

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>



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
aleemahaj15@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 وتوعية 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 ازدياد المنافسة، والإبتكار، وكذلك عمليات الريادة أصبحت من الإدارة الاستراتيجية لأعمال هذه المنظمات، نتيجته التحول إلى منظمات المعرفة وليس الأعمال الروتينية وتحسين مؤشرات المعرفة وتنشأ المنظمات الريادية من خلال نوعين من العمليات هما 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 ومخاطرة جديدة وفرص جديدة من خلال الإستفادة من عناصر مرتبطة بذلك سواء إن كانت بالإبداع أم أخذ المخاطرة والمغامرة والإستقلالية والإبتكار والميزة التنافسية والتفرد. وإن المنظمات الريادية بحاجة إلى إدارة قادرة على إيجاد نوع من التناغم بين ما تمتلكه من معرفة كلية وقدرات فنية والتخطيط الإستراتيجي وإمتلاك الرؤى الثاقبة لأهداف المنظمة الريادية.

1.1. مشكلة البحث:

تكمن مشكلة البحث في أن هنالك الكثير من التأثيرات التي تحدثها استراتيجيات ريادة الأعمال على الميزة التنافسية وتتفرع 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 الابتكار على تحقيق استراتيجية التكلفة الأقل؟
- هل تؤثر استراتيجية الابتكار على تحقيق استراتيجية التميز؟

2.1. أهمية البحث:

تأتي أهمية البحث من أهمية الدور الذي تلعبه استراتيجيات الريادة في إدارة منظمات الأعمال وبالتالي يستطيع المدبرون من تحقيق الميزة التنافسية بالإضافة لأثر الاستراتيجيات على تحقيق ميزة تنافسية لمنظمات الأعمال وكيفية مواجهه المنظمات الاخرى من خلال الإبداع والابتكار والتفرد.

3.1. أهداف البحث:

يهدف البحث التعرف على هدف رئيس وعدد من الأهداف الفرعية التالية:

التعرف على أثر استراتيجيات ريادة الأعمال (استراتيجية الإبداع، استراتيجية الابتكار 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 الابتكار على تحقيق ميزة التكلفة الأقل
- بيان أثر استراتيجية الابتكار 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 الابتكار والتكلفة الأقل.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استراتيجية الابتكار وميزة التميز.

5.1. مناهج البحث:

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

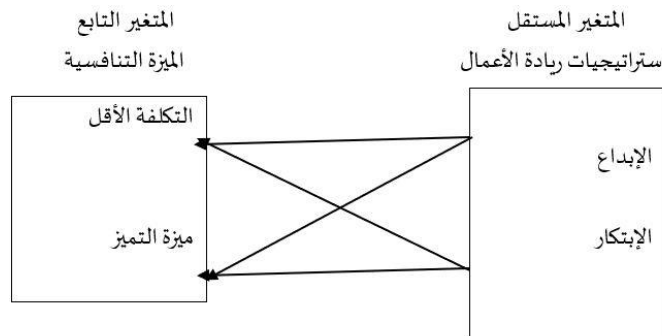
6.1. مصادر جمع البيانات:

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

7.1. حدود البحث:

- الحدود الزمانية: من مارس 2020م إلى يناير 2021م.
- الحدود المكانية: الجامعات والكليات الخاصة بولاية الخرطوم.
- الحدود الموضوعية: اقتصر البحث على دراسة استراتيجيات ريادة 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، ويتطلب تحمل المخاطر الناجمة عنه، مع ضرورة تخصيص الوقت والجهد والمال اللازم لتنفيذه، مما ينتج استقبال العوائد المادية والمعنوية المصاحبة له.¹
- **استراتيجية الريادة:** هي تلك الاستراتيجيات التي تشجع المنظمات على الإبداع والابتكار والتفرد وأخذ المخاطرة بالمبادأة.²
- **الإبداع:** هو الوسيلة التي يمكن للشركة من خلالها أن تخلق أفكاراً جديدة وذلك لتقديم خدمات تشبع حاجات ورغبات الزبائن.³
- **الابتكار:** هو الذي ينشأ عنه نتائج جديدة لما يحدث من تفاعل بين الفرد بأسلوبه المتميز وما يواجهه في بيئته.⁴
- **الميزة التنافسية:** تعني إكتشاف طرق جديدة أكثر فعالية من تلك المستخدمة من قبل المنافسين.⁵
- **التكلفة الأقل:** هي قدرة المؤسسة على تصميم خدمة تعليمية أقل تكلفة مقارنة بمنافسها مما يؤدي إلى تحقيق عائد أكبر.⁶
- **التميز:** هو مجموعة من المعارف والمهارات والقدرات التي يمتلكها أصحاب الأداء المتميز في الكادر الإداري.⁷

10.1. الدراسات السابقة:

أولاً: الدراسات المتعلقة بالمتغير المستقل:

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

ثانياً: الدراسات المتعلقة بالمتغير التابع:

- **دراسة تيطراوي وزوبيري (2018-2019):¹⁰** تمثلت مشكلة الدراسة في أثر التوجيه الإستراتيجي الريادي في تحقيق الميزة التنافسية بمؤسسة الأسمنت لفراج هولسيم بالمسيلة، هدفت الدراسة إلى تسليط 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 لفراج هولسيم، يوجد أثر للتوجيه الإستراتيجي الريادي على الميزة التنافسية بالتركيز في مؤسسة لفراج هولسيم.
- **دراسة دحماني (2018):¹¹** هدفت الدراسة إلى أن معرفة هل للتوجيه الريادي دور في تعزيز تنافسية المؤسسة من خلال استعمال المنهج الوصفي التحليلي وأداه 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 اسامة للنشر والتوزيع، الأردن - عمان - العبدلي.

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

³ علي فلاح الزعبي وماجد عبدالعزیز الجبري، 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 المهتمة بالإدارة العامة، الابتكارات في مجال الحكم والإدارة العامة لتحقيق الأهداف الإنمائية المتفق عليها ودلياً.

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

⁶ موسى عيسى أبكر 2020م، ط1، مرجع سبق ذكره ص 37.

⁷ زغدار أحمد، 2011م، المنافسة التنافسية والبدائل الاستراتيجية، دار جديد للنشر والتوزيع، الأردن، عمان.

⁸ أحمد عبدالله 2020م، دور الريادة الإستراتيجية في تعزيز مقدرات المنظمات الرشيقة، دراسة حالة شركات الاتصالات في منطقة الفرات، جامعة كربلا. رسالة ماجستير، منشورة.

⁹ إيمان حنيني، محمد أبو رومان 2019م، إستراتيجية الريادة ودورها في تحقيق التنمية الاقتصادية: دراسة ميدانية على قطاع المصارف العاملة في الأردن المؤتمر الدولي في تكنولوجيا الأعمال والإقتصاد المعرفي.

¹⁰ إيمان تيطراوي وزهيره زوبيري 2018-2019م، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير 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 خضير 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:

1.1.2. استراتيجيات ريادة الأعمال:

1.1.2.1. مفهوم الريادة والأعمال الريادية:¹²

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 المؤكده 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 يهتمك في الريادة وينشغل بها من خلال إدراكه لفكرة توفير منتج أو خدمة في الأعمال وحملها إلى التطبيق الفعلي (النجار والعلبي 2006م). الريادة: تعني انشاء شئ جديد ذي قيمة وتخصيص الوقت والجهد والمال اللازم للمشروع وتحمل المخاطر المصاحبة وإستقبال المكافئة الناتجة. (مصطفى كافي، 2016م، ص20)

- عناصر الريادة¹³: تتكون عناصر الريادة من الأفراد الرياديين المنتجين للإبداع، البعد التنظيمي المرتبط بالرؤية، الثقة، المثالية، الإبداع التحوط للفشل، التحوط للغموض، الرقابة الداخلية، البعد البيئي المرتبط بالتنوع بالاسواق. (مصطفى كافي، 2016م، ص21)
- أهمية الريادة: تساهم ريادة الأعمال بجملة من المنافع هي: خلق الثورة من خلال توفير منتجات، سلع وخدمات، متفوقة لتبية حاجات متقدمة للزبائن، ومن ثم توسع 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 متفوق للتحفيز والمحافظة على أفضل المهارات، تحقيق رضا ولاء زبون متفوق بإمتلاك المرونة الاستراتيجية اللازمة، وتشجيع الابتكار، تعزيز سمعة الأعمال من خلال الإستقامة والمسؤولية.
- استراتيجيات الريادة: تُعرف استراتيجيات الريادة بأنها تلك الاستراتيجية التي تتبناها المنظمة أو التي تشجع على بعد واحد أو مجموعة من أبعاد لاستراتيجية الريادة (كالإبداع، والابتكار، والتميز، وتقبل 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 التالية:¹⁴
- استغلال توسع الفرص في السوق ووجود موارد جديدة والتكامل ما بين الموارد والزبائن في السوق، الابتكار والإبداع والتحديث الذي يحدث داخل وخارج المنظمة، القدرة على إجراء التغييرات السريعة المرتبطة بالصناعة وهيكل السوق وحاجات الزبائن والتكنولوجيا والقيم الاجتماعية، الإلتزام بالتطوير والتوسع في الميزة التنافسية في الأسواق، القدرة على تحقيق النجاحات المالية والنمو واستمرارية البقاء على المدى الطويل.

2.1.2. مفهوم الإبداع:¹⁵

يعرف الإبداع في اللغة كما جاء في (لسان العرب)، من بدع الشيء: وهو أنشأه، وجاء في (المعجم الوسيط) بدعه بديعاً أي أنشأه على مثال سابق، وعرفه (القاموس العصري الحديث) بأنه: الإيجاد أو التكوين أو الابتكار. ومن تعريفات الإبداع: القدرة على تكوين وإنشاء شيء جديد، أو دمج الآراء القديمة أو الجديدة في صورة جديدة، أو استعمال الخيال لتطوير وتكييف الآراء حتى تشبع الحاجيات بطريقة جديدة، أو عمل شيء جديد ملموس أو غير ملموس.

- مفهوم الإبداع الإداري:¹⁶ 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 صغارهم وكبارهم 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 اسامة للنشر والتوزيع، الاردن - عمان - العبدلي، 2016م.

¹³ مصطفى يوسف كافي، مرجع سبق ذكره، ص 21.

¹⁴ عامر خربوطي، مرجع سبق ذكره، ص 23.

¹⁵ علي فلاح الزعي و/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 لكلية العلوم الإدارية والمالية في جامعة فيلادلفيا، 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 ينتج عنها عمل جديد يرضي الجماعة وتقبله أنه مفيد".
 2. التركيز على الناتج الإبداعي، أي مقدار الإنتاجية التي تحققها – أو تنتج عن عملية الإبداع.
- الصفات الشخصية للمبدعين: كالفضول والبحث ووضوح الرؤيا والقدرة على تفهم المشكلات ونجد صفات الإبداع بالخصائص النفسية المتمثلة بالمخاطرة والاستقلالية والمثابرة والانفتاح على الخبرة الداخلية والخارجية.
 - الإمكانات الإبداعية عند الأفراد، كالاتقلال 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 الاكتمال".
- أنواع الابتكار: ابتكار الموهبة، ابتكار تحقيق الذات، الابتكار كنتاج 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 الخلاق أو الملائم لها. أي أن الابتكار ما هو إلا تحويل الفكرة الإبداعية إلى عمل إبداعي. فالعمل محكوم بإمكانية تطبيق الأفكار المبدعة، بل المهارة في أن يحمل أفكاراً مبدعة خلاقه 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 المبتكرون بالجمال بقدر فائدة المنتج. بينما الإبداع يعني إيجاد الجديد شريطة أن يتصف هذا الجديد بالجمال، كما هو الحال في الفنون التشكيلية.

2.2. مفهوم وأنواع الميزة التنافسية

1.2.2. 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 يشتمل 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 وتتمثل في قدرات الدولة من موارد طبيعية والأيدي العاملة الرخيصة، المناخ والموقع الجغرافي التي سمح لها بإنتاج رخيص وتنافسي إلى مفهوم الميزة التنافسية وتتمثل في: اعتماد الدولة على التكنولوجيا، والعنصر الفكري في الإنتاج، ونوعية الانتاج وفهم احتياجات ورغبات المستهلك فيما جعل العناصر المكونة للميزة النسبية تصبح غير فاعلة وغير مهمة من تحديد التنافسية.

2.2.2. تعريف التنافسيه حسب المؤسسات:²²

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

¹⁷ علي فلاح الزعبي وأ/ماجدة عبدالعزيز الجريري، 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، 2007م.

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

¹⁹ الأمم المتحدة: المجلس الاقتصادي والاجتماعي: لجنة الخبراء المهتمة بالإدارة العامة، الابتكارات في مجال الحكم والإدارة العامة لتحقيق الأهداف الإنمائية المتفق عليها ودلياً، 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 التكلفة الاستراتيجية ودورها في دعم الميزة التنافسية للقطاع الصناعي، الدار العالمية القاهرة، 2020م، ط1.

²² عمار بوشناق، الميزة التنافسية في المنظمة الاقتصادية، مصادرها تنميتها وتطويرها، رسالة ماجستير جامعة الجزائر 200

وتعريف التنافسية حسب قطاع النشاط: تعني التنافسية لقطاع ما قدرة المؤسسات المنتجة لنفس القطاع الصناعي من دولة ما على تحقيق نجاح مستمر في الأسواق الدولية دون الاعتماد على الدعم والحماية الحكومية. كما تعرف التنافسية الدولية بأنها قدرة البلد على زيادة حصصها في الأسواق المحلية والدولية.

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

تعريف بعض الاقتصاديين: يرى oldin ston بأن التنافسية لأمة ما هو قدرتها على توليد موارد لازمة بمواجهة الحاجات الوطنية.

- أهمية الميزة التنافسية: ²⁴خلق قيمة تلي احتياجاتهم وتضمن ولائهم، وتحسين سمعة المؤسسة في أذهانهم.
- أهداف خلق الميزة التنافسية: خلق فرص تسويق جديدة، دخول مجال تنافسي جديد بدخول 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 رضا العميل بهدف تأكيد بقائها في السوق التنافسية.
- مرتكزات الميزة التنافسية: التحسين المستمر، التركيز على العميل، التركيز على الموارد والكفاءات البشرية، الوقاية بدل من التفيتش.
- أنواع التنافسية: ²⁵تنافسية التكلفة أو السعر، التنافسية غير السعرية، التنافسية النوعية، التنافسية التقنية بتوقيع الأبعاد الأساسية في التنافسية إلى الاهتمام بجوانب عديدة منها:

1. مستوى التحليل: اعتباراً من مستوى المشروع أو المنتج إلى مستوى القطاع، مستوى البلد وحتى على مستوى الإقليم.

2. الشمول: هو تحقيق الأهداف بأقل التكاليف والفعالية والاختيار الصحيح للغايات.

3. النسبية: حيث أن التنافسية في جوهرها تعني مقارنة نسبة الاقتصادية سواء كانت بلدان أو مؤسسات أو أقسام في المؤسسة الواحدة أو بين فترتين زمنيتين وهو ما يفسر مسالة فقدان التنافسية الديناميكية كما يفسر اهتمام تقدير WEF.

- آليات تطوير الميزة التنافسية: ²⁶

مواصلة بحوث التنمية والتطوير للوصول إلى منتجات جديدة وتطوير السلع الحالية بتكلفة أقل وبتقنية أحدث وبشكل دائم، بناء قاعدة معلومات لتعظيم النظام المعلوماتي لدى الشركة عن الأسواق والعملاء والمنافسين، الوصول إلى سلع وخدمات جديدة، احتضان العملاء والاستجابة السريعة لحاجاتهم وإشراكهم في القرارات، التعامل مع المنظمات العالمية 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، الإستثمار في النشاط التسويقي، تنوع اسلحة الهجوم على المنافسين، القناعة بما تقدمه من سلع وخدمات، المحافظة على المظهر العام للمنظمة، إدارة توقعات العملاء واكتساب 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: تتجلى 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 تتمثل في براءة الاختراع، وطرق التسيير وأن نجاح المؤسسة في إقحام الأسواق الدولية والإستمرار في التواجد يدل على تقبل الزبائن لمنتجاتها. هذا الأمر مشروط بإمتلاك المؤسسة لميزات تنافسية، أي عناصر تفوق. تشير إلى أن الميزة التنافسية للمؤسسة عرضة للتطور والتغير. ²⁷

- أبعاد الميزة التنافسية تتمثل في:

1. بعد التكلفة: يؤكد على أن أية شركة عليها أن تركز على بعد التكلفة من أجل أن تجعل تكاليف إنتاج وتسويق منتجاتها أدنى من الشركات المنافسة لها.

2. بعد الجودة: تعد الجودة مطلباً 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 للزبون 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 المزا التنافسية، مجموعة النيل العربية مصر، ط1، 2001م.

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

²⁷ د/زغدار احمد (المنافسة التنافسية والبدائل الاستراتيجية دارجربر للنشر ط1، 2011)، ص33

²⁸ موسى عيسى أبكر مرجع سبق ذكره 2020، ص96

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

• مؤشرات قياس القدرة التنافسية:²⁹

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

• قيادة التكلفة:³⁰

في ظل مواجهتها لمناقشة المؤسسات الأخرى العاملة في نفس القطاع تلجأ المؤسسة إلى تخفيض تكلفة الوحدة الواحدة من سلفها، فإذا ما تمكنت المؤسسة من بيع منتجاتها بسعر منخفض فيمكنها الفوز بحصة السوق.

يمكن للمؤسسة ان تلجأ إلى تحقيق تكلفتها عندما تتوفر لها جملة من الشروط هي: القدرة على توفير المعلومات الكافية على عناصر التكلفة المختلفة، القدرة على التأثير على عناصر التكلفة من خلال الروابط التجارية المختلفة التي تربطها بالموردين.

وللتمكن من تخفيض التكلفة يمكن للمؤسسة إتباع الطرق التالية: رفع مستوى الإنتاجية ورفع مستوى الإنتاج للاستفادة من اقتصاديات الحجم، مع التخصص في إنتاج أنواع محدودة من المنتجات، تقليل أو إلغاء خدمات مابعد البيع المقدمة للذباتن، تقليص النفقات الموجهة للبحث والتطوير، حسن اختيار مواقع المشاريع قصد تلقيص تكاليف النقل.

• ميزة التميز:³¹

يشير مفهوم التميز لدى الفرد كما يشرح على السليبي إلى قدرته على إنجاز نتائج غير مسبوقة بتفوق بها على نفسه وعلى الآخرين وأن يتحاشى قدر الإمكان التعرض للخطأ، وكذلك يعرف هيرابل التميز: هو مجموعة المعارف والمهارات والقدرات التي يمتلكها اصحاب الأداء المتميز.

ويلخص عبد العزيز نور مفهوم التميز في كلمتين: هما الانضباط والاتقان. وفي ضوء ماسبق يمكن تعريف التميز بأنه: قدرة الفرد أو الجماعة أو المنظمة على أداء الأعمال المطلوبة منهم بإتقان وجودة، قدرة الفرد أو الجماعة أو المنظمة على تحقيق الأهداف المطلوبة منهم بكفاءة وفعالية.

تتميز بعض الشركات بقدرتها على انتاج منتجات أو تقديم خدمات فيها شيء ما له قيمة لدى العملاء بحيث تنفرد به عن المنافسين.

يمكن أن تتميز المؤسسة عن منافسها عندما يكون بمقدورها الحيازة على خصائص فريدة تجعل الزبون يتعلق بها، بمعنى أن تحقيق المؤسسة للتميز يتم عندما تكون قادرة على تقديم منتج أو خدمة بمواصفات متميزة من خلالها يدرك العملاء والمنافسين أن المنظمة تقدم شيئاً متفرداً يصعب تقليده.

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، ويتكون مجتمع الدراسة من العاملين (بجامعة المشرق والكلية الأردنية) بولاية الخرموط تم توزيع عدد (63) استبانة، حيث بلغ عدد الاستبيانات المستردة (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 والمستلمة وهي نسبة تعتبر كبيرة في البحوث الوصفية التي تعتمد على قوائم الأسئلة أو الاستبيانات.

2.3. أداة 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 الأدبيات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة والإطلاع على ما كتب في استراتيجيات الريادة والميزة التنافسية،

²⁹ آكرم احمد الطويل، العلاقة بين الابداع التقني وابعاد الميزة التنافسية-دراسة ميدانية في مجموعة مختارة من الشركات الصناعية في محافظة نينوي -قسم الادارة الصناعية -جامعة الموصل - كلية الادارة والاقتصاد ص12

³⁰ موسى عيسى أبكر، مرجع سبق ذكره، ص37

³¹ زغدارأحمد، المنافسة التنافسية والبدائل الاستراتيجية، دار جديد للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2011م

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

جدول (1): يوضح درجات مقياس ليكرت الخماسي

الاستجابة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
الدرجة	5	4	3	2	1

المصدر: إعداد الباحث من بيانات الدراسة الميدانية 2020م

وقد تم تصحيح المقياس المستخدم في الدراسة كالآتي:

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

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 أداة الدراسة:

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

4.3. صدق أداة 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 اعتمدت 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 الإجتماعية (SPSS) إصدار (23) ومن خلاله تم استخدام أساليب الإحصاء الوصفي: التكرارات، النسب المئوية، والأوساط الحسابية، والانحرافات المعيارية، التحليل العاملي الإستكشافي: لقياس الاختلافات بين العبارات التي تقيس كل متغير من متغيرات الدراسة، إرتباط بيرسون: لمعرفة قوة العلاقة بين المتغيرات التي يتم فحصها، تحديد الأنحدار: وذلك لمعرفة التأثير بين المتغيرات.

6.3. تنظيف البيانات:

- البيانات المفقودة: إذا تركت المستجيب جزءاً كبيراً من الإستقصاء دون إجابة أي نسبة (25%) يمكن قبوله مع المعالجة وإذا زاد عن (25%) يجب إستبعاد الإستبيان بإعتباره غير صالح للتحليل³².
- الإجابات المتماثلة: من الضروري أن يكون هنالك تشتت في إجابة المستجيبين أي ألا يكون هنالك تجانس تام لتلك الإجابات ويتم التعرف على هذا من خلال إحتساب الإنحراف المعياري للإجابات فإذا كان هنالك انحراف معياري عالي يعني أن هنالك تشتت في الإجابات والعكس صحيح.

7.3. معدل استجابات العينة:

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

جدول (2): تنظيف البيانات ونسبة الاستجابة

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

المصدر: إعداد الباحثان من بيانات الدراسة الميدانية 2020م

³² أوما سيكاران، طرق البحث في الإدارة مدخل لبناء المهارات البحثية، (الرياض: دار المريخ للنشر، 2009م)، ص 433

يلاحظ من الجدول رقم (2) أعلاه انه تم توزيع عدد (63) استبانة، حيث بلغ عدد الاستبيانات المستردة (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 والمستلمة 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.

8.3. التحليل الوصفي للمتغيرات الديموغرافية:

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

جدول (3): يبين الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة

المتغير	بيان	العدد	النسبة
النوع	ذكر	46	79.3%
	أنثى	12	20.7%
المجموع		58	100%
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%
المجموع		58	100%
المؤهل العلمي	ثانوي	16	27.6%
	جامعي	40	69%
	فوق الجامعي	2	3.4%
المجموع		58	100%
سنوات الخبرة	أقل من 5 سنوات	15	25.9%
	5 إلى 10 سنوات	16	27.6%
	11 إلى 20 سنة	16	27.6%
	30-21	5	8.6%
	أكثر من 30	6	10.3%
المجموع		58	100%
الوظيفة	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%
المجموع		58	100%

المصدر: إعداد الباحثان من بيانات الدراسة الميدانية 2020م.

يلاحظ من الجدول رقم (3) أعلاه والذي يوضح توزيع مفردات العينة حسب الخصائص الديموغرافية، وقد أظهر التحليل توزيع مفردات العينة حسب النوع حيث بلغت نسبة الذكور (79.3%) 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 فأكثر 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 يليها 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 يليها أقل من 5 سنوات بنسبة (25.9%)، ثم الفئتين 21 إلى 30 سنة و30 سنة فأكثر نسبة (10.3%).

9.3. التحليل العاملي الإستكشافي:

يستخدم هذا النوع من التحليل في الحالات التي تكون فيها العلاقات بين المتغيرات والعوامل الكامنة غير معروفة وبالتالي فإن التحليل العاملي يهدف إلى اكتشاف العوامل التي تصف المتغيرات واختبار الإختلافات بين العبارات التي تقيس كل متغير من متغيرات الدراسة، حيث تقوم عملية التحليل العاملي 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 متغيراً ما ينتمي إلى مكون معين من خلال تحميله loading على ذلك العامل وكلما زادت القيمة المطلقة للتحميل زادت المعنوية الإحصائية.

وبمراعاة الشروط التي حددها (Churchill)³³ التي تتمثل في النقاط التالية:

1. وجود عدد كافي من الارتباطات ذات دلالة إحصائية في مصفوفة الدوران.
2. ألا تقل قيمة (KMO) عن 60% لتتناسب العينة.
3. ألا تقل قيمة اختبار (Bartlett's Test of Sphericity) عن الواحد.
4. أن تكون قيمة الإشتراكات الأولية (Communities) للبنود أكثر من 50% (Gaskination,s)³⁴.
5. ألا يقل تشبع العامل عن 50%، مع مراعاة عدم وجود قيم متقاطعة تزيد عن 50% في العوامل الأخرى.
6. ألا 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 0.60. تناسب العينة، وأن لا تقل قيمة اختبار Bartlett's Test of Sphericity عن الواحد صحيح، وأن تكون الإشتراكات الأولية communities للبنود أكثر من 0.50، وأن لا يقل تشبع العامل عن 0.50 مع مراعاة عدم وجود قيم متقاطعة تزيد عن 50% في العوامل الأخرى، وأن لا تقل قيم الجزر الكامن عن الواحد.

10.3. التحليل العاملي الإستكشافي للمتغير المستقل استراتيجيات الريادة:

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

جدول (4): التحليل العاملي الإستكشافي للمتغير المستقل ريادة الأعمال

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

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 ريادة الأعمال والمكون من محورين مع بعضها البعض وعدد عباراتهما (10) عبارة وتم استخدام نقطة حذف بمقدار (0.50) أي بمراعاة عدم وجود قيم متقاطعة 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 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 الاجتماعية وفقاً (Hair,J.F)³⁵.

كما تم تدوير العوامل بأحد طرق التدوير المتعامد وهي varimax لتحميل المتغيرات على العوامل الأكثر ارتباطاً بها وبحيث تكون العوامل مستقلة عن بعضها تماماً ولقد اظهر التحليل مصفوفة العوامل المدارة 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:8.3.2018م

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

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

الحالة	البعد	مضمون العبارة في الإستبيان
لم تحذف	A1	إدارة الكلية تهتم بالإبداع وتحفيز الموظفين المدعين.
لم تحذف	A2	توفر الكلية بيئة عمل تعزز وترسخ الممارسات الإبداعية.
لم تحذف	A3	تستخدم الكلية أسلوب فرق العمل بما يحقق الإبداع.
لم تحذف	A4	تشارك الكلية العاملين في اتخاذ القرارات لتشجيع عملية الإبداع.
حذفت	A5	تعطى الكلية الحرية الكافية للعاملين لممارسة أعمالهم الإبداعية.
لم تحذف	B1	تجري الكلية تغيرات جذرية باستخدام أنظمه الكمبيوتر في عملياتها الإدارية بصورة مواكبة ومنظمة.
لم تحذف	B2	تساعد الكلية العاملين في فهم آليات عمل الإدارة بالإهتمام والمشاركة ووضع برامج ذات كفاءة.
حذفت	B3	تتخذ الكلية سياسات لتطور برامجها الأكاديمية.
لم تحذف	B4	تقدم الكلية برامج إضافية متميزة ومبتكرة.
لم تحذف	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 البعد 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) أدناه نتائج عملية التحليل العاملي الإستكشافي للمتغير التابع المكون من عدد من العبارات (العدد الكلي للعبارات 10 عبارة).

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

المتغيرات	العبارة	1	2
التكلفة الأقل	C2	.701	
	C4	.773	
	C5	.698	
التميز	D3		.667
	D4		.703
	D5		.766
	KMO		.520
	الجنر 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 عباراتها (10) عبارات وتم استخدام نقطة حذف بمقدار (0.50) أي بمراعاة عدم وجود قيم متقاطعة 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 التكلفة 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%) و التي تعتبر جيدة في البحوث الإجتماعية وفقاً (Hair, J.F, at all, 1998)، كما تم تدوير العوامل بأحد طرق التدوير المتعامد وهي varimax لتحميل المتغيرات على العوامل الأكثر إرتباطاً بها و بحيث تكون العوامل مستقلة عن بعضها تماماً ولقد أظهر التحليل مصفوفة العوامل المدارة rotated Component matrix بالشكل 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

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

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 الاعتمادية:

يستخدم تحليل الاعتمادية للعثور على الإتساق الداخلي للبيانات ويتراوح من (0 إلى 1)، تم إحتساب قيمة (معامل ألفا كورنباخ) للعثور على إتساق البيانات الداخلي، إذا كانت قيم معامل معامل ألفا كورنباخ أقرب إلى (1) يعتبر الإتساق الداخلي للمتغيرات كبير، ولاتخاذ قرار بشأن قيمة أ معامل ألفا كورنباخ المطلوبة يتوقف ذلك على الغرض من البحث ففي المراحل الأولى من البحوث الأساسية تشير (Nunnally,1967) إلى أن المصدقية من 0.50-0.60 تكفي وأن زيادة المصدقية 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 أيضاً في الأدب (Bowling, 2009)، والجدول رقم (8) يوضح نتائج اختبار معامل ألفا كورنباخ (Cronbach's alpha) بعد إجراء التحليل العاملي.

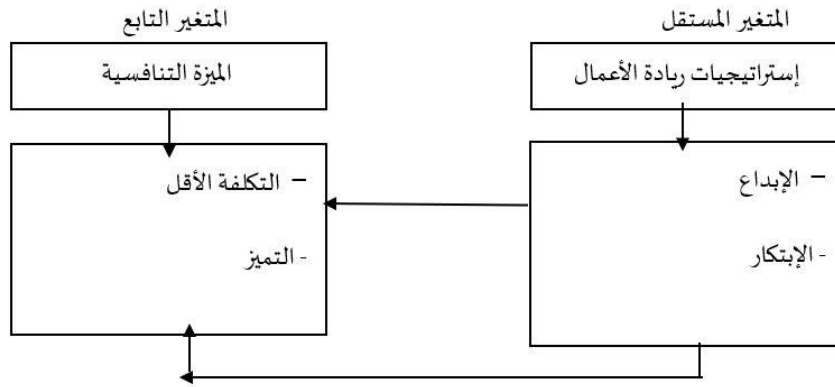
جدول (8): معامل الاعتمادية معامل ألفا كورنباخ لمتغيرات الدراسة بعد التحليل العاملي الإستكشافي

اسم المتغير	المتغيرات	عدد العبارات	Cronbach alpha
المتغير المستقل:	الإبداع	5	.796
استراتيجيات الريادة	الإبتكار	5	.786
المتغير التابع:	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 والاعتمادية حذفت بعض العبارات من المتغير المستقل استراتيجيات الريادة وما تبقي 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 تبقي 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. متوسطات وإنحرافات متغيرات الدراسة:

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

المتغيرات	الوسط الحسابي	الانحراف 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 اتجاهات عينة الدراسة كانت إيجابية نحو أغلب الفقرات التي تقيس متغيرات الدراسة و يوضح ذلك الوسط الحسابي والانحراف المعياري لأبعاد الدراسة، ويلاحظ من الجدول أن الوسط الحسابي والانحراف المعياري للمتغير المستقل، حيث مثل بعد الإبداع أكبر متوسط وبلغ (الوسط الحسابي 2.9310، والانحراف المعياري 0.81487)، يليه بعد الابتكار حيث بلغ (الوسط الحسابي 2.7716، والانحراف المعياري 0.79511)، ويلاحظ أن الوسط الحسابي لمتغيرات الدراسة أكبر من الوسط الفرضي المستخدم في برنامج التحليل الإحصائي (والانحراف المعياري أقل من نصف المتوسط الحسابي 3) مما يشير إلى قوة متغيرات الدراسة، ويشير ذلك إلى أن المستقيمين يركزون بشكل أكبر على محور الإبداع من حيث الأوساط الحسابية، ومن جانب آخر يمكن ترتيب هذه الإهتمامات للعينة كما يلي: الإبداع، ثم الابتكار. أما المتغير التابع، فبعد التميز بلغ (الوسط الحسابي 2.5057، والانحراف المعياري 0.8924) ويمثل أكبر متوسط، يليه بعد التكلفة الأقل حيث بلغ (الوسط الحسابي 2.216، والانحراف المعياري 0.73297)، ويلاحظ أن الوسط الحسابي لمتغيرات الدراسة أكبر من الوسط الفرضي المستخدم في برنامج التحليل الإحصائي (والانحراف المعياري أقل من نصف المتوسط الحسابي 3) مما يشير إلى قوة متغيرات الدراسة، ويشير ذلك إلى أن المستقيمين يركزون بشكل أكبر على بعد التميز من حيث الأوساط الحسابية، ومن جانب آخر يمكن ترتيب هذه الإهتمامات للعينة كما يلي: التميز، التكلفة الأقل.

16.3. الارتباطات بين متغيرات الدراسة:

تحلل الارتباطات لمعرفة للارتباطات البنينة بين متغيرات الدراسة، فكلما كانت درجة الارتباط قريبة من الواحد الصحيح فإن 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 إعتبارها متوسطة إذا تراوحت قيمة معامل الارتباط بين (0.30) إلى (0.70)، وتعتبر 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				
المتغيرات	الإبداع	الابتكار	التكلفة الأقل	التميز
الإبداع	1			
الابتكار	.661	1		
التكلفة الأقل	.251	.173	1	
التميز	.459	.594	.258	1

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 الابتكار 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 الابتكار يرتبط إيجابياً وبصورة معنوية متوسطة مع بعد التكلفة الأقل حيث كانت قيمة الارتباط (.173)، كما نجد أن له علاقة إرتباط 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

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

جدول (12): يوضح نتائج اختبار الفرضية الأولى

التكلفة الأقل		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 الانحدار المتعدد للتعرف على أثر الإبداع على التكلفة الأقل، ومن خلال تحليل الانحدار تم التوصل إلى أنه توجد علاقة إيجابية بين الإبداع والتكلفة الأقل حيث بلغت قيمة بيتا (.243) ومستوى المعنوية (.000) وكانت قيمة مستوى الدلالة أقل من مستوى الدلالة المعتمد (0.05) في هذه الدراسة. وقد أشار اختبار F إلى أن نموذج الانحدار ذو دلالة إحصائية، حيث بلغت قيمة F المحسوبة (1.851) بمستوى دلالة (sig = .000) وهي أقل من مستوى الدلالة المعتمد في هذه الدراسة (0.05)، أما القابلية التفسيرية لنموذج الانحدار والمتمثلة في معامل التحديد (R) فقد بلغت (.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

التميز		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 الانحدار المتعدد للتعرف على أثر الإبداع على التميز، ومن خلال تحليل الانحدار تم التوصل إلى أنه توجد علاقة إيجابية بين الإبداع والتميز حيث بلغت قيمة بيتا (.012) ومستوى المعنوية (.000) وكانت قيمة مستوى الدلالة أقل من مستوى الدلالة المعتمد (0.05) في هذه الدراسة. وقد أشار اختبار F إلى أن نموذج الانحدار ذو دلالة إحصائية، حيث بلغت قيمة F المحسوبة (1.851) بمستوى دلالة (sig = .000) وهي أقل من مستوى الدلالة المعتمد في هذه الدراسة (0.05)، أما القابلية التفسيرية لنموذج الانحدار والمتمثلة في معامل التحديد (R) فقد بلغت (.251). مما يشير إلى أن 25% تقريباً من التغيرات في الإبداع يفسرها 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

التكلفة الأقل		الأبعاد
Sig	Beta	
.000	.118	الإبتكار
	.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 الانحدار المتعدد للتعرف على أثر الإبتكار على التكلفة الأقل، ومن خلال تحليل الانحدار تم التوصل إلى أنه توجد علاقة إيجابية بين الإبتكار والتكلفة الأقل، حيث بلغت قيمة بيتا (.118) ومستوى المعنوية (.000) وكانت قيمة مستوى الدلالة أقل من مستوى الدلالة المعتمد (0.05) في هذه الدراسة. وقد أشار اختبار F إلى أن نموذج الانحدار ذو دلالة إحصائية، حيث بلغت قيمة F المحسوبة (15.536) بمستوى دلالة (sig = .000) وهي أقل من مستوى الدلالة المعتمد في هذه الدراسة (0.05)، أما القابلية التفسيرية لنموذج الانحدار والمتمثلة في معامل التحديد (R) فقد بلغت (.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 الابتكار والتميز:

جدول (15): يوضح نتائج اختبار الفرضية الرابعة

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

المصدر: إعداد الباحثان من بيانات الدراسة الميدانية 2020م.

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار المتعدد للتعرف على أثر الابتكار على التميز، ومن خلال تحليل الانحدار تم التوصل إلى أنه توجد علاقة إيجابية بين الابتكار والتميز حيث بلغت قيمة بيتا (.517) ومستوى المعنوية (.000) وكانت قيمة مستوى الدلالة أقل من مستوى الدلالة المعتمد (0.05) في هذه الدراسة. وقد أشار اختبار F إلى أن نموذج الانحدار ذو دلالة إحصائية، حيث بلغت قيمة F المحسوبة (15.536) بمستوى دلالة (sig = .000) وهي أقل من مستوى الدلالة المعتمد في هذه الدراسة (0.05)، أما القابلية التفسيرية لنموذج الانحدار والمتمثلة في معامل التحديد (R) فقد بلغت (0.601). مما يشير إلى أن 60% تقريباً من التغيرات في الابتكار يفسرها التميز وتبقى 40% تفسرها عوامل أخرى.

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

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

المصدر: إعداد الباحثان من بيانات الدراسة الميدانية 2020م.

5. الخاتمة:

1.5. النتائج:

- تهتم إدارة الكلية بالإبداع وتحفيز الموظفين المبدعين معنوياً.
- توفر الكلية بيئته 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 بابتكار طرق وأساليب عمل جديدة تدعم عملية الابتكار.
- تراجع الكلية عند تقديم خدماتها التعليمية نظرة المستهلك تجاه الخدمة.
- تسعى الكلية لإستقطاب أفراد ذو مؤهلات أكاديمية وفنية عالية.
- تسعى الكلية للإستفادة من التكنولوجيا في تقديم خدمات أفضل لتحقيق الجودة والتميز.
- عملت الكلية على عقد دورات تدريبية للعاملين تساعد على تحقيق التميز في الأداء.

2.5. التوصيات:

- من المفيد إعطاء الحرية الكافية للعاملين لممارسة أعمالهم الإبداعية.
- زيادة الإهتمام بسياسات وتطور برامج الكلية الأكاديمية.
- التقليل من الرقابة المالية الصارمة على التكاليف بشكل عام.
- الإهتمام بعامل السعر للتغلب في المنافسة على الكليات الأخرى.
- ضرورة بذل الميزانية 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 المهتمة بالإدارة العامة، الابتكارات في مجال الحكم والإدارة العامة لتحقيق الأهداف الإنمائية المتفق عليها ودليلاً.
3. خربوطلي، عامر (2018). *ريادة الأعمال والمشروعات الصغيرة والمتوسطة*. من منشورات الجامعة الافتراضية السورية.
4. زغدار، أحمد (2011). *المنافسة التنافسية والبدائل الاستراتيجية*. دار جديد للنشر والتوزيع، الأردن، عمان.
5. كافي، مصطفى يوسف (2016). *ريادة الأعمال وإدارة المشاريع الصغيرة*. ط1، دار اسامة 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 الماجستير أكاديمي، أثر التوجيه الإستراتيجي في تحقيق الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية (دراسة ميدانية لمؤسسة Lafargeholcim بالمسيلة).
2. حنيني إيمان، أبو رومان محمد (2019). *استراتيجية الريادة ودورها في تحقيق التنمية الاقتصادية: دراسة ميدانية على قطاع المصارف العاملة في الأردن*. المؤتمر الدولي في تكنولوجيا الأعمال والإقتصاد المعرفي.
3. دحمان، جميلة (2018). دور التوجيه الريادي في تعزيز تنافسية المؤسسة، دراسة حالة مؤسسة ومان للأثاث. جامعة محمد خضير بسكرة.
4. الزعبي، علي فلاح والجريري، ماجد عبد العزيز (2007). 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.
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.



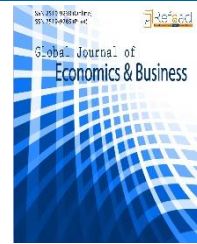
www.refaad.com

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. 'bdalh, Ahmd (2020). Dwr Alryadh Alastratyjyh Fy T'zyz Mqdrat Almnzmat Alrshyqh, Drash Halh Shrkat Aletsalat Fy Mntqh Alfrat. Jam't Krbala. Rsalt Majstyr, Mnshwrh.
2. Alamm Almhthd (2006). Almjls Alaqtady Walajtmay: Ljnh Alkhbra' Almthmh Baledarh Al'amh, Alabtkarat Fy Mjal Alhkm Waledarh Al'amh Lthqyq Alahdaf Alenma'yh Almtfq 'lyha Wdlyaan.
3. Abkr, Mwasa 'ysa (2020). Asalyb Altklfh Alastratyjyh Wdwrha Fy D'm Almyzh Altnafsyh Llqta' Alsna'y. T1, Aldar Al'almyh, Alqahrh.
4. Dhmany, Jmylh (2018). Dwr Altwjyh 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 Kwkyt Ebdad': Drash Thlylyh Mydanyh Fy Dwt Alkwyt. Mjlt Jam't Almlk S'ewd: Al'lwm Aledaryh.
6. Hnyny Eyman, Abw Rwman Mhmd (2019). Astratyjyh Alryadh Wdwrha Fy Thqyq Altnmyh Aleqtadyh: Drash Mydanyt 'la Qta' Almsarf Al'amh Fy Alardn. Alm'tmr Aldwly Fy Tknwlyjya 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. Khrbwty, 'amr (2018). Ryadt Ala'mal Walmshrw'at Alsghyrh Walmtwst. Mn Mnshwrat Aljam'h Alefradyh Alswryh.
9. Zghdar, Ahmd (2011). Almnafsh Altnafsyh Walbdael Alastratyjyh. Dar Jdyd Llnshr Waltwzy', Alardn, 'man.
10. Alm'tmr Aldwly Lttwyr Alada' (2009). Nhw Ada' Mtnyz Fy Alqta' Alhkwmy, 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 Altwjyh Alestratyjy Fy Thqyq Almyzh Altnafsyh Fy Alm'ssh Aleqtadyh 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 Alaqtadyh Fy M'ssat Almal Wala'mal Alardnyh. Btht 'lmy Mqdm Ela Alm'tmr Al'elmy Alkhams Lklyh Al'lwm Aledaryh Walmaryh Fy Jam't Fyladlyfa.