

أثر استراتيجيات ريادة الأعمال على التعليم الجامعي لدى الجامعات الفلسطينية في المحافظات الجنوبية الفلسطينية

الباحث : مروان محمد ثابت مشتهي

باحث أكاديمي-تخصص إدارة الأعمال

المستخلص :

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر استراتيجيات ريادة الأعمال في تحقيق الميزة التنافسية لدى الجامعات الفلسطينية في المحافظات الجنوبية من فلسطين. وتجسدت مشكلة الدراسة في وجود عجز لدى المؤسسات العامة والخاصة في استيعاب مزيد من الوظائف، إلى جانب قصور في أداء الجامعات في تطوير المشروعات الريادية. ولتحقيق أهداف الدراسة، اعتمد الباحث المنهج الوصفي التحليلي، وصُممت استبانة أداةً لجمع البيانات، وطُبقت على عينة عشوائية طبقية بلغت (329) من الأكاديميين والإداريين، وحُللت البيانات باستخدام برنامج (SPSS). وقد أظهرت النتائج أن لاستراتيجيات ريادة الأعمال في الجامعات الفلسطينية بأبعادها (الابتكار، والإبداع، والمبادرة بالمخاطرة) أثراً واضحاً، إذ بلغت نسبة تحققها (77.6%)، في حين بلغت درجة تحقيق الميزة التنافسية (75.2%). كما أثبتت الدراسة وجود أثر ذي دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لاستراتيجيات ريادة الأعمال في الميزة التنافسية، ووجود أثر ذي دلالة إحصائية عند المستوى ذاته في تطوير الخدمات والمبيعات. وفي ضوء هذه النتائج، أوصت الدراسة بضرورة اتخاذ الجامعات قرارات ملائمة عند أداء الواجبات والمهام بأقل قدر من المخاطرة لمواجهة الظروف الطارئة، والعمل على استقطاب الكفاءات البشرية المبدعة في مختلف المجالات لتحقيق الميزة التنافسية وزيادة حصتها السوقية، فضلاً عن التركيز على الاستعانة بالخبراء عند صياغة خططها الخاصة بتجويد الميزة التنافسية وتحسينها لزيادة كفاءة الخدمات وتطويرها.

الكلمات المفتاحية : الاستراتيجية، ريادة الأعمال، استراتيجيات ريادة الأعمال، تنمية المبيعات

The Impact of Entrepreneurship Strategies on Higher Education in Universities in the Southern Palestinian Governorates

Marwan Mohammed Thabet Mushtaha

Field of Study: Business Administration

Abstract :

This study aimed to explore the impact of entrepreneurial strategies on achieving competitive advantage (sales development) at Palestinian universities in the southern governorates of Palestine. The study problem was manifested in the existence of a deficit among public and private institutions in absorbing more jobs, along with shortcomings in the performance of universities in developing entrepreneurial projects. To achieve the study objectives, the researcher adopted the descriptive-analytical method, and a questionnaire was designed as a data collection instrument. It was applied to a stratified random sample of (329) academics and administrators, and the data were analyzed using the (SPSS) program. The results revealed that entrepreneurial strategies at Palestinian universities, with their dimensions (innovation, creativity, and risk-taking initiative), had a clear impact, as their achievement rate reached (77.6%), while the degree of achieving competitive advantage (sales development) reached (75.2%). The study also demonstrated a statistically significant impact at the significance level ($\alpha \leq 0.05$) of

entrepreneurial strategies on competitive advantage (sales development), and a statistically significant impact at the same significance level on developing services and sales. In light of these results, the study recommended the necessity for universities to make appropriate decisions when performing duties and tasks with the least possible risk to confront emergency conditions, and to work on attracting creative human competencies in various fields to achieve competitive advantage (sales development) and increase their market share, in addition to focusing on seeking the assistance of experts when formulating their plans for improving and enhancing competitive advantage (sales development) to increase the efficiency of services and develop them.

Keywords: Strategy, Entrepreneurship, Entrepreneurial Strategies, Sales Development.

الفصل الأول : الإطار العام للدراسة

-المقدمة :

يشهد عالم اليوم تحولات متسارعة تتسم بتنامي ديناميات العمل الحر، واحتدام المنافسة بين المؤسسات الكبرى، وبروز الثورة المعلوماتية والعولمة والنظم الحديثة المعقدة والحياة الرقمية؛ الأمر الذي ضاعف من تحديات النهوض بالعمل الريادي، وفرض على مؤسسات الأعمال مواجهة تحديات المنافسة للحفاظ على بقائها في الأسواق وصون ميزتها التنافسية. وقد بات من الضروري لكل من يطمح إلى الريادة في مجاله مواكبة متطلبات العصر والحداثة، بما يجعل تبني استراتيجيات الريادة ضرورة من ضروريات الحياة المعاصرة.

وقد اتسع نطاق الريادة واستخداماتها من قبل المؤسسات، وتعددت التوجهات الاستراتيجية باعتبارها عنصراً حيوياً يسهم في تطوير الريادة واستخدامها وانتشارها؛ ليشمل ذلك الإدارة الاستراتيجية باعتبارها الوجه المقابل لها، وذلك في سياق التوجه نحو الأعمال الريادية وخلق الرفاهية للمجتمع. وهذا ما يفسر التداخل بين الإدارة الاستراتيجية والنشاط الريادي من خلال دمج التوجه الاستراتيجي في مختلف أعمال الابتكار والإبداع وتعزيز القدرة التنافسية للمؤسسة (بن قايد، 2017).

وقد اكتسبت الريادة أهمية متزايدة في مجالات الحياة المعاصرة؛ إذ شهدت السنوات الأخيرة تطوراً هائلاً في الفكر الإداري عامةً والفكر الاستراتيجي لمؤسسات الأعمال خاصةً، مما أدى إلى تراكم المعرفة والخبرات لدى تلك المؤسسات، وأسهم في تمكينها من أداء دور ريادي بارز في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية. وقد أدركت المنظمات أن السبيل الوحيد لتحقيق ميزة تنافسية في ظل بيئة العمل المتغيرة يتمثل في تبني التوجهات الاستراتيجية بالنظر إلى المستقبل برؤية استراتيجية عميقة؛ بهدف استحداث تجربة جديدة وفريدة تميزها عن منافسيها للوصول إلى التميز والإبداع (الأيوبي، 2018).

وتُعد استراتيجيات الريادة في وقتنا الراهن منهجاً ثورياً أحدث تغيرات كبيرة في أدبيات الإدارة؛ إذ أصبحت الطريق الذي تتمكن الإدارة بواسطته من تحقيق الفعالية والمرونة والتنافس في أداء المؤسسة وأهدافها ككل، كما تمكّنها من معالجة أسباب الضعف وتحسين أدوات التنفيذ لمواجهة التحديات، وصولاً إلى المؤسسة المتميزة (عطوف، 2016).

ويُعد امتلاك الميزة التنافسية بمثابة سلاح فعال يمنح المؤسسة القدرة على مواجهة تحديات الأسواق والمنافسين العاملين في المجال ذاته؛ مما يتطلب منها تنمية قدراتها التنافسية لتلبية حاجات المستهلكين في المستقبل، من خلال امتلاك المهارات والتقنيات التي تمكّنها من التكيف مع الفرص المتغيرة (البياتي، 2016).

وفي هذا السياق، يكتسب توجه المؤسسات التعليمية نحو الريادة أهمية بالغة؛ إذ يرفع من مستواها التنافسي ويضيف قيمة للعملية التعليمية، ويمكّن الطلبة من مواكبة التغيرات في البيئة الداخلية والخارجية للمؤسسة واستشرافها والاستجابة لها،

وتحمل المسؤولية، وأخذ زمام المبادرة للمساهمة الفاعلة في مجالات التنمية المتنوعة؛ لإيجاد أجيال ريادية قادرة على الإبداع والابتكار من خلال تحويل الأفكار الريادية إلى مشاريع منافسة (الكسواني، د.ت).

ولكي تتمكن الجامعات من التعايش والتكيف مع عصر العولمة، والتأقلم مع التقنيات الحديثة التي فرضت نفسها على شتى مجالات الحياة المعاصرة، ينبغي عليها خوض عملية تغيير جذري شامل يتعدى الأمور الشكلية إلى الغوص في المضمون، بما يؤدي إلى تحقيق المواءمة بين الأهداف الاستراتيجية ومتطلبات العصر والحدثة (أبو حسنة، 2014).

وتحظى الجامعات بأهمية عالية كونها تمثل قمة الهرم التعليمي في المجتمع، ويقع على عاتقها — إلى جانب الحكومة — مسؤولية تحقيق التنمية المستدامة، وتحقيق مستويات من التقدم المني، وتخطيط القوى العاملة وتنمية الموارد البشرية، مع الموازنة بين الاحتفاظ بالهوية الخاصة بالجامعة والانفتاح محلياً ودولياً للنهوض بالمجتمع؛ لذلك تُعدّ الجامعة في أمسّ الحاجة بشكل دائم إلى الحفاظ على ديناميكيتها وجدارتها التنافسية لتحقيق النمو والاستدامة من خلال كلياتها وكوادرها الأكاديمية والإدارية (حمادي، 2017).

مشكلة الدراسة:

وتُشكل الجامعات رافعة أساسية في تطوير المجتمعات وتقديمها، نظراً لإسهامها الجوهري في تحقيق التنمية المستدامة؛ الأمر الذي يفرض عليها التخلي عن أدوارها التقليدية عبر تبني استراتيجيات ابتكارية تواكب الثورة المعلوماتية، والحياة الرقمية، والتعليم الإلكتروني، والتفكير خارج الصندوق، والتخطيط الفعّال لرأس مالها البشري والفكري، بما يمكنها من تحقيق ميزة تنافسية يصعب على منافسيها تقليدها ومحاكاتها. وقد لاحظ الباحث، من خلال مراجعته للأدبيات، عجز المؤسسات العامة والخاصة عن استيعاب المزيد من الوظائف، وهو ما أشارت إليه دراسة (الرميدي، 2018). كما تبين للباحث وجود قصور في أداء الجامعات يتمثل في عدم تأهيلها طلابها بالقدر المطلوب الذي يمكنهم من البدء والمساهمة في تطوير مشاريعهم الريادية، وهو ما أكدته دراسة (العجلة وأبو مدلة، 2013). إضافة إلى ذلك، يشهد قطاع التعليم العالي تزايداً في حدة المنافسة بين مؤسساته لاستقطاب أكبر عدد ممكن من المنتسبين إلى برامجها الأكاديمية، فضلاً عن سعي هذه الجامعات إلى تنمية حجم مبيعاتها من خلال جذب أكبر أعداد ممكنة من الطلبة للالتحاق ببرامجها الدراسية، بما يزيد من حجم إيراداتها وأرباحها، ويمكنها من الاستمرار والمنافسة في السوق المحلي، وذلك في ظل الزيادة العددية للجامعات والكليات الفلسطينية حديثة النشأة في المحافظات الجنوبية بفلسطين. وتدفع كلّ تلك المبررات باتجاه حثّ مؤسسات التعليم العالي على إعادة النظر في النمط الروتيني السائد لدى صنّاع القرار فيها، والتحوّل نحو تفكير استراتيجي أكثر تخصصاً وإبداعاً.

أهداف الدراسة: تهدف البحث الحالية لتحقيق ما يلي:

- (1) التعرف على استراتيجيات ريادة الأعمال (الابتكار) في الجامعات الفلسطينية في المحافظات الجنوبية من فلسطين.
- (2) التعرف على استراتيجيات ريادة الأعمال (الإبداع) في الجامعات الفلسطينية في المحافظات الجنوبية من فلسطين.
- (3) التعرف على استراتيجيات ريادة الأعمال (المخاطرة) في الجامعات الفلسطينية في المحافظات الجنوبية من فلسطين.
- (4) الكشف عما إذا كانت هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استراتيجيات ريادة الأعمال والميزة التنافسية (تنمية المبيعات) في الجامعات الفلسطينية بالمحافظات الجنوبية.

أسئلة الدراسة

لقد دفعت كل تلك المبررات والمعطيات الموجودة في مشكلة الدراسة الباحث للقيام بهذه الدراسة، وقد تحدت مشكلة الدراسة لديه في السؤال الرئيس التالي:

السؤال الرئيس:

ما أثر استراتيجيات ريادة الأعمال في تحقيق الميزة التنافسية لدى الجامعات الفلسطينية في المحافظات الجنوبية من فلسطين؟

ويتفرع من السؤال الرئيس الأسئلة الفرعية التالية:

1. ما استراتيجيات ريادة الأعمال (الابتكار) لدى الجامعات الفلسطينية في المحافظات الجنوبية من فلسطين؟
 2. ما استراتيجيات ريادة الأعمال (الإبداع) و بين الميزة التنافسية لدى الجامعات الفلسطينية في المحافظات الجنوبية من فلسطين؟
 3. ما استراتيجيات ريادة الأعمال (المخاطرة) و بين الميزة التنافسية لدى الجامعات الفلسطينية في المحافظات الجنوبية من فلسطين؟
 4. هل يوجد علاقة بين استراتيجيات ريادة الأعمال وبين تنمية المبيعات في الجامعات الفلسطينية في المحافظات الجنوبية؟
- فرضيات الدراسة:
- الفرضية الرئيسية الأولى: لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ بين استراتيجيات ريادة الأعمال وبين الميزة التنافسية في الجامعات الفلسطينية في المحافظات الجنوبية من فلسطين. ويتفرع من الفرضية الرئيسية السابقة الفرضيات الفرعية التالية:
1. لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ بين الابتكار وبين الميزة التنافسية في الجامعات الفلسطينية في المحافظات الجنوبية من فلسطين.
 2. لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ بين الإبداع وبين الميزة التنافسية في الجامعات الفلسطينية في المحافظات الجنوبية من فلسطين.
 3. لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ بين المخاطرة وبين الميزة التنافسية في الجامعات الفلسطينية في المحافظات الجنوبية من فلسطين.
 4. لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ بين استراتيجيات ريادة الأعمال وبين تنمية المبيعات في الجامعات الفلسطينية في المحافظات الجنوبية من فلسطين.
- منهج الدراسة: تعتبر منهجية الدراسة بعداً رئيساً يتم من خلاله يتم انجاز الجانب التطبيقي للدراسة؛ للتوصل إلى النتائج التي يتم تفسيرها في ضوء مخرجات أدبيات الدراسة المتعلقة بموضوع استراتيجيات الريادة وتحقيق الميزة التنافسية، وبناءً على طبيعة الدراسة والأهداف الذي تسعى إلى تحقيقها، سيستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي وهو المنهج المستخدم في معظم الدراسات السابقة التي تناولت مثل هذه المواضيع في دراسات، حيث أنه يعتمد على دراسة الظاهرة كما توجد على أرض الواقع.

حدود الدراسة

- أ. الحد الزمني: سيتم تطبيق هذه الدراسة خلال العام 2023/2022 م.
 - ب. الحد المكاني: المحافظات الجنوبية من فلسطين.
 - ج. الحد البشري: اقتصر على الأكاديميين والإداريين في جامعتي الأزهر والإسلامية.
- أدوات جمع البيانات : استخدم الباحث في الدراسة المصادر والأدوات التالية لجمع البيانات والمعلومات:
- أ. المصادر الأولية: تم معالجة الجوانب التحليلية لموضوع الدراسة عن طريق جمع البيانات الأولية من خلال اعتماد الاستبانة كأداة رئيسة لجمع البيانات والمعلومات، حيث سيتم الاستفادة من الدراسات السابقة والدراسة الاستطلاعية في تصميم محاور الاستبانة.

ب. المصادر الثانوية: تم صياغة الإطار النظري من خلال الكتب العربية والأجنبية والمقالات البحثية والدوريات والأبحاث والدراسات السابقة والمواقع الإلكترونية ومراكز الإحصاء المعتمدة التي تناولت متغيرات الدراسة.

مصطلحات الدراسة

■ الاستراتيجية: تعرف بأنها عملية استحداث وضع متفرد للمؤسسة بطريقة مختلفة عن المنافسين، واختيار المنهج المستخدم في التنفيذ المنبثق عن رؤية واضحة وشاملة يتم من خلالها تحقيق الأهداف الاستراتيجية، وتعمل على تقييم مختلف الطرق لتحقيق أهداف المؤسسة. (هلال، 2008)

● التعريف الإجرائي: هي الوسيلة الناجحة التي تستطيع المؤسسة من خلالها تحقيق أهدافها الاستراتيجية والمتوسطة والتكتيكية، وتمنحها قيمة عالية، وقدرة تنافسية تتمكن بواسطتها من المحافظة على حصتها السوقية، والتفرد بتقديم سلع وخدمات متميزة لتحقيق السبق على منافسيها.

■ ريادة الأعمال: تعرف بأنها عملية متكاملة تتحقق من خلال البحث عن فرص معقولة للربح، والعمل على تخفيض تكاليف الإنتاج باستخدام أفكار مبتكرة لتحقيق ميزات تنافسية وفق ظروف السوق المتاحة كما تختص بإنشاء وتشغيل المشروعات وفق طرق مبتكرة ومستحدثة.

● التعريف الاجرائي: أنها الأساليب التي تتبناها المؤسسة والتي تستطيع بموجبها تحقيق ميزة تنافسية من خلال تبنيها أسلوب تفكير إبداعي وابتكاري، وتحديث توجهاتها الاستراتيجية، وتكامل أنشطتها، واستغلالها الأمثل لمواردها الانتاجية ورأس مالها الفكري والبشري.

■ استراتيجيات ريادة الأعمال: هي تلك الاستراتيجيات التي تشجع المؤسسات على الإبداع والابتكار والتفرد وأخذ المخاطرة والمبادرة وانتهاز الفرص وكذلك تشجيع العاملين على اتخاذ القرارات وتحمل مسؤولية وتبعات تلك القرارات. (السكرانة، 2005)

● التعريف الاجرائي: أنها مجموعة من التوجهات الاستراتيجية للمؤسسات، تضمن لها التحديث المستمر في برامجها وأدواتها وسياساتها بما يكسبها تحقيق ميزة تنافسية عالية تميزها عن منافسيها مستخدمة الإبداع في العمل، والتفرد في السلع والخدمات.

■ الريادة الاستراتيجية هي تكامل بين كل من منظور الريادة (نشاط البحث عن فرص) والاستراتيجية (نشاط البحث عن الميزة) للخروج بتصميم الاستراتيجيات الريادية وتنفيذها وبذلك فهي تعتبر نشاط ريادي يأخذ في الاعتبار المنظور الاستراتيجي. (الدوري والسعيد، 2014)

● التعريف الاجرائي: تعتبر الريادة الاستراتيجية وسيلة المؤسسات نحو تحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة عبر مجموعة من الأنشطة التكاملية؛ يتم فيها صياغة وتنفيذ وتقييم الاستراتيجيات الريادية من أجل تمكين المؤسسة من امتلاك زمام المبادرة والإبداع وتحقيق التفرد والتميز عن استراتيجيات المنافسين.

■ الميزة التنافسية: تعرف بأنها قيمة مضافة للعملاء بأساليب متميزة تمنح المؤسسة قدرة على المحافظة على وضعها القائم واكتساب حصة سوقية في مجال عملها، وقدرتها على تطبيق وصياغة الاستراتيجيات التي تمكنها من الوصول إلى أفضل المستويات (الحربان والزعبي، 2022)

● التعريف الاجرائي: تمنح الميزة التنافسية المؤسسة تحقيق التمايز والتفرد في مجالها من خلال كادر بشري مدرب، ومهارات إدارية ريادية معاصرة، بما يؤدي إلى خفض التكلفة، ومستويات عالية من الجودة، وأفكار وخطط جديدة غير معهودة، وتوجهات استراتيجية جديدة لم يصل إليها المنافسين، للحصول على مكانة تنافسية وحصة سوقية مستدامة.

الفصل الثاني : الدراسات السابقة

-تمهيد :

تعد الدراسات السابقة من صفات العلم التراكمية والتجديد والبناء على ما توصل إليه الباحثين في نفس المجال، ويعتبر البحث العلمي الرفعة والأداة التي بواسطتها تتمكن المؤسسات الأكاديمية من مواكبة المستجدات في العلوم الحديثة المتنوعة وإدراك آخر النتائج والتطورات التي طرأت على متغيرات الدراسة، والاطلاع على الأدوات التي استخدمها الباحثين في قياس ظواهرهم مع تجنب التكرار غير المفيد في جوانب الدراسات التي سبق دراستها.

المحور الأول : الدراسات التي تناولت محور الاستراتيجيات:

(1) دراسة بنات (2022) بعنوان استراتيجيات إدارة الأزمات على تحقيق الميزة التنافسية "دراسة تطبيقية على الجامعات الكبرى في قطاع غزة"

هدفت الدراسة إلى التعرف على استراتيجيات إدارة الأزمات الحديثة على تحقيق الميزة التنافسية في الجامعات التالية (الإسلامية، الأزهر، الأقصى) ويمكن تلخيص مشكلة الدراسة بالتساؤل التالي "ما استراتيجيات إدارة الأزمات الحديثة على تحقيق الميزة التنافسية، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتكون مجتمع الدراسة من (2450) موظفاً في الجامعات الثلاث، واستخدمت الدراسة عينة حجمها (232) موظفاً بطريقة العينة العشوائية البسيطة، واستخدمت الدراسة الاستبيان كأداة لجمع البيانات والمعلومات الأولية، وتم تحليل البيانات بواسطة البرنامج الإحصائي (SPSS).

وأظهرت الدراسة أهم النتائج التالية:

أن الوزن النسبي لمحور الميزة التنافسية بلغ 78.9% بدرجة موافقة كبيرة وبلغ الوزن النسبي لمحور استراتيجيات إدارة الأزمات الحديثة 77.5%

كما أظهرت أهم الفروض التالية:

يوجد علاقة ذات دلالة احصائية بين استراتيجيات إدارة الأزمات الحديثة بأبعادها المختلفة، والميزة التنافسية في الجامعات الفلسطينية الكبرى في قطاع غزة.

وتوصلت الدراسة إلى أهم التوصيات التالية:

- ضرورة العمل على تعزيز المهام لتواكب تغير مسارات الأزمات المستجدة في الجامعات.

- العمل على احتواء الأزمات قبل حدوثها من خلال الخطط الاستراتيجية وتحليل قواعد البيانات.

(2) دراسة القاضي (2021) بعنوان دور القيادة الابتكارية في تعزيز الريادة الاستراتيجية في وزارة التربية والتعليم العالي الفلسطيني بالمحافظات الجنوبية

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور القيادة الابتكارية بأبعادها (المرونة، الأصالة، الطلاقة، وفرة الأفكار، الحساسية للمشكلات) في المحافظات الجنوبية، ويمكن تلخيص مشكلة الدراسة بالتساؤل التالي "ما القيادة الابتكارية في تعزيز الريادة الاستراتيجية في وزارة التربية والتعليم في المحافظات الجنوبية" واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتكون مجتمع الدراسة من جميع موظفي الوظائف الإشرافية بوزارة التربية والتعليم والبالغ عددهم (171) فرداً، وكانت عينة الدراسة بطريقة المسح الشامل نظراً لصغر حجم مجتمع الدراسة، واستخدمت الدراسة الاستبانة كأداة لجمع البيانات والمعلومات الأولية، وتم تحليل البيانات بواسطة البرنامج الإحصائي (SPSS).

وأظهرت الدراسة أهم النتائج التالية: أن مستوى توافر القيادة الابتكارية بأبعادها الخمسة كانت بموافقة كبيرة بوزن نسبي مقداره 75.70%، وأظهر مستوى الريادة الاستراتيجية بوزن نسبي كبير جداً 75.80%، كما وجدت أثر لبعدي القيادة الابتكارية في تعزيز الريادة الاستراتيجية.

كما أظهرت أهم الفروض التالية: وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين تطبيق أبعاد القيادة الابتكارية (المرونة، الأصالة، الطلاقة، وفرة الأفكار، الحساسية للمشكلات) وتعزيز الريادة الاستراتيجية في وزارة التعليم العالي. وتوصلت الدراسة إلى أهم التوصيات التالية: ضرورة زيادة العمل بشكل أفضل من أجل المحافظة على الواقع الحالي للقيادة الابتكارية وتعزيزها بشكل مستمر، واستخدام الأساليب المحفزة لتشجيع العاملين على توليد الأفكار الابتكارية مثل العصف الذهني واستشراف المستقبل.

(3) دراسة شلح والمحيوي (2021) بعنوان الريادة الاستراتيجية ودورها في تحقيق القدرة التنافسية في المنشآت الصناعية (دراسة ميدانية في شركة بشير السكسك وشركاه لصناعة الادوات الصحية والبلاستيكية في قطاع غزة) هدفت الدراسة إلى التعرف على دور الريادة الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية من خلال التعرف على آراء المبحوثين حول مستوى توفر أبعاد استراتيجيات الريادة (الإبداع، الابتكار، تحمل المخاطرة، انهماز الفرص)، ويمكن تلخيص مشكلة الدراسة بالتساؤل التالي "ما هو دور الريادة الاستراتيجية في تحقيق القدرة التنافسية في المنشآت الصناعية" واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتكونت عينة الدراسة من (المدرء، ومدقي الحسابات، ومحاسبين، وموظفين إداريين) واستخدمت الدراسة الاستبانة كأداة في جمع البيانات والمعلومات الأولية حيث تم توزيع (60) استبانة وتم استرداد (52) منها صالحة للتحليل، وتم تحليل البيانات بواسطة البرنامج الإحصائي (SPSS).

وأظهرت الدراسة أهم النتائج التالية: اهتمام واضح من المنشآت الصناعية بأبعاد الريادة الاستراتيجية في مجال إيجاد فرص العمل المتاحة واستثمارها في السوق والسعي لاستغلال الظروف المحيطة لتحقيق ارباح عالية تعزز من القدرة التنافسية ومجال عملية الإبداع والابتكار.

كما أظهرت أهم الفروض التالية: لا يوجد أثر ذو دلالة احصائية بين بعد الادباع والابتكار وتحقيق القدرة التنافسية، وكذلك لا يوجد أثر ذو دلالة احصائية بين بعد المخاطرة وتحقيق القدرة التنافسية. وتوصلت الدراسة إلى أهم التوصيات التالية: ضرورة اهتمام المؤسسة بأبعاد الريادة الاستراتيجية لتمكينها من الحفاظ على مستواها ومكانتها في السوق عن طريق تطوير وتوسيع أعمالها وقدرتها على التفوق على المنافسين وتوفير مخصصات للبحث والتطوير لتخفيض التكلفة ومواجهة المخاطر.

(4) دراسة خلف (2020) بعنوان دور الريادة الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية في شركات الأدوية الفلسطينية هدفت الدراسة إلى التعرف على دور الريادة الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية في شركات الأدوية الفلسطينية، ويمكن تلخيص مشكلة الدراسة بالتساؤل التالي "ما دور الريادة الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية في شركات الأدوية الفلسطينية"، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتكون مجتمع الدراسة من جميع العاملين في الوظائف الاشرافية في تلك الشركات، واستخدم الباحث عينة الحصر الشامل نظراً لصغر حجم مجتمع الدراسة حيث بلغ (186) موظفاً فقط، واستخدمت الدراسة الاستبانة كأداة لجمع البيانات والمعلومات، وتم تحليل البيانات بواسطة البرنامج الإحصائي (SPSS).

وأظهرت الدراسة أهم النتائج التالية: أن واقع الريادة في شركات الأدوية الفلسطينية جاء بوزن نسبي 76.07% بدرجة موافقة كبيرة، وأن مستوى الميزة التنافسية جاء بوزن نسبي 81.17% بدرجة موافقة كبيرة.

كما أظهرت أهم الفروض التالية: وجود أثر وعلاقة ذات دلالة احصائية بين محاور الريادة الاستراتيجية في شركات الأدوية الفلسطينية

وتوصلت الدراسة إلى أهم التوصيات التالية: أن واقع الريادة الاستراتيجية في شركات الأدوية جاء بوزن نسبي (76.7%) بدرجة موافقة كبيرة، وأن مستوى الميزة التنافسية جاء بوزن نسبي (81.2%) بدرجة كبيرة.

المحور الثاني : الدراسات السابقة التي تناولت الميزة التنافسية وريادة الأعمال

(5) دراسة جعفر (2016) بعنوان الميزة التنافسية حرب على الخصوم دراسة واقع الميزة التنافسية في الصناعات الغذائية الوطنية الفلسطينية

هدفت الدراسة إلى التعرف على مفهوم الميزة التنافسية وأبعادها المختلفة، والتعرف على واقع تحقيق الميزة التنافسية في المؤسسات الصناعية الغذائية من خلال أبعاد الميزة التنافسية (التكلفة الجودة المرنة المنافسة والتسليم)، وتلخصت مشكلة الدراسة في التساؤل التالي "ما واقع الميزة التنافسية في المؤسسات الصناعية الغذائية الوطنية الفلسطينية"، ولقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتكونت عينة الدراسة من (46) موظفاً وموظفة من الإداريين الذين يعملون في المصانع الغذائية في ضواحي شرق القدس، واستخدمت الدراسة الاستبانة كأداة في جمع البيانات والمعلومات الأولية، وتم تحليل البيانات بواسطة البرنامج الإحصائي (SPSS).

وأظهرت الدراسة أهم النتائج التالية: أظهرت النتائج أن المصانع الغذائية لديها القدرة على تحقيق ميزة تنافسية حيث أشارت نتائج الدراسة إلى تحقيق درجة كبيرة جداً من الموافقة على مستوى بعد التكلفة حيث تسعى باستمرار إلى تخفيض التكلفة وتسعى إلى بناء استراتيجية الاستخدام الأمثل للموارد الأولية وتستخدم موظفين ذوي مهارة عالية لخفض كلفة الإنتاج. كما أظهرت أهم الفروض التالية: وجود علاقة ذات دلالة احصائية للميزة التنافسية بأبعادها (التكلفة، الجودة، المرونة المنافسة، التسليم) على المؤسسات الصناعية الغذائية الوطنية الفلسطينية. وتوصلت الدراسة أهم النتائج التالية: ضرورة زيادة الاهتمام ببعد التكلفة وتخفيض كلفة الإنتاج وضرورة زيادة الاهتمام بالجودة باعتبارها عامل حاسم في مجال الميزة التنافسية

(6) دراسة أبو قرن (2015) بعنوان واقع ريادة الأعمال في الجامعات الفلسطينية بغزة.

هدفت الدراسة إلى التعرف على واقع ريادة الأعمال في الجامعات الفلسطينية بقطاع غزة من خلال دراسة مقارنة بين عمادة خدمة المجتمع والتعليم المستمر في الجامعة الإسلامية وجامعة الأزهر، وتلخصت مشكلة الدراسة بالتساؤل التالي "ما واقع التوجهات الريادية في كل من الجامعة الإسلامية وجامعة الأزهر بغزة"، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتكون مجتمع الدراسة من طلاب التعليم المستمر في جامعتي الإسلامية والأزهر، واستخدمت الدراسة عينة بطريقة الحصر الشامل والبالغ عددهم (160) طالب وطالبة، واستخدمت الدراسة الاستبانة كأداة في جمع البيانات والمعلومات وتم تحليل البيانات بواسطة البرنامج الإحصائي (SPSS).

وأظهرت الدراسة أهم النتائج التالية: وجود دور متوسط للإبداع والابتكار والمخاطرة المحسوبة والاستقلالية والتنافسية والثقافة الريادية على التوجه الريادي لدى التعليم المستمر في الجامعة الإسلامية في حين تبين وجود دور قليل للمجالات المذكورة أعلاه على التوجه الريادي في التعليم المستمر بجامعة الأزهر.

كما أظهرت أهم الفروض التالية: يوجد دور مهم ذو دلالة احصائية للمخاطرة المحسوبة عند مستوى دلالة (0.05) على التوجه الريادي، كما يوجد دور مهم ذو دلالة احصائية للثقافة الريادية عند مستوى دلالة (0.05) على التوجه الريادي.

وتوصلت الدراسة إلى أهم التوصيات التالية: ضرورة تطوير مركز التعليم المستمر بجامعة الأزهر والارتقاء بمستوى ريادة الأعمال وضرورة مساهمة التعليم المستمر بالجامعة الإسلامية بشكل أفضل وأكبر في دعم مشاريع البحث والتطوير لدعم الابتكار والإبداع. التعقيب العام على الدراسات السابقة: تشير الدراسات السابقة المستعرضة إلى تنوع ملحوظ في تناول موضوعي ريادة الأعمال والميزة التنافسية، سواء على مستوى المؤسسات الصناعية أو الجامعية أو الوزارات، مما يعكس اهتماماً بحثياً متزايداً بهذين المتغيرين في البيئة الفلسطينية. وقد تنوعت هذه الدراسات بين ما تناول استراتيجيات إدارة الأزمات والقيادة الابتكارية والريادة الاستراتيجية وريادة الأعمال، مع اختلاف في المجالات التطبيقية والعينات والأدوات المستخدمة. وتكشف هذه الدراسات عن وجود

تراكم معرفي جيد في مجال ريادة الأعمال والميزة التنافسية، إلا أنها في مجملها لم تتناول بشكل مباشر استراتيجيات ريادة الأعمال على الميزة التنافسية وتنمية المبيعات في الجامعات الفلسطينية بالمحافظات الجنوبية بوصفها متغيراً مركباً، وهو ما يشكل مدخلاً للدراسة الحالية. كما يُلاحظ أن معظم الدراسات اعتمدت المنهج الوصفي التحليلي والاستبانة أداة رئيسة لجمع البيانات، مما يعزز موقع الدراسة الحالية في سياق منهجي متسق مع الأدبيات السابقة.

أوجه الاتفاق بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة

تتفق الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في عدد من الجوانب المنهجية والموضوعية، أبرزها اعتماد المنهج الوصفي التحليلي منهجاً رئيساً للدراسة، واستخدام الاستبانة أداة لجمع البيانات الأولية، والاعتماد على البرنامج الإحصائي (SPSS) في تحليل البيانات. كما تتفق الدراسة الحالية مع دراسات (بنات، 2022)، و(خلف، 2020)، و(شلق والمحيوي، 2021)، و(جعفر، 2016) في تناولها موضوع الميزة التنافسية وعلاقتها بمتغيرات إدارية واستراتيجية، وفي استخدام العينات العشوائية أو الحصر الشامل بحسب حجم المجتمع. كذلك تتفق الدراسة الحالية مع دراسات (القاضي، 2021)، و(أبو قرن، 2015) في تناولها موضوع ريادة الأعمال والريادة الاستراتيجية في السياق الفلسطيني، وفي الاهتمام بقياس مستوى تطبيق هذه المتغيرات في المؤسسات محل الدراسة. وتشترك الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في السعي إلى تقديم توصيات عملية تساهم في تعزيز الميزة التنافسية وتطوير الأداء المؤسسي.

أوجه الاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة

تختلف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في عدة جوانب، منها أن الدراسة الحالية تتناول استراتيجيات ريادة الأعمال على الميزة التنافسية وتنمية المبيعات في الجامعات الفلسطينية بالمحافظات الجنوبية، في حين تناولت دراسات سابقة مثل (بنات، 2022) استراتيجيات إدارة الأزمات على الميزة التنافسية، و(القاضي، 2021) دور القيادة الابتكارية في تعزيز الريادة الاستراتيجية، و(شلق والمحيوي، 2021) و(خلف، 2020) دور الريادة الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية في المنشآت الصناعية وشركات الأدوية. كما تختلف الدراسة الحالية عن دراسات (جعفر، 2016) و(أبو قرن، 2015) في المجال التطبيقي، إذ اقتصر الأولى على الصناعات الغذائية، والثانية على التعليم المستمر في جامعتين، في حين تتناول الدراسة الحالية الجامعات الفلسطينية في المحافظات الجنوبية من فلسطين بوصفها مجالاً تطبيقياً. ويختلف حجم العينة أيضاً، إذ بلغت عينة الدراسة الحالية (329) من الأكاديميين والإداريين، في حين تراوحت عينات الدراسات السابقة بين (25) و(232) و(160) و(46) مفردة. كما تختلف الدراسة الحالية في كونها تجمع بين متغيرات (استراتيجيات ريادة الأعمال، والميزة التنافسية، وتطوير المبيعات) في نموذج واحد، وهو ما لم تتناوله الدراسات السابقة بهذا التركيب.

ما تميزت به الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة

تميزت الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في عدة جوانب، أبرزها أنها تتناول موضوعاً مركباً يجمع بين استراتيجيات ريادة الأعمال والميزة التنافسية وتطوير المبيعات في الجامعات الفلسطينية بالمحافظات الجنوبية، وهو مجال لم تتناوله الدراسات السابقة بشكل مباشر. كما تميزت الدراسة الحالية بتناولها فئة الأكاديميين والإداريين في الجامعات بوصفهم عينة الدراسة، في حين ركزت دراسات سابقة على الموظفين الإداريين أو الطلاب أو العاملين في الوظائف الإشرافية. وتميزت الدراسة الحالية أيضاً باستخدامها عينة عشوائية طبقية بلغت (329) مفردة، وهي من أكبر العينات حجماً مقارنة بالدراسات السابقة، مما يعزز إمكانية تعميم النتائج. كما تميزت الدراسة الحالية بتقديمها توصيات عملية مرتبطة بتجويد الميزة التنافسية وتطوير الخطط البيعية في الجامعات، وهو ما يضيف بعداً تطبيقياً مهماً.

الفصل الثالث : الإطار النظري

استراتيجيات الريادة

ترتكز نظريات وأدبيات الإدارة المعاصرة على التوجهات الاستراتيجية الريادية، لمواكبة المتغيرات التي تعصف بالأفراد والكيانات على حد سواء، والتمتع بأقصى درجات المرونة لمواجهة الأزمات والتحديات. ويمكن اعتبار الإدارة عملية اجتماعية مستمرة، تسعى إلى استغلال الموارد المتاحة استغلالاً أمثل، عن طريق التخطيط والتنظيم والتوجيه والرقابة، لتحقيق الأهداف الاستراتيجية الريادية بأقل وقت وجهد وتكاليف. ويقع على عاتق منظمات ومؤسسات الأعمال التغيير المستمر في أسلوب الإدارة وتحديثه، بحيث تكون تلك المؤسسات منظمة ومنتظمة وهادفة، وذلك من خلال اتباع مناهج إدارية مختلفة من أجل التكيف السهل مع المتغيرات المحيطة بها لتقديم خدمات جديدة مميزة، ومن ضمن تلك التوجهات الحديثة لتلك المؤسسات الريادة الاستراتيجية (الحكيم وعلي، 2017).

مفهوم استراتيجيات الريادة

تُعتبر استراتيجية الريادة بمثابة اتجاه وهدف المؤسسة طويل المدى الذي تسعى من خلاله إلى تحقيق الامتيازات، وذلك بمراعاة الموارد المتاحة والتغيرات البيئية لتلبية رغبات وتطلعات أصحاب المصالح. حيث تركز استراتيجيات الريادة أهدافها وخصائصها ودعائمها المختلفة على استغلال مواردها المتاحة ومراعاة التغيرات المحيطة التي تعصف بها، وذلك من أجل تحقيق الأهداف والديمومة والتفرد. وتتضمن استراتيجية الريادة خطة تحدد سياقات وسبل التصرف، فهي مصممة لإنجاز الأهداف، ومناورة لخداع المنافسين والالتفاف عليهم، ونمط متناغم الأجزاء، ووضع مستقر في البيئة الداخلية والخارجية للمؤسسة، كما يجب أن تضمن المنظور الواسع الذي يعطي القدرة على إدراك الأشياء وعلاقاتها المتشابكة (العبيدي والبرزنجي، 2021).

أهداف استراتيجيات ريادة الأعمال

يسعى رواد الأعمال من خلال اتباع التوجهات الاستراتيجية واستراتيجيات الريادة إلى الوصول إلى أهداف متعددة تمكنهم من تحقيق عدة مزايا تنافسية، كما أشارت إليها دراسة (بن قايد، 2017) على النحو التالي:

أ. تحديد أولويات طويلة الأجل للمؤسسة في ضوء رسالتها الحالية والتغيرات في ظروفها البيئية المحيطة والتحول المتسارعة، ومراعاة تطور المنظمة في مراحلها المختلفة.

ب. وضع الأهداف بطريقة أكثر تحديداً للمستويات والوحدات الدنيا، بحيث تكون أكثر تفصيلاً وانسجاماً مع سياسات المؤسسة.

ج. تحديد الأنشطة المختلفة بحيث تكون منسجمة مع رسالة المؤسسة وتوجهاتها العامة.

د. تحديد علامة النهاية التي تسعى الاستراتيجية إلى الوصول إليها، وبذلك تحديد الأساس الذي بموجبه يُحكم على مدى نجاح الاستراتيجية من عدمه.

هـ. تسهيل عملية الرقابة الإدارية من خلال وجود معايير مُعدّة سلفاً مشتقة من الأهداف لتقييم الأداء الكلي للمؤسسة.

استراتيجيات الميزة التنافسية

تلعب مؤسسات الأعمال والمشاريع الريادية دوراً مهماً في الاقتصاد المعرفي المعاصر؛ حيث كان يُعتقد في بداية الفكر الاستراتيجي أن ممارسة العمليات الاستراتيجية تكون فقط في مؤسسات الأعمال الكبيرة، بينما نرى اليوم أن المؤسسات الريادية بحاجة إلى توجه استراتيجي ورؤية مستقبلية وإدارة استراتيجية في بيئة معقدة وشديدة المنافسة (الغالي وإدريس، 2009).

كما يهدد المنافسون المؤسسات من كل زاوية من زوايا العالم، وقد أصبح التنافس حاداً وعنيفاً جداً. ونتيجة لذلك، عندما يكون السوق في حالة توسع ونمو، لا يشكل التنافس خطورة تذكر، بينما في حالة الانكماش تزداد المنافسة في الحصول على الزبائن الجدد وانتزاعهم من الآخرين، مما يحتم على المؤسسة تحضير نفسها لمهاجمة الخصم، والاستعداد للمنافسة. وهنا يجب إعادة التوضيح من خلال فهم المؤسسة أذواق وحاجات الزبائن؛ لتمييز عن بقية المنافسين، حيث تتيح استراتيجية إعادة التوضيح

التكيف مع متطلبات وأذواق الزبائن، وترتكز تلك الاستراتيجية على فهم كيفية عمل العقل البشري وطريقة تفكير الآخرين (تروت وآخرون، 2020).

حيث تعيش المؤسسات في عصرنا الحالي في ظل بيئة تنافسية عالية الوتيرة، وقد أدركت تلك المؤسسات حجم التهديدات الداخلية والخارجية التي تواجهها في مجال عملها، مما دفعها إلى تبني استراتيجية بناء ميزة تنافسية تتميز بها عن منافسها وتجعلها أكثر قوة في مواجهة الصعاب والتحديات، الأمر الذي يكسبها القدرة على علاج نقاط الضعف وتعزيز نقاط القوة لديها وحمايتها من التهديدات الخارجية في بيئتها المحيطة؛ فتصبح بذلك أكثر حيوية وقدرة على المنافسة والتطوير المستمر (تروت وآخرون، 2020).

الفصل الرابع: إجراءات الدراسة الميدانية

- إجراءات الدراسة

منهج الدراسة: تم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي، والذي يعتمد على دراسة الظاهرة كما توجد في الواقع، ويهتم بوصفها وصفا دقيقا، ويعبر عنها تعبيراً كمياً وكيفياً.

مجتمع الدراسة: يتكون مجتمع الدراسة من (1851) موظفا وموظفة من الأكاديميين والإداريين في الجامعة الإسلامية، وجامعة الأزهر، وجامعة الأقصى في المحافظات الجنوبية.

ويتوزع أفراد مجتمع الدراسة على النحو التالي:

جدول رقم (1): توزيع أفراد مجتمع الدراسة حسب الجامعة

م	الجامعة	التكرار	النسبة المئوية %
1	الإسلامية	845	36.8
2	الأزهر	542	23.6
3	الأقصى	912	39.7
المجموع		2299	100%

المصدر: الكتاب الإحصائي السنوي للتعليم العالي في محافظات غزة 2023/2022، 2023م.

عينة الدراسة: عينة الدراسة الاستطلاعية: تم اختيار عينة استطلاعية مكونة من عدد (30) من العاملين في الجامعات الفلسطينية في المحافظات الجنوبية من فلسطين، وذلك للتحقق من صدق وثبات أداة الدراسة.

(1) عينة الدراسة الفعلية: استخدام الباحث عينة عشوائية طبقية وتم حساب حجم العينة بواسطة المعادلة التالية:

حيث : N: حجم مجتمع الدراسة.

m: الخطأ، ويعبر عنه بالعلامة العشرية (مثلاً: ± 0.05).

Z: القيمة المعيارية المقابلة لمستوى دلالة معلوم (مثلاً: $Z=1.96$ لمستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$).

فكان حجم عينة الدراسة (329) موظفا وموظفة، حيث تم توزيع الاستبانة على عدد (350) موظفا وموظفة، وتم استرداد (331) استبانة، مثلت عينة الدراسة.

جدول رقم (2). وضع توزيع افراد العينة على الجامعات المستهدفة من الدراسة كالتالي:

الجامعة	المسمى الوظيفي	المجتمع
الإسلامية	أكاديميين	306
	أكاديميات	34
	إداريين	441
	إداريات	68
	المجموع	849
الأزهر	أكاديميين	205
	أكاديميات	19
	إداريين	65
	إداريات	18
	المجموع	307
الأقصى	أكاديميين	343
	أكاديميات	70
	إداريين	202
	إداريات	80
	المجموع	695
المجموع الكلي لمجتمع الدراسة		1851

-أداة الدراسة: تم استخدام الاستبانة كأداة لجمع البيانات، والتي تم تصميمها للتعرف على استراتيجيات ريادة الأعمال على الميزة التنافسية وتنمية المبيعات وتنمية المبيعات في الجامعات الفلسطينية في المحافظات الجنوبية من فلسطين.

■ مكونات الاستبانة: تتكون الاستبانة من:

(1) البيانات الشخصية: وتشتمل على البيانات الشخصية التالية: (الجنس، التصنيف الوظيفي، الجامعة، عدد سنوات الخدمة).

(2) محاور استراتيجيات ريادة الأعمال، والميزة التنافسية.

(3) محور الميزة التنافسية، وهو مكون من (6) فقرات ليصبح مجموع الفقرات 42 فقرة.

جدول رقم (3). محاور استراتيجيات ريادة الأعمال وعدد فقراتها

المحور	عدد الفقرات
الابتكار	6
الإبداع	6
المخاطرة	6
استراتيجيات إدارة الأعمال	36

صدق الاستبانة: يعني صدق أداة الدراسة أن الأداة تقيس ما وضعت لقياسه، وتم التحقق من صدق الاستبانة من خلال التالي:

(1) الصدق من وجهة نظر المحكمين (صدق المحتوى / الصدق الظاهري): تم عرض الاستبانة على عدد (15) من المحكمين من أصحاب الخبرة والاختصاص، من أجل التحقق من سلامة الصياغة اللغوية للاستبانة، ووضوح تعليمات الاستبانة، وانتماء المحاور والفقرات، ومدى صلاحية الاستبانة لقياس الأهداف المرتبطة بهذه الدراسة، وبذلك تم التحقق من صدق الاستبانة من وجهة نظر المحكمين.

(2) الصدق البنائي: تم حساب الصدق البنائي لمحاور الاستبانة، من خلال إيجاد (معاملات ارتباط بيرسون) لمحاور الاستبانة، كما هو مبين في الجدول التالي:

جدول رقم (4). الصدق البنائي لمحاور الاستبانة

المحور	معامل الارتباط	قيمة "Sig"	الدالة
الابتكار	0.760	0.000	دالة
الإبداع	0.534	0.002	دالة
المخاطرة	0.766	0.000	دالة

يتبين من الجدول السابق رقم (4) أن قيم مستوى الدلالة أقل من (0.05)، أي أن جميع المحاور تتمتع بمعاملات صدق دالة إحصائية، وتفي بأغراض الدراسة.

(3) صدق الاتساق الداخلي: تم حساب صدق الاتساق الداخلي لفقرات الاستبانة، وذلك من خلال إيجاد (معاملات ارتباط بيرسون) لفقرات الاستبانة، كما هو مبين في الجداول التالية:

جدول رقم (5). صدق الاتساق الداخلي لفقرات محور الابتكار

م	الفقرة	معامل الارتباط	قيمة "Sig"	الدالة
1	تسعى الجامعة لتبني الأفكار الريادية بناءً على المستجدات.	0.512	0.004	دالة
2	توفر مناخاً يساهم في توليد الأفكار المبتكرة.	0.715	0.000	دالة
3	تنظم معارض لعرض الأعمال الابتكارية للطلبة.	0.787	0.000	دالة
4	تنمي المهارات البحثية لإيجاد حلول ابتكارية للمشكلات.	0.749	0.000	دالة
5	تقدم حوافز معنوية ومادية لأصحاب الأفكار الابتكارية.	0.722	0.000	دالة
6	تنظم المسابقات والبرامج التي تحفز الطلبة على الابتكار.	0.703	0.000	دالة

يتبين من الجدول السابق رقم (5) أن قيم مستوى الدلالة أقل من (0.05)، أي أن جميع الفقرات تتمتع بمعاملات صدق دالة إحصائية، وتفي بأغراض الدراسة.

جدول رقم (6.) صدق الاتساق الداخلي لفقرات محور الإبداع

م	الفقرة	معامل الارتباط	قيمة "Sig"	الدلالة
1	تتبنى التوجهات الابداعية لتحديث برامجها الأكاديمية.	0.633	0.000	دالة
2	تشجع العاملين على تبني حلول ابداعية للمشكلات.	0.704	0.000	دالة
3	تصمم برامج تدريبية للعاملين لزيادة قدراتهم الابداعية.	0.585	0.001	دالة
4	تعمل على رفع القدرات المعرفية للعاملين لتوليد الأفكار.	0.664	0.000	دالة
5	تمنح العاملين الحرية في ابداء الرأي وطرح الأفكار الجديدة.	0.763	0.000	دالة
6	تحرص على الاستفادة من النماذج المبدعة في المجتمع.	0.571	0.001	دالة

يتبين من الجدول السابق أن قيم مستوى الدلالة أقل من (0.05)، أي أن جميع الفقرات تتمتع بمعاملات صدق دالة إحصائية، وتفي بأغراض الدراسة.

جدول رقم (7.) صدق الاتساق الداخلي لفقرات محور المخاطرة

م	الفقرة	معامل الارتباط	قيمة "Sig"	الدلالة
1	تقوم بدراسات لتحليل المخاطر في بيئة العمل.	0.777	0.000	دالة
2	تضع استراتيجيات وسياسات لإدارة المخاطر.	0.612	0.000	دالة
3	توظف الأساليب العلمية للتنبؤ بالمخاطر المحتملة.	0.761	0.000	دالة
4	تأخذ عامل الوقت بعين الاعتبار عند التعامل مع الخطر.	0.606	0.000	دالة
5	تحرص على إنجاز أعمالها ومهامها بأقل قدر من المخاطرة.	0.608	0.000	دالة
6	تضع سيناريوهات للتعامل مع الأزمات ومخاطرها المحتملة.	0.681	0.000	دالة

يتبين من الجدول السابق رقم (7) أن قيم مستوى الدلالة أقل من (0.05)، أي أن جميع الفقرات تتمتع بمعاملات صدق دالة إحصائية، وتفي بأغراض الدراسة.

ثبات الاستبانة: يعني ثبات أداة الدراسة أن الأداة تعطي نفس النتائج تقريبا لو طبقت مرة أخرى على نفس المجموعة من الأفراد، أي أن النتائج لا تتغير، وتم التحقق من ثبات الاستبانة من خلال التالي:

(1) الثبات باستخدام معادلة ألفا كرونباخ: تم التحقق من ثبات الاستبانة من خلال حساب معاملات الارتباط باستخدام معادلة ألفا كرونباخ، كما هو مبين في الجدول التالي:

جدول رقم (8) معاملات الارتباط باستخدام معادلة ألفا كرونباخ لمحاور الاستبانة

المحور	معامل الارتباط
الابتكار	0.792
الإبداع	0.731
المخاطرة	0.762
استراتيجيات إدارة الأعمال	0.876
الميزة التنافسية	0.884

يتبين من الجدول السابق رقم (8) أن معاملات الارتباط باستخدام معادلة ألفا كرونباخ قريبة من الواحد الصحيح، وهي معاملات ثبات دالة إحصائية، وتفي بأغراض الدراسة.

جدول رقم (9) : صدق الاتساق الداخلي لفقرات محور الميزة التنافسية

م	الفقرة	معامل الارتباط	قيمة "Sig"	الدالة
1	تخفيض تكاليف خدماتها التشغيلية إلى أقصى قدر ممكن.	0.737	0.000	دالة
2	تقدم خدمات منخفضة التكلفة مقارنة بالمنافسين	0.554	0.002	دالة
3	تقوم بالأبحاث العلمية الرائدة لاستقطاب الكفاءات العلمية النادرة.	0.751	0.000	دالة
4	تسعى لتطوير أداؤها باستخدام وسائل تكنولوجية حديثة.	0.561	0.001	دالة
5	تركز على الأساليب العلمية لتطبيق خططها الاستراتيجية.	0.706	0.000	دالة
6	تركز على الخدمات الرقمية في معاملاتها.	0.529	0.003	دالة

يتبين من الجدول السابق رقم (9) أن قيم مستوى الدلالة أقل من (0.05)، أي أن جميع الفقرات تتمتع بمعاملات صدق دالة إحصائية، وتفي بأغراض الدراسة.

اختبار فرضيات وأسئلة الدراسة

الإجابة على السؤال الرئيس : ينص السؤال الرئيس : ما أثر استراتيجيات ريادة الأعمال في تحقيق الميزة التنافسية لدى الجامعات الفلسطينية في المحافظات الجنوبية من فلسطين" وللإجابة على هذا السؤال تم استخدام الفرض الرئيس والذي ينص على " لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ بين استراتيجيات ريادة الأعمال وبين الميزة التنافسية في الجامعات الفلسطينية في المحافظات الجنوبية من فلسطين. حيث تم التحقق من صحة هذه الفرضية باستخدام (تحليل الانحدار الخطي البسيط)، كما هو مبين في الجدول التالي:

جدول رقم (10.) تحليل الانحدار الخطي البسيط بين استراتيجيات ريادة الأعمال وبين الميزة التنافسية

م	المتغير المستقل	المتغير التابع: (الميزة التنافسية)					
		معامل الانحدار	قيمة "T"	قيمة "Sig."	قيمة "F"	قيمة "Sig."	معامل الارتباط
1	الثابت	0.592	3.548	0.000			
2	استراتيجيات ريادة الأعمال	0.834	19.161	0.000	367.147	0.000	0.720
							0.527
							0.526

وقد تبين من الجدول السابق رقم (10) أن:

- قيمة "F" = (367.147)، وقيمة "Sig." = (0.000)، وهذا يدل على وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$ لاستراتيجيات ريادة الأعمال على الميزة التنافسية في الجامعات الفلسطينية في المحافظات الجنوبية من فلسطين.
- معامل ارتباط بيرسون بين استراتيجيات ريادة الأعمال وبين الميزة التنافسية يساوي (0.720)، وهو دال إحصائية، وهذا يدل على وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ بين استراتيجيات ريادة الأعمال وبين الميزة التنافسية في الجامعات الفلسطينية في المحافظات الجنوبية من فلسطين.
- معامل التحديد = (0.527)، ومعامل التحديد المعدل = (0.526)، أي أن ما نسبته (52.60%) من التغير في (مستوى الميزة التنافسية) يعود للتغير في المتغير المستقل (استراتيجيات ريادة الأعمال)، والنسبة المتبقية تعود للتغير في عوامل أخرى.

■ معادلة الانحدار هي: (مستوى الميزة التنافسية) = $0.592 + 0.834 * (\text{استراتيجيات ريادة الأعمال})$. وتدل هذه النتائج على أنه كلما تم تطبيق استراتيجيات ريادة الأعمال كلما زاد مستوى الميزة التنافسية في الجامعات الفلسطينية في المحافظات الجنوبية من فلسطين.

الإجابة على السؤال المتفرع الأول: والذي ينص: "ما استراتيجيات ريادة الأعمال (الابتكار) وبين الميزة التنافسية لدى الجامعات الفلسطينية في المحافظات الجنوبية من فلسطين؟ وللإجابة على هذا السؤال تم استخدام الفرضية الفرعية والتي تنص على: "لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ بين الابتكار وبين الميزة التنافسية في الجامعات الفلسطينية في المحافظات الجنوبية من فلسطين. تم التحقق من صحة هذه الفرضية باستخدام (تحليل الانحدار الخطي البسيط)، كما هو مبين في الجدول التالي:

جدول رقم (11) تحليل الانحدار الخطي البسيط بين الابتكار وبين الميزة التنافسية

م	المتغير المستقل	المتغير التابع: (الميزة التنافسية)					
		معامل الانحدار	قيمة "T"	قيمة "Sig."	قيمة "F"	قيمة "Sig."	معامل الارتباط
1	الثابت	1.627	9.526	0.000	160.138	0.000	0.570
2	الابتكار	0.551	12.655	0.000			0.327
							0.325

وقد تبين من الجدول السابق رقم (11) أن:

■ قيمة "F" = (160.138)، وقيمة "Sig." = (0.000)، وهذا يدل على وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$ للابتكار على الميزة التنافسية في الجامعات الفلسطينية في المحافظات الجنوبية من فلسطين.

الإجابة على السؤال المتفرع الثاني والذي ينص على: "ما استراتيجيات ريادة الأعمال (الإبداع) وبين الميزة التنافسية لدى الجامعات الفلسطينية في المحافظات الجنوبية من فلسطين؟

وتم التلا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ بين الإبداع وبين الميزة التنافسية في الجامعات الفلسطينية في المحافظات الجنوبية من فلسطين.

تم التحقق من صحة هذه الفرضية باستخدام (تحليل الانحدار الخطي البسيط)، كما هو مبين في الجدول التالي: جدول رقم (12). تحليل الانحدار الخطي البسيط بين الإبداع وبين الميزة التنافسية

م	المتغير المستقل	المتغير التابع: (الميزة التنافسية)					
		معامل الانحدار	قيمة "T"	قيمة "Sig."	قيمة "F"	قيمة "Sig."	معامل الارتباط
1	الثابت	1.587	9.493	0.000	173.489	0.000	0.588
2	الإبداع	0.564	13.172	0.000			0.345
							0.343

وقد تبين من الجدول السابق رقم (12) أن:

■ قيمة "F" = (173.489)، وقيمة "Sig." = (0.000)، وهذا يدل على وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$ للإبداع على الميزة التنافسية في الجامعات الفلسطينية في المحافظات الجنوبية من فلسطين.

■ معامل ارتباط بيرسون بين الإبداع وبين الميزة التنافسية يساوي (0.588)، وهو دال إحصائيا، وهذا يدل على وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) بين الإبداع وبين الميزة التنافسية في الجامعات الفلسطينية في المحافظات الجنوبية من فلسطين.

■ معامل التحديد = (0.345)، ومعامل التحديد المعدل = (0.343)، أي أن ما نسبته (34.30%) من التغير في (مستوى الميزة التنافسية) يعود للتغير في المتغير المستقل (الإبداع)، والنسبة المتبقية تعود للتغير في عوامل أخرى.

■ معادلة الانحدار هي: (مستوى الميزة التنافسية) = $0.564 + 1.587 +$ (الإبداع).

وتدل هذه النتائج على أنه كلما تم تطبيق استراتيجية الإبداع كاستراتيجية لريادة الأعمال كلما زاد مستوى الميزة التنافسية في الجامعات الفلسطينية في المحافظات الجنوبية من فلسطين.

الإجابة على السؤال المتفرع الثالث: والذي ينص على "ما استراتيجيات ريادة الأعمال (المخاطرة) وبين الميزة التنافسية لدى الجامعات الفلسطينية في المحافظات الجنوبية من فلسطين؟

وللإجابة على هذا السؤال المتفرع تم استخدام الفرضية المرتبطة به والتي تنص على "لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) بين المخاطرة وبين الميزة التنافسية في الجامعات الفلسطينية في المحافظات الجنوبية من فلسطين. تم التحقق من صحة هذه الفرضية باستخدام (تحليل الانحدار الخطي البسيط)، كما هو مبين في الجدول التالي:

جدول رقم (13) تحليل الانحدار الخطي البسيط بين المخاطرة وبين الميزة التنافسية

المتغير التابع: (الميزة التنافسية)								المتغير المستقل	م
معامل التحديد المعدل	معامل التحديد	معامل الارتباط	قيمة "Sig."	قيمة "F"	قيمة "Sig."	قيمة "T"	معامل الانحدار		
0.196	0.199	0.446	0.000	81.554	0.000	15.097	2.369	الثابت	1
					0.000	9.031	0.382	المخاطرة	2

وقد تبين من الجدول السابق رقم (13) حيث أن:

■ قيمة "F" = (81.554)، وقيمة "Sig." = (0.000)، وهذا يدل على وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للمخاطرة على الميزة التنافسية في الجامعات الفلسطينية في المحافظات الجنوبية من فلسطين.

■ معامل ارتباط بيرسون بين المخاطرة وبين الميزة التنافسية يساوي (0.446)، وهو دال إحصائيا، وهذا يدل على وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) بين المخاطرة وبين الميزة التنافسية في الجامعات الفلسطينية في المحافظات الجنوبية من فلسطين.

■ معامل التحديد = (0.199)، ومعامل التحديد المعدل = (0.196)، أي أن ما نسبته (19.60%) من التغير في (مستوى الميزة التنافسية) يعود للتغير في المتغير المستقل (المخاطرة)، والنسبة المتبقية تعود للتغير في عوامل أخرى.

■ معادلة الانحدار هي: (مستوى الميزة التنافسية) = $0.382 + 2.369 +$ (المخاطرة).

وتدل هذه النتائج على أنه كلما تم تطبيق استراتيجية المخاطرة كاستراتيجية لريادة الأعمال كلما زاد مستوى الميزة التنافسية في الجامعات الفلسطينية في المحافظات الجنوبية من فلسطين.

الإجابة على السؤال المتفرع الرابع: والذي ينص على "هل يوجد علاقة بين استراتيجيات ريادة الأعمال وبين تنمية المبيعات في الجامعات الفلسطينية في المحافظات الجنوبية؟ وللإجابة على هذا السؤال تم استخدام الفرضية المرتبطة بالسؤال والتي تنص

على: "يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) بين استراتيجيات ريادة الأعمال وبين تنمية المبيعات في الجامعات الفلسطينية في المحافظات الجنوبية من فلسطين

جدول رقم (14) تحليل الانحدار الخطي البسيط بين استراتيجيات ريادة الأعمال وبين تنمية المبيعات

م	المتغير المستقل	المتغير التابع: (تنمية المبيعات)					
		معامل الانحدار	قيمة "T"	قيمة "Sig."	قيمة "F"	قيمة "Sig."	معامل الارتباط
1	الثابت	0.512	3.236	0.001	450.542	0.000	0.760
2	استراتيجيات ريادة الأعمال	0.876	21.226	0.000			
							معامل التحديد
							المعدل
							0.577

وقد تبين من الجدول السابق أن:

- قيمة "F" = (450.542)، وقيمة "Sig." = (0.000)، وهذا يدل على وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لاستراتيجيات ريادة الأعمال على تنمية المبيعات في الجامعات الفلسطينية في المحافظات الجنوبية.
- معامل ارتباط بيرسون بين استراتيجيات ريادة الأعمال وبين تنمية المبيعات يساوي (0.760)، وهو دال إحصائياً، وهذا يدل على وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) بين استراتيجيات ريادة الأعمال وبين تنمية المبيعات في الجامعات الفلسطينية في المحافظات الجنوبية.
- معامل التحديد = (0.578)، ومعامل التحديد المعدل = (0.577)، أي أن ما نسبته (57.70%) من التغير في (مستوى تنمية المبيعات) يعود للتغير في المتغير المستقل (استراتيجيات ريادة الأعمال)، والنسبة المتبقية تعود للتغير في عوامل أخرى.
- معادلة الانحدار هي: (مستوى تنمية المبيعات) = $0.876 + 0.512$ * (استراتيجيات ريادة الأعمال). وتدل هذه النتائج على أنه كلما تم تطبيق استراتيجيات ريادة الأعمال كلما زاد مستوى تنمية المبيعات في الجامعات الفلسطينية في المحافظات الجنوبية.

أهم النتائج والتوصيات

-نتائج الدراسة: من خلال التحليل الإحصائي أعلاه فقد تمثلت أهم نتائج الدراسة وكانت حسب الآتي:

- (1) أظهرت الدراسة أن استراتيجيات ريادة الأعمال في الجامعات الفلسطينية في المحافظات الجنوبية من فلسطين جاء بوزن نسبي (76.111)، وهو بدرجة موافقة (كبيرة).
- (2) أظهرت الدراسة أن أثر الابتكار في الجامعات الفلسطينية في المحافظات الجنوبية من فلسطين جاء بوزن نسبي (77.664%)، وهو بدرجة موافقة (كبيرة).
- (3) أظهرت الدراسة أن أثر الإبداع في الجامعات الفلسطينية في المحافظات الجنوبية من فلسطين جاء بوزن نسبي (77.160%)، وهو بدرجة موافقة (كبيرة).
- (4) أظهرت الدراسة أن أثر المخاطرة في الجامعات الفلسطينية في المحافظات الجنوبية من فلسطين جاء بوزن نسبي (72.981%)، وهو بدرجة موافقة (كبيرة).
- (5) أظهرت الدراسة أن درجة تحقيق الميزة التنافسية في الجامعات الفلسطينية في المحافظات الجنوبية من فلسطين جاء بوزن نسبي (75.297%)، وهو بدرجة موافقة (كبيرة).
- (6) أظهرت الدراسة أن واقع تنمية المبيعات في الجامعات الفلسطينية في المحافظات الجنوبية جاء بوزن نسبي (76.888%)، وهو بدرجة موافقة (كبيرة).

توصيات الدراسة: بناء على ما توصلت إليه الدراسة من نتائج يوصي الباحث بما يلي:

- (1) تعزيز الجامعات استراتيجيات الريادة في خططها وبرامجها الأكاديمية لتطوير قدراتها الادارية والتنظيمية والقانونية.
- (2) ضرورة اتخاذ الجامعات القرارات المناسبة عند انجاز أعمالها ومهامها بأقل قدر من المخاطرة للاستعداد لمواجهة الظروف الطارئة.
- (3) ضرورة قيام الجامعات بتنظيم مسابقات وبرامج تحفز طلابها على الابتكار لتشجيع توليد الأفكار الابتكارية.
- (4) تعزيز التوجهات الريادية وتنفيذها على أرض الواقع من أجل تحويل ريادة الأعمال إلى ثقافة ومنهجية لعملها من أجل تعزيز التعليم الريادي واكتساب مهارات الريادة.

المراجع:

أولاً: المراجع العربية

1. أبو حسنة، أحمد. (2014). مهارات التخطيط الاستراتيجي لدى قيادات كليات التربية في الجامعات الفلسطينية وعلاقتها بتحسين الأداء المؤسسي [رسالة ماجستير غير منشورة]. الجامعة الإسلامية بغزة.
2. أبو قرن، سعيد. (2015). واقع ريادة الأعمال في الجامعات الفلسطينية بقطاع غزة [رسالة ماجستير غير منشورة]. الجامعة الإسلامية بغزة.
3. الايوبي، منصور. (2018). متطلبات تطبيق الريادة الاستراتيجية كمدخل لتعزيز الإبداع التقني: دراسة حالة كلية فلسطين التقنية – دير البلح. كلية فلسطين التقنية.
4. بن قايد، فاطمة. (2017). تبني مقاربة الريادة الاستراتيجية كأداة جديدة لتغيير القدرة التنافسية. المركز الجامعي علي كافي تندوف.
5. بنات، عبد الحليم. (2022). استراتيجيات إدارة الأزمات الحديثة على تحقيق الميزة التنافسية [رسالة ماجستير غير منشورة]. الجامعة الإسلامية بغزة.
6. البياتي، فائز، وسعيد، عباس. (2016). المواءمة بين استراتيجية المحيط الأزرق واستراتيجيات الدخول والخروج من السوق وتأثيرهما في تحقيق الميزة التنافسية. مجلة كلية المأمون الجامعة، (27)، 138.
7. تروت، جاك، وريفكين، ستيف. (2020). إعادة التموضع: الأعمال في عصر التنافس، التغييرات والأزمات (منتجب يونس، ترجمة). دار علاء الدين للنشر والتوزيع، دار مؤسسة رسلان للطباعة والنشر والتوزيع.
8. جعفر، يونس. (2016). الميزة التنافسية حرب على الخصوم: دراسة واقع الميزة التنافسية في الصناعات الغذائية الوطنية الفلسطينية [رسالة ماجستير غير منشورة]. جامعة القدس المفتوحة.
9. الحربان، ندى، والزعي، خالد. (2022). استراتيجيات الريادة في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة ميدانية على القيادات الأكاديمية في الجامعات الخاصة الأردنية. المجلة الأردنية للعلوم التطبيقية، (1)*30، 8.
10. الحكيم، ليث، وعلي، أحمد. (2017). الريادة الاستراتيجية وانعكاسها في تطوير المنظمات: المفوضية العليا المستقلة للانتخابات نموذجاً. مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والإدارية، (2)*14، 24.
11. حمادي، انتصار، وسلمان، مهند. (2016). توظيف عوامل النجاح الحاسمة في تحقيق الريادة الاستراتيجية: بحث ميداني في شركتي توزيع المنتجات النفطية ومصافي الوسط. مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، (87)*22، 116.
12. خلف، إباد. (2020). دور الريادة الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة تطبيقية في شركات الأدوية الفلسطينية [رسالة ماجستير غير منشورة]. الجامعة الإسلامية بغزة.

13. الدوري، زكريا، والسعيد، يعرب. (2014). الريادة الاستراتيجية من منظور قيمة الزبون على وفق فلسفة استراتيجية المحيط الأزرق. مجلة الكوت للعلوم الاقتصادية والإدارية، (14)، 208.
14. الرميدي، بسام. (2018). تقييم دور الجامعات المصرية في تنمية ثقافة ريادة الأعمال لدى الطلاب: استراتيجية مقترحة للتحسين. مجلة اقتصاديات المال والأعمال، (2)*2، 373.
15. السكارنة، بلال. (2005). استراتيجيات الريادة ودورها في تحقيق الميزة التنافسية وتحسين الأداء لشركات الاتصالات في الأردن [رسالة دكتوراه غير منشورة]. جامعة عمان.
16. شلح، فؤاد، والمحياوي، سرمد. (2021). الريادة الاستراتيجية ودورها في تحقيق القدرة التنافسية في المنشآت الصناعية: دراسة ميدانية في شركة بشير السكسك وشركاه لصناعة الأدوات الصحية والبلاستيكية في قطاع غزة [رسالة ماجستير غير منشورة]. جامعة القدس المفتوحة.
17. العبيدي، أرادن، والبرزنجي، أحمد. (2021). مدخل في استراتيجية الإبداع التنظيمي ومكوناتها. دار الدكتور للعلوم الإدارية والاقتصادية والعلوم الأخرى.
18. عطوف، راوية. (2016). استراتيجية الريادة وأثرها في تنمية الأداء المتميز لدى رؤساء الأقسام في كليات التربية البدنية وعلوم الرياضة. مجلة كلية التربية الأساسية، (95)*22، 670.
19. الغالي، طاهر، وإدريس، وائل. (2009). الإدارة الاستراتيجية: منظور منهجي متكامل (ط. 2). دار وائل للنشر.
20. القاضي، محمد. (2021). دور القيادة الابتكارية في تعزيز الريادة الاستراتيجية في وزارة التربية والتعليم العالي الفلسطيني بالمحافظات الجنوبية [رسالة ماجستير غير منشورة]. الجامعة الإسلامية بغزة.
21. الكسواني، عبير. (د.ت.). التعليم للريادة في الدول العربية: تقرير اليونسكو، خطة عمل. اليونسكو.
22. هلال، محمد. (2008). التفكير والتخطيط الاستراتيجي: كيف تربط بين الحاضر والماضي. مركز تطوير الأداء والتنمية.

ثانيًا: المراجع الأجنبية

Nandan, H. (2013). *Fundamentals of entrepreneurship*. PHI Learning Pvt. Ltd.