للعاملين لممارسة أعمالهم الإبداعية.
- زيادة الإهتمام بسياسات وتطور برامج الكلية الأكademie.
- التقليل من الرقابة المالية الصارمة على التكاليف بشكل عام.
- الإهتمام بعامل السعر للتغلب في المنافسة على الكليات الأخرى.
- ضرورة بذل المزيد من الإهتمام بالجودة لأنها عامل رئيسي لدى الكلية في عملية مواجهة المنافسة.

المراجع:**أولاً: الكتب:**

1. ابكر، موسى عيسى (2020). *أساليب التكلفة الاستراتيجية ودورها في دعم الميزة التنافسية للقطاع الصناعي*. ط1، الدار العالمية، القاهرة.
2. الأمم المتحدة (2006). المجلس الاقتصادي والاجتماعي: لجنة الخبراء المهمة بالإدارة العامة، الابتكارات في مجال الحكم والإدارة العامة لتحقيق الأهداف الإنمائية المتفق عليها ودلياً.
3. خربوطلي، عامر (2018). *ريادة الأعمال والمشروعات الصغيرة والمتوسطة*. منشورات الجامعة الإفتراضية السورية.
4. زغدار، أحمد (2011). *المنافسة التنافسية والبدائل الاستراتيجية*. دار جدي للنشر والتوزيع، الأردن، عمان.
5. كافي، مصطفى يوسف (2016). *ريادة الأعمال وإدارة المشاريع الصغيرة*. ط1، دار اسامه للنشر والتوزيع، الأردن- عمان- العبدلي.
6. المؤتمر الدولي لتطوير الأداء (2009). نحو أداء متميز في القطاع الحكومي، الدور المستقبلي لمؤسسات التنمية الإدارية في تطوير الأداء، الرياض.

ثانياً: البحوث والرسائل:

1. تيطراوي، إيمان و زوبيري، زهيرة (2018-2019). مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر أكاديمي، أثر التوجيه الإستراتيجي في تحقيق الميزة التنافسية في المؤسسة الإقتصادية الجزائرية (دراسة ميدانية لمؤسسة Lafargeholcim بالمسيلة).
2. حنيفي إيمان، أبو رومان محمد (2019). استراتيجية الريادة ودورها في تحقيق التنمية الإقتصادية: دراسة ميدانية على قطاع المصادر العاملة في الأردن. المؤتمر الدولي في تكنولوجيا الأعمال والإقتصاد المعرفي.
3. دحماني، جميلة (2018). دور التوجيه الريادي في تعزيز تنافسية المؤسسة، دراسة حالة مؤسسة ومان للأثاث. جامعة محمد خضرير بسكرة.
4. الزعبي، علي فلاح والجريبي، ماجد عبد العزيز (2007). دور وأهمية الإبداع المحاسبي في تحقيق الميزة التنافسية الإقتصادية في مؤسسات المال والأعمال الأردنية. بحث علمي مقدم إلى المؤتمر العلمي الخامس لكلية العلوم الإدارية والمالية في جامعة فيلادلفيا.
5. عبدالله، أحمد (2020). دور الريادة الاستراتيجية في تعزيز مقدرات المنظمات الرشيقية، دراسة حالة شركات الإتصالات في منطقة الفرات. جامعة كربلا. رسالة ماجستير، منشورة.
6. الفضلي، فضل صباح (2003). العوامل المؤثرة على دور المدير كوكيل إبداع: دراسة تحليلية ميدانية في دولة الكويت. مجلة جامعة الملك سعود: العلوم الإدارية.

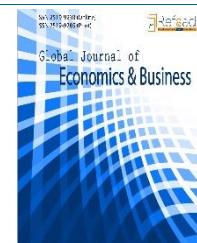

www.refaad.com

المجلة العالمية للاقتصاد والأعمال

Global Journal of Economics and Business (GJEB)

Journal Homepage: <https://www.refaad.com/views/GJEB/home.aspx>

ISSN: 2519-9293(Online) 2519-9285 (Print)



Strategies and their impact on achieving competitive advantage (Case study of the Jordanian-Sudanese Mashreq University 2021)

AleemAl hajAdam Abdel Rahim

Assistant Professor, Department of Public Administration, College of Administrative Sciences, Bahri University, Sudan, Najran University, Saudi Arabia
aleemalhaj15@gmail.com

Abdul-Aziz Hassan Abdul-Aziz

Assistant Professor, Department of Business Administration, College of Business Studies, University of Kordofan, Sudan

Received: 20/10/2021 Revised: 20/11/2021 Accepted: 25/11/2021 DOI: <https://doi.org/10.31559/GJEB2021.11.3.2>

Abstract: This study dealt with leadership strategies and their impact on achieving competitive advantage in private universities in the state of Khartoum. The questionnaire was used as a tool for data collection, and the research followed the descriptive and analytical approach to analyze the data. The research concluded several results, including: The adoption of the philosophy of continuous improvement by Sudanese private universities does not contribute to the required level in developing the performance of the faculty due to the absence of clear plans and the lack of a sufficient number of qualified faculty members, and there is aid and support from the higher management for continuous improvement, which Contribute to the development of the curriculum. The research recommended the need to pay attention to the philosophy of continuous improvement in order to develop the performance of faculty members and educate workers about its importance to attract and appoint a sufficient and qualified number of faculty members in order to achieve continuous improvement of educational services.

Keywords: leadership strategies; Competitive advantage.

References:

1. 'bdallh, Ahmd (2020). Dwr Alryadh Alastrytyjh Fy T'zyz Mqdrat Almnzmat Alrshyqh, Drash Halh Shrkat Aletsalat Fy Mntqh Alfrat. Jam't Krbla. Rsalt Majstyr, Mnshwrh.
2. Alamm Almthdh (2006). Almjls Alaqsady Walajtma'y: Ljnh Alkhbra' Almhtmh Baledarh Al'amh, Alabtkarat Fy Mjal Alhkm Waledarh Al'amh Lthqyq Alahdaf Alenma'yh Almtfq 'lyha Wdlyaan.
3. Abkr, Mwsa 'ysa (2020). Asalyb Altklfh Alastrytyjh Wdwrha Fy D'm Almyzh Altnafsyh Llqta' Alsna'y. T1, Aldar Al'almyh, Alqahrh.
4. Dhmany, Jmylh (2018). Dwr Altwijh Alryady Fy T'zyz Tnafsyh Alm'ssh, Drash Halh M'sst Wman Llathath. Jam't Mhmd Khdyr Bskrh.
5. Alfdly, Fdl Sbah (2003). Al'waml Alm'thrh 'la Dwr Almdyr Kwkyl Ebda': Drash Thlylyh Mydanyh Fy Dwlt Alkwyt. Mjlt Jam't Almlk S'ewd: Al'lwm Aledaryh.
6. Hnyng Eyman, Abw Rwm Mhmd (2019). Astratyjh Alryadh Wdwrha Fy Thqyq Altnmyh Aleqtsadyh: Drash Mydanyt 'la Qta' Almsarf Al'amlih Fy Alardn. Alm'tmr Aldwly Fy Tknwlwjya Ala'emal Waleqtsad Alm'rfy.
7. Kafy, Mstfa Ywsf (2016). Ryadh Ala'mal Wedarh Almshary' Alsghyrh. T1, Dar Asamh Llnshr Waltwzy', Alardn- 'man- Al'bdly.
8. Khrbwly, 'amr (2018). Ryadt Ala'mal Walmshrw'at Alsghyrh Walmtwsth. Mn Mnshwrat Aljam'h Alefradyh Alswryh.
9. Zghdar, Ahmd (2011). Almnafsh Altnafsyh Walbdael Alastrytyjh. Dar Jdyd Llnshr Waltwzy', Alardn, 'man.
10. Alm'tmr Aldwly Lttwyr Alada' (2009). Nhw Ada' Mtmyz Fy Alqta' Alhkwy, Aldwr Almstqby Lm'ssat Altnmyh Aledaryh Fy Ttwyr Alada', Alryad.
11. Tytrawy, Eyman W Zwbyry, Zhyrh (2018-2019). Mdkrt Mqdmh Lnyl Shhadh Almastr Akadymy, Athr Altwijh Alestratyjy Fy Thqyq Almyzh Altnafsyh Fy Alm'ssh Aleqtsadyh Aljza'ryh (Drash Mydanyh Lm'sst Lafargeholcim Balmsylh).
12. Alz'by, 'ly Flah Waljryry, Majd 'bdal'zyz (2007). Dwr Wahmyh Alebda' Almhasby Fy Thqyq Almyzh Altnafsyh Alaqtsadyh Fy M'ssat Almal Wala'mal Alardnyh. Bhth 'lmy Mqdm Ela Alm'tmr Al'elmy Alkhams Lklyh Al'lwm Aledaryh Walmalyh Fy Jam't Fyladlfya.