

أثر التفكير الريادي في تحسين جودة الخدمات، دراسة حالة شركة موبيليس بشار

The Effect of Entrepreneurial Mindset in Improving the Quality of Services, a Case Study of Mobilis Bechar

د. بن عبد العزيز سفيان

د. دحماني عزيز

ط.د. معموري عبد الله

جامعة طاهري محمد، بشار

جامعة طاهري محمد، بشار

جامعة طاهري محمد، بشار

benabdelazizsoufyane@gmail.com

Dahmaniaziz.univ@gmail.com

abdallahmamouri@yahoo.fr

تاريخ القبول: 2019/06/15

تاريخ الاستلام: 2018/01/07

الملخص: تعتبر ريادة الأعمال فرصة حقيقية لشركات الهاتف النقال بالجزائر لجعلها قادرة على مواكبة التطورات المتسارعة في العالم، ولهذا يسعى البحث إلى دراسة العلاقة والأثر بين مكونات التفكير الريادي والتي تتمثل في (الفرصة الريادية، واليقظة الريادية، الخيارات المنطقية الواقعية، وإطار العمل الريادي) والحصول على خدمات ذات جودة عالية، وبالتطبيق على شركة موبيليس، حيث تم الاعتماد على الاستبيان في جمع البيانات والذي تم توزيعه على عينة قصدية من إطارات ومسؤولي الشركة، وباستخدام برنامج (SPSS) وبرنامج (Smart-Pls3) لتحليل المعطيات واختبار الفرضيات، خلصت الدراسة إلى وجود أثر وعلاقة ارتباط موجبة قوية بين التفكير الريادي وجودة الخدمات المقدمة.

الكلمات المفتاحية: ريادة الأعمال، تفكير الريادي، خدمات، جودة الخدمات.

Abstract: Entrepreneurship is a real opportunity for mobile operators in Algeria to be able to keep abreast of the rapid developments in the world. Therefore, the study seeks to analyze the relationship between the components of Entrepreneurial Mindset (the entrepreneurial opportunity, the entrepreneurial vigilance, the realistic logical options, and the pilot framework) and obtain of a high quality services. A questionnaire based on a random sample of the company's frames and officials was use to collect data .With using SPSS and Smart-Pls3 software the studyconcluded that Impact and relationship of strong positive correlation between pioneering thinking and quality of services provided.

Key Words: Entrepreneurship, Entrepreneurial Mindset, services, quality of services.

JEL Classification: L26, M31.

مرسل المقال: *معموري عبد الله (abdallahmamouri@yahoo.com).

مقدمة:

يعد بقاء منظمات الأعمال واستمرارها مطلب صعب المنال في الوقت الحالي، نظرا لما يميز بيئة الأعمال من تنافسية شديدة وتغيرات سريعة لكل معطيات السوق، ما أبرز مستويات عالية لحالة عدم التأكد في الأسواق، مما يتطلب على هذه الشركات امتلاك أساليب حديثة تجعلها قادرة على الاستمرار والبقاء وحتى النمو، ومن بين هذه الأساليب هناك التفكير الريادي الذي يعد أسلوباً من الأساليب الحديثة والحيوية لإدارة منظمات الأعمال المعاصرة، ويعد وسيلة فاعلة لجعل الشركات والأفراد يتجهون صوب اقتناص الفرص، من خلال التنبؤ و الاكتشاف لحاجات ورغبات الزبائن وتلبيتها بشكل يسمح بإرضاء هذا الزبون من خلال تقديم منتجات وخدمات تتلاءم مع ما يتوقعه، وبالتالي تقديم منتجات وخدمات ذات جودة عالية، وتحقيق ميزة تنافسية. ومن هنا تبرز إشكالية البحث وهي: ما أثر التفكير الريادي في تحسن جودة الخدمات المقدمة من طرف شركة موبيليس للهاتف النقال بالجزائر؟

أهمية وأهداف الدراسة: تكمن أهمية الدراسة في تسليط الضوء على مفهوم التفكير الريادي وجودة الخدمات المقدمة، من خلال تقديم مجموعة مفاهيم تتعلق بهذا الجانب، والكشف عن الدور الهام الذي يلعبه التفكير الريادي في جعل مسؤولي شركة موبيليس على قدر كبير من المسؤولية لتقديم خدمات ذات جودة عالية، وبالتالي تحقيق ميزة تنافسية. وتهدف هذه الدراسة في الأساس على اختبار دور التفكير الريادي لدى مسؤولي شركة موبيليس نحو تقديم خدمات ذات جودة عالية، من خلال تتبع الدراسات الجديدة لمتغيرات الدراسة "التفكير الريادي، وجودة الخدمة المقدمة"، وكيفية استخدام مفهوم التفكير الريادي لتحسين جودة الخدمات.

منهجية الدراسة: ولغرض تحقيق أهداف البحث فقد تم الاعتماد على المنهج الوصفي والتحليلي من خلال التعرض لمجموعة من الأدبيات العربية والأجنبية من كتب ودوريات ورسائل جامعية وبحوث ومنها شبكة الانترنت لتغطية الجانب النظري ودعم الجانب الميداني. كما استخدمنا لجمع البيانات الأولية وتحليلها في هذه الدراسة الاستبيان موزع على جميع موظفي المديرية الجهوية لموبيليس.

وللإجابة على إشكالية الدراسة قسم البحث على ثلاث محاور، المحور الأول يتم التطرق فيه للمفاهيم النظرية للتفكير الريادي وفي المحور الثاني إلى جودة الخدمات أما المحور الأخير فخصص للدراسة الميدانية التي أجريت بشركة موبيليس.

الدراسات السابقة:

أولاً: الدراسات المتعلقة بمتغير التفكير الريادي:

- دراسة (Ireland, Michael, & Sirmon, A Model of Strategic Entrepreneurship: The Construct and its Dimensions, 2003) وهدفت هذه الدراسة إلى توضيح نتائج الأعمال المعاصرة في حقل الإدارة الاستراتيجية متمثلة الريادة والريادة الاستراتيجية وصولاً إلى نموذج مقترح، ومن خلال المسح المكتبي من قبل

الباحثان توصلا إلى تطوير أنموذج ريادة الأعمال الإستراتيجية والذي يدرس التفكير الريادي كبعد أساسي، ويتضمن هذا النموذج السلوكيات الساعية للفرص والاستفادة من المزايا التنافسية. لهذا يعتبر نموذج الريادة الإستراتيجية بناء فريد ومميز تستطيع من خلاله الشركات تكوين الثروة، ويعتبر كل من التفكير الريادي، والثقافة الريادية، والقيادة الريادية، والإدارة الإستراتيجية للموارد، وتطبيق الإبداع لتطوير الابتكارات أبعاد مهمة للريادة الاستراتيجية، ولهذا قام الباحثان بتطوير نموذج الريادة الإستراتيجية الذي يشرح كيفية دمج هذه الأبعاد لخلق الثروة.

- دراسة (Scheepers, 2008) بعنوان: Entrepreneurial mindset of information and communication technology firms هذه الدراسة على التعرف على التفكير الريادي في شركات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وتمت الدراسة بناء على المقابلات لـ 144 شركة وخلصت بأن أبعاد التفكير الريادي مرتبطة ويمكن ربطها بالأداء، وخلصت كذلك لحرص المديرين لخلق مناخا داعما لريادة الأعمال من خلال تقديم مكافآت وتمكين الموظفين وتوفير القيادة والدعم للمبادرات.
- دراسة (ألفن، 2012) بعنوان: أثر مكونات التفكير الريادي في القدرات التسويقية، تمت هذه الدراسة على مدرء 51 شركة فندقية بالعراق، كان من أهم نتائجها وجود علاقة ارتباط معنوية بين مكونات التفكير الريادي والقدرات التسويقية، ووجود تأثير معنوي لمكونات التفكير الريادي في القدرات التسويقية في المنظمات الفندقية المبحوثة.
- دراسة (أرشد، 2018) بعنوان: دور الريادة والتفكير الريادي في تعزيز جودة الخدمة المصرفية، وهي دراسة استطلاعية شملت عينة قدرت بـ 14 مسؤول من مسؤولي مصارف القطاع الخاص العراقي في محافظة النجف، وخلصت الدراسة إلى الاهتمام المتوسط من طرف إدارة المصارف بعامل الريادة من خلال التكاليف التي تنفق عليها من أجل ديمومتها، وعدم إدراج جانب من الخطط لتحفيز الأفراد العاملين بالمصرف على السير بالتفكير الريادي الذي من شأنه أن يساعد على الزيادة في جودة الخدمة المصرفية، كما انتهت الدراسة إلى عدم الاهتمام الجدي بالجانب الريادي وما يتطلبه من وجود حالة التفكير الريادي لأجل الاستفادة منه في إيجاد القنوات الصحيحة لتسهيل تقديم الخدمة المصرفية بجودتها التي تميزها عن باقي المصارف المنافسة داخل القطاع المصرفي.

ثانيا: الدراسات المتعلقة بمتغير جودة الخدمات

- دراسة (تواتي، 2017) التي جاءت بعنوان: دور جودة خدمات موبيليس في تحقيق ولاء الزبون، وهي دراسة بجامعة الأغواط على عينة من زبائن موبيليس، بينت هذه الدراسة وجود أثر ذو دلالة إحصائية لجودة الخدمات المقدمة من طرف موبيليس في ولاء الزبائن، وأن هناك فروق ذات دلالة إحصائية لولاء زبائن موبيليس تعود لمتغيرات الجنس والمستوى التعليمي، ولا توجد فروق ذات دلالة إحصائية لولاء زبائن موبيليس تعود لمتغيرات العمر، الحالة العائلية ونمط الاشتراك، ويعتبر بعد التعاطف هو أكثر المتغيرات المستقلة تأثيرا في ولاء الزبون.

• دراسة (رشام و جميل، 2017) بعنوان: التمكين الإداري كمدخل حديث لتحقيق جودة الخدمة في منظمات الأعمال، دراسة ميدانية على شركة اتصالات الجزائر، وتمت هذه الدراسة على 73 عامل و 205 زبون، وتوصلت الدراسة إلى أنه لا يوجد دور للتمكين الإداري في أبعاد جودة الخدمة، وتوصي الدراسة بضرورة توجيه الاهتمام الأكبر نحو العاملين و فتح مجال أوسع من حرية التصرف وسماع أفكارهم واقتراحاتهم مع مواجهة المعوقات التي تحد من التطبيق الفعال للتمكين كالمركزية والهياكل التنظيمية الهرمية والمعقدة، والاهتمام أكثر بالزبائن مايؤدي بشكل أو بآخر إلى تحسين جودة الخدمة في الشركة محل الدراسة.

ويلاحظ من خلال استعراض الدراسات السابقة الاختلاف في أهدافها والبيئة الخاصة بكل دراسة، إلا أن الدراسة الحالية تتميز بدراسة أثر أبعاد التفكير الريادية على جودة الخدمات المقدمة للزبون بشركة موبيليس بالجزائر، حيث تعيش شركة موبيليس في بيئة منافسة شديدة مع متعاملين آخرين توجب عليها القيام بخطوات ثابتة لتحسن جودة خدماتها وبالتالي اكتساب ميزة تنافسية، ومن حيث عينة الدراسة فقد تم الاعتماد في الدراسة الحالية على إشارات ومسؤولي شركة موبيليس العاملين بالمديرية الجهوية بشار.

1. الريادة والتفكير الريادي:

1.1. مفهوم الريادة والتفكير الريادي: لقد جرت محاولات عديدة لتقديم تعريف لمفهوم الريادة، فالبعض يعرفها على أنها القدرة والرغبة في تنظيم وإدارة الأعمال ذات الصلة بها، كما تعرف بأنها عملية إنشاء شيء جديد ذي قيمة وتخصيص الوقت والجهد والمال اللازم للمشروع، وتحمل المخاطر المصاحبة له، واستقبال المكافآت الناتجة (مفلح الزعبي، 2016، صفحة 33). وتطور مفهوم الريادة مع تطور نظرة الدول للأهداف الاقتصادية التي تسعى لتحقيقها، ففي الدول المتقدمة الريادة ترتبط بالاختراعات والتفرد، أما في الدول النامية، فالريادة هي إنشاء شيء جديد من خلال روح المبادرة وتحمل المخاطرة ومن ثم تحقيق أهداف التنمية الاقتصادية والاجتماعية (مفلح الزعبي، 2016، صفحة 35)، أما الريادة في حقل إدارة الأعمال فهو اللقب الذي يمنح لمن ينشئ مشروعاً جديداً، أو يقدم فعالية مضافة إلى الإقتصاد، وبالمناظر الأوسع فإن الريادة الإدارية تشمل من يدير الموارد المختلفة لتقديم شيء جديد أو ابتكار مشروع جديد والريادة بهذا المعنى ليست حكراً على منشئ المشاريع بل من يمارسها كالمدرء العاملين في المشاريع والمنظمات الكبيرة حيث يشمل نشاط هؤلاء المدرء الرواد على تقديم سلع جديدة أو بناء خط إنتاجي جديد أو القيام بإنشاء شركات جديدة ولضمان بقاء واستمرار الأنشطة الجديدة يتوجب على المدرء الرواد إدارة مواردهم المحدودة بطرق تختلف عن الأسلوب التقليدي المعتمد من قبل الآخرين (أرشد، 2018، صفحة 298).

ومن بين هذه الطرق ظهر التفكير الريادي Entrepreneurial Mindset الذي يعد أسلوب من الأساليب الحديثة والحديثة لإدارة منظمات الأعمال المعاصرة والوسيلة الفاعلة لجعل المنظمات والأفراد يتجهون صوب اقتناص الفرص، ويعتبر أحد المتطلبات الهامة للعمل بنجاح في الريادة الإستراتيجية، ويشير الكتاب في مجال الريادة الإستراتيجية إلى أن

الاستراتيجيين الناجحون في المستقبل هم من يعملون على توظيف التفكير الريادي للبحث عن الفرص واستغلالها حتى تحت ظروف عدم التأكد العالي، ويمكن أن يكون التفكير الريادي ظاهرة جماعية أو فردية، ويمكن أن يكون هذا النوع من التفكير هاما لكل الأفراد و المدراء والموظفين في المنظمة (Ireland, Michael, & Sirmon, A Model of Strategic Entrepreneurship: The Construct and its Dimensions, 2003, p. 967).

وعرف التفكير الريادي بأنه طريقة التفكير حول الأعمال التي تركز على الحصول على المنافع من حالات عدم التأكد (MacMillan & McGrath, 2000, p. 06). وهو نوع من النمو الموجه نحو تشجيع المرونة والإبتكار والتجديد والإبداع، ويعمل على تعزيز عمليات النمو على المستوى الكلي وكذلك النمو على مستوى المنظمات الفردية (Ireland, Michael, & Sirmon, A Model of Strategic Entrepreneurship: The Construct and its Dimensions, 2003, p. 968). و وصف بأنه التفكير والسلوك الذي يتم وصفه من خلال الإستباقية والإبداع وتحمل المخاطرة (Christopher C, 2004, p. 10). ويعد مسعى إبداعي نشيط لاكتشاف الفرص و تحديد الأنشطة التي تسهل عملية استغلال هذه الفرص (Senges, 2007, p. 05). وهناك من وضع بأنه الطريقة التي يتم فيها التفكير بما يناسب المنظمة وبالفرص التي تتوفر لها من خلال الاستفادة من حالات عدم التأكد (Dhliwayo & Van, 2007, p. 124). ووصف كذلك بأنه مسعى إبداعي وواعي ونشيط لاستغلال الفرص من خلال الإدراك السريع والاستجابة النشطة (Shepherd, Holger, & J. Michael, 2009, p. 05). وهو التفكير الذي يمكن من خلاله استكشاف فرص جديدة ومن ثم استغلالها قبل المنافسين (ألفن، 2012، صفحة 03). وهو كذلك العملية الذهنية التي تقوم على استخدام المعرفة والمعلومات للبحث عن الفرص واستغلالها لتحقيق النجاح والذي بدوره يؤدي إلى تحسين الوضع التنافسي للشركة (ماجدة، 2016، صفحة 04).

وبناء على التعريفات السابقة، فيمكن تعريف التفكير الريادي على أنه الأسلوب الذهني الذي يقوم به الأفراد أو الشركات من خلال استخدام المعرفة والمعلومات للبحث عن الفرص واستغلالها بشكل أمثل، في ظل حالات عدم التأكد، وبشكل إبداعي ومبتكر مع تحمل المخاطر واستباق المنافسين.

2.1. أبعاد التفكير الريادي: حسب (Ireland, Michael, & Sirmon, A Model of Strategic Entrepreneurship: The Construct and its Dimensions, 2003, p. 968)، (ألفن، 2012، صفحة 03) للتفكير الريادي أربعة مكونات أساسية هي: الفرصة الريادية، اليقظة الريادية، عقلانية الخيارات الواقعية، إطار العمل الريادي.

- **تمييز الفرصة الريادية:** Recognizing entrepreneurial opportunities وهي الاستغلال الجيد للظروف التي تساعد على إيجاد السلع والخدمات الجديدة والتي تعمل على تحقيق الإشباع لحاجة السوق (Ireland, Robert E, & Micheal, The Management of Strategy: Concepts and Cases, 2008, p. 391) ويشير تمييز الفرص

الريادية إلى القدرة على التعامل مع المعلومات مختلفة عما يتعامل الآخرون معها، وهذه المعلومات متأتية من المسح والوعي البيئي، و تساعد هذه المعلومات في التعرف على هذه الفرص الريادية وتعد أولى الخطوات في خلق الثروة، والفرص الريادية يتم تمييزها أكثر في الأسواق التي تظهر فيها المنتجات الجديدة، والموارد المتجددة، وطرق تنظيم جديدة (ألفن، 2012، صفحة 03).

– **اليقظة الريادية Entrepreneurial alertness**: وهي تعني القدرة على الرؤية في الضباب ورؤية المستقبل بشكل أكثر دقة من الآخرين لا سيما عندما تكون البيئة غير مؤكدة وذلك بالاستناد إلى مهارات البحث عن المعلومات، والاقتران والإتصال، والتقييم والحكم (احسان، 2013، صفحة 51).

– **عقلانية الخيارات الواقعية Real Options Logic**: وتعني تخصيص موارد المنظمة بطريقة تقوم فيها بموازنة المخاطر مع العوائد التي يتم الحصول عليها، وتعمل على تعزيز المرونة الإستراتيجية وتساعد المنظمات والرياديين الذين يتعاملون مع حالات عدم التأكد لمتابعة وتحديد الفرص الريادية، وقد تقلل من حجم الضائعات من المصادر وزيادة الاحتمالية من قيام المنظمة بالتركيز على أكثر الفرص الريادية قيمة (ماجدة، 2016، صفحة 04).

– **إطار العمل الريادي Entrepreneurial Framework**: يمكن أن يعمل التفكير الريادي على إمكانية خلق الثروة والقيمة حيث يتم استخدامها ضمن سياق إطار العمل الريادي، وان إطار العمل الريادي يتضمن مجموعة من الأنشطة تتمثل في تحديد الأهداف وتحديد الفرص وتحديد الوقت المطلوب المصاحب لعملية إطلاق الاستراتيجيات للإستفادة من الفرص الريادية، وتعمل الشركات التي تتبع الاستراتيجية الهجومية prospector التي تركز على عمليات التقييم واستخدام الفرص الريادية كي تتمكن من العمل بشكل أسرع، أما الشركات التي تستخدم الاستراتيجيات الدفاعية فهي تهتم بشكل أكبر بالتوقيت الدقيق للاستفادة من الفرص الريادية، وهكذا الاستخدام الهجومي للفرص الريادية يصبح المتحرك الأول في السوق وبالمقابل يحاول النوع الاندفاعي أن يطابق إمكاناته المادية أو قابلياته المميزة مع الفرص الريادية ليكون هو المتحرك الثاني، وهو بطبيعة الحال سيكون الثاني في دخول السوق بعد نشاط المتحرك الأول (ماجدة، 2016، الصفحات 04-05).

2. جودة الخدمات:

1.2. **مفهوم جودة الخدمات**: عرفت جودة الخدمة على أنها: "التفوق على توقعات الزبون" (ريتشاردل، 1999، 39) من خلال تقديم خدمة بمستوى أعلى من توقعات الزبون. ويعرفها كل من (Parasuraman et Al) على أنها درجة التباين بين الإدراك والتوقعات نحو الخدمة المقدمة، وهي الفجوة بين توقعات الزبائن وإدراكهم لأداء الخدمة، فكلما كانت الفجوة صغيرة كانت جودة الخدمة ورضا الزبون مرتفع. (Ghada, 2007, 66)، وهي كذلك "تقديم نوعية عالية وبشكل مستمر وبصورة تفوق قدرة المنافسين الآخرين" (خضير، 2002، 215). وجودة الخدمة هي محصلة التفاعل بين البعد الإجرائي (النظم والإجراءات المحددة لتقديم الخدمات) والبعد الشخصي (طرق التفاعل

والتعامل مع الزبون عند تقديم الخدمة من قبل مقدمي الخدمات، وما يستخدمونه من سلوكيات ومواقف ومهارات لفظية)، مما يستوجب ضرورة الاهتمام بهذين الجانبين في تقديم الخدمة (رقاد، 2014، 15).

من خلال التعاريف السابقة فان جودة الخدمات هي ذلك المستوى من النوعية المقدم للزبون والذي يلي حاجته ورغباته، ويتطابق مع توقعاته أو يتفوق عليها، ويكون بشكل مستمر ومع الأخذ بعين الاعتبار التفوق على المنافسين الآخرين. لهذا على الشركات الخدمية أن تأخذ بعين الاعتبار توقعات الزبائن قبل تقديم خدماتها، حيث أن هذا الأخير هو الذي يحدد جودة الخدمة، من خلال مقارنة توقعاته لجودة الخدمات المقدمة مع ما يتحصل عليه فعليا من هذه جودة.

2.2. أبعاد جودة الخدمات: يعد تصنيف Parasuraman, Zeithaml et Berry (سنة 1985 وسنة 1988)

من بين الإسهامات التي اتفق عليها أغلب الباحثين في مجال جودة الخدمات، وتمثل أبعادها في: (Anber abraheem, 2011, 62)

-الاعتمادية (Reliability): والتي تتمثل في القدرة على تقديم الخدمة المطلوبة بالضبط وفق المواصفات معينة، بمعنى درجة اعتماد الزبون على قابلية مقدمي الخدمة في تقديم الخدمة المميزة؛

-الملموسية أو الجانب المادي (Tangibles): تشمل التسهيلات المادية، والمعدات والديكورات، والمظهر الخارجي واللائق للعاملين؛

-الاستجابة (Responsiveness): أي الرغبة لدى العاملين لخدمة الزبائن بشكل سريع صحيح ودقيق؛

-التعاطف (Empathy): فهم حاجات الزبائن الشخصية، ومعاملتهم بلطف، والاهتمام بهم بشكل فردي أو شخصي، والنظر إليهم كأهم أصدقاء مقربون؛

-الضمان (Assurance): تتمثل في مشاعر الثقة والأمان في التعامل مع الشركة، وهذا يعكس خبرة ومعرفة وقدرة العاملين على زرع الثقة في أنفسهم بالموازاة مع زرع الثقة في الزبائن كذلك ما يؤدي إلى إحساسهم بالأمان على أنفسهم أو على ممتلكاتهم.

3. أثر التفكير الريادي في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبون من طرف شركة موبيليس:

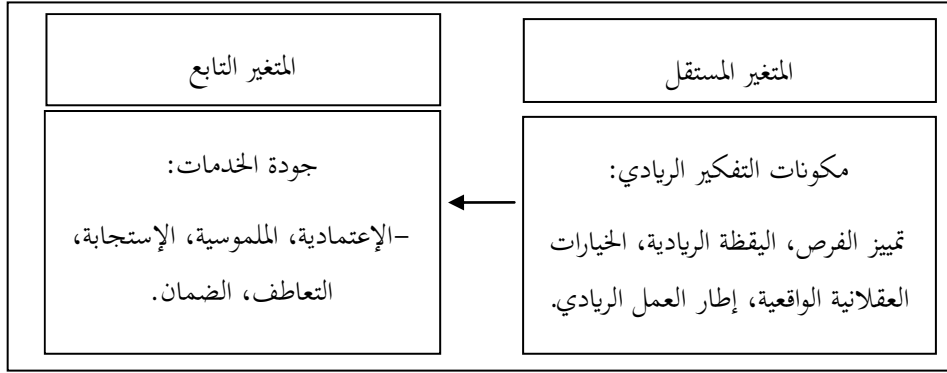
أ. وصف منهجية البحث: إستخدم الباحثان المنهج الوصفي والتحليلي وهو أسلوب يعتمد على دراسة الظاهرة

كما هي في الواقع ويهتم بوصفها وصفا دقيقا ويعبر عنها تعبيرا كيفيا وكيميا. ويتكون مجتمع الدراسة من جميع

موظفي ومسؤولي المديرية الجهوية لشركة موبيليس بشار، وتم أخذ عينة قصدية 57 موظف تم استرجاع 49

فقط، وتمت الدراسة من تاريخ 2018/01/07 إلى 2019/03/01، ولقد كان النموذج كالتالي:

الشكل 01: "نموذج البحث"



المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على الأدبيات النظرية

ومن خلال الاعتماد على الاستبيان كأداة لجمع البيانات والمعلومات، تم تحليل البيانات باستخدام برنامج SPSS وبرنامج Smart PLS والذي يتلاءم مع منهجية الأندثار الجزئي للمعادلات الهيكلية (PLS) من الدرجة الثانية والجدول التالي يوضح مصادر إعداد فقرات الاستبيان:

جدول رقم 01: "قياس متغيرات الدراسة"

| متغير التفكير الريادي | متغير جودة الخدمات |
|--|--|
| (ألفن، 2012) من الفقرة 1 إلى الفقرة (رقاد، 2014) الفقرات 2.3.5.7.13.14.14.22 | |
| 20 | (أمين، 2017) الفقرات 1.4.6.8.9.10.11.12.16.18.19.20.21 |

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على الدراسات السابقة

ويتكون الاستبيان من ثلاثة أقسام:

- القسم الأول: يتكون من أسئلة تتعلق بالبيانات الشخصية لأفراد عينة الدراسة (الجنس، العمر، المستوى الدراسي، سنوات الخبرة، المنصب الإداري).
 - القسم الثاني: فيمثل متغير التفكير الريادي ويتكون من أربعة محاور (الفرص الريادية، اليقظة الريادية، الخيارات المنطقية الواقعية، إطار العمل الريادي).
 - القسم الثالث يمثل متغير جودة الخدمات ويتكون من خمسة محاور (الجوانب المادية الملموسية، والاعتمادية والاستجابة، والتعاطف، والضمان).
- وتم استخدام مقياس ليكارت (Likert) الخماسي والمتدرج توافقا مع الدراسات السابقة، والذي يعتبر من المقاييس الأكثر شيوعا حيث يطلب فيه من المستجوب أن يحدد درجة موافقته أو عدم موافقته على الخيارات المحددة.

جدول رقم 02: "مقياس الاجابات"

| التصنيف | لا أتفق بشدة | لا أتفق | غير متأكد | موافق | موافق |
|---------|--------------|-----------|------------|-----------|--------------|
| الدرجة |] 1,8 -1] |] 2,6-1,8 |] 3,4 -2,6 |] 4,2-3,4 |] 5 - 4, 2] |

المصدر: عز حسين عبد الفتاح، مقدمة في الاحصاء الوصفي والاستدلالي، خوارزمية العلمية للنشر والتوزيع، جدة، السعودية، 2007، الطبعة الأولى، ص 540.

ب. تحليل خصائص العينة:

جدول رقم 03: "يبين نتائج توزيع عينة الدراسة حسب البيانات الشخصية"

| المتغير | الخيار | لتكرار | النسبة |
|----------------|--------------------|--------|--------|
| الجنس | ذكر | 35 | %71.4 |
| | أنثى | 14 | %28.6 |
| السن | اقل من 35 | 11 | %22.4 |
| | من 35 إلى 45 | 32 | %65.3 |
| | من 45 فما فوق | 6 | %12.2 |
| لمستوى الدراسي | مهني | 1 | %2 |
| | ثانوي | 7 | %14.3 |
| | جامعي | 34 | %69.4 |
| | دراسات عليا | 7 | %14.3 |
| سنوات الخبرة | أقل من 05 سنوات | 3 | %6.1 |
| | من 05 إلى 10 سنوات | 6 | %12.2 |
| | أكثر من 10 سنوات | 40 | %81.6 |
| المنصب الإداري | عامل إداري | 20 | %40.8 |
| | مهندس | 8 | %16.3 |
| | رئيس قسم | 16 | %32.7 |
| | مدير فرعي | 4 | %8.2 |
| | مدير | 1 | %2 |
| | المجموع | 49 | %100 |

يبين الجدول أعلاه أن نسبة الذكور تمثل النسبة الأعلى، كما أن أكبر فئة من ناحية العمر هي الفئة التي تتراوح ما بين 35 و45 سنة، ما يبين أن الطاقم الإداري لشركة موبيليس هو طاقم تغلب عليه فئة الشباب، أما من حيث الخبرة فإن أغلب الموظفين لهم خبرة أكبر من 10 سنوات هذا ما يدل على وجود رصيد معرفي ومهني للشركة يجب الاستفادة منه، ومن ناحية المستوى الدراسي فإن أغلبية الموظفين لهم مستوى جامعي وهذا يشير إلى تركيز شركة موبيليس على استقطاب حملة الشهادات الجامعية لضمان الحد الأدنى من المعرفة اللازمة للقيام بالمهام.

ج. صدق وثبات ثبات الإستبانة: يقصد بثبات الإستبانة أن تعطي هذه الإستبانة نفس النتيجة لو تم إعادة توزيع الإستبانة أكثر من مرة تحت نفس الظروف والشروط، أو بعبارة أخرى أن ثبات الإستبانة يعني الاستقرار في نتائج الإستبانة وعدم تغييرها بشكل كبير فيما لو تم إعادة توزيعها على أفراد العينة عدة مرات خلال فترات زمنية معينة وقد تحقق الباحثان من ثبات إستبانة الدراسة من خلال استخدام معامل ألفا كرونباخ.

جدول رقم 04: "معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات الإستبانة"

| البيان | مجموع العبارات | ألفا كرونباخ |
|---------------|----------------|--------------|
| مجموع الفقرات | 47 | 0.973 |

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على برنامج Spss24

د. دراسة اتجاه آراء المستجوبين:

جدول رقم 05: "اتجاه آراء المستجوبين"

| المتغيرات | أبعاد المتغيرات | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | درجة الموافقة |
|-----------------|----------------------------|-----------------|-------------------|---------------|
| التفكير الريادي | الفرص الريادية | 3.43 | 0,80800 | موافق |
| | اليقظة الريادية | 3.50 | 0,76600 | موافق |
| | الخيارات المنطقية الواقعية | 3.49 | 0,72974 | موافق |
| | اطار العمل الريادي | 3.55 | 0,78844 | موافق |
| | المجموع | 3.4974 | 0.71679 | موافق |
| جودة الخدمات | الجوانب المادية | 3.68 | 0,97063 | موافق |
| | الاعتمادية | 3.30 | 1,00165 | غير متأكد |
| | الاستجابة | 3.19 | 0,98836 | غير متأكد |

| | | | |
|-----------|----------------|---------------|---------|
| غير متأكد | 0,92632 | 3.38 | التعاطف |
| موافق | 0,78487 | 3.83 | الضمان |
| موافق | 0.85307 | 3.4810 | المجموع |

المصدر: من إعداد الباحثين اعتماداً على برنامج Sps24

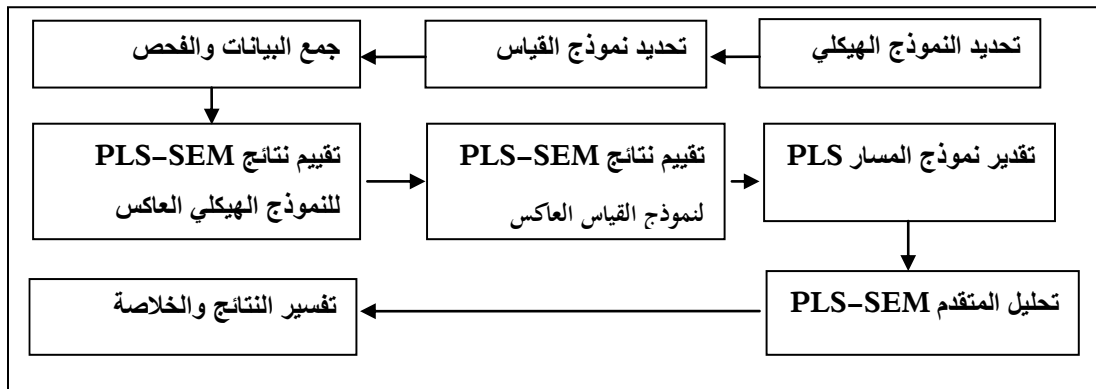
يتضح من خلال نتائج الجدول أعلاه أن اتجاه معظم إجابات المستجوبين كانت باتجاه موافق وفقاً لمقياس ليكرت الخماسي، وعليه فإن شركة موبيليس بولاية بشار تطبق أبعاد التفكير الريادي وجودة الخدمات بدرجة مقبولة، لكن نتائج قيمة الانحراف المعياري تجاوزت 0.8، وهذا يدل على أن اتجاه رأي المستجوبين غير متجانسة، ومتوسطات اتجاه إجابة المستجوبين ناقصة وغير محددة، وقيمة انحرافه المعياري لإتجاه رأي المستجوبين للأبعاد التالية: تمييز الفرص الريادية (0.808)، الجوانب المادية (0.970) والإستجابة (0.988)، التعاطف (0.926)، ومنه فإن أغلب الأبعاد تجاوزت قيمة الانحراف المعياري لاتجاه رأي المستجوبين فيها 0.8، وهذا يعني أن مقاييس الإحصاء الوصفي غير قادرة على وصف اتجاهات المستجوبين حول مدى تطبيق بعض أبعاد المتغيرات المدروسة، مما يجعلنا نفكر في أدوات إحصائية أكثر تفسيراً، ووقع اختيارنا على استخدام المعادلات الهيكلية نتيجة طبيعة المتغيرات الكامنة المختارة للدراسة، وللإجابة على إشكالية البحث نلجأ إلى تحليل أكثر دقة وعمق من خلال التحليل الاستكشافي والتوكيدي معاً (تحليل PLS).

1.3. تحليل ودراسة النتائج: يوجد عدة أدوات إحصائية من أجل تحليل المعلومات المتوصل إليها، حيث تعتبر

طريقة المعادلات الهيكلية من أنسب وأحسن الطرق في معالجة هذا النوع من العلاقات.

وتتمثل خطوات تطبيق منهجية النمذجة بالمعادلات البنائية PLS-SEM: (Hair, et al., 2016, 53)

الشكل رقم 02: "خطوات تطبيق منهجية PLS-SEM"

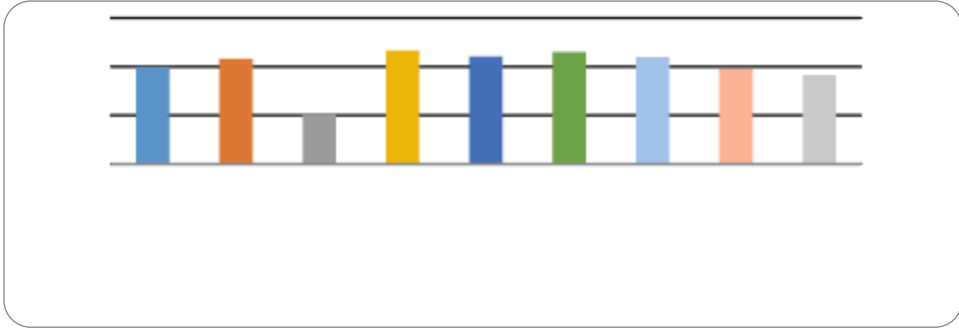


المصدر: (Hair, et al., 2016, 53)

1.1.3. تقييم نموذج القياس Assessment of Measurements Model: يتم تقييم جودة النموذج في برنامج Smart PLS من خلال تقارب وتوافق عناصره وذلك اختبارين: الأول صحة التقارب (Convergent Validity) والثاني الصدق التمييزي (Discreminate Validity).

أ. صحة التقارب (Convergent Validity): صدق التقارب هو مدى تقارب وتوافق الأسئلة من بعضها البعض، واستناد إلى Hair et al سنة 2010 (غوئي، 2018، 91) فمعايير تقييم الصدق التقاربي هي: الموثوقية المركبة (CR)، متوسط التباين المستخرج (AVE)، معامل التحميل (Factor Loading). قبل التأكد من صدق التقارب نختبر موثوقية الاتساق الداخلي بالمعيار التقليدي ألفا كرونباخ، ومعيار Rho De Joreskog الذي هو أكبر دقة من الفا كرونباخ .

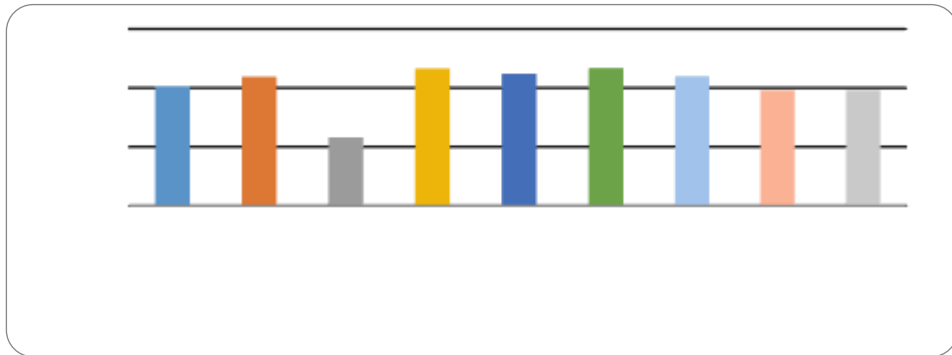
الشكل 03: "قيم ألفا كرونباخ للمتغيرات (Cronbachs Alpha)"



المصدر: من اعداد الباحثين باستخدام برنامج Excel.

من خلال الشكل أعلاه، نلاحظ أن جل معاملات ألفا كرونباخ معنوية ومقبولة من الناحية الإحصائية لأن قيمها أكبر من 0,70 وهذا ما يتطابق مع مؤشر الموثوقية المركبة.

الشكل 04: "معامل Rho De Joreskog"



المصدر: من اعداد الباحثين باستخدام برنامج Excel

ونستخدم معيار Rho De Joreskog وهو أكثر دقة من معامل ألفا كرونباخ، لأنه يدمج في عملية حسابه الأخطاء حسب Rousset et al, 2012، والشكل (4) يبين معاملات Rho De Joreskog للمتغيرات الكامنة: والتي كلها معنوية ومقبولة من الناحية الإحصائية لأنها أكبر من 0,70 حسب Fornell&Lacker 1981 (غوثنى، 2018، 76).

الجدول رقم 6 : "صحة التقارب"

| المحور | الأسئلة | تحميل/Loadings المؤشرات | متوسطات/AVE التباينات المفسرة | الموثوقية المركبة CR |
|-------------------------------|---------|----------------------------|----------------------------------|-------------------------|
| الفرص الريادية | A1 | 0.725 | 0.646 | 0.901 |
| | A2 | 0.845 | | |
| | A3 | 0.814 | | |
| | A4 | 0.841 | | |
| | A5 | 0.788 | | |
| اليقظة الريادية | B6 | 0.751 | 0.646 | 0.916 |
| | B7 | 0.737 | | |
| | B8 | 0.775 | | |
| | B9 | 0.803 | | |
| | B10 | 0.855 | | |
| | B11 | 0.892 | | |
| الخيارات المنطقية الواقعية | C12 | 0.821 | 0.514 | 0.807 |
| | C13 | 0.846 | | |
| | C14 | 0.848 | | |
| | C15 | 0.647 | | |
| | C15 | 0.647 | | |
| إطار العمل الريادي | D16 | 0.854 | 0.737 | 0.933 |
| | D17 | 0.884 | | |
| | D18 | 0.904 | | |
| | D19 | 0.891 | | |
| | D20 | 0.908 | | |
| الجوانب المادية | E1 | 0.772 | 0.702 | 0.921 |
| | E2 | 0.859 | | |
| | E3 | 0.930 | | |
| | E4 | 0.888 | | |
| | E5 | 0.906 | | |
| الاعتمادية | F6 | 0.924 | 0.771 | 0.931 |
| | F7 | 0.859 | | |
| | F8 | 0.918 | | |

| | | | | |
|-------|-------|-------|-----|-----------|
| | | 0.933 | F9 | |
| 0.919 | 0.740 | 0.880 | G10 | الاستجابة |
| | | 0.937 | G11 | |
| | | 0.853 | G12 | |
| | | 0.919 | G13 | |
| 0.893 | 0.627 | 0.874 | H14 | التعاطف |
| | | 0.847 | H15 | |
| | | 0.855 | H16 | |
| | | 0.788 | H17 | |
| | | 0.829 | H18 | |
| 0.887 | 0.665 | 0.860 | I19 | الضمان |
| | | 0.897 | I20 | |
| | | 0.754 | I21 | |
| | | 0.926 | I22 | |

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات Smart PLS3.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن جميع معاملات قيم تحميل المؤشرات (الأسئلة) على عواملها (الأبعاد) تفوق 0,70 و كذلك كل متوسطات التباينات المفسرة تفوق 0,50 وأن كل قيم الموثوقية المركبة تفوق 0,50 ومنه نستنتج صدق تقارب نموذج القياس.

ب. الصدق التمييزي (Discreminate Validity):

- تداخل الأبعاد مع بعضها البعض (Variable Correlation-R2 of AVE): نقيس اختلاف الأبعاد، ويجب أن تكون قيمة العلاقة بين البعد ونفسه أكبر من قيمة العلاقة مع بعد آخر، ولكي نقول أن الأبعاد مستقلة حسب معيار فورنال لاركر (Fornell-Larcker Criterion).

الجدول رقم 7: "معيار فورنال لاركر (Fornell-Larcker Criterion)"

| الريادة | الملموسية | الفرصة الريادية | الضمان | الخيارات المنطقية الواقعية | التعاطف | الاعتمادية | الاستجابة | إطار العمل الريادي |
|-------------------------------|-----------|--------------------|--------|----------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------------------|
| إطار العمل الريادي | | | | | | | | 0.888 |
| الاستجابة | | | | | | | 0.898 | 0.688 |
| الاعتمادية | | | | | | 0.909 | 0.869 | 0.633 |
| التعاطف | | | | | 0.839 | 0.864 | 0.737 | 0.619 |
| الخيارات المنطقية الواقعية | | | | | 0.795 | 0.635 | 0.726 | 0.783 |
| الضمان | | | | | 0.601 | 0.758 | 0.787 | 0.581 |
| الفرصة الريادية | | | | | 0.850 | 0.643 | 0.687 | 0.831 |
| الملموسية | | | | | 0.466 | 0.770 | 0.751 | 0.475 |
| اليقظة الريادية | | | | | 0.747 | 0.635 | 0.639 | 0.785 |
| | | | | | 0.491 | 0.872 | 0.529 | 0.839 |

يلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن الجذر التربيعي لمتوسط التباين المفسر (AVE) والذي يمثل القيم التي تربط كل متغير كامن بنفسه هي أكبر من قيمة الارتباط مع المتغيرات الأخرى وبالتالي تؤكد صدق تمايز أبعاد نموذج القياس.

- التباين بين الأسئلة (Cross Loadings): نتحقق بأن الأسئلة التي تقيس متغير كامن لا تقيس متغير كامن آخر، وذلك بأن تكون قيمة العلاقة بين السؤال ومتغيره الكامن أكبر من علاقته مع متغير كامن آخر، وبالتالي نقول أن الأسئلة مستقلة.

الجدول رقم 8: "معاملات الموثوقية (Cross Loadings)"

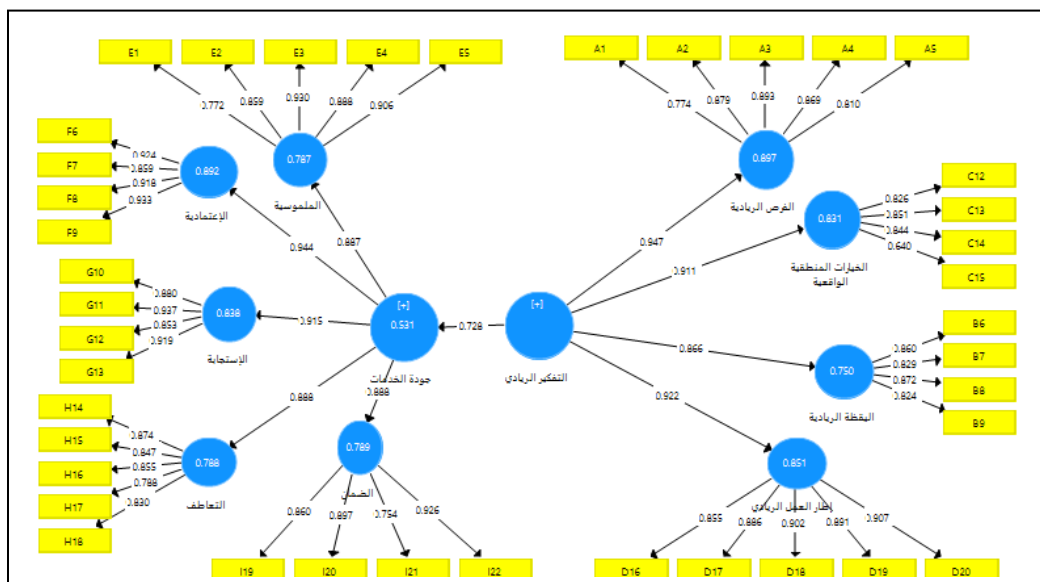
| الريادة | الملموسية | الفرص الريادية | الضمان | الخيارات المنطقية الواقعية | التعاطف | الاعتمادية | الاستجابة | إطار العمل الريادي |
|---------|-----------|-------------------|--------|----------------------------------|---------|------------|-----------|--------------------------|
| A1 | 0.363 | 0.774 | 0.496 | 0.646 | 0.462 | 0.432 | 0.520 | 0.689 |
| A2 | 0.493 | 0.878 | 0.591 | 0.769 | 0.566 | 0.571 | 0.601 | 0.709 |
| A3 | 0.322 | 0.895 | 0.336 | 0.659 | 0.407 | 0.509 | 0.511 | 0.721 |
| A4 | 0.371 | 0.870 | 0.367 | 0.757 | 0.484 | 0.556 | 0.538 | 0.684 |
| A5 | 0.447 | 0.808 | 0.532 | 0.758 | 0.508 | 0.646 | 0.739 | 0.715 |
| B10 | 0.675 | 0.822 | 0.546 | 0.700 | 0.615 | 0.699 | 0.695 | 0.664 |
| B11 | 0.593 | 0.830 | 0.510 | 0.711 | 0.574 | 0.638 | 0.626 | 0.723 |

| | | | | | | | | | |
|-----|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| B6 | 0.640 | 0.435 | 0.404 | 0.434 | 0.541 | 0.257 | 0.661 | 0.220 | 0.810 |
| B7 | 0.635 | 0.480 | 0.458 | 0.436 | 0.512 | 0.317 | 0.624 | 0.424 | 0.820 |
| B8 | 0.625 | 0.368 | 0.420 | 0.380 | 0.640 | 0.323 | 0.673 | 0.258 | 0.825 |
| B9 | 0.657 | 0.583 | 0.541 | 0.520 | 0.636 | 0.484 | 0.753 | 0.443 | 0.809 |
| C12 | 0.640 | 0.624 | 0.492 | 0.493 | 0.821 | 0.456 | 0.677 | 0.324 | 0.505 |
| C13 | 0.604 | 0.629 | 0.551 | 0.508 | 0.846 | 0.500 | 0.703 | 0.425 | 0.554 |
| C14 | 0.718 | 0.615 | 0.544 | 0.486 | 0.848 | 0.526 | 0.738 | 0.420 | 0.751 |
| C15 | 0.507 | 0.420 | 0.420 | 0.366 | 0.647 | 0.421 | 0.567 | 0.298 | 0.541 |
| D16 | 0.854 | 0.599 | 0.536 | 0.534 | 0.742 | 0.503 | 0.722 | 0.364 | 0.657 |
| D17 | 0.884 | 0.697 | 0.694 | 0.671 | 0.756 | 0.690 | 0.747 | 0.571 | 0.699 |
| D18 | 0.904 | 0.533 | 0.483 | 0.491 | 0.637 | 0.429 | 0.741 | 0.392 | 0.756 |
| D19 | 0.891 | 0.625 | 0.598 | 0.540 | 0.670 | 0.482 | 0.748 | 0.459 | 0.682 |
| D20 | 0.908 | 0.583 | 0.498 | 0.512 | 0.675 | 0.473 | 0.731 | 0.319 | 0.690 |
| E1 | 0.355 | 0.652 | 0.647 | 0.564 | 0.403 | 0.709 | 0.301 | 0.772 | 0.331 |
| E2 | 0.287 | 0.538 | 0.621 | 0.485 | 0.266 | 0.597 | 0.348 | 0.859 | 0.469 |
| E3 | 0.366 | 0.671 | 0.677 | 0.623 | 0.380 | 0.696 | 0.396 | 0.930 | 0.433 |
| E4 | 0.533 | 0.719 | 0.741 | 0.699 | 0.476 | 0.705 | 0.522 | 0.888 | 0.544 |
| E5 | 0.504 | 0.681 | 0.664 | 0.616 | 0.487 | 0.718 | 0.475 | 0.906 | 0.518 |
| F6 | 0.574 | 0.775 | 0.924 | 0.841 | 0.574 | 0.675 | 0.592 | 0.747 | 0.583 |
| F7 | 0.586 | 0.720 | 0.859 | 0.725 | 0.588 | 0.628 | 0.590 | 0.512 | 0.527 |
| F8 | 0.607 | 0.851 | 0.918 | 0.803 | 0.583 | 0.723 | 0.630 | 0.798 | 0.625 |
| F9 | 0.536 | 0.806 | 0.933 | 0.769 | 0.567 | 0.725 | 0.529 | 0.719 | 0.569 |
| G10 | 0.635 | 0.880 | 0.736 | 0.663 | 0.664 | 0.712 | 0.632 | 0.632 | 0.564 |
| G11 | 0.645 | 0.937 | 0.796 | 0.631 | 0.681 | 0.760 | 0.661 | 0.656 | 0.569 |
| G12 | 0.538 | 0.853 | 0.774 | 0.719 | 0.594 | 0.692 | 0.591 | 0.774 | 0.561 |
| G13 | 0.655 | 0.919 | 0.812 | 0.629 | 0.669 | 0.659 | 0.581 | 0.631 | 0.601 |
| H14 | 0.494 | 0.617 | 0.742 | 0.874 | 0.550 | 0.564 | 0.553 | 0.575 | 0.599 |
| H15 | 0.482 | 0.544 | 0.689 | 0.847 | 0.451 | 0.459 | 0.459 | 0.521 | 0.506 |
| H16 | 0.511 | 0.611 | 0.743 | 0.855 | 0.469 | 0.516 | 0.469 | 0.420 | 0.474 |
| H17 | 0.496 | 0.609 | 0.688 | 0.788 | 0.421 | 0.694 | 0.428 | 0.719 | 0.434 |
| H18 | 0.602 | 0.694 | 0.756 | 0.829 | 0.526 | 0.735 | 0.495 | 0.630 | 0.473 |
| I19 | 0.435 | 0.660 | 0.600 | 0.592 | 0.440 | 0.860 | 0.446 | 0.741 | 0.396 |
| I20 | 0.632 | 0.728 | 0.716 | 0.696 | 0.622 | 0.897 | 0.592 | 0.674 | 0.526 |
| I21 | 0.456 | 0.531 | 0.551 | 0.504 | 0.478 | 0.754 | 0.374 | 0.542 | 0.332 |
| I22 | 0.475 | 0.769 | 0.731 | 0.659 | 0.528 | 0.926 | 0.460 | 0.742 | 0.426 |

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات Smart PLS3.

يلاحظ من خلال الجدول أن أغلب معاملات الموثوقية للأسئلة المتعلقة بمحورها أعلى من ارتباطها بباقي المحاور وهذا يدل على صدق تمايز نموذج القياس، إلا في حالة الاسئلة المتعلقة بمحور الفرص الريادية نجد الاسئلة (B10 و B11) أكبر من الاسئلة الأخرى وفي هذه الحالة هذه الاسئلة يتم إلغاؤها.

الشكل 05: "النموذج النهائي للدراسة"



المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات Smart PLS3.

2.1.3. تقييم النموذج البنائي (Assessment of Structural Model)

أ. المسارات واختبار الفرضيات: يتم الحصول على تقديرات للعلاقات للنموذج الهيكلي (معاملات المسار)، والتي تمثل العلاقات المفترضة بين البناءات. وتكون العلاقة معنوية وذات دلالة إحصائية عندما تكون نسبة الخطأ (P-value) أقل من (Hair, et al., 2016, 206) 5 %.

الجدول رقم 9: "معاملات المسار لفرضيات النموذج (Path Coefficient)"

| فرضيات النموذج | العلاقة | Std Beta | Std Erreur | قيمة T | قيمة P | القرار |
|----------------|--------------------------------|----------|------------|--------|--------|-------------------|
| H1 | التفكير الريادي ← جودة الخدمات | 0.728 | 0.075 | 9.719 | 0.000 | علاقة موجبة وقوية |

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات Smart PLS3.

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن فرضية وجود أثر للتفكير الريادي على جودة الخدمات مقبولة لأن قيمة P أقل من 5%.

ب- معامل التحديد R-square: المقياس الأكثر شيوعاً لتقييم النموذج الهيكلي هو معامل التحديد قيمة (R²) ويمثل هذا المعامل مقياس للقوة التنبؤية للنموذج ويحسب على أنه الترابط بين القيم الفعلية والتنبؤية الخاصة بالبناء الداخلي (غوثنى، 2018، 89).

الجدول رقم 10: "معامل التحديد (Coefficient of determination)"

| المحاور | R ² | النتيجة |
|--------------------|----------------|---------|
| تحسين جودة الخدمات | 0.531 | متوسطة |

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات Smart PLS3.

من خلال الجدول نلاحظ أن قدرة متغير التفكير الريادي في تفسير جودة الخدمات في شركة موبيليس متوسطة حيث أنها محصورة بين 0,33 و 0,67، حيث أن التفكير الريادي يفسر مامقداره 53.1% من تحسين جودة الخدمة وهذا ما يدل على جودة النموذج.

ج- جودة التنبؤ Q²: وهو يمثل هذا المقياس مؤشر على القدرة التنبؤية خارج نموذج العينة أو أهميتها التنبؤية (غوثنى، 2018، 94)

الجدول رقم 11: "قدرة النموذج على التنبؤ (Predictive Relevance Q²)"

| المحاور | Q ² | النتيجة |
|--------------------|----------------|---------|
| تحسين جودة الخدمات | 0.521 | مقبولة |

المصدر: مخرجات Smart PLS.

من خلال الجدول نلاحظ أن النموذج ذو قدرة على التنبؤ حيث Q²= 0,521 فهي قيمة مقبولة لكونها أكبر من 0.

د- جودة المطابقة (قدرة تلاؤم النموذج) (Goodness of Fit): يعمل GOF على قياس مدى إمكانية

الاعتماد على نموذج الدراسة، أي يبين الأداء العام للنموذج (Hair, et al., 2016, 309)

وتحسب هذه القيمة بالعلاقة التالية:

$$GOF = \sqrt{R^2 * AVE}$$

GOF

$$= \sqrt{0,8247 * ((0.646 + 0.646 + 0.514 + 0.737 + 0.702 + 0.771 + 0.740 + 0.627 + 0.665)/9)}$$

$$GOF = 0,744$$

نلاحظ من خلال المعادلة ان قيمة GOF تقدر ب 0.744 أي أن النموذج ملائم جدا للدراسة لأن القيمة تفوق 0,36.

الخلاصة:

يعتبر التفكير الريادي ضروري للشركات التي تقدم خدمات الهاتف النقال بالجزائر، وهذا في ظل ارتفاع حالات عدم التأكد وما تشهده الساحة الاقتصادية من تطورات متسارعة، سواءاً من ناحية التغير في حاجات ورغبات الزبائن ومن ناحية التطور التكنولوجي واشتداد المنافسة في هذا المجال، ويعتبر ضروري كذلك لما يوفره للشركة من قدرة على اكتشاف واستغلال الفرص بشكل استباقي وإبداعي وبتحمل المخاطرة، ونتيجة لتبني هذا المفهوم تستطيع الشركات تلبية حاجات ورغبات الزبائن من خلال تقديم خدمات ذات جودة عالية.

إن تحليل أثر استخدام التفكير الريادي على تحسين جودة الخدمات المقدمة على مستوى المديرية الجهوية بشار لشركة موبيليس، أثبتت فعالية التفكير الريادي في تحسين جودة الخدمات، مما يوفر رؤية مفادها أن استخدام التفكير الريادي والتشجيع عليه يؤدي إلى تحسين جودة الخدمات، وقد أكدت النتائج على:

- إدراك وممارسة التفكير الريادي من خلال مكوناته وهذا ما يتفق مع أغلب الدراسات السابقة.
- تقديم شركة موبيليس خدمات ذات جودة عالية من خلال أبعادها الخمسة والمتمثلة في الاعتمادية والملموسية والاستجابة والتعاطف والأمان.
- التفكير الريادي له آثار مباشرة قوية ومعنوية في تحسين جودة الخدمات في شركة موبيليس وهذا ما يختلف عن باقي نتائج الدراسات السابقة التي بينت عدم اهتمام إدارات مختلف الشركات بدور التفكير الريادي في تحسين جودة الخدمات.

واستناداً لما تقدم من استنتاجات نستطيع تقديم توصيات بأهمية تعزيز مفهوم التفكير الريادي داخل شركة موبيليس من خلال غرس الثقافة الريادية بين الأفراد، والعمل على توفير بيئة مناسبة لحث العاملين على الإبداع والأخذ بأفكارهم وتنفيذها لما لها من دور في تحسن جودة الخدمات وبالتالي بقاء الشركة وإستمرارها.

قائمة المراجع:

- أحمد حسن إدريس. (2014). دور التفكير الريادي في تحقيق الميزة التنافسية. 18 (3)، الصفحات 113-130.
- ازمو رشيدي. (2011). قرار شراء المنتج الجديد بيت تأثير الاعلان والعلامة التجارية دراسة حالة. رسالة ماجستير. كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة ابي بكر بلقايد تلمسان.
- تيغزة محمد بوزيان. (2012). التحليل العملي الاستكشافي والتوكيدي. عمان، الاردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- حاج نعاس كوثر. (2017). دراسة تأثير استراتيجيات بناء الصورة الذهنية للعلامة التجارية على الصورة المدركة لها لدى المستهلك. أطروحة دكتوراه. كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف.
- خضير كاظم حمود. (2002). إدارة الجودة وخدمة العملاء.
- دهش جلاب احسان. (2013). دور التوجه الاستراتيجي للمنظمات التعليمية في اليقظة الريادية. 15 (03)، 51.
- رشام كهينة ، و أحمد جميل. (2017). التمكين الإداري كمدخل حديث لتحقيق جودة الخدمة في منظمات الأعمال. 3 (1)، الصفحات 67-94.
- رقاد صليحة. (2014). تطبيق نظام ضمان الجودة في مؤسسات التعليم العالي الجزائرية: أفاقه ومعوقاته. سطيف، الجزائر: جامعة سطيف.
- ريتشاردل ويليامز. (1999). أساسيات إدارة الجودة الشاملة (الإصدار الطبعة الاولى). (مكتبة جرير، المحرر) مكتبة جرير.
- الزعبي علي فلاح مفلح. (2016). ريادة الاعمال، صناعة القرن الحادي والعشرين (الإصدار الطبعة الاولى). الامارات، الامارات: دار الكتاب الجامعي.
- شندي يوسف أحمد، و نجم عبدالله الحميدي. (2017). تأثير العلامة التجارية في دراسة ميدانية اتخاذ قرار الشراء. مجلة جامعة البعث، 39 (2)، 91.
- عبادة محمد. (2014). تطوير صورة العلامة التجارية أداة من أدوات تحقيق الميزة التنافسية. رسالة ماجستير. كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرياح ورقلة.
- عبد الامير جاسم أرشد. (2018). دور الريادة والتفكير الريادي في تعزيز جودة الخدمة المصرفية .

- عبد الرحمان ادريس ثابت. (1996). قياس جودة الخدمة باستخدام مقياس الفجوة بين الادراكات والتوقعات: دراسة منهجية بالتطبيق على الهدمة الصحية بدولة الكويت (المجلد الرابع). الكويت: مجلس النشر العلمي.
- عبدالرحمان فتحي سلطان، وعبدالله مخلف المختار جمال. (2014). دور متطلبات الريادة الاستراتيجية في تعزيز المزايا التنافسية للمدارس الاهلية. الصفحات 102-119.
- عبدالعليم تواتي. (2017). دور جودة خدمات موبيليس في تحقيق ولاء الزبون. (17)، الصفحات 393-403.
- غوتي، محمد. (2018). أثر ممارسة ادارة الجودة الشاملة على الأداء التنظيمي. تلمسان، الجزائر: جامعة أبو بكر بالقايد.
- مجاهدي فاتح. (2011). دراسة تأثير الاتجاهات نحو بلد منشأ المنتج وعلامته التجارية على تقييم المستهلك للمنتجات المحلية والاجنبية. أطروحة دكتوراه . كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3.
- محسن عبد الرحمان ماجدة. (2016). دور التفكير الريادي في تصميم المنتج. 06 (01)، 04.
- محمد امنة ابو النجاء. (2017). اثر التسويق الفيروسي في ادراك المستهلك لابعاد قيمة العلامة التجارية. المجلة المصرية للدراسات التجارية، 41 (2)، 45.
- معلا ناجي. (2012). إدارة علامات الشهرة. عمان، الاردن: دار زمزم للنشر والتوزيع.
- ناظر الداود ألفن. (ديسمبر، 2012). أثر مكونات التفكير الريادي في القدرات التسويقية. المؤتمر العلمي الخامس لكلية الادارة والاقتصاد (الريادة وذكاء الاعمال قي المنظمات العراقية).
- نعيم موسى علي أمين. (2017). أثر عمليات ادارة المعرفة في تحسين مستوى جودة الخدمات المقدمة في وزارة الداخلية والأمن الوطني. مصر: جامعة الاقصى.
- يوسف طابع اماني نبيل. (2015). العلامة التجارية واثرها على رضا المستهلكين. رسالة ماجستير . كلية الدراسات العليا، جامعة الزرقاء الاردن.
- Anber abraheem, S. M. (2011). Service Quality Perspectives and Customer Satisfact. (14).
- Azize, s., cemal, z., & Hakan, K. (2011). The effects of brand experiences, trust and satisfaction on building brand loyalty: an empirical research on global brand. *Elsvier procedia social and behavioral sciences*, 24.
- Christopher C, W. (2004). *ENTREPRENEURIAL MINDSET IN DEPARTMENT OF DEFENSE (DoD) Organizations: Antecedents and Outcomes*. Ohio, USA: Air Force Institute of Technology.

- Dhliwayo, S., & Van, V. J. (2007). The strategic entrepreneurial thinking imperative. *07*.
- Ghada, A.-A. M. (2007). Service Quality Of Travel Agents: The Viewpoint of Tourists in Egypt. *International Multidisciplinary*, 2 (1).
- Hair, J, F. J., Hult, G, T. M., Ringle, c, et al. (2016). A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) 2nd Ed.
- Ireland, R. D., Michael, A. H., & Sirmon, D. G. (2003). A Model of Strategic Entrepreneurship: The Construct and its Dimensions. *Journal of Management*, Vol. 29 (6,).
- Ireland, R. D., Robert E, H., & Micheal, H. (2008). The Management of Strategy: Concepts and Cases. *Management & Leadership*.
- Kotler, p., & keller, k. (2009). *Marketing Management*. new jerser: prentice-hall.
- MacMillan, I. C., & McGrath, R. G. (2000). *THE ENTREPRENEURIAL MINDSET: STRATEGIES FOR CONTINUOUSLY CREATING OPPORTUNITY IN AN AGE OF UNCERTAINTY*. Boston, USA: Harvard Business Press,.
- onigbinde Isaac, O., & Odunlami Samuel, a. (2015). The influence of brand image and promotional mix on consumer buying descision. *british journal of marketing studies*, 13 (4).
- Patricia, G., & Michael, K. (2011). Test of consumer- brand relationship model including trust and three consequence. *Elsevier- Procedia Social and Behavioral Sciences* .
- Scheepers, M. (2008, DECEMBRE). Entrepreneurial mindset of information and communication technology firms. *Vol.10(4)*.
- Senges, M. (2007, 09 21). Knowledge entrepreneurship in universities.
- Shepherd, D. A., Holger, P., & J. Michael, H. (2009). Entrepreneurial Spirals : Deviation-Amplifying Loops.
- Tina Godhwani .(2008) .StrategicEntrepreneurship :ThecaseofInfynita Inc., in Pune (India).