

فاعلية برنامج إرشادي لتنمية وعي السيدات المعيلات باستراتيجيات زيادة الأعمال وعلاقتها بتحقيق الميزة التنافسية

أ.م.د/شيماء عبد السلام عبد الواحد عبد الرحيم الجوهري
 أستاذ مساعد إدارة المنزل والمؤسسات
 كلية التربية النوعية- جامعة أسوان.
shimaaelgohary@hotmail.com

أ.م.د/ أسماء ممدوح فتحي عبد اللطيف
 أستاذ مساعد إدارة المنزل - كلية التربية
 النوعية - جامعة المنيا.
Asmaa.abdellatief@minia.edu.eg

ملخص البحث:

يهدف البحث الحالي بصفة رئيسية إلى الكشف عن فاعلية برنامج إرشادي معد لتنمية وعي السيدات المعيلات باستراتيجيات زيادة الأعمال بمحاورها الأربعة (التخطيط الاستراتيجي - الاستباقية - الابتكار - إدارة المخاطر) والإجمالي وعلاقتها بتحقيق الميزة التنافسية بمحاورها الأربعة (التميز - الجودة - التكلفة - التسليم) والإجمالي، وتم إعداد أدوات البحث والمتمثلة في (استمارة البيانات العامة، استبيان الوعي باستراتيجيات زيادة الأعمال، استبيان تحقيق الميزة التنافسية، برنامج إرشادي لتنمية وعي السيدات المعيلات باستراتيجيات زيادة الأعمال) وتم تطبيق أدوات البحث على عينة البحث الأساسية وقوامها (١٥٣) سيدة معيلة من مستويات اجتماعية واقتصادية مختلفة تم اختيارهم بطريقة عمدية غرضية بشروط أن يكونوا من أصحاب المشروعات الريادية القائمة بالفعل والمستفيدات من خدمات كل من (المجلس القومي للمرأة بفرعيه بمحافظة أسوان والمنيا، حاضنات الأعمال بوحدة وزارة التضامن الاجتماعي بمحافظة أسوان والمنيا)، واتخذت الباحثتان منهن عينة البحث التجريبية وقوامها (٣٠) سيدة معيلة يمثلن الربيع الأدنى من الحاصلات على درجات منخفضة في استبيان الوعي باستراتيجيات زيادة الأعمال. وقد أتبع البحث المنهج الوصفي التحليلي والمنهج التجريبي، وقد تم تحليل البيانات إحصائياً باستخدام برنامج Spss.x، وكان من أهم النتائج: وجدت فروق دالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠.٠١) بين السيدات المعيلات أفراد العينة الأساسية في كل من الوعي باستراتيجيات زيادة الأعمال وتحقيق الميزة التنافسية تبعاً لمتغيرات البحث لصالح (الفئة العمرية من ٤٠ لأقل من ٥٠ سنة، الأرامل، المستوى التعليمي المرتفع، السيدات المعيلات غير العاملات، عدد أفراد الأسرة الأصغر، الدخل الشهري المرتفع للأسرة، طبيعة نشاط المشروع الإنتاجي، العمر الأطول للمشروع ٦ سنوات فأكثر، العدد الأكبر للعاملين بالمشروع أكثر من ١٠ أفراد، كما تبين وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية عند مستوى

دلالة (٠.٠١) بين الوعي باستراتيجيات ريادة الأعمال بمحاورها الأربعة والإجمالي وبين تحقيق الميزة التنافسية بمحاورها الأربعة والإجمالي لدي السيدات المعيلات عينة البحث الأساسية. كما تبين أن المستوى التعليمي للسيدات المعيلات عينة البحث الأساسية هو العامل الأكثر تأثيراً في تفسير نسبة التباين في الوعي باستراتيجيات ريادة الأعمال، وتحقيق الميزة التنافسية حيث بلغت قيمة نسبة المشاركة على الترتيب (٨٧.٧ %)، (٧٨.٩ %)، كما وجدت فروق دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠.٠١) بين متوسطي استجابات السيدات المعيلات عينة البحث التجريبية على استبيان الوعي باستراتيجيات ريادة الأعمال بمحاوره والإجمالي قبل وبعد تطبيق البرنامج الإرشادي لصالح القياس البعدي. **توصى الباحثان:** بضرورة عقد برامج إرشادية وورش عمل من قبل المتخصصين في مجال إدارة المنزل بالتنسيق مع وزارة التضامن الاجتماعي حول كيفية تغيير أنماط تفكير السيدات المعيلات نحو ثقافة العمل الحر وتنمية الوعي باستراتيجيات ريادة الأعمال لدعم الاقتصاد المصري لا سيما في ظل الأزمة الاقتصادية الراهنة.

الكلمات المفتاحية: برنامج إرشادي - استراتيجيات ريادة الأعمال - السيدات المعيلات - الميزة التنافسية.

"The Effectiveness of a Guidance Program To Develop Female Breadwinners' Awareness OF Entrepreneurship Strategies And Their Relationship Achieving Competitive Advantage "

Abstract:

The current research mainly aims to reveal the effectiveness of a guidance program designed to develop female breadwinners' awareness of entrepreneurship strategies in its four axes (strategic planning - proactiveness - innovation - risk management) and the total, and its relationship to achieving competitive advantage in its four axes (excellence - quality - cost - delivery) and the total. The prepared research tools are as follows: (the general data form, awareness questionnaire about entrepreneurship strategies, , competitive advantage questionnaire, and a guidance program to develop female breadwinners' awareness of entrepreneurship strategies) The research tools were applied to the basic research sample, which consisted of (153) female breadwinners from different social and economic levels who were selected in a deliberate, purposeful manner on the condition that they be owners of already existing entrepreneurial projects and beneficiaries of the services of each of the (National Council for Women in its branches in Aswan and Minya governorates, business incubators in units Ministry of Social Solidarity in Aswan and Minya Governorates), The two researchers took the experimental research sample from (30) female breadwinners, representing the lowest quartile of those with low scores in the questionnaire on awareness of entrepreneurship strategies.. The research used the descriptive analytical methodology and the experimental methodology., The research

concluded a set of results the most important of which are as follows: There were statistically significant differences at the level of significance (0.01) between female breadwinners, members of the basic sample, in both awareness of entrepreneurship strategies and achieving competitive advantage, according to the research variables, in favor of (the age group from 40 to less than 50 years, widows, high educational level, non-working breadwinner women, The smaller number of family members, the higher monthly income of the family, the nature of the project's production activity, the longest project lifespan of 6 years or more, the largest number of project workers more than 10 individuals., It was also shown that there is a positive, statistically significant correlation at the level of significance (0.01) between the entrepreneurship strategies and achieving competitive advantage. It was also found that the educational level of female breadwinners, the primary research sample, is the most influential factor in explaining the percentage of variation in awareness of entrepreneurship strategies and achieving competitive advantage, as the value of the participation percentage reached, respectively, (87.7%) and (78.9%). There were also statistically significant differences at the level of significance (0.01) between the average responses of female breadwinners from the experimental research sample to the questionnaire on awareness of entrepreneurship strategies, with its axes and the total, before and after implementing the guidance program, in favor of the post-measurement.

The researchers recommend: the necessity of holding guidance programs and workshops by specialists in the field of home management in coordination with the Ministry of Social Solidarity on how to change the thinking patterns of female breadwinners towards a culture of self-employment and developing awareness of entrepreneurship strategies to support the Egyptian economy, especially in light of the current economic crisis.

Keywords: Guidance program - Entrepreneurship Strategies - female Breadwinners - Competitive advantage.

مقدمة ومشكلة البحث:

تُعد ريادة الأعمال من أبرز الممارسات التي تنتهجها الإدارة العليا في المنظمات بقطاعيها العام والخاص لاتخاذ القرارات الهامة للمضي قدماً في مضمار الاقتصاد التنافسي؛ حيث تُسهم بشكل مباشر في تشكيل المشهد الاقتصادي لدول العالم؛ لكون المشروعات الريادية تسجل إسهاماً فاعلاً في تطور التنمية الاقتصادية الشاملة لأنها من أهم الممارسات لتوفير فرص العمل الحر الذي يوسع المنافذ لخلق الكفاءة الاقتصادية والإبداع، كما أنها تُمثل رافداً أساسياً لنمو الناتج الإجمالي وتحسين الوضع الاقتصادي للفرد، والتوظيف الذاتي واستحداث وظائف جديدة تحد من البطالة في المجتمع وتخلق روح المبادرة والتنافس بين المنظمات فضلاً عن ظهور أنماط من منتجات وخدمات جديدة تكسبهم حصة سوقية كبيرة، مما يُسهم في تعزيز الأنشطة الإنتاجية في كافة القطاعات والمجالات الاقتصادية؛ لتؤثر مباشرة على نمو الأسواق المحلية والعالمية مما يسهم في تقليل الفجوة بين اقتصاديات الدول. (فايز النجار، عبدالستار العلي، ٢٠١٠)، (محمود مسيل وآخرون، ٢٠١٨).

وتشير الإحصاءات العالمية إلى تنامي وتساعد وتيرة إقامة المشروعات الريادية في

المجال الاقتصادي حيث كشف تقرير المرصد العالمي لريادة الأعمال العالمي Global Entrepreneurship Monitor GEM, (2022) من خلال قيامه بإجراء استطلاع رأي للعالم ٢٠١٨/ ٢٠١٩ م أن أكثر من ٦٧% من الأفراد في ٦٢ دولة على مستوى العالم اعتقدوا أن ريادة الأعمال تحظى بدرجة عالية من القبول والتقدير المجتمعيين، و٤٢% منهم يرون بأن ثمة فرصاً ريادية واعدة، كما تبين أنه يوجد قرابة ٦٧% يعملون على الريادة المدفوعة بالفرص Motivated-Opportunity لتنمية مهاراتهم ودخلهم المالي، وليست الريادة المدفوعة بالحاجة Motivated-Necessity والتي تنبثق في العادة من الاعتقاد بأنهم لن يتمكنوا من الحصول على فرص عمل جيدة مما يلجئهم إلى التفكير في مسار تأسيس المشاريع الريادية الصغيرة.

وعلى الصعيد المحلي وجد أن مصر تمتلك أسرع بيئة لدعم نمو ريادة الأعمال بالشرق الأوسط وشمال إفريقيا وفقاً لتقرير المرصد العالمي لريادة الأعمال حيث تقدمت بنحو ١٠ مراكز في المؤشر العالمي لريادة الأعمال الصادر عن المعهد الدولي لتنمية ريادة الأعمال خلال ٤ سنوات، لتأتي في المرتبة ٨١ عالمياً خلال عام ٢٠١٩ م بدلاً من ٩١ في ٢٠١٥ م بين ١٣٧ دولة. (وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية، ٢٠٢٢)

وتُمثل زيادة الأعمال مكوناً جوهرياً لدعم أي اقتصاد وتحقيق معدلات نمو اقتصادي عالٍ، وذلك لكونها وسيلة تسعى لتصحيح مسار المشروعات الصغيرة والمتوسطة لكونها لا تقوى على الصمود والمنافسة لفترات طويلة نظراً للتحديات التي تواجه مؤسسات زيادة الأعمال حيث تزيد المخاطرة في ظل التمويل المحدود وتشتد حدة التنافسية في عالم الأعمال (كامل الحواجرة، ٢٠١٨)، ولهذا يؤكد أسامة الطبلأوى (٢٠٢٢) أننا في حاجة ماسة للتحويل من الريادة التقليدية للأعمال إلى التوجه نحو استراتيجيات زيادة الأعمال وذلك لكونها تؤدي إلى خلق قيمة للمنظمات بمختلف أنواعها وأحجامها، كما تسمح لها بأن تواجه التحديات المزوجة في البيئة التنافسية من خلال تعقب واستثمار الفرص لتحقيق تدفق مستمر من الابتكار (أشكال تنظيمية جديدة- بيئة جديدة- منتجات جديدة) في نطاق الإدارة الاستراتيجية، بينما الميزات التنافسية وخلق الفرص يكون من خلال منهجية زيادة الأعمال.

وتلعب استراتيجيات زيادة الأعمال للمشروعات دوراً بارزاً في تطوير الأفكار داخل المؤسسات مما يؤدي إلى تحسين الربحية وتعزيز الوضع التنافسي والاستئناف الاستراتيجي للأعمال القائمة ويمكن اعتبار زيادة الأعمال التنظيمية بالإضافة إلى تركيزها على الإبداع والابتكار فهي تشكل دافعاً نحو المخاطرة حيث تتولى المنظمات الأمر بدءاً من المنتج والعملية وصولاً إلى التكنولوجيا والإدارة في حين أن المخاطرة تدفع المنظمات الكبيرة إلى تعزيز التنافسية الشاملة في السوق عن طريق تحمل مخاطر أكبر كإعادة تحديد فكرة عمل الشركة وإعادة التنظيم والهيكلة بداخلها وإدخال تغييرات على مستوى النظام الخاص بالمنظمة. (أشرف صبحي، أحمد الشيخ، ٢٠٢٠)

وتتألف استراتيجيات زيادة الأعمال من سلسلة من الاستراتيجيات المتصلة والمتكاملة التي يُمثل فيها التخطيط الاستراتيجي القاعدة الأساسية لها وذلك لأن البيئة الحالية لرواد الأعمال تتسم بديناميكية العوامل الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والثقافية والقانونية والتكنولوجية والديموغرافية المؤثرة على المشروعات الريادية (أحمد عبد المطلب وآخرون، ٢٠١٨)، حيث يعتبر التخطيط الاستراتيجي هو بوصلة الإدارة المنظمة نحو النتيجة المستقبلية لأن الغرض الأساسي منه تحديد الأولويات وتوفير التوجيه لمستقبل المنظمة بحيث تكون قادرة على التنفيذ وفق نظام رقابي يتابع الخطط الاستراتيجية وفق رؤى واقعية (Chinyamurind، 2016)، وذلك ما أقرته دراسة ياسر شحاته (٢٠١٩) التي أكدت أن التخطيط الاستراتيجي يرتبط ارتباط وثيق بمجال زيادة الأعمال مما يؤدي إلى زيادة فاعلية أداء المنظمات.

وتمثل الاستباقية عنصر متأصل لريادة الأعمال حيث تعتمد على السعي وراء الفرص واقتناصها والكشف عن توجهات سوق العمل والتنبؤ بتحركات المنافسين، وتقييم نقاط القوة والضعف للمنظمة في البيئة الداخلية والخارجية لها، وبالتالي تعكس الاستباقية رغبة المنظمة في البقاء والنجاح بقوة، وخاصة عند تنفيذ الأعمال الرائدة ومحاولة تحقيق الأفكار، وجعلها قابلة للتنفيذ في الواقع . (محمد شعيب، ٢٠٢١)

والمنظمة الاستباقية هي صانعة الخطوة الأولى أو المحرك الأول وليست تابعة بالسوق التنافسية. حيث يعكس النشاط الاستباقي ميل المنظمة للعمل وفق الاحتياجات المستقبلية المتوقعة بدلاً من الاستجابة للأحداث بعد كشفها وظهورها (Asemokha et al., 2019)، وهذا ما أكدته دراسة Haider et al., (2017) أن للاستباقية ومتابعة الفرص والالتزام بالتحسين المستمر للأداء تأثير كبير في قيادة التكلفة وخفض تكاليف رأس المال والأجور مما يدعم مجال ريادة الأعمال.

وفى سياق متصل نجد أن الابتكار محور أساسي لاستراتيجيات ريادة الأعمال لتغيير الفكر النمطي للإدارة والارتقاء بمستوى المنظمة ودفعها نحو التوسع الخارجي، نظراً لكون الابتكار يعمد إلى استحداث منتجات وخدمات جديدة خاصة مع وجود نزعة في بيئة الأعمال في الآونة الأخيرة إلى تقصير عمر دورة حياة المنظمة والمنتج Business and Cycles Life Product بل بإدارة العمليات التنظيمية نفسها لإيجاد حلول غير تقليدية للمشكلات التي تواجه رائد الأعمال مما يؤدي إلى زيادة تدفقات الربح المستقبلية من عمليات التشغيل الحالية في منظمات الأعمال بالصورة التي تساعد المنظمة على التعامل مع الحقائق التنافسية في الأسواق. (ثابت إدريس، ٢٠١١)، (Lubis, 2017)

وهذا ما أيدته دراسة كل من Mahmood et al., (2020)، Dakare, (2021) الذين أكدوا على أن الابتكار له التأثير الأكبر في زيادة معدل التنافسية للمشاريع، حيث أكدت وجود تأثير موجب وقوي للابتكار وتبني الأفكار الجديدة وتنفيذها وفق أساليب عمل جديدة بالإضافة إلى السعي نحو إيجاد حلول غير نمطية للمشكلات التي تعترض المشروعات مما يبرز أهمية الابتكار في التوجه نحو ريادة الأعمال وتحقيق الميزة التنافسية.

ومن الأهمية أن نشير إلى أن إدارة المخاطر جزء لا يتجزأ من رحلة ريادة الأعمال، بل من الضروريات الملحة لإنجاحها حيث يتعرض رواد الأعمال الذين يتبنون المخاطر باستمرار لتحديات وتجارب غامضة وجديدة في نفس الوقت مما يُعزز من مستوى قدراتهم ومهاراتهم

وإمكانياتهم على مواجهة المخاطر التي تواجه المشروع والتخلص منها أو الحد منها أو تحويلها إلى فرصة استثمارية تزيد من الحصة السوقية للمشروع الذي ينتمون إليه. (Marx, & Swardt., 2023)

وتشكل الميزة التنافسية المحرك والمحفز للمنظمات لتنمية وتقوية مواردها وقدرتها وتدفعها إلى البحث والتطوير في المجتمع الاقتصادي الذي يتسم بكونه دينامي سريع التغير مغاير بشده للحاضر في أشكاله وتنظيماته وأفراده وأنماط أعماله وأدواته والعلاقة التي تربط بين عناصر المنظومة المجتمعية والاقتصادية، حيث تمثل الميزة التنافسية العنصر الاستراتيجي الحرج الذي يقدم فرصة جوهرية لكي تحقق المنظمات موقع ريادي متميز وحصة سوقية تفوق منافسيها وتدعم تواجدها بالأسواق مع ضرورة الاحتفاظ بالعملاء واستقطاب عملاء جدد مع التأكيد على معدل ربحية متواصل بالمقارنة مع منافسيها، وذلك لكون الميزة التنافسية تحوى بعداً داخلياً يتمثل في المعرفة الجيدة للقدرات والمهارات والإمكانات والاستثمار فيها بشكل يحقق الميزة التنافسية للمنظمة في إطار سعيها الدائم لتحقيق الريادة والتميز. (أحمد عبد المطلب وآخرون، ٢٠١٨)، (على المطيري، أمل الحرملية، ٢٠٢٠).

وتسعى المنظمات ولاسيما في مجال ريادة الأعمال إلى البحث عن آليات للمنافسة الفاعلة ذات توجه استراتيجي وبذل كل جهودها والتي تظهر جلياً في التحسينات المستمرة لمنتجاتها وتمييزها وتقديم أداء أفضل للعمليات التنظيمية، وفي هذا الإطار تؤكد دراسة كل من (Obeidat et al., (2021)، (Rashwan & Madi,(2021) إن المنظمات التي تمتلك معيار التميز فيما تقدمه من خدمات ومنتجات فريدة تصبح قادرة على خلق قيمة نوعية في أذهان عملائها يصعب على المنافسين تقليدها ومحاكاة جدارتها، وتفسح المجال لأسواق جديدة بغرض الوصول إلى ميزة تنافسية تحقق للمنظمات درجة من التميز في أدائها وتأهيلها لترسيخ مكانتها بالأسواق وزيادة ربحها وإنتاجيتها.

وعلى صعيد آخر فقد أكدت دراسة كل من محمود الروسان (٢٠٠٧)، ومجد سلمان (٢٠١٣)، و(Chen,et al., (2013)، (Anchor,et al., (2013) أنه يُنظر للجودة على أنها مصدر أساسي للميزة التنافسية لكونها تمثل تحدياً للأوضاع التنظيمية للمؤسسة بدءاً من الإنتاج وانتهاء بالتسويق حيث تتحقق الجودة من خلال بعدين هما: نوعية التصميم، وتعني ملائمة خصائص تصميم المنتج للوظيفة، ونوعية المطابقة، وتعني قدرة المؤسسة على تحويل المدخلات إلى مخرجات مطابقة أو منسجمة مع الخصائص المحددة في التصميم، وخاصة أن

التحول نحو الجودة فرضته عوامل كثيرة منها السعي لاختصار الوقت ضمن مفهوم إداري معاصر هو "التنافس بالوقت" Time Based Competition والعمل على تحسين الأداء دون توقف ضمن مبدأ إداري معاصر هو "التحسين المستمر" Continuous Improvement، لكي تتمكن المنظمة من تلبية طلبات واحتياجات العملاء بمستوى عال من الجودة يسهم في تحسين سمعة المنظمة ورضا العملاء وذلك يضمن ولاء العملاء بل واستقطاب عملاء جدد وترسيخ مكانتها في الأسواق حيث تتفوق على ما يُقدمه المنافسين.

وتعتبر التكلفة حجر الأساس للتنافسية المنظمة حيث يتعلق بُعد التكلفة بتركيز المنظمة بالقيام بعمل تحليل مقارن لتكاليف إنتاج منتج أو خدمة تقدمها أو ترغب في تقديمها مع تكاليف الإنتاج للمؤسسة المنافسة لها (٢٠١٨، Ciffolilli & Muscio)، حيث لا يمكن للمنظمة حيازة ميزة التكلفة الأقل إذا ما تمكنت من ممارسة نشاطاتها المتتبعة للقيمة وفق التكاليف المتراكمة أقل من مثيلاتها لدى المنافسين، كما يستدعي ذلك تقييم مركزها الخاص بمجال التكاليف بالمقارنة مع منافسيها وألا تعتقد بأن تكاليفها منخفضة كفاية حتى تضمن استمراريتها لأن التحسينات المؤقتة قد تضمن المحافظة على تكاليفها قريبة من المنافسين ولكن لا تحقق لها الريادة. (لمياء بونوة، ٢٠١٥)

وتعد سرعة التسليم من الأولويات التنافسية الأساسية، لكون التسليم ينطوي على ثلاثة أبعاد (أسبقيات) تتضافر مع عنصر الوقت وهي سرعة التسليم: وتقاس هذه السرعة بالوقت الفاصل بين استلام طلب العميل وتلبية الطلب، التسليم بالوقت المحدد: ويعني تسليم طلبات العملاء في الوقت المحدد لهم من قبل المؤسسة، سرعة التطوير: وهي سرعة تقديم منتج جديد، وتقاس هذه السرعة بالوقت الفاصل بين توليد الفكرة (الابتكار) والتصميم النهائي للمنتج وتقديمه إلى السوق وذلك من أجل إرضاء العملاء ونيل ولأهم لمنتجات المنظمة. (غزي العربي، ٢٠١٤).

ويعد العنصر البشري هو المحرك الأساسي لجميع عمليات التنمية وجوهر عملية التطوير، حيث يعتبر العنصر القادر على تحقيق التغيير المطلوب وذلك من خلال تنمية مهاراته ومعارفه وقدراته من أجل مواكبة التطورات الهائلة في مجالات العمل وأساليبه وفي ظل مبادئ التنافسية مما يساعد على الدفع بعجلة التنمية في مصر. (دعاء سلامة، ٢٠١٧).

وتعتبر المرأة الركيزة الأساسية للتنمية، فقد لاقى اهتمام كبير في رؤية مصر ٢٠٣٠ والتي وجهت اهتمام كبير لتمكين المرأة ومشاركتها في النهضة والإنتاج لتحقيق التنمية المستدامة. (حنان الشملاوي، ونهيل الحيط، ٢٠١٨).

وبالرغم من أن تمكين المرأة المصرية من أهم القضايا في رؤية مصر للتنمية المستدامة إلا أنه ما زال هناك العديد من التحديات التي تؤثر على قدرتها في المشاركة الفعالة في الحياة العملية، ومن أهم هذه التحديات ازدواجية الأدوار التي تقوم بها، وعدم توفير فرص العمل المناسبة لها، خاصة إذا كانت المرأة هي العائل الأساسي والوحيد لأسرتها، فتصبح عاجزة عن سد احتياجاتها (نهلة العجمي، هالة العلمي، ٢٠٢١).

وتنتشر ظاهرة السيدات المعيلات في شتى دول العالم وهي في ازدياد مُطرد حيث بلغت نسبتهن واحدة من بين كل ثلاث نساء ويتواجدن بكثرة في المناطق الشعبية الفقيرة، فقد بلغت نسبتهن في أوروبا وأمريكا من ١٥-٢٠%، وفي جنوب آسيا والدول الأفريقية بلغت النسبة إلى ٣٠%، وفي لبنان ١٢%، أما في السودان واليمن فتصل إلى حوالي ٦.٢٢% (سحر سليمان وآخرون، ٢٠٢٢)، وعلى الصعيد المحلي فقد أشار الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء (٢٠٢٠) إلى أن إجمالي عدد الأسر التي تعولها امرأة في مصر قد بلغت ٢٤.٧ مليون أسرة في مصر، ٣.٣ مليون أسرة مصرية تعولها امرأة، وهو ما يعني أن هناك ١٣.٤% من الأسر المصرية تعولها الأم، أي أنه من بين كل ١٠٠ أم، هناك ١٣ أمًا، تُعلن أسرهن بالكامل، حيث وجد أن ٧٠.٣% من هؤلاء السيدات يعولن أسرهن بعد موت الزوج، و١٦.٦% من المتزوجات، و٧.١% من المطلقات وأنهن المسئولات عن توفير الحياة الكريمة لأسرهن وتلبية متطلباتهن.

ويعتبر قطاع المشروعات الصغيرة والمتناهية الصغر ركيزة أساسية لتمكين المرأة من إيجاد فرص عمل حقيقية وتمكينها من مواجهة الأوضاع الاقتصادية الصعبة وخاصة أنها لا تحتاج إلى رأس مال كبير، ومن ثم مساهمتها بدور حقيقيا في التنمية الاقتصادية والاجتماعية الشاملة، وذلك في ظل وجود نسبة لا يستهان بها من السيدات المعيلات في مجتمعنا المصري، وقد كشفت الإحصائيات وفقاً للتحليل العنقودي لمحاافظات الجمهورية أن مشاركة المرأة بالمشروعات الصغيرة خلال الفترة ٢٠١٥م- ٢٠١٧م سجلت أعلى مشاركة للمرأة بالمشروعات الصغيرة بمحاافظات الوجه البحري حيث بلغ عدد المشروعات نحو ٥٥٣٧ مشروع تمثل نحو ٥٠.٧% من إجمالي عدد مشروعات المرأة، تلتها محافظات مصر العليا حيث بلغ عدد

المشروعات ٣٠٣٣ مشروع تمثل نحو ٢٧.٧٦% من إجمالي عدد مشروعات المرأة، وقد حققت محافظة أسيوط أعلى مشاركة للمرأة بالمشروعات الصغيرة بمصر العليا حيث بلغ عدد المشروعات نحو ٩٩٢ مشروع ، تلتها محافظات مصر الوسطى بنسبة بلغت نحو ١٨.٤٦%، وأخيراً محافظات خارج الوادي حيث بلغ عدد المشروعات التي شاركت بها المرأة نحو ٣٣٦ مشروع تمثل نحو ٣.٠٨% . (وفاء عبد الكريم، منار بيومي، ٢٠١٨)

وتشكل زيادة الأعمال عنصر أساسي في التمكين الاقتصادي للمرأة المعيلة باعتبارها هدف تنموي هام، ولكن هناك العديد من المعوقات التي تواجه المرأة في مجال زيادة الأعمال منها خلفيتها التعليمية، وصعوبة موازنة وقتها بين العمل والأسرة ومشاكل تشغيل رأس المال وصعوبة الاقتراض ومشاكل إتاحة المواد الأولية بدون وسطاء وضعف القدرات الإدارية للمرأة مثل التخطيط والتنظيم والتوظيف والتوجيه والتحفيز بالإضافة لارتفاع تكلفة الإنتاج، وضعف القدرة على تحمل المخاطرة، وصعوبة المنافسة في عصر التكنولوجيا. (خالد نصر، ٢٠٢٢)

لذا لابد من ضرورة توافر برامج تدريبية تأهيلية وتطويرية لرفع مستوى أداء ومهارات الأفراد العاملين بالمشروعات الريادية حيث تتضمن استراتيجية التدريب تصميم وتنفيذ برامج وسياسات متعددة غرضها خلق كوادر بشرية على قدر عال من الكفاءة الفنية والتقنية والإدارية التي تؤصل فهم المرأة المعيلة لكيفية الاستثمار وسبل إدارة الميزانيات والتسويق وتجنب المخاطر لتحقيق أهداف المشروعات وصولاً لتحقيق الميزة التنافسية (أيمن على، ٢٠٢٠)، وهذا ما أكدته دراسة وائل الشريف وآخرون (٢٠٢٢) أن التدريب له دور بالغ الأثر في تنمية مهارة العاملين ورفع المعدلات الإنتاجية لتحقيق التنمية المستدامة.

ويتوافق ذلك أيضاً مع رؤية مصر ٢٠٣٠ م التي أكدت على ضرورة وضع سياسة واضحة ومتسقة لهذه المشروعات الريادية لتحقيق معدلات نمو عالية، بالإضافة إلى التوسع في نشر ثقافة زيادة الأعمال وتقديم الدعم الفني في مجال تعزيز القدرات الإدارية والإنتاجية والابتكارية إلى جانب تيسير الحصول على الائتمان وضمانات التمويل وأيضاً المساعدة في مجال النفاذ للأسواق الخارجية ودعم قدراتها التنافسية والبشرية والتقنية. (وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية، ٢٠٢٢)

ومن العرض السابق للقراءات والدراسات السابقة على حد علم الباحثان يتضح تواجد العديد من المشكلات التي تواجه مؤسسات زيادة الأعمال وتعيق نموها وتجعل المرأة المعيلة غير قادرة على الاستمرارية بمشروعها والمحافظة على المركز التنافسي في الأسواق المستهدفة

نظراً لأن بيئة الأعمال شديدة التنافسية وتتسم بالديناميكية والتعقيد؛ وتقتضى في كثير من الأحيان إعادة هيكلة الأوضاع التنظيمية، والسعي المستمر وراء الفرص واقتناصها والكفاءة في استثمار الموارد لضمان تحقيق أهدافها، مما يؤكد على ضرورة إجراء برنامج إرشادي لهذه الفئة من السيدات المعيلات لتنمية استراتيجيات ريادة الأعمال لتحقيق الميزة التنافسية لمشروعاتهن بل إن هذه الاستراتيجيات يمكن تطبيقها في سياقات مختلفة لبناء مجتمع أفضل نفسياً واقتصادياً واجتماعياً عبر التفكير بإيجابية ومن منظور استراتيجي يشدُّ الهمم لاقتناص الفرص المناسبة في ظل الابتكار وإدارة المخاطر لتحقيق أهدافهن وخاصة لكونهن يخضن غمار الحياة دون رفيق مُعين ويكابدن العديد من الضغوط على مختلف الأصعدة النفسية والاجتماعية والاقتصادية، وإدراكاً لخطورة تلك المشكلة نشأت فكرة البحث الحالي في محاولة من الباحثتان للإجابة على التساؤل الرئيس التالي: ما فاعلية البرنامج الإرشادي المُعد لتنمية وعي السيدات المعيلات باستراتيجيات ريادة الأعمال وعلاقتها بتحقيق الميزة التنافسية؟ ويتفرع من هذا السؤال الرئيس التساؤلات الفرعية التالية:

- ١- ما أنواع المشروعات الريادية التي تعمل بها السيدات المعيلات عينة البحث الأساسية؟
- ٢- ما المعوقات التي واجهت السيدات المعيلات عينة البحث الأساسية في مشروعاتهن الريادية؟
- ٣- ما الأهمية النسبية لمحاور استراتيجيات ريادة الأعمال لدى السيدات المعيلات عينة البحث الأساسية؟
- ٤- ما الأهمية النسبية لمحاور الميزة التنافسية لدى السيدات المعيلات عينة البحث الأساسية؟
- ٥- ما مستوى الوعي باستراتيجيات ريادة الأعمال بمحاورها وككل لدى السيدات المعيلات عينة البحث الأساسية؟
- ٦- ما مستوى الوعي بتحقيق الميزة التنافسية بمحاورها وككل لدى السيدات المعيلات عينة البحث الأساسية؟
- ٧- هل توجد فروق بين متوسطات استجابات السيدات المعيلات عينة البحث الأساسية على إجمالي استبيان الوعي باستراتيجيات ريادة الأعمال تبعاً لمتغيرات البحث (السن، الحالة الاجتماعية، المستوى التعليمي، عمل المرأة، عدد أفراد الأسرة، الدخل الشهري للأسرة، طبيعة نشاط المشروع، عمر المشروع، عدد العاملين بالمشروع)؟

- ٨- هل توجد فروق بين متوسطات استجابات السيدات المعيلات عينة البحث الأساسية على إجمالي استبيان تحقيق الميزة التنافسية تبعاً لمتغيرات البحث (السن، الحالة الاجتماعية، المستوى التعليمي، عمل المرأة، عدد أفراد الأسرة، الدخل الشهري للأسرة، طبيعة نشاط المشروع، عمر المشروع، عدد العاملين بالمشروع)؟
- ٩- ما طبيعة العلاقة بين الوعي باستراتيجيات ريادة الأعمال بمحاورها والإجمالي وتحقيق الميزة التنافسية بمحاورها والإجمالي لدى السيدات المعيلات عينة البحث الأساسية؟
- ١٠- هل تختلف نسبة مشاركة المتغيرات المستقلة المدروسة في تفسير نسبة التباين في المتغيرات التابعة (الوعي باستراتيجيات ريادة الأعمال، وتحقيق الميزة التنافسية طبقاً لأوزان معاملات الانحدار ودرجة الارتباط)؟
- ١١- ما فاعلية البرنامج الإرشادي المُعد لتنمية وعي السيدات المعيلات عينة الدراسة التجريبية باستراتيجيات ريادة الأعمال؟

أهداف البحث:

- يهدف البحث الحالي بصفة رئيسة إلى الكشف عن فاعلية برنامج إرشادي مُعد لتنمية وعي السيدات المعيلات باستراتيجيات ريادة الأعمال بمحاورها الأربعة (التخطيط الاستراتيجي - الاستباقية - الابتكار - إدارة المخاطر) والإجمالي وعلاقتها بتحقيق الميزة التنافسية بمحاورها الأربعة (التميز - الجودة - التكلفة - التسليم) والإجمالي وذلك من خلال:
- ١- تحديد أنواع المشروعات الريادية التي تعمل بها السيدات المعيلات عينة البحث الأساسية.
 - ٢- تحديد أهم المعوقات التي واجهت السيدات المعيلات عينة البحث الأساسية في مشروعاتهن الريادية.
 - ٣- تحديد الأهمية النسبية لمحاور استراتيجيات ريادة الأعمال لدى السيدات المعيلات عينة البحث الأساسية.
 - ٤- تحديد الأهمية النسبية لمحاور الميزة التنافسية لدى السيدات المعيلات عينة البحث الأساسية.
 - ٥- الكشف عن مستوى الوعي باستراتيجيات ريادة الأعمال بمحاورها والإجمالي لدى السيدات المعيلات عينة البحث الأساسية.
 - ٦- الكشف عن مستوى الوعي بتحقيق الميزة التنافسية بمحاورها والإجمالي لدى السيدات المعيلات عينة البحث الأساسية.

- ٧- الكشف عن دلالة الفروق بين متوسطات استجابات السيدات المعيلات عينة البحث الأساسية على إجمالي استبيان الوعي باستراتيجيات ريادة الأعمال تبعا لمتغيرات البحث (السن، الحالة الاجتماعية، المستوى التعليمي، عمل المرأة، عدد أفراد الأسرة، الدخل الشهري للأسرة، طبيعة نشاط المشروع، عمر المشروع، عدد العاملين بالمشروع)
- ٨- الكشف عن دلالة الفروق بين متوسطات استجابات السيدات المعيلات عينة البحث الأساسية على إجمالي استبيان تحقيق الميزة التنافسية تبعاً لمتغيرات البحث (السن، الحالة الاجتماعية، المستوى التعليمي، عمل المرأة، عدد أفراد الأسرة، الدخل الشهري للأسرة، طبيعة نشاط المشروع، عمر المشروع، عدد العاملين بالمشروع)
- ٩- تحديد طبيعة العلاقة بين الوعي باستراتيجيات ريادة الأعمال بمحاورها والإجمالي وتحقيق الميزة التنافسية بمحاورها والإجمالي لدى السيدات المعيلات عينة البحث الأساسية.
- ١٠- تحديد نسبة مشاركة المتغيرات المستقلة المدروسة في تفسير نسبة التباين في المتغيرات التابعة (الوعي باستراتيجيات ريادة الأعمال، وتحقيق الميزة التنافسية) طبقاً لأوزان معاملات الانحدار ودرجة الارتباط.
- ١١- تقييم فاعلية البرنامج الإرشادي المُعد لتنمية وعي السيدات المعيلات عينة البحث التجريبية باستراتيجيات ريادة الأعمال.

أهمية البحث:

أولاً: الأهمية في مجال التخصص:

- ١- إثراء البحوث عن طريق عرض إطار علمي دقيق متعلق بمفاهيم استراتيجيات ريادة الأعمال والتي تعد مدخلاً من المداخل الحديثة في الفكر الإداري الاستراتيجي والذي يهدف إلى تحسين الميزة التنافسية من خلال تكامل أنشطة وممارسات البحث عن الفرص واستغلالها.
- ٢- إلقاء الضوء على الدور الهام لمتخصصي إدارة المنزل والمؤسسات في إعداد البرامج الإرشادية التي تسهم في عملية التنمية وحل مشكلات المجتمع من خلال تصميم وتنفيذ البرنامج الإرشادي المُعد لتنمية وعي السيدات المعيلات باستراتيجيات ريادة الأعمال.

ثانياً: الأهمية في مجال خدمة المجتمع وتنمية البيئة:

- ١- تتجلى أهمية الدراسة في تناولها للعلاقة التفاعلية بين استراتيجيات ريادة الأعمال لدى السيدات المعيلات والميزة التنافسية بهدف استجلاء مؤشرات التغير الحادثة في مجال ريادة

الأعمال والمعوقات التي تواجه رواد الأعمال بما يُفيد العاملين بمجال إدارة المنزل ووزارة التضامن الاجتماعي والمؤسسات والجمعيات الأهلية من اتخاذ إجراءات عملية تسهم في تذليل تلك العقبات وتعزيز الميزة التنافسية لمشروعاتهم.

٢- تعزيز مفهوم العمل الحر وإقامة المشروعات الصغيرة والمتوسطة لدى السيدات المعيلات في كنف ريادة الأعمال في ظل رؤية مصر ٢٠٣٠ م باعتبارهن فئة مُستهدفة إلى حد كبير لأنهن في حالة من العوز المادي وخاصة مع تقلص فرص العمل الحكومي مما يبعدهن عن برائن البطالة والأعمال المتدنية لتأمين مصدر دخل مناسب كما يمكنهم من إيجاد فرص عمل أخرى للعاملين في المشروع.

فروض البحث: -

يفترض البحث الحالي ما يلي:

- ١- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات السيدات المعيلات عينة البحث الأساسية على إجمالي استبيان الوعي باستراتيجيات ريادة الأعمال تبعاً لمتغيرات البحث ((السن، الحالة الاجتماعية، المستوى التعليمي، عمل السيدة المعيلة، عدد أفراد الأسرة، الدخل الشهري للأسرة، طبيعة نشاط المشروع، عمر المشروع، عدد العاملين بالمشروع)).
- ٢- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات السيدات المعيلات عينة البحث الأساسية على إجمالي استبيان تحقيق الميزة التنافسية تبعاً لمتغيرات البحث (السن، الحالة الاجتماعية، المستوى التعليمي، عمل السيدة المعيلة، عدد أفراد الأسرة، الدخل الشهري للأسرة، طبيعة نشاط المشروع، عمر المشروع، عدد العاملين بالمشروع).
- ٣- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين الوعي باستراتيجيات ريادة الأعمال بمحاورها الأربعة (التخطيط الاستراتيجي - الاستباقية - الابتكار - إدارة المخاطر) والإجمالي وتحقيق الميزة التنافسية بمحاورها الأربعة (التميز - الجودة - التكلفة - التسليم) والإجمالي للسيدات المعيلات عينة البحث الأساسية.
- ٤- تختلف نسبة مشاركة المتغيرات المستقلة المدروسة في تفسير نسبة التباين في المتغيرات التابعة (الوعي باستراتيجيات ريادة الأعمال، وتحقيق الميزة التنافسية) طبقاً لأوزان معاملات الانحدار ودرجة الارتباط.
- ٥- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي استجابات السيدات المعيلات عينة البحث التجريبية على استبيان الوعي باستراتيجيات ريادة الأعمال قبل تطبيق البرنامج الإرشادي المعد وبعده لصالح القياس البعدي.

الأسلوب البحثي:

أولاً: المصطلحات العلمية والمفاهيم الإجرائية:

فاعلية Effectiveness:

كما عرف أحمد كامل (٢٠١٤) الفاعلية بأنها القدرة على إنجاز شيء ما بنجاح لتحقيق النتيجة المرجوة، وتحقيق الأهداف".

يعرف سعيد آل ثابت (٢٠١٥) الفاعلية على أنها "التأثير والقدرة على إحداث أثر قوي يمكننا من إنجاز المهام وتحقيق الأهداف وعادة ترتبط بالكفاءة".

وتعرف الباحثتان الفاعلية إجرائياً بأنها "قدرة، وكفاءة البرنامج الإرشادي المُعد لتنمية استراتيجيات قيادة الأعمال للمرأة المعيلة على تحقيق النتائج أو الأهداف الإجرائية المعرفية والمهارية والوجدانية المتوقعة منه".

برنامج إرشادي Training Program:

يُعرف بلال السكارنة (٢٠١١) البرنامج الإرشادي بأنه "مجموعة منظمة من النشاطات والفعاليات التي تهدف إلى إكساب المعرفة وتطور المهارات يتم إكسابها للمستهدفين وفقاً لأهداف وفترة زمنية محددة.

كما عرفه إبراهيم الشامي (٢٠١٩) بأنه عملية مخططة ومنظمة تقوم على مجموعة من الفنيات المعرفية والسلوكية كما يشتمل على مجموعة من الإجراءات الإرشادية، والتي تتضمن مجموعة من الأنشطة والمهام التي يتم تقديمها لعينة الدراسة بهدف زيادة ثقتهم بأنفسهم، وتحسين مستوى تقديرهم لذاتهم، وذلك خلال فترة زمنية محددة، ويتم تدريبهم عليها في عدد معين من الجلسات بما يحقق أهداف البرنامج.

وتعرف الباحثتان البرنامج الإرشادي إجرائياً بأنه "عملية منهجية منظمة ومخططة قائمة على مجموعة من الأنشطة المعرفية والسلوكية والإجراءات الإرشادية التي تقدم للسيدات المعيلات لتنمية استراتيجيات قيادة الأعمال لديهن من خلال تزويدهن بالمعلومات والمهارات والخبرات المناسبة التي تتضمنها الجلسات الإرشادية، وفق جدول زمني محدد للتنفيذ، وبما يضمن تحقيق أهداف البرنامج بكفاءة عالية".

التنمية Development:

عرف سامح شاهين وآخرون (٢٠١٧) التنمية على أنها مجموعة السياسات التي يتخذها مجتمع معين، وتؤدي إلى زيادة معدلات النمو الاقتصادي استناداً على قواه الذاتية، لضمان تواصل هذا النمو وإتزانته لتلبية حاجات أفراد المجتمع، وتحقيق أكبر قدر ممكن من العدالة الاجتماعية.

وتعرف الباحثان التنمية إجرائياً بأنها "عملية ديناميكية شاملة ومستمرة تهدف إلى اكتساب المعرفة وتطوير المعلومات والمهارات الإدارية والفنية للفرد والتمتع بفرص وخيارات مناسبة لتغيير حياة الإنسان للأفضل".

• السيدات المعيلات Young University:

تعرف كاميليا عبد الفتاح (٢٠١٥) بأنها المرأة التي تتحمل مسؤولية وعبء توفير الموارد المالية اللازمة للإنفاق على أسرتها لمقابلة مختلف احتياجات أفراد الأسرة، أو الجزء الأكبر من هذا العبء، سواء كانت غير متزوجة أو متزوجة سواء في حالة وجود الزوج أو في حالة عدم وجوده ويتضمن هذا المفهوم العديد من الفئات (غير المتزوجات اللاتي يقوموا برعاية الأب والإخوة، والآرامل والمطلقات والمتزوجات من معاقين أو مسجونين أو عاطلين).

وتعرف الباحثان السيدات المعيلات إجرائياً بأنها " المرأة التي تتكفل بمسئولية رعاية أسرتها اقتصادياً واجتماعياً، والمنوطة باتخاذ القرارات وتحمل كل المسؤوليات الخاصة بأسرتها وتحمل تبعاتها أمام المجتمع ويندرج تحت هذه الفئة الآرامل والمطلقات والمتزوجات المهجورات والمتزوجات من عاطلين أو معاقين".

• استراتيجيات ريادة الأعمال Entrepreneurship strategies:

الاستراتيجيات: strategies عرف إبراهيم المنيف (٢٠١٧) الاستراتيجيات على أنها خطة شاملة توضح الأهداف والرؤية والخطط التي تستهدف تحقيق هذه الأهداف وهي مجموع الجهود المعرفية والسلوكية المتغيرة باستمرار والتي تهدف إلى السيطرة أو التخفيض أو تحمل المتطلبات الداخلية أو الخارجية التي تدرك على أنها تُهدد أو تتجاوز قدرات المؤسسة.

ريادة الأعمال: Entrepreneurship

يُعرف (2022) Gavin & Emmett ريادة الأعمال بأنها القيام بأنشطة فريدة لتلبية احتياجات رواد الأعمال والعملاء وتحقيق تنمية مستدامة للمجتمع من خلال اكتشاف الفرص واستغلالها بعقلية إبداعية وابتكارية واستباقية وتبنى المخاطر المحسوبة لتحقيق الأرباح وتقديم قيمة اقتصادية واجتماعية وبيئية مضافة، تسهم في تحقيق أبعاد التنمية المستدامة.

ويعرف إيمون باتلر (٢٠٢١) استراتيجيات ريادة الأعمال بأنها مجازفة في عالم يتسم بعدم اليقين لرصد الفرص وخلق فكرة مبتكرة لمشروع والعمل على التوظيف المناسب للموارد لجعلها أكثر إنتاجية والحرص على البحث عن نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات واستغلالها وحساب المخاطرة وفقاً لرؤية إدارية جماعية وقيادة ذات تفكير وتخطيط استراتيجي.

كما عرفت نعمة رقبان وآخرون (٢٠٢٢) استراتيجيات ريادة الأعمال بأنها مجموعة المهارات الخاصة التي تنعكس على إدارة الشباب للمشروعات الصغيرة بطرق مبتكرة تعتمد على التجديد والابتكار واستثمار الفرص والقدرات البشرية والوسائل المتطورة الحديثة في التنظيم والتخطيط وتحمل مخاطر طرق التشغيل وصولاً لإنجاح خطوات المشروع.

وتعرف الباحثان استراتيجيات ريادة الأعمال إجرائياً بأنها مجموعة من الإجراءات المنظمة وفق ضوابط علمية ومهنية تنتهجها السيدة المعيلة في إدارتها لمشروعها تركز على التخطيط الاستراتيجي والاستباقية في اغتنام الفرص بناء على الموارد المتاحة بطريقة ابتكارية وتقبل المخاطرة المحسوبة مع وضع أولوية لها وتحمل تبعاتها لتحقيق الربحية والنمو المستدام من خلال إدارة الموارد بكفاءة وفعالية، وتشمل في البحث الحالي أربعة محاور (استراتيجية التخطيط الاستراتيجي - استراتيجية الاستباقية - استراتيجية الابتكار - استراتيجية إدارة المخاطر).

١ - استراتيجية التخطيط الاستراتيجي Strategic Planning :

يُعرف التخطيط الاستراتيجي بأنه عملية فكرية منظمة واعية تستطيع من خلالها المؤسسة أن تتعرف مختلف الوسائل العلمية على وضعها الحالي ومستقبلها المحتمل، ثم القيام بتحديد عدد من الاستراتيجيات، بهدف اختيار إحداها أو بعضها وفق ضوابط علمية مهنية، وتنفيذها بعد تأهيل وإعداد الكوادر الوظيفية الماهرة، بحيث تكون قادرة على التنفيذ وفق نظام رقابي يتابع الخطط الاستراتيجية. (حسين الجبوري، ١٤٣٥)

ويعرف جيرمي كوردي (٢٠١١) التخطيط الاستراتيجي على انه تفكير واعٍ ومنظم لتطوير المؤسسة لا يقتصر على المدى القريب حيث يتطلب التنبؤ بالبيئة المستقبلية بمساعدة التقنيات والنماذج التحليلية، وكذلك وضع استراتيجيات مناسبة تلائم بين الفرص وتهديدات البيئة الخارجية من جهة، وموارد المؤسسة ونقاط قوتها وضعفها الداخلية من جهة أخرى

وتُعرف الباحثان التخطيط الاستراتيجي إجرائياً بأنه تخطيط بعيد المدى للأهداف التي يُرجى تحقيقها مستقبلاً خلال فترة زمنية محددة مسبقاً، والوسائل اللازمة لتحقيقها، وتخطيط الأنشطة والموارد المطلوبة لتحقيق الأهداف ويشترط فيه اتخاذ القرارات في التوقيت المناسب ويتطلب التنبؤ بالبيئة المستقبلية وتحليل البيئة الداخلية والخارجية وتحديد نقاط القوة ونقاط الضعف والفرص والتهديدات مع مراعاة المرونة لمواكبة كل تغيير يحدث أو ظروف تطرأ، موضعاً جميع الشرائح والقطاعات المستهدفة.

٢- استراتيجية الاستباقية Proactive:

تعرف (Sofia, & Thomas, 2015) الاستباقية بأنها رغبة المنظمة في تقبل المجازفة والمخاطرة من خلال إجراء التجارب وأخذ المبادرات الهجومية في السعي وراء الفرص واقتناصها وخاصة عند تنفيذ الأعمال الرائدة ومحاولة تحقيق الأفكار وجعلها قابلة للتنفيذ في الواقع. كما عرف (Xu et al., 2018) الاستباقية بأنها الاستراتيجية التي تدفع منظمات الأعمال إلى تبني المبادرة والاستفادة من فوائد العلاقات لدخول أسواق جديدة للحصول على التقدم التكنولوجي وخلق الثروة والتعزيز والتميز المؤسسي.

وتُعرف الباحثتان الاستباقية إجرائياً بأنها "المبادرات المتبناة من قبل السيدة المعيلة في تقبل المجازفة والمخاطرة المحسوبة لتوسيع نطاق أعمالها واقتناص الفرص الجديدة في مختلف الأسواق والمحافظة على التكيف في أطر معينة من خلال الرصد الصحيح للمتغيرات والأحداث المستقبلية بصورة واقعية".

٣- استراتيجية الابتكار Innovation:

يُعرف الابتكار بأنه ميل المنظمة لدعم عمليات إبداعية جديدة، والتجريب، والحدثة، والأفكار التي يمكن أن تؤدي إلى عمليات أو منتجات أو خدمات تكنولوجية جديدة والانخراط فيها. (Rezaei, & Ortt, 2018)

ويشير محمد عقوني (٢٠٢٣) إلى الابتكار بأنه كل جديد أو حديث متعلق بطريقة إدارة المنظمة أو منتجاتها، وبالتالي فهو كل تطور يتحقق في أنواع المنتجات أو الخدمات وتحسينها بالإضافة لأي تطور يحدث في عمليات الإنتاج ونظم الإدارة والهياكل التنظيمية والاستراتيجيات التي تعتمدها المنظمة وتعطيها مزايا فريدة لا تضاهى من قبل المنافسين.

وتُعرف الباحثتان الابتكار إجرائياً بأنه " الوصول إلى أفكار جديدة وخلقها خارج نطاق المؤلف بهدف تطوير المنتجات أو تحسينها وتطوير سبل إدارة المشروع ومراحل الإنتاج بدءاً من التخطيط وانتهاء بتنفيذ وطرح وتسويق منتجاته وخدماته مرتكزة على الواقعية لتحسين الكفاءة الإنتاجية وخفض التكاليف مما يؤدي لزيادة الربحية ودخول حيز التنافس بإيجابية".

٤- استراتيجية إدارة المخاطر Risk Management:

تُعرف إدارة المخاطر بأنها طريقة منظمة وشاملة مصممة لتنظيم وتحديد والاستجابة لعوامل الخطر من أجل تحقيق أهداف المشروع (Bahamid & Doh, 2017)

بينما ذهب الحديدي أحمد (٢٠٢٠) إلى تعريف إدارة المخاطر بأنها جزء أساسي في الإدارة الاستراتيجية لأي منظمة، وهي الإجراءات التي تتبعها المنظمات بشكل منظم لمواجهة الأخطار المصاحبة لأنشطتها، بهدف تحقيق المزايا المستدامة من كل نشاط، ومن محفظة كل الأنشطة.

وتُعرف الباحثان إدارة المخاطر إجرائياً بأنها "إجراءات منظمة محسوبة لتحديد المخاطر وتحليلها وشبل مواجهتها والسيطرة على عواقب تأثيراتها السلبية لضمان تحقيق أهداف المشروع بكفاءة".

• الميزة التنافسية Competitive Advantage:

يُعرف ثامر البكري (٢٠٠٦) الميزة التنافسية بأنها مجموعة من العمليات والأنشطة والكفاءات التي تمتلكها المنظمة والتي تقوم بتنفيذ إستراتيجية تقدم قيمة للعميل لا يمكن للمنافسين استنساخها أو الاستفادة منها وتساهم في تحقيق التفوق على المنافسين عبر امتلاك مزايا تنافسية صعبة التقليد.

كما عرف (Teixeira et al,2023) الميزة التنافسية بأنها اكتشاف طرق أكثر فعالية من تلك المستخدمة من قبل المنافسين عن طريق تحقيق القيمة للعميل من خلال تقنية أو مورد متميز يتيح للمنظمة إنتاج قيم ومنتفع للعميل تتفوق على القيم والمنافع التي يحققها المنافسون. **وتُعرف الباحثان الميزة التنافسية إجرائياً بأنها** "السمات الفريدة التي يتميز بها المشروع الريادي للسيدة المعيلة وتجعله في مركز تنافسي متقدم يصعبُ على المنافسين مجاراته أو تقليده حيث يتسم بكفاءة وجودة المنتجات والخدمات المقدمة للعملاء في التوقيت المحدد بتكلفة مناسبة لتحوذ رضاهم وولائهم ولتجذب عملاء جدد أيضاً مع ضمان تحقيق زيادة الربحية على المدى البعيد"، وتشمل في البحث الحالي على أربعة محاور وهي (التميز - الجودة - التكلفة - التسليم)".

١- التميز Excellence:

يُعرف بأنه تقديم العلامة التجارية الفريدة والتكنولوجيا المتميزة وخدمة العملاء والمنتجات لكسب حصة سوقية أكبر مقارنة بالمنافسين والتميز قائم على التفرد بخصائص استثنائية للسلعة أو الخدمة المقدمة. (Aluisius et al,2019)

كما يُعرف Kyle, (2020) التميز بأنه قدرة رائد الأعمال على تحسين جودة منتجاته وتوفير منتجات متنوعة لتمييز عن منافسيه، واختراقه لأسواق جديدة مع الحرص على سرعة توفير المنتجات، وتوفيرها باستمرار والحصول على علامة تجارية مميزة وفريدة.

وتُعرف الباحثتان التميز إجرائياً بأنه " قدرة السيدات المعيلات على تقديم منتجات عالية التميز عن المنافسين بحيث تستطيع الصمود في السوق وفتح أسواق جديدة من خلال التنوع في المنتجات التي تقدمها وسرعة توفيرها للمستهلك وكذلك تقديم منتج أو خدمة ذات علامة تجارية فريدة من خلال مشروعها وإشباع رغبات عملائها بشكل أفضل من منافسيها.

٢- الجودة Quality:

يُعرف (2015) Kristi، الجودة بأنها عملية من التحسين المستمر في نوعية الخدمات والمنتجات بمشاركة كل الوظائف والمستويات في المنظمة بدءاً من مرحلة جودة التصميم وجودة مطابقة التصميم وانتهاء بجودة خدمات ما بعد البيع لتحقيق تفوق تنافسي.

كما عرفها (2022) Corralejo، بأنها حالة من الرضا المستمر التي تُحقق في نفوس العملاء نتيجة التطورات التي تحدث للمنتجات، ومن ثم فإن تلبية المواصفات اللازمة في المنتجات يؤدي إلى طرح منتجات ذات جودة عالية ويزيد من قيمتها ورفع أسعارها.

وتُعرف الباحثتان الجودة إجرائياً بأنها " الإصرار على التحسين المستمر في نوعية الخدمات والمنتجات المقدمة من المشروع بدءاً من التصميم وانتهاء بالتسليم، مع الحرص على تصفير الأخطاء والذي يؤدي بدوره إلى خفض التكلفة وتحقيق إيرادات أعلى طويلة الأجل ".

٣- التكلفة Cost:

يُعرف (2015) Kristi، التكلفة بأنه التحكم بالتكاليف بشكل يسمح بالتفوق على أسعار المنافسين وذلك من خلال خفض تكاليف الإنتاج، وتحسين الإنتاجية وتقليل هدر الموارد، وتحقيق الوفرة.

وتُعرف الباحثتان التكلفة إجرائياً بأنها " تقديم منتج- خدمة بأقل تكلفة ممكنة للعملاء مقابل تكلفة منتجات المنافسين مع الحفاظ على مستوى الجودة واستثمار الموارد دون إهدارها".

٤- التسليم Delivery:

يُعرف (2023) Stephen، التسليم بأنه قدرة العمليات على مقابلة مواعيد التسليم ويتم ذلك من خلال تخفيض وقت أداء العمل المستغرق من استلام طلبات الزبائن وتسليمهم تلك المنتجات بشكل نهائي، ولا شك أن سرعة التسليم تؤدي إلى تقليل التالف من المخزون وزيادة هامش الربح.

وتُعرف الباحثتان التسليم إجرائياً بأنه " أفضل نظام لتسليم المنتج / الخدمة إلى العملاء في الوقت المحدد في ظل نظام فعال لإعداد الفواتير، ودفع القيمة النقدية من العملاء ".

ثانياً: منهج البحث: Research Methodology:

يتبع هذا البحث المنهج الوصفي التحليلي القائم على تجميع معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد خلال فترة زمنية معلومة ومقارنتها وتحليلها تحليلاً كافياً ودقيقاً لاكتشاف العلاقة بين المتغيرات وتفسيرها للتوصل إلى نتائج وتعميمات تتسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة محل البحث. (يونس مليح، عبدالصمد العسولي، ٢٠٢٠)

كما يتبع هذا البحث المنهج التجريبي وهو المنهج الذي يعتمد إلى إحداث تغيير مقصود ومضبوط للشروط التي تحدد واقعة أو ظاهرة معينة، مع ضرورة ملاحظة كافة التغيرات التي تنتج عن تلك الظاهرة وتفسيرها. (محمود منسى، ٢٠٠٣)

ثالثاً: حدود البحث: Research Boundaries:

يتحدد هذا البحث على النحو التالي:

• الحدود البشرية للبحث: Human Samples

تكونت عينة البحث من ثلاث مجموعات كما يلي:

- **عينة البحث الاستطلاعية:** تكونت من (٣٠) سيدة معيلة من أصحاب المشروعات الريادية القائمة بالفعل بمحافظة أسوان والمنيا من فئات عمرية مختلفة ويتم اختيارهن بطريقة عمدية غرضية بحيث يتوافر فيهم خصائص العينة الأساسية للبحث وذلك لتقنين أدوات البحث.

- **عينة البحث الأساسية:** اشتملت عينة البحث الأساسية على (١٥٣) سيدة معيلة من مستويات اجتماعية واقتصادية مختلفة تم اختيارهم بطريقة عمدية غرضية بشروط أن يكونوا من أصحاب المشروعات الريادية القائمة بالفعل والمستفيدات من خدمات كل من (المجلس القومي للمرأة بفرعيه بمحافظة أسوان والمنيا، حاضنات الأعمال بوحدة وزارة التضامن الاجتماعي بمحافظة أسوان والمنيا) من فئات عمرية مختلفة ولديهن طفل واحد على الأقل وممن يتوفر لديهم مهارات التعامل مع الأجهزة الإلكترونية الحديثة ويستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي "واتساب"، ويكون لديهم إحدى الأجهزة الإلكترونية المتصلة بالإنترنت وجدول (٧) يوضح الخصائص الديموجرافية لعينة البحث الأساسية.

- **عينة البحث التجريبية:** اشتملت عينة البحث التجريبية على (٣٠) سيدة معيلة تم اختيارهم بطريقة عمدية غرضية يمثلن الربع الأدنى من العينة الأساسية من

الحاصلات على درجات منخفضة في استبيان الوعي باستراتيجيات ريادة الأعمال، وذلك لتطبيق البرنامج الإرشادي المُعد لتنمية الوعي باستراتيجيات ريادة الأعمال عليهم وممن يتوفر لديهم مهارات التعامل مع الأجهزة الإلكترونية الحديثة ويستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي "واتساب"، ويكون لديهم إحدى الأجهزة الإلكترونية المتصلة بالإنترنت حتى يمكن تطبيق البرنامج الإرشادي عليهن من خلال تطبيق Zoom وجدول (٨) يوضح الخصائص الديموجرافية لمفردات عينة البحث التجريبية.

• الحدود المكانية لعينة البحث: Place Samples

-الحدود المكانية لعينة البحث الأساسية:

تم اختيار عينة البحث الأساسية من السيدات المعيلات الرياديات بمحافظة أسوان والمنيا كما يلي المؤسسات بأسوان (أم حبيبة - نساء الجنوب -الجسر المصري)،الجمعيات الأهلية بأسوان (جزيرة أسوان لتنمية المجتمع -أبو الريش لتنمية المجتمع - هاجر لتنمية المجتمع - غرب أسوان لتنمية المجتمع بالغللاب- الجيل الجديد لتنمية المجتمع ، تنمية المجتمع المحلي بالكرور بحرى ،أبشر النسائية بقتة ، تنمية المجتمع المحلي بغرب سهيل قبلي ، تنمية المجتمع المحلي بغرب سهيل بحرى)، وتمثلت الجمعيات الأهلية في محافظة المنيا في (جمعية رابطة المرأة العربية، جمعية شباب المستقبل، الجمعية الإنجيلية للتنمية المتواصلة، جمعية الرؤية الجديدة للتنمية، مؤسسة حواء المستقبل) . وتم تطبيق استبيان الوعي باستراتيجيات ريادة الأعمال، واستبيان تحقيق الميزة التنافسية على عينة البحث الأساسية عن طريق المقابلة الشخصية بمقر المؤسسات والجمعيات الأهلية السابق ذكرها.

-الحدود المكانية لعينة البحث التجريبية: تم تطبيق البرنامج الإرشادي المعد لتنمية الوعي باستراتيجيات ريادة الأعمال وتحقيق الميزة التنافسية على السيدات المعيلات عينة البحث التجريبية عن بعد من خلال إرسال الباحثتان على مجموعة الواتساب الخاصة بتطبيق جلسات البرنامج رابط دعوة لمنصة Zoom لتطبيق البرنامج من خلالها.

• الحدود الزمنية للبحث:

قامت الباحثتان بجمع البيانات وتقريرها خلال الفترة من سبتمبر/٢٠٢٣ وحتى أكتوبر/٢٠٢٣م، وبعد إجراء التحليلات الإحصائية واستخراج النتائج تم اختيار العينة التجريبية وتطبيق البرنامج الإرشادي المُعد عليهم خلال الفترة من ديسمبر/ ٢٠٢٣م، وحتى يناير ٢٠٢٤م.

رابعاً: أدوات البحث: (إعداد الباحثان)

اشتملت أدوات البحث على:

- ١- "استمارة البيانات العامة".
 - ٢- "استبيان الوعي باستراتيجيات قيادة الأعمال" بمحاوره الأربعة (التخطيط الاستراتيجي، الاستباقية، الابتكار، إدارة المخاطر).
 - ٣- "استبيان تحقيق الميزة التنافسية" بمحاوره الأربعة (التميز، الجودة، التكلفة، التسليم).
 - ٤- "برنامج إرشادي لتنمية وعي السيدات المعيلات باستراتيجيات قيادة الأعمال".
- ١- استمارة البيانات العامة:

تم إعداد استمارة البيانات العامة بهدف الحصول على بعض المعلومات التي تُفيد في إمكانية تحديد الخصائص الديموجرافية وبعض البيانات المتعلقة بالمشروع الريادي للمرأة المعيلة عينة البحث وقد شملت على:

أولاً: البيانات الديموجرافية:

أ- بيانات خاصة بالسيدات المعيلات عينة البحث السن (من ٣٠ سنة لأقل من ٤٠ سنة / ٤٠ سنة لأقل من ٥٠ سنة / من ٥٠ سنة فأكثر)، الحالة الاجتماعية (متزوجة ، أرملة، مطلقة)، العمل (تعمل/لا تعمل)، المستوى التعليمي **مستوى منخفض**: حاصلة على الشهادة الابتدائية / الإعدادية، **مستوى متوسط**: شهادة ثانوية وما يعادلها/ معاهد متوسطة، **مستوى مرتفع**: مؤهل جامعي /أعلى من الجامعي ماجستير/ دكتورة)، عدد أفراد الأسرة (أقل من ٤ أفراد/ من ٤ الي ٦ أفراد/ ٧ أفراد فأكثر)، وتم تقسيم فئات الدخل الشهري للأسرة (منخفض أقل من ٣٠٠٠ جنية ، من ٣٠٠٠ جنية لأقل ٤٠٠٠ جنيه / متوسط من ٤٠٠٠ جنية لأقل من ٥٠٠٠ جنية ، ٥٠٠٠ جنيه لأقل من ٦٠٠٠ جنيه / مرتفع ٦٠٠٠ جنيه لأقل من ٧٠٠٠ جنيه ، أكثر من ٧٠٠٠)

ب- بيانات تتعلق بالمشروع الريادي (طبيعة نشاط المشروع - عمر المشروع - عدد العاملين بالمشروع).

ج- بيانات تتعلق بالنتائج الوصفية: تتضمن أنواع المشروعات الريادية التي تعمل بها السيدات المعيلات عينة البحث الأساسية، تحديد المعوقات التي واجهت السيدات المعيلات عينة البحث الأساسية في مشروعاتهن الريادية، تحديد الأهمية النسبية لمحاور استراتيجيات قيادة الأعمال لدى السيدات المعيلات عينة البحث الأساسية، وتحديد الأهمية النسبية لمحاور

الميزة التنافسية لدى السيدات المعيلات عينة البحث الأساسية. الكشف عن مستوى الوعي باستراتيجيات ريادة الأعمال لدى السيدات المعيلات عينة البحث الأساسية، والكشف عن مستوى تحقيق الميزة التنافسية لدى السيدات المعيلات عينة البحث الأساسية.

٢- "استبيان الوعي باستراتيجيات ريادة الأعمال" بمحاورة الأربعة (التخطيط الاستراتيجي، الاستباقية، الابتكار، إدارة المخاطر): إعداد الباحثان:

قامت الباحثان بإعداد استبيان الوعي باستراتيجيات ريادة الأعمال للسيدات المعيلات في صورته النهائية في ضوء أهداف الدراسة والتعريفات الإجرائية لمصطلحاتها وبعد الاطلاع على العديد من البحوث والدراسات السابقة العربية والأجنبية المرتبطة بموضوع الدراسة والمتمثلة في دراسة (Kristi, (2015)، (Sofia, Thomas, (2016)، Chinyamurindi, (2019)، Asemokha, et al, (2021)، Adomako, et al, (2021)، سامر العمري ويونس مقداي (2021)، Dakare, (2021)، حارث النعيمي (2022)، خالد نصر (2022)، سحر سليمان وآخرون (2022)، نادية لطفى (2022)، نبيلة كامل وآخرون (2022)، نعمة رقبان وآخرون (2022)، Gavin, Emmett, (2022)، إيناس الخريبي (2023)، دينا ميهوب (2023)، مخلص بليح (2023). وتم إعداد الاستبيان بهدف قياس وعي السيدات المعيلات بمجموعة الإجراءات المنظمة التي يجب أن تنتهجها وفق ضوابط علمية ومهنية عند إدارتها لمشروعها وترتكز على التخطيط الاستراتيجي والاستباقية في اغتنام الفرص بناء على الموارد المتاحة بطريقة ابتكارية وتقبل المخاطرة المحسوبة مع وضع أولوية لها وتحمل تبعاتها لتحقيق الربحية والنمو المستدام من خلال إدارة الموارد بكفاءة وفعالية. ويشتمل الاستبيان على (٤٠) عبارة خبرية بعضها إيجابي وبعضها سلبي تغطي كافة محاور الوعي باستراتيجيات ريادة الأعمال للسيدة المعيلة، موزعة على أربعة محاور رئيسية كما يلي:

المحور الأول: استراتيجية التخطيط الاستراتيجي: أشتمل هذا المحور على (١٠) عبارات تدور حول قدرة السيدات المعيلات على التخطيط للموازنة بين الموارد المتاحة والأهداف المراد تحقيقها، والتزامها بالعمل في المشروع وفق خطة موضوعة مسبقاً وبوقت زمني، واهتمامها بالتخطيط للمشروع للحد من هدر المصروفات وترشيد رأس المال، حرصها على القيام بتحديد نقاط القوة ونقاط الضعف والفرص والتهديدات لمشروعها الريادي، استخدام نموذج التحليل الرباعي SWOT عند التخطيط لمشروعها الريادي قيامها بتحديد أهداف مشروعها الريادي وفقاً لثلاث مستويات للأهداف، وتحديد أولويات عملها الريادي للسنوات الثلاث إلى الخمس القادمة، وحرصها على وضع مؤشر لقياس الأداء بجوار كل مهمة أو نشاط للتأكد من أن مشروعها الريادي يسير في الطريق الصحيح.

المحور الثاني: استراتيجية الاستباقية: أشتمل هذا المحور على (١٠) عبارات تدور حول اهتمام السيدات المعيلات باكتشاف الفرص المستقبلية واستثمارها قبل أن يتعرف عليها المنافسون، وقيامها بالمسح المستمر للبيئة بحثاً عن الاتجاهات الناشئة ومتطلبات العملاء وتحولات السوق، وحرصها على السعي الدائم نحو التعلم المستمر وتحسين مهاراتها وخبراتها المتعلقة بمشروعها الريادي للبقاء في المقدمة، وحرصها على وضع أهداف تتضمن زيادة إيراداتها والتوسع في الأسواق الجديدة، وقدرتها على المبادرة لتوسيع نطاق أعمالها وإيجاد فرص جديدة في مختلف الأسواق وتقبل المجازفة والمخاطرة، واحتضانها للتغيير والاستفادة منه والقدرة على التكيف واهتمامها باتباع استراتيجيات القضاء على التسويف والتأجيل عند إدارة مشروعها الريادي.

المحور الثالث: استراتيجية الابتكار: أشتمل هذا المحور على (١٠) عبارات تدور حول قدرة السيدة المعيلة على تطوير المنتج أو الخدمة التي يقدمها مشروعها، وابتكارها في طريقة عرض المنتج أو الخدمة عن المنافسين في السوق، وقيامها باستحداث منتجات وخدمات جديدة، والوصول إلى أفكار جديدة لإدارة المشروع وطرق الإنتاج والتسويق للمنتجات والخدمات لتتنافس بكفاءة. وقدرتها على تحويل المشكلات إلى فرص لأفكار جديدة، وحرصها على جعل المشروع رائد ومتفرد بكل جديد، واستفادتها مما يطرحه العاملين معها من أفكار مبتكرة.

المحور الرابع: استراتيجية إدارة المخاطر: أشتمل هذا المحور على (١٠) عبارات تدور حول قدرة السيدة المعيلة على تحديد وتحليل المخاطر المحتملة التي يمكن أن تؤثر على نجاح مشروعها الريادي، وقيامها باتخاذ تدابير وقائية واستباقية لتقليل المخاطر، واستفادتها من خبراتها السابقة في التعامل مع المخاطر المحتملة المستقبلية، وحرصها على توفير بعض الاحتياطات المالية في ميزانية المشروع للتعامل مع المخاطر المحتملة، وحرصها على التنوع في الموارد والأسواق للتقليل من تأثير المخاطر الناجمة عن التبعية الواحدة، واهتمامها بالتأمين على المشروع ضد المخاطر المحتملة من خلال وثائق التأمين التي تقدمها بعض الشركات، وحرصها عند وضع خطة إدارة وقت المشروع على عمل جدول زمني احتياطي لمواجهة المخاطر، وتقييمها لتأثير المخاطر على القيمة المالية للمشروع بحساب التكاليف والأرباح المتوقعة وتقدير قيمة المشروع في ظل سيناريوهات مختلفة للمخاطر.

تصحيح الاستبيان: أشتمل هذا الاستبيان في شكله النهائي على (٤٠) عبارة وتم وضع مفتاح التصحيح الخاص بالاستبيان، وتتحدد استجابات العبارات لهذا الاستبيان وفقاً لثلاثة استجابات

(دائماً- أحياناً-لا) على مقياس متدرج متصل (٣، ٢، ١) على الترتيب وذلك للاستجابة على العبارات موجبة الصياغة، وتعطي الدرجات (٣، ٢، ١) على الترتيب للاستجابة على العبارات سالبة الصياغة، وبذلك تكون أعلى درجة تحصل عليها السيدات المعيلات في استبيان الوعي باستراتيجيات ريادة الأعمال هي (١٢٠) وأقل درجة هي (٤٠). وقد أمكن تقسيم درجات الاستبيان إلى ثلاث مستويات على أساس ما يلي:

(أقل من ٥٠% منخفض، من ٥٠% إلى ٧٠% متوسط، أكثر من ٧٠% مرتفع) وجدول (١) يوضح ذلك:

جدول (١) توزيع درجات كل محور من محاور الاستبيان وفقاً لمستوى وعي السيدات المعيلات عينة البحث الأساسية باستراتيجيات ريادة الأعمال (ن=١٥٣)

مستوى الوعي باستراتيجيات ريادة الأعمال			المحور
مرتفع	متوسط	منخفض	
أكثر من (٢١)	(١٥ : ٢١)	أقل من (١٥)	المحور الأول: استراتيجية التخطيط الاستراتيجي
أكثر من (٢١)	(١٥ : ٢١)	أقل من (١٥)	المحور الثاني: استراتيجية الاستباقية
أكثر من (٢١)	(١٥ : ٢١)	أقل من (١٥)	المحور الثالث: استراتيجية الابتكار
أكثر من (٢١)	(١٥ : ٢١)	أقل من (١٥)	المحور الرابع: استراتيجية إدارة المخاطر
أكثر من (٨٤)	(٦٠ : ٨٤)	أقل من (٦٠)	مجموع الوعي باستراتيجيات ريادة الأعمال

٣- استبيان تحقيق الميزة التنافسية:

قامت الباحثتان بإعداد استبيان تحقيق الميزة التنافسية في ضوء أهداف الدراسة والتعريفات الإجرائية لمصطلحاتها وبعد الاطلاع على العديد من البحوث والدراسات السابقة العربية والأجنبية المرتبطة بموضوع الدراسة والمتمثلة في دراسة (Anchor, et al., 2013) ودراسة غزي العربي (٢٠١٤)، وسلوى الفرجاني وآخرون (٢٠١٨)، (Ciffolilli, Muscio, 2018)، ودراسة (Aluisius, et al., 2019)، أنعام شعبي (٢٠٢٠)، علي المطيري وأمل الحرملية (٢٠٢٠)، تغريد بركات، دعاء حافظ (٢٠٢١)، علاء السيد وفراس الجدي (٢٠١٧)، عمار إسماعيل و نجاح محمد (٢٠٢١)، عمير الغامدي (٢٠٢٣) وتم إعداد الاستبيان بهدف قياس السمات الفريدة التي يتميز بها المشروع الريادي للسيدة المعيلة وتجعله في مركز تنافسي متقدم يصعبُ على المنافسين مجاراته أو تقليده حيث يتسم بكفاءة وجودة المنتجات والخدمات المقدمة للعملاء في التوقيت المحدد بتكلفة مناسبة لتحوذ رضاهم وولائهم ولتجذب عملاء جدد أيضاً مع ضمان

تحقيق زيادة الربحية على المدى البعيد. ويشتمل الاستبيان على (٤٠) عبارة خيرية بعضها إيجابي وبعضها سلبي تغطي كافة محاور تحقيق الميزة التنافسية، موزعة على أربعة محاور رئيسية كما يلي:

المحور الأول: التميز: أشتمل هذا المحور على (١٠) عبارات تدور حول حرص السيدة المعيلة على الوصول لدرجة عالية من تميز المنتجات أو الخدمات لمشروعها الريادي عن منتجات المنافسين، وحرصها أن يحقق المنتج أو الخدمة منفعة أكبر عن مثيله في السوق، وحرصها على تميز المنتج أو الخدمة بانخفاض السعر عن مثيله في السوق، الحرص على أن يكون للمشروع الريادي علامة تجارية مميزة للمنتج أو الخدمة المقدمة، مع ضمان صعوبة تقليدها من قبل المنافسين، وتطوير المنتجات أو الخدمات المقدمة بناء على آراء العملاء، الاستجابة السريعة لشكاوي العملاء، السعي الجاد لجعل المنتج أو الخدمة تحقق رضا المستهلك.

المحور الثاني: الجودة: أشتمل هذا المحور على (١٠) عبارات تدور حول حرص السيدة المعيلة على اتباع طريقة اقتصادية لتنفيذ المنتج أو تقديم الخدمة التي يستهدفها مشروعها الريادي، واهتمامها بإتقان جميع مراحل المشروع بما يضمن جودة المنتج أو الخدمة، تقليل الفاقد وهدر الموارد بقدر الإمكان، التجويد في خصائص المنتج أو الخدمة بما يضمن قدرته على المنافسة، وشعورها بالقلق عند انخفاض مستوى جودة المنتج أو الخدمة التي تقدمها، وحرصها على تقليل نسبة العيوب والتالف للحد الصفري، واتباعها في سياسة العمل بالمشروع لمبدأ الجودة أولاً، واهتمامها بالتجويد في خصائص المنتج بما يضمن قدرته التنافسية بالسوق.

المحور الثالث: التكلفة: أشتمل هذا المحور على (١٠) عبارات تدور حول حرص السيدة المعيلة صاحبة المشروع الريادي على دراسة التغيير في أسعار المنتجات بشكل دوري، وحرصها على أن تتناسب جودة المنتج أو الخدمة مع معدل الربح، وحرصها على أن لا يقلل خفض التكلفة من جودة المنتج أو الخدمة المقدمة، وسعيها أن يكون سعر المنتج أو الخدمة التي تقدمها أقل من المنافسين مع الحفاظ على الجودة، ومحاولتها المستمرة للتجاوب مع التغيير السريع في الأسعار، واستخدامها لأكثر من وسيلة لدفع تكلفة المنتج تيسيراً على العميل، واهتمامها بدراسة أسعار السوق بصفة مستمرة.

المحور الرابع: التسليم: أشتمل هذا المحور على (١٠) عبارات تدور حول حرص السيدة المعيلة صاحبة المشروع الريادي على سرعة توفير الخدمة أو المنتج، وسعيها على تطوير أساليب

جديدة لتسليم المنتج لضمان حصول العملاء على المنتج أو الخدمة بسهولة، والالتزام بمواعيد التسليم للمنتجات والخدمات في الوقت المحدد مع تيسير طرق الدفع للعميل سعياً لرضا العميل، وإيمانها بأن تسليم العملاء المنتج أو الخدمة في الوقت المحدد يزيد من الطلب على المنتج، وإيمانها بأن سرعة تسليم المنتج أو أداء الخدمة يساهم في زيادة الفرص البيعية عن المنافسين، وحرصها على توفير وسائل لتسويق منتجها أو الخدمة التي تقدمها إلكترونياً حيث يساعد ذلك في سرعة طلب العميل وسرعة التسليم، وحرصها عند تسليم المنتج على المحافظة على سلامة المنتج وخصائصه وجودته .

تصحيح الاستبيان: أشتمل هذا الاستبيان في شكله النهائي على (٤٠) عبارة وتم وضع مفتاح التصحيح الخاص بالاستبيان، وتتحدد استجابات العبارات لهذا الاستبيان وفقاً لثلاثة استجابات (دائماً- أحياناً-لا) على مقياس متدرج متصل (٣، ٢، ١) على الترتيب وذلك للاستجابة على العبارات موجبة الصياغة، وتعطي الدرجات (٣، ٢، ١) على الترتيب للاستجابة على العبارات سالبة الصياغة، وبذلك تكون أعلى درجة تحصل عليها السيدة المعيلة في استبيان تحقيق الميزة التنافسية هي (١٢٠) وأقل درجة هي (٤٠).

جدول (٢) توزيع درجات كل محور من محاور الاستبيان وفقاً لمستوى تحقيق الميزة التنافسية للسيدة المعيلة عينة البحث الأساسية (ن=١٥٣)

مستوى تحقيق الميزة التنافسية			المحور
مرتفع	متوسط	منخفض	
أكثر من (٢١)	(٢١ : ١٥)	أقل من (١٥)	المحور الأول: استراتيجية التخطيط الاستراتيجي
أكثر من (٢١)	(٢١ : ١٥)	أقل من (١٥)	المحور الثاني: استراتيجية الاستباقية
أكثر من (٢١)	(٢١ : ١٥)	أقل من (١٥)	المحور الثالث: استراتيجية الابتكار
أكثر من (٢١)	(٢١ : ١٥)	أقل من (١٥)	المحور الرابع: استراتيجية إدارة المخاطر
أكثر من (٨٤)	(٨٤ : ٦٠)	أقل من (٦٠)	مجموع الوعي باستراتيجيات ريادة الأعمال

تقنين أدوات الدراسة: يقصد بتقنين الأدوات قياس صدق وثبات الاستبيانات:

أولاً: صدق الاستبيانات: للتأكد من صدق الاستبيانات اتبعت الباحثتان الطرق التالية:

١- صدق المحتوى (المحكمين): Validity Content

وذلك من خلال عرض استبيان الوعي باستراتيجيات ريادة الأعمال، واستبيان تحقيق الميزة التنافسية، في صورتهم الأولية على مجموعة من الأساتذة المحكمين المتخصصين في إدارة المنزل والمؤسسات بقسم الاقتصاد المنزلي بكليات التربية النوعية جامعة (عين شمس، الفيوم)،

ومجموعة من الأساتذة المحكمين المتخصصين في إدارة مؤسسات الأسرة والطفولة بكلية الاقتصاد المنزلي جامعة حلوان، وبعض الأساتذة المتخصصين في مجال علم النفس وعلم الاجتماع بكليات الآداب والخدمة الاجتماعية جامعة (المنيا أسوان)، وبعض أساتذة كلية التجارة (جامعة أسوان) وذلك لإبداء الرأي في ملائمة الاستبيانات للهدف الذي وضعت من أجله، ومدى دقة الصياغة اللغوية لمفرداتها، وسلامة مضمونها، ومدى ارتباط كل عبارة بمفهوم المحور الذي تتضمنه، ومناسبة التقدير الذي وضع لكل عبارة، وإضافة عبارات يرون أهميتها وبلغ عددهم (١٣) محكم وقد تم حساب نسبة الاتفاق بين المحكمين على كل عبارة من عبارات الاستبيانات وتراوحت نسبة تكرار اتفاق المحكمين على العبارات ما بين (٩٨% إلى ٩٩%) وقد أبدى المحكمون بعض الملاحظات العلمية التي أخذت بها الباحثان، فقد تم إجراء بعض التعديلات على صياغة بعض العبارات، وبذلك تكون قد خضعت الاستبيانات لصدق المحتوى.

٢- صدق التكوين (Construct Validity):

تم حساب صدق التكوين للاستبيان بطريقة صدق الاتساق الداخلي عن طريق إيجاد معامل الارتباط باستخدام معامل "بيرسون" وجدول (٣) يوضح ذلك:

جدول (٣) قيم معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة ودرجة المحور الخاص بها لاستبيان الوعي

باستراتيجيات ريادة الأعمال (ن) = ٣٠

المحور الأول: استراتيجية التخطيط الاستراتيجي				المحور الثاني: استراتيجية الاستباقية			
رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط
١	**٠.٧٣٢	٦	**٠.٧٦٠	١	**٠.٨٣٠	٦	**٠.٧١٤
٢	**٠.٨٥٤	٧	*٠.٦٨٠	٢	**٠.٨٣٦	٧	**٠.٧٩٠
٣	**٠.٨١٠	٨	**٠.٧٧٨	٣	**٠.٧٨٦	٨	**٠.٨٤٢
٤	**٠.٧٤٨	٩	**٠.٧٥٣	٤	**٠.٨٥٣	٩	*٠.٦٢٢
٥	**٠.٨١٩	١٠	**٠.٧١٩	٥	**٠.٧٦٩	١٠	**٠.٧٦٦
المحور الثالث: استراتيجية الابتكار				المحور الرابع: استراتيجية إدارة المخاطر			
رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط
١	**٠.٨٠٥	٦	*٠.٦٩٥	١	**٠.٨١٣	٦	*٠.٦٨٧
٢	**٠.٧٥٥	٧	**٠.٧٦٠	٢	**٠.٨٠٣	٧	**٠.٧٧٩
٣	**٠.٧٤٣	٨	**٠.٧٧٨	٣	**٠.٨٤٦	٨	**٠.٨٩٦
٤	**٠.٧١٠	٩	**٠.٨٩٩	٤	**٠.٧١١	٩	**٠.٨٠٨
٥	**٠.٨٥٤	١٠	**٠.٨٦٥	٥	**٠.٨٤٩	١٠	**٠.٨٢٨

* دال عند مستوي دلالة ٠.٠٥

** دال عند مستوي دلالة ٠.٠١

يتضح من جدول (٣) أن قيم معاملات الارتباط كلها دالة عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، ٠.٠٠٥ مما يدل على صدق وتجانس عبارات محاور استبيان الوعي باستراتيجيات قيادة الأعمال وصلاحياتها للتطبيق.

جدول (٤) قيم معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة ودرجة المحور الخاص بها لاستبيان تحقيق الميزة التنافسية (ن) = ٣٠

المحور الثاني: الجودة				المحور الأول: التميز			
معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة
**٠.٧٦٥	٦	**٠.٨١٩	١	**٠.٨٥٠	٦	**٠.٧٩٠	١
**٠.٨٠١	٧	**٠.٨٦١	٢	**٠.٨٤٣	٧	**٠.٨٢٧	٢
**٠.٨١٨	٨	**٠.٧٥٥	٣	**٠.٨١٣	٨	**٠.٧٧٨	٣
**٠.٨٣٣	٩	**٠.٨٢٢	٤	**٠.٧١٨	٩	**٠.٨٠٩	٤
**٠.٧٦٦	١٠	*٠.٦٨٩	٥	**٠.٨١٦	١٠	**٠.٧٦٥	٥
المحور الرابع: التسليم				المحور الثالث: التكلفة			
معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة
**٠.٨٣٨	٦	**٠.٨٨٧	١	**٠.٨٤٤	٦	**٠.٨٣٣	١
**٠.٧٩٩	٧	**٠.٨٠٢	٢	**٠.٨٠٣	٧	**٠.٧٩٣	٢
**٠.٨٢٠	٨	**٠.٧٩٠	٣	**٠.٨٣٧	٨	**٠.٨١١	٣
*٠.٦٤٩	٩	**٠.٧٨٤	٤	**٠.٧٩٩	٩	**٠.٧٦٤	٤
**٠.٨٥٦	١٠	*٠.٦٨٧	٥	**٠.٨٠٤	١٠	**٠.٨٦٠	٥

* دال عند مستوي دلالة ٠.٠٥

** دال عند مستوي دلالة ٠.٠١

يتضح من جدول (٤) أن قيم معاملات الارتباط كلها دالة عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، ٠.٠٠٥ مما يدل على صدق وتجانس عبارات محاور استبيان تحقيق الميزة التنافسية وصلاحياتها للتطبيق.

ثانياً حساب ثبات الاستبيانات Reliability :

تم التحقق من ثبات الاستبيانات باستخدام طريقة ألفا كرونباخ α Cronbach، وباستخدام طريقة التجزئة النصفية Split-half وتم التصحيح من أثر التجزئة النصفية باستخدام معامل إسبيرمان براون Spearman-Brown، جيتمان Guttman و جدول (٥) يوضح ذلك:

جدول (٥) قيم معاملات الثبات للاستبيانات بمحاورها المختلفة

الاستبيان	المحاور	معامل الفا	التجزئة النصفية	التصحيح من أثر التجزئة النصفية	
				اسبيرمان براون	جيتمان
الأعمال الوعي باستراتيجيات ريادة	المحور الأول: استراتيجية التخطيط الاستراتيجي	٠.٧٧٨	٠.٨١٧	٠.٧٨٠	٠.٨١٠
	المحور الثاني: استراتيجية الاستباقية	٠.٧٨٧	٠.٨٨١	٠.٨٦٩	٠.٨٢٠
	المحور الثالث: استراتيجية الابتكار	٠.٨١٥	٠.٨٣٥	٠.٧٧٤	٠.٨٦٦
	المحور الرابع: استراتيجية إدارة المخاطر	٠.٨٤٠	٠.٧٧٨	٠.٨٢٩	٠.٨٧٢
	ثبات الاستبيان ككل	٠.٨٥٩	٠.٨٩١	٠.٨٣٥	٠.٨٩٩
الاستبيان	المحاور	معامل الفا	التجزئة النصفية	التصحيح من أثر التجزئة النصفية	
				اسبيرمان براون	جيتمان
تحقيق الميزة التنافسية	المحور الأول: التميز	٠.٨١٧	٠.٨٠٦	٠.٧٩١	٠.٨٥٥
	المحور الثاني: الجودة	٠.٧٨٨	٠.٨٢١	٠.٨٧٥	٠.٨٦٢
	المحور الثالث: التكلفة	٠.٨٣٧	٠.٨١٥	٠.٨٦٦	٠.٨٨٣
	المحور الرابع: التسليم	٠.٨١١	٠.٨٢٨	٠.٧٧٨	٠.٨٦١
	ثبات الاستبيان ككل	٠.٨٨١	٠.٨٣٠	٠.٨٦٣	٠.٨٨٩

يتضح من جدول (٥) أن جميع قيم معاملات الثبات في استبيانات البحث كانت دالة عند مستوى ٠.٠١ مما يدل على ثبات الاستبيانات وصلاحيتها للتطبيق.

٤- البرنامج الإرشادي المعد لتنمية وعي السيدات المعيلات باستراتيجيات ريادة الأعمال: (إعداد الباحثتان)

من البيانات المستمدة من استبيانات الدراسة ومن خلال الاطلاع علي البحوث والدراسات السابقة المرتبطة بالبرامج الإرشادية للاستفادة منها في كيفية تصميم البرنامج وخطواته وطرق تقييمه ومن خلال المقابلات الشخصية مع السيدات المعيلات أصحاب المشروعات الريادية القائمة بالفعل والمناقشة معهم للتعرف على أوجه القصور في وعيهم باستراتيجيات ريادة الأعمال للاستفادة منها في تخطيط البرنامج تم إعداد برنامج إرشادي لتنمية الوعي باستراتيجيات ريادة الأعمال بمحاورها (استراتيجية التخطيط الاستراتيجي، استراتيجية الاستباقية، استراتيجية الابتكار، استراتيجية إدارة المخاطر) للسيدات المعيلات عينة البحث التجريبية.

وفيما يلي عرض لخطوات إعداد البرنامج:

■ **تحديد أهداف البرنامج:**

- **تحديد الهدف العام للبرنامج الإرشادي:** يهدف البرنامج الإرشادي بصفة رئيسية إلى تنمية وعي السيدات المعيلات عينة الدراسة التجريبية بإستراتيجيات ريادة الأعمال.
- **تحديد الأهداف الإجرائية للبرنامج الإرشادي:** تتضمن الأهداف الإجرائية للبرنامج على جوانب الإرشاد الثلاثة (معرفي مهاري وجداني) وجدول (٦) يتضمن الأهداف الإجرائية لجلسات البرنامج.

■ **إعداد المحتوى العلمي لجلسات البرنامج:**

تم إعداد وبناء البرنامج الإرشادي من خلال القراءات المختلفة المرتبطة بموضوع الدراسة ومن البيانات المستمدة من استبيان الوعي بإستراتيجيات ريادة الأعمال، والتي أعدت بهدف المسح القبلي، ووفقاً للبيانات المتحصل عليها تم تحديد الاحتياجات التدريبية المعلوماتية والمهارية الفعلية لتنمية الوعي بإستراتيجيات ريادة الأعمال بمحاورها (استراتيجية التخطيط الاستراتيجي، استراتيجية الاستباقية، استراتيجية الابتكار، استراتيجية إدارة المخاطر)، وقد تم صياغة محتوى البرنامج في جلسات تعليمية إرشادية يتضمن كل منها جوانب (معرفية، مهارية، وجدانية) وذلك من خلال تصميم بيئة تعليمية تفاعلية تتمثل في البرنامج الإرشادي توفر للباحثين والسيدات المعيلات عينة البحث التجريبية بيئة آمنة للاتصال والتعاون، وتبادل المحتوى التعليمي وتطبيقاته والأنشطة إضافة إلى الأنشطة والمناقشات، وتشجع على تبادل ومشاركة الأفكار والآراء، وتدعم التفاعلية بين الباحثين والسيدات المعيلات مما يساعد على تحقيق الأهداف الرئيسية. وتم إعداد وبناء البرنامج الإرشادي الموجه للسيدات المعيلات (عينة البحث التجريبية) وذلك للمساهمة في رفع مستوى الوعي بإستراتيجيات ريادة الأعمال.

■ **خطة تطبيق البرنامج الإرشادي:**

استغرق تطبيق البرنامج (٨) جلسات إرشادية موزعة على (٤) أسابيع بواقع جلستين أسبوعياً، بحيث لا تزيد الجلسة عن ٦٠ دقيقة. وتم تطبيق جلسات البرنامج من خلال تطبيق Zoom حيث تم إرسال الرابط عبر مجموعة الواتساب المخصصة للبرنامج والجلسات موزعة كما موضح بجدول (٦):

جدول (٦) خطة ومحتوى البرنامج الإرشادي المعد لتنمية وعي السيدات المعيلات عينة البحث التجريبية باستراتيجيات ريادة الأعمال.

موضوعات البرنامج وعناصر الجلسات	الأهداف التعليمية لجلسات البرنامج. في نهاية الجلسة تصبح السيدة المعيلة قادرة على أن:	استراتيجيات التدريس والوسائل الإرشادية للبرنامج عبر تطبيق ZOOM	إجراءات التقييم:
<p>الجلسة الأولى: عنوان الجلسة: "جلسة افتتاحية تمهيدية تمهيد عن ماهية ريادة الأعمال واستراتيجياتها" تعرف- التعريف بالبرنامج (مكوناته، أهدافه، أهميته): الأفكار الرئيسية: - تعرف - تعريف بالبرنامج، وأهدافه العامة، وأهميته، وإجراءاته. - التطبيق القبلي للاستبيان من خلال إرسال الرابط الخاص بالاستبيانات عبر جروب الواتساب المخصص للبرنامج. - تعريف ريادة الأعمال. - أهمية ريادة الأعمال. - سمات رائد الأعمال الناجح. - استراتيجيات ريادة الأعمال. - الاستراتيجيات التي تساهم في ضمان نجاح ريادة</p>	<p>أولاً: الأهداف المعرفية: - تتعرف بالبرنامج. - تفهم الأهداف العامة للبرنامج. - تفهم المقصود بريادة الأعمال. - تذكر أهمية ريادة العمال. - تعدد سمات رائد الأعمال الناجح - توضح المقصود باستراتيجيات ريادة الأعمال. - تعدد بعض استراتيجيات ريادة الأعمال الهامة لمشروعها الريادي. ثانياً: الأهداف المهارية: - ترسم مخطط لاستراتيجيات ريادة الأعمال التي تشعر بأهميتها لمشروعها. تطور لديها المقومات</p>	<p>استراتيجيات التدريس - العصف الذهني. - المحاضرة - المناقشة والحوار. - النمذجة - تبادل الرسائل من خلال الشات. الوسائل المستخدمة: - الاستعانة بوسائط تكنولوجية (عرض شرائح بور بوينت.</p>	<p>إجراء تقييم مبدئي في بداية الجلسة لتحديد خلفية السيدات المعيلات عينة الدراسة التجريبية بموضوعات البرنامج (التطبيق القبلي للاستبيانات). - يتم إجراء تقييم مستمر أثناء عرض موضوعات البرنامج بطرح العديد من الأسئلة وإجراء مناقشات للتأكد من متابعة افراد عينة الدراسة التجريبية مع الحرص على تعزيز الاستجابات. س ١: ما المقصود باستراتيجيات ريادة الأعمال؟ س ٢: عددي سمات رائد الأعمال الناجح؟</p>

إجراءات التقييم:	استراتيجيات التدريس والوسائل الإرشادية للبرنامج عبر تطبيق ZOOM	الأهداف التعليمية لجلسات البرنامج. في نهاية الجلسة تصبح السيدة المعيلة قادرة على أن:	موضوعات البرنامج وعناصر الجلسات
٣: إرسامي مخطط لأهم استراتيجيات ريادة الأعمال اللازمة لمشروعك الريادي؟		الأساسية لرائدة الأعمال الناجحة. ثالثاً: الأهداف الوجدانية: - تقدر قيمة البرنامج في حياتها العملية. - تحرص على حضور الجلسات بانتظام. - تشارك في المناقشة أثناء الجلسة - تشعر بأهمية دور ريادة العمال في إدارة مشروعها الريادي. - تقدر المردود الإيجابي لتنمية مهاراتها الريادية من أجل إنجاح مشروعها.	الأعمال.
- يتم إجراء تقييم مبدئي في بداية الجلسة للتعرف على مدى تمكن أفراد العينة من موضوعات الجلسة السابقة مع تلخيص أهم عناصر اللقاء السابق لربطها بموضوعات الجلسة	استراتيجيات التدريس -العصف الذهني. -النمذجة - المحاضرة. - المناقشة والحوار من خلال تبادل الرسائل من خلال الشات.	أولاً: الأهداف المعرفية: ١- تفهم المقصود بالتخطيط الاستراتيجي. ٢- تعدد أهمية التخطيط الاستراتيجي لمشروعها. ٣- توضح مراحل التخطيط الاستراتيجي.	الجلسة الثانية والثالثة: عنوان الجلسة: استراتيجيات ريادة الأعمال: أولاً التخطيط الاستراتيجي: الأفكار الرئيسية: -المقصود باستراتيجية التخطيط الإستراتيجي.

إجراءات التقييم:	استراتيجيات التدريس والوسائل الإرشادية للبرنامج عبر تطبيق ZOOM	الأهداف التعليمية لجلسات البرنامج. في نهاية الجلسة تصبح السيدة المعيلة قادرة على أن:	موضوعات البرنامج وعناصر الجلسات
<p>الحالية.</p> <p>- يتم التقويم أثناء الجلسة من خلال بعض الأنشطة مثل:</p> <p>- نشاط: أمامك وقت ١٠ دقائق استخدمي نموذج تحليل SWAT لتوضيح نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات في مشروعك.</p> <p>- نشاط: بناء على نموذج تحليل SWAT الذي قمتي بتنفيذه في النشاط السابق حددي أهداف مشروعك مع مراعاة الالتزام بمواصفات الهدف الجيد.</p> <p>- نشاط: ما المقصود بالتخطيط الاستراتيجي.</p> <p>- عددي أهمية التخطيط الاستراتيجي لنجاح مشروعك؟</p> <p>- باستخدام نموذج الخطة الاستراتيجية المقدم لكي ضعي خطة استراتيجية لمدة ٥ سنوات</p>	<p><u>الوسائل المستخدمة:</u></p> <p>- عرض شرائح بور بوينت وصور وفيدوهات وروابط تحتوي على محتوى علمي يوضح موضوعات الجلسة.</p> <p><u>ثانياً: الأهداف المهارية:</u></p> <p>١- تستخدم نموذج تحليل SWOT بكفاءة لتحديد الوضع الحالي لمشروعها.</p> <p>٢- تضع خطة استراتيجية لمشروعها..</p> <p><u>ثالثاً: الأهداف الوجدانية:</u></p> <p>- تشارك في تنفيذ الأنشطة أثناء الجلسة بحماس.</p> <p>- تقدر أهمية التخطيط الاستراتيجي لنجاح مشروعها الريادي.</p>	<p><u>ثانياً: الأهداف المهارية:</u></p> <p>١- تستخدم نموذج تحليل SWOT بكفاءة لتحديد الوضع الحالي لمشروعها.</p> <p>٢- تضع خطة استراتيجية لمشروعها..</p> <p><u>ثالثاً: الأهداف الوجدانية:</u></p> <p>- تشارك في تنفيذ الأنشطة أثناء الجلسة بحماس.</p> <p>- تقدر أهمية التخطيط الاستراتيجي لنجاح مشروعها الريادي.</p>	<p>- أهمية التخطيط الإستراتيجي.</p> <p>- مراحل التخطيط الاستراتيجي.</p> <p>*أولاً: تحديد الوضع الحالي (نموذج التحليل الرباعي)</p> <p>*ثانياً: تحديد رؤية المشروع.</p> <p>*ثالثاً: تحديد رسالة المشروع.</p> <p>*رابعاً: تحديد أهداف المشروع.</p> <p>*خمساً: تحليل الفجوة.</p> <p>*سادساً: وضع مؤشرات تقييم الأداء.</p>

إجراءات التقييم:	استراتيجيات التدريس والوسائل الإرشادية للبرنامج عبر تطبيق ZOOM	الأهداف التعليمية لجلسات البرنامج. في نهاية الجلسة تصبح السيدة المعيلة قادرة على أن:	موضوعات البرنامج وعناصر الجلسات
لمشروعك.			
<p>- يتم التقويم أثناء الجلسة من خلال بعض الأنشطة مثل: - نشاط ١: وضحي بمثال كيف يمكنك اتخاذ قرار استباقي بمشروعك الريادي.</p> <p>- في نهاية الجلسة يتم تلخيص العناصر الأساسية عن طريق استخلاصها من بعض أفراد العينة.</p>	<p><u>استراتيجيات التدريس</u></p> <p>- عصف ذهني. - المناقشة والحوار من خلال تبادل الرسائل من خلال الشات.</p> <p><u>الوسائل المستخدمة:</u> عرض شرائح بور بوينت وصور وفيدويوهات وروابط تحتوي على محتوى علمي يوضح موضوعات الجلسة.</p>	<p><u>أولاً: الأهداف المعرفية:</u></p> <p>- تفهم المقصود باستراتيجية الاستباقية. - تعدد صفات رائد الأعمال الاستباقي. - توضح كيف يمكنها التحول من الإدارة برد الفعل إلى الإدارة الاستباقية داخل مشروعها. - توضح كيف يمكنها التغلب على العقبات في عملها الريادي بنهج استباقي.</p> <p><u>ثانياً: الأهداف المهارية:</u></p> <p>- تضع تصور لكيفية تحولها من الإدارة برد الفعل إلى الإدارة الاستباقية. - توضح بمثال كيف يمكنها اتخاذ قرار استباقي في عملها الريادي.</p> <p><u>ثالثاً: الأهداف الوجدانية:</u></p> <p>١- تقدر أهمية</p>	<p><u>الجلسة الرابعة والخامسة:</u> <u>عنوان الجلسة:</u> تابع إستراتيجيات ريادة الأعمال استراتيجية الاستباقية: <u>الأفكار الأساسية:</u></p> <p>-المقصود باستراتيجية الاستباقية في ريادة العمال. - صفات رائد الأعمال الاستباقي. - أهمية استراتيجية الاستباقية في ريادة الأعمال. - كيف يمكن التحول من رد الفعل إلى استراتيجية الاستباقية. - قوة اتخاذ القرار الاستباقي. - المبادرة في بيئة أعمال ديناميكية. - التغلب على التحديات بنهج استباقي. - القيادة بالقدوة بعقلية استباقية ريادة الأعمال.</p>

إجراءات التقييم:	استراتيجيات التدريس والوسائل الإرشادية للبرنامج عبر تطبيق ZOOM	الأهداف التعليمية لجلسات البرنامج. في نهاية الجلسة تصبح السيدة المعيلة قادرة على أن:	موضوعات البرنامج وعناصر الجلسات
		استراتيجية الاستباقية لنجاح أعمالها الريادية.	
<p>- يتم التقويم أثناء الجلسة من خلال بعض الأنشطة مثل:</p> <p>- نشاط ١: وضحى بمثال كيف يمكنك تعزيز ثقافة الابتكار في مشروعك الريادي.</p> <p>- في نهاية الجلسة يتم تلخيص العناصر الأساسية عن طريق استخلاصها من بعض أفراد العينة.</p>	<p><u>الاستراتيجيات المستخدمة:</u></p> <p>- عصف ذهني. - الإلقاء. - النمذجة. - المناقشة والحوار من خلال تبادل الرسائل من خلال الشات. - النمذجة.</p> <p><u>الوسائل المعينة:</u></p> <p>عرض شرائح بور بوينت وصور وفيديوهات وروابط تحتوي على محتوى علمي يوضح موضوعات الجلسة.</p>	<p><u>أولاً: الأهداف المعرفية:</u></p> <p>- تفهم العلاقة الوثيقة بين اتباعها لاستراتيجية الابتكار ونجاحها في زيادة الأعمال.</p> <p>٢- تحدد فرص الابتكار في زيادة الأعمال..</p> <p><u>ثانياً: الأهداف المهارية:</u></p> <p>- تفرق بين أنواع الابتكار في زيادة الأعمال.</p> <p>- تطبق استراتيجيات تعزيز ثقافة الابتكار في زيادة الأعمال في مشروعها الريادي.</p> <p>- تعطي أمثلة للتغلب على التحديات والعوائق التي تواجهها في مشروعها وتعيق الابتكار.</p> <p><u>ثالثاً: الأهداف الوجدانية:</u></p> <p>- تقدر قيمة استراتيجية الابتكار في نجاح مشروعها الريادي.</p>	<p><u>الجلسة السادسة:</u></p> <p><u>عنوان الجلسة:</u></p> <p>تابع استراتيجيات زيادة الأعمال.</p> <p>ثالثاً: استراتيجية الابتكار.</p> <p><u>الأفكار الأساسية:</u></p> <p>- دور الابتكار في زيادة الأعمال.</p> <p>- أهمية الابتكار في نجاح زيادة الأعمال.</p> <p>- أنواع الابتكار في زيادة الأعمال.</p> <p>- تحديد فرص الابتكار في زيادة الأعمال.</p> <p>- استراتيجية تعزيز ثقافة الابتكار في زيادة الأعمال.</p> <p>- التغلب على التحديات والعوائق أمام الابتكار في زيادة الأعمال.</p>

إجراءات التقييم:	استراتيجيات التدريس والوسائل الإرشادية للبرنامج عبر تطبيق ZOOM	الأهداف التعليمية لجلسات البرنامج. في نهاية الجلسة تصبح السيدة المعيلة قادرة على أن:	موضوعات البرنامج وعناصر الجلسات
<p>- يتم التقويم أثناء الجلسة من خلال بعض الأنشطة مثل: نشاط ١: وضحي بمثال أحد المخاطر التي تعرضت لها في مشروعك الريادي وكيف تعاملت معها. نشاط ٢: ضعي تصور يوضح كيف يمكنك إدارة مخاطر عدم الاستقرار المالي والتغيرات في السوق التي قد يواجهها مشروعك الريادي التقييم النهائي: من خلال الدخول على رابط الاستبيانات على google form والتطبيق البعدي لاستبيانات الدراسة. -شكر السيدات المعيلات عينة الدراسة التجريبية.</p>	<p>الاستراتيجيات المستخدمة: - عصف ذهني. - المناقشة والحوار من خلال تبادل الرسائل من خلال الشات. - المحاضرة. - النمذجة. الوسائل المعينة: عرض شرائح بور بوينت وصور وفيدوهات وروابط تحتوي على محتوى علمي يوضح موضوعات الجلسة.</p>	<p>أولاً: الأهداف المعرفية: - توضح أهمية المخاطرة في ريادة الأعمال. - تفهم دور المخاطر التي تتعرض لها في مشروعها الريادي في تعلمها ونمو مشروعها. -تدرك أهمية اتباع استراتيجية إدارة المخاطر لتقليل النكسات التي يمكن أن تتعرض لها في مشروعها الريادي. ثانياً: الأهداف المهارية: - تضع تصور سليم لتقييم وتحليل المخاطر التي تتعرض لها في مشروعها الريادي. - تتخذ قرارات محسوبة وليست قرارات مندفة عند تعرض مشروعها الريادي للمخاطر. ثالثاً: الأهداف الوجدانية: - تقدر أهمية استراتيجية إدارة المخاطر التي تتبعها في عملها الريادي</p>	<p>الجلسة السابعة والثامنة: عنوان الجلسة: جلسة ختامية تابع: استراتيجيات ريادة الأعمال. رابعا: إدارة المخاطر. الأفكار الأساسية: - فهم أهمية المخاطرة في ريادة الأعمال. - تقييم وتحليل المخاطر المحتملة في المشروع الريادي. - دور المخاطرة في التعلم والنمو. -التغلب على الخوف وعدم اليقين. - اتخاذ القرار المحسوب مقابل اتخاذ القرار المندفع. -تقليل تأثير النكسات المحتملة.</p>

موضوعات البرنامج وعناصر الجلسات	الأهداف التعليمية لجلسات البرنامج. في نهاية الجلسة تصبح السيدة المعيلة قادرة على أن:	استراتيجيات التدريس والوسائل الإرشادية للبرنامج عبر تطبيق ZOOM	إجراءات التقييم:
	في تغلبها على الخوف وعدم اليقين ونجاح مشروعها.		

■ حساب صدق البرنامج:

تم عرض البرنامج الإرشادي المعد لتنمية وعي السيدات المعيلات عينة البحث التجريبية بإستراتيجيات ريادة الأعمال بصورته الأولى على (١٣) من الأساتذة المحكمين المتخصصين في إدارة المنزل والمؤسسات بقسم الاقتصاد المنزلي بكليات التربية النوعية جامعة (عين شمس، الفيوم)، ومجموعة من الأساتذة المحكمين المتخصصين في إدارة مؤسسات الأسرة والطفولة بكلية الاقتصاد المنزلي جامعة حلوان، وبعض الأساتذة المتخصصين في مجال علم النفس وعلم الاجتماع بكليات الآداب والخدمة الاجتماعية جامعة (المنيا أسوان)، وبعض أساتذة كلية التجارة (جامعة أسوان)، للوقوف على صلاحيته وحساب معامل الصدق وفق قائمة من المعايير وذلك من حيث المحتوى العلمي وصحة صياغة الأهداف ومدى مناسبة التقييم وصلاحية استخدام البرنامج لعينة البحث. وكانت آراء الأساتذة المحكمين متفقة بنسبة (٩٩%) وقد أبدى المحكمون بعض الملاحظات العلمية التي أخذت بها الباحثتان مثل بعض الأخطاء في الصياغة، وتعديل بعض المصطلحات وفي ضوء هذه الملاحظات تم عمل التعديلات اللازمة وأصبح البرنامج جاهز للتطبيق على العينة التجريبية.

■ تطبيق البرنامج الإرشادي على عينة الدراسة التجريبية:

- **الفئة المستهدفة:** وقوامها (٣٠) مفردة تمثل عينة البحث التجريبية من السيدات المعيلات أصحاب المشروعات الريادية القائمة بالفعل وتم اختيارهم بطريقة عمدية غرضية يمثلن الربع الأدنى من العينة الأساسية من الحاصلات على درجات منخفضة في استبيان الوعي بإستراتيجيات ريادة الأعمال، وذلك لتطبيق البرنامج الإرشادي المعد لتنمية إستراتيجيات ريادة الأعمال عليهم وممن يتوفر لديهم مهارات التعامل مع الأجهزة

الإلكترونية الحديثة ويستخدمن وسائل التواصل الاجتماعي "واتساب"، ويكون لديهم إحدى الأجهزة الإلكترونية المتصلة بالإنترنت حتى يمكن تطبيق البرنامج الإرشادي عليهم من خلال تطبيق Zoom وذلك بعد التنسيق معهم.

- **المدى الزمني لتطبيق البرنامج الإرشادي:** تم اختيار العينة التجريبية وتطبيق البرنامج الإرشادي المُعد عليهم خلال الفترة من ديسمبر/ ٢٠٢٣م، وحتى يناير ٢٠٢٤م. واستغرق البرنامج في تطبيقه (٨) جلسات، بواقع جلستين أسبوعياً وزمن كل جلسة (٦٠ دقيقة)، وقد تم التنسيق مع السيدات عينة الدراسة التجريبية من خلال جروب الواتساب.

▪ **أساليب تقويم البرنامج:** اعتمدت الدراسة في تقويم البرنامج على ثلاث مراحل:

○ **تقويم قبلي:** تم قبل تطبيق البرنامج الإرشادي لتحديد الخلفية السابقة للسيدات المعيلات أصحاب المشروعات الريادية القائمة بالفعل عينة الدراسة التجريبية حول موضوعات البرنامج قبل بدء تطبيقها عليهم وتم بتطبيق استبيان الوعي باستراتيجيات ريادة الأعمال على عينة الدراسة التجريبية من خلال إرسال الرابط الخاص بتلك الاستبيانات عبر الواتساب الخاص بمجموعة الدراسة للإجابة عليه.

○ **تقويم بنائي مرحلي:** تم أثناء تعرض السيدات المعيلات عينة الدراسة التجريبية لمحتوى البرنامج الإرشادي ويتضمن المشاركة الإيجابية لأفراد العينة التجريبية في الأنشطة المتضمنة في البرنامج الإرشادي والموجودة بكل جلسة ويتم متابعتهم من قبل الباحثين وإعطائهم التغذية الراجعة المناسبة.

○ **تقويم نهائي:** تم بعد انتهاء السيدات المعيلات عينة الدراسة التجريبية من التعرض للبرنامج الإرشادي بتطبيق استبيان الوعي باستراتيجيات ريادة الأعمال من خلال إرسال رابط Google Form الخاص بتلك الاستبيانات عبر جروب الواتساب الخاص بالمجموعة للإجابة عليه. وذلك لقياس مدى إلمام عينة الدراسة التجريبية بعد تطبيق البرنامج بالمعارف والمهارات التي قدمت لهم للوقوف على فاعلية البرنامج الإرشادي المعد لتنمية الوعي باستراتيجيات ريادة الأعمال للسيدات المعيلات عينة الدراسة التجريبية.

وفيما يلي بعض أجزاء من الجلسات التي تم تقديمها بالبرنامج الإرشادي:



إعداد

أ.م.د/ شيماء عبد السلام عبد الواحد الجوهر
أستاذ إدارة المنزل المساعد- قسم الاقتصاد المنزلي - كلية
التربية النوعية- جامعة أسوان

أ.م.د/ أسماء محمود فتحي عبد اللطيف
أستاذ إدارة المنزل المساعد- قسم الاقتصاد المنزلي- كلية
التربية النوعية - جامعة المنيا



الأهداف العامة للبرنامج

- 1- التعرف بالبرنامج.
- 2- فهم الأهداف العامة للبرنامج.
- 3- توضيح المفاهيم والمصطلحات الخاصة باستراتيجيات ريادة الأعمال.
- 5- تستخدم إستراتيجيات ريادة الأعمال لتحقيق النمو في مشروعها.
- 6- تقدر أهمية اتباع استراتيجيات ريادة الأعمال لتحقيق الميزة التنافسية في مشروعها.
- 7- تقدر أهمية البرنامج.





الجلسة الأولى

عنوان الجلسة

افتتاحية تمهيدية
ماهية ريادة الأعمال
واستراتيجياتها؟

ريادة الأعمال هي:

مفهوم يقوم على إدارة مشروع تجاري، وتطويره من أجل كسب الأرباح، وعادةً يصاحب هذا المجال الكثير من المغامرة ومواجهة المخاطر، وبالتالي فإن البدء بعمل جديد هو العنوان الأساسي لمصطلح ريادة الأعمال



استراتيجيات ريادة الأعمال أولاً استراتيجية التخطيط الاستراتيجي

تأثير مراحل التخطيط الاستراتيجي

يعد الانتهاء من تحديد العناصر السابقة يتم تصميم جدول نضع فيه كل عنصر من عناصر المربع والاستراتيجية التي سوف نستخدمها على سبيل المثال بالنسبة لنقاط القوة نحدد كل نقطة قوة واستراتيجية كيفية استغلالها في تطوير المشروع وكذلك كيفية تطوير وتنمية نقطة القوة هذه ، وبالنسبة لنقاط الضعف أي عنصر أو عامل يمثل نقطة ضعف نقوم بتحديد استراتيجية لمعالجة هذا القصور وكيفية معالجة نقطة الضعف هذه، بالنسبة للفرص ه يتم تحديد استراتيجية لاستغلال كل فرصة موجودة بالمشروع، وبالنسبة للتهديدات يتم تحديد استراتيجية توضح كيفية مقاومة كل تهديد .

أمور معطلة لتحقيق الأهداف	أمور مساعدة لتحقيق الأهداف	SWOT ANALYSIS
نقاط ضعف سماتنا نحن، التي تعوقنا عن تحقيق الهدف	نقاط قوة سماتنا نحن، التي تساعدنا في تحقيق الهدف	داخلة داخل المنظمة
مخاطر ظروف خارجية، يمكن أن تضر وتعيق تحقيق الهدف	فرص ظروف خارجية، يمكن استثمارها لتحقيق الهدف	خارجة خارج المنظمة
١ ٢ ٣ ٤ ٥	١ ٢ ٣ ٤ ٥	١ ٢ ٣ ٤ ٥

التقييم



- 1- ما المقصود بالتخطيط الاستراتيجي؟
- 2- عددي أهمية التخطيط الاستراتيجي لنجاح مشروعك؟
- 3- استخدم نموذج تحليل SWOT لتوضيح نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات في مشروعك.
- 4- باستخدام نموذج الخطة الاستراتيجية المقدم لكي تضعي خطة استراتيجية لمدة 5 سنوات لمشروعك.

كيف يمكن التحول من رد الفعل إلى استراتيجية الاستباقية؟

الاستراتيجيات والتقنيات الأساسية

- 01- تحديد وتحديد أهداف واضحة
- 02- اتخاذ المبادرة والملكية
- 03- احتضان التغيير والقدرة على التكيف
- 04- السعي إلى التعلم المستمر والتحسين
- 05- تنمية موقف إيجابي ويوجه نحو الحلول

أهمية استراتيجية الاستباقية في قيادة الأعمال

- 1- القدرة على توقع المشكلات وضغطها قبل ظهورها
فبعد قيام مدير المشروع بتوقع المشكلات والأخطار وتصميمها في الجدول الزمني للمشروع، واتخاذ الإجراءات التصحيحية لها، مما يسهل عليه تنفيذ السبل لصلته وكذلك توفير وقتة الضمين وموارد المشروع، وهذا يعزز من إنتاجية المشروع ومعدل النجاح الإجمالي.
- 2- القدرة على اغتنام الفرص عند ظهورها
القدرة على اغتنام الفرص عند ظهورها، ومن خلال المسح المستمر للبيئة بحثاً عن الاتجاهات الناشئة وتبوءات السوق ومتطلبات العملاء، يمكن للأفراد والمنظمات وضع أنفسهم بشكل استراتيجي للاستفادة من هذه الفرص على سبيل المثال، من المرجح أن يعقب رائد الأعمال ذو التفكير الاستباقي الذي يحدد بشكل استباقي نفوذ في السوق ويطور منتجاً لتلبية تلك الحاجة المنحاح مقارنة بشخص يتفاعل بيمسائه مع عروض السوق الحالية، يمكننا المبادرة من أن تكون في طليعة الابتكار.
- 3- تطوير ثقافة التحسين المستمر والتعلم
حضور المؤتمرات وورش العمل ذات الصلة، وتطلب المنظمات من الموظفين والفرق من خلال السعي المستمر للمعرفة وتطلب المنظمات، يمكننا تحديد مجالات التحسين واتخاذ خطوات استباقية لتعزيز مهارتنا وخبرائنا، إن هذه العملية الموجهة نحو النمو لا يمكننا من التكيف مع الظروف المتغيرة، فحسب، بل يمكننا أيضاً من اغتنام الفرص الجديدة بثقة.

دليل للمبتكرين. تحديد فرص الابتكار في الأعمال



تحديد فرص الابتكار في الأعمال.

1. تحليل اتجاهات السوق واحتياجات العملاء
من أجل تحديد فرص الابتكار في صملك، من الضروري أن تظل على اطلاع بأحدث اتجاهات السوق وفهم الاحتياجات المتغيرة لعملائك. من خلال إجراء أبحاث السوق وتحليل تعليقات العملاء، يمكنك الحصول على رؤية قيمة في المجالات التي يمكن لشركتك أن تبتكر فيها وتقدم حلولاً فريدة. على سبيل المثال، لتتضمن تلك تمتلك مطعماً ولاحظت أن هناك جزءاً متزايداً من العملاء الذين يبحثون عن خيارات صحية لتناول الطعام. ومن خلال تحليل اتجاهات السوق وتحليلات العملاء، يمكنك تحديد فرصة لتقديم قائمة جديدة من الأطباق الخفيفة والمضوية. يمكن أن يجذب هذا الابتكار العملاء المهتمين بالصحة ويميز صملك عن المنافسين.

2. راقب التطورات في الصناعة
هناك طريقة أخرى لتحديد فرص الابتكار وهي مراقبة التقدم في مجال صملك عن كثب. من خلال البقاء على اطلاع بالتقنيات أو العمليات أو نماذج الأعمال الجديدة، يمكنك تحديد المجالات التي السوق التي يمكن لشركتك سداها. على سبيل المثال، إذا كنت تدير شركة للتجارة الإلكترونية، فقد تصادف بوابة دفع جديدة توفر معاملات أسرع وأكثر أماناً. ومن خلال اعتماد هذه التقنية، يمكنك تحسين تجربة التسوق الشاملة لعملائك واكتساب ميزة تنافسية في السوق.

3. تعزيز ثقافة الابتكار داخل مؤسستك
إن خلق ثقافة الابتكار داخل مؤسستك يمكن أن يعزز بشكل كبير قدرتك على تحديد فرص الابتكار والاستفادة منها. تشجع موظفك على التفكير بشكل إبداعي، وتجربة أفكار جديدة، ومشاركة أفكارهم. ومن خلال تعزيز بيئة عمل تعاونية ومنفتحة، يمكنك الاستفادة من الكفاءات المعرفية لفريقك واكتشاف فرص جديدة للتطوير. تأخذ على سبيل المثال سياسة Google الشهيرة "20% وقت"، حيث يتم تشجيع الموظفين على قضاء 20% من وقت عملهم في المشاريع الشخصية. وقد نتج عن هذه السياسة العديد من المنتجات والميزات المبتكرة، مثل Gmail وخرائط Google. ومن خلال منح الموظفين الحرية في استكشاف أفكارهم الخاصة، يمكنك تمكين Google من تحديد الفرص الجديدة للابتكار والاستفادة منها.

4. اطلب التعليقات من العملاء وأصحاب المصلحة
يمكن لعملائك وأصحاب المصلحة تقديم تعليقات ورؤى قيمة يمكن أن تساعدك في تحديد مجالات الابتكار. ابحث بنشاط عن التعليقات من خلال الاستطلاعات أو مجموعات التركيز أو المحادثات الفردية لفهم نقاط الألم والتحديات والاحتياجات التي لم تتم تلبيتها. يمكن أن ترشدك هذه المعلومات في تطوير حلول مبتكرة تلبي متطلباتهم المحددة. على سبيل المثال، قد تقوم شركة برمجيات بإجراء مقابلات مع المستخدمين لجمع التعليقات حول منتجها. ومن خلال هذه المحادثات، قد تكتشف أن العملاء يواجهون صعوبة في استخدام ميزة معينة أو يرغبون في وظائف إضافية. ومن خلال جمع هذه التعليقات في عملية تطوير المنتج، يمكن للشركة الابتكار وتوفير حل يلبي احتياجات العملاء بشكل أفضل.

2. تقييم وتحليل المخاطر المحتملة في المشروع

يحد تحديد وفهم المخاطر المحتملة التي قد يواجهها صملك خطوة حاسمة في تطوير استراتيجيات فعالة لتحمل المخاطر. ومن خلال إجراء تقييم وتحليل شامل لهذه المخاطر، يمكنك التخطيط بشكل استباقي وتنفيذ التدابير اللازمة للتخفيف من تأثيرها على رحلتك في مجال ريادة الأعمال. في هذا القسم، سنستكشف بعض الخطوات الأساسية التي يمكنك اتخاذها لتقييم وتحليل المخاطر المحتملة في صملك.

1. تحديد المخاطر وتصنيفها: يبدأ بتحديد المخاطر المختلفة التي قد يواجهها صملك. ويمكن تصنيف هذه المخاطر على نطاق واسع إلى عوامل داخلية وخارجية. تشمل المخاطر الداخلية عوامل مثل عدم الكفاءة التشغيلية، أو عدم الاستقرار المالي، أو نقص القوى العاملة الماهرة. ومن ناحية أخرى، قد تنشأ المخاطر الخارجية من التغيرات في السوق أو المشهد التنظيمي أو التقدم التكنولوجي. ومن خلال تصنيف المخاطر، يمكنك الحصول على فهم أفضل لطبيعتها وتحديد أولويات جهود إدارة المخاطر وفقاً لذلك. على سبيل المثال، قد تحدد شركة التصنيع خطراً داخلياً محتملاً في شكل الآلات القديمة قد تؤدي إلى تأخير الإنتاج أو مشاكل في الجودة. قد يكون الخطر الخارجي، في هذه الحالة، هو الزيادة المفاجئة في أسعار المواد الخام بسبب الاضطرابات السياسية في البلد حيث يتم الحصول على المواد. ومن خلال تصنيف هذه المخاطر، يمكن للشركة التركيز على تحديث أجهزتها كإجراء للتخفيف من المخاطر الداخلية واستكشاف مصادر بديلة للمواد الخام لمعالجة المخاطر الخارجية.

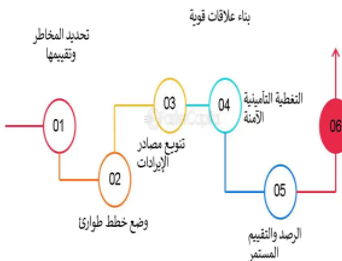
تقليل تأثير النكسات المحتملة.

1. تحديد المخاطر وتصنيفها: الخطوة الأولى في تخفيف المخاطر هي تحديد وتقييم النكسات المحتملة التي قد تنشأ أثناء رحلتك في ريادة الأعمال. قم بإجراء تحليل شامل لخطة عملك وظروف السوق واتجاهات الصناعة لتحديد أي مخاطر محتملة على سبيل المثال، إذا كنت تطلق منتجاً جديداً، ففكر في مخاطر فشل المنتج، أو تشعب السوق، أو التغيرات في تفضيلات المستهلك.

2. وضع خطط طوارئ: بمجرد تحديد المخاطر المحتملة، من الضروري تطوير خطط طوارئ لمعالجتها. يجب أن تتحدد هذه الخطط الإجراءات المحددة التي يجب اتخاذها في حالة حدوث نكسة. على سبيل المثال، إذا كان صملك يعتمد بشكل كبير على مورد واحد، فقم بتطوير خطة احتياطية في حالة فشل هذا المورد في التسليم. من خلال وضع خطط طوارئ، يمكنك تقليل الاضطرابات وضمان استمرارية العمل.

3. تنوع مصادر الإيرادات: الاعتماد على مصدر واحد للإيرادات يمكن أن يعرض صملك للخطر إذا أصبح هذا المصدر غير مستقر أو غير مربح. للتخفيف من هذه المخاطر، فكر في تنوع مصادر إيراداتك. على سبيل المثال، إذا كنت تمتلك مطعماً، فيمكنك تقديم خدمات تقديم الطعام أو المشاركة مع الشركات المحلية لاستضافة الأحداث. من خلال تنوع مصادر إيراداتك، يمكنك تقليل تأثير النكسات المحتملة في مجال واحد من صملك.

تقليل تأثير النكسات المحتملة



خامساً: المعالجات الإحصائية:

بعد جمع البيانات وتفرغها تمت المعالجة الإحصائية باستخدام برنامج الحاسب الألي Package For Social Sciences Program (S.P.S.S) Statistical وذلك لإجراء التحليلات الإحصائية الآتية: حساب التكرارات والنسب المئوية لمتغيرات الدراسة، حساب معاملات الثبات لمقاييس الدراسة بطريقة ألفا كرونباخ Alpha Cronbach ، وباستخدام طريقة التجزئة النصفية Split- half وتم التصحيح من أثر التجزئة النصفية باستخدام معامل إسبيرمان براون Spearman-Brown ، جيتمان Guttman ، ومعامل ارتباط بيرسون Person لتحديد درجة الارتباط بين متغيرات الدراسة، وتحليل التباين الأحادي One Way Anova باستخدام اختبار (ف) F. test ، واستخدام اختبار (L.S.D) للمقارنات المتعددة للتعرف على دلالة الفروق بين المتوسطات، واختبار "ت" T.test لتحديد اتجاه دلالة الفروق، وتحليل الانحدار المتعدد Multiple regression analysis باستخدام الخطوة المتدرجة إلى الأمام (Step wise) ، وحساب معامل إيتا لمعرفة مدى تأثير البرنامج الإرشادي المُعد، وذلك من أجل استخراج النتائج ومناقشتها وتفسيرها.

النتائج تحليلها وتفسيرها: -

أولاً: النتائج الوصفية:

١- وصف عينة البحث الأساسية والتجريبية: فيما يلي وصف شامل لعينة البحث الأساسية والتجريبية بالجداول (٧)، (٨):

جدول (٧) التوزيع النسبي لعينة البحث الأساسية وفقاً للخصائص الديموجرافية حيث (ن=١٥٣)

السن	العدد	النسبة المئوية	المستوى التعليمي للمرأة	العدد	النسبة المئوية
من ٣٠ لأقل من ٤٠ سنة	٥٨	٣٨%	منخفض	١٢	٢٤.٨%
من ٤٠ لأقل من ٥٠ سنة	٧٥	٤٩%	منخفض	٢٦	٢٤.٨%
٥٠ سنة فأكثر	٢٠	١٣%	متوسط	٥٦	٥٨.٩%
المجموع	١٥٣	١٠٠%	متوسط	٣٤	٥٨.٩%
الحالة الاجتماعية	العدد	النسبة المئوية	مرتفع	٢٤	١٦.٣%
متزوجة	٤٠	٢٦.٢%	مرتفع	١	٠.٦%
أرملة	٦٥	٤٢.٥%	المجموع	١٥٣	١٠٠%
مطلقة	٤٨	٣١.٣%	متوسط الدخل الشهري للأسرة بالجنية	العدد	النسبة المئوية
المجموع	١٥٣	١٠٠%	منخفض	٣	٦.٥%
العمل	العدد	النسبة المئوية	منخفض	٧	٤.٥%
تعمل	٦٤	٤١.٩%	متوسط	١٢	٢١.٦%
			من ٣٠٠٠ ج إلى أقل من ٤٠٠٠ ج		
			من ٤٠٠٠ ج إلى أقل من ٥٠٠٠ ج		

		٢١	من ٥٠٠٠ ج إلى أقل من ٦٠٠٠ ج		٥٨.١%	٨٩	لا تعمل
		٦٧	من ٦٠٠٠ ج إلى أقل من ٧٠٠٠ ج	مرتفع	١٠٠%	١٥٣	المجموع
٧١.٩	١١٠	٤٣	من ٧٠٠٠ جنيه فأكثر		النسبة المئوية	العدد	عدد أفراد الأسرة
١٠٠%		١٥٣	المجموع		١٦.٤%	٢٥	أقل من ٤ أفراد
النسبة المئوية	العدد		عمر المشروع		٥١%	٧٨	من ٤ الي ٦ أفراد
٣٤%	٥٢		أقل من ٣ سنوات		٣٢.٦%	٥٠	٧ أفراد فأكثر
٤٢.٥%	٦٥		من ٣ لأقل من ٦ سنوات		١٠٠%	١٥٣	المجموع
٢٣.٥%	٣٦		٦ سنوات فأكثر		النسبة المئوية	العدد	طبيعة المشروع
١٠٠%	١٥٣		المجموع		٢٤.٢%	٣٧	مشروع خدمي
النسبة المئوية	العدد		عدد العاملين بالمشروع		٧٥.٨%	١١٦	مشروع إنتاجي
٣٩.٩%	٦١		من ١ إلى ٥ أفراد		١٠٠%	١٥٣	المجموع
٣٤.٦%	٥٣		من ٥ إلى ١٠ أفراد				
٢٥.٥%	٣٩		أكثر من ١٠ أفراد				
١٠٠%	١٥٣		المجموع				

يتضح من الجدول (٧) أن أعلى نسبة من السيدات المعيلات أفراد عينة البحث الأساسية ينتمين للفئة العمرية من ٤٠ لأقل من ٥٠ سنة بنسبة (٤٩%) بينما أقل نسبة منهم في فئة ٥٠ سنة فأكثر بنسبة (١٣%)، كما تبين أن أعلى نسبة من أفراد عينة البحث كن من الأرامل بنسبة (٤٢.٥%)، بينما أقل نسبة منهم من فئة المتزوجات بنسبة (٢٦.٢%)، واتضح أيضاً من الجدول أن أعلى نسبة من السيدات المعيلات عينة البحث الأساسية كُن من غير العاملات بنسبة (٥٨.١%)، بينما بلغت نسبة العاملات (٤١.٩%)، واتضح كذلك أن أكبر نسبة من السيدات المعيلات أفراد عينة البحث عدد أفراد أسرتهن من ٤ إلي ٦ أفراد بنسبة (٥١%)، أما أقل نسبة فعدد أفراد أسرتهن أقل من ٤ أفراد بنسبة (١٦.٤%)، كما أظهر الجدول أن أعلى نسبة من السيدات المعيلات أفراد عينة البحث كن من الحاصلات على مستوى تعليمي متوسط (حاصلة على الشهادة الثانوية وما يعادلها حاصلة على شهادة فوق المتوسط (بعد الثانوية) بنسبة (٥٨.٩%)؛ أما أقل نسبة فكن من الحاصلات على مستوى تعليمي مرتفع (حاصلة على الشهادة الجامعية ، حاصلة على شهادات عليا (ماجستير أو دكتوراه) بنسبة (١٦.٣%)، وتبين أيضاً أن أغلب أفراد عينة البحث ينتمون لفئة الدخل المرتفع من ٦٠٠٠ جنية إلى أقل من ٧٠٠٠ جنية ، من ٧٠٠٠ جنيه فأكثر) بنسبة (٧١.٩%)، أما أقل نسبة فهم ينتمون لفئة الدخل المنخفض (أقل من ٣٠٠٠ جنية، من ٣٠٠٠ ج إلى أقل من ٤٠٠٠ ج) بنسبة (٦.٥%). كما أظهر الجدول أن أعلى نسبة من السيدات المعيلات أفراد عينة البحث الأساسية لديهن مشروعات إنتاجية بنسبة (٧٥.٨%)، بينما بلغت نسبة نوات المشروعات الخدمية نسبة (٢٤.٢%)، واتضح أيضاً من الجدول أنه بالنسبة لمتغير عمر المشروع كانت أعلى نسبة للمشروعات القائمة من ٣ لأقل من ٦ سنوات بنسبة (٤٢.٥%)، أما أقل نسبة للمشروعات القائمة من ٦ سنوات فأكثر بنسبة (٢٣.٥%)، واتضح كذلك أن أعلى نسبة من السيدات المعيلات أفراد عينة البحث يمتلكن مشروعات بلغ عدد العاملين بها من ١ إلى ٥ أفراد بنسبة

(٣٩.٩%)، أما أقل نسبة من ذوات المشروعات التي بلغ عدد العاملين بها أكثر من ١٠ أفراد بنسبة (٢٥.٥%).

وصف عينة البحث التجريبية فيما يلي وصف لعينة البحث التجريبية بالجدول (٨):

جدول (٨) التوزيع النسبي لعينة البحث التجريبية وفقاً للخصائص الديموجرافية حيث (ن) = ٣٠

النسبة المئوية	العدد	المستوى التعليمي للمرأة	النسبة المئوية	العدد	السن
%٥٣.٣	١٦	٥	منخفض	٦٠%	١٨
		١١	متوسط	٢٣.٣%	٧
%٢٦.٧	٨	٣	مرتفع	١٦.٧%	٥
		٥	مرتفع	١٠٠%	٣٠
%٢٠	٦	٥	الحالة الاجتماعية	النسبة المئوية	العدد
		١	متزوجة	٥٦.٧%	١٧
١٠٠%	٣٠	المجموع	١٠%	٣	ارملة
النسبة المئوية	العدد	الدخل الشهري للأسرة بالجنية	٣٣.٣%	١٠	مطلقة
%٥٦.٧	١٧	٨	منخفض	١٠٠%	٣٠
		٩	متوسط	النسبة المئوية	العدد
%٣٠	٩	٥	مرتفع	٦٣.٣%	١٩
		٤	مرتفع	٣٦.٧%	١١
%١٣.٣	٤	٣	عدد أفراد الأسرة	١٠٠%	٣٠
		١	أقل من ٤ أفراد	النسبة المئوية	العدد
١٠٠%	٣٠	المجموع	١٠%	٣	من ٤ الي ٦ أفراد
النسبة المئوية	العدد	عمر المشروع	٢٦.٧%	٨	٧ أفراد فأكثر
%٦٣.٣	١٩	أقل من ٣ سنوات	٦٣.٣%	١٩	المجموع
%٢٠	٦	من ٣ لأقل من ٦ سنوات	١٠٠%	٣٠	طبيعة المشروع
%١٦.٧	٥	٦ سنوات فأكثر	النسبة المئوية	العدد	مشروع خدمي
١٠٠%	٣٠	المجموع	٧٣.٣%	٢٢	مشروع إنتاجي
النسبة المئوية	العدد	عدد العاملين بالمشروع	٢٦.٧%	٨	المجموع
%٦٦.٧	٢٠	من ١ إلى ٥ أفراد	١٠٠%	٣٠	
%٢٠	٦	من ٥ إلى ١٠ أفراد			
%١٣.٣	٤	أكثر من ١٠ أفراد			
١٠٠%	١٥٣	المجموع			

يتضح من الجدول (٨) أنه بالنسبة لمتغير السن كانت أعلى نسبة من السيدات المعيلات أفراد العينة التجريبية ينتمين للفئة العمرية من ٣٠ لأقل من ٤٠ سنة بنسبة (٦٠%) بينما أقل نسبة منهم في فئة ٥٠ سنة فأكثر بنسبة (١٦.٧%)، وبالنسبة لمتغير الحالة الاجتماعية تبين أن أعلى نسبة من أفراد العينة التجريبية كن من المتزوجات بنسبة (٥٦.٧%)، بينما أقل نسبة منهم من فئة الأرامل بنسبة (١٠%)، وبالنسبة لمتغير العمل كانت أعلى نسبة من العاملات بنسبة (٦٣.٣%)، بينما بلغت نسبة الغير عاملات (٣٦.٧%)، وبالنسبة لمتغير عدد أفراد الأسرة اتضح أن أكبر نسبة من السيدات المعيلات عينة البحث التجريبية عدد أفراد أسرتهن ٧ أفراد فأكثر بنسبة (٦٣.٣%)، أما أقل نسبة فعدد أفراد أسرتهن أقل من ٤ أفراد بنسبة (١٠%)، وبالنسبة لمتغير المستوى التعليمي للسيدة المعيلة عينة البحث التجريبية أظهر الجدول أن أعلى نسبة كن من الحاصلات على مستوى تعليمي منخفض (حاصلة على الشهادة الابتدائية حاصلة على الشهادة الإعدادية) بنسبة (٥٣.٣%)؛ أما أقل نسبة فكن من الحاصلات على مستوى تعليمي مرتفع (حاصلة على الشهادة الجامعية ، حاصلة على شهادات عليا (ماجستير أو دكتوراه) بنسبة (٢٠%)، وبالنسبة لمتغير الدخل الشهري للأسرة تبين أن أغلب أفراد عينة البحث التجريبية ينتمون لفئة الدخل المنخفض (أقل من ٣٠٠٠ جنية ، من ٣٠٠٠ جنية إلى أقل من ٤٠٠٠ جنية) بنسبة (٥٦.٧%)، أما أقل نسبة فهم ينتمون لفئة الدخل المرتفع (من ٦٠٠٠ ج إلى أقل من ٧٠٠٠ ج، من ٧٠٠٠ ج فأكثر) بنسبة (١٣.٣%). وبالنسبة لمتغير طبيعة المشروع كانت أعلى نسبة من السيدات المعيلات أفراد العينة التجريبية لديهم مشروعات خدمية بنسبة (٧٣.٣%)، بينما بلغت نسبة ذوات المشروعات الإنتاجية (٢٦.٧%)، وبالنسبة لمتغير عمر المشروع كانت أعلى نسبة للمشروعات القائمة من أقل من ٣ سنوات بنسبة (٦٣.٣%)، أما أقل نسبة للمشروعات القائمة من ٦ سنوات فأكثر بنسبة (١٦.٧%)، وبالنسبة لمتغير عدد العاملين بالمشروع كانت أعلى نسبة من السيدات المعيلات أفراد العينة التجريبية يمتلكن مشروعات بلغ عدد العاملين بها أكثر من ١ إلى ٥ أفراد بنسبة (٦٦.٧%)، أما أقل نسبة من ذوات المشروعات التي بلغ عدد العاملين بها من ٥ إلى ١٠ أفراد بنسبة (١٣.٣%).

٣- تحديد أنواع المشروعات الريادية التي تعمل بها السيدات المعيلات عينة البحث الأساسية.

جدول (٩) توزيع السيدات المعيلات عينة البحث الأساسية وفقاً لأنواع المشروعات الريادية اللاتي يعملن بها(ن) = ١٥٣

الترتيب	النسبة المئوية	العدد	أنواع المشروعات	
الأول	٢٤.٨	٣٨	وجبات مطهية جاهزة	مشروعات إنتاجية
الثاني	١٠.٥	١٦	إعداد الخبز والحلويات والمعجنات	
الخامس	٧.٩	١٢	تجهيز الخضروات	
الرابع	٨.٥	١٣	تغليف التمور	
الثالث	٩.١	١٤	تربية الدواجن والطيور	
السادس	٧.٢	١١	حياكة الملابس النسائية	
الخامس	٧.٩	١٢	صناعة الحلوى والإكسسوارات	
	٧٥.٨%	١١٦	المجموع	
الأول	٧.٩	١٢	مشروع مركز تجميل	مشروعات خدمية
الثاني	٧.٢	١١	حضانة أطفال	
الرابع	٣.٩	٦	تنظيف السجاد والمفروشات	
الثالث	٥.٢	٨	ترتيب وفرش منازل العرائس	
	٢٤.٢%	٣٧	المجموع	
	١٠٠%	١٥٣	المجموع	

اتضح من جدول (٩) أن أعلى نسبة من السيدات المعيلات عينة البحث الأساسية كن رائدات لمشروعات إنتاجية بمعدل ٧٥.٨% موزعة كالتالي وجد أن أعلى نسبة كانت لصالح مشروع إنتاج الوجبات المطهية الجاهزة حيث بلغت النسبة ٢٤.٨%، يليها مشروع إنتاج الخبز والحلويات والمعجنات في الترتيب الثاني بنسبة ١٠.٥% يليها مشروع تربية الدواجن والطيور في الترتيب الثالث بنسبة ٩.١% ، يليها مشروع تغليف التمور في الترتيب الرابع بنسبة ٨.٥% وجاء في الترتيب الخامس كل من مشروع تجهيز الخضروات، ومشروع صناعة الحلوى والإكسسوارات بنسبة ٧.٩% لكل منهما، وجاء في الترتيب السادس والأخير حياكة الملابس النسائية بنسبة ٧.٢%.

كما يتضح من جدول (٨) أن النسبة الأقل من السيدات المعيلات أفراد عينة البحث الأساسية كن رائدات لمشروعات خدمية بمعدل ٢٤.٢% موزعة كالتالي جاء في الترتيب الأول بنسبة ٧.٩% مشروع مركز التجميل، يليه في الترتيب الثاني مشروع حضانة الأطفال

بنسبة ٧.٢%، يليه في الترتيب الثالث مشروع ترتيب وفرش منازل العرائس بنسبة ٥.٢%، وأخيراً في الترتيب الرابع مشروع تنظيف السجاد والمفروشات بنسبة ٣.٩%.

٢- تحديد أهم المعوقات التي واجهت السيدات المعيلات عينة البحث الأساسية في مشروعاتهن الريادية.

جدول (١٠) توزيع السيدات المعيلات عينة البحث الأساسية وفقاً للمعوقات التي واجهتهن في مشروعاتهن الريادية (ن) = ١٥٣

الترتيب	النسبة المئوية %	العدد	أهم المعوقات التي واجهت السيدات المعيلات في مشروعاتهن الريادية
الأول	٣٦.٦	٥٦	نقص التمويل المالي
الثاني	٢٤.١	٣٧	نقص العمالة المؤهلة الكفاء
الثالث	٢١	٣٢	مشاكل الإدارة والتخطيط المالي
الرابع	١٨.٣	٢٨	المشكلات الاجتماعية
	%١٠٠	١٥٣	المجموع

اتضح من جدول (١٠) أن أكثر المعوقات التي واجهت السيدات المعيلات عينة البحث الأساسية في مشروعاتهن الريادية كانت نقص التمويل المالي بمعدل ٣٦.٦%، يليها نقص العمالة المؤهلة الكفاء بنسبة ٢٤.١%، ثم مشاكل الإدارة والتخطيط المالي بنسبة ٢١% أما أقل النسب كانت المشكلات الاجتماعية بمعدل ١٨.٣%. وهذا يتفق نسبياً مع دراسة تغريد بركات ودعاء حافظ (٢٠٢١) التي أكدت أن أكثر المعوقات التي تواجه إقامة مشروع صغير هي قلة المورد المالي.

٤- تحديد الأهمية النسبية لمحاور الوعي بإستراتيجيات ريادة الأعمال لدى السيدات المعيلات عينة البحث الأساسية

جدول (١١) الأهمية النسبية لمحاور الوعي بإستراتيجيات ريادة الأعمال للسيدات المعيلات عينة البحث الأساسية (ن) = ١٥٣

الرتبة	النسبة المئوية %	الوزن النسبي	الوزن النسبي لمحاور إستراتيجيات ريادة الأعمال
الثانية	٢٤.١	٣٤٥	إستراتيجية التخطيط الإستراتيجي
الثالثة	٢١.٨	٣١١	إستراتيجية الإستباقية
الأولى	٣٣.٤	٤٧٨	إستراتيجية الابتكار
الرابعة	٢٠.٧	٢٩٧	إستراتيجية إدارة المخاطر
	%١٠٠	١٤٣١	المجموع

تبين من جدول (١١) أن أكثر إستراتيجيات ريادة الأعمال أهمية لدى السيدات المعيلات عينة الدراسة الأساسية كانت إستراتيجية الابتكار حيث جاءت في المركز الأول بنسبة

٣٣.٤%، يليها في المركز الثاني استراتيجية التخطيط الاستراتيجي بنسبة ٢٤.١%، يليها في المركز الثالث استراتيجية الاستباقية بنسبة ٢١.٨%، وأخيراً في المركز الرابع والأخير بنسبة ٢٠.٧% استراتيجية إدارة المخاطر. وترجع الباحثان ذلك إلى أن مجال ريادة الأعمال يعتمد في الأساس على وجود كوادرات إدارية ذات رؤى مبتكرة وإبداعية تسعى لحل المشكلات بطريقة غير نمطية كما أن الابتكار بشكل أو آخر يُسهم في صياغة الرؤية المستقبلية للمشروع وذلك لأنه قائم في الأساس على شمولية التخطيط الاستراتيجي الذي يربط جوانب المشروع ببعضها في ضوء الفرص والتهديدات المتوقعة حيث السعي نحو اختراق المجهول والتنبؤ باحتمالات المستقبل وذلك من خلال المؤاممة بين إمكانات وأهداف السيدات المعيلات من المشروع، وهذا يتفق نسبياً مع كل من دراسة مخلص بليح (٢٠٢٣)، و (Aditya et al,2023) والذين أكدوا أن الابتكار يحتل المرتبة الأولى في استراتيجيات ريادة الأعمال يليه المخاطرة ثم الاستباقية.

٥- تحديد الأهمية النسبية لمحاور الميزة التنافسية لدى السيدات المعيلات عينة البحث الأساسية

جدول (١٢) الأهمية النسبية لمحاور الميزة التنافسية لدى السيدات المعيلات
عينة البحث الأساسية (ن) = ١٥٣

الرتبة	النسبة المئوية%	الوزن النسبي	الوزن النسبي لمحاور الميزة التنافسية
التميز	٢٢	٣٠١	
الجودة	٢٥.٧	٣٥٠	
التكلفة	٣١	٤٢٣	
التسليم	٢١.٣	٢٩٠	
المجموع	١٠٠%	١٣٦٤	

تبين من جدول (١٢) أن أكثر محاور الميزة التنافسية اهتماماً لدى السيدات المعيلات عينة البحث التجريبية كانت التكلفة حيث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (٣١%)؛ يليها الجودة في الترتيب الثاني بنسبة (٢٥.٧%)؛ ثم التميز في الترتيب الثالث بنسبة (٢٢%)؛ وأخيراً في الترتيب الرابع والأخير التسليم بنسبة (٢١.٣%)؛ وترجع الباحثان ذلك إلى أن تكلفة السلع تمثل الأولوية لدى صاحب المشروع والمستهلك خاصة في ظل الارتفاع المضطرد في الأسعار مقابل الحاجات المتعددة والمتجددة ووجود منافسين كثر في السوق المحلي والدولي وفي ضوء توافر وتنوع الأسواق الإلكترونية، وجاءت الجودة في المرتبة الثانية كونها عنصر هام يضمن ولاء المستهلك والمحافظة عليه ثم جاء التميز في المرتبة الثالثة حيث يتطلب خبرة عالية ومستوى فائق من الجودة وأخيراً التسليم في المرتبة الرابعة. وهذا يختلف مع دراسة سلوى الفرجاني وآخرون (٢٠١٨) التي أكدت أن التميز جاء في المرتبة الأولى ثم الجودة ثم الإبداع.

٥- مستوى الوعي باستراتيجيات ريادة الأعمال بمحاورها والإجمالي لدى السيدات المعيلات عينة البحث الأساسية.

جدول (١٣) الفروق بين أفراد عينة الدراسة الأساسية في مستوى الوعي باستراتيجيات ريادة الأعمال

(ن) = ١٥٣

المجموع		منخفض أقل من أقل من ٥٠%		متوسط أكثر من من ٥٠% : ٧٠%		مرتفع أكثر من ٧٠%		محاور استراتيجيات ريادة الأعمال
النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	
١٠٠%	١٥٣	٤٦.٤	٧١	٣٥.٣	٥٤	١٨.٣	٢٨	التخطيط الاستراتيجي
١٠٠%	١٥٣	٤٣.١	٦٦	٣٢	٤٩	٢٤.٩	٣٨	الاستباقية
١٠٠%	١٥٣	٥٢.٣	٨٠	٣٠	٤٦	١٧.٧	٢٧	الابتكار
١٠٠%	١٥٣	٤٩	٧٥	٤٠.٥	٦٢	١٠.٥	١٦	إدارة المخاطر
١٠٠%	١٥٣	٥٣.٦	٨٢	٣٧.٣	٥٧	٩.١	١٤	إجمالي استراتيجيات ريادة الأعمال

يتضح من جدول (١٣) انخفاض مستوى الوعي باستراتيجيات ريادة الأعمال بمحاورها (التخطيط الاستراتيجي، الاستباقية، الابتكار، إدارة المخاطر) والإجمالي لدى الغالبية العظمى من السيدات المعيلات عينة البحث الأساسية حيث بلغت نسب المستوى المنخفض على الترتيب (٤٦.٤%، ٤٣.١%، ٥٢.٣%، ٤٩%) . بينما بلغت نسب المستوى المتوسط على الترتيب (٣٥.٣، ٣٢، ٣٠، ٤٠.٥، ٣٧.٣) . بينما بلغت نسبة المستوى المرتفع على الترتيب (١٨.٣%، ٢٤.٩%، ١٧.٧%، ١٠.٥%، ٩.١) . وهذا يدل على انخفاض مستوى الوعي باستراتيجيات ريادة الأعمال لدى الغالبية العظمى من السيدات المعيلات عينة البحث الأساسية مما يؤكد على أهمية البرنامج الإرشادي المُعد لتتمية الوعي باستراتيجيات ريادة الأعمال لدى السيدات المعيلات.

باستراتيجيات ريادة الأعمال تبعاً لمتغيرات البحث (عمل المرأة، طبيعة نشاط المشروع). وإجراء تحليل التباين أحادي الاتجاه One Way Anova لإيجاد قيمة (ف) F. Test للوقوف على دلالة الفروق بين متوسطات استجابات أفراد عينة البحث تبعاً لمتغيرات (السن، الحالة الاجتماعية، المستوى التعليمي، عدد أفراد الأسرة، الدخل الشهري للأسرة، عمر المشروع، عدد العاملين بالمشروع). واختبار (L.S.D) لإيجاد اتجاه دلالة الفروق في حالة وجودها. والجدول من (١٥) إلى (١٧) توضح ذلك:

جدول (١٥) دلالة الفروق بين متوسطي استجابات إجمالي الوعي باستراتيجيات ريادة الأعمال تبعاً لمتغيرات (عمل الأم، طبيعة نشاط المشروع) (ن) = ١٥٣

إجمالي الوعي باستراتيجيات ريادة الأعمال							المتغير التابع المتغيرات المستقلة
الدلالة	قيمة (ت)	الفروق بين المتوسطات	درجات الحرية	العينة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العمل
دال عند ٠.٠١ لصالح الغير عاملات	٥٢.٩٨٣	٧٨.٣١٠	١٥١	٦٤	١٦.١٠٩	٣١٥.٥٢٠	تعمل
				٨٩	١٨.٩٢٠	٤٢٣.٦١١	لا تعمل
الدلالة	قيمة (ت)	الفروق بين المتوسطات	درجات الحرية	العينة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	طبيعة نشاط المشروع
دال عند ٠.٠١ لصالح المشروع الإنتاجي	٥٠.٦١٢	٧٧.٠٠١	١٥١	٦٠	١٤.٢١٥	٢٩٨.٦٦٨	خدمي
				٩٣	١٧.٦٧٧	٣٨٨.٥٥٤	إنتاجي

يتضح من جدول (١٥) وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسطي استجابات السيدات المعيلات أفراد عينة البحث الأساسية على إجمالي استبيان الوعي باستراتيجيات ريادة الأعمال تبعاً لمتغير العمل حيث كانت (ت) دالة عند مستوى دلالة ٠.٠١ لصالح السيدات المعيلات غير العاملات، وتفسر الباحثتان ذلك بأن الاستقلالية وعدم الالتزام لدى السيدات المعيلات تجاه الوظيفة في عدد ساعات العمل تساعد على زيادة الاهتمام بمشروعها الريادي ويُفسح المجال نحو تفكيرها بتمتع في كل خطوات المشروع ودراسة مخاطره والبحث عن فرص جديدة واستغلالها كما أنها تعتبر مشروعها تحدى أمام مجتمعها وذلك يحثها على الابتكار في منتجاتها أو خدماتها وحتى طريقة إدارتها للمشروع وهذا يتفق مع نتائج دراسة إيناس الخريبي

(٢٠٢٣) التي أكدت أن الاتجاه نحو ريادة الأعمال يكون أقوى لدى الأمهات غير العاملات عكس نظيرتهن العاملات بوظائف حكومية.

كما اتضح من جدول (١٥) وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسطي استجابات السيدات المعيلات أفراد عينة البحث الأساسية على إجمالي استبيان الوعي باستراتيجيات ريادة الأعمال تبعاً لمتغير طبيعة نشاط المشروع حيث كانت (ت) دالة عند مستوى دلالة ٠.٠١ لصالح السيدات المعيلات أصحاب المشروعات الإنتاجية، وتفسر الباحثتان ذلك بأن فكرة المشروعات الخدمية تلقى العديد من القيود الاجتماعية والتمويلية والتشغيلية وتتطلب كثرة الحاجة لخروج السيدات المعيلات من منزلها لإدارة مشروعها مقارنة بالمشروعات الإنتاجية ولذلك لا تجد قبولاً وترحيباً من السيدات المعيلات خاصة من سكان الصعيد وتحديداً أسوان والمنيا حيث يفضلون المشروعات الإنتاجية التي يمكن للمرأة المعيلة ممارستها من منزلها دون كثرة الحاجة للخروج وتضييق دائرة التعامل قدر الإمكان كما يمكن إقامتها بكميات قليلة من الخدمات والمواد الأولية، واستخدام عمالة منخفضة التكاليف نسبياً، كل هذا يعطي مرونة ومجال لدعم المشروعات الإنتاجية، وهذا يتفق مع دراسة وفاء عبد الكريم ومنار بيومي (٢٠١٨) التي أكدت قلة مشاركة المرأة بالمشروعات الخدمية.

جدول (١٦) تحليل التباين للفروق بين متوسطات درجات إجمالي الوعي باستراتيجيات ريادة الأعمال تبعاً لمتغيرات (السن، الحالة الاجتماعية، المستوى التعليمي، عدد أفراد الأسرة، الدخل الشهري للأسرة عمر المشروع، عدد العاملين بالمشروع) (ن=١٥٣)

إجمالي الوعي باستراتيجيات ريادة الأعمال					المتغيرات
الدلالة	قيمة (ف)	درجات الحرية	متوسط المربعات	مجموع المربعات	السن
٠.٠١ دال	٤٩.٢١٩	٢	٨٧٣١.١٥٤	٤٦٧٨.٥٧٩	بين المجموعات
		١٥٠	١٦١.١٨٦	٦.٢٥٦.٤١٦	داخل المجموعات
		١٥٢		٦٤٩٣٤.٩٩٥	المجموع
٠.٠١ دال	٤٧.٠١٤	٢	٧٦٥٤.٤٣٥	٥٩٨٠.١٥٦	بين المجموعات
		١٥٠	١٤٣.٤٠٠	٥١٤٣٢.٣١٦	داخل المجموعات
		١٥٢		٥٧٤١٢.٤٧٢	المجموع
٠.٠١ دال	٥٤.١٠٩	٢	٩٠٥١.٤١١	٥٤٣٩.٣١٩	بين المجموعات
		١٥٠	١٩٥.١١٦	٧٢٨٧١.٦٥٤	داخل المجموعات
		١٥٢		٧٨٣١٠.٩٧٣	المجموع
٠.٠١ دال	٥٠.٠١٢	٢	٨٧٦٥.٧٧٠	٤٣٢١.٥٨٠	بين المجموعات
		١٥٠	٩٨.٩٨٧	٦١٣١٢.٨٧٧	داخل المجموعات
		١٥٢		٦٥٦٣٤.٤٥٧	المجموع
٠.٠١ دال	٥٠.١٨٦	٢	٨٣٤٢.٠٠١	١٩٩٥.١٢٨	بين المجموعات
		١٥٠	١٧٠.٥٥٣	٧٠.١٢٣.٤٤١	داخل المجموعات
		١٥٢		٧٢١١٨.٨٠٨	المجموع
٠.٠١ دال	٣٩.٨٠٢	٢	٤٩٧٠.٤٣٢	٢٩٩٧.٥٩٣	بين المجموعات
		١٥٠	٩٥.٠٧١	٤٧٢١١.٢٣١	داخل المجموعات
		١٥٢		٥٠٢٠٨.٨٢٤	المجموع
٠.٠١ دال	٤١.١٧٤	٢	٥١٣٩.٠٠٥	٢٦٥٧.١٤٠	بين المجموعات
		١٥٠	١١٠.٠٩٩	٥٠.٤٨٩.١١٠	داخل المجموعات
		١٥٢		٥٣١٤٦.٢٥	المجموع

يتضح من جدول (١٦) وجود تباين دال إحصائياً عند مستوى دلالة (٠.٠١) بين متوسطات استجابات السيدات المعيلات عينة البحث الأساسية على إجمالي استبيان الوعي

باستراتيجيات ريادة الأعمال باختلاف كل من المتغيرات الأتية (السن، الحالة الاجتماعية، المستوى التعليمي للسيدة المعيلة، عدد أفراد الأسرة، متوسط الدخل الشهري للأسرة، عمر المشروع، عدد العاملين بالمشروع)، وللتعرف على اتجاه دلالة الفروق تم تطبيق اختبار L.S. D للمقارنات المتعددة كما يتضح من جدول (١٧).

جدول (١٧) اختبار (L.S.D) لتوضيح اتجاه دلالة الفروق بين متوسطات استجابات إجمالي الوعي باستراتيجيات ريادة الأعمال تبعاً لمتغيرات (السن، الحالة الاجتماعية، المستوى التعليمي، عدد أفراد الأسرة، الدخل الشهري للأسرة، عمر المشروع، عدد العاملين بالمشروع) (ن) = ١٥٣

إجمالي الوعي باستراتيجيات ريادة الأعمال			
السن	من ٣٠ لأقل من ٤٠ سنة م =	٤٠ لأقل من ٥٠ سنة م =	٥٠ سنة فأكثر م = ١٥٧.٦٥٤
من ٣٠ لأقل من ٤٠ سنة	-	١٣٦.٧٦٥	
من ٤٠ لأقل من ٥٠ سنة	**٨.٥١٤	-	
٥٠ سنة فأكثر	**٢٩.٣١٢	**٢١.١٠٧	-
الحالة الاجتماعية	متزوجة م = ١١٠.٧٥٦	أرملة م = ١٣٣.٦٥٣	مطلقة م = ١٢١.٥٣٠
متزوجة	-	-	
أرملة	**٦.٩٨٧	-	
مطلقة	**٣٢.٥٥٣	**٢٤.٠٩٠	-
المستوى التعليمي للسيدة	منخفض م = ١١٢.٥٣٠	متوسط م = ١٥٦.٤١٣	مرتفع م = ١٩٠.٧١٨
منخفض	-	-	
متوسط	**٧.٠٠٩	-	
مرتفع	**٣٥.٢٥٦	**٢٤.٣٠٩	-
عدد أفراد الأسرة	أقل من ٤ أفراد م = ١٨٩.٣١٢	من ٤ الي ٦ أفراد م = ١٦٦.٠٠٥	٧ أفراد فأكثر م = ١٠٩.٥٧٨
أقل من ٤ أفراد	-	-	
من ٤ الي ٦ أبناء	**٦.٠٠١	-	
٧ أبناء فأكثر	**٣٢.٥٣١	**٢٢.٤٤٣	-
الدخل الشهري للأسرة	منخفض م = ٩٠.٥٧٩	متوسط م = ١٥٠.٤٢٦	مرتفع م = ١٨٨.٥٦٧
منخفض	-	-	
متوسط	**١٣.٧٥١	-	
مرتفع	**٥٦.٩٨٥	**٤٣.٧٠٦	-
عمر المشروع	أقل من ٣ سنوات م = ١٩٧.٠٥٤	من ٣ لأقل من ٦ سنوات م = ٢٤٥.٧٦٦	٦ سنوات فأكثر م = ٢٩٦.٠٠٥
أقل من ٣ سنوات	-	-	
من ٣ لأقل من ٦ سنوات	**١٩.٠٣٤	-	
٦ سنوات فأكثر	**٤٤.٩٨٧	**٣١.١١٦	-
عدد العاملين بالمشروع	من ١ إلى ٥ أفراد م = ١٧٧.٠٠٦	من ٥ إلى ١٠ أفراد م = ٢٠٨.٥٥٤	أكثر من ١٠ أفراد م = ٢٤٩.٨٠١
من ١ إلى ٥ أفراد	-	-	
من ٥ إلى ١٠ أفراد	**١٦.٤٣٥	-	
أكثر من ١٠ أفراد	**٣٣.٠١٠	**٢٠.٩٧٣	-

يتضح من جدول (١٧) وجود فروق دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠.٠١) بين متوسطات استجابات السيدات المعيلات عينة البحث الأساسية على إجمالي استبيان الوعي باستراتيجيات ريادة الأعمال تبعاً لمتغير سن السيدات المعيلات لصالح الفئة العمرية من ٤٠ لأقل من ٥٠ سنة، وتفسر الباحثتان ذلك بأن ارتفاع المنحنى العمري للسيدة المعيلة من ٤٠ لأقل من ٥٠ سنة يصاحبه نضج في الشخصية واتخاذ القرارات واتباعاً للتخطيط الاستراتيجي وتكون أكثر حكمة وجرأة لمواجهة المخاطر من نظيرتهن الأصغر، وتختلف هذه النتيجة مع ما أوضحتها دراسة دينا ميهوب (٢٠٢٣) والتي أظهرت نتائجها أن الكفاءة الريادية تكون أكثر لدى السيدات الاتي تجاوزن الخمسين من العمر كما تختلف مع دراسة سامر العمري ويونس مقدادي (٢٠٢١) التي أكدت وجود فروق في الوعي باستراتيجيات ريادة الأعمال لصالح المرحلة العمرية من ٢٥ سنة لأقل من ٣٥ سنة وعلى النقيض تماماً تتفوق دراسة نبيلة كامل وآخرون (٢٠٢٢) وجود فروق في أبعاد ريادة الأعمال لدى العاملين بالمشروعات الصغيرة والمتوسطة ترجع لمتغير المرحلة العمرية.

كما يتضح من جدول (١٧) وجود فروق دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠.٠١) بين متوسطات استجابات السيدات المعيلات عينة البحث الأساسية على إجمالي استبيان الوعي باستراتيجيات ريادة الأعمال تبعاً لمتغير الحالة الاجتماعية للسيدة المعيلة لصالح الأرامل، وتفسر الباحثتان ذلك بأن السيدة المعيلة الأرملة تكون مركزة كل اهتمامها على أبنائها ومشروعها وكيف تخطط لإنجاح مشروعها بالإضافة إلى كونها المسئولة مادياً واجتماعياً عن الأسرة مما يزيد من مسؤوليتها ويرفع مستوى طموحها ويدفعها للابتكار وتغيير الصورة النمطية لمنتجاتها أو للخدمات والاتجاه نحو الحداثة حتى في أسلوب إدارتها للمشروع وكيفية اغتنام الفرص وتطويرها تبعاً للإمكانيات المتاحة مما يسهم في زيادة قدرتها على إدارة المخاطر، وهذا يتفق مع دراسة دينا ميهوب (٢٠٢٣) والتي أظهرت نتائجها أن الكفاءة الريادية تكون أكثر لدى السيدات المعيلات الأرامل.

واتضح أيضاً من جدول (١٧) وجود فروق دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠.٠١) بين متوسطات استجابات السيدات المعيلات أفراد عينة البحث الأساسية على إجمالي استبيان الوعي باستراتيجيات ريادة الأعمال تبعاً لاختلاف متغير المستوى التعليمي للسيدة المعيلة لصالح المستوى التعليمي المرتفع، وتفسر الباحثتان ذلك بأنه كلما ارتفع المستوى التعليمي للسيدة المعيلة كلما كانت أكثر قدرة على التخطيط بتأني وفق استراتيجية واضحة المعالم

تساعدهن على اقتناص الفرص المتاحة بل والسعي نحو الابتكار في المنتجات والخدمات اللاتي يقدمنها مما يحد من المخاطر وتوجد حلول إبداعية للمشاكل التي تواجهها خارج نطاق المؤلف، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة كل من سامر العمري ويونس مقداوي (٢٠٢١)، ودينا ميهوب (٢٠٢٣) الذين أكدوا وجود فروق في استراتيجيات ريادة الأعمال لصالح ذوى المستويات التعليمية المرتفعة، وعلى النقيض تماماً تنفى دراسة نبيلة كامل وآخرون (٢٠٢٢) وجود فروق في أبعاد ريادة الأعمال لدى العاملين بالمشروعات الصغيرة والمتوسطة ترجع لمتغير المؤهل الدراسي.

كما يتضح من جدول (١٧) وجود فروق دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠.٠١) بين متوسطات استجابات السيدات المعيلات عينة البحث الأساسية على إجمالي استبيان الوعي باستراتيجيات ريادة الأعمال تبعاً لاختلاف متغير عدد أفراد الأسرة لصالح الأسرة الأصغر حجماً (أقل من ٤ أفراد)، وتفسر الباحثتان ذلك بأن في الأسرة الأصغر حجماً تقل مسؤوليات السيدة المعيلة نتيجة لصغر حجم الأسرة فتتاح لديها الفرصة والوقت للتزود بالمعلومات المتعلقة بمشروعها وإعطائها فرصة للتركيز على عملها والابتكار فيه وخوض المخاطر بثقة أكبر وخاصة مع كونها تتبع التفكير الاستراتيجي لإدارة مشروعها، وتتفق تلك النتيجة مع دراسة دينا ميهوب (٢٠٢٣) التي أكدت وجود فروق دالة إحصائياً في القدرة على إدارة المشروع بل والكفاءة الريادية للأعمال لصالح الأسر الأصغر عدداً.

واتضح كذلك من جدول (١٧) وجود فروق دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠.٠١) بين متوسطات استجابات السيدات المعيلات عينة البحث الأساسية على إجمالي استبيان الوعي باستراتيجيات ريادة الأعمال تبعاً لمتغير الدخل الشهري للأسرة عند مستوى دلالة (٠.٠١) لصالح ذوات الدخل المرتفع، وترجع الباحثتان ذلك إلى أن ارتفاع الدخل للسيدة المعيلة يمكنها من تنمية قدراتها ومهاراتها الريادية من خلالها توفر المورد المالي الذي يمكنها من أخذ دورات في ريادة الأعمال، وزيادة رأس المال الموجه للمشروع مما يمكنها من ثَمَعن التفكير في التخطيط لمشروعها وتتخذ القرارات في الوقت المناسب بعد طرح البدائل وتحليلها بدقة، وذلك ينعكس على اقتناصها للفرص كما يزيد ارتفاع مستوى الدخل الشهري من معدل الأمان لدى المرأة حيث يترك مجال لمواجهة المخاطر بثقة أكبر كما يشحذ من همتها للابتكار، وهذا يتفق مع نتائج دراسة كل من (Itani, et al., 2009) و (Marget. & Kala, 2013) الذين أكدوا وجود فروق دالة إحصائياً في متوسطات ريادة الأعمال لصالح ذوى الدخل المرتفع.

كما اتضح من جدول (١٧) وجود فروق دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠.٠١) بين متوسطات استجابات السيدات المعيلات عينة البحث الأساسية على إجمالي استبيان الوعي باستراتيجيات ريادة الأعمال تبعاً لاختلاف متغير عمر المشروع لصالح المشروع المقام من ٦ سنوات فأكثر، وتفسر الباحثتان تلك النتيجة بأنه بزيادة عمر المشروع تتكون رؤية واضحة لدى السيدات المعيلات عن المشروع وسبل توسعته وتزيد قدرتها على الابتكار في تقديم المنتجات والخدمات واستغلال الفرص المتاحة وتبتكر أفكار خلاقة تساعد في التغلب على المشكلات التي تعوق المشروع ومن تطوير أدائها كما أنها تكون أكثر سعياً للمنافسة على أسواق جديدة وتوسيع دائرة أعمالها، وهذا يتفق مع نتائج دراسة كل من نعمه رقبان وآخرون (٢٠٢٢)، ودينا ميهوب (٢٠٢٣) اللاتي أكدن أنه كلما زاد عمر المشروع كلما ارتقى مستوى الاستراتيجيات والكفاءة في ريادة الأعمال، بينما تختلف مع دراسة سامر العمري ويونس مقدادي (٢٠٢١) التي أكدت وجود فروق في استراتيجيات ريادة الأعمال لصالح عمر المشروع الأقل من ٥ سنوات، وعلى النقيض تماماً تتفى دراسة نبيلة كامل وآخرون (٢٠٢٢) وجود فروق في أبعاد ريادة الأعمال لدى العاملين بالمشروعات الصغيرة والمتوسطة ترجع لمتغير مدة تأسيس المشروع.

كما يتضح من جدول (١٧) وجود فروق دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠.٠١) بين متوسطات استجابات السيدات المعيلات عينة البحث الأساسية على إجمالي استبيان الوعي باستراتيجيات ريادة الأعمال تبعاً لمتغير عدد العاملين بالمشروع لصالح عدد العاملين الأكثر من ١٠ أفراد، وتفسر الباحثتان تلك النتيجة بأنه بزيادة عدد العاملين بالمشروع تنتوع الخبرات فيما بينهم ويتم استغلال تلك الخبرات بالتخطيط الصحيح لكل تفاصيل المشروع كما يتم توزيع المسؤوليات بشكل مناسب على الأفراد وفقاً لمهاراتهم وقدراتهم مع مراعاة البعد عن المركزية وتقويض الأعمال للقادرين عليها ويفسح ذلك المجال للابتكار واقتناص الفرص المناسبة وتوسيع رقعة العملاء بالأسواق المختلفة وذلك يسهم في إنجاح المشروع والحد من مخاطره، وتتفق نتائج هذا البحث مع نتائج دراسة نعمة رقبان وآخرون (٢٠٢٢) التي أظهرت وجود فروق في الوعي باستراتيجيات ريادة الأعمال لصالح فئة عدد العمال التي تزيد عن ١٠ عمال، وهذا يختلف مع دراسة دينا ميهوب (٢٠٢٣) والتي أظهرت نتائجها أنه كلما قل عدد العاملين بالمشروع والتي تتراوح من (١ إلى أقل من ٥) كلما ارتقى مستوى الكفاءة في ريادة الأعمال.

وفي ضوء ما سبق عرضه من نتائج يكون قد تحقق صحة الفرض الأول كلياً.

الفرض الثاني: والذي ينص على أنه " توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات السيدات المعيلات عينة البحث الأساسية على إجمالي استبيان تحقيق الميزة التنافسية تبعاً لمتغيرات البحث (السن، الحالة الاجتماعية، المستوى التعليمي، عمل السيدة المعيلة، عدد أفراد الأسرة، الدخل الشهري للأسرة، طبيعة نشاط المشروع، عمر المشروع، عدد العاملين بالمشروع)".

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم إجراء: اختبار (ت) T.Test للوقوف على اتجاه دلالة الفروق بين متوسطي استجابات السيدات المعيلات عينة البحث الأساسية علي استبيان تحقيق الميزة التنافسية ككل تبعاً لمتغيرات (عمل السيدة المعيلة، طبيعة نشاط المشروع). وإجراء تحليل التباين أحادي الاتجاه One Way Anova لإيجاد قيمة (ف) F. Test للوقوف على دلالة الفروق بين متوسطات استجابات أفراد عينة البحث تبعاً لمتغيرات (السن، الحالة الاجتماعية، المستوى التعليمي ، عدد أفراد الأسرة، متوسط الدخل الشهري للأسرة، عمر المشروع، عدد العاملين بالمشروع). واختبار (L.S.D) لإيجاد اتجاه دلالة الفروق في حالة وجودها. والجداول من (١٨) إلى (٢٠) توضح ذلك:

جدول (١٨) دلالة الفروق بين متوسطي استجابات إجمالي تحقيق الميزة التنافسية تبعاً لمتغيرات (عمل السيدات المعيلات، طبيعة نشاط المشروع). (ن) = ١٥٣

إجمالي تحقيق الميزة التنافسية							المتغير التابع المتغيرات المستقلة
الدلالة	قيمة (ت)	الفروق بين المتوسطات	درجات الحرية	العينة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	عمل السيدة المعيلة
دال عند ٠.٠١ لصالح غير العاملات	٤٧.٨٤١	٧٠.٥٦٣	١٥١	٦٤	١٤.٠٣١	٢٧٤.٧٦٨	تعمل
				٨٩	١٦.٧٨١	٣٥٠.٤٦٧	لا تعمل
الدلالة	قيمة (ت)	الفروق بين المتوسطات	درجات الحرية	العينة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	طبيعة نشاط المشروع
دال عند ٠.٠١ لصالح الإنتاجي	٥٠.٩٥٦	٧٠.٥٦٣	١٥١	٦٠	١٥.٨٨٥	٢٩٠.٥٥٤	مشروع خدمي
				٩٣	١٨.٥٤٣	٤٦٠.١٣٥	مشروع إنتاجي

يتضح من جدول (١٨) وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسطي استجابات السيدات المعيلات عينة البحث الأساسية على إجمالي استبيان تحقيق الميزة التنافسية تبعاً لمتغير عمل السيدة المعيلة حيث كانت (ت) دالة عند مستوى دلالة ٠.٠١ لصالح السيدات المعيلات غير العاملات، وتفسر الباحثتان تلك النتيجة أن نجاح مشروع السيدات المعيلات يمثل لها ولأسرتها طوق النجاة نحو مستوى معيشي أفضل وخاصة أنها لا تتركن إلى وظيفة لها دخل ثابت، وغالباً أيضاً يكون المشروع هو مصدر الدخل الوحيد مما يدفعها إلى ضرورة السعي المستمر لتحقيق الميزة التنافسية للمشروع عبر توطيد العلاقات مع العملاء من خلال المحافظة على مستوى الجودة وخدمة التسليم والسعي نحو التميز في إطار مستوى تكلفة يناسب العملاء ويضمن مستوى ربحية مستدام وذلك لتوسيع منافذ البيع في الأسواق المختلفة، وهذا يختلف مع دراسة دينا ميهوب (٢٠٢٣) التي أكدت ارتفاع الكفاءة التنافسية للمرأة المعيلة العاملة مقارنة بنظيرتها غير العاملة.

يتضح من جدول (١٨) وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسطي استجابات السيدات المعيلات عينة البحث الأساسية على إجمالي استبيان تحقيق الميزة التنافسية تبعاً لمتغير طبيعة نشاط المشروع حيث كانت (ت) دالة عند مستوى دلالة ٠.٠١ لصالح المشروعات الإنتاجية، وتفسر الباحثتان تلك النتيجة بأن المشروعات الإنتاجية متنوعة وعليها إقبال أكثر من قبل العملاء كمشروعات حياكة الملابس والطهى... وغيرها ويمكن للمرأة المعيلة ممارستها من منزلها دون كثرة الحاجة للخروج مقارنة بالمشروعات الخدمية كما أن المشروعات الإنتاجية ملموسة للعميل مما يجعل مجال التنافس فيه يركز على مقومات واضحة تخرج عن إطار التنافس والتقييم الغير موضوعي.

جدول (١٩) تحليل التباين أحادي الاتجاه للفروق بين متوسطات السيدات المعيلات عينة البحث الأساسية في إجمالي تحقيق الميزة التنافسية تبعاً لمتغيرات (السن، الحالة الاجتماعية، المستوى التعليمي، عدد أفراد الأسرة، متوسط الدخل الشهري للأسرة، عمر المشروع، عدد العاملين بالمشروع)

(ن)=١٥٣

إجمالي تحقيق الميزة التنافسية					المتغيرات
الدلالة	قيمة (ف)	درجات الحرية	متوسط المربعات	مجموع المربعات	السن
٠.٠١ دال	٤٥.٠٨٧	٢	٥٩١٠.٢١٨	٣٩١٥.٤١٣	بين المجموعات
		١٥٠	١٤٣.٦٦٥	٥١٢١١.٨١٠	داخل المجموعات
		١٥٢		٥٥١٢٧.٢٢٣	المجموع
٠.٠١ دال	٤٣.٩٠١	٢	٦٨٩٧.١١٥	٤٦٨٩.٢١١	الحالة الاجتماعية
		١٥٠	١٣٨.٦٦٥	٤٩٣٢١.٧٤٥	بين المجموعات
		١٥٢		٥٤٠١٠.٩٦٥	داخل المجموعات
٠.٠١ دال	٥١.٩٦٥	٢	٧٤٢١.٨٩٩	٤٩٣٠.٢١٣	المستوى التعليمي
		١٥٠	١٦٨.٣٤١	٦٥٦٤٣.٣٣٧	بين المجموعات
		١٥٢		٧٠٥٧٣.٥٥	داخل المجموعات
٠.٠١ دال	٤٧.٤٥٦	٢	٧٨٨٩.٥٥١	٤٩٢٠.٣٦٥	عدد أفراد الأسرة
		١٥٠	١١٠.٦٥٤	٥٨٦١٤.٩٢٠	بين المجموعات
		١٥٢		٦٣٥٣٥.٢٨٥	داخل المجموعات
٠.٠١ دال	٥٣.٨٧١	٢	٨٥٤٦.١٢٠	٢٤٣٥.٤٤٣	متوسط الدخل الشهري للأسرة
		١٥٠	١٩١.٣٣٧	٦٩٩٥٤.٧٦١	بين المجموعات
		١٥٢		٧٢٣٨١.٢٠٤	داخل المجموعات
٠.٠١ دال	٣٧.٩١١	٢	٤١١٠.٢٥٥	٣٦٧٥.٢١٩	عمر نشاط المشروع
		١٥٠	٧٦.٩٥٠	٤٤٧١٠.١١٨	بين المجموعات
		١٥٢		٤٨٣٨٥.٣٣٧	داخل المجموعات
٠.٠١ دال	٤١.٩٨٧	٢	٤٣٦٥.٤٣٣	٢٤١٠.٩٨٩	عدد العاملين بالمشروع
		١٥٠	١١٢.٦٨٧	٥٠٢١٣.٢١٥	بين المجموعات
		١٥٢		٥٢٦٢٤.٢٠٤	داخل المجموعات

يتضح من جدول (١٩) وجود تباين دال إحصائياً عند مستوى دلالة (٠.٠١) بين متوسطات استجابات السيدات المعيلات عينة البحث الأساسية على إجمالي استبيان تحقيق الميزة التنافسية باختلاف كل من المتغيرات الأتية (السن، الحالة الاجتماعية، المستوى التعليمي، عدد أفراد الأسرة، الدخل الشهري للأسرة، عمر المشروع، عدد العاملين بالمشروع)، وللتعرف على اتجاه دلالة الفروق، تم تطبيق اختبار L.S. D للمقارنات المتعددة كما يتضح من جدول (٢٠).

جدول (٢٠) لتوضيح اتجاه دلالة الفروق بين متوسطات استجابات إجمالي تحقيق الميزة التنافسية تبعاً لمتغيرات (السن، الحالة الاجتماعية، المستوى التعليمي، عدد أفراد الأسرة، الدخل الشهري للأسرة، عمر

المشروع، عدد العاملين بالمشروع) (ن) = ١٥٣

إجمالي تحقيق الميزة التنافسية			
السن	من ٣٠ لأقل من ٤٠ سنة م = ١٢٧.٠٠٨	٤٠ لأقل من ٥٠ سنة م = ١٥٣.٦٦٥	٥٠ سنة فأكثر م = ١٤٤.٨٩٥
من ٣٠ لأقل من ٤٠ سنة	-	-	-
من ٤٠ لأقل من ٥٠ سنة	**١.٠٠٩	-	-
٥٠ سنة فأكثر	**٢٦.٧١٠	**١٨.٩١٢	-
الحالة الاجتماعية	متزوجة م = ١٢٤.٥٦٦	أرملة م = ١٤٥.٧٢١	مطلقة م = ١٣٠.٩٧٦
متزوجة	-	-	-
أرملة	**٨.١٠١	-	-
مطلقة	**٣٣.٥٦٢	**٢٠.٥٤٣	-
المستوى التعليمي	منخفض م = ١٢٩.٣٠٧	متوسط م = ١٥١.٩١١	مرتفع م = ١٧٣.٦٥٢
منخفض	-	-	-
متوسط	**٨.٩٤٠	-	-
مرتفع	**٣٨.٩١١	**٢٧.٤٣٢	-
عدد أفراد الأسرة	أقل من ٤ أفراد م = ١٧٥.٦٠٦	من ٤ الي ٦ أفراد م = ١٥٥.٦٥٤	٧ أفراد فأكثر م = ١١٣.٢٥٨
أقل من ٤ أفراد	-	-	-
من ٤ الي ٦ أفراد	**٦.٩٨٥	-	-
٧ أفراد فأكثر	**٢٧.٨٨٦	**١٦.٥٣٢	-
الدخل الشهري للأسرة	منخفض م = ١١٠.٩٣٣	متوسط م = ١٥٥.٧٦٤	مرتفع م = ١٧٥.٥٦٧
منخفض	-	-	-
متوسط	**٨.٧٨٤	-	-
مرتفع	**٣٩.٢١٥	**٢٨.١١٦	-
عمر المشروع	أقل من ٣ سنوات م = ١١٤.٨٩٠	من ٣ لأقل من ٦ سنوات م = ١٣٢.٠٦٥	٦ سنوات فأكثر م = ١٤٩.٧١٥
أقل من ٣ سنوات	-	-	-
من ٣ لأقل من ٦ سنوات	**٨.٥٤٣	-	-
٦ سنوات فأكثر	**٢٦.٠٢١	**١٦.٤١٧	-
عدد العاملين بالمشروع	من ١ إلى ٥ أفراد م = ١٠٩.٠٧٦	من ٥ إلى ١٠ أفراد م = ١٣٠.٨٤٣	أكثر من ١٠ أفراد م = ١٤٥.٢٦٤
من ١ إلى ٥ أفراد	-	-	-
من ٥ إلى ١٠ أفراد	**٦.٧١٠	-	-
أكثر من ١٠ أفراد	**٢٨.٤٣١	**١٨.٣٥٦	-

يتضح من جدول (٢٠) وجود فروق دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠.٠١) بين متوسطات استجابات السيدات المعيلات عينة البحث الأساسية على إجمالي استبيان تحقيق الميزة التنافسية تبعاً لسن السيدات المعيلات لصالح الفئة العمرية ٤٠ لأقل من ٥٠ سنة،

وتفسر الباحثتان تلك النتيجة بأن ارتفاع المنحنى العمري للسيدة المعيلة من ٤٠ لأقل من ٥٠ سنة يعنى مزيد من الخبرة والحكمة في الحياة بوجه عام وفي إدارتها للمشروع وكيفية دعم تنافسه بالأسواق من خلالها سعيها للمحافظة على مستوى الجودة والتميز لمنتجاتها والالتزام بالتوقيت في التسليم، وهذا يتفق مع نتائج دراسة أنعام شعيبى (٢٠٢٠) التي أكدت على ارتفاع القدرة التنافسية للأفراد الأكبر سناً، وعلى النقيض تماماً تنفى دراسة على المطيرى وأمل الحرملية (٢٠٢٠) وجود فروق في الميزة التنافسية السائدة لدى مؤسسات ريادة الأعمال تعزى لمتغير عمر صاحب المشروع.

كما تبين من جدول (٢٠) وجود فروق دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠.٠١) بين متوسطات استجابات السيدات المعيلات عينة البحث الأساسية على إجمالي استبيان تحقيق الميزة التنافسية تبعاً لمتغير الحالة الاجتماعية للسيدة المعيلة لصالح الأرمال، وتفسر الباحثتان تلك النتيجة بأن السيدة المعيلة الأرملة يقع على عاتقها عبء أسرتها كاملاً ولديها التزامات عديدة مما يجعلها حريصة على أن تواصل العمل بمشروعها بمستوى أفضل وربح أعلى والحفاظ على مكانة مشروعها بالأسواق وبالتالي تكون دؤوبة وأكثر سعياً لتحقيق الميزة التنافسية، وهذا يختلف مع دراسة على المطيرى وأمل الحرملية (٢٠٢٠) التي أكدت وجود فروق في الميزة التنافسية تعزى لمتغير الحالة الاجتماعية لصالح الأعزب لدى مؤسسات ريادة الأعمال.

واتضح أيضاً من جدول (٢٠) وجود فروق دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠.٠١) بين متوسطات استجابات السيدات المعيلات عينة البحث الأساسية على إجمالي استبيان تحقيق الميزة التنافسية تبعاً لاختلاف المستوى التعليمي للسيدة المعيلة لصالح المستوى التعليمي المرتفع، وتفسر الباحثتان تلك النتيجة بأن السيدات المعيلات ذوات المستوى التعليمي المرتفع أكثر وعياً وثقافة عن نظيراتهن من الأقل تعليماً مما يجعلهم لا يتركون مجال للصدفة في نطاق العمل بمشروعهم بل يطرقون كافة الأبواب ويحسنون من مستوى منتجاتهم وأساليب العمل وسبل طرح المنتجات بالأسواق، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة تغريد بركات ودعاء حافظ (٢٠٢١) والتي أظهرت نتائجها تفوق القدرة التنافسية للمرأة لصالح ذوات المستوى التعليمي المرتفع، وعلى النقيض تماماً تنفى نتائج دراسة كل من علاء الدين السيد وفراس الجدى (٢٠١٧)، ودراسة على المطيرى وأمل الحرملية (٢٠٢٠) وجود فروق في الميزة التنافسية تعزى لمتغير المؤهل التعليمي لدى أصحاب مؤسسات ريادة الأعمال.

كما تبين من جدول (٢٠) وجود فروق دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠.٠١) بين متوسطات استجابات السيدات المعيلات عينة البحث الأساسية على إجمالي استبيان تحقيق الميزة التنافسية تبعاً لاختلاف عدد أفراد الأسرة لصالح الأسرة الأصغر حجماً (أقل من ٤ أفراد) ، وتفسر الباحثتان تلك النتيجة بأن كلما قل حجم الأسرة كلما قلت الأعباء والمسؤوليات مما يفسح للسيدة المعيلة المجال للتنافس والتركيز على مشروعها لتضمن تميزه ورفع مستوى الجودة المقدمة في إطار تكلفة مناسبة.

وقد أظهر جدول (٢٠) وجود فروق دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠.٠١) بين متوسطات استجابات السيدات المعيلات عينة البحث الأساسية على إجمالي استبيان تحقيق الميزة التنافسية تبعاً لمتغير متوسط الدخل الشهري للأسرة عند مستوى دلالة (٠.٠١) لصالح ذوات الدخل المرتفع، وترجع الباحثتان ذلك إلى أنه كلما ارتفع دخل السيدات المعيلات يصبح لديها تأمين مالي جيد يسمح لها بالتنافس دون قلق أو خوف من التعثر المالي بل أنها تسعى وتبذل المال قدر المستطاع لرفع مستوى التنافس للخدمة أو المنتج لمشروعها، وتتفق تلك النتيجة مع نتائج دراسة كل من أنعام شعيبى (٢٠٢٠)، وتغريد بركات ودعاء حافظ (٢٠٢١) والتي أكدت أن الأفراد ذوى الدخل المرتفع من أصحاب المشروعات لديهم قدرة التنافسية عن نظرائهم ذوى لدخول المنخفضة.

كما يتضح من جدول (٢٠) وجود فروق دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠.٠١) بين متوسطات استجابات السيدات المعيلات عينة البحث الأساسية على إجمالي استبيان تحقيق الميزة التنافسية تبعاً لاختلاف عمر المشروع لصالح المشروعات المقامة من ٦ سنوات فأكثر، وتفسر الباحثتان تلك النتيجة بأنه بزيادة عمر المشروع يزيد وعى السيدات المعيلات وخبراتها بمشروعها واحتياجات السوق وبالتالي تكون أكثر قدرة على الكشف عن نقاط القوة والضعف بمشروعها مما يجعلها تنافس بصورة صحيحة وتعزز من مكانة مشروعها بالأسواق، وهذا يختلف مع نتائج دراسة كل من علاء الدين السيد وفراس الجدى (٢٠١٧)، وعمار إسماعيل و نجاح محمد (٢٠٢١) والتي أكدت عدم وجود فروق فى الميزة التنافسية تعزى لمتغير سنوات العمل أو الخدمة .

كما يتضح من جدول (٢٠) وجود فروق دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠.٠١) بين متوسطات استجابات السيدات المعيلات عينة البحث الأساسية على إجمالي استبيان تحقيق الميزة التنافسية تبعاً لاختلاف لعدد العاملين بالمشروع لصالح عدد العاملين أكثر من ١٠ عمال، وتفسر الباحثتان تلك النتيجة بأنه بزيادة عدد العاملين بالمشروع تنتوع الخبرات ودائرة

العلاقات كما يكون هناك اتجاه نحو التفويض لأفراد أكفاء وتقل المركزية مما يدعم الميزة التنافسية للمشروع .

وفي ضوء ما سبق عرضه من نتائج يكون قد تحقق صحة الفرض الثاني كلياً. الفرض الثالث: والذي ينص على أنه " توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين الوعي باستراتيجيات ريادة الأعمال بمحاورها الأربعة (التخطيط الاستراتيجي - الاستباقية - الابتكار - إدارة المخاطر) والإجمالي وتحقيق الميزة التنافسية بمحاورها الأربعة (التميز - الجودة - التكلفة - التسليم) والإجمالي للسيدات المعيلات عينة البحث الأساسية". وللتحقق من صحة هذا الفرض تم حساب معاملات الارتباط باستخدام معامل ارتباط "بيرسون" كما موضح بجدول (٢١).

جدول (٢١) قيم معاملات الارتباط بين محاور الوعي باستراتيجيات ريادة الأعمال ومحاور تحقيق الميزة التنافسية لدى السيدات المعيلات عينة البحث الأساسية.

محاور تحقيق الميزة التنافسية	التسليم	التكلفة	الجودة	التميز	محاور تحقيق الميزة التنافسية
					محاور الوعي باستراتيجيات ريادة الأعمال
**٠.٨٩٣	**٠.٧٨٩	**٠.٩٨٣	**٠.٨٢٥	**٠.٨٦٩	التخطيط الاستراتيجي
**٠.٨٦٧	**٠.٨٨٠	**٠.٨٣٦	**٠.٧١٠	**٠.٨١٧	الاستباقية
**٠.٨٦٧	**٠.٨٧٠	**٠.٨١٩	**٠.٧٣٩	**٠.٧٨٥	الابتكار
**٠.٧٩٩	**٠.٨٦١	**٠.٧٣٧	**٠.٨٥٣	**٠.٧٤٢	إدارة المخاطر
**٠.٨٩٤	**٠.٨٧٥	**٠.٨٧٩	**٠.٧٧٩	**٠.٨٢١	إجمالي محاور الوعي باستراتيجيات ريادة الأعمال

** ٠.٠١

يتضح من جدول (٢١) وجود علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠.٠١)، بين كل من الوعي باستراتيجيات ريادة الأعمال بمحاورها الأربعة (التخطيط الاستراتيجي، الاستباقية، الابتكار، إدارة المخاطر) والإجمالي وتحقيق الميزة التنافسية بمحاورها الأربعة (الجودة، التميز، التكلفة، التسليم) والإجمالي لدى السيدات المعيلات عينة البحث الأساسية، وترجع الباحثان ذلك إلى أن التخطيط الاستراتيجي عملية فكرية منظمة تستدعي وجود أهداف واضحة لنجاح المشروع واستمراره والتي ترتبط بالاستباقية ووجود الجرأة على اقتناص الفرص ومتابعة البيئة الخارجية وذلك من شأنه أن يدعم النشاط الابتكاري للمرأة المعيلة ويدفعها لتقديم سلع وخدمات جديدة ومستحدثة لتحقيق التميز والارتقاء بمستوى الجودة، مما يزيد من قدرتها على إدارة المخاطر وتحويل التحديات التي تواجهها أثناء العمل إلى فرص أفضل للتطوير ورفع مستوى الميزة التنافسية وتحقيق أعلى قدر من الربح على المدى البعيد داخل إطار التكلفة التي وضعتها للمشروع، وهذا يتفق مع دراسة كل من نادية لطفى (٢٠٢٢)، و (Okoi et al. 2022)، و (Latianingsih et al. 2022)، الذين أكدوا على وجود علاقة طردية

بين استراتيجيات قيادة الأعمال والقدرة التنافسية للمشروعات الصغيرة والمتوسطة والمتناهية الصغر، كما يتفق مع دراسة كل من عمار إسماعيل، نجاح محمد (٢٠٢١)، ومحمد شعيب (٢٠٢١)، وعمير الغامدى (٢٠٢٣) الذين أكدوا وجود علاقة طردية بين التوجه والتسويق الريادي والميزة التنافسية المستدامة.

كما تبين من الجدول (٢١) وجود علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين الوعي بالتخطيط الاستراتيجي وكافة محاور تحقيق الميزة التنافسية (الجودة، التميز، التكلفة، التسليم) عند مستوى دلالة (٠.٠١)، وترجع الباحثان ذلك إلى أن التخطيط الاستراتيجي يهدف إلى تحديد الأولويات وتوفير التوجيه لمستقبل المشروع بحيث تكون السيدات المعيلات قادرات على التنفيذ وفق نظام رقابي مناسب يتابع الخطط الاستراتيجية وفق رؤى واقعية تضمن تحقيق الميزة التنافسية خاصة أن بيئة الأعمال ديناميكية ومتغيرة باستمرار.

كما يتضح من الجدول (٢١) وجود علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين الوعي باستراتيجية الاستباقية وكافة محاور تحقيق الميزة التنافسية (الجودة، التميز، التكلفة، التسليم) عند مستوى دلالة (٠.٠١)، وترجع الباحثان ذلك إلى أن الاستباقية من منظور إداري مسؤولة عن خفض تكاليف رأس المال وكذلك الأجور وبالتالي رفع هامش الربح، وذلك يتفق مع دراسة (Haider et al, 2017) التي أكدت أن الاستباقية لها تأثير كبير على التكلفة بينما يختلف مع دراسة كلا من عمير الغامدي (٢٠٢٣)، و (Adomako et al, 2021) التي أكدت أنه لا يوجد تأثير للاستباقية على الميزة التنافسية .

كما يتضح من الجدول (٢١) وجود علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين إستراتيجية الابتكار وكافة محاور تحقيق الميزة التنافسية (الجودة، التميز، التكلفة، التسليم) عند مستوى دلالة (٠.٠١)، وترجع الباحثان ذلك إلى أن الابتكار والسعي نحو تحديث المنتجات والخدمات بصورة مستمرة بل وأساليب العمليات التنظيمية الذى يدار به المشروع ليوكب تغيرات السوق يعنى مزيد من التدفق للأرباح على المدى البعيد للمشروع وترسيخ مكانته بالأسواق مما يحقق الميزة التنافسية، وهذا يتفق مع دراسة كل من (Dakare, 2021) و (Aditya et al, 2023) الذين أكدوا على أن الابتكار له التأثير الأكبر في زيادة معدل التنافسية للمشاريع، بينما تختلف مع دراسة (Kiyabo, & Isaga, 2020) التي أكدت أنه لا توجد علاقة بين الابتكار والميزة التنافسية.

كما يتضح من الجدول (٢١) وجود علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين إستراتيجية إدارة المخاطر وكافة محاور تحقيق الميزة التنافسية (الجودة، التميز، التكلفة، التسليم) عند مستوى دلالة (٠.٠١)، وترجع الباحثان ذلك إلى أن إدارة المخاطر تعتمد على قدرة السيدات المعيلات على اتخاذ قرارات جريئة تعتمد على المغامرة المحسوبة في دخول أسواق جديدة أو

استحداث منتجات جديدة وطرق تسلم ودفع العميل في ظل تعقد وتغير بيئة الأعمال بالأسواق مما يعزز من الميزة التنافسية للمشروع.

وبذلك يتحقق صحة الفرض الثالث كلياً.

النتائج في ضوء الفرض الرابع: والذي ينص على أنه " تختلف نسبة مشاركة المتغيرات المستقلة المدروسة في تفسير نسبة التباين في المتغيرات التابعة (الوعي باستراتيجيات ريادة الأعمال، وتحقيق الميزة التنافسية) طبقاً لأوزان معاملات الانحدار ودرجة الارتباط".

وللتحقق من صحة الفرض إحصائياً تم استخدام أسلوب تحليل الانحدار المتدرج باستخدام طريقة الخطوة المتدرجة للأمام Stepwise، وذلك للتعرف على أكثر العوامل مساهمة في نسبة التباين في المتغيرات التابعة والجداول (٢٢)، (٢٣) توضح ذلك.

جدول (٢٢) معاملات الانحدار باستخدام طريقة الخطوة المتدرجة إلى الأمام للمتغيرات المستقلة المدروسة (المستوى التعليمي، عمل السيدة المعيلة، عدد الأبناء، متوسط دخل الأسرة الشهري) مع المتغير التابع استراتيجيات ريادة الأعمال (ن) = ١٥٣

المتغير التابع	المتغير المستقل	معامل الارتباط	نسبة المشاركة	قيمة (ف)	الدلالة	معامل الانحدار	قيمة (ت)	الدلالة
المتغير التابع استراتيجيات ريادة الأعمال	المستوى التعليمي	٠.٩٤١	٠.٨٧٧	٢٢٢.١١٤	٠.٠١	٠.٦٧٥	١٣.٨٣٩	٠.٠١
	عمل السيدة المعيلة	٠.٩١١	٠.٨٥٢	١٦١.٧٣٠	٠.٠١	٠.٦٠٧	١١.٣٢١	٠.٠١
	عدد الأبناء	٠.٨٩٨	٠.٧٨٤	١٠٥.١٠٣	٠.٠١	٠.٥٤٠	١٠.١١٧	٠.٠١
	دخل الأسرة الشهري	٠.٨٦٤	٠.٧٦٦	٧٠.٦٦٧	٠.٠١	٠.٤٧٧	٨.٦٩٦	٠.٠١

يتضح من جدول (٢٢) أن مستوى التعليم، عمل السيدة المعيلة، عدد أفراد الأسرة، دخل الأسرة الشهري، هي متغيرات مستقلة تؤثر في مستوى وعي السيدات المعيلات عينة البحث الأساسية باستراتيجيات ريادة الأعمال، حيث يتضح أن المستوى التعليمي للسيدة المعيلة عينة البحث هو العامل الأكثر تأثيراً في تفسير نسبة التباين في وعيها باستراتيجيات ريادة الأعمال، حيث بلغت قيمة نسبة المشاركة (٨٧.٧%)، يليها عمل السيدة المعيلة بنسبة مشاركة (٨٥.٢%)، يليها عدد أفراد الأسرة حيث بلغت نسبة المشاركة (٧٨.٤%) وأخيراً دخل الأسرة الشهري بنسبة مشاركة (٧٦.٦%) وتفسر الباحثان تلك النتيجة بأنه كلما ارتفع المستوى التعليمي للسيدة المعيلة كلما كانت أكثر وعياً باستراتيجيات ريادة الأعمال حيث أن بزيادة المستوى التعليمي يرتفع المستوى الثقافي وتزداد خبرتها وقدرتها على التخطيط الاستراتيجي وفق معطيات سوق العمل والتي تدفعها نحو الاستباقية واغتنام الفرص المتاحة وترسيخ مكانة مشروعها بالأسواق عبر الابتكار والتحديث للمنتجات والخدمات المقدمة بل وبأسلوب إدارتها مما يزيد من قدرتها على إدارة المخاطر التي تواجه المشروع بكفاءة وفاعلية، وهذا يتفق مع

دراسة كل من تغريد الجدعانى (٢٠١٨)، ودينا ميهوب (٢٠٢٣) اللاتي أكدتا على أن المستوى التعليمي هو العامل الأكثر تأثيراً على الكفاءة الريادية لدى المرأة.

جدول (٢٣) معاملات الانحدار باستخدام طريقة الخطوة المتدرجة إلى الأمام للمتغيرات المستقلة المدروسة (المستوى التعليمي، السن، العمل، متوسط دخل الأسرة الشهري) مع المتغير التابع تحقيق الميزة التنافسية لدى السيدات المعيلات (ن) = ١٥٣

المتغير التابع الميزة التنافسية	المتغير المستقل	معامل الارتباط	نسبة المشاركة	قيمة (ف)	الدلالة	معامل الانحدار	قيمة (ت)	الدلالة
	المستوى التعليمي	٠.٨٩٠	٠.٧٨٩	١٠٨.٣٤٠	٠.٠١	٠.٥٩٨	١١.٣٢٤	٠.٠١
	السن	٠.٨٣٧	٠.٦٨١	٦٣.٥١٦	٠.٠١	٠.٤١٣	٨.٧٤٩	٠.٠١
	عمل السيدة المعيلة	٠.٧٩٣	٠.٦٤٨	٤٧.١١٥	٠.٠١	٠.٣٧٥	٦.٧٩٩	٠.٠١
	دخل الأسرة الشهري	٠.٧٤٧	٠.٥٤١	٣٤.٢١٨	٠.٠١	٠.٢٨٩	٥.٨٧٧	٠.٠١

يتضح من جدول (٢٣) أن مستوى التعليم، السن، عمل السيدة المعيلة، دخل الأسرة الشهري هي متغيرات مستقلة تؤثر في تحقيق الميزة التنافسية للسيدة المعيلة عينة البحث الأساسية، حيث اتضح أن مستوى تعليم السيدات المعيلات هو العامل الأكثر تأثيراً في تفسير نسبة التباين في تحقيق الميزة التنافسية، حيث بلغت قيمة نسبة المشاركة (٧٨.٩%)، يليها السن بنسبة مشاركة (٦٨.١%)، يليها عمل السيدات المعيلات حيث بلغت نسبة المشاركة (٦٤.٨%) وأخيراً دخل الأسرة الشهري بنسبة مشاركة (٥٤.١%)، وترجع الباحثتان ذلك إلى أن تحقيق الميزة التنافسية قائم على ارتفاع المستوى التعليمي والانفتاح الثقافي للسيدات المعيلات الذي يزيد من طموحهم ويدفعهم إلى السعي نحو التحسين المستمر للمنتجات والخدمات ومراقبة الأسواق مما يزيد من مستوى الخبرة وقدرتها على ضبط مستوى تكلفة منتجاتها وطرحها بالأسواق بربحية مناسبة وهذا يتفق مع نتائج دراسة أنعام شعيبى (٢٠٢٠) التي أكدت أن المستوى التعليمي كان أكثر العوامل تأثيراً في القدرة التنافسية، وتختلف تلك النتيجة مع ما أوضحته دراسة تغريد بركات ودعاء حافظ (٢٠٢١) التي أكدت أن الدخل الشهري كان أكثر المتغيرات الديموغرافية تأثيراً في القدرة التنافسية للمرأة في المشروعات الريادية.

وفي ضوء ما سبق عرضه من نتائج يكون قد تحقق صحة الفرض الرابع كلياً.
النتائج في ضوء الفرض الخامس: والذي ينص على أنه " توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي استجابات السيدات المعيلات عينة البحث التجريبية على استبيان الوعي باستراتيجيات قيادة الأعمال قبل تطبيق البرنامج الإرشادي المعد وبعده لصالح القياس البعدي".

وللتحقق من صحة الفرض إحصائياً تم إجراء اختبار (ت) لتحديد دلالة الفروق واتجاهها بين متوسطي استجابات السيدات المعيلات عينة البحث التجريبية على استبيان الوعي باستراتيجيات ريادة الأعمال بمحاورة والإجمالي قبل وبعد تطبيق البرنامج الإرشادي المعد. ثم تم قياس حجم تأثير البرنامج الإرشادي باستخدام اختبار مربع إيتا N^2 ويتضح ذلك في الجدول (٢٤) ، (٢٥):

جدول (٢٤) الفروق بين متوسطي استجابات السيدات المعيلات عينة البحث التجريبية على محاور استبيان الوعي باستراتيجيات ريادة الأعمال قبل تطبيق البرنامج وبعده ن = (٣٠)

الدلالة	قيمة (ت)	درجات الحرية	العينة	الانحراف المعياري	الفروق بين المتوسطات	المتوسط الحسابي	فاعلية البرنامج	
							القبلي	البعدي
٠.٠١ لصالح البعدي	٤٥.٧٣٢	٢٩	٣٠	٥.٧٢١	٥٩.٠١٦	٣٠.٥٥٣	القبلي	التخطيط الاستراتيجي
				٨.١١٢			البعدي	
٠.٠١ لصالح البعدي	٤٣.٢١٥	٢٩	٣٠	٤.١٠٢	٥٧.٨٩٦	٣٤.١٠٥	القبلي	الاستباقية
				٩.٢٣٣			البعدي	
٠.٠١ لصالح البعدي	٤٥.٠١٢	٢٩	٣٠	٥.٠١٢	٦٠.٦٤٦	٣٠.٠٠٤	القبلي	الابتكار
				٨.٠٠٥			البعدي	
٠.٠١ لصالح البعدي	٤٠.٨٥٠	٢٩	٣٠	٤.٤٦١	٥٢.١٨٢	٢٧.٩١٦	القبلي	إدارة المخاطر
				٧.١٥٠			البعدي	
٠.٠١ لصالح البعدي	٦٨.٩١٥	٢٩	٣٠	١٠.٠٠٥	١٨٤.٤٩٢	١١٠.٦٦٨	القبلي	إجمالي استبيان الوعي
				١٣.٧٥٤			البعدي	باستراتيجيات ريادة الأعمال

يتضح من جدول (٢٤) وجود فروق دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠.٠١) بين السيدات المعيلات أفراد عينة البحث التجريبية في متوسطات درجات الوعي باستراتيجيات ريادة الأعمال بمحاورها الأربعة (التخطيط الاستراتيجي، الاستباقية، الابتكار، إدارة المخاطر) والإجمالي قبل وبعد تطبيق البرنامج الإرشادي لصالح القياس البعدي.

ولتحديد حجم تأثير البرنامج الإرشادي تم تطبيق معادلة إيتا (N^2) والتي نتضح نتائجها

بجدول (٢٥)

جدول (٢٥) قيمة مربع إيتا N^2 وقيمة d المقابلة لها ومقدار حجم التأثير على مستوى الوعي باستراتيجيات ريادة الأعمال لدى السيدات المعيلات عينة البحث التجريبية (ن = ٣٠)

المتغير المستقل	المتغير التابع	قيمة مربع إيتا N^2	قيمة d	مقدار حجم التأثير
البرنامج الإرشادي	مستوى الوعي باستراتيجيات ريادة الأعمال	٠.٩٨١	١٣.٧٩	كبير

حيث (T) هي قيمة (ت) = ٦٨.٩١٥ ، (df) درجات الحرية (ن - ١) = ٢٩

$$N^2 = \frac{T^2}{T^2 + df} = ٠.٩٨١$$

وبحساب حجم التأثير وجد إن $N^2 = ٠.٩٨١$

ويمكن تحويل قيمة ايتا N^2 الي قيمة d المقابلة لها وهى تعبر عن حجم التأثير باستخدام المعادلة التالية :

$$d = \frac{2\sqrt{n^2}}{\sqrt{1-n^2}} = ١٣.٧٩$$

ويتحدد حجم التأثير ما إذا كان كبيراً أو متوسطاً أو صغيراً كالاتي:

$$d = ٠.٢ \text{ حجم تأثير صغير}$$

$$d = ٠.٥ \text{ حجم تأثير متوسط}$$

$$d = ٠.٨ \text{ حجم تأثير كبير}$$

يتضح أن قيمة $d = ١٣.٧٩$ ، وهذا يعنى أن حجم تأثير البرنامج كبير .

ويمكن تفسير النتيجة على أساس أن ٩٨% من التباين الكلي للمتغير التابع " مستوى الوعي باستراتيجيات ريادة الأعمال " يرجع إلى المتغير المستقل "البرنامج الإرشادي" المعد لتنمية جميع محاور الوعي باستراتيجيات ريادة الأعمال للسيدات المعيلات عينة البحث التجريبية، حيث أدى البرنامج الإرشادي إلى رفع مستوى الوعي باستراتيجيات ريادة الأعمال بمحاورها الأربعة (التخطيط الاستراتيجي، الاستباقية، الابتكار، إدارة المخاطر) والإجمالي للسيدات المعيلات عينة البحث التجريبية. مما يعطي مؤشراً أنه يمكن رفع مستوى الوعي باستراتيجيات ريادة الأعمال لدى السيدات المعيلات من خلال البرامج الإرشادية المتخصصة، حيث تقدم تلك البرامج العديد من المعارف والسلوكيات التي يمكن من خلالها رفع مستوى الوعي باستراتيجيات ريادة الأعمال. ويمكن إرجاع التأثير الكبير للبرنامج إلى عاملين أولهما: الاستعداد والدافع الحقيقي لدى السيدات المعيلات لرفع مستوى الوعي باستراتيجيات ريادة الأعمال لتحقيق النجاح في مشروعاتهم الريادية القائمة وقد ساعد تقديم جلسات البرنامج عن بعد من خلال تطبيق zoom على سهولة مشاركة أفراد العينة التجريبية وحرصهم على متابعة

جلسات البرنامج، وثانيهما: التنوع في استراتيجيات التدريس خلال الجلسة الواحدة من محاضرة ومناقشة وعصف ذهني ونمذجة، واستخدام وسائط متعددة والتنوع في الأنشطة المقدمة، والتزام السيدات المعيلات عينة البحث التجريبية بالاشتراك في جميع الجلسات ورغبتهم وتشوقهم الى معرفة المزيد وتحفيزهم طوال مدة البرنامج، ويتجلى هنا دور البحث العلمي بصفة عامة والبرامج الإرشادية بصفة خاصة والتي تعد أداة فعالة وجيدة في حل بعض المشكلات التي تواجه أفراد المجتمع، وتحقق الرؤى المنبثقة من استراتيجية مصر ٢٠٣٠ للتنمية المستدامة، وهذا يتفق مع نتائج دراسات كل من منال خيري (٢٠١٩)، موزة المقبالية وآخرون (٢٠٢١)، حيث أوضحت أن البرامج والتدريبات تسهم بفاعلية في إحداث تغييرات إيجابية في الوعي باستراتيجيات ريادة الأعمال والاتجاه نحو العمل الريادي.

وفي ضوء ما سبق يتحقق صحة الفرض الخامس كلياً.

ملخص النتائج:

- أعلى نسبة من السيدات المعيلات عينة البحث الأساسية كن رائدات لمشروعات إنتاجية بمعدل ٧٥.٨% موزعة كالتالي وجد أن أعلى نسبة كانت لصالح مشروع إنتاج الوجبات المطهية الجاهزة حيث بلغت النسبة ٢٤.٨%، يليها مشروع إنتاج الخبز والحلويات والمعجنات في الترتيب الثاني بنسبة ١٠.٥% يليها مشروع تربية الدواجن والطيور في الترتيب الثالث بنسبة ٩.١%، يليها مشروع تغليف التمور في الترتيب الرابع بنسبة ٨.٥% وجاء في الترتيب الخامس كل من مشروع تجهيز الخضروات، ومشروع صناعة الحلي والإكسسوارات بنسبة ٧.٩% لكل منهما، وجاء في الترتيب السادس والأخير حياكة الملابس النسائية بنسبة ٧.٢%. بينما كانت النسبة الأقل من السيدات المعيلات عينة البحث الأساسية رائدات لمشروعات خدمية بمعدل ٢٤.٢% موزعة كالتالي جاء في الترتيب الأول بنسبة ٧.٩% مشروع مركز التجميل، يليه في الترتيب الثاني مشروع حضانة الأطفال بنسبة ٧.٢%، يليه في الترتيب الثالث مشروع ترتيب وفرش منازل العرائس بنسبة ٥.٢%، وأخيراً في الترتيب الرابع مشروع تنظيف السجاد والمفروشات بنسبة ٣.٩%.
- أكثر المعوقات التي واجهت السيدات المعيلات عينة البحث الأساسية في مشروعاتهن الريادية كانت نقص التمويل المالي بمعدل ٣٦.٦%، يليها نقص العمالة المؤهلة الكفاء بنسبة ٢٤.١%، ثم مشاكل الإدارة والتخطيط المالي بنسبة ٢١% أما أقل النسب كانت المشكلات الاجتماعية بمعدل ١٨.٣%.

- أكثر استراتيجيات ريادة الأعمال أهمية لدى السيدات المعيلات عينة الدراسة الأساسية كانت استراتيجية الابتكار حيث جاءت في المركز الأول بنسبة ٣٣.٤%، يليها في المركز الثاني استراتيجية التخطيط الاستراتيجي بنسبة ٢٤.١%، يليها في المركز الثالث استراتيجية الاستباقية بنسبة ٢١.٨%، وأخيراً في المركز الرابع والأخير بنسبة ٢٠.٧% استراتيجية إدارة المخاطر.
- أكثر محاور الميزة التنافسية اهتماماً لدى السيدات المعيلات عينة البحث التجريبية كانت التكلفة حيث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (٣١%)؛ يليها الجودة في الترتيب الثاني بنسبة (٢٥.٧%)؛ ثم التميز في الترتيب الثالث بنسبة (٢٢%)؛ وأخيراً في الترتيب الرابع والأخير التسليم بنسبة (٢١.٣%).
- انخفاض مستوى الوعي باستراتيجيات ريادة الأعمال بمحاورها (التخطيط الاستراتيجي، الاستباقية، الابتكار، إدارة المخاطر) والإجمالي لدى الغالبية العظمى من السيدات المعيلات عينة البحث الأساسية حيث بلغت نسب المستوى المنخفض على الترتيب (٤٦.٤%، ٤٣.١%، ٥٢.٣%، ٤٩%، ٥٣.٦%). بينما بلغت نسب المستوى المتوسط على الترتيب (٣٥.٣، ٣٢، ٣٠، ٤٠.٥، ٣٧.٣). بينما بلغت نسبة المستوى المرتفع على الترتيب (١٨.٣%، ٢٤.٩%، ١٧.٧%، ١٠.٥%، ٩.١%).
- انخفاض مستوى الوعي بتحقيق الميزة التنافسية بمحاورها (التميز، الجودة، التكلفة، التسليم) والإجمالي لدى الغالبية العظمى من السيدات المعيلات عينة البحث الأساسية حيث بلغت نسب المستوى المنخفض على الترتيب (٥٥.٦%، ٤٥.٨%، ٤٥، ٥٢.٣%، ٥٤.٢%) وهذا يدل على انخفاض مستوى الوعي بتحقيق الميزة التنافسية لدى أغلب السيدات المعيلات عينة البحث الأساسية، بينما بلغت نسب المستوى المتوسط على الترتيب (٣٣.٣%، ٣٥.٩، ٣٢.١، ٣٠.٧، ٣٤)، وبلغت نسب المستوى المرتفع على الترتيب (١١.١%، ١٨.٣، ٢٢.٩%، ١٧%، ١١.٨%).
- وجدت فروق دالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠.٠١) بين السيدات المعيلات عينة البحث الأساسية في إجمالي الوعي باستراتيجيات ريادة الأعمال تبعاً لمتغيرات البحث لصالح (الفئة العمرية ٤٠ لأقل من ٥٠ سنة، الأرامل، المستوى التعليمي المرتفع، السيدة المعيلة غير العاملة، عدد أفراد الأسرة الأصغر الأقل من ٤ أفراد، الدخل الشهري للأسرة المرتفع، طبيعة نشاط المشروع الإنتاجي، عمر المشروع الأطول ٦ سنوات فأكثر، عدد العاملين بالمشروع أكثر من ١٠ أفراد).

- وجدت فروق دالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠.٠١) بين السيدات المعيلات عينة البحث الأساسية في إجمالي تحقيق الميزة التنافسية تبعاً لمتغيرات البحث لصالح (الفئة العمرية من ٤٠ لأقل من ٥٠ سنة ، الأرامل، المستوى التعليمي المرتفع، السيدة المعيلة غير العاملة، عدد أفراد الأسرة الأصغر أقل من ٤ أفراد، الدخل الشهري للأسرة المرتفع، طبيعة نشاط المشروع الإنتاجي، عمر المشروع الأطول ٦ سنوات فأكثر، عدد العاملين بالمشروع أكثر من ١٠ أفراد).
- كما تبين وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠.٠١) بين الوعي باستراتيجيات ريادة الأعمال بمحاورها وككل وبين تحقيق الميزة التنافسية بمحاورها وككل لدي السيدات المعيلات عينة البحث الأساسية.
- تبين أن المستوى التعليمي للمرأة المعيلة عينة البحث الأساسية هو العامل الأكثر تأثيراً في تفسير نسبة التباين في وعيها باستراتيجيات ريادة الأعمال، وتحقيق الميزة التنافسية حيث بلغت قيمة نسبة المشاركة على الترتيب (٨٧.٧%)، (٧٨.٩%).
- وجدت فروق دالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠.٠١) بين متوسطي استجابات السيدات المعيلات عينة البحث التجريبية على استبيان الوعي باستراتيجيات ريادة الأعمال بمحاورها والإجمالي قبل وبعد تطبيق البرنامج الإرشادي لصالح القياس البعدي.

توصيات البحث:

في ضوء ما أسفرت عنه نتائج البحث الحالي توصي الباحثتان بعض الجهات بالتوصيات التالية:

المتخصصين في مجال إدارة المنزل والمؤسسات:

عقد برامج إرشادية وورش عمل وندوات مخططة من قبل المتخصصين في مجال إدارة المنزل بالتنسيق مع وزارة التضامن الاجتماعي حول كيفية تغيير أنماط تفكير السيدات المعيلات والشباب ومختلف فئات المجتمع نحو ثقافة العمل الحر ومجال ريادة الأعمال خاصة مع تقلص فرص العمل الحكومي ليصبح التفكير الريادي الاستراتيجي هو التفكير السائد للانخراط في المشروعات الصغيرة والمتوسطة تحت مظلة ريادة الأعمال التي تتطلب أفكار وآليات مبتكرة متفردة تسهم في تعزيز الميزة التنافسية.

وزارة التضامن الاجتماعي وجهاز تنمية المشروعات والمجلس القومي للمرأة:

- ضرورة الاهتمام بالسيدات المعيلات ودمجهم وإحاقهم ببرامج حاضنات ورواد الأعمال والعمل على إرساء منهجية واستراتيجية فعالة تمكن السيدات المعيلات من تعزيز القدرة التنافسية لمشروعاتهم من خلال توفير ما يحتاجونه من الدعم والتطوير.
- نشر المجلس القومي للمرأة جلسات البرنامج الإرشادي المُعد لتنمية الوعي باستراتيجيات ريادة الأعمال على صفحته الرسمية ليستفيد منه أكبر عدد ممكن من السيدات المعيلات أصحاب المشروعات الريادية القائمة.
- توفير التدريب المهني للمرأة المعيلة لتنمية استراتيجيات ريادة الأعمال لدعم المشروعات الصغيرة والمتناهية الصغر ورفع مستوى إنتاجيتها ومن ثم تحسين بيئة العمل بها لتحقيق الميزة التنافسية.
- تخصيص برامج ومبادرات ذات ميزانيات مناسبة وواقعية لدعم هذه المشاريع الريادية الصغيرة والمتوسطة، والاهتمام بتقديم الدعم الاستشاري واللوجستي اللازمين لإنجاح هذه المشروعات واستدامة تنافسيتها.

وزارة التربية والتعليم والتعليم الفني ، ووزارة التعليم العالي:

إدراج مادة ريادة الأعمال ضمن البرامج الدراسية في مختلف المراحل التعليمية، والعمل على تطويرها في قوالب إثرائية ملائمة قائمة على الفكر الريادي والتفكير الابتكاري في التعليم وفق أحدث المداخل العلمية والمناهج التربوية لتأهيل الخريجين لتكون لديهم المقومات المهارية التي تؤهلهم لأقامة المشروعات الريادية وتحقيق الميزة التنافسية.

وزارة الاعلام:

اهتمام وزارة الإعلام بترسيخ ثقافة ممارسات ريادة الأعمال الصحيحة وتقديم برامج حوارية لنماذج ناجحة من السيدات المعيلات اللاتي تخطين القيود المجتمعية وحققن نجاحاً بمشروعاتهن الريادية مما يمثل عامل طمأنينة وتحفيز للتمكن من إقامة المشروعات الريادية.

المراجع:

أولاً: المراجع العربية

- ١- أشرف صبحى، أحمد نبيل كامل الشيخ (٢٠٢٠): الدور التنموي والاقتصادي للمشروعات الاستثمارية المستحدثة بوزارة الشباب والرياضة ودورها بالارتقاء بالمنظومة الرياضية والشبابية في ضوء رؤية مصر ٢٠٣٠، المجلة العلمية للتربية البدنية وعلوم الرياضة، جامعة حلوان، العدد ٩٠، الجزء ٣.
- ٢- الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء (٢٠٢٠): التعداد العام للسكان والإسكان والمنشآت تعداد مصر الكتاب الإحصائي السنوي، يناير. القاهرة، مصر.
- ٣- إبراهيم المنيف (٢٠١٧): تطور الفكر الإداري المعاصر، الطبعة الثالثة، مجلة المدير. الرياض، السعودية.
- ٤- إبراهيم محمود الشامي (٢٠١٩): تصميم البرامج التدريبية، ط٢، دار المنارة، عمان، الأردن.
- ٥- أحمد إسماعيل كامل (٢٠١٤): "فاعلية الذات"، ط١، دار الكتب العلمية للطباعة والنشر، القاهرة.
- ٦- أحمد عابد عبد المطلب، محمد صبري الحوت، صلاح الدين توفيق (٢٠١٨): منهجية التخطيط الاستراتيجي، مجلة كلية التربية جامعة بنها، العدد ١١٦، المجلد ٤، أكتوبر، بنها، مصر.
- ٧- أسامة السيد أحمد الطبلاوي (٢٠٢٢): الريادة الاستراتيجية ودورها في دعم الميزة التنافسية المستدامة دراسة تطبيقية في شركة مصر للتأمين، المجلة العلمية، كلية التجارة، جامعة أسيوط، العدد ٥٧، يونيو، أسيوط، مصر.
- ٨- الحديدي محمد عبد السلام أحمد (٢٠٢٠): "إدارة المخاطر والأزمات"، دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر.
- ٩- أنعام عابد أحمد شعبيبي (٢٠٢٠): فعالية المشروعات الصغيرة وعلاقتها بالقدرة التنافسية، المجلة المصرية للقراءة والمعرفة، المجلد ٢٠، العدد ٢٢١، الجزء ٢، مارس، الجمعية المصرية للقراءة والمعرفة، مصر الجديدة، القاهرة.

- ١٠- أيمن حسن على (٢٠٢٠): أثر تطبيق استراتيجية التدريب على أداء العاملين بالتطبيق على قطاع البترول المصري، مجلة الشروق للعلوم التجارية، المعهد العالي للحاسبات وتكنولوجيا المعلومات، العدد ١٢، أكاديمية الشروق، مصر.
- ١١- إيمون باتلر (٢٠٢١): "مدخل إلى ريادة الأعمال"، ترجمة (محمد مطيع) المركز العربي للأبحاث، الطعنين، قطر.
- ١٢- إيناس عبد الحميد الخريبي (٢٠٢٣): محددات تشكيل الصورة النمطية لرائدات الأعمال وعلاقتها باتجاهات الشباب الجامعي نحو المشروعات الريادية، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، العدد ٢٥، يونيو، كلية الإعلام جامعة القاهرة، مصر.
- ١٣- بلال خلف السكارنة (٢٠١١): "تصميم البرامج التدريبية"، ط١، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- ١٤- تغريد سيد أحمد بركات، دعاء محمد ذكي حافظ (٢٠٢١): فاعلية برنامج إرشادي لتمكين ذوات الطلاق المبكر من إقامة المشروعات الصغيرة وعلاقته بالقدرة التنافسية لديهن، المجلة المصرية للاقتصاد المنزلي، المجلد ٣٧، العدد ٢، ديسمبر، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة حلوان، مصر.
- ١٥- تغريد عابد الجدعاني (٢٠١٨): دور الأعمال الريادية الإلكترونية في الحد من البطالة النسائية في المملكة العربية السعودية، مجلة الفنون والآداب وعلوم الإنسانيات والاجتماعية، العدد ٣٠. الإمارات العربية المتحدة.
- ١٦- ثابت عبد الرحمن إدريس (٢٠١١): تحليل أسباب فشل مشروعات الأعمال الصغيرة: هل تتوافر المهارات الإدارية والتسويقية لدى أصحاب ومديري هذه المشروعات؟، مجلة العلمية للبحوث التجارية، العدد ١، أبريل جامعة المنوفية، مصر.
- ١٧- ثامر البكري (٢٠٠٦): "استراتيجيات التسويق"، دار جهينة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- ١٨- جيرمي كوردي (٢٠١١): " استراتيجيات إدارة الأعمال، الدليل إلى اتخاذ قرارات فعالة" ترجمة (سميه ممدوح شامي)، ط١، مؤسسة كلمات عربية للترجمة والنشر، القاهرة، مصر.

- ١٩- حارث حسين على النعيمي (٢٠٢٢) : "تأثير تجربة الزبون في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة دراسة تحليلية لآراء عينة من الأفراد العاملين في شركة كورك للهاتف النقال"، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد ١ ، العدد ٤١، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة تكريت ،العراق.
- ٢٠- حسين الجبورى (١٤٣٥): التخطيط الاستراتيجي في المؤسسات العامة (فكر معاصر ومنهج علمي في عالم متجدد)، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان.
- ٢١- حنان عطا الشملوي، نهيل سقف الحيط (٢٠١٨) "التمكين الاقتصادي للمرأة في الدول العربية" مجلة جامعة النجاح للأبحاث، ٣٢، (١١)، نابلس، فلسطين.
- ٢٢- خالد فوزى صفى الدين نصر (٢٠٢٢): العلاقة بين دعم مؤسسات ريادة الأعمال للمرأة الريفية وتحسين نوعية حياتها، مجلة دراسات في الخدمة الاجتماعية، العدد ٥٧، الجزء ٣، يناير، كلية الخدمة الاجتماعية، جامعة حلوان، مصر.
- ٢٣- دعاء نبيل علي سلامة (٢٠١٧): "برنامج تدريبي لرفع كفاءة السيدات في إعادة ضبط الجولته الجاهزة، مجلة تصاميم الدولية، العدد (٧) مجلد (٤).
- ٢٤- دينا فوزي عبد النبي ميهوب (٢٠٢٣): توظيف استراتيجية قائمة على التحول الرقمي لتنمية الكفاءة الريادية للمرأة المعيلة وانعكاسها على الأمن الأسرى، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة حلوان، مصر.
- ٢٥- سامح شاهين، عبد الحميد يوسف، رامي ميمي أسامة سليم (٢٠١٧): دور المشاريع الصغيرة في التنمية الاقتصادية في مدينه نابلس، كلية الاقتصاد والعلوم الاجتماعية، تخصص إدارة أعمال، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين.
- ٢٦- سامر أحمد العمري، يونس عبد العزيز مقداوي (٢٠٢١): أثر استراتيجيات الريادة في تحقيق الاستدامة للمشاريع الصغيرة في مدينة أربد، مجلة جامعة عمان العربية للبحوث، سلسلة البحوث الإدارية، المجلد ٥ ، العدد ١، عمان.
- ٢٧- سحر أمين حميدة سليمان، فاتن مصطفى كمال لطفى صفاء إبراهيم محمد شعبان (٢٠٢٢): فاعلية برنامج تدريبي لرفع مستوى معارف ومهارات السيدات المعيلات عن المشروعات الصغيرة لتمكينها اقتصاديا وعلاقته بإدارتها للأزمات الأسرية، المجلة العلمية المحكمة لدراسات وبحوث التربية النوعية المجلد ٨، العدد ٤، أكتوبر، كلية التربية النوعية، جامعة الزقازيق.

- ٢٨- سعيد بن محمد آل ثابت (٢٠١٥): " الفاعلية" دار الكوثر للطباعة والنشر، فلسطين.
- ٢٩- سلوى سالم الفرجاني، نسمة عوض الساعدي، أسمية عبد الحميد محمود (٢٠١٨):
العلاقة والتأثير بين أبعاد القيادة الريادية والميزة التنافسية المستدامة على عدد
من شركات الصناعات الغذائية الخاصة بمدينة بنغازي، مجلة العلوم والدراسات
الإنسانية، العدد ٥٢، مايو، جامعة بنغازي، ليبيا.
- ٣٠- علاء الدين خليل السيد، فراس مصطفى الجدي (٢٠١٧): استراتيجية إدارة الموهبة
ودورها في بناء ميزة تنافسية لدى الجامعات الفلسطينية مجلة الجامعة العربية
الأمريكية للبحوث، المجلد ٧، العدد ٢، جنين، فلسطين.
- ٣١- على بن سعيد المطيري، أمل بنت عبد الله الحرملية (٢٠٢٠): علاقة عناصر المزيج
التسويقي الإلكتروني بتعزيز الميزة التنافسية بمؤسسات ريادة الأعمال بسلطنة
عمان (دراسة ميدانية)، المجلة العربية للمعلوماتية وأمن المعلومات، المجلد ١،
العدد ١، أكتوبر، المؤسسة العربية للتربية والعلوم والأداب، بنها، مصر.
- ٣٢- عمار فتحي موسى إسماعيل، نجاح عوض محمد (٢٠٢١): دور التسويق الريادي في
تدعيم الميزة التنافسية المستدامة: دراسة تطبيقية على الشركات الصناعية
بمدينة السادات، مجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والإدارية، المجلد ٩،
العدد ١، يونيه، كلية التجارة، جامعة السادات المنوفية، مصر.
- ٣٣- عمير بن سفر الغامدي (٢٠٢٣): أثر التوجه الريادي في تعزيز الميزة التنافسية
بجامعة الملك السعودي، مجلة الجامعة الإسلامية للعلوم التربوية والاجتماعية،
العدد ١٣، الجزء الأول، مارس المدينة المنورة، السعودية.
- ٣٤- غزى محمد العريبي (٢٠١٤): معوقات بناء الميزة التنافسية دراسة حالة المؤسسة
الاقتصادية الجزائرية، رسالة الدكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم
التسيير، جامعة الجزائر.
- ٣٥- فايز جمعه النجار، عبد الستار محمد العلي (٢٠١٠): إدارة وريادة الأعمال، الطبعة
الثانية، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان.
- ٣٦- كامل محمد الحواجرة (٢٠١٨): الدور الوسيط لقدرات ذكاء الأعمال بين الريادة التنظيمية
والنجاح الاستراتيجي في الجامعات الحكومية الأردنية، المجلة الأردنية في إدارة
الأعمال، المجلد ١٤، العدد ٣، الأردن.

- ٣٧- كاميليا عبد الفتاح (٢٠١٥): "سيكولوجية المرأة العاملة"، نهضة مصر للطباعة والنشر، القاهرة، مصر.
- ٣٨- لمياء دمحان بونوة (٢٠١٥): دور الجودة في تحقيق الميزة التنافسية دراسة حالة مؤسسة المطاحن الكبرى للظهرة مستغانم، رسالة ماجستير، جامعة عبد الحميد ابن باديس، الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية.
- ٣٩- محمد شعيب (٢٠٢١): " دور التوج الريادي في تحقيق الميزة التنافسية في الفنادق المصرية"، مجلة اتحاد الجامعات العربية للسياحة والضيافة، مجلد ٢١، ع ١، كلية السياحة والفنادق، جامعة قناة السويس، السويس، مصر.
- ٤٠- محمد عقوني (٢٠٢٣): "ريادة الأعمال والابتكار"، دار الكتب والوثائق المصرية، القاهرة، مصر.
- ٤١- محمد إبراهيم سلمان (٢٠١٣): مستوى جودة الخدمات الجامعية كما يدركها طلبة جامعة الأقصى بغزة طبقاً (SERVPERF) لقياس جودة الخدمة مجلة جامعة الأقصى (سلسلة العلوم الإنسانية)، المجلد ١٧، يناير، غزة.
- ٤٢- محمود عبد الحليم منسي (٢٠٠٣): "مناهج البحث العلمي في المجالات التربوية والنفسية"، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، مصر.
- ٤٣- محمود عطا محمد على مسيل، إيمان أحمد حسن همام، خالد السيد محمد إسماعيل (٢٠١٨): آليات دعم ريادة الأعمال في التعليم الجامعي بالولايات المتحدة الأمريكية وإمكانية الإفادة منها في مصر، المجلد ٧، العدد ١١٦، أكتوبر، كلية التربية، جامعة بنها.
- ٤٤- محمود علي الروسان (٢٠٠٧): العلاقة بين الميزة التنافسية والتحليل البيئي دراسة تطبيقية في القطاع المصرفي الأردني، مجلة الإدارة والاقتصاد، العدد ٦٣، الجامعة المستنصرية، العراق.
- ٤٥- محمود منسي (٢٠٠٣): مناهج البحث العلمي في المجالات التربوية والنفسية، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، مصر.
- ٤٦- مخلص رمضان محمد بليح (٢٠٢٣): ريادة الأعمال كمتغير لتنمية المهارة التخطيطية لدى المرأة الريفية المعيلة مجلة كلية الخدمة الاجتماعية لدراسات والبحوث الاجتماعية، المجلد، العدد ٣٢ جامعة الفيوم.

٤٧- منال محمود خيرى (٢٠١٩): "فاعلية برنامج في ريادة الأعمال في ضوء متطلبات اقتصاد المعرفة وأثره في تنمية مفاهيم ريادة الأعمال لدى طلاب المدارس الفنية التجارية المتقدمة"، المؤتمر القومي العشرين (العربي الثاني عشر) بعنوان دراسات في التعليم الجامعي، كلية التربية، جامعة عين شمس، القاهرة، مصر.

٤٨- موزة عبد الله المقبالية، جوهر الجموسي، عوض علي المعمري (٢٠٢١): "فاعلية تعليم ريادة الأعمال في تعزيز اتجاهات طلاب مؤسسات التعليم العالي نحو ريادة الأعمال بسلطنة عمان"، مجلة كلية التربية، جامعة أسيوط، المجلد ٣٧، عدد ١١، نوفمبر ٢٠٢١، أسيوط، مصر.

٤٩- نادية عبد الفتاح معوض لطفى (٢٠٢٢): استراتيجيات ريادة الأعمال والقدرة التنافسية للمشروعات الرياضية الصغيرة والمتوسطة، المجلة العلمية للتربية البدنية والرياضية، كلية التربية الرياضية، العدد ١٩، يوليو، جامعة الإسكندرية، الإسكندرية، مصر..

٥٠- نبيلة عباس كامل، أميرة أحمد الزهيري، سميرة محمد يوسف (٢٠٢٢): أثر ريادة الأعمال في الأداء الابتكاري للعاملين بالتطبيق على المشروعات الصغيرة والمتوسطة في مصر، المجلة العلمية للبحوث والدراسات التجارية، المجلد ٣٦، العدد ٢، كلية التجارة جامعة حلوان، مصر.

٥١- نعمة مصطفى رقبان، أميرة حسن دوام، هناء سعيد سلامة عائشة محمد عرب (٢٠٢٢): استراتيجيات ريادة الأعمال وعلاقتها بإدارة المشروعات الصغيرة من منظور أصحاب المشاريع، مجلة الاقتصاد المنزلي، المجلد ٣٢، العدد ٣، يوليو شبين الكوم، جامعة المنوفية، المنوفية مصر.

٥٢- نهلة عبد الغني العجمي، هالة عثمان العلمي (٢٠٢١): "فاعلية استراتيجيات التعليم المعكوس في إكساب مهارة تصميم وتنفيذ أغذية الأسرة للمرأة المعيلة كمدخل لمشروعات متناهية الصغر، مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية، العدد (٢٢)، كلية التربية النوعية، جامعة المنيا، المنيا، مصر.

٥٣- وائل حامد مصباح الشريف، أسامة محمود فريد، وائل فوزي عبد الباسط (٢٠٢٢): دور التدريب في تنمية مهارة العاملين وأثره على الإنتاجية لتحقيق التنمية المستدامة دراسة ميدانية على إحدى شركات تكنولوجيا المعلومات العلوم البيئية كلية الدراسات العليا والبحوث البيئية، المجلد ٥١، العدد ٦، الجزء ٣، يونيو، جامعة عين شمس، مصر.

٥٤- وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية (٢٠٢٢): الأجنحة الوطنية لتنمية المستدامة رؤية مصر ٢٠٣٠ م المحدثه، جمهورية مصر العربية.

٥٥- وفاء عبد الكريم، منار عزت بيومي (٢٠١٨): دراسة مقارنة لمشاركة المرأة بالمشروعات الصغيرة والمتناهية الصغر بجهاز تنمية المشروعات المتوسطة والصغيرة ومتناهية الصغر المجلة المصرية للاقتصاد الزراعي، المجلد ٢٨، العدد ٢، يونيو، مصر.

٥٦- ياسر السيد على محمد شحاتة (٢٠١٩): أثر التخطيط الاستراتيجي وأبعاد الفكر الريادي على أداء المنظمات بالتطبيق على قطاع البنوك في مدينة الإسكندرية، المجلة العلمية للتجارة والتمويل، المجلد ٣٩، العدد ٢، جامعة طنطا، طنطا، مصر..

٥٧- يونس مليح، عبدالصمد العسولى (٢٠٢٠): المنهج الوصفي التحليلي في مجال البحث العلمي، مجلة المنارة للدراسات القانونية والإدارية، العدد ٢٩، مركز المنارة للدراسات والأبحاث، المغرب..

ثانياً: المراجع الأجنبية:

- 58- Aditya, Y.; Emma, R. & Rivani, M. (2023): "**Strategic Entrepreneurship and the Performance of Women-Owned Fish Processing Units in Cibinong District**, Bogor Regency Economies Licensee MDPI, Basel, Switzerland., 11, 88
- 59- Adomako, S.; Amankwah, J.; Danso, A.; Danquah, J.; Hussain, Z.; & Khan, Z. (2021): **R&D intensity, knowledge creation process and new product performance: The mediating role of international R&D teams**. Journal of Business Research, 128, 719–727.
- 60- Aluisius, P.; Noviaty, D.; Ananta, K. & Jeong, B. (2019): **Achieving sustainable competitive advantage through green entrepreneurial orientation and market orientation: The role of inter-organizational learning**, January, The Bottom Line. ISSN 0888-045X, Managing Library Finances, Vol.32, No (1).

- 61- Anchor, R.; Awwad, A.; & Al Khattab, A. (2013): **Competitive priorities and competitive advantage in Jordanian manufacturing**. Journal of Service Science and Management, 6, 69-79
- 62- Asemokha, A.; Musona, J.; Torkkeli, L. & Saarenketo, S. (2019): **Business model innovation and entrepreneurial orientation relationships in SMEs: Implications for international performance**. Journal of International Entrepreneurship, 17 (3), 425-453.
- 63- Bahamid, A.; & Doh.,I. (2017) :**A Review of Risk Management Process in Construction Projects of Developing Countries**. IOP Conference Series: Materials Science and Engineering, 271, Article ID: 012042. Business & Management, 3 (2), 21-28.
- 64- Chen, S.; Hsu, J.; Huang, T.; & Yang, S. (2013): **Quality, size, and performance of audit firms**. The International Journal of Business and Finance Research, 7(5), 89-105.
- 65- Chinyamurindi, W. (2016): **A Narrative Investigation on the Motivation to become an Entrepreneur amongst A Sample of Black Entrepreneurs in South Africa: Implications for Entrepreneurship Career Development Education**. Acta Commercial 16(1), p. 1–9.
- 66- Ciffolilli, A. & Muscio, A. (2018): **Industry 4.0: national and regional comparative advantages in key enabling technologies**. European Planning Studies, 26 (12), 2323-2343.
- 67- Corralejo, A. (2022):" **Project management and achieving competitive advantage**" Journal of Business Research, 12(7). 621- 641.
- 68- Dakare, O., (2021): **Developing Competitive Strategies among Entrepreneurial Managers in Nigeria using DEMATEL Approach International**, Journal of Management, Economics and Social Sciences (IJMESS), IJMESS International Publishers, Jersey City, NJ, Vol. 8, Iss. 2, pp. 99-115.
- 69- Gavin, B. & Emmett, N. (2022): **"Entrepreneurship Theory and Practice"** Global Journal of Economic & Business (GJEB), 15(8), 523–552.
- 70- Global Entrepreneurship Monitor GEM (2022) **"The World Needs Entrepreneurial Leaders:"** Babson College. Retrieved 30 June.
- 71- Haider, H., Asad, M. & Fatima, M. (2017): **Entrepreneurial Orientation and Business Performance of Manufacturing Sector Small and Medium Scale Enterprises of Punjab Pakistan**. January 2017 23(2):21-28.
- 72- Itani, H.; Sidani, M.; & Baalbaki, I. (2009): **United Arab Emirates Female Entrepreneurs: Motivations and Frustrations. Equality, Diversity and in cloison: An International Journal**, vol. 24, No. 5, pp. 346-64.
- 73- Kiyabo, K. & Isaga, N. (2020): **Entrepreneurial orientation, competitive advantage, and SMEs' performance: application of firm growth and**

- personal wealth measures.** Journal of Innovation and Entrepreneurship: A Systems View Across Time and Space, 9 (1).
- 74- Kristi, L. (2015): "**HR consultants: Enabling small business leaders to establish sustainable competitive advantage**" PhD, School of Business and Technology, Capella University, Minneapolis, U.S.A.
- 75- Kyle, M. (2020): "**marketing**" Journal of Business Research, 120, 217–236.
- 76- Latianingsih, N.; Mariam, L.; Rudatin, U.; & Vanessa, R. (2022): **Aligning Strategic MSME Entrepreneurship to Local Government Policy: A Case Study of a Tourism Village in Bogor Indonesia. In Contributions to Management Science.** Cham: Springer.
- 77- Lubis, R. (2017): **Assessing Entrepreneurial Leadership and the Law: Why are these Important for Graduate Students in Indonesia?** International Journal of Arts, 41–76.
- 78- Magaret S, & Kala, R. (2013): **Study on Impact of NGO Interventions on the Empowerment Of Women** Journal of Business Management & Social Science Research (JBM&SSR) ISSN NO: 2319-5614 NO.3 'Volume2
- 79- Mahmood,.A.; Al Mamun, A.; & Ibrahim,.D. (2020) : **Attitude Towards Entrepreneurship: A Study Among Asnaf Millennials In Malaysia,** Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship, Vol. 14 (1), 1-13
- 80- Marx, J. & Swardt, J. (2023): **An interactive qualitative analysis of academics' views of a competency-based undergraduate qualification in risk management"**, Qualitative Research in Financial Markets, Vol. 15 No. 3, pp. 471-494
- 81- Obeidat, M.; al-shannag, E.; almatarneh, M.; alali, A. & shawaqfeh, Y. (2021): **E-Marketing and Its Impact on the Competitive Advantage.** Ilkogretim Online, 20(5), 196.
- 82- Okoi, I.; Ije U.; Maryjoan I.; Enya, E; & Ezekiel S. (2022): **Strategic Entrepreneurship Practices and Performance of Small and Medium-Sized Enterprises in Nigeria.** Problems and Perspectives in Management 20: 108–16
- 83- Rashwan, E. & Madi, A. (2021): **The impact of big data analysis on competitive advantage support (Field study on industrial companies listed on the Palestine Stock Exchange).** Global Journal of Economic & Business (GJEB), 10(3), 630–646.
- 84- Rezaei, J. & Ortt, R. (2018): **Entrepreneurial orientation and firm performance: the mediating role of functional performances.** Management Research Review, 41 (7), 878-900.
- 85- Stephen, P. (2023): "**Redesigning an Effective Pathway to Consumer Loyalty for Sustainable Competitive Advantage**" Doctor of Business Administration, Liberty University, School of Business

- 86- Sofia, L & Thomas, W (2015):" **Entrepreneurship Strategies and Microenterprise management**", Journal of International Entrepreneurship, 18 (3), 325-357.
- 87- Teixeira, A.; Henrique, M.; Valdai, F.; Santos, P.; Verga M Gracielle Macedo, M. (2023): **Genetic algorithm modeling of European Union firms 'competitive advantage, European Journal of Management and Business Economics**, Volume: 26 Issue: 1, to Volume: 32 Issue: 3.
- 88- Xu, H.; Gue, H.; Zhang, D.& Dang, A. (2018): **Facelifting Dymic Marketing Capabilities development for domestic and forging firms in an emerging economy** Journal of Business Research 86,141-152.