

دور ريادة الأعمال في تجديد الفكر الإداري الاستراتيجي



This work is licensed under a
Creative Commons Attribution-
NonCommercial 4.0
International License.

د. أبو القاسم موسى الفضل

استاذ إدارة الأعمال المساعد، جامعة شقراء، المملكة العربية السعودية

البريد الإلكتروني: abualaamusa@yahoo.com

نشر إلكترونياً بتاريخ: ٣١ ديسمبر ٢٠٢١ م

أعمال الاتصالات. اتبعت الدراسة المنهج الوصفي في جمع وتصنيف وعرض البيانات، والمنهج التحليلي في تحليل بيانات الدراسة. خلص البحث الى عدة نتائج، أهمها أن تميز الشركة السودانية للاتصالات بقدرتها التنافسية في اقتناص الفرص الاستثمارية وتطوير الأفكار الابداعية التي تسهم في اشباع رغبات العملاء. وأوصى البحث بضرورة تعزيز ثقافة الريادة بالشركة السودانية للاتصالات وبناء وتنمية مهارات الإبداع والقدرة على الابتكار لإنشاء وإدارة مشروعات رائدة بنجاح.

الكلمات المفتاحية: ريادة الأعمال، الفكر الإداري، الريادة الاستراتيجية.

Abstract

This research paper aims at identifying the role of entrepreneurship in recommencing strategic mediation and

الملخص

تهدف هذه الورقة البحثية الى التعرف على دور ريادة الأعمال في تجديد الفكر الاستراتيجي وخلق الثقافة الريادية، كما تهدف الى تسليط الضوء على أثر الريادة الاستراتيجية في تميز الأداء من أجل تقديم خدمات مميزة. وتمثلت مشكلة الدراسة في التحديات التي تواجه شركة السودانية للاتصالات من أجل استثمار الميزات التنافسية، ويكمن التحدي في صعوبة تحديد الوسائل والآليات التي تمكنها من تجاوز تلك التحديات لاغتنام الفرص في البيئة الخارجية، وذلك بسبب عدم امتلاكها روح المخاطرة والرؤية الواضحة والقدرة على قراءة البيئة من أجل استثمار تطبيقات ريادية في تأسيس خطط استراتيجية لخلق الإبداع والثقافة الريادية. ومن بين الفرضيات التي تناولتها الدراسة أن هناك علاقة طردية ذات دلالة إحصائية ما بين تحمل الشركة السودانية للاتصالات للمخاطر وريادتها في

competitive ability to seize investment opportunities and develop creative ideas that contribute to satisfying customers' desires. The research recommended the indispensability of enhancing the culture of leadership in the Sudanese Telecom Company and evolving creativity and innovative skills to successfully establish and manage ground-breaking projects.

Keywords: entrepreneurship, management thought, strategic leadership.

* المقدمة

تركز منظمات الأعمال بشكل متزامن على إيجاد الفرص في البيئة الخارجية من خلال الإبداع فيكون تحديد الفرص جزءاً من الاستراتيجية الريادية من خلال الإبداع، وكذلك أن تحديد الطريقة لإدارة جهود الإبداع في المنظمة هي جزء من الإدارة الاستراتيجية الريادية أيضاً. لذلك نلاحظ أن الاستراتيجية الريادية توحد أعمال المنظمات لإيجاد الفرص ونجاح الإبداع من أجل الوصول إلى أهدافها. بذلك أصبحت الميزة التنافسية تصمم لبقاء لمنظمات الأعمال والزيادة في نجاح أداء وظائفها وقدراتها المستمرة لإيجاد الفرص الجديدة للإبداع، وبهذا فإن المنظمات الريادية هي التي تستثمر التطبيقات الريادية في تأسيس عملها، وتسعى لتحقيق الأداء المتميز وتحسين فرص النمو وبالتأكيد فإن الإبداع والريادة يؤثران تأثيراً مهماً في تحقيق الأهداف التنظيمية.

(Ferreira,2002, p 11)

devising an entrepreneurial culture. It also aims to shed light on the impact of strategic leadership on outstanding performance in order to provide distinctive services. The problem of the study was represented in the challenges facing the Sudanese Telecom Company in order to invest competitive advantages, and the challenge lies in the difficulty of determining the means and mechanisms that enable it to overcome these challenges to seize opportunities in the external environment, due to its lack of risk-taking spirit, clear vision and the inability to derive conclusions from the environment in order to invest Pioneering applications in establishing strategic policies to form creativity and entrepreneurial culture. Among the hypotheses dealt with in the study is that there is a direct, statistically significant relationship between the Sudanese Telecom Company's risk tolerance and its leadership in the telecommunications business. The study followed the descriptive approach in collecting, classifying, data presentation, and the analytical approach in analyzing the data of the study. The research concluded with several results, the most important of which is that the Sudanese Telecom Company is distinguished by its

* مشكلة البحث

ريادة الأعمال الاستراتيجية تسمح لمنظمات الأعمال أن تقود وتدير أعمالها لتعالج التحديات المزوجة باستثمار الميزات التنافسية الحالية ضمن نطاق الإدارة الاستراتيجية واكتشاف الفرص في البيئة الخارجية ضمن نطاق ريادة الأعمال الخاصة بالميزات التنافسية المستقبلية. لكن هنا تكمن كثير من التحديات التي تواجه هذه الشركات من أجل استثمار الميزات التنافسية، فيصعب على بعض الشركات تحديد الوسائل والآليات التي تمكنها من تجاوز تلك التحديات لاغتنام الفرص في البيئة الخارجية، وذلك بسبب عدم امتلاكها روح المخاطرة والرؤية الواضحة والقدرة على قراءة البيئة من أجل استثمار تطبيقات ريادة في تأسيس خطط استراتيجية لخلق الإبداع والثقافة الريادية.

وعليه فإن المشكلة التي يعالجها هذا البحث يمكن

صيغتها في الأسئلة التالية:-

- ١- كيف تعمل الشركة السودانية للاتصالات (سوداتل) على معالجة التحديات المتعلقة باستثمار الميزات التنافسية؟
- ٢- ما هي الوسائل والآليات التي تستخدمها الشركة السودانية للاتصالات (سوداتل) لاكتشاف الفرص في البيئة الخارجية من خلال التفكير الإبداعي؟
- ٣- إلى أي مدى يتم استثمار التطبيقات الريادية في تأسيس خطط استراتيجية للشركة السودانية للاتصالات (سوداتل)؟
- ٤- إلى أي مدى تتحمل الشركة السودانية للاتصالات المخاطر في سبيل اغتنام الفرص لخلق الإبداع والثقافة الريادية؟

* أهمية البحث

وجود ريادة الأعمال في القطاعات الاقتصادية المتنوعة يُشكل أهمية كبيرة، حيث تُساهم بالتأثير على الاقتصاد والفكر الإداري الاستراتيجي، وتُعدّ ريادة الأعمال من آليات التطوير الاستراتيجي المهمة في عصر التغيرات الخارجية المستمرة، كما تُشكل ريادة الأعمال جزءاً من مُدخلات اتّخاذ القرارات المرتبطة باستخدام الموارد بشكل أفضل، من أجل الوصول إلى توفير خدمة تنال رضا العميل. فبذلك تساهم ريادة الأعمال بتحفيز دور الإبداع في المنشآت، عن طريق البحث عن الفرص الجديدة، والحرص على تنفيذها من خلال الاستفادة من الموارد. كما تساعد ريادة الأعمال على تحقيق الأرباح، والمشاركة في المجتمع من خلال دورها المهم لمنشآت الأعمال.

* أهداف البحث

تأسيساً على ما سبق فقد سعت الدراسة لتحقيق

الأهداف التالية:-

- ١- يهدف هذا البحث الى تسليط الضوء على أثر الريادة الاستراتيجية في تميز الأداء من أجل تقديم خدمات مميزة.
- ٢- التعرف على دور ريادة الأعمال في تجديد الفكر الاستراتيجي وخلق الثقافة الريادية.
- ٣- الكشف عن كنه الريادة الاستراتيجية باعتبارها أحد الاساليب الادارية الحديثة ودورها في اغتنام الفرص وتحقيق الإبداع عن طريق تبني الثقافة الريادية.
- ٤- التعرف على أبعاد الريادة الاستراتيجية في الشركة السودانية للاتصالات (سوداتل) ودورها في خلق الميزة التنافسية.

* فرضيات البحث

سعت الدراسة لفحص الفرضيات التالية:-

- ١- توجد علاقة طردية ذات دلالة إحصائية ما بين تحمل الشركة السودانية للاتصالات المخاطر وريادتها في أعمال الاتصالات.
- ٢- توجد علاقة طردية ذات دلالة إحصائية ما بين تبني الشركة السودانية للاتصالات لمفهوم الثقافة الريادية وتميز الأداء.
- ٣- توجد علاقة طردية ذات دلالة إحصائية ما بين الريادة الاستراتيجية وخلق الميزة التنافسية للشركة السودانية للاتصالات.
- ٤- توجد علاقة طردية ذات دلالة إحصائية ما بين ريادة الأعمال وتحفيز الدور الإبداعي بالشركة السودانية للاتصالات.

* منهجية البحث

يستخدم في هذا البحث المنهج الوصفي في جمع وتصنيف وعرض البيانات، والمنهج التحليلي في تحليل بيانات الدراسة بالأساليب الإحصائية المناسبة.

* حدود الدراسة الزمانية والمكانية

- ١- الحدود الزمانية: تم جمع البيانات عبر الاستبانات في عام 2020م.
- ٢- أما الحدود المكانية: فسوف تنحصر الدراسة في السودان ولاية الخرطوم.

* الإطار النظري للدراسة

* تمهيد

من الملاحظ أن التطورات الخارجية في الأسواق العالمية والتعقيدات في البيئة التنافسية لها تأثيراً كبيراً في ريادة الأعمال إذ أن الريادة تعد من أهم الأساليب والوسائل التي يجب على المنظمات أن تكتسبها من أجل البقاء والنمو في البيئة التنافسية إذ أن التوجه الريادي يساعد على التنبؤ بالمستقبل ونتيجة لذلك يجب أن تتبنى المنظمة المرونة الاستراتيجية وأن تكون لديها مجموعة من البدائل الاستراتيجية والحصول على الموارد وبناء القابليات التي تسمح باتخاذ الاجراءات اللازمة في التكيف مع البيئة الديناميكية والعمل على تعقب أو استثمار الفرص الريادية داخل المنظمة. (Djordjevic 2013 p241).

أولاً- مفهوم ريادة الأعمال

ريادة الأعمال Entrepreneurship هي الاستعداد لإدارة وتنظيم وتطوير المشروعات بالتزامن مع التأثير بالمخاطر بهدف الوصول إلى الأرباح، وتعتمد ريادة الأعمال على المبادرة بإنشاء عمل جديد، عن طريق الاستفادة من الموارد المتاحة، والعمل، ورأس المال الذي يساهم في الحصول على الربح، وتُعرّف ريادة الأعمال بأنها نشاط يهتم بتأسيس الأعمال المتنوعة، من أجل تحقيق الربح مع تقدير المخاطرة المترتبة على ذلك. (Oxford Dictionaries, 2017) من التعريفات الأخرى لريادة الأعمال هي مجموعة من المهارات التي تساهم ببدء عمل جديد، من خلال ربطه مع القدرة على تحقيق فرص جديدة. (Dictionary, 2017 Cambridge).

* نشأة ريادة الأعمال

تُعدّ ريادة الأعمال من الظواهر القديمة والمتجددة التي تساهم بالإشارة إلى الأفراد المبتكرين والمبدعين في مختلف مجالات الأعمال، أمّا أسس الريادة تعود إلى نظرية احتكار القلّة؛ حيث اهتمّ الرياديون بحساب الأسعار والكميات الخاصة بالمنتجات التي سوف تُنتج؛ من أجل اتّخاذ القرارات المناسبة لها، ونظر المفكّر الاقتصاديّ ماركس إلى الريادين بأنهم وكلاء لتطبيق تغيير في الاقتصاد، من خلال مساهمتهم في التأثير بشكلٍ فعالٍ في المجتمع. تأثرت ريادة الأعمال في بداية ظهورها بمجموعة من العلوم الإنسانيّة، مثل علم الاقتصاد، والتسويق، وعلم الاجتماع، وعلم النفس، والإدارة الاستراتيجيةّ، وعلم التاريخ؛ ممّا ساهم بظهور العديد من النظريات والتفسيرات لفكرة ريادة الأعمال، وعُرفَ المفهوم الخاص بريادة الأعمال في القرن العشرين للميلاد وتحديدًا في عقدي الستينات والسبعينات، ولكن انتشر هذا المفهوم بشكلٍ واسع في الثمانينات والتسعينات، فاهتمّ بالمزج بين الأرباح الناتجة عن العمليات التجاريّة المتنوعة، والأفكار المُقدمة من مختلف المجالات، عن طريق الاعتماد على ابتكار وسائل حديثة لتطبيق الأعمال.

اكتسبت ريادة الأعمال مجموعة من المفاهيم المتنوعة، بسبب تأثرها بالمدارس الفكرية الإداريّة بناءً على نظريات كلّ منها، فتنوعت بين أهداف تحقيق الابتكار والإبداع والربح التي شكلت جزءاً من عناصر الإنتاج، فشملت كلّ عناصر العملية الإنتاجيّة التي تسعى إلى استمرار المنشآت المتنوعة بتنفيذ نشاطاتها، عن طريق الحصول على

الدعم المناسب للمساهمة في تعزيز تنمية الاقتصاد. (ياسر المري 2013م، ص15)

* أهداف ريادة الأعمال

تسعى ريادة الأعمال إلى تحقيق مجموعة من الأهداف في بيئة العمل، ومنها:- (حامد الحدرائي، 2013م ص96)

- 1- تعزيز استعداد مناخ العمل العام من أجل تنفيذ ريادة الأعمال على مستوى المنشأة.
- 2- السعي إلى إنشاء مشروعات جديدة أو استحداث وحدات إداريّة داخل المنشآت.
- 3- تشجيع ودعم المبادرات الخاصة بالموظفين والعاملين داخل المنشآت.
- 4- تطبيق التجديد الاستراتيجيّ الذي يشمل إعادة التفكير بالتوجهات والفرص المتاحة للمنشآت.

* مميزات ريادة الأعمال

- 1- إنّ وجود ريادة الأعمال في القطاعات الاقتصاديّة المتنوعة يُشكّل أهمية كبيرة، حيث تُساهم بالتأثير على الاقتصاد والفكر الإداريّ الاستراتيجيّ، لذلك تتميز ريادة الأعمال بمجموعة من المميزات وهي: (نشرة تعريفية، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، ص4).
- 2- تُعدّ ريادة الأعمال من آليات التطوير الاستراتيجيّ.
- 3- تُشكّل ريادة الأعمال جزءاً من مدخلات اتّخاذ القرارات المرتبطة باستخدام الموارد بشكل أفضل، من أجل الوصول إلى توفير خدمة أو منتج جديد.
- 4- تعتمد ريادة الأعمال على استخدام أساسيات الإدارة عند اختيار النمط الخاص بالسلوك الرياديّ.

٥- تساهم زيادة الأعمال بتحفيز دور الإبداع في المنشآت؛ عن طريق البحث عن الفرص الجديدة، والحرص على تنفيذها من خلال الاستفادة من الموارد.

٦- تعتمد زيادة الأعمال على تنفيذ مجموعة من الإجراءات لتعزيز تحملها للمخاطر.

٧- تساعد زيادة الأعمال على تحقيق الأرباح، والمشاركة في المجتمع من خلال دورها المهم للمنشآت.

٨- تحتوي زيادة الأعمال على مهارات إدارية تعتمد على المبادرات الفردية، من أجل استخدام الموارد المتاحة بشكل أفضل.

٩- تهمّ زيادة الأعمال بتعزيز التنسيق بين العملية الإنتاجية والجهد المبذول في العمل.

* أهمية زيادة الأعمال

فيما يلي أربعة أسباب وراء أهمية رأس المال الريادي

للاقتصاد والدول: - (Rensburg, 2019, p7)

١- زيادة الأعمال تخلق فرص عمل جديدة: العروض الرائدة التي يقدمها رواد الأعمال تؤدي إلى خلق وظائف جديدة، ويمكن أن ينتج عنها تأثير متتالي في الاقتصاد، كما يؤدي تحفيز الشركات والقطاعات ذات الصلة التي تدعم المشروع الجديد إلى المزيد من التطوير الاقتصادي في البلد.

٢- زيادة الأعمال إضافة إلى الدخل القومي: المشاريع الريادية تولد حرفياً ثروة جديدة، إذ تتيح العروض، والمنتجات، والتقنيات الجديدة والمحسنة من رواد الأعمال إمكانية تطوير أسواق جديدة وإنشاء ثروة جديدة. بالإضافة إلى ذلك، فإن التأثير المتراكم لزيادة العمالة وزيادة الأرباح يساهم في تحسين الدخل القومي على شكل إيرادات ضريبية

أعلى، وإنفاق حكومي أعلى مما يمكن الحكومة من استخدام هذه الإيرادات في الاستثمار في القطاعات الأخرى المتعثرة.

٣- زيادة الأعمال تخلق تغييراً اجتماعياً: عن طريق عروض رواد الأعمال الفريدة للسلع والخدمات الجديدة، هم يتعدون عن التقاليد ويدعمون الحرية بشكل غير مباشر، وذلك من خلال تقليل الاعتماد على الأنظمة والتقنيات القديمة، هذا يؤدي إلى تحسين الحياة الاجتماعية وزيادة الروح المعنوية والحرية الاقتصادية.

٤- تنمية المجتمع: يقوم رواد الأعمال برعاية مشاريع زيادة الأعمال بانتظام، كما يستثمرون في مشاريع مجتمعية مهمة ويقدمون الدعم المالي للجمعيات الخيرية المحلية، وهذا يتيح المزيد من التطوير من وراء مشاريعهم الخاصة، وقد استخدم بعض رواد الأعمال المشهورين مثل بيل جيتس أموالهم لتمويل القضايا المهمة من التعليم إلى الصحة العامة.

* دور الدول في زيادة الأعمال

القوانين تلعب دوراً حاسماً في رعاية زيادة الأعمال لأن زيادة الأعمال غير المنظمة قد ينتج عنها نتائج اجتماعية غير مرغوب فيها من ممارسات غير عادلة في السوق، والفساد، والأزمات المالية بل حتى ازدياد النشاط الإجرامي. التفاعل المثير للاهتمام لزيادة الأعمال والتنمية الاقتصادية له مدخلات حيوية، واستنتاجات لصانعي السياسات، ومعاهد التنمية، وأصحاب الأعمال، والجهات المانحة الخيرية، فإذا فهمنا الفوائد والعيوب فإن اتباع نهج متوازن في رعاية زيادة الأعمال سيؤدي بالتأكيد إلى تأثير إيجابي على الاقتصاد والمجتمع.

(Rahul rajjal, 2019, p17)

ثانياً - مفهوم وأبعاد الريادة الاستراتيجية

على الرغم من تعدد الدراسات والأبحاث التي تناولت مفهوم الريادة الاستراتيجية، إلا أن الوصول الى مفهوم مقبول مازال بعيد المنال كون الباحثين الذين تناولوا الموضوع جاؤوا من خلفيات علمية متنوعة وكل واحد منهم كان يحمل أفكاراً معينة عن الريادة الاستراتيجية بينها بحسب مفهومه. وعليه فإن الاستراتيجية الريادية توحد أعمال المنظمات لإيجاد الفرص ونباح الإبداع من أجل الوصول الى أهدافها، وبهذا وجد مفهوم المنظمة الريادية فهي التي تستثمر التطبيقات الريادية في تأسيس عملها، إذ تسعى الى تحقق الأداء المتميز وتحسين فرص النمو، وبالتأكيد فإن الإبداع والريادة يؤثران تأثيراً مهماً في تحقيق الأهداف.

تم تعريف الريادة الاستراتيجية بأنها (هي فلسفة للممارسات الاستراتيجية تهدف الى تكامل الرؤية والأفكار الريادية والسلوكيات من خلال تشخيص الفرص الريادية الملائمة وتسهيل استغلالها عن طريق إيجاد وسائل لتحويل امكانيات القادة والعاملين الى عمل فعلي وواقعي لإحداث تغييرات جذرية، وخلق ميزة تنافسية مستدامة تنتج عن العمل الجديد المضاف للمنظمة وإبداعات المنظمة واستعدادها لكل ما هو جديد ويضيف قيمة للزبون). (عباس، 2015م، ص85).

يرى الباحث أن ريادة الأعمال الاستراتيجية هو مفهوم ذا أهمية حاسمة للأعمال في القرن الحادي والعشرين، إذ تركز المنظمات بشكل متزامن على إيجاد الفرص في البيئة الخارجية وامتلاك زمام المبادرة في تبني الأفكار الجديدة من خلال الإبداع، وليس القدرة فقط على اكتشاف الفرص بل

خلقها وتعظيمها، وامتلاك روح المخاطرة المحسوبة والرؤية الواضحة والقدرة على قراءة البيئة، والتخطيط والتعامل مع الظروف الغامضة من أجل الوصول الى أهدافها.

* أبعاد الريادة الاستراتيجية

تهدف الريادة الاستراتيجية للأعمال الى إيجاد التوجيهات والأفكار الإبداعية وتحاول تطبيقها في مجال الأعمال على مستوى المنظمات العامة والخاصة وتفعيلها بغية تحقيق التطور والتقدم. لذا حدد الباحثون أبعاداً عدة للريادة الاستراتيجية منها:-

١- **تحمل المخاطر:** تعد عملية تحمل المخاطر من العناصر الجوهرية للاستراتيجية ريادة الأعمال، إذ لا يمكن الانطلاق بالأعمال والمشاريع من دون أن يتحمل الريادي والمنظمة قدراً معيناً من المخاطر وتأثيراتها الحالية والمستقبلية. وتتضمن الرغبة لتوفير موارد أساسية لاستثمار الفرص مع تحمل المسؤولية عن الفشل وكلفته. (عبد الهادي، 2011م، ص3).

٢- **تحديد الفرص:** يعد تحديد الفرصة الموضوع الرئيس داخل الأدبيات عن الريادة الاستراتيجية وهو مصدر مهم للميزة التنافسية (ناصر، 2012م، ص248)

٣- **الإبداع:** تشير الإبداعية الى الجهود المبذولة من قبل العاملين في المنظمة لإيجاد الفرص الجديدة أو الحلول الاستثنائية. لذلك تعد الإبداعية أحد الجوانب المهمة للعملية الريادية، وهي تتضمن الابتكار في المنتجات الجديدة أو تحسين التكنولوجيا ولذلك فالريادية والإبداع يمكن أن تقدمه المنظمات الصغيرة والكبيرة، وهو من المخرجات الرئيسة والتي

تبحث عن الريادية وهو أساس النجاح التنافسي (ثابت، 2015م، ص84).

فالإبداع هو سعي المنظمة لتكون الأولى في تقديم المنتجات والخدمات الجديدة وتكون شديدة التنافس الهجومي في اقتناص الفرص (علي، 2013م، ص395)

٤- الثقافة الريادية: يعد مفهوم الثقافة الريادية مفهوماً معروفاً ومعمولاً به في مجالات متعددة مثل الإدارة الاستراتيجية وعلم النفس وعلم الاجتماع وعلم الاقتصاد والتسويق وعلوم متعددة أخرى. وبالثقافة الريادية هي واحدة من الأفكار الجديدة والإبداع والخطر المتوقع، وتسهم في تشجيع التسامح عن بعض الأخطاء أو الفشل، والترويج للتعلم وتحفيز العملية الإدارية على الاستمرار بالإبداع واعتبار التغيير المحرك باتجاه الفرص. (عباس، 2015م ص98)

ثالثاً- نبذة تعريفية عن الشركة السودانية للاتصالات

بدأت خدمات الاتصالات في السودان في أوائل 1897م، وكانت هذه البداية باتصالات سلكية بمدينة سواكن الواقعة على شاطئ البحر الأحمر في حدود السودان الشرقية حيث أن مدينة سواكن آنذاك ذات أهمية تجارية وميناء للبلاد.

أما خدمات الاتصال الهاتفي فلقد بدأت في السودان مع بناء السكة حديد عام 1897م حيث أدخل معها خط تلفوني لأول مرة في السودان، ومع توسع خطوط السكة الحديد عبر البلاد توسعت معها خدمات الاتصال الهاتفي حيث تم نشر خطوط الشبكة. فأدخل الاتصال اللاسلكي في عام 1914م وإنشاء محطة رقمية ببورتسودان. حظيت

الخرطوم بمحطة لاسلكية كبرى بالخرطوم بقوة 6 كيلو واط بهوائيات عالية عام 1921م واستمر عملية إنشاء المحطات حتى وصلت في عام 1929م إلى 19 محطة و84 مكتباً للتلفون. وفي عام 1931م تم إنشاء محطة بين القاهرة والخرطوم إضافة إلى بعض المحطات الداخلية بالمطارات لتأدية خدمات إرشاد الطائرات. بدأ الاهتمام المتزايد بالاتصالات الهاتفية والبرقية، حيث تم إنشاء العديد من الخطوط الهوائية وأدخل (نظام الكبانيات) التي تعمل بنظام البطاريات (CB) كما تم ربط المناطق النائية بأجهزة التردد العالي (HF) لتوفير الخدمات البرقية. أدخلت خدمة الهاتف للجمهور في السودان في عام 1903م عندما تم إنشاء أول كيانية للتلفونات بالخرطوم.

اتاحت فرص الاتصال المباشر لكل هذه المدن إضافة إلى الإرسال الإذاعي والتلفزيوني. وفي عام 1974م انشئت محطة للأقمار الصناعية الأرضية للاتصال العالمي بأم حراز. لقد أوكلت إدارة الاتصالات إلى مصلحة البريد والبرق في السودان، آلت الإدارة إلى مصلحة المواصلات السلكية واللاسلكية.

وفي سبتمبر 1994م ونتيجة للبرنامج الثلاثي للإنقاذ الاقتصادي (1990م — 1993م) كان السودان مع موعد مع فجر جديد في عالم الاتصالات وتقنية المعلومات في هذا التاريخ انتقلت الاتصالات إلى الشركة السودانية للاتصالات المحدودة كشركة مساهمة عامة، وآلت إلى القطاع الخاص، ولقد ولدت الشركة السودانية للاتصالات

44.1	164	35 وأقل من 50 سنة	الحالة الاجتماعية
15.1	56	50 سنة فما فوق	
29.3	109	أعرب	
59.1	220	متزوج	
11	41	أخرى	المؤهل العلمي
4.3	16	دبلوم	
58.9	219	بكالوريوس	
29	108	ماجستير	
7.3	27	دكتوراه	عدد سنوات الخبرة
12.4	46	أقل من 5 سنوات	
67.7	252	أكثر من 5 سنوات	
19.4	72	10 سنوات فأكثر	
N=370			

من الجدول رقم (1) يلاحظ أن الذين أعمارهم ما بين (35 سنة وأقل من 50 سنة) هم الغالبية في العينة إذ بلغ عددهم (164) شخص ونسبتهم (44.1%) وأن أفراد عينة البحث الذين أعمارهم ما بين 20 وأقل من 35 سنة نسبتهم (40.3%)، وأن نسبة الذين تبلغ أعمارهم 50 سنة فما فوق (15.1%)، مما يدل على أن غالبية أفراد عينة البحث من الشباب أصحاب الدماء الحارة، ووفقاً للجدول نجد أن (58.9%) من مفردات عينة البحث يحملون مؤهل البكالوريوس. ويلاحظ أن (67.7%) مفردات العينة عدد سنوات خبرتهم أكثر من 5 سنوات، مما يشكل الجانب الإيجابي وميزة تنافسية للشركة وأصبحت شركة الاتصالات السودانية بذلك متميزة ورائدة محلياً وإقليمياً بحيث تمتلك كثير من الكفاءات الوطنية والأجنبية الذين لهم كفاية علمية وخبرة في مجال هندسة الاتصالات.

نتيجة دراسات وبحوث لكيفية تطوير الاتصالات بالسودان لمواكبة التطورات العالمية ودفع التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

* تحليل البيانات واختبار الفرضيات

تناول الباحث في هذا البحث المنهج الإحصائي المتبع وكذلك إجراءات البحث من حيث:-

١- مجتمع وعينة البحث: يشمل مجتمع البحث على منسوبي شركة الاتصالات السودانية، وتم اختيار عينة البحث إحصائياً من داخل مجتمع البحث مستخدماً العينة العشوائية، وقد حصل الباحث على عينة من حيث شمولها على الأفراد من مختلف الفئات العمرية والدرجات الوظيفية واختلاف سنوات خبراتهم وتخصصاتهم، وقد تم توزيع (385) استبانة بصورة عشوائية لتمثل عينة البحث وتم استلام (370) استبانة من الاستبانات التي تم توزيعها وهذا العدد من الاستبانات تم تحليله لتحقيق أغراض البحث.

٢- أداة البحث: استخدم الباحث الاستبانة كأداة للدراسة وجمع البيانات، حيث تم اعتماد الأسلوب العلمي في إعداد الاستبانة. وتتكون الاستبانة من مقدمة توضح الغرض منها مع الإشارات الخاصة بملئها، يليها الجزء الأول وهو عبارة عن البيانات الشخصية (العمر، الحالة الاجتماعية، المؤهل العلمي، عدد سنوات الخبرة، العمل الإداري). ثم الجزء الثاني ويتضمن عدد (14) تساؤل تعكس آراء أفراد عينة البحث حول دور زيادة الأعمال في تجديد الفكر الاستراتيجي.

جدول رقم (1) التوزيع التكراري للبيانات الأولية لعينة البحث

النسبة %	التكرار	التصنيف	
40.3	150	20 وأقل من 35 سنة	العمر

جدول رقم (2) إجابات المبحوثين عن أسئلة الفرضية الأولى

غير موافق بشدة		غير موافق		متعاد		موافق		موافق بشدة		Std.	Q
Perc	Freq	Perc	Freq	Per	Freq	Perc	Freq	Perc	Freq	Dev	
5.1	19	8.9	33	0	0	61	227	24.5	91	1.02	Q1
5.9	22	4	15	1.9	7	69.1	257	18.5	69	.947	Q2
6.5	24	3	11	2.2	8	78.5	292	9.4	35	.887	Q3
3.8	14	2.2	8	1.3	5	63.2	235	29	108	.848	Q4
N: 370											

بشدة عددهم (24) مبحوث ونسبتهم (6.5%). ونجد أن الانحراف المعياري للسؤال الثالث هو (0.887). أما إجابات المبحوثين على مدى تحمل الشركة للمخاطر من العناصر الجوهرية للاستراتيجية زيادة الأعمال فنجد أن عدد الموافقين بشدة (108) شخص بنسبة (29%)، وأن الموافقين عددهم (235) فرد ونسبتهم (63.2%)، أما غير الموافقين فعددهم (8) شخص ونسبتهم (2.2%)، أم غير الموافقين بشدة فعددهم (14) فرد وتمثل نسبة (3.8) ونجد أن الانحراف معياري للسؤال الرابع (0.848). مما يؤكد بأن الشركة السودانية للاتصالات تتحمل كثير من المخاطر في سبيل تحقيق الريادة بأعمال الاتصالات.

جدول رقم (3) إجابات المبحوثين عن أسئلة الفرضية الثانية

غير موافق بشدة		غير موافق		متعاد		موافق		موافق بشدة		Std.	Q
Perc	Freq	Perc	Freq	Per	Freq	Perc	Freq	Perc	Freq	Dev	
5.4	20	7.5	28	3.8	14	69.4	258	13.4	50	.958	Q5
6.2	23	7.3	27	2.2	8	65.3	243	18.5	69	1.01	Q6
1.9	7	3.8	14	3	11	11	41	79.8	297	.863	Q7
N: 370											

من الجدول رقم (3) نلاحظ أن نسبة (13.4%) من المبحوثين يوافقون بشدة على أن تبني الشركة السودانية للاتصالات لمفهوم الثقافة الريادية جعلها متميزة الأداء، وعددهم (50) فرد، أما الذين يوافقون على تلك العبارة فعددهم (258) شخص ونسبتهم (69.4%). والذين لا يوافقون فعددهم (28) فرد ونسبتهم (7.5%). ونجد أن الانحراف المعياري للعبارة الأولى (0.958). أما العبارة الثانية فنجد أن الأشخاص الذين يوافقون بشدة فهم (69) شخص، والذين يوافقون عددهم (243) فرد ونسبتهم (65.3%)، أما الذين لا يوافقون بشدة على أن تطبيق الشركة السودانية

من الجدول رقم (2) نجد أن (91) شخص من أفراد عينة البحث يوافقون بشدة على أن الشركة السودانية للاتصالات تتحمل المخاطر في سبيل ريادتها لأعمال الاتصالات وتمثل نسبتهم (24.5%)، أما عدد الذين أجابوا بموافق (227) فرد وكانت نسبتهم (61%). بينما كانت نسبة الذين أجابوا بغير موافق كانت (8.9%) وعددهم (33) شخص، ونجد أن الانحراف المعياري للسؤال الأول هو (1.02). أما الذين أجابوا بموافق بشدة على صعوبة إنشاء المشاريع استثمارية رائدة من دون أن تتحمل الشركة قدرًا من المخاطر فعددهم (69) فرد ونسبتهم (18.5%)، أما عدد الذين يوافقون (257) فرد وتمثل نسبتهم (69.1%)، ونجد أن هناك (15) شخص غير موافقين وتمثل نسبتهم (4%)، وعدد غير الموافقين بشدة (22) ونسبتهم (5.9%). ونجد أن الانحراف المعياري للسؤال الثاني هو (0.947). أما المبحوثين الذين أجابوا بموافق بشدة على أن الشركة تقدر تتفهم مخاطر مشاريعها الريادية فعددهم (35) مبحوث ونسبتهم (9.4%)، والذين أجابوا بموافق فعددهم (292) فرد ونسبتهم كانت (78.5%)، أما الذين لا يوافقون فعددهم (11) فرد بنسبة (3%). والذين لا يوافقون

للاتصالات لمفهوم الثقافة الريادية ساعد على تحسين أدائها. فعددهم (23) ونسبتهم (6.2%)، والانحراف المعياري لهذه العبارة قدره (1.01). أما عدد المبحوثين الذين يوافقون بشدة على العبارة الثالثة فهم (297) مبحوث ونسبتهم (79.8%)، والذين يوافقون فعددهم (41) فرد ونسبتهم (11%)، أما غير الموافقين فعددهم (14) شخص وتمثل نسبتهم (3.8%). ونلاحظ أن الانحراف المعياري للعبارة الثالثة هو (0.863). مما سبق اتضح للباحث بما لا يدع مجالاً للشك أن تبني الشركة السودانية للاتصالات لمفهوم الثقافة الريادية أدى الى تميز أدائها في تقديم خدمات الاتصالات.

جدول رقم (4) إجابات المبحوثين عن أسئلة الفرضية الثالثة

Std.	Dev	موافق بشدة		موافق		محايد		غير موافق		q
		Perc	Fre	Perc	Fre	Per	Fre	Perc	Fre	
1.10	105	28.2	198	53.2	14	3.8	14	7.8	29	Q8
1.10	169	45.4	140	37.6	15	4	15	7.5	28	Q9
1.13	276	74.2	30	8.1	23	6.2	23	7	26	Q10

N: 370

من الجدول رقم (4) يتضح أن هناك (105) مبحوث يوافقون بشدة على أن الريادة الاستراتيجية تلعب دور بالغ الأهمية في خلق الميزة التنافسية، وهؤلاء نسبتهم (28.2%)، أما عدد الذين يوافقون (198) فرد ويمثلون نسبة (53.2%)، أما الذين لا يوافقون على هذه العبارة فعددهم (29) بنسبة (7.8%). ونلاحظ أن الانحراف المعياري لهذه العبارة قد وصل الى (1.10). أما العبارة الثانية والتي تقول: تبني المبادرات الخلاقة يُعدّ من المؤثرات الفعالة لخلق الميزة التنافسية، فإن عدد المبحوثين الذين يوافقون على تلك العبارة (169) مبحوث بنسبة (45.4%)، أما الذين

يوافقون فعددهم (140) فرداً ونسبتهم (37.6%)، والذين لا يوافقون على تلك العبارة فعددهم (28) ونسبتهم (7.5%) والذين لا يوافقون بشدة على تلك العبارة فعددهم (18) ونسبتهم (4.8%)، وجاء الانحراف المعياري لهذه العبارة بمقدار (1.10). أما العبارة الثالثة فهي حول القيمة تنافسية التي تُقدمها الريادة الاستراتيجية لشركة الاتصالات السودانية. فجاءت إجابة المبحوثين بأن هناك عدد (276) شخص يؤكدون بشدة أن الريادة الاستراتيجية تُقدم قيمة تنافسية للشركة السودانية للاتصالات. ويمثل هذا العدد نسبة (74.2%)، أما الذين يوافقون فعددهم (30) بنسبة (8.1%)، أما الذين لا يوافقون وبشدة فعددهم (26) شخص وتمثل نسبتهم (7%)، ووصل الانحراف المعياري للعبارة الثالث (1.13). مما سبق نؤكد على أن تبني الشركة السودانية للاتصالات لمفهوم الريادة الاستراتيجية قد خلق لها ميزة تنافسية أمام الشركات التي تعمل معها في قطاع الاتصالات بالسودان.

جدول رقم (5) إجابات المبحوثين عن أسئلة الفرضية الرابعة

Std.	Dev	موافق بشدة		موافق		محايد		غير موافق		q
		Perc	Fre	Perc	Fre	Per	Fre	Perc	Fre	
1.26	249	66.9	249	13.2	49	3.5	13	9.7	36	Q11
1.07	79	21.2	79	61	227	3.8	14	6.5	24	Q12
1.14	274	73.7	274	8.3	31	6.7	25	6.5	24	Q13
1.21	270	72.6	270	8.1	30	6.2	23	7	26	Q14

N: 370

من الجدول رقم (5) يتبين أن هناك (249) من أفراد عينة البحث يوافقون وبشدة على أن ريادة الأعمال تسهم في تحفيز الدور الإبداعي للشركة السودانية للاتصالات. ونسبة هؤلاء بلغت (66.9%)، وأن هناك (49) شخص

يوافقون على ذلك ونسبتهم (13.2%)، والذين لا يوافقون وبشدة عددهم (36) فرد وتمثلت نسبتهم (9.7%). ووصل الانحراف المعياري لهذه العبارة (1.26). أما العبارة الثانية التي تقول: أن الشركة السودانية للاتصالات تسعى لتكون الأولى في تقديم خدماتها الجديدة للعملاء، فالأشخاص الذين يوافقون بشدة على هذه العبارة عددهم (79) شخص ونسبتهم (21.2%)، أما الموافون فعددهم (227) فرد بنسبة (61%)، والذين لا يوافقون عددهم (24) ونسبتهم (6.5%). أما الذين لا يوافقون وبشدة فعددهم (26) فرد بنسبة (6.8%)، وبلغ الانحراف المعياري لهذه العبارة (1.07). أما العبارة الثالثة التي تقول: أن الشركة السودانية للاتصالات تتسم بقدرتها التنافسية في اقتناص الفرص الاستثمارية فنجد أن الذين يوافقون بشدة عددهم (274) فرداً ونسبتهم (73.7%)، أما الذين يوافقون فعددهم (31) شخص ونسبتهم بلغت (8.3)، أما عدد الذين لا يوافقون على العبارة فهم (24) ونسبتهم (6.5%)، أما الذين لا يوافقون وبشدة فعددهم (16) وتمثلت نسبتهم (4.3%). وكان الانحراف المعياري لهذه العبارة (1.14). أما عبارة الأخيرة التي تقول: أن الشركة السودانية للاتصالات تسعى لتطوير الأفكار الابداعية التي تسهم في اشباع رغبات العملاء، فنلاحظ أن عدد الأفراد الذين يوافقون وبشدة على هذه العبارة وصل (270) شخص ونسبتهم (72.6%)، والذين يوافقون كان عددهم (30) فرد ونسبتهم (8.1%)، أما الأشخاص الذين لا يوافقون على تلك العبارة فعددهم

(26) فرد ونسبتهم (7%)، والأشخاص الذين لا يوافقون وبشدة على تلك العبارة فعددهم (21) شخص وتمثلت نسبتهم (5.6%). وبلغ الانحراف المعياري لهذه العبارة (1.21). من خلال ما تم تناوله سابقاً يتضح أن الشركة السودانية للاتصالات تبنت مشاريع استثمارية رائدة في مجال الاتصالات مما أدى الى تحفيز الدور الإبداعي في تقديم خدماتها لعملائها.

* اختبار صحة الفرضيات

لاختبار صحة الفرضيات يستخدم الباحث نتائج (معامل الارتباط) و(قيمة ألفا كرنباخ) و(مقياس التباين) و(مقياس المتوسط) و(مستوى المعنوية) للعبارة الخاصة بكل فرضية. معامل الارتباط للعبارة: إذا كان معامل الارتباط للعبارة موجب تكون العلاقة طردية، أما إذا كان معامل الارتباط للعبارة سالب تكون العلاقة عكسية. أما قيمة ألفا كرنباخ الكلية: فهي (0.169) فإذا كانت أكبر من قيمة ألفا كرنباخ للعبارة الواردة في الجدول يدل ذلك على وجود اتساق تام بين العبارات مع بعضها البعض، أما إذا كانت قيم ألفا كرنباخ الكلية أصغر من قيمة ألفا كرنباخ للعبارة فيدل ذلك على عدم اتساق العبارات مع بعضها البعض. أما مقياس التباين لعينة البحث: فيعني قياس التشتت الإحصائي للقيم الممكنة حول القيمة المتوقعة (أو المتوسط)، فكلما كان معامل التباين أقل كانت نتائج عينة البحث أفضل إحصائياً، ويمكن قبول معامل التباين إذا كان على الأكثر لا يتعدى (20%). مقياس المتوسط: وهذا المقياس من أكثر المقاييس استخداماً في العلوم الاجتماعية لأنه ينطبق على كل العينات. أما مستوى المعنوية أو (مستوى الدلالة) فيعني (مستوى الشك في القرار).

ففي العلوم الاجتماعية يتم استخدام مستوى دلالة (0.05) أو (0.01). وفي هذا البحث استخدم الباحث مستوى دلالة (0.05) وتعني أنني سوف أحصل على نفس النتيجة 95 مرة من أصل 100 مرة لو أعيد الاختبار للفرضية. ويتم العمل وفقاً لهذه القواعد الإحصائية وتطبيقها على كل فرضية.

اختبار صحة الفرضية الأولى: توجد علاقة طردية ذات دلالة إحصائية ما بين تحمل الشركة السودانية للاتصالات المخاطر وريادتها في أعمال الاتصالات

جدول رقم (6) اختبار علاقة الارتباط بين تحمل المخاطر وريادة

الأعمال

الفرق	التباين	ألفا كرنباخ	q1	q2	q3	q4	q
24.6	14.3	0.003	1.00	0.19	0.051	0.040	الارتباط
			—	0.7	0.3	0.4	النعومة
24.6	15.1	0.042	0.019	1.000	0.030	0.04	الارتباط
			0.7	—	0.6	0.9	النعومة
24.5	14.8	0.023	.05	.03	1.0	.47	الارتباط
			0.3	0.6	—	0.5	النعومة
24.8	14.9	0.019	0.04	0.04	0.05	1.00	الارتباط
			0.4	0.9	0.4	—	النعومة

ألفا كرنباخ كذا (0.169) / N:341 / Correlation is significant at the 0.05 level

كما ورد بالجدول رقم (6) يلاحظ أن معامل الارتباط موجب لكل العبارات مما يؤكد على وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية ما بين تحمل الشركة السودانية للاتصالات المخاطر وريادتها في أعمال الاتصالات، وأن قيمة ألفا كرنباخ الكلية فهي (0.169) أي أكبر من قيم ألفا كرنباخ لكل العبارات مما يدل على وجود اتساق تام بين العبارات مع بعضها البعض. أما مقياس التشتت الإحصائي حول المتوسط فهو يصف مدى انتشار القيم الممكنة لهذا التوزيع حول القيمة المتوقعة. أما مستوى المعنوية لكل العبارات فنلاحظ أعلى مستوى معنوية هو (0.9) وأصغر

مستوى معنوية بين عبارات الفرضية هو (0.3). بناءً على ما ورد بالجدول أعلاه يتضح أن هناك علاقة طردية ذات دلالة إحصائية عالية جداً بين تحمل الشركة السودانية للاتصالات المخاطر وريادتها في أعمال الاتصالات، لأن معامل الارتباط (موجبة) لكل عبارات الفرضية مما يدل على أن تحمل الشركة للمخاطر جعلها رائدة في قطاع الاتصالات. ويمكن تفسير نتائج الجدول رقم (6) كالتالي:

بلغت قيمة ألفا كرنباخ للدلالة على الفروق بين أعداد أفراد عينة الدراسة على ما جاء بالسؤال الأول (0.003) وهي أصغر من ألفا كرنباخ الكلية (0.169)، ومقياس التباين (14.3) ومقياس المتوسط (24.6)، ومعاملات الارتباط للعبارة موجبة. واعتماداً على ما ورد في السؤال الأول فإن ذلك يشير إلى وجود علاقة طردية بين تحمل الشركة للمخاطر وريادتها في أعمال الاتصالات.

بلغت قيمة ألفا كرنباخ للدلالة على الفروق بين أعداد أفراد عينة الدراسة على ما جاء بالسؤال الثاني (0.042) وهي أصغر من ألفا كرنباخ الكلية (0.169)، ومقياس التباين (15.1) ومقياس المتوسط (24.6)، ومعاملات الارتباط للعبارة موجبة. واعتماداً على ما ورد في السؤال الثاني فإن ذلك يشير إلى وجود علاقة طردية بين تحمل الشركة للمخاطر وريادتها في أعمال الاتصالات.

بلغت قيمة ألفا كرنباخ للدلالة على الفروق بين أعداد أفراد عينة الدراسة على ما جاء بالسؤال الثالث (0.023) وهي أصغر من ألفا كرنباخ الكلية (0.169)، ومقياس التباين (14.8) ومقياس المتوسط (24.5)،

الثقافة الريادية وتميز أدائها، وأن قيمة ألفا كرنباخ الكلية فهي (0.169) أي أكبر من قيم ألفا كرنباخ لكل عبارات الفرضية، مما يدل على وجود اتساق تام بين العبارات مع بعضها البعض. أما مقياس التشتت الإحصائي حول المتوسط فهو يصف مدى انتشار القيم الممكنة لهذا التوزيع حول القيمة المتوقعة. أما مستوى المعنوية لكل العبارات فنلاحظ أعلى مستوى معنوية هو (0.65)، وأصغر مستوى معنوية بين عبارات الفرضية هو (0.06). بناءً على ما ورد في الجدول أعلاه يتضح أن هناك علاقة طردية ذات دلالة إحصائية عالية جداً بين تبني الشركة لمفهوم الثقافة الريادية وتميز أدائها، لأن معامل الارتباط (موجبة) لكل عبارات الفرضية مما يدل على أن تبني الشركة لمفهوم الثقافة الريادية جعلها متميزة في أدائها على الشركات التي تعمل معها في نفس القطاع. ويمكن تفسير نتائج الجدول رقم (7) كالآتي:

بلغت قيمة ألفا كرنباخ للدلالة على الفروق بين أعداد أفراد عينة الدراسة على ما جاء بالسؤال الأول (0.021) وهي أصغر من ألفا كرنباخ الكلية (0.169)، ومقياس التباين (14.72) ومقياس المتوسط (24.47)، ومعاملات الارتباط للعبارة موجبة. واعتماداً على ما ورد في السؤال الأول فإن ذلك يشير إلى وجود علاقة طردية بين تبني الشركة لمفهوم الثقافة الريادية وتميز أدائها.

بلغت قيمة ألفا كرنباخ للدلالة على الفروق بين أعداد أفراد عينة الدراسة على ما جاء بالسؤال الثاني (0.032) وهي أصغر من ألفا كرنباخ الكلية (0.169)، ومقياس التباين (14.77)، ومقياس المتوسط (24.51)،

ومعاملات الارتباط للعبارة موجبة. واعتماداً على ما ورد في السؤال الثالث فإن ذلك يشير إلى وجود علاقة طردية بين تحمل الشركة للمخاطر وريادتها في أعمال الاتصالات.

بلغت قيمة ألفا كرنباخ للدلالة على الفروق بين أعداد أفراد عينة الدراسة على ما جاء بالسؤال الرابع (0.019) وهي أصغر من ألفا كرنباخ الكلية (0.169)، ومقياس التباين (14.9) ومقياس المتوسط (24.8)، ومعاملات الارتباط للعبارة موجبة. واعتماداً على ما ورد في السؤال الرابع فإن ذلك يشير إلى وجود علاقة طردية بين تحمل الشركة للمخاطر وريادتها في أعمال الاتصالات.

وهذه النتائج تثبت صحة الفرضية الأولى التي تنص على وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية ما بين تحمل الشركة السودانية للاتصالات المخاطر وريادتها في أعمال الاتصالات.

اختبار صحة الفرضية الثانية: توجد علاقة طردية ذات دلالة إحصائية ما بين تبني الشركة لمفهوم الثقافة الريادية وتميز الأداء

جدول رقم (7) اختبار علاقات الارتباط بين تبني الشركة لمفهوم الثقافة الريادية وتميز الأداء

المتوسط	التباين	ألفا كرنباخ	q7	q6	q5	q
24.47	14.72	0.021	0.24	0.09	1.00	الارتباط
			0.06	0.09	—	المعوية
24.51	14.77	0.032	0.04	1.00	0.09	الارتباط
			0.45	—	0.09	المعوية
25.32	15.14	0.038	1.00	0.04	0.02	الارتباط
			—	0.45	0.65	المعوية

Correlation is significant at the 0.05 level/ N:341/ (0.169)

بناءً على ما ورد بالجدول رقم (6) يلاحظ أن معامل الارتباط موجب لكل العبارات مما يؤكد على وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية ما بين تبني الشركة لمفهوم

ومعاملات الارتباط للعبارة موجبة. واعتماداً على ما ورد في السؤال الثاني فإن ذلك يشير الى وجود علاقة طردية بين تبني الشركة لمفهوم الثقافة الريادية وتميز أدائها.

بلغت قيمة ألفا كرنباخ للدلالة على الفروق بين أعداد أفراد عينة الدراسة على ما جاء بالسؤال الثالث (0.038) وهي أصغر من ألفا كرنباخ الكلية (0.169) ومقياس التباين (15.14)، ومقياس المتوسط (25.32)، ومعاملات الارتباط للعبارة موجبة. واعتماداً على ما ورد في السؤال الثالث فإن ذلك يشير الى وجود علاقة طردية بين تبني الشركة لمفهوم الثقافة الريادية وتميز أدائها.

وهذه النتائج تثبت صحة الفرضية الثانية التي تنص على وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية ما بين تبني الشركة السودانية للاتصالات لمفهوم الثقافة الريادية وتميز الأداء.

اختبار صحة الفرضية الثالثة: توجد علاقة طردية ذات دلالة إحصائية ما بين الريادة الاستراتيجية وخلق الميزة التنافسية

جدول رق (8) اختبار علاقة الارتباط بين الريادة الاستراتيجية وخلق الميزة التنافسية

الفرق	التباين	ألفا كرنباخ	q8	q9	q10	q	
			الرياض	العبارة	الرياض	العبارة	
24.58	14.18	0.031	1.00	0.02	0.01	الرياض	8q
			—	0.65	0.72	العبارة	
24.80	14.57	0.093	0.23	1.00	0.03	الرياض	9q
			0.66	—	0.63	العبارة	
25.10	15.31	0.087	0.02	0.03	1.000	الرياض	10q
			0.72	0.63	—	العبارة	

**Correlation is significant at the 0.05 level/ N:341/ (0.169).

يلاحظ كما ورد بالجدول رقم (8) أن معامل الارتباط موجب لكل العبارات مما يؤكد على وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية ما بين الريادة الاستراتيجية وخلق

الميزة التنافسية للشركة السودانية للاتصالات، وأن قيمة ألفا كرنباخ الكلية فهي (0.169) أي أكبر من قيم ألفا كرنباخ لكل عبارات الفرضية الثالثة، مما يدل على وجود اتساق تام بين العبارات مع بعضها البعض. أما مقياس التشتت الإحصائي حول المتوسط فهو يصف مدى انتشار القيم الممكنة لهذا التوزيع حول القيمة المتوقعة. أما مستوى المعنوية لكل العبارات فنلاحظ أعلى مستوى معنوية هو (0.72)، وأصغر مستوى معنوية بين عبارات الفرضية هو (0.63). بناءً على ما ورد بالجدول أعلاه يتضح أن هناك علاقة طردية ذات دلالة إحصائية عالية جداً بين الريادة الاستراتيجية وخلق الميزة التنافسية للشركة السودانية للاتصالات، لأن معامل الارتباط (موجبة) لكل عبارات الفرضية مما يدل على أن الريادة الاستراتيجية تخلق الميزة التنافسية للشركة مقارنة بالشركات التي تعمل معها في نفس القطاع. ويمكن تفسير نتائج الجدول رقم (8) كالآتي:-

١- بلغت قيمة ألفا كرنباخ للدلالة على الفروق بين أعداد أفراد عينة الدراسة على ما جاء بالسؤال الأول (0.031) وهي أصغر من ألفا كرنباخ الكلية (0.169)، وأن مقياس التباين (14.18) ومقياس المتوسط (24.58)، ومعاملات الارتباط للعبارة موجبة. واعتماداً على ما ورد في السؤال الأول فإن ذلك يشير الى وجود علاقة طردية بين الريادة الاستراتيجية للشركة وخلق الميزة التنافسية.

٢- بلغت قيمة ألفا كرنباخ للدلالة على الفروق بين أعداد أفراد عينة الدراسة على ما جاء بالسؤال الثاني (0.093) وهي أصغر من ألفا كرنباخ الكلية (0.169)، وأن مقياس

التباين (14.57) ومقياس المتوسط (24.80)، ومعاملات الارتباط للعبارة موجبة. واعتماداً على ما ورد في السؤال الثاني فإن ذلك يشير الى وجود علاقة طردية بين الريادة الاستراتيجية وخلق الميزة التنافسية للشركة السودانية للاتصالات.

٣- بلغت قيمة ألفا كرنباخ للدلالة على الفروق بين أعداد أفراد عينة الدراسة على ما جاء بالسؤال الثالث (0.087) وهي أصغر من ألفا كرنباخ الكلية (0.169)، وأن مقياس التباين (15.31) ومقياس المتوسط (25.10)، ومعاملات الارتباط للعبارة موجبة. واعتماداً على ما ورد في السؤال الثالث فإن ذلك يشير الى وجود علاقة طردية بين الريادة الاستراتيجية وخلق الميزة التنافسية للشركة السودانية للاتصالات. وهذه النتائج تثبت صحة الفرضية الثالثة التي تنص على وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية ما بين الريادة الاستراتيجية وخلق الميزة التنافسية للشركة السودانية للاتصالات.

اختبار صحة الفرضية الرابعة: توجد علاقة طردية ذات دلالة إحصائية ما بين زيادة الأعمال وتحفيز الدور الإبداعي

جدول رقم (9) اختبار علاقة الارتباط بين زيادة الأعمال وتحفيز

الدور الإبداعي

الفرس	التباين	ألفا كرنباخ	q14	q13	q12	q11	q
24.94	14.18	0.031	0.07	0.05	0.03	1.00	الارتباط
			0.15	0.33	0.56	—	الغوية
24.52	15.56	0.093	0.03	0.06	1.00	0.03	الارتباط
			0.54	0.27	—	0.56	الغوية
25.10	14.18	0.008	0.03	1.00	0.27	0.05	الارتباط
			0.06	—	0.27	0.33	الغوية
25.04	15.07	0.084	1.00	0.03	0.03	0.07	الارتباط
			—	0.58	0.55	0.15	الغوية

** Correlation is significant at the 0.05 level (N=341 / 0.169) ألفا كرنباخ الكلية (0.169)

كما ورد بالجدول رقم (9) أن معامل الارتباط موجب لكل العبارات مما يؤكد على وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية ما بين زيادة الأعمال وتحفيز الدور الإبداعي بالشركة السودانية للاتصالات، وأن قيمة ألفا كرنباخ الكلية فهي (0.169) أي أكبر من قيم ألفا كرنباخ لكل عبارات الفرضية الرابعة، مما يدل على وجود اتساق تام بين العبارات مع بعضها البعض. أما مقياس التشتت الإحصائي حول المتوسط فهو يصف مدى انتشار القيم الممكنة لهذا التوزيع حول القيمة المتوقعة. أما مستوى المعنوية لكل العبارات فنلاحظ أعلى مستوى معنوية هو (0.58)، وأصغر مستوى معنوية بين عبارات الفرضية هو (0.06). بناءً على ما ورد بالجدول أعلاه يتضح أن هناك علاقة طردية ذات دلالة إحصائية عالية جداً بين زيادة الأعمال وتحفيز الدور الإبداعي، لأن معامل الارتباط (موجبة) لكل عبارات الفرضية، ويمكن تفسير نتائج الجدول رقم (9) كالآتي:-

١- بلغت قيمة ألفا كرنباخ للدلالة على الفروق بين أعداد أفراد عينة الدراسة على ما جاء بالسؤال الأول (0.031) وهي أصغر من ألفا كرنباخ الكلية (0.169)، وأن مقياس التباين (14.18) ومقياس المتوسط (24.94)، معامل الارتباط للعبارة موجبة. واعتماداً على ما ورد في السؤال الأول فإن ذلك يشير الى وجود علاقة طردية بين زيادة الأعمال وتحفيز الدور الإبداعي.

٢- بلغت قيمة ألفا كرنباخ للدلالة على الفروق بين أعداد أفراد عينة الدراسة على ما جاء بالسؤال الثاني (0.093) وهي أصغر من ألفا كرنباخ الكلية (0.169)، وأن مقياس

* الخاتمة

أولاً: النتائج

- ١- تحمل الشركة السودانية للاتصالات المخاطر عديدة في سبيل إنشاء مشاريع استثمارية رائدة مجال الاتصالات.
- ٢- تعد عملية تحمل المخاطر من العناصر الجوهرية للاستراتيجية زيادة الأعمال، عليه استطاعت الشركة السودانية للاتصالات أن تُقدر وتفهم مخاطر مشاريعها الريادية بشكل مناسب.
- ٣- تطبيق الشركة السودانية للاتصالات لمفهوم الثقافة الريادية ساعد على تحسين أدائها وجعلها متميزة في مجال هندسة الاتصالات، مما ساعدها على إقامة مشاريع استثمارية جديدة ومتميزة.
- ٤- تساهم زيادة الأعمال في تحفيز الدور الإبداعي للشركة السودانية للاتصالات، لتكون الأولى بالسودان في تقديم خدماتها لعملائها.
- ٥- تتميز الشركة السودانية للاتصالات بقدرتها التنافسية في اقتناص الفرص الاستثمارية وتطوير الأفكار الإبداعية التي تسهم في اشباع رغبات العملاء.
- ٦- تلعب الريادة الأعمال الاستراتيجية دوراً بالغ الأهمية في خلق الميزة التنافسية وتبني المبادرات الخلاقة التي تميز الشركة عن الشركات التي تعمل معها بنفس القطاع.

ثانياً: التوصيات

- ١- تعزيز ثقافة الريادة وبناء وتنمية مهارات الإبداع والقدرة على الابتكار لإنشاء وإدارة مشروعات رائدة بنجاح.
- ٢- إنشاء مركز الإبداع التكنولوجي وزيادة الأعمال، لتعزيز الإبداع وريادة الأعمال في قطاع الاتصالات وتكنولوجيا

التباين (15.56) ومقياس المتوسط (24.52)، ومعامل الارتباط للعبارة موجبة. واعتماداً على ما ورد في السؤال الثاني فإن ذلك يشير الى وجود علاقة طردية عالية جداً بين زيادة الأعمال وتحفيز الدور الإبداعي.

٣- بلغت قيمة ألفا كرنباخ للدلالة على الفروق بين أعداد أفراد عينة الدراسة على ما جاء بالسؤال الثالث (0.008) وهي أصغر من ألفا كرنباخ الكلية (0.169)، وأن مقياس التباين (14.18) ومقياس المتوسط (25.10)، ومعامل الارتباط للعبارة موجبة. فاعتماداً على ما ورد في السؤال الثالث فإن ذلك يشير الى وجود علاقة طردية بين زيادة الأعمال وتحفيز الدور الإبداعي.

٤- بلغت قيمة ألفا كرنباخ للدلالة على الفروق بين أعداد أفراد عينة الدراسة على ما جاء بالسؤال الرابع (0.084) وهي أصغر من ألفا كرنباخ الكلية (0.169) وأن مقياس التباين (15.07)، ومقياس المتوسط (24.04)، ومعامل الارتباط للعبارة موجبة. واعتماداً على ما ورد في السؤال الرابع فإن ذلك يشير الى وجود علاقة طردية بين زيادة الأعمال وتحفيز الدور الإبداعي.

وهذه النتائج تثبت صحة الفرضية الرابعة التي تنص على وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية ما بين زيادة الأعمال وتحفيز الدور الإبداعي بالشركة السودانية للاتصالات.

الإدارية في دول مجلس التعاون لدول الخليج العربي،
2012م.

عادل عبده الحسين، عباس، تأثير الريادة الاستراتيجية في تحقيق
المكانة الاستراتيجية للمنظمة من خلال الارتجال
التنظيمي، دراسة تحليلية لأراء عينة من العاملين في
المصارف الخاصة في محافظة الفراء الأوسط،
أطروحة دكتوراه في إدارة الأعمال، كلية الإدارة
والاقتصاد، جامعة كربلاء، 2015م.

كلية الدراسات التجارية، مركز ريادة الأعمال (نشرة
تعريفية)، السودان: جامعة السودان للعلوم
والتكنولوجيا، صفحة 3، 4. بتصرف.

محمد ثابت القرعاوي، استراتيجية ريادة الأعمال لتبني أنموذج
المنظمات الذكية من خلال بناء قدرات الموارد
البشرية، دراسة ميدانية في شركات الاتصالات
المتنقلة في العراق، أطروحة دكتوراه في إدارة
الاعمال، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة كربلاء،
2015م.

ميسون حسين، علي، الريادة في منظمات الأعمال مع الإشارة
لتجربة بعض الدول، مجلة العلوم الانسانية، مجلد
21، العدد 2، جامعة بابل، 2013م.

ياسر المري (2013)، ريادة الأعمال الصغيرة والمتوسطة
ودورها في الحد من البطالة في المملكة العربية
السعودية، السعودية: جامعة نايف العربية للعلوم
الأمنية.

المعلومات بالشركة السودانية للاتصالات، انطلاقاً من الأهمية
الخاصة لريادة الأعمال على أن يهتم هذا المركز بكل من
المشروعات المستقبلية والأعمال الاستراتيجية، وذلك من
خلال وضع خطط لاستغلال قدرات الشركة وتقوية نقاط
ضعفها.

3- تفعيل آليات التعاون بين الإدارات المختلفة بالشركة
وفروعها لتبني ورعاية الأفكار الابتكارية للعناصر الريادية.

4- تفعيل برامج الاستشارات السريعة للعناصر الريادية
لمناقشة ما لديهم من أفكار ابتكارية ودعمهم لتحويل هذه
الأفكار إلى خطة عمل لإنشاء المشروعات ريادة جديدة.

5- التركيز على الإبداع والابتكار للعاملين من خلال عقد
الندوات واللقاءات ومناقشة القضايا المرتبطة بالعمل
والاستفادة من أفكارهم وآرائهم والمشاركة بعمليات اتخاذ
القرار.

* المراجع

أولاً- المراجع العربية

إيثار ال فيحان، عبد الهادي، وكلثوم أليز، دور المنظمات
الريادية في تحقيق المسؤولية الاجتماعية 2011م.

حامد كريم الحيدراوي، الريادة كمدخل لمنظمات الأعمال
المعاصرة في ظل تبني مفهوم رأس المال الفكري
(دراسة ميدانية)، في مستشفى بغداد التعليمي
العراق: جامعة الكوفة. (2013م).

سالم سعيد ناصر القحطاني، الريادة الاستراتيجية كمدخل
لتطوير المنظمات الحكومية، دراسة في إدارة
الأعمال، المؤتمر الثاني لمعهد الإدارة العامة والتنمية

- Ferreira Joao, Corporate Entrepreneurship a strategic and structural perspective, council for small business, 47th world conference san juan. Puerto rico, 2002, Cambridge Dictionary, Entrepreneurship, Retrieved 21-6-2017. Edited
- Oxford Dictionaries, Entrepreneurship, Retrieved 21-6-2017. Edited.
- Rensburg Deryck J Van What is entrepreneurship and who is an entrepreneur (www.managementstudyguide.com2019
- Rahul rajal reasons why entrepreneurship is important (www.entrepreneur .com 2019.