



جامعة أحمد دراية أدرار

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية و علوم تسيير



قسم: علوم التجارية

مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر الاكاديمي

شعبة: علوم تجارية

تخصص: مالية المؤسسة

تحت عنوان

دور الابتكار التكنولوجي في تحقيق الميزة التنافسية

لدى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

دراسة حالة مجمع الهامل بأدرار

تحت اشراف الاستاذ

د.قويدري عبد الرحمان

من إعداد الطالبين

*قداري سليمان

* باسيدي أحمد

لجنة المناقشة

| الاسم واللقب | الرتبة | الصفة |
|----------------------|-----------------|--------------|
| د.بلبالي عبد الرحيم | استاذ محاضر -أ- | رئيسا |
| د.قويدري عبد الرحمان | استاذ محاضر -ب- | مشرقا ومقررا |
| د.بن الشريف مبروكة | استاذ مساد -أ- | ممتحنا |

الموسم الجامعي : 2021/2020

إهداء

بسم الله والحمد لله حمدا كثيرا كما ينبغي لجلال وجهه وعظيم سلطانه والصلاة والسلام على خاتم الأنبياء والمرسلين سيدنا محمد عليه أفضل الصلاة والسلام.

أما بعد:

أهدي ثمرة جهدي إلى:

إلى قلبا أجد في نبضاته الأمان * وبيتا يفوح في أرجائه الحنان * إلى من أضناها التعب
لننعم بالراحة والأمان * أنتي الخير والبركة على مر الزمان * إلى أعظم أم في هذه الدنيا
أطال الله في عمرها.

إلى الغالي الذي وهب حياته وصحته في سبيل أسرته لنعيش دائما حياة كريمة * إلى مصدر

ثقتي واعتزازي وصبريآبي الغالي.

إلى زوجتي الفاضلة وكل أبناء كل واحد باسمه

وإلى الأستاذ المشرف الدكتور قويدري عبد الرحمان ..

سليمان

شكر و عرفان

الحمد لله رب العالمين الذي فضلنا على كثير ممن خلق تفضيلاً والصلاة

والسلام على حبيبه المصطفى أما بعد:

قال رسول الله صلى الله عليه وسلم ((من لم يشكر الناس لم يشكر الله)) صدق

رسول الله

ومن هذا القبيل نتوجه بشكرنا إلى

الله سبحانه الذي وفقنا إلى كتابة هذه المذكرة، وإلى الوالدين الكريمين

أشكر جزيل الشكر الأستاذ المشرف " الدكتور قويدي عبد الرحمان " على

قبوله الإشراف على هذه المذكرة ولما منحه لنا من وقت وجهد وتوجيه، ودعم لانجاز هذا العمل.

كما لا يفوتنا أن أتقدم بالشكر إلى أعضاء لجنة المناقشة الذين تفضلوا واجتهدوا لقراءة هذه المذكرة

وإلى كل زملائنا الذين كانوا عوناً لنا وزرعوا التفاؤل في دربنا، وإلى كل من ساعدنا من قريب أو من بعيد.

ونتقدم بالشكر الجزيل إلى مؤسسة مجمع الهامل بأدرار.

فهرس الموضوعات

| | |
|-------------|---|
| شكر | |
| اهداء | |
| مقدمة | ح |

الفصل الأول:

الاطار النظري للدراسة

| | |
|---|----|
| تمهيد: | 5 |
| المبحث الأول: الإطار المفاهيمي الابتكار التكنولوجي..... | 6 |
| المطلب الأول: ماهية الابتكار | 6 |
| المطلب الثاني: قياس الابتكار التكنولوجي | 8 |
| المبحث الثاني: الإطار المفاهيمي لميزة التنافسية..... | 10 |
| المطلب الأول: ماهية المنافسة والتنافسية: | 10 |
| المطلب الثاني: عموميات حول الميزة التنافسية..... | 11 |
| خلاصة الفصل: | 16 |

الفصل الثاني:

الدراسات السابقة

| | |
|---|----|
| تمهيد | 18 |
| المبحث الأول: الدراسات السابقة حول الابتكار التكنولوجي والميزة التنافسية..... | 18 |
| المطلب الأول: دراسات حول الابتكار: | 18 |
| المطلب الثاني: دراسات حول الميزة التنافسية: | 18 |
| المبحث الثاني: الدراسات السابقة حول العلاقة بين الابتكار والميزة التنافسية..... | 19 |
| المطلب الأول: دراسات تناولت متغيري الدراسة الابتكار والميزة التنافسية..... | 19 |
| المطلب الثاني: موقع الدراسة الحالية من الدراسات السابقة | 21 |

23 خلاصة الفصل

الفصل الثالث:

دراسة ميدانية بمجمع الهامل

25 تمهيد:

26 المبحث الأول: الطريقة والأدوات

26 المطلب الأول: الطريقة والأدوات المتبعة

34 المطلب الثاني: الأدوات والإجراءات المتبعة

39 المبحث الثاني: عرض وتحليل النتائج

39 المطلب الأول: نتائج التحليل الوصفي للعينة

44 المطلب الثاني: اختبار الفرضيات وتحليل النتائج

50 خلاصة الفصل

52 الخاتمة

55 قائمة المصادر والمراجع

60 الملاحق

فهرس الجداول

- الجدول رقم 1 يوضح أوجه التشابه والاختلاف للدراسة الحالية والدراسات السابقة.....21
- الجدول رقم 2 الإحصائيات الخاصة بمجموع استثمارات الاستبيان27
- الجدول رقم 3 يوضح توزيع أفراد العينة حسب النوع (ذكر، أنثى)28
- الجدول رقم 4 يوضح توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي29
- الجدول رقم 5 يوضح توزيع أفراد العينة حسب العمر30
- الجدول رقم 6 يوضح توزيع أفراد العينة حسب سنوات الخبرة.....30
- الجدول رقم 7 يوضح مقياس ليكارت الخماسي.....32
- الجدول رقم 8 ترتيب العبارات حسب أهميتها في المحور بالاعتماد على أكبر قيمة متوسط في المحور
33.....
- الجدول رقم 9 الجدول رقم (2-9) يوضح الاتساق الداخلي لعبارات الابتكار الإداري.....34
- الجدول رقم 10 يوضح الاتساق الداخلي لعبارات الابتكار التقني.....35
- الجدول رقم 11 يوضح الاتساق الداخلي لعبارات الابتكار الإضافي.....35
- الجدول رقم 12 يوضح الاتساق الداخلي لجميع فقرات الميزة التنافسية.....36
- الجدول رقم 13 يوضح نتائج اختبار معامل ثبات ألفا كرونباخ Statistiques de fiabilité.....37
- الجدول رقم 14 : يوضح اختبار التوزيع الطبيعي حسب اختبار كولموغروف سيمنروف.....37
- الجدول رقم 15 يوضح المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمحور الابتكار الإداري.....39
- الجدول رقم 16 يوضح المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمحور الابتكار التقني.....40
- الجدول رقم 17 يوضح الوسط الحسابي والانحراف المعياري بالمحور الابتكار الإضافي.....41
- الجدول رقم 18 يوضح المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لفقرات محور التكلفة.....42
- الجدول رقم 19 يوضح المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لفقرات محور المرونة.....43
- الجدول رقم 20 يوضح المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لفقرات محور الجودة.....44
- الجدول رقم 21 يوضح الانحدار الخطي البسيط بين الابتكار التكنولوجي والميزة التنافسية.....45
- الجدول رقم 22 يوضح الانحدار الخطي البسيط بين الابتكار الإداري والميزة التنافسية.....46
- الجدول رقم 23 يوضح الانحدار الخطي البسيط بين الابتكار التقني والميزة التنافسية.....47
- الجدول رقم 24 يوضح الانحدار الخطي البسيط بين الابتكار الإضافي والميزة التنافسية.....47

فهرس الأشكال

- الشكل رقم 1 يوضح أنواع الميزة التنافسية 12.....
- الشكل رقم 2 يوضح دورة حياة الميزة التنافسية 14.....
- الشكل رقم 3 يوضح توزيع أفراد العينة حسب النوع (ذكر، أنثى) 28.....
- الشكل رقم 4 يوضح توزيع مفردات العينة حسب المؤهل العلمي 29.....
- الشكل رقم 5 يوضح توزيع أفراد العينة حسب العمر 30.....
- الشكل رقم 6 يوضح توزيع أفراد العينة حسب سنوات الخبرة 31.....
- الشكل رقم 7 يوضح نموذج الدارسة 33.....

مقدمة

توطئة:

يشهد الوضع الاقتصادي حالة من عدم التأكد وشدة المنافسة بسبب ازدياد الانفتاح الاقتصادي، خاصة منذ إنشاء المنظمة العالمية للتجارة، وإنشاء التكتلات الإقليمية، بالإضافة إلى سرعة التغيرات في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، التغير السريع في أذواق المستهلكين، قصر دورة حياة المنتجات، حيث فرضت هذه العوامل والتحديات على المنظمات ضرورة إتباع سياسات وإستراتيجيات حديثة تمكنها من البقاء والاستمرارية في ظل التغيرات التي تشهدها البيئة المعاشة، والتي تتسم بالتغير والتعقيد المستمرين، ولم يعد هدف المنظمة هو المواجهة فحسب، بل توسيع آفاق بحثها محاولة بذلك تحقيق ميزة تنافسية وضمان الاستمرارية قدر المستطاع.

تعتبر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من احد اهم اللبانات الأساسية والضرورية لتحريك عجلة النمو الاقتصادي، فأكثر التحديات التي تواجه هذه المؤسسات هي مدى قدرتها على تبني الآلية أو الوسيلة لتجديد ميزتها التنافسية، في حين أصبحت المنظمات تدرك شيئاً فشيئاً أهمية الابتكار والابتكار ودوره في تحقيق الميزة التنافسية وتجديدها، وذلك من خلال تقديم منتجات أو خدمات جديدة وذات جودة عالية وتكاليف منخفضة، من خلال تطوير نظم الإدارة والإنتاج، ومن تم فإن نجاح عملية الابتكار يتطلب توفير الدعائم اللازمة سواء أكانت من طرف المجتمع ككل أو من طرف المنظمة في حد ذاتها.

الإشكالية:

من خلال ما سبق طرحه، تبرز معالم الإشكالية في التساؤل الرئيسي التالي:

ما هو دور الابتكار التكنولوجي في تحقيق الميزة التنافسية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة؟

ومن خلال الفرضية الرئيسية المطروحة يمكن صياغة الأسئلة الفرعية التالية:

- 1- هل يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين الابتكار الإداري والميزة التنافسية بالمؤسسة ؟
- 2- هل يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين الابتكار التقني والميزة التنافسية ؟
- 3- هل يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين الابتكار الإضافي والميزة التنافسية بالمؤسسة ؟

الفرضيات:

بناءً على ما تم طرحه من أسئلة حول موضوع الدراسة يمكن أن نصيغ الفرضيات التي نسعى لاختبارها على الشكل التالي:

➤ الفرضية الرئيسية :

- يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين الابتكار التكنولوجي والميزة التنافسية بالمؤسسة .

➤ الفرضيات الفرعية :

- يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين الابتكار الإداري والميزة التنافسية .

- يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين الابتكار التقني والميزة التنافسية بالمؤسسة .

- يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين الابتكار الإضافي والميزة التنافسية بالمؤسسة .

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الموضوع انطلاقاً من أنه محاولة منا لإبراز دور الابتكار التكنولوجي في تعزيز الميزة التنافسية انطلاقاً من كون مؤسسة مجمع الهامل تحتل مركز تنافسي قوي باعتبارها توفّر خدمات الإنترنت، كما لها الدور الأساسي في تحريك عجلة النمو الاقتصادي، إلا أن مجال مجمع الهامل يتطلب المزيد من الدراسات والأبحاث خاصة في مجال الابتكار من أجل الوصول إلى ما وصلت إليه الشركات العالمية، وتبرز أهمية هذه الدراسة في الآتي :

♣ دراسة واقع الابتكار التكنولوجي على مستوى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

♣ إبراز الدور الذي تلعبه الابتكار التكنولوجي في تعزيز الميزة التنافسية.

♣ تسليط الضوء على الآثار الإيجابية للأداء وذلك من خلال تكثيف نشاط البحث والتطوير ورصد

مختلف التغيرات التي قد تطرأ على بيئة المؤسسة.

أهداف الدراسة:

نسعى من خلال هذا البحث في هذا الموضوع إلى تحقيق الأهداف التالية:

♣ التعرف على أهمية وجود الابتكار التكنولوجي في المؤسسات الجزائرية.

♣ توعية المؤسسات بأهمية الابتكار والدور الذي يلعبه في تحقيق الميزة التنافسية.

♣ التعرف على واقع و آفاق الابتكار التكنولوجي في المؤسسات الاقتصادية الانتاجية.

♣ الخروج بمجموعة من التوصيات الكفيلة بتطوير الابتكار والابتكار في مؤسسة مجمع الهامل

أسباب اختيار موضوع الدراسة:

توجد أسباب ودوافع مختلفة أدت بينا إلى اختيار هذا الموضوع ومن بينها ما يلي :

1- نقص وعي وإدراك مختلف المؤسسات الاقتصادية بأهمية الابتكار التكنولوجي وخاصة إدارة

ابتكار الخدمات.

- 2- توضيح مدى أهمية الابتكار التكنولوجي في المؤسسة (مجمع الهامل) لتعزيز ميزتها التنافسية.
3- معرفة مدى اهتمام المؤسسات (مجمع الهامل) بالأفكار الابتكارية وتجسيدها على أرض الواقع .

حدود الدراسة:

الإطار الزمني: أجريت الدراسة الميدانية في الفترة الممتدة 10 مارس 2021 إلى غاية 09 أبريل 2021.

الإطار المكاني: انطلاقاً من اعتمادنا على منهج دراسة حالة فقد تم تحديد الإطار المكاني من خلال دراسة ميدانية على مستوى مؤسسة مجمع الهامل .

منهج الدراسة:

قصد الإلمام بمختلف جوانب الموضوع والإجابة على الإشكالية المطروحة اعتمدنا على المناهج التالية:

■ المنهج الوصفي:

تم اختيار المنهج الوصفي باعتباره المناسب لهذه الدراسة، والذي يعد من أكثر المناهج استخداماً نظراً للمرونة والشمولية التي يتميز بها، إذ يركز على وصف وتفسير الظاهرة المدروسة.

المنهج التحليلي: كما أننا استخدمناه في الدراسة التطبيقية فهو المنهجي أكثر دلالة لتحليل نتائج البيانات المستخلصة .

■ منهج دراسة حالة:

تم اعتماد هذا المنهج بناءً على اختيارنا لمؤسسة مجمع الهامل كعينة للدراسة.

■ صعوبات الدراسة:

- شح كبير في اعطاء المعلومة من طرف العينة من أجل الدراسة
- نظراً للظروف الحالية التي تمر بها البلاد مما اثر على الحصول على المعلومة من المراجع

الفصل الأول:
الاطار النظري
للدراسة

تمهيد:

تتميز بيئة الأعمال الحالية بعدم التأكد والاستقرار، حيث أن القاعدة الوحيدة للبقاء والاستمرارية هي المنافسة بمختلف أنواعها وإستراتيجيتها، فطبيعة البيئة الديناميكية تجعل من المنظمات في تنافس كبير لم يسبق له مثيل، والتحويلات السريعة في الأسواق والتقدم الهائل في تكنولوجيا المعلومات، الأمر الذي جعل الكثير من المنظمات تتسارع في الحصول على المراتب الأولى، وذلك بالتركيز على الابتكار، إذا أصبح من المواضيع الضرورية والمهمة في مختلف المؤسسات الاقتصادية، باعتباره أحد أهم الأسس التي تقوم عليها للتنافس في الوقت الراهن.

كما يعد الابتكار عامل مهم في دفع عجلة النمو والتنمية الاقتصادية والاجتماعية، وسمة من السمات الساعية لبقاء المنظمة، وهذه الأخيرة تعمل على إدارته وتسييره وذلك من خلال توفير بعض الآليات اللازمة والدعائم لتفعيله بطريقة تسمح بتحقيق أهدافها، وبالتالي تحقيق ميزة تنافسية، والأمر لا يتوقف هنا بل يجب أن يتعدى ذلك إلى العمل بشكل مستمر على تنميتها وتجديدها نظراً لاشتداد المنافسة، بحيث لا يتسنى للمنافسين تقليدها، فهي مصدر لتحقيق الثروة.

وقصد التفصيل في معالجة وتحليل موضوع الابتكار التكنولوجي، ارتأينا تقسيم الفصل

الأول إلى مبحثين:

المبحث الأول: الإطار المفاهيمي الابتكاري التكنولوجي

يُعرف العصر المعاش بعصر تراكم المعلومات والمعرفة، مما أدى إلى تنامي قدرة الأفراد على الابتكار، وبالتالي أصبحت الشركات أكثر استعداداً للابتكار بمختلف أنواعه واتجاهاته بما في ذلك الابتكارات السوداء وللأخلاقية من أجل البقاء والاستمرارية. لقد أصبح الابتكار موضوعاً متداولاً في عصرنا الحالي، فهو من المواضيع الهامة والضرورية والمنشأة للثروة، كونه يعطي للمنظمات القائمة عليه ميزة تنافسية، للوصول إلى المنتجات الجديدة باعتباره نشاطاً منظماً ومتميزاً.

المطلب الأول: ماهية الابتكار

سنعرض فيما يلي أهم التعاريف المتعلقة بالابتكار مع ذكر أنواعها والعوامل الداعمة لها في المؤسسة.

أولاً: مفهوم الابتكار:

الابتكار فهو ترجمة لكلمة Innovation والتي قد يترجمها البعض بالتجديد كما ترجمه بيتر دراكر في كتابه Innovation And Entrepreneurship تحت عنوان "التجديد والمقاولة"، وينظر إلى التجديد على أنه "تجديد المنتج الحالي"، حيث استخدم في كتابه Innovation الابتكار بمعناه الواسع الجدي والتدريجي. (نجم، 2003،، صفحة 16)

ومن خلال ما سبق يمكن أن نوجز بعض التعاريف المتعلقة بالابتكار:

يعرف الابتكار على أنه "التوصل إلى ما هو جديد"، ويعرفه توم بيترز t.petérs الابتكار على أنه "التعامل مع شيء جديد، أي شيء لم يسبق اختياره" (نجم، 2003،، صفحة 18) يعرف أيضاً بأنه "التطبيق العملي للاختراع أو عملية صنع سلعة جديدة أو تطويرها بشكل يجعلها أكثر قبولاً من الناحية الاقتصادية". (الصرن، 2000،، صفحة 27)

كما يُعرفه Amabile Et Al "على أن الابتكار يبدأ من الأفكار المبتكرة إلى عملية التطبيق الناجح للأفكار المبتكرة ضمن المنظمة، قد يكون من قبل الأفراد أو فريق العمل". (العربي، 2011،، صفحة 8)

في حين يرى البعض الابتكار هو "الاستغلال الناجح للأفكار الجديدة". (Razav, 2013, p. 227)

من خلال التعاريف السابقة توصلنا إلى الابتكار على أنه "التطبيق الخلاق للأفكار الجديدة التي لم يسبق تطبيقها من قبل، ووضعها موضع التنفيذ في مجال ابتكار المنتجات والعمليات".

كما توجد مصطلحات ذات علاقة بالابتكار من بينها الاختراع، والابتكار، والتحسين، ونذكرها فيما يلي: (نجم، 2003،، صفحة 17)

1- **الابتكار والاختراع:** يرتبط استخدام مصطلحي الابتكار والاختراع كمترادفين بالتكنولوجيا، حيث يرى بعض الكتاب أن الاختراع Invention يشير إلى التوصل إلى فكرة جديدة بالكامل ترتبط بالتكنولوجيا وتؤثر على المؤسسات، في حين أن الابتكار يعني التجديد بوصفه إعادة تشكيل أو إعادة عمل الأفكار الجديدة.

2- **الابتكار والابتكار:** ينظر إلى الابتكار Créativité على أنه التوصل إلى حل خلاق لمشكلة ما

أو فكرة جديدة، وفي حين أن الابتكار هو التطبيق الخلاق أو الملائم لها.

3- **الابتكار والتحسين:** Improvement هو إدخال تعديلات أو تغييرات صغيرة أو كبيرة على العمليات

أو المنتجات الحالية مما يجعلها أكثر ملائمة وتنوعاً في الاستخدام، في حين أن الابتكار يمكن تقديمه من خلال الابتكار الجذري الذي يقصد به "التوصل إلى المنتج الجديد أو العملية الجديدة التي تختلف كلياً عما سبقها"، وأيضاً الابتكار التدريجي يعني "التوصل إلى المنتج الجديد جزئياً من خلال التحسينات التي يتم إدخالها على المنتجات الحالية".

وتكمن أهمية الابتكار والحاجة إليه فيما يلي: (مربعي، 2011-2012، الصفحات 30-31)

- خفض النفقات وزيادة الإنتاجية، وتحسين الأداء.

- إيجاد المنتجات الجديدة وتطويرها.

- إيجاد فرص عمل وأسواق جديدة.

- تنمية وتراكم المهارات الشخصية في التفكير والتفاعل الجماعي.

من بين أهم الخصائص التي يتميز بها الابتكار:

أن يضيف قيمة، وأن يكون أفضل مما يقدمه المنافسون.

ثانياً: أنواع الابتكار:

هناك تصنيفات عديدة للابتكار منهم من يُصنفها إلى ابتكار المنتج، ابتكار العمليات، ابتكار تسويقي، ابتكار تنظيمي، ومنهم من يصنفها إلى ابتكار إداري، تقني، إضافي، ومن هنا يمكن أن نوجز هذه التصنيفات فيما يلي: (الطحان، 2016، الصفحات 43-46)

1-2 **الابتكار الإداري:** Administrative Innovation يُعرف على أنه التوصل إلى

العلاقات الجديدة التي تفتح آفاق التحول إلى سياسات وتنظيمات وطرق وأساليب جديدة تساهم في تطوير الأداء في المنظمة، والمتعلقة بتطوير عملية الابتكار ونقل الأفكار الجديدة إلى

منتجات وخدمات جديدة، حيث يتضمن البناء التنظيمي والقواعد والأدوات والإجراءات وإعادة تصميم العمل

2-2 الابتكار التقني: Technology Innovation يُعرف على أنه كل جديد أو كل تحسين في المنتجات أو في طريقة وأساليب الإنتاج الذي يحصل في المؤسسة الإنتاجية، وذلك من خلال رفع فعالية الجهاز الإنتاجي وتحسين جودة المنتجات، وهناك عوامل رئيسية تتحكم في نجاح أو فشل الابتكار التقني:

- الحاجات الاقتصادية والاجتماعية، بالإضافة للموارد الاقتصادية والاجتماعية، وكذا المناخ الملائم.
- مستوى مهارة العاملين.

3-2 الابتكار الإضافي: Ancillary Innovation يُعرف بأنه الابتكارات التي تهدف إلى تقديم تحسينات في المنتجات كخدمات إضافية، لتلبية حاجات السوق والاستعانة بقدرات المنظمة في مجال البحث والتطوير والتدريب، حيث تقوم بتقديم السلع والخدمات بالطريقة التي يريدها المستهلكين مما تجعلهم راضين ومتفاعلين مع المنظمة، فهي تعتمد على رأيهم في إجراء التغييرات التي تتطلبها أذواق المستهلكين، وبالتالي تعزيز ميزة تنافسية.

المطلب الثاني : قياس الابتكار التكنولوجي

عملية الابتكار التكنولوجي متعددة الأبعاد و تتطلب إذن مجموعة من المؤشرات من أجل إعطاء صورة واضحة و شاملة عن الوضعية، هذه المؤشرات بإمكانها أن تخصص للمدخلات كالأستثمار في البحث و التطوير أو للمخرجات كبراءات الاختراع أو عدد مبيعات المنتجات الجديدة، كما يمكننا تصنيف الابتكارات التكنولوجية حسب الجوانب المتعلقة بها: الإجراءات، المنتجات أو التقنيات، فكل مؤشر من هذه المؤشرات يعطينا تصور عن أحد أوجه الابتكار .

و فيما يلي أهم المؤشرات التي تستخدم في قياس الابتكار (Direction de la recherche sur les politiques، 2004)

1- مؤشرات مدخلات الابتكار التكنولوجي:

مؤشرات المدخلات تصنف مجموع المؤشرات المتعلقة بالموارد المالية المستثمرة في عملية البحث و التطوير، الموارد البشرية إضافة إلى التجهيزات التي تستخدم لإنشاء منتجات أو عمليات جديدة أو محسنة ويمكن أن نستعرضها في العناصر التالية:

- 1- الاستثمارات المالية في البحث والتطوير: يتعلق الأمر بحجم الإنفاق على عملية البحث و التطوير التي تقاس بالمبلغ المستثمر لهذه العملية في مؤسسة ما، هذا المؤشر يمكن أن يستخدم بالقيمة المطلقة أو بالنسبة المئوية من رأس مال المؤسسة مثلاً.
- 2- الموارد البشرية المخصصة للبحث والتطوير: ويتعلق الأمر بكل الباحثين و الإداريين و المهنيين الموجهين للبحث و التطوير، ويتم قياسه بعدد الأفراد أو بعدد ساعات العمل المستغرقة.
- 3- التجهيزات المخصصة للبحث و التطوير: جرد النفقات المخصصة من ميزانية البحث و التطوير للتجهيزات.

2- مؤشرات مخرجات الابتكار التكنولوجي:

المؤشرات المتعلقة بالمخرجات تمثل أحد أبعاد عملية الابتكار التكنولوجي، و التي تترجم عن طريق فكرة، منتج أو عملية قابلة للتسويق، و تتمثل المؤشرات التي تقيس هذا البعد في:

- 1- براءات الاختراع: هو مؤشر لقياس حجم المخرجات المنتجة من طرف المؤسسة.
- 2- مبيعات المنتجات المبدعة: يجب أن نفرق بين مبيعات المنتجات الجديدة للمؤسسة ومبيعات المنتجات الجديدة للقطاع الصناعي، فعندما يكون الناتج الجديد متعلق بالمؤسسة فقط يعتبر تقليد، لكن عندما يكون المنتج جديد في القطاع الصناعي ككل فهذا يعتبر إبداع حقيقي.
- 3- الإعلان عن المنتجات الجديدة: تتعلق بدليل الإعلانات عن المنتجات الجديدة في المجالات التجارية و التقنية.
- 4- الابتكار الهام: دليل الابتكارات التي يكون لها أثر هام، مقارنة مع تلك التي يكون لها تأثير أقل، و هذا لن يكون إلا بوجود معطيات مسبقة تركز على حكم الخبراء.

3- مؤشرات الاقتصاد الكلي للإبداع التكنولوجي:

بعض المتغيرات المتعلقة بالاقتصاد الكلي بإمكانها أن تكشف عن بعد أو أبعاد أخرى للإبداع، و فيما يلي المؤشرات الأكثر استخداماً:

- 1- الإنتاجية: النظرية الاقتصادية حددت بأن الإنتاجية تحتل مجال واسع في قياس الابتكار ، فالمعطيات عن معدلات نمو إنتاجية اليد العاملة عبر كل قطاع تستخدم لقياس الابتكار ، لكن تبقى الإنتاجية الكلية هي المفضلة باعتبارها ناتج إنتاجية كل العوامل و ليس اليد العاملة فقط.
- 2- التكلفة: القطاعات الصناعية المبدعة تورد السلع و الخدمات بجودة عالية و بتكاليف منخفضة نسبياً.

3- حصص السوق العالمية: الأفضلية التنافسية و الحلول الابتكارية الحقيقية تظهر على المستوى الدولي عن طريق الزيادة في حصص السوق

4- قوة البحث والتطوير: حجم الإنفاق على البحث و التطوير، و مصادر تمويله.

المبحث الثاني: الإطار المفاهيمي لميزة التنافسية

تعتبر التنافسية من أكثر المصطلحات تداولاً واستخداماً، فهي تكتسي أهمية في ظل التغيرات البيئية، مما دفع أغلب المنظمات وكذلك الدول إلى التنافس للحصول على المراتب الأولى وبمستوى تنافسي عالي.

المطلب الأول: ماهية المنافسة والتنافسية:

وقبل التطرق إلى مفهومي المنافسة والتنافسية لا بد من التفرقة فيما بينهما، فالمنافسة تسمح بوصف الحالة الخاصة للأعمال، بينما التنافسية تتعلق بهيكل السوق. سنعرض فيما يلي أهم التعاريف المتعلقة بالمنافسة والتنافسية، مع ذكر أنواع المنافسة، ومستويات التنافسية.

1- المنافسة:

هناك مجموع من التعاريف المتعلقة بالمنافسة نوجزها فيما يلي: (علية، 2014-2015، صفحة 156)

تُعرف المنافسة على أنها "مجموعة من المنظمات التي تنتج منتجاً واحداً، أو خليطاً من المنتجات المتشابهة أو البديلة وما تنتجه المنظمة من منتجات"، وتُعرف أيضاً على أنها "وجود عدد من المنظمات التي تلبى نفس حاجات ورغبات وأذواق المستهلكين من خلال ما تقدمه من منتجات أو خدمات".

■ وتكمن أشكال المنافسة في: المنافسة الكاملة، احتكار القلة، المنافسة الاحتكارية، الاحتكار الكامل.

2- التنافسية:

سنعرض فيما يلي التعاريف المتعلقة بالتنافسية وأهم مستوياتها: (بروبي، 2010-2011، الصفحات 147-148)

تعريف التنافسية على أنها "القدرة على الصمود أمام المنافسين بغرض تحقيق الأهداف". وتعرفها منظمة التنمية والتعاون الاقتصادية على أنها "قدرة الدولة على توسع حصصها في الأسواق المحلية والدولية".

حيث تكمن مستويات التنافسية فيما يلي: على مستوى الدولة، على مستوى القطاع، على مستوى المؤسسة.

المطلب الثاني : عموميات حول الميزة التنافسية

تحتل الميزة التنافسية مكانه هامة في مجال الإدارة الإستراتيجية في مختلف المؤسسات الاقتصادية، إلا أن هناك اختلاف في معظم التعاريف المقدمة حول الميزة التنافسية ولكن لها نفس المعنى.

1- مفهوم الميزة التنافسية:

تعرف على أنها "العملية التي يكافح فيها كيان ما، للتفوق على آخر وهذا الكيان يمكن أن يكون شخصا أو منظمة أو دولة، والهدف هو الفوز ولكي تكون المنظمة منافسة ينبغي عليها أن توفر عدة عوامل مثل القدرة والرغبة في الفوز والولاء أو الالتزام وتوفير الموارد المحددة". (وآخرون، 2015، صفحة 70)

ويشير مفهوم الميزة التنافسية إلى "قدرة المنظمة على صياغة وتطبيق الإستراتيجيات التي تجعلها في مركز أفضل بالنسبة للمؤسسات الأخرى العاملة في نفس النشاط". (بكر، 2008، صفحة 13)

كما عرفها kotler بأنها "مقدرة المنظمة على أداء أعمالها بالشكل الذي يصعب على منافسيها تقليده، ويمكن تحقيق الميزة التنافسية بواسطة تنفيذها لوظائف تعمل على خلق قيمة في مجالات تقليل الكلف مقارنة بمنافسيها أو العمل على أدائها بأساليب تقود إلى التميز". (وآخرون ف.، 2004، صفحة 634)

كما عرفها بورتر أن الميزة التنافسية لا تختص بالدولة وإنما بالمؤسسة، فالميزة تنشأ أساساً من القيمة التي استطاعت مؤسسة ما أن تخلقها لزيائنها، بحيث يمكن أن تأخذ أسعار أقل بالنسبة لأسعار المنافسين بمنافع متساوية أو بتقديم منافع متفردة في المنتج، حيث تكمن أهميتها في خلق قيمة للعميل بالإضافة إلى تحقيق حصة سوقية أكبر، (عائشة، 2010-2011، الصفحات 6-8) وتنتم الميزة التنافسية بالخصائص التالية: (محمد عبد حسين الطائي، نعمة عباس خضير الخفاجي، 2009، صفحة 155)

- نسبية، بمعنى أنها تتحقق بالمقارنة وليس بالمطلق.
- تنتج من داخل المؤسسة وتحقق قيمة لها.
- تتحقق لمدة بعيدة ولا تزول بسرعة عندما يتم تطويرها وتجديدها.

1- ركائز وأنواع الميزة التنافسية

بعد سرد أهم التعاريف المتعلقة بالميزة التنافسية وكذا مصادرها وأبعادها لا بد أن نقف على أهم أنواعها وركائزها والتمثلة في:

2- ركائز الميزة التنافسية:

من بين الركائز التي يجب على المنظمات توفيرها لكسب ميزة تنافسية ما يلي:
(الخضيرى، 2004، الصفحات 156-157)

القدرة على التقليد: تتجلى في القدرة على إنتاج منتجات مماثلة لمنتجات المؤسسات المنافسة، ثم التوجه للإنتاج بكميات كبيرة وبتكلفة منخفضة، وطرحه بالسوق بأسعار تنافسية.
2-1-2 القدرة على التطوير: تأتي هذه المرحلة بعد فهم واستيعاب كافة جوانب المنتجات التي تم تقليدها، والحصول على ردود أفعال الزبائن، ومن ثم يسند الأمر إلى وحدات ومراكز بحوث للتطوير.

1-1-2 القدرة على الابتكار: فهي تعتبر من أهم القدرات اللازمة لاكتساب ميزة تنافسية خاصة عند توافر المقدرة على الابتكار والاختراع، فهي تكسب للمشروعات مزايا تنافسية تميزها عن المنافسين.

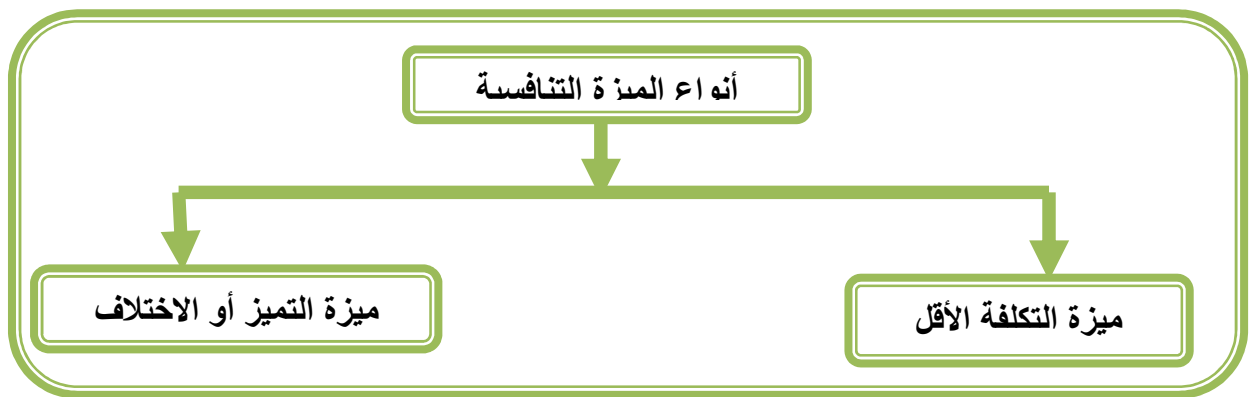
2-2 أنواع الميزة التنافسية:

لقد اختلف معظم الكتاب حول أنواع الميزة التنافسية، حيث يرى Koufteros بأن هناك خمسة أنواع والتي يحددها في السعر، الجودة، القيمة لدى الزبائن، ضمان التسليم، الابتكار، ومنهم من يصنفها إلى نوعين هما ميزة التكلفة الأقل، وميزة تمييز المنتج، نوجزها فيما يلي:
(الروؤف، 2006-2007، الصفحات 15-16)

1-2-2 ميزة التكلفة الأقل: ونقصد بها قدرة المنظمة على إنتاج المنتجات بأقل تكلفة ممكنة مقارنة بالمنافسين، وهذا ما يؤدي بها إلى تحقيق عائد أكبر.

2-2-2 ميزة التمييز: وهي قدرة المنظمة على تقديم منتجات تختلف عن منتجات المنافسين وذلك وفق وجهة نظر المستهلك، وذلك بإضافة قيمة تؤثر على قرار المستهلك بشراء السلعة.

الشكل رقم 1 يوضح أنواع الميزة التنافسية



المصدر: من إعداد الطالب

3- مصادر وأبعاد الميزة التنافسية:

تسعى المنظمات جاهدة للحصول على الميزة التنافسية على الصعيدين المحلي والعالمي، وذلك باستحواذها على السوق ما يجعلها تبحث في مصادر الميزة التنافسية.

3-1 مصادر الميزة التنافسية:

اختلفت وجهات النظر حول مصادر الميزة التنافسية مثل ما تعدد وجهات النظر حول مفهومها، ويمكن التمييز بين ثلاث مصادر للميزة التنافسية والمتمثلة في: (وآخرون ع، 2015، الصفحات 71-73)

3-1-1 التكنولوجيا والابتكار: يخلق كل من الابتكار والابتكار قيمة مضافة جديدة كما يضيف حصة هامة للمنظمة من تلك القيمة، حيث أن القدرات التكنولوجية تلعب دوراً هاماً في نمو الشركات وذلك من خلال تقديم منتجات وخدمات جديدة، وبهذا يمكن القول أن التكنولوجيا والابتكار لها دور هام في خلق الميزة التنافسية.

3-1-2 الموارد البشرية: من خلال البحث والتطوير تستطيع المنظمات خلق قيمة مضافة يصعب تقليدها من طرف المنافسين، وذلك بالاعتماد على بعض الممارسات الإستراتيجية كمشاركة العاملين في اتخاذ القرار وتوفير الأمن الوظيفي والاستقلالية والمرونة والتدريب... الخ

3-1-3 الهيكل التنظيمي: يرى Pertison Johri أن هيكل المنظمة تعتمد على العديد من الطرق المختلفة وعلى أهدافها، حيث تمثل الضغوط التنافسية المتزايدة في بيئة الأعمال، مما يجعلها تركز على الكفاءات الأساسية بحيث يدعم ميزتها التنافسية ويعكس عملية الضغوط في تغيير الهياكل التنظيمية، حيث تعتبر هذه الأخيرة هي التي تربط علاقات العمل المختلفة لتنظيم وتحسين كفاءات الوحدات التنظيمية.

3-2 أبعاد الميزة التنافسية:

يرى العالم بورتر porter بأنها تلك الأبعاد التي تستخدم لجميع الأنشطة التي تقوم بها المنظمة وفي البيئة الخارجية أكثر.

3-2-1 التكلفة: يجب على المنظمات أن تراعي الحل الوسط بين التكلفة وما تقدمه من خصائص للسلع والخدمات، فنلاحظ أن أغلب المنظمات تسعى إلى تخفيض التكلفة وذلك عن طريق تطبيق المراقبة المستمرة على المواد الخام وتحقيق أعلى مستوى من الإنتاجية،

3-2-2 الجودة: وذلك عن طريق إضافة خصائص وسمات فريدة للمنتجات التي تقدمها سواء كانت سلعة أو خدمة لتعزيز مكانتها التنافسية، وتتحقق الجودة من خلال بعدين هما تصميم المنتج وقدرة المنظمة على تحويل هذه المداخلات إلى مطابقة النواتج . (وآخرون ع، 2015، صفحة 74)

3-2-3 المرونة: قدرة المنظمة على التكيف مع التغييرات الحاصلة، واستجابتها السريعة للتغيير في طلب العملاء فضلا عن زيادة رضاهم عند التسليم،

3-2-4 التسليم: وهو سرعة تطوير المنتجات، أو تقليص زمن تحويل العمليات وكذا التسليم للعميل،

3-2-5 الابتكار: هو التجسيد الفعلي للأفكار، التي تطرح في السوق على شكل منتجات أو طرق جديدة تكون لها قيمة أكبر في مجال نشاط المؤسسة. (الصادق، 2014-2015، صفحة 49)

4- محددات ومؤشرات الميزة التنافسية:

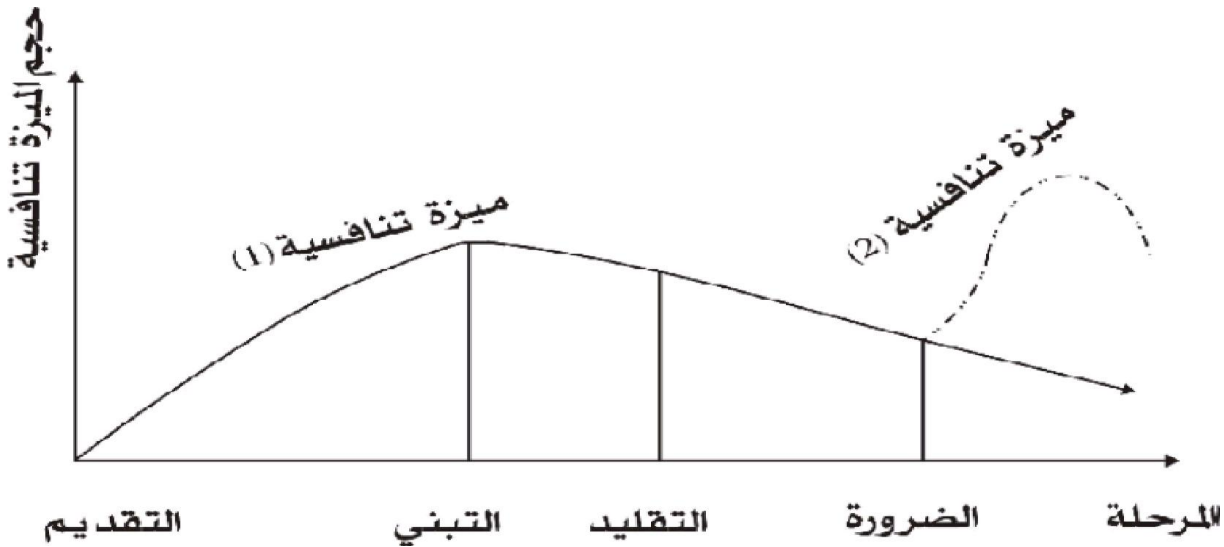
تكمّن محددات ومؤشرات الميزة التنافسية فيما يلي:

4-1 محددات الميزة التنافسية:

تتحدد الميزة التنافسية من خلال بعدين هما حجم المنافسة ونطاق التنافس أو السوق المستهدف نذكر أهمها: (الوهاب، 2011-2012، الصفحات 88-90)

4-1-1 حجم المنافسة: تحقق المنظمة ميزة تنافسية مستمرة من خلال المحافظة على ميزة التكلفة الأقل وميزة تميز المنتج، فالمنظمات الراغبة في البقاء والريادة يتطلب منها امتلاك قدرات تؤهلها للقيام بذلك والمتمثلة في الكفاءات (السييرية التكنولوجية... إلخ)، من أجل تحقيق أهدافها وتلبية حاجيات المستهلكين بما يفوق توقعاتهم، كما للميزة التنافسية دورة حياة تبدأ بمرحلة التقديم ثم مرحلة التبنى فمرحلة التقليد وفي الأخير مرحلة الضرورة

الشكل رقم 2 يوضح دورة حياة الميزة التنافسية



المصدر: (خليل، 1998، صفحة 86)

من خلال الشكل أعلاه يظهر لنا أن مراحل دورة حياة الميزة التنافسية تتمثل في: (خليل، 1998، صفحة 86)

- 1- **مرحلة التقديم:** في هذه المرحلة تكون المنظمة لأول مرة منشئة للميزة التنافسية فهي تعد أطول مرحلة كونها تحتاج إلى الاستعداد والتفكير البشري والمالي والمادي.
 - 2- **مرحلة التبنى:** في هذه المرحلة تشهد الميزة التنافسية استقرار نسبياً من حيث الانتشار، كون هذا المنافسين بدؤوا بالتركيز عليها.
 - 3- **مرحلة التقليد:** في هذه المرحلة نلاحظ أن الميزة التنافسية تتراجع وتتجه نحو الركود، ويعود السبب إلى المنافسين المقلدين.
 - 4- **مرحلة الضرورة:** في هذه المرحلة تقوم المنظمة بتحسين وتطوير الميزة الحالية بشكل سريع بحيث يسمح لها بالتفوق، وأن تقوم بإنشاء ميزة جديدة تختلف عما سبقها.
- 4-1-2 **نطاق التنافس أو السوق المستهدف:** ويقصد به مدى اتساع أنشطة وعمليات المنظمة، وتوسيع نطاق النشاط وذلك من أجل تحقيق وفورات في التكلفة مقارنة بالمنافسين مثل تقديم تسهيلات إنتاج مشتركة، كما يمكن للنطاق الضيق أن يحقق ميزة تنافسية من خلال التركيز على قطاع سوقي معين وخدمته بأقل التكاليف.
- 4-2 **مؤشرات الميزة التنافسية:**
- للمنظمة أن تتعرف على حجم الميزة التنافسية مقارنة بالمنافسين من خلال مقاييس مختلفة، مقاييس نوعية ومقاييس كمية وفيما يلي أهمها: (الوهاب، 2011-2012، الصفحات 80-81)
- 4-2-1 **المقاييس النوعية:** تمثل هذه المقاييس مدى درجة رضا الزبون عن المنتجات المقدمة له مقارنة بالمنافسين الآخرين، وذلك من خلال مستويات مختلفة للنوعية: النوعية المتوقعة، النوعية المدركة، النوعية القياسية.
- 4-2-2 **مقاييس كمية:** تعتبر المقاييس الكمية من المقاييس الأكثر اعتماداً في قياس الميزة التنافسية، وترتبط أساساً بالأداء المالي للمنظمة في السوق و المتمثلة فيما يلي: مقياس جودة المنتج النسبي، المنتجات الجديدة النسبية، تكاليف التسويق، الحصة السوقية، نسبة الربحية.

خلاصة الفصل :

مما سبق بعد ترضنا للاطار المفاهيمي لمتغيير الدراسة وابرار المفاهيم المتعلقة بهما نستخلص ان للابتكار عموما لمسة تقنية في المؤسسة الاقتصادية، اما إذا كان الابتكار ذو معيار تكنولوجيا فقد يمنح للمؤسسة ميزة تجعل اكثر تنافسية في السوق.

فموضوع الابتكار في الوقت الرهن أصبح من الموارد الأساسية والتي تفوق الموارد التقليدية، لذا وجب على المؤسسات تفعيل الابتكار من خلال البحث عن مصادر للمعلومات والأفكار الابتكارية، وإدارة هذه الأفكار وتجسيدها على أرض الواقع باستخدام العصف الذهني كأداة من أدوات الابتكار التكنولوجي.

قد تناول هذا الموضوع بعد الباحثين أعطاء بعض النتائج حولها فهذا ماسنطرق له من خلال هذا الفصل الثاني

الفصل الثاني:

الدراسات السابقة

تمهيد

بعد التطرق الى الجانب النظري للدراسة سنعرف من خلال هذا الفصل مختلف الدراسات السابقة، وذلك بهدف التعرف على المساهمات السابقة فيما يتعلق بالموضوع البحث.

المبحث الأول: الدراسات السابقة حول الابتكار التكنولوجي والميزة التنافسية

المطلب الأول: دراسات حول الابتكار:

دراسة لـ (Asli Agiroglu Bakir، جويلية 2016)، بعنوان "تصور من مديري المدارس حول الابتكار التكنولوجي مجلة دراسات التعليم والتدريب

" Turgut Özal Anatolian High School ،Çarmuzu ،Malatya ،Turke

حيث تهدف هذه الدراسة إلى تحديد تصورات مديري المدارس حول الابتكار التكنولوجي وما إذا كان هناك اختلاف كبير في إدراكهم لمستوى الابتكار التكنولوجي وفقاً لمعايير مختلفة، توصلت هذه الدراسة إلى النتائج من بينها:

- أن مديري المدرسة محل الدراسة يدركون أهمية الابتكار والابتكار التكنولوجي وأن الابتكار مكتسب.

❖ دراسة لـ (Seyed Hadi Razav ، يناير 2013) بعنوان "الابتكار التكنولوجي التنظيمي" المجلة الدولية للأعمال والعلوم الاجتماعية جامعة الوسائط المتعددة سيبرجايا ، سيلانجور، ماليزيا حيث تهدف هذه الدراسة إلى التعريف بالأدبيات النظرية المتعلقة بالابتكار التكنولوجي التنظيمي، وما هو المنهج والاستراتيجيات والطرق المتبعة من طرف المدراء من أجل قيامهم بالابتكار التكنولوجي، من بين ما توصلت إليه الدراسة من نتائج يتمثل:

- في تحديد الوصفة الطيبة للمديرين فيما يتعلق بالطرق الأفضل التي تمكنهم من تنظيم وقيادة عملية الابتكار، مثل القدرة التنظيمية، والهيكل والجو المبتكر، والقيادة التحويلية، والقيم المجتمعية، ونظام الحوافز والمكافآت وتمكين العاملين، والإدارة التشاركية شرطاً ليكونوا قادرين على تنظيم وقيادة الابتكار التنظيمي.

المطلب الثاني: دراسات حول الميزة التنافسية:

❖ دراسة لـ (حباينة محمد، 2011-2012)، بعنوان "دور الرأسمال الهيكلي في تدعيم الميزة التنافسية للمؤسسة الجزائرية"، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراة في علوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص إدارة الأعمال، جامعة - الجزائر - 3، حيث تهدف هذه الدراسة إلى معرفة رأسمال الهيكلي وما مدى تأثيره على المنظمة لتعزيز ميزة تنافسية، خلصت نتائج هذه الدراسة إلى:

- أن المعرفة الحقيقية للمؤسسة تكمن في رأسمالها الفكري ثم الهيكلية، وقدرة توظيفها للمعرفة الكامنة فيه وتحويلها إلى تطبيقات تحقق الأداء العالي، وبالتالي تحقيق قدرتها التنافسية، والإدارة بالنسبة لمجمع الدراسة تميل للعمل بالطرق الروتينية، ولا تشجع الابتكار ولا تقدم تحفيزات للعمال باستثناء التحفيزات المادية، كما لا تعتمد على أنشطة البحث والتطوير لتدعيم مزاياها التنافسية.

❖ دراسة لـ (هلاي الوليد، 2008-2009)، بعنوان "الأسس العامة لبناء المزايا التنافسية ودورها في خلق قيمة للعميل-دراسة حالة الشركة الجزائرية للهاتف النقال-موبيليس، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، قسم علوم التجارية، فرع الإستراتيجية، جامعة أحمد بوضياف-المسيلة، حيث تهدف هذه الدراسة إلى إبراز دور الذي تلعبه الأسس العامة لبناء الميزة التنافسية في خلق القيمة، ومن بين النتائج المتوصل إليها:

- أن الميزة التنافسية تنشأ بتوصل الشركة إلى أساليب أو طرق جديدة أكثر فعالية، من تلك المستعملة من قبل المنافسين حيث يكون بمقدورها تجسيدها ميدانيا وتنقسم إلى نوعين ميزة التكلفة الأقل وميزة التمييز.

❖ دراسة لـ (معاريف محمد، 2012-2013)، بعنوان "الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية حالة المؤسسات الجزائرية-دراسة حالة قطاع التأمين بسعيدة"، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص تسيير، جامعة أبي بكر بلقايد - تلمسان، حيث تهدف هذه الدراسة إلى معرفة الميزة التنافسية والدور الذي تلعبه في استمرار المؤسسة وما مدى اهتمام المؤسسات الرائدة في السوق بالميزة التنافسية، وتوصلت هذه الدراسة إلى النتائج من بينها:

- إلى أن الهدف الأساسي للمؤسسة في متابعة البيئة التنافسية هو جمع المعلومات بدقة عن البيئة الخارجية، وهذا من أجل معرفة الفرص المتاحة لها وكذا التهديدات التي يمكن أن توجهها، ولهذا تتطلب عليها أتباع استراتيجيات تنافسية محددة للوصول إلى مزايا تنافسية عالية.

المبحث الثاني: الدراسات السابقة حول العلاقة بين الابتكار والميزة التنافسية

المطلب الأول: دراسات تناولت متغيري الدراسة الابتكار والميزة التنافسية

❖ دراسة لـ (بوبعة عبد الوهاب، 2011-2012)، بعنوان "دور الابتكار في دعم الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية-دراسة حالة للهاتف النقال - موبيليس"، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير تخصص إدارة الموارد البشرية جامعة منتوري بقسنطينة

تهدف إلى إبراز دور الابتكار كخيار إستراتيجي فعال في تنمية الميزة التنافسية، ونشر ثقافة الابتكار بين مختلف المؤسسات الاقتصادية، ومعرفة وضعيته في ظل تغيرات السوق الوطنية، باعتبار هذا القطاع من البني التحتية الضرورية لتحريك عجلة النمو الاقتصادي، من بين النتائج المتوصل إليها:

- أن الابتكار ليس بالضرورة أن يكون منتجاً معقداً وإنما ببساطة منتجاً بسيطاً لكن وراءه فكرة مبتكرة ، كما أصبح أهم وسيلة في يد المؤسسة من أجل البقاء في بيئة ، حيث المشكلة لا تكمن في كيفية خلق العميل، وإنما في كيفية المحافظة عليه ، وأن المؤسسة محل الدراسة لا تتوفر لها مصلحة للابتكار بالمعنى الفعلي ، بالإضافة إلى عدم وجود أفراد مختصين في هذا المجال، ولا تطبق الاستراتيجيات المشار إليها في الجانب النظري بل تعتمد على مختصين خارجيين من أجل القيام بالتخطيط لمنتجات جديدة.

❖ دراسة ل (أمينة بلعيد، 2016-2017) بعنوان "مكانة الابتكار ضمن إستراتيجية المؤسسة الجزائرية-دراسة مجمع صيدال"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه ل.م.د في علوم التسيير،شعبة تسيير المنظمات، جامعة باتنة -1، حيث تهدف هذه الدراسة إلى معرفة الابتكار ضمن إستراتيجية المؤسسة الجزائرية وبالخصوص على مجمع صيدال، وذلك بالتركيز على الأساليب المتبعة لتدعيم الابتكار، وخلصت نتائج هذه الدراسة إلى:

- أن نشاط البحث والتطوير هو المصدر الرئيسي للابتكار في الصناعة الصيدلانية، وأن الاهتمام بهذا الأخير والتكنولوجيا والموارد البشري موجود ولكن بنسبة ضئيلة ولم يرقى إلى المستوى المطلوب مقارنة المؤسسات العالمية في هذا المجال، بالإضافة إلى وجود العديد من التحديات الداخلية والخارجية التي تقف حجرة عثرة أمام تفعيل الابتكار ضمن إستراتيجية مؤسسة صيدال.

❖ دراسة لـ (لشهب الصادق، 2014-2015)، بعنوان "دور الابتكار في تنمية الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية- دراسة ميدانية في الشركة المدنية للهندسة بتقرب"، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، تخصص الإدارة الإستراتيجية والذكاء الاقتصادي، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، حيث تهدف هذه الدراسة إلى معرفة الابتكار ودوره في تدعيم وتنمية الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية، وتكمن النتائج المتوصل إليها:

- أن للميزة التنافسية دور الريادي في تفوق المؤسسة الاقتصادية عن بقية المنافسين، وذلك من خلال إنتاج منتجات متميزة وذات تكلفة أقل.

المطلب الثاني: موقع الدراسة الحالية من الدراسات السابقة

سيتم في هذا المطلب توضيح موقع الدراسة الحالية من الدراسات السابقة وذلك من حيث متغيرات الدراسة، الهدف، مكان الدراسة، المنهج المتبع وأداة الدراسة والجدول التالي يبين ما يلي:

الجدول رقم 1 يوضح أوجه التشابه والاختلاف للدراسة الحالية والدراسات السابقة

| المتغير | الدراسة | من حيث المنهج | من حيث الهدف | من حيث الزمان | من حيث المكان |
|-----------------------|------------------|-------------------------------|--|---------------|---|
| المتغير المستقل | Asli agiroglu | الوصفي التحليلي | معرفة تصورات مديري المدارس في تركيا حول الابتكار التكنولوجي ومدى إدراكهم لها | جويلية 2016 | مجموعة من المدارس التركية |
| | Seyed Hadi Razav | الوصفي التحليلي | التعريف بالأدبيات النظرية المتعلقة بالابتكار التكنولوجي التنظيمي وما هو المنهج والاستراتيجيات والطرق المتبعة لإدارته | يناير 2013 | جامعة الوسائط المتعددة |
| المتغير التابع | حباينة محمد | المنهج الاستنباطي، الاستقرائي | معرفة رأسمال الهيكلية في تدعيم الميزة تنافسية . | 2011 - 2012 | الشركات الجزائرية ذات الأسهم والشركات المتعددة الجنسيات |
| | هاللي الوليد | المنهج الوصفي التحليلي | إبراز دور الذي تلعبه الأسس العامة لبناء الميزة التنافسية في خلق القيمة | 2008-2009 | الشركة الجزائرية للهاتف النقال - موبيليس |
| العلاقة بين المتغيرين | معاريف محمد | الوصفي التحليلي | معرفة الميزة التنافسية والدور الذي تلعبه في استمرار المؤسسة | 2012-2013 | دراسة حالة قطاع التأمين سعيدة |
| | بوبعة عبد الوهاب | الوصفي التحليلي | إبراز دور الابتكار كخيار إستراتيجي فعال في تنمية الميزة التنافسية و نشر ثقافة الابتكار بين مختلف المؤسسات الاقتصادية ، | 2011 - 2012 | دراسة حالة مجمع الهامل للهاتف النقال - موبيليس - |
| | أمينة بلعيد | الوصفي التحليلي | معرفة الابتكار ضمن إستراتيجية المؤسسة الجزائرية | 2016 - 2017 | دراسة حالة مجمع صيدال |
| | لشهب الصادق | الوصفي التحليلي | معرفة دور الابتكار في تدعيم وتنمية الميزة التنافسية للمؤسسة | 2014-2015 | دراسة ميدانية في الشركة المدنية للهندسة |
| | | | | | |

| | | | | |
|---------------------------------|-----------|---|------------------------------|-----------------|
| بتقرب | | الاقتصادية | | |
| دراسة حالة مؤسسة مجمع الهامل | 2019-2018 | التعرف بالأدبيات النظرية المتعلقة بالابتكار التكنولوجي وما دور الابتكار التكنولوجي في تعزيز الميزة التنافسية | المنهج الوصفي التحليلي | الدراسة الحالية |

المصدر: من إعداد الطالبين

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه مختلف الدراسات السابقة التي تطرقت للمتغيرين محل الدراسة في بحثنا حيث أن هناك:

- دراستين متعلقة بالمتغير المستقل الابتكار التكنولوجي.
- ثلاث دراسات متعلقة بالمتغير التابع الميزة التنافسية.
- ثلاث دراسات عالجت كلا المتغيرين.

وتبين لنا أن أغلب الدراسات اعتمدت على نفس المنهج الوصفي والمنهج التحليلي، ونظراً لكون هذا الموضوع جديد فنلاحظ بأن هناك إهمال لهذا الجانب بالنسبة لبعض الدراسات السابقة باستثناء الدراسات باللغة الأجنبية، إلا أننا استفدنا منها في التعرف على المتغيرات التي اعتمدت عليها واخذ صورة على طريقة إعداد الاستبيان ومنهجية البحث العلمي.

حيث انفردت الدراسة الحالية بتركيزها على الابتكار التكنولوجي ومعرفة ما هي المبادئ والمميزات التي تتميز بها الابتكار التكنولوجي إضافة إلى معرفة مختلف الأدوار الرئيسية للابتكار التكنولوجي، والعوامل المؤثرة في الابتكار التكنولوجي لنخلص في الأخير إلى تبيان العلاقة الموجودة بين الابتكار التكنولوجي والميزة لتنافسية.

خلاصة الفصل

بعد تطرقنا إلى مختلف الدراسات السابقة التي تناولت موضوع الابتكار والميزة التنافسية، واتضح لنا أن هناك علاقة ترابطية فيما بينهما، وكون موضوع الابتكار التكنولوجي جديد فهناك اختلاف بين دراستنا الحالية والدراسات السابقة،

الفصل الثالث:

دراسة ميدانية

بمجمع الهامل

تمهيد:

بعد التطرق في الفصل الأول إلى الإطار النظري لمفهوم الابتكار التكنولوجي والميزة التنافسية، تبين لنا أن الابتكار يعتبر من بين العوامل الهامة التي تساعد في الرفع من الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية، إذ لا بد من وجود إدارة قائمة بذاتها تقوم على هذا الموضوع باعتبار أن الابتكار من المواضيع المعقدة التي تتطلب مشاركة مختلف الأطراف وتوفير الموارد الملموسة والغير الملموسة، وبالأخص ضرورة الاهتمام بالموارد البشري باعتباره المصدر الأساسي للأفكار الإبداعية، وذلك من خلال توفير نظام للحوافز والمكافآت، وتفعيل نظام المعلومات والاتصالات، والاهتمام بنشاط البحث والتطوير... الخ.

ومن هنا سنحاول في هذا الفصل إسقاط الجانب النظري على المؤسسة الاقتصادية لمجمع الهامل ، ووكالتها التجارية الأم والوكالة التجارية الفرعية لمجمع الهامل ، بغية معرفة دور الابتكار التكنولوجي في تعزيز الميزة التنافسية، ومن أجل توضيح ذلك تم تقسيم هذا الفصل إلى مبحثين:

المبحث الأول: الطريقة والأدوات والنموذج المتبع.

المبحث الثاني: عرض وتحليل النتائج.

المبحث الأول: الطريقة والأدوات

ينحصر مضمون هذا المبحث في العرض المفصل للطريقة والأدوات المتبعة في الدراسة، والتي تشمل طريقة اختيار مجتمع وعينة الدراسة، وتحديد مختلف المتغيرات محل الدراسة وكيفية قياسها بالإضافة إلى تبيان أدوات جمع المعلومات والأساليب الإحصائية التي تعالج نتائج الدراسة.

المطلب الأول: الطريقة والأدوات المتبعة**أولاً: تحديد مجتمع الدراسة واختيار العينة****1- تعريف بمجتمع الدراسة:**

يضم مجتمع الدراسة المؤسسة الاقتصادية لمجمع الهامل بادرار.

1.1 1-1 تعريف مؤسسة مجمع الهامل : التعريف بالمؤسسة :

هي عبارة عن وحدة صناعية لمجمع الهامل فرع المطاحن، تحتوي على مطحنة القمح تعمل على استخراج السميد من القمح الصلب والدقيق (الفرينة) من القمح اللين، وتقدر مساحة نشاطها ب 02 هكتار. وقد بدأ نشاطها في فيفري 2002 والتي تحتوي على تجهيزات جد متطورة مستوردة من الخارج، وتقدر طقتها الانتاجية ب 30 طن يوميا من القمح الصلب (السميد)، و50طن يوميا من القمح اللين (الفرينة).

1.1 طريقة عمل المؤسسة:

تعمل هذه المؤسسة 12 سا وهي تعمل بنظام الفرق المتداولة كل فريق يعمل مدة 08 سا يوميا، يعمل الفرق الاول من الساعة 08:00 الى 15:00، والفريق الثاني يعمل من 15:00 الى 23:00، ويعمل الفريق الثالث من 23:00 الى 08:00 صباحا.

تتضمن هذه المؤسسة في هيكلها التنظيمي :

1. المسير العام: هو الشخص الذي يهتم بشؤون المؤسسة وإدارتها وإتمام التعاملات مع المؤسسات التجارية واتخاذ القرارات التسييرية.

2. مسير المخزونات : هذا الشخص العامل الذي يهتم باستلام المواد الاولية والمادة النهائية بعد انتاجها.

3. مصلحة المحاسبة : هو الشخص الذي يهتم بالمراقبة المالية من خلال صرف الاموال المخصصة لشراء المادة الاولية والمادة النهائية بعد انتاجها وتحديد ميزانية المؤسسة

• متابعة الميزانية وانجاز الميزانية السنوية.

- التسجيل المحاسبي للفواتير
- الاهتمام بالشؤون المالية للمستخدمين.

1.1 اهداف المؤسسة :

- ❖ تلبية حاجيات الزبائن وتغطية النقص لهذه المادة.
- ❖ ضمان تمثيل جيد لشؤون الحبوب على المستوى المحلي.
- ❖ التنمية والاستثمار على المستوى الولائي.
- ❖ السرعة في توصيل الخدمات إلى مختلف زبائنه، و البقاء على اتصال دائم أهم.
- ❖ الحرص على تقديم الخدمات بجودة عالية.
- ❖ الإبداع و الوفاء بوعودها باستمرار.
- ❖ التحسين الدائم لخدمات تكنولوجيتها.
- ❖ المحافظة على الحصة السوقية.
- ❖ البقاء و الاستمرارية و تحقيق الأرباح.
- ❖ المشاركة في التنمية الوطنية.

2-3 اختيار نوع وحجم العينة:

العينة القصدية: يتم اختيار مفردات هذه العينة حسب ما يراه الباحث مناسباً، على أساس أنها تمثل مجتمع الدراسة أو ذات خبرة في الميدان، وبالتالي تخدم أغراض الدراسة، وباعتبارها المناسبة للدراسة، بحيث تضم مختلف الموظفين الإداريين ، حيث تم توزيع الاستبيان بمجمع الهامل والتي تضم 54 عاملاً كعينة للدراسة.

الجدول رقم 2 الإحصائيات الخاصة بمجموع استمارات الاستبيان

| الاستبيانات | | الاستبيانات (المسترجعة و غير المسترجعة) | اسم المؤسسة |
|-------------|-------|--|-------------------|
| النسبة | العدد | | |
| 100% | 54 | عدد الاستبيانات الموزعة | مؤسسة مجمع الهامل |
| 6% | 3 | عدد الاستبيانات التي لم تسترجع | |
| 2% | 1 | عدد الاستبيانات الملغاة | |
| 92% | 50 | عدد الاستبيانات الصالحة | |

المصدر: من إعداد الطالبين

2- وصف لخصائص عينة الدراسة:

بعد اختيار العينة التي تعتبر من بين الخطوات الهامة للقيام بالدراسة الميدانية، تم توزيعها حسب الخصائص الشخصية والوظيفية والمتمثلة في النوع، والمؤهل العلمي، العمر، الوظيفة، سنوات الخبرة، وفيما يلي توضيح لخصائص أفراد العينة محل الدراسة.

3-1 توزيع عينة الدراسة وفقاً للنوع:

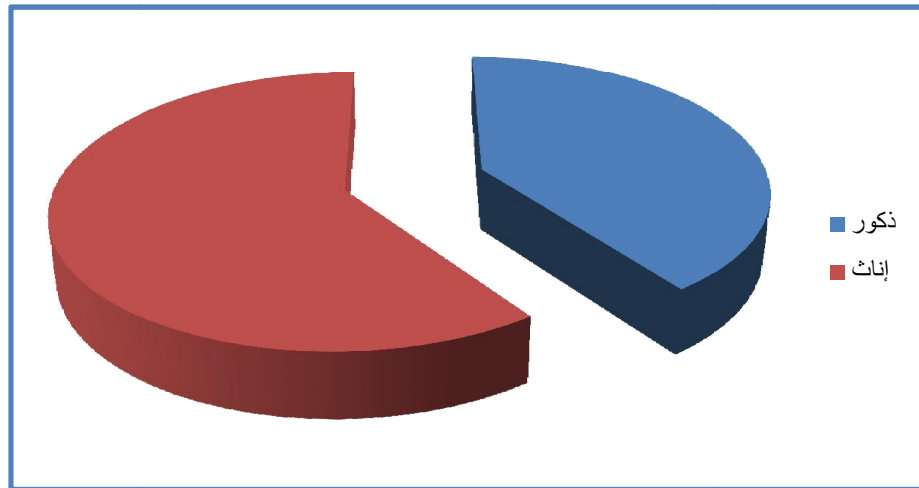
الجدول رقم 3 يوضح توزيع أفراد العينة حسب النوع (ذكر، أنثى)

| المتغير | الفئات | التكرار | النسبة المئوية % |
|---------|---------|---------|------------------|
| النوع | ذكور | 40 | 80% |
| | إناث | 10 | 20% |
| | المجموع | 50 | 100% |

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات SPSS ،V20

ويمكن أن نوضح معطيات الجدول (2-2) من خلال الشكل التالي:

الشكل رقم 3 يوضح توزيع أفراد العينة حسب النوع (ذكر، أنثى)



المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات Excel

من خلال الجدول والشكل البياني يتضح أن مختلف الشرائح الإدارية لكل من مؤسسة مجمع الهامل والوكالة التجارية الأم والوكالة الفرعية لمجمع الهامل ، كانوا إناثاً فقدر عددهم 30 عاملاً أي بنسبة 60%، بينما ما تبقى من أفراد العينة كانوا ذكوراً وعددهم 20 أي ما يعادل 40%، وهذا راجع لإستراتيجية المؤسسة في فتح المجال لكل من الكفاءات سواءً بالنسبة للذكور أو الإناث، بالإضافة لاهتمام المرأة بالعلم و المعرفة.

3-2 توزيع عينة الدراسة وفقاً للمؤهل العلمي:

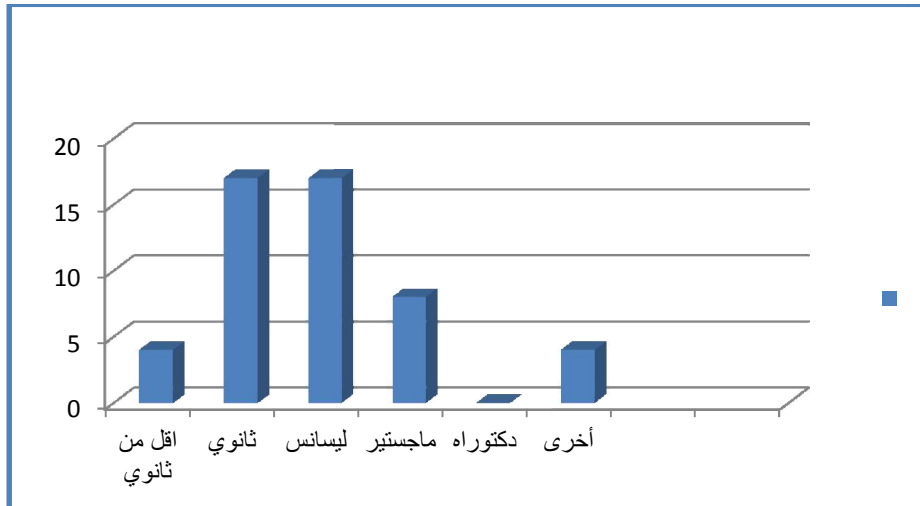
الجدول رقم 4 يوضح توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي

| المتغير | الفئات | التكرار | النسبة المئوية % |
|---------------|--------------|---------|------------------|
| المؤهل العلمي | أقل من ثانوي | 04 | 8% |
| | ثانوي | 17 | 34% |
| | ليسانس | 17 | 34% |
| | ماجستير | 08 | 16% |
| | دكتوراه | / | / |
| | أخرى | 04 | 8% |
| | المجموع | 50 | 100% |

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات SPSS،V20

كما يترجم الجدول السابق الشكل البياني التالي:

الشكل رقم 4 يوضح توزيع مفردات العينة حسب المؤهل العلمي



المصدر: من إعداد الطالبين اعتماداً على مخرجات Excel

ما يلاحظ من خلال الجدول رقم (3-2) والشكل البياني رقم (2-2) أن أغلب الشرائح الإدارية مستواهم التعليمي ثانوي وليسانس بنسب متساوية أي ما يعادل 34%، تليهم فئة ماجستير ما يعادل 16% وفي الأخير فئتي أقل من ثانوي وأخرى ما يعادل 8% و 0% بالنسبة لفئة الدكتوراه، تعكس هذه النسب المستوى التعليمي لأفراد عينة الدراسة ومدى قدرتهم على الإجابة على الاستبيان، وهذا ما يبين أن المؤسسة تفتح المجال للتوظيف لمختلف المناصب بمستويات متنوعة حسب ما تتطلبه المناصب.

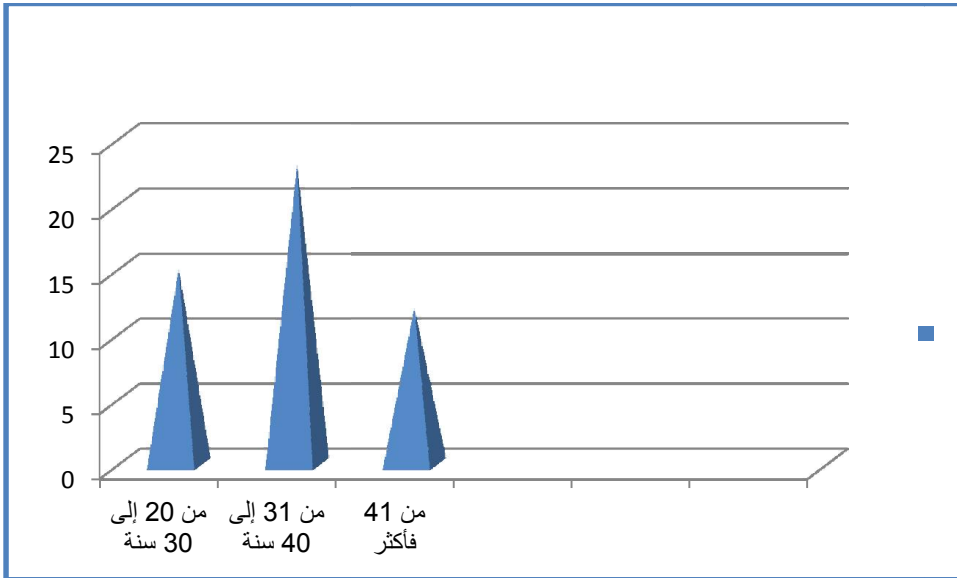
3-3 توزيع عينة الدراسة حسب العمر:

الجدول رقم 5 يوضح توزيع أفراد العينة حسب العمر

| المتغير | الفئات | التكرار | النسبة المئوية % |
|---------|------------------|---------|------------------|
| العمر | من 20 إلى 30 سنة | 15 | 30% |
| | من 31 إلى 40 سنة | 23 | 46% |
| | من 41 فأكثر | 12 | 24% |
| | المجموع | 50 | 100% |

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات SPSS، V20
 يمكن أن توضح معطيات الجدول (2-4) من خلال الشكل التالي:

الشكل رقم 5 يوضح توزيع أفراد العينة حسب العمر



المصدر: من إعداد الطالبين اعتماداً على مخرجات Excel

من خلال الشكل أعلاه نلاحظ أن أعلى نسبة لأفراد عينة الدراسة تتركز في الفئة العمرية من 31 إلى 40 سنة بنسبة 46%، تليها الفئة العمرية من 20 إلى 30 سنة بنسبة 30%، تليها الفئة العمرية من 41 فأكثر بنسبة 24%.

3-3-4 توزيع عينة الدراسة حسب سنوات الخبرة :

الجدول رقم 6 يوضح توزيع أفراد العينة حسب سنوات الخبرة

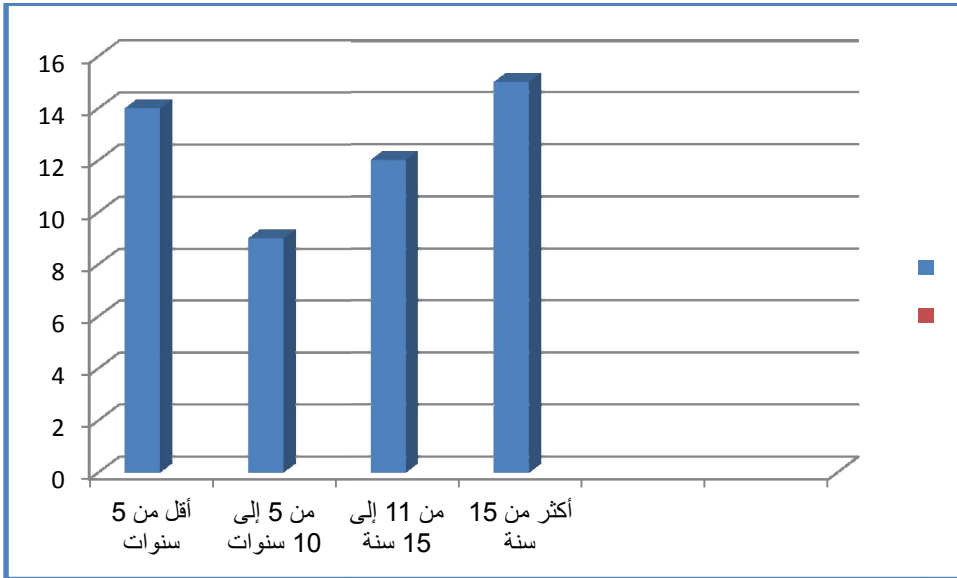
| المتغير | الفئات | التكرار | النسبة المئوية % |
|--------------|-------------------|---------|------------------|
| سنوات الخبرة | أقل من 5 سنوات | 14 | 28% |
| | من 5 إلى 10 سنوات | 9 | 18% |

| | | |
|------|----|------------------|
| 24% | 12 | من 11 إلى 15 سنة |
| 30% | 15 | أكثر من 15 سنة |
| 100% | 50 | المجموع |

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات SPSS،V20

كما يترجم الجدول السابق الشكل البياني التالي:

الشكل رقم 6 يوضح توزيع أفراد العينة حسب سنوات الخبرة



المصدر: من إعداد الطالبين اعتماد على مخرجات Excel

يوضح لنا الشكل أعلاه أن مستوى الخبرة كانت نسبة 30% من أفراد العينة يمتلكون خبرة أكثر من 15 سنة وهذا ما يدل على أنهم ذو خبرة عالية، تليها نسبة 28% من الأفراد الذين يمتلكون الخبرة أقل من 5 سنوات تليها كذلك نسبة 24% من الأفراد الذين يمتلكون الخبرة من 11 إلى 15 سنة، وأخيراً نسبة 18% من الأفراد الذين يمتلكون الخبرة من 5 إلى 10 سنوات، وهذا ما يجعلنا نستنتج أن للمؤسسة إطارات ذو خبرة وهو ما ينعكس إيجاباً على مستوى أداء المؤسسة.

ثانياً: أدوات الدراسة

1- الاستبيان: هو أداة لجمع البيانات المتعلقة بموضوع بحث محدد عن طريق استمارة، يجري تعبئتها من قبل المستجيب (وآخرون ف..، 2010، صفحة 53).

كما تم الاعتماد على هذا الأخير في جمع البيانات وذلك بناء على الأسئلة المأخوذة من الدراسات السابقة شريطة أن تتضمن أحد المتغيرين (المتغير التابع أو المستقل أو كليهما)، حيث يتعلق الجزء الأول بالبيانات الشخصية المتعلقة بعينة الدراسة، والجزء الثاني متعلق بالمتغير المستقل (الابتكار التكنولوجي)، والذي ينقسم بدوره إلى ثلاثة أبعاد وهي كالتالي، الابتكار الإداري، الابتكار التقني، والابتكار الإضافي، أما الجزء الثالث متعلق بالمتغير التابع (الميزة التنافسية)، والمكونة من ثلاثة أبعاد

والمتمثلة في بعد التكلفة، بعد المرونة، بعد الجودة، كما هو موضح في الملحق رقم (01)، حيث مر هذا الأخير على المراحل التالية:

- تم إعداد الاستبيان تبعاً لدراسات سابقة كمرحلة أولية.
- عرض الاستبيان على الأستاذ المشرف من أجل التصحيح حسبما تتطلبه الدراسة.
- القيام بتصحيح الاستبيان وفق التوجيهات المطروحة من طرف الأستاذ المشرف.
- طرح الاستبيان على الأساتذة المحكمين.
- إعادة إعداد الاستبيان وفق توجيهات الأساتذة المحكمين.
- توزيع الاستبيان على نسبة معينة من عينة الدراسة بغية معرفة مستوى فهم وبساطة الاستبيان لعينة الدراسة.
- توزيع الاستبيان على كامل أفراد العينة المقصودة. وأثناء توزيع هذا الاستبيان قمنا بطرح بعض الأسئلة على مختلف المكاتب الإدارية بمؤسسة مجمع الهامل بأدرار ووكالتها التجارية الأم والوكالة التجارية الفرعية لمجمع الهامل، من أجل توضيح الاستبيان والهدف المراد الوصول إليه، بالإضافة إلى الملاحظات الخاصة بظروف العمل.

2- **الملاحظة:** هي عملية جمع المعلومات عن طريق ملاحظة الناس أو الأماكن. (الضامن، 2017،

صفحة 94)

سمحت لنا الدراسة الميدانية من ملاحظة العديد من السلوكيات والعلاقات الموجودة بين مختلف العاملين والزبائن، والتعرف على ظروف عملهم، ومدى تفاهمهم مع بعضهم البعض، ما لفت انتباهنا علاقة مدير الوكالة التجارية الأم مع العاملين ومدى احتكاكه بهم من أجل الوقوف أو توضيح بعض المشاكل التي يواجهها العاملين، فالمؤسسة محل الدراسة تمر بظروف عمل جيدة.

3- **المقابلة:** هي الطريقة التي بواسطتها يتم جمع المعطيات عن طريق اتصال الباحثين شخصياً

المبحوثين لأخذ الإجابات منهم. (البلداوي، 2017، صفحة 37)

تم إجراء مقابلة مع مختلف المكاتب الإدارية من أجل توضيح موضوع الدراسة والهدف منها إضافة إلى طرح بعض الأسئلة حول المؤسسة وموضوع الدراسة.

كما اعتمدت الدراسة على مقياس ليكارت الخماسي وهو مقياس شائع الاستخدام في العلوم الاجتماعية والإنسانية، ويستخدم في تصنيف الإجابات، ومن خلال كل هذا قمنا بقياس فقرات الاستبيان حيث تم إعطاء كل إجابة مستوى رقم لها لتشجيع أفراد عينة الدراسة على الإجابة وتحليل النتائج باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS، v20، الجدول التالي يوضح ما يلي:

جدول رقم 7 يوضح مقياس ليكارت الخماسي

| الرقم | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
|---------|------------|-------|-------|----------------|-----------|
| المستوى | موافق بشدة | موافق | محايد | غير موافق بشدة | غير موافق |

المصدر: من إعداد الطالبين

من أجل حساب مجال المتوسط الحسابي المرجح نقوم ب:

- حساب المدى والذي يمثل الفرق بين أكبر مشاهدة في التوزيع وأقل مشاهدة فيه مضافاً إليه مقدار وحدة القياس، المدى يساوي $5-1=4$.
 - قسمة المدى على 5 للحصول على طول الفئة أي $5/4 = 0.8$ ثم إضافة القيمة إلى أقل قيمة في المقياس (1) وذلك لتحديد الحد الأعلى لهذه الخلية كما هو موضح في الجدول التالي :
- الجدول رقم 8 ترتيب العبارات حسب أهميتها في المحور بالاعتماد على أكبر قيمة متوسط في المحور

| مستوى الموافقة | منخفضة جداً | منخفضة | متوسطة | مرتفعة | مرتفعة جداً |
|----------------|-------------|-----------|-----------|-----------|-------------|
| الدرجة | 1-1.79 | 1.79-2.59 | 2.60-3.39 | 3.40-4.19 | 4.20-5 |

المصدر: من إعداد الطالبين

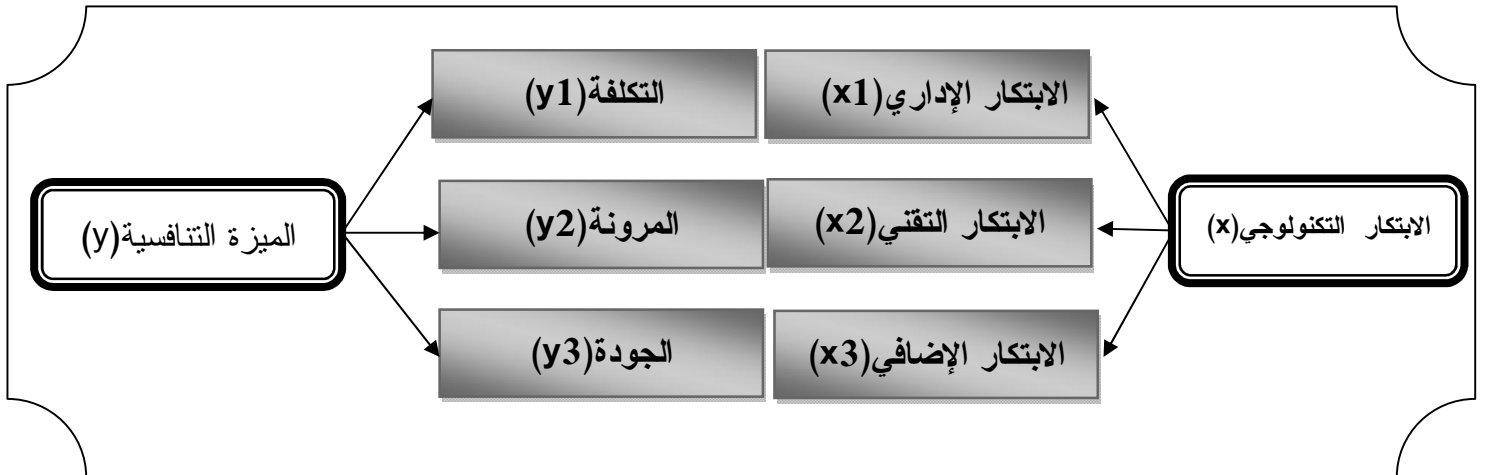
ثالثاً: نموذج الدراسة

تتكون متغيرات الدراسة من متغيرين، متغير مستقل Independent Variable يكمن في الابتكار التكنولوجي، حيث يتكون من ثلاثة أبعاد، والمتغير التابع Dependent Variable المتمثل في الميزة التنافسية المكونة من ثلاثة أبعاد ذلك أن المتغير الذي نعتمد عليه الوصول إلى التنبؤ يسمى بالمتغير المستقل والمتغير الذي نريد تقديره أو التنبؤ بقيمته يسمى بالمتغير التابع (عقيل، 2012، صفحة 31).

X : تمثل المتغير المستقل، وهي الابتكار التكنولوجي

Y : تمثل المتغير التابع، وهي الميزة التنافسية

الشكل رقم 7 يوضح نموذج الدراسة



المصدر: من إعداد الطالبين

المطلب الثاني: الأدوات والإجراءات المتبعة

من خلال هذا المطلب سنحاول توضيح مختلف الأدوات الإحصائية والبرامج المستخدمة ومعالجة البيانات المجمعة من الاستبيان.

أولاً: الأدوات الإحصائية والقياسية المستخدمة

1- صدق الاستبيان: هو عبارة عن قياس أسئلة الاستبيان (مربعي، 2011-2012، صفحة 126)، ولتحقق من مصداقية الاستبيان قمنا بعرض الصدق الظاهري للاستبيان على أربعة محكمين، وقد عدلت بعض الأسئلة وفق الملاحظات والاقتراحات ليصبح الشكل النهائي للاستبيان مكونة من 33 فقرة موضوعة على متغيرات الدراسة، والملحق رقم (2) يوضح قائمة المحكمين.

2- صدق الاتساق الداخلي: يقصد بصدق الاتساق الداخلي مدى اتساق جميع عبارات الاستبيان مع المحور الذي ينتمي إليه، وعليه تم حساب معامل الارتباط (بيرسون) بين درجة كل عبارة من عبارات المحور والدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه هذه الفقرة.

1-2 صدق الاتساق الداخلي لمحاور الابتكار التكنولوجي (الابتكار الإداري، الابتكار التقني، الابتكار

الإضافي):

الجدول رقم 9 الجدول رقم (2-9) يوضح الاتساق الداخلي لعبارات الابتكار الإداري

| الرقم | العبارات | معامل الارتباط | مستوى المعنوية |
|-------|--|----------------|----------------|
| 01 | تقوم المنظمة بتسطير برامج كفوة تساعد العاملين على فهم عمل الإدارة. | 0,677** | 0.000 |
| 02 | تمنح للمنظمة العاملين الحرية في حل المشكلات الفورية المتعلقة بتقديم خدماته | 0,707** | 0.000 |
| 03 | تقوم المنظمة بتصميم خدماتها واستحداث في إستراتيجيتها ونظم الرقابة عليها | 0,856** | 0.000 |
| 04 | تعمل المنظمة بصفة دورية على تطوير خدماتها ومركزها التسويقي. | 0,761** | 0.000 |
| 05 | تعمل المنظمة على استحداث تغيرات جذرية في هيكلها التنظيمية. | 0,727** | 0.000 |
| 06 | تعمل المنظمة على تطوير خدماتها بالاعتماد على دراسة السوق واحتياجاته | 0,843** | 0.000 |

المصدر: من إعداد الطالبين من مخرجات SPSS،V20

1- ** أمام الرقم تعني أن الفقرة متناسقة فعلاً مع بعدها ومستوى الدلالة 0.01.

2- * أمام الرقم تعني أن الفقرة متناسقة فعلاً مع بعدها ومستوى الدلالة 0.05.

من خلال الجدول أعلاه يتضح لنا أن جميع العبارات الابتكار الإداري ترتبط مع الدرجة الكلية مما يعني أن عباراته دالة إحصائياً، وأن معاملات الارتباط المحسوبة لكل فقرة من فقراتها قوية، كما أن قيمة sig (مستوى المعنوية) أقل من مستوى دلالة 0.01 في جميع عبارات الابتكار الإداري هذا ما يدل على أن عبارات الابتكار الإداري صادقة ومتسقة داخلياً.

الجدول رقم 10 يوضح الاتساق الداخلي لعبارات الابتكار التقني

| الرقم | العبارات | معامل الارتباط | مستوى المعنوية |
|-------|---|----------------|----------------|
| 07 | تعمل المنظمة جاهدة على تطوير الخدمات المقدمة للزبائن. | 0.840** | 0.000 |
| 08 | تعمل المنظمة على تطوير شبكاتها في مجال استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال | 0.828** | 0.000 |
| 09 | تقوم المنظمة بإجراء تغييرات في تصميم ونوع الخدمة المقدمة تماشياً مع نوعية التقنيات الحديثة. | 0.842** | 0.000 |
| 10 | تعمل المنظمة على استقطاب تقنيات جديدة للعمل على رفع خدماتها مقارنة بالمنافسين | 0.927** | 0.000 |
| 11 | تقوم المنظمة بابتكار طرق جديدة لبناء وتعديل وتحسين عملياتها الخدمية | 0.851** | 0.000 |
| 12 | تعمل المنظمة على تقديم عروض تكنولوجيا جديدة ذات تدفق عالي موجهة إلى الزبائن الخواص. | 0.897** | 0.000 |

المصدر: من إعداد الطالبتين من مخرجات SPSS،V20

من خلال الجدول أعلاه يتضح لنا أن جميع العبارات الابتكار التقني ترتبط مع الدرجة الكلية مما يعني أن عباراته دالة إحصائياً، أن معاملات الارتباط المحسوبة لكل فقرة من فقراتها قوية، كما أن قيمة sig (مستوى المعنوية) أقل من مستوى دلالة 0.01 في جميع عبارات الابتكار التقني، هذا ما يدل على أن عبارات الابتكار الإداري صادقة ومتسقة داخلياً.

الجدول رقم 11 يوضح الاتساق الداخلي لعبارات الابتكار الإضافي

| الرقم | العبارات | معامل الارتباط | مستوى المعنوية |
|-------|---|----------------|----------------|
| 13 | تسعي المنظمة إلى تقديم عروض مجانية بغية زيادة عدد المشتركين في خدماتها. | 0,817** | 0.000 |
| 14 | تقوم المنظمة بإضافة خدمات متميزة ومبتكرة مقارنة بالمنافسين | 0,834** | 0.000 |
| 15 | تعمل المنظمة على توحيد المواقع الالكترونية للمنظمة في موقع واحد لتسهيل عملية الوصول إلى المعلومات | 0,770** | 0.000 |
| 16 | تعمل المنظمة على تقديم عروض ترويجية خاصة بتعبئة حساب الانترنت | 0,858** | 0.000 |
| 17 | تعتمد المنظمة على برامج لتحسين وتطوير خدماتها لتحقيق الرضا وزيادة ولاء زبائنها | 0,819** | 0.000 |
| 18 | ترتكز المنظمة في تطوير خدماتها كقاعدة على شكاوي وآراء الزبائن | 0,841** | 0.000 |
| 19 | تقدم المنظمة أسعار خيالية جداً ولا يستطيع المواطن البسيط الاستفادة منها | 0,647** | 0.000 |

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات SPSS،V20

من خلال الجدول أعلاه يتضح لنا أن جميع العبارات الابتكار الإضافي ترتبط مع الدرجة الكلية مما يعني أن عباراته دالة إحصائياً، وأن معاملات الارتباط المحسوبة لكل فقرة من فقراتها قوية، كما أن قيمة sig (مستوى المعنوية) أقل من مستوى دلالة 0.01 في جميع عبارات الابتكار الإضافي، هذا ما يدل على أن عبارات الابتكار الإداري صادقة ومتسقة داخلياً.

2-2 صدق الاتساق الداخلي لفقرات الميزة التنافسية:

الجدول رقم 12 يوضح الاتساق الداخلي لجميع فقرات الميزة التنافسية

| الرقم | العبارات | معامل الارتباط | مستوى المعنوية |
|-------|--|----------------|----------------|
| 20 | تسعى المنظمة إلى إنتاج خدماتها بأقل تكلفة للسيطرة على حصتها السوقية | 0.722** | 0.000 |
| 21 | تساهم المنظمة عند تخفيض تكاليف الخدمة المقدمة في زيادة الرضا الزبون | 0.693** | 0.000 |
| 22 | تستفيد المنظمة من اقتصاديات الحجم عند اقتناءها للمواد الأولية | 0.723** | 0.000 |
| 23 | تسعى المنظمة للاحتفاظ بالعناصر ذات الكفاءة لتخفيض حجم التكاليف | 0.671** | 0.000 |
| 24 | تستطيع المنظمة مواجهة التغيرات البيئية الخارجية بشكل سريع. | 0.681** | 0.000 |
| 25 | تمتلك المنظمة مرونة عالية في حجم الاستجابة للتغيرات الحاصلة في حاجات ورغبات الزبائن | 0.791** | 0.000 |
| 26 | تمتلك المنظمة مرونة عالية في التحكم في حجم إنتاج خدماتها بما يتناسب مع تقلبات سوق الطلب على الخدمة | 0.782** | 0.000 |
| 27 | تتمتع المنظمة بالمرونة والسرعة في تقديم الخدمة | 0.743** | 0.000 |
| 28 | تعمل المنظمة على التحكم في نوعية الخدمة (السعر، الجودة) | 0.720** | 0.000 |
| 29 | تعتمد منظماتكم على الجودة للتمييز | 0.695** | 0.000 |
| 30 | تستطيع المنظمة التميز من خلال تقديم أفضل العروض المقدمة وبأسعار مغرية | 0.643** | 0.000 |
| 31 | توصلت المنظمة إلى شرائح كبيرة من الزبائن بفضل نشاطها التسويقي | 0.746** | 0.000 |
| 32 | تعمل المنظمة على تقديم خدمات جديدة ومتطورة تساهم في تحقيق ميزة تنافسية للمنظمة | 0.626** | 0.000 |
| 33 | تسعى المنظمة لتحسين حصتها السوقية وبلوغ الريادة في السوق | 0.599** | 0.000 |

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات SPSS ،V20

من خلال الجدول أعلاه يتضح لنا أن جميع عبارات الميزة التنافسية ترتبط مع الدرجة الكلية، مما يعني أن عباراته دالة إحصائياً، وأن معاملات الارتباط المحسوبة لكل فقرة من فقراتها قوية، كما أن قيمة

sig (مستوى المعنوية) أقل من مستوى دلالة 0.01 في جميع عبارات الميزة التنافسية، هذا ما يدل على أن عبارات الابتكار الميزة التنافسية صادقة ومتسقة داخلياً.

1- اختبار صدق وثبات الاستبيان:

من أجل التحقق من ثبات الاستبيان ومصداقيته تم استخدام اختبار كرونباخ، لقياس ثبات مجمل فقرات الاستبيان عن طريق معامل ألفا كرونباخ، والجدول التالي يوضح نتائج هذا الاختبار.

الجدول رقم 13 يوضح نتائج اختبار معامل ثبات ألفا كرونباخ Statistiques de fiabilité

| عدد الفقرات Nombre d'éléments | معامل الثبات Alpha de Cronbach |
|----------------------------------|-----------------------------------|
| 33 | 0.961 |

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات SPSS، V20

من خلال الجدول نلاحظ أن قيمة معامل الثبات تقدر ب 0.961 تفوق القيمة المقدرة 70% فهذا يعني أنها تتمتع بدرجة ثبات عالية مناسبة لموضوع الدراسة،

اختبار التوزيع الطبيعي: باعتباره الوسيلة أو الطريقة المناسبة لمعرفة إذا كانت هذه البيانات تتبع التوزيع الطبيعي أو لا وعليه يمكن اختبار الفرضيات:

- H_0 : الفرضية العدمية.

- H_1 : الفرضية البديلة

❖ H_0 : افتراض أن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي والتي تدل على أنه إذا كانت قيمة sig أكبر من 0.05 (مستوي المعنوية) فإن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي.

❖ H_1 : افتراض أن البيانات لا تتبع التوزيع الطبيعي، وهو ما يدل على أن الفرضية البديلة sig أقل من 0.05 (مستوي المعنوية) فإن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي.

وعليه يمكن استخدام أحد الاختبارين والمتمثلين في:

▪ اختبار كولموغوروف سيمنروف.

▪ اختبار شايبيرو.

الجدول رقم 14 : يوضح اختبار التوزيع الطبيعي حسب اختبار كولموغوروف سيمنروف

| الملاحظة | الميزة التنافسية | الابتكار التكنولوجي | المتغيرات |
|--|------------------|------------------------|--|
| بما أن قيمة معلمة التوزيع الطبيعي أكبر من قيمة sig فإن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي | 0,714 | 0,905 | Z de Kolmogorov-Smirnov |
| | 0,687 | 0,385 | Signification asymptotique (bilatérale) |
| | 50 | | N |

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات SPSS، V20

من خلال الجدول أعلاه وبما أن مستوى المعنوية لاختبار كولموغروف سيمنروف وقيمة sig لكل من الابتكار التكنولوجي والميزة التنافسية أكبر من مستوى المعنوية 5% نستدل على أن هذه البيانات تتبع التوزيع الطبيعي.

ثانيا: الأدوات الإحصائية المستخدمة في معالجة البيانات:

من أجل القيام بالتحليل الإحصائي لبيانات الاستبيان تم الاستعانة بالأدوات الإحصائية المناسبة لهذه الدراسة، والتي يتم الحصول على نتائجها مباشرة بعد تفرغ الاستبيان من خلال برمجية SPSS، V20، حيث تم استخدام نوعين من الأساليب الإحصائية:

1- الأساليب الإحصائية الوصفية: حيث تطرقنا إلى:

1-1 حساب التكرارات والنسب المئوية: من خلالها إجابات الأفراد يمكن الحصول على مختلف الأشكال البيانية (الدوائر النسبية، المضلعات التكرارية... الخ) .

1-2 المتوسط الحسابي: مجموع القيم المدروسة مقسومة على عددها (وآخرون ع.، 2005، صفحة 55)، وذلك لمعرفة مدى تركيز أو توافق الإجابات.

1-3 الانحراف المعياري: هو الجذر التربيعي لمربع انحرافات قيم المفردات عن وسطها الحسابي. (طبيه، 2008، صفحة 123) وذلك من أجل معرفة مدى تشتت الإجابات لدى الأفراد العينة.

2- الأساليب الإحصائية الاستدلالية: والتي من بينها:

1-2 حساب معامل الارتباط بيرسون: لمعرفة الدلالة الإحصائية لقياس صدق الاتساق الداخلي لفقرات الاستبيان.

2-2 مقياس ألفا كرونباخ: لقياس درجة ثبات البيانات.

2-3 تحليل التباين Anova: لمعرفة الفروق في آراء عينة الدراسة حول دور الابتكار التكنولوجي في تعزيز الميزة التنافسية.

2-4 الانحدار البسيط: من أجل تحديد علاقة المتغير المستقل بالمتغير التابع وما مدى تأثيره فيه.

المبحث الثاني: عرض وتحليل النتائج

سنعرض في هذا المبحث لنتائج الدراسة الميدانية من خلال هذا مطلبين، حيث في المطلب الأول سنقوم بالتحليل الوصفي للإجابات أفراد العينة، والمطلب الثاني سيكون فيه اختيار الفرضيات تفسيرها ومناقشتها.

المطلب الأول: نتائج التحليل الوصفي للعينة

يتضمن هذا المطلب نتائج دراسة المتغيرين، وذلك من خلال تحليل مجمل عبارات المحاور بواسطة الأساليب الإحصائية.

أولاً: عرض اتجاهات أفراد العينة حول الابتكار التكنولوجي

1- عرض اتجاهات أفراد العينة حول الابتكار الإداري:

الجدول رقم 15 يوضح المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمحور الابتكار الإداري

| الترتيب | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | العبارات | الرقم |
|---------|-------------------|-----------------|---|-------|
| 2 | 0.96235 | 4.1800 | تقوم المنظمة بتسطير برامج كفاءة تساعد العاملين على فهم عمل الإدارة. | 01 |
| 5 | 1,00934 | 3.9600 | تمنح المنظمة العاملين الحرية في حل المشكلات الفورية المتعلقة بتقديم خدماتها | 02 |
| 4 | 0,88063 | 4.0000 | تقوم المنظمة بتصميم خدماتها واستحداث في إستراتيجيتها ونظم الرقابة عليها. | 03 |
| 1 | 0,87622 | 4.2600 | تعمل المنظمة بصفة دورية على تطوير خدماتها ومركزها التسويقي. | 04 |
| 6 | 1,13497 | 3.7600 | تعمل المنظمة على استحداث تغيرات جذرية في هيكلها التنظيمية. | 05 |
| 3 | 1,04978 | 4.0000 | تعمل المنظمة على تطوير خدماتها بالاعتماد على دراسة السوق واحتياجاته | 06 |
| | 0,74942 | 4.0267 | المتوسط العام | |

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات SPSS،V20

من خلال الجدول أعلاه تشير مجمل إجابات أفراد العينة نحو الفقرة " تعمل المنظمة بصفة دورية على تطوير خدماتها ومركزها التسويقي"، إنها تأخذ الترتيب الأول بمتوسط حسابي يقدر ب 4.2600، وهذا راجع لاهتمام المنظمة الكبير بتطوير خدماتها، يليها في الترتيب الثاني " تقوم المنظمة بتسطير برامج كفاءة تساعد العاملين على فهم عمل الإدارة"، بمتوسط حسابي ب4.1800، كون هذا المنظمة تعمل على

توفير إمكانيات وبرامج متطورة من شأنها تساعد العاملين على فهم عمل الإدارة، يليها على التوالي الترتيبين الثالث والرابع العبارات "تعمل المنظمة على تطوير خدماتها بالاعتماد على دراسة السوق واحتياجاته"، و"تقوم المنظمة بتصميم خدماتها واستحداث في إستراتيجيتها ونظم الرقابة عليها"، بمتوسط حسابي متساوي يقدر ب 4.0000، يليها أيضا الترتيب الخامس العبارة "تمنح المنظمة العاملين الحرية في حل المشكلات الفورية المتعلقة بتقديم خدماتها"، بمتوسط حسابي يقدر ب 3.9600، وفي الترتيب السادس تأخذ العبارة "تعمل المنظمة على استحداث تغييرات جذرية في هيكلها التنظيمية" الترتيب السادس بمتوسط حسابي يقدر ب 3.7600، لنحصل في الأخير على مجموع متوسط حسابي عام لكل العبارات يقدر ب 4.0267، وانحراف معياري يقدر ب 0,74942 فهذا يدل على أن هناك اهتمام بهذا الجانب في المنظمة محل الدراسة، وأن مختلف الشرائح الإدارية بما فيها المدير تعمل على تطوير الأداء في المنظمة وطرح الأفكار الجديدة وتحويلها إلى منتجات وخدمات جديدة، وهذا ما تفسره الفقرات التي تأخذ الترتيب الأولى والثانية.

2- عرض اتجاهات أفراد العينة حول الابتكار التقني:

الجدول رقم 16 يوضح المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمحور الابتكار التقني

| الرقم | العبارات | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الترتيب |
|-------|--|-----------------|-------------------|---------|
| 01 | تعمل المنظمة جاهدة على تطوير الخدمات المقدمة للزبائن. | 4.3800 | 0,80534 | 1 |
| 02 | تعمل المنظمة على تطوير شبكتها في مجال استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال. | 4.3600 | 0,77618 | 2 |
| 03 | تقوم المنظمة بإجراء تغييرات في تصميم ونوع الخدمة المقدمة تماشيا مع نوعية التقنيات الحديثة. | 4.2400 | 0,87037 | 3 |
| 04 | تعمل المنظمة على استقطاب تقنيات جديدة للعمل على رفع خدماتها مقارنة بالمنافسين | 4.0200 | 1,03982 | 5 |
| 05 | تقوم المنظمة بابتكار طرق جديدة لبناء وتعديل وتحسين عملياتها الخدمية | 3.9400 | 1.05772 | 6 |
| 06 | تعمل المنظمة على تقديم عروض تكنولوجيا جديدة ذات تدفق عالي موجهة إلى الزبائن الخواص | 4.0800 | 0,96553 | 4 |
| | المتوسط العام | 4.1700 | 0.79717 | |

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات SPSS، V20

نلاحظ أن مجمل إجابات أفراد العينة نحو العبارة "تعمل المنظمة جاهدة على تطوير الخدمات المقدمة للزبائن" تأخذ الترتيب الأول بمتوسط حسابي يقدر ب 4.3800، وهذا راجع إلى كون المنظمة تقوم بتجديد خدماتها وتطويرها لتصل إلى الزبائن بأفضل حالاتها، يليها في الترتيب الثاني "تعمل

المنظمة على تطوير شبكاتهما في مجال استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال"، بمتوسط حسابي ب4.3600، يرجع إلى استحداث في تكنولوجيا، يليها الترتيب الثالث " تقوم المنظمة بإجراء تغييرات في تصميم ونوع الخدمة المقدمة تماشياً مع نوعية التقنيات الحديثة"، بمتوسط حسابي يقدر ب4.2400، يليها أيضاً الترتيب الرابع العبارة " تعمل المنظمة على تقديم عروض تكنولوجيا جديدة ذات تدفق عالي موجهة إلى الزبائن الخواص"، بمتوسط حسابي يقدر ب 4.0800، يليها الترتيب الخامس العبارة "تعمل المنظمة على استقطاب تقنيات جديدة للعمل على رفع خدماتها مقارنة بالمنافسين"، بمتوسط حسابي يقدر ب 4.0200، أما بالنسبة للعبارة " تقوم المنظمة بابتكار طرق جديدة لبناء وتعديل وتحسين عملياتها الخدمية"، فتحتل الترتيب السادس بمتوسط حسابي يقدر 3.9400، لنحصل في الأخير على مجموع متوسط حسابي عام لكل العبارات يقدر ب4.1700، ومن خلال هذا نلاحظ أن المتوسط الحسابي من الترتيب الأول إلى غاية الخامس متوسط حسابي متقارب يساوي 4، إلا أنها تختلف من حيث الفواصل فهذا يدل على أن هناك اهتمام بهذا الجانب وأن مختلف الشرائح الإدارية حول المتغير ايجابية، وأنها تعمل على تحسين في المنتجات أو في طريقة وأساليب الإنتاج، وهذا ما تثبته الفقرات التي تأخذ الترتيب الأول والثاني.

3- عرض اتجاهات أفراد العينة حول الابتكار الإضافي:

الجدول رقم 17 يوضح الوسط الحسابي والانحراف المعياري بالمحور الابتكار الإضافي

| الترتيب | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | العبارات | الرقم |
|---------|-------------------|-----------------|---|-------|
| 6 | 1,16689 | 3.8400 | تسعي المنظمة إلى تقديم عروض مجانية بغية زيادة عدد المشتركين في خدماتها | 01 |
| 5 | 1,06215 | 3.8800 | تقوم المنظمة بإضافة خدمات متميزة ومبتكرة مقارنة بالمنافسين | 02 |
| 2 | 1,00934 | 4.0400 | تعمل المنظمة على توحيد المواقع الالكترونية للمنظمة في موقع واحد لتسهيل عملية الوصول إلى المعلومات | 03 |
| 1 | 0,93808 | 4.2400 | تعمل المنظمة على تقديم عروض ترويجية خاصة بتعبئة حساب الانترنت | 04 |
| 3 | 1,18649 | 3.9800 | تعتمد المنظمة على برامج لتحسين وتطوير خدماتها لتحقيق الرضا وزيادة ولاء زبائنها | 05 |
| 4 | 1,02000 | 3.9800 | ترتكز المنظمة في تطوير خدماتها كقاعدة على شكاوي وأراء الزبائن | 06 |
| 7 | 1,33463 | 3.1200 | تقدم المنظمة أسعار خيالية جدا ولا يستطيع المواطن البسيط الاستفادة منها | 07 |
| | 0,87343 | 3.8686 | المتوسط العام | |

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات SPSS ، V20

يتضح أن مجمل إجابات أفراد العينة نحو الفقرة " تعمل المنظمة على تقديم عروض ترويجية خاصة بتعبئة حساب الإنترنت تأخذ الترتيب الأول بمتوسط حسابي يقدر ب 4.2400، ويكمن السبب في ذلك إلى أن المنظمة تعمل جاهدة على تقديم أفضل ما لديها من عروض الخاصة بتعبئة حساب الانترنت تليها العبارة " تعمل المؤسسة على توحيد المواقع الالكترونية للمنظمة في موقع واحد لتسهيل عملية الوصول إلى المعلومات" في الترتيب الثاني بمتوسط حسابي يقدر ب 4.0400، كون المنظمة تعمل على الاستجابة السريعة في إيصال هذه المعلومات بطريقة سهلة وذلك عبر موقع واحد، يليها على التوالي العبارات " تعتمد المنظمة على برامج لتحسين وتطوير خدماتها لتحقيق الرضا وزيادة ولاء زبائنها"، وأيضا العبارة " تركز المنظمة في تطوير خدماتها كقاعدة على شكاوي وأراء الزبائن"، في الترتيب الثالث والرابع بمتوسط حسابي متساوي يقدر ب3.9800، تليها العبارة التي تأخذ الترتيب الخامس " تقوم المنظمة بإضافة خدمات متميزة ومبتكرة مقارنة بالمنافسين" بمتوسط حسابي يقدر ب 3.8800، يليها في الترتيب السادس والسابع العبارات على التوالي " تسعى المنظمة إلى تقديم عروض مجانية بغية زيادة عدد المشتركين في خدماتها"، والعبارة " تقدم المنظمة أسعار خيالية جدا ولا يستطيع المواطن البسيط الاستفادة منها" بمتوسط حسابي على التوالي تقدر ب 3.8400 - 3.1200، لنحصل في الأخير على مجموع متوسط حسابي عام لكل العبارات يقدر ب 3.8686، وانحراف معياري يقدر ب 0,87343، فهذا يدل على بأن هناك ابتكارات تقوم المنظمة بإضافاتها تهدف إلى تقديم تحسينات في المنتجات كخدمات إضافية، لتلبية حاجات السوق.

ثانياً: عرض اتجاهات أفراد العينة حول الميزة التنافسية

الجدول رقم 18 يوضح المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ل فقرات محور التكلفة

| الترتيب | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | العبارات | الرقم |
|---------|-------------------|-----------------|---|-------|
| 3 | 1,12938 | 3.7000 | تسعى المنظمة إلى إنتاج خدماتها بأقل تكلفة للسيطرة على حصتها السوقية | 20 |
| 1 | 0,97750 | 3.9400 | تساهم المنظمة عند تخفيض تكاليف الخدمة المقدمة في زيادة رضا الزبون | 21 |
| 4 | 0,97395 | 3.4800 | تستفيد للمنظمة من اقتصاديات الحجم عند اقتناءها للمواد الأولية | 22 |
| 2 | 1,12141 | 3.7400 | تسعى المنظمة للاحتفاظ بالعناصر ذات الكفاءة لتخفيض حجم التكاليف | 23 |
| | 0,87920 | 3.7150 | المتوسط العام | |

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات SPSS، V20

يظهر جلياً أن مجمل إجابات أفراد العينة نحو العبارة "تساهم المنظمة عند تخفيض تكاليف الخدمة المقدمة في زيادة رضا الزبون"، تأخذ الترتيب الأول بمتوسط حسابي يقدر ب 3.9400، تليها العبارة "تسعي المنظمة للاحتفاظ بالعناصر ذات الكفاءة لتخفيض حجم التكاليف"، في الترتيب الثاني بمتوسط حسابي يقدر ب 3.7400، والعبارة "تسعى المنظمة إلى إنتاج خدماتها بأقل تكلفة للسيطرة على حصتها السوقية"، تأخذ الترتيب الثالث بمتوسط حسابي يقدر ب 3.7000، أما العبارة "تستفيد المنظمة من اقتصاديات الحجم عند اقتناءها للمواد الأولية"، فتحتل الترتيب الرابع بمتوسط حسابي يقدر ب 3.4800، لنحصل في الأخير على مجموع المتوسط الحسابي العام والذي يقدر ب 3.7150، وانحراف معياري يقدر ب 0,87920، فمن خلال هذا نلاحظ أن المنظمة تسعى إلى تخفيض التكاليف وذلك عن طريق تطبيق المراقبة المستمرة على المواد الخام وتحقيق أعلى مستوى من الإنتاجية.

الجدول رقم 19 يوضح المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لفقرات محور المرونة

| الترتيب | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | العبارات | الرقم |
|---------|-------------------|-----------------|--|-------|
| 2 | 1,09842 | 3.7600 | تستطيع المنظمة مواجهة التغيرات البيئية الخارجية بشكل سريع. | 24 |
| 1 | 1.09991 | 3.8800 | تمتلك المنظمة مرونة عالية في حجم الاستجابة للتغيرات الحاصلة في حاجات ورغبات الزبائن | 25 |
| 3 | 1,06061 | 3.7600 | تمتلك المنظمة مرونة عالية في التحكم في حجم إنتاج خدماتها بما يتناسب مع تقلبات سوق الطلب على الخدمة | 26 |
| 4 | 1,16128 | 3.7200 | تتمتع المنظمة بالمرونة والسرعة في تقديم الخدمة | 27 |
| | 0.90622 | 3.7720 | متوسط العام | |

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات SPSS، V20

نلاحظ أن مجمل إجابات أفراد العينة نحو العبارة "تمتلك المنظمة مرونة عالية في حجم الاستجابة للتغيرات الحاصلة في حاجات ورغبات الزبائن" بمتوسط حسابي يقدر ب 3.8800، تحصل على الترتيب الأول، يتبعها الترتيبين الثاني والثالث بمتوسط حسابي متساوي يقدر ب 3.7600، العبارة "تستطيع المنظمة مواجهة التغيرات البيئية الخارجية بشكل سريع"، والعبارة "تمتلك المنظمة مرونة عالية في التحكم في حجم إنتاج خدماتها بما يتناسب مع تقلبات سوق الطلب على الخدمة"، يليها الترتيب الرابع بمتوسط حسابي يقدر ب 3.7200، العبارة "تتمتع المنظمة بالمرونة والسرعة في تقديم الخدمة"، لنحصل في الأخير على مجموع المتوسط الحسابي العام 3.7720، وانحراف معياري يقدر ب 0.90622، فهذا يدل على قدرة المنظمة على التكيف مع التغييرات الحاصلة، واستجابتها السريعة للتغيير.

الجدول رقم 20 يوضح المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لفقرات محور الجودة

| الترتيب | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | العبارات | الرقم |
|---------|-------------------|-----------------|---|-------|
| 4 | 0,93131 | 4.1000 | تعمل المنظمة على التحكم في نوعية الخدمة (السعر، الجودة) | 28 |
| 6 | 1,03982 | 3.9800 | تعتمد مؤسستكم على الجودة للتميز | 29 |
| 5 | 1.11557 | 3.9800 | تستطيع المنظمة التميز من خلال تقديم أفضل عروض الخدمات بأسعار مغرية | 30 |
| 2 | 1,02300 | 4.1200 | توصلت المنظمة إلى شرائح كبيرة من الزبائن بفضل نشاطها التسويقي | 31 |
| 1 | 0,92604 | 4.1400 | تعمل المنظمة على تقديم خدمات جديدة و متطورة تساهم في تحقيق ميزة تنافسية للمنظمة | 32 |
| 3 | 0,96129 | 4.1200 | تسعى المنظمة لتحسين حصتها السوقية وبلوغ الريادة في السوق | 33 |
| | 0.79693 | 4.0733 | المتوسط العام | |

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات SPSS ، V20

يشير الجدول أعلاه أن مختلف إجابات الأفراد العينة للعبارة "تعمل المنظمة على تقديم خدمات جديدة ومتطورة تساهم في تحقيق ميزة تنافسية للمنظمة" في الترتيب الأول بمتوسط حسابي يقدر ب4.1400، يتبعها الترتيب الثاني والثالث بمتوسط حسابي متساوي يقدر ب 4.1200، "توصلت المنظمة إلى شرائح كبيرة من الزبائن بفضل نشاطها التسويقي" والعبارة " تسعى المنظمة لتحسين حصتها السوقية وبلوغ الريادة في السوق"، يليها الترتيب الرابع بمتوسط حسابي يقدر ب 4.1000، للعبارة " تعمل المنظمة على التحكم في نوعية الخدمة(السعر، الجودة)"، يليها الترتيبين الخامس والسادس بوسط حسابي متساوي يقدر ب 3.9800، "تستطيع المنظمة التميز من خلال تقديم أفضل عروض الخدمات بأسعار مغرية"، والعبارة " تعتمد منظمتكم على الجودة للتميز" للتحصل على مجموع بمتوسط حسابي عام يقدر ب 4.0733، وانحراف معياري يقدر ب 0.79693، قدرة المؤسسة على إضافة أو امتلاك ميزة لمنتجاتها سوء كانت سلعة أو خدمة.

المطلب الثاني: اختبار الفرضيات وتحليل النتائج

سنعرض في هذا المطلب اختبار صحة الفرضيات و تحليل النتائج المتوصل إليها و مناقشتها.

أولاً: اختبار صحة الفرضيات

لإثبات صحة الفرضيات تم استخدام تحليل الانحدار البسيط، وذلك للقيام بحساب معامل الارتباط بيرسون R ومعامل التجديد R^2 ، وللكشف عن ما إذ كان هناك ارتباط بين المتغيرات، وما مدى مساهمة

المتغير المستقل في المتغير التابع في المؤسسة محل الدراسة، ومن خلال المعامل الذي يكون محصور بين (0) أدنى قيمة و(1) أعلى قيمة فهو يكشف النسب التي R^2 تساهم بها المتغير المستقل في المتغير التابع حيث كلما كانت النسبة كبيرة كلما كانت المساهمة أكبر. (فيصل، 2013، صفحة 150) اختبار الفرضية الرئيسية:

نص الفرضية الرئيسية: "يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للابتكار التكنولوجي على الميزة التنافسية عند مستوى معنوية 0.05".

الجدول رقم 21 يوضح الانحدار الخطي البسيط بين الابتكار التكنولوجي والميزة التنافسية

| الميزة التنافسية | | | | | | | | | المتغيرات |
|------------------|---------------|--------|---------------------|------------------|----------|-------|----------------|--------------|---------------------|
| الخطأ المعياري | اختبار فيشر F | | معامل التجديد R^2 | معامل الارتباط R | اختبار T | | معامل الانحدار | معامل الثبات | الابتكار التكنولوجي |
| | sig | F | | | Sig | T | | | |
| 0.46251 | 0.00 | 75.692 | 0.612 | 0.782 | 0.00 | 8.700 | 0.793 | 0.703 | |

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات SPSS ، V20

انطلاقاً من الجدول أعلاه يتبين لنا وجود علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية بين الابتكار التكنولوجي والميزة التنافسية، حيث بلغ معامل الانحدار 0.793، حيث قدرت مساهمة الابتكار التكنولوجي بنسبة 79%، كما أن القيمة الإحصائية لستودنت قدرت ب 8.700 وبقية احتمالية 0.00، وهي أقل من مستوى المعنوية 5%، حيث بلغ معامل التجديد $R^2=0.612$ ، أي بنسبة 61% من التغيرات التي حدثت على المتغير التابع، وهذا ما أكدته قيمة معامل الارتباط بين المتغيرين الابتكار التكنولوجي والميزة التنافسية الذي بلغ 0.782، أي ما يعادل 78%، وهذا يدل على أن هناك ارتباط بين الابتكار التكنولوجي والميزة التنافسية، مما يدل على وجود علاقة طردية بين المتغيرين.

من خلال النتائج المتوصل إليها نقبل الفرضية الرئيسية التي تدل على أنه:

يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 5% بين الابتكار التكنولوجي والميزة التنافسية.

الملحق رقم (03) يوضح مختلف النتائج المتوصل إليها.

- حيث تتفرع الفرضية الرئيسة إلى الفرضيات الجزئية الآتية:

1-1 اختبار الفرضية الجزئية الأولى:

نص الفرضية: "يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للابتكار الإداري على الميزة التنافسية عند مستوى معنوية 0.05".

الجدول رقم 22 يوضح الانحدار الخطي البسيط بين الابتكار الإداري والميزة التنافسية

| الميزة التنافسية | | | | | | | المتغيرات | |
|------------------|---------------|--------|----------------|-------|----------|-------|----------------|--------------|
| الخطأ المعياري | اختبار فيشر F | | R ² | R | اختبار T | | معامل الانحدار | معامل الثبات |
| | sig | F | | | Sig | t | | |
| 0.57776 | 0.00 | 31.268 | 0.394 | 0.628 | 0.00 | 5.592 | 0.616 | 1.407 |

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات SPSS، V20

انطلاقاً من الجدول أعلاه يتبين لنا وجود علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية بين الابتكار الإداري والميزة التنافسية، حيث بلغ معامل الانحدار 0.616، حيث بلغت نسبة مساهمة الابتكار الإداري 62%، وأن القيمة الإحصائية ستودنت قدرت ب 5.592 وبقية احتمالية 0.00، فهي اقل من مستوى المعنوية 5%، حيث بلغ معامل التجديد $R^2=0.394$ ، أي بنسبة 39% من التغيرات التي حدثت على المتغير التابع وهذا ما أكدته قيمة معامل الارتباط بين المتغيرين الابتكار الإداري والميزة التنافسية الذي بلغ 0.628 أي ما يعادل 63% وهذا يدل على أن هناك ارتباط بين الابتكار الإداري والميزة التنافسية، مما يدل على وجود علاقة طردية بين المتغيرين.

من خلال النتائج المتوصل إليها نقبل الفرضية الجزئية الأولى التي تدل على أنه:

يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 5% بين الابتكار الإداري والميزة التنافسية.

الملحق رقم (04) يوضح مختلف النتائج المتوصل إليها.

2-1 اختبار الفرضية الجزئية الثانية:

نص الفرضية: "يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للابتكار التقني على الميزة التنافسية عند مستوى معنوية 0.05"

الجدول رقم 23 يوضح الانحدار الخطي البسيط بين الابتكار التقني والميزة التنافسية

| الميزة التنافسية | | | | | | | | المتغيرات |
|------------------|------|--------|-------|-------|------|-------|----------------|--------------|
| الخطأ المعياري | F | | R2 | R | T | | معامل الانحدار | معامل الثبات |
| | sig | F | | | Sig | t | | |
| 0.59376 | 0.00 | 27.052 | 0.360 | 0.600 | 0.00 | 5.201 | 0.553 | 1.579 |

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات SPSS، V20

من خلال الجدول أعلاه يتبين لنا وجود علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية بين الابتكار التقني والميزة التنافسية، حيث بلغ معامل الانحدار 0.553، وهذا يدل على أن الابتكار التقني يساهم بنسبة 55%، وأن القيمة الإحصائية ستودنت قدرت ب 5.201 وبقية احتمالية 0.00، فهي أقل من مستوى المعنوية 5%، حيث بلغ معامل التجديد $R^2=0.360$ ، أي بنسبة 36% من التغيرات التي حدثت على المتغير التابع، وهذا ما أكدته قيمة معامل الارتباط بين المتغيرين الابتكار التقني والميزة التنافسية الذي بلغ 0.600 أي ما يعادل 60% وهذا يدل على أن هناك ارتباط بين الابتكار التقني والميزة التنافسية، مما يدل على وجود علاقة طردية بين المتغيرين.

تبعاً للنتائج المتوصل إليها نقبل الفرضية الجزئية الثانية التي تدل على أنه:

يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 5% بين الابتكار التقني والميزة التنافسية.

الملحق رقم (05) يوضح مختلف النتائج المتوصل إليها.

3-1 نتائج اختبار الفرضية الجزئية الثالث:

نص الفرضية: "يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للابتكار الإضافي على الميزة التنافسية عند مستوى معنوية 0.05".

الجدول رقم 24 يوضح الانحدار الخطي البسيط بين الابتكار الإضافي والميزة التنافسية

| الميزة التنافسية | | | | | | | | المتغيرات |
|------------------|---------------|---------|-------|-------|----------|--------|----------------|--------------|
| الخطأ المعياري | اختبار فيشر F | | R2 | R | اختبار T | | معامل الانحدار | معامل الثبات |
| | sig | F | | | Sig | t | | |
| 0.41442 | 0.00 | 106.069 | 0.688 | 0.830 | 0.00 | 10.299 | 0.698 | 1.187 |

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات SPSS، V20

انطلاقاً من الجدول أعلاه يتبين لنا وجود علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية بين الابتكار الإضافي والميزة التنافسية، حيث بلغ معامل الانحدار 0.698، وهذا يدل على أن الابتكار التقني

يساهم بنسبة 70%، وأن القيمة الإحصائية ستودنت قدرت ب 10.299 وقيمة احتمالية 0.00، فهي أقل من مستوى المعنوية 5%، حيث بلغ معامل التجديد $R^2 (0.688)$ ، أي ما يعادل 69% من التغيرات التي حدثت على المتغير التابع وهذا ما أكدته قيمة معامل الارتباط بين المتغيرين الابتكار الإضافي والميزة التنافسية الذي بلغ 0.830، أي ما يعادل 83% وهذا يدل على أن هناك ارتباط بين الابتكار الإضافي والميزة التنافسية، مما يدل على وجود علاقة طردية بين المتغيرين. تبعاً للنتائج المتوصل إليها نقبل الفرضية الجزئية الثالثة، والتي تدل على أنه:

يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 5% بين الابتكار الإضافي و الميزة التنافسية

الملحق رقم (06) يوضح مختلف النتائج المتوصل إليها.

ثانياً: مناقشة النتائج وتفسيرها

بعد القيام بالدراسة الميدانية وتحليل الاستبيان وتحليل محاوره و اختبار الفرضيات عبر البرنامج الإحصائي spss، تم توصل إلى النتائج التالية:

- يمكن القول أن العنصر السنوي فيما يخص خصائص عينة الدراسة يحتل أكبر نسبة والمقدرة ب6%، يرجع السبب لحب المرأة للتطلع والطموح في طلب العلم، كما تبين أن للمنظمة تركيبة مختلفة من الأعمار فهي تمتلك طاقات إدارية شابة تتمتع بمؤهلات علمية عالية لتقارب نسبة المتحصليين على الشهادات الجامعية، وشهادة التعليم الثانوي، كما تحتفظ المنظمة بالموظفين القدامى الذين لديهم تجارب وخبرات مكتسبة تعود بالنفع على المنظمة ونتيجة لهذه التركيبة فالمنظمة تجمع بين الحداثة والخبرة.
- أظهرت النتائج الخاصة بتحليل فقرات الاستبيان أن المنظمة تقوم بتصميم خدماتها وتحديث في إستراتيجيتها ونظم الرقابة عليها، هذا ما يؤكد وجود ابتكارات إدارية كما، تعمل الشركة على تطوير خدماتها بالاعتماد على دراسة السوق واحتياجاته وتعمل على استقطاب تقنيات جديدة للعمل على رفع خدماتها، هذا ما يدل على استخدامها للتكنولوجيا العالية والتقنيات الحديثة ما يؤدي إلى القضاء على الشكاوي المقدمة من طرف الزبائن وبالتالي زيادة ولائهم ومواكبة المستقبل.
- تعمل المنظمة على التحكم في نوعية الخدمة (السعر، الجودة)، وتساهم في تخفيض تكاليف الخدمة المقدمة من أجل زيادة رضا الزبون، بالإضافة إلى قيامها بتقديم بعض التخفيضات لبعض المنظمات العمومية، وتقديم تخفيضات أخرى في بعض المناسبات.
- أظهرت النتائج وجود تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 5% بين الابتكار الإداري والميزة التنافسية.
- أظهرت النتائج وجود تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 5% بين الابتكار التقني والميزة التنافسية.

- أظهرت النتائج وجود تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 5% بين الابتكار الإضافي والميزة التنافسية.
- بينت نتائج اختبار الفرضيات أن للابتكار التكنولوجي دور كبير في تعزيز الميزة التنافسية حيث بلغ معامل الارتباط بين المتغيرين، ما قيمته 0.782 ومعامل التجديد بقيمة 0.612، ما يبين مساهمة الابتكار التكنولوجي في تعزيز الميزة التنافسية.
- كما أظهرت نتائج التحليل أن لأبعاد الابتكار التكنولوجي دور في تعزيز الميزة التنافسية، ولكن بدرجات متفاوتة، حيث يساهم الابتكار الإضافي في تعزيز الميزة التنافسية أكثر من المتغيرات الأخرى، إذ أن قيمة معامل التحديد بلغت 0.688، في حين بلغت أقل قيمة لمعامل التحديد لبعد الابتكار التقني بقيمة 0.360.

خلاصة الفصل

من خلال هذا الفصل حاولنا تقديم دراسة دور الابتكار التكنولوجي في تعزيز الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية بمجمع الهامل في ولاية أدرار والتي كانت ميدان الدراسة التطبيقية، وذلك من خلال تصميم الاستبيان والمكون من مجموعة من المتغيرات الشخصية وكذا المتغير المستقل بمحاوره، والمتغير التابع كذلك بمحاوره، حيث بلغ عدد أفراد عينة الدراسة 54 عاملاً، حيث تم تحليل هذا الاستبيان عن طريق برنامج SPSS ;V20 وذلك من أجل القيام بالتحليل الإحصائي، بالاعتماد على مختلف الأساليب الإحصائية الوصفية (التكرارات و النسب المئوية، المتوسط الحسابي، الانحراف المعياري)، لمعرفة خصائص العينة المدروسة، والأساليب الإحصائية الاستدلالية (معامل الارتباط بيرسون، مقياس ألفا كرونباخ، تحليل التباين Anova، الانحدار البسيط)، لمعرفة اتجاه إجابات أفراد العينة نحو متغيرات الدراسة، ومن أجل تحديد علاقة المتغير المستقل (أبعاد الابتكار التكنولوجي) والمتغير التابع (الميزة التنافسية).

الخاتمة

الخاتمة

تعتبر المؤسسة الاقتصادية عن اندماج عدة عوامل بهدف إنتاج أو تبادل السلع والخدمات مع الأعوان الاقتصاديين الآخرين، فتعد هذه الأخيرة من أهم ركائز الاقتصاد الوطني لمساهمتها في تحقيق النمو الاقتصادي فالمنظمة اليوم أصبحت تمر بمتغيرات مختلفة ناتجة عن تحديات العولمة، مما أدى إلى البحث عن إعادة التوازن في أداء أعمالها، لذا أخذ مجال تسيير المنظمات اهتمام كبير من قبل الباحثين في مجال الإدارة والتسيير، ونتيجة لهذا الاهتمام ظهرت العديد من المصطلحات الحديثة التي يمكن من خلالها تغطية بعض النقائص ومواكبة العصر الجديد، ومن بين هذه المصطلحات مصطلح الابتكار التكنولوجي الذي يعتبر من الأساليب الإدارية الحديثة التي تقود في نهاية الأمر إلى تحقيق الميزة التنافسية على الصعيدين المحلي والعالمي.

وعليه فقد تمحور موضوع دراستنا حول "دور الابتكار التكنولوجي في تعزيز الميزة التنافسية"، حيث كان الهدف من وراء هذه الدراسة هو الإجابة عن الأسئلة المطروحة في الإشكالية لتقودنا إلى التعرف بدقة على ماهية الابتكار التكنولوجي وأهم مصادرها المختلفة، ومختلف الأدوار والخطوات المتبعة للابتكار التكنولوجي، وأيضاً مختلف الأساليب المتبعة لدعم الأفكار الإبداعية من أجل التميز عن المنافسين وتحقيق الميزة التنافسية، ومن خلال الإجابة على هذه الأسئلة يمكننا الإجابة على الإشكالية الرئيسية وإثبات صحة الفرضيات من عدمها، ومن هذا المنطلق كانت الإشكالية الرئيسية مصاغة على الشكل التالي:

ما هو الدور الذي تلعبه الابتكار التكنولوجي في تعزيز الميزة التنافسية؟

اختبار الفرضيات:

من خلال ما سبق يمكن إثبات صحة الفرضيات من عدمها وعرض بعض التوصيات وآفاق الدراسة على النحو التالي:

الفرضية الرئيسية: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 5% بين الابتكار التكنولوجي والميزة التنافسية بمجمع الهامل بأدرار.

درست هذه الفرضية من خلال الأجزاء الثلاث الاستبتيان المعد للدراسة، حيث توصلت النتائج إلى قبول فرضية العدم التالية: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 5% بين الابتكار التكنولوجي والميزة التنافسية بمجمع الهامل بأدرار.

الفرضية الجزئية الأولى: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 5% بين الابتكار الإداري والميزة التنافسية بمجمع الهامل بأدرار،

درست هذه الفرضية من خلال الجزء الثاني والثالث للاستبتيان المتعلقة ببعث الابتكار الإداري والميزة التنافسية، حيث توصلت النتائج إلى قبول فرضية العدم التي تدل علة أنه: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 5% بين الابتكار الإداري والميزة التنافسية بمؤسسة مجمع الهامل بأدرار.

الفرضية الجزئية الثانية : يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 5% بين الابتكار التقني والميزة التنافسية بمؤسسة مجمع الهامل بأدرار.

درست هذه الفرضية من خلال الجزء الثاني والثالث للاستبيان المتعلقة ببعدها الابتكار التقني والميزة التنافسية، حيث توصلت النتائج إلى قبول فرضية العدم التالية: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 5% بين الابتكار التقني والميزة التنافسية بمؤسسة مجمع الهامل بأدرار.

الفرضية الجزئية الثالثة: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 5% بين الابتكار الإضافي و الميزة التنافسية بالمؤسسة الاقتصادية مجمع الهامل بأدرار

درست هذه الفرضية من خلال الجزء الثاني والثالث للاستبيان المتعلقة ببعدها الابتكار الإضافي والميزة التنافسية، حيث توصلت النتائج إلى قبول لفرضية العدم التي مفادها: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 5% بين الابتكار الإضافي والميزة التنافسية بمؤسسة مجمع الهامل بأدرار.

النتائج:

- تعد الابتكار التكنولوجي من الأساليب الحديثة والضرورية لدعم الابتكار، كون هذه الأخيرة تتوصل إلى كل ما هو جديد.

- يعتبر الابتكار من بين الأنشطة الرئيسية والضرورية في المنظمة إذ تحقق قيمة مضافة تمكنها من تحقيق ميزة تنافسية بين المنافسين، فعلى المنظمة أن تولي اهتماماً بالغاً بالابتكار نظراً لدوره وأهميته في العصر الحالي، وأن تتبنى خيار الابتكار كاستراتيجية تنافسية من أجل البقاء والاستمرارية.

- مؤسسة مجمع الهامل بولاية أدرار يحتل مركز تنافسي فيما يخص الخدمات المقدمة .

- لا يوجد لدى مؤسسة مجمع الهامل مركز لتطوير التكنولوجيا مع امكانية انتاجها

- بالرغم من وجود تحفيزات بالنسبة لعمال المؤسسة محل الدراسة والقيام بتكوينهم، إلا أن ذلك يعد غير كافياً للرقى بالابتكار التكنولوجي.

- تعتمد أغلب الخدمات المقدمة من طرف المؤسسة محل الدراسة على خدمات البيع التسويق

والاشهار

- أثبتت نتائج الدراسة بوجود علاقة تأثير بين الابتكار الإداري والميزة التنافسية بمؤسسة مجمع الهامل بأدرار.

- أظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة تأثير بين الابتكار التقني والميزة التنافسية بمؤسسة مجمع الهامل بأدرار.

- بينت نتائج الدراسة وجود علاقة تأثير بين الابتكار الإضافي والميزة التنافسية بمؤسسة مجمع الهامل بأدرار.

- أكدت الدراسة أن لالابتكار التكنولوجي تأثير كبير في تحقيق الميزة التنافسية بمؤسسة مجمع الهامل بأدرار..

قائمة المصادر

والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

1- الكتب باللغة العربية

- ♣ نبيل مرسي خليل. (1998). الميزة التنافسية في مجال الأعمال. مصر: مركز الإسكندرية للكتاب.
- ♣ رعد حسن الصرن. (2000). إدارة الإبداع والابتكار (الإصدار 1). دار الرضا.
- ♣ نجم عبود نجم. (2003). الابتكار التكنولوجي المفاهيم والخصائص والتجارب الحديثة (الإصدار 1).
- عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.
- ♣ احمد الخضيرى. (2004). صناعة المزايا التنافسية (الإصدار 1). مصر: مجموعة النيل العربية.
- ♣ عدنان محمد عوض وآخرون. (2005). مقدمة في الإحصاء مبادئ وتحليل باستخدام spss (الإصدار 1). عمان: دار الميسر للنشر والتوزيع.
- ♣ أحمد عبد السميع طبيه. (2008). مبادئ الإحصاء (الإصدار 1). عمان: دار البداية للنشر و التوزيع.
- ♣ مصطفى محمود أبو بكر. (2008). الموارد البشرية مدخل تحقيق الميزة التنافسية (الإصدار 1). الإسكندرية: الدار الجامعية .
- ♣ محمد عبد حسين الطائي، نعمة عباس خضير الخفاجي. (2009). نظم المعلومات الإستراتيجية منظور الميزة الإستراتيجية، ط1 (الإصدار 1). عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع.
- ♣ علاء محمد سيد قنديل. (2010). القيادة الإدارية والابتكار التكنولوجي (الإصدار 1). عمان: دار الفكر.
- ♣ فوزي عرابية وآخرون. (2010). أساليب البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والإنسانية، كلية الاقتصاد و التجارة الأردنية. الأردن: دار النشر بدعم من الجامعة الأردنية.
- ♣ إبراهيم أبو عقيل. (2012). مبادئ الإحصاء (الإصدار 1). عمان: دار أسامة للنشر و التوزيع.
- ♣ ثائر فيصل. (2013). اختبار الفرضيات (الإصدار 1). عمان الأردن: دار الحامد للنشر و التوزيع.

- ❖ عز الدين علي سويسي وآخرون. (2015). الميزة التنافسية وفق منظور استراتيجيات التغيير التنظيمي (الإصدار 1). عمان: دار الأيام للنشر والتوزيع.
- ❖ جاسم محمد علي الطحان. (2016). الابتكار المتضمنات و المتغيرات، ط1 (الإصدار 1). دولة الإمارات العربية المتحدة: دار الكتاب الجامعي.
- ❖ عبد الحميد عبد المجيد البلداوي. (2017). أساليب البحث العلمي و التحليل الإحصائي-التخطيط للبحث و جمع و تحليل البيانات يدوياً باستخدام برنامج spss (الإصدار 1). عمان: دار الشروق للنشر و التوزيع.
- ❖ منذر الضامن. (2017). أساسيات البحث العلمي (الإصدار 1). عمان: دار الميسرة للنشر و التوزيع.

2-المجلات و الملتقيات

- ❖ فؤاد نجيب الشيخ وآخرون. (2004). العلاقة بين نظم المعلومات والميزة التنافسية في قطاع الأدوية
الأردنية.مجلة الإدارة العامة المجلد 44 العدد(3) المملكة العربية السعودية.
- ❖ تيقاوي العربي. (2011). دور التغيير التنظيمي في تطوير الابتكار في المنظمات الحديثة، من وجهة نظر العاملين في منظمات مجمع الهاملية. 8. البلديّة.
- ❖ رشا حارث عبود. (2017). أثر الابتكار في تحقيق الميزة التنافسية في منظمات المجتمع المدني-
العراق نموذجاً، مجلة الدراسات دولية، مركز الدراسات الإستراتيجية ، العدد 68، جامعة بغداد .

3-المذكرات

- ❖ حجاج عبد الرؤوف. (2006-2007). الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية: مصادرها ودور الإبداع التكنولوجي في تنميتها- دراسة ميدانية في شركة روائح الورد لصناعة العطور بالوادي. مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، تخصص اقتصاد وتسيير المؤسسات، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير قسم علوم التسيير، بسكيكدة.
- ❖ هلالى الوليد (2008-2009). الأسس العامة لبناء المزايا التنافسية ودورها في خلق قيمة للعميل-

- دراسة حالة الشركة الجزائرية للهاتف النقال-موبيليس، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، قسم علوم التجارية، فرع الإستراتيجية، جامعة أحمد بوضياف-المسيلة.
- ♣ سليمان عائشة. (2010-2011). دور تسيير الموارد في تحقيق الميزة التنافسية-عامل الكفاءات في المؤسسة- دراسة حالة بالمطاحن الكبرى للظهرة مستغانم. مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في علوم التسيير، تخصص إدارة الموارد البشرية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان.
- ♣ سمية بروبي. (2010-2011). دور الإبداع والابتكار في إبراز الميزة التنافسية للمؤسسات المتوسطة والصغيرة - دراسة حالة مؤسسة المشروبات الغازية. مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد وتسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف.
- ♣ وهيبة مربعي. (2011-2012). دور التسويق الابتكاري في المحافظة على الميزة التنافسية. مذكرة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماجستير في علوم التسيير، تخصص اقتصاد تطبيقي وإدارة المنظمات، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير، باتنة.
- ♣ بوبعة عبد الوهاب. (2011-2012). دور الابتكار في دعم الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية - دراسة حالة مجمع الهامل للهاتف النقال- موبيليس. مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير لعلوم التسيير، تخصص إدارة الموارد البشرية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة.
- ♣ حباينة محمد. (2011-2012). دور رأس المال الهيكلي في تدعيم الميزة التنافسية للمؤسسة الجزائرية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير تخصص إدارة الأعمال، جامعة-الجزائر - 3.
- ♣ معاريف محمد (2012-2013)، الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية حالة المؤسسات الجزائرية-دراسة حالة قطاع التأمين بسعيدة، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص تسيير، جامعة أبي بكر بلقايد - تلمسان
- ♣ شيخي مختارية. (2012-2013). مدى فاعلية الاتصال التسويقي في المؤسسة الاقتصادية من خلال انتهاج سياسة الاعلان دراسة حالة مجمع الهامل . مذكرة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه كلية

العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير تخصص تسويق دولي جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان،
سعيدة.

♣ بن جدو بن علية. (2014-2015). الإستراتيجية التنافسية ودورها في تحقيق الميزة التنافسية
للمؤسسة الاقتصادية-دراسة حالة مؤسسة فندق الأوراسي. مذكرة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على
شهادة الماجستير في علوم التسيير، تخصص إدارة الأعمال، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير،
جامعة محمد بوقرة بومرداس، بومرداس.

♣ لشهب الصادق. (2014-2015). دور الابتكار في تنمية الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية-
دراسة ميدانية في الشركة المدنية للهندسة بتقوت. مذكرة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة
الماجستير في علوم التسيير، تخصص الإدارة الإستراتيجية والذكاء الاقتصادي، كلية العلوم الاقتصادية
والتجارية وعلوم التسيير، تلمسان.

♣ أمينة بلعيد (2016-2017) بعنوان "مكانة الابتكار ضمن إستراتيجية المؤسسة الجزائرية-
دراسة

مجمع صيدال"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه ل.م.د في علوم التسيير،شعبة تسيير المنظمات، جامعة
باتنة -1

4- الكتب باللغة الأجنبية

Fatur, B. P. (2013). *Innovation Management* ،University of Primorska ،،Korona
plus d.o.o., Institute for Innovation and Technology, Slovenia, edition, ،. (1 ed.).
Publisher.

5- المجلات باللغة الأجنبية

Razav, S. H. (2013). Management of Organizational Innovationi. *International
Journal of Business and Social Science University Cyberjaya* , 4 (1),.



الملحق رقم (01) قائمة استبيان المواجهة للمؤسسة مجمع الهامل

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة أحمد دراية - أدرار

كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

في إطار إعداد مذكرة التخرج لنيل شهادة ماستر تخصص إدارة الأعمال، نقوم بإجراء دراسة ميدانية تطبيقية لمؤسسة مجمع الهامل تحت عنوان: "دور الابتكار التكنولوجي في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة ولأجل القيام بهذه الدراسة نوجه إليكم هذا الإستبيان مع الشكر المسبق ونرجو منكم التفضل علينا بالإجابة على الأسئلة الواردة في الاستبيان، لنتمكن من إجراء التحليل العلمي المطلوب مع التأكيد بأنه سيتم التعامل مع الإجابات بالسرية التامة ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي، ولكم خالص تقديراتنا واحتراماتنا.

الجزء الأول البيانات الشخصية

يرجى منكم وضع العلامة (×) في الخانات المناسبة

1. النوع : ذكر () أنثى ()

2. المؤهل العلمي:

أقل من ثانوي () ثانوي () ليسانس () ماجستير () دكتوراه ()

أخرى.....

3. العمر:

من 20 إلى 30 سنة () من 31 إلى 40 سنة () من 41 فأكثر ()

4. سنوات الخبرة:

أقل من 5 سنوات () من 5 إلى 10 سنوات () من 11 إلى 15 سنة () أكثر من 15

سنة ()

الجزء الثاني: الابتكار التكنولوجي: يرجى منكم وضع العلامة (x) في الخانة المناسبة

| الرقم | العبارات | موافق بشدة | موافق | محايد | غير موافق | غير موافق بشدة |
|--------------------------------|--|------------|-------|-------|-----------|----------------|
| أولاً: الابتكار الإداري | | | | | | |
| 01 | تقوم المنظمة بتسطير برامج كفاءة تساعد العاملين على فهم عمل الإدارة. | | | | | |
| 02 | تمنح المنظمة العاملين الحرية في حل المشكلات الفورية المتعلقة بتقديم خدماتها. | | | | | |
| 03 | تقوم المنظمة بتصميم خدماتها واستحداث في إستراتيجيتها ونظم الرقابة عليها. | | | | | |
| 04 | تعمل المنظمة بصفة دورية على تطوير خدماتها ومركزها التسويقي. | | | | | |
| 05 | تعمل المنظمة على استحداث تغييرات جذرية في هيكلها التنظيمية. | | | | | |
| 06 | تعمل المنظمة على تطوير خدماتها بالاعتماد على دراسة السوق واحتياجاته. | | | | | |
| ثانياً: الابتكار التقني | | | | | | |

| | | | | | | |
|---------------------------------|--|--|--|--|----|---|
| | | | | | 07 | تعمل المنظمة جاهدة على تطوير الخدمات المقدمة للزبائن. |
| | | | | | 08 | تعمل المنظمة على تطوير شبكاتها في مجال استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال. |
| | | | | | 09 | تقوم المنظمة بإجراء تغييرات في تصميم ونوع الخدمة المقدمة تماشياً مع نوعية التقنيات الحديثة. |
| | | | | | 10 | تعمل المنظمة على استقطاب تقنيات جديدة للعمل على رفع خدماتها مقارنة بالمنافسين |
| | | | | | 11 | تقوم المنظمة بابتكار طرق جديدة لبناء وتعديل وتحسين عملياتها الخدمية. |
| | | | | | 12 | تعمل المنظمة على تقديم عروض تكنولوجيا جديدة ذات تدفق عالي موجهة إلى الزبائن الخواص. |
| ثالثاً: الابتكار الإضافي | | | | | | |
| | | | | | 13 | تسعي المنظمة إلى تقديم عروض مجانية بغية زيادة عدد المشتركين في خدماتها. |
| | | | | | 14 | تقوم المنظمة بإضافة خدمات متميزة ومبتكرة مقارنة بالمنافسين. |
| | | | | | 15 | تعمل المنظمة على توحيد المواقع |

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|
| | | | | | الالكترونية للمؤسسة في موقع واحد لتسهيل عملية الوصول إلى المعلومات. |
| | | | | | 16 تعمل المنظمة على تقديم عروض ترويجية خاصة بتعبئة حساب الانترنت. |
| | | | | | 17 تعتمد المنظمة على برامج لتحسين وتطوير خدماتها لتحقيق الرضا وزيادة ولاء زبائننا. |
| | | | | | 18 تركز المنظمة في تطوير خدماتها كقاعدة على شكاوي وآراء الزبائن. |
| | | | | | 19 تقدم المنظمة أسعار خيالية جدا ولا يستطيع المواطن البسيط الاستفادة منها. |

الجزء الثاني: الميزة التنافسية: يرجى وضع العلامة (×) في الخانة المناسبة

| الرقم | العبارات | موافق بشدة | موافق | محايد | غير موافق | غير موافق بشدة |
|------------------------|---|------------|-------|-------|-----------|----------------|
| أولاً: التكلفة | | | | | | |
| 20 | تسعى المنظمة إلى إنتاج خدماتها بأقل تكلفة للسيطرة على حصتها السوقية. | | | | | |
| 21 | تساهم المنظمة عند تخفيض تكاليف الخدمة المقدمة في زيادة الرضا الزبون. | | | | | |
| 22 | تستفيد المنظمة من اقتصاديات الحجم عند اقتناءها للمواد الأولية. | | | | | |
| 23 | تسعى المنظمة للاحتفاظ بالعناصر ذات الكفاءة لتخفيض حجم التكاليف. | | | | | |
| ثانياً: المرونة | | | | | | |
| 24 | تستطيع المنظمة مواجهة التغيرات البيئية الخارجية بشكل سريع. | | | | | |
| 25 | تمتلك المنظمة مرونة عالية في حجم الاستجابة للتغيرات الحاصلة في حاجات ورغبات الزبائن. | | | | | |
| 26 | تمتلك المنظمة مرونة عالية في التحكم في حجم إنتاج خدماتها بما يتناسب مع تقلبات سوق الطلب على الخدمة. | | | | | |

| | | | | | | |
|----------------------|--|--|--|--|----|---|
| | | | | | 27 | تتمتع المنظمة بالمرونة والسرعة في تقديم الخدمة. |
| ثالثا: الجودة | | | | | | |
| | | | | | 28 | تعمل المنظمة على التحكم في نوعية الخدمة (السعر، الجودة). |
| | | | | | 29 | تعتمد منظمتكم على الجودة للتميز. |
| | | | | | 30 | تستطيع المنظمة التميز من خلال تقديم أفضل عروض الخدمات بأسعار مغرية. |
| | | | | | 31 | توصلت المنظمة إلى شرائح كبيرة من الزبائن بفضل نشاطها التسويقي. |
| | | | | | 32 | تعمل المنظمة على تقديم خدمات جديدة ومتطورة تساهم في تحقيق ميزة تنافسية للمؤسسة. |
| | | | | | 33 | تسعى المنظمة لتحسين حصتها السوقية وبلوغ الريادة في السوق. |

الملحق رقم (03) يوضح الانحدار الخطي البسيط بين الابتكار التكنولوجي والميزة التنافسية

Variables introduites/supprimées^a

| Modèle | Variables introduites | Variables supprimées | Méthode |
|--------|----------------------------------|----------------------|---------|
| 1 | الابتكار التكنولوجي ^b | . | Entrée |

a. Variable dépendante : الميزة التنافسية

b. Toutes variables requises saisies.

Récapitulatif des modèles

| Modèle | R | R-deux | R-deux ajusté | Erreur standard de l'estimation |
|--------|-------------------|--------|---------------|---------------------------------|
| 1 | ,782 ^a | ,612 | ,604 | ,46251 |

a. Valeurs prédites : (constantes), الابتكار التكنولوجي

ANOVA^a

| Modèle | Somme des carrés | ddl | Moyenne des carrés | D | Sig. |
|--------------|------------------|-----|--------------------|--------|-------------------|
| 1 Régression | 16,192 | 1 | 16,192 | 75,692 | ,000 ^b |
| 1 Résidu | 10,268 | 48 | ,214 | | |
| Total | 26,460 | 49 | | | |

a. Variable dépendante : الميزة التنافسية

b. Valeurs prédites : (constantes), الابتكار التكنولوجي

Coefficients^a

| Modèle | Coefficients non standardisés | | Coefficients standardisés | t | Sig. |
|-----------------------|-------------------------------|-----------------|---------------------------|-------|------|
| | A | Erreur standard | Bêta | | |
| 1 (Constante) | ,703 | ,372 | | 1,890 | ,065 |
| 1 الابتكار التكنولوجي | ,793 | ,091 | ,782 | 8,700 | ,000 |

a. Variable dépendante : الميزة التنافسية

الملحق رقم (04) يوضح الانحدار الخطي البسيط بين الابتكار الإداري والميزة التنافسية

Variables introduites/supprimées^a

| Modèle | Variables introduites | Variables supprimées | Méthode |
|--------|-------------------------------|----------------------|---------|
| 1 | الابتكار الإداري ^b | . | Entrée |

a. Variable dépendante : الميزة التنافسية

b. Toutes variables requises saisies.

Récapitulatif des modèles

| Modèle | R | R-deux | R-deux ajusté | Erreur standard de l'estimation |
|--------|-------------------|--------|---------------|---------------------------------|
| 1 | ,628 ^a | ,394 | ,382 | ,57776 |

a. Valeurs prédites : (constantes), الابتكار الإداري

ANOVA^a

| Modèle | Somme des carrés | ddl | Moyenne des carrés | D | Sig. |
|--------|-------------------|-----|--------------------|--------|-------------------|
| 1 | Régression 10,437 | 1 | 10,437 | 31,268 | ,000 ^b |
| | Résidu 16,023 | 48 | ,334 | | |
| | Total 26,460 | 49 | | | |

a. Variable dépendante : الميزة التنافسية

b. Valeurs prédites : (constantes), الابتكار الإداري

Coefficients^a

| Modèle | Coefficients non standardisés | | Coefficients standardisés | t | Sig. |
|--------|-------------------------------|-----------------|---------------------------|-------|------|
| | A | Erreur standard | Bêta | | |
| 1 | (Constante) 1,407 | ,451 | | 3,121 | ,003 |
| | الابتكار الإداري ,616 | ,110 | ,628 | 5,592 | ,000 |

a. Variable dépendante : الميزة التنافسية

الملحق رقم (05) يوضح الانحدار الخطي البسيط بين الابتكار التقني والميزة التنافسية

Variables introduites/supprimées^a

| Modèle | Variables introduites | Variables supprimées | Méthode |
|--------|------------------------------|----------------------|---------|
| 1 | الابتكار التقني ^b | | Entrée |

a. Variable dépendante : الميزة التنافسية

b. Toutes variables requises saisies.

Récapitulatif des modèles

| Modèle | R | R-deux | R-deux ajusté | Erreur standard de l'estimation |
|--------|-------------------|--------|---------------|---------------------------------|
| 1 | ,600 ^a | ,360 | ,347 | ,59376 |

a. Valeurs prédites : (constantes), الابتكار التقني

ANOVA^a

| Modèle | Somme des carrés | ddl | Moyenne des carrés | D | Sig. |
|--------|------------------|-----|--------------------|--------|-------------------|
| 1 | Régression 9,537 | 1 | 9,537 | 27,052 | ,000 ^b |
| | Résidu 16,923 | 48 | ,353 | | |
| | Total 26,460 | 49 | | | |

a. Variable dépendante : الميزة التنافسية

b. Valeurs prédites : (constantes), الابتكار التقني

Coefficients^a

| Modèle | Coefficients non standardisés | | Coefficients standardisés | t | Sig. |
|--------|-------------------------------|-----------------|---------------------------|-------|------|
| | A | Erreur standard | Bêta | | |
| 1 | (Constante) 1,579 | ,452 | | 3,497 | ,001 |
| | الابتكار التقني ,553 | ,106 | ,600 | 5,201 | ,000 |

a. Variable dépendante : الميزة التنافسية

الملحق رقم (06) يوضح الانحدار الخطي البسيط بين الابتكار الإضافي والميزة التنافسية

Variables introduites/supprimées^a

| Modèle | Variables introduites | Variables supprimées | Méthode |
|--------|---------------------------------|----------------------|---------|
| 1 | . الابتكار الإضافي ^b | | Entrée |

a. Variable dépendante : الميزة التنافسية

b. Toutes variables requises saisies.

Récapitulatif des modèles

| Modèle | R | R-deux | R-deux ajusté | Erreur standard de l'estimation |
|--------|-------------------|--------|---------------|---------------------------------|
| 1 | ,830 ^a | ,688 | ,682 | ,41442 |

a. Valeurs prédites : (constantes), الابتكار الإضافي

ANOVA^a

| Modèle | Somme des carrés | ddl | Moyenne des carrés | D | Sig. |
|--------------|------------------|-----|--------------------|---------|-------------------|
| 1 Régression | 18,216 | 1 | 18,216 | 106,069 | ,000 ^b |
| 1 Résidu | 8,244 | 48 | ,172 | | |
| Total | 26,460 | 49 | | | |

a. Variable dépendante : الميزة التنافسية

b. Valeurs prédites : (constantes), الابتكار الإضافي

Coefficients^a

| Modèle | Coefficients non standardisés | | Coefficients standardisés | t | Sig. |
|--------------------|-------------------------------|-----------------|---------------------------|--------|------|
| | A | Erreur standard | Bêta | | |
| 1 (Constante) | 1,187 | ,269 | | 4,416 | ,000 |
| 1 الابتكار الإضافي | ,698 | ,068 | ,830 | 10,299 | ,000 |

a. Variable dépendante : الميزة التنافسية

Par :Salhi Mehdjouba, Boregbaoui Yamina

Dirwctor: Messoudi Abdelkrim

المخلص:

سعت هذه الدراسة إلى إبراز الدور الذي تلعبه الابتكار التكنولوجي في تعزيز الميزة التنافسية، ومدى الحاجة للابتكار باعتباره من الأبعاد الرئيسية التي تركز عليها المؤسسة للتنافس في ظل الصعوبات التي تواجهها، وهو أحد أهم العوامل المهمة التي تساهم في تنويع المنتجات وجلب العملاء الجدد، لذا لا بد من وجود إدارة تقوم بإدارته وتسييره، وبالتالي تحقيق ميزة تنافسية. وقد قمنا بإسقاط هذه الدراسة على المؤسسة الاقتصادية لمجمع الهامل، لتوضيح كيف الابتكار التكنولوجي أن تقوم بابتكار الخدمات بالتركيز على خدمات الانترنت، ولهذا الغرض تم الاعتماد على أداة الاستبيان لجمع المعلومات وكذا الملاحظة والمقابلة. وقد توصلت الدراسة إلى أن الابتكار التكنولوجي لها أهمية كبيرة في مؤسسة مجمع الهامل، كونها تقوم بابتكار الخدمات التي تسعى من خلالها لاحتكار السوق وتحقيق ميزة تنافسية. الكلمات المفتاحية: الابتكار التكنولوجي، الابتكار، الميزة التنافسية، مؤسسة مجمع الهامل

Abstract: This study sought to highlight the role played by innovation management in enhancing the competitive advantage, and the need for innovation as one of the main dimensions on which the institution is based in order to compete in light of the difficulties it faces. The innovation management is one of the main factors that participate in the diversification of the products and in attracting new customers. Thus, there must be an administration that administers and manages it in order to realize a competitive advantage. This study was conducted on the Algeria Telecom Economic Corporation, Adrar agency, to explain how innovation management can create services by focusing on internet services. For this purpose, the study relied on a questionnaire tool to collect information, as well as the tools of observation and interviewing.

The study found that innovation management has a great importance in Algeria Telecom Corporation, since it creates the services through which it seeks to monopolize the market and to achieve a competitive advantage.

Key words: innovation management, innovation, competitive advantage, Algeria Telecom Corporation.