



JOURNAL OF THE ARAB AMERICAN UNIVERSITY مجلة الجامعة العربية الأمريكية للبحوث

دور التوجه الاستراتيجي في تحقيق اليقظة الريادية دراسة تطبيقية على شركات الطاقة الشمسية في مصر

إيمان عبد المعبود^{1*}، فاطمة جاد الله²، أميرة الزهيري³
قسم إدارة الأعمال، كلية التجارة، جامعة الأزهر، فرع البنات، القاهرة
dremantaha40@gmail.com *الباحث المراسل

Received: 14/5/2025. Revised: 11/6/2025. Accepted: 31/12/2025. Published: 30/06/2026
DIO: 10.35517/AAUP-2026.V12.2.10

الملخص

هدف البحث إلى تحديد دور التوجه الاستراتيجي في تحقيق اليقظة الريادية للمديرين في شركات الطاقة الشمسية في مصر، من خلال عينة قوامها (331) مفردة، من المديرين في الشركات محل الدراسة: (مديرو الإدارة العليا، ومديرو الإدارة الوسطى، ومديرو الإدارة التنفيذية). وقد بلغ إجمالي عدد قوائم الاستقصاء المستردة والصحيحة (317) قائمة، بنسبة استجابة قدرها (95%). وقد توصل البحث إلى مجموعة من النتائج الهامة، أهمها: وجود تأثير معنوي إيجابي لإجمالي التوجه الاستراتيجي في إجمالي اليقظة الريادية، وتبرز أن التوجه الاستراتيجي يشكل مدخلاً أساسياً لتعزيز اليقظة الريادية، وتوفر إطاراً يمكن الانطلاق منه لإعادة النظر في استراتيجيات القطاعات الأخرى، بما يسهم في تطوير بيئات عمل داعمة للمهارات الإدراكية والخصائص الريادية لدى المديرين والعاملين على حد سواء. وأخيراً قدم البحث مجموعة من التوصيات، ومن أهم هذه التوصيات: حث المنظمات على تبني نهج استراتيجي، يعتمد على توجه استراتيجي مصحوب برؤية طويلة المدى، والاهتمام بتوفير بيئة داعمة لتطوير المهارات الإدراكية والخصائص الريادية لدى العاملين.

الكلمات المفتاحية: التوجه الاستراتيجي، اليقظة الريادية، شركات الطاقة الشمسية.

1. المقدمة

تتسم بيئة الأعمال في الوقت الحاضر بدرجة عالية من الديناميكية والتغير المتسارع في الظروف التكنولوجية والاقتصادية والاجتماعية والسياسية العالمية والمحلية، ما أوجب على المنظمات - باختلاف أشكالها - أن تستجيب لهذه التغيرات من خلال تصميم استراتيجيات فعالة ومتكاملة على مستوى أنشطة المنظمة، لتكون قادرة على التعامل مع هذه البيئة المتغيرة ومواجهة المنافسة العالمية الجديدة. هذا إلى جانب ما يكشف عنه الواقع من ضرورة توافر رؤية واضحة تتوافق مع التفكير الإبداعي الخلاق في رسم التوجه الاستراتيجي.

ويعد التوجه الاستراتيجي Strategic Orientation سمة من سمات العصر الحديث، وأداة رئيسية تمكن المنظمات من رسم المسارات الصحيحة لتحقيق الأهداف المنشودة في البناء والتقدم، كما أنه يعد مدخلاً تقوم المنظمة بتطبيقه للوصول إلى الأداء المتميز والمستمر في أنشطتها وأعمالها، والذي يعمل على إرساء نهج متبع لتحسين الأداء على المدى البعيد. وتُعتبر اليقظة الريادية Entrepreneurial Alertness عن قدرة المنظمة على رؤية المستقبل، ما يساعدها على أن تكون أكثر وعياً بالتغيرات والتحولات والفرص، وأكثر قدرة على تنظيم المعلومات في مختلف مجالات المعرفة المتعلقة بتطوير الفرص الجديدة، وتفسيرها. هذه المعلومات قد تكون حول التطورات التكنولوجية أو السوقية التي توفر فرصاً لخلق قيمة أكبر، ما يمكن المنظمات من إدراك الفرص المحتملة بشكل أسرع.

وتُعد الطاقة الكهربائية بشكل عام، والطاقة المتجددة بشكل خاص، قاطرة التقدم والتنمية، ولهذا حظيت مشروعات الطاقة المتجددة باهتمام عالمي متزايد، نظراً للفوائد الاقتصادية التي توفرها، مثل الإسهام في الوفاء بالطلب المستقبلي للطاقة الكهربائية، والإسهام - كذلك - في خفض غازات الاحتباس الحراري، ومواجهة التغير المناخي، وخفض كميات

الوقود الأحفوري (البترول – الفحم – الغاز الطبيعي) المستخدم في إنتاج الطاقة الكهربائية، إلى جانب الإسهام في التنوع الاقتصادي، وتوفير فرص العمل، وإنعاش الاقتصاد.

وقد أولت وزارة الكهرباء والطاقة المتجددة المصرية اهتماماً خاصاً بالطاقات المتجددة، فاعتمدت استراتيجياتها على تنوع مصادر الطاقة، والتوسع في استخدام الطاقة المتجددة، وترشيد استخدام مصادر الطاقة التقليدية. وتتمتع مصر بمميزات جغرافية ومناخية، فهي إحدى دول منطقة الحزام الشمسي الأكثر مناسبة وملاءمة لتطبيقات الكهرباء وإنتاجها من الطاقة الشمسية، ما يتيح فرص الاستثمار في مجال الطاقة الشمسية، ولتعظيم الاستفادة من هذه المصادر، فقد تم وضع استراتيجية للطاقة المتجددة، لتستهدف الوصول بنسبة إسهام الطاقة المنتجة من الطاقات المتجددة إلى (20 %) من إجمالي الطاقة الكهربائية المنتجة في مصر عام 2023، وتصل الساعات المستهدفة لمشروعات إنتاج الكهرباء من الطاقة الشمسية خلال تلك الفترة إلى حوالي (2900) ميجاوات. (الوكالة الدولية للطاقة المتجددة IRENA, 2022, توقعات الطاقة المتجددة مصر).

وفي إطار ما تقدم، ونظرًا لما تقدمه الطاقة الكهربائية بشكل عام والطاقة المتجددة بشكل خاص في مجال التقدم والتنمية، فقد ارتأت الباحثة أن يتم تعميق المفاهيم الخاصة بمتغيرات الدراسة وتطبيقها على هذا القطاع الهام، وذلك من خلال دراسة العلاقة بين التوجه الاستراتيجي واليقظة الريادية في قطاع الطاقة الشمسية في مصر.

2. البحوث والدراسات السابقة

تمت مراجعة البحوث والدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة وتحليلها، لوضع الإطار العام للدراسة الحالية، ومعرفة الأبعاد الخاصة بمتغيراتها، وتحديد صياغة الفروض العلمية، وتوضيح أهمية الدراسة، وكذلك تحديد الفجوة البحثية في هذه الدراسات، والتي أدت إلى القيام بهذه الدراسة الحالية، والاستفادة منها في استخلاص التوجهات والمحاور الأساسية للدراسة الحالية، وسوف يتم عرض البحوث والدراسات السابقة من الأقدم إلى الأحدث، وذلك على النحو التالي:

2.1 البحوث والدراسات التي تناولت التوجه الاستراتيجي:

1- دراسة (Pehrsson, 2020) هدفت الدراسة إلى اختبار العلاقة بين التوجه الاستراتيجي (التوجه الريادي، والتوجه بالسوق)، والأداء في الشركات متعددة الجنسيات، وقد أجريت الدراسة على عينة قوامها (178) شركة من الشركات متعددة الجنسيات السويدية العاملة في السوق المحلية السويدية وفي مختلف الأسواق الخارجية. وتم استخدام أسلوب الاستقصاء أداة لجمع البيانات الأولية، وتمثلت وحدة المعاينة في كبار المديرين المسؤولين عن التصدير والأسواق الخارجية، وأوضحت الدراسة أن أنواع التوجه الاستراتيجي: (التوجه بالسوق، والتوجه الريادي) يؤديان إلى تحقيق مستويات مرتفعة لأداء الشركات متعددة الجنسيات. فمن خلال التوجه الاستراتيجي تتمكن المنظمات من تحقيق النجاح والمحافظة على نموها وبقائها، ما يجعلها تسعى باستمرار إلى تطوير استراتيجيتها، وتحسينها، وتعديلها، وتطوير منتجاتها، واستخدام أدوات ووسائل متجددة، والاستفادة من المعارف والعلوم والتطبيقات التي يستحدثها ويطورها الباحثون باستمرار، وما يزيد من أهمية التوجه الاستراتيجي ارتباطه ببعض المتغيرات الهامة ومنها الاستدامة الاقتصادية.

2- دراسة (Nugroho, et al., 2022) التي هدفت إلى اختبار التأثيرات المتعددة للتوجهات الاستراتيجية (التوجه الريادي، والتوجه التكنولوجي، والتوجه بالسوق) في أداء شركات الخدمات التعليمية، والدور الوسيط للقدرة على تبني تكنولوجيا المعلومات في هذه العلاقة. وقد أجريت الدراسة على عينة قوامها (3455) شركة من الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم، العاملة في مجال الخدمات التعليمية في إندونيسيا وسنغافورة، وهي مقسمة كالتالي: (3400) شركة من إندونيسيا، و(55) شركة من سنغافورة، وقد توصلت إلى أن التوجه بالسوق يؤثر بشكل مباشر في أداء الشركات؛ أي أن التوجه بالسوق من خلال التركيز والحفاظ على استراتيجيات خلق قيمة للعملاء، بوصفه أحد استراتيجيات التوجه بالسوق، يساعد في تحسين أداء الشركات وخلق ميزة تنافسية.

3- دراسة (Yang, et al., 2022) التي هدفت إلى اختبار تأثير الميزة التنافسية بوصفها متغيراً وسيطاً في العلاقة بين التوجه الاستراتيجي: (التوجه بالعملاء، والتوجه بالمنافسين، والتوجه التكنولوجي، والتوجه الشبكي، والتوجه الابتكاري) والاستدامة الاقتصادية للشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم. وقد أجريت الدراسة على عينة قوامها (284) شركة صغيرة ومتوسطة الحجم تعمل في قطاعات متعددة: (الأغذية والملابس والتأمين) في إندونيسيا. وقد تم استخدام أسلوب الاستقصاء أداة لجمع البيانات، وتمثلت وحدة المعاينة في أصحاب الشركات (المالكين) وأعضاء مجالس الإدارة والمديرين العموميين، لما لديهم من سلطة اتخاذ القرارات الاستراتيجية للمنظمات. وبلغ عدد القوائم الصحيحة (111) قائمة. وتوصلت إلى وجود تأثير ذي دلالة إحصائية وإيجابية للتوجه الاستراتيجي في الاستدامة الاقتصادية، إلى جانب أن الميزة التنافسية بوصفها متغيراً وسيطاً قد زادت من تأثير التوجه الاستراتيجي في الاستدامة الاقتصادية.

4- دراسة (عبيدات & العبد الله، 2025) التي هدفت إلى التعرف إلى أثر التوجهات الاستراتيجية بأبعادها المتمثلة في التوجه التسويقي، والتوجه الريادي، والتوجه التكنولوجي، والتوجه التعليمي، في تحقيق الميزة التنافسية في بنك صفوة الإسلامي بالأردن. واعتمدت الدراسة على أسلوب الحصر الشامل، فجرى توزيع الاستبانات على مديري الإدارات العليا والوسطى

في الإدارة الرئيسة لبنك صفوة الإسلامي، والبالغ عددهم (137) مديرًا. وقد استُخدم أسلوب الاستقصاء أداة رئيسة لجمع البيانات، فيما بلغ عدد الاستبيانات المستردة والصالحة للتحليل (117) استبانة. وتشير نتائج الدراسة إلى أن التوجهات الاستراتيجية، بمختلف أبعادها: (التسويقي، والريادي، والتكنولوجي، والتعليمي)، تمثل عاملاً جوهرياً في تعزيز الميزة التنافسية لدى بنك صفوة الإسلامي. فقد تبين أن لهذه التوجهات أثراً ذا دلالة إحصائية في دعم أبعاد الميزة التنافسية المتمثلة في خفض التكلفة، وتحسين الجودة، وتعزيز المرونة، وزيادة سرعة تقديم الخدمات. وتدل هذه النتيجة على أن تبني البنك لتوجهات استراتيجية واضحة يسهم بشكل مباشر في رفع كفاءته التشغيلية وتعزيز قدرته على الاستجابة لمتطلبات العملاء والتغيرات في بيئة العمل المصرفي، الأمر الذي يمنحه قدرة أكبر على المنافسة في السوق المصرفية.

2.2 البحوث والدراسات التي تناولت اليقظة الريادية

1- دراسة (Campos.,2021)، التي هدفت إلى استكشاف ما إذا كانت أبعاد اليقظة الريادية تؤثر في نماذج الأعمال من خلال أنماط الابتكار في الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم. وقد أجريت الدراسة على عينة قوامها (665) شركة صغيرة ومتوسطة الحجم، تعمل في قطاع تصنيع الأجهزة الإلكترونية في المكسيك، وتمثلت وحدة المعاينة في: رواد الأعمال وأصحاب الشركات والمديرين، وتم استخدام أسلوب الاستقصاء أداة لجمع البيانات، وقد توصلت إلى أن أبعاد اليقظة الريادية لها تأثيرات مختلفة في أنماط الابتكار، والتي لها تأثيرات مختلفة في كفاءة نماذج الأعمال وحداثتها، ما يمكن رواد الأعمال من اتخاذ القرارات بسرعة وسهولة أكبر.

2- دراسة (Yang.,et al.,2022) التي هدفت إلى تحليل العلاقة بين الذكاء الثقافي المعرفي واليقظة الريادية في ظل الاختلافات البيئية المدركة لدى المهاجرين والهوية العالمية. وقد أجريت الدراسة على عينة قوامها (684) رائد أعمال من المهاجرين العاملين في الولايات المتحدة الأمريكية، ينتمون إلى (92) دولة مختلفة، بمتوسط خبرة عمل تبلغ 12 عامًا. وتم استخدام أسلوب الاستقصاء أداة لجمع البيانات، كما تم إرسال القوائم عبر البريد الإلكتروني، وكان عدد القوائم الصحيحة (555) قائمة. وقد توصلت إلى أن الذكاء الثقافي المعرفي للمهاجرين يسهم في تحقيق اليقظة الريادية بطريقة إيجابية، إلى جانب ذلك، فإن الاختلافات البيئية المدركة لدى المهاجرين والهوية العالمية يعملان بشكل إيجابي على زيادة العلاقة بين الذكاء الثقافي المعرفي واليقظة الريادية.

3 – دراسة (الجابري، 2025) التي هدفت إلى التعرف إلى مستوى الممارسة الفعلية لليقظة الريادية داخل الجامعات اليمنية بمحافظة أب، وتحليل طبيعة العلاقات المباشرة وغير المباشرة بينها وبين تحسين السمعة الجامعية. كما تركزت الدراسة على اختبار الدور الوسيط الذي تؤديه وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز هذه العلاقة، بما يسهم في توضيح كيفية توظيف اليقظة الريادية في دعم مكانة الجامعات ورفع قدرتها التنافسية. وقد أجريت الدراسة على عينة قوامها (206) مفردات من العاملين في الجامعات اليمنية: (حكومية وأهلية) بمحافظة أب، وتم استخدام أسلوب الاستقصاء أداة لجمع البيانات. وأظهرت نتائج الدراسة أن هناك علاقة ذات تأثير مباشر ودلالة إحصائية بين اليقظة الريادية وكلٍّ من وسائل التواصل الاجتماعي والسمعة الجامعية. كما بينت النتائج وجود تأثير غير مباشر ذي دلالة إحصائية لليقظة الريادية في السمعة الجامعية من خلال الدور الوسيط لوسائل التواصل الاجتماعي، الأمر الذي يؤكد أهمية هذه الوسائل في تعزيز أثر اليقظة الريادية في تحسين السمعة الجامعية.

2.3 البحوث والدراسات التي تناولت العلاقة بين التوجه الاستراتيجي واليقظة الريادية

دراسة (Bilal.,et al.,2021) أشارت إلى أن اليقظة الريادية تزيد قوة العلاقة بين التوجه الريادي ونجاح الشركات الصغيرة والمتوسطة. وعليه كان هدف الدراسة هو اختبار العلاقة بين التوجه الريادي ونجاح الشركات الصغيرة والمتوسطة. وقياس تأثير اليقظة الريادية وتحليلها من خلال البحث والمسح، والاقتران والترابط، والتقييم والحكم، بوصفها متغيراً وسيطاً في العلاقة بين التوجه الريادي ونجاح الشركات الصغيرة والمتوسطة.

وقد أجريت الدراسة على عينة قوامها (600) شركة من الشركات الصغيرة والمتوسطة العاملة في قطاعات المنسوجات والأغذية والمشروبات والمواد الكيميائية في باكستان، وتم استخدام أسلوب الاستقصاء أداة لجمع البيانات. وتمثلت وحدة المعاينة في أصحاب المشروعات، وكان عدد القوائم الصحيحة (389) قائمة، بمعدل استجابة قدره (65%). وتوصلت الدراسة إلى أن اليقظة الريادية تزيد قوة العلاقة بين التوجه الريادي ونجاح الشركات الصغيرة والمتوسطة. فقد ثبت من خلال النتائج أن التوجه الريادي واليقظة الريادية مرتبطان ارتباطاً وثيقاً بمالكي الشركات الصغيرة والمتوسطة الذين كانوا أكثر يقظة في البحث عن المعلومات وتقويمها واستخدامها لاستكشاف الفرص. ويوضح هذا أن جميع أبعاد التوجه الريادي، مثل التوجه الذاتي، والاستباقية، والعنوانية التنافسية، والمخاطرة، والابتكار، تؤدي إلى تحقيق اليقظة الريادية.

2.4 التعليق على البحوث والدراسات السابقة

بناءً على ما تقدم، وفي ضوء البحوث والدراسات السابقة التي تم عرضها، فيمكن استخلاص ما يلي:
بالرغم من أن غالبية الدراسات والبحوث السابقة التي تناولت متغيرات البحث قد تم إجراؤها على المنظمات الصناعية بمختلف أنواعها، والخدمية، والتجارية، والتعليمية، وغير ذلك، وبالرغم من تناول المتغيرات في القطاع الخدمي، فإنه -

وعلى وجه الخصوص - لم تحظ المنظمات التي تعمل في قطاع الطاقة المتجددة (شركات الطاقة الشمسية) بالاهتمام الكافي فيما يتعلق بهذه المتغيرات. فهناك ندرة حقيقية في هذا المجال، لذا فإن الدراسة الحالية تركز على قطاع الطاقة المتجددة؛ نظرًا لأهمية الطاقة المتجددة التي تعد الركيزة الأساسية لإحداث التنمية الشاملة في المجتمعات كافة، وشریان التنمية في شتى مجالات الحياة الاقتصادية والاجتماعية. وتعدّ الطاقة الكهربائية بشكل عام، والطاقة المتجددة بشكل خاص، قاطرة التقدم والتنمية، ولهذا حظيت مشروعات الطاقة المتجددة باهتمام عالمي متزايد؛ نظرًا للفوائد الاقتصادية التي توفرها، مثل الإسهام في الوفاء بالطلب المستقبلي للطاقة الكهربائية، والإسهام في خفض غازات الاحتباس الحراري، ومواجهة التغير المناخي، وخفض كميات الوقود الأحفوري (البترول - الفحم - الغاز الطبيعي) المستخدم في إنتاج الطاقة الكهربائية، إلى جانب الإسهام في التنوع الاقتصادي، وتوفير فرص العمل وإنعاش الاقتصاد. ومن هنا تبرز الفجوة البحثية التي يسعى هذا البحث إلى سدها، من خلال اختبار العلاقة بين التوجه الاستراتيجي واليقظة الريادية في شركات الطاقة الشمسية، بوصفها نموذجًا مهمًا لقطاع يتميز بخصوصية بيئية وتنظيمية عالية، ويمكن لاحقًا مقارنته بقطاعات أخرى لتوسيع نطاق النتائج. وفي إطار ما تقدم، ونظرًا لما تقدمه الطاقة الكهربائية بشكل عام، والطاقة المتجددة بشكل خاص، في مجال التقدم والتنمية، فقد ارتأى الباحثون أن يتم تعميق المفاهيم الخاصة بمتغيرات البحث وتطبيقه على هذا القطاع الهام، وذلك من خلال دراسة دور التوجه الاستراتيجي في تحقيق اليقظة الريادية للمديرين في شركات الطاقة الشمسية في مصر.

3. مشكلة البحث

تمثل عملية تحديد التوجه الاستراتيجي- بشكل واضح ودقيق - المهمة الأساسية والأولى بالنسبة للمنظمات، فتعتمد مختلف الأنشطة في المنظمات؛ من تحديد الأهداف المختلفة، واختيار الاستراتيجيات، ووضع الخطط العملية، وتخصيص الموارد، وتحقيق القدرات الديناميكية التي تساعد المنظمات على تحقيق أهدافها، إلى فعالية تحديد الاتجاه بشكل متكامل. فأية منظمة مهما كان حجمها، تحتاج إلى أن تدرك تمامًا وضعها الحالي أين هي الآن؟ وكيف تريد أن تكون في المستقبل؟ وما هو المأمول في الواقع الإداري لهذه المنظمات؟

كما يعد قطاع الطاقة المتجددة أحد أهم القطاعات الرئيسية في مصر، والذي يُعد أحد العوامل الرئيسية للدفع قُدماً بالتنمية الاقتصادية في مصر، فيمثل نحو (13%) من الناتج المحلي الإجمالي (الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، دراسة الطاقة الجديدة والمتجددة في مصر، إصدار يوليو 2023). وبالتالي فإن النمو الاقتصادي في مصر يتوقف على أمن موارد الطاقة واستقرارها، لذا فقد ارتأى الباحثون أن يتم تعميق المفاهيم الخاصة بمتغيرات الدراسة وتطبيقها على هذا القطاع الهام، وذلك من خلال دراسة دور التوجه الاستراتيجي في تحقيق اليقظة الريادية في قطاع الطاقة الشمسية في مصر.

وبناءً على ما سبق، فيمكن بلورة مشكلة الدراسة في التساؤل الآتي:

" ما مدى إسهام التوجه الاستراتيجي في تحقيق اليقظة الريادية للمديرين في الشركات محل الدراسة العاملة في قطاع الطاقة الشمسية؟ "

3.2 أهداف البحث:

هدف البحث إلى تحديد دور التوجه الاستراتيجي في تحقيق اليقظة الريادية للمديرين في شركات الطاقة الشمسية في مصر ". ويتطلب لتحقيق هذا الهدف الآتي:

- قياس الاختلافات في اتجاهات المستقضي منهم (المديرين) في الشركات محل الدراسة نحو مدى توافر أبعاد التوجه الاستراتيجي وفقاً للمستوي الإداري وتحليلها".
- قياس الاختلافات في اتجاهات المستقضي منهم (المديرين) في الشركات محل الدراسة نحو مدى توافر أبعاد اليقظة الريادية وفقاً للمستوي الإداري وتحليلها".
- دراسة أثر التوجه الاستراتيجي في تحقيق اليقظة الريادية في الشركات محل الدراسة.

3.3 أهمية البحث

تجلت أهمية البحث من خلال البحث في أهمية المتغيرات التي تناولها: (التوجه الاستراتيجي، واليقظة الريادية) ومن خلال التطبيق كذلك: (شركات الطاقة الشمسية في مصر). وتتمثل هذه الأهمية في جانبها العلمي والعملية.

الأهمية العلمية:

- اكتسب البحث أهميته في تناوله متغيرات، تُعد من أهم المتغيرات التي تناولتها أدبيات علوم الإدارة الاستراتيجية وريادة الأعمال؛ فالدراسة الحالية تتناول هذه المتغيرات الهامة والتي تحقق للمنظمات - خاصة تلك التي تعمل في قطاع الطاقة المتجددة - مواصلة تقدمها، واتخاذ التوجه المناسب للتكيف مع التغيرات البيئية وظروف عدم التأكد، وإزالة الصعوبات ووضع الحلول الجذرية لما يعترضها من مشاكل، والعمل على تحسين الجودة وزيادة الإنتاجية.
- أسهم البحث في تقديم أدلة يمكن للمديرين في شركات الطاقة الشمسية في مصر، الاسترشاد بها لمواكبة التطورات المتسارعة، من خلال تسليط الضوء على أهمية التوجه الاستراتيجي ودوره في تحقيق اليقظة الريادية.

- أسهم البحث في إغناء المكتبة العربية بموضوع جديد قد يحظى باهتمام الباحثين والممارسين، ويعد نقطة انطلاق لدراسات أخرى في التوجه الاستراتيجي وأثره في تحقيق اليقظة الريادية في مجال الطاقة المتجددة، خاصة أن الدراسات العربية في هذا المجال قليلة.
- محاولة سد الفجوة البحثية من خلال تحديد دور التوجه الاستراتيجي وتحليله لتحقيق اليقظة الريادية في القطاع محل البحث، وتعزيزه، وتوضيح الطبيعة التبادلية والتأثيرية للعلاقات بين المتغيرات محل البحث.

الأهمية العملية:

- استمدت الدراسة أهميتها من القطاع الذي طبقت عليه الدراسة، ألا وهو قطاع الطاقة المتجددة، وهو أحد أهم القطاعات الرئيسية في مصر، والذي يُعد أحد العوامل الرئيسية للدفع قُدماً بالتنمية الاقتصادية في مصر، فيمثل نحو (13%) من الناتج المحلي الإجمالي: (الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، ودراسة الطاقة الجديدة والمتجددة في مصر، إصدار يوليو 2023).
- تتضح أهمية شركات الطاقة الشمسية (مجال التطبيق) في إسهامها في توفير احتياجات الطاقة للقطاعات المختلفة، وهو ما يؤدي إلى تحقيق وفر في استهلاك الطاقة التقليدية، هذا إلى جانب تجنب الآثار السلبية للوقود الأحفوري: (البترو/ الفحم/ الغاز الطبيعي) في البيئة.
- أسهمت الدراسة الحالية في تقديم توصيات للمديرين والممارسين، قد تساعدهم في تطوير آليات العمل، وتحقيق أهداف الشركات التي يعملون بها.

3.4 فروض البحث

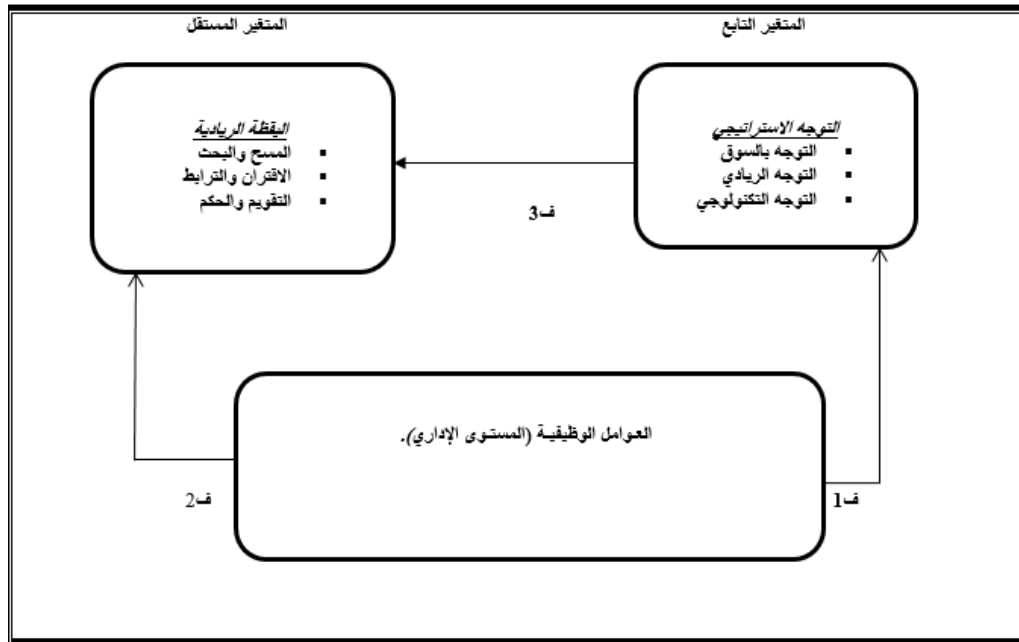
سعى البحث إلى تحقيق الأهداف السابقة من خلال اختبار مدى صحة الفروض التالية، أو عدم صحته.

الفرض الأول: من المتوقع وجود اختلافات ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المستقضي منهم نحو مدى توافر أبعاد التوجه الاستراتيجي، وفقاً للمستوى الإداري في الشركات محل البحث.

الفرض الثاني: من المتوقع وجود اختلافات ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المستقضي منهم نحو مدى توافر أبعاد اليقظة الريادية، وفقاً للمستوى الإداري في الشركات محل البحث.

الفرض الثالث: من المتوقع وجود تأثير معنوي للتوجه الاستراتيجي وأبعاده: (التوجه بالسوق، والتوجه التكنولوجي، والتوجه الريادي) في اليقظة الريادية وأبعادها في الشركات محل البحث.

هذا ويوضح الشكل التالي رقم (1) الرسم التخطيطي لبحث العلاقات بين متغيرات البحث.



الشكل 1: رسم تخطيطي لبحث العلاقة بين متغيرات البحث (المصدر: إعداد الباحثة)

3.5 الإطار المعرفي لمتغيرات البحث

3.5.1 التوجه الاستراتيجي

ترجع البدايات الأولى لاستخدام مصطلح التوجه الاستراتيجي Strategic Orientation إلى الإسهامات التي قدمها كل من (Miles & Snow., 1978) من خلال تعريف التوجه الاستراتيجي من خلال دور المنظمة بوصفها منقبا Prospector، ومدافع Defender، ومحللا Analyzer، ومتفاعلا Reactor، نقلاً عن (Alanit., et al., 2019). ثم بعد

ذلك طور (Venkatraman.,1989) مقياساً لمفهوم التوجه الاستراتيجي ليشمل العناصر التالية: العدوانية Aggressiveness والقدرة التحليلية Analysis، والدفاعية Defensiveness، والتوجه نحو المستقبل Futurity، والاستباقية Proactiveness، والمخاطرة Riskiness. نقلاً عن (Alobaidi & Kitapci., 2019, p. 55) ولقد حظي التوجه الاستراتيجي باهتمام كبير في أدبيات الإدارة الاستراتيجية وريادة الأعمال وبحوث التسويق، استناداً إلى فكرة أن نجاح المنظمة يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالقدرة على تبني استراتيجية واضحة تناسب البيئة الخارجية سريعة التغير.

وعرف كل من (Cassia, & Zilber.,2016. , p.448) التوجه الاستراتيجي أنه "مجموعة من المبادئ الإرشادية القادرة على تشكيل إجراءات اتخاذ القرارات الإدارية للمنظمة والتي تساعد المديرين على استخدام الموارد التنظيمية بشكل فعال". في حين عرفه (Syahdan.,et al.,2020,p.1152) أنه "الأنشطة الاستراتيجية التي تقوم بها المنظمة لتطوير أنشطتها وتحسينها من أجل أداء أفضل".

وفي السياق ذاته، يرى كل من (Adiguzel& Cakir,2022,p.2) أنه "جهود المنظمة لخلق سلوكيات تنظيمية ملائمة، تؤثر في القيم والمعتقدات والمعايير والثقافة التنظيمية، ما يساعدها على اكتساب ميزة تنافسية في السوق".
اتضح من التعريفات السابقة أن التوجه الاستراتيجي هو "مبادئ تقوم على أسس وتوجهات سوقية وتكنولوجيا وريادية تسترشد بها المنظمة لتحديد أهدافها الاستراتيجية للتفاعل مع السوق، والتأثير في أنشطتها من خلال القيم والمعتقدات، التي تساعد على ممارسة السلوكيات، التي تهدف إلى ضمان بقاء المنظمة ونموها ضمن إطار تصور استراتيجي بعيد الأمد". ويشمل التوجه الاستراتيجي ثلاثة أبعاد، تتمثل في الآتي:

- التوجه بالسوق: Market Orientation "ويقصد به قدرة المنظمة على جمع المعلومات عن السوق ونشرها في المنظمة بقصد ملائمة المنتجات لحاجات العملاء، ما يساعد على خلق قيمة مميزة لعملائها". (Richard., et al.,2018., p.102)
- التوجه التكنولوجي: Technological Orientation ويقصد به "قدرة المنظمة على الاستثمار في أنواع تكنولوجيا جديدة ومتطورة واستخدامها في مجال تطوير المنتجات الجديدة". (Mehmood & Zafar.,2019., P.947)
- التوجه الريادي: Entrepreneurial Orientation "يشير إلى قدرة المنظمة على تبني السلوكيات الإبداعية والاستباقية، وتبني المخاطرة المحسوبة، في محاولة منها لخلق الفرص واستثمارها". (Wang., et al.,2020, p.153)

3.5.2 الیقظة الريادية

يعود التطور التاريخي لمفهوم الیقظة الريادية إلى القرن الثامن عشر، عندما ذكر كل من (Say, 1964, Cantillon,1931. , in Sharma.,2019, p.218) أن بعض الأفراد يمكنهم التعرف إلى الاختلافات في قيمة السلع عبر قطاعات السوق المختلفة، واستغلال هذه المعرفة لتحقيق الربح.

وفي عام (1973) طور Kirzner مفهوم الیقظة الريادية، فوصف الأفراد الأكثر یقظة بأنهم يمتلكون القدرة التي تساعد على التعرف إلى الفرص. وعرفها بأنها: عملية ومنظور يساعد بعض الأفراد على أن يكونوا أكثر وعياً وإدراكاً بالتغيرات والتحولات والفرص والإمكانيات التي يتجاهلها الآخرون. (Kurzner,1979, in Sharma. , 2019, p.218). ثم ذكر في وقت لاحق، أن الیقظة الريادية هي نزعة دافعة للأفراد لتشكيل صورة عن المستقبل. (Kurzner, 1985, in Campos., 2020., p.248)

وتعني "مجموعة مميزة من المهارات الإدراكية ومهارة معالجة المعلومات، والقدرة على رؤية مستقبل المنظمة بالاعتماد على مهارات البحث عن المعلومات، والاقتران والترابط والتقويم والحكم، وذلك من خلال تراكم المعرفة، وتقويمها، واختيارها، المعرفة التي يمكن أن تقود المنظمة إلى اغتنام الفرص المحتملة أمام المنظمة". وتشتمل الیقظة الريادية على ثلاثة أبعاد، تتمثل في الآتي:

- المسح والبحث: Scanning and search ويقصد به "البحث بشكل مستمر لتحديد المعلومات أو التغيرات التي تحدث في البيئة، ما يساهم في وضع الأسس لتطوير الأطر المعرفية". (Adomako., et al.,2018, p.455)
- الاقتران والترابط: Association and connection "ويقصد به "القدرة على جمع المعلومات وبناءها من خلال وضعها على شكل بدائل مرتبطة ومعالجتها". (Liang., 2019, p.157)
- التقويم والحكم: Evaluation and Judgment يشير إلى "القدرة على تقويم المعلومات الجديدة التي تم جمعها ومعالجتها، والحكم عليها وفقاً لكونها فرصاً جديدة للمنظمة". (Li, et al., 2020. , p.3)

4. منهجية البحث

اعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي لوصف الظاهرة موضع الدراسة، والتعرف إلى مكوناتها، وتحليل اتجاهات المستقضي منهم نحو مدى توافر أبعاد التوجه الاستراتيجي ودورها في تحقيق الیقظة الريادية.

4.1 مجتمع البحث وعينته

اشتمل مجتمع البحث على الشركات التي تعمل في مجال توليد الكهرباء من الطاقة الشمسية المرتبطة بالشبكة الحكومية، وعددها (106) شركة في محافظات القاهرة والجيزة والقليوبية والإسكندرية، وذلك لتوافر المعايير التالية في تلك الشركات من دون غيرها من الشركات الأخرى:

- الشركات الحاصلة على تراخيص لمزاولة نشاط إنتاج طاقة كهربائية من الطاقة الشمسية، والتي تنتج 50 ميغا وات.
- الشركات الحاصلة على شهادات تأهيل للعمل في مجال تكنولوجيا الخلايا الفوتوفلاطية لمزاولة نشاط إنتاج طاقة كهربائية من الطاقة الشمسية، والتي تنتج أكثر من 500 كيلو وات حتى 20 ميغا وات.
- توافر مجموعة من الآليات في هذه الشركات، فهي تشمل عقوداً طويلة الأجل، وبأسعار مناسبة، وبالتالي يتم التعاقد مع هذه الشركات لمدد طويلة تصل إلى 25 عاماً، ما قد يسمح للممارسين والباحثين بعمل دراسات دقيقة وواقعية وفقاً للمعطيات المتوافرة.
- الشركات التي أسهمت في المشروعات القومية للطاقة الشمسية لمدى إسهاماتها في الدفع قُدماً بالتنمية الاقتصادية في مصر.

وقد تم تحديد حجم العينة الممثلة لمجتمع الدراسة بالاعتماد على أسلوب العينة العشوائية الطبقية باستخدام <http://www.calculator.net/sample-size-calculator.html> 24، وتبين أن حجم العينة الممثلة لمجتمع الدراسة يبلغ (331) مفردة، عند نسبة خطأ (5%) ومستوى ثقة (95%)، وقد تم توزيع مفردات العينة على الشركات محل الدراسة وفقاً لنسبة عدد المديرين في كل شركة إلى إجمالي عدد المديرين في جميع الشركات محل الدراسة، وقد بلغ إجمالي عدد قوائم الاستقصاء المستردة والصحيحة (317) قائمة استقصاء، بنسبة استجابة قدرها (95%) من إجمالي 331 قائمة استقصاء موزعة.

4.1 توصيف العينة

تم استخدام التحليل الوصفي للبيانات لتوصيف العينة وفقاً للعوامل الشخصية (النوع-المرحلة العمرية)، والعوامل الوظيفية (مدة الخبرة – المستوى الإداري) باستخدام التكرارات والنسب المئوية، وقد أسفرت نتائج التحليل الإحصائي عما يلي، وذلك كما يوضحه الجدول التالي رقم (1):

جدول 1: توصيف عينة الدراسة بحسب العوامل الشخصية والوظيفية (ن=317)

المتغير	التكرارات	النسب المئوية
النوع:		
ذكر	239	75.39%
أنثى	78	24.61%
المرحلة العمرية:		
من 25 إلى أقل من 35 سنة	50	15.77%
من 35 إلى أقل من 45 سنة	168	53.00%
من 45 سنة فأكثر	99	31.23%
مدة الخبرة الوظيفية:		
أقل من 10 سنوات	77	24.29%
من 10 إلى أقل من 20 سنة	156	49.21%
من 20 سنة فأكثر	84	26.50%
المستوى الإداري:		
إدارة عليا	55	17.35%
إدارة وسطى	139	43.85%
إدارة تنفيذية	123	38.80%
إجمالي عينة الدراسة:	317	100.00%

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي.

- توزيع مفردات العينة وفقاً لمتغير النوع: أشارت النتائج إلى أن النسبة الأعلى من الذكور وقد بلغ عددهم (239) مفردة بنسبة (75.39%)، في حين بلغ عدد الإناث (78) مفردة بنسبة (24.61%).
- توزيع مفردات العينة وفقاً لمتغير العمر: تضمنت عينة الدراسة، بحسب متغير المرحلة العمرية، (50) مفردة من الفئة العمرية: (من 25 إلى أقل من 35 سنة)، بنسبة (15.77%)، و (168) مفردة من الفئة: (من 35 إلى أقل من 45 سنة) بنسبة (53%)، و (99) مفردة من الفئة من (45 سنة فأكثر)، بنسبة (31.23%).
- توزيع مفردات العينة وفقاً لمتغير مدة الخبرة الوظيفية:

تضمنت عينة الدراسة - بحسب متغير مدة الخبرة الوظيفية - (77) مفردة من الفئة: (أقل من 10 سنوات) بنسبة (24.29%)، و (156) مفردة من الفئة: (من 10 إلى أقل من 20 سنة) بنسبة (49.21%)، و (84) مفردة من الفئة: (من 20 سنة فأكثر)، بنسبة (26.5%).

توزيع مفردات العينة وفقاً لمتغير المستوى الإداري:

تضمنت عينة الدراسة - بحسب متغير المستوى الإداري - (55) مفردة من فئة: "إدارة عليا"، بنسبة (17.35%)، و (139) مفردة من فئة: "إدارة وسطى"، بنسبة (43.85%)، و (123) مفردة من فئة: "إدارة تنفيذية"، بنسبة (38.8%).

وفيما يتعلق بالدرجة الوظيفية لأفراد عينة الدراسة في كل مستوى إداري، فقد كانت على النحو الآتي:

- بالنسبة لمستوى الإدارة العليا: تضمنت عينة الدراسة (22) مفردة من فئة رئيس مجلس إدارة، بنسبة (6.94%)، و (24) مفردة من فئة عضو مجلس إدارة، بنسبة (7.57%)، و (9) مفردة من فئة عضو منتدب بنسبة (2.84%)،

- بالنسبة لمستوى الإدارة الوسطى: تضمنت عينة الدراسة (14) مفردة من فئة مدير الموارد البشرية بنسبة (4.42%)، و (19) مفردة من فئة مدير تطوير الأعمال، بنسبة (5.99%)، و (10) مفردات من فئة مدير الاستثمار بنسبة (3.15%)، و

(10) مفردات من فئة مدير التشغيل والصيانة بنسبة (3.15%)، و (12) مفردة من فئة مدير العمليات والتصميم، بنسبة (3.79%)، و (12) مفردة من فئة مدير تكنولوجيا المعلومات بنسبة (3.79%)، و (12) مفردة من فئة مدير العلاقات

العامة بنسبة (3.79%)، و (10) مفردة من فئة مدير الإنتاج بنسبة (3.15%)، و (12) مفردة من فئة مدير تنفيذ المشروعات، بنسبة (3.79%)، و (11) مفردة من فئة مدير المبيعات بنسبة (3.47%)، و (17) مفردة من فئة مدير

التسويق بنسبة (5.36%).

- بالنسبة لمستوى الإدارة التنفيذية: تضمنت عينة الدراسة (19) مفردة من فئة مساعد مدير تطوير الأعمال، بنسبة (5.99%)، و (15) مفردة من فئة مشرف التشغيل والصيانة، بنسبة (4.73%)، و (15) مفردة من فئة مساعد مدير تنفيذ

المشروعات، بنسبة (4.73%)، و (18) مفردة من فئة مشرف الدعم الفني بنسبة (5.68%)، و (17) مفردة من فئة مشرف جودة بنسبة (5.36%)، و (11) مفردة من فئة منسق التدريب، بنسبة (3.47%)، و (28) مفردة من فئة مدير

خدمة العملاء بنسبة (8.83%).

4.2 أدوات القياس المستخدمة:

المقياس الأول: المتغير المستقل (التوجه الاستراتيجي):

تم تصميم مقياس التوجه الاستراتيجي بالاعتماد على مقاييس كل من:

(Beliaeva., et al., 2020.; Simone., 2020.; Hakala., 2010.; Al-Ansari., et al., 2013.; Kumar., Das., 2020) , وتكون المقياس من (16) عبارة موزعة على ثلاثة أبعاد كالاتي:

- البعد الأول: التوجه بالسوق: وتم قياسه من خلال (6) عبارات.

- البعد الثاني: التوجه الريادي: وتم قياسه من خلال (6) عبارات.

- البعد الثالث: التوجه التكنولوجي: وتم قياسه من خلال (4) عبارات.

المقياس الثاني: المتغير التابع (اليقظة الريادية):

تم تصميم مقياس اليقظة الريادية بالاعتماد على مقياس ((Tang., et al., 2012), ويتكون المقياس من (12) عبارة موزعة على ثلاثة أبعاد كالاتي:

- البعد الأول: المسح والبحث: وتم قياسه من خلال (5) عبارات.

- البعد الثاني: الاقتراح والتربط: وتم قياسه من خلال (4) عبارات.

- البعد الثالث: التقويم والحكم: وتم قياسه من خلال (3) عبارات.

4.3 أداة الدراسة

استخدمت الدراسة الميدانية قائمة استقصاء تضم مقياسين: (التوجه الاستراتيجي، واليقظة الريادية) بغرض جمع البيانات من عينة البحث، وقد تم إعداد هذه الأداة في ضوء ما أسفر عنه الجانب النظري من عرض وتحليل للدراسات السابقة، والأدبيات العلمية المتخصصة في مجال الدراسة، ومن ثم تم تحكيم تلك الأداة والتأكد من صلاحيتها بحساب معاملات الثبات والصدق البنائي، وذلك على النحو الآتي:

4.3.1 الحكم على دقة القياس المستخدمة:

يهدف تقنين المقياس إلى التأكد من مدى صلاحيته وجودته، وذلك من خلال معامل الصدق والثبات الخاص به، وقد تم التأكد من صدق المقياس وفقاً للصدق المنطقي، وذلك من خلال عرض المقياس على عينة من العاملين (الممارسين) في الشركات محل البحث؛ لاستطلاع آرائهم، وكذلك وفقاً للصدق الإحصائي، وذلك من خلال استخدام معامل ألفا كرونباخ، بهدف قياس معامل الثبات (درجة الاعتمادية)، والصدق الذاتي الذي يمثل الجذر التربيعي لمعامل الثبات، وذلك على مستوى جميع الأبعاد الخاصة بالتوجه الاستراتيجي واليقظة الريادية، وذلك كما هو موضح في الجداول التالية: رقم (2)، ورقم (3).

جدول 2: معاملات الصدق والثبات لمقياس التوجه الاستراتيجي

البُعد	عدد العبارات	معامل الثبات (Cronbach's Alpha)	الصدق
التوجه بالسوق	6	0.911	0.951
التوجه الريادي	6	0.923	0.960
التوجه التكنولوجي	4	0.920	0.959
إجمالي التوجه الاستراتيجي	16	0.971	0.985

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي.

يتضح من الجدول السابق، رقم (2) أن قيمة معامل ألفا كرونباخ لثبات مقياس التوجه الاستراتيجي قد بلغت (0.971)، كما تراوحت قيم معامل الثبات للأبعاد الفرعية من (0.911) إلى (0.923)، وجميعها قيم أعلى من الحد الأدنى المقبول لمعامل الثبات وهو (0.70). ويشير تحليل الثبات إلى ارتفاع مستوى الثبات لمقياس التوجه الاستراتيجي، وبالتالي ارتفاع الثقة في نتائج تطبيقه وسلامة البناء عليها.

جدول 3: معاملات الثبات لمقياس اليقظة الريادية

البُعد	عدد العبارات	معامل الثبات Cronbach's Alpha	مستوى الثبات
المسح والبحث	5	0.923	0.960
الاقتراح والترابط	4	0.896	0.946
التقويم والحكم	3	0.881	0.942
إجمالي اليقظة الريادية	12	0.963	0.981

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي.

يتضح من الجدول السابق، رقم (3) أن قيمة معامل ألفا كرونباخ لثبات مقياس اليقظة الريادية قد بلغت (0.963)، كما تراوحت قيم معامل الثبات للأبعاد الفرعية من (0.881) إلى (0.923)، وجميعها قيم أعلى من الحد الأدنى المقبول لمعامل الثبات. ويشير تحليل الثبات إلى ارتفاع مستوى الثبات لمقياس اليقظة الريادية، وبالتالي الثقة في نتائج تطبيقه وسلامة البناء عليها.

5. عرض نتائج البحث ومناقشتها

تم تحليل البيانات الخاصة بالبحث باستخدام البرنامج الإحصائي IBM SPSS Statistics، وفيما يلي عرض نتائج الوصف الإحصائي لمتغيرات البحث وأبعادها الفرعية، وتحليلها، ونتائج دراسة العلاقات الارتباطية بينها، ومن ثم عرض النتائج الخاصة باختبار فروض البحث، وتحليلها، كما يلي:

5.1 نتائج الوصف الإحصائي لمتغيرات البحث

بتحليل البيانات الواردة في الجدول التالي، رقم (4) الخاص بالمتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، ومعاملات الاختلاف لمتغيرات البحث وأبعادها الفرعية، تبين الآتي:

أولاً: متغير التوجه الاستراتيجي:

جدول 4: النتائج الخاصة بمدى توافر أبعاد التوجه الاستراتيجي (ن=317)

م	العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	الترتيب وفقاً للمتوسط الحسابي
---	--------	-----------------	-------------------	----------------	-------------------------------

م	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	الترتيب وفقاً للمتوسط الحسابي
1	التوجه بالسوق	3.73	0.86	23.18%	2
2	التوجه الريادي	3.51	1.12	32.02%	3
3	التوجه التكنولوجي	3.89	0.86	22.18%	1
	إجمالي أبعاد التوجه الاستراتيجي	3.69	0.91	24.80%	—

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي.

- أظهرت اتجاهات عينة الدراسة اتجاهًا إيجابيًا نحو مدى توافر أبعاد التوجه الاستراتيجي، بمتوسط حسابي (3.69)، وانحراف معياري، قدره (0.91)، ومعامل اختلاف (24.80%). وتشير هذه النتيجة إلى أن الشركات محل الدراسة تتبنى مبادئ قائمة على توجهات سوقية وتكنولوجية وريادية، تسهم في تحديد أهدافها الاستراتيجية والتفاعل مع متغيرات السوق، بما يعزز قدرتها في التأثير في أنشطتها من خلال منظومة قيم ومعتقدات تُوجّه سلوكياتها الاستراتيجية، بما يضمن بقاءها ونموها على المدى الطويل.
- إن ترتيب درجة توافر أبعاد التوجه الاستراتيجي مجتمعة - مرتبة وفقاً للمتوسط الحسابي - كانت - وفقاً لآراء مفردات عينة الدراسة - على النحو التالي: جاء بعد التوجه التكنولوجي في المرتبة الأولى، بمتوسط حسابي قدره (3.89). يليه بعد التوجه بالسوق في المرتبة الثانية، بمتوسط حسابي (3.73). وأخيراً بعد التوجه الريادي في المرتبة الثالثة، بمتوسط حسابي (3.51).
- وتعكس هذه النتائج أن الشركات محل الدراسة تولي أهمية واضحة للاستثمار في التكنولوجيا الحديثة والمتطورة، وتوظيفها في تطوير المنتجات الجديدة مثل الألواح الشمسية، والبطاريات، والأنظمة المتكاملة، وحوامل الألواح الشمسية، وغيرها من المنتجات ذات الكفاءة العالية في توليد الكهرباء. كما تسعى هذه الشركات إلى تحسين منتجاتها وخدماتها بما يتلاءم واحتياجات العملاء، وذلك من خلال التطوير المستمر للتكنولوجيا الحالية، والتفاعل مع متغيرات السوق. ويظهر - كذلك - التزامها بالبحث والتطوير ودمج التقنيات الحديثة في منتجاتها. وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (Yang, et al., 2022)، والتي أكدت أن التوجه التكنولوجي يمكّن الشركات من توظيف أحدث التقنيات في تطوير منتجاتها وخدماتها، بما يتيح للعملاء خيارات متعددة من منتجات عالية الجودة ذات قيمة مضافة. الأمر الذي ينعكس إيجاباً على استدامة الشركات وزيادة قبولها في الأسواق، ويساعدها في تحقيق ميزة تنافسية مستدامة.
- ثانياً: متغير اليقظة الريادية:

جدول 5: النتائج الخاصة بمدى توافر أبعاد اليقظة الريادية (ن=317)

م	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	الترتيب
1	المسح والبحث	3.88	0.76	19.55%	2
2	الاقتراح والترباط	3.74	0.98	26.21%	3
3	التقويم والحكم	4.12	0.68	16.59%	1
	إجمالي أبعاد اليقظة الريادية	3.90	0.76	19.37%	—

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي

- أظهرت اتجاهات مفردات عينة الدراسة اتجاهًا إيجابيًا نحو مدى توافر أبعاد اليقظة الريادية، بمتوسط حسابي (3.90)، وانحراف معياري قدره (0.76)، ومعامل اختلاف (19.37%). وتشير هذه النتائج إلى أن الشركات محل الدراسة تتمتع بمجموعة من المهارات الإدراكية، إلى جانب قدرات متميزة في معالجة المعلومات، ورسم تصورات مستقبلية بالاعتماد على مهارات البحث عن المعلومات، والاقتراح والترباط، والتقويم والحكم، وذلك من خلال تراكم المعرفة وتقويمها واختبارها بما يمكنها من اغتنام الفرص المحتملة.
- إن ترتيب درجة توافر أبعاد اليقظة الريادية مجتمعة - مرتبة وفقاً للمتوسط الحسابي - كان على النحو التالي، وذلك وفقاً لآراء مفردات عينة الدراسة: جاء بعد التقويم والحكم في المرتبة الأولى، بمتوسط حسابي قدره (4.12)، يليه بعد

المسح والبحث في المرتبة الثانية، بمتوسط حسابي (3.88)، وأخيراً بعد الاقتران والترابط في المرتبة الثالثة. بمتوسط حسابي (3.74).

وتدل هذه النتائج على أن الشركات محل الدراسة تقوم بتقويم المعلومات الجديدة التي تم جمعها ومعالجتها والتي تتعلق بأحدث أنواع التكنولوجيا المستخدمة في توليد الكهرباء من الطاقة الشمسية، مثل تكنولوجيا الخلايا الفوتوضوئية "PV Photovoltaic Cells"، إلى جانب المعلومات التي تخص الأسواق الجديدة والمشروعات التي تقوم الحكومة بإنشائها مثل مشروع بنبان، وكومبو، والكريمت، وأيضاً المعلومات التي تتعلق باحتياجات العملاء وتقضياتهم، فيما يتعلق بالمنتجات التي تقدمها الشركة من ألواح شمسية وبطاريات وأنظمة متكاملة وحامل الألواح الشمسية، وغيرها من المنتجات والتي تكون ذات جودة عالية في كفاءة توليد الكهرباء، وبأسعار مناسبة، وتوفير أنظمة للصيانة وخدمات ما بعد البيع، وتقديم الخدمة، والحكم عليها بوصفها فرصاً جديدة للشركة، وتصفية المعلومات غير الضرورية، والتميز بين المعلومات القادرة على تقديم حلول جديدة ومبتكرة في شكل فرص، والتميز بين ما يعدونه مربحاً وغير مربح، وبين الفرص عالية القيمة مقابل الفرص منخفضة القيمة. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Campos.,2021) والتي أشارت نتائجها إلى أن الأفراد، عندما يصلون إلى مرحلة التقويم والحكم من البقطة الريادية، يقومون بتقويم البدائل المختلفة التي يتم تقديمها لشركاتهم، داخلياً وخارجياً. وهو أحد العناصر الهامة لتحقيق البقطة الريادية، فيعكس قدرة الفرد على تطوير نظرة ثاقبة لقيمة المعلومات التي يتجاهلها الآخرون، وإجراء تقويم لما إذا كانت المعلومات الجديدة تقدم أية فرصة محتملة يتجاهلها الآخرون.

5.2 نتائج اختبار فروض البحث

في ضوء التحليل الإحصائي للبيانات المجمعة، فتم اختبار فروض البحث كما يلي:

5.2.1 قياس الاختلافات في اتجاهات المستقصى منهم (المديرون) في الشركات محل الدراسة، نحو مدى توافر متغيرات البحث

نتائج اختبار الفرض الأول: من المتوقع وجود اختلافات ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المستقصى، منهم نحو مدى توافر أبعاد التوجه الاستراتيجي في الشركات محل الدراسة، وفقاً للمستوى الإداري في الشركات محل البحث. أولاً: قياس مدى وجود اختلافات في الاتجاهات نحو مدى توافر أبعاد التوجه الاستراتيجي وفقاً لمتغير المستوى الإداري: تم اختبار مدى وجود اختلافات في الاتجاهات نحو مدى توافر أبعاد التوجه الاستراتيجي وفقاً لمتغير المستوى الإداري، ومدى جوهرية هذه الاختلافات، باستخدام اختبار Kruskal–Wallis Test، وحساب قيمة (H) عند درجة ثقة 99%. وقد كانت النتائج على النحو التالي، كما هو موضح في الجدول رقم (6).

جدول 6: الاختلافات في استجابات عينة الدراسة حول مدى توافر أبعاد التوجه الاستراتيجي، ونتائج اختبار Kruskal–Wallis Test لقياس جوهرية الاختلافات وفقاً لمتغير المستوى الإداري (ن=317)

البعد	المستوى الإداري	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	متوسط الرتب	قيمة (H)	الدلالة الإحصائية
التوجه بالسوق	إدارة عليا	55	4.43	0.33	242.73	78.03	0.00
	إدارة وسطى	139	3.83	0.76	165.80		
	إدارة تنفيذية	123	3.30	0.90	113.87		
التوجه الريادي	إدارة عليا	55	4.45	0.35	248.54	80.77	0.00
	إدارة وسطى	139	3.64	0.95	161.23		
	إدارة تنفيذية	123	2.95	1.21	116.44		
التوجه التكنولوجي	إدارة عليا	55	4.37	0.41	214.43	37.73	0.00
	إدارة وسطى	139	3.97	0.82	166.24		
	إدارة تنفيذية	123	3.58	0.94	126.03		
إجمالي أبعاد التوجه الاستراتيجي	إدارة عليا	55	4.42	0.30	241.15	73.00	0.00
	إدارة وسطى	139	3.79	0.80	164.90		

* هي عبارة عن مجموعة من الألواح (خلايا شمسية) مصنعة من مواد أشباه موصلات كالسيليكون والجرمانيوم وغيرهم، لها القدرة على القيام بعملية التحويل الكهروضوئي، أي تحويل الإشعاع الشمسي مباشرة إلى طاقة كهربائية.

البعد	المستوى الإداري	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	متوسط الرتب	قيمة (H)	الدالة الإحصائية
	إدارة تنفيذية	123	3.24	0.97	115.60		

** دالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.01) (المصدر: نتائج التحليل الإحصائي)

- أشارت النتائج إلى أن قيمة (H) بالنسبة لإجمالي أبعاد التوجه الاستراتيجي، كانت (73)، بدلالة إحصائية قدرها (0.00)، وهو ما يعني وجود اختلافات ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.01) في استجابات عينة الدراسة بحسب متغير المستوى الإداري، وقد كانت أعلى المتوسطات لفئة "إدارة عليا"، بمتوسط حسابي قدره (4.42)، وكانت أقل المتوسطات لفئة "إدارة تنفيذية"، بمتوسط حسابي (3.24)، كما توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.01) في كل بعد من أبعاد التوجه الاستراتيجي، وقد أوضح اختبار Bonferroni Test للمقارنات البعدية أن تلك الاختلافات لمصلحة فئة "إدارة عليا" مقارنة بفئتي "إدارة وسطى وإدارة تنفيذية"، كما توجد اختلافات لمصلحة فئة "إدارة وسطى" مقارنة بفئة "إدارة تنفيذية".
 - أن أعلى رتبة للمتوسطات المتعلقة بالتوجه الاستراتيجي، كانت لمستوى "الإدارة العليا"، فبلغت رتب متوسطات أبعاد التوجه الاستراتيجي: (التوجه بالسوق- والتوجه الريادي- والتوجه التكنولوجي) لهذا المستوى (242.73)، (248.54)، (214.43)، على التوالي، وهي أعلى قيمة مقارنة بكل المستويات الأخرى.
 - أسفرت النتائج عن أن هذه الاختلافات هي اختلافات ذات دلالة إحصائية، فبلغت قيمة (H) للتوجه بالسوق (78.03)، وبلغت (80.77) للتوجه الريادي، كما بلغت (37.73) للتوجه التكنولوجي، وهي قيم معنوية عند درجة ثقة 99%، وكانت معنوية الاختبار (0.00)، (0.00)، (0.00)، (0.00) للتوجه بالسوق، والتوجه الريادي، والتوجه التكنولوجي على التوالي.
- وتعد هذه النتائج منطقية، فالمديرون في مستوى الإدارة العليا، يتمتعون بالقدرة على التعامل مع المشكلات، وبلورة الرؤية المستقبلية للشركة، إلى جانب التفكير الاستراتيجي طويل المدى، كما يتوافر لديهم الإدراك الجيد للتغيرات البيئية السريعة، وسرعة الاستجابة لها والتكيف معها، كما يقومون بتوضيح الأهداف والتوجيه اللازم لمستقبل المنظمة ككل، إلى جانب تحديد التوجهات المستقبلية التي تساعد على البقاء والاستمرار والنمو.
- نتائج اختبار الفرض الثاني: من المتوقع وجود اختلافات ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المستقضي منهم نحو مدى توافر أبعاد اليقظة الريادية في الشركات محل الدراسة، وفقاً للمستوى الإداري في الشركات محل البحث.
- ثانياً: قياس مدى وجود اختلافات في الاتجاهات نحو مدى توافر أبعاد اليقظة الريادية وفقاً لمتغير المستوى الإداري.
- تم اختبار مدى وجود اختلافات في الاتجاهات نحو مدى توافر أبعاد اليقظة الريادية وفقاً لمتغير المستوى الإداري، ومدى جوهرية هذه الاختلافات، باستخدام اختبار Kruskal-Wallis test، وحساب قيمة (H) عند درجة ثقة 99%. وقد كانت النتائج على النحو التالي كما هو موضح في الجدول رقم (7).

جدول 7: الاختلافات في استجابات عينة الدراسة حول مدى توافر أبعاد اليقظة الريادية، ونتائج اختبار Kruskal-Wallis test لقياس جوهرية الاختلافات وفقاً لمتغير المستوى الإداري (ن=317)

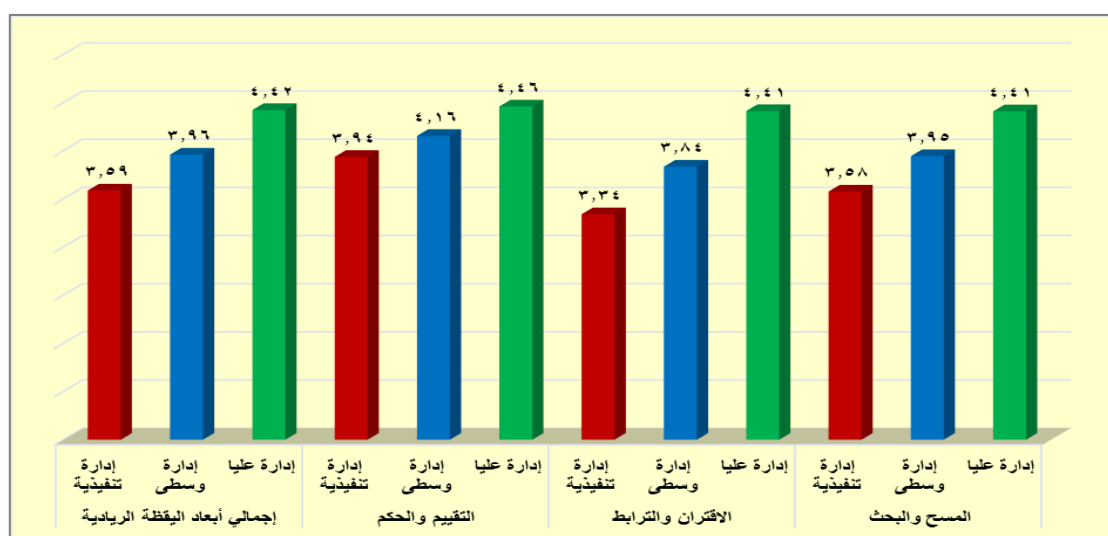
البعد	المستوى الإداري	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	متوسط الرتب	قيمة (H)	الدالة الإحصائية
المسح والبحث	إدارة عليا	55	4.41	0.39	225.36	50.11	0.00
	إدارة وسطى	139	3.95	0.71	165.29		
	إدارة تنفيذية	123	3.58	0.80	122.21		
الاقتراح والتربط	إدارة عليا	55	4.41	0.38	230.61	56.38	0.00
	إدارة وسطى	139	3.84	0.91	164.35		
	إدارة تنفيذية	123	3.34	1.05	120.94		
التقويم والحكم	إدارة عليا	55	4.46	0.43	210.36	29.73	0.00
	إدارة وسطى	139	4.16	0.68	162.70		
	إدارة تنفيذية	123	3.94	0.72	131.85		
إجمالي أبعاد اليقظة الريادية	إدارة عليا	55	4.42	0.33	226.12	50.29	0.00
	إدارة وسطى	139	3.96	0.71	164.70		
	إدارة تنفيذية	123	3.59	0.80	122.55		

** دالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.01) (المصدر: نتائج التحليل الإحصائي)

- أشارت النتائج إلى أن قيمة (H) بالنسبة لإجمالي أبعاد اليقظة الريادية كانت (50.29)، بدلالة إحصائية قدرها (0.00). وهو ما يعني وجود اختلافات ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.01) في استجابات العينة بحسب متغير المستوى الإداري، وقد كانت أعلى المتوسطات لفئة "إدارة عليا"، بمتوسط حسابي قدره (4.42)، وكانت أقل المتوسطات لفئة "إدارة تنفيذية"، بمتوسط حسابي (3.59)، كما توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة

(0.01) في كل بعد من أبعاد البقطة الريادية، وقد أوضح اختبار Bonferroni Test للمقارنات البعدية أن تلك الاختلافات لمصلحة فئة "إدارة عليا" مقارنة بفئتي "إدارة وسطى وإدارة تنفيذية"، كما توجد اختلافات لمصلحة فئة "إدارة وسطى" مقارنة بفئة "إدارة تنفيذية".

- أن أعلى رتبة للمتوسطات المتعلقة بالبقطة الريادية كانت لمستوي "الإدارة العليا"، فبلغت رتب متوسطات أبعاد البقطة الريادية: (المسح والبحث - والاقتتران والترابط - والتقييم والحكم) لهذا المستوى (225.36)، (230.61)، (210.36)، على التوالي، وهي أعلى قيمة مقارنة بكل المستويات الأخرى.
 - أسفرت النتائج عن أن هذه الاختلافات هي اختلافات ذات دلالة إحصائية، فبلغت قيمة (H) للمسح والبحث (50.11)، وبلغت (56.38) للاقتتران والترابط، كما بلغت (29.73) للتقييم والحكم، وهي قيم معنوية عند درجة ثقة 99%، وكانت معنوية الاختبار (0.00)، (0.00)، (0.00) للمسح والبحث، والاقتتران والترابط، والتقييم والحكم على التوالي. وتعد هذه النتائج منطقية، فالمديرون في مستوى الإدارة العليا يتمتعون بثراء وترابط مخططاتهم وأطرهم المعرفية، وكيفية تهيئتها وإعدادها لتفعيلها، واستخدامها في خلق القيمة وتقويم الفرص، من خلال خبراتهم ومخزون المعرفة السابقة الموجود لديهم، وربطها بالمحفزات الخارجية والداخلية، لقدرتهم على فهم التغيرات والفرص والمواقف غير المرئية، وإدراكها، ومن ثم تتوافر في الشركات التي يعملون بها مستوى مرتفع من البقطة الريادية، نتيجة اتباعها نهجا استباقيا في عمليات المسح والبحث، والاقتتران والترابط، والتقييم والحكم.
- ويوضح الشكل التالي رقم (2) المتوسطات الحسابية لاستجابات عينة الدراسة حول مدى توافر أبعاد البقطة الريادية بحسب متغير المستوى الإداري.



الشكل 2: المتوسطات الحسابية لاستجابات عينة الدراسة حول مدى توافر أبعاد البقطة الريادية بحسب متغير المستوى الإداري (المصدر: نتائج التحليل الإحصائي)

5.3 نتائج دراسة العلاقات الارتباطية بين متغيرات البحث

تم دراسة الارتباط بين متغيرات البحث وأبعادهما الفرعية باستخدام معامل ارتباط بيرسون Pearson Correlation، وتحليل البيانات المبينة في الجدول رقم (8)، وتبين وجود علاقة ارتباط موجبة ودالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.01) بين إجمالي التوجه الاستراتيجي وإجمالي البقطة الريادية، بمعامل ارتباط (0.85)، كما أن جميع معاملات الارتباط بين أبعادهما الفرعية جاءت دالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.01)، فتراوحت قيم معاملات الارتباط بين الأبعاد الفرعية من (0.54) إلى (0.86)، وهو ما يعني وجود علاقة طردية بين تلك الأبعاد الفرعية. وتبين وجود علاقة دالة إحصائية بين إجمالي البقطة الريادية وأبعاد مقياس التوجه الاستراتيجي (التوجه بالسوق)، (التوجه الريادي)، (التوجه التكنولوجي)، بمعاملات ارتباط (0.78)، (0.83)، (0.80) على التوالي عند مستوى دلالة (0.01). أي أنه كلما زادت درجة ممارسة المديرين في الشركات محل الدراسة لأبعاد التوجه الاستراتيجي، زادت درجة تحقيق البقطة الريادية.

جدول 8: معاملات الارتباط بين أبعاد التوجه الاستراتيجي وإجمالي البقطة الريادية (ن=317)

المتغيرات	المسح والبحث	الاقتتران والترابط	التقييم والحكم	إجمالي أبعاد البقطة الريادية
التوجه بالسوق	معامل الارتباط	0.74	0.79	0.78
	الدالة الإحصائية	0.00	0.00	0.00
التوجه الريادي	معامل الارتباط	0.77	0.86	0.83
	الدالة الإحصائية	0.00	0.00	0.00

المتغيرات	المسح والبحث	الاقتران والترابط	التقييم والحكم	إجمالي أبعاد اليقظة الريادية
التوجه التكنولوجي	معامل الارتباط	0.74	0.80	0.80
	الدالة الإحصائية	0.00	0.00	0.00
إجمالي أبعاد التوجه الاستراتيجي	معامل الارتباط	0.79	0.61	0.85
	الدالة الإحصائية	0.00	0.00	0.00

** دالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.01) أو أقل (المصدر: نتائج التحليل الإحصائي)

- اختبار معنوية العلاقات التأثيرية بين إجمالي التوجه الاستراتيجي وإجمالي اليقظة الريادية:
- نتائج اختبار الفرض الثالث: من المتوقع وجود تأثير معنوي للتوجه الاستراتيجي وأبعاده: (التوجه بالسوق، والتوجه التكنولوجي، والتوجه الريادي) في اليقظة الريادية في الشركات محل البحث.
 - ولاختبار معنوية العلاقات التأثيرية بين إجمالي التوجه الاستراتيجي وإجمالي اليقظة الريادية، فقد تم استخدام نموذج تحليل الانحدار الخطي البسيط Simple Linear Regression لتحديد تأثير إجمالي التوجه الاستراتيجي في إجمالي اليقظة الريادية، وتم استخدام نموذج تحليل الانحدار الخطي المتعدد Multiple Linear Regression، لتحديد أكثر أبعاد التوجه الاستراتيجي تأثيراً في إجمالي أبعاد اليقظة الريادية، والتعرف إلى الإسهام النسبي لأبعاد التوجه الاستراتيجي في التأثير في مستوى اليقظة الريادية، وقد أسفرت نتائج الاختبار عما يلي:

5.3.1 نموذج الانحدار الخطي البسيط Simple Linear Regression

تبيين من تحليل نموذج الانحدار الخطي البسيط الآتي، وذلك كما هو موضح في الجدول التالي رقم (9).

جدول 9: نموذج الانحدار البسيط لتحديد أثر إجمالي التوجه الاستراتيجي على إجمالي اليقظة الريادية (ن=317)

المتغير التابع	المتغير المستقل	المعاملات غير المعيارية		معامل الانحدار المعياري (B)	اختبارات (T- Test)		اختبار ف (F- Test)		معامل التحديد (R ²)
		قيمة (B)	الخطأ المعياري		قيمة (t)	الدالة الإحصائية	قيمة (F)	الدالة الإحصائية	
اليقظة الريادية	التوجه الاستراتيجي	0.70	0.02	0.85	28.11	0.00	789.93	0.00	0.71
	ثابت الانحدار	1.32	0.09	—	14.02	0.00			

(F) ** دالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.01) أو أقل.

(T) ** دالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.01) أو أقل.

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي.

• معامل التحديد R²

تبين أن المتغيرات المستقلة (التوجه الاستراتيجي)، تفسر (0.71) من التغير الكلي في المتغير التابع المتمثل في إجمالي (اليقظة الريادية)، وهو ما يشير إلى قدرة نموذج الانحدار على تفسير نسبة (71%) من التباين في اليقظة الريادية بناءً على التباين في التوجه الاستراتيجي، وباقي النسبة (0.29) ترجع إلى الخطأ العشوائي في المعادلة، أو ربما لعدم إدراج متغيرات مستقلة أخرى، وكان من المفروض إدراجها ضمن النموذج، أو لاختلاف طبيعة نموذج الانحدار عن النموذج الخطي.

• اختبار معنوية المتغير المستقل:

باستخدام اختبار (T- test) نجد أن المتغير المستقل (التوجه الاستراتيجي)، له تأثير معنوي في النموذج الخطي البسيط، فبلغت قيمة (T) (28.11)، وذلك عند مستوى معنوية أقل من (0.01).

• اختبار معنوية جودة توفيق نموذج الانحدار:

لاختبار معنوية جودة توفيق نموذج الانحدار ككل، تم استخدام اختبار (F- test)، وكانت قيمة (F) (789.93)، وهي ذات معنوية عند مستوى دلالة أقل من (0.01)، وهو ما يشير إلى معنوية النموذج، ويدل على جودة تأثير نموذج الانحدار.

• معادلة النموذج:

أوضح اختبار (T-test) أن قيم معامل الانحدار وثابت الانحدار جاءت معنوية عند مستوى دلالة (0.01)، وبالتالي يمكن وضع العلاقة الرياضية لأثر التوجه الاستراتيجي على اليقظة الريادية على الصورة الآتية:

$$\text{اليقظة الريادية} = 1.32 \text{ الثابت} + 0.70 * \text{التوجه الاستراتيجي} \quad (1)$$

أي أنه عند ارتفاع مستوى التوجه الاستراتيجي بمقدار درجة واحدة، فإن اليقظة الريادية ترتفع بمقدار (0.70) درجة، وباستخدام وحدات الانحراف المعياري- ولأن قيمة معامل الانحدار المعيارية (β) تساوي (0.85) - فإنه عند ارتفاع مستوى التوجه الاستراتيجي بمقدار وحدة معيارية واحدة، فإن اليقظة الريادية ترتفع بمقدار (0.85) وحدة معيارية. وبناءً على ما تقدم، فيمكن قبول الفرض الثالث الرئيسي من البحث؛ أي أنه يوجد تأثير معنوي للتوجه الاستراتيجي في اليقظة الريادية في الشركات محل الدراسة.

5.3.2 نموذج الانحدار الخطي المتعدد التدريجي: Multiple Linear Regression

للتعرف إلى الإسهام النسبي لأبعاد التوجه الاستراتيجي في التأثير على مستوى اليقظة الريادية، وتحديد أكثر أبعاد التوجه الاستراتيجي تأثيراً في درجة تحقيق اليقظة الريادية وتنميتها، تم استخدام تحليل الانحدار الخطي المتعدد، وجاءت النتائج كما هو موضح في الجدول التالي رقم (10).

جدول 10: نموذج الانحدار الخطي المتعدد لتحديد أكثر أبعاد التوجه الاستراتيجي تأثيراً على إجمالي اليقظة الريادية (ن=317)

المتغير التابع	المتغير المستقل	المعاملات المعيارية		معامل الانحدار المعيارى (β)	اختبار (T- Test)		اختبار (F- Test)		معامل التحديد (R^2)
		قيمة (B)	الخطأ المعياري		قيمة (t)	الدالة الإحصائية	قيمة (F)	الدالة الإحصائية	
اليقظة الريادية	التوجه بالسوق	0.13	0.06	0.15	2.29	0.02	275.98	0.00	0.72
	التوجه الريادي	0.26	0.05	0.38	4.88	0.00			
	التوجه التكنولوجي	0.31	0.05	0.36	6.47	0.00			
	ثابت الانحدار	1.27	0.13	—	9.87	0.00			

(F) ** دالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.01) أو أقل

(T) * دالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05) أو أقل

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي

• معامل التحديد R^2

تفسر المتغيرات المستقلة (أبعاد التوجه الاستراتيجي)، (0.72) من التغير الكلي في المتغير التابع المتمثل في إجمالي (اليقظة الريادية)، وهو ما يشير إلى قدرة نموذج الانحدار على تفسير نسبة (72%) من التباين في اليقظة الريادية بناءً على التباين في أبعاد التوجه الاستراتيجي، وباقي النسبة (0.28) ترجع إلى الخطأ العشوائي في المعادلة، أو ربما لعدم إدراج متغيرات مستقلة أخرى كان من المفروض إدراجها ضمن النموذج، أو لاختلاف طبيعة نموذج الانحدار عن النموذج الخطي.

• اختبار معنوية المتغير المستقل:

أوضح اختبار (T- test) أن قيم معامل الانحدار جاءت معنوية عند مستوى دلالة (0.05) فأقل لأبعاد التوجه الاستراتيجي كافة، فبلغت قيمة (t) لبعد التوجه الريادي (4.88)، بمعامل انحدار معياري (β) (0.38)، وهو البعد الأكثر تأثيراً في اليقظة الريادية، يليه بُعد التوجه التكنولوجي حيث بلغت قيمة (t) لهذا البعد (6.47)، بمعامل انحدار معياري (0.36)، وأخيراً بُعد التوجه بالسوق، حيث بلغت قيمة (t) لهذا البعد (2.29)، بمعامل انحدار معياري (0.15).

• اختبار معنوية جودة توفيق نموذج الانحدار:

لاختبار معنوية جودة توفيق نموذج الانحدار ككل، تم استخدام اختبار (F- test)، وكانت قيمة (F) (275.98)، وهي ذات دلالة معنوية عند مستوى أقل من (0.01)، وهو ما يشير إلى معنوية النموذج، ويدل على تأثير المتغيرات المستقلة المتمثلة في (التوجه الريادي، والتوجه بالسوق، والتوجه التكنولوجي)، في اليقظة الريادية، ومن ثم جودة تأثير نموذج الانحدار.

ويتضح من نتائج تحليل الانحدار الخطي المتعدد السابقة، أن أكثر أبعاد التوجه الاستراتيجي تأثيراً في درجة تحقيق اليقظة الريادية، هو بعد "التوجه الريادي" وهو يعكس أهمية تبني المديرين في الشركات محل الدراسة السلوكيات الإبداعية والاستباقية، وتبني المخاطرة المحسوبة والتي تمكنهم من البحث بشكل مستمر لتحديد المعلومات أو التغيرات التي تحدث في البيئة واستخدامها في مجال توليد الطاقة الكهربائية من الطاقة الشمسية، للاستفادة من الفرص واستغلالها، وجمع المعلومات وبنائها من خلال وضعها على شكل بدائل مرتبطة، ومعالجتها، والتركيز على تلقي معلومات جديدة، ودراسة الخيارات والبدائل المتعددة، وتعزيز قدراتهم على التفكير بشكل غير تقليدي، وإدراك العلاقات بين المعلومات التي قد تبدو

غير ذات صلة، وتوضيحها، وتفسيرها، وتقويم المعلومات الجديدة التي تم جمعها ومعالجتها، والحكم عليها بوصفها فرصا جديدة للشركة. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Bilal, et al., 2021) والتي أشارت نتائجها إلى أن التوجه الريادي والبقطة الريادية مرتبطان ارتباطاً وثيقاً، فجميع أبعاد التوجه الريادي (مثل التوجه الذاتي، والاستباقية، والعدوانية التنافسية، والمخاطرة، والابتكار) تؤدي إلى تحقيق البقطة الريادية، أي البحث، وتجريب منتجات مختلفة، وتقديمها واستكشاف عمليات تكنولوجيا جديدة.

6. نتائج البحث

في ضوء نتائج الاختبارات الإحصائية، توصل البحث إلى مجموعة من النتائج الجوهرية التي تبين الدور المحوري للتوجه الاستراتيجي في تحقيق البقطة الريادية.

- ثبت صحة الفرض الأول من البحث، والذي ينص على: "من المتوقع وجود اختلافات ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المستقضي منهم نحو مدى توافر أبعاد التوجه الاستراتيجي في الشركات محل الدراسة وفقاً للمستوى الإداري"، فقد ثبت وجود اختلافات ذات دلالة إحصائية في اتجاهات عينة الدراسة نحو التوجه الاستراتيجي وفقاً لمتغير المستوى الإداري. ويعكس ذلك أن إدراك المديرين للتوجه الاستراتيجي يختلف باختلاف موقعهم التنظيمي، لتبرز الإدارة العليا أكثر وعياً وروية مستقبلية مقارنة بالمستويات الأخرى. ومن وجهة نظر الباحثة، يُفسر هذا الاختلاف بارتباط الإدارة العليا بمسؤولية صياغة الاستراتيجيات، بينما قد تركز الإدارات التنفيذية على الجوانب التشغيلية اليومية أكثر من التفكير الاستراتيجي.

- ثبت صحة الفرض الثاني من الدراسة، والذي ينص على: "من المتوقع وجود اختلافات ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المستقضي منهم نحو مدى توافر أبعاد البقطة الريادية في الشركات محل الدراسة وفقاً للمستوى الإداري"، فقد ثبت وجود اختلافات ذات دلالة إحصائية في اتجاهات عينة الدراسة نحو البقطة الريادية وفقاً لمتغير المستوى الإداري. هذه النتيجة تتسق مع طبيعة العمل الإداري؛ فالإدارة العليا تتميز بقدرتها على ربط المعلومات واستشراف المستقبل، ما يعزز مستويات البقطة الريادية لديهم. بينما تتأثر المستويات التنفيذية غالباً بحدود المهام الروتينية، وهو ما يضعف قدرتهم على استشراف التغيرات الخارجية. وترى الباحثة أن ذلك يؤكد ضرورة إشراك جميع المستويات الإدارية في عمليات التفكير الاستراتيجي والتخطيط المستقبلي، حتى لا يظل التركيز مقتصرًا على القمة الإدارية فقط.

- ثبت صحة الفرض الثالث الرئيسي من الدراسة، والذي ينص على: "من المتوقع وجود تأثير معنوي للتوجه الاستراتيجي وأبعاده في البقطة الريادية في الشركات محل البحث". فقد تبين من خلال التحليل الإحصائي للبيانات الآتي:

- تبين وجود علاقة ارتباط موجبة ودالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.01) بين إجمالي التوجه الاستراتيجي وإجمالي البقطة الريادية بمعامل ارتباط (0.85)، كما أن جميع معاملات الارتباط بين أبعادهما الفرعية جاءت دالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.01)، فقد تراوحت قيم معاملات الارتباط بين الأبعاد الفرعية من (0.54) إلى (0.86)، وهو ما يعني وجود علاقة طردية بين تلك الأبعاد الفرعية. فقد تبين وجود علاقة دالة إحصائية بين إجمالي البقطة الريادية وأبعاد مقياس التوجه الاستراتيجي (التوجه بالسوق)، و(التوجه الريادي)، و(التوجه التكنولوجي)، بمعاملات ارتباط (0.78)، (0.83)، (0.80) على التوالي عند مستوى دلالة (0.01). ويعكس هذا الارتباط أن المديرين في شركات الطاقة الشمسية لا ينظرون إلى التوجه الاستراتيجي بوصفه إطاراً نظرياً فقط، بل يوظفونه عملياً بوصفه أداة للتنبؤ بالفرص واستغلالها. ومن وجهة نظر الباحثة، فإن قوة هذا الارتباط تقسّر بخصوصية القطاع محل الدراسة، حيث يتطلب سوق الطاقة الشمسية استباقية عالية في مواجهة التقلبات التكنولوجية والفرص الاستثمارية، بما يتفق مع ما توصلت إليه دراسة (Campos, 2021) حول أهمية دمج الابتكار بالتوجهات الاستراتيجية في الصناعات الديناميكية.

- تبين أن بُعد التوجه الريادي، وهو البعد الأكثر تأثيراً في البقطة الريادية، فقد بلغت قيمة (t) (4.88) بمعامل انحدار معياري (β) (0.38)، يليه بُعد التوجه التكنولوجي، حيث بلغت قيمة (t) لهذا البعد (6.47)، بمعامل انحدار معياري (0.36)، وأخيراً بُعد التوجه بالسوق، حيث بلغت قيمة (t) لهذا البعد (2.29)، بمعامل انحدار معياري (0.15). وترى الباحثة أن هذه النتيجة تعكس الطبيعة الديناميكية لقطاع الطاقة الشمسية؛ ليشكل الابتكار والريادة التكنولوجية العنصر الأبرز في القدرة على المنافسة. فالشركات في هذا القطاع تحتاج إلى سلوكيات استباقية، واستعداد لتحمل المخاطر، وتبني الابتكار وسيلة أساسية لاغتنام الفرص، بما يتفق مع ما توصلت إليه دراسات عالمية مثل (Campos, 2021) و (Yang et al., 2022). ويوضح الجدول التالي رقم (11) نتائج اختبار الفروض الثلاثة موضع الدراسة، ويوضح القرارات المتعلقة بقبولها أو رفضها:

جدول 11: نتائج اختبار فروض البحث

رقم الفرض	نص الفرض	النتائج الإحصائية	القرار بخصوص الفرض	تفسير الباحثة
الفرض الأول	من المتوقع وجود اختلافات ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المستقضي منهم نحو مدى توافر	وجود فروق ذات دلالة إحصائية	قبول الفرض	يختلف إدراك المديرين للتوجه الاستراتيجي حسب مواقعهم التنظيمية؛ الإدارة العليا أكثر وعياً

رقم الفرض	نص الفرض	النتائج الإحصائية	القرار بخصوص الفرض	تفسير الباحثة
	أبعاد التوجه الاستراتيجي في الشركات محل الدراسة وفقاً للمستوى الإداري			استراتيجيًا.
الفرض الثاني	من المتوقع وجود اختلافات ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المستقضي منهم نحو مدى توافر أبعاد اليقظة الريادية في الشركات محل الدراسة وفقاً للمستوى الإداري	وجود فروق ذات دلالة إحصائية	قبول الفرض	الإدارة العليا تتميز بقدرة أكبر على استشراف المستقبل مقارنة بالمستويات التنفيذية
الفرض الثالث	من المتوقع وجود تأثير معنوي للتوجه الاستراتيجي وأبعاده في اليقظة الريادية في الشركات محل الدراسة.	ارتباط قوي بين التوجه الاستراتيجي واليقظة الريادية عند مستوى دلالة (0.01) ومعامل ارتباط (0.85)، معاملات الارتباط الفرعية (0.86-0.54) أكثر الأبعاد تأثيراً: التوجه الريادي ($t=4.88$, $\beta=0.38$) ثم التوجه التكنولوجي ($t=6.47$, $\beta=0.36$) ثم التوجه بالسوق ($t=2.29$, $\beta=0.15$).	قبول الفرض	القطاع محل الدراسة يعتمد بقوة على الابتكار والريادة التكنولوجية كعوامل أساسية للقدرة التنافسية.

المصدر: إعداد الباحثة.

7. توصيات البحث والمقترحات المستقبلية

7.1 توصيات البحث

انطلاقاً من النتائج السابقة، تقدم الباحثة مجموعة من التوصيات العملية، وذلك كما هو موضح بالجدول التالي رقم (12):

جدول 12: التوصيات العملية المقترحة

التوصية	الإجراءات العملية المقترحة	الجهة/المسؤول عن التنفيذ	الإطار الزمني
- حث المنظمات على تبني نهج استراتيجي، يعتمد على توجه استراتيجي مصحوب بروية طويلة المدى، وتفكير ابتكاري ومعرفة عميقة بكيفية إدارة أنشطتها وأعمالها، مع ضرورة التركيز على أهم التوجهات التي توجه أنشطة المنظمة.	- إعداد خطة استراتيجية (5 - 10 سنوات) تتضمن أهدافاً ابتكارية واضحة. - تشكيل لجنة استراتيجية لمراجعة الخطة سنوياً. - ربط تقويم المديرين بمؤشرات أداء مرتبطة بالابتكار.	الإدارة العليا + التخطيط الاستراتيجي.	متوسط - طويل المدى.
- اهتمام المنظمات بتبني رؤية مستقبلية تركز على الابتكار والمعرفة العميقة بإدارة الأنشطة، بما يتوافق مع الممارسات العالمية في قطاعات الطاقة والتكنولوجيا.	- إنشاء مركز داخلي للبحث والتطوير. - ربط مكافآت الموظفين بعدد الأفكار الجديدة المقبولة. - التعاون مع الجامعات ومراكز الأبحاث.	الإدارة العليا + الموارد البشرية + الشركات.	متوسط المدى.
- ضرورة مشاركة المديرين في مختلف المستويات الإدارية في الأنشطة الاستراتيجية التي تقوم بها الشركة لتطوير أنشطتها وتحسينها لتحقيق أداء أفضل، إلى جانب ضرورة تقديم الدعم لتعزيز تطور المهارات الابتكارية، وبما يساعد على البقاء والاستمرار والنمو، وهو ما يتفق مع ممارسات ناجحة في شركات عالمية مثل (Tesla) و (Siemens) ليتم تمكين	- عقد اجتماعات استراتيجية ربع سنوية بمشاركة جميع المستويات. - تنظيم ورش عمل ابتكار داخلية. - اعتماد نظام اقتراحات مفتوح للأفكار الاستراتيجية	الإدارة العليا + الوسطى + التنفيذية.	قصير - مستمر.

التوصية	الإجراءات العملية المقترحة	الجهة/المسؤول عن التنفيذ	الإطار الزمني
المستويات الإدارية الوسطى والتنفيذية في عمليات الابتكار وصنع القرار.			
- اهتمام المنظمات بتوفير بيئة داعمة لتطوير المهارات الإدراكية والخصائص الريادية لدى الأفراد، لكي يكونوا أكثر وعياً وإدراكاً بالتغيرات والتحديات والفرص الموجودة في البيئة المحيطة التي يغفلها الآخرون، ورؤية مستقبل المنظمة بشكل أشمل، إلى جانب تنظيم المعلومات وتفسيرها في مختلف مجالات المعرفة المتعلقة بتطوير تلك الفرص. كما في شركات التكنولوجيا الكندية التي تركز على التدريب المستمر ورصد الفرص من خلال وحدات بقطة متخصصة.	- إعداد برامج تدريب شهرية في التفكير الاستراتيجي وريادة الأعمال. - تخصيص ميزانية سنوية للتدريب. - إنشاء وحدة بقطة استراتيجية لرصد الفرص.	إدارة الموارد البشرية + وحدة البقطة الاستراتيجية.	قصير-متوسط المدى.
- تشجيع الاهتمام بمراحل تحقيق البقطة الريادية في مختلف المستويات الإدارية من خلال البحث عن المعلومات وجمعها وتقييمها لتحديد الفرص التي يغفلها الآخرون ووضعها على شكل بدائل مرتبطة.	- اعتماد نظام رصد دوري للأسواق والمنافسين. - استخدام أدوات تحليل البيانات والتنبؤ بالفرص. - إصدار تقارير بقطة ربع سنوية بمشاركة الموظفين.	وحدة البقطة الاستراتيجية + تكنولوجيا المعلومات.	قصير - مستمر.

المصدر: إعداد الباحثة.

7.2 توصيات ببحوث ودراسات مستقبلية

- إجراء دراسات مقارنة بين قطاع الطاقة المتجددة العام والخاص في تحديد أثر البقطة الريادية بوصفه متغيراً وسيطاً في العلاقة بين التوجه الاستراتيجي والقدرات الديناميكية.
- توسيع نطاق الدراسات المستقبلية ليشمل قطاعات أخرى مثل البنوك، والأدوية، والسياحة، والتكنولوجيا الرقمية، وذلك بهدف التحقق من مدى ثبات العلاقة بين التوجه الاستراتيجي والبقطة الريادية أو اختلافها، عبر بيئات تنظيمية وسوقية متباينة. فإجراء هذه المقارنات من شأنه أن يعمق الفهم العلمي، ويوضح كيف يمكن للتوجهات الاستراتيجية أن تسهم في تعزيز البقطة الريادية وفقاً لاختلاف خصائص القطاع والسياق المؤسسي.
- إجراء (مقارنات دولية) بين قطاع الطاقة المتجددة في مصر ونظيره في الدول الناشئة (مثل الهند والبرازيل) والمتقدمة (مثل ألمانيا والولايات المتحدة) لتحديد أوجه التشابه والاختلاف في دور البقطة الريادية بوصفه متغيراً وسيطاً بين التوجه الاستراتيجي والقدرات الديناميكية.
- اختبار دور البقطة الريادية بوصفه متغيراً وسيطاً بين التوجه الاستراتيجي والميزة التنافسية المستدامة في سياقات عالمية، بما يتيح بناء إطار نظري يقارن بين الدول النامية والمتقدمة.

8. المصادر والمراجع

8.1 المراجع العربية

- الجابري، عدنان طه علي محمد. (2025). البقطة الريادية وأثرها على السمعة الجامعية في الجامعات اليمنية بتوسيط وسائل التواصل الاجتماعي (محافظة أب أنموذجاً). المجلة التربوية الشاملة، 13(1)، 111-155.
- الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء. (2023). دراسة الطاقة الجديدة والمتجددة في مصر. إصدار يوليو 2023.
- الوكالة الدولية للطاقة المتجددة. (2022). IRENA، توقعات الطاقة المتجددة، مصر.
- عبيدات، عبد الله مشعل & عبد الله، خالد موسى. (2025). التوجهات الاستراتيجية وأثرها في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة تطبيقية على بنك صفوة الإسلامي. مجلة البصائر لبحوث الأعمال، 1(2)، 1-13.

8.2 رومنة المراجع العربية

- Al-Jabari, A. T. A. M. (2025). Entrepreneurial Alertness and Its Impact on University Reputation in Yemeni Universities: The Mediating Role of Social Media (Ibb Governorate as a Model). Comprehensive Educational Journal, 3(1), 111–155. (in Arabic).

- Central Agency for Public Mobilization and Statistics. (2023). Study of New and Renewable Energy in Egypt. July 2023 Issue. (in Arabic).
- International Renewable Energy Agency (IRENA). (2022). Renewable Energy Outlook: Egypt. (in Arabic).
- Ubaydat, A. M., & Al-Abdullah, K. M. (2025). Strategic Orientations and Their Impact on Achieving Competitive Advantage: An Applied Study at Safwa Islamic Bank. *Al-Basaer Journal of Business Research*, 1(2), 1–13. (in Arabic).

8.3 المراجع الأجنبية

- Adiguzel, Z., & Cakir, F. S. (2022). Examining the effects of strategic orientation and motivation on performance and innovation in the production sector of automobile spare parts. *European Journal of Management Studies*, 1(3), 1–23.
- Adomako, S., Danso, A., & Narteh, B. (2018). Entrepreneurial alertness and new venture performance: Facilitating roles of networking capability. *International Small Business Journal*, 36(1), 453–472.
- Alanit, E., Kamarudin, S., Alrubaiee, L., & Tavakoli, R. (2019). A model of the relationship between strategic orientation and product innovation under the mediating effect of customer knowledge management. *Journal of International Studies*, 12(3), 232–242.
- Al-Ansari, Y., Altalib, M., & Sardoh, M. (2013). Technology orientation, innovation and business performance: A study of Dubai SMEs. *The International Technology Management Review*, 3(1), 1–11.
- Alobaidi, M., & Kitapci, O. (2019). Strategic orientation, market orientation and business performance: In searching for integration, evidence from Turkey. *Montenegrin Journal of Economics*, 14(3), 53–70.
- Beliaeva, T., Shirokova, G., Wales, W., & Gafforova, E. (2020). Benefiting from economic crisis? Strategic orientation effects, trade-offs, and configurations with resource availability on SME performance. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 16(1), 165–194.
- Bilal, A. R., Fatima, T., Iqbal, S., & Imran, M. K. (2022). I can see the opportunity that you cannot! An nexus between individual entrepreneurial orientation, alertness, and access to finance. *European Business Review*, 34(4), 556–577.
- Bilal, A. R., Fatima, T., Iqbal, S., & Imran, M. K. (2022). Disentangling the individual entrepreneurial orientation and SMEs success nexus: An action-based interplay of exploration activities and entrepreneurial alertness. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 14(6), 976–1000.
- Campos, H. M. (2021). Moderating role of entrepreneurial alertness on the relationship between entrepreneurial passion and strategic change. *Journal of Organizational Change Management*, 34(5), 1107–1124.
- Cassia, A. D. R., & Zilber, S. N. (2016). Strategic orientation and innovative activities: An analysis using the PINTEC data from 1998 to 2011. *Gestão & Produção*, 23(3), 447–458.
- Hakala, H. (2011). Strategic orientations in management literature: Three approaches to understanding the interaction between market, technology, entrepreneurial and learning orientations. *International Journal of Management Reviews*, 13(2), 199–217.
- Kumar, S., & Das, S. (2020). Integrated framework of strategic orientation, value offerings and new venture performance. *Decision*, 47(1), 3–17.
- Li, C., Murad, M., Shahzad, F., Khan, M. A., Ashraf, S. H. F., & Dogbe, C. S. (2020). Entrepreneurial passion to entrepreneurial behavior: Role of entrepreneurial alertness, entrepreneurial self-efficacy and proactive personality. *Frontiers in Psychology*, 11, 1–19.
- Liang, C. (2019). How entrepreneur personality affects agrirural entrepreneurial alertness. *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation*, 15(1), 147–169.
- Mehmood, K. K., & Zafar, H. (2019). Effect of strategic orientation on competitive advantage: Mediating role of innovation. *Pakistan Journal of Social Sciences*, 39(3), 945–957.
- Nugroho, A., Prijadi, R., & Kusumastuti, R. (2022). Strategic orientations and firm performance: The role of information technology adoption capability. *Journal of Strategy and Management*, 15(4), 691–717.

- Pehrsson, T. (2020). Do types of strategic orientations make a difference? A study of MNCs' performance in foreign markets. *European Business Review*, 32(1), 26–45.
- Richard, K., Daihani, D. U., & Kristaung, R. (2018). The effect of strategic orientation and dynamic capability in turbulent environment on commercial bank performance in Indonesia with corporate social responsibility as moderating variable. *The International Journal of Business & Management*, 6(1), 101–111.
- Syahdana, R., Djaelani, Y., & AR Mahdia, S. (2020). Strategic orientation and the performance of SMEs in Indonesia: The mediating role of access to finance. *Management Science Letters*, 10(5), 1151–1160.
- Tang, J., Kacmar, M. M., & Busenitz, L. (2012). Entrepreneurial alertness in the pursuit of new opportunities. *Journal of Business Venturing*, 27(1), 77–94.
- Wang, X., Dass, M., Arnett, D. B., & Yu, X. (2020). Understanding firms' relative strategic emphases: An entrepreneurial orientation explanation. *Industrial Marketing Management*, 84, 151–164.
- Yang, J., Yu, M., Tang, J., & Ma, J. (2022). Cognitive cultural intelligence and entrepreneurial alertness: Evidence from highly educated, employed immigrants in the USA. *Cross Cultural & Strategic Management*, 29(2), 427–447.
- Yang, M., Jaafar, N., Al Mamun, A., Salameh, A. A., & Che Nawi, N. (2022). Modelling the significance of strategic orientation for competitive advantage and economic sustainability: The use of hybrid SEM–neural network analysis. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 11(44), 1–28.

9. الملحق

ملحق 1: حجم العينة من المديرين في شركات الطاقة الشمسية محل الدراسة.

اسم الشركة	إجمالي عدد المديرين	عدد القوائم الموزعة	عدد القوائم المستردة	نسبة الاستجابة لكل شركة
شركة إنفينيتي للطاقة الشمسية	91	13	12	92 %
شركة أم أم أي دي 30 للطاقة المتجددة	83	12	10	83 %
شركة فونيكس باور للطاقة	77	11	10	91 %
شركة وينرجي للطاقة المتجددة	89	13	12	92 %
شركة الكازار إنرجي مصر للطاقة	87	12	12	100 %
شركة طاقة عربية للطاقة الشمسية	84	12	11	92 %
شركة الدلتا للطاقة المتجددة	62	9	9	100 %
شركة حورس للطاقة الشمسية	88	12	12	100 %
شركة رايزنج صن للطاقة	78	11	10	91 %
شركة الصبح للطاقة الشمسية	85	12	11	92 %
شركة أكسيس إيجيبت للطاقة الشمسية	90	13	12	92 %
شركة فاس للطاقة المتجددة	86	12	12	100 %
شركة صن إنفنت ايس	83	12	11	92 %
شركة أكسيس بيلدنغ إنرجي للطاقة الشمسية	74	10	10	100 %
شركة الكرم للطاقة	77	11	10	91 %
شركة انترو للطاقة الشمسية	53	7	7	100 %
شركة سولناج للطاقة الشمسية	86	12	12	100 %
شركة تي كي لأنظمة الطاقة الشمسية	66	9	9	100 %
شركة ألفا للطاقة الشمسية	74	10	10	100 %
شركة إرسك لحلول الطاقة	82	12	11	92 %
شركة أكوا باور انيرجي	88	12	12	100 %
شركة بيليكتريك تربل سي	51	7	7	100 %
شركة رع للطاقة الشمسية	73	10	10	100 %
شركة برفكت أنرجي لأنظمة الطاقة الشمسية	63	9	8	89 %
شركة سولار ايز أيجت	52	7	7	100 %
شركة المصرية لتنمية الطاقة الشمسية	74	10	10	100 %
شركة إس بي أنرجي للطاقة الشمسية	65	9	9	100 %
شركة كومبليت انيرجي سبليوشنز	52	7	7	100 %
شركة انفرا للطاقة الشمسية	71	10	10	100 %

اسم الشركة	إجمالي عدد المديرين	عدد القوائم الموزعة	عدد القوائم المستردة	نسبة الاستجابة لكل شركة
شركة ذي سولار كومباني إيجيبت للطاقة	66	9	9	%100
شركة انتر سولار إيجيبت للطاقة الشمسية	54	8	7	%87
شركة أرينا للطاقة الشمسية	58	8	8	%100
الإجمالي	2362	331	317	%95

المصدر: من واقع إدارات الموارد البشرية والمواقع الرسمية للشركات محل الدراسة.

The Role of Strategic Orientation in achieving Entrepreneurial Alertness: An Empirical Study on Solar Energy Companies in Egypt

Eman Abdel Maaboud¹, Fatma Gadallah², Amira El-Zuhairi³

^{1,2,3}Department of Business Administration, Faculty of Commerce, Al-Azhar University, Girls' Branch, Cairo

Corresponding Author: dremantaha40@gmail.com

Received: 14/5/2025. Revised: 11/6/2025. Accepted: 31/12/2025. DIO:

Abstract

The research aimed to determine the role of strategic orientation in achieving of entrepreneurial Alertness for Managers in solar energy companies in Egypt, Through a sample of (331) individual, from managers in the companies under study, managers (senior management, middle management and executive management), The total number of recovered and correct survey lists reached (317), with a response rate of (95%). The research has reached a set of results, the most important of which are, The presence of statistically significant differences in the surveyed trends towards the availability of the dimensions of strategic orientation and entrepreneurial alertness according to the management level in the companies under study, It has also been proven that there is a positive correlation between all dimensions of strategic orientation and the dimensions of entrepreneurial Alertness, It is also proved that there is a positive moral influence of the overall strategic orientation in the total entrepreneurial alertness. Finally, the research presented a set of recommendations, the most important of which are Urging organizations to adopt a strategic approach based on a strategic orientation accompanied by a long-term vision, and attention to providing a supportive environment for the development of cognitive skills and entrepreneurial characteristics of employees.

Keywords: Strategic Orientation, Entrepreneurial Alertness, Solar Energy Companies.