

إختبار أثر إستراتيجيات الإبداع الإداري في تحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر الإدارتين العليا والتنفيذية في مجموعة " با جعفر الطبية " - السودان

مزمل علي محمد عثمان

قسم إدارة الأعمال - جامعة بيشة - المملكة العربية السعودية

المخلص: تهدف هذه الدراسة لإختبار أثر إستراتيجيات الإبداع الإداري على تحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر الإدارتين العليا والوسطى في مجموعة " با جعفر الطبية " - السودان ، والوقوف على مدى الأهمية التي توليها هذه المجموعة لإستراتيجيات الإبداع الإداري وعناصره (إستراتيجية الشراكات الذكية ، إستراتيجية الإدارة بالأهداف ، إستراتيجية التخصص الوظيفي ، إستراتيجية فرق العمل) وأثر ذلك في تحقيق ميزة تنافسية لها، وقد تمّ إستخدام المنهج الوصفي التحليلي وأدواته ، والذي تمّ فيه تصميم إستبانة لجمع بيانات الدراسة من مجتمعها والمتمثل في الإدارة العليا والتنفيذية، وقد تمّ توزيع (50) إستبانة وتمّ إسترجاع (45) إستبانة صالحة للتحليل ، وقد توصلت الدراسة إلى أنّ هنالك علاقة ذات دلالة إحصائية بين إستراتيجيات الإبداع الإداري (المتغيرات المستقلة) وتحقيق ميزة تنافسية (المتغير التابع) ، وقد قدمت الدراسة عدد من التوصيات أبرزها إمكانية تطبيق الدراسة في منظمات أخرى مشابهة و إستحداث وحدة هدفها الإهتمام بالإبداع والمبدعين داخل المجموعة وتنميتها وتطويرها و إعطاء أفراد التنظيم فرص أوسع وأكبر لطرح أفكارهم الإبداعية وربط ذلك ببرنامج تحفيزي صريح وحقيقي ، و من الممكن وبكل ثقة الإعتماد الكلي على إستراتيجيات الإبداع الإداري في تحقيق ميزة / ميزات تنافسية للمجموعة والحرص على معرفة العوامل التي تؤثر سلباً/ إيجاباً على إستراتيجيات الإبداع الإداري والإستفادة منها وجعلها ثقافة تنظيمية بالإضافة إلى ربط تصميم أنظمة العمل بطريقة تحقّق العاملين بالمجموعة لإنتهاج الإبداع الإداري وإثارة دوافعهم نحو التنافس الإيجابي والتفكير الإبداعي وإستقطاب أرباب الإبداع من خلال بناء علاقات مع بعض الجامعات / المعاهد، وعدم التردد بتطبيق أساليب إبداعية جديدة وتحمل المخاطر التي قد تواجه المجموعة بإستخدام إبداعات العاملين في منتجات / خدمات المجموعة .

الكلمات المفتاحية: الإبداع الإداري ، الشراكات الذكية ، الإدارة بالأهداف ، التخصص الوظيفي ، فرق العمل ، الميزة التنافسية .

المقدمة :

يُعتبر الإبداع ظاهرة إنسانية وُجِدَت منذ خلق الله البشرية ، إذ كان الإنسان يُبدع ويخترع كل جديد ، وحتى تكون المنظمة في القمة لابدّ وأن تواكب التطور ، ولا نقصد من التطور هنا حداثة الآليات والتقنيات كإبدال الأعمال اليدوية بنظام الحواسيب أو تحويل نظام الإتصال من الرسائل إلى الإنترنت والبريد الإلكتروني وهكذا ، إنّ هذا أمر يدخل في نظام العمل بشكل طبيعي ، بل نقصد به تطور الفكر وانفتاحه وتهذيبه وتكامل الأساليب وسموّها وأيضاً نمو الأهداف والطموحات ، وبعبارة مختصرة التطور الإنساني في العلاقات ونمط التعامل ومنهجية العمل داخل المؤسسة سواء في جانب الإدارة أو جانب العاملين ، لأنّ العمل مهما تطوّر فإنّه يبقى رهين العقول التي تُديره وتُدبّر شؤونه ، فليس التطور رهين الآلات والتكنولوجيا بل رهين تطوّر الإنسان ونموّه وارتقائه ، وتتدخل أيدي المديرين في وضع اللبنة الحقيقية لهذا النهج ، ولقد بات الإبداع الإداري والتطور والإرتقاء الإنساني اليوم ضرورة تلجّ على الأنظمة سواء في الأبعاد السياسيّة أو الإجتماعية أو الإدارية وأصبح المعيار الذي يحكم على بعض المنظمات بالبقاء والثبات وإكتساب ميزات تنافسية في مجال المنافسة .

مصادر المشكلة :

إنّ المتغيرات السياسية والإقتصادية والإجتماعية التي تُحيط بالمنظمات فرضت عليها النأي بالتفكير التقليدي الذي يعتمد على الصدفة والمحاولة والخطأ وتبني إستراتيجيات أخرى تقود بيدها نحو تحقيق أهدافها الإستراتيجية واحتلال موقع مميّز وحصولها على ميزات تنافسية تجعلها تتفوق على نظيراتها ، ومن هنا برز الإبداع الإداري كإستراتيجية تُعتبر إحدى المقومات الأساسية في عملية تحقيق ميزات تنافسية للمنظمات ، حيث تواجه المنظمات باختلاف أحجامها وأنوعها العديد من القضايا والمشكلات التي تتطلب من القائمين على أمرها التحوّل نحو منهجيات وإستراتيجيات تُساعد في الحصول على ميزة تنافسية تضعها في موضع مميّز في الأسواق المحلية والإقليمية والعالمية .

مشكلة الدراسة :

تتجه هذه الدراسة لإختبار أثر إستراتيجيات الإبداع الإداري في تحقيق ميزة تنافسية للمجموعة ، وذلك من خلال

الأسئلة التالية :

- 1- هل تؤثر إستراتيجية الشراكات الذكية في تحقيق ميزة تنافسية لمجموعة با جعفر الطبية ؟
- 2- هل تؤثر إستراتيجية الإدارة بالأهداف في تحقيق ميزة تنافسية لمجموعة با جعفر الطبية ؟
- 3- هل تؤثر إستراتيجية التخصص الوظيفي في تحقيق ميزة تنافسية لمجموعة با جعفر الطبية ؟
- 4- هل تؤثر إستراتيجية فِرق العمل عفي تحقيق ميزة تنافسية لمجموعة با جعفر الطبية ؟

أهمية الدراسة :تأتي أهمية هذه الدراسة في جانبين :

الجانب الأول :

الأهمية النظرية : حيث تنبع أهمية الدراسة هذه من الإضافة العلمية من معرفة بعض إستراتيجيات الإبداع الإداري (كمتغيرات) والتي سوف يتم بحثها بشكل يُعزز من معلومات تُقدّم إلى المكتبات العربية ويُفيد معشر الأكاديميين والباحثين وما يُمكن إدراكه حول هذه المتغيرات.

الجانب الثاني :

الأهمية التطبيقية : حيث تهدف الدراسة هنا إلى تعزيز إدراك العاملين في مجموعة " با جعفر الطبية " - السودان والمستويات الإدارية العليا والتنفيذية بمفهوم " إستراتيجيات الإبداع الإداري " وتأثيرها في تحقيق ميزة تنافسية للمجموعة وأثر هذه الميزات التنافسية على المجموعة بصورة عامة .

أهداف الدراسة :

تهدف هذه الدراسة لإختبار أثر إستراتيجيات الإبداع الإداري على تحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر الإدارتين العليا والوسطى في مجموعة " با جعفر الطبية " - السودان ، ومعرفة مستويات الإبداع الإداري لدى العينة المبحوثة ، ومعرفة مدى إدراك عينة البحث في المجموعة على أهمية الإبداع الإداري في تحقيق الميزة التنافسية . وذلك من خلال الآتي:

- 1- تحديد العلاقة بين إستراتيجية الشراكات الذكية وتحقيق ميزة تنافسية للمجموعة .
- 2- تحديد العلاقة بين إستراتيجية الإدارة بالأهداف وتحقيق ميزة تنافسية للمجموعة .
- 3- تحديد العلاقة بين إستراتيجية التخصص الوظيفي وتحقيق ميزة تنافسية للمجموعة .
- 4- تحديد العلاقة بين إستراتيجية فرق العمل وتحقيق ميزة تنافسية للمنظمة .

الدراسات السابقة :

(1) دراسة (جمعة ونوري "2011م" ، بعنوان : "تأثير القيادة الإدارية الناجحة في تحقيق الإبداع الإداري - دراسة تطبيقية لآراء القيادات العليا في جامعة ديالي) ، وقد هدفت هذه الدراسة إلى إختبار علاقة الإرتباط والأثر بين

متغير القيادة الإدارية ومتغير الإبداع الإداري ومعرفة مدى إدراك عينة البحث في الجامعة المبحوثة وأهمية القيادة الإدارية الناجحة في تحقيق الإبداع الإداري والتعرف على مستوى الإبداع الإداري في الجامعة ، وقد توصلت الدراسة إلى عدد من الإستنتاجات أبرزها أن القيادة الإدارية هي مفتاح الوصول إلى الإبداع الإداري بدوره هو مفتاح الوصول إلى ميزات تنافسية ، كما قدمت هذه الدراسة عدد من التوصيات أهمها العمل على تنمية وتدريب ورعاية الأفراد العاملين بوصفهم أهمّ موارد الجامعة وتصميم العمل بشكل يُثير ويُحفّز ويُساعد على بلوغ المستويات الأعلى من الابتكار مع العمل على تطوير القدرات القيادية لإثارة دوافعهم نحو التنافس الإيجابي والتفكير الإبداعي والعمل على معرفة وكشف العوامل المؤثرة على الإبداع الإداري سلباً/ إيجاباً للاستفادة منها كتغذية راجعة وجعلها ثقافة لكليات الجامعة .

(2) دراسة (خميسات و سليمان "2013م" بعنوان : " الإبداع الإداري كأساس لتحقيق الميزة التنافسية - دراسة حالة مؤسسة موبليس- بورقلة") ، وقد هدفت هذه الدراسة إلى محاولة التعرف على الإبداع الإداري وخصائصه وفهم الجوانب المتعلقة بالإبداع الإداري والتي تُساعد في تحقيق الميزة التنافسية وإبراز واقع الإداري في المؤسسة ودوره في جعلها أن تكتسب ميزة تنافسية ، وقد توصلت هذه الدراسة إلى عدد من الإستنتاجات أبرزها أن هنالك عدة مستويات يعتمد عليها الإبداع الإداري والتي تُعبّر عن مدى قدرة الإداري المبدع على الإستنباط والإستنتاج (الفرضية الأولى) ، كما إستنتجت الدراسة أن الإبداع الإداري يعتمد على مجموعة من الإستراتيجيات التي تعتمد تسهيل عملية إمتلاك المؤسسة للمزايا للتنافسية (الفرضية الثانية) ، بالإضافة إلى ما إستنتجته هذه الدراسة في أن الإبداع الإداري يُعتبر العامل الأساسي لتحقيق الميزة التنافسية (الفرضية الثالثة) ، وقد قدمت هذه الدراسة عدد من التوصيات أبرزها :

1. حتى يكون الإبداع الإداري عنصراً فعّالاً في المؤسسة يجب عليها وضع وحدة متخصصة تهتم بالإبداع وتطويره داخل المؤسسة .
2. منح العمّال فرص أكثر فيما يتعلق بطرح أفكارهم الإبداعية .
3. يُمكن الإعتماد على الإبداع الإداري كعنصر فعّال لتحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات .

(3) دراسة (عوض "2013م" بعنوان : " أثر تطبيق عناصر الإبداع الإداري في التطوير التنظيمي) ، وقد هدفت الدراسة إلى معرفة واقع الإبداع الإداري في مؤسسات الإتصالات الخلوية في لبنان وأثرها في التطوير على مستوى الأفراد والجماعة والتنظيم ، وقد توصلت هذه الدراسة إلى عدد من الإستنتاجات أبرزها : أن مفهوم الإبداع الإداري ولا سيما في الكتابات العربية وبالرغم من كثرتها مازال محصوراً في إطاره التقليدي ولم يأخذ بُعد الإستراتيجي التطبيقي على النحو المناسب وكذلك ثبوت توفر أكثر من خيار تطبيقي يُمكن إعتماد لأغراض التطوير التنظيمي ولعلّ منها في الحد الأدنى عناصر الإبداع الإداري بحسب الدراسة ، كما استنتجت الدراسة أن أنواع الإبداع الإداري ومنها الإبداع بمؤسسات الإتصال تتلخص في الإبداع المبرمج والغير مبرمج والإبداع القائم على أساس الوسائل والغايات والإبداع المتعلق بدرجة الجدية والحدثة ، وقد توصلت هذه الدراسة إلى عدد من المقترحات أبرزها : أهمية إستقطاب المبدعين بالعمل بقطاع الإتصالات وعدم التردد في تطبيق الأساليب الجديدة وتحمل المخاطر بالعمل خوفاً من الإخفاقات وزيادة الإهتمام بأجراء الدراسات الخاصة بأساليب تطوير الأعمال بمؤسسات الإتصال لما لذلك من تأثير إيجابي في الإبداع الإداري .

(4) دراسة (عبابنة والشقران "2013م" ، بعنوان : " درجة ممارسة الإبداع الإداري لدى القادة التربويين في مديريات التربية والتعليم في محافظة إربد) ، وقد هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن درجة ممارسة الإبداع الإداري من قبل القادة التربويين في مديريات التربية والتعليم في محافظة إربد ومن وجهة نظرهم ومعرفة أثر متغيرات الدراسة

الخبرة العملية والمسعى الوظيفي والمديرية) على الإبداع الإداري ، وقد توصلت هذه الدراسة إلى عدد من النتائج والتوصيات أهمها وضع خطة مستقبلية مبنية على معايير واضحة للكشف عن المبدعين من القادة وتدريبهم لتوفير قيادات إدارية مؤهلة قادرة على استثمار طاقاتها الإبداعية في تطوير الأداء داخل العمل ووضع نظام شفاف للحوافز مبني على أساس التميّز والإبداع ومكافأة المبدعين وإتباع اللامركزية وتفويض السلطة ومشاركة العاملين في إتخاذ القرارات .

جوانب الإستفادة من الدراسات السابقة :

1. الوقوف على المتغيرات المستقلة والتابعة ومقارنتها مع الدراسة الحالية .
2. الوقوف على الطرق الإحصائية الي تمّ إستخدامها الشئ الذي إنعكس على تسهيل إختيار الطرق الإحصائية الملائمة للبحث الحالي .
3. بناء مقاييس تتكيف مع بعض متغيرات هذه الدراسات وتتلاءم مع الدراسة الحالية .
4. الوقوف على الأهداف والنتائج والتوصيات التي توصلت إليها هذه الدراسات ومقارنتها مع أهداف ونتائج وتوصيات الدراسة الحالية .
5. الوقوف على مجمل المنهجيات التي سارت عليها هذه الدراسات .

حدود الدراسة :

1. الحدود النظرية : ركزت هذه الدراسة على أربعة متغيرات سيتم الإشارة إليها في نموذج الدراسة.
2. الحدود الزمانية : اعتمدت الدراسة على البيانات التي تمّ جمعها من مجتمع الدراسة في العام 2017 م
3. الحدود المكانية : - مجموعة با جعفر الطبية - الخرطوم - السودان

مرجعية الدراسة :

إعتمدت هذه الدراسة في الجزء النظري على مجموعة من الكتب والرسائل الجامعية ، أمّا في الجزء التطبيقي فقد إعتمدت الدراسة على الإستبانة والملفات الداخلية للمجموعة ومجموعة تقارير لها .

2. التعريفات الإجرائية لمتغيرات الدراسة :

مفهوم الإبداع الإداري : هو : " القدرة على إبتكار أساليب ووسائل وأفكار يُمكن أن تلقي التجاوب الأمثل من العاملين وتحفّزهم لإستثمار قدراتهم ومواهبهم لتحقيق الأهداف التنظيمية " ، كما يُمكن القول أنّ الإبداع الإداري هو : " كل عملية ينشأ عنها ناتج جديد نتيجة التفاعل بين الأفراد في المنظمة بإستخدام أسلوب جديد يُحقق التمييز والتفوق ويُعطي مرونة أكبر داخل المنظمة " . (هبيز، 2002م، ص: 30) .

خصائص الإبداع الإداري : لكي تتمكن منظمة ما الدخول إلى المجال الذي تكون فيه ناجحة تنظيمياً لا بدّ أن تتجلى جملة من الخصائص والمميزات التي تدفع بالمنظمة نحو التميز ، أهمها : (فهبي ، 2007 م ، ص: 181) :

- (1) الإتصال الدائم مع الزبون .
- (2) الإدارة الذاتية من طرف المستخدمين .
- (3) نشر القيم .
- (4) تركيز النشاط .

مبادئ الإبداع الإداري :

لقد وضع الكثير من مدراء المنظمات العالمية مجموعة من الآراء الرائدة في مجال الابتكار والإبداع وحتى تكون المنظمات في نمو وتحسن مستمر وتكون الأساليب مبدعة وخلاقة ينبغي مراعاة بعض المبادئ الأساسية في عملية الإبداع الإداري منها على سبيل المثال : (الحبيب ، 2002م ، ص ص: 137-139)

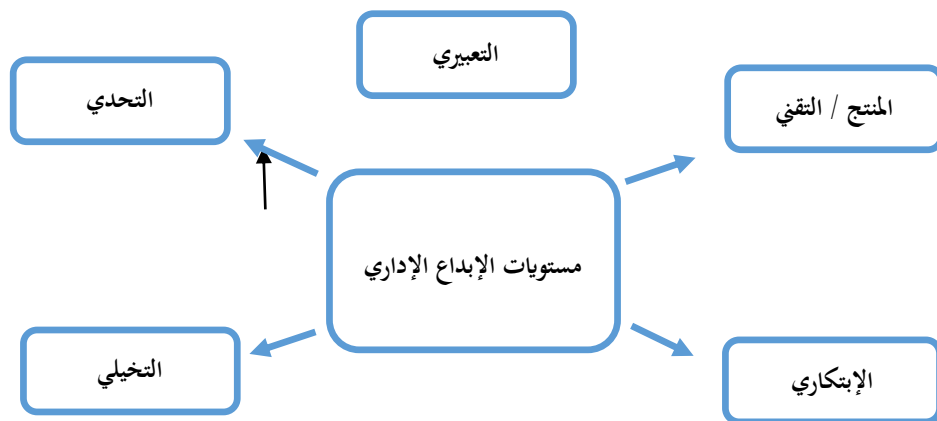
1. إفساح المجال لأي فكرة أن تولد وتنمو وتكبر مادامت في الاتجاه الصحيح وما دام لم يُقرر بعد بنجاحها أو فشلها ، فكثير من الإحتمالات تبدلت إلى حقائق وتحولت إحتتمالات النجاح فيما إلى موقفية .
2. إنّ الأفراد مصدر قوة ، والإعتناء بتنميتهم ورعايتهم يجعل من المنظمة الأفضل والأكثر إبتكاراً وربحاً وتطوراً .
3. التخلي عن الروتين واللامركزية في التعامل تنمي القدرة الإبداعية وهي تساوي ثبات القدم في سبيل التقدم والنجاح .
4. يجب إعطاء التعلّم عن طريق العمل أهمية بالغة لأنّه الطريق الأفضل لتطوير الكفاءات وتوسيع النشاطات ودمج الأفراد بالمهام والوظائف .
5. محاولة القيام بأعمال ممتعة لا وظيفية فحسب، ويكون ذلك إذا حوّلنا النشاط إلى مسؤولية والمسؤولية إلى طموح .

مستويات الإبداع الإداري :

للإبداع الإداري خمس مستويات تُعبّر عن مدى قدرة الإداري المبدع وفعاليتها وقدرته على الإستنباط والتحليل والربط بين العلاقات ، فكل مستوى يُعبّر عن قدرة المبدع ومدى نضج تفكيره الإبداعي وكيفية إستغلاله في التطبيق العملي للأفكار المبدعة ، وهي كما يلي : (بوشناف ، 2010م ، ص : 17)

1. الإبداع التعبيري .
2. إبداع المنتج / الخدمة / التقنية .
3. الإبداع الإبتكاري .
4. إبداع التحدي .

شكل (1) يوضّح مستويات الإبداع الإداري



المصدر: من إعداد الباحث ، بناء على أدبيات الدراسة - 2017م

أهمية الإبداع الإداري : (بوشناف ، 2010م ، ص : 18)

1. حاجة المنظمات إلى زيادة قدرتها التنافسية وتقديم منتجات وخدمات بشكل أفضل .
2. يُساعد الإبداع الإداري على إكتشاف ودعم قدرات الأفراد الذاتية وتوجيهها نحو تطوّر المنظمة .
3. يزيد الإبداع الإداري من تقدّم المنظمات وقابليتها للتكيّف مع المتغيرات وزيادة المرونة في عملياتها الإدارية والفنية المستمرة .
4. يُساعد الإبداع في تحقيق الذات والشعور بالإنجاز لجميع العاملين في المنظمة .
5. يُقلل من فرص ونمو المشكلات الإدارية .

تصنيفات الإبداع الإداري :

يُصنّف الإبداع الإداري عموماً إلى ثلاث مجموعات هي : (نجم ، 2007م ، ص : 349)

1. الإبتكار الإداري العام .
2. إعادة إبتكار الشركة .
3. إبتكار المفاهيم الإدارية .

معوقات الإبداع الإداري : يُمكن تناولها فيما يلي : (المرجع السابق ، ص : 359)

1. معوقات فردية ، مثل :
 - (أ) الإحساس بعدم الأمان .
 - (ب) عدم القدرة على تحمّل المخاطر .
 - (ج) الرغبة في تجنّب الفشل .
2. معوقات تنظيمية ، مثل :
 - (أ) المركزية الشديدة .
 - (ب) الإصرار على أساليب عمل موحّدة .
 - (ج) النمطية في هياكل التنظيم ونظم العمل .

إستراتيجيات الإبداع الإداري :

أولاً: الشراكات الذكية : مفهوم الشراكات الذكية :

أنها تتمثل في كل أشكال التعاون ما بين المنظمات لمدة معينة تهدف إلى تقوية فعالية المتعاملين من أجل تحقيق الأهداف التي تمّ تحديدها ، فمفهوم الشراكة بهذا الشكل يشمل التحالف الإستراتيجي ، لكن ينبغي أن نُفرّق بين التحالف والإندماج والإقتناء والشراكة ، فالإندماج والإقتناء هو زوال المنظمة المعنية لميلاد وحدة أو منظمة جديدة ، أمّا في التحالف والشراكة تبقى المنظمة تُحافظ على إستقلاليتها من حيث الأهداف والمصالح الخاصة وتُقيم علاقات مشاركة لتحقيق بعض الأهداف المشتركة . (النجار ، 1999م ، ص : 24)

ثانياً: الإدارة بالأهداف : مفهوم الإدارة بالأهداف :

يُمكن تعريف الإدارة بالأهداف بأنّها: أسلوب في التخطيط والإدارة والتقييم يُمكن بواسطته وضع أهداف معينة لفترة زمنية لكل مدير، وعلى أساس النتائج التي ينبغي التوصل إليها، إذا ما أريد للأهداف العامة للمنظمة أن تتحقق ككل ، وفي نهاية هذه الفترة المحددة يتم قياس النتائج الفعلية في مقابل الأهداف أو النتائج المتوقعة ، ثمّ تحديد الإنحرافات ومعالجتها وذلك وصولاً للأهداف المتفق عليها. (السلي ، 1999م ، ص : 25)

ثالثاً: التخصص الوظيفي : مفهوم التخصص الوظيفي :

التخصص الوظيفي يعني تبسيط العمل ، فالوظيفة الواحدة يُمكن تفتيتها إلى عدة أجزاء يقوم بأداء كل جزء منها موظف مختص. (النجار ، مرجع سابق ، ص : 34)

رابعاً: فرق العمل : مفهوم فرق العمل :

" هي مجموعة من الأفراد يتميزون بوجود مهارات متكاملة فيما بينهم وتجمعهم أهداف مشتركة بالإضافة إلى وجود مدخل مشترك للعمل فيما بينهم " ، وهي : " جماعات يتم إنشاؤها داخل الهيكل التنظيمي لتحقيق هدف أو مهمة محددة تتطلب التنسيق والتفاعل والتكامل بين أعضاء الفريق " ، (السديري ، 2010م ، ص 11)

مفهوم الميزة التنافسية :

تُعتبر الميزة التنافسية ذات أهمية كبيرة لأنها تُقدم للمنظمات فرص لتحقيق ربحية متواصلة مقارنة مع منافسيها وذلك من خلال الخصائص التي تتميز بها ، وتُعرف الميزة التنافسية على أنها : " قدرة المنظمة على صياغة وتطبيق الإستراتيجيات التي تجعلها في مركز أفضل بالنسبة للمنظمات الأخرى العاملة في نفس النشاط " ، وتحقق الميزة التنافسية من خلال الإستغلال الأمثل للإمكانات والموارد الفنية والمالية والمادية والتنظيمية والمعلوماتية بالإضافة إلى القدرات والكفاءات وغيرها من الإمكانيات التي تتمتع بها المنظمة والتي تُمكنها من تصميم وتطبيق إستراتيجياتها التنافسية ، ويرتبط تحقيق الميزة التنافسية ببعدين أساسيين هما : القيمة المدركة لدى العميل وقدرة المنظمة على تحقيق التميز . (فهبي ، 2012م ، ص : 5)

خصائص الميزة التنافسية : تتمثل خصائص الميزة التنافسية فيما يلي : (بوشناف ، 2002م ، ص : 17)

1. يتم بناؤها على المدى الطويل باعتبارها تخص الفرص المستقبلية .
2. الميزة التنافسية تُبنى على الإختلاف والتباين بين المنظمة ومنافسيها وليس على التشابه .
3. وحتى تكون الميزة التنافسية فعّالة لا بدّ من الإستناد إلى الشروط التالية :

(أ) حاسمة : تُعطي الأسبقية والتفوق على المنافسين .

(ب) الإستمرارية : بمعنى أن تستمر خلال الزمن .

(ج) إمكانية الدفاع عنها وصعوبة محاكاتها أو إلغاؤها من قبل المنافسين .

أنواع الميزات التنافسية : هنالك نوعين من الميزات التنافسية ، هما : (المرجع السابق ، ص : 18)

1. ميزة التكلفة الأقل .

2. ميزة الإختلاف .

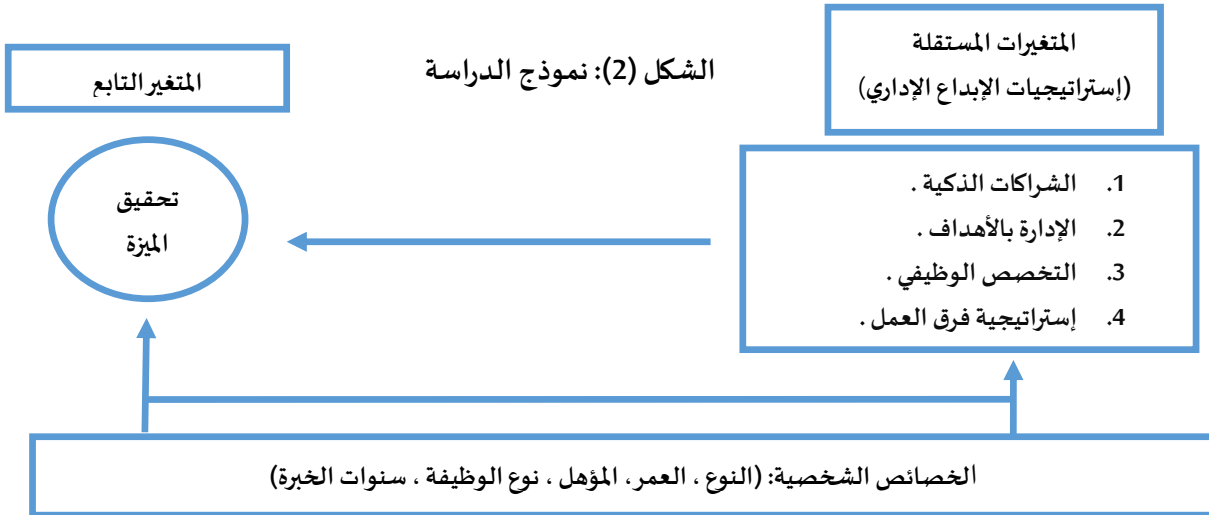
كما تتحدد الميزة التنافسية من خلال بعدين هامين ، هما : (الحبيب ، 2011م ، ص : 54)

1. حجم الميزة التنافسية .

2. نطاق التنافس (السوق المستهدف) .

نموذج الدراسة :

يتكون نموذج الدراسة المقترحة من أربعة متغيرات مستقلة هي (الإدارة بالأهداف - الشراكات الذكية - التخصص الوظيفي - إستراتيجية فريق العمل) وآخر تابع (الميزة التنافسية) وذلك بغرض تحقيق أهداف الدراسة .



فرضيات الدراسة : بناءً على نموذج الدراسة الموضَّح في الشكل (3) فإنّ هذه الدراسة تسعى لإختبار الفرضيات التالية :-
الفرضية الرئيسية :

توجد علاقة إرتباط ذو دلالة إحصائية بين إستراتيجيات الإبداع الإداري وتحقيق ميزة تنافسية للمجموعة ، وقد إنبثقت منها الفرضيات الفرعية التالية :

1. هنالك علاقة إرتباط ذو دلالة إحصائية بين إستراتيجية الشراكات الذكية وبين تحقيق ميزة تنافسية للمجموعة .
2. هنالك علاقة إرتباط ذو دلالة إحصائية بين إستراتيجية الإدارة بالأهداف وتحقيق ميزة تنافسية للمجموعة .
3. هنالك علاقة إرتباط ذو دلالة إحصائية بين إستراتيجية التخصص الوظيفي وتحقيق ميزة تنافسية للمجموعة .
4. هنالك علاقة إرتباط ذو دلالة إحصائية بين إستراتيجية فرق العمل وتحقيق ميزة تنافسية للمجموعة .

3. منهجية الدراسة :

لتحقيق أهداف الدراسة تمّ استخدام المنهج الوصفي التحليلي، حيث اعتمدت هذه الدراسة على الأدبيات والمراجع التي تناولت موضوع الدراسة ، كما تمّ إعداد إستبانة بغرض إختبار أثر إستراتيجيات الإبداع الإداري في تحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر الإداريين العليا والوسطى في مجموعة " با جعفر الطبية " - السودان ، وقد تمثّل مجتمع البحث في (الإدارة العليا والتنفيذية) بالمؤسسة حيث تمّ توزيع (50) إستبانة على عينة الدراسة وتمّ إسترجاع (45) منها صالحة للتحليل ، وقد تمّ استخدام عدد من الأساليب الإحصائية لتحليل بيانات الدراسة منها أساليب الإحصاء الوصفي (التكرارات - النسب المئوية - الوسط الحسابي - الإنحراف المعياري) إضافة لأساليب الإحصاء التحليلي (معامل الإرتباط ، كرونباخ ألفا ، التحليل العاملي ، معامل إرتباط بيرسون والإنحدار البسيط والمتعدد والمتدرج).

الصدق الظاهري لأداة الدراسة :

تمّ عرض الإستبانة على مجموعة من المحكّمين تألفت من (4) من أعضاء هيئة التدريس متخصصين في إدارة الأعمال - بقسم إدارة الأعمال - جامعة بيشة - المملكة العربية السعودية ، وقد تمت الإستجابة لأرائهم وتمّ إجراء ما يلزم من تعديل في ضوء ما قدموه من مقترحات .

جودة وثبات المقاييس المستخدمة في أداة الدراسة :

تمّ توزيع (10) إستبانات على عينة من مجتمع الدراسة وذلك بغرض الإختبار المبدئي لأداة الدراسة ، وتمّ حساب الإعتمادية باستخدام معامل ألفا كرونباخ كما في الجدول التالي :

الجدول (1): نتائج إختبار قياس درجة الإعتمادية لأسئلة إستبانة الدراسة باستخدام معامل ألفا كرونوباخ

الرقم	المتغير	عدد العبارات	معامل ألفا alpha
1	إستراتيجية الشراكات الذكية	8	0.85
2	إستراتيجية الإدارة بالأهداف	7	0.86
3	إستراتيجية التخصيص الوظيفي	6	0.85
4	إستراتيجية فرق العمل	8	0.84
5	تحقيق ميزة تنافسية	7	0.86

ملحوظة: يتضح من الجدول (1) أنّ قيمة معامل ألفا تُعد مرتفعة مما يُشير لإمكانية توزيع بقية إستبانة الدراسة. تحليل البيانات:

بعد إجراء عملية الإختبار المبدئي لقياس إعتمادية أداة الدراسة باستخدام معامل ألفا كرونوباخ تمّ إجراء عملية التحليل العاملي لإستبانة الدراسة، لإختبار الإختلافات بين العبارات التي تُقيس كل متغير من متغيرات الدراسة للتأكد من تناسق العبارات التي تقيس كل متغير.

التحليل العاملي لعبارات المتغير المستقل:

تمّ إجراء عملية التحليل العاملي باستخدام برنامج SPSS وتمّ الحصول على مصفوفة الدوران الخاصة بعبارات المتغير المستقل والتي تعكس نسب التشبعات لكل عبارة، الجدول التالي يوضّح مصفوفة الدوران الخاصة بالتحليل العاملي لعبارات المتغيرات المستقلة.

الجدول (2) مصفوفة الدوران الخاصة بالتحليل العاملي الخاصة بالمتغير المستقل " إستراتيجية الشراكات الذكية":

العامل 1	اسم المتغير
0.870	SP1
0.861	SP2
0.872	SP3
0.895	SP4
0.880	SP5
0.894	SP6
0.792	SP7
0.810	SP8
النسب الإحصائية	
59.302	نسبة التباين المفسر (%)
59.302	مجموع نسبة التباين المفسر (%)
0.650	Kaiser –Meyer-Olkin (KMO)
340.454	Bartlett,s Test of Spherecity

يتبين من الجدول (2) أنّ المصفوفة جاءت في عامل واحد وقيم الإشتراكيات الأولية تزيد عن (0.50)، والتشبعات أكبر من (0.50) وقيمة (KMO) تزيد عن (0.60) وقد تمّ استخدام نقطة حذف cut off point بمقدار 0.50 كما أنه لم يتم تقسيم المتغير المستقل للدراسة لمتغيرات أخرى وسوف يتم استخدام هذه العبارات مجتمعة في عملية قياس المتغير المستقل (إستراتيجية الشراكات الذكية).

الجدول (3): مصفوفة الدوران الخاصة بالتحليل العاملي الخاصة بالمتغير المستقل "إستراتيجية الإدارة بالأهداف":

العامل 1	اسم المتغير
0.895	MO1
0.890	MO2
0.880	MO3
0.877	MO4
0.879	MO5
0.897	MO6
0.865	MO7
النسب الإحصائية	
58.19	نسبة التباين المفسر (%)
58.19	مجموع نسبة التباين المفسر (%)
0.681	Kaiser –Meyer-Olkin (KMO)
371.102	Bartlett,s Test of Sphercity

يتبين من الجدول (3) أنّ المصفوفة جاءت في عامل واحد فقط وقيم الإشتراكيات الأولية تزيد عن (0.50)، والتشبعات أكبر من (0.50) وقيمة (KMO) تزيد عن (0.60) وقد تمّ استخدام نقطة حذف cut off point بمقدار 0.50 كما أنه لم يتم تقسيم المتغير المستقل للدراسة لمتغيرات أخرى ولذلك سوف يتم استخدام هذه العبارات مجتمعة لقياس (إستراتيجية الإدارة بالأهداف).

الجدول (4): مصفوفة الدوران الخاصة بالتحليل العاملي الخاصة بالمتغير المستقل " إستراتيجية التخصص الوظيفي ":

العامل 1	اسم المتغير
0.878	FS1
0.886	FS2
0.894	FS3
0.899	FS4
0.879	FS5
0.896	FS6
النسب الإحصائية	
57.30	نسبة التباين المفسر (%)
57.30	مجموع نسبة التباين المفسر (%)
0.666	Kaiser –Meyer-Olkin (KMO)
360.42	Bartlett,s Test of Sphercity

يلاحظ من الجدول السابق أنّ ناتج عملية التحليل العاملي أتى في عامل واحد فقط إضافةً لذلك فإنّ قيمة الإشتراكيات الأولية تزيد عن (0.50)، والتشبعات أكبر من (0.50) وقيمة (KMO) تزيد عن (0.60) وعند استخدام نقطة حذف cut off point بمقدار 0.50 فإن كل قيم التشبعات الموجودة في العامل (1) أكبر من هذه النقطة، ونتيجةً لذلك فإنّ العبارات المقابلة لهذه المتغيرات لم تُحذف منها أي عبارة ولذلك سوف يتم استخدامهما مجتمعة لقياس (إستراتيجية التخصص الوظيفي).

الجدول (5): مصفوفة الدوران الخاصة بالتحليل العاملي الخاصة بالمتغير المستقل " إستراتيجية فرق العمل " :

العامل 1	اسم المتغير
0.879	TW1
0.897	TW2
0.873	TW3
0.886	TW4
0.891	TW5
0.876	TW6
0.789	TW7
0.812	TW8
النسب الإحصائية	
59.60	نسبة التباين المفسر (%)
59.60	مجموع نسبة التباين المفسر (%)
0.641	Kaiser –Meyer-Olkin (KMO)
372.40	Bartlett,s Test of Sphercity

يُلاحظ من الجدول السابق أنّ ناتج عملية التحليل العاملي أتى في عامل واحد فقط إضافةً لذلك فإنّ قيمة الإشتراكيات الأولية تزيد عن (0.50)، والتشبعات أكبر من (0.50)، وقيمة (KMO) تزيد عن (0.60) وعند استخدام نقطة حذف cut off point بمقدار 0.50 فإن كل قيم التشبعات الموجودة في العامل (1) أكبر من هذه النقطة ونتيجة لذلك فإنّ العبارات المقابلة لهذه المتغيرات لم تُحذف منها أي عبارة ولذلك سوف يتم استخدامها مجتمعة لقياس (إستراتيجية فرق العمل).

الجدول (7): مصفوفة الدوران الخاصة بالتحليل العاملي الخاصة بالمتغير التابع (تحقيق الميزة التنافسية) التحليل العاملي لعبارة المتغير التابع (تحقيق الميزة التنافسية) :

العامل 2	العامل 1	اسم المتغير
-0.352	0.870	SP1
-0.479	0.861	SP2
-0.084	0.895	SP3
-0.250	0.890	MO1
-0.189	0.878	MO2
0.888	0.868	MO3
0.887	0.879	FS1
0.896	0.897	FS2
0.886	0.886	FS3
0.895	0.897	TW1
0.810	0.790	TW2
0.845	0.852	TW3
النسب الإحصائية		
58.90	89.52	نسبة التباين المفسر (%)
148.42		مجموع نسبة التباين المفسر (%)
0.865		Kaiser –Meyer-Olkin (KMO)
350.25		Bartlett,s Test of Sphercity

من الجدول السابق يُلاحظ أنّ ناتج عملية التحليل العاملي أتى في عاملين وأنّ هنالك بعض التشعبات أكبر من (0.50) وأخرى أقل منها، وعند استخدام نقطة حذف cut off point بمقدار (0.50) فإنّ كل قيم التشعبات الموجودة في كلتا العاملين والتي أقل من نقطة الحذف سوف يتم إستبعادها ، ونتيجة لذلك فإنّ العامل الأول سوف يحتوي على العبارات التي تقابلها المتغيرات (SP1.SP2.SP3.MO1.MO2) وعند قياس الإعتمادية لهذا العامل كانت قيمتها (0.87). أمّا العامل الثاني فقد تمّ حذف كل التشعبات التي أقل من (0.50) والتي يوجد بها تقاطعات مع العامل الأول ، ولذلك سوف يتم استخدام العامل الأول لقياس تحقيق الميزة التنافسية و سوف يتم إعتماد المتغيرات (MO3.FS1.FS2.FS3.TW1.TW2.TW3).

المتوسطات، الإنحرافات المعيارية والإرتباطات لمتغيرات الدراسة :

الجدول (8): المتوسطات والإنحرافات المعيارية لمتغيرات الدراسة

اسم المتغير	نوع المتغير	الوسط الحسابي	الإنحراف المعياري
تحقيق الميزة التنافسية	مستقل	4.50	0.65
إستراتيجية الإدارة بالأهداف	تابع	4.32	0.54
إستراتيجية الشراكات الذكية	تابع	4.52	0.58
إستراتيجية التخصص الوظيفي	تابع	4.40	0.57
إستراتيجية فرق العمل	تابع	4.84	0.60

ملحوظة: N=45

يتبين من الجدول السابق أنّ الوسط الحسابي لجميع متغيرات الدراسة أكبر من الوسط الحسابي الإقتراضي والذي قيمته (3) ، أمّا الإرتباطات بين متغيرات الدراسة فيمكن وصفها في الجدول التالي :

الجدول (8) : معامل إرتباط بيرسون بين متغيرات الدراسة

المتغير	الشراكات الذكية	الإدارة بالأهداف	التخصص الوظيفي	فرق العمل	الميزة التنافسية
الشراكات الذكية	1	.65**	.42**	.67**	.48**
الإدارة بالأهداف	.66**	1	.52**	.52**	.60**
التخصص الوظيفي	.38**	.57**	1	.44**	.64**
فرق العمل	.62**	.66**	.48**	1	.53**
الميزة التنافسية	.66**	.60**	.61**	.45**	1

ملحوظة: ** مستوى المعنوية 0.01 ، n=45

" يتبين من الجدول السابق أنّ متغيرات الدراسة مرتبطة فيما بينها كما أنها مستقلة كذلك ".
إختبار فروض الدراسة :

يتناول هذا الجزء من الدراسة إختبار فرضيات الدراسة التي تمت صياغتها بعد إجراء عملية التحليل العاملي، وسوف يتم استخدام أسلوب الإنحدار البسيط وكذلك الإنحدار التدريجي في إختبار العلاقة بين متغيرات الدراسة كلّ حسب الحاجة إليه .

أولاً: العلاقة بين إستراتيجية الشركات الذكية وبين تحقيق ميزة تنافسية للمجموعة .

الغرض من هذه العلاقة هو إختبار الفرضية التي تنص على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين إستراتيجية الشركات الذكية وبين تحقيق ميزة تنافسية للمجموعة .

ولإختبار هذه العلاقة تمّ إستخدام الإنحدار البسيط والذي يمكن توضيح نتائجه في الجدول التالي :

الجدول (9): نتائج إختبار تحليل الإنحدار البسيط للعلاقة بين إستراتيجية الشركات الذكية وبين تحقيق ميزة تنافسية للمجموعة

الشركات الذكية		المتغير
مستوى المعنوية (Sig)	معامل بيتا	
0.000	0.660	تحقيق ميزة تنافسية
النسب الإحصائية		
0.480		معامل التحديد (R^2)
0.495		معامل التحديد المعدل (R^2 Adjusted)

يتبين من الجدول (9) أن قيمة معامل التحديد ($R^2=0.480$) ويدل ذلك على أن التأثيرات الناتجة في الشركات الذكية تفسرها تحقيق ميزة تنافسية بنسبة 48.0% والباقي يرجع لعوامل أخرى منها الخطأ العشوائي ، كما يتبين من الجدول السابق أن هنالك علاقة ذات دلالة إحصائية بين إستراتيجية الشركات الذكية وتحقيق ميزة تنافسية للمجموعة . (قيمة بيتا 0.660 و مستوى المعنوية 0.000) .

ثانياً: العلاقة بين إستراتيجية الإدارة بالأهداف وبين تحقيق ميزة تنافسية للمجموعة :

الغرض من هذه العلاقة هو إختبار الفرضية التي تنص على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين إستراتيجية الإدارة بالأهداف وبين تحقيق ميزة تنافسية للمجموعة:

ولإختبار هذه العلاقة تمّ إستخدام الإنحدار البسيط والذي يمكن توضيح نتائجه في الجدول التالي:

الجدول (10): نتائج إختبار تحليل الإنحدار البسيط للعلاقة بين إستراتيجية الإدارة بالأهداف وبين تحقيق ميزة تنافسية للمجموعة :

الإدارة بالأهداف		المتغير
مستوى المعنوية (Sig)	معامل بيتا	
0.000	0.634	تحقيق ميزة تنافسية
النسب الإحصائية		
0.420		معامل التحديد (R^2)
0.434		معامل التحديد المعدل (R^2 Adjusted)

يتبين من الجدول (10) أن قيمة معامل التحديد ($R^2=0.420$) ويدل ذلك على أن التأثيرات الناتجة في الإدارة بالأهداف تفسرها تحقيق ميزة تنافسية بنسبة 42.0% والباقي يرجع لعوامل أخرى منها الخطأ العشوائي ، كما يتبين من الجدول السابق أن هنالك علاقة ذات دلالة إحصائية بين إستراتيجية الإدارة بالأهداف وتحقيق ميزة تنافسية للمجموعة . (قيمة بيتا 0.634 و مستوى المعنوية 0.000) .

ثالثاً: العلاقة بين إستراتيجية التخصص الوظيفي وبين تحقيق ميزة تنافسية للمجموعة :

الغرض من هذه العلاقة هو إختبار الفرضية التي تنص على أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين إستراتيجية التخصص الوظيفي وتحقيق ميزة تنافسية للمجموعة ، ولإختبار هذه العلاقة تمّ إستخدام الإنحدار البسيط والذي نتائجه في الجدول التالي :

الجدول (11): نتائج إختبار تحليل الإنحدار البسيط للعلاقة بين إستراتيجية التخصص الوظيفي وتحقيق ميزة تنافسية للمجموعة

التخصص الوظيفي		المتغير
مستوى المعنوية (Sig)	معامل بيتا	
0.000	0.480	تحقيق ميزة تنافسية
النسب الإحصائية		
0.560		معامل التحديد (R^2)
0.554		معامل التحديد المعدل (R^2 Adjusted)

يتبين من الجدول (11) أن قيمة معامل التحديد ($R^2=0.560$) وبدل ذلك على أن التأثيرات الناتجة في التخصص الوظيفي تفسرها تحقيق ميزة تنافسية بنسبة 56.0% والباقي يرجع لعوامل أخرى منها الخطأ العشوائي ، كما يتبين من الجدول السابق أن هنالك علاقة ذات دلالة إحصائية بين إستراتيجية التخصص الوظيفي وتحقيق ميزة تنافسية للمجموعة . (قيمة بيتا 0.480 و مستوى المعنوية 0.000) .

رابعاً: العلاقة بين إستراتيجية فرق العمل وبين تحقيق ميزة تنافسية للمجموعة :

الغرض من هذه العلاقة هو إختبار الفرضية التي تنص على أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين إستراتيجية فرق العمل وبين تحقيق ميزة تنافسية للمجموعة، ولإختبار هذه العلاقة تمّ إستخدام الإنحدار البسيط والذي نتائجه في الجدول التالي :

الجدول (12): نتائج إختبار تحليل الإنحدار البسيط للعلاقة بين إستراتيجية فرق العمل وبين تحقيق ميزة تنافسية للمجموعة:

إستراتيجية فرق العمل		المتغير
مستوى المعنوية (Sig)	معامل بيتا	
0.000	0.479	تحقيق ميزة تنافسية
النسب الإحصائية		
.0646		معامل التحديد (R^2)
0.420		معامل التحديد المعدل (R^2 Adjusted)

يتبين من الجدول (12) أن قيمة معامل التحديد ($R^2=0.646$) وبدل ذلك على أن التأثيرات الناتجة في الشركات تفسرها تحقيق ميزة تنافسية بنسبة 64.6% والباقي يرجع لعوامل أخرى منها الخطأ العشوائي ، كما يتبين من الجدول السابق أن هنالك علاقة ذات دلالة إحصائية بين إستراتيجية فرق العمل وتحقيق ميزة تنافسية للمجموعة . (قيمة بيتا 0.479 و مستوى المعنوية 0.000) .

ملخص نتائج إثبات فروض الدراسة :

الجدول (13) : ملخص إثبات فرضيات الدراسة

رقم الفرضية	نص الفرضية	التعليق
الأولى	توجد علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين إستراتيجية الشراكات الذكية وبين تحقيق ميزة تنافسية للمجموعة	دُعمت بالكامل
الثانية	توجد علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين إستراتيجية الإدارة بالأهداف وبين تحقيق ميزة تنافسية للمجموعة	دُعمت بالكامل
الثالثة	توجد علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين إستراتيجية التخصص الوظيفي وبين تحقيق ميزة تنافسية للمجموعة	دُعمت بالكامل
الرابعة	توجد علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين إستراتيجية فرق العمل وبين تحقيق ميزة تنافسية للمجموعة	دُعمت بالكامل

نتائج الدراسة : لقد بيّنت نتائج الدراسة أنّ هنالك علاقة ذات دلالة إحصائية بين :

- 1- إستراتيجية الشراكات الذكية وبين تحقيق ميزة تنافسية للمجموعة .
- 2- إستراتيجية الإدارة بالأهداف وتحقيق ميزة تنافسية للمجموعة .
- 3- إستراتيجية التخصص الوظيفي وتحقيق ميزة تنافسية للمجموعة .
- 4- إستراتيجية فرق العمل وتحقيق ميزة تنافسية للمجموعة .

4. النتائج والمناقشات :

أولاً: النتائج :

من خلال الفرضيات ونتائجها أعلاه ، يُمكن إستخلاص مجموعة من النتائج ، أبرزها :

1. الإبداع الإداري يعتمد اعتماد مباشر على عدد من الإستراتيجيات التي من شأنها المساهمة في تحقيق ميزة تنافسية للمجموعة أبرزها الشراكات الذكية والإدارة بالأهداف .
2. تعتبر الميزة التنافسية لأي منظمة هدف سامي وإستراتيجي بصورة عامة ولمجموعة باجعفر الطيبة بصورة خاصة
3. الإبداع الإداري طريقة في غاية الأهمية للحصول على ميزة / ميزات تنافسية أخرى بالنسبة للمجموعة .
4. عملية الحصول / تحقيق ميزة / ميزات تنافسية هي في حد ذاتها تُعتبر عملية إبداعية .
5. هنالك إتفاق من عينة الدراسة حول المتغير المستقل (الإبداع الإداري) وإستراتيجياته واعتبارها وسيلة مهمة في الإتجاه نحو تحقيق الميزة التنافسية للمنظمة .

ثانياً: التوصيات

توصي الدراسة بالآتي :

1. إمكانية تطبيق الدراسة في مؤسسات أخرى مشابهة .
2. إستحداث وحدة هدفها الإهتمام بالإبداع والمبدعين داخل المجموعة وتنميتها وتطويرها.
3. إعطاء أفراد التنظيم فرص أوسع وأكبر لطرح أفكارهم الإبداعية وربط ذلك ببرنامج تحفيزي صريح وحققي .
4. من الممكن وبكل ثقة الإعتماد الكلي على إستراتيجيات الإبداع الإداري في تحقيق ميزة / ميزات تنافسية للمجموعة
5. الحرص على معرفة العوامل التي تؤثر سلباً / إيجاباً على إستراتيجيات الإبداع الإداري والإستفادة منها وجعلها ثقافة تنظيمية .

6. ربط تصميم أنظمة العمل بطريقة تحفز العاملين بالمجموعة لإنتاج الإبداع وإثارة دوافعهم نحو التنافس الإيجابي والتفكير الإبداعي .
7. إستقطاب أرباب الإبداع من خلال بناء علاقات مع بعض الجامعات / المعاهد .. الخ للمجموعة ، وعدم التردد بتطبيق أساليب إبداعية جديدة وتحمل المخاطر التي قد تواجه المجموعة باستخدام إبداعات العاملين في منتجات / خدمات المجموعة .

5. آفاق الدراسة الحالية :

من خلال مجريات هذه الدراسة صادفت الدراسة عدد من الموضوعات من الممكن أن تفتح أبواب واسعة لدراسات أخرى تتعلق بالإبداع الإداري والميزة التنافسية ، مثل :

- 1) أثر عناصر التنظيم الإداري في تحقيق الميزة التنافسية .
- 2) أثر التحسين المستمر في تحقيق الميزة التنافسية باعتبار الإبداع الإداري متغير وسيط.
- 3) أثر أنماط القيادات الإدارية في تحقيق الميزة التنافسية .

قائمة المراجع والمصادر:

أولاً: الكتب:

1. النجار ، فريد . (2011م) . التحالفات الإستراتيجية : من المنافسة إلى التعاون – خيارات القرن الحادي والعشرين" . القاهرة: إيتراك للنشر والتوزيع .
2. السلمي ، علي . (1999م) . الإدارة بالأهداف . القاهرة: دار غريب للطباعة والنشر .
3. معافي ، فهمي . (2012م) . نظم المعلومات : مدخل لتحقيق الميزة التنافسية . القاهرة: الدار الجامعية .
4. نجم ، عبود نجم . (2007م) . إدارة الابتكار : المفاهيم والخصائص والتجارب . عمان: دار وائل للنشر والتوزيع .
5. هيجيز ، جيمس . (2002م) . ترجمة: توفيق ، عبدالرحمن . 100 طريقة إبداعية لحل المشكلات الإدارية . ط2. القاهرة : سلسلة إصدارات بميك .

ثانياً: الدراسات والبحوث:

1. الحبيب ، بن محسن . (2002م) . دور العملية الإمدادية في تحقيق الميزة التنافسية .(رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية العلوم الإدارية ، جامعة الجزائر).
2. السديري، أحمد حسن . (2010م) . آراء العاملين في القطاع الخاص في سلطنة عمان : عن مهارات مدراءهم في قيادة فرق العمل .(رسالة ماجستير غير منشورة ، الأكاديمية العربية البريطانية للتعليم العالي ، المملكة المتحدة) .
3. بوشناف ، عمار . (2002م) . الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية : مصادرها وتنميتها وتطورها .(رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية العلوم الإدارية ، جامعة الجزائر) .

Abstract:

This study aimed at testing the effect of the strategies of the administrative creativity, on achieving competition, as viewed by the high and middle administrators of Bajafar medical group in the Sudan. This is to point out the significance of being responsible for the strategies of administration and its elements (smart joint ventures - strategies of aim-based administration – strategies of specialization - strategies of groups of work) and the effect of this in creating competition among works, and it has been distributed (50) questionnaires and it was retrieved (45) questionnaires. The descriptive analytical method was used. A questionnaire was designed for data collection. Many statistical methods were used; Cronbach's alpha factor analysis , person correlation ; analysis of falling the study result in the fact that there is a significant statistical relation between the strategies of creative administration and the achievement of competition – the study recommended : the application of the findings of the study on similar institution . Establishing a unit to foster creativity and creators with real cash incentive. This will ensure complete dependence on the strategies of creativity in creating competition to be culture of work. Connecting the system of work with thrilling and provoking way to complete actively. Drawing creators through building relation with the universities and instituted. Not to be hesitant to apply any new trends irrespective of their consequences .

Keywords : Administrative Creativity , Smart Joint Venture , Aim-based Administration , Functional Specialization , Groups Work , Competitive Advantage .
