

The Impact of Entrepreneurship Strategies on Achieving Competitive Advantage: A Field Study of Academic Leaders in Jordanian Private Universities

أثر استراتيجيات الريادة في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة ميدانية على القيادات الأكاديمية في الجامعات الخاصة الأردنية

Nada Al-Harban^{1*}, Khalid Al-Zoubi¹.

¹Mutah University, Kerak, Jordan.

ARTICLE INFO

Article history:

Received 08 Dec 2020

Accepted 14 Dec 2020

Published 01 Jan 2022

*Corresponding author:

Mutah University, Kerak, Jordan.

Email: njalharban@gmail.com.

Abstract

This study aimed to reveal the impact of entrepreneurship strategies on achieving competitive advantage among academic leaders in Jordanian private universities. The study employed a descriptive analytical method. Primary data were collected through a questionnaire that was developed and distributed to a sample of academic leaders in Jordanian private universities, totaling approximately 425 individuals. The sample included individuals holding the following job titles: Chancellor, Vice-Chancellor, Dean, Vice-Dean, and Head of Department. To analyze the data, descriptive statistical methods were used, including frequencies, percentages, means, and standard deviations, in addition to inductive statistical methods such as simple and multiple linear regression and stepwise regression to test the study hypotheses. The results indicated a statistically significant impact of entrepreneurship strategies on achieving competitive advantage. The study recommends placing greater emphasis on adopting risk-taking strategies.

Keywords: Strategies, Entrepreneurship, Competitive Advantage.

الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى بيان أثر استراتيجيات الريادة في تحقيق الميزة التنافسية لدى القيادات الأكاديمية في الجامعات الخاصة الأردنية، وذلك بالاعتماد على المنهج الوصفي والتحليلي. وتم جمع البيانات الأولية اللازمة للدراسة من خلال استبانة تم تصميمها وتوزيعها على أفراد عينة الدراسة المكونة من القيادات الأكاديمية في الجامعات الخاصة الأردنية، والذين يندرجون ضمن المسميات الوظيفية الآتية: رئيس جامعة، نائب رئيس جامعة، عميد، نائب عميد، ورئيس قسم، والبالغ عددهم (٤٢٥) فرداً تقريباً. ولغاية تحليل البيانات تم استخدام أساليب الإحصاء الوصفي المتمثلة في التكرارات والنسب المئوية والأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية، كما تم استخدام أساليب الإحصاء الاستدلالي والمتمثلة في تحليل الانحدار الخطي والمتعدد والمتدرج لاختبار فرضيات الدراسة. وخلصت الدراسة إلى وجود أثر دال إحصائياً لاستراتيجيات الريادة في تحقيق الميزة التنافسية. وأوصت الدراسة بالاهتمام بشكل أكبر بتبني استراتيجيات المخاطرة.

١. المقدمة

١,١ الإطار النظري والدراسات السابقة

في خضم العولمة الاقتصادية وتأثيراتها المتعددة، أصبحت فكرة الريادة موضعاً لاهتمام المدراء والقادة وذوي الرأي والمسؤولية، إذ أن الريادة تمثل اليوم أحد أهم الطرق المؤدية لتحقيق الميزات التنافسية للمنظمات في العصر الحالي ولكي تنجح المنظمة يجب أن تتبنى الرؤية التي تشجع على النمو بالأعمال الريادية. لقد اتسع نطاق استخدام مفهوم الريادية من قبل المنظمات وتعددت التوجهات التي تفسره، باعتباره عنصر حيوي ينبغي الإشارة إلى مختلف أبعاده، وقد أصبحت ريادة المنظمة سمة حيوية للمنظمات القائمة كي تستمر في اكتشاف واستثمار الفرص من أجل تحريكها إلى حالة جديدة من التطور، ولا سيما بعد أن زادت حاجة المنظمات لتكون أكثر ابتكاراً من أجل تسريع النمو والبقاء في بيئة عالمية شديدة التنافس والتغيير الحركي. فريادة الأعمال تلعب دوراً هاماً في تحقيق الميزة التنافسية لمنظمات الأعمال، خاصة في ظل التغيرات والتطورات التي تشهدها البيئة الخارجية للمنظمة، فقيام أفراد المنظمة بتقديم مقترحات لمشروعات ابتكارية بعيدة عن العمل التقليدي وقدرتهم على تقديم أفكار إبداعية للتعامل مع المتغيرات الحاصلة، ومواكبة متطلبات ورغبات الزبائن، كل ذلك من شأنه أن يعزز المركز التنافسي للمنظمة في السوق، ويعطيها الفرصة للتميز والتطور والاستمرار.

تتعرض معظم منظمات الأعمال في الآونة الأخيرة وفي ظل المتغيرات البيئية المتسارعة والمنافسة الكبيرة، إلى تحديات كبيرة تتمثل في البحث المتواصل عن عناصر القوة والنجاح، التي تُمكنها من تحقيق الريادة في أعمالها وتحقيق المنافسة على تقديم أفضل المنتجات والخدمات، ما يجعلها تنفوق في استقطاب أكبر عدد من الزبائن وتحقيق أعلى إنتاج واكبر ربح ممكن، وبالتالي الحصول على حصة سوقية تُحقق توقعاتها وآمالها، حيث يُلاحظ أن هذه المنظمات تسابق الزمن وتطور من خططها الاستراتيجية لتتمكن من تحليل نقاط الضعف والقوة في بيئتها الداخلية، وتحليل الفرص والتهديدات في بيئتها الخارجية، وذلك للاستفادة من نقاط القوة، واستثمار الفرص المتاحة، بهدف مجاراة قدرات منافسيها، ومواجهة التغيرات الكبيرة في البيئة التنافسية التي تعمل فيها، الأمر الذي يضمن لها الاستقرار وتحقيق الريادة في الأعمال وبالتالي زيادة قدرتها على الاستمرارية والتطور والنجاح.

١,١,١ الدراسات السابقة

تالياً عرض لمجموعة من الدراسات السابقة التي تناولت الريادة كمتغير مستقل، وتحقيق الميزة التنافسية كمتغير تابع. مرتبة تنازلياً من الأحدث إلى الأقدم:

الدراسات التي تناولت الريادة كمتغير مستقل، وتحقيق الميزة التنافسية كمتغير تابع:

أجرى قرشي وغربي وجوهرة (٢٠١٩) دراسة بعنوان "استراتيجيات الريادة ودورها في تحقيق ميزة تنافسية للمؤسسة الاقتصادية- دراسة تطبيقية مؤسسة صناعة الكوابل - فرع كوندور - بسكرة / الجزائر" هدفت هذه التعرف إلى استراتيجيات الريادة ودورها في تحقيق ميزة تنافسية للمؤسسة الاقتصادية، ولتحقيق هدف الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي المسحي، كما تم استخدام الاستبانة لجمع البيانات عن أفراد عينة الدراسة، وتم اختيار عينة من العاملين الإداريين في الكوابل الوطنية في بسكرة بالجزائر، بالطريقة العشوائية بلغت (٥٧) فرداً، وأظهرت نتائج الدراسة أن مستوى توفر استراتيجيات الريادة في المؤسسة جاء مرتفعاً، وجاء مستوى تحقيق المؤسسة للميزة التنافسية مرتفعاً، وباعتماد على قيمة معامل التحديد المعدل تبين وجود أثر دال إحصائي لمستوى توفر استراتيجيات الريادة في تحقيق الميزة التنافسية.

أجرى سيفريد وآخرون (Seyfried, et al., 2019) دراسة بعنوان: "Institutional isomorphism, entrepreneurship and effectiveness: the adoption and implementation of quality management in teaching and learning in Germany" التماثل المؤسسي وريادة الأعمال والفعالية: اعتماد إدارة الجودة وتنفيذها في عمليتي التدريس والتعلم في ألمانيا" هدفت الدراسة إلى التعرف إلى فاعلية استخدام استراتيجيات الريادة في تحقيق الجودة وبالتالي تحقيق الميزة التنافسية في مؤسسات التعليم العالي في ألمانيا، ولتحقيق هدف الدراسة قام الباحث باستخدام منهج مختلط إذ تم استخدام المنهج النوعي والمقابلة كأداة للدراسة، وتم اختيار عينة من أعضاء هيئة التدريس من الجامعات

الألمانية بلغت (١٨) عضواً، كما تم استخدام المنهج الوصفي المسحي، ولجمع البيانات تم استخدام الاستبانة، وتم اختيار عينة من الطلبة بلغت (٢٨٨) طالباً وطالبة تم اختيارهم عشوائياً من الجامعات الألمانية، وأظهرت نتائج الدراسة وجود أثر ذو دلالة إحصائية في استخدام استراتيجيات الريادة في تحقيق الجودة كعامل وسيط في تحقيق الميزة التنافسية. وأظهرت نتائج الدراسة وجود حاجة لتعزيز جودة مخرجات الجامعات الألمانية باستخدام استراتيجيات الريادة في إضفاء الطابع المؤسسي على عمليات ضبط الجودة لتحقيق الميزة التنافسية.

أجرى عائض وأبو هادي (٢٠١٩) دراسة بعنوان: "أثر استراتيجيات الريادة في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة في الشركات اليمنية للصناعات الغذائية" هدفت الدراسة التحقق من أثر استراتيجيات الريادة في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة في الشركات اليمنية للصناعات الغذائية في اليمن، لتحقيق هذه الأهداف تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي. وبلغ مجتمع الدراسة (١٦) شركة كبيرة جدا للصناعات الغذائية تضم (٥٤١٦) فرداً، وتم سحب عينة من المجتمع الأصلي تكونت من (٣٧٧) فرداً، وتم استخدام استبانة لجمع البيانات. أوضحت النتائج أن الشركات تولي اهتماماً لتحقيق الميزة التنافسية. وأظهرت وجود اختلافاً كبيراً في تأثير أبعاد استراتيجيات ريادة الأعمال على الميزة التنافسية فكان البعد الأكثر تأثيراً هو بُعد استراتيجية الاستباقية، يليه بعد استراتيجية المخاطر. كما كانت هناك اختلافات في مستوى تحقيق الميزة التنافسية المستدامة يعزى لعمر الشركة، ونوع المنتج. وأظهرت النتائج وجود حاجة تعزيز مستوى تحقيق ميزة تنافسية مستدامة بجميع أبعادها، وخاصة بعد الكفاءة لأنه الأقل تحقيقاً.

أجرى الخطيب (٢٠١٨) دراسة بعنوان: "أثر التوجه الريادي في إستراتيجيات الميزة التنافسية باستخدام التنمية المستدامة كمتغير وسيط: حالة شركات الاتصالات في الأردن" هدفت الدراسة التعرف إلى أثر الريادة في تحقيق الميزة التنافسية باستخدام التنمية المستدامة متغير وسيط في شركات الاتصالات الأردنية. ولتحقيق هدف الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي المسحي، كما استخدمت الاستبانة لجمع البيانات عن أفراد عينة الدراسة، وقام الباحث باختيار عينة قوامها (٢٥٣) فرداً، وأظهرت نتائج الدراسة وجود تأثير ذو دلالة إحصائية للتوجه الريادي (التفكير الاستباقي، والتفرد، والابتكار، وتحمل المخاطرة) في تحقيق الميزة التنافسية بأبعادها المجتمعة. كما توصلت الدراسة لوجود تأثير ذو دلالة إحصائية للتوجه الريادي (التفكير الاستباقي، والتفرد، والابتكار، وتحمل المخاطرة) في تحقيق التنمية المستدامة. وأظهرت نتائج الدراسة وجود تأثير ذو دلالة إحصائية للتوجه الريادي بأبعاده مجتمعة في تحقيق الميزة التنافسية بأبعادها المجتمعة من خلال التنمية المستدامة.

أجرى قسم الله (٢٠١٨) دراسة بعنوان: "أثر الريادة الإدارية في تحقيق الميزة التنافسية بالمؤسسات المصرفية: دراسة تطبيقية على بنك (أم درمان الوطني، الخرطوم وفيصل الإسلامي ٢٠٠٨ - ٢٠١٨ م)" هدفت الدراسة التعرف إلى أثر الريادة الإدارية في تحقيق الميزة التنافسية بالمؤسسات المصرفية: دراسة تطبيقية على بنك أم درمان الوطني في الخرطوم وبنك فيصل الإسلامي للفترة بين ٢٠٠٨ - ٢٠١٨ م، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي المسحي، كما استخدمت الاستبانة لجمع البيانات عن أفراد عينة الدراسة، وقام الباحث باختيار عينة قوامها (٢٠٠) فرداً، وأظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الريادة وتحقيق الميزة التنافسية. ووجود تأثير ذو دلالة إحصائية بين استراتيجيات الريادة (المبادرات الإدارية، وتحمل المخاطر، واستثمار الفرص، والإبداع الإداري) التي يمارسها موظفو البنوك محور الدراسة وبين تحقيق الميزة التنافسية. كما توصل البحث إلى جملة من التوصيات أبرزها على الشركة محل البحث قياس مستويات الإبداع والابتكار لديها وتحفيز الإبداع لدى العاملين عن طريق منحهم مساحة كافية من الحرية في عملهم لمساعدتهم على الابتكار. وأظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في دور استراتيجيات الريادة في تحقيق الميزة التنافسية يعزى لمتغير المركز الوظيفي أو سنوات الخبرة.

هدفت دراسة جمال وموسى (٢٠١٨) بعنوان: "أثر التوجه الريادي لدى مديري شركات التأمين في تحقيق الميزة التنافسية في شركة التأمين الوطنية في العراق" إلى التعرف إلى أثر التوجه الريادي لدى مديري شركات التأمين في تحقيق الميزة التنافسية في شركة التأمين الوطنية في العراق، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي المسحي، كما استخدمت الاستبانة لجمع البيانات عن أفراد عينة الدراسة، وقام الباحثان باختيار عينة قوامها (٤٠) مديراً من مديري شركة التأمين الوطنية، واشتملت العينة على المديرين العامين، وعلى مديري الإدارات، ورؤساء الأقسام والفروع، وأظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين التوجه الريادي على مستوى (البعد الإبداعي، والبعد الاستباقي، وبعد تحمل المخاطرة) في تحقيق الميزة التنافسية. ووجود تأثير ذو دلالة إحصائية بين التوجه الريادي الذي يمارسه مديري في شركة التأمين وخلق وتعزيز الميزة التنافسية. كما توصل البحث إلى جملة من التوصيات أبرزها على الشركة محل البحث قياس مستويات الإبداع والابتكار لديها وتحفيز الإبداع لدى العاملين عن طريق منحهم مساحة كافية من الحرية في عملهم لمساعدتهم على الابتكار.

أجرى بن قايد (٢٠١٧) دراسة بعنوان: "تبني مقاربة الريادية الإستراتيجية كإدارة جديدة لتعزيز القدرة التنافسية" هدفت الدراسة توضيح دور الريادية الاستراتيجية في تعزيز القدرة التنافسية، ولتحقيق هدف الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي بالرجوع إلى الأدب النظري والدراسات السابقة التي تناولت نفس الموضوع، وجمع البيانات وتبويبها واستخلاص النتائج والتوصيات، وكانت أبرز النتائج أن تحقيق الميزة التنافسية يتوقف على مدى نجاح الريادة في بناء الرؤيا والتميز والتفرد. كما أظهرت أن التوجه الريادي يتطلب مواكبة التطور التقني والاقتصادي لتحقيق الميزة التنافسية.

أجرى بيك ولي (2017) Paek & Lee دراسة بعنوان: "Strategic entrepreneurship and competitive advantage of established firms: evidence from the digital TV industry" "ريادة الأعمال الاستراتيجية والميزة التنافسية للشركات القائمة: دليل من صناعة التلفاز الرقمي" هدفت الدراسة التعرف إلى العلاقة بين تطبيق استراتيجيات الريادة ولتحقيق الميزة التنافسية للشركات القائمة واتخذت من شركات الإنتاج التلفزيوني الرقمي في بكين في الصين أنموذجاً، واستخدمت الدراسة المنهج النوعي، كما استخدمت المقابلة لجمع البيانات عن أفراد عينة الدراسة، وقام الباحث باختيار عينة قوامها (٢٧) مديراً وموظفاً إدارياً من موظفي الفئات العليا من شركات التلفاز، وأظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين تطبيق كل بعد من أبعاد ريادة الأعمال وهي (الاستجابة للبيئة المحيطة، واغتنام الفرص، والمرونة الاستراتيجية، والتعلم التنظيمي) وبين مستوى تحقيق الميزة التنافسية.

أجرى السامر (٢٠١٧) دراسة بعنوان: "العلاقة بين التوجه الريادي والتوجه السوقي وأثرهما في الميزة التنافسية" هدفت الدراسة التعرف إلى العلاقة بين التوجه الريادي والتوجه السوقي وأثرهما في الميزة التنافسية لدى عينة من العاملين في المصارف الأهلية في مدينة دهوك في العراق، ولتحقيق عذف الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي المسحي، كما استخدمت الاستبانة لجمع البيانات عن أفراد عينة الدراسة، وقام الباحث باختيار عينة قوامها (٧٠) فرداً من العاملين في المصارف الأهلية في مدينة دهوك، وأظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين التوجه الريادي والتوجه السوقي. ووجود تأثير ذو دلالة إحصائية للتوجه الريادي في تحقيق الميزة التنافسية، ووجود تأثير ذو دلالة إحصائية للتوجه السوقي في تحقيق الميزة التنافسية، ووجود تأثير ذو دلالة إحصائية للتوجه الريادي والتوجه السوقي معاً في تحقيق الميزة التنافسية.

أجرى الطائي (٢٠١٧) دراسة بعنوان " دور تبني الاستراتيجيات الريادية وتأثيرها في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة (دراسة استطلاعية على شركة بغداد للمشروبات الغازية المساهمة المختلطة)". هدفت الدراسة التعرف إلى التحقق من تأثير تبني الاستراتيجيات الريادية المتمثلة بـ(الإبداع، الابتكار، اخذ المخاطرة، المبادرة) ودورها في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة المتمثلة بـ(المقدرة الجوهرية، الجودة، الموضع التنافسي، تكنولوجيا المعلومات، المرونة الاستراتيجية) لدى عينة من المديرين في شركة بغداد للمشروبات الغازية المساهمة المختلطة في العاصمة بغداد في العراق، وتم توزيع (٤٨) استبانة على عينة قصدية من الإدارة العليا والوسطى. خلصت الدراسة إلى وجود علاقة تأثير وارتباط ذو دلالة إحصائية ما بين الاستراتيجيات الريادية والميزة التنافسية المستدامة وكان من أبرز النتائج وجود علاقة تأثيرية ذات دلالة إحصائية للاستراتيجيات الريادية على الميزة التنافسية المستدامة وبالتسلسل حسب الأقوى تأثيراً (الابتكار، اخذ المخاطرة، الإبداع، المبادرة).

١,٢ ما يميز هذه الدراسة

لدى استعراض الدراسة السابقة التي قامت الدراسة برصدها وجمعها من قواعد بيانات الرسائل الجامعية حول موضوع الدراسة، تبين أنه لا يوجد أية دراسة سابقة تناولت موضوع دراستنا الحالية بشكل مباشر، كما أن موضوع هذه الدراسة لم يتم التطرق له في البيئة الأردنية وتحديداً الجامعات الخاصة الأردنية، وتطبيقه على القيادات الإدارية في هذه الجامعات كان موضوعاً جديداً، وهذا كله ما أعطى لهذه الدراسة الإضافة والأهمية العلمية الجديدة.

٢. مشكلة الدراسة وأسئلتها

تتعاظم المشكلات التي تواجه المنظمات نتيجة لتسارع التطورات في بيئة عمل هذه المنظمات، وأصبحت المسؤولية أكبر على عاتق رجال الإدارة في سبيل المواءمة بين استمرار المنظمات ومراعاة متطلبات التطوير والتغيير. وقد تكون الريادة بمثابة النشاط الذي ينشئ ويدير منظمة جديدة من أجل استثمار فرصة مبتكرة وهذا ما يطلق عليه بالريادة الخارجية، كما يمكن أن تكون الريادة ضمن المنظمة القائمة من خلال أعمال جديدة أو إعادة التخطيط الاستراتيجي أو ما يعرف بالريادة الداخلية أو ريادة الأعمال.

وتتصف المنافسة ونحن في الألفية الثالثة بأنها أكثر تعقيداً بشكل لم يسبق لها مثيل ويعود ذلك إلى التكامل بين رأس المال والتكنولوجيا والمعلومات التي تتخطى الحدود بين دول العالم، الأمر الذي أدى إلى كبر حجم منظمات الأعمال وتنوع طموحاتها إلى جانب التطور الكبير في نظم المعلومات والاتصالات فيما بينها محلياً وعالمياً.

لاحظت الدراسة أن هناك غموض وعدم وضوح لأثر استراتيجيات الريادة في الميزة التنافسية للقيادات الأكاديمية في الجامعات الخاصة الأردنية، إذ أن غياب استراتيجيات الريادة في المنظمات يجعلها غير قادرة على الاستمرار والنمو ولا يمكنها من استكشاف الفرص واستثمارها حتى يمكنها من ميزة تنافسية تنافس فيه هذه المنظمات.

٢,١ أسئلة الدراسة

ويمكن تلخيص مشكلة الدراسة في الإجابة عن الأسئلة الآتية:

١. ما هي تصورات المبحوثين لمدى توافر استراتيجيات الريادة وكل بعد من أبعادها لدى القيادات الأكاديمية في الجامعات الخاصة الأردنية؟
٢. ما هي تصورات المبحوثين من القيادات الأكاديمية في الجامعات الخاصة الأردنية لمستوى تحقيق الميزة التنافسية وكل بعد من أبعادها؟
٣. ما أثر استراتيجيات الريادة في تحقيق الميزة التنافسية للقيادات الأكاديمية في الجامعات الخاصة الأردنية؟

٣. أهمية وأهداف الدراسة

٣,١ أهمية الدراسة

تأتي أهمية الدراسة وبعد الاطلاع على المصادر الخاصة بالدراسة من أولى الدراسات التي تطرقت إلى أثر استراتيجيات الريادة في تحقيق الميزة التنافسية والتي تم تطبيقها على القيادات الأكاديمية في الجامعات الخاصة الأردنية، حيث تعد هذه الدراسة إثراءً للجانب العلمي والبحثي للدراسات المطبقة على القيادات الأكاديمية في الجامعات الخاصة الأردنية.

وتتضح أهمية الدراسة من خلال حاجة الإدارات العليا من القيادات الأكاديمية في الجامعات الخاصة الأردنية لتطوير الخبرة المهنية والمعرفية في استراتيجيات الريادة والميزة التنافسية، وإثراء المعرفة النظرية والنتائج الفكرية المتعلقة باستراتيجيات الريادة والميزة التنافسية، وأيضاً تعد هذه الدراسة مرجعاً أكاديمياً يمكن الرجوع إليه فيما يخص البحث عن متغيرات الدراسة (استراتيجيات الريادة، والميزة التنافسية).

تتلخص الأهمية العملية لهذه الدراسة في سد فجوة النقص في الدراسات البحثية والتي تتناول موضوع الدراسة بأبعادها (استراتيجيات الريادة، والميزة التنافسية)، وتستمد الدراسة أهميتها من أهمية مجتمع الدراسة وهو قطاع التعليم العالي في الأردن متمثلاً في الجامعات الخاصة الأردنية، حيث يساهم في تقديم خدمات تعليمية للأردن خاصة والمنطقة العربية بشكل عام، ومن المهم التركيز على هذا القطاع وتقديم توصيات تساهم في تعزيز مفهوم الريادة والتنافسية فيه، خاصة في ظل الظروف التي يشهدها العالم هذه الأيام ومن ضمنها الأردن بطبيعة الحال ومؤسساتها التعليمية، وأخيراً تنبع أهمية الدراسة من أهمية التوصيات التي ستتوصل إليها بناءً على نتائج الدراسة تساهم في ترشيد عملية اتخاذ القرارات في الجامعات الخاصة المبحوث.

٣,٢ أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

١. التعرف على أثر استراتيجيات الريادة في تحقيق الميزة التنافسية في القيادات الأكاديمية في الجامعات الخاصة الأردنية؟
٢. تقديم إطار نظري يتركز حول استراتيجيات الريادة والميزة التنافسية مما يساهم في إثراء المكتبة العربية.
٣. تقديم توصيات استناداً إلى نتائج الدراسة تساعد متخذي القرارات في الجامعات الخاصة الأردنية على اتخاذ قرارات رشيدة تساهم بدورها في تطوير مجتمع الدراسة.

٤. الطريقة

٤,١ منهجية الدراسة

اتبعت الدراسة المنهج الوصفي والتحليلي، والذي يهدف إلى وصف الظاهرة موضوع الدراسة، وفقاً لما تم جمعه من بيانات من خلال الاستعانة بالمصادر الأولية، ومن ثم تحليلها واختبار الفرضيات للوصول إلى النتائج، والتي يتم على ضوءها تقديم التوصيات المناسبة. وقد تمثل موضوع الدراسة الحالية في أثر استراتيجيات الريادة في تحقيق الميزة التنافسية. وعلى هذا، فقد تم استخدام المنهج الوصفي في وصف متغيرات الدراسة الرئيسية (استراتيجيات الريادة، الميزة التنافسية)، وأبعادها الفرعية، والتعرف على مستوى تحقيقها لدى المنظمات المبحوثة. وتم استخدام المنهج التحليلي في بيان أثر استراتيجيات الريادة في تحقيق الميزة التنافسية في الجامعات الخاصة الأردنية.

٤,٢ فرضيات الدراسة

تتمحور الدراسة حول الفرضيات التالية:

H0 الفرضية الرئيسية: لا يوجد أثر دال إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0,05$) لاستراتيجيات الريادة بأبعادها مجتمعة (الإبداع، المخاطرة، المبادأة، التفرد أو التميز، والابتكار) في الميزة التنافسية بأبعادها (سرعة الاستجابة وشمولها، الكفاءة المتميزة، جودة العمليات والمخرجات، انخفاض الكلف، المرونة) في القيادات الأكاديمية في الجامعات الخاصة الأردنية.

٤,٣ مجتمع الدراسة وعينتها

تكون مجتمع الدراسة من الجامعات الأردنية الخاصة كافة، والبالغ عددها حتى نهاية عام ٢٠١٩ (١٧) جامعة، ونظراً لصغر حجم عينة الدراسة، فقد اعتمدت الدراسة المسح الشامل في اختيار عينة الدراسة، لتصبح عينة الدراسة مساوية لمجتمع الدراسة، وبهذا، تكون عينة الدراسة قد اشتملت على (١٧) جامعة أردنية خاصة.

٤,٤ أدوات الدراسة

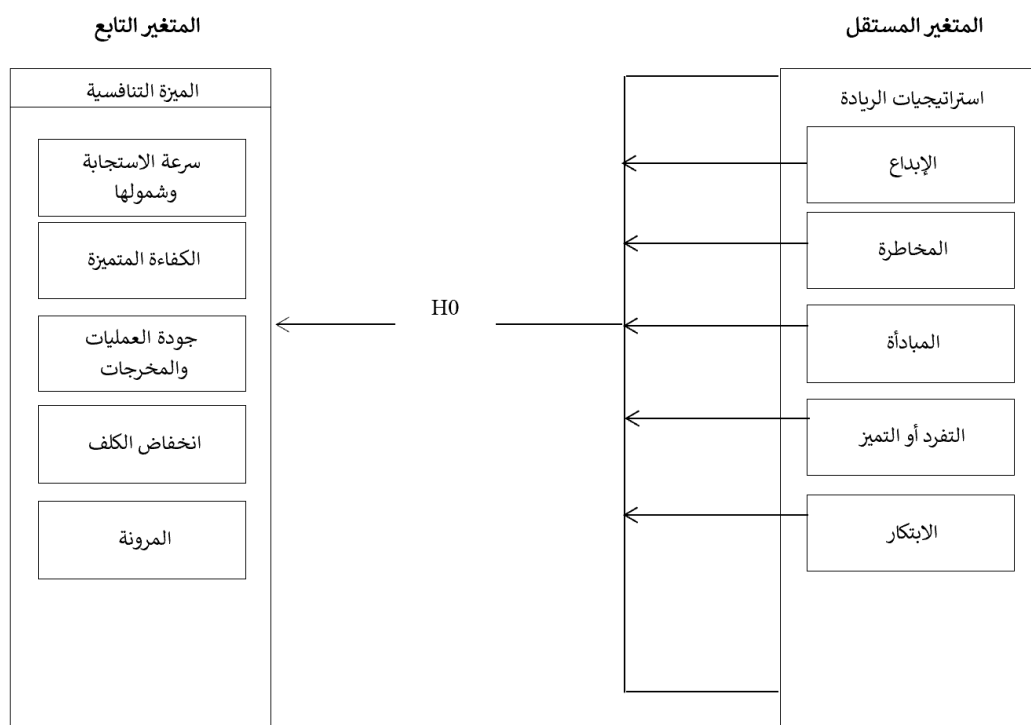
يهدف اختبار صلاحية أداة الدراسة إلى التأكد من سلامة وقدرة أداة الدراسة على قياس المتغيرات، وذلك من خلال تطبيق اختبار ثبات أداة الدراسة. حيث يهدف هذا الاختبار إلى التحقق من مدى التناسق في إجابات أفراد عينة الدراسة، وذلك بالاعتماد على قيمة معامل الاتساق الداخلي كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha Coefficient). حيث يشير هذا المعامل إلى أن أداة الدراسة تتميز بالثبات عندما تبلغ قيمته (٠,٧٠) أو ما يزيد عنها، ويعد اقتراب قيمة المعامل من القيمة (١٠٠%) مؤشراً على درجات ثبات أعلى لأداة الدراسة (Sekaran & Bougie, 2016). وفيما يأتي قيم معامل كرونباخ ألفا لفقرات أداة الدراسة وأبعادها ومتغيراتها، ولأداة الدراسة ككل.

جدول (١): نتائج اختبار ثبات أداة الدراسة

الرقم	البعد	قيمة ألفا
١	الإبداع	٠,٨٨٠
٢	المخاطرة	٠,٨٣٤
٣	المبادأة	٠,٨٧٠
٤	التفرد أو التميز	٠,٨٨٤
٥	الابتكار	٠,٨٣٨
استراتيجيات الريادة		٠,٩٥٣
٦	سرعة الاستجابة وشمولها	٠,٨٨٠
٧	الكفاءة المتميزة	٠,٨٥٨
٨	جودة العمليات والمخرجات	٠,٩٢٠
٩	انخفاض الكلف	٠,٧٩١
١٠	المرونة	٠,٨٢٠
الميزة التنافسية		٠,٩٥٢

يتبين من الجدول (١) اتصاف أداة الدراسة بالثبات، حيث تراوحت قيم معامل كرونباخ ألفا ما بين (٠,٧٩١) - (٠,٩٥٣)، كما بلغت قيمة المعامل لأداة الدراسة ككل (٠,٩٧٨)، وكلاهما أكبر من القيمة (٠,٧٠).

٤,٥ نموذج الدراسة



الشكل (١): أنموذج الدراسة

مراجع المتغير المستقل (فارس، ٢٠١٦؛ النجار والعلي، ٢٠١٠؛ داود، ٢٠١١؛ Abolghasem, et al., 2016؛ Yulhendri, 2017).

مراجع المتغير التابع (القطب، ٢٠١٢؛ الوهاب، ٢٠١٢؛ Amiri, et al., 2017؛ ٢٠١٦؛ Alghamdi).

استراتيجيات الريادة

تعتبر الريادة عملية ديناميكية هادفة، تسعى إلى إدارة الأعمال والمشروعات وتنميتها وتطويرها بطرق إبداعية مبتكرة، وفقاً لهامش محسوب من المخاطرة التي تستند إلى تقديم أفكاراً واقتراحات غير تقليدية تسهم في تحقيق الأهداف التنظيمية بشكل أكثر كفاءة وتميزاً (Farouq & Dadwal, 2018). وفي تعريف آخر فإن ريادة الأعمال تعني النشاط الذي ينصب على إنشاء عمل حر، ويقدم فعالية اقتصادية مضافة، وإدارة الموارد بكفاءة وأهلية متميزة لتقديم شيء جديد أو ابتكار نشاط اقتصادي وإداري جديد، وتتسم بنوع من المخاطرة المدروسة (المبيريك والشميمري، ٢٠١٦). كذلك تعرف بأنها عملية قيام الأفراد أو الشركات باستثمار الخبرات والمهارات الكامنة لديهم في سبيل إنشاء مشروع اقتصادي مبتكر يهدف إلى تحقيق الربح، ومواصلة المشروع واستدامته وتطويره بشكل مستمر (Tur-Porcar, et al., 2018).

مما سبق ترى الدراسة أن ريادة الأعمال تنطوي على عدد من الأمور، وهي: معرفة الفرص العملية المتاحة والكافية، تكوين وإنشاء والتوسع في المنظمات الاقتصادية الموجهة بالربح على ضوء الوقت والجهد والمال، المزج بين عناصر الابتكار والإبداع وتحمل المخاطر والعمل الدؤوب، وأخيراً الاستخدام المناسب والرشيد للموارد المتاحة، وتعرف الدراسة الريادة على

أنها عملية توظيف الأفكار الإبداعية في إنشاء مشروع جديد مبتكر ومتميز، ويحمل في طياته قدراً من المخاطرة المحسوبة، يسعى من خلاله الريادي الى تحقيق التفرد في تقديم المنتجات والخدمات، والوصول الى أكبر عدد من الزبائن، وبالتالي تحقيق الميزة التنافسية والنجاح في تحقيق الأرباح والاستمرارية.

أبعاد استراتيجية الريادة

هناك العديد من العناصر والمكونات التي تشكل مفهوم ريادة الأعمال، ولم يكن هناك إجماع على تحديد هذه العناصر، إلا انه يمكن تحديد أبرزها والتي ذكرت في أكثر من دراسة في هذا المجال، والتي ستقوم هذه الدراسة في تبنيها، لإجماع الباحثين عليها وعلاقتها ببيئة الدراسة، والمتمثلة بالآتي.

أولاً: الإبداع

حدد الباحثون مفهوم الإبداع من زوايا مختلفة تبعاً لتباين فلسفة كل منهم ونظرتهم إلى الإبداع، ويميّزوا بينه وبين المفاهيم الأخرى المتعلقة به وأجمعوا على أنها مفاهيم تحمل المعنى نفسه، حيث إن مفاهيم الإبداع أو الابتكار والخلق تستعمل كمترادفات وتعني جميعاً الإتيان بشيء جديد غير مألوف. ويعرف الإبداع بأنه نوع من أنواع التفكير الابتكاري الذي يتمثل في نموذج تفاعلي سلوكي بين الفرد والموقف، يتمكن بموجبه الإنسان من معالجة مشكلاته وتطوير ممارساته بشكل متفوق يحافظ من خلاله على الاستمرار والبقاء المتميز (لطف، ٢٠١١). مما سبق تعرف الدراسة الإبداع على أنه قدرة عقلية تظهر على مستوى الفرد أو الجماعة أو المنظمة، وهو عملية ذات مراحل متعددة ينتج عنها فكر أو عمل جديد يتميز بأكبر قدر من الطلاقة والمرونة والأصالة والحساسية للمشكلات، ويتميز بالقدرة على التركيز لفترات طويلة في موضوع الاهتمام، والقدرة على تكوين ترابطات واكتشافات وعلاقات جديدة. وهذه القدرة الإبداعية من الممكن تنميتها وتطويرها حسب قدرات، وإمكانيات الأفراد، والجماعات، والمنظمات.

أما عن العلاقة بين الإبداع وتحقيق الميزة التنافسية، فيرى المطيري (٢٠١٢) أن امتلاك المنظمة للقدرات الإبداعية المتمثلة بإثارة حماس الموظفين لتقديم آراء جديدة إبداعية وتحمل روح المجازفة وعدم التردد في أحداث أو تبني التغيير المطلوب لصالح أنشطة المنظمة، والسعي لإيجاد طرق جديدة لتسخير استعمال الأجهزة والمعدات الموجودة في المنظمة، من شأنه أن يخلق قيمة مضافة للمنظمة ويعزز من قدراتها التنافسية لأبعد مستوى ممكن.

ثانياً: المخاطرة

يقصد بالمخاطرة مدى تشجيع العاملين للإقدام على أداء مهام وتقديم أفكار غير مألوفة، والتحدي في العمل، والأخذ بالمبادرة باتجاه قبول هامش مخاطرة محسوبة في التصرف، وتجربة أساليب جديدة للعمل (النجار والعلي، ٢٠١٠). والمخاطرة تكون على مستوى فردي أو جماعي، وهي أخطار عادة ما تحتسب وتدار، وتتضمن قدرة المنظمات على قياس المخاطر بعقلانية مع تحمل المسؤولية في احتمال الفشل وتكلفته (أبو حجر، ٢٠١٤).

وتقوم المنظمات الرائدة بتحمل المخاطر سواء على مستوى الأفراد أم الجماعات، وهناك طريقة واحدة يتم اعتمادها وتعمل بنجاح من أجل إدارة المخاطر، وهي العمل بالتحالف مع الأطراف الأخرى، لأن هذه المنظمات تعتقد أن بإمكانها معاً أن تقدم القدرات المكملّة للبعض والمساعدة في تحويل المخاطر الى أطراف أخرى (صادق، ٢٠١٠)، وتسعى منظمات الأعمال الى تقليل مخاطرها للحد الأدنى، ولكن اذا كان سلوكها محكوماً أو موجهاً بمحاولة تجاوزها أو التهرب منها فقد تنتهي الى اختيار أكبر المخاطر وأقلها معقولة وقبولاً، وهو خطر عدم القيام بشيء، فهناك سبب جيد يسوغ عدم القيام بأي عمل اذا أرادت المنظمة، والأعمال التي تقوم بها المنظمة يجب أن تكون منتقاة ومختارة لزيادة الفرص. ويضيف (Miles & Darroch, 2006) أن المنظمات الريادية لها القدرة على قياس المخاطر بعقلانية، وهي لا تجازف كثيراً، لكن الرياديين يفهمون المخاطر من إدراك الإبداع التكنولوجي الفكري، والبنية الاقتصادية هي أصلاً حالة عدم تأكد تتطلب العقلانية (Miles & Darroch, 2006).

ثالثاً: المبادرة

تعرف المبادرة بأنها المشاركة في مشكلات المستقبل والاحتياجات، ومدى توفير منتجات وخدمات جديدة باستخدام أحدث أنواع التقنية، مع توفر هامش محدد من المخاطرة المحسوبة، والمفاضلة بين المحاولات الجادة في النمو والإبداع، ومحاولة التعاون مع المنافسين من أجل احتوائهم (عبد الرحيم، ٢٠١٣). كما تمثل المبادرة الخروج عن المألوف في التفكير واستخدام الموارد المتاحة لتبني أفكار جديدة وتنفيذها (أحمد وبرهم، ٢٠١٠). وهي أيضاً جهود المنظمة في اكتشاف

الفرص الجديدة، فالمنظمات الريادية تراقب الاتجاهات وتحدد الحاجات المستقبلية للزبائن الحاليين، وتتوقع التغيرات في طلباتهم، فضلاً عن التحديات التي قد تبرز فجأة والتي يمكن تحويلها إلى فرص جديدة، والمبادرة لا تتضمن تمييز التغيرات فقط، بل الرغبة في العمل وفق الرؤى المستقبلية قبل المنافسين، فالمدبر الاستراتيجي الذي يتمتع بروح المبادرة والاستباقية يركز نظره على المستقبل ويبحث باستمرار عن الإمكانيات الجديدة للنمو والتطور للمنظمات الريادية (Dess et al., 2007).

كما أنها تتمثل في جهود المنظمة الريادية للاستيلاء على الفرص الجديدة، فالمنظمات المبادرة والاستباقية – وهي صفة المنظمات الريادية- تراقب الاتجاهات وتحاول معرفة المتطلبات المستقبلية للزبائن الحاليين، وإدراك التغيرات في الطلب أو إدراك المشكلات الناشئة التي يمكن أن تقود إلى فرص لمشاريع جديدة، كما أن المبادرة لا تتضمن فقط إدراك التغيرات ولكن أن تكون قادراً على العمل عليها والتقدم على المنافسين، والمدراء الاستراتيجيين الذين يطبقون الاستباقية يجب أن تكون لهم عيون على المستقبل عند البحث عن الاحتمالات الجديدة للنمو والتطور (محمد، ٢٠١٢).

وتقدم المنظمات الريادية دراسة وفهماً عميقاً للفرص التي تمتلكها المنظمات الأخرى، فهي أي المنظمات الريادة تسعى إلى استغلال الفرص المتاحة ضمن منتج أو سوق أو مجال تكنولوجي، قبل وصول المنافسين المحتملين إليها، وتحقيق الميزة التنافسية في هذا المجال (Miles & Darroch, 2006). وفي هذا السياق يربط (Cetinkaya, et al., 2019) بين المبادرات الفردية للموظفين وتحقيق الميزة التنافسية للمنظمة، ذلك أن مبادرة الأفراد في تقديم أفكار إبداعية غير تقليدية وخارجة عن المألوف، من شأنها تعزيز قدرة المنظمة على اغتنام الفرص المتاحة وبشكل استباقي عن بقية المنافسين وهو ما يؤدي إلى تعزيز الميزة التنافسية للمنظمة وتفرداها عن المنظمات المنافسة في السوق.

مما سبق ترى الدراسة أن المبادرة هي الخروج عن المألوف في التفكير واستخدام الموارد المتاحة لتبني أفكار جديدة وتنفيذها، وهي جهود المنظمة في اكتشاف الفرص الجديدة، وتحدد الحاجات المستقبلية للزبائن الحاليين، وتتوقع التغيرات في طلباتهم، فضلاً عن التحديات التي قد تبرز فجأة والتي يمكن تحويلها إلى فرص جديدة، ومن هنا جاءت أهمية المبادرة للقيام بالأعمال الرائدة، ومحاولة تحقيق الأفكار وجعلها حقيقية على أرض الواقع، وبهذا فإن تبني روح المبادرة يؤثر بشكل كبير وفعال في التوصل إلى أفكار رائدة يمكن أن تضيف قيمة تنافسية للمنظمة.

رابعاً: التفرد أو التميز

التفرد أو التميز يعني الإتيان بطرق ومنتجات وخدمات جديدة، وتوفير الموارد البشرية والمالية والتكنولوجية الكفؤة، واستخدام الوسائل والأساليب الفعالة أيضاً لإيصال الخدمات لمتلقي الخدمة والمنتجات للزبائن بأعلى مستوى (خصاونة، ٢٠١١).

كما يعرف التفرد أو التميز بأنه قيام الشركة بابتكار وإنتاج سلع وتقديم خدمات جديدة لم يسبق لأحد الوصول إليها وتقديمها، وهو ما يعطي الشركة الميزة التنافسية مقارنة بمثيلاتها بالسوق (Upshaw, et al., 2017). والتفرد أو التميز هو أيضاً تمييز منظمات الأعمال عن غيرها من المنظمات المنافسة، سواء في طبيعة الخدمات أو المنتجات التي تقدمها، أو طبيعة الموارد التي تمتلكها وتمكنها من تحقيق الميزة التنافسية، وتستمر بأفضلية على المدى الطويل في تقديم منتجات وخدمات يصعب تقليدها (الحلواني، ٢٠١٧).

أما عن العلاقة بين التفرد وتحقيق الميزة التنافسية، فبرى حسين (٢٠١٣) أن التفرد يتمثل بالاستقلالية وإملاك الفرص لتحقيق منظمات الأعمال التميز في الإنتاج أو تقديم الخدمات، وهو ما يؤدي إلى تحقيق النمو السريع والنوعية والجودة العالية في تحقيق الأهداف، وبالتالي حصولها على الميزة التنافسية المطلوبة. مما سبق ترى الدراسة أن التفرد أو التميز هو تقديم منتجات وخدمات فريدة وجديدة لم يصل إليها أي من الشركات المنافسة، بناء على دراسة متطلبات ورغبات العملاء المتجددة، وبالتالي تمييزها عن منافسيها.

خامساً: الابتكار

الابتكار هو العملية التي يقوم بها الفرد، والتي تؤدي إلى اختراع وإيجاد شيء جديد، نتيجة لما يحدث من تفاعل بين الفرد بأسلوبه الفريد وبين بيئته (النجار، ٢٠٢٠). والابتكار أيضاً هو تحول الفكرة من مشروع نظري إلى منتج أو خدمة تؤدي منفعة اجتماعية أو مادية، وتتضمن هذه العملية تحويل بذرة الفكرة إلى فكرة نافعة ومن ثم إلى مشروع، وقد لا يكون هذا المشروع تجارياً بالضرورة (معوض، ٢٠٠١).

الميزة التنافسية

ظهر مفهوم التنافسية وحظى بمزيد من الاهتمام من قبل الباحثين والممارسين في منتصف القرن الماضي وتحديداً في دول أوروبا واليابان وأمريكا، وارتبط ذلك بعمليات التخطيط الاستراتيجي، عندما بدأ التركيز على آلية تحقيق المنافع للمنظمة من خلال صياغة وإعداد خططها الاستراتيجية، والتي تضعها في موقع تنافسي مميز على المدى البعيد، ثم بدأت فكرة (الميزة التنافسية) في الانتشار والتوسع خلال فترة الثمانينيات من القرن الماضي خاصة بعد ظهور كتابات "بورتير" Porter بشأن الاستراتيجية والميزة التنافسية (Campbell, et al., 2003). إن معظم منظمات الأعمال تواجه تحديات كبيرة تتمثل في البحث المتواصل عن عناصر القوة والنجاح، التي تُمكنها من المنافسة على تقديم أفضل المنتجات والخدمات، ما يجعلها تتفوق في جذب المزيد من الزبائن وتحقيق أعلى مستوى من الإنتاج وتحقيق أكبر قدر من الأرباح، حيث تسعى هذه المنظمات إلى تطوير سياساتها وبرامجها لتتمكن من مجاراة قدرات منافسيها، ومواجهة التغيرات الكبيرة في البيئة التنافسية التي تعمل فيها، ما يضمن لها الاستمرارية والنجاح (Srivastava, et al., 2013).

فمنظمات الأعمال تسعى بشكل كبير إلى البقاء في السوق والاستمرار في أنشطتها وأعمالها دون توقف، إلا أن هذا الأمر لا يخلو من بعض الصعوبات كما يتوقع البعض، ذلك أن هذه المنظمات تتعرض وبشكل مستمر إلى منافسة شديدة، وحتى تواجه المنظمات هذه المنافسة، وتحقق أهدافها، يتوجب عليها امتلاك ميزة تنافسية تنفرد من خلالها ببعض القدرات والمميزات عن غيرها من المنظمات الأخرى المنافسة، وهذا أمر لا يأتي بشكل عشوائي، بل يتطلب من هذه المنظمات المعرفة التامة بقواعد التنافس القائمة، والإجراءات الواجب القيام بها لمجاراة المنافسين أو حتى التفوق عليهم (البكري وبني حمدان، ٢٠١٣)، وتعرف الميزة التنافسية بأنها قدرة المنظمة على أداء أعمالها بالشكل الذي يصعب على منافسيها تقليده، بحيث يمكن تحقيق الميزة التنافسية من خلال تنفيذها لوظائف تعمل على خلق قيمة في مجالات تقلل الكلفة مقارنة بمنافسيها أو العمل على أدائها بأساليب تقود إلى التميز (بوران، ٢٠١٦).

كذلك تم تعريف الميزة التنافسية بأنها قيمة مضافة للعملاء بأساليب متميزة، وقدرة المنظمة على المحافظة على وضعها القائم، وكسب حصة سوقية في مجال عملها، وقدرتها على صياغة وتطبيق الاستراتيجيات التي تجعلها في مركز أفضل بالنسبة للمنظمات الأخرى العاملة في نفس المجال (الزعاير والطالب، ٢٠١٩). وهي أيضاً الوسيلة التي تتمكن المنظمة من خلالها الفوز في منافستها على الآخرين (Hosseini, et al., 2018)، والميزة التنافسية بنظر (Nuryakin, 2018) هي أن تكون الأفضل من المنافسين، من خلال معرفة الفرص والمخاطر التي تواجه المنظمة، وتحديد نواحي القوة والضعف المتعلقة بالعناصر الرئيسية، للوصول إلى تعزيز قدرة المنظمة على المنافسة. وهي مفهوم تجتهد منظمات الأعمال لتحقيقه بهدف امتلاك موقع تنافسي ملائم في السوق، فبقاء المنظمة هو رهن قدرتها على المنافسة، وهذا لن يتحقق إلا من خلال امتلاكها القدرات والإمكانيات التي تجعلها تحافظ على موقعها في السوق لأطول فترة ممكنة (رغرافي، ٢٠١٥). كما تعرف الميزة التنافسية بأنها قدرة المنظمة على امتلاك صفات وقدرات فريدة عن غيرها من المنظمات العاملة في نفس المجال، وبالتالي تحقيق التفوق عليها (Desfitrina et al., 2019). مما سبق فإن الدراسة تعرف الميزة التنافسية بأنها قدرة المنظمة على تحقيق التميز والتفوق في تقديم المنتجات والخدمات على مثيلاتها من المنظمات التي تعمل في نفس المجال، من خلال تقديم المنتجات والخدمات بجودة عالية وبأقل الأسعار.

أبعاد الميزة التنافسية

هناك شبه إجماع وتوافق من قبل العديد من الباحثين على تحديد الأبعاد الأساسية للميزة التنافسية لمنظمات الأعمال، ومن الجدير بالذكر أن الدراسة سوف تتبنى هذه الأبعاد لوجود شبه إجماع وتوافق عليها ولملامتها لبيئة الدراسة وهي:

أولاً: سرعة الاستجابة وشمولها

تعني سرعة الاستجابة وشمولها بأنها قدرة المنظمة على الاستجابة للتغيرات في البيئة المحيطة في مجال تطوير السلع والخدمات بسرعة عالية وبما يتلاءم مع طبيعة الأسواق ومتطلبات العملاء (الحريزات، ٢٠١٥). وتعتبر سرعة الاستجابة والشمولية بمثابة القاعدة الرئيسية للمنافسة بين المنظمات في الأسواق، وذلك من خلال التركيز على تقليل المدد الزمنية المستغرقة لتصميم منتجات وخدمات جديدة، وتقديمها إلى المستهلكين بأقل وقت ممكن (المغربي، ٢٠٠٦).

مما سبق ترى الدراسة أن سرعة الاستجابة وشمولها هي تحقيق المنظمة لميزة تنافسية في مجال السرعة في مواجهة التغيرات والتحديات وتحويلها إلى فرص جديدة، إضافة إلى السرعة في الاستجابة إلى متطلبات العملاء ورغباتهم ومحاولة تحقيقها بجودة عالية وضمن الفترة الزمنية المطلوبة.

ثانياً: الكفاءة المتميزة

تعرف الكفاءة المتميزة بأنها معيار العقلانية في استخدام الموارد المالية والمادية والبشرية من أجل تحقيق الأهداف التنظيمية (Mandl, et al., 2008). وترى الدراسة أن الكفاءة المتميزة هي عملية مقارنة الإنتاج والوضع الحالي وما يمكن إنتاجه وتحقيقه باستخدام نفس الموارد، مثل الموارد المالية والجهد والوقت وما إلى ذلك، وهي تحقيق الشركة للأهداف التنظيمية بأقل وقت وجهد وكلفة مقارنة مع الشركات المنافسة في السوق.

ثالثاً: جودة العمليات والمخرجات

تعددت الآراء ووجهات النظر والآراء حول تحديد المقصود بالجودة، وبالنسبة للخدمة فإن الجودة تعبر عن نوعية الخدمة، أو سعرها، أو مدى تحقيقها لمتطلبات العميل، أما بالنسبة للمنتج فإن الجودة تعني المطابقة بين المنتج والمواصفات المحددة مسبقاً، كما تناول الباحثون هذا المفهوم من جوانب متعددة، ففي حين يعرف بعض الباحثين الجودة على أنها التميز في الأداء، يرى البعض الآخر بأنها وسيلة لتلبية احتياجات العملاء أو إرضائهم (Dan & Nada, 2010). وفي هذا المجال فإن منظمة المواصفات الدولية (ISO) تعرف الجودة بأنها مدى قدرة الخصائص والمميزات المتوفرة في المنتجات على الوفاء بمتطلبات العملاء وتلبية احتياجاتهم (AWOKU, 2012). حيث تركز المبادئ التوجيهية والمتطلبات الواردة في منظمة ISO على مساعدة منظمات الأعمال على تبني مجموعة من العمليات الاستراتيجية ضمن سياساتها الداخلية لتتماشى وتتوافق مع سياسة وأهداف الجودة، التي تركز على إنتاج سلع وخدمات تلبي متطلبات العملاء، وتزيد من درجة رضاهم، وتوفر قيمة وميزة تنافسية أكبر للمنظمة، وبالتالي تقوم بتحسين والتطوير المستمرة لأنشطتها.

وتعرف الجودة أيضاً بأنها أداة استراتيجية فعالة لتحسين الإنتاجية في المنظمة التي توفر وسيلة واضحة لتحقيق الأداء التنظيمي بصورة أفضل (Jusoh, et al., 2013). ويرى (AWOKU, 2012) أن التعريف الشامل للجودة يعتمد على مجموعة من الخصائص المترابطة وهي التوافق والأداء والموثوقية، فالتوافق يتمثل بمدى مطابقة خصائص المنتج لمعايير محددة، بينما يتمثل الأداء بكفاءة تأدية المنتج لوظائفه، فيما تبدو الموثوقية بقدرة المنتج أو الخدمة على تأدية وظيفتها لفترة محددة من الزمن، إضافة إلى قوة تحمل المنتج وسهولة صيانتها.

رابعاً: انخفاض الكلف

يتمثل انخفاض الكلف بتقديم الشركة لمنتجات بكلفة أقل من المنافسين، وأخذ موضوع الكلفة بعين الاعتبار، بهدف تحقيق أدنى مستوى من التكاليف في الإنتاج والتسويق مقارنة مع المنافسين الآخرين. وهنا يتوجب على أية شركة أخذ موضوع الكلفة بعين الاعتبار، بهدف تحقيق أدنى مستوى من التكاليف في الإنتاج والتسويق مقارنة مع المنافسين الآخرين. ويرى مسلم (٢٠١٥) بأن الشركات التي تهدف إلى امتلاك حصة سوقية أكبر باعتبار ذلك مفتاحاً لتحقيق النجاح والتميز هي الشركات التي تقوم بتقديم منتجاتها بكلفة أقل من المنافسين. كذلك فإن التركيز على خفض الكلف هو البعد الأكثر شيوعاً واستخداماً لدى المنظمات التي تسعى إلى تحقيق الميزة التنافسية، خاصة المنظمات التي تمتلك عملاء لديهم حساسة وأهمية للأسعار، ومن أبرز العوامل التي تؤدي إلى انخفاض الكلف هو زيادة الخبرة لدى العاملين، والاستثمار الناجح، ووضع سياسات مناسبة للإنتاج والتوزيع، واستغلال الموارد المتاحة، وغالباً ما تسمح المنظمات التي لديها هذا البعد بالتحكم في السوق، ولديها القدرة على التفوق على المنافسين، مع التأكيد على أن المنظمات تمتلك ميزة تنافسية عالية، تكون التكاليف المتراكمة المتعلقة بالأنشطة الإنتاجية لديها أقل من المنافسين (Diab, 2014). مما سبق ترى الدراسة أن انخفاض الكلف هي مدى قدرة المنظمة على خفض كلف التشغيل والإنتاج لأدنى مستوى ممكن، وهو ما ينعكس على تخفيض أسعار منتجاتها وخدماتها، وتقديمها لربائنها بأسعار مناسبة محققة بذلك لميزة تنافسية عن المنظمات الأخرى في هذا المجال.

خامساً: المرونة

تعرف المرونة بأنها قدرة المنظمة على إجراء التغييرات في الموقع السوقي والذي يعتمد على الإبداع في تصميم المنتجات وأحجامها، وهي تعبر عن قدرة المنظمة على المنافسة وذلك بتقديم منتجات واسعة في الوقت الذي تكون فيه المنظمة قادرة على تطوير منتجات جديدة، وبالتالي فإن المرونة على هذا النحو تعبر عن مدى تكييف المنظمة نظامها الإنتاجي

للتغيرات البيئية المحتملة وازدياد الطلب (طالب والبناء، ٢٠١٢). المرونة هي أيضاً الاستجابة السريعة للتغيرات والتطورات التي قد تحدث في بيئة الأعمال، دون المساس باحتياجات الزبائن، وهي بذلك تعد عامل أساسي لتحقيق الميزة التنافسية للمنظمة (آدم، ٢٠١٨).

تتمثل المرونة كأحد أبعاد الميزة التنافسية في قدرة المنظمة على توفير مستويات متنوعة ومختلفة في السوق المستهدفة من خلال قدرتها على مواكبة التطورات في التكنولوجيا، وتصميم المنتجات والخدمات وفقاً لتوقعات العملاء، بالإضافة إلى قدرة المنظمات على الاستجابة للتغيرات في طلب العملاء إما بالزيادة أو النقصان (Diab, 2014). مما سبق ترى الدراسة أن المرونة كأحد أبعاد الميزة التنافسية هي قدرة المنظمة على الاستجابة السريعة لكافة المتغيرات والتحديات التي تواجهها في بيئتها الداخلية والخارجية، من خلال الانتقال إلى أساليب وإجراءات جديدة في العمل تتماشى مع هذه التغيرات.

العلاقة بين ريادة الأعمال والميزة التنافسية

وقد أشار القرن (٢٠١٤) إلى وجود علاقة قوية بين التفوق التنافسي والاقتصادي للمنظمة الذي يتنامى مع ريادة الأفراد فيها، والتي تؤثر بقوة على أن تكون ناجحة في إدارة المعرفة، وبالتالي تحقق التنافسية والريادة لمواصلة أدائها في السوق، وهنا يتوجب على المنظمات رعاية ثقافة ريادة الأعمال وتطويرها، وتنمية سلوكيات الأفراد لجعلهم رياديين، وتدعيم وتعزيز إمكانيات المنظمة في السوق، وبالتالي الحفاظ على مزاياها بشكل مستدام، في المقابل أكدت دراسة (السكرنة، ٢٠٠٥) وجود علاقة إيجابية قوية بين تبني المنظمات لاستراتيجيات الريادة وتحقيق الميزة التنافسية، فالمنظمات الريادية تلعب دوراً بارزاً ومهماً في الحياة الاقتصادية، وما تشهده منظمات الأعمال اليوم من تطورات وتغيرات أثرت على أدائها وكيفية الاستفادة من التكنولوجيا الحديثة في التغيير باستراتيجياتها وأدواتها التي تستخدمها من أجل كسب رضا الزبائن وزيادة الربحية والحصة السوقية، وبالتالي زيادة قدرتها التنافسية. كما أن تطبيق استراتيجيات الريادة في المنظمات وفي كافة النشاطات والمستويات يمنح الميزة التنافسية للمنظمة ويكسبها النموذج الريادي ويحقق لها حصة سوقية كبيرة.

من جهة أخرى فإن للتوجه الريادي أهمية كبرى لتحقيق ميزة تنافسية لمنظمات الأعمال تمكنها من التفوق على غيرها من المنظمات المنافسة في السوق، من خلال الدور الذي يؤديه التوجه الريادي في التعرف على احتياجات الزبائن وتحركات المنافسين في قطاع الأعمال، إضافة إلى أن التوجه الريادي يعطي القدرة للمنظمات باقتناص الفرص السوقية ومناورة المنافسين للتقليل من تهديداتهم (السائر، ٢٠١٧). مما سبق ترى الدراسة أن ريادة الأعمال تلعب دوراً هاماً في تحقيق الميزة التنافسية لمنظمات الأعمال، خاصة في ظل التغيرات والتطورات التي تشهدها البيئة الخارجية للمنظمة، فقيام أفراد المنظمة بتقديم مقترحات لمشروعات ابتكارية بعيدة عن العمل التقليدي وقدرتهم على تقديم أفكار ابداعية للتعامل مع المتغيرات الحاصلة، ومواكبة متطلبات ورغبات الزبائن، كل ذلك من شأنه أن يعزز المركز التنافسي للمنظمة في السوق، ويعطيها الفرصة للتميز والتطور والاستمرار.

نماذج عملية وتطبيقية لممارسات الجامعات الخاصة الأردنية لاستراتيجيات الريادة وتحقيق الميزة التنافسية

قدمت الجامعات الخاصة الأردنية العديد من النماذج التي تعكس اهتمامها بتطبيق استراتيجيات الريادة وتحقيق الميزة التنافسية، وقد تمثلت أبرز هذه النماذج في توفير جامعة عمان العربية البيئة الجاذبة والمحفزة للتميز والإبداع الأكاديمي والمعرفي، وتقديم تعليم جامعي متميز وإنتاج أبحاث علمية إبداعية تلبي احتياجات المجتمع وتولد المعرفة وتحقق الجودة في العملية التعليمية وتساهم في تحقيق التنمية الشاملة، وتبني الخطط والبرامج التي تساهم في رفع كافة الأداء الارتقاء بأعضاء الهيئة التدريسية.

وسعت جامعة جدارا نحو تحقيق الجودة والتميز من خلال تعزيز الأبحاث التطبيقية المواكبة لمتطلبات العصر، واستقطاب الكوادر العلمية المتميزة، وبناء شراكات استراتيجية مع المجتمع المحلي وكافة القطاع للوصول إلى العالمية في التصنيف والتدريس والأبحاث وخدمة المجتمع.

وتبنت جامعة فيلادلفيا العديد من الغايات الاستراتيجية التي تمثل اهتمامها بتحقيق الإبداع والجودة والتميز، حيث هدفت إلى الارتقاء بالبحث العلمي ونتائجته وتسويقه وتحفيز المبادرات الإبداعية، وتنمية كفاية هيئة التدريس والموظفين، وتعزيز القدرة التنافسية للجامعة وتحسين صورتها الذهنية وضمان جودة عملياتها. واشتملت رؤية جامعة الإسراء على الريادة في التعليم والإبداع والبحث العلمي وتنمية المجتمع وتحقيق تطلعاته من خلال تطبيق معايير التميز العالمية.

وعملت جامعة البترا على توفير الأموال والموارد اللازمة وتشجيع الاختراعات والابتكارات والاكتشافات المبكرة ونقل التكنولوجيا، أما جامعة إربد الأهلية فقد تبنت الأهداف التي تقوم على تحقيق معايير الجودة والتميز في سائر مكونات منظومتها الأكاديمية.

٦,٦ المعالجة الإحصائية

- اعتمدت الدراسة على برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) لتحليل البيانات من خلال استخدام أساليب الإحصاء الوصفي والاستدلالي، وهي كما يأتي:
- التكرارات والنسب المئوية: لوصف البيانات الشخصية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة.
- الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية: لتحليل إجابات أفراد عينة الدراسة، ووصف المتغيرات الرئيسة والفرعية.
- معامل الاتساق الداخلي (كرونباخ ألفا): لقياس ثبات أداة الدراسة.
- اختبار الارتباط الخطي المتعدد، واختبار معامل تضخم التباين والتباين المسموح به: للتحقق من عدم وجود ارتباط خطي عالي بين المتغيرات المستقلة.
- اختبار الارتباط الذاتي باستخدام معامل دارين - واتسون: للتحقق من عدم وجود ارتباط بين حدود الأخطاء العشوائية.
- تحليل الانحدار الخطي المتعدد والمتدرج: لاختبار أثر استراتيجيات الريادة في تحقيق الميزة التنافسية.

وحدة المعاينة والتحليل

استهدفت الدراسة القيادات الأكاديمية في الجامعات الخاصة الأردنية، والذين يندرجون ضمن المسميات الوظيفية الآتية: رئيس جامعة، نائب رئيس جامعة، عميد، نائب عميد، ورئيس قسم، والبالغ عددهم (٤٢٥) فرداً تقريباً. وقد تم توزيع (٤٢٥) استبانة إلكترونياً، وبمتوسط (٢٥) استبانة في كل جامعة، واسترداد (٣٩٠) استبانة، كان منها (٢٧) استبانة غير صالحة للتحليل بسبب عدم اكتمال الإجابات على بعض الفقرات، ليتوفر لدى الدراسة (٣٦٣) استبانة صالحة للتحليل، وبنسبة استرداد بلغت (٨٩,٠٪) من إجمالي الاستبانات الموزعة، وهي نسبة مقبولة إحصائياً. والجدول الآتي يبين توزيع أفراد عينة الدراسة تبعاً للبيانات الشخصية والوظيفية، وكما يأتي.

جدول (٢): توزيع أفراد عينة الدراسة تبعاً للبيانات الشخصية والوظيفية

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية
النوع الاجتماعي	ذكر	٢٥٢	٦٩,٤
	أنثى	١١١	٣٠,٦
	المجموع	٣٦٣	٪١٠٠
العمر	أقل من ٣٠ سنة	٠	٠,٠
	٣٠ - أقل من ٤٠ سنة	١١	٣,٠
	٤٠ - أقل من ٥٠ سنة	٢١٠	٥٧,٩
	٥٠ سنة فأكثر	١٤٢	٣٩,١
	المجموع	٣٦٣	٪١٠٠
الدرجة العلمية	أستاذ دكتور	٤٦	١٢,٧
	أستاذ مشارك	١٤٥	٣٩,٩
	أستاذ مساعد	١٧٢	٤٧,٤
	المجموع	٣٦٣	٪١٠٠
سنوات الخبرة	أقل من ٥ سنوات	١١	٣,٠
	٥ - أقل من ١٠ سنوات	٧١	١٩,٦
	١٠ - أقل من ١٥ سنة	١٣٦	٣٧,٥

٣٩,٩	١٤٥	١٥ سنة فأكثر
%١٠٠	٣٦٣	المجموع
٠,٠	٠	رئيس
٥,٥	٢٠	نائب رئيس
١٤,٣	٥٢	عميد
٢٧,٠	٩٨	نائب عميد
٥٣,٢	١٩٣	رئيس قسم
%١٠٠	٣٦٣	المجموع

المسمى الوظيفي

أشار الجدول (٢) إلى أنه ما يزيد عن نصف أفراد عينة الدراسة هم من (الذكور)، حيث بلغ عددهم (٢٥٢) فرداً، أي ما نسبته (٦٩,٤٪) من إجمالي أفراد عينة الدراسة، في حين بلغ عدد (الإناث) (١١) فرداً، أي ما نسبته (٣,٦٪) من إجمالي أفراد عينة الدراسة. وكانت النسبة الأكبر من أفراد عينة الدراسة قد تراوحت أعمارهم ما بين (٤٠ - أقل من ٥٠ سنة)، حيث بلغ عددهم (٢١٠) فرداً، وشكلوا ما نسبته (٥٧,٩٪) من إجمالي أفراد عينة الدراسة، تلاها في المرتبة الثانية أفراد عينة الدراسة ممن تراوحت أعمارهم ما بين (٥٠ سنة فأكثر)، حيث بلغ عددهم (١٤٢) فرداً، وشكلوا ما نسبته (٣٩,١٪) من إجمالي أفراد عينة الدراسة، في حين لم يكن هناك أي فرد من عينة الدراسة تراوح عمره ما بين (أقل من ٣٠ سنة)، وأشارت النتائج إلى أن النسبة الأكبر من أفراد عينة الدراسة حاصلين على الدرجة العلمية (أستاذ مساعد)، حيث بلغ عددهم (١٧٢) فرداً، وشكلوا ما نسبته (٤٧,٤٪) من إجمالي أفراد عينة الدراسة، تلاها في المرتبة الثانية (أستاذ مشارك)، حيث بلغ عددهم (١٤٥) فرداً، وشكلوا ما نسبته (٣٩,٩٪) من إجمالي أفراد عينة الدراسة، في حين كانت النسبة الأكبر من أفراد عينة الدراسة تمتلك سنوات خبرة تتراوح ما بين (١٥ سنة فأكثر)، حيث بلغ عددهم (١٤٥) فرداً، وشكلوا ما نسبته (٣٩,٩٪) من إجمالي أفراد عينة الدراسة، تلاها في المرتبة الثانية أفراد عينة الدراسة ممن يمتلكون سنوات خبرة تتراوح ما بين (١٠ - أقل من ١٥ سنة)، حيث بلغ عددهم (١٣٦) فرداً، وشكلوا ما نسبته (٣٧,٥٪) من إجمالي أفراد عينة الدراسة، في حين شكل أفراد عينة الدراسة ممن تتراوح خبرتهم ما بين (أقل من ٥ سنوات) النسبة الأقل والتي بلغت (٣,٠٪)، حيث بلغ عددهم (١١) فرداً، وأشار الجدول إلى أن النسبة الأكبر من أفراد عينة الدراسة يشغلون منصب (رئيس قسم)، حيث بلغ عددهم (١٩٣) فرداً، وشكلوا ما نسبته (٥٣,٢٪) من إجمالي أفراد عينة الدراسة، تلاها في المرتبة الثانية أفراد عينة الدراسة ممن يشغلون منصب (نائب عميد)، حيث بلغ عددهم (٩٨) فرداً، وشكلوا ما نسبته (٢٧,٠٪) من إجمالي أفراد عينة الدراسة.

مصادر جمع البيانات

استخدمت الدراسة نوعين من المصادر للحصول على المعلومات اللازمة للدراسة، والتي تمثلت بما يأتي:

أولاً: المصادر الثانوية

وهي المصادر العلمية والأدبية التي اعتمدت عليها الدراسة في بناء الإطار النظري للدراسة الحالية، وتصميم أدواتها، وقد اشتملت هذه المصادر على الكتب والبحوث العلمية والمقالات والنشرات المختلفة والرسائل والأطاريح الجامعية والدراسات السابقة ذات العلاقة بمواضيع الدراسة ومتغيراتها سواء باللغة العربية أو باللغة الأجنبية.

ثانياً: المصادر الأولية

وهي المصادر التي اعتمدت عليها الدراسة في جمع البيانات الأولية اللازمة لتحقيق أهداف الدراسة، وقد اشتملت هذه المصادر على الاستبانة التي تم تصميمها على ضوء متغيرات نموذج الدراسة، موجهة إلى القيادات الأكاديمية في الجامعات الخاصة الأردنية. وقد اتبعت الاستبانة أسلوب القياس الإداري المستند على مقياس ليكرت (Likert) الخماسي لقياس تقديرات أفراد عينة الدراسة على فقرات أداة الدراسة، وبناءً على ذلك تم تحديد أوزان الإجابات على الفقرات المخصصة لقياس كل متغير، وذلك كما في الجدول (٣).

جدول (٣): مقياس ليكرت الخماسي

التقدير	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
الوزن	٥	٤	٣	٢	١

المصدر: (النجار وآخرون، ٢٠١٣)

وعليه، تم تحديد مستوى الأهمية النسبية للفقرات والأبعاد المتغيرات، وذلك بتطبيق الصيغة الآتية:

$$\text{الأهمية النسبية} = \frac{\text{الحد الأعلى للبديل} - \text{الحد الأدنى للبديل}}{\text{عدد المستويات}} = \frac{5 - 1}{3} = 1,33$$

حيث تم تحديد مستوى الأهمية النسبية بالاعتماد على قيمة الوسط الحسابي لتقديرات الإجابات على فقرات أداة الدراسة ومتغيرات نموذجها، ووفقاً لثلاثة مستويات، وذلك كما في الجدول (٤).

جدول (٤): مستوى الأهمية النسبية لفقرات ومتغيرات الدراسة

مستوى الأهمية النسبية	منخفض	متوسط	مرتفع
الوسط الحسابي	١ - أقل من ٢,٣٣	٢,٣٣ - أقل من ٣,٦٦	٣,٦٦ - أقل من ٥,٠٠

٥. نتائج الدراسة ومناقشتها

يتكون التحليل الإحصائي من شقين، الأول: الإحصاء الوصفي، والذي يهدف للإجابة عن أسئلة الدراسة وتقديم وصف شامل لمتغيراتها الرئيسية وأبعادها الفرعية، وذلك بالاعتماد على مقاييس إحصائية وصفية متمثلة في المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية. الثاني: الإحصاء الاستدلالي، والذي يهدف لاختبار فرضيات الدراسة والوصول إلى النتائج، وذلك بالاعتماد على أساليب إحصائية تقديرية متمثلة في تحليل الانحدار الخطي المتعدد والمتدرج. وبناءً على مخرجات هذين الشقين من التحليل الإحصائي يتم استخلاص النتائج والتوصل إلى الاستنتاجات ومن ثم بناء التوصيات على ضوءها.

الإحصاء الوصفي

يعرض هذا الجزء من الدراسة نتائج الإجابة على أسئلة الدراسة، وذلك من خلال تطبيق أساليب الإحصاء الوصفي والمتمثلة في المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، حيث تهدف هذه الأساليب إلى تقديم وصف شامل لآراء أفراد عينة الدراسة على الفقرات التي تقيس أبعاد ومتغيرات الدراسة، وتحديد مستوى أهميتها النسبية.

مستوى توافر استراتيجيات الريادة لدى القيادات الأكاديمية في الجامعات الخاصة الأردنية

يهدف السؤال الأول من أسئلة الدراسة إلى التعرف على مستوى توافر استراتيجيات الريادة لدى القيادات الأكاديمية في الجامعات الخاصة الأردنية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة، حيث ينص هذا السؤال على: "ما هي تصورات المبحوثين لمدى توافر استراتيجيات الريادة وكل بعد من أبعادها لدى القيادات الأكاديمية في الجامعات الخاصة الأردنية؟"

وللإجابة عن هذا السؤال تم إيجاد المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وتحديد مستوى الأهمية النسبية لأبعاد استراتيجيات الريادة، وقد ظهرت النتائج كما هي في الجدول (٥).

جدول (٥): مستوى توافر استراتيجيات الريادة لدى القيادات الأكاديمية في الجامعات الخاصة الأردنية

الرقم	البعد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	الأهمية النسبية
١	استراتيجية الإبداع	٤,٢٧٩	٠,٦٧٤	١	مرتفع
٢	استراتيجية المخاطرة	٤,١٧٦	٠,٧٠٤	٥	مرتفع
٣	استراتيجية المبادأة	٤,١٩٣	٠,٦٩٧	٢	مرتفع
٤	استراتيجية التفرد أو التميز	٤,١٨٤	٠,٦٧١	٤	مرتفع
٥	استراتيجية الابتكار	٤,١٨٥	٠,٦٥٩	٣	مرتفع

استراتيجيات الريادة	٤,٢٠٣	٠,٥٩٢	مرتفع
---------------------	-------	-------	-------

يتبين من الجدول (٥) ارتفاع مستوى تصورات المبحوثين لمدى توافر استراتيجيات الريادة وأبعادها لدى القيادات الأكاديمية في الجامعات الخاصة الأردنية، حيث بلغ الوسط الحسابي (٤,٢٠٣) والانحراف المعياري (٠,٥٩٢). وقد تراوحت قيم الوسط الحسابي لأبعاد استراتيجيات الريادة ما بين (٤,١٧٦ - ٤,٢٧٩)، وبأهمية نسبية مرتفعة لكافة الأبعاد، حيث جاءت استراتيجية (الإبداع) في المرتبة الأولى بوسط حسابي (٤,٢٧٩) وانحراف معياري (٠,٦٧٤) وبأهمية نسبية مرتفعة، تلتها استراتيجية (المبادأة) في المرتبة الثانية بوسط حسابي (٤,١٩٣) وانحراف معياري (٠,٦٩٧) وبأهمية نسبية مرتفعة، ثم استراتيجية (الابتكار) في المرتبة الثالثة بوسط حسابي (٤,١٨٥) وانحراف معياري (٠,٦٥٩) وبأهمية نسبية مرتفعة، ومن ثم استراتيجية (التفرد أو التميز) في المرتبة الرابعة بوسط حسابي (٤,١٨٤) وانحراف معياري (٠,٦٧١) وبأهمية نسبية مرتفعة، وفي المرتبة الخامسة والأخيرة جاءت استراتيجية (المخاطرة) بوسط حسابي (٤,١٧٦) وانحراف معياري (٠,٧٠٤) وبأهمية نسبية مرتفعة.

مستوى تحقيق الميزة التنافسية للقيادات الأكاديمية في الجامعات الخاصة الأردنية

يهدف السؤال الثاني من أسئلة الدراسة إلى التعرف على مستوى تحقيق الميزة التنافسية للقيادات الأكاديمية في الجامعات الخاصة الأردنية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة، حيث ينص هذا السؤال على: "ما هي تصورات المبحوثين من القيادات الأكاديمية في الجامعات الخاصة الأردنية لمستوى تحقيق الميزة التنافسية وكل بعد من أبعادها؟"

وللإجابة عن هذا السؤال تم إيجاد المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وتحديد مستوى الأهمية النسبية لأبعاد الميزة التنافسية، وقد ظهرت النتائج كما هي في الجدول (٦).

جدول (٦): مستوى تحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر القيادات الأكاديمية في الجامعات الخاصة الأردنية

الرقم	البعد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	الأهمية النسبية
١	سرعة الاستجابة وشمولها	٤,١٩٦	٠,٦٣٠	١	مرتفع
٢	الكفاءة المتميزة	٤,٠٩٢	٠,٦٨٩	٣	مرتفع
٣	جودة العمليات والمخرجات	٤,٠٤٦	٠,٦٩٤	٥	مرتفع
٤	انخفاض الكلف	٤,٠٦٢	٠,٦٣٨	٤	مرتفع
٥	المرونة	٤,١٢٩	٠,٦٢٠	٢	مرتفع
	الميزة التنافسية	٤,١٠٥	٠,٥٥٥		مرتفع

يتبين من الجدول (٦) ارتفاع مستوى تصورات المبحوثين من القيادات الأكاديمية في الجامعات الخاصة الأردنية لتحقيق الميزة التنافسية وأبعادها، حيث بلغ الوسط الحسابي (٤,١٠٥) والانحراف المعياري (٠,٥٥٥). وقد تراوحت قيم الوسط الحسابي لأبعاد الميزة التنافسية ما بين (٤,٠٤٦ - ٤,١٩٦)، وبأهمية نسبية مرتفعة لكافة الأبعاد، حيث جاء بعد (سرعة الاستجابة وشمولها) في المرتبة الأولى بوسط حسابي (٤,١٩٦) وانحراف معياري (٠,٦٣٠) وبأهمية نسبية مرتفعة، تلاها بعد (المرونة) في المرتبة الثانية بوسط حسابي (٤,١٢٩) وانحراف معياري (٠,٦٢٠) وبأهمية نسبية مرتفعة، ثم بعد (الكفاءة المتميزة) في المرتبة الثالثة بوسط حسابي (٤,٠٩٢) وانحراف معياري (٠,٦٨٩) وبأهمية نسبية مرتفعة، ومن ثم بعد (انخفاض الكلف) في المرتبة الرابعة بوسط حسابي (٤,٠٦٢) وانحراف معياري (٠,٦٣٨) وبأهمية نسبية مرتفعة، وفي المرتبة الخامسة والأخيرة جاء بعد (جودة العمليات والمخرجات) بوسط حسابي (٤,٠٤٦) وانحراف معياري (٠,٦٩٤) وبأهمية نسبية مرتفعة.

الإحصاء الاستدلالي

يتناول هذا الجزء من الدراسة نتائج التحقق من مدى ملائمة نموذج الدراسة للأساليب الإحصائية المستخدمة، ونتائج اختبار فرضيات الدراسة، وذلك من خلال تطبيق أساليب الإحصاء الاستدلالي من خلال استخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS.

ملاءمة نموذج الدراسة للأساليب الإحصائية المستخدمة

يعرض هذا الجزء من الدراسة نتائج التحقق من صحة بيانات الدراسة، ومدى ملاءمتها لإجراء الاختبارات الإحصائية التقديرية، وذلك من خلال تطبيق عدة اختبارات تمثلت في اختبار الارتباط الخطي المتعدد، واختبار الارتباط الذاتي.

أولاً: اختبار الارتباط الخطي المتعدد Multicollinearity

إن افتراض استقلالية المتغيرات المستقلة في النموذج الخطي العام (GLM) يعد الأساس لصلاحية تطبيق هذا النموذج، ولا يعتبر هذا النموذج ملائماً لعملية تقدير المعلمات إلا بتحقيق هذا الافتراض، ذلك الأمر الذي يتطلب التأكد من عدم وجود ارتباط خطي عال (تام أو شبه تام) بين المتغيرات المستقلة، حيث إن وجود هذا الارتباط العالي يؤدي إلى زيادة قيمة معامل التحديد R^2 بما يتجاوز قيمته الفعلية (Guajarati, 2004).

ولاختبار هذه الظاهرة تم إجراء اختبار الارتباط الخطي المتعدد باستخدام معامل الارتباط بيرسون، ومعامل تضخم التباين والتباين المسموح به عند كل بعد من أبعاد المتغير المستقل.

ثانياً: اختبار الارتباط الخطي المتعدد باستخدام معامل الارتباط بيرسون

يشير معامل ارتباط بيرسون إلى خلو البيانات من مشكلة الارتباط الخطي العالي إذا بلغت قيمة معامل الارتباط بين أبعاد المتغير المستقل أقل من (٠,٨٠) (Guajarati, 2004)، وقد ظهرت النتائج كما هي في الجدول (٧).

جدول (٧): نتائج اختبار الارتباط الخطي المتعدد باستخدام معامل الارتباط بيرسون

الابتكار	التفرد أو التميز	المبادأة	المخاطرة	الإبداع	استراتيجيات الريادة
				١,٠٠٠	الإبداع
			١,٠٠٠	٠,٦٤٨**	المخاطرة
		١,٠٠٠	٠,٧٢٤**	٠,٦٠٩**	المبادأة
	١,٠٠٠	٠,٧٠٨**	٠,٦١٥**	٠,٦١٠**	التفرد أو التميز
١,٠٠٠	٠,٦٧٧**	٠,٥٧٠**	٠,٤٧٩**	٠,٥٣٥**	الابتكار

(**) عند مستوى دلالة ٠,٠١

يتبين من الجدول (٧) خلو البيانات من مشكلة الارتباط الخطي العالي، حيث بلغت أكبر قيمة معامل ارتباط (٠,٧٢٤) وكانت بين المتغيرين (المخاطرة) و(المبادأة) وهي أقل من (٠,٨٠).

ثالثاً: اختبار الارتباط الذاتي Autocorrelation

يشير الارتباط الذاتي إلى وجود علاقة بين الأخطاء العشوائية المتتالية المحسوبة من نموذج الانحدار المقدر بطريقة المربعات الصغرى، أي توزع هذه الأخطاء بشكل مقصود، وبالتالي عدم التحيز في قيمة المعلمات المقدرة estimated parameters، وينتج عن ذلك ظهور العديد من المشاكل القياسية. ولاختبار هذه الظاهرة تم إجراء اختبار دارين - واتسون (D - W)، والذي يعد من أكثر الاختبارات الشائعة الاستخدام في هذا المجال، وتتراوح قيمة معامل D - W بين ٠ و٤، وتعد العينة خالية من مشكلة الارتباط الذاتي إذا بلغت قيم المعامل العدد ٢، أو اقتربت منه (Gujarati, 2003). والجدول الآتي يوضح نتائج اختبار دارين - واتسون (D - W) لفرضية الدراسة.

جدول (٨): نتائج اختبار الارتباط الذاتي لفرضية الدراسة

الفرضية	قيمة معامل D-W	النتيجة
H0	١,٧٥١	تخلو العينة من مشكلة الارتباط الذاتي

يتبين من الجدول (٨) خلو البيانات من مشكلة الارتباط الذاتي، حيث بلغت قيمة معامل دارين واتسون لفرضية الدراسة (١,٧٥١) وهي تقترب من العدد ٢.

نتائج اختبار فرضيات الدراسة

يعرض هذا الجزء من الدراسة نتائج اختبار الفرضيات، وذلك من خلال تطبيق التحليلات المناسبة، بالاستعانة ببرنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS

حيث تم إخضاع الفرضية الرئيسية لتحليل الانحدار الخطي المتعدد والمتدرج Multiple and Stepwise Linear Regression. وفيما يأتي نتائج اختبار فرضية الدراسة.

أولاً: نتائج اختبار الفرضية الرئيسية

تهدف الفرضية الرئيسية الأولى إلى التعرف على أثر استراتيجيات الريادة بأبعادها في تحقيق الميزة التنافسية بأبعادها في القيادات الأكاديمية في الجامعات الأردنية. حيث تنص هذه الفرضية على أنه: "لا يوجد أثر دال إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لاستراتيجيات الريادة بأبعادها مجتمعة (الإبداع، المخاطرة، المبادأة، التفرد أو التميز، والابتكار) في تحقيق الميزة التنافسية بأبعادها (سرعة الاستجابة وشمولها، الكفاءة المتميزة، جودة العمليات والمخرجات، انخفاض الكلف، المرونة) في القيادات الأكاديمية في الجامعات الأردنية".

وقد تم اختبار هذه الفرضية باستخدام تحليل الانحدار المتعدد Multiple Linear Regression، وظهرت النتائج كما في الجدول (٩).

جدول (٩): ملخص النموذج وتحليل تباين الانحدار للفرضية الرئيسية الأولى

ملخص النموذج					تحليل التباين ANOVA			
المتغير التابع	معامل الارتباط R	معامل التحديد R ²	معامل التحديد المعدل Adjusted R ²	الخطأ المعياري للنموذج	مجموع مربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة
الميزة التنافسية	٠,٦٧٠	٠,٤٤٩	٠,٤٤١	٠,٤٤٩	٥٨,٥٠٧	٥	١١,٧٠١	٥٨,١٤٣
					٧١,٨٤٦	٣٥٧	٠,٢٠١	
					١٣٠,٣٥	٣٦٢		
					٣			
								٠,٠٠٠ *

* التأثير دلال إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)

يتبين من الجدول (٩) وجود علاقة ارتباط موجبة وقوية بين استراتيجيات الريادة وتحقيق الميزة التنافسية، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط ($R=0.670$)، وبلغت قيمة معامل التحديد ($R^2=0.449$)، وهذا يشير إلى أن استراتيجيات الريادة فسرت ما نسبته (٤٤,٩٪) من التباين الحاصل في تحقيق الميزة التنافسية، وأن ما قيمته (٥٥,١٪) يعزى لعوامل أخرى. أما قيمة معامل التحديد المعدل $Adj.R^2$ فقد بلغت (٠,٤٤١)، وبلغ الفرق بينها وبين معامل التحديد (٠,٠٠٨)، وهي قيمة ضئيلة جداً، مما يشير إلى قدرة متغيرات النموذج المقبولة على التنبؤ بقيمة متغير تحقيق الميزة التنافسية.

كما يتبين من الجدول معنوية النموذج، حيث بلغت قيمة F المحسوبة (٥٨,١٤٣) وبمستوى الدلالة ($SigF=0.000$) وهي أقل من ٠,٠٥، مما يشير إلى وجود أثر دال إحصائياً لاستراتيجيات الريادة في تحقيق الميزة التنافسية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وعند ٥ درجات حرية.

وبناءً على ذلك فإنه يتم رفض الفرضية العدمية الرئيسية، وقبول الفرضية البديلة، التي تنص على أنه: "يوجد أثر دال إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لاستراتيجيات الريادة بأبعادها مجتمعة (الإبداع، المخاطرة، المبادأة، التفرد أو التميز، والابتكار) في تحقيق الميزة التنافسية بأبعادها (سرعة الاستجابة وشمولها، الكفاءة المتميزة، جودة العمليات والمخرجات، انخفاض الكلف، المرونة) في القيادات الأكاديمية في الجامعات الأردنية".

جدول (١٠): معاملات الانحدار للفرضية الرئيسية

معاملات الانحدار					
Sig T	قيمة T المحسوبة	قيمة Beta	الخطأ المعياري	المعاملات B	استراتيجيات الريادة
٠,٠٠٠	٧,٠٠٨		٠,١٧٣	١,٢١٣	ثابت الانحدار
٠,٠٠٨*	٢,٦٥٩	٠,١٥٠	٠,٠٤٧	٠,١٢٦	الإبداع
٠,٠٦٣	١,٨٦٦	٠,١١٦	٠,٠٥١	٠,٠٩٥	المخاطرة
٠,٠١٤*	٢,٤٨٠	٠,١٦٤	٠,٠٥٤	٠,١٣٤	المبادأة
٠,٠٠٤*	٢,٨٧١	٠,١٨٧	٠,٠٥٦	٠,١٥٩	التفرد أو التميز
٠,٠٠١*	٣,٤٠٢	٠,١٨٧	٠,٠٥٠	٠,١٦٩	الابتكار

* التأثير دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq ٠,٠٥$)

يوضح الجدول (١٠) قيم معاملات الانحدار لأبعاد استراتيجيات الريادة، حيث يتبين أن قيمة B عند بعد (الإبداع) قد بلغت (٠,١٢٦)، وهي تشير إلى أن الزيادة في الإبداع بمقدار وحدة واحدة يؤدي إلى الزيادة في تحقيق الميزة التنافسية بمقدار (١٢,٦٪) وحدة، وبلغت قيمة T المحسوبة عند هذا البعد (٢,٦٥٩) وبمستوى الدلالة (SigT=٠,٠٠٨)، وهي أقل من ٠,٠٥، مما يشير إلى وجود أثر معنوي إيجابي للإبداع في تحقيق الميزة التنافسية.

ويتبين من الجدول أن قيمة B عند بعد (المخاطرة) قد بلغت (٠,٠٩٥)، وهي تشير إلى أن الزيادة في المخاطرة بمقدار وحدة واحدة يؤدي إلى الزيادة في تحقيق الميزة التنافسية بمقدار (٩,٥٪) وحدة، وبلغت قيمة T المحسوبة عند هذا البعد (١,٨٦٦) وبمستوى الدلالة (SigT=٠,٠٦٣)، وهي أكبر من ٠,٠٥، مما يشير إلى عدم وجود أثر معنوي للمخاطرة في تحقيق الميزة التنافسية.

ويتبين من الجدول أن قيمة B عند بعد (المبادأة) قد بلغت (٠,١٣٤)، وهي تشير إلى أن الزيادة في المبادأة بمقدار وحدة واحدة يؤدي إلى الزيادة في تحقيق الميزة التنافسية بمقدار (١٣,٤٪) وحدة، وبلغت قيمة T المحسوبة عند هذا البعد (٢,٤٨٠) وبمستوى الدلالة (SigT=٠,٠١٤)، وهي أقل من ٠,٠٥، مما يشير إلى وجود أثر معنوي إيجابي للمبادأة في تحقيق الميزة التنافسية.

كما يتبين من الجدول أن قيمة B عند بعد (التفرد أو التميز) قد بلغت (٠,١٥٩)، وهي تشير إلى أن الزيادة في التفرد أو التميز بمقدار وحدة واحدة يؤدي إلى الزيادة في تحقيق الميزة التنافسية بمقدار (١٥,٩٪) وحدة، وبلغت قيمة T المحسوبة عند هذا البعد (٢,٨٧١) وبمستوى الدلالة (SigT=٠,٠٠٤)، وهي أقل من ٠,٠٥، مما يشير إلى وجود أثر معنوي إيجابي للتفرد أو التميز في تحقيق الميزة التنافسية.

ويتبين كذلك من الجدول أن قيمة B عند بعد (الابتكار) قد بلغت (٠,١٦٩)، وهي تشير إلى أن الزيادة في الابتكار بمقدار وحدة واحدة يؤدي إلى الزيادة في تحقيق الميزة التنافسية بمقدار (١٦,٩٪) وحدة، وبلغت قيمة T المحسوبة عند هذا البعد (٣,٤٠٢) وبمستوى الدلالة (SigT=٠,٠٠١)، وهي أقل من ٠,٠٥، مما يشير إلى وجود أثر معنوي إيجابي للابتكار في تحقيق الميزة التنافسية.

ولتحديد أي من أبعاد استراتيجيات الريادة أكثرها أهمية وتأثيراً في تحقيق الميزة التنافسية في القيادات الأكاديمية في الجامعات الخاصة الأردنية، تم استخدام تحليل الانحدار المتدرج Stepwise Linear Regression، وقد ظهرت النتائج كما في الجدول (١١).

جدول (١١): ترتيب تأثير وأهمية أبعاد استراتيجيات الريادة في تحقيق الميزة التنافسية

النموذج	استراتيجيات الريادة	المعاملات B	قيمة T المحسوبة	Sig T	معامل الارتباط R	معامل التحديد R ²	قيمة F المحسوبة	Sig F
الأول	التفرد أو التميز	٠,٥٠٥	١٣,٩٤٣	٠,٠٠٠*	٠,٥٩٢	٠,٣٥٠	١٩٤,٣٩٥	٠,٠٠٠*
الثاني	التفرد أو التميز	٠,٣١٣	٦,٣٤٢	٠,٠٠٠*	٠,٦٣٣	٠,٤٠٠	١٢٠,٢١٣	٠,٠٠٠*
	المبادأة	٠,٢٥٩	٥,٥٠٢	٠,٠٠٠*				
الثالث	التفرد أو التميز	٠,٢٤٨	٤,٨٥٥	٠,٠٠٠*	٠,٦٥٣	٠,٤٢٦	٨٨,٩١٨	٠,٠٠٠*

				المبادأة	٠,١٩٧	٤,٠٥١	٠,٠٠٠*
				الإبداع	٠,١٨٠	٤,٠٢٣	٠,٠٠٠*
				التفرد أو التميز	٠,١٧١	٣,٠٧٩	٠,٠٠٢*
				المبادأة	٠,١٧٩	٣,٦٩٣	٠,٠٠٠*
				الإبداع	٠,١٥٥	٣,٤٧٧	٠,٠٠١*
				الابتكار	٠,١٦٦	٣,٣٢٣	٠,٠٠١*
الرابع	٠,٦٦٦	٠,٤٤٣	٧١,٣١٤				٠,٠٠٠*

* التأثير دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0,05$)

يوضح الجدول (١١) ترتيب أبعاد استراتيجيات الريادة من حيث الأهمية والتأثير في تحقيق الميزة التنافسية في القيادات الأكاديمية في الجامعات الخاصة الأردنية. حيث تبين أن بعد (التفرد أو التميز) جاء في المرتبة الأولى وفسر ما نسبته (٣٥,٠٪) من التغير الحاصل في تحقيق الميزة التنافسية، وبإضافة بعد (المبادأة) للبعد السابق في النموذج الثاني ارتفعت نسبة التفسير بمقدار (٥,٠٪) لتصل إلى ما نسبته (٤٠,٠٪)، وعند إضافة بعد (الإبداع) للبعدين السابقين في النموذج الثالث ارتفعت نسبة التفسير بمقدار (٢,٦٪) لتصل إلى ما نسبته (٤٢,٦٪)، وأدت إضافة بعد (الابتكار) للأبعاد السابقة في النموذج الرابع إلى ارتفاع نسبة التفسير بمقدار (١,٧٪) لتصل إلى ما نسبته (٤٤,٣٪). ويتبين من الجدول أن أثر أبعاد استراتيجيات الريادة كانت معنوية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0,05$)، ما عدا بعد (المخاطرة)، والذي تم استثناءه من نموذج الانحدار لضعف قوته التأثيرية.

٧,١ مناقشة النتائج

بلغ المتوسط الحسابي للمتغير المستقل "استراتيجيات الريادة" في الجامعات الخاصة الأردنية (٤,٢٠٣) وبمستوى أهمية نسبية مرتفعة، وهذا يعني امتلاك القيادات الإدارية في الجامعات الخاصة الأردنية لكافة الأساليب التي تسهم في إيجاد وتوليد أفكاراً أو حلولاً جديدة خارجة عن المألوف، وتشجيعهم المستمر للإقدام على المخاطرة والتحدي في العمل، وإتاحة المجال للأخذ بالمبادرة باتجاه قبول هامش مخاطرة محسوبة في التصرف، وتجربة أساليب جديدة للعمل، إضافة إلى بذلهم جهوداً واضحة في اكتشاف الفرص الجديدة، وتحديد الحاجات المستقبلية، كذلك قدرتهم على تطوير الأفكار والأعمال التي تصب في تحقيق الميزة التنافسية للجامعة التي يشرفون على إدارتها.

وقد جاءت (استراتيجية الإبداع) في المرتبة الأولى بأعلى متوسط حسابي (٤,٢٧٩) وبمستوى أهمية نسبية مرتفعة، واحتلت الفقرة التي تنص على أنه "تسعى الجامعة إلى تطبيق طرق جديدة لتقديم خدماتها" بأعلى متوسط حسابي وبمستوى أهمية نسبية مرتفعة وهذا ما يفسر تركيز القيادات الإدارية في الجامعات الخاصة الأردنية على تطبيق أنظمة وتعليمات داعمة للإبداع، وتشجيع الموظفين على تقديم أفكار جديدة لتطوير العمل، واتباع طرق جديدة لتقديم خدماتها، لإدراك القيادات الإدارية بأهمية الإبداع في تحقيق التميز الإداري والأكاديمي للجامعة، وبالتالي تحقيقها لميزة تنافسية تفرد بها عن الجامعات الأخرى المنافسة.

فيما جاءت (استراتيجية المبادأة) في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (٤,١٩٣) وبمستوى أهمية نسبية مرتفعة، واحتلت الفقرة التي تنص على أنه "ترصد الجامعة جميع الفرص المتاحة لاستثمارها في تطوير الأداء" بأعلى متوسط حسابي وبمستوى أهمية نسبية مرتفعة، وهذا يعني أنه بالإضافة إلى تركيز القيادات الإدارية في الجامعات الخاصة الأردنية على استراتيجية الإبداع، فإنها أيضاً تركز على استراتيجية المبادأة، والتي تتضمن التركيز على وضع الخطط الاستراتيجية، إضافة إلى القيام برصد الفرص المتاحة في البيئة الخارجية والعمل على وضع الخطط المناسبة لاستثمارها، بما يحقق التميز المنشود، واكتساب الميزة التنافسية، خاصة إذا ما نجحت في استثمار هذه الفرص بالشكل الصحيح.

كما جاءت (استراتيجية الابتكار) في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (٤,١٨٥) وبمستوى أهمية نسبية مرتفعة، واحتلت الفقرة التي تنص على أنه "تسعى الجامعة لتقديم خدمات رقمية جديدة للطلبة كنظام إدارة التعلم الإلكتروني" بأعلى متوسط حسابي وبمستوى أهمية نسبية مرتفعة وهذا ما يفسر تركيز القيادات الإدارية في الجامعات الخاصة الأردنية على تطوير أفكار مبتكرة تسعى إلى تحسين العمل الإداري والأداء الأكاديمي للجامعة، خاصة فيما يتعلق بتطبيق الخدمات الإلكترونية للطلبة والعاملين وكافة أصحاب المصلحة، إضافة إلى تطبيق نظام التعليم الإلكتروني، خاصة في ظل الظروف التي يعيشها الأردن هذه الأيام كما هو حال كافة دول العالم، والمتمثلة بانتشار فيروس كورونا (COVID-19) الذي تسبب بإغلاق الجامعات كلياً أو جزئياً، وبالتالي أصبح لزماً إيجاد بدائل للتعليم الجامعي (الوجاهي)، وهو التعليم الإلكتروني أو التعليم عن بعد.

في المقابل جاءت (استراتيجية التفرد أو التميز) في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (٤,١٨٤) وبمستوى أهمية نسبية مرتفعة، وبفارق بسيط جداً عن استراتيجية الابتكار، واحتلت الفقرة التي تنص على أنه "تستثمر الجامعة التكنولوجيا في تقديم خدمات تعليمية متميزة وفريدة" بأعلى متوسط حسابي وبمستوى أهمية نسبية مرتفعة، وهذا يعني ارتباط هذه الاستراتيجية باستراتيجية الابتكار التي تعتمد عليها الجامعات الخاصة الأردنية والمتمثلة بتطبيق أفكار جديدة في التعليم وتقديم الخدمات، ومن بينها الخدمات الإلكترونية والتعليم عن بعد، وبالتالي فإن تطبيق هذه الأفكار المبتكرة يحتاج إلى قيام هذه الجامعات بالاستثمار بالتكنولوجيا الحديثة في تقديم خدماتها التعليمية، وهذا ما يفسر ارتفاع الأهمية النسبية لاستراتيجية التفرد أو التميز في الجامعات الخاصة الأردنية.

وأخيراً جاءت (استراتيجية المخاطرة) في المرتبة الخامسة والأخيرة من بين استراتيجيات الريادة، وعلى الرغم من أن هذه الاستراتيجية احتلت المرتبة الأخيرة إلا أنها جاءت بمتوسط حسابي (٤,١٧٦) وبمستوى أهمية نسبية مرتفعة، واحتلت الفقرة التي تنص على أنه "تؤمن الجامعة على موجوداتها المادية" بأعلى متوسط حسابي وبمستوى أهمية نسبية مرتفعة وهذا ما يفسر موازنة الجامعات الخاصة الأردنية بين تطبيق الأفكار والأساليب الجديدة المبتكرة في أعمالها الإدارية وخدماتها التعليمية من جهة، وبين تحمل هامش محسوب من المخاطرة، وهو ما يتمثل بتأمين موجوداتها المالية، والتركيز على استدامة العمل في الجامعة دون توقف، على الرغم من الظروف الصعبة التي يعيشها الأردن هذه الأيام والمتمثلة بانتشار فيروس كورونا (COVID-19) والتي انعكست سلباً على الظروف الاقتصادية لكافة القطاعات ومن بينها المؤسسات التعليمية، وتحديداً الجامعات الخاصة.

بلغ المتوسط الحسابي للمتغير التابع "الميزة التنافسية" في الجامعات الخاصة الأردنية (٤,١٠٥) وبمستوى أهمية نسبية مرتفعة، وهذا ما يفسر قدرة الجامعات الخاصة الأردنية على صياغة وتنفيذ الاستراتيجيات التي تجعلها في مركز أفضل بالنسبة للمؤسسات التعليمية الأخرى، وتحقق الميزة التنافسية من خلال الاستغلال الأفضل للإمكانيات والموارد المادية والمالية والتنظيمية والفنية بالإضافة إلى الإمكانيات الأخرى التي تتمتع بها الجامعة والتي تمكنها من تصميم وتطبيق استراتيجياتها التنافسية.

وقد حل بعد (سرعة الاستجابة وشمولها) في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (٤,١٩٦) وبأهمية نسبية مرتفعة، وقد جاءت الفقرة التي تنص على أنه "تسعى الجامعة إلى تلبية احتياجات العاملين فيها" في المرتبة الأولى بأهمية نسبية مرتفعة، وهذا ما يفسر تركيز القيادات الإدارية في الجامعات الخاصة الأردنية تقليل المدد الزمنية المستغرقة لتصميم خدمات إدارية وتعليمية جديدة، وتقديمها بأقل وقت ممكن، إضافة إلى تحقيق متطلبات العمل بشكل ملائم وبالسعة الممكنة. تلاه في المرتبة الثانية بعد (المرونة) بمتوسط حسابي بلغ (٤,١٢٩) وبأهمية نسبية مرتفعة، وقد جاءت الفقرة التي تنص على أنه "تقوم الجامعة بإعادة صياغة التعليمات على ضوء المستجدات" في المرتبة الأولى وبأهمية نسبية مرتفعة، وهذا ما يفسر الاستجابة السريعة من قبل القيادات الإدارية في الجامعات الخاصة الأردنية للتغيرات والتطورات التي قد تحدث في بيئة الأعمال، دون المساس باحتياجات الجميع. وجاء بعد (الكفاءة المتميزة) في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي بلغ (٤,٠٩٢) وبأهمية نسبية مرتفعة، وقد جاءت الفقرة التي تنص على أنه "تعمل الجامعة على توفير كافة المتطلبات التي تسهم في تميزها عن المؤسسات الأخرى" في المرتبة الأولى وبأهمية نسبية مرتفعة، وهذا ما يفسر قدرة القيادات الإدارية في الجامعات الخاصة الأردنية على تحقيق الأهداف التنظيمية بأقل وقت وجهد وكلفة مقارنة مع الجامعات المنافسة لها في بيئة العمل. في حين جاء بعد (انخفاض الكلف) في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي بلغ (٤,٠٦٢) وبأهمية نسبية متوسطة، وقد جاءت الفقرة التي تنص على أنه "تتسم الكلف التشغيلية التي تحققها الجامعة بأنها منخفضة" في المرتبة الأولى وبأهمية نسبية مرتفعة، وهذا يعني أن إدارات الجامعات الخاصة الأردنية تبدي اهتماماً كبيراً بموضوع خفض التكاليف التشغيلية، وتكاليف تبني التكنولوجيا، وتكاليف عمليات التدريب، لقناعتها بأن الحصول على تحقيق النجاح والتميز وتحقيق الميزة التنافسية المطلوبة لا يتم إلا بخفض التكاليف التشغيلية والإدارية إلى أدنى حد. أما بعد (جودة العمليات والمخرجات) فقد جاء في المرتبة الخامسة والأخيرة، من بين أبعاد الميزة التنافسية، وعلى الرغم من أن هذا البعد قد احتلت المرتبة الأخيرة إلا أنه جاء بمتوسط حسابي (٤,٠٤٦) وبمستوى أهمية نسبية مرتفعة، واحتلت الفقرة التي تنص على أنه "تعتمد الجامعة معايير واضحة لضبط جودة خدماتها" بأعلى متوسط حسابي وبمستوى أهمية نسبية مرتفعة وهذا ما يفسر أن إدارات الجامعات الخاصة الأردنية تبدي اهتماماً مرتفعاً نسبياً بموضوع جودة العمليات والمخرجات، لقناعتها بأن الحصول على الميزة التنافسية المطلوبة يتطلب منها العمل على تحقيق عناصر الجودة في عملياتها ومخرجاتها، وتأكيداً المستمر على أن الجودة مسؤولية كل العاملين في كافة مستوياتهم.

وجود أثر دال إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لاستراتيجيات الريادة بأبعادها مجتمعة (الإبداع، المخاطرة، المبادأة، التفرد أو التميز، والابتكار) في تحقيق الميزة التنافسية بأبعادها (سرعة الاستجابة وشمولها، الكفاءة المتميزة، جودة العمليات والمخرجات، انخفاض الكلف، المرونة) في القيادات الأكاديمية في الجامعات الخاصة الأردنية. حيث تبين وجود أثر لكل من (الإبداع، المبادأة، التفرد أو التميز، والابتكار) في تحقيق الميزة التنافسية في القيادات الأكاديمية في الجامعات الخاصة الأردنية، في حين لم يظهر أثر لاستراتيجية المخاطرة في تحقيق الميزة التنافسية.

وقد توافقت هذه النتائج مع النتائج التي توصلت إليها بعض الدراسات السابقة التي تناولت العلاقة بين بين استراتيجيات الريادة في تحقيق الميزة التنافسية إما بشكل مباشر أو بشكل غير مباشر. كدراسة القرنة (٢٠١٤) التي أظهرت وجود علاقة قوية بين التفوق التنافسي والاقتصادي للمنظمة الذي يتنامى مع ريادة الأفراد فيها، والتي تؤثر بقوة على أن تكون ناجحة في إدارة المعرفة، وبالتالي تحقق التنافسية والريادة لمواصلة أدائها في السوق. كما أشار السابر (٢٠١٧) أن للتوجه الريادي أهمية كبرى لتحقيق ميزة تنافسية لمنظمات الأعمال تمكنها من التفوق على غيرها من المنظمات المنافسة في السوق، من خلال الدور الذي يؤديه التوجه الريادي في التعرف على احتياجات الزبائن وتحركات المنافسين في قطاع الأعمال، إضافة إلى أن التوجه الريادي يعطي القدرة للمنظمات باقتناص الفرص السوقية ومناورة المنافسين للتقليل من تهديداتهم.

وهذا يدل على أن تبني المنظمات على اختلاف أنشطتها لاستراتيجيات الريادة يلعب دوراً بارزاً ومهماً في الحياة الاقتصادية، وما تشهده منظمات الأعمال اليوم من تطورات وتغيرات أثرت على أدائها وكيفية الاستفادة من التكنولوجيا الحديثة في التغيير باستراتيجياتها وأدواتها التي تستخدمها من أجل كسب رضا الزبائن وزيادة الربحية والحصة السوقية، وبالتالي زيادة قدرتها التنافسية. كما أن تطبيق استراتيجيات الريادة في المنظمات وفي كافة النشاطات والمستويات يمنح الميزة التنافسية للمنظمة ويكسبها النموذج الريادي ويحقق لها حصة سوقية كبيرة.

كما أن تبني استراتيجيات الريادة يلعب دوراً هاماً في تحقيق الميزة التنافسية لمنظمات الأعمال، خاصة في ظل التغيرات والتطورات التي تشهدها البيئة الخارجية للمنظمة، فقيام أفراد المنظمة بتقديم مقترحات لمشروعات ابتكارية بعيدة عن العمل التقليدي وقدرتهم على تقديم أفكار إبداعية للتعامل مع المتغيرات الحاصلة، ومواكبة متطلبات ورغبات الزبائن، كل ذلك من شأنه أن يعزز المركز التنافسي للمنظمة في السوق، ويعطيها الفرصة للتميز والتطور والاستمرار.

٨. التوصيات

بناءً على النتائج التي تم التوصل إليها، فإن الدراسة توصي بما يأتي:

١. الاهتمام بشكل أكبر بتبني استراتيجية المخاطرة، من خلال تشجيع القيادات الإدارية في الجامعات الخاصة الأردنية للإقدام على المخاطرة والتحدي في العمل، وإتاحة المجال للأخذ بالمبادرة باتجاه قبول هامش مخاطرة محسوبة في التصرف، وتجربة أساليب جديدة للعمل، فعلى الرغم من حصول هذا البعد من أبعاد استراتيجيات الريادة على مستوى أهمية مرتفع، إلا أنه جاء بالمرتبة الأخيرة مقارنة مع استراتيجيات الريادة الأخرى.
٢. التوصية لإدارات الجامعات الخاصة الأردنية بتوفير الدعم المادي المناسب للمشاريع الإبداعية، ما يعطي الحافز لكافة العاملين على تقديم الأفكار الإبداعية والتي يمكن أن تترجم على أرض الواقع مع توفر هذه المخصصات المالية، وبالتالي الاستفادة من هذه المشاريع الإبداعية في تعزيز القدرة التنافسية لهذه الجامعات.
٣. التوصية لإدارات الجامعات الخاصة الأردنية بالاهتمام بشكل أكبر على جودة العمليات والمخرجات في هذه الجامعات، وذلك من خلال تشكيل فرق عمل دائمة مختصة بشكل أساسي في تحسين جودة خدماتها، تقديم أفضل الخدمات الإدارية والتعليمية التي تتوافق مع احتياجات وتطلعات كافة المعنيين، والعمل بشكل مستمر على تحديد رغبات أصحاب المصلحة وتوقعاتهم عن جودة هذه الخدمات والعمل على تحقيقها. فعلى الرغم من حصول هذا البعد من أبعاد الميزة التنافسية على مستوى أهمية مرتفع، إلا أنه جاء بالمرتبة الأخيرة مقارنة مع الأبعاد الأخرى.
٤. التوصية لإدارات الجامعات الخاصة الأردنية بالتركيز على تحقيق الاستخدام الأمثل للموارد المتاحة من أجل خفض التكاليف، حيث يعتبر خفض التكاليف التشغيلية والإدارية أبرز عناصر تحقيق الميزة التنافسية.

٥. التوصية لإدارات الجامعات الخاصة الأردنية بانتهاز الوقت المناسب لإحداث التغيير المطلوب بما يتوافق مع المتغيرات والتحديات التي تحدث في البيئة الخارجية، بما يمكنها من اقتناص الفرص المناسبة وفي الوقت المناسب، ومواجهة هذه التحديات بأقل الخسائر المالية، بما يمكنها من تحقيق الميزة التنافسية المطلوبة.
٦. التوصية للمؤسسات التعليمية الأخرى في الأردن بالاستفادة من نتائج هذه الدراسة، في تحقيق الأداء المتميز في عملها، وهو ما ينعكس إيجاباً على تحقيق الميزة التنافسية لها.
٧. التوصية للمؤسسات التربوية باعتماد برامج تدريب دورية لتدريب كوادرها وقياداتها الأكاديمية التربوية على استراتيجية الريادة وأبعادها والميزة التنافسية وأبعادها

قائمة الملاحق

– ملحق ١

بيان تضارب المصالح

يقر جميع المؤلفين أنه ليس لديهم أي تضارب في المصالح.

المراجع

- آدم، أحمد. (٢٠١٨). دور إدارة المعرفة والأصول الفكرية في تحقيق المنفعة الاقتصادية للمكتبات الجامعية (ط. ١). القاهرة: المجموعة العربية للتدريب والنشر.
- أبو حجر، طارق. (٢٠١٤). القيادة الاستراتيجية ودورها في إدارة المخاطر والأزمات – دراسة تطبيقية على المؤسسات الحكومية الفلسطينية [رسالة دكتوراه غير منشورة]. جامعة قناة السويس، مصر.
- البكري، تامر، وبني حمدان، خالد. (٢٠١٣). الإطار المفاهيمي للاستدامة والميزة التنافسية، محاكاة شركة HP في اعتمادها لاستراتيجية الاستدامة. مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، (٩).
- الحريزات، محمد. (٢٠١٥). أثر الخفة الاستراتيجية في ضوء القدرات التنافسية للشركات على الأداء العملي: دراسة تطبيقية في شركات الصناعات الهندسية في الأردن [رسالة ماجستير]. جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.
- الحلواني، شيماء. (٢٠١٧). واقع أبعاد الريادة في الأعمال الصناعية الصغيرة في محافظتي القدس والخليل [رسالة ماجستير]. جامعة الخليل، فلسطين.
- الخطيبة، حسني. (٢٠١٨). أثر التوجه الريادي في استراتيجيات الميزة التنافسية باستخدام التنمية المستدامة كمتغير وسيط في شركات الاتصالات الأردنية [أطروحة دكتوراه غير منشورة]. جامعة مؤتة، المملكة الأردنية الهاشمية.
- الخصاونة، عاكف. (٢٠١١). إدارة الإبداع والابتكار في منظمات الأعمال (ط. ١). عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع.
- الزعرير، راكن، والطالب، غسان. (٢٠١٩). الإدارة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر.
- الساير، عمر. (٢٠١٧). العلاقة بين التوجه الريادي والتوجه السوقي وأثرهما في الميزة التنافسية. مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، ٥١ (١)، ٤٢٣-٤٤٦.
- السكرانة، بلال. (٢٠٠٥). استراتيجيات الريادة ودورها في تحقيق الميزة التنافسية وتحسين الأداء لشركات الاتصالات في الأردن (٢٠٠٥-٢٠٠٤) [أطروحة دكتوراه]. جامعة عمان العربية، الأردن.

References

Alghamdi, A. A. (2016). Market knowledge, blue ocean strategy, and competitive advantage (direct and indirect relationships and impact). *Universal Journal of Management*, 4(4), 141-160.

Awoku, R. (2012). An empirical study on quality management practices, organization performance, and supplier's selection in southern Minnesota manufacturing firms [Master's thesis]. Minnesota State University.

Campbell, D., Stonehouse, G., & Houston, B. (2002). *Business strategy: An introduction*. Routledge.

Çetinkaya, A. Ş., Niavand, A., & Rashid, M. (2019). Organizational change and competitive advantage: Business size matters. *Business & Management Studies: An International Journal*, 7(3), 40-67.

Dan, R., & Nada, R. S. (2010). *Operations management: An integrated approach*. McGraw Hill.

Dess, G., Lumpkin, G. T., & Eisner, A. (2007). *Strategic management creates competitive advantages* (3rd ed.). McGraw-Hill Companies, Inc.

Desfitrina, D., Zulfadhli, Z., & Widarti, W. (2019). Good service strategies affect competitive advantage. *International Review of Management and Marketing*, 9(6), 135.

Diab, S. M. (2014). Using the competitive dimensions to achieve competitive advantage: A study on Jordanian private hospitals. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 4(9), 138.

Farouq, T., & Dadwal, S. (2019). The impact of entrepreneurship on economic growth and development in the UK. *International Journal of Entrepreneurship Management Innovation and Development*, 2, 116-146.

Hosseini, A. S., Soltani, S., & Mehdizadeh, M. (2018). Competitive advantage and its impact on new product development strategy (Case study: Toos Nirro technical firm). *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 4(2), 17.

Jusoh, M., Manaf, A., & Amlus, M. (2013). Investigating the relationship between quality management principles, conformance, and non-conformance cost of quality, and organizational performance. *International Journal of Business and Technopreneurship*, 3(1).

Kakhkh, A. O., Kahrazeh, A., & Armesh, H. (2014). Corporate entrepreneurship and firm performance: An important role of small and medium enterprises. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 4(6), 8.

Mandl, U., Dierx, A., & Ilzkovitz, F. (2008). *The effectiveness and efficiency of public spending* (No. 301). Directorate General Economic and Financial Affairs (DG ECFIN), European Commission.

Miles, M. P., & Darroch, J. (2006). Large firms, entrepreneurial marketing processes, and the cycle of competitive advantage. *European Journal of Marketing*, 40(5/6), 485-501.

Ministry of Industry, Indonesia. (2018). Competitive advantage and product innovation: Key success of Batik SMEs marketing performance in Indonesia. *Academy of Strategic Management Journal*, 17(2).

Paek, B., & Lee, H. (2018). Strategic entrepreneurship and competitive advantage of established firms: Evidence from the digital TV industry. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 14, 883-925.

Seyfried, M., Ansmann, M., & Pohlenz, P. (2019). Institutional isomorphism, entrepreneurship, and effectiveness: The adoption and implementation of quality management in teaching and learning in Germany. *Tertiary Education and Management*, 25, 115-129.

Srivastava, M., Franklin, A., & Martinette, L. (2013). Building a sustainable competitive advantage. *Journal of Technology Management & Innovation*, 8(2), 47-60.

Tur-Porcar, A., Roig-Tierno, N., & Mestre, A. L. (2018). Factors affecting entrepreneurship and business sustainability. *Sustainability*, 10(2), 452.

Upshaw, D., Amyx, D., & Hardy, M. (2017). The nature of exclusivity. *Journal of Marketing Development and Competitiveness*, 11(2), 46-63.

Ritonga, M. (2019). The effect of entrepreneurship orientation and competitive advantage on micro and small enterprises of food and beverage in Padang City. *Omega*, 34(1), 190-201.