



**دور استراتيجيات الريادة التسويقية في تحقيق التنمية المستدامة
بالتطبيق علي مديري شركات صناعة الأدوية في مصر
"دراسة تطبيقية"**

إعداد

أ.د / محمد ومهد إبراهيم
أستاذ إدارة الأعمال المتفرغ
ورئيس جامعة المنوفية الأسبق

أ / نهلة ظريف ومهد عمران
باحثة دكتوراه بقسم إدارة الأعمال بكلية التجارة -
جامعة المنوفية

ا.م.د / يارا ومهد عبد الواحد
أستاذ إدارة الأعمال المساعد، ورئيس قسم إدارة الأعمال
بكلية التجارة - جامعة المنوفية

مجلة راية الدولية للعلوم التجارية

دورية علمية محكمة

الجلد (٤) - العدد (١٣) - يناير ٢٠٢٥

<https://www.rijcs.org/>

معهد راية العالي للإدارة والتجارة الخارجية بدمياط الجديدة

المنشأ بقرار وزير التعليم العالي رقم ٤٨٩٠ بتاريخ ٢٢ أكتوبر ٢٠١٨ بجمهورية مصر العربية

دور استراتيجيات الريادة التسويقية في تحقيق التنمية المستدامة بالتطبيق

علي هديري شركات صناعة الأدوية في مصر

"دراسة تطبيقية"

إعداد

أ / نهلة ظريف ومحمد عمران
 باحثة دكتوراه بقسم إدارة الأعمال بكلية التجارة -
 جامعة المنوفية

ا.د / محمد ومحمد إبراهيم
 أستاذ إدارة الأعمال المتفرغ
 ورئيس جامعة المنوفية الأسبق

ا.م.د / يارا ومحمد عبد الواحد

أستاذ إدارة الأعمال المساعد، ورئيس قسم إدارة الأعمال
 بكلية التجارة - جامعة المنوفية

استهدف البحث الحالي معرفة دور استراتيجيات

الريادة التسويقية في تحقيق التنمية المستدامة بالتطبيق علي

المديرين في شركات صناعة الأدوية في مصر ، كما يسعى البحث

إلى استكشاف نوع وقوة العلاقة بين استراتيجيات الريادة

التسويقية والتنمية المستدامة ،

المستخلص

والتعرف على مدى الإختلاف بين إتجاهات المستقصى منهم (المديرين في شركات صناعة الأدوية) نحو استراتيجيات الريادة التسويقية والتنمية المستدامة وفقا لخصائصهم الديموجرافية (النوع ، العمر ، المؤهل التعليمي) . وأجري البحث على عينة مكونة من ٢٣٢ مديرا من المديرين موضع الدراسة وتم جمع البيانات الأولية باستخدام قائمة استقصاء تم توزيعها علي مفردات العينة وبلغ عدد قوائم الاستقصاء الصحيحة (١٩٧) قائمة بمعدل استجابة (٨٥%) ، وتوصل البحث إلى مجموعة من النتائج أهمها وجود تأثير معنوي لاستراتيجيات الريادة التسويقية المتمثلة في استراتيجية الإبداع واستراتيجية التمييز واستراتيجية الابتكار واستراتيجية المبادرة علي التنمية المستدامة ، كما تبين عدم وجود

فروق ذات دلالة إحصائية بين إتجاهات المستقصى منهم (المديرين) نحو استراتيجيات الريادة التسويقية و التنمية المستدامة وفقا للخصائص الديمو جرافية (النوع ، العمر ، المؤهل التعليمي) وقدم البحث مجموعة من التوصيات التي يمكن للشركات موضع التطبيق الاستفادة منها في تحسين وتطبيق استراتيجيات الريادة التسويقية بما يساعدها علي رفع مستوى تحقيق التنمية المستدامة لها .

الكلمات المفتاحية : استراتيجيات الريادة التسويقية ، التنمية المستدامة ، قطاع الصناعات الدوائية .

Abstract

The current research aimed to know the role of marketing leadership strategies in achieving sustainable development by applying it to managers in pharmaceutical manufacturing companies in Egypt. The research also seeks to explore the type and strength of the relationship between marketing leadership strategies and sustainable development, and to identify the extent of the difference between the attitudes of the respondents (managers in pharmaceutical companies). Medicines towards marketing leadership and sustainable development strategies according to their demographic characteristics (gender, age, educational qualification) , The research was conducted on a sample of 232 managers from among the managers under study. Primary data was collected using a survey list that was distributed among the sample members. The number of valid survey lists reached (197) lists with a response rate of (85%). The research reached a set of results, the most important of which is the presence of an effect. Moral for the marketing leadership strategies represented by the creativity strategy, the differentiation strategy, the innovation strategy, and the initiative strategy for sustainable development, It was also found that there were no statistically significant differences between the

attitudes of the respondents (managers) towards marketing leadership strategies and sustainable development according to demographic characteristics (gender, age, educational qualification). The research provided a set of recommendations that the companies in question can benefit from in improving and implementing strategies. Marketing leadership to help it raise the level of achieving sustainable development .

Key Words : Entrepreneurial marketing strategies, sustainable development, pharmaceutical manufacturing companies in Egypt

المقدمة

شهد العالم علي مدي العقود الماضية اهتماما متزايدا بتأثير عمليات منظمات الأعمال علي البيئة والمجتمع والشركات فلم يعد الفكر التقليدي الذي يركز علي الأداء المالي الجيد للشركات كافيا لضمان نجاحها في الوقت الحالي ، بل يجب أن تقترن النتائج الإقتصادية والمالية والتسويقية بخض الآثار البيئية إلي أدني حد ، وزيادة الإهتمام بالجوانب الإجتماعية والبيئية للشركات ومن ثم يجب علي الشركات أن تكيف أنشطتها التجارية لتشمل حماية البيئة والإدارة المناسبة للموارد الطبيعية ، والحفاظ علي أصوله الإقتصادية والإجتماعية والبيئية وتطويرها لخلق مجتمعات مستدامة . (Khan et al, 2021)

وأصبحت استراتيجيات الريادة التسويقية مطلب استراتيجي لبقاء واستمرار الشركات الرائدة في السوق ، نظرا لمساهمتها الفعالة في تجاوز الكثير من الأزمات وايضا إيجاد حلول جذرية لمشاكل تفرضا التعقيدات التي تعرفها البيئة التنافسية خاصة بعد التطورات التكنولوجية ، وتعد استراتيجيات الريادة لبنة أساسية ومتغير جوهر في إرساء مبادئ وأبعاد التنمية المستدامة ، والوصول إلي تحقيق أهدافها والاستمرار في الأسواق (معوض ، ٢٠٢٢) .

وتستطيع الشركات أن تحقق تلك الأهداف وذلك من خلال العمل علي وضع استراتيجيات وأساليب إدارية وتحقيق القدرة التنافسية التي تؤهلها لمواكبة هذه التغيرات والإستفادة من فرصها والتعامل مع تهديداتها ، وتمثل القدرة التنافسية في المهارة أو التقنية أو المورد المتميز الذي يتيح للشركات إنتاج قيم ومنافع للعملاء وتزيد عما يقدمه المنافسون ، وبالتالي القدرة علي الحفاظ علي العملاء بصفة دائمة (عبد الحليم وآخرين ، ٢٠٢٣) .

ويعتبر القطاع الصحي وخاصة شركات صناعة الدواء في مصر من أكثر القطاعات الحيوية ، فقد أوضحت أزمة كورونا عن أهمية الهدف الثالث من أهداف التنمية المستدامة والمعني بضمان تمتع جميع شعوب العالم ومصر بأنماط صحية جيدة وأثبت أهمية الإهتمام بالقطاع الصحي وضرورة رفع قدراته وزيادة مرونته لمواجهة الأوبئة والأمراض المعدية ومدى ارتباط هذا الهدف وغايته بأهداف التنمية المستدامة (بسيوني ، ٢٠٢١) .

وبناء علي ما سبق ولأهمية الدور الحيوي الذي تلعبه شركات صناعة الدواء في مصر بإعتبارها صناعة حيوية و إستراتيجية وإجتماعية لإرتباطها بصحة الإنسان ، وعلي الرغم من أن الدراسات الحديثة كشفت آراء هامة حول العلاقة بين استراتيجيات الريادة التسويقية والتنمية المستدامة إلا أن الدراسات اقتصرت علي استراتيجيات الريادة التسويقية في بيئات تطبيق مختلفة لم تتناول شركات صناعة الدواء (في حدود علم الباحثين) ، ومن هنا تظهر الفجوة البحثية الخاصة بالدراسة الحالية حيث تهدف إلي دراسة دور استراتيجيات الريادة التسويقية (متغير مستقل) في تحقيق أهداف التنمية المستدامة (متغير تابع) بالتطبيق علي شركات صناعة الأدوية في مصر .

ويعرض الباحثون فيما يلي أدبيات البحث ، مفاهيمه والدراسات الإستطلاعية ومشكلة البحث وتساؤلاته و متغيرات الدراسة وفروضها وأهدافها ، وأهميتها ، يلي ذلك توضيح لمنهجية البحث وتقييم الصدق والثبات في المقاييس المستخدمة به ، ثم عرض لنتائج البحث ومناقشة لهذه

النتائج وتفسيرها ، وتوضيح لتوصيات ودلالات البحث ، وأخيرا محددات البحث ، وتوجهات لبحوث مستقبلية .

أولاً: أدبيات البحث :

تشمل أدبيات البحث الإطار النظري الذي يتضمن مفاهيم ، وأبعاد متغيرات البحث ، وعرض لعدد من الدراسات السابقة ذات الصلة المباشرة بهذه المتغيرات والتي أتاحت للباحثة فرصة الإطلاع عليها ، وذلك علي النحو التالي :

١- الإطار النظري :

وفيه يعرض الباحثون مفاهيم ، وأبعاد متغيرات البحث ، وذلك علي النحو التالي :

١/١ – استراتيجيات الريادة التسويقية

عرفها (عبد القادر وآخرون ، ٢٠١٩) بأنها التكامل والتناغم بين مجموعة العمليات الاستباقية التي تسهم في توليد الأفكار الإبداعية المبتكرة والعمل علي بناء علاقات مع العملاء في ظل الاستغلال الأمثل لموارد المنظمة المتاحة ، والتحرك السريع نحو الفرص لاقتناصها مع الأخذ بالمخاطر المحسوبة لخلق قيمة للمنظمة .

وتعرف إجرائياً بأنها:

عملية التغيير في الأسواق من خلال التركيز علي الابتكار والتطوير للأفكار متزامناً مع فهم احتياجات السوق وإمكانية الوصول للعملاء داخل القطاعات السوقية المختلفة والقدرة علي تلبية احتياجات ورغبات العملاء لتحقيق الأهداف المرجوة واحتلال المركز الريادي .

وتعدد استراتيجيات الريادة التسويقية من قبل الباحثين حيث حدد (عبد الرحيم وعبد العزيز ، ٢٠٢١) استراتيجيات الابداع واستراتيجية الابتكار بالتطبيق علي الجامعات ، في حال حدد (الأشول ، وابن عبد الكريم ، ٢٠٢٢) استراتيجيات الابتكار والإبداع بالتطبيق علي السمشتشفيات ، كما حدد (احمد ، ٢٠٢٠) استراتيجيات الريادة التسويقية فيما يلي :

استراتيجية الابداع واستراتيجية الابتكار واستراتيجية المبادرة ، وحدد (yulhendril , 2017)

Abolghasen, 2016) و ايضا (الحريان والزعبي، ٢٠٢٢) باستراتيجيات الريادة فيما يلي استراتيجيه الابداع واستراتيجيه التميز واستراتيجيه الابتكار واستراتيجيه المبادرة والتفرد والمخاطرة . وفي هذا البحث سوف تتناول الباحثة استراتيجيه الابداع واستراتيجيه التميز واستراتيجيه الإبتكار واستراتيجيه المبادرة فيما يتلائم مع بيئة التطبيق وايضا أكثرهم تداول في الدراسات وتتمثل استراتيجيات الريادة التسويقية فيما يلي :-

استراتيجية الابداع :

وتعرف بأنها السعي لتطوير الأفكار الإبتكارية بطريقة تعكس الحاجات المدركة بما يتوافق مع الفرص المتاحة داخل الشركة (المطيري، ٢٠١٢) .

استراتيجية التميز :

وتعرف بأنها إتيان الشركات بأعمال جديدة ومختلفة تميزها عن باقي الشركات الأخرى (الحلواني، ٢٠١٧) .

استراتيجية الابتكار :

وتعرف بأنها قدرة المنظمة علي ابتكارات ذات قيمة في مجالات الخدمات والأفكار والإجراءات والعمليات (النجار، ٢٠٢٠) .

استراتيجية المبادرة :

وتعرف بأنها ضرورة الإلتزام بإنجاز الأعمال المطلوب تنفيذها بدافعية وحماس وذلك للحصول علي التميز ، فهي تساعد المنظمات للوصول إلي الريادية في أعمالها عن طريق أخذ مخاطرة عالية أكثر من ظروف البيئة المحيطة بها (عبد الرحيم، ٢٠١٣) .

٢/١ التنمية المستدامة

التنمية المستدامة هي التنمية التي تحقق توازنا بين الجانب الاقتصادي والجانب الاجتماعي والجانب البيئي حيث يجب أن يتحقق النمو في كل جانب من هذه الجوانب الثلاثة دون المساس

بالجانبيين الآخرين ، أي دون أن يكون نمو جانب منها علي حساب أحد الجانبين الآخرين أو علي حسابهما معا (الموموي والجيلاني ، ٢٠١٦) .

وعرف (إبراهيم ، ٢٠١٩) التنمية المستدامة بأنها بمثابة إطار عام لمجموعة من الأنشطة الإدارية لتحسين جودة الحياة في الوقت الحاضر بما لا يخل بحقوق الأجيال القادمة عن طريق النمو الاحتوائي والمستدام والتنمية المتوازنة لأبعاد رئيسية ثلاثة وهي : البعد الإقتصادي والبعد الاجتماعي والبعد البيئي ، ويتم إدارة تنمية تلك الأبعاد من خلال منظومة الإدارة الإستراتيجية بمشاركة الجميع في عملية البناء والتنمية مما يساهم في إستفادة كافة الأطراف من ثمار التنمية وتحقيق مبدأ تكافؤ الفرص .

ومن خلال تناول التعريفات السابقة للتنمية المستدامة يمكن استخلاص الأبعاد التالية ، التي اعتمدت عليها هذه الدراسة علي النحو الآتي :-

١- البعد البيئي Environmental

حيث تهدف التنمية المستدامة إلي تحقيق العديد من الأهداف البيئية (الرميدي ، وطلحة ، ٢٠١٨) وتمثل فيما يلي :-

- ✓ الاستخدام الأمثل للموارد الناضبة بمعنى حفظ الأصول الطبيعية بحيث نترك للأجيال القادمة بيئة مماثلة حيث أنه لا توجد بدائل لتلك الموارد الناضبة .
- ✓ مراعاة القدرة المحدودة للبيئة علي استيعاب النفايات .
- ✓ يتمثل الهدف الأمثل للتنمية المستدامة في التوفيق بين التنمية الاقتصادية والمحافظة علي البيئة مع مراعاة حقوق الأجيال القادمة في الموارد الطبيعية خاصة الناضبة منها .
- ✓ ضرورة التحديد الدقيق للكمية التي ينبغي استخدامها من كل مورد من الموارد الناضبة ويعتمد ذلك علي تحديد قيمتها الاقتصادية الحقيقية ، وتحديد سعر مناسب لها بناء علي تلك القيمة .

- ✓ حماية الغلاف الجوي والعمل علي التحول من نظام عالمي مرتكز علي الوقود الحفري إلي نظام مرتكز علي طاقة أكثر نظافة واستدامة .
- ✓ حماية المناخ من الاحتباس الحراري .
- ✓ إدارة المخلفات الخطرة والنفايات الصلبة والمياه المستخدمة .
- ✓ الإدارة المتوازنة للموارد الطبيعية .

٢- البعد الاقتصادي Economic

حيث تهدف التنمية المستدامة بالنسبة للبلدان الغنية إلي إجراء تخفيضات متواصلة في مستويات استهلاك الطاقة والموارد الطبيعية ، التي تصل إلي أضعاف أضعافها في الدول الغنية مقارنة بالدول الفقيرة ، من ذلك مثلاً يصل استهلاك الطاقة الناجمة عن النفط والغاز والفحم في الولايات المتحدة إلي مستوي أعلي منه في الهند بـ ٣٣ مرة ومن أهم الأبعاد الإقتصادية نذكر التالي (النجار، ٢٠١٨) :-

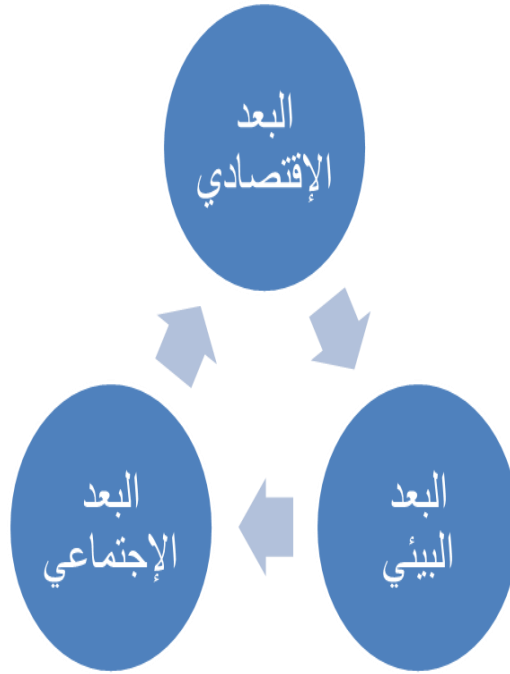
- ✓ تحقيق نمو اقتصادي مستدام
- ✓ تحسين ورفع مستوي المعيشة وتغيير أنماط الإنتاج والإستهلاك غير المستدامين .
- ✓ ضرورة تبني الدول النامية برامج تنموية تقوم علي الاعتماد علي القدرات الذاتية.
- ✓ إيقاف تبديد الموارد الطبيعية والمساواة في توزيعها .
- ✓ مسئولية البلدان المتقدمة عن التلوث نتيجة استهلاكها المتراكم من الموارد الطبيعية مثل البترول والفحم والعمل علي معالجتها باستخدام التكنولوجيا النظيفة .
- ✓ التقليص من الإنفاق العسكري وتخويله إلي الإنفاق علي احتياجات التنمية .

٣- البعد الاجتماعي

حيث تتمثل الرؤية الاستراتيجية للعدالة الإجتماعية حتي عام ٢٠٣٠ في بناء مجتمع عادل متكاتف يتميز بالمساواة في الحقوق والفرص الاقتصادية والإجتماعية والسياسية وبأعلي درجة من الإندماج المجتمعي ، فيصبح مجتمع قادر علي كفالة حق المواطنين في المشاركة والتوزيع

العادل في ضوء معايير الكفاءة والإنجاز وسيادة القانون ، ويحفز فرص الحراك الإجتماعي المبني علي القدرات . وتتمثل الأهداف الإستراتيجية لمحور العدالة الإجتماعية في الآتي (البنا ، ٢٠١٤) :-

- ✓ تعزيز الاندماج المجتمعي والحد من الاستقطاب السلبي .
 - ✓ رفع مستوى الاندماج المجتمعي والحد من الاستقطاب وترسيخ شراكة فعالة بين شركاء التنمية (الدولة (الحكومة) - المجتمع المدني - القطاع الخاص) .
 - ✓ تحقيق المساواة في الحقوق والفرص .
 - ✓ تحفيز فرص الحراك الإجتماعي من خلال نظام مؤسسي يحقق المساواة في الحقوق والفرص الإقتصادية والإجتماعية والسياسية .
- ويوضح الشكل التالي أبعاد التنمية المستدامة شكل (١/١) كالتالي :



ش (١/١)

الا والام أبعاد الة الامة

٢- الدراسات السابقة :

يعرض هذا الجزء الدراسات السابقة التي أتيح للباحثين الإطلاع عليها والمتعلقة بمتغيرات الدراسة (استراتيجيات الريادة التسويقية و التنمية المستدامة) والتي تساعد في تحديد مشكلة البحث من الناحية النظرية (الفجوة البحثية) وصياغة فروض البحث وتفسير مفاهيم البحث . ويمكن تقسيم الدراسات السابقة إلى مايلي :

١/٢ - دراسات تناولت استراتيجيات الريادة التسويقية

٢/٢ - دراسات تناولت التنمية المستدامة

٣/٢ - دراسات تناولت استراتيجيات الريادة التسويقية والتنمية المستدامة

وفيما يلي عرضاً موجزاً لهذه الدراسات على النحو التالي :-

١/٢ دراسات تناولت استراتيجيات الريادة التسويقية :

هدفت دراسة (الأشول وآخرين ، ٢٠٢٢) إلى تحديد استراتيجيات الريادة وقياس أثرها في نجاح مستشفى جامعة العلوم والتكنولوجيا بأمانة العاصمة صنعاء، وكذا التعرف على مستوى ممارسة العاملين في المستشفى لاستراتيجيات الريادة، وقد اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، والاستبانة أداة لجمع البيانات الأولية، وتم جمع البيانات من عينة عشوائية طبقية مكونة من (٢٥٨) موظفا، وكانت الاستمارات الصالحة للتحليل منه (٢٤٠)، وقد تم تحليل ومعالجة البيانات إحصائيا باستخدام برنامج (spss) وتوصلت الدراسة إلى :وجود أثر إيجابي لاستراتيجيات الريادة في تحقيق نجاح مستشفى جامعة العلوم والتكنولوجيا عاليا كما توصلت إلى أن مستوى التفرد في المستشفى كان عاليا جدا، وكان مستوى الممارسة (الابتكار، والمخاطرة، والمبادأة)عاليا، في حين جاء الإبداع بدرجة متوسطة، وجاء مستوى كفاءة وفاعلية المستشفى بدرجة عالية، وكذلك توصلت الدراسة إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية لمتغيري (النوع الاجتماعي، والمسعى الوظيفي)، بينما توجد فروق ذات دلالة إحصائية لمتغير العمر ولصالح الفئة العمرية (٥٠) سنة فأكثر،

ومتغير المؤهل لصالح فئة الماجستير، ومتغير سنوات الخبرة لصالح فئة (١٥) سنة وأكثر . وأوصت الدراسة بضرورة الاستمرار بتبني إدارة المستشفى استراتيجيات الريادة في خططها الاستراتيجية، بالإضافة الى تشجيع الابتكار والإبداع بين العاملين، ومشاركتهم في وضع الخطط والأهداف الاستراتيجية للمستشفى.

و سعت دراسة (الحريان والزعبي، ٢٠٢٢) إلى بيان أثر استراتيجيات الريادة في تحقيق الميزة التنافسية لدي القيادات الاكاديمية في الجامعات الخاصة الأردنية ، وذلك بالاعتماد على المنهج الوصفي والتحليلي. وتم جمع البانات الأولية اللازمة للدراسة من خلال استبانة تم تصميمها وتوزيعها علي أفراد عينة الدراسة المكونة من القيادات الأكاديمية في الجامعات الخاصة الأردنية ، والذين يندرجون ضمن المسميات الوظيفية الآتية: رئيس جامعة، نائب رئيس جامعة، عميد، نائب عميد، ورئيس قسم، والبالغ عددهم (٤٢٥) فرداً تقريباً ، وتوصلت الدراسة إلى وجود اثر ذو دلالة إحصائية لاستراتيجيات الريادة في تحقيق الميزة التنافسية . وأوصت الدراسة بالاهتمام بشكل أكبر بتبني استراتيجيات المخاطرة .

كما سعت دراسة (Ghezali and Boudi,2019) الي تحديد مدي استخدام البنوك في الجزائر لأبعاد التسويق الإلكتروني (الإعلان الإلكتروني ، التسويق بالمواقع الإلكتروني ، التسويق بالبريد الإلكتروني ، التسويق بالوسائط الإجتماعية) ومعرفة دورها في تحقيق أبعاد الريادة التسويقية (الابتكار ، المخاطرة ، الإستباقية وإغتنام الفرص) والوقوف علي تحديات وأفاق تطويره وتمثلت عينة الدراسة في ٧٣ فردا من موظفي بعض البنوك في ولاية بشار ، وتم التوصل الي عدة استنتاجات أهمها : اهتمام البنوك المدروسة بعناصر التسويق الإلكتروني لتحقيق أبعاد الريادة التسويقية خاصة الإعلان الإلكتروني الذي يعد أكثر العناصر تأثيرا ، فالبنوك التي تستخدم التسويق الإلكتروني لها القدرة علي تحدي سرعة تغير البيئة الخارجية من حيث تقديم المنتجات والوصول الي الأسواق وتلبية احتياجات العملاء مما يجعلها قادرة علي تحقيق أبعاد الريادة التسويقية .

و هدفت دراسة (Seyfried, Ansmann & Pohlenz, 2019) إلى التعرف إلى فاعلية استخدام استراتيجيات الريادة في تحقيق الجودة وبالتالي تحقيق الميزة التنافسية في مؤسسات التعليم العالي في ألمانيا ، ولتحقيق هدف الدراسة قام الباحث باستخدام منهج مختلط إذ تم استخدام المنهج النوعي والمقابلة كأداة للدراسة، وتم اختيار عينة من أعضاء هيئة التدريس من الجامعات الألمانية بلغت (١٨) عضواً، كما تم استخدام المنهج الوصفي المسحي، ولجمع البيانات تم استخدام الاستبانة، وتم اختيار عينة من الطلبة بلغت (٢٨٨) طالبا وطالبة تم اختيارهم عشوائيا من الجامعات الألمانية ، وأظهرت نتائج الدراسة وجود أثر ذو دلالة إحصائية في استخدام استراتيجيات الريادة في تحقيق الجودة كعامل وسيط في تحقيق الميزة التنافسية. وأظهرت نتائج الدراسة وجود حاجة لتعزيز جودة مخرجات الجامعات الألمانية باستخدام استراتيجيات الريادة في إضفاء الطابع المؤسسي على عمليات ضبط الجودة لتحقيق الميزة التنافسية .

٢/٢ - دراسات تناولت التنمية المستدامة :

تناولت دراسة (كروش ، ٢٠٢٣) مفهوم التسويق الأخضر اهتماما كبيرا من طرف الباحثين والمهتمين، لكونه تصورا حديثا لفلسفة التسويق المستدام الضامن لنجاح المؤسسة في الوقت الحالي، وذلك من خلال البعد التنافسي الذي يحققه للمؤسسة الصغيرة والمتوسطة بواسطة توجيهه لأنشطتها وفق ما يخدم مشروع التنمية المستدامة في الوقت الذي تصدّر موضوع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وكيفية جعلها تتبنى مسؤوليتها الاجتماعية أولويات الدول النامية وطموحها، تبين أن هناك دورا محوريا يدكن أن يؤديه التسويق الأخضر كأحد أهم أدوات توجيه المؤسسات لتحقيق مشروع التنمية المستدامة.

كما تسعي دراسة (عبدالله و مرسي ، ٢٠٢٣) الي تحديد متطلبات تحقيق التنمية المستدامة في ظل جائحة كورونا وبلغت عينة الدراسة ٣٠ مفردة وهم الخبراء في مجال التنمية المستدامة وتوصلت الدراسة الي مجموعة من المتطلبات الإقتصادية والإجتماعية والبيئية وأهمها : بناء نظام شامل يتناول المسؤوليات وتخصيص الموارد ومناولة المخلفات

والتخلص منها ، وايضا التغطية الشاملة لكافة المواطنين بخدمات التأمين الصحي وتوعية العمال بأهمية الإلتزام بالإجراءات الإحترازية ووضع تشريعات ملزمة لتطبيق الإجراءات الإحترازية في أماكن العمل .

كما هدفت دراسة (ناجي وآخرين ، ٢٠٢٣) إلى إختبار تأثير استراتيجية العناقيد الصناعية بأبعادها : موارد العناقيد الصناعية وعلاقات العناقيد الصناعية علي التنمية المستدامة ، وكذلك التعرف علي دور الميزة التنافسية للصناعات الصغيرة والمتوسطة كمتغير بالتطبيق علي الصناعات الصغيرة والمتوسطة المصرية واعتمد الباحث علي ٢١ مجمعا صناعيا بمحافظات الجمهورية ، وبلغ حجم العينة ٣٩٠ مفردة وتوصلت نتائج الدراسة إلى وجود تأثير وسيط ذو دلالة إحصائية للميزة التنافسية في العلاقة بين استراتيجية العناقيد الصناعية والتنمية المستدامة ، وقد أوفت بالشروط التي تحكم تلك العلاقة ، حيث إن قيمة التأثير المباشر بلغت (٠.٥٠) وقيمة التأثير غير المباشر (٠.٤٤) وقيمة التأثير الكلي (٠.٩٤) ، وبالتالي فإن المتغير الوسيط الميزة التنافسية يتوسط العلاقة ما بين المتغير المستقل استراتيجية العناقيد الصناعية ، والمتغير التابع التنمية المستدامة ، وايضا توصلت الي أن تعزيز استراتيجية العناقيد الصناعية لها التأثير الأكبر لضمان تحقيق التنمية بأنواعها وكما أنه يمكن لمصر الاستفادة من التجارب الدولية .

هدفت دراسة (Royo et al ,2020) إلى تحديد مجموعات التنمية المستدامة والجوانب الإقتصادية التي تؤثر علي ريادة الأعمال المدفوعة بالفرص ، وذلك بتحليل بيانات عام ٢٠١٧ من ٥٧ دولة باستخدام منهجية FSQCA ، وتوصلت إلى أن عوامل التنمية الإقتصادية والتنمية المستدامة المؤثرة علي مبادرات ريادة الأعمال تتمثل في الجوانب الإقتصادية والمالية ، بالإضافة إلى عوامل المساواة الإجتماعية والتعليم والإنتاج ومؤشرات الإبتكار والبنية التحتية .

واهتمت (Horisch,2020) بمناقشة علاقة جائحة COVID-19 بالتنمية المستدامة ، ولا سيما أهداف التنمية المستدامة للأمم المتحدة ، وتوصلت الدراسة إلي أن الوباء يهدد بشدة تحقيق أهداف التنمية المستدامة وأنه لابد من بذل جهود كبيرة لتحقيق أهداف التنمية المستدامة .

٣/٢ - دراسات تناولت استراتيجيات الريادة التسويقية والتنمية المستدامة :

واستهدفت دراسة (سماعيني ، ٢٠٢٠) الكشف عن مساهمة الريادة التسويقية من خلال أبعادها (إستباقية اقتناص الفرص التسويقية ، الابداع التسويقي، دعم المخاطر، التّركيز على الزبون) في تحقيق التنمية الاستدامة، حيث تم جمع البيانات من خلال توزيع الاستبيان على عينة ميسرة من فنادق ولاية المسيلة قدرها ١٠٠ فرد، وتم بتليل مخرجات الاستبانة اعتمادا على حزمة SPSS / V22 ، وبناءً على اختبار فرضيات الدراسة توصلنا إلى وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين أبعاد الريادة التسويقية (الابداع التسويقي، التركز على الزبون، إدارة المخاطر، استباقية اقتناص الفرص التسويقية) والتنمية المستدامة، كما توصلنا لعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية لمحوري الريادة التسويقية والتنمية المستدامة بين استجابات الباحثين تعزى للمتغيرات الديموغرافية .

نتائج الدراسات السابقة وإستنتاجات الباحثة منها ، ومدى الإستفادة منها في الدراسة الحالية :

أ- النتائج العامة للدراسات السابقة :

١- أهمية المتغيرات (استراتيجيات الريادة التسويقية - التنمية المستدامة) للشركات ، وخاصة شركات صناعة الأدوية حيث طبقت العديد من الدراسات على هذا القطاع الحيوى في مختلف الدول ولكن باستخدام متغيرات مختلفة ، ولعل هذا يجعل هذه الدراسة إسهما في تطوير هذا القطاع المهم في مصر .

٢- وجود اهتمام من الباحثين بدراسة استراتيجيات الريادة التسويقية واهميتها في تحقيق ميزة تنافسية في قطاعات كالمصارف والجامعات .

٣- العديد من الدراسات أكدت علي استراتيجيات الريادة وخاصة الإبتكار والإبداع إلا أنها لم تتناول في بيئة صناعة الدواء في مصر .

٤- كما أكدت الدراسات أن الشركات تستخدم استراتيجيات الريادة التسويقية كميزه تنافسية مع المنافسين (Seyfried, Ansmann & Pohlenz, 2019)

٥- عدم وجود دراسات علمية - على حد علم الباحثين - عربية أو أجنبية تناولت دور استراتيجيات الريادة التسويقية في تحقيق التنمية المستدامة بالتطبيق علي شركات صناعة الأدوية في مصر .

ب- إستنتاجات الباحثين من الدراسات السابقة :

تمثل الفجوة البحثية في أنه لم تتناول أى من الدراسات السابقة دراسة دور استراتيجيات الريادة التسويقية في تحقيق التنمية المستدامة بالتطبيق علي شركات صناعة الأدوية في مصر ، مما يعطى للدراسة أهمية خاصة نظراً لحدثة الموضوع وأهمية مجال تطبيقه ، لذا تسعى الدراسة الحالية إلى سد هذه الفجوة البحثية من خلال دراسة " دور استراتيجيات الريادة التسويقية في تحقيق التنمية المستدامة بالتطبيق علي شركات صناعة الأدوية في مصر " .

٣- مدى الإستفادة منها في الدراسة الحالية :

١- استفاد الباحثون من الدراسات السابقة التي تناولت استراتيجيات الريادة التسويقية (استراتيجيات الإبداع ، استراتيجيات الإبتكار ، استراتيجيات التمييز، استراتيجيات المبادرة ، و التنمية المستدامة في تحديد المصطلحات والمفاهيم العلمية الخاصة بالدراسة .

٢- استفاد الباحثون من الدراسات السابقة في الإطلاع والتعرف علي مجال التطبيق

بدقة من خلال معرفة القطاع الصحي وأهميته في مصر .

٣- اهتمام الكثير من الباحثين لمجال القطاع الصحي .

٤- تحديد ومعرفة الإطار النظري لمتغيرات الدراسة ، تحديد وصياغة مشكلة الدراسة وتساؤلاتها وفروض الدراسة ، تحديد مجتمع وعينة الدراسة ومتغيرات الدراسة .

ثالثا- الدراسة الإستطلاعية :

قام الباحثون بعمل دراسة استطلاعية بهدف الإلمام بجوانب موضوع البحث من الناحيتين النظرية والتطبيقية وتحديد مشكلة البحث وصياغتها في مجموعة من التساؤلات بشكل دقيق ، وصياغة الفروض الرئيسية ، وتمت هذه الدراسة عبر مرحلتين :

١/٣ الدراسة الإستطلاعية المكتبية :

قام الباحثون في هذه المرحلة بالإطلاع على العديد من الكتب والمقالات والرسائل العلمية التي تناولت موضوع الدراسة وذلك بهدف الحصول على البيانات الثانوية المتعلقة بموضوع البحث ، وقد أسفرت هذه المرحلة عما يلي :

١. ركزت بعض الدراسات على أهمية استراتيجيات الريادة التسويقية ، كما أكدت معظم الدراسات على أهمية استراتيجيتي الإبداع والابتكار (الأشول وآخرين ، ٢٠٢٢) و (الهنيبي وأبورمان ، ٢٠١٩) .
 ٢. كما ركزت بعض الدراسات على مدى أهمية تحقيق التنمية المستدامة للشركات عامة وشركات صناعة الأدوية في مصر خاصة .
 ٣. عدم وجود دراسات علمية في حدود علم الباحثون تناولت دور استراتيجيات الريادة التسويقية في تحقيق التنمية المستدامة في مصر وهذا ما دعى الباحثين الى القيام بهذا البحث .
- وتمثلت الفجوة البحثية النظرية في عدم وجود دراسات أجنبية أو عربية - على حد علم الباحثين - تناولت دور استراتيجيات الريادة التسويقية في تحقيق التنمية المستدامة بالتطبيق علي شركات صناعة الأدوية في مصر .

٢/٣ الدراسة الإستطلاعية الميدانية :

بجانب المراجعة المكتبية للممارسات التطبيقية ، فقد قام الباحثون بإجراء الدراسة الإستطلاعية الميدانية المتعلقة بموضوع البحث وقد قام الباحثون بإجراء عدد من المقابلات الشخصية المتعمقة وفق إطار محدد يحوي مجموعة من الأسئلة المفتوحة مع عينة ميسرة متمثلة في ٢٥ مدير من مدراء الإدارة العليا والوسطي في بعض شركات صناعة الأدوية الخاضعة للبحث في ٢٠٢٣/٣/١٤ وذلك لتوضيح أبعاد موضوع الدراسة ووجهت المقابلة بعدد من الأسئلة التي تغطي النقاط التالية :-

- الواقع العملي لإستراتيجيات الريادة التسويقية في الشركات الخاضعة لبحث والدور الذي تلعبه إستراتيجيات الريادة التسويقية في هذه الشركات .
 - مدى إدراك مدراء الشركات لأهداف التنمية المستدامة .
 - طبيعة العمل في شركات الأدوية الخاضعة للبحث وتحقيق أهداف التنمية المستدامة .
- وقد انتهت الدراسة الإستطلاعية إلي النتائج التالية :-
- يري ٧٠% من أفراد العينة يدركون مفهوم الابتكار والابداع في المنتجات والخدمات المقدمة من الشركة .
 - كما أوضح ٤٠% من أفراد العينة بمعرفتهم بالاستراتيجيات التسويقية المتمثلة في استراتيجية الابداع واستراتيجية الابتكار واستراتيجية التميز واستراتيجية المبادرة .
 - ويرى ٧٥% من أفراد العينة أن الشركة تهتم بالاستدامة في منتجاتها .
 - يري ٦٥% من أفراد العينة بأن الشركة تقوم باستحداث طرق وأساليب جديدة لصناعة الأدوية .
 - يري ٨٠% من أفراد العينة بأن الشركة تقوم بالبحث عن بدائل للمواد الخام لتصنيع الأدوية .

- وأوضح ٥٥% من أفراد العينة بأن الاستراتيجيات المتبعة في الشركة تعتمد علي الابتكار والريادة .
- ويرى ٩٥% من أفراد العينة بأن الشركة تراعي وتوفر كل السبل لكافة العاملين لديها .
- أوضح ٨٠% من أفراد العينة معرفتهم بمفاهيم الدراسة ولكن لا توجد الدراسة والبحوث الكافية المتعلقة بهذه المفاهيم .

رابعا - مشكلة الدراسة :

أظهرت الدراسة الاستطلاعية بشقيها النظري والميداني الى وجود قصور في الدراسات العلمية الأجنبية والعربية التي تناولت استراتيجيات الريادة التسويقية ودورها في تحقيق التنمية المستدامة ، وان هناك فجوة بحثية في الدراسات الاجنبية التي تناولت دور استراتيجيات الريادة التسويقية في تحقيق التنمية المستدامة بالتطبيق علي شركات صناعة الأدوية في مصر . ففي ضوء المظاهر التي أسفرت عنها نتائج كل من الدراسات السابقة والدراسة الإستطلاعية ، يمكن صياغة مشكلة الدراسة علي النحو التالي :-

ما هو دور استراتيجيات الريادة التسويقية في تحقيق التنمية المستدامة ؟ وما هي درجة ونوع التأثير؟ وهل تختلف اتجاهات عينة الدراسة نحو استراتيجيات الريادة التسويقية والتنمية المستدامة باختلاف المتغيرات الديموغرافية (النوع، العمر والمؤهل التعليمي)؟

ويتفرع منها التساؤلات التالية:

- ١- هل توجد علاقة بين استراتيجيات الريادة التسويقية والتنمية المستدامة وفقاً لآراء عينة الدراسة؟

٢- ما هي درجة تأثير استراتيجيات الريادة التسويقية (استراتيجية الابداع، استراتيجية التميز، استراتيجية الابتكار واستراتيجية المبادرة) على التنمية المستدامة بشكل مباشر؟ التحديد يهدف البحث الي الآتي :

٣- الي اي مدي يوجد اختلافات معنوية بين آراء العينة تجاه استراتيجيات الريادة التسويقية والتنمية المستدامة وفقاً للمتغيرات الديموغرافية (النوع، العمر والمؤهل التعليمي)؟

خامسا - أهداف الدراسة :

يتمثل الهدف العام للدراسة في معرفة دور استراتيجيات الريادة التسويقية في تحقيق التنمية المستدامة ، وعلي وجه
١/٥- معرفة طبيعة العلاقة بين استراتيجيات الريادة التسويقية والتنمية المستدامة وفقاً لآراء عينة الدراسة.

٢/٥- تحديد درجة تأثير استراتيجيات الريادة التسويقية (استراتيجية الابداع، استراتيجية التميز، استراتيجية الابتكار واستراتيجية المبادرة) على التنمية المستدامة وفقاً لآراء عينة الدراسة.

٣/٥- معرفة الاختلافات المعنوية بين آراء العينة تجاه استراتيجيات الريادة التسويقية والتنمية المستدامة وفقاً للمتغيرات الديموغرافية (النوع، العمر والمؤهل التعليمي).
٤/٥- وضع خارطة طريق للقطاع الصحي عن طريق استراتيجيات الريادة التسويقية .

سادسا - أهمية الدراسة :

تتمثل أهمية الدراسة في الإسهامات التي من المتوقع أن تقدمها على المستوى العلمي والعملية والقومي وتمثل في الآتي :-

١/٦- الأهمية العلمية:

١/١/٦- من المتوقع أن تسهم هذه الدراسة في إثراء هذا المجال من البحوث والدراسات، حيث تعتبر مرجعاً للباحثين والمهتمين في التسويق بشكل خاص، وفي مجال إدارة الأعمال بشكل عام.

٢/١/٦- قله عدد الدراسات التي تناولت استراتيجيات الريادة التسويقية والتنمية المستدامة بشكل كبير في مصر بصفة خاصة، وفي العالم العربي بصفة عامة.
٣/١/٦- عدم وجود أي دراسة أجنبية أو عربية – في حدود علم الباحثين- تناولت العلاقة بين استراتيجيات الريادة التسويقية لتحقيق التنمية المستدامة .

٢/٦- الأهمية العملية:

١/٢/٦- تزداد أهمية هذه الدراسة مع زيادة أهمية شركات صناعة الادوية في جمهورية مصر العربية وبالتالي فإن الإهتمام بهذا القطاع وإبراز مشكلاته والعمل على حلها يساهم بشكل فعال في بناء الدولة.

٢/٢/٦- تأمل الباحثة أن تفيد هذه الدراسة أصحاب القرارات في الدولة من خلال التركيز على استراتيجيات الريادة التسويقية والتنمية المستدامة وأهمية تطبيقهم بما يحقق قيمة مضافة لهذا لقطاع صناعة الادوية.

٣/٢/٦- من المتوقع أن تقدم هذه الدراسة عدة توصيات ربما تساهم في إمكانية تطبيق استراتيجيات الريادة التسويقية والتنمية المستدامة على مستوي اوسع وتذليل الصعوبات التي قد تواجهه التوسع في تطبيقهم.

سابعاً : فروض الدراسة :

من أجل الإجابة علي تساؤلات البحث وتحقيق أهداف الدراسة ، قام الباحثين بصياغة اربع فروض رئيسية إستنادا الي الدراسات السابقة ونتائج الدراسة الاستطلاعية التي قامت بها ، ومشكلة الدراسة وأهدافها ، يمكن صياغة الفروض على النحو التالي :

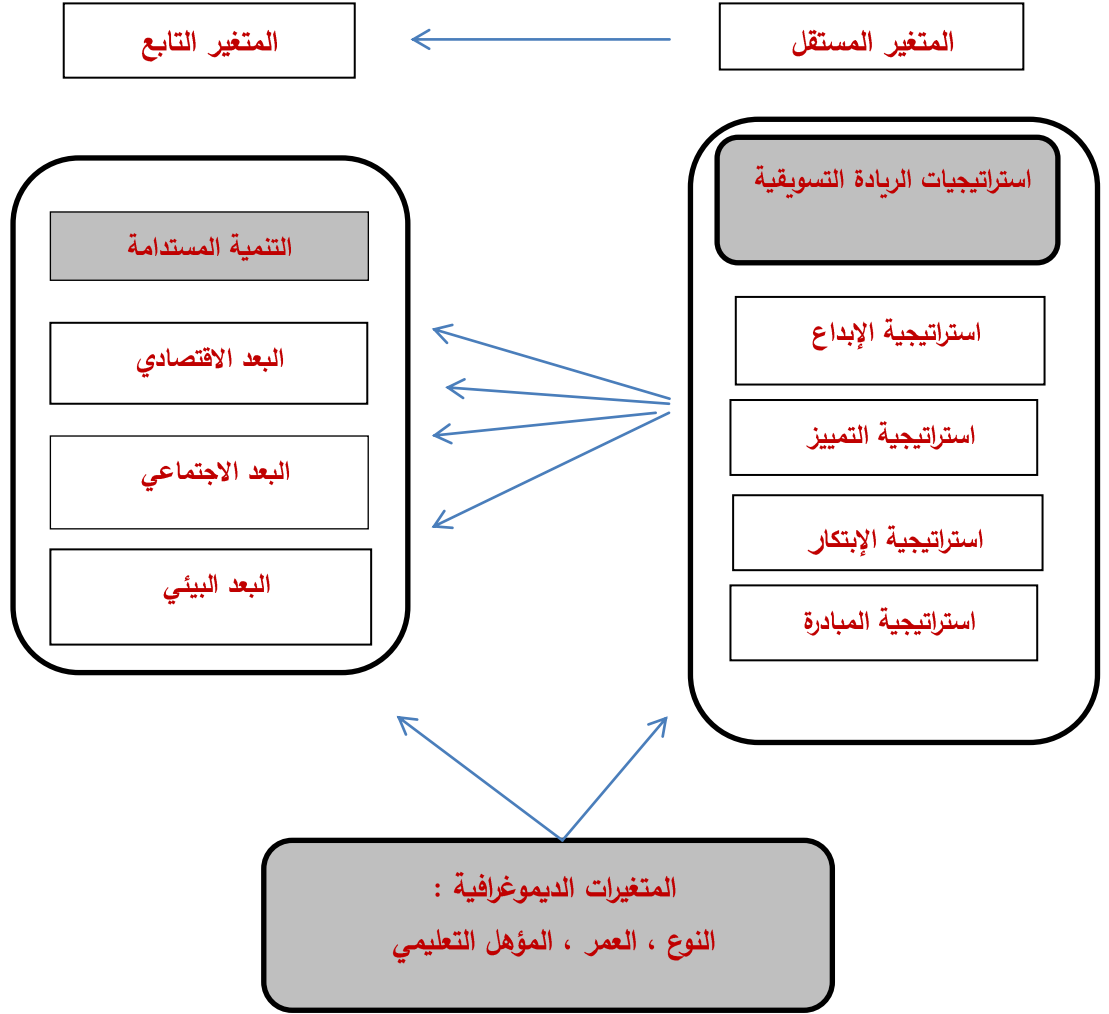
١/٧- الفرض الأول: لا توجد علاقة ارتباط معنوية بين استراتيجيات الريادة التسويقية والتنمية المستدامة وفقاً لآراء عينة الدراسة.

٢/٧- الفرض الثاني : لا يوجد تأثير معنوي مباشر لاستراتيجيات الريادة التسويقية (استراتيجية الابداع، استراتيجية التميز، استراتيجية الابتكار واستراتيجية المبادرة) على التنمية المستدامة.

٣/٧- الفرض الثالث : لا يوجد الاختلافات المعنوية بين آراء العينة تجاه استراتيجيات الريادة التسويقية وفقاً للمتغيرات الديموغرافية (النوع، العمر والمؤهل التعليمي).

٤/٧- الفرض الرابع : لا يوجد الاختلافات المعنوية بين آراء العينة تجاه التنمية المستدامة وفقاً للمتغيرات الديموغرافية (النوع، العمر والمؤهل التعليمي).

والشكل التالي (٢/١) يوضح نموذج البحث :



شكل (٢/١)

نموذج الدراسة

ثامنا : منهجية البحث :

تتضمن منهجية البحث عدة عناصر تتمثل في منهج البحث ، وأنواع البيانات المطلوبة ومصادرها ومتغيرات البحث والقياس ، ومجتمع وعينة البحث وأداة البحث وطريقة جمع البيانات وأساليب التحليل الإحصائي المستخدمة ، وفيما يلي يستعرض الباحثين هذه العناصر :

١- منهج البحث :

يعد البحث من البحوث الوصفية التحليلية / التفسيرية Explanatory –Descriptor Researches التي تقوم علي وصف الظاهرة محل الدراسة وذلك بمراجعة الأدبيات السابقة لبناء الإطار النظري ، وتصميم قائمة استقصاء تغطي الجوانب المتعلقة بمتغيرات البحث لجمع البيانات المطلوبة ، وإجراء الاختبارات الإحصائية اللازمة للإجابة علي فروض البحث ومن ثم تحليل النتائج بما يخدم أهداف البحث ، وتم الاعتماد علي المنهج الاستنباطي / الاستنتاجي Deductive Approach ، وباستخدام أسلوب البحث الكمي Quantitive Method لمناسبتها لدراسة الظواهر الإنسانية الإجتماعية (إدريس ، ٢٠٠٨) و Saunders et al, 2011)

٢- أنواع البيانات المطلوبة ومصادر الحصول عليها :

اعتمد البحث الحالي نوعين من البيانات الثانوية والأولية وقد تم جمع النوع الأول من البيانات من المراجع والدوريات العلمية المحلية والعالمية بما يمكن من تأصيل المفاهيم ، وإعداد الإطار النظري للبحث ، إضافة إلي البيانات والتقارير الصادرة عن مجالس إدارة الشركة القابضة للأدوية والمستلزمات الطبية والشركات التابعة لها ، أما النوع الثاني من البيانات (البيانات الأولية) فقد تم جمعها من المستقصي منهم المستهدفين في الدراسة الميدانية باستخدام أسلوب الاستقصاء .

٣- متغيرات البحث والقياس :

تتعلق البيانات الأولية اللازمة لهذا البحث بمجموعة من المتغيرات الرئيسية ، واعتمد الباحثون في قياس هذه المتغيرات علي مجموعة من المقاييس التي احتوت كل منها مجموعة من العبارات لقياس كل متغير ، وتم قياس الوزن النسبي لكل عبارة باستخدام مقياس ليكرت الخماسي حيث تراوحت موافقة المستقصي منهم علي عبارات كل مقياس من (غير موافق تماما = ١) إلي (موافق تماما = ٥) ، وفيما يلي توضيح لمتغيرات البحث والمقاييس التي اعتمدت عليها الباحثة .

١/٣ استراتيجيات الريادة التسويقية

اعتمد الباحثون في قياس هذا المتغير علي المقياس الذي قدمته دراسة كل من (الحران و الزعبي، ٢٠٢٢) و (أحمد، ٢٠٢٢) و (Anwar and Khan,2018) وتم تطويره بما يتناسب مع بيئة التطبيق ، علي اعتبار أن هذا المقياس من أكثر المقاييس التي ثبت صدقها وثباتها ، ويتكون المقياس من (٢٠) عبارة موزعة علي الأربعة لأستراتيجيات الريادة التسويقية المتمثلة في استراتيجية الإبداع ، استراتيجية التمييز ، استراتيجية الابتكار ، استراتيجية المبادرة ، وذلك بواقع خمس عبارات لكل بعد .

٢/٣ التنمية المستدامة

اعتمد البحث في قياس هذا المتغير علي المقياس الذي قدمته دراسة (عبد الحيلم وآخرون ، ٢٠٢٣) و (نور وآخرون ، ٢٠٢٢) و (محمد والأمين ، ٢٠٢٠) وتم تطويره بما يتناسب مع بيئة التطبيق علي اعتبار أن هذا المقياس من أكثر المقاييس التي ثبت صدقها وثباتها ، ويتكون هذا المقياس من (١٢) عبارة موزعة علي الأبعاد الثلاثة المتمثلة في البعد البيئي ، والبعد الاجتماعي ، والبعد الإقتصادي ، وذلك بواقع أربع عبارات لكل بعد .

٤- مجتمع وعينة البحث :

يتألف مجتمع وعينة البحث من جميع المديرين ممثلين في رؤساء القطاعات ، ومديري العموم، ومديري الإدارات بمختلف الأقسام والإدارات بشركات تصنيع الأدوية التابعة للشركة القابضة للأدوية والمستلزمات الطبية في مصر والتي يصل عددها إلى ثمان شركات ، ويضم هذا المجتمع (٥٨٦) مفردة وفقا لسجلات شؤون العاملين بالشركات موضع البحث ، ونظرا لكبر حجم المجتمع وانتشار مفرداته ، إضافة إلى قيود الوقت والتكلفة المصاحبة للوصول إلى جميع مفردات العينة ، فقد تم الاعتماد على أسلوب العينات لتجميع البيانات المطلوبة لإتمام البحث ، لهذا سحبت عينة عشوائية طبقية مكونة من (٢٣٢) مديرا ، وتم تحديدها باستخدام برنامج Sample Size Calculator عند مستوى معنوية (٥%) ، وحدود ثقة (٩٥%) ، وتم توزيع هذه العينة بالاعتماد على أسلوب التوزيع النسبي الذي يأخذ في اعتباره التباين بين عدد المفردات داخل كل إدارة بالشركات موضع التطبيق . وتمثلت وحدة المعاينة في رئيس القطاع ، والمدير العام ، ومدير الإدارة أو من يكافئهم بشركات تصنيع الأدوية التابعة للشركة القابضة للأدوية والمستلزمات الطبية في مصر ، ولجأت الباحثة إلى اختيار هؤلاء المديرين كوحدة للمعاينة بهذه الشركات لما يمتلكونه من رؤية واضحة تسهم في رسم السياسات العامة لمختلف نشاطات الشركة ، وإلمامهم بكافة التفاصيل والإمكانات الخاصة بشركاتهم .

٥- أداة البحث وجمع البيانات :

تمثلت أداة البحث في قائمة الاستقصاء والتي تم تصميمها وتطويرها في ضوء الدراسات السابقة ، وتم جمع البيانات اللازمة للدراسة الميدانية من خلال أسلوب الاستقصاء ، وقد قام الباحثين بتوزيع قائمة الاستقصاء على كل مفردة من مفردات بطريقة مباشرة ، واستغرقت عملية جمع البيانات ثلاثة أشهر وذلك خلال الفترة من مارس ٢٠٢٣ إلى مايو ٢٠٢٣ وبلغ عدد قوائم الاستقصاء الصحيحة التي تم الحصول عليها (١٩٧) قائمة بمعدل

استجابة (٨٥%) ويوضح الجدول التالي رقم (١) حجم مجتمع البحث وتوزيع مفردات العينة وعدد الاستجابات الصحيحة من الشركات موضع التطبيق .

جدول رقم (١)

م	الشركة	حجم المجتمع	النسبة المئوية	حجم م العينة	عدد القوائم الصحيحة
1	العربية للأدوية	٧٧	٠.١٣	٣٠	٢٤
٢	ممفيس للأدوية	٦٩	٠.١٢	٢٧	٢٣
٣	مصر للأدوية	٧٢	٠.١٢	٢٩	٢٤
٤	النصر للأدوية	٦٤	٠.١١	٢٦	٢٢
٥	النيل للأدوية	٧٩	٠.١٣	٣١	٢٦
٦	القاهرة للأدوية	٨١	٠.١٤	٣٢	٢٥
٧	سيد للأدوية	٨٦	٠.١٤	٣٤	٢٧
٨	الأسكندرية للأدوية	٥٨	٠.١٠	٢٣	٢٦
	الإجمالي	٥٨٦	١	٢٣٢	١٩٧

توزيع مجتمع وعينة البحث علي الشركات موضع التطبيق

المصدر : التقارير الصادرة عن مركز معلومات قطاع الأعمال ، وسجلات شئون العاملين بشركات تصنيع الأدوية التابعة للشركة القابضة للأدوية لعام ٢٠٢١ ، واستجابة مفردات العينة .

٦- أساليب التحليل الإحصائي المستخدمة في البحث :

تم تحليل البيانات باستخدام البرامج الإحصائية (SPSS and AMOS) ، وتم إجراء المعالجة الإحصائية للبيانات من خلال هذه البرامج باستخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية ، وتمثلت هذه الأساليب فيما يلي :-

١/٦ - أسلوب تحليل التباين أحادي الاتجاه : One – Way Anova Analysis

يعد أسلوب تحليل التباين أحادي الاتجاه أحد الأساليب التي يمكن استخدامها في تحديد الفروق بين متوسطات المجتمعات المختلفة ، واعتمد البحث الحالي على هذا الأسلوب بغرض الكشف عن مدى الاختلاف بين المديرين بالشركات موضع التطبيق نحو درجة توافر كل استراتيجية من استراتيجيات الريادة التسويقية وكل بعد من أبعاد التنمية المستدامة .

٢/٦ - أسلوب تحليل الانحدار المتعدد : Multiple Regression Analysis

يعد تحليل الانحدار المتعدد من الأساليب الإحصائية التنبؤية ، حيث يمكن من خلاله التنبؤ بالمتغير التابع على أساس قيم عدد من المتغيرات المستقلة ، وتم استخدام هذا الأسلوب بهدف تحديد نوع ودرجة العلاقة بين استراتيجيات الريادة التسويقية والتنمية المستدامة في الشركات موضع التطبيق ، وتحديد أهم استراتيجيات الريادة التسويقية الأكثر قدرة على تفسير التباين في مستوى توافر وتحقيقي التنمية المستدامة .

٧- تقييم الصدق والثبات في المقاييس :

بعد القيام بالتصميم المبدئي لقائمة الاستقصاء وقبل الاعتماد عليها اعتماداً نهائياً قامت الباحثة بإجراء اختبارات الصدق والثبات عليها ، وذلك على النحو الآتي :

١/٧ - تقييم صدق المقاييس

استخدم هذا الاختبار لبيان مدى صدق عبارات قائمة الاستقصاء في قياس ما صممت من أجله ، وأن هذه العبارات تعطي للمستقصي منه نفس المعنى والمفهوم الذي تقصده الباحثة ، واعتمد البحث في إجراء اختبار الصدق على ما يلي :

١/١ صدق المحتوي (Content Validity) :

وذلك للتأكد من صدق عبارات قائمة الاستقصاء سواء من الناحية اللغوية والتطبيقية حيث تم عرضه على مجموعة من أساتذة الإدارة بكليات إدارة الأعمال في مصر ، إضافة إلى (١٥) مفردة من الشركات موضع التطبيق ، وقد تم إجراء هذا الاختبار المبدئي من خلال

مقابلات شخصية من المحكمين ، وقد أبدى هؤلاء المحكمون مجموعة من الملاحظات علي بعض الألفاظ الواردة بعبارات الاستقصاء وقام الباحثين بتعديل القائمة وفقا لهذه الملاحظات.

٢/٧ - ثبات مقاييس البحث :

للتحقق من مدي الثبات (الإعتمادية) في المقاييس المستخدمة ، تم الاعتماد علي معامل ألفا كرونباخ للتحقق من ثبات المقاييس المستخدمة في البحث ، ويوضح الجدول رقم (٢) نتائج اختبار الثبات لمتغيرات البحث علي النحو التالي :

جدول رقم (٢)

نتائج اختبار الثبات لمتغيرات البحث

المتغيرات	العبارات	معامل ألفا (الثبات)
استراتيجية الإبداع	٥	٠.٧٦١
استراتيجية التمييز	٥	٠.٧٤٤
استراتيجية الابتكار	٥	٠.٧٥٧
استراتيجية المبادرة	٥	٠.٧٣٥
استراتيجيات الريادة التسويقية	٢٠	٠.٧٤٧
البعد الإقتصادي	٤	٠.٨٦٨
البعد الإجتماعي	٤	٠.٨٦٠
البعد البيئي	٤	٠.٨٥٩
التنمية المستدامة	١٢	٠.٨٦٩

المصدر : نتائج التحليل الإحصائي

يتبين من الجدول (٢) أن قيمة ألفا كرونباخ تراوحت ما بين (٠.٧٣٥ - ٠.٨٦٩) وتعد هذه القيم مقبولة إلي حد كبير ، حيث أن النسبة المقبولة لدرجة ثبات المقاييس في البحوث الإجتماعية تراوح ما بين (٠.٥ - ٠.٦) (إدريس ، ٢٠١٢).

ومما سبق يمكن القول أن مقاييس الدراسة بقائمة الاستقصاء الحالية ، تتمتع بدرجة عالية من الصدق والثبات ، وبالتالي يمكن الاعتماد عليها في مراحل البحث التالية .

تاسعا : نتائج الدراسة الميدانية

يتناول الباحثون في هذا الجزء عرض لنتائج البحث واختبار الفروض ، وذلك علي النحو

التالي :

١- نتائج التحليل اوصفي للعلاقة بين متغيرات البحث

تم استخدام الإحصاء الوصفي بغرض التحليل الوصفي لبيانات الدراسة الميدانية من خلال حساب الوسط الحسابي والانحراف المعياري وذلك علي النحو التالي :-

جدول رقم (٣)

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمتغيرات البحث

المتغير	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتغير	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
استراتيجية الإبداع	٣.٨٨	٠.٧٢	البعد الإقتصادي	٣.٨٢	٠.٧٩
استراتيجية التمييز	٣.٨٥	٠.٦٣	البعد الاجتماعي	٣.٨٥	٠.٨١
استراتيجية الابتكار	٣.٣١	٠.٦٤	البعد البيئي	٣.٨٦	٠.٨٢
استراتيجية المبادرة	٣.٩٤	٠.٦٨			

المصدر : نتائج التحليل الإحصائي

يتضح من الجدول رقم (٣) السابق ما يأتي :

١- بلغ المتوسط الحسابي لاستراتيجية الإبداع مقدار (٣.٨٨) ، وانحراف معياري (٠.٧٢) ، وهذا يعني أن مستوي المشاركة في استراتيجية الإبداع لدي عينة الدراسة مرتفع ، كما بلغ

المتوسط الحسابي لاستراتيجية التمييز (٣.٨٥) وانحراف معياري (٠.٦٣) مما يشير إلى أن حرص المستقضي منهم علي استخدام هذه الاستراتيجية ، في حين بلغ المتوسط الحسابي لاستراتيجية الابتكار مقدار (٣.٣١) وانحراف معياري (٠.٦٤) مما يرجع إلي انخفاض الاهتمام بابتكار السبل المختلفة في الشركات وأيضاً انخفاض درجات الاهتمام بالابتكار. في حين بلغ المتوسط الحسابي لاستراتيجية المبادرة مقدار (٣.٩٤) وانحراف معياري (٠.٦٨) ويرجع ذلك إلي روح المبادرة في الشركات لانتاج الأدوية في الوقت الملائم وتحقيق المبادرة في الانتاج للأدوية. ب - بلغ المتوسط الحسابي للبعد الاقتصادي مقدار (٣.٨٢) وانحراف معياري (٠.٧٩) وهذا يعني أن مستوي الاهتمام وحرص الشركة علي استخدام موارد قابلة للاستدامة ، في حين بلغ المتوسط الحسابي للبعد الإجتماعي مقدار (٣.٨٥) وانحراف معياري (٠.٨١) مما يعبر عن مدي اهتمام الشركة بالعاملين لديها ، وبلغ المتوسط الحسابي للبعد البيئي مقدار (٣.٨٦) وانحراف معياري (٠.٨٢) مما يعبر عن مدي اهتمام الشركة وحرصها علي التقليل من الأضرار التي تصيب تواجه البيئة .

ولقياس العلاقة بين متغيرات البحث المختلفة ، قام الباحثون بإجراء تحليل الارتباط بين متغيرات البحث كما يلي :

جدول رقم (٤)

مصفوفة معاملات الارتباط بين متغيرات البحث

المتغيرات	الريادة التسويقية	الإبداع	التميز	الإبتكار	المبادرة	المستدامة التنمية	الاقتصادي	الاجتماعي	البيئي
الريادة التسويقية	١								
الإبداع	**٠.٣٠٢	١							
التميز	**٠.١٩٤	**٠.٣٦٠	١						
الإبتكار	**٠.٣٩٢	**٠.٤٥٠	**٠.١٩٧	١					
المبادرة	**٠.٥٢٧	**٠.٥٧٢	**٠.٤٥٧	**٠.٤٥٨	١				
التنمية المستدامة	**٠.٤٦٣	**٠.٦١٥	**٠.٤٩٧	**٠.٥٣٣	**٠.٦٧٠	١			
الاقتصادي	**٠.٥٨٨	**٠.٥٩٠	**٠.٤٨١	**٠.٤٦٩	**٠.٧٢٥	**٠.٧٥٣	١		
الاجتماعي	**٠.٢٧٥	**٠.٤٢٠	**٠.٣٨٣	**٠.٣٩٩	**٠.٥٥٤	**٠.٨٢٤	**٠.٤٩٢	١	
البيئي	**٠.٢٦٦	**٠.٤٨٤	**٠.٣٤٤	**٠.٤٢٧	**٠.٤٥٩	**٠.٨٤٧	**٠.٥٥٤	**٠.٦٠٢	١

ال ر : نتائج ال ل الإح لائي

ومن الجدول رقم (٤) يمكن استخلاص النتائج التالية :

وجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين استراتيجيات الريادة التسويقية (استراتيجيات الابداع ، استراتيجيات التميز ، استراتيجيات الإبتكار ، استراتيجيات المبادرة) والتنمية المستدامة وذلك عند معامل ارتباط بيرسون بلغت قيمته (٠.٦١٥ ، ٠.٤٦٣ ، ٠.٤٩٧ ، ٠.٥٣٣ ، ٠.٦٧٠) على التوالي وذلك عند مستوي معنويه ٠.٠٠١ .

٢- نتائج اختبار الفروض

يعرض الباحثون فيما يلي نتائج البحث وذلك علي النحو التالي :

١/٢ اختبار تأثير استراتيجيات الريادة التسويقية (استراتيجية الإبداع ، استراتيجية التميز ، استراتيجية الابتكار ، استراتيجية المبادرة) لتحقيق التنمية المستدامة

لاختبار صحة الفرض للبحث ، تم الاعتماد علي البرنامج الاحصائي (Amos) والخاص بقياس التأثيرات المباشرة للمتغيرات المستقلة (استراتيجيات الريادة التسويقية) علي المتغيرات التابعة (التنمية المستدامة) ، وقد أظهر التحليل الاحصائي معنوية النموذج المقترح حيث مطابقة مؤشرات المعنوية المحسوبة لمؤشرات المعنوية المعيارية وفي ضوء ذلك أظهر التحليل الإحصائي نتائج اختبار تأثير استراتيجيات الريادة التسويقية علي تحقيق التنمية المستدامة كما هو موضح بالجدول رقم (٥) علي النحو التالي:

جدول رقم (٥)

النتائج اختبار تأثير استراتيجيات الريادة علي التنمية المستدامة

القبول	قيمة المعنوية	معامل المسار	المتغير المستقل	المتغير المستقل
مقبول	٠.٢٤٩	التنمية	استراتيجية الإبداع
مقبول	٠.٢١٤	المستدامة	استراتيجية التميز
مقبول	٠.٢٣١		استراتيجية الابتكار
مقبول	٠.٣٢٤		استراتيجية المبادرة

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي

(١) يوجد تأثير معنوي مباشر بين استراتيجيات الريادة التسويقية (استراتيجية الإبداع

، استراتيجية التميز ، استراتيجية الابتكار ، استراتيجية المبادرة) على بُعد التنمية

المستدامة وذلك عند معامل مسار بلغ قيمته (٠,٢٤٩، ٠,٢١٤، ٠,٢٣١، ٠,٣٢٤) علي التوالي عند مستوى معنوي ٠,٠٠١ ..

(٢) توصلت النتائج إلى أن استراتيجيات الريادة التسويقية يمكنها أن تفسر التغيير الإيجابي الذي يحدث في بُعد التنمية المستدامة بنسبة قدرها (٦٠%) والباقي يرجع لعوامل لم تدخل في النموذج .

(٣) في ضوء تلك النتائج، يمكن رفض الفرض حيث يوجد تأثير ذات دلالة إحصائية لاستراتيجيات الريادة التسويقية (استراتيجية الإبداع، استراتيجية التمييز، استراتيجية الابتكار، استراتيجية المبادرة) علي التنمية المستدامة بالتطبيق علي الشركات القابضة لتصنيع الأدوية والمستلزمات الطبية في مصر .

٢/٢ - لا يوجد الاختلافات المعنوية بين آراء العينة تجاه متغيرات الدراسة وفقاً

للمتغيرات الديموغرافية (النوع، العمر والمؤهل التعليمي) .

١/٢/٢ لا توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في إدراك المديرين اتجاه متغيرات

الدراسة باختلاف النوع .

٢/٢/٢ لا توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في إدراك المديرين اتجاه متغيرات

الدراسة باختلاف العمر .

٣/٢/٢ لا توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في إدراك المديرين اتجاه متغيرات

الدراسة باختلاف المؤهل التعليمي .

تعتمد الباحثة على اختبار *T-test* وتحليل التباين في اتجاه واحد *One Way Anova*

وذلك لأن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي.

لا توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في إدراك المديرين اتجاه متغيرات الدراسة

باختلاف النوع، الجدول رقم (٦) :

جدول (٦)

تحليل التباين الآراء عينة الدراسة حول متغيرات الدراسة باختلاف النوع

نتيجة التحليل				التحليل الوصفي			المتغيرات الديموغرافية	متغيرات الدراسة
القرار	Sig	DF	T	ST.	Mean	N		
غير معنوي	.٠٩٦	١٩٦	.٠٨٩	.٠٥٩	٣.٨٦	١١٠	ذكر	استراتيجيات الريادة التسويقية
				.٠٥٣	٣.٧٤	٨٧	أنثي	
غير معنوي	.٠١٦	١٩٦	.٠٢٤	.٠٦٣	٣.٨٩	١١٠	ذكر	التنمية المستدامة
				.٠٦٧	٣.٧٩	٨٧	انثي	

المصدر: إعداد الباحثة اعتماداً علي نتائج التحليل الاحصائي

يوضح جدول (٦) ما يلي:

- عدم وجود فروق معنوية لدى آراء عينة الدراسة فيما يتعلق بمتغيرات الدراسة (استراتيجيات الريادة التسويقية ، التنمية المستدامة ، القدرة التنافسية) وذلك عند مستوى معنوية ٥%.

٢/٢ لا توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في إدراك المديرين في الشركات القابضة لتصنيع الأدوية والمستلزمات الطبية في مصر اتجاه متغيرات الدراسة باختلاف العمر،

في الجدول (٧)

جدول (٧) تحليل التباين الآراء عينة الدراسة حول متغيرات الدراسة باختلاف العمر

نتيجة التحليل			التحليل الوصفي			تحليل التباين				المتغير الديموغرافي	متغيرات الدراسة
القرار	Sig	F	St.	Mean	N	Mean Square	DF	Sum of Squares	مصدر التباين		
غير معنوي	.٠٩٦	.٠١٠	.٠٦٨	٣.٨٢	٨٣	.٠٠٣٣	٣	.٠٠٩٨	بين المجموعات	أقل من ٣٠ عام	استراتيجيات الريادة التسويقية
			.٠٦٦	٣.٧٧	٧٨	.٠٠٣٣	١٩٣	٦٢.٦٣	داخل المجموعات	من ٣٠ سنة الي اقل من ٤٠ سنة	
			٢.٧١	٣.٧٩	٢٢		١٩٦	٦٢.٧٣	الكلي	من ٤٠ سنة الي اقل من ٥٠ سنة	
			.٠٦٩	٣.٨٤	١٤					من ٥٠ سنة فأكثر	
			.٠٥٦	٣.٨٠	١٩٦				إجمالي		
غير معنوي	.٠١٦	١.٧٢	.٠٦١	٣.٩٠	٨٣	.٠٠٧٣	٣	٢.١٨	بين المجموعات	أقل من ٣٠ سنوات	التنمية المستدامة
			.٠٦٩	٣.٨٢	٧٨	.٠٠٤٢	١٩٣	٨١.٦٧	داخل المجموعات	من ٣٠ سنوات الي اقل من ٤٠ سنوات	
			.٠٦٤	٣.٩٤	٢٢		١٩٦	٨٣.٨٥	الكلي	من ٤٠ سنوات الي اقل من ٥٠ سنوات	

نتيجة التحليل			التحليل الوصفي			تحليل التباين				المتغير الديموغرافي	متغيرات الدراسة
القرار	Sig	F	St.	Mean	N	Mean Square	DF	Sum of Squares	مصدر التباين		
										سنة	
			٠.٦٦	٣.٥١	١٤					من ٥٠ سنة فأكثر	
			٠.٦٥	٣.٨٥	١٩٦					إجمالي	

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي

يتضح من الجدول (٧) :-

- عدم وجود فروق معنوية لدى آراء عينة الدراسة فيما يتعلق بمتغيرات الدراسة (استراتيجيات الريادة التسويقية ، التنمية المستدامة) ، حيث كان مستوى المعنوية للمتغيرات أكبر من ٠.٠٥ ، وذلك وفقا للعمم .

٣/٢ لا توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في إدراك المديرين بشركات تصنيع الأدوية
اتجاه متغيرات الدراسة باختلاف المؤهل التعليمي، في الجدول (٨)

جدول (٨)

تحليل التباين الآراء عينة الدراسة حول متغيرات الدراسة باختلاف المؤهل التعليمي

نتيجة التحليل			التحليل الوصفي			تحليل التباين				المتغير الديموغرافي	متغيرات الدراسة
القرار	Sig	F	St.	Mean	N	Mean Square	DF	Sum of Squares	مصدر التباين		
غير معنوي	.٠٣٩٨	.٠٩٢٥	.٠٥٧	٣.٨٥	٧٢	.٠٢٩٥	٢	.٠٥٩	بين المجموعات	ليسانس / بكالوريوس	استراتيجيات الريادة التسويقية
			.٠٥٠	٣.٨٢	٨١	.٠٣٢٠	١٩٤	٦٢.١٤	داخل المجموعات	دراسات عليا	
			.٠٦٦	٣.٧٠	٤٤		١٩٦	٦٢.٧٣	الكلية	ماجستير / دكتوراه	
			.٠٥٦	٣.٨٠	١٩٧				اجمالي		
معنوي	.٠٢٨٤	١.٢٧	.٠٦٢	٣.٩٠	٧٢	.٠٥٤١	٢	١.٠٠٨	بين المجموعات	ليسانس / بكالوريوس	التنمية المستدامة
			.٠٦٧	٣.٨٨	٨١	.٠٤٢٧	١٩٤	٨٢.٧٧	داخل المجموعات	دراسات عليا	
			.٠٦٦	٣.٧٢	٤٤		١٩٦	٨٣.٨٥	الكلية	ماجستير / دكتوراه	
			.٠٦٥	٣.٨٥	١٩٧				اجمالي		

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي للدراسة

يتضح من الجدول (٨) ما يلي:

- عدم وجود فروق معنوية لدى آراء عينة الدراسة فيما يتعلق بمتغيرات الدراسة (استراتيجيات الريادة التسويقية ، التنمية المستدامة) حيث كان مستوى المعنوية للمتغيرات أكبر من ٠.٠٥ وذلك وفقا للمؤهل التعليمي.

عاشرا : مناقشة النتائج والتوصيات

١- نتائج التحليل الوصفي

١/١ نتائج التحليل الوصفي لاستراتيجيات الريادة التسويقية

توصلت الدراسة إلي أن الوسط الحسابي العام للمتغير أعلى من الوسط الحسابي العام للمقياس وفقا لآراء عينة الدراسة ، كما توصلت إلي انخفاض الوسط الحسابي لبعده الإبتكار وبالتالي يجب علي الشركات محل الدراسة أخذ هذا في الحسبان وتحسين وتطوير استراتيجية الإبتكار بحيث تتناسب مع الشركات الخاصة بتصنيع الأدوية .

- كما أن لبعده المبادرة النصيب الأكبر حيث كان أكبر وسط حسابي من بيد الاستراتيجيات الأربعة للريادة التسويقية ، حيث تهتم الشركات موضع الدراسة بأن تكون صاحبة المبادرة الأولى في طرح الأدوية في الوقت المناسب ، ويلية استراتيجية الإبداع حيث أنه من الملاحظ أن أكبر وسط حسابي في العبارات كان للعبارة " تقوم الشركات بتقديم عروض للبحوث والمساعدة في تطوير منتجاتها باستمرار " وأخيرا استراتيجية التمييز حيث أنه من الملاحظ أن أكبر وسط حسابي في العبارات كان للعبارة " توفر الشركات محل الدراسة التجهيزات والتقنيات الملائمة للعمل وفق معايير صناعة الأدوية العالمية "

٢/١ نتائج التحليل الوصفي للتنمية المستدامة

- توصلت الدراسة إلي أن الوسط الحسابي العام للمتغير أعلى من الوسط الحسابي العام للمقياس وفقا لآراء عينة الدراسة ، كما توصلت إلي انخفاض الوسط الحسابي للبعده

الإقتصادي وبالتالي يجب علي الشركات محل الدراسة أخذ هذا في الحسبان وتحسين وتطوير ووضع مؤشرات تزيد من الاهتمام بالبعد الاقتصادي بحيث تتناسب مع الشركات الخاصة بتصنيع الأدوية .

كما أن للبعد البيئي النصيب الأكبر حيث كان أكبر وسط حسابي من بيد الأبعاد الثلاثة للتنمية المستدامة ، حيث تهتم الشركات موضع الدراسة بأن تكون تطور الإجراءات الخاصة بالبعد البيئي حيث أنه من الملاحظ أن أكبر وسط حسابي في العبارات كان للعبارة " تطور شركتكم الإجراءات المتعلقة بالحد من كمية النفايات المتولدة من العمليات المختلفة ، ويلية البعد الاجتماعي حيث أنه من الملاحظ أن أكبر وسط حسابي في العبارات كان للعبارة " توفر شركتكم الرعاية الصحية السليمة للعاملين وأسرهـم " . ويعد ذلك ميزة تنافسية للشركات حيث تقدم الاهتمام الصحي للعاملين بها .

١- نتائج اختبار الفروض

١/٢ لا توجد علاقة ارتباط معنوية بين استراتيجيات الريادة التسويقية (استراتيجيات الإبداع ، استراتيجيات التمييز ، استراتيجيات الابتكار، استراتيجيات المبادرة) والتنمية المستدامة وفقاً لأراء عينة الدراسة.

وتوصلت النتائج إلي رفض الفرض الرئيس الأول ، حيث إنه توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين متغيرات الدراسة (استراتيجيات الريادة التسويقية ، التنمية المستدامة) بالتطبيق علي المديرين في الشركات القابضة لتصنيع الأدوية والمستلزمات الطبية في مصر ، وتعد هذه النتيجة متفقة مع دراسة كل من (حياة ، ٢٠٢١) ودراسة (نعيمة ونسيمة ، ٢٠٢٠) .

ويمكن تفسير هذه النتيجة علميا في ضوء كل من استراتيجيات الإبداع وذلك عن طريق تقديم الخدمات والمنتجات الخاصة بشركات صناعة الأدوية بطريقة أكثر إبداعا تتناسب مع أهداف التنمية المستدامة ومن ثم تحقيقها ، وأيضا في ضوء استراتيجيات التمييز حيث تقوم

الشركات موضع الدراسة بجعل العلاقة أكثر قوة وذلك من خلال تمييزها بمنتجات وخدمات أكثر استدامة تعمل علي تحقيق أهداف التنمية المستدامة لدي شركات صناعة الأدوية ، وأيضا استراتيجية الإبتكار ويتم بتقديم وإنتاج الأدوية بطريقة كثر ابتكارا ، كما أن الاهتمام بالمبادرة في إنتاج الأدوية في الظروف التي يحتاجها السوق تعد من أهم وسائل وطرق لتحقيق التنمية المستدامة للشركات .

ومن جهة أخرى يمكن تفسير هذه النتيجة علميا من خلال ثلاثة اتجاهات حيث يتمثل الاتجاه الأول في الناحية المادية حيث يسعى المديرين إلي ايجاد استراتيجيات و أساليب جديدة يمكن من خلالها جعل المرضى أقل قلقا عند الحصول علي المنتجات أو الخدمات المقدمة لهم والعمل علي سرعة تقديم المنتجات والخدمات بما ينعكس علي مستوى تحقيق التنمية المستدامة لدي الشركات ، ويتمثل الاتجاه الثاني في الناحية المعرفية حيث يسعى المديرين إلي تغيير وجهه نظر العاملين بأهمية تحقيق أهداف التنمية المستدامة في الشركات باختلاف ابعاده الثلاثة لما لكل بعد منهم أهمية كبيرة علي المستوى العام والخاص للشركات والعاملين بها ، بينما الاتجاه الثالث وهو متمثل في توطيد العلاقات بين المديرين والعاملين بالشركات وأيضا بين المرضى حيث تقوم الشركات موضع التطبيق بالاستماع إلي مقترحات وآراء العاملين بها وحثهم علي مناقشة التعليمات وطرح الأسئلة والاستفسارات قبل تنفيذها ، والالتزام بتبادل ومشاركة المعلومات مع الجميع في كافة المستويات وإشراكهم في تحليل وتشخيص المشكلات ، كذلك توافر الكفاءات والخبرات في جميع المستويات الإدارية القادرة علي إتمام العمل بكفاءة ، والاعتماد علي الكفاءات الأكثر تأهيلا لإتمام العمل المطلوب ، كذلك سهولة التواصل مع المديرين وخاصة في الحالات الطارئة وتوفير الموارد اللازمة للتعامل مع مثل هذه الحالات .

٢/٢ - يوجد تأثير معنوي مباشر لاستراتيجيات الريادة التسويقية (استراتيجية الابداع، استراتيجية التمييز، استراتيجية الابتكار واستراتيجية المبادرة) على التنمية المستدامة بالتطبيق علي المديرين في الشركات القابضة لتصنيع الأدوية والمستلزمات الطبية في مصر.

وتوصلت النتائج إلي رفض الفرض الثالث ، حيث يوجد تأثير ذات دلالة إحصائية لاستراتيجيات الريادة التسويقية (استراتيجية الابداع ، استراتيجية التمييز ، استراتيجية الإبتكار ، استراتيجية المبادرة) علي التنمية المستدامة بالتطبيق علي الشركات القابضة لتصنيع الأدوية والمستلزمات الطبية في مصر وهذا ما أكدت دراسة (دراسة سماعيني و لخضاري ، ٢٠٢٠) عليه حيث توجد علاقة بين استراتيجيات الريادة التسويقية والتنمية المستدامة .

وتشير هذه النتائج إلي أن حرص الشركات موضع التطبيق علي التحديث المستمر لإجراءات العمل بعد حدوث المشكلات ، وحث العاملين بها علي ضرورة الإبلاغ عن الأخطاء التي قد يترتب عليها تأثيرات هامة علي الشركة ، كذلك التركيز علي التواصل مع العاملين لبناء صورة واضحة عن الاستراتيجيات الحالية للشركة والمتابعة المستمرة لتنفيذ المهام المطلوبة ، وتوفير الخبرات والكفاءات القادرة علي التعامل مع المواقف الطارئة وغير المألوفة والحصول علي مساعدتهم حال الاحتياج إليهم ، والإعتماد علي الكفاءات الأكثر تأهيلا لإتمام العمل المطلوب ، والتركيز علي التدريب والتأهيل العاملين وتكليفهم بمهام تمكنهم من معرفة التفاصيل المختلفة لمتطلبات العمل ، والحرص علي تحليل وتشخيص الموقف عند حدوث مشكلة للحصول علي فهم أكبر ، كل ذلك من شأنه أن يساعد الشركات موضع التطبيق علي تحسين مؤشرات أدائها الاقتصادي من خلال تحقيق ارتفاع معدلات صافي الأرباح السنوية ، وتخفيض التكاليف المرتبطة بشراء المواد الأولية ، وكذلك تخفيض التكاليف المرتبطة

بإستهلاك الطاقة التقليدية وتخفيض التكاليف والغرامات المرتبطة بمعالجة وتصريف النفايات المتولدة عن عملياتها الإنتاجية .

٢/٣ - توصلت نتائج الدراسة إلي أنه لا يوجد الاختلافات المعنوية بين آراء العينة تجاه متغيرات الدراسة وفقاً للمتغيرات الديموغرافية (النوع، العمر والمؤهل التعليمي) حيث أنه لا يوجد اختلافات معنوية بيد آراء العينة موضع الدراسة تجاه استراتيجيات الريادة التسويقية والتنمية المستدامة وفقاً للمتغيرات الديموغرافية المتمثلة في (النوع والعمر والمؤهل التعليمي).

حادي عشر: توصيات البحث

في ضوء النتائج التي توصل إليها البحث الحالي ، ومن خلال الإطلاع علي نتائج عديد من الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع البحث ، وما قدم من اقتراحات في ذلك الصدد ، يمكن تقديم بعض التوصيات التي من شأنها تحسين درجة توافر استراتيجيات الريادة التسويقية بما ينعكس إيجابيا علي مؤشرات التنمية المستدامة بشركات صناعة الأدوية موضع التطبيق ، ويقترح أن نركز الجهود نحو تحسين الاستراتيجيات الاربع بما يتلائم مع تحقيق أهداف التنمية المستدامة علي النحو التالي :

الجهة (الإدارة) المسئولة عن التنفيذ	إجراءات وآليات التنفيذ	التوصية
الإدارة العليا إدارة التنفيذ إدارة التسويق	ويكون ذلك عن طريق وضع استراتيجيات لاستراتيجية التميز: التميز في شكل العبوات الدوائية . التحديث المستمر للهيكل الإداري في الشركات . السعي للحصول علي المواد الخام باستمرار. وضع واستحداث طرق إدارية جديدة وملائمة لكل فئات المجتمع ويكون ذلك عن طريق وضع استراتيجيات لاستراتيجية المبادرة : • سرعة التعامل مع المشكلات التي تواجه العاملين. • البحث المستمر عن الفرص التسويقية لانتاج الادوية. • سرعة التعامل في تقديم أدوية في وقت ندره السوق من الادوية)	الاهتمام باستراتيجيات الريادة التسويقية (استراتيجية التميز ، استراتيجية المبادرة ، استراتيجية

الجهة (الإدارة) المسئولة عن التنفيذ	إجراءات وآليات التنفيذ	التوصية
	<p>عن طريق توفير البدائل) . ويكون ذلك عن طريق وضع استراتيجيات لاستراتيجية الإبداع : <ul style="list-style-type: none"> • دراسة احتياجات السوق في كل مرحلة وتكون ربع سنويا . • تزويد العاملين بالمهارات الفعالية والريادية الي تساعدهم علي الإبداع . ويكون ذلك عن طريق وضع استراتيجيات لاستراتيجية الابتكار : ويكون ذلك عن طريق التدريب الفعال والمستمر للعاملين . استحداث طرق عمل إدارية رائدة . تدريب العاملين للعمل في ظروف العمل التنافسية . • وضع استراتيجيات لصناعة الدواء إنتاجا وتسويقا وابتكارا وذلك لمواجهة القيود الفنية لإتفاقية حقوق الملكية الفكرية . والتي تشكل قيودا مستقبليا علي هذه الصناعة . • ضرورة إتباع استراتيجيات إحلال (إستبدال) الأدوية المستوردة بأدوية منتجة محليا . ضرورة تو افر سياسة تسويقية تعتمد علي دعوة الأطباء للتعرف علي المنتجات الطبية</p>	<p>الإبداع ، استراتيجية الإبتكار)</p>
إدارة الإنتاج إدارة التسويق	<p>ويكون ذلك عن طريق : <ul style="list-style-type: none"> • اتباع شركات صناعة الأدوية إلي الأساليب الحديثة وذلك عن طريق استخدام الأعشاب . • استخدام الشركات للموارد القابلة للاستدامة والصديقة للبيئة . • فرض إلزام العاملين بها للإلتزام بمتطلبات السلامة العامة . • الاهتمام بالمحافظة علي ثروة مصر من النباتات الطبية (التي تشمل ما يزيد عن ١٥٠ نباتا طبييا) لأنها تعتبر مصادرا ثمينة لإنتاج مركبات دوائية حاليا ومستقبلا بما يتناسب مع أهداف التنمية المستدامة . • إلزام الشركات بالإستخدام الأمثل للمواد لإنتاج بما يتطابق للمعايير الرسمية المتعلقة بحماية البيئة . </p>	<p>الاهتمام بتحقيق أهداف التنمية المستدامة للشركات</p>

المصدر: إعداد الباحثون

ثاني عشر : مقترحات لبحوث مستقبلية

اقتصر هذا البحث علي الكشف علي دور استراتيجيات الريادة التسويقية علي تحقيق التنمية المستدامة بالتطبيق علي شركات صناعة الادوية في مصر .

وبالتالي يقترح الباحثون إجراء الدراسات ذات الصلة بالموضوع ومنها ما يلي :-

- ✓ دراسة متغيرات الدراسة بالتطبيق في مجالات أخرى كصناعة المنتجات الغذائية .
- ✓ دراسة استراتيجيات الريادة التسويقية باستخدام استراتيجيات أخرى بالتطبيق في فئات مختلفة .
- ✓ تأثير استراتيجيات الريادة التسويقية علي التميز المؤسسي .
- ✓ استراتيجيات الريادة التسويقية ودورها في تحقيق التنمية المستدامة بتوسيط التفكير الاستراتيجي .
- ✓ دراسة علاقة الريادة التسويقية بالميزة التنافسية .

قائمة المراجع

أولا : المراجع العربية

١- الكتب

المغربي ، حسين سليم حسين (٢٠٢٣) " تحقيق التنمية المستدامة في ظل إستراتيجية الدولة للهوض بالمشروعات الصغيرة والمتوسطة " الإسكندرية: دار الفكر الجامعي .

أبو النصر ، مدحت محمد وياسمين مدحت محمد (٢٠١٧) " التنمية المستدامة : مفهومها - أبعادها - مؤشراتها - القاهرة: المجموعة العربية للتدريب والنشر .

ديب ، كمال (٢٠١٥) " أساسيات التنمية المستدامة ، القبة القديمة ، الجزائر : دار الخلدونية للنشر ، ص ٥٣-٥٤.

إبراهيم ، محمد محمد (٢٠١٢) " إدارة التسويق في إطار معايير إدارة الجودة التسويقية المدخل للتميز واحتلال مركز الريادة في السوق ، الإسكندرية : الدار الجامعية .

إدريس، ثابت عبد الرحمن(٢٠٠٨)" بحوث التسويق: أساليب القياس والتحليل واختبار الفروض كلية التجارة جامعة المنوفية الدار الجامعية .

٢- الرسائل الجامعية

عداوي ، حنان (٢٠١٩) " دور المسؤولية الإجتماعية في تحقيق التنمية المستدامة في المؤسسات الإقتصادية " رسالة ماجستير ، كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية ، جامعة ٨ ماي قالمة ، ص ٥٣ .

صرصور ، جابر علي سلمي (٢٠١٩) " الريادة الاستراتيجية لدي القيادات الأكاديمية وعلاقتها بجودة الأداء المؤسسي في جامعة الأقصى " رسالة ماجستير غير منشورة ، فلسطين ، جامعة الأقصى .

مبيضين ، ليث (٢٠١٦) " الدور الاستراتيجي للموارد البشرية وأثره علي الخصائص الريادية لدي العاملين في شركات الاتصالات العاملة في الاردن .رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة العلوم الإسلامية العالمية ، كمان ، الاردن .
نور ، عبد الحكيم عبد الله (٢٠٠٩) " الأداء التنافسي لشركات صناعة الأدوية الأردنية في ظل الانفتاح الإقتصادي " مذكرة دكتوراه جامعة تشرين ، سورية .

٣- المجالات العلمية

أحمد ، محمد المهدي الأمير (٢٠٢٠) " المحاسبة عن التنمية المستدامة ودورها في دعم القدرة التنافسية : دراسة ميدانية علي عينة من المنشآت الصناعية السودانية " مجلة كلية التجارة العلمية ، كلية التجارة ، جامعة النيلين ، العدد ٩ ، ص ص ٥٩ - ٧٨ .
أحمد، محمد المهدي الأمير. (٢٠٢٠). المحاسبة عن التنمية المستدامة ودورها في دعم القدرة التنافسية: دراسة ميدانية على عينة من المنشآت الصناعية السودانية.مجلة كلية التجارة العلمية، ع ٩، ٥٩- ٧٨ .
الهنيني ، ايمان وأبو رمان ، محمد (٢٠١٩) " استراتيجيات الريادة ودورها في تحقيق التنمية الاقتصادية ، مجلة المثقال للعلوم الاقتصادية والإدارية ، مجلد خاص ، مؤتمر جامعة البلقاء التطبيقية ، ٨١-١٠٠ .
الأشول، علي حسين علي حسين، و ابن عبدالكريم، أماني بنت طلال. (٢٠٢٢). استراتيجيات الريادة وأثرها في نجاح المنظمات: دراسة حالة مستشفى جامعة العلوم والتكنولوجيا - صنعاء.مجلة الدراسات الاجتماعية، مج ٢٨ ، ع ١٠١-٧٤-٤٣
الحرمان، ندى جاسم محمد جاسم، و الزعيبي، خالد يوسف محمد . (2022) . أثر استراتيجيات الريادة في تحقيق الميزة التنافسية :دراسة ميدانية على القيادات الأكاديمية في الجامعات الخاصة الأردنية.المجلة الأردنية للعلوم التطبيقية - سلسلة العلوم الانسانية، مج 30، ع 1، 31- 1

النجار ، علي محمد أحمد (٢٠١٨) " تأثير التحديات الإقتصادية علي أهداف التنمية المستدامة : استراتيجية مصر للتنمية المستدامة رؤية مصر ٢٠٣٠ حالة تطبيقية ، الأعمال الكاملة للمؤتمر العلمي الأول : مواجهة التحديات السياسية والإقتصادية في الأطر الإقليمية والدولية ، كلية الدراسات الإقتصادية والعلوم السياسية ، جامعة بني سويف ، المجلد (١) ، مصر ، ص ٣٢٩-٣٥٨ .

النصيري ، بكر وأبو حسين ، الحارث (٢٠١٧) " أثر إدارة المواهب علي استراتيجيات الريادة في شركات صناعة الأسمدة والكيماويات الأردنية ، مجلة جامعة عمان العربية للبحوث ، (١) ، ١-٢٣ .

الحلواني ، شيماء (٢٠١٧) " واقع أبعاد الريادة في الأعمال الصناعية الصغيرة في محافظتي القدس والخليل ، رسالة ماجستير ، جامعة الخليل ، فلسطين .

عبد الرحيم ، عاطف (٢٠١٣) " دور رياديات الأعمال في تطوير الإبداع المؤسسي " مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات ، عدد ٣٢ ، ٤٧-٩٠ .

النجار ، علي محمد أحمد (٢٠١٨) تأثير التحديات الاقتصادية علي أهداف التنمية المستدامة : استراتيجية مصر للتنمية المستدامة رؤية مصر ٢٠٣٠ حالة تطبيقية " الأعمال الكاملة للمؤتمر العلمي الأول : مواجهة التحديات السياسية والاقتصادية في الأطر الإقليمية والدولية ، كلية الدراسات الاقتصادية والعلوم السياسية ، جامعة بني سويف ، المجلد (١) مصر ، ص ٣٢٩-٣٥٨ .

البناء ، إسلام محمد (٢٠١٤) " التنمية المستدامة والبيئة المؤسسية في مصر " المجلة العلمية للبحوث التجارية ، جامعة المنوفية ، المجلد (١) ، العدد (٤) ، ص ٩-٣٦ . البعد الاجتماعي

الرميدي ، بسام سمير ، طلحي ، فاطمة الزهراء (٢٠١٨) " التخطيط البيئي كآلية لتحقيق البعد البيئي في استراتيجية التنمية المستدامة : رؤية مصر ٢٠٣٠ " مجلة اقتصاديات المال

والأعمال ، معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التيسير ، الجزائر العدد (٧) ، ص ٢٥٨- ٢٧٧.

عبدالرحيم، عالم الحاج آدم، و عبدالعزيز، عبدالعزيز حسن. (٢٠٢١). استراتيجيات الريادة وأثرها على تحقيق الميزة التنافسية: دراسة حالة جامعة دمشق المشرق - الكلية الأردنية السودانية ٢٠٢١ م. المجلة العالمية للاقتصاد والأعمال، مج ١١، ع ٣، ٣٤١- ٣٥٨. عباس ، كريم ممدوح (٢٠٢٣) " أثر التحول الرقمي علي تفعيل دور المراجعة الداخلية لتحقيق أهداف التنمية المستدامة : دراسة ميدانية ، المجلة العلمية للبحوث والدراسات التجارية، ٣٧ (٢)، ١٥٦٥- ١٦٢٧ .

عبدالله ، كرم عبدالتواب محمود و مرسى، صبري صلاح حسين (٢٠٢٣) " متطلبات تحقيق التنمية المستدامة في ظل جائحة كورونا " مجلة القاهرة للخدمة الاجتماعية ، كلية الخدمة الاجتماعية ، جامعة القاهرة ، العدد ٣٨ ، ص ص ١٢٨-١٦١ .

سماعيني ، نعيمة و لخضاري ، نسيم (٢٠٢٠) " الريادة التسويقية كمدخل استراتيجي لتحقيق التنمية المستدامة " دراسة حالة عينة ميسرة من فنادق ولاية المسيلة ، مجلة الريادة لاقتصاديات الاعمال ، المجلد ٦ ، العدد ٤ ، ص ص ٢١٣-٢٣٢ .

قرشي ، محمد وغري ، وهيبه وجوهرة ، أقطي (٢٠١٩) " استراتيجيات الريادة ودورها في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة الإقتصادية " دراسة تطبيقية مؤسسة صناعة الكوابل - فرع كوندور- بسكرة -الجزائر ، مجلة علمية دولية محكمة تصدر عن المركز الجامعي ، تندوف ، الجزائر ٢ (٢) ٢٣٩-٣٢٥.

كروش، محمد الأمين (٢٠٢٣) " دور التسويق الأخضر في توجيه أنشطة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لتحقيق التنمية المستدامة " .مجلة المشكاة في الاقتصاد، التنمية والقانون، مج 2٤7، 73- 88 .

محمد ، سعيد (٢٠١٣) " إمكانية تعزيز استراتيجيات الريادة من منظور العلاقة ، التوجه مع الاستراتيجي دراسة استطلاعية لأراء عينة من المديرين في الشركة العامة لصناعة الأدوية والمستلزمات الطبية في نينوي ، تنمية الرافدين ، ٣٥ (١١٢) ، ٢٨٥-٢٥٧ .

معوض ، نادية لطفى عبد الفتاح (٢٠٢٢) " إستراتيجيات زيادة الأعمال وعلاقتها بالقدرة التنافسية للمشروعات الرياضية الصغيرة والمتوسطة " جامعة الإسكندرية - كلية التربية الرياضية للبنات ، المجلة العلمية للتربية البدنية والرياضة ، العدد ١٩ ، ص ص ١-٣٢ .

ناجي ، محمد إبراهيم حنفي و الغرباوي ، علاء الدين حسن و عبد الباري ، علاء عبد الواحد وعشرة ، نيفين إبراهيم عبد السلام (٢٠٢٣) " تأثير استراتيجية العناقيد الصناعية علي التنمية المستدامة من خلال تعزيز الميزة التنافسية كمتغير وسيط " دراسة تطبيقية علي الصناعات الصغيرة والمتوسطة المصرية ، مجلة جامعة الإسكندرية للعلوم الإدارية ، كلية التجارة ، جامعة الإسكندرية ، المجلد ٣ ، العدد ٣ ، ١٩٣-٢٢٦ .

ثانيا : المراجع الأجنبية

Anwar ,M.,Khan,S.Z.,& Khan ,N.U.(2018) ."Intellectual Capital , Entrepreneurial Strategy and New Ventures Performance : Mediating Role of competitive Advantage . Business & Economic Review ,10(1),63-94.

Algieri, B., Aquino, A. and Succurro, M. (2018), "International competitive advantages in tourism: an eclectic view", Tourism Management Perspectives, Vol. 25, pp. 41-52.

Alqahtani, N., & Uslay, C. (2018), "Entrepreneurial Marketing and Firm Performance: Synthesis and Conceptual Development", Journal of Business Research, DOI: 10.1016/j.jbusres.12.035

Asadi ,S.,Pourhashemi , S.O.,Nilashi , M.,Abdullah , R.,Samad , S.,Yadegaridehkordi , E& Razali , N.S. (2020) " Investigating influence of green

innovation on sustainability performance : A case on Malaysian hotel industry .
Journal of Cleaner Production , 258, 120860.

Caseiro, N. and Coelho, A. (2018), "Business intelligence and competitiveness: the mediating role of entrepreneurial orientation", *Competitiveness Review*, Vol. 28 No. 2, pp. 213-226. <https://doi.org/10.1108/CR-09-2016-0054>.

Castillo –Acobo , R.Y., Cano , Y.D.P.Y.F.,Paricahua , A.K.P.,Iniguez –Ayon ,Y.P.,Leon ,C.R.R,Mohamed , ,M.H.,...& Gonzales ,J.L.A.(2022) " The Role of Innovation Adoption and Circular Economy Readiness on the Environmental Sustainability : Moderating Impact of Organizational Support . *AgBioForum* ,24(2) , 226-235.

Cavallo,A.,Chezzi,A.(2019) " Fosterin digital entrepreneurship from startup to scaleup . The role of venture capital funds and angel groups . *Technological Forecasting and Social change* ,145(2): 24-35 .

Culahane , Janee Marie , (2018) " The Entrepreneurial Orientation Performance Linkage in High Techonology Firms – An International Compative Study (Germany , United States) .

Chick,R.,Clifton, G .,Peace ,K.et al,(2020) ,"Using Technology to Maintain the Education of Residents During the COVID-19 Pandemic. *Journal of Surgical Education* .

[http:// www.Sciencedirect . com / Science /articale /pii/S1931720420300842](http://www.Sciencedirect.com/Science/articale/pii/S1931720420300842).

Dushia, N., Danab, L., & Ramadania, V. (2019), "Entrepreneurial marketing dimensions and SMEs performance", *Journal of Business Research*, 100.

Desimone,L ^ Popff , F(1997). *Eco – Efficiency : The business link to sustainable development* . Cambridge : MIT Press.

Espinosa ,P., Fernandez ,I & Tudela ,P.(2021) " Em Digital to Promote Digital Entrepreneurship : The Relation With open Innovation . Journal of Open University : Technology , Market , and Complexity .

Johnson, G., Scholes, K., & Whittington, R. (2008). Exploring corporate strategy : Text and cases. Pearson education .

Ghezali Fatima, Boudi Abdessamad, (2019) ," The impact of e-marketing methods on marketing leadership : A case study of Algerian banks, knowledge of Aggregates Magazine, Algeria, V 05, N 02, Website:

<https://asjp.cerist.dz/en/article/107902> date: 20/05/2021 .

Hörisch, Jacob. (2020). The relation of COVID-19 to the UN sustainable development goals: implications for sustainability accounting, management and policy research, Sustainability Accounting, Management and Policy Journal, Emerald Publishing Limited.

Heggen, Kristin, et al. (2020). COVID-19 and sustainable development goals, Bull World Health Organ, Vol. 98.

Ghods, M. (2019), "Entrepreneurial marketing: the missing link in social enterprise studies", Journal of Global Entrepreneurship Research.

Kenneth, A.Y., & Tony, W. T. (2018). Competitive pressure on the rate and scope of innovation. Journal of Economic Behavior & Organization, 150 (June), 162-181.

Kalanit, E.; Paul, H.; Ekaterina, N.; Anne, L. S.; Joseph, S. C. (2018). Leveraging of Dynamic export capabilities for competitive advantage and performance consequences: Evidence from China. Journal of Business Research, 84 (March), 114-124.

Lisiana, N.; Sven, B.; Henrik, N.; Tobias, L. (2017). Competitiveness and sustainability effects of cars and their business models in Swedish small town regions. *Journal of Cleaner Production*, 140 Part 1, (1), 333-348

Latukha M. O. (2018) ,"Can Talent Management Practices Be Considered as a Basis for Sustainable Competitive Advantages n Emerging – Market Firms ? Evidence from Russia ", *Thunderbird International Business Review* , Vol.60, No.1 ,pp.69-87.

Nadalipour, Z., Khoshkhoo, M. H . I., & Eftekhari, A. R. (2019). An integrated model of destination sustainable competitiveness. *Competitiveness Review: An International Business Journal*.

Priya Jhamb. (2016). An Application of Porter's Diamond Framework: A Case of Sports Goods Cluster at Jalandhar Pacific. *Business Review International*, Volume 8, Issue 8.p 116 .

R, C-Royo, I, M-Clemente., & M. Perelló-Marín., & G, R-Giner .(2020). Sustainable development, economic and financial factors, that influence the opportunity-driven entrepreneurship. An fsQCA approach. *Journal of Business Research*, Elsevier, 115 (C), pp393- 402.

Ramos , Tomas B., Sandra Caeiro .Bart Van Hoof , Rodrigo Lozano , Kim Ceulemans ,(2015) " Experiences from the Implementetion of sustainable development in higher education institutions : Environmental Management for Sustainable Universities " , *journal of cleaner production* , Vol.(106),P.(3-10).

Ranjith, V. K. (2016) *Business Models and Competitive Advantage*. *Procedia Economics and Finance*, 37, 203-207

Rahman ,M,K.,Masud ,M.,Aktar ,R.,&Hossain ,M.M.(2022)" Impact of Community Participation on Sustainable development of marine protected areas :

Assessment of ecotourism development International Journal of Tourism Research ,24(1),33-43.

Sakda, S. (2017). Multi-level factors affecting firm competitiveness in ASEAN region of small and medium enterprises of Thailand. Kasetsart Journal of Social Sciences, 4 (October), 225-238.

Saeidia P., Saeidia .S.P., Sofiana S.,Saeidib S.P., Nilashic M., and Mardania A.(2018) ." The Impact of Enterprise Risk Management on Competitive Advantage by Moderating Role of Information Technology ", Computer Standards & Interfaces , In Press , 1-16, doi .org / 10.1016 /j.csi.2018.11.009.

Smit, A. (2010). The competitive advantage of nations: is Porter's Diamond Framework a new theory that explains the international competitiveness of countries? Southern African Business Review, Volume 14 Number 1. P 115-116.

Seyfried, M., Ansmann, M. & Pohlenz, P. (2019), Institutional Isomorphism, Entrepreneurship and Effectiveness: The Adoption and Implementation of QualityManagement in Teaching and Learning in Germany, Ertiary Education and Management, 25(2), p115 - 129.

ثالثا : مواقع شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت)

<https://www.oecd.org/> منظمة التعاون والتنمية الإقتصادية

<http://ar.unesco.org/sdgs> المعهد القومي للحكومة والتنمية المستدامة

موقع رئاسة مجلس الوزراء المصري ، استراتيجية التنمية المستدامة : مصر ٢٠٢٠ ، ٢٠٣٠ ،

رابط : [https:// cabinet.gov.eg/Arabic/GovernmentStrategy](https://cabinet.gov.eg/Arabic/GovernmentStrategy)