

بناء عناصر الابداع الإستراتيجي من خلال مقومات الريادة الإستراتيجية

دراسة تحليلية لآراء عينة من العاملين في الهيئة الطبية الدولية(*) / مكتب تكريت

أ.م.د. عامر علي حمد

جامعة تكريت

كلية الإدارة والاقتصاد

Amerali@tu.edu.iq

أ.م.د. عبدالله محمود عبدالله

جامعة تكريت

كلية الإدارة والاقتصاد

Abdallah554@tu.edu.iq

أ.م.د. حاتم علي عبدالله

جامعة تكريت

كلية الإدارة والاقتصاد

Hadminstration81@tu.edu.iq

ISSN 2709-6475

DOI: <https://dx.doi.org/10.37940/BEJAR.2023.4.3.22>

تأريخ النشر ٢٠٢٣/٣/٣٠

تأريخ قبول النشر ٢٠٢٣/١/٢١

تأريخ استلام البحث ٢٠٢٢/١٢/٢٩

المستخلص

هدفت الدراسة إلى إبراز خصوصية مقومات الريادة الإستراتيجية المتمثلة بـ(الثقافة الريادية، القيادة الريادية، الموارد المدارة استراتيجياً، العقل الريادي) في بناء عناصر الابداع الإستراتيجي المتمثلة بـ(ابداع القيمة، إيجاد سوق جديد، الوصول إلى السوق، تحطيم المنافسة)، واختيرت الهيئة الطبية الدولية في مدينة تكريت ميداناً للبحث، إذ تمثل المجتمع بـ(62) فرداً من العاملين في الهيئة، وسحبت عينة غير عشوائية (قصدية) بواقع (53) فرداً ليمثلوا المجتمع تمثيلاً صحيحاً، تم جمع البيانات بواسطة الاستبانة وهي الأداة الرئيسة للدراسة، توصلت الدراسة إلى أن الريادة الإستراتيجية في الهيئة الطبية الدولية تعتمد اعتماداً كلياً على مقوماتها (الموارد المدارة استراتيجياً، العقل الريادي)، بينما لم يكن هنالك أهمية لكل من (الثقافة الريادية، القيادة الريادية)، وبالتالي فإن مقومات الريادة الإستراتيجية تساهم في بناء عناصر الابداع الإستراتيجي، وعليه فقد أوصت الدراسة بزيادة الاهتمام بالثقافة الريادية والقيادة الريادة لما لها من دور فاعل إذا ما امتزجت بخبرات أفرادها ومواردها الإستراتيجية.

الكلمات المفتاحية: الريادة الإستراتيجية، الابداع الإستراتيجي، الهيئة الطبية الدولية.



مجلة اقتصاديات الأعمال

المجلد (٤) العدد (٣) ٢٠٢٣

الصفحات: ٤٠٥-٣٨٩

(*) International Medical Corps (IMC).

Building the elements of strategic innovation by components of strategic entrepreneurship

Analytical research of the opinion's of a sample of staff at the International Medical Corps / Tikrit office

Abstract

The study aimed to highlight the specificity of the components of strategic entrepreneurship represented by (entrepreneurship culture, entrepreneurship leadership, strategically managed resources, entrepreneurship mind) in building the elements of strategic innovation represented by (creating value, finding a new market, reaching the market, destroying competition), and the medical staff was selected. The international community in the city of Tikrit is a field for research, as the community is represented by (62) individuals working in the Commission, and a non-random (intentional) sample was drawn by (53) individuals to represent the community correctly. Data was collected by the questionnaire, which is the main tool for the study. The study concluded that The strategic leadership in the International Medical Corps depends entirely on its components (strategically managed resources, entrepreneurship mind), while there was no importance for each of (the entrepreneurial culture, the pioneering leadership), and therefore the elements of strategic entrepreneurship contribute to building the elements of strategic innovation, and accordingly it was recommended The study increases interest in entrepreneurial culture and entrepreneurship leadership because of its effective role if mixed with the expertise of its personnel and strategic resources.

Keywords: Strategic Entrepreneurship, Strategic innovation, International Medical Corps.

المقدمة:

يعد النجاح والبقاء للمنظمات هدفاً استراتيجياً في ظل التطورات المتسارعة والمتلاحقة في ظل المنافسة العالمية، فالمنافسة اليوم كما نراها في اشتداد متلازم بين المنظمات، وانطلاقاً من هذا المبدأ أصبح الاستثمار في الابتكار والابداع جزءاً مهماً من استراتيجيات المنظمات لتكون قادرة على البقاء والمنافسة، إذ أن الافراد من خلال خبراتهم وقدراتهم وتصوراتهم الفكرية والمعرفية يكونون افكاراً إبداعية تمكنهم من ربط الأهداف الجوهرية للمنظمة وتوجيهها باتجاه التحقيق، إذ ان توفر مقومات الريادة الإستراتيجية التي تحتاج الى الاستعداد للمخاطرة وتبني الأفكار الجديدة والاعتماد على الموجودات الفكرية والقدرات التي تمتلكها هذه الموجودات وفهم آليات التنافس العالمية وتتطلب استثمار المنظمة لإمكانياتها الفكرية والابداعية كعناصر استراتيجية أساسية للمنظمات الريادية والذي يقود بالنتيجة الى امتلاك عناصر الابداع الإستراتيجي. وبالتالي جيء بالدراسة الحالية كمساهمة جادة لتسلط الضوء على أهمية تحقيق الابداع الإستراتيجي للهيئة الطبية الدولية بشكل عام بوصفها من المنظمات التي عملت في العراق معتمدة على ما تقدمه من خدمات ريادية مبنية على مقوماتها وتكشف عن خصوصيتها في التعامل والتنافس مع المنظمات الدولية الأخرى العاملة في العراق بعد أحداث ١٠ حزيران ٢٠١٤.

المبحث الأول: المنهجية العلمية للدراسة:

أولاً: مشكلة الدراسة:

يُعد موضوع الابداع الإستراتيجي من الموضوعات التي استحوذت على فكر المنظرين والممارسين سواء كان في البيئة الأكاديمية او بيئة الاعمال الميدانية، فضلاً عن ذلك فان البيئة مليئة بالعقبات والمشكلات المتتالية والمتتالية لعملية التوسع والابتكار، سواء كانت هذه العقبات اقتصادية أو سياسية أو تقنية.

إن واقع المنظمات الخدمية (الطبية الدولية) يتطلب الدراسة عن نوع من الاستباقية واقتناص الفرص، فضلاً عن الابداع في كل مضامينه والاستقلالية في التفكير من خلال الريادة الإستراتيجية (Abdullah,et.al.,2018:218) (Abdullah & Hassan,2022:45). التي تتجزأ الى مقومات عدة تجعل من الريادة منها مبنية على اسس رصينة، وبناءً على ما تقدم يمكن إدراك المشكلة في كيفية تفعيل الابداع الإستراتيجي من خلال مقومات الريادة الإستراتيجية، لأن (Sharma,et.al., 2022:2) تحققت من ان الريادة بعد (Covid:19) تتطلب نوع من اعادة التفكير والاستباقية، فإذا ما ادركت هذه المقومات بشكل امثل واستثمرت فسوف يمكن الاستفادة منها في تحقيق الابداع الإستراتيجي، ولتحقق امكانية عرض المشكلة بشكل واضح من خلال فكرة (Nieman & Nieuwenhuizen,2009:12) وعبر التساؤل الاتي: (هل لمقومات الريادة الإستراتيجية دور في تفعيل عناصر الابداع الإستراتيجي؟)، وتتفرع من التساؤلات الآتية:

١. ما أهمية مقومات الريادة الإستراتيجية في الهيئة الطبية الدولية؟
٢. ما أهمية كل عنصر من عناصر الابداع الإستراتيجي في الهيئة الطبية الدولية؟
٣. هل لمقومات الريادة الإستراتيجية دور في تحفيز عناصر الابداع الإستراتيجي؟

ثانياً: أهمية الدراسة:

تأتى أهمية الدراسة من خلال الدور الذي تلعبه مقومات الريادة الإستراتيجية في تفعيل الابداع الإستراتيجي للمنظمات الطبية الدولية، لتتجلى الأهمية في عرض الجوهر الإستراتيجي للعقل الإستراتيجي بوصف ان مقومات الريادة تعتمد اعتماداً كلياً على ما ينتجه العقل من ركائز تجعل هذه المقومات متماسكة لتفعيل الابداع الإستراتيجي بوصفه المنطلق لجميع الاعمال الاستراتيجية (Abdullah & Yassen,2021:133)، فضلاً عن ذلك فإن حيوية هذه المنظمات تتطلب فكراً استراتيجياً مختلفاً عن المنظمات الصناعية بوصفها منظمات تتطلب عقليات خاصة لأنها مرتبطة ارتباطاً مباشراً بالزبائن والمجتمع، فضلاً عن تعاملها مع النازحين في المحافظات المحررة، وهو ما يتطلب نوع من الاستباقية في كل مضامينها.

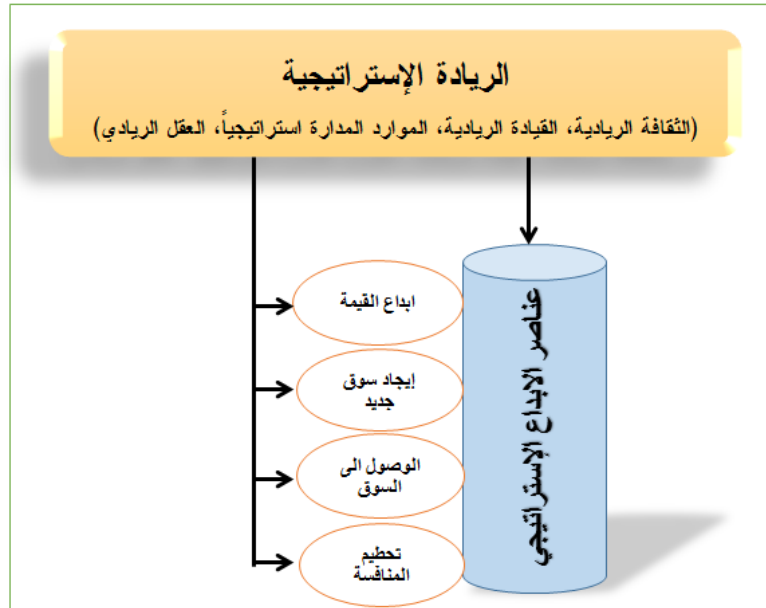
ثالثاً: أهداف الدراسة:

تتخصر أهداف الدراسة في:

١. التعرف على مقومات الريادة الإستراتيجية في الهيئة الطبية الدولية.
٢. بيان عناصر الابداع الإستراتيجي في الهيئة الطبية الدولية.
٣. الكشف عن الدور الذي تقوم به مقومات الريادة الإستراتيجية في تفعيل او تحفيز عناصر الابداع الإستراتيجي في الهيئة الطبية الدولية.

رابعاً: مخطط الدراسة:

اعتماداً على مشكلة الدراسة وأهدافها فقد تم تصميم مخططاً فرضياً يعكس العلاقة المفترضة.



الشكل (1) مخطط الدراسة

المصدر: الشكل من إعداد الباحثين.

خامساً: فرضيات الدراسة:

اعتماداً على مُشكلة الدراسة وتحقيقاً لأهدافها وترجمة لمخططها، يمكن اشتقاق الفرضيات الآتية:

١. تتوافر مجموعة من مقومات الريادة الإستراتيجية في الهيئة الطبية الدولية تبعاً لأهميتها.
٢. تتوافر مجموعة من عناصر الابداع الإستراتيجي في الهيئة الطبية الدولية تبعاً لأهميتها.
٣. تسهم مقومات الريادة الإستراتيجية في بناء عناصر الابداع الإستراتيجي.

خامساً: منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة المدخل التحليلي في اعداد الدراسة من البداية وحتى الوصول الى الاستنتاجات والتوصيات، ذلك انه من أكثر المناهج استعمالاً وخصوصاً في الدراسات الإدارية والاجتماعية، إذ يُمكن في ضوئه جمع البيانات وتبويبها وتحليلها وتفسيرها ومقارنتها (Kothari,2004:3)(Abdullah & Salah,2021:23).

سادساً: مُجتمع الدراسة وعينتها:

تم اختيار الهيئة الطبية الدولية / مكتب تكريت ميداناً للبحث، إذ تشير (Sharma,et.al., 2022:4) إلى أن الريادة بعد (Covid,19) تحتاج الى اعادة تفكير ريادي، لذلك كان ذلك مبرراً بحثياً لاختيار الهيئة الطبية الدولية ميداناً للبحث، وقد تمثل مجتمع الدراسة بجميع العاملين فيها والبالغ عددهم (62) فرداً، وقد مثلت العينة (54) فرداً^(*)، وزعت الاستبانة عليهم وتم استرجاع (53) استبانة كانت جميعها صالحة للتحليل.

المبحث الثاني: الجانب النظري:

أولاً: مفهوم الابداع الإستراتيجي:

يُعدّ الإبداع ظاهرة قديمة، فمنذ بدء الخليقة والانسان يُبدع ويخترع، وكذلك تفعل الجماعة المنظمة والمجتمع، وقد دخل هذا الموضوع محوراً للتناول الفلسفي، إلا أن الاهتمام العلمي المنظم لم يبدأ به إلا أوائل الخمسينات من القرن العشرين (فاضل، ٢٠٠٧: ٤٦). وظهر مفهوم الابداع الإستراتيجي في الكتابات الحديثة عبر الدراسات التي ساهمت في نضوج الأسس العلمية للاستراتيجية والإبداع، إذ ركزت بحوث الإستراتيجية على التخطيط الإستراتيجي (Grillitsch, et.al.,2019:1051). في حين تناولت بحوث الإبداع عمليات تطوير المنتجات الجديدة، لذا فإن كلا الموضوعين، الإستراتيجية والإبداع قد نشأ وتطور في مدارس منفصلة عن بعضها (Matthyssens,2019:24). ثم بدأت الدراسات المعاصرة في تحدي العقلية التقليدية ومحاولة لدمج الموضوعين في دراسات خصصت للإبداع الإستراتيجي (Khanra,et.al.,2022:1401). ويعرف الابداع الإستراتيجي بأنه عملية تغيير جذري تأتي من ثورة في التفكير الخلاق، تبدأ من حيث ينتهي إليها الذهن على تشخيص الفرص البعيدة المدى وجلبها رجوعاً الى الحاضر، إذ يقود إلى التخلي عن قواعد المنافسة التقليدية وتبني قواعد حديثة (Khanra,et.al.,2022:1401). تجعل المنظمات تنظر إلى ما بعد نماذجها الموجودة لبناء نماذج أعمال جديدة من خلال اكتشاف ثغرات السوق واتخاذ استراتيجية غير مألوفة بملء هذه الثغرات واستغلالها بما يؤدي إلى تحقيق

(*) حسب معادلة ستيفن ثومبسون.

قيمة عالية للمنظمة والزبائن (الدليمي، ٢٠٠٩: ٢٨). ويرى (Saswati, 2008:2) الابداع الإستراتيجي بأنه خلق لاستراتيجيات النمو والمنتجات المتنوعة الجديدة، ووضع نماذج الأعمال التي تغير قواعد المنافسة في الصناعة وتقديم منفعة جديدة ومبتكرة للزبائن والمنظمة، وهي طريقة صعبة تفرض تحدياً أمام المنظمة لتتنظر إلى ما هو أبعد من حدود أعمالها الحالية، والاكتشاف الخلاق للإمكانيات والفرص التي من الممكن تحقيقها. ويعرفه (العبيدي والعبيدي، ٢٠١٣: ٦) انه حالة من التفكير المتكامل لمدرء المنظمات باتجاه الحاضر والمستقبل من خلال استعمال الطرق العلمية للتعامل مع البيئة الخارجية والتكيف والاستجابة لتأثيراتها.

ويمكن تعريف الابداع الإستراتيجي بأنه قدرة المنظمة على النمو المستقبلي وإيجاد قيمة للمنظمة ومنفعة للزبائن من خلال الاعتماد على الذكاء والابتكارات المستمرة والمعرفة التي يمتلكها الأفراد داخل وخارج المنظمة.

ثانياً: أهمية الابداع الإستراتيجي:

أدركت المنظمات الريادية ان نجاحها وتفوقها والعمل على ديمومته يتم من خلال تحقيقها ابداعاً محيراً للمنافسين، ففي ظل التغيرات المتعددة وعولمة الأسواق والمنتجات قامت المنظمات بوضع متطلبات جديدة تفرض على أعضائها الاستثمار بالابداع الإستراتيجي (Peters & Buijs, 2022:180). وان المنظمات التي تمتلك الابداع الإستراتيجي تستطيع التطور باستمرار من خلال المشاركة بالأنواع المختلفة من الابداعات الإستراتيجية، إذ تواجه المنظمات تحولاً كبيراً من حصر التركيز على تطوير المنتجات الى الابداع الإستراتيجي لتعزيز عملها (Alzoubi, 2022:452). وتساهم استراتيجية الابداع في دعم القدرات الفنية والتكنولوجية للمنظمات بشكل مستمر، لغرض مواجهة مختلف الاضطرابات المحتملة في البيئة، التي بدورها يمكن ان تؤثر سلباً على قدراتها التنافسية، ولا يكون الهدف من الابداع الإستراتيجي تنمية الموقع السوقي أو رفع مستوى الأرباح، بل يكون الهدف هو الحفاظ على الوضع الحالي للمنظمة والتطوير المستقبلي (Matthyssens, 2019:24)، إذ تحتل استراتيجية الابداع مكان الصدارة ضمن استراتيجيات المنظمة لأنها بمثابة القلب النابض فيها، فبدون اعتماد المنظمة على استراتيجية للإبداع يعرض المنظمة الى الزوال (نصر الدين، ٢٠١٢: ١٨٠). والابداع الإستراتيجي يساعد المنظمات من منافسة الكبيرة منها من خلال إبداعاتها الإستراتيجية التي تعجز عن مواكبتها المنظمات التي لا تمتلك الابداع الإستراتيجي، إذ تشكل المنظمات المبدعة استراتيجياً تحدي كبير للمنظمات غير المبدعة لامتلاكها المعرفة التي يمكن تطبيقها باتجاه ذلك (Anderson & Markides, 2006:4).

ثالثاً: عناصر الابداع الإستراتيجي:

تساعد عناصر الابداع الإستراتيجي على العمل بصورة أفضل، وذلك من خلال تحسين التنسيق والرقابة الداخلية والهيكل التنظيمي، كما تفقد هذه العناصر الى تسهيل عمليات الابداع التي تمكن المنظمة من الاستمرار والمواصلة في عملها على المستوى البعيد (عوض، ٢٠١٣: ٢٠٩) وضمن سعي المنظمات لأن يكون الابداع استراتيجياً فإنه يجب عليها ان تمتلك عناصره (Appolloni, et.al., 2022:12)، وتتفق الدراسة مع ما جاءت به دراسة (Marion & Marie, 2006:22) التي حدد فيها عناصر الابداع الإستراتيجي بالآتي: (Brancati, et.al., 2022:1500)

١. إبداع القيمة:

إن تقديم القيمة العليا للزبون يعد من الأمور المهمة لتحقيق المزايا التنافسية المستدامة، ولذلك تستلزم قيمة الإبداع اهتمام المبدعين الإستراتيجيين لتقديم أعلى قيمة للزبون، إذ إن إبداع القيمة هو الذي يحدد القيمة التي تقدم للزبائن (Sultana,et.al.,2022).

٢. إيجاد سوق جديد:

إن العُصر الثاني للابداع الإستراتيجي هو إيجاد سوق جديد، وتنشأ السوق الجديد من خلال جذب زبائن جدد وتطويرها بما يتفق مع رغباتهم، ويمكن ظهور الأسواق الجديدة أيضاً من خلال تجزئتها حسب فئات الزبائن الموجودين، أو من خلال طرق التوزيع أو التسويق الجديدة التي يجري اكتشافها (Hussein & Ahmed,2019:450). وتساعد عملية خلق أو إيجاد الأسواق الجديدة في تجنب المنظمات المنافسة (Abudaqa,et.al.,2022:335). وإن الإبداع الإستراتيجي يتم تحقيقه عندما تقوم المنظمة باكتشاف الزبائن الذين أهتموا من قبل المنافسين ولم تلبي احتياجاتهم، أو اكتشاف الطرائق الجديدة في الانتاج أو التوزيع التي لم يجري استغلالها، وبذلك تقوم المنظمة بإيجاد الأسواق الجديدة من خلال شغل هذه الفرص واستثمارها (الدليمي، ٢٠٠٩: ٣٤-٣٥).

٣. الإبداع في الوصول إلى السوق:

يتم تحقيق الإبداع الإستراتيجي من خلال العنصر الثالث له وهو كيفية توزيع أو تسويق المنتجات والخدمات (Alzoubi,et.al.,2022:452)، إذ أن الكثير من المنظمات حققت وصولاً إلى السوق ليس بمنتجات جديدة ومختلفة عما يقدمه المنافسون، إنما من خلال إبداعها الإستراتيجي بطرق توزيع وتسويق جديدة تختلف عن المنافسين (فاخر، ٢٠١٣: ٥٣).

٤. تحطيم المنافسة:

العنصر الأخير للإبداع الإستراتيجي يشير الى تفكيك التوازن الحاص مع المنافسين، وإن المبدعين الإستراتيجيين لا ينتمون إلى جماعات استراتيجية قائمة، ولذلك فإنهم يمزقون التنافس القائم بين المنافسين، وعلى المنظمات تطوير نماذج أعمالها السائدة باستمرار لتتمكن من البقاء وتجاوز مشكلة الخروج من الصناعة (Marion & Marie,2006:26). فخلق أو إيجاد منتجات جديدة، أو طرائق لإنتاج المنتجات الحالية أو أساليب جديدة وغير مألوفة للتوزيع، ستؤدي بالمنافسين إلى الوقوف عاجزين والخروج من السوق أو التحول إلى منتج آخر (Fukuyama,et.al.,2022: 660). فالإبداع الإستراتيجي لا يعني الأداء أفضل من المنافسين وإنما الابتعاد عن المنافسة من خلال اختراق السوق باستراتيجية جديدة تكسر قواعد تلك المنافسة (الدليمي، ٢٠٠٩: ٣٥). كما إن المبدع الإستراتيجي هو الذي يتخذ موقفاً يتميز فيه عن الجماعة الإستراتيجية القائمة، مما يولد الانشقاق التنافسي الذي يقيس المدى الذي ينحرف فيه المبدعين الإستراتيجيين عن هيكليّة الصناعة القائمة، وتبني موقفاً جديداً يحطمون من خلاله قواعد المنافسة المتعارف عليها (فاخر، ٢٠١٣: ٥٣).

رابعاً: مفهوم الريادة الإستراتيجية:

أصبحت الريادة الإستراتيجية تشكل فكراً جديداً للمنظمات لكونها تسهم في توسيع دائرة التفكير في فضاءات معرفية معاصرة لكونية الريادة الإستراتيجية ومحاولة المنظمات العربية الاستفادة من جوانب التمكن خاصة المعرفة الذكية، والمبدعة والفائقة (الخفاجي، ٢٠٠٥: ٢).

والريادة هي ظاهرة معقدة ومتعددة الأبعاد (الاجتماعية والثقافية بما في ذلك العوامل الاقتصادية والمنظمية) (Coakley,et.al.,2022:1797). والريادة هي أكثر احتمالا للنجاح في البلدان التي لديها الاقتصاديات التنافسية الحرة نسبيا في السوق، كما إن عمليات الريادة يمكن أن تكون على مستوى المنظمة أو على مستوى وحدة الأعمال، أو المستوى الوظيفي، أو حتى المشروع والهدف واحد وهو تحسين موقع المنظمة التنافسي، وكذلك الأداء الحالي (Anderson,2022:240). أي ان الريادة قد تتضمن إعادة التوجيه الإستراتيجي للمنتجات والعمليات أو الإستراتيجيات أو حتى كل المنظمة (Dizgah,2011:493).

وعلى المستوى الإستراتيجي فان الريادة والادارة الإستراتيجية هما عمليتان ديناميكيتان تهتمان بأداء المنظمة، إذ تدعو الادارة الإستراتيجية الشركات الى تأسيس واستغلال المزايا التنافسية ضمن سياق بيئي معين (Abdullah,et.al.,2018:208)، بينما تعزز الريادة الدراسة عن المزايا التنافسية من خلال المنتج والعملية وابداعات السوق (Schroder, (Kuratko,et.al.,2009:62) (Genç,2012:73) بشأن الريادة الإستراتيجية هي حقل من الحقول الحديثة في علم الادارة، وتعتمد على تكامل الريادة والادارة الإستراتيجية لتقييم وتنفيذ الإستراتيجيات الريادية التي تعمل على خلق الثروة للمنظمات.

ويرى الباحثون الريادة الإستراتيجية بوصفها عملية تسعى المنظمة من خلالها للحصول على الفرص الريادية والمبادرة في تبنيها والتركيز على حداثة المنتجات الجديدة والعمليات الجديدة واسواق جديدة وبرامج التشغيل، والانجاز الذي يقود الى تكوين الثروة في ظل احتدام المنافسة (Elo,et.al.,2022:23).

خامساً: مقومات الريادة الإستراتيجية:

إن مراجعة الادبيات الخاصة بالريادة الإستراتيجية يلاحظ ان معظم الباحثين في هذا المجال (Ireland,et.al.,2003) و (Monsen & Boss,2009) و (Hitt,et.al.,2011) و (Genç, 2012) و (Rensbutg,2013) و (حميد، ٢٠١٤) (Singh,et.al.,2022:10) اتفقوا على المقومات الآتية:

١. الثقافة الريادية:

وتعد الثقافة من الملامح المميزة للمنظمة عن غيرها من المنظمات، وهي كذلك مصدر فخر واعتزاز للعاملين بها، وخاصة إذا كانت تؤكد قيمة معينة مثل الابتكار والتميز والريادة والتحسين والتطوير المستمر والمرونة والتغلب على المنافسين (الغالبى وادريس، ٢٠٠٧: ٢٩٦). وان الثقافة الريادية تتضمن مواجهة المخاطرة والعمل في بيئة غير مؤكدة وديناميكية، والدراسة عن الفرص والميزة والتغيير والتنافس في ظل التعقيد والتوجه البيئي، ومواجهة التهديدات، إذ تعمل الثقافة على تعزيز السلوك الريادي في المنظمة وتركز الثقافة الريادية على الفرص والطلبات والفجوات (Krishnan,et.al.,2022:66)، فضلاً عن ذلك تعتمد على تقييم البيئة الداخلية والخارجية التي يشار اليها بـ (SWOT) والتي تمثل أدوات تحليل للإدارة الإستراتيجية (Genç,2012:75).

٢. القيادة الريادية:

تعرف القيادة الريادية انها قابلية الريادي على التنبؤ والادراك وتكوين رؤية والحفاظ على المرونة الاستراتيجية والعمل مع الآخرين للبدء بالتغييرات التي تخلق المستقبل المشرق للمنظمات (حميد، ٢٠١٤: ٧٢). وان القيادة الريادية تعتمد على توليف وجمع الموارد في المنظمات وتوجيهها

نحو تحقيق الاهداف، وانها تمثل عملية التركيز على الموجودات طويلة الامد وتقدير قابليات المنظمة وتقدير ظروف البيئة والاعتماد على الخصخصة (Dicuonzo,et.al.,2022:24)، فضلاً عن القيادة الريادية تؤثر في الافراد وتجمعهم نحو غرض او هدف المنظمة والعمل على تحقيقه (Genç, 2012:75).

٣. الموارد المدارة استراتيجياً:

إن معظم منظمات الأعمال حتى تكون متميزة وتسعى إلى التفرد والتميز، وتعمل على رفع قيمة مواردها الإستراتيجية عبر اكتساب الموارد المادية والبشرية والاستفادة من التعلم المنظمي في التميز بالموارد ذات القيمة العالية بالمنظمة (Brush,et.al.,2001:10). والموارد الإستراتيجية للمنظمة تنقسم الى موارد مادية ملموسة موارد غير ملموسة التي تعد أساس المنظمات في خلق الثروة (Adim & Poi,2022:5)، إذ أن الموارد المدارة استراتيجياً يسهل نشرها مع تزامن استخدام سلوكيات الدراسة عن الفرصة والميزة، وانها تؤثر في القيمة المستدامة من الموارد الملموسة وغير الملموسة التي تستخدمها المنظمة لتطوير وتنفيذ استراتيجياتها (Ireland,et.al., 2001:974).

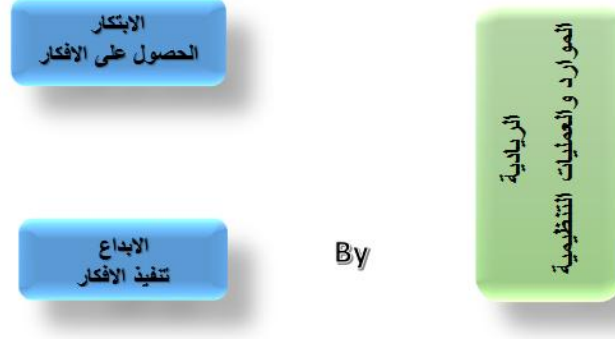
٤. العقل الريادي:

هو العقل الذي تتم من خلاله تكوين رؤية واقعية يتم عن طريقها تطوير القدرات، ومعالجة المشكلات، ومواجهة التحديات والتغيرات، واستثمار الفرص، وذلك يتم عن طريق توليد صورة مسبقة ومتكاملة لما يجب أن تكون عليه المنظمة في المستقبل (George,et.al.,2022:10)، فضلاً عن تهيئة حزمة من البدائل يمكن اللجوء إليها عند حدوث التغيرات المستقبلية (فاضل، ٢٠٠٧: ٢٣). ويعرف العقل الريادي بأنه منظوراً متجهاً نحو النمو الذي يروج من خلاله الأفراد المرونة والخلق والابداع المستمر والتجديد، وحتى في ظروف عدم التأكد بإمكان الافراد ذوي العقل الريادي تشخيص واستغلال الفرص الجديدة (Abdullah & Yassen,2021:134). لكونهم يمتلكون القدرات المعرفية التي تعطي لهم حلولاً لمختلف الحالات الغامضة (Ireland,et.al.,2003:968).

سابعاً: العلاقة بين الريادة والابداع من منظور استراتيجي:

إن المنظمات الخدمية وخصوصاً الطبية لا يمكن أن تزدهر إلا في مجتمع تتوفر فيه روح الريادة و حب العمل الحر، ووجود مجموعة من أصحاب المواهب الإدارية الخاصة من ذوي الاستعداد للمخاطرة، وتبني الأفكار الجديدة المبدعة، و فهم آليات التنافس في السوق العالمي، إذ أن المنظمات الطبية الدولية التي دخلت لعمل في العراق ينطبق عليها ما ذكر سابقاً، خصوصاً وانها عملت في بيئات تتعقب النازحين من المحافظات الساخنة لكي تقدم لهم الرعاية والخدمة الطبية وما يرافق النزوح من عنف أسري قائم على أساس الفوضى. ولأن المنظمات الطبية بعد احداث ٢٠١٤ ومن ثم جائحة (Covid,19) عملت بكل جهدها لتقديم خدمات ريادية عبر ما تمتلكه من مقومات (Sharma,et.al.,2022:2)(Chaturvedi & Karri,2022:55). فإن طريقة تفكير قادتها وعاملها كانت باتجاه تحقيق الابداع من خلال هذه المقومات، من خلال رؤية القادة الرياديين وسماتهم كأساس وكيف يؤثرون في صياغة وتوجيه الإستراتيجية الشاملة للمنظمة بما فيها استراتيجيات الابداع وعناصرها، وهم من يملكون الوظائف القيادية مثل تزويد المنظمة برؤية لتطوير وتقديم منتجات وخدمات جديدة (Mehralian,2022:45). وكذلك يمتلكون القدرة على حل المشكلات واتخاذ القرارات (Kuratko & Welsch,2001:66). وبالتالي فقد أشار (Nieman ٣٩٧)

(Nieuwenhuizen, 2009:352) & الى نموذج يشمل الابداع والريادة كما في الشكل (2)، يوضح فيه كيفية توليد الفكرة المبتكرة وارتباط الابداع بتنفيذ هذه الفكرة من خلال توفر الموارد والعمليات الأساسية لذلك.



الشكل (2) العلاقة بين الابتكار والابداع والريادة

Source: Nieman, G., & Nieuwenhuizen, C. (2009). Entrepreneurship: A South African perspective. Van Schaik Publishers.

إن نجاح الإستراتيجيات والأنشطة يعتمد على نماذج القدرات المقترحة في المنظمة، إذ تحتل أهمية من قبل الإدارات العليا بشأن عمليات تطويرها، وان المنظمات التي ترغب ان تكون ذات ابداع استراتيجي ينبغي ان تحقق النمو الذي يمكن تحقيقه من خلال تبني الاعمال الريادية بالاكتساب والتطوير الداخلي لقدراتها لأنه اهم من ما تتضمنه العملية الريادية، إذ ان اكتساب المنظمة للقدرات الريادية يحقق منفعة لها من خلال النمو والتطوير في عوائدها وزيادة التعلم الإستراتيجي والمعرفة واتخاذ السلوك الريادي والابتكاري وزيادة استخدامها للموارد والقدرات التي تعد اهم عناصر الريادة الإستراتيجية لتكون المحصلة الإبداع الإستراتيجي (الخفاجي، ٢٠١٣: ٨٤). وتحتاج المنظمات الى خلق الثروة من الناحية الإستراتيجية لغرض الوصول الى الميزة التنافسية المستدامة، فضلاً عن وصول المنظمة الى فرصة معينة عندها فإن هيكل الشركة سيتكيف مع الفرص الملائمة (Ashraf & Mourad, 2013:2130). لذا فإن سلوكيات الدراسة عن الفرصة والدراسة عن الميزة ينتج عنها أداء أعلى المنظمة، لأن الريادة الإستراتيجية ترتبط بأداء المنظمة بوصفها طريقة لتحقيق أداء أعلى عن طريق زيادة ربحيتها أو زيادة حصتها السوقية (حميد، ٢٠١٤: ٦٨). وتتجلى أهمية الريادة الإستراتيجية من خلال أهميتها في تكامل الريادة والإستراتيجية فمن الضروري خلق الثروة العظمى للمنظمات وكذلك بالنسبة لتوسيع القيمة أو النمو فإن تكامل الريادة والإستراتيجية سيقودها إلى عملية ناجحة (Hitt, et.al., 2001:2).

المبحث الثالث: الجانب العملي:

يمثل الجانب العملي الأساس المنهجي لاختبار فرضيات الدراسة، وقد استندت دراستنا على ثلاثة فرضيات سوف نقوم باختبارها بشكل متسلسل بعد اختبار انموذج القياس الذي يمثل الصدق والثبات، وقد تم تحليل البيانات بواسطة (SMART, PLS3) الذي يتعامل مع العينات الصغيرة ويتجاوز مشكلة التوزيع الطبيعي للبيانات (Hair, et.al., 2017:108) (Sarstedt, 2021:598). ويتطلب بداية اختبار انموذج القياس للبحث للتأكد من صدق التقارب (ثبات التركيب) (Composite Reliability) ومعدل التباين المستخرج (Average Variance Extracted)، (٣٩٨)

فضلاً عن اختبار الصدق التمييزي (Discriminant Validity) (Abdullah & Yassen, 2021:134)، والجدول (1) يعرض نتائج الاختبار.

الجدول (1) اختبار نموذج القياس

المتغيرات	مقياس المقارنة	ثبات التركيب	معدل التباين	الصدق التمييزي	القرار
		$0.70 >$	$0.50 >$	قيمة ارتباط المتغير مع نفسه	
الثقافة الإستراتيجية		0.747	0.380	غير متوافر	استبعاد
القيادة الإستراتيجية		0.791	0.456	غير متوافر	استبعاد
الموارد المدارة استراتيجياً		0.889	0.620	متوافر	تبنى
العقل الإستراتيجي		0.908	0.666	متوافر	تبنى
الريادة الإستراتيجية		0.920	0.396	متوافر	تبنى
إبداع القيمة		0.929	0.724	متوافر	تبنى
إيجاد السوق		0.931	0.732	متوافر	تبنى
الوصول إلى السوق		0.892	0.629	متوافر	تبنى
تخطيط المنافسة		0.921	0.701	متوافر	تبنى
الابداع الإستراتيجي		0.960	0.544	متوافر	تبنى

المصدر: الجدول من إعداد الباحثين اعتماداً على نتائج برنامج (SMART,PLS3).

يتبين من الجدول ان نموذج القياس يتمتع بقدر عالي من الصدق والثبات بجميع أبعاده الفرعية والاجمالية، إلا ان كل من القيادة والثقافة الرياديتين سوف يتم استبعادهما بسبب عم مقبوليتهما من ناحية معدل التباين المستخرج والذي يقى صدق التقارب بين الابعاد، فضلاً عن الصدق التمييزي. وبالتالي يتهى لنا المجال لاختبار فرضيات الدراسة وكالاتي:

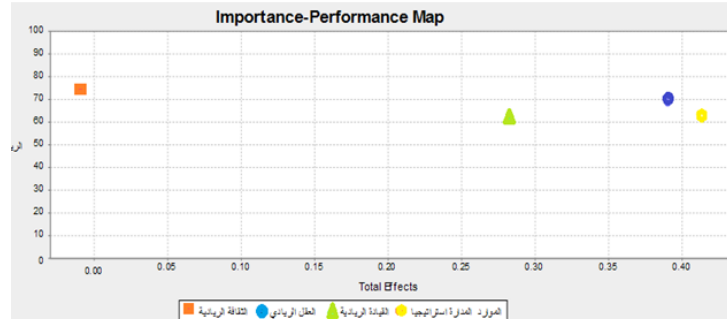
أولاً: اختبار الفرضية الأولى:

تم استخدام مصفوفة الأهمية تبعاً للأداء (Importance-Performance Matrix Analysis^(*))، وبعد اجراء الاختبار ظهرت لنا النتائج كما في الشكل (3) ويمكن قراءة النتائج كالاتي:

1. يتبين ان الثقافة الريادة قد كانت اهميته ضعيفة جداً، إذ بلغت (-0.009) بينما كان أداءها (73.820)، ما يعني ان الهيئة الطبية الدولية لا تركز على الثقافة في عملياتها بشكل أساسي يمكن ان يكون السبب في طبيعة ادارة المنظمة أو فلسفتها، ما جعلها ذات أداء عالي لو استثمرت بشكلها الصحيح إلا أن أهميتها فعلياً كانت ضعيفة جداً.
2. أيضاً استبعد مقوم القيادة الريادية على الرغم من ان ادائه كان (62.639) وذو اهمية بمقدار (0.281)، إلا ان النتائج المقرونة باختبارات نموذج القياس تؤشر ان الريادة الإستراتيجية لا تعتمد على القيادة الريادية ويمكن ان يعود لذات السبب أعلاه.
3. تتوافق النتيجة أعلاه مع الجدول (1) الذي يوضح استبعاد مقومي الثقافة الريادية والقيادية الريادية.
4. استحوذ مقوم الموارد المدارة استراتيجياً على الأهمية الأولى وفقاً لأهميته في تشكيل الريادة الإستراتيجية، إذ بلغت (0.412) وبأداء فعلي (63.337)، وكما مؤشر في الشكل أعلاه، يليه مقوم العقل الريادي بأهمية نسبية (0.390) وبأداء (68.447).

(*) وهي مصفوفة تحدد أهمية كل بُعد من الأبعاد الفرعية وتوفره تبعاً لأدائه في تشكيل المتغير الأساسي (الكامن) (Latent) (Hair, et.al., 2014: 206).

٥. تتوافق هذه النتائج مع نتيجة دراسة (Abdullah,et.al.,2018:218) التي ركزت على أهمية التوجهات الريادية عبر متضمناتها المتمثلة بـ(الاستباقية، الابداعية، التنافسية الهجومية، تحمل المخاطرة، الاستقلالية) في الشركة العامة لصناعة الادوية والمستلزمات الطبية في سامراء، التي تتوافق متضمناتها مع مقومات الريادة الاستراتيجية من حيث الفلسفة والتركيز والميدان.

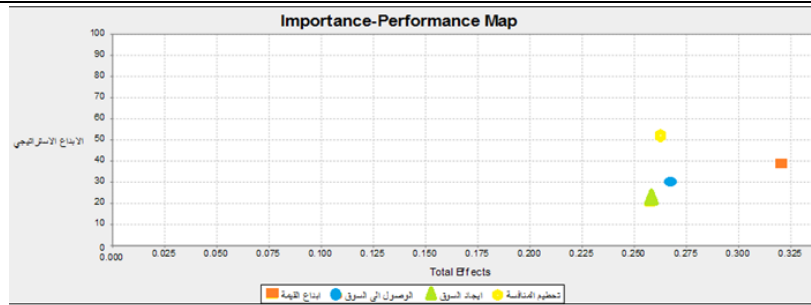


الشكل (3) مصفوفة الأهمية – الأداء للريادة الإستراتيجية

المصدر: الشكل من إعداد الباحثين بالاعتماد مخرجات برنامج (SMART,PLS3).

ثانياً: اختبار الفرضية الثانية:

وبنفس الأسلوب تم اختبار الفرضية الثانية وكما في الشكل (4).



الشكل (4) مصفوفة الأهمية - الأداء للإبداع الإستراتيجي

المصدر: الشكل من إعداد الباحثين بالاعتماد مخرجات برنامج (SMART,PLS3).

ويظهر الشكل ان الابداع في المنظمة المبحوثة يتوافر بجميع عناصره الاربعة ويمثل بالمرتبة الاولى من بينها ابداع القيمة بأهمية نسبية (0.320) وبأداء (38.833) ثم تحطيم المنافسة ثم الوصول الى السوق ثم ايجاده.

ثالثاً: اختبار الفرضية الثالثة:

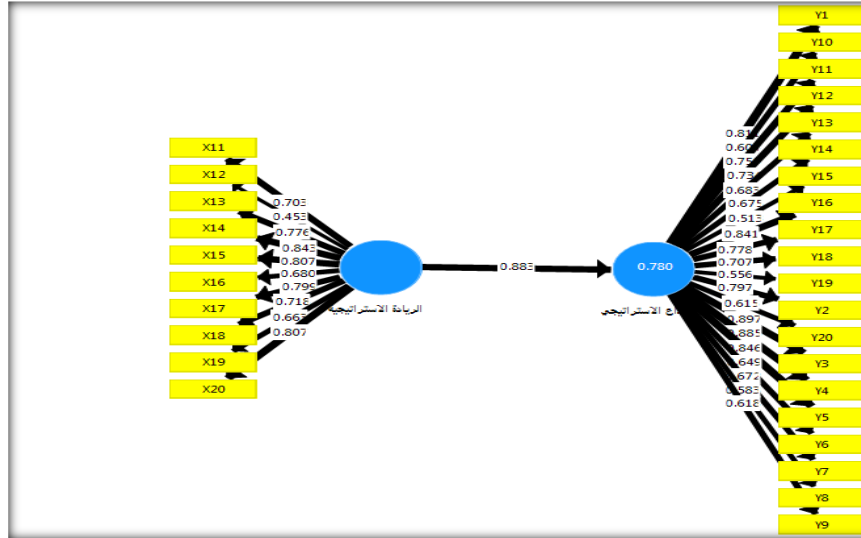
تهياً المجال عبر اختبار الفرضيات الاولى والثانية لاختبار الفرضية الثالثة، وبعد الاختبار تبين لنا النتائج كما في الجدول (2).

الجدول (2) تأثير الريادة الإستراتيجية في الابداع الإستراتيجي

المتغيرات	المعاينة الأصلية	متوسط المعاينة	الانحراف المعياري	قيمة T المحسوبة	المعنوية
الريادة ← الابداع	0.883	0.884	0.029	30.137	0.000
معامل التحديد: $R^2 = 78\%$					

المصدر: الجدول من إعداد الباحثين اعتماداً على نتائج برنامج (SMART,PLS3).

ويظهر الجدول ان الريادة الإستراتيجية تساهم في تحقيق الابداع الإستراتيجي في الهيئة الطبية الدولية من خلال الموارد المدارة استراتيجيا والعقل الإستراتيجي بينما يشتمل الابداع على عناصره الاربعة، وقد فسرت الريادة الإستراتيجية (78%) من الابداع الإستراتيجي، إذ بلغت قيمة (T) المحسوبة (30.137) وهي قيمة معنوية عالية. والشكل (5) يوضح نموذج الدراسة بشكله الإجمالي.



الشكل (5) نموذج الدراسة الإجمالي

المصدر: الشكل من إعداد الباحثين بالاعتماد مخرجات برنامج (SMART,PLS3).

الاستنتاجات:

1. تبين ان الثقافة الريادية لم تحظى بالاهتمام الكافي من قبل إدارة الهيئة الطبية الدولية، وقد يرجع السبب إلى طبيعة عملها أو فلسفتها وهذا السبب يحسب على الاستنتاج الثاني.
2. يتضح ان الهيئة الطبية الدولية لا تولي اهتماماً ببعء القيادة الريادية، والسبب في ذلك يمكن ان يعود الى ان انها منظمة خدمية تقدم خدماتها على مستوى واسع، لذلك فهي تلجأ الى الاسلوب اللامركزي لعملياتها.
3. تبين ان الموارد المدارة استراتيجيا كانت البعد الأهم من حيث أهميتها النسبية وان الريادة الإستراتيجية قد بنيت أساسا من خلالها فظلا عن العقل الريادي الذي يمثل الجوهر لإدارة هذه الموارد.
4. تبين ان الابداع الإستراتيجي يتمثل بأبعاده الأربعة ابداع القيمة والوصول الى السوق وتحطيم المنافسة فضلا عن ايجاد السوق، الا ان الأهمية المثلى كانت لأبداع القيمة وتحطيم المنافسة.
5. ان الأساس المنطقي لعمل المنظمات الإنتاجية (سلعية أو خدمية) يتحقق بتقديم منتجات إبداعية تستحصل على قيمة الزبائن وهذا ما حققته الريادة الإستراتيجية بوصفها متغيرا أساسيا في تحقيق الابداع الإستراتيجي.

المقرحات:

١. ضرورة قيام الهيئة الطبية الدولية بالتركيز على الثقافة الريادية لما لها من أثر في تحقيق أو بناء فلسفة خاصة بالمنظمة يمكن من خلالها تحقيق الابداع الإستراتيجي.
٢. ينبغي ان يقتصر ابداع القيمة بإيجاد السوق والوصول إليه وإذا تحققت فإن المنظمة المبحوثة سوف تستطيع ان تحطم المنافسة وهو ما يجعلها الرائدة في السوق، خصوصاً وان البيئة العراقية فيها الكثير من المنظمات العاملة في مجال الرعاية الصحية والمجتمع المدني بعد أحداث ٢٠١٤.
٣. ضرورة اهتمام المنظمة المبحوثة بالعمليات الريادية لأنها سوف تحقق الابداع الإستراتيجي بصورة المثلى اذا ما تحققت تكامل بين العقل الريادي والقيادة الريادية واقرنت الثقافة الريادية لكي تستطيع ان تدير مواردها استراتيجياً.

المصادر والمراجع:

١. حميد، ريم مهند، (٢٠١٤)، متطلبات إدارة الالتزام العالي لتحقيق الريادة الإستراتيجية في منظمات الأعمال: بحث ميداني في شركات المقاولات العراقية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة بغداد، العراق.
٢. الخفاجي، ابتسام سرحان صيهود، (٢٠١٣)، أثر الابداعية الجوهرية في بناء القدرات الريادية للمنظمات: دراسة مقارنة بين شركتي دي الامارات وأسياسيل العراق، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة كربلاء، العراق.
٣. الخفاجي، نعمة عباس، (٢٠٠٥)، الريادة الإستراتيجية: المظلة، الأصول والقيمة، المؤتمر العلمي الرابع (الريادة والابداع استراتيجيات في مواجهة تحديات العولمة)، جامعة فيلادلفيا، الأردن.
٤. الدليمي، عراك عبود عمير، (٢٠٠٩)، تأثير مقدرات الإبداع الاستراتيجي ورأس المال الاجتماعي في بناء الميزة التنافسية المستدامة: دراسة تحليلية في عينة من المصارف العراقية الخاصة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة بغداد، العراق.
٥. العبيدي، علي جاسم والعبيدي، ارادن حاتم خضير، (٢٠١٣)، تقانة المعلومات والتفكير الإستراتيجي وتأثيرهما في استراتيجيات الابداع التنظيمي: دراسة تطبيقية في كليات الجامعة المستنصرية، مجلة الإدارة والاقتصاد، جامعة بغداد، العراق، المجلد (٣٦)، العدد (٩٤).
٦. عوض، عاطف، (٢٠١٣)، أثر تطبيق عناصر الابداع الإداري في التطوير التنظيمي: دراسة ميدانية على العاملين في مؤسسات الاتصالات الخلوية في لبنان، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، جامعة دمشق، سوريا، المجلد (٢٩)، العدد (٣).
٧. الغالي، طاهر محسن منصور وإدريس، وائل محمد صبحي، (٢٠٠٧)، الإدارة الإستراتيجية منظور متكامل، دار وائل للنشر، عمان، الأردن.
٨. فاخر، رويدة طارق، (٢٠١٣)، أثر تبني عمليات التسويق الريادي في تحقيق مقدرات الابداع الإستراتيجي: دراسة استطلاعية تحليلية مقارنة لأراء عينة من المديرين العاملين في شركتي الاتصالات أسياسيل وزين العراق، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة كربلاء، العراق.
٩. فاضل، راند سلمان، (٢٠٠٧)، العقل الإستراتيجي للقيادات الإدارية وأثره في إدارة الإبداع: دراسة تطبيقية في عينة من كليات الجامعة المستنصرية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإدارة والاقتصاد، الجامعة المستنصرية، العراق.
١٠. نصر الدين، بن نذير، (٢٠١٢)، دراسة استراتيجية للإبداع التكنولوجي في تكوين القدرة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة - حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الإدارية والاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، الجزائر.

ثانياً: المصادر الأجنبية:

11. Abdulla, A. P. D. H. A. (2022). The reality of the characteristics of the entrepreneurial leaders at the University of Kirkuk: An analytical study of the opinions of a sample of administrative leaders at the University of Kirkuk. Tikrit Journal of Administration and Economics Sciences, 18(59 part 1).
12. Abdullah, A. P. D. H. A. (2021). The role of knowledge partnership's strategy in knowledge creation ontological: An analytical study of sample of the department heads

- opinions in Mosul University. *Tikrit Journal of Administration and Economics Sciences*, 17(55 part 1).
13. Abdullah, A. P. D. H. A. (2021). Using structural equation modeling for Making of strategic decisions through the strategic mind of leaders: An analytical study of sample opinions from leaderships in Tikrit University. *Tikrit Journal of Administration and Economics Sciences*, 17(56 part 1).
 14. Abdullah, H. A., Abdullah, A. M., & Saleh, Z. M. (2018). Inclusions of Entrepreneurial Orientations Philosophy in The State Company For Drugs Industry and Medical Appliances In Samarra Analytical Study of Sample Opinions of Productive Department Managers. *TANMIYAT AL-RAFIDAIN*, 37(119), 201-224.
 15. Abudaqa, A., Alzahmi, R. A., Almujaani, H., & Ahmed, G. (2022). Does innovation moderate the relationship between digital facilitators, digital transformation strategies and overall performance of SMEs of UAE? *International Journal of Entrepreneurial Venturing*, 14(3), 330-350.
 16. Adim, C. V., & Poi, G. (2022). Dynamics of Corporate Entrepreneurial Initiatives: A Literature Review. *International Journal of Entrepreneurship*, 6(1), 1-13.
 17. Alzoubi, H., Alshurideh, M., Kurdi, B., Akour, I., & Aziz, R. (2022). Does BLE technology contribute towards improving marketing strategies, customers' satisfaction and loyalty? The role of open innovation. *International Journal of Data and Network Science*, 6(2), 449-460.
 18. Anderson, B. S. (2022). Endogeneity in strategic entrepreneurship research. In *Research Handbook on Strategic Entrepreneurship* (pp. 233-263). Edward Elgar Publishing.
 19. Anderson, J., & Markides, C. (2006). Strategic innovation at the base of the economic pyramid. *European School of Management and Technology Case Study*, Berlin, European School of Management and Technology, 9(2).
 20. Appolloni, A., Jabbour, C. J. C., D'Adamo, I., Gastaldi, M., & Settembre-Blundo, D. (2022). Green recovery in the mature manufacturing industry: The role of the green-circular premium and sustainability certification in innovative efforts. *Ecological Economics*, 193, 107311.
 21. Ashraf, G. E., & Mourad, M. (2013). Technological determinants of entrepreneurship performance: Evidence from OECD countries. *African Journal of Business Management*, 7(22), 2126-2133.
 22. Brancati, E., Brancati, R., Guarascio, D., & Zanfei, A. (2022). Innovation drivers of external competitiveness in the great recession. *Small Business Economics*, 58(3), 1497-1516.
 23. Brush, C. G., Greene, P. G., & Hart, M. M. (2001). From initial idea to unique advantage: The entrepreneurial challenge of constructing a resource base. *Academy of Management Perspectives*, 15(1), 64-78.
 24. Chaturvedi, R., & Karri, A. (2022). Entrepreneurship in the times of pandemic: Barriers and strategies. *FIIB Business Review*, 11(1), 52-66.
 25. Coakley, J., Lazos, A., & Liñares-Zegarra, J. (2022). Strategic entrepreneurial choice between competing crowdfunding platforms. *The Journal of Technology Transfer*, 47(6), 1794-1824.
 26. Dicuonzo, G., Donofrio, F., Fusco, A., & Ranaldo, S. (2022). The role of transformational entrepreneurship in managing a digital platform: the case of Yamamay. *Journal of Strategy and Management*.
 27. Dizgah, M. R., Gilaninia, S., Alipour, H. R., & Asgari, A. (2011). High performance human resource and corporate entrepreneurship: The mediating role of organizations citizenship behavior and procedure justice. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 5(3), 492-499.

28. Elo, M., Täube, F. A., & Servais, P. (2022). Who is doing “transnational diaspora entrepreneurship”? Understanding formal identity and status. *Journal of World Business*, 57(1), 101240.
29. Fukuyama, H., & Tan, Y. (2022). Implementing strategic disposability for performance evaluation: Innovation, stability, profitability and corporate social responsibility in Chinese banking. *European Journal of Operational Research*, 296(2), 652-668.
30. Genç, K. Y. (2012). The response of the entrepreneurship to the changing business environment: Strategic entrepreneurship. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 5(9), 71-84.
31. George, N., Karna, A., & Sud, M. (2022). Entrepreneurship through the lens of dynamic managerial capabilities: A review of the literature. *Journal of Management & Organization*, 1-27.
32. Grillitsch, M., Hansen, T., Coenen, L., Miörner, J., & Moodysson, J. (2019). Innovation policy for system-wide transformation: The case of strategic innovation programmes (SIPs) in Sweden. *Research Policy*, 48(4), 1048-1061.
33. Hair Jr, J. F., Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Gudergan, S. P. (2017). Advanced issues in partial least squares structural equation modeling. saGe publications.
34. Hitt, M. A., Ireland, R. D., Sirmon, D. G., & Trahms, C. A. (2011). Strategic entrepreneurship: creating value for individuals, organizations, and society. *Academy of management perspectives*, 25(2), 57-75.
35. Hussein, E. A., & Ahmed, S. F. (2019). The Capabilities of Strategic Innovation and It's Impact on the Superiority of Organizations. *Opción: Revista de Ciencias Humanas y Sociales*, (21), 846-870.
36. Ireland, R. D., Hitt, M. A., Camp, S. M., & Sexton, D. L. (2001). Integrating entrepreneurship and strategic management actions to create firm wealth. *Academy of Management Perspectives*, 15(1), 49-63.
37. Khanra, S., Kaur, P., Joseph, R. P., Malik, A., & Dhir, A. (2022). A resource- based view of green innovation as a strategic firm resource: Present status and future directions. *Business Strategy and the Environment*, 31(4), 1395-1413.
38. Kothari, C. R. (2004). *Research methodology: Methods and techniques*. New Age International.
39. Krishnan, C. S. N., Ganesh, L. S., & Rajendran, C. (2022). Entrepreneurial Interventions for crisis management: Lessons from the Covid-19 Pandemic's impact on entrepreneurial ventures. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 72.
40. Kuratko, D. F., & Audretsch, D. B. (2009). Strategic entrepreneurship: exploring different perspectives of an emerging concept. *Entrepreneurship theory and practice*, 33(1), 1-17.
41. Kuratko, D. F., Ireland, R. D., & Hornsby, J. S. (2001). Improving firm performance through entrepreneurial actions: Acordia's corporate entrepreneurship strategy. *Academy of Management Perspectives*, 15(4), 60-71.
42. Matthyssens, P. (2019). Reconceptualizing value innovation for Industry 4.0 and the Industrial Internet of Things. *Journal of Business & Industrial Marketing*.
43. Mehralian, M. M. (2022). Effect of Internet of Things on Marketing Performance: The Mediating Role of Entrepreneurship Orientation. In *25th Iranian Conference on Business Development and Digital Transformation*.
44. Monsen, E., & Wayne Boss, R. (2009). The impact of strategic entrepreneurship inside the organization: Examining job stress and employee retention. *Entrepreneurship theory and practice*, 33(1), 71-104.
45. Nieman, G., & Nieuwenhuizen, C. (2009). *Entrepreneurship: A South african perspective*. Van Schaik Publishers.

46. Peters, K., & Buijs, P. (2022). Strategic ambidexterity in green product innovation: Obstacles and implications. *Business Strategy and the Environment*, 31(1), 173-193.
47. Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2021). Partial least squares structural equation modeling. In *Handbook of market research* (pp. 587-632). Cham: Springer International Publishing.
48. Schröder, K., Tiberius, V., Bouncken, R. B., & Kraus, S. (2020). Strategic entrepreneurship: mapping a research field. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*.
49. Sharma, G. D., Kraus, S., Liguori, E., Bamel, U. K., & Chopra, R. (2022). Entrepreneurial challenges of COVID-19: Re-thinking entrepreneurship after the crisis. *Journal of Small Business Management*, 1-23.
50. Singh, J., Dutt, P., & Adbi, A. (2022). Microfinance and entrepreneurship at the base of the pyramid. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 16(1), 3-31.
51. Sultana, S., Akter, S., & Kyriazis, E. (2022). How data-driven innovation capability is shaping the future of market agility and competitive performance?. *Technological Forecasting and Social Change*, 174, 121260.

