



التوجه نحو الريادة وعلاقته بأداء الشركات الصغيرة والمتوسطة

"دراسة ميدانية على شركات الاتصال بمدينة بنغازي"

*مبروكة عبدالله الخفيفي¹ أمال مفتاح الشاعر¹ أمال علي الهامالي²

¹ كلية الاقتصاد-جامعة بنغازي

² أكاديمية الدراسات العليا- بنغازي

*للمراسلة: Shahed20062009@yahoo.com

المخلص هدفت هذه الدراسة الي التعرف على العلاقة الارتباطية بين التوجه نحو الريادة وعلاقته بأداء شركات الاتصالات صغيرة الحجم العاملة بمدينة بنغازي، وكذلك التعرف على العلاقة بين أبعاد التوجه نحو الريادة (الابداع، المبادرة، الثقة بالنفس، حب الانجاز، الاستقلال وتحمل المسؤولية، المخاطرة) وأداء شركات الاتصالات محل الدراسة، وتكون مجتمع الدراسة من القيادات بالإدارات العليا والوسطي والتنفيذية، سواء كان (مدير عام، نائب مدير، مدير ادارة، رئيس قسم، رئيس وحدة)، واخذت عينة عشوائية قوامها (90)، ولتحليل البيانات استخدم البرنامج الإحصائي للعلوم الاجتماعية (SPSS)، حيث استخدمت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية و(T.test) ومعامل الارتباط، تبين لنا من نتائج الدراسة أن هناك علاقة ارتباطية قوية بين التوجه نحو الريادة والأداء بالشركات محل الدراسة، كما تبين إن هناك علاقة ارتباطية بين أبعاد التوجه نحو الريادة وهي (الابداع، المبادرة، الثقة بالنفس، حب الانجاز، الاستقلال وتحمل المسؤولية، المخاطرة) (الإبداع والمبادرة والأداء المتمثل في (الربحية، القدرة التنافسية). كما تبين ايضا بأن حب الانجاز أكثر المتغيرات مساهمة في التوجه نحو العمل الريادي، عليه وعليه اوصت الدراسة بضرورة التركيز على أبعاد العمل الريادي والتوجه نحو الريادة، كذلك التركيز على أبعاد التوجه نحو الريادة لاسيما حب الانجاز. مفتاح الكلمات: الريادة، شركات الاتصال صغيرة الحجم، الأداء، ليبيا.

The orientation towards leadership and its relation to the performance of the of small and medium-sized companies

"applied study on Telecommunications Companies Operating in Benghazi"

*Mabroka Abdululah Ahdidan Alkfify¹, Amal Muftah Alsheer¹, Amal Ali Alhamaly²

¹Faculty of Economics, Benghazi University

²Academy of Graduate Studies – Benghazi

*Corresponding author: Shahed20062009@yahoo.com

Abstract This study aims to find out the correlation between the orientation towards leadership and its relation to the performance of small-sized telecommunications companies operating in the city of Benghazi, as well as to identify the relationship between the dimensions of the orientation towards leadership (creativity, initiative, self-confidence, love of achievement, independence and responsibility, risk) and the performance of companies. The questionnaire was used to collect data. The number of participants (90) of the leadership in the higher, middle and executive departments was chosen randomly. The stability coefficient and descriptive statistics were calculated to identify the participants' attitudes as well as the explanatory statistics to determine the correlation between the variables of the study. The results of the study showed that there is a strong correlation between the direction of leadership and the performance of companies. It also showed that there is a correlation between the dimensions of the orientation towards leadership (creativity, initiative, self-confidence, love of achievement, independence, responsibility, risk and performance of profitability and competitiveness). In addition, it was shown that the love of achievement is the most important variable contributing to the orientation towards entrepreneurial work. The most important contribution to the direction of pioneering work, the emphasis should be on the dimensions of pioneering work and the orientation towards leadership, with a focus on the dimensions of the orientation towards leadership, especially the love of achievement.

Keywords: Entrepreneurship, Small Telecom Companies, Performance, Libya.

1.1 المقدمة

والمنظمات المختصة بتقديم هذه الخدمات بصورة خاصة، لما تتطلبه طبيعة هذه الخدمات من سرعة في الإنجاز للعملاء الدائمين والمؤقتين، وكذلك تطوير جودة خدماتها وتوسيع نشاطاتها، لاسيما وأن ثورة الاتصالات فتحت آفاقا واسعة أمام البشر، وأدخلت العالم

شهدت نهايات القرن العشرين وبداية القرن الواحد والعشرين تطورا كبيرا وسريعا ومذهلا، خاصا التطورات التي أحدثتها الثورة الإلكترونية في مجال تكنولوجيا المعلومات، والاتصالات، والتي ساهمت في إنجاز العديد من أعمال المنظمات بصورة عامة،

من شباب الأعمال الليبيين الذين بعدما كانوا يلهثون بحثاً عن من يوظفهم أصبحوا اليوم يوظفون الكثير من جيلهم في مشروعاتهم الخاصة؛ ويديرون أعمالهم ويتنافسون في طريق النجاح والتميز. ولذلك جاءت هذه الدراسة للتعرف على التوجه نحو الريادة وعلاقتها بالأداء الشركات الصغيرة والمتوسطة، وكذلك محاولة التعرف على أبعاد التوجه الريادي وعلاقته بالأداء.

2.1 الدراسات السابقة

لقد أجريت العديد من الدراسات التي تناولت موضوع البحث، وفيما يلي سيتم سرد بعضها منها:-

1. دراسة [2] بعنوان "أثر التوجه الريادي على الأداء التشغيلي

للشركات العائلية البحرينية" هدفت الدراسة إلى معرفة أثر التوجه الريادي للشركات العائلية البحرينية على الأداء التشغيلي وكان المستهدف من هذا البحث الشركات العائلية البحرينية في محافظات البحرين المختلفة واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، ولقد تم اختيار عينة عشوائية (120) شركة، وكانت الاستبانة أداة رئيسية لجمع البيانات، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها عدم وجود علاقة بين التوجه الريادي والأداء التشغيلي.

2. دراسة [3] بعنوان "مدى توافر السمات الريادية لدى أصحاب

المشروعات الصغيرة بمدينة بنغازي" هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على السمات الريادية لدى أصحاب المشروعات الصغيرة بمدينة بنغازي من خلال الأبعاد التالية: المبادرة والابتكار، اقتناص الفرص، والثقة بالنفس، الإنجاز والاستقلالية، تحمل المخاطر. اتبعت هذه الدراسة المنهج الوصفي، واستخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وتم تحديد حجم العينة بـ (225) من جميع أصحاب المشروعات الصغيرة المسجلين ببيانات غرفة التجارة والصناعة بمدينة بنغازي، وتوصلت هذه الدراسة إلى أن المستوى العام لتوافر السمات الريادية لدى أصحاب المشروعات الصغيرة جاء مرتفعاً، كما كشفت الدراسة أن مستوى توافر بعد المبادرة والابتكار حضي بالترتيب الأول على أبعاد السمات الريادية، وبدرجة ممارسة مرتفعة، تلاها بعد الإنجاز والاستقلالية والذي حضي بدرجة ممارسة مرتفعة أيضاً، أما بعد اقتناص الفرص والثقة بالنفس، فقد احتل المرتبة الثالثة، حيث حضي بدرجة ممارسة مرتفعة، في حين نال بعد تحمل المخاطر المرتبة الرابعة، وجاء بمستوى متوسط.

3. دراسة [4] بعنوان "دور ريادة الأعمال في كفاءة أداء

المؤسسات في شركة كونكريت الهندسية المحدودة في السودان" هدفت الدراسة إلى معرفة دور ريادة الأعمال في

في مرحلة جديدة غيرت حياة المجتمعات البشرية، حيث قاربت بين البشر والأمم إلى حد التفاعل الشديد والسريع بحيث خلقت حالة تنازل شديدة بين الأفكار والثقافات، والحضارات، وأصبح العالم الواسع الأرجاء بفضل تكنولوجيا الاتصال عبارة عن قرية صغيرة يمكن سماع ومشاهدة أي خبر يحدث في أي ركن من أركانها في نفس اللحظة التي وقع فيها الحدث أو بعدها بقليل بالصوت والصورة معاً.

واكب هذا التطور في طبيعة الخدمة المقدمة من المؤسسات تغييراً وتطوراً كبيرين في بيئة الأعمال الإدارية الحديثة، مما نتج عن هذه التطورات قيام المؤسسات باستخدام أساليب، جديدة تعد أحد عوامل النجاح في عصرنا الحالي، والتخلص من العمليات الروتينية لهذه المؤسسات الذي قد يؤدي إلى خفض، وانعدام الميزة التنافسية، من خلال؛ ارتفاع تكلفة المنتج، وانخفاض رضا الزبون، وتهديد البقاء، والاستمرار في سوق المنتج (الخدمة). [1]

ونظراً للتقدم الحاصل في بيئة الأعمال وخاصة الريادية الذي يتسم بالتغيرات السريعة الديناميكية، يتطلب وجود أشخاص رياديين يستجيبون لهذه التغيرات، من خلال إقامة مشروعات صغيرة جديدة، تساهم في فتح فرص عمل جديدة، وتحقق النمو الاقتصادي المطلوب، وذلك من خلال التحول من المدخل التقليدي إلى المدخل المعاصر بتطوير المفاهيم والأبعاد، والأساليب لتتلاءم مع متطلبات العصر الحديث الذي يستوجب التغيير في منطق تفكير الإدارة والعاملين الي التفكير بمنطق ريادي والذي يعتمد على الحس والإبداع والتجديد وصولاً للتميز. لذا أتى التوجه الريادي والذي يعتبر أحد مكونات التوجه الاستراتيجي الذي يتبنى اتجاهات المنظمة نحو الابتكار والإبداع وتحمل المخاطر، كونه يفتح المجال للشركات للتغلب على المعوقات التي تواجه ريادة الأعمال، ومواكبة التطورات للوصول إلى التغيير الفعال وتحقيق الأهداف الاستراتيجية بكفاءة وفعالية عبر تحسين جودة المنتجات والخدمات الحالية وخفض التكاليف وصولاً إلى رضا العملاء وبالتالي تحقيق الميزة التنافسية.

وعلى الرغم من أن ريادة الأعمال في ليبيا حديثة العهد؛ غير أنها أصبحت تكتسب أهمية بارزة في السنوات الأخيرة، فمن جانب نظراً لدورها الحيوي في التنمية المستدامة ومساهمتها في إشراك كافة فئات المجتمع في الحراك الاقتصادي وخاصة فئة الشباب، ولهذا أصبحت مسألة سبل تنميتها واجب وطني، ومن جانب آخر يمكن القول أنها برزت بعدما تعثرت المؤسسات العامة والخاصة في استيعاب المزيد من العاملين وخاصة الشباب، حيث أن الحلم الكثير بامتلاك مشروع خاص والذي يراود بعض الشباب الليبيين الطموح بالأمس أصبح اليوم واقعا، فالسوق يظهر العديد من النماذج المشرفة

التعليق على الدراسات السابقة:

من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة الحالية وإبراز أهدافها، ونتائجها التي توصلت إليها وما قدمته من توصيات، تبين بان الدراسة الحالية اتفقت مع دراسة البدرى وآخرون 2017، ودراسة قنصوة 2016، ودراسة الزيايدي ورشيد 2013، ودراسة السلطاني، 2011، ودراسة Kraus 2013، على ان هناك علاقة موجبة التوجه نحو الريادة والأداء، بينما اختلفت مع دراسة البوعيين وآخرون 2018، والتي توصلت على عدم وجود علاقة بين التوجه الريادي والأداء، وبالتالي حيث جاءت هذه الدراسة استكمالاً للدراسات السابقة للتعرف على التوجه نحو الريادة وعلاقتها بالأداء، وقد استفاد الباحثون منها في تكوين صورة مبدئية عن العلاقة بين التوجه نحو الريادة والأداء، والوقوف على أوجه القصور فيها ومحاولة سدها في الدراسة الحالية، وكذلك صياغة أداة الدراسة والوقوف على الوسائل الإحصائية المتبعة، وأيضا في التعقيب على النتائج التي كشفت عنها الدراسة الحالية.

3.1 مشكلة الدراسة

أصبح التنافس الشديد لمنظمات الأعمال بشكل عام ومنظمات الخدمات الاتصالية بشكل خاص هاجسا للبحث عن التميز والريادة، وذلك من أجل البقاء والاستمرار وتحقيق أهدافها. فهي تسعى إلى استثمار الجهد والمال والوقت، مما يؤدي إلى زيادة قدرة المنظمات على المنافسة من خلال خفض الكلف وتحسين الجودة، من جهة أخرى فإن أصحاب المشروعات الصغيرة يتطلب منهم البحث عن سبل عمل غير تقليدية تتسم بالابتكار والإبداع في أدائهم لأعمالهم في ظل ظروف بيئية متغيرة، الأمر الذي يبرز رغبتهم في الحفاظ على بقاء مشروعاتهم في محيط يتسم بالتغير المستمر.

فقد قامت الدولة الليبية بإبداء اهتمامها بالمشروعات الصغيرة وبيان محورية دورها في تحقيق تنمية اقتصادية للبلاد عبر إصدار عدة تشريعات داعمة لهذه المشروعات، فقد أصدرت رئاسة الوزراء في ليبيا (اللجنة الشعبية العامة سابقاً) القرار رقم (845)، القاضي بإنشاء البرنامج الوطني للمشروعات الصغيرة والمتوسطة، [8] حيث يعد البرنامج الجهة التي تختص برعاية واحتضان وتدريب المبادرين من أصحاب المشروعات الصغيرة والمتوسطة في ليبيا. ويختص البرنامج باكتشاف وتنمية القدرات الشخصية لأصحاب المشروعات الصغيرة والمتوسطة، والتعريف بمصادر التمويل المتاحة، والعمل على ترجمة أفكار أصحاب المشروعات الصغيرة والمتوسطة إلى أنشطة منتجة وبناءة، والعمل على إكساب أصحاب المشروعات الصغيرة المهارات، وتزويدهم بالخبرات اللازمة للقيام بالتخطيط الجيد لمشروعاتهم. كذلك أصدرت رئاسة الوزراء (اللجنة الشعبية العامة سابقاً)، بشأن تقرير بعض الأحكام بشأن المشروعات

كفاءة الأداء وتوضيح الفرق بين الريادة والعبقرية والابتكار ووصف وتحليل ريادة الأعمال من خلال دراسة تطبيقية (شركة كونكريت) واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي حيث شملت عينة الدراسة على (53) مشروع، واستخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات ومن أهم النتائج التي توصلت إليها: الاهتمام بالريادة كعلم وعمل وإدخالها في المناهج التعليمية وإنشاء حاضنات الأعمال. وكذلك وضع أولوية لتقلبات سعر الصرف في كل الأعمال الخاصة.

4. دراسة [5] بعنوان "دور التوجه الريادي في تحقيق الأداء الجامعي المتميز" دراسة تحليلية لآراء القيادات الجامعية في عينة من كليات جامعات الفرات الأوسط هدفت هذه الدراسة إلى معرفة الدور الذي يلعبه التوجه الريادي في تحقيق الأداء الجامعي المتميز، وشملت عينة الدراسة (100) من القيادات الجامعية بكليات الفرات والأوسط، وتم التعبير على المتغير التوجه الريادي من خلال أبعاده المتمثلة في (الإبداعية وتحمل المخاطر والاستباقية) واستخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات ومن أهم النتائج التي توصلت إليها: وجود علاقة ارتباط وأثر ذي دلالة إحصائية بين أبعاد التوجه الريادي والأداء الجامعي المتميز.

5. دراسة [6] بعنوان "دور التوجه الريادي في شركات الخدمات" هدفت إلى فحص طبيعة العلاقة بين التوجه الريادي وأداء الشركة، حيث بلغت عينة الدراسة (310) شركة خدمية تعمل في استراليا، وتم إتباع المنهج الوصفي واستخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة: وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين التوجه الريادي وأداء الشركة.

6. دراسة [7] بعنوان "التوجه الريادي في منظمات الأداء العالي" دراسة تحليلية لآراء عينة من القيادات الإدارية في جامعة الإمارات العربية المتحدة. هدفت الدراسة أثر الخصائص التي تميز منظمات الأداء العالي في التوجه الريادي لتلك المنظمات والكشف عن مستوى ممارسة الجامعة لسلوك التوجه الريادي في ضوء الأبعاد (الإبداعية، وتقبل المخاطر، والاستباقية) وشملت عينة الدراسة (101) قائداً إدارياً (رئيس الجامعة، وعميد، ومعاون عميد، ومدير بحث وتطوير، ورئيس قسم)، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات ومن أهم النتائج التي توصلت إليها إلى وجود علاقة ارتباط وأثر ذو دلالة إحصائية بين خصائص منظمات الأداء العالي و التوجه الريادي لتلك المنظمات.

لغرض تحقيق أهداف الدراسة فقد تم صياغة الفرضيات التالية:
الفرضية الرئيسية:

لا توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين التوجه نحو الريادة وأداء الشركات الصغيرة والمتوسطة.

ينفرج من هذه الفرض الرئيسية الفرضيات الفرعية التالية:

- لا توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين الإبداع والأداء.
- لا توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين المبادرة والأداء.
- لا وجد علاقة ذات دلالة احصائية بين الثقة بالنفس والأداء.
- لا توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين حب الإنجاز والأداء.
- لا توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين الاستقلال وتحمل المسؤولية والأداء.
- لا توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين المخاطرة والأداء.

7.1 منهجية الدراسة

تم استخدام أسلوب المسح الشامل لمجتمع الدراسة واستخدام المنهج الوصفي التحليلي الذي يعتمد على تشخيص الواقع ووصفه وصفاً دقيقاً بعد جمع البيانات وتحليل محتوياتها للإجابة على تساؤلات الدراسة، وتشمل الدراسة على الجوانب التالية:

- الجانب النظري: تم الاعتماد على الدراسات السابقة، والمقالات، والرسائل الجامعية، والكتب العلمية، بالإضافة إلى شبكة المعلومات الدولية، بغرض وضع إطار نظري مناسب للدراسة.
- الجانب العملي: تم جمع البيانات عن طريق استمارة الاستبانة التي تحتوي على مجموعة من الأسئلة التي يمكن من خلالها الوصول إلى المعلومات اللازمة لتحقيق أهداف وتساؤلات الدراسة، والتي تتضمن ثلاثة أجزاء:

أولاً: متغيرات الدراسة

- المتغير المستقل: التوجه نحو الريادة ويتمثل في (الإبداع، المبادرة، الثقة بالنفس، حب الإنجاز، الاستقلال وتحمل المسؤولية، المخاطرة).

- المتغير التابع: الأداء ويتمثل في (الربحية، القدرة التنافسية).

- متغيرات مستقلة إضافية: وتتمثل في البيانات الشخصية (العمر، المستوى التعليمي، التخصص العلمي، سنوات الخبرة).

ثانياً: حدود الدراسة

يمكن عرض نطاق الدراسة على النحو الآتي:

- الحدود المكائنية: شركات الاتصال الصغيرة والمتوسطة العاملة بمدينة بنغازي.

- الحدود البشرية: شملت جميع العاملين بالمستويات الادارية العليا والوسطى سواء كانوا (مدير عام، نائب مدير، مدير ادارة،

رئيس قسم، رئيس وحدة) بالشركات محل الدراسة.

- الحدود الزمنية: خلال سنة 2018-2019م.

الصغرى والمتوسطة. [9] وقد سبق هذا القرار قرارات أخرى بسن التشريعات وإنشاء الهيئات الداعمة للمشروعات الصغيرة والمتوسطة في ليبيا، التي يمكن أن يستفيد منها أصحاب القرار في الشركات محل الدراسة، فيما يتعلق بفعالية التوجه الريادي المتبع، ومدى تأثيره على تحقيق أهدافها من خلال تقديم خدمات ذات الجودة.

وبناء على ما أشارت إليه دراسة [3] من وجود درجة مقبولة من التوجه نحو الريادة. فإن مشكلة الدراسة الحالية تكمن في الإجابة على السؤال الرئيسي التالي:

- هل هناك علاقة بين التوجه نحو الريادة وأداء الشركات الصغيرة والمتوسطة؟

وينفرج من السؤال الرئيسي الأسئلة الفرعية التالية:

- هل هناك علاقة بين الإبداع والأداء؟
- هل هناك علاقة بين المبادرة والأداء؟
- هل هناك علاقة بين الثقة بالنفس والأداء؟
- هل هناك علاقة بين حب الإنجاز والأداء؟
- هل هناك علاقة بين الاستقلال وتحمل المسؤولية والأداء؟
- هل هناك علاقة بين المخاطرة والأداء؟

4.1 أهمية الدراسة

1. التعرف على مستوى ممارسة الريادة في شركات الاتصالات صغيرة الحجم العاملة بمدينة بنغازي.

2. التعرف على مستوى توجه شركات الاتصالات محل الدراسة نحو الأداء.

3. معرفة أثر المتغيرات الشخصية والوظيفية على مستوى توجه شركات الاتصالات محل الدراسة نحو الأداء.

4. معرفة تأثير ممارسة الريادة على توجه شركات الاتصالات محل الدراسة نحو الأداء.

5. فتح مجالات للبحث العلمي في هذا الموضوع، وذلك من خلال ما ستوفره هذه الدراسة من معلومات تساعد الباحثين والدارسين والمهتمين بموضوع الدراسة.

5.1 أهداف الدراسة

تسعى الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

1. التعرف على طبيعة العلاقة بين التوجه نحو الريادة وأداء شركات الاتصالات محل الدراسة.

2. التعرف على العلاقة بين أبعاد التوجه نحو الريادة وأداء شركات الاتصالات محل الدراسة.

3. تقديم بعض التوصيات والمضامين المفيدة من الناحية النظرية والتطبيقية.

6.1 فرضيات الدراسة

ثالثاً: مجتمع الدراسة

تكون مجتمع الدراسة من جميع العاملين في شركات الاتصال الصغير والمتوسطة بمدينة بنغازي والمتواجدين بالمستويات الإدارية العليا والوسطي سواء أن كان (مدير عام، نائب مدير، مدير إدارة، رئيس قسم، رئيس وحدة) والبالغ عددها (27) شركة، وبلغ عدد المشاركين من افراد المجتمع (90) مفردة، وزعت عليهم استمارات

الاستبيان وتم استرجاعها بالكامل بدون أي فاقده، ويبين الجدول (1) توزيع أفراد مجتمع الدراسة، وبعد تجميعها تم استخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) لإجراء التحليل واستخلاص النتائج وتقديم التوصيات.

جدول (1) توزيع أفراد مجتمع الدراسة على شركات الاتصال بمدينة بنغازي

ت	اسم الشركة	مجتمع الدراسة	حجم العينة	ت	اسم الشركة	مجتمع الدراسة	حجم العينة
1.	شركة أيون (شبكة كونكت)	15	15	15	شركة لاثرون	2	2
2.	شركة ليبيا تك	9	9	16	شركة سادو	3	3
3.	شركة وصل الخير	3	3	17	شركة التفوق الدائم	2	2
4.	شركة الفويهات	6	6	18	شركة الخط السريع	3	3
5.	شركة بيكسل	2	2	19	شركة ميم التقنية	3	3
6.	شركة النياض اللامع	2	2	20	شركة الخبرة المتحدة	3	3
7.	شركة تقنية الجيل	3	3	21	شركة النوصال	1	1
8.	شركة ليبيا المستقبل	3	3	22	شركة الجيل للاتصالات	3	3
9.	شركة الأفق الرقمي	2	2	23	شركة تداول التقنية	3	3
10.	شركة جومانه	4	4	24	شركة أنوار بنغازي	2	2
11.	شركة سما العالم	3	3	25	شركة تكنوفيليا	2	2
12.	شركة عبر العالم	2	2	26	شركة الخط الدولي	3	3
13.	شركة فضاء التقنية	2	2	27	شركة النخبة الليبية	3	3
14.	شركة الإسكندرية الحديثة	1	1				
المجموع				90 شركة			

المصدر: (وفق إحصائيات كلاً من: غرفة التجارة والصناعة والزراعة - بنغازي، وشركة هاتف ليبيا منطقة اتصالات بنغازي، مقرها البريد الرئيسي - الفويهات)

رابعاً: مقياس الدراسة:

بعد أن تم اختيار الاستبانة وسيلة للتعرف على العلاقة بين التوجه نحو الريادة والأداء، فقد تم تقسيم الاستبانة إلى جزئين رئيسيين وذلك على النحو التالي:

- الجزء الأول: يشمل البيانات الأولية: وتتمثل في البيانات الشخصية والوظيفية لعينة أفراد الدراسة (النوع والعمر، والمؤهل العلمي والمركز الوظيفي، وسنوات الخبرة).

- الجزء الثاني: يشمل محاور الدراسة، حيث الأول منها يتعلق التوجه نحو الريادة وشمل على (20) عبارة، أما المحور الثاني فتضمن (30) عبارة موزعة على أبعاد التوجه الريادي لكل بعد خمس عبارات وتتمثل الأبعاد في الإبداع والمبادرة والثقة بالنفس وحب الانجاز والاستقلال وتحمل المسؤولية والمخاطرة، أما المحور الأخير يتمثل في الأداء وشمل (8) عبارات، وتم استخدام مقياس ليكرت الخماسي لقياس ومعرفة إجابات المشاركين بالدراسة.

خامساً: الصدق الظاهري للأداة:

تم التأكد من الصدق الظاهري للأداة وذلك بعرضها على المحكمين والأساتذة المتخصصين في مجال العلوم الإدارية بجامعة بنغازي لإبداء الملاحظات.

سادساً: ثبات الأداة:

تم احتساب معامل الثبات من خلال معامل ألفا كرو نباخ (Cronbachs Alpha)، أخذت عينة استطلاعية مكونة من (20) استبانة تم اختيارهم عشوائياً. حيث بلغ معامل الثبات لمحور التوجه نحو الريادة (0.897) بينما محور أبعاد التوجه نحو الريادة فقد بلغ (0.961) بينما بلغ معامل الثبات لمحور الأداء (0.915) وهذا يدل إمكانية ثبات النتائج التي يمكن أن تسفر عنها أداة الدراسة عند تطبيقها.

8.1 الإطار النظري للدراسة

ماهية الريادة

لقد ظهرت الفكرة الأولى للريادة على يد الكاتب كانتيلون عام 1725م، والذي يعد أول من طرح هذا المفهوم وعليه فقد انبثقت

والتوسع، ومن ثم تعطي المنظمات القدرة على اكتشاف واغتنام الفرص على نحو استباقي بما يعزز أداءها وتحقيق التفوق على المنافسين [12].

أبعاد التوجه الريادي

بعد مراجعة العديد من الأدبيات الخاصة بالتوجه الريادي لوحظ عدم وجود اتفاق شامل بين الباحثين حول أبعاد التوجه الريادي فمنهم من أفتق مع الآخر على مجموعة أبعاد ومنهم من يختلف ومنهم من يضيف أو يستبعد بعض الأبعاد، ومن خلال الدراسات السابقة تم الإجماع على الأبعاد التالية (الإبداع، المبادرة، الثقة بالنفس، حب الإنجاز، الاستقلال وتحمل المسؤولية، المخاطرة).

1. الإبداع: يتميز الإبداع والريادة بأبهما مصطلحان متداخلان مع بعضهما البعض حيث أن كل منهما يكمل الآخر وترابطهما علاقة تكاملية تساعد في دعم الكيان المنظم وجلب إليها ما يسمى بالجديد أو القيمة المضافة التي هي من أهم خصائص الإبداع والريادة على السواء والتي من خلالها تتميز المنظمات عن بعضها البعض وتحقق المكانة الريادية في تقديم منتجاتها سواء كان المنتج سلعي أو خدمي أي أن الإبداع "هو الجهود المبذولة من قبل الفرد أو الفريق، أو المنظمة لإيجاد الفرص الجديدة أو حلول استثنائية". [15: 139]

2. المبادرة: تعني ميل الشركة لاقتناص الفرص الجديدة واستغلالها، وتحديد حاجات الزبائن القائمة والمستقبلية، والقيام بالفحص البيئي يفوق المنافسين. [2]

3. الثقة بالنفس: إن الأشخاص الذين يمتلكون الثقة بالنفس ويشعرون أنهم يمكن أن يقابلوا التحديات، ويستطيع الريادي من خلالها أن يجعل من عمله عملاً ناجحاً حيث أنه يمتلك شعوراً متفوقاً أو إحساساً بأنواع المشاكل المختلفة بدرجات أعلى والقدرة على ترتيب هذه المشاكل والتعامل معها بطريقة أفضل من الآخرين. [16: 29]

4. حب الإنجاز: الريادي شخص لديه الدافعية المتميزة لإشباع الحاجة للإنجاز بدرجة عالية لأنه بارع ومتفوق يختار الظروف التي توفر له النجاح في عمله الذي يتصف بالتحدي والأهداف الصعبة ليحقق بها درجات عالية من الرضا.

5. الاستقلال وتحمل المسؤولية: تحمل نتيجة الاختيار والقرارات والأعمال من الناحية الإيجابية والسلبية.

6. المخاطرة: وهي أن يقوم الريادي بأخذ المجازفة في طرح منتجات جديدة بالأسواق آخذاً بعين الاعتبار ما يوجد في السوق من مخاطر الغموض وعدم التأكد. والملاحظ أنه كلما زادت درجة الرغبة في النجاح يزداد الميل والاستعداد لتحمل مخاطر معينة

العديد من المفاهيم والمضامين الريادية، ومنها التوجه الريادي وهو التوجه الحقيقي الأبرز لأي منظمة تسعى لتحقيق التفوق في عالم الأعمال. وقد اختلف الباحثون في تحديدهم لمفهوم التوجه الريادي، إلا أن المضمون واحد، وعليه فقد أشار [10] أن التوجه الريادي هو استراتيجية تدفع المنظمات لتحقيق ميزة تنافسية بالاعتماد على الأنشطة خاصة كالإبداع، تحمل للمخاطرة والمبادرة للدخول للأسواق الجديدة والاستحواد على الفرص وتلبية حاجات ورغبات الزبائن، وأن الريادة مفهوم أساسي في أدبيات الإدارة الاستراتيجية، هدفه تحقيق مخرجات مرغوب فيها على مستوى المؤسسة، وتشير أدبيات نظرية المنظمة إلى أن ظاهرة الريادة تبرز على مستوى المنظمة، وتهتم بشكل خاص بالتوجه الريادي الاستراتيجي، وتعزى الريادة الاستراتيجية في الغالب إلى سلوكيات الأفراد والجماعات داخل المنظمة أكثر من مجرد النظر إليه كأفعال صادرة عن أفراد يمتلكون خصائص وسمات معينة. [2]

وبين [11] أن "المنظمات ذات التوجه الريادي تتصف بالإبداعية، والمخاطرة، والاستباقية"، وبهذا يصف الوضع الاستراتيجي الذي يتخذه مالكو ومديرو المنظمات ذات التوجه الريادي والذين يتصفون بمستوى عال من المجازفة والتنبؤ، والاتجاه نحو تطوير وتقديم منتجات جديدة ومبتكرة إلى السوق عبر سلسلة من القرارات ذات العلاقة، ويمكن تعريف التوجه الريادي على أنه أسلوب العمل الاستراتيجي الذي يعتمد منهجية التغيير المستمر وتوليد وتوظيف الأفكار، فالاستجابة لمتطلبات بيئة العمل بطريقة استباقية تضع المنظمة في مركز الصدارة والقيادة السوقية في مجال إدارة الأعمال [12].

كما عرف [13: 28] "الريادة في المنظمات بأنها" عملية يقوم من خلالها الأفراد والجماعات بالمعرفة والسعي وراء الفرص الريادية من غير أن تكون مقيدة بشكل مباشر بالموارد التي تسيطر عليها، وعرفها أيضاً على أنها "عملية تجميع الأفكار والنشاطات المبدعة والمبتكرة مع المهارات الإدارية والتنظيمية اللازمة لاستغلال الأفراد والعمليات لتلبية حاجة محددة وخلق الثروة في العملية".

والشخص الريادي هو الذي يستفيد من الفرص التجارية من خلال اغتنام الدعم المالي والمادي وتحمل المخاطر النفسية عند البدء بإنشاء عمل معين [14].

أهمية التوجه الريادي

تتطلب بيئة الأعمال اليوم من المنظمات أن تكون ريادية إذا ما أرادت البقاء والنمو، فقد أثبتت الكثير من الدراسات والبحوث في مجال الإدارة الاستراتيجية بأن التوجه الريادي يشكل عنصراً رئيسياً للنجاح التنظيمي والوصول إلى مستويات الأداء المتفوق، من خلال ابتكار المنتجات والخدمات الجديدة التي تساعد على النمو

وتشير المخرجات أو النتائج إلى مدى نجاح أو فشل الوظائف الإدارية في تحقيق الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها، وسيتم قياسها في هذه الدراسة من خلال الربحية، والقدرة التنافسية:

أ. **الربحية:** مدى كفاءة وفاعلية إدارة المنظمة في توليد الأرباح عن طريق استخدام موجوداتها بكفاءة. [18: 358]

ب. **القدرة التنافسية:** هي المصدر الذي يعزز وضع الشركة في السوق بما يحقق لها الأرباح الاقتصادية، من خلال امتيازها عن منافسيها في مجالات المنتج والسعر والتكلفة والتركيز على الإنتاج. [20: 90]

معايير الأداء

ركزت أغلب الدراسات والأبحاث التي تناولت مفهوم الأداء على عنصرين أساسيين هما: الكفاءة والفاعلية، حيث يتعلق هذين المعيارين بمدى قدرة إدارة المنظمة على الاستغلال الأمثل للموارد المتاحة لها في سبيل تحقيق الأهداف التي تسعى إليها، ويمكن توضيح هذين المفهومين كما يلي: [21]

1) الفاعلية: وهي بمثابة الأرباح المحققة، وبالتالي تقاس فاعلية المنظمة بكمية الأرباح التي تحققها، بذلك ترتبط الفاعلية بالأهداف الاستراتيجية للمنظمة، ومن ثم الفاعلية تتجسد في قدرتها على تحقيق أهدافها الاستراتيجية من نمو مبيعات وتعظيم حصتها السوقية مقارنة بالمنافسين

2) الكفاءة: تعرف الكفاءة على أنها تخصيص الموارد واستعمالها بأفضل شكل ممكن للحصول على عوائد أفضل. كما تعرف بأنها قدرة مروديه المؤسسة، أي أنها تتعلق بالمخرجات مقارنة بالمدخلات، وهو ما يقترب من معنى الإنتاجية.

العلاقة بين أبعاد المنظمة الريادية والمشاريع الصغيرة والمتوسطة إن كلاً من الأعمال الصغيرة والريادية تملك أهمية معيارية للأداء الاقتصادي لذلك من المهم رسم العلاقة بينهما ومن أهم تلك الفوارق:

الإبداع الذي يركز على المشاريع الريادية بتقديم منتجات جديدة ومبتكرة، وإمكانات النمو، الأهداف الاستراتيجية، ويزداد دور الريادة في سد الفجوة بين السوق والعلم التي قد تواجه الكثير من الإبداعيين. حيث يتم سد تلك الفجوة وإنشاء مشاريع جديدة التي تحتاج إلى العديد من المهارات الإدارية في التسويق والتمويل اللازمة لإنجاح تلك المشاريع. ومع كل هذه الصعوبات تمثل المشاريع الريادية الوسيلة الأكثر فعالية لسد تلك الفجوة ولإيجاد مشاريع جديدة وفرص في السوق كما هو الحال في العديد من الشركات العربية الصغيرة.

[22]

لذا من الجدير بالذكر أن المنظمة الريادية تحتاج إلى سوق تتميز فيه إيجابياً بمنتجات تحقق التفوق التنافسي من خلال البدء بتحديد الأهداف والمشروعات المناسبة، ومعرفة سابقة، وتدريب مناسب

وعادة ما يتميز الريادي بالميل نحو المخاطرة نتيجة لرغبته القوية في النجاح وتقديم منتجات وخدمات جديدة. [17]

مداخل التوجه الريادي

للتوجه الريادي ثلاث مداخل وهي كالتالي: [10: 45]

1. مدخل سلوك المنظمة: إن مدخل سلوك المنظمة يأتي من سلوك الموارد البشرية، إذ يمثل مدخلاً كبيراً جداً تم تطبيقه على أساس المفاهيم السيكولوجية للطبيعة البشرية في إدارة المنظمات.

2. مدخل الإدراك الإداري: وهو يشير إلى مدى إدارة المنظمات لمستوى التغييرات في الهيكل التنظيمي والاستراتيجيات، إذ يلعب دوراً محورياً في عملية اتخاذ القرارات وأداء المنظمات في مجال تنظيم المنظمات.

3. مدخل موارد المنظمة: من أهم موارد المنظمة التي تحتاجها المنظمة لغرض إتمام عملية الإنتاج كما أدناه:

- الموارد الملموسة: وتتضمن الموارد المالية والموارد المادية.
- الموارد غير الملموسة: وتتضمن الثقافة التنظيمية والسمعة والعلامة التجارية والعلاقات التجارية والمعرفة التكنولوجية والخبرة المكتسبة.

أنواع ريادة المنظمة

عرفت ريادة المنظمة بأنها " العملية التي ينشأ بموجبها الفرد أو مجموعة من الأفراد المتواجدين ضمن منظمة قائمة، أو منظمة أخرى جديدة أو إعادة تجديد أو ابتكار داخل المنظمة القائمة "وتصف الريادة السلوك الريادي داخل المنظمة القائمة. وقد صنف (الزين) ريادة المنظمة إلى خيارين استراتيجيين هما: [14]

أ- **مخاطرة المنظمة:** وتمثل إحدى وسائل إعادة التجديد الاستراتيجي، وتتضمن إيجاد أعمال جديدة ضمن المنظمات القائمة، قد ينجح أو لا ينجح عنها إعادة تجديد استراتيجي. وبهذا فأنها تنصرف إلى الريادة الخارجية.

ب- **إعادة التجديد الاستراتيجي:** وينتج في إعادة تجديد أو تحول تنظيمي للمنظمة القائمة من أجل تحقيق ثروة جديدة من توليفة مبتكرة للموارد عن طريق إعادة تركيز تنافسية الأعمال، أو إحداث تغييرات أساسية في التسويق، أو إعادة توجيه تطوير المنتج، أو إعادة تشكيل العمليات، ويدعى هذا النوع بـ " الريادة الاستراتيجية" وينصرف مفهومها إلى الداخلية.

مفهوم الأداء

يعرف الأداء بأنه "الشيء الذي يسمح بالحفاظ على مسافة بين المنظمة ومنافسيها على المدى البعيد وذلك من خلال نظام حوافز فعال يطبق بالنسبة لكل أعضاء المنظمة" كذلك وصف بأنه "المخرجات أو النتائج التي تسعى الوظائف الإدارية في الشركات إلى تحقيقها خلال فترة زمنية معينة". [18]

من الحصة السوقية وربحية الشركة، الأمر الذي سينعكس إيجاباً على الأداء التنظيمي للشركة.

الدراسة الميدانية:

1.2 تحليل أداة الاستبيان:

استخدمت الباحثات الاستبيان كوسيلة لجمع البيانات واستطلاع آراء المشاركين حول التوجه نحو الريادة وعلاقته بأداء شركات الاتصالات صغيرة الحجم العاملة بمدينة بنغازي، استخدمت الباحثات الجانب الوصفي لمعرفة الاتجاهات والجانب الاستدلالي لمعرفة العلاقة بين الريادة وأداء الشركات محل الدراسة.

2.2 الخصائص الديموغرافية:

يبين الجدول (1) أن ما نسبته (58.9%) من المشاركين فئاتهم العمرية ما بين (من 18 سنة إلى أقل من 35 سنة)، وأن ما نسبته (74.4%) مؤهلاتهم جامعية بكالوريوس وليسانس وبلوم عالي، وأن ما نسبته (36.6%) مركزهم الوظيفي رؤساء أقسام، الغالب منهم تراوحت سنوات خبرتهم ما بين (5-10) سنوات بنسبة (47.8%).

لاختيار المشروع المناسب، ومن الصعب تحقيق ذلك إذا كان المشروع كبيراً، حيث أن الأعمال الصغيرة هي نواة للأفكار المبدعة، كما أن الريادة لها علاقة قوية في تحسين علاقة المدراء في كافة طبقات المنظمة الريادية مع الرياديين المبدعين والأخذ بعين الاعتبار المقترحات المعروضة منهم عن طريق التواصل الداخلي بينهم مما يعزز ثقة الإداريين، والموظفين بالمؤسسة [20]

العلاقة بين أبعاد التوجه الريادي وأداء الشركات

يلعب التوجه الريادي دوراً مهماً في تطوير ورفع أداء الشركة، ففي ظل ظروف المنافسة المحلية والعالمية المتزايدة، بدأت الشركات تكافح من أجل المحافظة على عملائها الحاليين ومحاولة جذب عملاء جدد من خلال تقديم منتجات جديدة ومبتكرة وذلك لزيادة رضا العملاء وضمان ولائهم، ويؤدي ذلك إلى تفاعل الشركات مع عملائها بشكل مستمر مما يمكنها من التعرف على حاجاتهم المتنامية والمتغيرة، وبالتالي تصميم خدمات تفي بتلك الحاجات والرغبات، و إذا ما استطاعت إدارة الشركة تعزيز المحافظة على العملاء الحاليين وولائهم، وخلق قيمة محتملة للعملاء، وتعديل وتخصيص الخدمات والمنتجات، وزيادة ربحية العميل فإنها ستزيد

جدول (1) الصفات الديموغرافية لأفراد

المتغير	الصفة	التكرار	النسبة
النوع	ذكور	90	100.0
	إناث	-	-
العمر	المجموع	90	100.0
	من 18 سنة إلى أقل من 35 سنة	53	58.9%
	من 35 سنة إلى أقل من 50 سنة	37	41.1%
المؤهل العلمي	المجموع	90	100.0%
	ثانوي أو ما يعادلها	21	23.3%
	بكالوريوس/ليسانس/دبلوم عالي	67	74.4%
	ماجستير/ دكتوراه	2	2.2%
	المجموع	90	100.0%
المركز الوظيفي	مدير	26	28.9%
	رئيس قسم	32	35.6%
	رئيس وحدة	27	30.0%
	موظف	5	5.6%
	المجموع	90	100.0%
عدد سنوات الخدمة	أقل من 5 سنوات	34	37.8%
	من 5 سنة - 10 سنوات	43	47.8%
	من 11 - 15 سنة	8	8.9%
	من 16 سنة فأكثر	5	5.6%
	المجموع	90	100.0



الانجاز والاستقلال وتحمل المسؤولية والمخاطر، أما المحور الأخير

يتعلق بالأداء.

المحور الأول: التوجه نحو الريادة.

3.2 التحليل الوصفي:

احتوت أداة الاستبيان على (58) عبارة مقسمة إلى عدة محاور

المحور الأول يتعلق التوجه نحو الريادة، أما المحور الثاني يقيس

أبعاد التوجه الريادي ويشمل بعد الإبداع والمبادرة والثقة بالنفس وحب

جدول (2) عبارات التوجه نحو الريادة

الأهمية النسبية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	محور التوجه نحو الريادة
70.9	1.00	3.54	يعد مفهوم الريادة من المفاهيم المعروفة بشكل جيد لدى موظفي شركات الاتصال.
88.7	0.69	4.43	يؤدي تطبيق الريادة في الأعمال الإدارية إلى القدرة على ترجمة الأفكار إلى مهام ونتائج.
90.0	0.62	4.50	تسعى إدارة الشركة إلى إرضاء عملائها من خلال تحسين خدماتها بشكل مستمر.
77.6	0.88	3.88	يوجد هيكل إداري يساعد في عملية إنجاز نظام الريادة بالشركة.
86.0	0.76	4.30	تعمل إدارة الشركة على تبسيط إجراءاتها بحيث تكون واضحة ومفهومة للعاملين بالشركة كافة.
76.9	0.95	3.84	تقوم إدارة الشركة بدراسة السوق قبل طرح أي خدمة جديدة.
87.8	0.67	4.39	تعني الشركة باستقطاب الأفراد ذوي المؤهلات العلمية والكفاءة العملية.
90.4	0.60	4.52	يؤدي تطبيق الريادة إلى تسهيل مهمة متابعة إنجاز العمل بشكل سلس.
90.7	0.62	4.53	إن تطبيق الأفكار الريادية يسهم في الاستفادة من الوقت في التفكير والإبداع في العمل.
75.1	0.95	3.76	تراقب الشركة مواردها لتحديد مدى إمكانية تقليدها أو تكرارها من قبل المنافسين.
87.8	0.59	4.39	تقدم الشركة منتجات مميزة ومتقدمة تقنياً على مستوى قطاع الاتصالات.
87.6	0.71	4.38	تبحث الشركة بشكل مستمر عن التقنيات التكنولوجية الحديثة من أجل تطوير منتجاتها.
82.2	0.77	4.11	تهتم الشركة بنشاط الإعلان والترويج لبناء سمعة تميز منتجاتها عن شركات الاتصالات الأخرى.
91.8	0.60	4.59	تهتم الشركة برغبات وطلبات الزبون وتسعى لتحقيقها.
88.7	0.65	4.43	تفيد نظم المعلومات الإدارية بكل تقنياتها بتحسين أداء الشركات بشكل عام.
90.7	0.60	4.53	تهتم الإدارة العليا بالشكاوى الواردة من الزبائن ومحاولة معالجتها.
86.9	0.66	4.34	تبسيط وتسهيل العمليات المقدمة للعميل والموظف بالشركة.
89.6	0.64	4.48	تلتزم الشركة بتقديم خدماتها في مواعيد محددة وتلاءم مع ظروف الزبون.
91.3	0.69	4.57	توجد استجابة سريعة للمتغيرات التي تحدث في بيئة العمل.
85.6	0.94	4.28	لدى الشركة موقع خاص على شبكة الانترنت تزود العملاء من خلاله بأخر المستجدات.
	0.43	4.27	المتوسط العام

بالمرتبة الثالثة اهتمام الإدارة العليا بالشكاوى الواردة من الزبائن

ومحاولة معالجتها وكذلك اهتمام الإدارة بتطبيق الأفكار الريادية مما

يسهم في الاستفادة من الوقت في التفكير والإبداع في العمل بنسبة

(70.7%) وجاءت بالمرتبة الأخيرة من حيث الأهمية النسبية عبارة

يعد مفهوم الريادة من المفاهيم المعروفة بشكل جيد لدى موظفي

شركات الاتصال بنسبة (70.9%).

المحور الثاني: الإبداع:

جدول (3) عبارات محور الإبداع

يتبين لنا من الجدول (2) إن عبارة تهتم الشركة برغبات وطلبات

الزبون وتسعى لتحقيقها جاءت بالمرتبة الأولى من حيث الأهمية

النسبية وهذا يشير إلى أن جانب الاهتمام برغبات و تفضيلات

الزبائن تعتبر من أولويات التوجه نحو الريادة وتحقيق الميزة التنافسية

بنسبة (91.8%) وجاء بالمرتبة الثانية الاستجابة السريعة

للمتغيرات التي تحدث في بيئة العمل بنسبة (91.3%) ما يعني

أن الاستجابة السريعة للتغير ومواكبة التطورات التي تحدث في بيئة

العمل الداخلية والخارجية تساهم وبشكل كبير في التوجه نحو الريادة

وهي محل اهتمام وتعتبر من أولويات الوصول للريادة وجاءت

على تقديم مبادرات ابتكاريه فردية للشركة وبوجه عام فان المتوسط العام للمحور (4.33) يفوق متوسط المقياس ما يعني إن إجابات المشاركين في الاتجاه الموافق على ما احتوته عبارات المحور.

المحور الرابع: الثقة بالنفس:

جدول (5) عبارات محور الثقة بالنفس

الأهمية النسبية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	محور الثقة بالنفس
79.3	0.69	3.97	لدي القدرة على رؤية الميول غير الواضحة للأخرين.
88.2	0.56	4.41	أحافظ على الحلول الجديدة في عملي بشكل مستمر.
89.1	0.60	4.46	أستطيع تعلم أي شيء إذا ما تفرغت بشكل كامل لهذا الأمر.
89.1	20.6	4.46	أتمتع بثقة عالية في قدرتي على الدفاع عن أفكارني بالحجة والبرهان.
90.0	0.59	4.50	ليس من السهل تثبيط عزيمتي فأنا أصر على مواجهة العقبات.
	0.48	4.35	المتوسط العام

يتبين لنا من الجدول (5) إن عبارة ليس من السهل تثبيط عزيمتي فأنا أصر على مواجهة العقبات، جاءت بالمرتبة الأولى من حيث الأهمية النسبية بنسبة (90.0%) وهذا يشير إلى أن الإصرار والعزيمة من أكثر الأشياء التي تساعد في تعزيز الثقة بالنفس والاهتمام، وجاء بالمرتبة الثانية أستطيع تعلم أي شيء إذا ما تفرغت بشكل كامل لهذا الأمر والتمتع بثقة عالية في القدرة على الدفاع عن الأفكار بالحجة والبرهان بنسبة (89.1%) كل هذه الممارسات من شأنها أن تعزز الثقة بالنفس وبالتالي التوجه نحو الريادة، وبوجه عام فان المتوسط العام للمحور (4.35) يفوق متوسط المقياس ما يعني إن إجابات المشاركين في الاتجاه الموافق على ما احتوته عبارات المقياس.

المحور الخامس: حب الانجاز:

جدول (6) عبارات محور حب الانجاز

الأهمية النسبية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	محور حب الإنجاز
87.8	0.61	4.39	أمتلك القدرة على ترجمة الأفكار إلى مهام ونتائج.
88.9	0.62	4.44	أفضل العمل الصعب الذي يحتاج إلى أفكار مبدعة.
89.1	0.64	4.46	نقل حاجتي للراحة عندما أكون مهتماً بعمل معين.
91.8	0.58	4.59	أنجز الأعمال المطلوبة مني بشكل تام.
89.1	0.64	4.46	لدي الاستعداد لتقديم التضحيات مقابل ما سأحصل عليه من عوائد مستقبلية.
	0.50	4.46	المتوسط العام

يتبين لنا من الجدول (6) إن عبارة أنجز الأعمال المطلوبة مني بشكل تام، جاءت بالمرتبة الأولى من حيث الأهمية النسبية وبلغت

محور الإبداع	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية
أفضل العمل الذي يحتاج إلى تفكير إبداعي.	4.57	0.56	91.3
أسعى دائماً لتطوير نفسي على المستوى المهني.	4.63	0.57	92.7
أحرص على تبني أساليب جديدة في تطوير العمل.	4.53	0.67	90.7
أقوم بمناقشة أفكارني مع الآخرين بشكل مستمر.	4.08	0.84	81.6
أبني نظاماً يدعم ابتكار منتجات جديدة.	4.27	0.68	85.3
المتوسط العام	4.41	0.52	

يتبين لنا من الجدول (3) أن عبارة أسعى دائماً لتطوير نفسي على المستوى المهني جاءت بالمرتبة الأولى من حيث الأهمية النسبية وهذا يعبر عن رغبة المشاركين للتطوير على المستوى المهني بنسبة (92.7%) وهذه الرغبة نحو التطوير لاشك أنها تساهم بالدفع نحو الإبداع وبالتالي التوجه نحو العمل الريادي، وجاء بالمرتبة الثانية الرغبة والتفضيل للعمل الذي يحتاج إلى التفكير الإبداعي بنسبة (91.3%) وجاء بالمرتبة الثالثة أحرص على تبني أساليب جديدة في تطوير العمل بنسبة (90.7%) كل هذه الممارسات والأنشطة هي في واقع الحال تعبر عن رغبة العاملين نحو التوجه للريادة وذلك بالعمل الإبداعي، وبوجه عام فان المتوسط الحسابي لمحور الإبداع (4.41) يفوق متوسط المقياس وفي اتجاه الموافقة على ما احتوته عبارات المقياس.

المحور الثالث: المبادرة:

جدول (4) عبارات محور المبادرة

محور المبادرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية
أعمل على بناء علاقات جيدة مع زملاء العمل لتطوير الخدمات المقدمة.	4.06	0.74	81.1
أبادر نحو الاستفادة من التطورات العلمية في مجال عملي.	4.41	0.62	88.2
أستطيع تقديم مبادرات ابتكاريه فردية.	4.32	0.60	86.4
أعمل على بناء منظور مستقبلي لعملي.	4.41	0.58	88.2
أسعى نحو استثمار الفرص الجيدة في عملي.	4.49	0.60	89.8
المتوسط العام	4.33	0.52	

يتبين لنا من الجدول (4) إن عبارة أسعى نحو استثمار الفرص الجيدة في عملي جاءت بالمرتبة الأولى من حيث الأهمية النسبية بلغت (89.8%) وهذا يشير إلى أن جانب الاهتمام والسعي نحو التطوير من قبل العاملين بالشركة، وجاء بالمرتبة الثانية أعمل على بناء منظور مستقبلي لعملي وأبادر نحو الاستفادة من التطورات العلمية في مجال عملي بنسبة (88.2%) ما يعني أن هناك مساعي ونظرة مستقبلية وتطلع لمستقبل أفضل للمشاركين والاستفادة من التطور العلمي في عالم الاتصالات وجاء بالمرتبة الثالثة القدرة

87.11	0.55	4.36	أمتلك القدرة على مواجهة الصعوبات والتحديات.
78.67	0.82	3.93	أخذ قرارات جريئة بالرغم من حالة عدم التاكّد التي تحيط بطبيعة عملي.
78.00	0.90	3.90	أسعى إلى إرضاء المسؤولين حتى لو تحملت أعباء أكبر قياساً بإمكاناتي.
81.78	0.74	4.09	أميل للعمل بجرأة في الحالات التي تتسم بمخاطرة عالية.
86.44	0.60	4.32	أرغب بتحقيق الأهداف الصعبة لتحقيق درجات عالية من الرضا.
	0.52	4.12	المتوسط العام

يتبين لنا من الجدول (8) إن عبارة أمتلك القدرة على مواجهة الصعوبات والتحديات، جاءت بالمرتبة الأولى من حيث الأهمية النسبية وبلغت (87.11%) وجاء بالمرتبة الثانية أرغب بتحقيق الأهداف الصعبة لتحقيق درجات عالية من الرضا بنسبة (86.44%) وبوجه عام فإن المتوسط العام للمحور (4.12) يفوق متوسط المقياس ما يعنى إن إجابات المشاركين في الاتجاه الموافق على ما احتوته عبارات المحور.

ثامناً: محور الأداء:

جدول (9) عبارات محور الأداء

محور الأداء	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري النسبية	الأهمية النسبية
شركتنا لديها القدرة على سداد التزاماتها قصيرة الأجل.	4.26	0.73	85.1
شركتنا لديها صورة إيجابية في أذهان الزبائن.	4.58	0.67	91.6
شركتنا لديها معدل نمو عالي مقارنة بأقرب منافسينا.	4.14	0.84	82.9
شركتنا لديها قدرة تنافسية أكبر من نظرائها في السوق.	4.11	0.92	82.2
شركتنا لديها معدلات مبيعات مرتفعة مقارنة بأقرب منافسينا في السوق.	4.18	0.84	83.6
شركتنا لديها حصة سوقية أكبر من منافسينا بالسوق.	3.96	0.87	79.1
شركتنا لديها القدرة على تخفيض التكاليف أكثر من منافسينا بالسوق.	3.76	1.01	75.1
شركتنا تتمتع بجودة خدمات أكثر من منافسينا بالسوق.	4.36	0.81	87.1
المتوسط العام	4.16	0.66	

يتبين لنا من الجدول (9) إن عبارة شركتنا لديها صورة إيجابية في أذهان الزبائن، جاءت بالمرتبة الأولى من حيث الأهمية النسبية وبلغت (91.6%) وهذا يشير أهمية الانطباع الإيجابي للزبون والصورة الذهنية التي ترسم في أذهان الزبائن فإن كان الانطباع إيجابياً عن خدمات الشركة وتحقيق رضا الزبون فإنه يضمن لك أربعة زبائن بينما إن كان الزبون غير راضي ينفر منك احد عشر زبون كما تشير دراسات التسويق، هنا وجب التركيز على رضا الزبون، وجاء بالمرتبة الثانية شركتنا تتمتع بجودة خدمات أكثر من

(91.8%) وهذا يدل على الاهتمام والحرص على انجاز المهام بالشكل المطلوب والذي يعبر عن حب الانجاز والتطلع للعمل الريادي، وجاء بالمرتبة الثانية نقل حاجتي للراحة عندما أكون مهتماً بعمل معين ولدي الاستعداد لتقديم التضحيات مقابل ما سأحصل عليه من عوائد مستقبلية بنسبة (89.1%) وهذا يشير إلى حب الانجاز يقل كلما زاد ركون النفس للراحة والخمول والنفس تزداد رغبتها في الانجاز كلما كانت العوائد المستقبلية ذات قيمة وتحقق الكثير من المنافع وبالتالي ينبغي التركيز على العوائد والخوافز في إثارة الرغبة للإنجاز وبوجه عام فإن المتوسط العام للمحور (4.46) يفوق متوسط المقياس ما يعنى إن إجابات المشاركين في الاتجاه الموافق على ما احتوته عبارات المحور.

المحور السادس: الاستقلال وتحمل المسؤولية:

جدول (7) عبارات محور الاستقلال وتحمل المسؤولية

محور الاستقلال وتحمل المسؤولية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري النسبية	الأهمية النسبية
لدي القدرة على التحاور مع الإدارة في إمكانية تبنى مشاريع جديدة دون تحفظات.	4.32	0.72	86.4
أستثمر وقت العمل فيما أحب وبالطريقة التي تتناسبني.	4.40	0.68	88.0
أشعر بأن نتائج العمل دائما أفضل عندما تكون تحت إشرافي الشخصي.	4.34	0.77	86.9
لدي الحرية الكافية لتطبيق الأفكار الجديدة.	4.18	0.84	83.6
أمتلك حرية القرار في تحديد طريقة وكيفية أداء عملي.	4.34	0.71	86.9
المتوسط العام	4.32	0.63	

يتبين لنا من الجدول (7) إن عبارة أستثمر وقت العمل فيما أحب وبالطريقة التي تتناسبني، جاءت بالمرتبة الأولى من حيث الأهمية النسبية وبلغت (88.0%) وهذا يدل على أن العاملين لديهم مساحة من الحرية في توظيف الوقت وبالتالي يمنحهم شيء الإحساس بالمسؤولية والاستقلالية والتطلع نحو الأفضل وحسن التصرف في ظل توجه المؤسسة نحو العمل الريادي، وجاء بالمرتبة الثانية أشعر بأن نتائج العمل دائما أفضل عندما تكون تحت إشرافي الشخصي وأمتلك حرية القرار في تحديد طريقة وكيفية أداء عملي ولدي القدرة على التحاور مع الإدارة في إمكانية تبنى مشاريع جديدة دون تحفظات بنسبة (86.9%) وبوجه عام فإن المتوسط العام للمحور (4.32) يفوق متوسط المقياس ما يعنى إن إجابات المشاركين في الاتجاه الموافق على ما احتوته عبارات المحور.

المحور السابع: المخاطرة:

جدول (8) عبارات محور المخاطرة

محور المخاطرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري النسبية	الأهمية النسبية
---------------	-----------------	---------------------------	-----------------

جدول (12) يبين العلاقة بين الإبداع والأداء

الأداء	المعاملات	الإبداع
0.562**	Corrélation	
90	N	

يتبين لنا من الجدول (12) أن هناك ارتباط فوق المتوسط بلغت قيمته (**0.562****) بين الإبداع والأداء وبناء على قيمة معامل الارتباط يمكن القول بأنه توجد علاقة ارتباطية بين الإبداع والأداء، ويمكن القول انه كلما زاد العمل الإبداعي زاد التوجه نحو زيادة الأعمال وبالتالي زيادة مستوى الأداء.

الفرضية الفرعية الثانية: "لا توجد علاقة ارتباطية بين المبادرة والأداء"

جدول (13) يبين العلاقة بين رأس المال البشري وريادة الأعمال

الأداء	المعاملات	المبادرة
0.608**	Corrélation	
90	N	

يتبين لنا من الجدول (13) أن هناك ارتباط فوق المتوسط قيمته (**0.608****) بين المبادرة والأداء وبناء على قيمة معامل الارتباط يمكن القول بأنه توجد علاقة ارتباطية بين المبادرة والأداء.

الفرضية الفرعية الثالثة: "لا توجد علاقة ارتباطية بين رأس المال التنظيمي وريادة الأعمال".

جدول (14) يبين العلاقة بين رأس المال البشري وريادة الأعمال

الأداء	المعاملات	الثقة بالنفس
0.441**	Corrélation	
90	N	

يتبين لنا من الجدول (14) أن هناك ارتباط بلغت قيمته (**0.441****) بين الثقة بالنفس والأداء وبناء على قيمة معامل الارتباط يمكن القول بأنه توجد علاقة ارتباطية بين الثقة بالنفس والأداء، ويمكن القول انه كلما مستوى الثقة بالنفس زاد مستوى الأداء وبالتالي التوجه نحو ريادة الأعمال.

الفرضية الفرعية الرابعة: "لا توجد علاقة ارتباطية بين حب الانجاز والأداء".

جدول (15) يبين العلاقة بين حب الانجاز والأداء

الأداء	المعاملات	حب الإنجاز
0.394**	Corrélation	
90	N	

يتبين لنا من الجدول (15) أن هناك ارتباط بلغت قيمته (**0.394****) بين حب الانجاز والأداء وبناء على قيمة معامل

منافسيها بالسوق بنسبة (87.1%) وبوجه عام فان المتوسط العام للمحور (4.16) يفوق متوسط المقياس ما يعنى إن إجابات المشاركين في الاتجاه الموافق على ما احتوته عبارات المحور.

4.2 تقييم محاور الريادة من حيث الأهمية النسبية:

جدول(10) أبعاد التوجه الريادي

أبعاد الريادة	المتوسط	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية
التوجه نحو الريادة	4.28	0.43	85.6
الإبداع	4.42	0.53	88.3
المبادرة	4.34	0.53	86.8
الثقة بالنفس	4.36	0.49	87.2
حب الإنجاز	4.47	0.50	89.3
الاستقلال وتحمل المسؤولية	4.32	0.63	86.4
المخاطرة	4.12	0.53	82.4

يتبين لنا من الجدول (10) وبناء على الأهمية النسبية لأبعاد الريادة حيث جاء محور حب الانجاز في المرتبة الأولى من حيث الأهمية بنسبة (89.3%) لكونه هو الدافع الأساسي الذي يدفع الإنسان للعمل وحب الانجاز والعطاء وبذل المزيد من الجهد من اجل الانجاز، وجاء بالمرتبة الثانية بعد الإبداع بنسبة (88.3%) فأينما وجد حب الانجاز والعطاء نجد الإبداع وجاء بالمرتبة الثالثة الثقة بالنفس بنسبة (87.2%) أي أن حب الانجاز والإبداع هي من تعزز الثقة بالنفس. وبالتالي يمكن المبادرة لريادة الأعمال وجاءت بالمرتبة الرابعة بنسبة (86.8%).

1.3 الجانب التحليلي للدراسة:

تضمن الجانب التحليلي تساؤلات الدراسة الرئيسية والفرعية وهي كما يلي:

الفرضية الرئيسية الأولى: لا توجد علاقة ارتباطية بين التوجه نحو الريادة والأداء

جدول (11) يبين العلاقة بين التوجه نحو الريادة والأداء

الأداء	المعاملات	التوجه نحو الريادة
0.651**	Corrélation	
90	N	

يتبين لنا من الجدول (11) أن هناك ارتباط فوق المتوسط قيمته (**0.651****) بين التوجه نحو الريادة والأداء وبناء على قيمة معامل الارتباط وهي تفوق المتوسط عليه يمكن القول بأنه توجد علاقة ارتباطية بين التوجه نحو الريادة والأداء، ويمكن القول انه كلما زاد مستوى التوجه نحو ريادة الأعمال كلما زاد ذلك من مستوى الأداء.

الفرضية الفرعية الأولى: "لا توجد علاقة ارتباطية بين الإبداع والأداء".

4. تبين نتائج الدراسة أن انجاز الأعمال المطلوبة بالشكل الذي ينبغي أن يكون عليه من مؤشرات حب الانجاز وبالتالي التوجه نحو الريادة، وأن استثمار أوقات العمل فيما يحب العامل، وبالطريقة التي تناسبه من أهم الجوانب التي تساهم في تحمل المسؤولية والاستقلالية في سعي الشركات نحو التوجه للريادة.
5. تبين نتائج الدراسة أن امتلاك القدرة على مواجهة الصعوبات يعتبر من أهم الجوانب التغلب على المخاطر التي تواجه الشركات، وأن ما يميز أداء الشركات في توجيهها نحو الريادة هو الصورة الذهنية الايجابية للربائين التي ينبغي التركيز عليها والحرص بالشكل الذي يتوقعه الزبون أو فوق ما يتوقعه لتحقيق الرضا التام وبالتالي ضمان الاستمرارية والنمو والريادة في العمل.
6. تبين نتائج الدراسة أن محور حب الانجاز يعتبر من أهم مجالات التوجه نحو العمل الريادي، كما بينت أن هناك علاقة ارتباطية بين التوجه نحو الريادة والأداء بالشركة.
7. تبين نتائج الدراسة أن هناك علاقة ارتباطية بين ابعاد التوجه الريادي وهي (الإبداع، المبادرة، الثقة بالنفس، حب الإنجاز، الاستقلالية والمسؤولية، المخاطرة) والأداء بالعمل.

3.3 التوصيات

من خلال النتائج التي توصلت إليها الدراسة يمكن الوقوف على عدد من التوصيات التالية:

1. العمل توفير الإمكانيات المالية والتكنولوجية التي تساعد على الدفع بالعمل الإبداعي وتشجع على التطوير الذاتي.
 2. العمل على تنمية قدرات ومهارات العاملين بالشركات.
 3. العمل على مشاركة العاملين في عملية اتخاذ القرار وإشعارهم بأنهم شركاء في العمل، فيتحملوا المسؤولية بكل ثقة لبذل مزيد من الجهود الفكرية والإبداعية التي تؤدي إلى عمل أفضل.
 4. الاهتمام بالأفراد ذوي الأفكار الإبداعية وتوفير الفرص لهم بشكل يضمن توفير بيئة إبداعية تشجعهم على العطاء وتكثيف الجهود للإبداع في مجال اختصاصاتهم.
 5. التوظيف الجيد لرأس المال الفكري في الشركة بشكل أكثر فاعلية من أجل تعزيز تأثيرها الايجابي في تحقيق الريادة في العمل.
- ألرباطي، أحمد سعد، والحداد، صابرين المبروك (2017)، " أثر استخدام أدوات المحاسبة الرشيدة في تحقيق الميزة التنافسية في المنظمات الريادية" (دراسة ميدانية على بعض الفروع شركة المدار الجديد للاتصالات)، ورقة مقدمة للمؤتمر العلمي الأول لريادة الأعمال، مؤتمر المشروعات الصغيرة.

المراجع

الارتباط يمكن القول بأنه توجد علاقة ارتباطية بين حب الانجاز والأداء، ويمكن القول انه كلما زاد مستوى حب الانجاز زاد مستوى الأداء وبالتالي التوجه نحو ريادة الأعمال.

الفرضية الفرعية الخامسة: "لا توجد علاقة ارتباطية بين الاستقلالية وتحمل المسؤولية والأداء"

جدول (16) يبين العلاقة بين الاستقلالية وتحمل المسؤولية

والأداء

الأداء	المعاملات	الاستقلال وتحمل المسؤولية
0.417**	Corrélation	
90	N	

يتبين لنا من الجدول (16) ان هناك ارتباط بلغت قيمته (**0.417) بين حب الاستقلالية وتحمل المسؤولية والأداء وبناء على قيمة معامل الارتباط يمكن القول بأنه توجد علاقة ارتباطية بين الاستقلالية وتحمل المسؤولية والأداء.

الفرضية الفرعية السادسة: "لا توجد علاقة ارتباطية بين المخاطرة والأداء".

جدول (17) يبين العلاقة بين المخاطرة والأداء

الأداء	المعاملات	الماطرة
0.572**	Corrélation	
90	N	

يتبين لنا من الجدول (17) أن هناك ارتباط بلغت قيمته (**0.572) بين المخاطرة والأداء وبناء على قيمة معامل الارتباط يمكن القول بأنه توجد علاقة ارتباطية بين المخاطرة والأداء.

2.3 نتائج الدراسة

بناء على نتائج التحليل العملي للدراسة تم التوصل إلى عدد من النتائج وهي كالآتي:

1. تبين نتائج الدراسة أن الغالبية من المشاركين بالدراسة من ذوي التأهيل الجامعي.
2. كما تبين أن الاهتمام برغبات وتفضيلات الزبون من أهم الجوانب ذات الأهمية في عمل الشركة وتوجهها نحو ريادة الأعمال، وأن الاستجابة السريعة للمتغيرات التي تحدث في بيئة العمل، و اهتمام الإدارة العليا بالشكاوى الواردة الربائين ومعالجتها كلها تساهم في التوجه نحو العمل الريادي.
3. تبين نتائج الدراسة أن السعي الدائم نحو استثمار الفرص الجيدة من أهم جوانب المبادرة في العمل، وكذلك التطوير المهني، والعزيمة والإصرار وشحن الهمم من أهم الجوانب التي تعزز الثقة بالنفس في التوجه للعمل الريادة.

- [10]- الكلاي، أمير نعمة مخيف، (2012) " دور التوجه في إدراك الزبون لجودة الخدمة-دراسة استطلاعية لآراء عينة من مديري من منظمات القطاع السياحي الصغيرة والمتوسطة في محافظة النجف الإشراف" رسالة ماجستير مقدمة إلى مجلس كلية الإدارة والاقتصاد - قسم إدارة أعمال، جامعة الكوفة.
- [11]- Miller, Danny,(1983),"The Correlates of Entrepreneurship in Three Types of Firms", Management Science, Vol.29, No.7: 770-791.
- [12]- التميمي، رأفت عواد، (2016) "التوجه الريادي ونظام المعلومات التسويقي ودورها في تحقيق التمايز بأداء الأعمال": دراسة تحليلية في مصر في الرشيد والرافدين، مجلد القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد (18)، العدد (2)، العراق
- [13]- لنجار، فايز، والعلي عبد الستار، (2011) "الريادة في منظمات الأعمال"، الطبعة الثانية، عمان، دار الحامد للنشر.
- [14]- الزين، منصور (2010). آليات دعم ومساندة المشروعات الذاتية والمبادرات لتحقيق التنمية، الملحق العلمي الدولي، الجزائر.
- [15]- خصاونة، أحمد سليمان، (2010)، الفكر الاقتصادي عند الإمام بن الحسن السباني: الإنتاج والتوزيع والاستهلاك، عمان، دار عماد الدين للنشر والتوزيع (مرجع من الانترنت).
- [16]- حمزة، لفيق، (2009)، "تقييم البرامج التكوينية لدعم المقاومة مع دراسة حالة برنامج CreeGerme المعتمد في غرفة الصناعات التقليدية والحرف"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة محمد بوقرة بومرداس، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، الجزائر.
- [17]- فارس، نادين، (2016)، "العلاقة بين الخصائص الريادية لدى الإدارة العليا في البنوك التجارية والتخطيط الاستراتيجي في قطاع غزة" (رسالة ماجستير غير منشورة) الجامعة الإسلامية، غزة.
- [18]- Avram, C., R, Luminita. 2010. The Concept of Performance- History and Forms of Manifestation. JEL Classification; M41.
- [19]- Chandra, Brasama,(1997),"Financial Management; Theory and Practice", 4th , Tata Mc Graw Hill Delhi.
- [20]- السكارنة، بلال (2008). استراتيجيات الريادة ودورها في تحقيق الميزة التنافسية، دراسة ميدانية على شركات الاتصالات في الأردن، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، 77 (17).
- [21]- الشيخ، الداوي، (2010)، "تحليل الأسس النظرية لمفهوم الأداء" مجلة الباحث، عدد (7). 217- 227.
- [1]- ألباطي، أحمد سعد، والحداد، صابرين المبروك(2017)، " أثر استخدام أدوات المحاسبة الرشيدة في تحقيق الميزة التنافسية في المنظمات الريادية"(دراسة ميدانية على بعض الفروع شركة المدار الجديد للاتصالات)، ورقة مقدمة للمؤتمر العلمي الأول لريادة الأعمال، مؤتمر المشروعات الصغيرة.
- [2]- البوعنين، محمد عيسى، وبلل، إبراهيم صديق، وأسحق، عيسى عماد الدين، (2018)، "أثر التوجه الريادي على الأداء التشغيلي للشركات العائلية البحرينية" مجلة الدراسات العليا- جامعة النيلين) مج11، (ع142-1).
- [3]- البدري، أحمد سعد، وألبدري، منير سليمان، والدرسي، عبدالكريم فرج، (2017)، "مدى توافر السمات الريادية لدى أصحاب المشروعات الصغيرة بمدينة بنغازي" ورقة مقدمة للمؤتمر العلمي الأول لريادة الأعمال: الواقع والمأمول مؤتمر المشروعات الصغيرة في ليبيا، رؤية جديدة لتنمية مصادر الدخل، جامعة عمر المختار، البيضاء، ليبيا.
- [4]- قصوة، عبير أحمد إبراهيم، (2016) " دور ريادة الأعمال في كفاءة أداء المؤسسات في شركة كونكريت الهندسية المحدودة في السودان" (دراسة حالة على شركة كونكريت الهندسية المحدودة) رسالة ماجستير، جامعة السودان، للعلوم والتكنولوجيا، كلية الدراسات العليا.
- [5]- الزياي، صباح حسين، ورشيد، صالح عبدالرضا، (2013)، " دور التوجه الريادي في تحقيق الأداء الجامعي المتميز" دراسة تحليلية لآراء القيادات الجامعية في عينة من كليات جامعات القرات.
- [6]- Kraus, Sascha,(2013),"The Role of Entrepreneurial Orientation in Service Firms: Empirical Evidence From Austria," The Service Industries Journal,Vol.33, No.5:427- 444
- [7]- السلطاني، علي عصام لطيف، (2011) "التوجه الريادي في منظمات الأداء العالي: دراسة تحليلية لآراء عينة من القيادات الإدارية في جامعة الإمارات العربية المتحدة"، رسالة ماجستير غير منشورة مقدمة إلى مجلس كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة القادسية.
- [8]- اللجنة الشعبية العامة سابقاً، قرار رقم (845) لسنة 2007 ، بشأن إنشاء البرنامج الوطني للمشروعات الصغرى والمتوسطة.
- [9]- اللجنة الشعبية العامة سابقاً، قرار رقم (472) لسنة 2009، بشأن تقرير بعض الأحكام في شأن المشروعات الصغيرة والمتوسطة.

[22]- لآغا، وفيق(2009)، "الريادة في الشركات العربية بمنظور استراتيجي"، مجلة جامعة الأزهر المجلد 11، العدد 1-40، غزة.