Cambridge International

Professional Research Thesis

Titled

THEROLEOFBUSINESS MANAGMANTAND STRATEGIC

PLANNING INACHIEVING COMPETITIVEADVANTAGE

FOR COMPANIES

Researcher

Ebrahim Saeed Ali

Supervisor signature

2025

Research intellectual property rights reserved to Cambridge International College

عنوان الرسالة:

دور إدارة الأعمال والتخطيط الاستراتيجي في تحقيق الميزة التنافسية للشركات

اسم الباحث:

إبراهيم سعيد علي على .

سنة التقديم

.2025

إلى القارئ العزيز ...

أنت الذي جعل للكلمات روحا، وللصفحات نبضا،

أهديك هذا العمل المتواضع،

فكل ما فيه كتبته إليك، ومن أجلك.

المقدمــة:

تواجه الشركات في العصر الحديث بيئة أعمال ديناميكية وسريعة التغير، تتسم بشدة المنافسة وتزايد تطلعات العملاء والتطورات التكنولوجية المتلاحقة. في ظل هذه التحديات، أصبح من الضروري للشركات أن تسعى باستمرار نحو تحقيق ميزة تنافسية تمكنها من البقاء والنمو في الأسواق المحلية والعالمية. وهنا تبرز أهمية إدارة الأعمال بوصفها الأداة الأساسية التي من خلالها تخطط وتنظم وتوجه الموارد لتحقيق أهداف المؤسسة بكفاءة وفعالية.

تلعب إدارة الأعمال والتخطيط الاستراتيجي دورا محوريا في بناء استراتيجيات قادرة على مواجهة المنافسة، من خلال تحسين الأداء، والابتكار في تقديم المنتجات والخدمات، وتطوير الموارد البشرية، وتبنى أساليب إدارية مرنة تستجيب لتغيرات السوق. وتعد الميزة التنافسيه عاملا حاسما في تحديد موقع الشركة في السوق، حيث ترتكز على قدرتها الفريدة التي يصعب على المنافسين تقليدها، مثل جودة المنتج، خدمة العملاء، والتكلفة المنخفضة، أو الابتكار.

وسيتناول البحث ثلاث متغيرات رئيسه:

- **إدارة الأعمال:** والتي تمثل كافة العمليات الإدارية من تخطيط وتنظيم وتوجيه ورقابة، ودورها في دعم الأداء المؤسسي.
- **الميزة التنافسية:** والتي تشمل القدرة على تحقيق التميز في السوق من خلال تقديم قيمة مضافة للعميل لا يمكن للمنافسين الوصل إليها بسهولة.
- **التخطيط الاستراتيجي:** والذي يتكون من كيفية اعداد الأهداف والسياسات والرقابة وتحسين الأداء لتحقيق الأهداف المخطط لتنفيذها.

- يهدف هذا البحث الى استكشاف العلاقة بين كفاءة إدارة الاعمال والتخطيط الاستراتيجي ودرجة تحقيق الميزة التنافسية، وتحليل كيف يمكن للممارسات الإدارية الفعالة والتخطيط الاستراتيجي المتميز أن يؤثروا في تعزيز موقع الشركة في بيئة العمل التنافسية.

مشكلة الدراسة :

في ظل التغيرات المستمرة التي تشهدها بيئة الأعمال، لم تعد الشركات قادرة على الاعتماد فقط على مواردها التقليدية أو امكانياتها السوقية السابقة لضمان الاستمرارية وتحقيق النجاح. بل أصبحت مطالبة بتبني إستراتيجيات إدارية تمكنها من بناء مزايا تنافسية حقيقية مستدامة. وقد لوحظ ان العديد من الشركات، خصوصا في الأسواق النامية، تعانى من تراجع في قدرتها التنافسية نتيجة لضعف في ممارسات إدارة الاعمال، سواء من حيث التخطيط الاستراتيجي، او إدارة الموارد البشرية، أو استخدام التكنولوجيا، أو حتى في هيكلها التنظيمي و أليات اتخاذ القرار.

وقد دفع هذا الواقع إلى التفكير في أهمية تسليط الضوء على العلاقة بين كفاءة إدارة الأعمال وتحقيق الميزة التنافسية، وتحديد أوجه القصور أو الفجوات الإدارية التي قد تعيق الشركات عن التميز في سوقها، فمع ازدياد المنافسة وارتفاع تطلعات العملاء، أصبحت الحاجة ماسة إلى فهم كيف يمكن للإدارة الناجحة أن تتحول من مجرد أداة تنظيمية إلى رافعة إستراتيجية تسهم في تحقيق التفوق السوقي.

ومن هنا جاءت هذه الدراسة لتتناول بالدراسة والتحليل دور إدارة الأعمال في تعزيز الميزة التنافسية للشركات انطلاقا من قناعة بأن الفهم العميق لهذا الدور يقدم إطار مرجعي يساعد المؤسسات في تحسين أدائها وتحقيق أهدافها بكفاءة أعلى.

أهمية الدراسة :

يهدف هذا البحث إلى تسليط الضوء على دور إدارة الأعمال في تحقيق الميزة التنافسية للشركات، من خلال تحليل الإستراتيجيات والممارسات الإدارية التي تسهم في تعزيز قدرة الشركات على التفوق في بيئة أعمال تتسم بالتغير المستمر والمنافسة الحادة. وتتبع أهمية هذا البحث من الحاجة إلى فهم العلاقة المباشرة بين فعالية الإدارة وبين قدرة المؤسسة على التميز في السوق، سواء عبر الابتكار، أو تحسين الجودة، أو خفض التكاليف، وبالتالي يسعى البحث إلى معالجة المشكلة المتمثلة في ضعف استغلال بعض الشركات لإمكانات إدارة الأعمال كوسيلة إستراتيجية لتحقيق التميز وذلك من خلال تقديم إطار تحليلي يوضح كيف يمكن للإدارة أن تكون محركا رئيس للميزة التنافسية، مما يساهم في تعزيز الأداء المؤسسي واستدامته.

أهداف الدراسة :

يسعى هذا البحث إلى تحقيق الأهداف التالية:

1- تحديد المفاهيم الأساسية لإدارة الأعمال والميزة التنافسية.

2- تحليل النظريات الاستراتيجية التي تفسر مصادر الميزة التنافسية.

3- استكشاف الدور المحوري لكل وظيفة من وظائف إدارة الاعمال في تحقيق الميزة التنافسية.

4- تحديد التحديات والفرص التي تواجه الشركة في سعيها لتحقيق الميزة التنافسية.

5- تقديم توصيات عملية للشركات لتعزيز موقعها التنافسي من خلال إدارة الأعمال.

فروض وتساؤلات الدراسة :

أولا تساؤلات البحث:

ينطلق هذا البحث من التساؤل الرئيس التالي:

ما الدور الذي تلعبه إدارة الاعمال في تعزيز وتحقيق الميزة التنافسية للشركات؟

ويتفرع عن هذا التساؤل الرئيس عدد من التساؤلات الفرعية منها:

1- ما هي أبرز وظائف إدارة الاعمال التي تؤثر في تحسين الأداء التنافسي للشركة؟

2- ما المقصود بالميزة التنافسية؟ وما هي أنواعها ومصادرها؟

3- كيف تساهم الإدارة الاستراتيجية والتخطيط في بناء ميزة تنافسية مستدامه؟

4- ما العلاقة بين إدارة الموارد البشرية والقدرة التنافسية للمؤسسة؟

5- ما مدى تأثير الثقافة التنظيمية وأساليب القيادة على تحقيق لميزة التنافسية؟

ثانيا الفروض:

بناء على ما سبق من تساؤلات يفترض البحث الفرضيات التالية:

1- تختلف درجة تأثير أدوات إدارة الاعمال على التنافسية باختلاف طبيعة القطاع وحجم المؤسسة.

2- الإدارة الاستراتيجية المدروسة تسهم في تعزيز موقع الشركة في السوق مقارنة بالمنافسين.

3- إدارة الموارد البشرية ذات الكفاءة تؤثر إيجابيا على الابتكار والأداء التنافسي.

4- هناك دور واضح للثقافة التنظيمية والقيادة الإدارية في دعم التميز والاستدامة.

5- ضعف التطبيق العملي للمفاهيم الإدارية الحديثة يعد من معوقات بناء الميزة التنافسية في بعض الشركات.

منهج الدراسة :

تم استخدام **المنهج التحليلي الوصفي** لمعرفة دور إدارة الأعمال في تحقيق الميزة التنافسية للشركات.

حدود الدراسه :

الحدود المكانية : شركات القطاع الخاص.

الحدود الزمانية : 2021-2025.

خطـة الدراسة :

سوف تنتظم خطة الدراسه على النحو التالى عدة فصول وعدة مباحث ومطالب وخاتمة كما يلى

الفصل الأول: الإطار النظري والمفاهيم العلمية.

المبحث الأول: نشأة علم الإدارة وإدارة الأعمال والادارة علم أم فن أم مهنة.

أولا: نشأة علم الإدارة وإدارة الأعمال.

ثانيا: الإدارة علم أم فن أم مهنة.

المبحث الثاني: تعريف الإدارة وأقسامها وأهميتها.

أولا: تعريف الإدارة وأقسامها.

ثانيا: علاقة الإدارة العامة بإدارة الأعمال وعلاقة الإدارة بالعلوم الأخرى.

ثانيا: أهمية الإدارة.

الفصل الثاني: وظائف إدارة الأعمال.

المبحث الأول: التخطيط والتنظيم.

أولا: التخطيط.

ثانيا: التنظيم.

المبحث الثاني: القيادة والرقابة.

أولا: القيادة.

ثانيا: الرقابة.

الفصل الثالث: الميزة التنافسية

المبحث الأول: تعريف الميزة التنافسية وأهميتها وخصائصها وأنواعها.

أولا: تعريف الميزة التنافسية.

ثانيا: أهمية الميزة التنافسية.

ثالثا: خصائص الميزة التنافسية.

رابعا: أنواع الميزة التنافسية.

المبحث الثاني: مصادر الميزة التنافسية ومحددات التنافس وتحليل المنافسين.

أولا: مصادر الميزة التنافسية.

ثانيا: محددات التنافس.

ثالثا: تحليل المنافسين.

الفصل الرابع: دور التخطيط الاستراتيجي في تحقيق الميزة التنافسية للشركات.

المبحث الأول: تعريف التخطيط الاستراتيجي ووضع الأسس الاستراتيجية وتحليل البيئة.

أولاً: تعريف التخطيط الاستراتيجي.

ثانياً: وضع الأسس الاستراتيجية وتحليل البيئة الخارجية والداخلية.

المبحث الثاني: تعريف الاستراتيجية ووضعها وأنواعها وتطبيقها والرقابة عليها.

أولاً: تعريف الاستراتيجية.

ثانياً: وضع الاستراتيجية وأنواعها.

ثالثاً: تطبيق الاستراتيجية.

رابعاً: الرقابة.

الخاتمة :

يتضح مما سبق أن إدارة الأعمال والتخطيط الاستراتيجي يمثلان ركيزتين أساسيتين في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة داخل المنظمات فإدارة الأعمال تعمل على التخطيط الجيد تنسيق الجهود وتنظيم الموارد البشرية والمادية المتاحة لدى الشركة و تكوين فريق العمل الفعال الذي يقوم بواجباته الوظيفية بكل اخلاص و جد و معالجة المشكلات التي قد تحدث عند تكوينه و الاستفادة من الخبرات التي تكونت لديه بعد انتهاء المشروع والرقابة على جميع الأنشطة داخل المنظمة و على أداء فريق العمل لمعرفة تحقق الأهداف بكفاءة وفعالية أم لا لعمل الإجراءات التصحيحية المطلوبة و معالجة المشكلات بطريقة سليمة بينما يوفر التخطيط الاستراتيجي الرؤية الواضحة والمسار الذي يوجه المنظمة نحو التميز في بيئة تتسم بالمنافسة والتغير المستمر.

ومن خلال الدمج بين الإدارة الفعالة و التخطيط الاستراتيجي السليم تتمكن المؤسسات من تحديد نقاط قوتها لزيادتها و استغلها أفضل استغلال و معرفة نقاط ضعفها للعمل على معالجتها بالطريقة السليمة أو تقليلها و استثمار الفرص المتاحة في السوق مع مواجهة التحديات و المخاطر بأساليب علمية مدروسة و من خلال دراسة البيئة الداخلية و الخارجية للمنظمة ومعرفة الأحوال السياسة و الاقتصادية و الاجتماعية والقوانين المنظمة للاستثمار داخل البلد أو المنطقة المراد الاستثمار بها و دراسة السوق و مدى تأثير الموردين و المستهلكين على الشركة و المنتجات أو الخدمات البديلة المقدمة من المنافسين و تحليل المنافسين و معرفة نقاط الضعف و القوة لديهم و معرفة أهدافهم و خططهم للحصول على حصة سوقية كبيرة و التوسع في السوق و تلبية احتياجات المستهلكين و جذبهم لشراء المنتجات أو الخدمات التي تقدمها الشركة و ذلك لزيادة الأرباح و الشهرة في

الأسواق بجودة المنتجات أو الخدمات مما يعزز قدرة الشركة على تحقيق ميزة تنافسية قوية و مستدامه تضمن استمرار النجاح و النمو في المدى القصير و الطويل.

النتائـج :

توصلت الدراسة أن إدارة الأعمال والتخطيط الاستراتيجي يشكّلان حجر الأساس لتحقيق الميزة التنافسية المستدامة داخل المنظمات. فحين تُدار الموارد بكفاءة ويُرسم المستقبل بوضوح، تصبح المؤسسة قادرة على التميّز والإبداع ومواجهة المنافسين بمرونة واحترافية. ومن ثمّ، فإن الجمع بين الإدارة الفعّالة والرؤية الاستراتيجية الواضحة هو الطريق الأمثل نحو النجاح والتفوّق في عالم الأعمال المعاصر.

التوصيات :

- اعتماد إدارة الأعمال والتخطيط الاستراتيجي في الشركات.
- الاستثمار في تدريب القيادات.
- تبنى تقنيات تحليل الأداء والتخطيط المستقبلي.

المراجع :

1. الخشروم، محمد مصطفى، مرسى، نبيل محمد، إدارة الأعمال المبادئ والمهارات والوظائف، الرياض، مكتبة الشقري، 1998.
2. الخير، طارق وآخرون، مبادئ الإدارة (1)، دمشق، منشورات جامعة دمشق، 2004.
3. الشماع، خليل محمد حسن، الإدارة مع التركيز على إدارة الأعمال، عمان، دار المسيرة، 2004.
4. العامري، صالح مهدى والغالبي، طاهر محسن، الإدارة والأعمال، عمان، دار وائل للنشر، 2008.
5. العتيبي، صبحي، تطور الفكر والأنشطة، عمان دار الحامد للنشر والتوزيع، 2002.
6. العريقي، منصور محمد إسماعيل، إدارة الموارد البشرية، صنعاء، مركز الأمين، 2005.
7. العلى، عبد الستار، إدارة الإنتاج والعمليات، عمان، دار وائل للنشر، 2006.
8. الفهداوي، محمد خليفة، الإدارة في الإسلام، عمان، دار المسيرة، 2001.
9. القريوتي، محمد قاسم، مبادئ الإدارة والنظريات والوظائف، عمان، دار وائل للنشر،2001.
10. الهيتي، خالد، إدارة الموارد البشرية: مدخل استراتيجي، عمان، دار وائل للنشر، 2003.
11. اليوسفي، احمد وعقيلي، عمر وصفى، مبادئ الإدارة، حلب، منشورات جامعة حلب، 2008.
12. أنيس، محمد عبد الكريم، إدارة الأعمال منهج للعمل، طرابلس، دار الأمل، 2003.
13. برنوطي، سعاد نائف، الإدارة أساسيات دارة الأعمال، عمان، دار وائل، 2005.
14. جادالرب، سيد محمد، إدارة الموارد الفكرية والمعرفية في منظمات الأعمال، العصرية، القاهرة، مطبعة العشري، 2006.
15. حافظ إجلال، آخرون، أصول التنظيم والإدارة، القاهرة، مكتبة جامعة عين شمس، 2002.

16.حديد موفق، الإدارة: المبادئ والنظريات والوظائف، عمان، دار الحامد للنشر والتوزيع، 2001.

17.حريم، حسن، مبادئ الإدارة الحديثة (النظريات، العمليات الإدارية، وظائف المنظمة)، عمان، دار الحامد للنشر والتوزيع، 2006.

18.حسن، أمين عبد العزيز، إدارة العمال وتحديات القرن الحادي والعشرين، القاهرة، در قباء للطبعة والنشر والتوزيع، 2001.

19.دره، عمر محمد، العدالة التنظيمية وعلاقتها ببعض الاتجاهات الإدارية المعاصرة، حلب، دار الرضوان للطباعة والنشر والتوزيع، 2008.

20.عباس، أنس عبد الباسط، إدارة الاعمال (أساسيات ومبادئ)، صنعاء، دار الكتب، 2005.

21.عقيلي، عمر وصفي ونعساني، عبد المحسن، نظريات الإدارة (مدخل لنظرية المنظمة)، حلب، منشورات جامعة حلب، 2004.

22.عقيلي، عمر وصفي، فلسفة الإدارة، حلب، منشورات جامعة حلب، 1998.

23. الحمادي علي، (1999) "555 طريقة ووصية لتصبح مدرباً ناجحاً وخطيباً مؤثراً ومتكلماً بارعاً، دار ابن حزم، بيروت، لبنان.

24. الخطيب، رداح، أحمد (2006) " التدريب الفعال" الطبعة الأولى، دار عالم الكتب الحديث للنشر، عمان.

25. الكريم، حميد، أكرم، (2017) ، أثر تدريب الموارد البشرية في تحقيق الميزة التنافسية، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعية، العدد الثالث و الخمسون.

26. المطيري، عبدالله، 2020، " أثر البرامج التدريبية للموارد البشرية في تحقيق الميزة التنافسية في القطاع الصحي، المجلة العربية للنشر العلمي، العدد الخامس عشر.

27. بوبياصلي، مكيو، صراح، لمياء، 2019، أثر تدريب الموارد البشرية في تحقيق الميزة التنافسية في المؤسسة الخدمية السياحية، مذكرة مقدمة استكمالاً لمتطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، جامعة محمد الصديق بن يحي – جيجل كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير قسم العلوم التجارية.

28. د. هدى بنت محمود أبو السمح، 2021، الميزة التنافسية ومتطلبات المرحلة القادمة، صحيفة المال، 2021.

29. رحيل، جواد، 2015، دور التدريب في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي، جامعة قاصدي مرباح – ورقلة – كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير.

30. صلاح، عبد الخالق، (2018)، تخطيط الموارد البشرية في الإدارة المحمية دراسة حالة مديرية الإدارة المحمية لولاية غارداية، الجزائر.

31. عبد القادر، بوبعة، (2017)، دور الابتكار في دعم الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية، الجزائر.

32. لينا مسلم، منور العرندي، ميساء مسعود، هالة محمد، جامعة النجاح الوطنية، " دور التدريب للموارد البشرية في تحقيق الميزة التنافسية (في قطاع البنوك في مدينة نابلس) "، 2011.

33. موسى، أسامة، 2007، واقع عملية التدريب من وجهة نظر المتدربين دراسة حالة بنك فلسطين، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية، غزة.

34. نسيمة، هدى، طير، عطيط، 2016، دور التدريب في تحقيق الميزة التنافسية في المؤسسة الصناعية الجزائرية، جامعة محمد الصديق بن يحي – جيجل كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع.

35. يعقوب جودة موسى، 2021، مجلة البحوث المالية والتجارية، تنمية الكفاءات المحورية كمدخل لتدعيم الميزة التنافسية.

36. البكري، ثامر، (2020)، "إدارة التسويق"، الطبعة الثانية، المكتبة الوطنية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

37. النسور، اياد عبد الفتاح، (2012)، "استراتيجيات التسويق، مدخل نظري وكمي، الطبعة الأولى، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

38. الجوارين، عدنان فرحان، (2013)، "القدرة التنافسية للدول العربية" مع إشارة خاصة الى العراق دراسة تحليلية ومقارنة، الطبعة الأولى، مركز الامارات للدراسات والبحوث.

39. الكبيسي، صلاح الدين عواد كريم، (2014)،" إدارة معرفة"، دار السيبسان لكتب القانون والإدارة والاقتصاد، بغداد، العراق.

40. الصميدعي، محمود جاسم ويوسف، ردينة عثمان، (2011)، " التسويق الاستراتيجي"، دار المسير للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن.

41. السويسي، عزالدين، على والخفاجي، نعمة عباس خضير، (2015)، " الميزة التنافسية وفق منظور استراتيجيات التغير التنظيمي" دار الأيام، عمان – الأردن.

42. النجار، صباح مجيد وجواد، مها كامل، (2012)، " إدارة الجودة "، البعة الثانية دار الدكتور للعلوم الإدارية والاقتصادية، بغداد، العراق.

43. طالب، علاء فرحان والشمري، محمد جبار والجنابي، حسين، (2009)، " نظام الاستخبارات التنظيمية"، الطبعة الأولى، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

44. طالب، علاء فرحان والبناء، زينب مكي، (2012)، " استراتيجية المحيط الأزرق والميزة التنافسية المستدامة " الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

45. عباس، حسين وليد حسين، 2015، " استراتيجية الموارد البشرية المدخل حديث لاستدامة الميزة التنافسية " الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

46. عبد الحميد، عبد المطلب، (2015)، " التسويق المصرفي"، مدخل اقتصادي، الطبعة الأولى، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، مصر، الإسكندرية.

مراجع أجنبية :

1-Certo, Samuel, Modern Management, New Jersey, Prentic-Hall,2003

2-Daft, Richard, The New Era Of Management, Ohio, Thomson, 2006.

3-Griffin, Ricky, Management, Boston, Houghton Mifflin CO,2006.

4-Heizer, Jay & Barry Bender, Operations Management, New Jersey, Pretice-Hall,2004.

5-Nickels, William, et al, Understanding Business, Boston, Irwin,2002.

6-Shermerhorn, John, Management, New York, Wiley & Sons,2005.

7-Wendell, French, Human Resources Management, Boston, HoughtonCo,2003

8-William, Pride, et al, Business, Boston, Houghton

.Mifflin CO, 2006

9-Davis, M. Aquilano, J, & Chase, B,(2003),"Fundamentals of operations Management", 4 th ed, McGraw Hill Higher Education B, and Stanton, w, (2007), "Marketing",14th.

10-J Malarvizhi,K Nivetha,2020,"Marketing strategies for business" Enhancements,Vo1-68-1ssue-1-January,2020,ISSN; 04749030.

11-Kotler, Philip, Armstrong Gary,2018," Principles of Marketing", the British Library.

12-Sangeetha, R,2020,"A Study on Marketing Strategies of Garment Industry With Special Reference to Tripura", Research and Review, Vol.7;Issue:2;February,E-ISSN:2349-9788;P-ISSN:2454-2237.

13-Chayanan Kerdpitak, K. Jermsittiparsert, (2020), The Impact of Human Resource Management Practices on Competitive Advantage: Mediating Role of Employee Engagement in Thailand.

14-Maria Yolanda Salinero Martin, (2014), The Effects of Training on The COMPETITIVE Economic Advantage of Companies in Spain.

15-Raja Abdul Ghafoor Khan, Furqan Ahmad Khan, Mohd. Fahad Khan, (2011), Impact of Training and Development on Organizational Performance.

16-S. Divya & S. Gomathi, (2015)," Effective Work Place Training: A Jump Starter to Organizational Competitive Advantage through Employee Development.

17- Sung, S. y., & Choi, J. N. (2018), Effects of training and development on employee outcomes and firm innovative performance: Moderating roles of voluntary participation and evaluation, Human Resource Management, 57,1339-1353.

18-Taimoor Hassan & T. AZHAR. (2014)," Impact of Leadership Training on Competitive Advantage: A study on Telecommunication Industry of Pakistan".