دور الابتكار في تحقيق الريادة الاستراتيجية: بحث تحليلي في الشركات التابعة لوزارة الزراعة العراقية

احمد امين سالم البوراضي
وزارة الزراعة - دائرة التخطيط والمتابعة - بغداد – العراق
tshxcyk@gmail.com

فوزي المصمودي
المدرسة الوطنية للمهندسين - جامعة صفاقس - تونس
faouzi.masmoudi@enis.tn

المستلخص :

اصبح التغير نحو السرعة في وجود منافسة بسبب التغيرات السريعة ، وعلى هذا الحال يجب التفكير في أفضل الحلول التي لا تقتصر الجهود المبذولة لغرض تمكين الشركات على التحدي ، فضلاً عن ذلك يجب أن تكون ساعية وسباقة ومستعدة لمواجهة التحديات التنافسية العالمية ، يهدف البحث الى دور الابتكار في تحقيق الريادة الاستراتيجية ، اذ تتحدد مشكلة الدراسة الحالية بالإجابة على السؤال المتعلق بمدى ادراك الشركات المبحوثة حول دور الابتكار في تحقيق الريادة الاستراتيجية ، وقد تم تطبيق هذا البحث في الشركات التابعة لوزارة الزراعة العراقية ، وبلغ مجتمع البحث (٩٣) فرداً، وتوصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج والتوصيات اهمها : اثبتت النتائج الأحصائية وجود علاقة أرتباط وتأثير لدور الابتكار في تحقيق الريادة الاستراتيجية . واختتمت الدراسة من التوصيات كان اهمها: ضرورة الاخذ بنظر الاعتبار الطابع الاستراتيجي في الابتكار لتحفيز نشاط الريادة الاستراتيجية.

الكلمات المفتاحية / الابتكار، الريادة الاستراتيجية، شركات وزارة الزراعة العراقية.

The role of innovation in achieving strategic entrepreneurship: analytical research in companies affiliated with the Iraqi Ministry of Agriculture

Ahmed Ameen Salim Alborathy
Ministry of Agriculture, Planning and Follow-up Department , Baghdad, Iraq
tshxcyk@gmail.com

Faouzi.Masmoudi
Professor of National School of Engineers, University of Sfax, Tunisia
faouzi.masmoudi@enis.tn

Abstract:

become has Change rapid in the presence of competition due to rapid changes. In this case, one must think about the best solutions in which the efforts made for the purpose of empowering companies are not limited to challenges. In addition, they must be diligent, proactive, and prepared to confront global competitive challenges. The research aims to examine the role of innovation in Achieving strategic leadership, as the problem of the current study is determined by answering the question related to the extent of the researched companies' awareness of the role of innovation in achieving strategic leadership. This research was applied in companies affiliated with the Iraqi Ministry of Agriculture, and the research community reached (93) individuals, and the study reached a group of The results and recommendations, the most important of which are: The statistical results demonstrated the

existence of a correlation and influence on the role of innovation in achieving strategic leadership. The study concluded with recommendations, the most important of which were: the need to take into account the strategic nature of innovation to stimulate strategic entrepreneurship activity.

key words: innovation, strategic entrepreneurship, companies affiliated with the Ministry of Agriculture.

المقدمة : Introduction

شهدت العقود الأخيرة ارتفاعًا في المنافسة والعولمة في جميع أنحاء العالم نتيجة لذلك، يحتاج المديرين إلى الاستفادة من الميزة التنافسية التي يجلبها الابتكار وازدهار الشركات في بيئة الأعمال المعقدة ، وقد يظهر الابتكار كموضوع محترز جذب اهتماماً متزايدًا من الباحثين والممارسين والمنظمة التي تهدف إلى البقاء في صدارة منافسيها لا يمكنها تحقيق ذلك إلا عندما تكون استراتيجيتها المصاغة متزامنة مع القدرة على الابتكار بسبب الديناميكية في البيئة العالمية، اذ ساهمت القدرة على الابتكار في زيادة مرونة المؤسسة وولاء الزبون والاستجابة والاستدامة لها، ترتكز اولوية الابتكار واستراتيجيات الاستثمار والاستغلال التي تلبي مستوى التنمية بالنسبة الى الشركات بأنه جديد والافادة منه في نفس الوقت على المدى البعيد الذي يمكن من التميز التنافسي المعاصر ، ولقد تم بالفعل استكشاف التفاعل بين العمليات الإدراكية في الصنع الريادي إلى حد كبير من خلال تحليل الأسس الدقيقة المعرفية لعمليات ريادة الأعمال بمعنى ان المنظمة القادرة على التغيير وبأعمال مبتكرة للتغيرات في بيئة أعمالها تتمكن من تعزيز أدائها لغرض تحقيق الريادة الاستراتيجية، يستند الى البحث الحالي بتجاذب المتغريين يتشابك فيما بينهما علمياً هو(دور الابتكار في تحقيق الريادة الاستراتيجية).

الا نطلاق نحو المبررات والاهمية العلمية في متغيرات البحث ، قرر الموضوع اقراراً جيداً في اختيار الشركات التابعة لوزارة الزراعة العراقية كمجال للدراسة والتطبيق ، وذلك لكون هذه الشركات تواجه العديد من التحديات ومنها المتغيرات الخارجية والحاجة للغذاء تطلب الامر التعضيد بالقطاع الزراعي والنهوض به لتوفير الامن الغذائي ، فضلاً عن أهمية انشاء تحالفات زراعية بين الفلاحين والمزارعين من جهة ، والشركات الكبيرة لتمكينهم من زيادة جودة منتوجاتهم وتقديم افضل الخدمات بالدعم والاسناد من جهة اخرى ثم تطوير النموذج الزراعي وتحسينه من خلال توفير افضل انتاج لأصناف البذور، والذي اصبح يحظى باهتمام مختلف دول العالم فضلاً عن توفير افضل التقنيات الزراعية التي تدعم الجانب الزراعي.

(المبحث الأول)

اولاً: منهجية البحث Research Methodology

١- مشكلة البحث Research problem

يمكن صياغة مشكلة البحث من خلال الاسئلة الاتية: -

أ- ما مدى إدراك الشركات التابعة لوزارة الزراعة العراقية بأهمية الابتكار في تحقيق الريادة الاستراتيجية؟

ب- ما مستوى الترابط والتوافق بين متغيرات البحث الاثنين المتمثلة (الابتكار، الريادة الاستراتيجية)؟

٢- اهمية البحث Research Significance

تتجسد اهمية الدراسة من موضوعي الابتكار والريادة الاستراتيجية في الشركات المبحوثة اذ ان معرفة الجوانب الايجابية والسلبية في الشركات المبحوثة للوصول الى الكفاءة والفاعلية اذ يعد القطاع الزراعي دوراً بارزاً في النهوض وتطوير سبل تحقيق الامن الغذائي، واسهام الدراسة في عملية تعميق الابتكار للمديرين ودورهم في تحقيق الريادة الاستراتيجية حول الاستكشاف الفرص واستثمار المزايا.

٣- اهداف البحث Research Objectives

يهدف البحث الى قياس دور الابتكار في تحقيق الريادة الاستراتيجية، بالإضافة الى التمكن من اتخاذ طابع استراتيجي في الشركات المبحوثة ومن ثم المساهمة في تقديم توصيات تساعد في ترسيخ مفاهيم الابتكار ودوره في تحقيق الريادة الاستراتيجية.

٤- فرضيات البحث Research hypotheses

يهدف البحث الى اختبار الفرضية الرئيسة الاتية: -

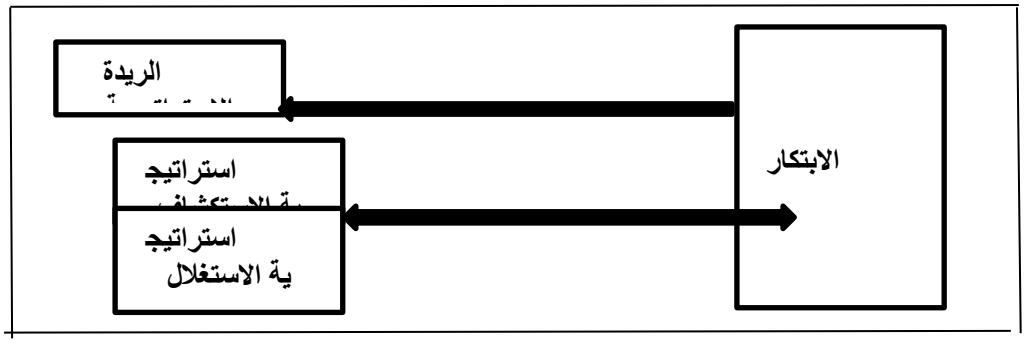
1- الفرضية الرئيسة الاولى: -

توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين الابتكار والريادة الاستراتيجية

٢- الفرضية الرئيسة الثانية: -

يوجد تأثير ذا دلالة معنوية للابتكار في ابعاد الريادة الاستراتيجية.

٥- المخطط الفرضي للبحثHypothesis chart



الشكل رقم (١) النموذج الفرضي للبحث

ثانياً: الدراسات السابقة Review studies

من اجل تغطية عنوان الدراسة تم عرض الدراسات السابقة في مجال الابتكار والريادة الاستراتيجية وفق الاتي:

الدراسات السابقة لمتغير الابتكار

١- دراسة (الفارس وحمد، ٢٠٢٣)

الابتكار والاستثمار الزراعي المعاصر (التحديات والفرص).

هدفت هذه الدراسة الى تسليط الضوء على أهمية الاستثمار في مجال المعرفة والتكنولوجيا الحديثة واستحداث أساليب انتاج جديدة يأخذ بنظر الاعتبار متطلبات واهداف التنمية المستدامة، وتوصلت الدراسة الى النتائج ان الابتكار في الزراعة يعد أحد اهم العوامل التي تحقق التوسع في الاستثمار في القطاع وتنوع منتجاته، وضرورة زيادة ما يخصص من الانفاق في مجال البحث والتطوير للمساهمة في زيادة فاعلية المؤسسات ذات العلاقة كالجامعات ومراكز الأبحاث، التشابه مع الدراسة الحالية هو تطبيق في القطاع الزراعي.

٢- دراسة (Codini et al,2023)

Business Model Innovation and exaptation: A new way of innovating in SMEs

ابتكار نموذج الأعمال والتكيف: طريقة جديدة للابتكار في الشركات الصغيرة والمتوسطة.

هدفت الدراسة الى تطوير نموذج الاعمال في الشركات المتوسطة والصغيرة من خلال الابتكار على وفق التكيف المسبق اهم النتائج هو نجاح الابتكار في نموذج الاعمال من خلال التكييف المسبق بالتالي تم دعم ذلك في الشركات المبحوثة ، التشابه مع الدراسة الحالية هو تبني دور الابتكار.

الدارسات المتعلقة بالريادة الاستراتيجية

١- دراسة (كوين&الكعبي،٢٠١٧)

الدور التفاعلي للمهارات الإدارية في تعزيز الريادة الاستراتيجية عبر المرونة التنظيمية دراسة استطلاعية لآراء عينة من الإدارات العليا والوسطى في المصارف العراقية الخاصة/بغداد.

هدفت هذه الدراسة الى توضيح دور المهارات في تعزيز الريادة الاستراتيجية من خلال المرونة التنظيمية، وتوصلت الدراسة الى ان لا يمكن تحقيق الريادة الاستراتيجية الا من خلال توفير المهارات الإدارية المختلفة، ومرونة تنظيمية تواكب المتغيرات البيئية، والتكيف معها من اجل الاستمرار والتنافس في بيئة سريعة التغيير التوصيات التأكيد على المصارف الاهلية بضرورة الاهتمام بتوافر المهارات الإدارية المناسبة التي تنسجم مع الحاضر المستقبل، والقادرة على خلق القيمة، التشابه مع الدراسة الحالية هو تحقيق الريادة الاستراتيجية ضمن المصارف العراقية.

٢- دراسة(Estrada-Cruz et al ,2020)

The effect of competitive intensity on the relationship between strategic entrepreneurship and organizational results

تأثير الكثافة التنافسية على العلاقة بين الريادة الاستراتيجية والنتائج التنظيمية.

هدفت هذه الدراسة بإنشاء وتنفيذ مشروع استراتيجي له أثر إيجابي على نتائج الشركة ووجد علاقة إيجابية ساهمت في تطوير مستويات عالية من التنافسية. وكانت أداة الدراسة عبارة عن استبيان، وكانت أهم النتائج هو أن ريادة الأعمال الاستراتيجية تؤثر بشكل إيجابي على نتائج الشركة. وعندما ينظر إلى النتائج يتحقق التطور. ويتم تنفيذ هذه الأنشطة بشكل مستقل، حيث أن استراتيجيات الاستكشاف والاستغلال لها تأثير إيجابي ومهم على نتائج الأعمال عندما يتم تطويرها بشكل مستقل من قبل الشركات وتكييفها معها للاستمرار والمنافسة في بيئة سريعة التغير. أما بالنسبة للتوصيات، فيجب على الشركة التركيز على الموازنة بين تطوير أنشطة الاستكشاف والاستغلال. ومن المعاني العملية لهذه الدراسة تأكيدها على أن تطوير أنشطة الاستكشاف والاستغلال قد يؤدي إلى زيادة أداء الشركات. نقاط التشابه مع الدراسة الحالية تعتمد المقياس الأكاديمي.

(المبحث الثاني)

اولاً: مفهوم الابتكار concept of innovation

يستند الى المعجم الاقتصادي المتضمن(Penguin Dictionary of Economic) بداية ومرتكز انطلاق مفيد في تعريف الابتكار، وحسب ذلك المعجم يعد الابتكار عرض منتج وخدمات جديدة في السوق المعاصر او وسائل مستندة على اليات جديدة لإنتاجها قد تسبق الإنتاج وفريدة من نوعها، بمعنى أبحاث تؤدي الى اختراع مما يحسن عملية تطوير المنتج او الخدمة في السوق (Lee et al,2018:3).

ولغرض توضيح مفهوم الابتكار ارتأى الباحثين الى تقديم مجموعة من التعاريف مبينة في الجدول (2) كالاتي:

الباحث والسنة	تعريف الابتكار
(Saridakis et al,2019:4)	هومنتج جديد أو محسن بشكل كبير (سلع أو خدمة) أو عملية أو طريقة تسويق جديدة ، أو طريقة تنظيمية جديدة في ممارسة الأعمال.
Yuen& (Ng,2021:888)	بأنه التنفيذ الناجح للأفكار الإبداعية داخل الشركة ويعد أداء الابتكار الجيد أمرًا مهمًا للشركات لتحقيق المزايا التنافسية والحفاظ عليها.
(Hanaysh a et al,2022:2)	عملية ترجمة فكرة أو اختراع سلعة أو خدمة تخلق قيمة للزبون من أجل التوجه إلى فكرة على أنها ابتكار ، يجب أن تكون قابلة للتكرار بتكلفة اقتصادية ويجب أن تلبي حاجة معينة.
(AlQershi et al,2023:3)	إنه العملية المتكاملة من خلالها تقوم الشركات بإعادة تصميم عملياتها ومنتجاتها وخدماتها لتمكينها من تقديم الجديد لخدمة العملاء(Customer).

قدرات الابتكارInnovation capabilities

القدرة على الابتكار هي قدرة ديناميكية مرتبطة بتحقيق الميزة التنافسية. تم اقتراح العديد من الآليات لتقييم هذه القدرة ، ومع ذلك ، فإن تطوير القدرة على الابتكار عملية معقدة ، سيما بالنسبة للبلدان النامية ، بسبب تعقيد محدداتها (Novillo-Villegas et al,2022:1) يستند الى ال عملية الابتكارية عندما تقدم الشركة منتجًا أو خدمة أو عملية جديدة بغرض تلبية احتياجات أصحاب المصلحة، ويقدم تطوير منظور القدرات الديناميكية باعتباره امتدادًا لوجهة النظر القائمة على الموارد والقدرات المميزة للشركات لبناء ميزتها التنافسية والحفاظ عليها (Mamasioulas et al,2020,769) يستشرف اقتراح قدرات الأساس المنطقي لاختيار استراتيجية الابتكار والاستثمار من خلال بناء خوارزمية لاتخاذ القرارات الإدارية على أساس نموذج التفضيلات في تنفيذ استراتيجيات الاستثمار والابتكار (Vovk et al,2021:430) فإن سرعة وجودة الابتكار أكثر أهمية في بيئات الأعمال المعقدة والمتغيرة باستمرار (Arsawan et al,2022:4) اذ تمتلك الشركات القدرة على تجديد نفسها لمواجهة التحديات الكبرى من خلال تعزيز ريادة الأعمال(Ambos&Tatarinov, 2022:120) تم توضيح هذا بشكل أكبر من خلال نظرية(١٩٤٢) Schumpeter الابداع التي وصفها كيف يتم استبدال المنتجات والخدمات والعمليات والأساليب القديمة باكتشافات جديدة مما يجعل الاكتشاف الأول قديمًا ، ثم أكد Drucker (1985)أن الابتكار هو عملية بناء قدرات ذات فائدة تكون الميزة الاستراتيجية.

أهمية الابتكار Importance of innovation

يستند الى مهام ودور الابتكار في الشركات الريادية لمساهمته في تحقيق الداء المتميز وتحسين عملية المركز التنافسي وقد حقق ذلك الكثير من المجالات سواء كان محلياً او دولياً (Arsawan et al,2022:6) على وفق الاتي:

١-الإفادة من الابتكار في عملية الذكاء الاصطناعي مما يؤدي الى خفض تكاليف العمل.

٢- زيادة المبيعات وفقاً للدارسات التي اكدت ان هناك ارتباط قوي بين الأداء الحالي والابتكار التكنولوجي مما يعني ان تلك الشركات متميزة بالتكنولوجيا المعاصرة في الإنتاج والعمليات.

٣- تحسين عملية الجودة والسرعة في انجاز المهام، فضلاً عن بذل الجهود بأقل كلفة.

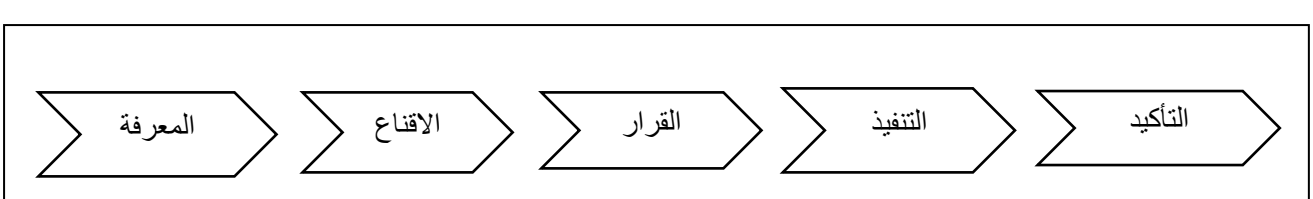
٤- تحقيق رغبات الزبائن على وفق المتطلبات.

عملية قرار الابتكارInnovation decision process

وفقًا الى Rogers (2003)هناك خمس مراحل في عملية قرار الابتكار هذه المراحل هي المعرفة والإقناع والقرار والتنفيذ والتأكيد يتم في مرحلة المعرفة ، يتعلم الفرد أو الكيان الاخر لصنع القرار عن وجود ابتكار ويفهم وظائفه بعد ذلك تأتي مرحلة الإقناع ، حيث يشكل هذا المتبني راي ايجابي أو غير سلبي حول الابتكار، ثم تأتي مرحلة القرار ، حيث يتبنى المتبني الابتكار أو يرفضه ، وبعد ذلك في مرحلة التنفيذ ، يبدأ المتبني في استخدام الابتكار، واخيراً، تأتي مرحلة التأكيد ، حيث يحاول المتبني تعزيز القرار الذي تم اتخاذه بالفعل لتبني الابتكار ، ولكن قد يتم عكس هذا القرار إذا تلقى المتبني آراء مواجهة حول الابتكار على أن مرحلة التأكيد غالبًا ليست المرحلة النهائية في هذه العملية حيث يمكن للمتبنين البحث عن معلومات قبل وبعد قرار التبني أيضًا ،اذ تتأثر عملية الابتكار بمزيد من العوامل يظهر هذا في التنفيذ ، والذي عادة ما يشمل العديد من الأفراد ، والذي يمكن أن يشمل الأفراد الذين يؤيدون الابتكار والأفراد الذين يعارضونه والذين لديهم جميعًا أجزاء خاصة بهم في قرار الابتكار، بالإضافة إلى ذلك ، عندما تقرر شركة ما تبني ابتكار ، لا يتبعه التنفيذ المباشر دائماً. يظهر التنفيذ أيضًا للتكيف المتبادل حيث لا يتغير الابتكار فحسب، بل تتغير المؤسسة أيضًا بشكل كبير، وفي المستوى التنظيمي، تؤثر جميع الفئات المتبنية على قرار الابتكار (Kolsi, 2023:23).

شكل رقم (٢) عملية اتخاذ قرار الابتكار

Sourc: Kolsi, T. (2023). Accelerating the innovation adoption rate of laggards in



B2B context.

وفقاً لذلك ارتأى الباحثين ان الابتكار يؤثر وبشكل مباشر في اتخاذ القرار هناك من يتبنى الابتكار وهناك من يعارض ذلك نتيجة التكيف فمنهم من يتضرر ومنهم من يكسب، مما يعني ان الابتكار يؤثر على الفئات المتبنية له للمحافظة على المنافسة وتحقيق الريادية.

ابعاد الابتكارDimensions of innovation

١- ابتكار المنتجات:

ابتكار المنتج هو تقديم سلعة أو خدمة جديدة أو محسّنة بشكل ملحوظ فيما يتعلق بمواصفاتها الفنية ، وخصائصها الوظيفية ، وسمات المنتج ، والتصميم ، والمواد ، والمكونات ، والبرمجيات المدمجة بمعنى ان الهدف من ابتكار المنتجات هو الجودة (Seclen-Luna et al,2021:3) وقد وضح في دراسة (Audretsch&Belitski, 2023:170) ان ابتكار المنتجات هو خلق المعرفة وزيادة القدرة الاستيعابية للتعرف على المعرفة الخارجية ستزيد كليًا من الابتكار و إنتاجية الشركة وعلى هذا النحو يمكننا تطوير إطار عمل لتحليل ابتكار الإنتاجية واستيعاب الدور الرئيسي للاستثمار في المعرفة كمدخل أساسي للمعرفة مما يتيح تطوير منتج جديد داخليًا استنادًا إلى المعرفة الجديدة المتاحة عبر التداعيات والإبداع المشترك للابتكار بالتعاون مع شركاء خارجيين .

اكد (Nurhayati et al,2021:185)الابتكار هو استخدام الموارد لخلق قيمة للعميل والمؤسسة من خلال التطوير والتحسين و تسويق المنتجات والعمليات والخدمات الجديدة والحالية .

اذ يمكن تنفيذ استراتيجية الابتكار من خلال قدرات الابتكار الأساسية، وقد يجمع هذا التكوين بين أنشطة ريادة الأعمال لاستكشاف فرص الابتكار الجذري للمنتجات، فضلاً عن أنشطة الإدارة الاستراتيجية لاستغلال الابتكار الإضافي لتعزيز المنتجات الحالية(Utoyo et al,2020:30).

٢-ابتكار العمليات:

يستند الى ابتكار العمليات باستعمال التكنولوجيا في التصنيع التي تؤدي لتغيير جذري في تكاليف الوحدة والاحتياجات من راس المال في العملية المتكاملة من خلالها تقوم الشركات بإعادة تصميم الاحتياجات لتلبية متطلبات الزبائن(Alqershi et al,2023:3).

٣-ابتكار الخدمات:

الاستعداد لتنفيذ التجديد وإدخال عناصر جديدة من خلال البراعة والتجارب التي تركز على تطوير تقديم أفضل الخدمات المحسنة، اذ ان بدون استراتيجية للابتكار يصبح اهتمام الشركة مشتتًا للغاية، ويدل على ذلك ان المعرفة والأفكار هي المساهمة الأساسية في عملية الابتكار (Shaher&Ali,2020:3742).

ثانياً: مفهوم الريادة الاستراتيجيةThe concept of strategic entrepreneurship

ان مفهوم الريادة الاستراتيجية كنموذج لنشاط المنظمة والذي يقوم بين القدرة على استخدام الفرص وتشكيل ميزة تنافسية(Gancarczyk,2020:21) ، في حين اكد (Ireland et al,2001) نقطة التقاء ريادة الأعمال البحث عن الفرص ومهام الإدارة الإستراتيجية البحث عن المزايا، ويشير الى الميزة كإجراءات الشركات والمنظمات لتعظيم الفرص، وتشمل SE ضمن السياق كمشروع ريادي مع التوجه الإداري للمنظمة يُفهم ريادة الأعمال على أنها إيجاد وتوليد فرص جديدة، بينما تُفهم الإدارة الإستراتيجية على أنها ترجمة هذه الفرص إلى ميزة تنافسية مستدامة Arifyanto & (Salim,2021:262).

وبصدد ذلك يرتأى الباحث عرض اراء الباحثين في تناول تعريف الريادة الاستراتيجية من وجهات متعددة النظر وكما موضح في الجدول رقم (٣)

الباحث والسنة	تعريف الريادة الاستراتيجية
(Dogan,2015:291)	وجهات نظر ريادة الاعمال والإدارة الاستراتيجية يكمل كلا منهما الاخر العمليات والإجراءات لإيجاد القيمة.
(Ibrahim,2016:49)	هي استراتيجية ذات صلة بأي منظمة تسعى لتحقيق الثروة في كل من القطاعين العام والخاص.
(Withers et al,2018:55)	هي سلوك البحث عن الفرص والممارسات الاستراتيجية والبحث عن المزايا في تطوير واتخاذ الإجراءات.
(Sadq et al,2020:152)	هي العملية التي تؤدي إلى اتخاذ القرار لتحديد الإمكانات التي تهدف إلى مطابقة الموارد الحالية مع أعلى معدل ممكن من العائد والفوائد ثم توظيفها من خلال المهام والاستراتيجية.

وبصدد ذلك يعرف الباحث الريادة الاستراتيجية عملية التخطيط المتكامل لكيفية استكشاف الفرص واستثمار المزايا.

أهمية الريادة الاستراتيجية لمنظمات الاعمال Significance Of Strategic Entrepreneurship For Business Organizations

تكمن الأهمية الى الريادة الاستراتيجية SE كمتغير فريد ومختلف ، اذ تستطيع المنظمات من خلالها خلق الازدهار(Handrimurtjahjo,2014:438) وهنا ينبغي على المنظمات ان تركز في وقت واحد على خلق الفرص في البيئة الخارجية من خلال الإبداع ، وتحديد الفرص كجزء من استراتيجية القيادة ، فضلاً عن توحيد جهود المنظمات ، ونجاح الابتكار من أجل الوصول إلى أهدافها إنها العملية التي تميز المنظمة من خلال التنمية لتكامل القيادة والمعرفة بالإدارة الإستراتيجية (Sadq et al,2020: 152) وقد أكد الباحثين ضمن سياق ذلك Hughes et , Ule&Coker,2019:146 , (Kim,2018: 5 al,2021:203) انه عندما تصبح الإدارة الاستراتيجية أكثر ريادة الأعمال من خلال الانتقال من النمط الإداري التقليدي إلى نمط الريادة الاستراتيجية، وهذا من شأنه أن يؤدي إلى فلسفة إدارة جديدة تعزز المرونة الاستراتيجية والإبداع والابتكار المستمر، وتساعد الإدارة الاستراتيجية وريادة الأعمال المنظمات على زيادة أدائها وتطوير ميزة تنافسية مستدامة في تنمية زيادة الموارد، بمعنى ان المنظمات الناشئة القائمة على التكنولوجيا تواجه تحديين أساسيين مرتبطين بمسؤولياتها عن الحداثة، الأول هو استثمار القدرات الداخلية بكفاءة وفاعلية لخلق تدفقات الإيرادات وإدارة هياكل التكلفة ، اما الثاني هو استكشاف ابتكارات جديدة للتغلب على التطور السريع للتكنولوجيا الجديدة ودورة الحياة القصيرة للعديد من المنتجات والخدمات التقنية التي تسببها المنافسة الصناعية الشديدة.

ابعاد الريادة الاستراتيجيةDimensions of Strategic Entrepreneurship

استراتيجية الاستكشاف:Exploration Strategy

يشير الى الاستراتيجيات القائمة على الاستكشاف تبحث عن فرص عمل في أسواق جديدة يمكن تعزيزها أو حتى إنشائها عن طريق المنظمات المتكونة من خلال نماذج الأعمال المبتكرة (Niskanen et al,2017:39)ويستند كذلك الى الاستكشاف من أبعاد الريادة الاستراتيجية يلعب دوراً مهماً في الميزة التنافسية للمنظمات (Paek& Lee,2018:1) .

وبصدد ذلك وضح (Hitt & Ireland, 2005: 228) ان المساهمة نحو ريادة الأعمال من جهود المنظمة لخلق القيمة ، وبالتالي تحقيق الثروة في ريادة الاعمال من خلال تحديد الفرص اي الاستكشاف والتي يمكن استغلالها في السوق ، بينما تساهم الإدارة الإستراتيجية في تقييم جهود خلق الثروة بشكل أساسي من خلال تشكيل المزايا التنافسية التي هي الأساس الذي تستند إليه المنظمة لتتنافس في السوق المنافسة ، أي بمعنى تنطوي ريادة الأعمال على تحديد الفرص واستغلالها ، وتنطوي الإدارة الاستراتيجية على إنشاء واستدامة الميزة التنافسية واحدة أو أكثر باعتبارها المسار الذي يتم من خلالها استغلال الفرص ، حيث كلا من الإدارة الإستراتيجية وريادة الأعمال مهتماً بالنمو ، وبالتالي ينشأ خلق ثروة للمنظمة.

استراتيجية الاستغلالExploitation Strategy

يستند الى تحقيق الهدف من استراتيجيات الاستثمار هو الاستفادة بشكل أكبر من الميزة التنافسية الحالية من خلال الإدارة الفعالة للموارد والقدرات الحالية للمنظمة، إما عن طريق تحسين وتصميم منتجاتها وخدماتها، أو من خلال تعزيز العلاقات مع العملاء (Customer)الحاليين(Estrada-Cruz et al,2020:4) اكد الباحثين (Ireland, Hitt, and Sirmon, 2003)&(Hitt et al,2011 ان العقلية الريادية تشمل فرص ريادة الأعمال ويكون التعرف على الفرص واستثمارها في صميم الريادة الاستراتيجية ES يمكن استخدامها لتحسين الوضع التنافسي وتحويل المنظمات وأسواقها وخدماتها مع ظهور فرص جديدة كل من أنشطة البحث عن الفرص والبحث عن المزايا ضرورية لخلق القيمة وامتلاكها ، بمعنى ان المنظمات التي تفتقر إلى القدرة على تحديد فرص ريادة الأعمال نتيجة التغيرات الديناميكية ، قد تفشل في استكشاف طلبات السوق ، مما يعني أنه يجب إجراء مقايضات كثير من الأحيان فيما يتعلق بكمية الموارد المخصصة لاستغلال المزايا التنافسية الحالية وتلك المخصصة لاستكشاف الفرص الناشئة (Zhao et al,2020:6).

العلاقة بين الابتكار والريادة الاستراتيجية The correlation between innovation and strategic entrepreneurship

ان الابتكار يسهل عملية أنشطة الابتكارات الاستكشافية والاستغلالية(Al-Hakimi et al,2022:7) كما يمكن للابتكار أن يمنح الشركات ميلًا إلى الريادة في السوق إلى تطوير أسواق جديدة لتكون رائدة ، ولاستكشاف المجالات الجديدة، وان تكتسب المزايا التنافسية للشركات الناشئة لتؤدي إلى تحسين مهام الأداء الاقتصادي المعاصر لتنمية المستدامة (Hou et al, 2019:496) لذا وجد في الشركات التي لديها فرص تقديم قيمة أعلى تكون قادرة بشكل أفضل على خلق مزايا تنافسية جديدة بحلول الوقت الذي يستجيب فيه المنافسون لأفعالهم ، وقد تكون هذه الشركات قادرة على إنشاء مزايا مؤقتة جديدة وبالتالي تسبق المنافسين (Andrevski et al,2014:824) مما يعني الوصول الى الدافع الريادي والابتكار يلع بان دوراً هاماً في تحقيق الريادية الاستراتيجية ، وعلى الشركات تعزيز الدافع الريادي للبحث عن الفرص واستثمار المزايا(Syahchari et al,2022:979).

(المبحث الثالث)

اولاً: تحليل النتائجAnalysis of the results

تم تحديد اجابات العينة في الجداول بحسب الأهمية النسبية لكل فقرة من الفقرات، ويتم ترتيب هذه الفقرات تنازليا بحسب درجة موافقة أفراد الدراسة عليها وكالآتي: -

تحليل وعرض نتائج الابتكار: View and analysis of innovation results

١- جاءت الفقرة رقم (٤)، في الجدول رقم (٤) وهي (**تنفق ادارة الشركة على انشطة تطوير المنتجات والخدمات الجديدة)، بالمرتبة الاولى** لموافقة افراد عينة الدراسة عليها، ومن حيث درجتها حصلت على وفق الوسط الحسابي الذي بلغت قيمته (**4.1**)، مما عكست تأييد واستجابة مرتفعة قد ابداها افراد العينة في شدتها، والتي اشارت إلى خيار ،(اتفق) في انسجام جيد بخصوص الإجابات، حيث تم تؤكده في قيمة الانحراف المعياري ، ومعامل الاختلاف على وفق التوالي، اذ بلغت القيمة وفق سياق ذلك (**0.84**)، (**0.20**)، وتشير هذه النتيجة أن لهذه الفقرة مستوى جيد من الأهمية

لدى العينة المبحوثة، وكانت الاهمية النسبية (82 .0) ، وهي ما تؤكد درجة الاهتمام من قبل عينة البحث حول هذه الفقرة ، وتبين هذه النتيجة هناك ميل كبير لدى الشركات حول تمويل وتطوير جانب الدعم والخدمات ، اذ يبلغ اهميته لدى العينة المبحوثة في حين بلغ عدد شدة الاجابات (46) اجابة ، أي أن اتجاهات اجابات العينة كانت متجهة نحو (اتفق) ، وبنسبة (49.5) ، ثم جاءت الفقرة رقم (٢) ، وهي **(تبحث ادارة الشركة عن اساليب جديدة لتنفيذ الاعمال والمهمات المناطة بها) ، بالمرتبة الثانية** لموافقة افراد عينة الدراسة عليها ، ومن حيث درجتها حصلت على وفق الوسط الحسابي الذي بلغت قيمته (**4.1**)، مما عكست تأييد واستجابة مرتفعة قد ابداها افراد العينة في شدتها، والتي اشارت إلى خيار(اتفق)، في انسجام جيد بخصوص الإجابات ، حيث تم تؤكده في قيمة الانحراف المعياري ، ومعامل الاختلاف على وفق التوالي ، اذ بلغت القيمة وفق سياق ذلك (**0.85**) ، (**0.20**) ، وتشير هذه النتيجة أن لهذه الفقرة مستوى جيد من الأهمية لدى العينة المبحوثة، وكانت الاهمية النسبية ، (**0.82**) ، وهي ما تؤكد درجة الاهتمام من قبل عينة البحث حول هذه الفقرة ، وتبين هذه النتيجة هناك خطط لتنفيذ الاعمال المناطة بالشركات المقصودة من خلال وضع أساليب تتكيف مع واقع التغير الذي يحصل نتيجة تسارع المعرفة، والتغيرات المعاصرة ، والتقدم التكنولوجي ، ويبلغ الاهمية لدى العينة المبحوثة ، في حين بلغت عدد شدة الاجابات المتفقة (٥٠) اجابة ، أي أن اتجاهات اجابات العينة كانت متجهة نحو (اتفق) ، وبنسبة (53.8) ، وبعدها اتضح من الفقرة رقم (3) ، ، وهي **(تركز ادارة الشركة على تطوير منتجات او خدمات) ، بالمرتبة الثالثة** لموافقة افراد عينة الدراسة عليها ، ومن حيث درجتها حصلت على وفق الوسط الحسابي الذي بلغت قيمته (**4.0**)، مما عكست تأييد واستجابة مرتفعة قد ابداها افراد العينة في شدتها ، والتي اشارت إلى خيار (اتفق)، في انسجام جيد بخصوص الإجابات ، حيث تم تؤكده في قيمة الانحراف المعياري ، ومعامل الاختلاف على وفق التوالي ، اذ بلغت القيمة وفق سياق ذلك (**0.87**) ، (**0.21**) ، وتشير هذه النتيجة أن لهذه الفقرة مستوى جيد من الأهمية لدى العينة المبحوثة، وكانت الاهمية النسبية ، (0.80) ، وهي ما تؤكد درجة الاهتمام من قبل عينة البحث حول هذه الفقرة ، اذ تبين هذه النتيجة ان الشركات ساعية الى أهمية تطوير المنتجات والخدمات سيما لتقديم كل ما ينهض بالارتقاء في القطاع الزراعي، في حين بلغت عدد شدة الاجابات المتفقة (٥٢) اجابة ، أي أن اتجاهات اجابات العينة كانت متجهة نحو (اتفق) ، وبنسبة (55.9) ، ثم ورد من الفقرة رقم (1) ، وهي **(كثيراً ما تقدم ادارة الشركة افكار جديدة) ، بالمرتبة الرابعة** لموافقة افراد عينة الدراسة عليها ، ومن حيث درجتها حصلت على وفق الوسط الحسابي الذي بلغت قيمته (**3.9**)، مما عكست تأييد واستجابة مرتفعة قد ابداها افراد العينة في شدتها ، والتي اشارت إلى خيار (اتفق) ، في انسجام جيد بخصوص الإجابات ، حيث تم تؤكده في قيمة الانحراف المعياري ، ومعامل الاختلاف على وفق التوالي ، اذ بلغت القيمة وفق سياق ذلك (**0.90**) ، (**0.23**) ، وتشير هذه النتيجة أن لهذه الفقرة مستوى جيد من الأهمية لدى العينة المبحوثة ، وكانت الاهمية النسبية (**0.78**) ، وهي ما تؤكد درجة الاهتمام من قبل عينة البحث حول هذه الفقرة ، حول اهمية الشركات في تقديم الافكار والحلول التي تدعم العملية الزراعية ، في حين بلغت عدد شدة الاجابات المتفقة (54) اجابة ، أي أن اتجاهات اجابات العينة كانت متجهة نحو (اتفق) ، وبنسبة (58.1).

الجدول رقم (٤) التوزيع التكراري، والوسط الحسابي، والانحراف المعياري، ومعامل الاختلاف، والاهمية النسبية، والترتيب بحسب الاهمية لفقرات الابتكار

	الفقرة	تفق تماماً	تفق	ير متأكد	اتفق	اتفق تماماً	لوسط الحسابي	لانحراف المعياري	عامل لاختلاف	لأهمية النسبية	لترتيب بحسب الاهمية
	كثيراً ما تقدم ادارة الشركة افكار جديدة.	٢ 2.7	٤ 8.1	٠ 0.8	.3	.2	.9	.90	.23	78	

	تبحث ادارة الشركة عن اساليب جديدة لتنفيذ الاعمال والمهمات المناطة بها.	0 2.3	0 3.8	.6	.2	.2	.1	.85	.20	82	
	تركز ادارة الشركة على تطوير منتجات او خدمات.	9 1.2	2 5.9	.5	.2	.2	.0	.87	.21	80	
	تنفق ادارة الشركة على انشطة تطوير المنتجات والخدمات الجديدة.	2 4.4	6 9.5	0 0.8	.3	.1	.1	.84	.20	82	

اعداد الباحث بالاستناد على برنامج v.22 (Spss)

ورد في الجدول رقم (٥) فقرات الاستكشاف

٢-جاءت الفقرة رقم (٤)، وهي (**تسعى إدارة الشركة لتلبية احتياجات الزبائن بطريقة إبداعية) بالمرتبة الأولى** لموافقة افراد عينة الدراسة عليها، ومن حيث درجتها حصلت على وفق الوسط الحسابي الذي بلغت قيمته (**4.0**)، مما عكست تأييد واستجابة مرتفعة قد ابداها افراد العينة في شدتها، والتي اشارت إلى خيار (اتفق) في انسجام جيد بخصوص الإجابات، حيث تم تؤكده في قيمة الانحراف المعياري ، ومعامل الاختلاف على وفق التوالي ، اذ بلغت القيمة وفق سياق ذلك (**0.84**)، (**0.21**)، وتشير هذه النتيجة أن لهذه الفقرة مستوى جيد من الأهمية لدى العينة المبحوثه، وكانت الاهمية النسبية (80 .0) ،وهي ما تؤكد درجة الاهتمام من قبل عينة البحث حول هذه الفقرة ، بمعنى لدى الشركات اهمية للارتقاء في تعزيز وتطوير القطاع الزراعي وذلك لغرض تقديم الدعم للزبائن بطريق واليات جديدة تسهل عملية خدمة الزبون، في حين بلغ عدد شدة الاجابات (53) اجابة أي أن اتجاهات اجابات العينة كانت متجهة نحو (اتفق) ، وبنسبة (57.0) ، ورد في الفقرة رقم (2) ، وهي (**تستند إدارة الشركة في نجاحها الى قدرتها على استكشاف إمكانيات جديدة منتجات، خدمات، تقنيات، عمليات) ، بالمرتبة الثانية** لموافقة افراد عينة الدراسة عليها، ومن حيث درجتها حصلت على وفق الوسط الحسابي الذي بلغت قيمته (**3.9**)، مما عكست تأييد واستجابة مرتفعة قد ابداها افراد العينة في شدتها ، والتي اشارت إلى خيار(اتفق) ، في انسجام جيد بخصوص الإجابات ، حيث تم تؤكده في قيمة الانحراف المعياري ، ومعامل الاختلاف على وفق التوالي ، اذ بلغت القيمة وفق سياق ذلك (**0.85**) ، (**0.21**) ، وتشير هذه النتيجة أن لهذه الفقرة مستوى جيد من الأهمية لدى العينة المبحوثه، وكانت الاهمية النسبية ، (**0.78**) ، وهي ما تؤكد درجة الاهتمام من قبل عينة البحث حول هذه الفقرة ، وجد ان لدى الشركات اهمية كبيرة في استراتيجية استكشاف الامكانيات والطاقات الكامنة التي تحقق فيها اهدافها ، في حين بلغت عدد شدة الاجابات المتفقة (48) اجابة ، أي أن اتجاهات اجابات العينة كانت متجهة نحو (اتفق) ، وبنسبة (51.6) ، وجاءت الفقرات(٥ ، ٦ ، ١ ، ٣) بالترتيب بحسب الأهمية على التوالي كما عرض في الجدول.

الجدول رقم (٥) التوزيع التكراري، والوسط الحسابي، والانحراف المعياري، ومعامل الاختلاف، والاهمية النسبية، والترتيب بحسب الاهمية لفقرات الاستكشاف

	الفقرة	تفق تماماً		ير متأكد	اتفق	اتفق تماماً	لوسط الحسابي	لانحراف المعياري	معامل الاختلاف	لأهمية النسبية	لترتيب بحسب الاهمية
	تبحث إدارة الشركة عن أفكار جديدة وابداعات متواصلة.	0 2.3	6 9.5	0 0.8	.2	.3	.0	.97	.24	80	
	تستند إدارة الشركة في نجاحها الى قدرتها على استكشاف إمكانيات جديدة (منتجات، خدمات، تقنيات، عمليات).	4 5.8	8 1.6	5 6.1	.4	.1	.9	.85	.21	78	
	تقوم إدارة الشركة بتقديم منتجات وخدمات مبتكرة لم تقدم من قبل المنافسين.	3 4.7	4 7.3	4 5.1	0 0.8	.2	.8	.99	.26	76	
	ت										

	سعى إدارة الشركة لتلبية احتياجات الزبائن بطريقة إبداعية.	7 9.0	3 7.0	.5	.5	.1	.0	.84	.21	80
	تقوم إدارة الشركة بدخول أسواق جديدة بكثافة .	4 5.8	2 5.2	0 1.5	.4	.2	.8	0 .93	0 .24	76
	تستهدف إدارة الشركة انشطة مجموعات زبائن جديدة .	6 8.0	8 0.9	2 3.7	.5	.1	.8	0 .93	0 .24	76

اعداد الباحث بالاستناد على برنامج v.22 (Spss)

وضح في الجدول رقم (6) للفقرات الاستغلال

٢-جاءت الفقرة رقم (٥)، وهي (**تقوم إدارة الشركة بتعديل وضعها قدر الإمكان للحفاظ على رضا عملائها الحاليين**) **بالمرتبة الأولى** لموافقة افراد عينة الدراسة عليها، ومن حيث درجتها حصلت على وفق الوسط الحسابي الذي بلغت قيمته (**4.1**)، مما عكست تأييد واستجابة مرتفعة قد ابداها افراد العينة في شدتها ، والتي اشارت إلى خيار (اتفق)، في انسجام جيد بخصوص الإجابات، حيث تم تؤكده في قيمة الانحراف المعياري ، ومعامل الاختلاف على وفق التوالي ، اذ بلغت القيمة وفق سياق ذلك (**0.59**)، (**0.14**)، وتشير هذه النتيجة أن لهذه الفقرة مستوى جيد من الأهمية لدى العينة المبحوثة، وكانت الاهمية النسبية (82 .0) ،وهي ما تؤكد درجة الاهتمام من قبل عينة البحث حول هذه الفقرة ، مما يدل ان الشركات تعمل على اجراء التحسين المستمر لواقع الخدمات التي تقدم في إرضاء الزبائن ، في حين بلغ عدد شدة الاجابات (57) اجابة أي أن اتجاهات اجابات العينة كانت متجهة نحو (اتفق) ، وبنسبة (61.3)، ورد في الفقرة رقم (٢) ، وهي (**تعمل إدارة الشركة باستمرار على ضمان منتجاتها وخدماتها) ، بالمرتبة الثانية** لموافقة افراد عينة الدراسة عليها، ومن حيث درجتها حصلت على وفق الوسط الحسابي الذي بلغت قيمته (٤.٢) ، مما عكست تأييد واستجابة مرتفعة قد ابداها افراد العينة في شدتها ، والتي اشارت إلى خيار(اتفق) في انسجام جيد بخصوص الإجابات ، حيث تم تؤكده في قيمة الانحراف المعياري ، ومعامل الاختلاف على وفق التوالي ، اذ بلغت القيمة وفق سياق ذلك ، (٠.٦١) ، (٠.١٤) ، وتشير هذه النتيجة أن لهذه الفقرة مستوى جيد من الأهمية لدى العينة المبحوثة، وكانت الاهمية النسبية ، (٠.٨٤) ، وهي ما تؤكد درجة الاهتمام من قبل عينة البحث حول هذه الفقرة ، تسعى

الشركات الى التحسين المستمر في الارتقاء من تطوير الواقع الزراعي بتوفير افضل الخدمات والتقنيات الزراعية ، في حين بلغت عدد شدة الاجابات المتفقة (٥٢) اجابة ، أي أن اتجاهات اجابات العينة كانت متجهة نحو (اتفق) ، وبنسبة (٥٥.٩)، وجاءت الفقرات (6,1,4,3) على التوالي .

الجدول رقم (٦) التوزيع التكراري، والوسط الحسابي، والانحراف المعياري، ومعامل الاختلاف، والاهمية النسبية، والترتيب بحسب الاهمية لفقرات الاستثمار

	الفقرة	تفق تماماً	تفق	غير متأكد	اتفق	اتفق تماماً	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	الأهمية النسبية	الترتيب بحسب الاهمية
	تلتزم إدارة الشركة بتحسين الجودة ومستوى الكفاءة .	4 6.6	6 9.5	.7	.3		.1	.77	.18	82	
	تعمل إدارة الشركة باستمرار على ضمان منتجاتها وخدماتها .	3 5.5	2 5.9	.6			.2	.61	.14	84	
	تزيد إدارة الشركة من مستويات الأتمتة في عملياتها.	3 4.7	8 2.4	1 1.8	.1		.1	.63	.15	82	
	تستطيع ادارة الشركة باستمرار رضا العملاء	8 9.4	8 2.4	5 6.1	.1	.1	.9	.70	.17	78	

	بتحري واستكشاف الحاليين.										
	تقوم إدارة الشركة بتعديل وضعها قدر الإمكان للحفاظ على رضا عملائها الحاليين.	7 9.0	7 1.3	.7			.1	0 .59	0 .14	82	
	تركز إدارة الشركة بشكل أعمق على قاعدة الزبائن الحاليين.	3 4.7	1 4.8	4 5.1	.3	.1	.9	0 .82	0 .21	78	

اعداد الباحث بالاستناد على برنامج v.22 (Spss)

ثانياً: علاقة الارتباط بين الابتكار والريادة الاستراتيجية، اذ يعرض بواسطة الجدول رقم (٧) الذي بين فيه قيم معاملات الارتباط بالنسبة الى بيرسون (Person):

a. توجد علاقة ارتباط ايجابية احصائية معنوية موجبة بين بعد الابتكار، والاستكشاف، اذ بلغت القيمة في الارتباط فيه (٠.٥٧٢**)، عند مستوى دلالة، (٠.٠٠). وهذه النتيجة تستند الى تحقق الفرضية، فضلاً عن ذلك توفر الدعم لقبول الفرضية، وهذا يشير الى ان الابتكار في الشركات المبحوثة له مساهمة، ودور كبير في تعزيز استراتيجية الاستكشاف.

b. توجد علاقة ارتباط ايجابية احصائية معنوية موجبة بين بعد الابتكار، والاستثمار، اذ بلغت القيمة في الارتباط فيه (٠.٤٤٦**)، عند مستوى دلالة، (٠.٠٠). وهذه النتيجة تستند الى تحقق الفرضية، فضلاً عن ذلك توفر الدعم لقبول الفرضية، وهذا يعني بأن هناك علاقة ارتباط ايجابية ذا دلالة معنوية بين الابتكار والاستثمار.

c. توجد علاقة ارتباط إيجابية احصائية معنوية موجبة بين بعد الابتكار، والريادة الاستراتيجية، اذ بلغت القيمة في الارتباط فيه (0.571**)، عند مستوى دلالة،(٠.٠٠). وهذه النتيجة تستند الى تحقق الفرضية، فضلاً عن ذلك توفر الدعم لقبول الفرضية، اي بمعنى ان الابتكار يحقق من الريادة الاستراتيجية، ولأيمكن تحقيق الريادة الاستراتيجية من دون الابداع في الابتكار.

جدول رقم (٧) نتائج علاقة الارتباط بين الابتكار والريادة الاستراتيجية

الريادة الاستراتيجية الابتكار	الاستكشافy1	الاستثمار y2	الريادة الاستراتيجيةy
Data results	0.572** 0.00	0.446** 0.00	0.571** 0.00

(**) ارتباط ذا دلالة معنوية عند مستوى دلالة (٠.٠١)

ثالثاً: اختبار علاقات التأثير بين الابتكار والريادة الاستراتيجية

a. يؤثر بعد الابتكار في الاستكشاف : استناداً للجدول رقم (٨)، أن قيمة (F) المحسوبة قد بلغت (44.203)، أي بمعنى هي أكبر من قيمة (F)، الجدولية البالغة (3.95)، بمستوى دلالة (٠.٠١)، وعند مستوى معنوية (٠٠٠.)، وهذا يشير الى وجود تأثير قوي للابتكار في بعد الاستكشاف في الشركات عينة البحث، والملاحظة ضمن الجدول المشار اليه اعلاه يمكن تحديد قيمة الثابت (a=1.400)، مما يعني أن هناك ابتكار مقداره (1.400) ، حتى وأن كان مقدار الاستكشاف يساوي صفر ، أما قيمة (β =.572) ، هي تدل الى أن تغير مقداره وحدة واحدة في الابتكار سيؤدي إلى تغيير في الاستكشاف مقداره (.572) ، أما قيمة معامل التحديد R Square(R^2) ، الذي يكون مقياساً وصفياً ، ويستخدم في تفسير معادلة الانحدار لفائدة المدى عند تقدير القيم ، فضلاً عن ذلك يمثل نسبة انخفاض في الأخطاء عند استخدام معادلة الانحدار ، ومقداره هو (.327) ، ويعني هذا ان الابتكار تفسر ما نسبته (32.7%) من التباين الحاصل في الاستكشاف ، وأن (67.3%) ، هو التباين المفسر من العوامل التي لم تدخل أنموذج الانحدار. اذ يعني ان هذه النتائج توفر الدعم الكافي لقبول الفرضية الفرعية في البحث التي تنص على **(يؤثر بعد الابتكار تأثيراً معنوياً في الاستكشاف).**

b. **يؤثر بعد الابتكار في الاستغلال/ الاستثمار:** استناداً للجدول رقم (٨)، أن قيمة (F)المحسوبة قد بلغت (22.623)، أي بمعنى هي أكبر من قيمة (F)، الجدولية البالغة (3.95)، بمستوى دلالة (٠.٠١)، وعند مستوى معنوية (٠٠٠.)، وهذا يشير الى وجود تأثير قوي للابتكار في بعد الاستثمار في الشركات عينة البحث، والملاحظة ضمن الجدول المشار اليه اعلاه يمكن تحديد قيمة الثابت (a=2.888)، مما يعني أن هناك ابتكار مقداره (2.888) ، حتى وأن كان مقدار الاستثمار يساوي صفر ، أما قيمة (β =.446) ، هي تدل الى أن تغير مقداره وحدة واحدة في الابتكار سيؤدي إلى تغيير في الاستثمار مقداره (.446) ، أما قيمة معامل التحديدR Square (R^2) ، الذي يكون مقياساً وصفياً ، ويستخدم في تفسير معادلة الانحدار لفائدة المدى عند تقدير القيم ، فضلاً عن ذلك يمثل نسبة انخفاض في الأخطاء عند استخدام معادلة الانحدار، ومقداره هو (.199) ، ويعني هذا ان الابتكار تفسر ما نسبته (19.9%) من التباين الحاصل في الاستثمار ، وأن (٨٠.١%) ، هو التباين المفسر من العوامل التي لم تدخل أنموذج الانحدار. اذ يعني ان هذه النتائج توفر الدعم الكافي لقبول الفرضية الفرعية في البحث التي تنص على (**يؤثر بعد الابتكار تأثيراً معنوياً في الاستثمار).**

c. **يؤثر بعد الابتكار في الريادة الاستراتيجية:** استناداً للجدول رقم (٤٧)، أن قيمة (F)المحسوبة قد بلغت (43.980)، أي بمعنى هي أكبر من قيمة (F)، الجدولية البالغة (3.95)، بمستوى دلالة (٠.٠١)، وعند مستوى معنوية (٠٠٠.)، وهذا يشير الى وجود تأثير قوي للابتكار في الريادة الاستراتيجية في الشركات عينة البحث، والملاحظة ضمن الجدول المشار اليه اعلاه يمكن تحديد قيمة الثابت (a=2.144)، مما يعني أن هناك ابتكار مقداره (2.144) ، حتى وأن كان مقدار الريادة الاستراتيجية يساوي صفر ، أما قيمة (β =.571) ، هي تدل الى أن تغير مقداره وحدة واحدة في الابتكار سيؤدي إلى تغيير في الريادة الاستراتيجية مقداره (٥٧١.) ، أما قيمة معامل التحديدR Square (R^2) ، الذي يكون مقياساً وصفياً، ويستخدم في تفسير معادلة الانحدار لفائدة المدى عند تقدير القيم ، فضلاً عن ذلك يمثل نسبة

انخفاض في الأخطاء عند استخدام معادلة الانحدار، ومقداره هو (٣٢٦.) ، ويعني هذا ان الابتكار تفسر ما نسبته (32.6%) من التباين الحاصل في الريادة الاستراتيجية ، وأن (67.4%) ، هو التباين المفسر من العوامل التي لم تدخل أنموذج الانحدار. اذ يعني ان هذه النتائج توفر الدعم الكافي لقبول الفرضية الفرعية في البحث التي تنص على (**يؤثر بعد الابتكار تأثيراً معنوياً في الريادة الاستراتيجية**).

جدول رقم (٨) اختبار علاقات التأثيربين الابتكار الريادة الاستراتيجية

الريادة الاستراتيجية / الابتكار	spss					
المستوى الاجمالي والفرعي	القرار	المعنوية Sig	قيمة F المحسوبة	معامل التحديد R^2	الميل الحد b	الحد الثابت (a
الابتكار/الاستكشاف	يوجد تأثير	.000	44.203	.327	.572	1.400
الابتكار/ الاستثمار	**يوجد تأث**	**.000**	**22.623**	**.199**	**.446**	**2.888**
الابتكار/ الريادة الاستراتيجية	**يوجد تأث**	**.000**	**43.980**	**.326**	**.571**	**2.144**

** **قيمة (F)الجدولية عند مستوى ٠.٠١ = (٣.٩٥)** N=93

النتائج /Results

١- اكدت النتائج وجود علاقة إيجابية معنوية موجبة قوية بين الابتكار والريادة الاستراتيجية، فضلاً عن الأهمية الكبيرة لدى العينة المبحوثة نحو محور الابتكار في تطوير أنشطة الخدمات والمنتجات وتقديم الدعم والاسناد الى الفلاحين والمزارعين بغض النظر عن تمويل النفقات، وتنفيذ الأساليب التي تتكيف مع واقع التغيير البيئي الزراعي، بالإضافة الى تقديم الأفكار التي تنسجم مع تحقيق الريادة الاستراتيجية.
٢- اشارت النتائج وجود أهمية نسبية جيدة لدى الشركات المبحوثة في تلبية احتياجات الزبائن بطريقة إبداعية لمحور الاستكشاف والمقدرة على توفير إمكانيات جديدة وخدمات وتقنيات.
٣- حقق محور استراتيجية الاستغلال / الاستثمار في الريادة الاستراتيجية مستوى اهتمام جيد لدى الاتجاهات المتفقة في العينة المبحوثة لواقع الخدمات والمنتجات وأتمته العمليات والتقنيات.
٤- الاستناد على النتائج بوجود علاقة ارتباط إيجابية معنوية بين الابتكار والاستكشاف.
٥- وضح التحليل الاحصائي ان علاقة الابتكار بالاستغلال/ الاستثمار إيجابية معنوية قوية.
٦- بينت نتائج التحليل الاحصائي قبول الفرضيات بوجود تأثير معنوي بين الابتكار والريادة الاستراتيجية.

التوصيات / Recommendations

١- ضرورة قيام الشركات التابعة لوزارة الزراعة بتبني الابتكار في كل الأنشطة والعمليات وبمعنى ان الابتكار له مجال ودور حقيقي في الريادة الاستراتيجية على وفق الطابع الاستراتيجي المستدام.
٢- يوصي الباحث على الشركات التشجيع في دخول أسواق جديدة بهدف تحقيق رغبات الزبون وتعظيم المورد الاقتصادي وتطوير القطاع الزراعي.
٣- يستند الى الشركات القيام على وفق التحسين المستمر لإتقان الاتمتة في العمليات واستثمار المزايا لمرحلة التعضيد بالقطاع الزراعي.
٤- الإشارة الى الشركات المبحوثة ان الابتكار له مساهمة كبيرة في تعزيز وتحقيق الريادة الاستراتيجية ويعد نشاط من الأنشطة الاستراتيجية وعامل تحفيز معاصر.
٥- ينبغي القيام من إدارة الشركات البحث عن استثمار المزايا في مجال الإدارة الاستراتيجية لتعزيز القدرة التنافسية المستدامة وخلق الثروة .
٦- يوصي البحث في الشركات المبحوثة ان الابتكار له دور في تحقيق الريادة الاستراتيجية نتيجة البحث عن الفرص/الاستكشاف في مجال إدارة الاعمال، والبحث عن المزايا/الاستغلال في مجال الإدارة الاستراتيجية.

المصادر:REFERENCES

م. د. جاسم محمد الفارس، & م. د. رقية خلف حمد. (٢٠٢٣). الابتكار والاستثمار الزراعي المعاصر (التحديات والفرص). المجلة العراقية للعلوم الاقتصادية، ٢١(٧٦)، ٧٤-٩١.

م. د. حميد سالم الكعبي، & م. د. عبد الكاظم محسن كوين. (٢٠١٧). The Active Role of Admin strative Skills in Reinforcing Strategic Entrepreneur Ship Through Organizational Flexibility. Journal of Accounting and Financial Studies, 12(40).

Al-Hakimi, M. A., Borade, D. B., & Saleh, M. H. (2022). The mediating role of innovation between entrepreneurial orientation and supply chain resilience. Asia-Pacific Journal of Business Administration, 14(4), 592-616.

AlQershi, N. A., Ali, G. A., Al-Rejal, H. A., Al-Ganad, A., Farhan Busenan, E., & Ahmed, A. (2023). The power of strategic knowledge management in the relationship between innovation and the performance of large manufacturing firms in Malaysia. International Journal of Innovation Science, 15(1), 19-41.

Alqershi, N. A., Ali, G. A., Al-Rejal, H. A., Al-Ganad, A., Farhan Busenan, E., & Ahmed, A. (2023). The power of strategic knowledge management in the relationship between innovation and the performance of large manufacturing firms in Malaysia. International Journal of Innovation Science, 15(1), 19-41.

Ambos, T. C., & Tatarinov, K. (2022). Building responsible innovation in international organizations through intrapreneurship. Journal of Management Studies, 59(1), 92-125.

Andrevski, G., Richard, O. C., Shaw, J. D., & Ferrier, W. J. (2014). Racial diversity and firm performance: The mediating role of competitive intensity. Journal of Management, 40(3), 820-844.

Arifyanto, A. F., & Salim, U. (2021). Strategic Entrepreneurship: Integrating Entrepreneurial and Strategic Management Perspectives, a Case Study at Pesantren Tebuireng Jombang, East Java. KnE Social Sciences, 256-264.

Arsawan, I. W. E., Koval, V., Rajiani, I., Rustiarini, N. W., Supartha, W. G., & Suryantini, N. P. S. (2022). Leveraging knowledge sharing and innovation culture into SMEs sustainable competitive advantage. International Journal of Productivity and Performance Management, 71(2), 405-428.

Audretsch, D. B., & Belitski, M. (2023). Evaluating internal and external knowledge sources in firm innovation and productivity: an industry perspective. R&D Management, 53(1), 168-192.

Codini, A. P., Abbate, T., & Petruzzelli, A. M. (2023). Business Model Innovation and exaptation: A new way of innovating in SMEs. Technovation, 119, 102548.

Dogan, N. (2015). The intersection of entrepreneurship and strategic management: strategic entrepreneurship. Procedia-Social and behavioral sciences, 195, 1288-1294.

Estrada-Cruz, M., Rodriguez-Hernández, N., Verdú-Jover, A. J., & Gómez-Gras, J. M. (2020). The effect of competitive intensity on the relationship between strategic entrepreneurship and organizational results. International Entrepreneurship and Management Journal, 1-24.

Gancarczyk, J. (2020). Strategic entrepreneurship in the development of active leisure industry organizations. Polish Journal of Sport and Tourism, 27(2).

Hanaysha, J. R., Al-Shaikh, M. E., Joghee, S., & Alzoubi, H. M. (2022). Impact of innovation capabilities on business sustainability in small and medium enterprises. FIIB Business Review, 11(1), 67-78.

Handrimurtjahjo, A. D. (2014). Peran Strategic Entrepreneurship Dalam Membangun Sustainable Competitive Advantage. Binus Business Review, 5(2), 437-446.

Hitt, M. A., & Ireland, R. D. (2005). Strategic entrepreneurship. In M. A. Hitt & R. D. Ireland, (Eds.), The Blackwell encyclopedia of management: Entrepreneurship (pp. 228 – 231). Oxford, UK: Blackwell Publishers.

Hitt, M. A., Ireland, R. D., & Hoskisson, R. E. (2011). Strategic management: Competitiveness and globalization (9th Ed.). Thomson South-Western, Mason, OH.

Hou, B., Hong, J., & Zhu, R. (2019). Exploration/exploitation innovation and firm performance: the mediation of entrepreneurial orientation and moderation of competitive intensity. Journal of Asia business studies.

Hughes, M., Hughes, P., Morgan, R. E., Hodgkinson, I. R., & Lee, Y. (2021). Strategic entrepreneurship behaviour and the innovation ambidexterity of young technology-based firms in incubators. International Small Business Journal, 39(3), 202-227.

Ibrahim, N. (2016). Strategic entrepreneurship in family business. International Journal of Innovation and Business (IJIBS), 6(2).

Ireland R.D., Hitt M.A., Sirmon D.G. (2003). A model of strategic entrepreneurship: The construct and its dimensions. Journal of Management 29(6), 963-989. DOI: 10.1016/ S0149-2063_03_00086-2.

Ireland, R. D., et al. (2001). Integrating Entrepreneurship and Strategic Management Actions to Create Enterprise Wealth. Academy of Management Perspectives. vol. 15, issue 1, pp. 49–64.

Kim, H.J. (2018), "Reconciling entrepreneurial orientation and dynamic capabilities: a strategic entrepreneurship perspective", Journal of Entrepreneurship, Vol. 27 No. 2, pp. 180-208.

Lee, W. L., Chong, A. L., & Ramayah, T. (2018). The effects of entrepreneurial orientation on the performance of the Malaysian manufacturing sector. Asia-Pacific Journal of Business Administration.

Mamasioulas, A., Mourtzis, D., & Chryssolouris, G. (2020). A manufacturing innovation overview: concepts, models and metrics. International Journal of Computer Integrated Manufacturing, 33(8), 769-791.

Niskanen, J., Piispanen, V. V., & Montonen, T. (2017). Business models for research-based spin-offs: the strategic entrepreneurship perspective. International Journal of Knowledge Management Studies, 8(1-2), 38-53.

Novillo-Villegas, S., Ayala-Andrade, R., Lopez-Cox, J. P., Salazar-Oyaneder, J., & Acosta-Vargas, P. (2022). A roadmap for innovation capacity in developing countries. Sustainability, 14(11), 6686.

Nurhayati, B. D., Kusmantini, T., & Wahyuningsih, T. (2021). ANTECEDENTS AND IMPLICATIONS OF INNOVATION CAPABILITY: EMPIRICAL STUDY OF BAKPIA MSMES IN YOGYAKARTA. Journal of Indonesian Economy & Business, 36(2).

Paek, B., & Lee, H. (2018). Strategic entrepreneurship and competitive advantage of established firms: evidence from the digital TV industry. International Entrepreneurship and Management Journal, 14(4), 883-925.

Sadq, Z. M., Ahmad, B. S., Faeq, D. K., & Muhammed, H. O. (2020). The Effect of Strategic Planning on Entrepreneurship Strategy Requirements (The Case of Private Hospitals in Iraqi Erbil City). International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding, 7(10), 147-164.

Saridakis, G., Idris, B., Hansen, J. M., & Dana, L. P. (2019). SMEs' internationalisation: When does innovation matter?. Journal of Business Research, 96, 250-263.

Seclen-Luna, J. P., Moya-Fernández, P., & Pereira, Á. (2021). Exploring the effects of innovation strategies and size on manufacturing firms' productivity and environmental impact. Sustainability, 13(6), 3289.

Shaher, A. T. H. Q., & Ali, K. (2020). The effect of entrepreneurial orientation and knowledge management on innovation performance: The mediation role of market orientation. Management Science Letters, 10(15), 3723-3734.

Syahchari, D. H., Dwidienawati, D., & Maulana, Y.(2022). Improving Entrepreneurial Orientation Through Entrepreneurship Motivation and Innovation Capability.

Ule, P. A., & Coker, P. R. (2019). Idemudia Sunday Aliyu. 2019. Entrepreneurship and Strategic Management Relationship and Distinctiveness: The Germane of a New Discipline. International Journal of Recent Innovations in Academic Research, 3(3), 142-153.

Utoyo, I., Fontana, A., & Satrya, A. (2020). The role of entrepreneurial leadership and configuring core innovation capabilities to enhance innovation performance in a disruptive environment. International Journal of Innovation Management, 24(06), 2050060.

Vovk, O., Kravchenko, M., Popelo, O., Tulchynska, S., & Derhaliuk, M. (2021). Modeling the choice of the innovation and investment strategy for the implementation of modernization potential. WSEAS transactions on systems and control, 16, 430-438.

Withers, M. C., Ireland, R. D., Miller, D., Harrison, J. S., & Boss, D. S. (2018). Competitive landscape shifts: The influence of strategic entrepreneurship on shifts in market commonality. Academy of Management Review, 43(3), 349-370.

Yuen, Y., & Ng, X. (2021). Enhancing innovation performance of small and medium enterprises in Malaysia. Management Science Letters, 11(3), 887-894.

Zhao, E. Y., Ishihara, M., & Jennings, P. D. (2020). Strategic entrepreneurship's dynamic tensions: Converging (diverging) effects of experience and networks on market entry timing and entrant performance. Journal of Business Venturing, 35(2), 105933.