

أثر استراتيجيات الريادة في التميز المؤسسي (دراسة حالة عينة من رواد الأعمال بولاية الخرطوم) الفترة من (2021 - 2022م)

طالبة دكتوراه

جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا

أ. ندى حسن عبدالقادر أحمد

المستخلص:

تناول البحث أثر استراتيجيات الريادة في التميز المؤسسي (دراسة حالة عينة من رواد الأعمال بولاية الخرطوم). وتلخصت مشكلة البحث في التساؤل الرئيس؛ ما العلاقة بين استراتيجيات الريادة والتميز المؤسسي؟ وتتفرع منه التساؤلات التالية: ما العلاقة بين الإبداع والتميز المؤسسي؟، ما العلاقة بين الابتكار والتميز المؤسسي؟، ما العلاقة بين المخاطرة والتميز المؤسسي؟، ما العلاقة بين التفرد والتميز المؤسسي؟، ما العلاقة بين المبادأة والتميز المؤسسي؟. وهدف البحث إلى معرفة العلاقة بين استراتيجيات الريادة (الإبداع، الابتكار، المخاطرة، التفرد، المبادأة) والتميز المؤسسي؛ التعرف على استراتيجيات الريادة، توضيح مفهوم التميز المؤسسي، دراسة مدى توفر ثقافة الريادة واستراتيجياتها بين رواد الأعمال، معرفة ما إذا كان رواد الأعمال يعتمدون في التعرف على مفاهيم الأعمال الريادية على ما لديهم من ثقافة ريادية. واختبر البحث الفروض؛ هنالك علاقة ذات دلالة إحصائية بين استراتيجيات الريادة والتميز المؤسسي من وجهة نظر رواد الأعمال، هنالك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإبداع والتميز المؤسسي من وجهة نظر رواد الأعمال، هنالك علاقة ذات دلالة إحصائية بين المخاطرة والتميز المؤسسي من وجهة نظر رواد الأعمال، هنالك علاقة ذات دلالة إحصائية بين التفرد والتميز المؤسسي من وجهة نظر رواد الأعمال، ذات دلالة إحصائية بين المبادأة والتميز المؤسسي من وجهة نظر رواد الأعمال. واستخدم البحث المنهج الوصفي التحليلي. وتوصل البحث لعدد من النتائج أهمها؛ ثبوت عدم معنوية معامل الانحدار حيث بلغت قيمة (T) المحسوبة (0.320) وهي دالة عند مستوي معنوية (0.751) وتعتبر هذه القيمة أكبر من مستوي الدلالة (0.05) وعليه نرفض صحة الفرضية الثانية (هنالك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الخدمات الاستشارية لحاضنات الأعمال والثقافة الريادية)، ثبوت معنوية معامل الانحدار حيث بلغت قيمة (T) المحسوبة (1.907) وهي دالة عند مستوي معنوية (0.066) وتعتبر هذه القيمة أكبر من مستوي الدلالة (0.05) وعليه نرفض صحة الفرضية الخامسة (هنالك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الخدمات التسويقية والثقافة الريادية)، رفض وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استراتيجيات الريادة والتميز المؤسسي. كما اوصى البحث بعدد من التوصيات منها؛ على رواد الأعمال الاهتمام أكثر بتنمية الإبداع، ينبغي على رواد الأعمال العمل على ابتكار أفكار تواكب سوق العمل، على الدولة المساهمة في تطوير ونشر ثقافة ريادة الأعمال بين الشباب.

الكلمات المفتاحية: استراتيجيات الريادة (الإبداع، الابتكار، المخاطرة، التفرد، المبادأة) / التميز المؤسسي.

The Impact of Leadership Strategies in Organizational Excellence (Case study A sample of Entrepreneurs in the State of Khartoum) Period from (20212022-)

Nada Hassan Abdelgadir Ahmed

Abstract:

The research dealt with the impact of entrepreneurship strategies on institutional excellence (a case study of a sample of entrepreneurs in the state of Khartoum). The research problem is summarized in the main question; what is the relationship between leadership strategies and institutional excellence? The following questions arise from it: What is the relationship between creativity and institutional excellence? What is the relationship between innovation and institutional excellence?, What is the relationship between risk and institutional excellence?, What is the relationship between uniqueness and institutional excellence?, What is the relationship between initiative and institutional excellence? It aimed to know the relationship between leadership strategies (creativity, innovation, risk-taking, exclusivity, initiative) and institutional excellence; Identifying entrepreneurship strategies, clarifying the concept of institutional excellence, studying the availability of entrepreneurship culture and strategies among entrepreneurs, and knowing whether entrepreneurs rely on their entrepreneurial culture in identifying entrepreneurial concepts. The research tested the hypotheses; there is a statistically significant relationship between entrepreneurship strategies and institutional excellence from the point of view of entrepreneurs. A statistic between risk and institutional excellence from the point of view of entrepreneurs, there is a statistically significant relationship between uniqueness and institutional excellence from the point of view of entrepreneurs, there is a statistically significant relationship between initiative and institutional excellence from the point of view of entrepreneurs. The research used the descriptive analytical method. The research reached a number of results, the most important of which are; The regression coefficient was proven to be insignificant, as the calculated (T) value was (0.320), which is a function at a significant level (0.751), and this value is greater than the significance level (0.05). Entrepreneurship), the significance of the regression coefficient was proven, as the calculated value of (T) was (1.907), which is a function at the level of significance (0.066),

and this value is greater than the significance level (0.05), and therefore we reject the validity of the fifth hypothesis (there is a statistically significant relationship between marketing services and culture Entrepreneurship), rejecting the existence of a statistically significant relationship between entrepreneurship strategies and institutional excellence. The research also recommended a number of recommendations, including; Entrepreneurs should pay more attention to the development of creativity. Entrepreneurs should work on creating ideas that keep pace with the labor market. The state should contribute to developing and spreading the culture of entrepreneurship among young people.

Keywords: Leadership strategies (creativity, innovation, risk, exclusivity, initiative) / institutional excellence.

المقدمة:

أن الريادة تمثل عملية إنشاء شئ جديد ذو قيمة وتخصيص الوقت والجهد والمال اللازم للمشروع وتحمل المخاطر المصاحبة واستقبال المكافئة الناتجة، فهي عملية ديناميكية لتأمين تراكم الثروة، وهذه الثروة تقدم عن طريق الأفراد الذين يتخذون المخاطر في رأس المال والالتزام بالتطبيق ليضيفو قيمة إلى بعض المنتجات أو الخدمات وهذه المنتجات أو الخدمات قد تكون أو لا تكون جديدة أو فريدة ولكن يجب أن يضيف الريادي لها قيمة من خلال تخصيص الموارد والمهارات الضرورية. ورائد الأعمال الناجح هو الذي يمتلك القدرة على إنشاء مشروع تجاري ناجح ذي قيمة إضافية ويتجاوز المخاطر، وتعتمد مهارة ريادة الأعمال على المهارات الأساسية للمسؤولين عن تنفيذ هذه الأعمال، ومفهوم ريادة الأعمال يقوم على مبدأ اكتشاف الفرص وتحويلها إلى مشاريع ناجحة. هذا ومن ضرورات التميز المؤسسي الريادة في تقديم المنتجات الابتكارية فعلى المؤسسات والمنشآت والأفراد المتسمون بالذكاء الاستراتيجي أن يتميزوا بالريادة في إنتاج الخدمات والمنتجات الابتكارية التي تفوق سقف توقعات العملاء والمستهلكين أكثر من غيرها وذلك بسبب القدرات الفائقة لهم في مجالات البحوث التنموية والسوقية.

مشكلة البحث:

تتمثل مشكلة البحث في الاجابة على التساؤل الرئيس ما العلاقة بين استراتيجيات الريادة والتميز المؤسسي ؟ وتفرع منه التساؤلات التالية:-

- 1/ ما العلاقة بين الإبداع والتميز المؤسسي ؟.
- 2/ ما العلاقة بين الابتكار والتميز المؤسسي ؟.
- 3/ ما العلاقة بين المخاطرة والتميز المؤسسي ؟.
- 4/ ما العلاقة بين التفرد والتميز المؤسسي ؟.
- 5/ ما العلاقة بين المبادأة والتميز المؤسسي ؟.

أهمية البحث:

تنبع أهمية هذا البحث من أنه:

- 1- يوفر معلومات مفيدة لمتخذي القرار بالمنظمات.
- 2- يوفر مرجع بالمكتبة للدارسين.
- 3- أنه من الدراسات القليلة في هذا المجال حسب علم الباحثة.
- 4- قد يفتح آفاقاً لدراسات جديدة.

أهداف البحث:

يسعى البحث لمعرفة العلاقة بين استراتيجيات الريادة (الإبداع، الابتكار، المخاطرة، التفرد، المبادرة) والتميز المؤسسي من خلال تحقيق الأهداف التالية:

1. التعرف على استراتيجيات الريادة.
2. توضيح مفهوم التميز المؤسسي.
3. دراسة مدى توفر ثقافة الريادة واستراتيجياتها بين رواد الأعمال.
4. معرفة ما إذا كان رواد الأعمال يعتمدون في التعرف على مفاهيم الأعمال الريادية على ما لديهم من ثقافة ريادية.

فرضيات البحث:

تقوم الباحثة باختبار الفرضية الرئيسية التالية:- (هنالك علاقة ذات دلالة إحصائية بين استراتيجيات الريادة والتميز المؤسسي من وجهة نظر رواد الأعمال) ؛ وتتفرع منها الفرضيات الفرعية الآتية:

1. هنالك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإبداع والتميز المؤسسي من وجهة نظر رواد الأعمال.
2. هنالك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الابتكار والتميز المؤسسي من وجهة نظر رواد الأعمال.
3. هنالك علاقة ذات دلالة إحصائية بين المخاطرة والتميز المؤسسي من وجهة نظر رواد الأعمال.
4. هنالك علاقة ذات دلالة إحصائية بين التفرد والتميز المؤسسي من وجهة نظر رواد الأعمال.
5. هنالك علاقة ذات دلالة إحصائية بين المبادرة والتميز المؤسسي من وجهة نظر رواد الأعمال.

أدوات جمع البيانات :

الأولية : الإستبيان.

الثانوية : الكتب والمراجع والدوريات والبحوث.

حدود البحث :

الحدود المكانية :- رواد الأعمال - ولاية الخرطوم.
الحدود البشرية:- عينة من رواد الأعمال - ولاية الخرطوم
الدراسات السابقة:

دراسة مصطفى وعونى، 2011م⁽¹⁾:

هدفت الدراسة إلى زيادة المعرفة النظرية والميدانية للعاملين في المركز قيد البحث عن عناصر استراتيجيات الريادة وابعاد إبداع المنتج، تحديد طبيعة علاقات الإرتباط والتأثير بين عناصر إستراتيجيات الريادة وابعاد إبداع المنتج في المركز قيد البحث. إستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي. توصلت الدراسة لعدد من النتائج أهمها، يعد مفهوم الريادة مفهوماً حيويماً فهو يساعد المركز على تعزيز قدراته الإبداعية وزيادة الحصة السوقية للمركز، وجود علاقة إرتباط معنوية بين عناصر استراتيجيات الريادة وابعاد إبداع المنتج، وجود علاقة تأثير معنوية لعناصر استراتيجيات الريادة في ابعاد إبداع المنتج. أوصت الدراسة بعدد من التوصيات منها، على إدارة المركز قيد البحث زيادة الإهتمام بعناصر استراتيجيات الريادة لما لها من دور في تعزيز أبعاد إبداع المنتج، تعميق الوعى لدى العاملين في المركز قيد البحث حول العلاقات (علاقات الإرتباط والتأثير) بين عناصر استراتيجيات الريادة وابعاد إبداع المنتج، زيادة إهتمام المركز قيد البحث بابعاد المنتج كونها من الوسائل الأساسية في البقاء والنمو وتحقيق التفوق والريادة بين المنافسين.

دراسة طه، 2014م⁽²⁾:

هدفت الدراسة إلى تحديد مدى تأثير الخصائص المتعلقة بالريادى في بورصة الأوراق المالية المصرية على الإبداع المؤسسى، تشخيص علاقة الإرتباط وتحليلها والأثر بين خصائص الريادى والإبداع المؤسسى لدى الأفراد المبحوثين. إستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي. توصلت الدراسة لعدد من النتائج أهمها، إن الريادة هى الأساس تتمحور حول روح الإبداع والمخاطرة، إن الريادة هى عملية إنشاء منظمة جديدة أو تطوير منظمات قائمة وهى بالتحديد إنشاء أعمال جديدة أو الإستجابة لفرص جديدة عامة، وجود علاقة إرتباط معنوية موجبة بين خصائص الريادى والإبداع المؤسسى. أوصت الدراسة بعدد من التوصيات منها، التأكيد على الخصائص الريادية في البورصة بغية تعزيز ونشر روح الإبداع لدى العاملين فيها، تهيئة البيئة الاجتماعية والثقافية والفنية في البورصة من أجل إيجاد روح الإبداع فيها ونشرها، إتاحة الفرص المناسبة لتدريب العاملين على ثقافة تحمل الخطر ونشر فلسفة المبادرة لدى جميع العاملين في البورصة.

دراسة حسن، 2014م⁽³⁾:

هدفت الدراسة إلى قياس مستوى التفكير الريادى لدى مدراء شركة كورك محافظة اربيل من وجهة نظر مديرين ومسؤول الشركة، التعرف على تأثير التفكير الريادى في بعض الممارسات الإدارية فيها، التعرف على العوامل الشخصية والتنظيمية التى تتأثر وتؤثر في مستوى التفكير الريادى في شركة كورك للإتصالات، إبراز دور التفكير الريادى في تعزيز الميزة التنافسية لشركة كورك

للإتصالات في محافظة اربيل. إستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي. توصلت الدراسة لعدد من النتائج أهمها، إهتمام شركة كورك للإتصالات بالتفكير الريادي والذي بدوره يحقق الميزة التنافسية، توجد علاقات ذات دلالة إحصائية بين تطبيق عناصر التفكير الريادي (المخاطرة، المبادأة، الإبداع، التفرد) وتحقيق الميزة التنافسية لشركة كورك للإتصالات، توجد علاقات تأثير بين التغيرات التي تحصل في التفكير الريادي وتحقيق الميزة التنافسية لشركات الإتصالات. أوصت الدراسة بعدة توصيات منها، أن تبادر شركات الإتصالات إلى الإستفادة من تطبيق النموذج المقترح لما له من فائدة في تحسين الأعمال لديها، تطبيق الدراسة على قطاعات إقتصادية أخرى كالبنوك والتأمين والصناعة والخدمات والتعليم والزراعة.

أولاً: الإطار النظري:

مفهوم الريادة:

الريادة أو الريادية مفهوم قديم استعمل لأول مرة في اللغة الفرنسية في بداية القرن السادس عشر، وقد تضمن المفهوم آنذاك معنى المخاطرة وتحمل الصعاب التي رافقت حملات الإستكشاف العسكرية، بقى هذا المفهوم مستعملاً في نفس السياق على الرغم من شموله للأعمال التي تحمل في طياتها روح المخاطرة خارج الحملات العسكرية كالأعمال الهندسية وبناء الجسور، وقد دخل مفهوم الريادة إلى النشاطات الاقتصادية في مطلع القرن الثامن عشر من قبل (كانتلون) الذي وصف التاجر الذي يشتري سلعاً بسعر محدد ليبيعها في المستقبل بسعر لا يعرفه مسبقاً بأنه ريادي، مهما يكن الأمر فإن روح المخاطرة والمغامرة بقيت ملازمة لمفهوم الريادة⁽⁴⁾.

أشار الباحثون إلى أن ريادة الأعمال هي إحدى أشكال النشاط الإنساني المتواصل الذي يقع على إحدى نهايته تلك الأنشطة الإبداعية فيما يقع على طرف النهاية الأخرى الروتين بشكله الطبيعي، في حين تعتبر الوظيفة الريادية إحدى وأهم القوى الرئيسة المحركة لاقتصاد السوق، فالريادي هو ذلك الوكيل الباحث عن تجاوز الروتين وإطار الأفكار المألوفة اجتماعياً، وفيما يتعلق بإستخدام المصطلح فقد تمت الإشارة إلى أن مصطلح ريادة الأعمال قد استخدم في أقرب تعريف بشكل زمني من قبل (Cantilon) سنة 1734م وذلك عندما أعتبرت ريادة الأعمال بمثابة عملية التوظيف الذاتي بدون معرفة الأجر المدفوع مستقبلاً، وتبع ذلك التوسع في مفهوم ريادة الأعمال ومنذ بدايات هذا القرن الإهتمام بموضوع الإبداع (Inovation) ضمن مفهوم الريادة والذي قد يظهر في عمليات الأعمال أو الأسواق أو المنتجات، وجاءت تعريفات ريادة الأعمال مؤخراً مركزة على عملية إنشاء مشروعات جديدة من قبل الأفراد الرياديين، فتطورت الريادة مع تطور نظرة الدول إلى الأهداف الاقتصادية والاجتماعية التي تسعى لتحقيقها وبذلك بدأت تأخذ أبعاداً اجتماعية بالإضافة إلى أبعادها الاقتصادية⁽⁵⁾.

كما ذهب بعض الباحثين إلى القول بأن الريادة هي ضمان النجاح من خلال الإدارة المتخصصة، يعنى بضمان النجاح هنا تحقيق مكاسب اقتصادية مجدية وفمو متصاعد على الرغم من المخاطر التي قد تقع دون سابق انذار ويتطلب ذلك مقدرة عالية نابعة من المعرفة الجيدة

والإدارة الكفؤة والتصميم القوى ووضوح الرؤية والهدف وسلامة الوسائل فنستطيع القول بأن مفهوم الريادة قد تطور مع تطور نظرة الدول المختلفة للأهداف الاقتصادية والاجتماعية التي تسعى لتحقيقها لذا فإننا يمكن أن ننظر إلى المفهوم ببعض المرونة عند التعامل معه إذ يكون في الدول المتطورة مرتبط بالاختراعات والتفرد، أما في الدول النامية فإن من يأخذ روح المبادرة والتحرك ويخاطر وينشئ عملاً جديداً يعمل من خلاله على المساهمة في إهداف التنمية الاقتصادية والاجتماعية يوصف بأنه ريادي، أما في البعد الاجتماعي فإن المجموعات المختلفة التي تتعامل مع الريادي خلال فترة حياة المشروع الذي يقوده تتوقع المكافأة من نجاح المشروع وكل ذلك يعكس آثاراً اقتصادية واجتماعية على المجتمع لذا فالمجتمعات المختلفة تستطيع أن تأخذ مفهوم الريادي الذي يناسب درجة التطور الاقتصادي والاجتماعي الذي تمر به، كما أن الريادي يسهم في تحقيق أهداف التنمية الاقتصادية والاجتماعية من خلال الأعمال التي يتبناها وبياسرها إذ أن الريادي يملك طرقاً جديدة لحل مشكلات السوق والمجتمع المختلفة لذا فإن الريادي هو من يأخذ روح المبادرة والتحرك ويخاطر وينشئ عملاً جديداً يضيف من خلاله قيمة ويسهم في تحقيق أهداف التنمية الاقتصادية والاجتماعية⁽⁶⁾.

تعريف الريادي:

منذ بداية القرن السابع عشر وحتى أواخر القرن الماضي تطور مفهوم الريادي حيث بدأت الريادة تأخذ إبعاداً اقتصادية واجتماعية ويعرف الريادي على أنه ذلك الفرد الذي يقوم بالمزج بين عناصر الإنتاج المختلفة (الموارد، العمالة، والأصول الأخرى) بنسب متوافقة لجعل قيمتها أكبر من ذي قبل ويتميز سلوك الريادي بروح المبادرة وقبول مختلف المخاطر التي يمكن أن يتعرض إليها ومع ذلك فهو يلجأ إلى تنظيم الآلية الاقتصادية والاجتماعية وبشكل عام فإن الريادي هو الفرد الذي يقوم بالتجديد والتغيير في الأسواق من خلال تقديم منتجات وخدمات ذات أشكال جديدة⁽⁷⁾.

تأتي كلمة الريادي في اللغة الإنجليزية لتعطي مصطلحاً ذا دلالة خاصة، ورغم ثراء اللغة العربية فإن كافة الترجمات لهذا المصطلح إتسمت بالقصور في التعبير عن المدلول المراد باللغة الإنجليزية، ففى القواميس والأدبيات الإدارية تُرجمت إلى (المبادر، الملتزم، المنظم، المخاطر، المخطط، المروج، صائد الفرص، صانع الفرص، المبدع الإنتاجي)، أو المستثمر للتعبير عن الراغب في بدء مشروع خاص أو إمتلاك مشروعاً بالفعل ويريد أن يديره بصورة صحيحة وسليمة⁽⁸⁾. يرجع تعريف رائد الأعمال إلى العالم الإقتصادي (شومبيتر) إذ عرف الريادي بأنه هو ذلك الشخص الذي لديه الإرادة والقدرة لتحويل فكرة جديدة تتميز بعنصر الإبداع أو إختراع جديد إلى إبتكار ناجح، ورائد الأعمال دائماً لديه شغف غير عادي بتطبيق فكرته ولديه إيمان كامل بنجاحها وإنها ستغير الكثير، بل قد تغير أوضاعه ومجتمعه المحلي بل العالم أجمع ومن ثم لديه القدرة على تطويرها وإستدامتها⁽⁹⁾.

استراتيجيات ريادة الأعمال:

يمكن تعريف استراتيجية الريادة بأنها تلك الاستراتيجية التي تتبناها المنظمة أو التي تشجع على بعد واحد أو مجموعة من أبعاد استراتيجية الريادة (الإبداع، والإبتكار، والتميز، وتقبل المخاطر، والمبادأة) بقصد المنافسة والتكيف مع البيئة واستراتيجية الريادة التي توضع من قبل فرد قوى التفكير بالتركيز على الفرص والمشكلات الثانوية والقرارات الكبيرة والجزئية بهدف نمو المنظمة⁽¹⁰⁾.

هي تلك الاستراتيجيات التي تشجع المنظمات على الإبداع والإبتكار والتفرد وأخذ المخاطرة والمبادأة، وكذلك تشجيع العاملين على إتخاذ القرارات وأخذ المسئولية عن هذه القرارات وترتبط استراتيجيات الريادة بعدد من المفاهيم كما يلي⁽¹¹⁾:

1/ الإبداع:

يعنى التجديد بوصفه إعادة تشكيل أو إعادة عمل الأفكار الجديدة لتأتى بشئ جديد ويتم التوصل إلى حل خلاصة لمشكلة ما أو فكرة جديدة وتطبيقها وأن الإبداع هو الجزء الملموس المرتبط بالتنفيذ أو التحويل من الفكرة إلى المنتج، كما يعتبر الإبداع القدرة على جمع أو مشاركة المعلومات بطرق تطوير أفكار جديدة أى تطوير الأفكار الإبتكارية التي تعكس الحاجات المدركة وتستجيب للفرص في المنظمة، وهو يعتبر الخطوة الأولى للإبتكار ويساهم في نجاح المنظمة على المدى الطويل، كما أنه يحسن من عملية صنع القرار من خلال تشجيع العصف الذهني كأحد الأساليب المستخدمة في جمع أعضاء الجماعة معاً لتطوير أفكار جديدة بحرية وعفوية دون إنتقاد.

2/ الإبتكار:

هو الوصول إلى فكرة جديدة ترتبط بالتكنولوجيا وتؤثر في المؤسسات المجتمعية والإبتكار هو الجزء المرتبط بالفكرة الجديدة، كما أن المنظمة الإبتكارية هي تلك المنظمة التي تبتكر أشياء ذات قيمة في الخدمات والأفكار والإجراءات والعمليات ضمن مجموعة من العاملين مع بعضهم بعضاً في ظل الإطار الاجتماعي للمنظمة الذي يتكون من الأفراد والجماعات للتأثير في السلوك الإبتكاري الذي يحدد الإبتكار التنظيمي للمنظمة.

3/ أخذ المخاطرة:

هي أن يقوم الريادي بأخذ المجازفة في طرح منتجات جديدة بالأسواق آخذاً بعين الإعتبار ما يوجد في السوق من مخاطر الغموض وعدم التأكد.

4/ التفرد:

هو إدخال طرق جديدة سواء أكانت تكنولوجية أم منتجات جديدة أم طريقة جديدة في تقديم المنتج أو الخدمة أو في إدارة التنظيم وهيكلته وذلك بصورة مختلفة عن الآخرين، أن التفرد يكون في منظمات الأعمال من خلال قدرتها على التميز عن غيرها من المنظمات الأخرى المنافسة في نفس قطاع الأعمال سواء أكان ذلك بطبيعة المنتجات أم الخدمات التي تقدمها وكذلك طبيعة الموارد التي تمتلكها. 5/ المبادأة: هي المشاركة في مشاكل المستقبل والحاجات والتغييرات ومدى

تقديم منتجات جديدة وتكنولوجية وتقنيات إدارية، وتكون المبادأة بتنفيذ الأعمال الريادية بحيث يكون من أخذ هذه المخاطرة مسئولاً عن الفشل وعدم تحقيق النجاحات المتوقعة.

مفهوم وتعريف التميز المؤسسي:

نشأ مفهوم التميز المؤسسي للتعبير عن الحاجة إلي مدخل شامل يجمع عناصر ومقومات بناء المنظمات على أسس متفوقة تحقق لها قدرات تنافسية في مواجهة المتغيرات والأوضاع الخارجية المحيطة بها من ناحية، كما تكفل لها تحقيق الترابط والتناسق الكامل بين عناصرها ومكوناتها الذاتية، واستثمار قدراتها المحورية والتفوق وتحقيق الفوائد والمنافع لأصحاب المصلحة في المنظمة والعاملين بها والمتعاملين معها، والمجتمع بأسره فالتميز نمط فكري وفلسفة إدارية تعتمد على منهج يرتبط بكيفية تحقيق نتائج ملموسة للمنظمة لتحقيق الموازنة في إشباع احتياجات الأطراف كافة سواء من أصحاب المصلحة أو المجتمع في إطار ثقافة من التعلم والابداع والتحسين المستمر. (السيوفي، 2019: 67)

يعتمد التميز المؤسسي علي مجموعة من العوامل الضرورية والمزدوجة ويطبق مبدأ التميز المؤسسي على الاحتكار الكلي أو الجزئي ولكن يعتمد على أساليب الإدارة المتقدمة ويطلق عليها الإدارة المتقدمة- ويطلق عليها الإدارة المرنة، أي التي تعتمد على قيام المدراء بالقضاء على اتفاق في منظومة الأعمال إذن يعتبر القضاء على تعاقدهم أساليب التنافسية المعاصرة⁽¹²⁾.

انشغلت عديد من الدراسات والبحوث بوضع مفهوم محدد للتميز المؤسسي، واختلفت توجهات الباحثين والمدارس الفكرية في الإدارة في تناول هذا المفهوم، فعلي سبيل المثال حددت مدرسة الإدارة العلمية مفهوم الكفاءة كأساس للتميز المؤسسي بينما ركزت مدرسة العلاقات الإنسانية على الحاجات الاجتماعية للعاملين، أما النظريات والمداخل الحديثة في مجال الإدارة ربطت التميز المؤسسي بعدة مصطلحات مثل الفاعلية، التي تركز على تحقيق أهداف المؤسسة الكلية في ظل التغيرات البيئية المتعددة والعمل الجماعي وفرق العمل وجودة الحياة والمناخ والثقافة التنظيمية وفي الواقع يعكس هذا التعدد أهمية المفهوم التي جعلت المداخل الإدارية المعاصرة تركز جهودها لتحديد مفاهيم التميز المؤسسي⁽¹³⁾.

التميز هو حالة من الابداع الإداري والتفوق التنظيمي تحقق مستويات غير عادية من الأداء والتنفيذ للعمليات الإنتاجية والتسويقية والمالية وغيرها في المنظمة بما ينتج عنه نتائج وانجازات تتفوق على ما يحققه المنافسون ويرضي عنها العملاء وكافة أصحاب المصلحة في المنظمة⁽¹⁴⁾.

كما أن هنالك عدد من المحاور في تفسير التميز تتمثل في الآتي⁽¹⁵⁾:

1/ تفسير التميز بناء على ممارسات المنظمة:

يعد الهدف الاسمي من تطبيق معايير التميز في المؤسسات الحديثة هو إحداث نقلة تطويرية وقفزة في الأداء المؤسسي ويساعد القادة على اكتساب طموحات تحقق الكفاءة والتميز في الأداء وصولاً إلي المستوي العالمي وبما ينعكس على إثراء روح المنافسة في كافة مجالات وأنشطة العمل بالمنظمة.

2/ تفسير التميز بناء على تفوق المنظمة على مثيلاتها:

يشير هذا المفهوم إلي منظومة متكاملة لنتائج أعمال المنظمة في ضوء تفاعلها مع عناصر بيئتها الداخلية والخارجية التي تقودها إلي التفرد والتفوق الإيجابي على غيرها من المنظمات في الوصول إلي أهدافها، وهو حالة من تفرد وتفوق المنظمة على أداء غيرها من المؤسسات المماثلة في مجال العمل وظهوره بالصورة التي تميز المؤسسة وتبرزها وتعلي شأنها بالنسبة للمؤسسات الأخرى، فالتميز يمثل الخبرة المقدرة من المعرفة الصريحة والإجرائية لمنظمة معينة والتي تعكس الأداء المتفرد الناجح والكفاء الموجه لأداء أية مهمة بطريقة متميزة.

3/ تفسير التميز من خلال تحقيق أداء يفوق توقعات العملاء:

يشير هذا المفهوم إلي محصلة الجهود التي تبذلها منظمة الخدمة لتحديد توقعات العملاء عن الخدمات التي تؤديها من أجل تحسين وتطوير أداء هذه الخدمات لتقديم خدمة تفوق تلك التوقعات وتجعل المنظمة نموذجاً يحتذى به.

أبعاد التميز المؤسسي:

تتعدد أبعاد التميز المؤسسي لتشمل جميع عناصر المؤسسة المادية والبشرية والعمليات المختلفة ومخرجات المؤسسة ولوائحها وتتضمن ما يلي:-

1/ القيادة الإدارية الفعالة:

تتولي وضع الأسس والمعايير وتوفير مقومات التنفيذ السليم للخطط والبرامج وتؤكد فرص المؤسسة في تحقيق إدارة التميز. وتحتمل القيادات مسؤولية أساسية في تهيئة البيئة التنظيمية لاستيعاب فكر التميز وتحقيقه في الواقع ومن المهم أن تحظي المؤسسات المتميزة بوجود قادة قادرين على صياغة المستقبل وتحويله إلي واقع، وهو الدور الذي يؤمل أن تحمله قيادات المؤسسة لتحقيق التميز واحداث التغيير وتتمثل أهم واجبات القادة في الآتي⁽¹⁶⁾:

- أ. شحذ الهمم والسعي لخلق ثقافة الإشراف والحيارة والتمكين والتحسين والمساءلة لجميع الموظفين من خلال أفعالهم وتصرفاتهم وتجاربهم.
- ب. تجسيد القيم المؤسسية وإعطاء القدوة الحسنة في النزاهة والمسؤولية المجتمعية والسلوك المهني داخل المؤسسة وخارجها.
- ج. صياغة مسار مستقبلي واضح وتحديد مرتكزات استراتيجية للمؤسسة وتعميمها ومن ثم السعي لتوحيد وتصويب جهود الموظفين نحو تبني الرؤيا والرسالة والأهداف والعمل على تحقيقها.
- د. التحلي بالمرونة والقدرة على صناعة القرارات الصائبة بناءً على المعلومات المتوفرة والخبرة والمعرفة السابقة مع الأخذ بعين الاعتبار تأثيراتها المحتملة.
- هـ. الإدراك بأن المحافظة على موقع الصدارة واستدامته يعتمد على القيادة في سرعة التعلم والاستجابة عند الحاجة.
- و. التبنّي والترويج للثقافة تدعم إنتاج الأفكار الجديدة ومنهجيات التفكير الحديثة الرامية لتشجيع الإبداع والتطوير المؤسسي.

ز. الاتسام بالشفافية وتحمل المسؤولية تجاه جميع المعنيين بالمرسنة والمجتمع ككل عن نتائج الأداء مع ضمان تحلي جميع الموظفين بالسلوكيات المهنية والمسرولية والنزاهة والاستقامة في كافة تعاملاتهم وتصرفاتهم.

2/ السياسات والاستراتيجيات:

لقد درج على تسميتها باللوائح وهي المقررات والأحكام الشمولية التي تعتمد الإدارة العليا في المنظمة بما في ذلك وضع معايير الأداء وحدود التصرف في كل نشاط من أنشطة المنظمة ويتم الاستناد إليها وفي إطارها ووضع واعتماد قواعد وأساليب وإجراءات العمل لكل نشاط⁽¹⁷⁾. يعبر عن التوجهات الرئيسية للمؤسسة ونظرتها المستقبلية ويضم بعض العناصر ومنها: رسالة المؤسسة، والتي تعبر عن النتائج الكبرى التي تسعى إلى تحقيقها والتي تدل على مبرر وجودها والرؤية المستقبلية للمؤسسة وتصورات الإدارة عن موقعها المستقبلي والأهداف الاستراتيجية التي تعمل الإدارة على تحقيقها وتتخذها أساساً في تخطيط عملياتها وتحديد الموارد والمدخلات المختلفة التي تحتاجها وآلية اعداد الخطط الاستراتيجية ومتابعتها وقياس عوائدها وتقويم الانجازات المتحققة عنها ومنظومة متكاملة من السياسات التي تحكم وتنظم عمل المؤسسة وترشد القائمين بمسؤوليات الأداء إلى قواعد وأسس اتخاذ القرارات⁽¹⁸⁾.

3/ الموارد البشرية:

تتضمن القواعد والآليات لتخطيط واستقطاب وتكوين الموارد البشرية وتنميتها وتوجيه أداءها، كما تشمل قواعد وآليات تقويم الأداء وأسس تعويض العاملين وفق نتائج الأداء، حيث تعتبر الموارد البشرية مصدرة الثروة في المؤسسة وأغلي أصولها على الاطلاق، وهم تركيبة من الخصائص الممتلئة في القدرات، المهارات، الكفاءات والخبرات، وكونهم أهم موارد المؤسسة يقتضي ذلك الاستثمار فيهم من خلال الاستغلال الجيد لتلك الخصائص والعمل على تنميتها من خلال إدارة تتوفر على المرتكزات التالية: التقدير، التمكين، التنمية البشرية، التوجيه، الالتزام، إدارة الأداء.

4/ الإجراءات والعمليات:

يقصد بإجراءات العمل، أو روتين العمل أنها الخطوات التفصيلية أو المراحل التي بها المعاملة من البداية إلى النهاية، والإجراءات، كما عرفها نيوشل هي سلسلة من العمليات الكتابية، يشترك فيها عدد من الناس في إدارة ما، أو في عدة إدارات، وتصمم لأجل التأكد من أن العمليات المتكررة تعالج بطريقة موحدة، والإجراءات هي طرق محددة سلفاً لكيفية القيام بالأعمال، وهي خطط موضوعة للموظفين لأجل إتباعها عند القيام بالأعمال المتكررة، وهي تترجم الخطط والسياسات العامة إلى أسلوب محدد لاتخاذ القرارات والقيام بالأعمال، وعندما تصمم الإجراءات يحدد فيها نوع العمل الذي سيقوم به الأفراد المشتركون في إنجاز المعاملة، وبلين تسلسل الخطوات في المعاملة والأشخاص الواجب اشتراكهم في إنجازها⁽¹⁹⁾. أما العمليات فإن الأساس لإدارة متميزة هو النظرة للمؤسسة على أنها مجموعة من العمليات المترابطة والمتداخلة فيما بينها فالعملية هي الطريقة التي تتم بها أعمال المؤسسة ويجب أن تكون محددة وواضحة للعاملين حتي يتسني

لهم فهمها، والتحكم فيها، ويتحقق ذلك بتوفر العمليات على المرتكزات التالية: السلطة والوضوح والقيمة والرقابة والتحسين، وتحتاج إدارة التميز إلى نظام متطور لتأكيد التميز يحدد آليات تحليل العمليات وأسس تحديد مواصفات وشروط الجودة ومعدلات السماح فيها وآليات رقابة وضبط الجودة ومدخل تصحيح إنحرافات الجودة⁽²⁰⁾..

ثانياً: - الدراسة الميدانية:

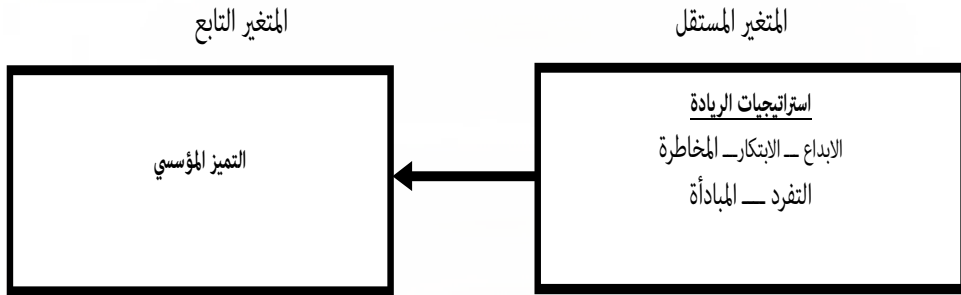
من خلال إجراءات الدراسة الميدانية على عينة من رواد الأعمال بولاية الخرطوم، وباستعمال أداة الدراسة المتمثلة في الإستبيان، يتم عرض وتحليل النتائج وكذا اختبار الفرضيات.

منهجية الدراسة الميدانية:

منهج الدراسة:

أن المنهج المناسب من أجل وصف وتحليل الدراسة بأكملها هو المنهج الوصفي التحليلي، كما تم استخدام المنهج التحليلي لتحليل معطيات الجانب الميداني والوقوف على أثر استراتيجيات الريادة في التميز المؤسسي دراسة حالة عينة من رواد الأعمال بولاية الخرطوم. أُمُوذج الدراسة:

شكل (1) أُمُوذج الدراسة



المصدر: إعداد الباحثة من خلال فرضيات الدراسة، 2022م

1. مجتمع الدراسة: انطلاقاً من المجال الموضوعي للدراسة، وتساؤلاتها، وطبيعة البيانات المطلوبة، والأهداف التي تسعى الدراسة لتحقيقها، حددت الباحثة مجتمع الدراسة الذي يتكون من عينة من رواد الأعمال بولاية الخرطوم.
2. عينة الدراسة: تم اختيار عينة البحث بطريقة العينة الميسرة من المجتمع المدروس مكونة من (100) رائد أعمال حيث تم توزيع عدد (100) استبانة وتم استرجاع (87) استبانة كلها سليمة تم استخدامها في التحليل بنسبة استرجاع بلغت (87 %)، بياناتها كما يوضحها جدول (1):

جدول (1) الاستبيانات الموزعة والمعادة

النسبة %	العدد	البيان
100 %	100	الاستبيانات الموزعة
87 %	87	الاستبيانات التي تم إرجاعها
13 %	13	الاستبيانات التي لم يتم إرجاعها
0.0 %	0	الاستبيانات غير صالحة للتحليل
87 %	87	الاستبيانات الصالحة للتحليل

المصدر: إعداد الباحثة من نتائج التحليل الإحصائي SPSS، 2022م

3/ أداة الدراسة: بالإعتاد على ما ورد في الإطار النظري والدراسات السابقة، تم بناء إستبيان خصيصاً لقياس اتجاهات مفردات العينة، وفقاً للمحاور الرئيسة للدراسة، وقد تضمن هذا الإستبيان البيانات الأساسية للمبحوثين ويشتمل على محاور الدراسة والتي من خلالها يتم التعرف على متغيرات الدراسة، ويشتمل هذا القسم على خمس محاور وعدد (30) عبارة تمثل متغيرات الدراسة وفقاً لما يلي:

- المحور الأول: يقيس: (الإبداع) ويشتمل على عدد (5) عبارات.
 - المحور الثاني: يقيس (الابتكار) ويشتمل على عدد (5) عبارات.
 - المحور الثالث: يقيس (المخاطرة) ويشتمل على عدد (5) عبارات.
 - المحور الرابع: يقيس (التفرد) ويشتمل على عدد (5) عبارات.
 - المحور الخامس: يقيس (المبادأة) ويشتمل على عدد (5) عبارات.
 - المحور السادس: يقيس (التميز المؤسسي) ويشتمل على عدد (5) عبارات.
- كما تم قياس درجة الاستجابات حسب مقياس ليكرت الخماسي (Likart Scale)، والذي يتراوح من لا أوافق على الإطلاق، لا أوافق، لا رأي، أوافق، اوافق بشدة، كما هو موضح في جدول رقم (2).

جدول (2) الميزان التقديري لمقياس ليكرت الخماسي

درجة الموافقة	الوزن النسبي	الوسط الفرضي	النسبة المئوية	الدلالة الإحصائية
أوافق بشدة	5	4.20 - 5	84 فما فوق	الموافقة بشدة
أوافق	4	3.40 - 4.19	68 % - 83.8 %	الموافقة
لا رأي	3	2.60 - 3.39	52 % - 67.8 %	لا رأي محدد
لا أوافق	2	1.80 - 2.59	36 % - 51.8 %	عدم الموافقة
لا أوافق على الإطلاق	1	1 - 1.79	20 % - 35.8 %	عدم الموافقة على الإطلاق

المصدر: إعداد الباحثة من نتائج التحليل الإحصائي SPSS، 2022م

وعليه فإن الوسط الفرضي للدراسة كالآتي:

$$\text{الدرجة الكلية للمقياس هي مجموع الأوزان على عددها (} 3 = \frac{15}{5} = \frac{5+4+3+2+1}{5} \text{)}$$

وهو يمثل الوسط الفرضي للدراسة، وعلية 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.

صدق وثبات أداة الدراسة:

سيتم التركيز هنا على أداة الدراسة المتمثلة في الإستبيان من حيث صدقها، وكذلك من خلال حساب معامل كرونباخ الذي يقيس مدى ثبات هذه الأداة وصلاحيته للتطبيق الميداني: / صدق أداة الدراسة: للتأكد من صدق أداة الدراسة قمنا بإجراء نوعين من الإختبارات:

- **الصدق الظاهري (صدق المحكمين):** تطلب التحقق من الصدق الظاهري لأداة الدراسة الإستعانة بمجموعة من المحكمين المتخصصين في إدارة الأعمال بقصد الإفادة من خبرتهم في إختصاصاتهم لمعرفة مدى مناسبتة لموضوع الدراسة وهدفها، وبناء على ملاحظات الأساتذة تم تعديل الإستبيان وتصميمه في صورته النهائية، ما جعل المقياس أكثر دقة وموضوعية في القياس.

- **الصدق البنائي Structure Validity:** يعتبر الصدق البنائي أحد مقاييس صدق الأداة الذي يقيس مدى تحقيق الأهداف التي تريد الأداة الوصول إليها، وبين مدى إرتباط كل محور من محاور الدراسة مع الدرجة الكلية لفقرات الإستبيان، وقد قامت الباحثة باستخدام معامل ارتباط بيرسون للتحقق من ذلك كما في الجدول (3) التالي:

جدول (3) معامل الارتباط بن درجة كل محور من الإستبيان والدرجة الكلية

رقم العبارة	معامل بيرسون	مستوى الدلالة	رقم العبارة	معامل بيرسون	مستوى الدلالة
1	0.761	0.000	1	0.800	0.000
2	0.716	0.000	2	0.762	0.000
3	0.794	0.000	3	0.736	0.000
4	0.566	0.001	4	0.676	0.000
5	0.701	0.000	5	0.632	0.000

رقم العبارة	معامل بيرسون	مستوى الدلالة	رقم العبارة	معامل بيرسون	مستوى الدلالة
1	0.801	0.000	1	0.577	0.000
2	0.782	0.000	2	0.600	0.000
3	0.835	0.000	3	0.781	0.000
4	0.726	0.000	4	0.726	0.000
5	0.681	0.000	5	0.818	0.000
التفرد					
رقم العبارة	معامل بيرسون	مستوى الدلالة	رقم العبارة	معامل بيرسون	مستوى الدلالة
1	0.679	0.000	1	0.560	0.001
2	0.865	0.000	2	0.880	0.000
3	0.826	0.000	3	0.907	0.000
4	0.715	0.000	4	0.817	0.000
5	0.831	0.000	5	0.843	0.000
التميز المؤسسي					
* الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة (0,05) ≤ α					

المصدر: إعداد الباحثة من نتائج التحليل الإحصائي SPSS، 2022م

يتضح من الجدول رقم (3) أن معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات المحاور والدرجة الكلية للمحور نفسه، دالة إحصائية عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$ ، وذلك لكل المحاور، ومن ثم يمكن القول بأن المقاييس التي اعتمدها لقياس محاور الدراسة تتمتع بالصدق البنائي، ما يمكننا من الإعتماد على هذه الإجابات في تحقيق أهداف الدراسة وتحليل نتائجها وبذلك تعتبر جميع محاور الإستبيان صادقة لما وضعت لقياسه.

ثبات أداة الدراسة: من أجل التأكد من ثبات أداة الدراسة، والذي يعني أن النتائج ستكون نفسها تقريباً إذا تكرر تطبيقها على أفراد العينة أنفسهم، تم استخدام معامل ألفا كرونباخ (Alpha Cronbach)، وتعد القيمة المقبولة إحصائياً لهذا المقياس (60%) فأكثر، وجاءت النتائج كما هو موضح في الجدول رقم (4):

جدول (4) معاملات الثبات لمحاو الدراسة (ألفا كرونباخ)

م	المحاو	عدد الفقرات	معامل ألفا كرونباخ	الثبات*
1	الإبداع	5	0.766	0.875
2	الابتكار	5	0.756	0.869
3	المخاطرة	5	0.733	0.856
4	التفرد	5	0.822	0.907
5	المبادأة	5	0.866	0.931
6	التميز المؤسسي	5	0.844	0.919
	جميع العبارات	30	0.871	0.933

* الصدق الذاتي: هو الجذر التربيعي لمعامل الثبات

المصدر: إعداد الباحثة من نتائج التحليل الإحصائي SPSS، 2022م

يظهر من الجدول رقم (4) أعلاه أن قيم معامل ألفا كرونباخ كلها مرتفعة، حيث بلغت قيمة ألفا كرونباخ الخاصة للمحاو (0.822) في أدني قيمة له و (0.866) أقصى قيمة له، كما بلغت قيمة معامل ألفا كرونباخ الخاصة بالإستبيان ككل (0.871) وكذلك كانت قيمة الصدق الذاتي مرتفعة لكل محور من محاور الإستبيان وكانت قيمة الصدق الذاتي لجميع فقرات الإستبيان (0.933) وهذا يعني أن معامل الصدق الذاتي مرتفع، وبشكل عام ما دامت كل القيم أكر من (0.60) فهذا يعني أن الإستبيان يتمتع بدرجة ثبات وصدق مرتفعة تجعل منه أداة مقبولة جداً وصالحة للدراسة.

الأساليب الإحصائية المستخدمة:

قامت الباحثة بتحليل البيانات التي تم جمعها من خلال الإستبيان باستخدام الحزمة الإحصائية الاجتماعية (SPSS) وقد تم الإعتماد على عدد معين من الأساليب الإحصائية في تحليل البيانات التي احتواها الإستبيان وتمثلت هذه الأساليب فيما يلي:

1. التكرار والنسبة المئوية: لوصف خصائص عينة الدراسة وتحديد إستجابات أفرادها تجاه عبارات الإستبيان.
2. المتوسط الحسابي (Mean): لقياس مدى تحقق كل عبارة من عبارات أداة الدراسة، والمتوسط الحسابي الإجمالي (العام) لكل محور من محاور الإستبيان، وذلك من أجل ترتيب العبارات حسب الأهمية لنتائج الدراسة.
3. الإنحراف المعياري (Standard Deviation): للتعرف على مدى انحراف (تشتت) إستجابات أفراد الدراسة لكل عبارة من عبارات متغيرات الدراسة، ولكل محور من المحاور الرئيسية عن وسطها الحسابي.
4. معامل ألفا كرونباخ (Alpha Cronbach's): للتحقق من ثبات عبارات الإستبانة.

5. معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation): لمعرفة العلاقة بين المتغيرات المستقلة

والتابعة والتحقق من الصدق البنائي لعبارات الإستبيان.

التوزيع التكراري والإحصاء الوصفي لمحاوَر الدراسة:

قامت الباحثة بمناقشة محاور الدراسة من خلال استخدام التكرارات والنسب المئوية والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري، وذلك للتعرف على درجة الموافقة بين أفراد عينة الدراسة تجاه عبارات محاور الدراسة، وفيما يلي التوزيع التكراري والإحصاء الوصفي لكل محور على حدا: تم سؤال المبحوثين عن مدى موافقتهم أو عدم موافقتهم حول العبارات الأساسية للإستبيان وأعطيت لهم خيارات تتراوح من (أوافق بشدة، أوافق، لا رأي، لا أوافق، لا أوافق على الإطلاق)، وفيما يلي التوزيع التكراري لإجابات المبحوثين حول العبارات الأساسية للإستبيان وذلك بالعدد والنسبة المئوية لجميع محاور الإستبيان.

المحور الأول: الابداع: فيما يلي التوزيع التكراري للعبارات التي تقيس الابداع في المجتمع موضع الدراسة:

جدول (5) التوزيع التكراري لعبارات المحور الأول (الابداع)

م	العبارات	التكرار		أوافق بشدة	أوافق	لا رأي	لا أوافق	لا أوافق على الإطلاق
		النسبة %	التكرار					
1	يهتم الرياديون بالابداع	التكرار	5	26	29	24	3	
		النسبة %	5.7%	29.9%	33.3%	27.6%	3.4%	
2	لدى الرياديون أفكار جديدة	التكرار	6	26	26	26	3	
		النسبة %	6.9%	29.9%	29.9%	29.9%	3.4%	
3	يقوم الرياديون بتجديد منتجاتهم	التكرار	6	34	13	26	8	
		النسبة %	6.9%	39.1%	14.9%	29.9%	9.2%	
4	يستخدم الرياديون الابداع في صنع القرار	التكرار	8	50	18	3	8	
		النسبة %	9.2%	57.5%	20.7%	3.4%	9.2%	
5	يشجع الرياديون على تطوير الأفكار	التكرار	8	42	24	5	8	
		النسبة %	9.2%	48.3%	27.6%	5.7%	9.2%	

المصدر: إعداد الباحثة من نتائج التحليل الإحصائي SPSS، 2022م

يتضح من الجدول رقم (5) ما يلي:

1. بلغت نسبة عينة المبحوثين (33.3%) ممن لا رأي محدد لهم على عبارة (يهتم الرياديون بالابداع)، وأن نسبة (29.9%) موافقون على ذلك، ونسبة الذين لا يوافقون على العبارة كانت (27.6%)، بينما بلغت نسبة الذين يوافقون بشدة (5.7%)، وبلغت نسبة الذين لا يوافقون على الإطلاق (3.4%).
2. بلغت نسبة عينة المبحوثين (29.9%) ممن لا رأي محدد لهم على عبارة (لدى الرياديون أفكار جديدة)، وأن نسبة (29.9%) موافقون على ذلك، ونسبة الذين لا يوافقون على العبارة كانت (29.9%)، بينما بلغت نسبة الذين يوافقون بشدة (6.9%)، وبلغت نسبة الذين لا يوافقون على الإطلاق (3.4%).
3. بلغت نسبة عينة المبحوثين (39.1%) ممن يوافقون على عبارة (يقوم الرياديون بتجديد منتجاتهم)، وأن نسبة (29.9%) لا يوافقون على ذلك، ونسبة الذين لا رأي محدد لهم على العبارة كانت (14.9%)، بينما بلغت نسبة الذين لا يوافقون على الإطلاق (9.2%)، وبلغت نسبة الذين يوافقون بشدة (6.9%).
4. بلغت نسبة عينة المبحوثين (57.5%) ممن يوافقون على عبارة (يستخدم الرياديون الابداع في صنع القرار)، وأن نسبة (20.7%) لا رأي محدد لهم على ذلك، ونسبة الذين يوافقون بشدة على العبارة كانت (9.2%)، بينما بلغت نسبة الذين لا يوافقون على الإطلاق (9.2%)، وبلغت نسبة الذين لا يوافقون (3.4%).
5. بلغت نسبة عينة المبحوثين (48.3%) ممن يوافقون على عبارة (يشجع الرياديون على تطوير الأفكار)، وأن نسبة (27.6%) لا رأي محدد لهم على ذلك، ونسبة الذين لا يوافقون على الإطلاق للعبارة كانت (9.2%)، بينما بلغت نسبة الذين يوافقون بشدة (9.2%)، وبلغت نسبة الذين لا يوافقون (5.7%).

المحور الثاني: الابتكار: فيما يلي التوزيع التكراري للعبارات التي تقيس الابتكار في المجتمع موضع الدراسة.

جدول (6) التوزيع التكراري لعبارات المحور الثاني (الابتكار)

م	العبارات	التكرار		أوافق بشدة	أوافق	لا رأي	لا أوافق	لا أوافق على الإطلاق
		النسبة %	التكرار					
1	يستخدم الرياديون التكنولوجيا الحديثة	التكرار	10	11.5%	46.0%	18.4%	20.7%	3.4%
		النسبة %	10	11.5%	46.0%	18.4%	20.7%	3.4%
2	لدى الرياديون القدرة على الابتكار	التكرار	11	12.6%	42.5%	20.7%	20.7%	3.4%
		النسبة %	11	12.6%	42.5%	20.7%	20.7%	3.4%
3	يقدم الرياديون أفكار لخدمات جديدة	التكرار	8	9.2%	36.8%	28.7%	12.6%	12.6%
		النسبة %	8	9.2%	36.8%	28.7%	12.6%	12.6%
4	يساعد الابتكار الرياديون على التسويق الفعال	التكرار	16	18.4%	48.3%	27.6%	5.7%	0.0%
		النسبة %	16	18.4%	48.3%	27.6%	5.7%	0.0%
5	ينظم الرياديون أعمالهم بصورة مبتكرة	التكرار	7	8.0%	46.0%	27.6%	9.2%	9.2%
		النسبة %	7	8.0%	46.0%	27.6%	9.2%	9.2%

المصدر: إعداد الباحثة من نتائج التحليل الإحصائي SPSS، 2022م

يتضح من الجدول رقم (6) ما يلي:

1. بلغت نسبة عينة المبحوثين (46%) ممن يوافقون على عبارة (يستخدم الرياديون التكنولوجيا الحديثة)، وأن نسبة (20.7%) لا يوافقون على ذلك، ونسبة الذين لا رأي محدد لهم على العبارة كانت (18.4%)، بينما بلغت نسبة الذين يوافقون بشدة (11.5%)، وبلغت نسبة الذين لا يوافقون على الإطلاق (3.4%).
2. بلغت نسبة عينة المبحوثين (42.5%) ممن يوافقون على عبارة (لدى الرياديون القدرة على الابتكار)، وأن نسبة (20.7%) لا رأي محدد لهم على ذلك، ونسبة الذين لا يوافقون على العبارة كانت (20.7%)، بينما بلغت نسبة الذين يوافقون بشدة (12.6%)، وبلغت نسبة الذين لا يوافقون على الإطلاق (3.4%).
3. بلغت نسبة عينة المبحوثين (36.8%) ممن يوافقون على عبارة (يقدم الرياديون أفكار لخدمات جديدة)، وأن نسبة (28.7%) لا رأي محدد لهم على ذلك، ونسبة الذين لا يوافقون على العبارة كانت (12.6%)، بينما بلغت نسبة الذين لا يوافقون على الإطلاق (12.6%)، وبلغت نسبة الذين يوافقون بشدة (9.2%).

4. بلغت نسبة عينة المبحوثين (48.3%) ممن يوافقون على عبارة (يساعد الابتكار الرياديون على التسويق الفعال)، وأن نسبة (27.6%) لا رأي محدد لهم على ذلك، ونسبة الذين يوافقون بشدة على العبارة كانت (18.4%)، بينما بلغت نسبة الذين لا يوافقون (5.7%).
5. بلغت نسبة عينة المبحوثين (46%) ممن يوافقون على عبارة (ينظم الرياديون أعمالهم بصورة مبتكرة)، وأن نسبة (27.6%) لا رأي محدد لهم على ذلك، ونسبة الذين لا يوافقون على الإطلاق كانت (9.2%)، وبلغت نسبة الذين لا يوافقون (9.2%)، بينما بلغت نسبة الذين يوافقون بشدة (8%).

المحور الثالث: المخاطرة: فيما يلي التوزيع التكراري للعبارات التي تقيس المخاطرة في المجتمع موضع الدراسة:

جدول (7) التوزيع التكراري لعبارات المحور الثالث (المخاطرة)

م	العبارات	التكرار		أوافق بشدة	أوافق	لا رأي	لا أوافق	لا أوافق على الإطلاق
		النسبة %	التكرار					
1	يتميز الرياديون بالمخاطرة في طرح المنتجات	التكرار	47	34	6	0	0	0
		النسبة %	54.0%	39.1%	6.9%	0.0%	0.0%	0.0%
2	يدرس الرياديون السوق بصورة واضحة	التكرار	34	43	10	0	0	0
		النسبة %	39.1%	49.4%	11.5%	0.0%	0.0%	0.0%
3	يراعي الرياديون مخاطر الغموض	التكرار	21	55	11	0	0	0
		النسبة %	24.1%	63.2%	12.6%	0.0%	0.0%	0.0%
4	يقوم الرياديون بدراسة مخاطر عدم التأكد	التكرار	31	49	4	3	0	0
		النسبة %	35.6%	56.3%	4.6%	3.4%	0.0%	0.0%
5	تساهم المخاطرة في نجاح أعمال الرياديون	التكرار	17	40	16	11	3	3
		النسبة %	19.5%	46.0%	18.4%	12.6%	3.4%	3.4%

المصدر: إعداد الباحثة من نتائج التحليل الإحصائي SPSS، 2022م

يتضح من الجدول رقم (7) ما يلي:

1. بلغت نسبة عينة المبحوثين (54%) ممن يوافقون بشدة على عبارة (يتميز الرياديون بالمخاطرة في طرح المنتجات)، وأن نسبة (39.1%) يوافقون على ذلك، ونسبة الذين لا رأي محدد لهم على العبارة كانت (6.9%).

2. بلغت نسبة عينة المبحوثين (49.4 %) ممن يوافقون على عبارة (يدرس الرياديون السوق بصورة واضحة)، وأن نسبة (39.1 %) يوافقون بشدة على ذلك، ونسبة الذين لا رأي محدد لهم على العبارة كانت (11.5 %).
3. بلغت نسبة عينة المبحوثين (63.2 %) ممن يوافقون على عبارة (يراعي الرياديون مخاطر الغموض)، وأن نسبة (24.1 %) يوافقون بشدة على ذلك، ونسبة الذين لا رأي محدد لهم على العبارة كانت (12.6 %).
4. بلغت نسبة عينة المبحوثين (56.3 %) ممن يوافقون على عبارة (يقوم الرياديون بدراسة مخاطر عدم التأكد)، وأن نسبة (35.6 %) يوافقون بشدة على ذلك، بينما بلغت نسبة الذين لا رأي محدد لهم على العبارة (4.6 %).
5. بلغت نسبة عينة المبحوثين (46 %) ممن يوافقون على عبارة (تساهم المخاطرة في نجاح أعمال الرياديون)، وأن نسبة (19.5 %) يوافقون بشدة على ذلك، ونسبة الذين لا رأي محدد لهم كانت (18.4 %)، وبلغت نسبة الذين لا يوافقون (12.6 %)، بينما بلغت نسبة الذين لا يوافقون على الإطلاق (3.4 %).

المحور الرابع: التفرد: فيما يلي التوزيع التكراري للعبارات التي تقيس التفرد في المجتمع موضع الدراسة:

جدول (8) التوزيع التكراري لعبارات المحور الرابع (التفرد)

م	العبارات	التكرار				
		التكرار النسبة %	أوافق بشدة	أوافق	لا رأي	لا أوافق على الإطلاق
1	يمتاز الرياديون بالاختلاف في الأفكار	التكرار	13	50	8	11
		النسبة %	14.9%	57.5%	9.2%	12.6%
2	يقوم الرياديون بتطوير الأفكار القديمة	التكرار	16	44	16	8
		النسبة %	18.4%	50.6%	18.4%	9.2%
3	يقوم الرياديون بإدارة التنظيم بطريقة علمية	التكرار	11	21	24	26
		النسبة %	12.6%	24.1%	27.6%	29.9%

م	العبارات	التكرار		أوافق بشدة	أوافق	لا رأي	لا أوافق	لا أوافق على الإطلاق
		النسبة %	النسبة %					
4	يستغل الرياديون التكنولوجيا في تقديم خدماتهم	التكرار	8	24	34	16	5	
		النسبة %	9.2%	27.6%	39.1%	18.4%	5.7%	
5	يتميز الرياديون عن المنافسين في السوق	التكرار	18	16	29	24	0	
		النسبة %	20.7%	18.4%	33.3%	27.6%	0.0%	

المصدر: إعداد الباحثة من نتائج التحليل الإحصائي SPSS، 2022م

يتضح من الجدول رقم (8) ما يلي:

1. بلغت نسبة عينة المبحوثين (57.5%) ممن يوافقون على عبارة (يمتاز الرياديون بالاختلاف في الأفكار)، وأن نسبة (14.9%) يوافقون بشدة على ذلك، وبلغت نسبة الذين لا يوافقون (12.6%)، ونسبة الذين لا رأي محدد لهم على العبارة كانت (9.2%)، بينما بلغت نسبة الذين لا يوافقون على الإطلاق (5.7%).
2. بلغت نسبة عينة المبحوثين (50.6%) ممن يوافقون على عبارة (يقوم الرياديون بتطوير الأفكار القديمة)، وأن نسبة (18.4%) يوافقون بشدة على ذلك، ونسبة الذين لا رأي محدد لهم على العبارة كانت (18.4%)، وبلغت نسبة الذين لا يوافقون (9.2%)، بينما بلغت نسبة الذين لا يوافقون على الإطلاق (3.4%).
3. بلغت نسبة عينة المبحوثين (29.9%) ممن لا يوافقون على عبارة (يقوم الرياديون بإدارة التنظيم بطريقة علمية)، وأن نسبة (27.6%) لا رأي محدد لهم على ذلك، ونسبة الذين يوافقون على العبارة كانت (24.1%)، بينما بلغت نسبة الذين يوافقون بشدة على هذه العبارة (12.6%)، وبلغت نسبة الذين لا يوافقون على الإطلاق (5.7%).
4. بلغت نسبة عينة المبحوثين (39.1%) ممن لا رأي محدد لهم على عبارة (يستغل الرياديون التكنولوجيا في تقديم خدماتهم)، وأن نسبة (27.6%) يوافقون على ذلك، بينما بلغت نسبة الذين لا يوافقون على العبارة (18.4%)، وبلغت نسبة الذين يوافقون بشدة على هذه العبارة (9.2%)، وأن ما نسبتهم (5.7%) لا يوافقون على الإطلاق على هذه العبارة.
5. بلغت نسبة عينة المبحوثين (33.3%) ممن لا رأي محدد لهم على عبارة (يتميز الرياديون عن المنافسين في السوق)، وأن نسبة (27.6%) لا يوافقون على ذلك، ونسبة

الذين يوافقون بشدة على العبارة كانت (20.7 %)، بينما بلغت نسبة الذين يوافقون على هذه العبارة (18.4 %).

المحور الخامس: المبادأة : فيما يلي التوزيع التكراري للعبارات التي تقيس المبادأة في المجتمع موضع الدراسة:

جدول (9) التوزيع التكراري لعبارات المحور الخامس (المبادأة)

م	العبارات	التكرار		أوافق بشدة	أوافق	لا رأي	لا أوافق	لا أوافق على الإطلاق
		النسبة %	التكرار					
1	يركز الرياديون على أحداث التغييرات في الوقت المناسب	التكرار	8	42	21	16	0	
		النسبة %	9.2 %	48.3 %	24.1 %	18.4 %	0.0 %	
2	يهتم الرياديون بتنفيذ المشروعات الريادية	التكرار	10	24	32	13	8	
		النسبة %	11.5 %	27.6 %	36.8 %	14.9 %	9.2 %	
3	يستخدم الرياديون تقنيات إدارية غير تقليدية	التكرار	8	21	29	21	8	
		النسبة %	9.2 %	24.1 %	33.3 %	24.1 %	9.2 %	
4	يركز الرياديون على تنفيذ مشروعات غير مطروقة	التكرار	16	24	21	18	8	
		النسبة %	18.4 %	27.6 %	24.1 %	20.7 %	9.2 %	
5	يهتم الرياديون بانجاز العمل في الوقت المناسب	التكرار	11	29	21	21	5	
		النسبة %	12.6 %	33.3 %	24.1 %	24.1 %	5.7 %	

المصدر: إعداد الباحثة من نتائج التحليل الإحصائي SPSS، 2022م

يتضح من الجدول رقم (9) ما يلي:

1. بلغت نسبة عينة المبحوثين (48.3 %) ممن يوافقون على عبارة (يركز الرياديون على أحداث التغييرات في الوقت المناسب)، وأن نسبة (24.1 %) لا رأي محدد لهم على ذلك،

وبلغت نسبة الذين لا يوافقون على هذه العبارة (18.4 %)، بينما بلغت نسبة الذين يوافقون بشدة عليها (9.2 %).

2. بلغت نسبة عينة المبحوثين (36.8 %) ممن لا رأي محدد لهم على عبارة (يهتم الرياديون بتنفيذ المشروعات الريادية)، وأن نسبة (27.6 %) يوافقون على ذلك، ونسبة الذين لا يوافقون على العبارة كانت (14.9 %)، وبلغت نسبة الذين يوافقون بشدة عليها (11.5 %)، بينما بلغت نسبة الذين لا يوافقون على الإطلاق عليها (9.2 %).

3. بلغت نسبة عينة المبحوثين (33.3 %) ممن لا رأي محدد لهم على عبارة (يستخدم الرياديون تقنيات إدارية غير تقليدية)، وأن نسبة (24.1 %) يوافقون على ذلك، وكانت نسبة الذين لا يوافقون على هذه العبارة (24.1 %)، بينما بلغت نسبة الذين يوافقون بشدة على هذه العبارة (9.2 %)، وبلغت نسبة الذين لا يوافقون على الإطلاق (9.2 %).

4. بلغت نسبة عينة المبحوثين (27.6 %) ممن يوافقون على عبارة (يركز الرياديون على تنفيذ مشروعات غير مطروقة)، وأن نسبة (24.1 %) لا رأي محدد لهم على ذلك، بينما بلغت نسبة الذين لا يوافقون على العبارة (20.7 %)، وبلغت نسبة الذين يوافقون بشدة على هذه العبارة (18.4 %)، وأن ما نسبتهم (9.2 %) لا يوافقون على الإطلاق على هذه العبارة.

5. بلغت نسبة عينة المبحوثين (33.3 %) ممن يوافقون على عبارة (يهتم الرياديون بانجاز العمل في الوقت المناسب)، وأن نسبة (24.1 %) لا يوافقون على ذلك، وكذلك ما نسبتهم (24.1 %) لا رأي محدد لهم على هذه العبارة، ونسبة الذين يوافقون بشدة على العبارة كانت (12.6 %)، بينما بلغت نسبة الذين لا يوافقون على الإطلاق على هذه العبارة (5.7 %).

المحور السادس: التميز المؤسسي:

فيما يلي التوزيع التكراري للعبارات التي تقيس التميز المؤسسي في المجتمع موضع الدراسة:
جدول (10) التوزيع التكراري لعبارات المحور السادس (التميز المؤسسي)

م	العبارات	التكرار		أوافق بشدة	أوافق	لا رأي	لا أوافق	لا أوافق على الإطلاق
		النسبة %	النسبة %					
1	يهتم الرياديون بالقيادة الإدارية الفعالة	التكرار	16	40	20	8	3	
		النسبة %	18.4%	46.0%	23.0%	9.2%	3.4%	
2	يشجع الرياديون على وضع معايير الأداء	التكرار	13	37	21	13	3	
		النسبة %	14.9%	42.5%	24.1%	14.9%	3.4%	
3	يركز الرياديون على تطوير الموارد البشرية	التكرار	5	34	32	8	8	
		النسبة %	5.7%	39.1%	36.8%	9.2%	9.2%	
4	يقوم الرياديون بتصميم اجراءات العمل بصورة مناسبة	التكرار	5	27	37	13	5	
		النسبة %	5.7%	31.0%	42.5%	14.9%	5.7%	
5	يشجع الرياديون أن تكون العمليات واضحة للعاملين في المشروع	التكرار	13	26	32	10	6	
		النسبة %	14.9%	29.9%	36.8%	11.5%	6.9%	

المصدر: إعداد الباحثة من نتائج التحليل الإحصائي SPSS، 2022م

يتضح من الجدول رقم (10) ما يلي:

1. بلغت نسبة (46%) من عينة المبحوثين ممن يوافقون على عبارة (يهتم الرياديون بالقيادة الإدارية الفعالة)، وأن نسبة (23%) لا رأي محدد لهم على ذلك، وبلغت نسبة الذين يوافقون بشدة على هذه العبارة (18.4%)، بينما بلغت نسبة الذين لا يوافقون عليها (9.2%)، وكانت نسبة الذين لا يوافقون على الإطلاق على هذه العبارة (3.4%).
2. بلغت نسبة عينة المبحوثين (42.5%) ممن يوافقون على عبارة (يشجع الرياديون على وضع معايير الأداء)، وأن نسبة (24.1%) لا رأي محدد لهم على ذلك، ونسبة الذين لا يوافقون على العبارة كانت (14.9%)، وبلغت نسبة الذين يوافقون بشدة عليها

- فكانت (14.9%)، بينما بلغت نسبة الذين لا يوافقون على الإطلاق عليها (3.4%).
3. بلغت نسبة عينة المبحوثين (39.1%) ممن يوافقون على عبارة (يركز الرياديون على تطوير الموارد البشرية)، وأن نسبة (36.8%) لا رأي محدد لهم على ذلك، وبلغت نسبة الذين لا يوافقون على هذه العبارة كانت (9.2%)، وكذلك بلغت نسبة الذين لا يوافقون على الإطلاق على هذه العبارة (9.2%)، وبلغت نسبة الذين يوافقون بشدة عليها (9.2%).
4. بلغت نسبة عينة المبحوثين (42.5%) ممن لا رأي محدد لهم على عبارة (يقوم الرياديون بتصميم اجراءات العمل بصورة مناسبة)، وأن نسبة (31%) يوافقون على ذلك، بينما بلغت نسبة الذين لا يوافقون على العبارة (14.9%)، وبلغت نسبة الذين يوافقون بشدة على هذه العبارة (5.7%)، وكذلك بلغت نسبة الذين لا يوافقون على الإطلاق على هذه العبارة (5.7%).
5. بلغت نسبة عينة المبحوثين (36.8%) ممن لا رأي محدد لهم على عبارة (يشجع الرياديون أن تكون العمليات واضحة للعاملين في المشروع)، وأن نسبة (29.9%) يوافقون على ذلك، وبلغت ما نسبتهم (14.9%) يوافقون بشدة على هذه العبارة، وبلغت نسبة الذين لا يوافقون على العبارة (11.5%)، بينما بلغت نسبة الذين لا يوافقون على الإطلاق على هذه العبارة (6.9%).

اختبار فرضيات الدراسة:

الفرض الرئيسي: هنالك علاقة ذات دلالة إحصائية بين استراتيجيات الريادة والتميز المؤسسي من وجهة نظر رواد الأعمال:

ولإثبات هذه الفرضية تم استخدام أسلوب الانحدار والذي يقيس العلاقة بين المتغير التابع ويمثله في الدراسة (التميز المؤسسي) والمتغير المستقل ويمثله (استراتيجيات الريادة) وذلك على النحو التالي:

الفرضية الفرعية الأولى: هنالك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الابداع والتميز المؤسسي من وجهة نظر رواد الأعمال. ولإثبات هذه الفرضية تم استخدام أسلوب الانحدار البسيط والذي يقيس العلاقة بين المتغير التابع (التميز المؤسسي) والمتغير المستقل (الابداع) و الجدول التالي يوضح نتائج التحليل:

جدول (11) نتائج تحليل الانحدار البسيط للفرضية الأولى

اختبار (F)		معامل التحديد R ²	معامل الارتباط R	معاملات الانحدار			المتغيرات
مستوى المعنوية	قيمة F			مستوى المعنوية	قيمة T	B	
0.215	1.602	0.049	0.222	0.000	4.243	2.625	الثابت
				0.215	1.266	0.236	الإبداع

المصدر: إعداد الباحثة من نتائج التحليل الإحصائي SPSS، 2022م

يتضح من الجدول رقم (11) ما يلي:

- وجود ارتباط طردي ضعيف بين المتغير المستقل (الإبداع) والمتغير التابع وهو (التميز المؤسسي)، وذلك من خلال قيمة معامل الارتباط (R) حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (0.222)، أي بنسبة (22.2%).
- بلغت قيمة معامل التحديد R^2 (0.049) وهذه القيمة تدل على أن المتغير المستقل (الإبداع) تفسر التغيرات في المتغير التابع وهو (التميز المؤسسي) بنسبة (4.9%)، بينما تؤثر المتغيرات الأخرى بنسبة (95.1%).
- بلغت قيمة تحليل التباين F (1.602) بدلالة معنوية (0.215) وتعتبر هذه القيمة ذات دلالة غير معنوية.
- بلغت قيمة معاملات ميل الانحدار (B) كالتالي:
أ. بالنسبة للثابت (α) (2.625).
ب. بالنسبة للمتغير المستقل الإبداع (β) (0.236).
- كما تشير النتائج الواردة بالجدول عدم ثبوت معنوية معامل الانحدار حيث بلغت قيمة (T) المحسوبة (1.266) وهي دالة عند مستوي معنوية (0.215) وتعتبر هذه القيمة أكبر من مستوي الدلالة (0.05) وعليه نرفض صحة الفرضية الأولى.
- نموذج الفرضية الأولى في صورته النهائية لأغراض التنبؤ يصبح كالتالي: $Y = 0.236X + 2.625$
الفرضية الفرعية الثانية: هنالك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الابتكار والتميز المؤسسي من وجهة نظر رواد الأعمال

ولإثبات هذه الفرضية تم استخدام أسلوب الانحدار البسيط والذي يقيس العلاقة بين المتغير التابع (التميز المؤسسي) والمتغير المستقل (الابتكار) والجدول التالي يوضح نتائج التحليل:

جدول (12) نتائج تحليل الانحدار البسيط للفرضية الثانية

اختبار (F)		معامل التحديد	معامل الارتباط	معاملات الانحدار			المتغيرات
مستوى المعنوية	قيمة F			مستوى المعنوية	قيمة T	B	
0.751	0.102	0.003	0.057	0.000	4.664	3.175	الثابت
				0.751	0.320	0.620	الابتكار

المصدر: إعداد الباحثة من نتائج التحليل الإحصائي SPSS، 2022م

يتضح من الجدول رقم (12) السابق ما يلي:

- وجود ارتباط طردي ضعيف جداً بين المتغير المستقل (الابتكار) والمتغير التابع وهو (التميز المؤسسي)، وذلك من خلال قيمة معامل الارتباط (R) حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (0.057)، أي بنسبة (5.7%).

2. بلغت قيمة معامل التحديد R^2 (0.003) وهذه القيمة تدل على أن المتغير المستقل (الإبتكار) تفسر التغيرات في المتغير التابع وهو (التميز المؤسسي) بنسبة (0.3%)، بينما تؤثر المتغيرات الأخرى بنسبة (99.7%).
 3. بلغت قيمة تحليل التباين F (0.102) بدلالة معنوية (0.751) وتعتبر هذه القيمة ذات دلالة غير معنوية.
 4. بلغت قيمة معاملات ميل الانحدار (B):
أ. بالنسبة للثابت (α) (3.175).
ب. بالنسبة للمتغير المستقل الإبتكار (β) (0.620).
 - 5 - كما تشير النتائج الواردة بالجدول ثبوت عدم معنوية معامل الانحدار حيث بلغت قيمة (T) المحسوبة (0.320) وهي دالة عند مستوي معنوية (0.751) وتعتبر هذه القيمة أكبر من مستوي الدلالة (0.05) وعليه نرفض صحة الفرضية الثانية.
 - 6 - نموذج الفرضية الثانية في صورته النهائية لأغراض التنبؤ يصبح كالآتي: $Y = 3.175 + 0.620 X$
- الفرضية الفرعية الثالثة: هنالك علاقة ذات دلالة إحصائية بين المخاطرة والتميز المؤسسي من وجهة نظر رواد الأعمال.

ولإثبات هذه الفرضية تم استخدام أسلوب الانحدار البسيط والذي يقيس العلاقة بين المتغير التابع (التميز المؤسسي) والمتغير المستقل (المخاطرة) والجدول التالي يوضح نتائج التحليل: جدول (13) نتائج تحليل الانحدار البسيط للفرضية الثالثة

اختبار (F)		معامل التحديد R^2	معامل الارتباط R	معاملات الانحدار			المتغيرات
مستوى المعنوية	قيمة F			مستوى المعنوية	قيمة T	B	
0.034	4.942	0.137	0.371	0.378	0.895	0.977	الثابت
				0.034	2.223	0.578	المخاطرة

المصدر: إعداد الباحثة من نتائج التحليل الإحصائي SPSS، 2022م

يتضح من الجدول رقم (13) ما يلي:

1. وجود ارتباط طردي ضعيف بين المتغير المستقل (المخاطرة) والمتغير التابع وهو (التميز المؤسسي)، وذلك من خلال قيمة معامل الارتباط (R) حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (0.371)، أي بنسبة (37.1%).
2. بلغت قيمة معامل التحديد R^2 (0.137) وهذه القيمة تدل على أن المتغير المستقل (المخاطرة) تفسر التغيرات في المتغير التابع وهو (التميز المؤسسي) بنسبة (13.7%)، بينما تؤثر المتغيرات الأخرى بنسبة (86.3%).

3. بلغت قيمة تحليل التباين F (4.942) بدلالة معنوية (0.034) وتعتبر هذه القيمة ذات دلالة معنوية.

4. بلغت قيمة معاملات ميل الانحدار (B) كالاتي:
أ. بالنسبة للثابت (α) (0.977).

ب. بالنسبة للمتغير المستقل المخاطرة (β) (0.578).

5. كما تشير النتائج الواردة بالجدول ثبوت معنوية معامل الانحدار حيث بلغت قيمة (T) المحسوبة (2.223) وهي دالة عند مستوي معنوية (0.034) وتعتبر هذه القيمة أقل من مستوي الدلالة (0.05) وعليه نقبل صحة الفرضية الثالثة.

6. نموذج الفرضية الثالثة في صورته النهائية لأغراض التنبؤ يصبح كالاتي: $Y = 0.977 + 0.578X$

الفرضية الفرعية الرابعة: هنالك علاقة ذات دلالة إحصائية بين التفرد والتميز المؤسسي من وجهة نظر رواد الأعمال

ولإثبات هذه الفرضية تم استخدام أسلوب الانحدار البسيط والذي يقيس العلاقة بين المتغير التابع (التميز المؤسسي) والمتغير المستقل (التفرد) والجدول التالي يوضح نتائج التحليل:

جدول (14) نتائج تحليل الانحدار البسيط للفرضية الرابعة

اختبار (F)		معامل التحديد	معامل الارتباط	معاملات الانحدار			المتغيرات
مستوى المعنوية	قيمة F			مستوى المعنوية	قيمة T	B	
0.011	7.307	0.191	0.437	0.001	3.522	1.940	الثابت
				0.011	2.703	0.428	التفرد

المصدر: إعداد الباحثة من نتائج التحليل الإحصائي SPSS، 2022م

يتضح من الجدول رقم (14) ما يلي:

1. وجود ارتباط طردي متوسط بين المتغير المستقل (التفرد) والمتغير التابع وهو (التميز المؤسسي)، وذلك من خلال قيمة معامل الارتباط (R) حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (0.437)، أي بنسبة (43.7%).

2. بلغت قيمة معامل التحديد R^2 (0.191) وهذه القيمة تدل على أن المتغير المستقل (التفرد) يفسر التغيرات في المتغير التابع وهو (التميز المؤسسي) بنسبة (19.1%)، بينما تؤثر المتغيرات الأخرى بنسبة (80.9%).

3. بلغت قيمة تحليل التباين F (7.307) بدلالة معنوية (0.011) وتعتبر هذه القيمة ذات دلالة معنوية.

4. بلغت قيمة معاملات ميل الانحدار (B) كالاتي:

أ. بالنسبة للثابت (α) (1.940).

ب. بالنسبة للمتغير المستقل المتفرد (β) (0.428).

5. كما تشير النتائج الواردة بالجدول ثبوت معنوية معامل الانحدار حيث بلغت قيمة (T) المحسوبة (2.703) وهي دالة عند مستوى معنوية (0.011) وتعتبر هذه القيمة أقل من مستوي الدلالة (0.05) وعليه نقبل صحة الفرضية الرابعة.

6. نموذج الفرضية الرابعة في صورته النهائية لأغراض التنبؤ يصبح كالآتي: $Y = 1.94 + 0.428X$

الفرضية الفرعية الخامسة: هنالك علاقة ذات دلالة إحصائية بين المبادأة والتميز المؤسسي من وجهة نظر رواد الأعمال.

ولإثبات هذه الفرضية تم استخدام أسلوب الانحدار البسيط والذي يقيس العلاقة بين المتغير التابع (التميز المؤسسي) والمتغير المستقل (المبادأة) و الجدول التالي يوضح نتائج التحليل:

جدول (15) نتائج تحليل الانحدار للفرضية الخامسة

اختبار (F)		معامل التحديد R^2	معامل الارتباط R	معاملات الانحدار			المتغيرات
مستوى المعنوية	قيمة F			مستوى المعنوية	قيمة T	β	
0.066	3.635	0.105	0.324	0.000	4.842	2.456	الثابت
				0.066	1.907	0.289	المبادأة

المصدر: إعداد الباحثة من نتائج التحليل الإحصائي SPSS، 2022م

يتضح من الجدول رقم (15) ما يلي:

- وجود ارتباط طردي ضعيف بين المتغير المستقل (المبادأة) والمتغير التابع وهو (التميز المؤسسي)، وذلك من خلال قيمة معامل الارتباط (R) حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (0.324)، أي بنسبة (32.4%).
- بلغت قيمة معامل التحديد R^2 (0.105) وهذه القيمة تدل على أن المتغير المستقل (المبادأة) تفسر التغيرات في المتغير التابع وهو (التميز المؤسسي) بنسبة (10.5%)، بينما تؤثر المتغيرات الأخرى بنسبة (89.5%).
- بلغت قيمة تحليل التباين F (3.635) بدلالة معنوية (0.066) وتعتبر هذه القيمة ذات دلالة غير معنوية.
- بلغت قيمة معاملات ميل الانحدار (B) كالآتي:
 - أ. بالنسبة للثابت (α) (2.456).
 - ب. بالنسبة للمتغير المستقل المبادأة (β) (0.289).
- كما تشير النتائج الواردة بالجدول ثبوت معنوية معامل الانحدار حيث بلغت قيمة

(T) المحسوبة (1.907) وهي دالة عند مستوي معنوية (0.066) وتعتبر هذه القيمة أكبر من مستوي الدلالة (0.05) وعليه نرفض صحة الفرضية الخامسة.
6. 6- نموذج الفرضية الخامسة في صورته النهائية لأغراض التنبؤ يصبح كالآتي: $Y = 2.456 + X \cdot 0.289$

وفيما يلي ملخص لفرضية الدراسة الرئيسية:
هنالك علاقة ذات دلالة إحصائية بين استراتيجيات الريادة و التميز المؤسسي من وجهة نظر رواد الأعمال

جدول (16) ملخص لنتائج فرضية الدراسة الرئيسية

م	الفروض الفرعية	معامل الارتباط	معامل الانحدار (B)	اختبار (T)	مستوى المعنوية	نتيجة العلاقة	الترتيب
-1	هنالك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإبداع و التميز المؤسسي من وجهة نظر رواد الأعمال	0.222	0.236	1.266	0.215	رفض	4
-2	هنالك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الابتكار و التميز المؤسسي من وجهة نظر رواد الأعمال	0.057	0.620	0.320	0.751	رفض	5
-3	هنالك علاقة ذات دلالة إحصائية بين المخاطرة و التميز المؤسسي من وجهة نظر رواد الأعمال	0.371	0.578	2.223	0.034	قبول	2
-4	هنالك علاقة ذات دلالة إحصائية بين التفرد و التميز المؤسسي من وجهة نظر رواد الأعمال	0.437	0.428	2.703	0.011	قبول	1
-5	هنالك علاقة ذات دلالة إحصائية بين المبادرة و التميز المؤسسي من وجهة نظر رواد الأعمال	0.324	0.289	1.907	0.066	رفض	3

المصدر: إعداد الباحثة من نتائج التحليل الإحصائي SPSS، 2022م

يتضح من الجدول رقم (16):

رفض وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استراتيجيات الريادة والتميز المؤسسي من وجهة نظر رواد الأعمال، جاء بُعد (الأولي) في المرتبة الأولى من حيث الأثر على التميز المؤسسي، يليها بُعد (المخاطرة) في المرتبة الثانية، ثم بُعد (المبادأة) في المرتبة الثالثة، ثم بُعد (الابداع) في المرتبة الرابعة، وأخيراً جاء بُعد (الإبتكار).

النتائج:

كان الهدف الأساسي لهذا البحث هو دراسة أثر استراتيجيات الريادة في التميز المؤسسي من وجهة نظر رواد الأعمال بولاية الخرطوم، واستناداً على نتائج التحليل الإحصائي، واختبار فرضيات الدراسة توصلت الباحثة إلى النتائج التالية:

1. بينت النتائج عدم ثبوت معنوية معامل الانحدار حيث بلغت قيمة (T) المحسوبة (1.266) وهي دالة عند مستوي معنوية (0.215) وتعتبر هذه القيمة أكبر من مستوي الدلالة (0.05) وعليه نقبل صحة الفرضية الأولى (هنالك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الخدمات الفنية لحاضنات الأعمال والثقافة الريادية).
2. اشارت النتائج لثبوت معنوية معامل الانحدار حيث بلغت قيمة (T) المحسوبة (2.223) وهي دالة عند مستوي معنوية (0.034) وتعتبر هذه القيمة أقل من مستوي الدلالة (0.05) وعليه نقبل صحة الفرضية الثالثة (هنالك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الخدمات المالية والثقافة الريادية).
3. أوضحت النتائج ثبوت معنوية معامل الانحدار حيث بلغت قيمة (T) المحسوبة (2.703) وهي دالة عند مستوي معنوية (0.011) وتعتبر هذه القيمة أقل من مستوي الدلالة (0.05) وعليه نقبل صحة الفرضية الرابعة (هنالك علاقة ذات دلالة إحصائية بين خدمات تنمية الموارد البشرية والثقافة الريادية).
4. أكدت النتائج ثبوت عدم معنوية معامل الانحدار حيث بلغت قيمة (T) المحسوبة (0.320) وهي دالة عند مستوي معنوية (0.751) وتعتبر هذه القيمة أكبر من مستوي الدلالة (0.05) وعليه نرفض صحة الفرضية الثانية (هنالك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الخدمات الاستشارية لحاضنات الأعمال والثقافة الريادية).
5. اشارت النتائج لثبوت معنوية معامل الانحدار حيث بلغت قيمة (T) المحسوبة (1.907) وهي دالة عند مستوي معنوية (0.066) وتعتبر هذه القيمة أكبر من مستوي الدلالة (0.05) وعليه نرفض صحة الفرضية الخامسة (هنالك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الخدمات التسويقية والثقافة الريادية).
6. أوضحت نتائج الدراسة رفض وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استراتيجيات الريادة والتميز المؤسسي.

التوصيات:

- من خلال ما تم التوصل إليه من نتائج توصى الباحثة بما يلي:-
- 1/ على رواد الأعمال الاهتمام أكثر بتنمية الإبداع.
 - 2/ ينبغي على رواد الأعمال العمل على إبتكار أفكار تواكب سوق العمل.
 - 3/ التركيز على ضرورة تمييز رواد الأعمال بالمبادأة.
 - 4/ من المهم لرواد العمل على تنظيم جسم يجمعهم.
 - 5/ على الدولة المساهمة في تطوير ونشر ثقافة ريادة الأعمال بين الشباب.
 - 6/ على البنوك السودانية ومؤسسات التمويل عمل حاضنة أعمال لمساعدة رواد الأعمال.
 - 7/ ضرورة الاستفادة من تجارب الدول الرائدة في مجال ريادة الأعمال إقليمياً.

الملاحق:

إستمارة إستبيان البحث الموسوم بـ: (أثر استراتيجيات الريادة في التميز المؤسسي من وجهة نظر رواد الأعمال) - يرجى الإجابة على الأسئلة التالية بأمانة وصدق خدمة للصالح العام وتطوير البحث العلمى. شاكرة تعاونكم
 الباحثة/ ندى حسن عبد القادر أحمد- طالبة دكتوراه- جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا - ت: 0125892592
 عبارات الإستبانة :

فيما يلي عدد من العبارات، الرجاء وضع علامة (√) في الفراغ الذي يعبر عن رأيك في كل عبارة، وذلك باختيار إجابة واحدة من بين الإجابات الخمس الموجودة أمام كل عبارة .

م.	العبارة	أوافق بشدة	أوافق	لا رأى	لا أوافق	لا أوافق على الإطلاق
المحور الأول:- الإبداع						
1	يهتم الرياديون بالإبداع					
2	لدى الرياديون أفكار جديدة					
3	يقوم الرياديون بتجديد منتجاتهم					
4	يستخدم الرياديون الإبداع في صنع القرار					
5	يشجع الرياديون على تطوير الأفكار					
المحور الثاني :- الإبتكار						
1	يستخدم الرياديون التكنولوجيا الحديثة					
2	لدى الرياديون القدرة على الإبتكار					
3	يقدم الرياديون أفكار لخدمات جديدة					

م.	العبارة	أوافق بشدة	أوافق	لا رأى	لا أوافق	لا أوافق على الإطلاق
4	يساعد الابتكار الرياديون على التسويق الفعال					
5	ينظم الرياديون أعمالهم بصورة مبتكرة					
المحور الثالث :- المخاطرة						
1	يتميز الرياديون بالمخاطرة في طرح المنتجات					
2	يدرس الرياديون السوق بصورة واضحة					
3	يراعي الرياديون مخاطر الغموض					
4	يقوم الرياديون بدراسة مخاطر عدم التأكد					
5	تساهم المخاطرة في نجاح أعمال الرياديون					

المحور الرابع :- التفرد						
					1	يمتاز الرياديون بالاختلاف في الأفكار
					2	يقوم الرياديون بتطوير الأفكار القديمة
					3	يقوم الرياديون بإدارة التنظيم بطريقة علمية
					4	يستغل الرياديون التكنولوجيا في تقديم خدماتهم
					5	يتميز الرياديون عن المنافسين في السوق
المحور الخامس:- المبادأة						
					1	يركز الرياديون على احداث التغييرات في الوقت المناسب
					2	يهتم الرياديون بتنفيذ المشروعات الريادية
					3	يستخدم الرياديون تقنيات إدارية غير تقليدية
					4	يركز الرياديون على تنفيذ مشروعات غير مطروقة
					5	يهتم الرياديون بانجاز العمل في الوقت المناسب
المحور السادس:- التميز المؤسسي						
					1	يهتم الرياديون بالقيادة الإدارية الفعالة
					2	يشجع الرياديون على وضع معايير الأداء
					3	يركز الرياديون على تطوير الموارد البشرية
					4	يقوم الرياديون بتصميم اجراءات العمل بصورة مناسبة
					5	يشجع الرياديون أن تكون العمليات واضحة للعاملين في المشروع

الهوامش:

- (1) خيرى مصطفى و أحمد عوني، (2011م)، «عناصر استراتيجيات الريادة وأثرها في إبعاد إبداع المنتج»، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، العدد الحادى عشر، جامعة محمد خيضر، الجزائر، ص ص 99-130.
- (2) عاطف جابر طه، (2014م)، «دور ريادات الأعمال في تطوير الإبداع المؤسسى»، مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات، العدد الثانى والثلاثون، ص ص 47-89.
- (3) إدريس أحمد حسن، (2014م)، «دور التفكير الريادى في تحقيق الميزة التنافسية»، مجلة العلوم الإنسانية، المجلد (18)، العدد (5)، اربيل، ص ص 113-130.
- (4) مروة أحمد ونسيم برهم، الريادة وإدارة المشروعات الصغيرة، (القاهرة: الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات، 2010م)، ص 7.
- (5) إيهاب سمير ونعمة عباس الخافجى، ريادة الأعمال الداخلية - منظور القدرات الاستراتيجية، (عمان: دار الأيام للنشر والتوزيع، 2014م)، ص 26.
- (6) عبد العظيم سليمان المهمل وآخر، ريادة الأعمال إشارة خاصة للسودان، (الخرطوم: دار الجامعة الوطنية للنشر، 2016)، ص 10.
- (7) فائز جمعة النجار وعبد الستار العلى، الريادة وإدارة المشروعات الصغيرة، (عمان: دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، 2008م)، ص 9.
- (8) عمر على إسماعيل، (خصائص الريادى في المنظمات الصناعية وأثرها على الإبداع التقنى)، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، العدد (الرابع)، المجلد (1)، 2010م، ص 72.
- (9) عباس عبد الله الحسين وعاطف عوض، (ريادة الأعمال في تنمية المجتمع)، ورقة عمل مقدمة إلى الملتقى العلمى الأول لريادة الأعمال، جامعة العلوم والتقانة، قاعة المؤتمرات الدولية (مجمع كلية الهندسة)، 2016/5/30م، ص 3.
- (10) ميسون على حسين، (الريادة في منظمات الأعمال مع الإشارة لتجربة بعض الدول بحث نظرى)، مجلة جامعة بابل، العلوم الإنسانية، العدد (الثانى)، المجلد (21)، بغداد، 2013م، ص 396.
- (11) بلال خلف السكارنة، (استراتيجيات الريادة ودورها في تحقيق الميزة التنافسية)، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد (السابع عشر)، العراق، أبريل 2008م، ص ص 89-90.
- (12) فريد النجار، إدارة التميز المؤسسى بين النظرية والتطبيق، (الاسكندرية: منشأة المعارف، 2014م)، ص 17.
- (13) رضا إبراهيم المليجي، إدارة التميز المؤسسى بين النظرية والتطبيق، (القاهرة: عالم الكتب، 2012م)، ص 9.
- (14) سامح عامر، التميز الإداري في القرن الحادى والعشرين، (القاهرة: دار طيبة للنشر، 2013م)، ص 14.

- (15) شريف محمد يوسف، دور إدارة الموارد البشرية في دعم المنظمات للبقاء والاستمرار عن طريق التميز الإداري، (القاهرة: مكتبة جزيرة الورد، 2017م)، ص41.
- (16) بسمة عدنان السيوفي، تدريب من أجل الازدهار، (القاهرة: مركز الخبرات المهنية للإدارة، 2019م)، ص ص82-83.
- (17) أحمد يوسف دودين، إدارة الأعمال الحديثة- وظائف المنظمة، (عمان: دار اليازوري، 2012م)، ص43.
- (18) رضا إبراهيم المليجي، مرجع سابق، ص86.
- (19) محمود عبد الفتاح رضوان، الإدارة المرئية والتميز الإداري، (القاهرة: المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2012م)، ص 40 .
- (20) رضا إبراهيم المليجي، مرجع سابق، ص96 .