



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عمار ثليجي الأغواط
كلية العلوم الاجتماعية
قسم علم الاجتماع والديمغرافيا



الموضوع:

دور الابداع والابتكار في تعزيز الميزة التنافسية لدى المؤسسة الاقتصادية

دراسة ميدانية لمؤسسة العموري لصناعة الاجر العصري بالأغواط

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في شعبة علم الاجتماع
تخصص: علم الاجتماع تنظيم وعمل

إشراف الأستاذ:

-د: كروم محمد

إعداد الطالب

-عياشي محمد عبد الوهاب

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة	الصفة
النوعي عطاء الله	استاذ	رئيسا
محمد كروم	استاذ	مشرفا ومقررا
احمد سويسي	استاذ	ممتحنا

السنة الجامعية: 2024,2025

شكر وعرfan

اشكر الله سبحانه وتعالى الذي انعم عليا بنعمته ووفقني لطلب العلم

واتمام بحثي المتواضع

كما أوجه الشكر الى جنتي في الدنيا الى من علمتني الصبر وغرست في القيم

اليك يا امي يامن كنت النور في دربي والملاذ في خوفي والدفء في بردي

الى من كان سندي بعد الله وظهري الذي لا يميل ونوري في عتمة الأيام

اليك يا ابي

الى الذين كانوا الداعم الأكبر لي والحافز الأول في مسيرتي الدراسية الى اللواتي

بيروتي السند الوحيد الى الغاليات الطيبات الحنونات

اخواتي

الى البراة التي انسى بها همي وتعبي عبادي وطاهر وخالد ومحمد وأكرم وجنى وعبدو ونذير ونجمو

الى اخوتي الذين جمعني بيهم الأيام والسنين وكانوا للحنن ماسحين

وللبسمة راسمين

صابر وعبد الرحمان وعبد الجليل وامين ويحيى

كما أتقدم بالشكر والعرfan الى من كانوا عوناً لي في مسيرتي الجامعية

ولم يخلوا علينا بالتعليم والتوجيه واخص بالذكر

د، محمد كروم

د، امزيان

د، سويسي احمد

الإهداء

إلى الذين كتبوا أحلامهم على الخيم إلى الذين صبروا وجاهدوا واحتسبوا إلى الذين فقدوا أطرافهم
في القصف

إلى الذين تتعلم منهم الصبر وحب الحياة

إلى طلبة غزة فلسطين

أتم شعلة الأمل في ظلام الاحتلال، أتم الحبر الذي يخطّ مستقبل الوطن، والسند الذي لا
ينكسر رغم الجراح. علمكم مقاومة، وكلماتكم سلاح، وأحلامكم وطن لا يُهزم

إلى أطفال غزة فلسطين

أتم البراءة المغتصبة، والأمل المجروح... لكنكم رغم الحصار تصنعون الحياة، تضحكون في وجه
القصف، وتبنون في أنقاض البيوت قلاعًا من الرجاء. لأجلكم نكتب، نعلم، ونحلم بوطن يليق
بضحكتكم.

إلى شهداء غزة.... فلسطين

أرواحكم الطاهرة زادتنا في الطريق الطويل، ودماؤكم المنثورة على تراب الأرض تسقي جذور
الصمود والكرامة. نتم وقوفًا، فصارت ذكراكم منارات تُضيء دروبنا ف يارب ارحمهم برحمتك
وانص رهم

- ملخص باللغة العربية:

تتناول هذه المذكرة أهمية الإبداع والابتكار في تعزيز الميزة التنافسية داخل المؤسسات الاقتصادية، خاصة في ظل التغيرات المتسارعة في بيئة الأعمال العالمية. فقد أصبحت المؤسسات مطالبة باعتماد استراتيجيات تمكّنها من التكيف والاستجابة للتحديات، ويُعد الإبداع والابتكار من أبرز الأدوات لتحقيق ذلك. أثبتت الدراسة أن المؤسسة محل التحليل تعتمد سياسات فعالة لتعزيز الإبداع، من بينها توفير بيئة تنظيمية مرنة، وتشجيع حرية التفكير وتبادل الأفكار، إلى جانب اعتماد أنظمة تحفيزية تربط الأداء الإبداعي بالمكافآت. كما تسعى المؤسسة إلى دعم القدرات الابتكارية للعاملين من خلال تقييم مستمر وتشجيع المبادرات الفردية والجماعية. وقد بيّنت النتائج وجود علاقة وثيقة ومباشرة بين الإبداع والابتكار من جهة، والميزة التنافسية من جهة أخرى. فالإبداع يُنتج الأفكار الجديدة، بينما يُترجم الابتكار هذه الأفكار إلى منتجات أو خدمات ذات قيمة مضافة في السوق، مما يمنح المؤسسة تفوقاً على منافسيها. هذا التفاعل بين الإبداع والابتكار مكن المؤسسة من تقديم حلول فريدة، وتحقيق رضا الزبائن، وتحسين جودة الأداء. وتخلص المذكرة إلى أن الإبداع والابتكار لم يعودا خيارين ثانويين، بل أصبحا ركيزتين استراتيجيتين لنجاح المؤسسات في العصر الحديث، بالنظر إلى التغيرات المتواصلة والتحديات المتزايدة التي تتطلب مرونة عالية وقدرة على التجديد المستمر

الكلمات المفتاحية: الإبداع، الابتكار، الميزة التنافسية، المؤسسة الاقتصادية

Abstract:

This memorandum discusses the importance of creativity and innovation in enhancing competitive advantage within economic institutions, particularly in light of the rapid changes in the global business environment. Organizations are increasingly required to adopt strategies that enable them to adapt and respond to emerging challenges, with creativity and innovation standing out as key tools for achieving this goal. The study demonstrated that the institution under analysis adopts effective policies to foster creativity. These include providing a flexible organizational environment, encouraging freedom of thought and idea exchange, and implementing incentive systems that link creative performance to rewards. The institution also seeks to support employees' innovative capabilities through continuous evaluation and by encouraging both individual and collective initiatives. The findings revealed a strong and direct relationship between creativity and innovation on one hand, and competitive advantage on the other. Creativity generates new ideas, while innovation transforms these ideas into marketable products or services with added value, thus granting the institution a lead over its competitors. This interaction between creativity and innovation has enabled the institution to offer unique solutions, achieve customer satisfaction, and improve performance quality. In conclusion, the memorandum asserts that creativity and innovation are no longer secondary options, but rather strategic pillars for institutional success in the modern era, especially given the ongoing changes and increasing challenges that demand high levels of flexibility and the ability to continuously renew and adapt.

Keywords: Creativity, Innovation, Competitive Advantage, Economic Institution.

فهرس المحتويات

/	الإهداء
/	الشكر والتقدير
/	ملخص الدراسة
أ	مقدمة
الفصل الأول: بناء الموضوع	
ص01	أولاً: إشكالية
ص02	ثانياً: الفرضيات
ص03	ثالثاً: أسباب إختيار الموضوع
ص03	رابعاً: الأهمية والأهداف
ص04	خامساً: المفاهيم
الفصل الثاني: الدراسات السابقة	
ص09	أولاً: الدراسة الأولى
ص13	ثانياً: الدراسة الثانية
ص15	ثالثاً: الدراسة الثالثة
ص17	رابعاً: الدراسة الرابعة
الفصل الثالث: الطريقة والأدوات	
ص18	أولاً: مجالات الدراسة
ص18	ثانياً: المنهج المستخدم
ص19	ثالثاً: أدوات جمع المعلومات
ص20	رابعاً: المعاينة
ص20	خامساً: خصائص عينة الدراسة
الفصل الرابع: النتائج والمناقشة	
ص21	أولاً: تحليل بيانات الفرضية الأولى
ص45	ثانياً: تحليل بيانات الفرضية الثانية
ص64	ثالثاً: مناقشة نتائج الفرضية الأولى
ص64	رابعاً: مناقشة نتائج الفرضية الثانية
ص65	خامساً: الاستنتاج العام
ص67	خاتمة
ص68	قائمة المصادر والمراجع
ص69	الملاحق

فهرس الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	يمثل توزيع ونسب افراد العينة حسب الجنس	21
02	يمثل توزيع ونسب افراد العينة حسب العمر	22
03	يمثل توزيع ونسب افراد العينة حسب المستوى التعليمي	23
04	يمثل توزيع ونسب افراد العينة حسب الخبرة المهنية	24
01	يمثل توزيع ونسب افراد العينة حسب اذا كانت لدى مؤسستهم استر اتيجية واضحة لتعزيز الابداع والابتكار	25
02	يمثل توزيع ونسب افراد العينة حسب كيف يتم تقييم دور القيادة في تحفيز الابداع والابتكار داخل المؤسسة	26
03	يمثل توزيع ونسب افراد العينة حسب هل يوجد هيكل تنظيمي يدعم حرية الابداع والابتكار داخل المؤسسة	27
04	يمثل توزيع ونسب افراد العينة حسب هل توفر المؤسسة موارد كافية مالية وبشرية وحتى تقنية لدعم الابداع والابتكار	28
05	يتم تقييم دور القيادة في تحفيز الإبداع والابتكار داخل المؤسسة بناء على الخبرة الوظيفي	29
06	يمثل توزيع ونسب افراد العينة حسب في رأيك لماذا المؤسسة تستقطب الموظفين الذين لديهم كفاءة وابداع وابتكار	30
07	يمثل الجدول إذا كان هناك علاقة بين هيكل تنظيمي يدعم الإبداع والابتكار داخل المؤسسة والمستوى التعليمي	31
08	يمثل توزيع ونسب افراد العينة حسب هل تشجع المؤسسة ثقافة الابداع والابتكار والتجريب والمخاطرة المحسوبة	32
09	يمثل كلما كانت المؤسسة توفر موارد كافية، بشرية مالية، وتقنية لدعم الابتكار تصبح المؤسسة تهتم بالموظفين الذين لديهم إبداع وابتكار داخل المؤسسة	33
10	يمثل توزيع ونسب افراد العينة حسب كيف تفسر اهتمام المؤسسة بالموظفين الذين لديهم ابداع وابتكار داخل المؤسسة	34
11	يمثل توزيع ونسب افراد العينة حسب هل يوجد شركات او تعاون مع مؤسسات بحثية او شركات خارجية اخرى لتعزيز الابداع والابتكار	35

فهرس الجداول

36	إذا تابعت المؤسسة منافسيها في السوق تصبح لديها شركات أو تعاون مع مؤسسات بحثية أو شركات أخرى	12
37	يمثل توزيع ونسب افراد العينة حسب كيف يتم مكافأة الافكار الابداعية	13
38	يمثل هذا الجدول كلما كانت المؤسسة تشجع ثقافة الإبداع والابتكار كلما أصبحت المؤسسة تتابع تأثير استراتيجيات الابتكار على تنافسها في السوق أكثر	14
39	: يمثل توزيع ونسب افراد العينة حسب هل تتابع المؤسسة منافسيها في السوق	15
40	جدول يمثل عند زيادة المؤسسة للموارد المالية والبشرية والتقنية لدعم الابتكار يزيد الابتكار ومكافأة الأفكار الإبداعية داخل المؤسسة	16
41	يمثل توزيع ونسب افراد العينة حسب كيف تتابع تأثير استراتيجيات الابتكار على تنافسها في السوق	17
42	يمثل توزيع ونسب افراد العينة حسب هل ساهم الابتكار في تطوير منتجات وخدمات جديدة في مؤسستكم	01
43	يمثل تؤدي المنتجات والخدمات الجديدة المبتكرة في زيادة رضا الزبون وهذا راجع إلى مساهمة الابتكار في تطوير منتجات وخدمات جديدة في المؤسسة	02
44	يمثل توزيع ونسب افراد العينة حسب هل تؤدي المنتجات والخدمات الى زيادة رضا الزبون	03
45	يمثل الإبداع والابتكار ساعدا في التميز للمؤسسة في السوق بناء على قياس جودة المنتجات والخدمات الجديدة مقارنة مع المنافسين	04
46	يمثل توزيع ونسب افراد العينة حسب كيف تقيس جودة المنتجات او الخدمات الجديدة مقارنة مع المنافسين	05
47	يمثل علاقة المؤسسات المنافسين تدفع المؤسسة إلى تقييم وتحسين جودة المنتجات والخدمات بناءً على الإبداع والابتكار	06
48	يمثل توزيع ونسب افراد العينة حسب هل تم تحسين	07

فهرس الجداول

	العمليات وتقنيات الانتاج من خلال الابداع والابتكار	
49	يمثل يتم تبني الأفكار والإبداع من طرف المديرنتيجة إلى أن المؤسسة تستقطب الموظفين الذين لديهم كفاءة وإبداع وابتكار	08
50	يمثل توزيع ونسب افراد العينة حسب هل تعتقد ان الابداع والابتكار ساعدا في التميز للمؤسسة الاقتصادية	09
51	يمثل تتم تحسين العمليات او تقنيات الإنتاج من خلال الابداع والابتكار ليتم قياس جودة المنتوجات مقارنة مع المنافسين	10
52	يمثل توزيع ونسب افراد العينة حسب كيف يتم تبني الافكار والابداع من طرف المدير	11
53	يمثل توزيع ونسب افراد العينة حسب هل تستخدم المؤسسة تقنيات جديدة او تكنولوجيا لدعم الابتكار	12
54	يمثل وجود اليات تقييم وتحسين المنتجات والخدمات بناء على الابداع والابتكار له علاقة ان الابداع والابتكار ساعدا في التميز للمؤسسة في السوق	13
55	يمثل توزيع ونسب افراد العينة حسب كيف يتم تشجيع الموظفين على تقديم افكار لتحسين المنتجات او الخدمات	14
56	يمثل توزيع ونسب افراد العينة حسب هل توجد اليات تقييم وتحسين المنتجات او الخدمات بيناء على الابداع والابتكار	15
57	يمثل توزيع ونسب افراد العينة حسب كيف هي علاقة مؤسستكم مع المؤسسات المنافسة	16

فهرس الملاحق

الصفحة	عنوان الملحق	الرقم
ص 69	الاستمارة	01
ص 74	برنامج SPSS	02
ص 83	ملاحق المؤسسة	03

مقدمة:

في ظل التحولات الجذرية التي يشهدها الاقتصاد العالمي، أصبحت المؤسسات الاقتصادية تواجه تحديات متزايدة ناتجة عن حدة المنافسة، وتسارع التقدم التكنولوجي، وتغير أذواق المستهلكين، إلى جانب الضغوط المرتبطة بالعمولة والانفتاح الاقتصادي. فلم تعد الموارد التقليدية كافية لتحقيق الاستمرارية والنجاح في الأسواق، بل أضحت من الضروري على المؤسسات البحث عن مصادر جديدة للقيمة والتميز، تمكنها من التكيف السريع مع محيطها ومن الاستجابة بفعالية لمتطلبات السوق.

ومن بين أبرز هذه المصادر الجديدة، يبرز الإبداع والابتكار كعاملين حاسمين في تشكيل ديناميكية المؤسسة وتوجيه استراتيجياتها نحو التفوق والتميز. فالإبداع لا يقتصر على إنتاج أفكار جديدة، بل يشمل كذلك القدرة على التفكير خارج الأطر التقليدية، في حين يُترجم الابتكار هذه الأفكار إلى منتجات أو خدمات أو عمليات تُحدث فارقاً ملموساً في الأداء وتُسهم في خلق قيمة مضافة.

لقد أصبح اليوم الابتكار ركيزة أساسية للميزة التنافسية المستدامة، باعتباره يمكن المؤسسة من التميز عن منافسيها، وتقديم عروض فريدة، وتحقيق كفاءة أكبر في استخدام الموارد. وفي هذا السياق، بدأت المؤسسات الرائدة في مختلف القطاعات تولي اهتماماً متزايداً بتنمية ثقافة الإبداع والابتكار، سواء من خلال تبني نماذج تنظيمية مرنة، أو من خلال الاستثمار في البحث والتطوير، أو عبر تحفيز الموارد البشرية على تقديم أفكار خلاقية.

وانطلاقاً من هذه الأهمية المتزايدة، جاءت هذه المذكرة لتسلط الضوء على الدور الذي يلعبه الإبداع والابتكار في تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية، من خلال دراسة المفاهيم النظرية ذات الصلة، وتحليل الممارسات العملية داخل المؤسسات، مع التركيز على العوامل التنظيمية والتقنية والبشرية التي تُسهم في تعزيز هذا الدور. حيث قسمنا الدراسة إلى أربع فصول الأول يضم بناء الموضوع ويضم كب من الإشكالية والفرضيات وأسباب اختيار الموضوع وأهمية وأهداف الموضوع والفصل الثاني المعنون ب الدراسات السابقة حيث يضم أربع دراسات 2 جزائية 2 وعربية والفصل الثالث المعنون ب الطريقة والأدوات وتضم كل من مجلات الدراسة والمنهج المستخدم وادوات جمع المعلومات وخصائص العينة والفصل الرابع يضم كل من النتائج والمناقشات

الفصل الأول

بناء الموضوع

أولاً: الإشكالية

تشهد البيئة الاقتصادية العالمية في الوقت الراهن تحولات جذرية تمسّ مختلف أبعاد العمل المؤسسي، بفعل تسارع وتيرة التقدم التكنولوجي، وتزايد الانفتاح الاقتصادي، وتطور أنماط الاستهلاك، إلى جانب احتدام المنافسة على المستويين المحلي والدولي. هذا الواقع الجديد فرض على المؤسسات الاقتصادية ضرورة إعادة النظر في منطق تسييرها التقليدي، والانتقال إلى نماذج أكثر مرونة وابتكاراً، من أجل التكيف مع التغيرات المتسارعة وضمان البقاء وتحقيق النمو المستدام. في هذا السياق، برزت مفاهيم جديدة لم تعد مجرد أدوات إضافية، بل تحولت إلى محددات رئيسية لنجاح المؤسسة واستمراريتها، وعلى رأسها الإبداع والابتكار، باعتبارهما عنصريين محوريين في تحقيق التفوق الاستراتيجي وتعزيز التميز التنافسي. فالإبداع يُمثّل القدرة على توليد أفكار وحلول جديدة وغير تقليدية، بينما يُعدّ الابتكار ترجمة عملية لهذه الأفكار وتحويلها إلى منتجات، أو خدمات، أو عمليات داخلية تحدث فرقاً ملموساً في الأداء العام للمؤسسة.

لكن هذا التحول لا يمكن أن يتم بشكل فعّال إلا في ظل وجود بيئة داخلية ملائمة، تُوفّر الشروط التنظيمية والإدارية والثقافية التي تُشجّع التفكير الخلاق، وتدعم المخاطرة المدروسة، وتكافئ المبادرات الفردية والجماعية، وتُحفّز العاملين على المساهمة الفعلية في تطوير المؤسسة. إن المناخ الداخلي، وآليات القيادة، ونمط التسيير، وثقافة المؤسسة، جميعها تلعب دوراً حاسماً في تمكين القدرات الإبداعية من التعبير عن نفسها، وتوفير الأرضية الضرورية لتحويل الأفكار إلى ابتكارات ذات قيمة مضافة.

ومن هذا المنطلق، تتعاضد أهمية البحث في كيفية تفعيل هذه العلاقة التفاعلية بين الإبداع والابتكار من جهة، والمقومات التنظيمية والإدارية من جهة أخرى، بهدف فهم كيف يمكن تسخير هذه العوامل مجتمعة لتعزيز الميزة التنافسية للمؤسسة في سوق بات أكثر تعقيداً وارتباطاً بالعوامل غير الملموسة. وبناءً على ما سبق، يمكننا بلورة الإشكالية العامة للدراسة على النحو الآتي:

إلى أي مدى يُمكن للإبداع والابتكار أن يُسهما في تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية؟ ولمعالجة وتحليل هذا السؤال العام نطرح مجموعة من التساؤلات الفرعية التي تساعد في جميع الجوانب الدراسية واثبات التساؤل الرئيسي المطروح وتتمثل هذه الأسئلة فيما يلي:

1/ هل تمتلك المؤسسة الاقتصادية الاساسيات فعالة لتنمية الابداع والابتكار؟

2/ هل يوجد علاقة بين الإبداع والابتكار والميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية؟

ثانياً: الفرضيات:

أ/ الفرضية العامة:

يمكن للأبداع والابتكار ان يلعب دورا مهما في تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية من خلال

تحسين جودة الخدمات والاستجابة السريعة للسوق

ب/ الفرضيات الفرعية:

1/ تمتلك المؤسسة الاقتصادية سياسات مهمة وفعالة لتنمية الابداع والابتكار

2/ يوجد علاقة بين الإبداع بين الإبداع والابتكار والميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية

ثالثاً: أسباب اختيار الموضوع

أ/ الأسباب الذاتية:

1. الفضول العلمي قصد الكشف عن مستجدات وخبايا الموضوع
2. إثراء الرصيد المعرفي الخاص بهذا الموضوع قصد تدعيمه أكثر بواسطة الدراسة الميدانية والاستفادة منه في حياتنا اليومية

ب/ الأسباب الموضوعية:

1. كون الموضوع يدخل في عمق تخصصي
2. لأن الموضوع يتماشى مع التحولات التي يشهدها العالم وورغبتني في التعرف على وقع واستخدامات الإبداع والابتكار في تعزيز الميزة التنافسية لدى المؤسسة الاقتصادية

رابعاً: أهمية أهداف الدراسة:

أ- أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة فيما يلي:

1. الدور المحوري الذي يلعبه الإبداع والابتكار في دفع عجلة التنمية الاقتصادية والاجتماعية والارتقاء بالاقتصاد في مختلف المجالات وعلى كافة المستويات.
2. إبراز أهمية دور الإبداع والابتكار في تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية وتطوير أدائها في ظل التحديات والتحويلات المتسارعة التي يعرفها السوق.
3. السعي إلى توعية المؤسسة بأهمية تبني سياسات وتشجيع ممارسات الإبداع والابتكار كوسيلة لضمان استمراريتها وتحقيق نموها.

ب- أهداف الدراسة:

1. الكشف عن مدى اهتمام المؤسسة الاقتصادية بالإبداع والابتكار وكيف يتميز عن منافسيها
2. معرفة كيف ساهم الإبداع والابتكار في تعزيز الميزة التنافسية لدى المؤسسة الاقتصادية
3. نشر ثقافة الإبداع والابتكار بين المؤسسات الاقتصادية باعتبارها أساس النجاح والنمو في ظل الكم الهائل من التغيرات الحاصلة في السوق الوطنية
4. لفت الانتباه والأهمية للإبداع والابتكار في تعزيز الميزة التنافسية لدى المؤسسة الاقتصادية

خامساً: تحديد المفاهيم:

الإبداع (Creativity)

التعريف الاصطلاحي:

الإبداع هو القدرة على إنتاج أفكار جديدة وأصيلة تُسهم في حل المشكلات أو تحسين أساليب العمل داخل المؤسسة. ويُعرف الإبداع بأنه قدرة الفرد أو المجموعة على التفكير بطرق غير تقليدية، وإيجاد حلول مبتكرة تؤدي إلى تحسين الأداء أو تقديم قيمة مضافة. وفقاً لـ Guilford، يُعرف الإبداع على أنه القدرة على التفكير بمرونة وأصالة، وبالتالي إنتاج حلول جديدة لم تُطرح من قبل.¹

تعريف تيريزا أمابيل (Teresa Amabile):

تُعرف الإبداع بأنه "إنتاج عمل أو فكرة تكون في الوقت نفسه جديدة ومناسبة (أو مفيدة) في سياق معين". وتشير أمابيل إلى أن الإبداع يتطلب تفاعلاً بين ثلاثة عناصر: المهارات الإبداعية، المعرفة المتخصصة، والدافعية الداخلية.²

تعريف الجمعية الأمريكية لعلم النفس (APA):

الإبداع هو "القدرة على توليد أفكار، حلول، أو منتجات جديدة وأصلية، تكون ذات قيمة في مجال معين، وتنتج غالباً من خلال الدمج بين مفاهيم أو معارف سابقة بطريقة غير مألوف"³

التعريف الإجرائي:

يُقاس الإبداع في هذه الدراسة من خلال مستوى القدرة على اقتراح أفكار جديدة وغير تقليدية من قبل العاملين داخل المؤسسة. ويشمل ذلك قدرة المؤسسة على توفير بيئة تحفّز على التفكير الخلاق، وتدعم الأفكار المبتكرة التي تساهم في تحسين العمل والإجراءات التشغيلية داخل المؤسسة. يُعد ذلك مؤشراً على درجة تفكير الموظفين بطرق جديدة وغير تقليدية لحل المشكلات أو تحسين العمليات

¹ القيروتي، يوسف عبدالله والسرطاوي، عبدالعزيز وعادل يوسف مدخل الى التربية الخاصة ط 5 عمان الأردن دار الفكر للنشر

والتوزيع ص 212

² Amabile, T. M. (1996). Creativity in Context. Boulder, CO: Westview Press.1992 ;P45

³ American Psychological Association. (2003). What exactly is creativity? Monitor on Psychology, 34(10). Retrieved from <https://www.apa.org/monitor/nov03/creativity>

الابتكار (Innovation)

التعريف الاصطلاحي:

الابتكار هو تطبيق الأفكار الإبداعية على أرض الواقع بهدف تحسين المنتجات أو العمليات أو تطوير أساليب العمل داخل المؤسسة. يُعرّف الابتكار اصطلاحياً على أنه تحويل الأفكار الإبداعية إلى منتجات أو خدمات أو عمليات جديدة تضيف قيمة للمؤسسة. وفقاً لـ Schumpeter، الابتكار هو إدخال تغييرات جديدة على عملية الإنتاج أو تبني تقنيات وأساليب جديدة تساهم في تحسين أداء المؤسسة.⁴

تعريف جوزيف شومبيتر: (Joseph Schumpeter)

يُعرّف الابتكار من قبل شومبيتر بأنه "القدرة على إدخال تغييرات جديدة على أساليب الإنتاج أو المنتجات أو العمليات، مما يؤدي إلى تحسين الأداء الاقتصادي وزيادة القدرة التنافسية." ويرى شومبيتر أن الابتكار هو المحرك الرئيسي للتنمية الاقتصادية والنمو، حيث يساهم في تطوير قطاعات جديدة وخلق فرص عمل جديدة⁵

تعريف توماس إديسون: (Thomas Edison)

يُعرّف الابتكار وفقاً لإديسون بأنه "1٪ إلهام و99٪ جهد". يرى إديسون أن الابتكار ليس مجرد فكرة إبداعية، بل هو عملية طويلة وشاقة من العمل الجاد لتحويل الفكرة إلى واقع قابل للتطبيق. الابتكار بالنسبة له هو التطبيق العملي للأفكار لتحسين الحياة البشرية⁶

التعريف الإجرائي:

في سياق هذه الدراسة، يُقاس الابتكار من خلال قدرة المؤسسة على تطبيق الأفكار الجديدة وتحويلها إلى تغييرات ملموسة في المنتجات أو الخدمات أو عمليات الإنتاج. يُقاس الابتكار أيضاً من خلال درجة اعتماد المؤسسة على البحث والتطوير، ومدى تأثير هذه التحسينات على الأداء العام للمؤسسة في السوق

⁴ د. صندرة سايب، "الإبداع والابتكار في المؤسسات الاقتصادية: واقع وتحديات المؤسسات الجزائرية"، مجلة العلوم الإنسانية، المجلد 25، العدد 3، قسنطينة، الجزائر، ديسمبر 2014، ص 307

⁵ Schumpeter, Joseph A. The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1934.P88

⁶ Edison, Thomas A. The Diary and Sundry Observations of Thomas Alva Edison. New York : Dover Publications, 1921.P157

الميزة التنافسية:

التعريف الاصطلاحي:

الميزة التنافسية هي "القدرة التي تمتلكها المنظمة على استخدام مواردها وإمكاناتها بكفاءة وفعالية لتقديم منتجات أو خدمات تتميز عن مثيلاتها في السوق، بما يمنحها موقعاً متقدماً ومستداماً مقارنة بالمنافسين".⁷

تعريف مايكل بورتر للميزة التنافسية:

يشير بورتر في كتابه الشهير "استراتيجيات المنافسة (Competitive Strategy)" إلى أن الميزة التنافسية تكمن في قدرة الشركة على توفير قيمة للعملاء تتفوق على المنافسين في السوق. تُحقق الشركات هذه الميزة من خلال التميز في تقديم منتجات أو خدمات ذات جودة عالية أو من خلال خفض التكاليف التي يمكن أن تسمح لها بتقديم أسعار تنافسية. يعتبر بورتر أن هناك نوعين رئيسيين للميزة التنافسية: التفوق في التكلفة والتفوق في التميز.

- **التفوق في التكلفة:** يتمثل في قدرة المؤسسة على تقديم منتجات أو خدمات بتكلفة أقل من المنافسين، مما يسمح لها بتقديم أسعار أقل للعملاء مع الحفاظ على هامش ربح.
- **التفوق في التميز:** يركز على تقديم منتج أو خدمة تتمتع بخصائص أو ميزات فريدة تميزها عن المنتجات المنافسة، مما يسمح بزيادة القيمة المدفوعة من قبل العملاء.⁸

مفهوم هنري مينتزر: (Henry Mintzberg)

هنري مينتزر يرى أن الميزة التنافسية ليست مجرد استراتيجية ثابتة أو متأصلة في المنتجات أو الأسعار فقط، بل هي أيضاً نتيجة للعلاقات التنظيمية الداخلية والتفاعل مع البيئة الخارجية. بالنسبة له، القدرة على تحقيق التميز التنافسي تُعزى إلى الإبداع التنظيمي والقدرة على التكيف مع التغيرات، بالإضافة إلى التكامل بين جميع وظائف المؤسسة

تعريف مينتزر: "الميزة التنافسية هي قدرة المؤسسة على التكيف مع التغيرات البيئية والتفاعل بشكل استراتيجي مع القوى الاقتصادية والسياسية والتكنولوجية"⁹

⁷ Barney, J. B. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. Journal of Management, 17(1), 99-120.

⁸ Porter, Michael E. Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. New York: Free Press, 1985.p98

التعريف الإجرائي:

يُقاس مفهوم الميزة التنافسية في هذه الدراسة من خلال مؤشرات قابلة للقياس، مثل رضا العملاء، والحصة السوقية، وجودة المنتجات والخدمات، وكفاءة العمليات الداخلية، والقدرة على الاستجابة للتغيرات السوقية. يُعتبر التحليل المقارن مع المنافسين أحد الطرق الأساسية لقياس مستوى الميزة التنافسية التي تمتلكها المؤسسة في بيئة تنافسية

المؤسسة الاقتصادية (Economic Enterprise)

التعريف الاصطلاحي:

المؤسسة الاقتصادية هي كيان قانوني وتنظيمي مستقل، يسعى إلى إنتاج السلع أو تقديم الخدمات بغرض تحقيق أهداف اقتصادية، مثل الربح والنمو والاستدامة. تُعتبر المؤسسة الاقتصادية وحدة إنتاجية تعمل ضمن إطار تنظيمي يحدد المهام والمسؤوليات والموارد البشرية والمادية اللازمة لتحقيق الأهداف الاقتصادية. كما أن المؤسسات الاقتصادية تعد جزءاً أساسياً من هيكل الاقتصاد الوطني.

10

تعريف آدم سميث: (Adam Smith)

آدم سميث في كتابه الشهير ثروة الأمم (The Wealth of Nations) يعرف المؤسسة الاقتصادية على أنها وحدة إنتاجية مستقلة تهدف إلى تحقيق الربح من خلال إنتاج السلع أو تقديم الخدمات. حيث يعتبر سميث أن المؤسسات الاقتصادية تُساهم بشكل أساسي في تحقيق التخصص وتقسيم العمل، مما يزيد من الإنتاجية والكفاءة، وهو ما يساهم في تعزيز النمو الاقتصادي وتوسيع الأسواق.¹¹

تعريف مايكل بورتر (Michael Porter):

مايكل بورتر، عالم الاقتصاد المشهور، يعرف المؤسسة الاقتصادية على أنها منظمة تسعى إلى خلق قيمة من خلال الابتكار والتفاعل مع الأسواق لتحقيق مزايا تنافسية مستدامة. يشير بورتر إلى أن المؤسسات الاقتصادية ليست مجرد كيانات تهدف إلى الربح، بل تسعى أيضاً إلى تحقيق التميز عبر تطوير استراتيجيات فعّالة تضمن لها التفوق على منافسيها.

⁹ Mintzberg, Henry. The Rise and Fall of Strategic Planning. New York: Free Press, 1994.P154

¹⁰ العنوي زيد منير، "إدارة المؤسسات العامة وأسس تطبيق الوظائف الإدارية عليها"، الأردن، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط1، 2019ص56

¹¹ Smith, Adam. The Wealth of Nations. London: Methuen & Co., 1776.P103

حيث قال بورتر: "المؤسسة الاقتصادية هي كيان يسعى لتحقيق الربح من خلال تميز استراتيجي، والابتكار المستمر، وخلق قيمة مضافة للمستهلكين".¹²

التعريف الإجرائي:

يُقصد بالمؤسسة الاقتصادية في هذه الدراسة الكيان الخاضع للتحليل الذي يمارس نشاطاً اقتصادياً في السوق بهدف تحقيق الربح أو تقديم خدمات ذات قيمة مضافة. يتم تحديد المؤسسة بناءً على هيكلها التنظيمي، ومواردها البشرية والمادية، وآليات إدارتها التي تُسهم في تقييم مستوى الإبداع والابتكار، وتأثيرهما على الأداء التنافسي. يتم التقييم بناءً على قدرة المؤسسة على تنفيذ استراتيجيات لتطوير وتنفيذ الابتكار وتحقيق التفوق التنافسي

¹² Porter, Michael E. Competitive Advantage: Creating And Sustaining Superior Performance. Prvious Sourcee ;P165

الفصل الثاني
الدراسات السابقة

دراسة جزائية:

الدراسة الأولى :

بو بعة عبدالوهاب , رواج عبد الباقي دور الابتكار في دعم الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية (دراسة حالة اتصالات الجزائر للهاتف النقال موبيليس) مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل درجة ماجستير في علوم التسيير 2012/2011

2/المجال الزمني والمكاني للدراسة:

أ/ المجال الزمني:

تم تطبيق هذه الدراسة ميدانيا خلال الفصل الدراسي الثاني من السنة الجامعية 2012 / 2011

ب/المجال المكاني:

المديرية العامة للاتصالات الجزائر

3 /التساؤلات وفرضيات الدراسة:

أ/ التساؤلات :

ما هو أثر الابتكار على تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية؟

1 /ماهي أهمية الابتكار للمؤسسة الاقتصادية؟

2 /ما هي الميزة التنافسية وما هي دوافع اكتسابها من قبل المؤسسة الاقتصادية؟

3 /ما هو دور الابتكار في دعم وتنمية الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية؟

4 /هل للابتكار دور في تطوير المؤسسة الاقتصادية "موبيليس" .؟

ب / الفرضيات :

بغية الإجابة على الأسئلة السابقة قمنا بصياغة الفرضيات التالية:

1 /للابتكار دور كبير في نجاح المؤسسة الاقتصادية.

2 /المؤسسة بحاجة إلى تنمية ميزتها التنافسية من أجل النجاح والاستمرارية في بيئة شديدة المنافسة.

3 /توجد علاقة بين الابتكار الإداري والميزة التنافسية في اتصالات الجزائر للهاتف النقال "موبيليس".

4 /توجد علاقة بين الابتكار التقني والميزة التنافسية في اتصالات الجزائر للهاتف النقال "موبيليس".

5 /توجد علاقة بين الابتكار الإضافي والميزة التنافسية في اتصالات الجزائر للهاتف النقال "موبيليس"

4 - المنهج المتبع:

تم الاعتماد في دراستنا لهذا الموضوع على المنهج الوصفي التحليلي وذلك من خلال الدراسة والإحاطة بمختلف جوانب الموضوع، ووصف خصائصه بتجميع البيانات والمعلومات الخاصة به، ثم استخلاص النتائج التي تؤدي إلى اتخاذ القرارات المناسبة، إضافة إلى استخدام منهج دراسة الحالة

5/ الاداة والعينة:

أ/ الاداة:

الإعداد هذا البحث تم الاعتماد في الجانب النظري على المسح المكتبي بتناول المراجع باللغة العربية والأجنبية من كتب رسائل ماجستير أطروحات دكتوراه دراسات لعدة باحثين مستوحاة من الإنترنت وغيرها. أما في الجانب التطبيقي فتم الاعتماد على استمارة الاستبيان كأداة من أدوات جمع المعلومات ثم إخضاعها للتحليل الإحصائي.

ب/ العينة:

بعد اختيار العينة التي تعتبر من الخطوات الهامة في إجراء دراسة ميدانية على مجتمع كبير نسبياً، فقد يتعذر تطبيق الدراسة على جميع أفراد مجتمع الدراسة، وكذلك نظراً لكبر العدد وقلة الوقت، و في هذه الحالة يمكن اختيار عينة ممثلة لمجتمع الدراسة حتى يمكن تمثيله وذلك على أساس أن العينة الممثلة سوف توصلنا إلى النتائج نفسها تقريباً لو أننا قمنا بإجراء الدراسة مع المجتمع ككل. وقد تم تحديد حجم العينة العشوائية البسيطة في هذه الدراسة 100 عامل من مجموع 400 إطار إداري والتي تمثل ما نسبته 25% من حجم المجتمع.

6/ نتائج الدراسة:

1. إن الابتكار يمكن تحقيقه من خلال توفير مجموعة من المتطلبات، ويمكن لأي مؤسسة أن توفر هذه المتطلبات إذا أردت ذلك
2. إن الابتكار في الغالب لا يتطلب تكنولوجيا جديدة لتحقيقه بقدر ما يتطلب الأفكار الجديدة أو غير مألوفة
3. إن الابتكار يحقق ميزة تنافسية للمؤسسة وفيما يتعلق بكونها مستدامة أو مؤقتة فإن ذلك يبقى بحسب درجة كثافة الابتكار
4. إن المنتج المبتكر (الجديد) ليس بالضرورة أن يكون منتج معقد ناتج عن ابتكار تكنولوجي، وإنما يكون منتجاً بسيطاً لكن وراءه فكرة مبتكرة أو غير مألوفة

5. إن الابتكار أصبح أهم وسيلة في يد المؤسسة من أجل البقاء في بيئة دائمة التغير، حيث المشكلة لا تكمن في كيفية خلق العميل وإنما في كيفية المحافظة عليه في ظل الظروف المتغيرة، حيث يلعب الابتكار دور مهم في حل هذه المشكلة من خلال البحث عن الفرص وتحويل التهديدات إلى فرص

جديدة، واكتشافه الحاجات كامنة وإيجاد استخدامات جديدة للمنتج الحالي

6. إن الابتكار هو مفتاح البقاء للمؤسسة في ظل الظروف المتغيرة التي تميز بيئة الأعمال من خلال قدرته على تكييف المنتج ليتلاءم مع التغيرات الجديدة التي حدثت الحاجات ورغبات الزبائن يفعل المنافسين، من خلال سماحه للمؤسسة من القيام بالتحسينات التي تجعل من المنتج يتناسب مع حاجاتهم ورغباتهم بالشكل الذي كان عليه قبل أن تتغير أو أكثر أو أقل بحسب درجة كثافة التحسينات ورد فعل المنافسين، وبالتالي فإن الابتكار في مجال المنتجات يعمل على تحويل التهديدات إلى فرص واستغلالها بأفضل شكل؛

المقارنة بين هذه الدراسة ودراساتي:

أوجه التشابه:

تشابه هذه الدراسة مع دراستي في تحديد المفاهيم وأهم المتغيرات التي تطرق إليها الطالب من ناحية الابتكار والميزة التنافسية والمؤسسة الاقتصادية حيث لمس جميع الجوانب التي انا بصدد البحث والتعرف عليها

أوجه الاختلاف:

تختلف هذه الدراسة عن دراستي في تحديد بعض المفاهيم حيث ان الطالب لم يتطرق الى مفهوم الابداع وكيف يتمشى مع الابتكار حيث أن الطالب ركز على متغير الابتكار فقط التعقيب عليها:

ان هذه الدراسة اجمعت جميع المعلومات المتعلقة بالابتكار وكيف يؤثر على الميزة التنافسية وتطرق الطالب الى اهم عناصر هو المؤسسة الاقتصادية حيث ان الطالب تطرق إلى جميع العناصر المفيدة التي تساعد الطالب الباحث في الرجوع إليها واعتمادها كدراسات معتمده الدراسة الثانية:

من اعداد الطالبتين كحموص نجاهة وقرس مروة ، مذكره بعنوان دور الابداع والابتكار في تحقيق الميزة التنافسيه دراسه حاله اتصالات الجزائر ميله مذكره مكمله لنيل شهاده الماستر في علوم التسيير (ل.م.د) تخصص اداره اعمال

المجال الزمني والمكاني للدراسة :

أ/ المجال الزمني

بدأت الدراسة في 8 فيفري 2020 حيث عملنا خطه مع المشرف لتحديد ما هي الاعمال التي يجب القيام بها في 15 فيفري 2020 قمنا بالنزول إلى الميدان وزيارة مؤسسة اتصالات الجزائر بميلة حيث استقبلنا المكلف بالتكوين والتدريب وقمنا بجولة استطلاعية حول المؤسسة وقدم لنا بعض الوثائق والمستندات حول المؤسسة التي تساعدنا في بحثنا

ب/ المجال المكاني

تقع مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية ميلة حيث أن مؤسسة تقع في موقع استراتيجي لانها في وسط المدينة وكل المرافق بجانبها

3/التساؤلات وفرضيات الدراسة

أ/ التساؤلات:

ما مدى تأثير الإبداع والابتكار في تحقيق الميزة التنافسية لمؤسسة اتصالات الجزائر ؟

1/ ما علاقة الإبداع بين والابتكار؟

2/ ماهي الميزة التنافسية وماهي أسباب التي تدفع بالمؤسسة لتنميتها ؟

ب/ الفرضيات:

*تمتلك مؤسسة اتصالات الجزائر سياسيات لتنمية الإبداع والابتكار باستمرار من أجل النجاح

والاستمرارية في بيئة شديدة المنافسة

* إن الوصول لتحقيق ميزة تنافسية يتطلب اكتساب مهارات عديدة ومستوى عالي من الإبداع

والابتكار.. تبنى المؤسسة لاستراتيجية قيادة التكلفة أو استراتيجية التمييز تمكنها من الحصول على

ميزة تنافسية تميزها عن منافسيها.

*لا يؤثر الإبداع والابتكار على تحقيق الميزة التنافسية في مؤسسة اتصالات الجزائر.

4 المنهج:

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي والتحليلي كما اعتمدنا على مختلف المصادر والمراجع من

كتب ومذكرات ماستر ودكتوراه وكذا المقالات المنشورة في مجلات علمية محكمة

5 الاداة والعينة:

الاداة التي اعتمدت عليها الدراسة هي الاستبيان

العينة التي تم هي عينة عشوائية طبقية تتمثل في 40 موظف لدى مؤسسة اتصالات الجزائر، حيث تم توزيع 40 استبيانته على كل واحد منهم وذلك لمعرفة آرائهم المختلفة حول موضوع البحث من خلال وجهات نظرهم حول واقع مساهمة الإبداع والابتكار في تحقيق الميزة التنافسية. وقد تم استرجاع جميع الاستبيانات، كما أنه لم يهمل أي منها لاكتمال المعلومات بها.

النتائج

1/ هناك اتفاق بدرجة عالية من أفراد العينة على أن المؤسسة تتوفر على سياسيات لتنمية الإبداع والابتكار حيث بلغ تقدير عالية بوسط حسابي 3520

2/ مؤسسة اتصالات تعمل باستمرار لتنمية الإبداع والابتكار لدى موظفيها

3/ تبني المؤسسة لاستراتيجية قيادة التكلفة أو استراتيجية التميز تمكنها من الحصول على ميزة تنافسية تميزها على منافسيها

4/ لا يؤثر الإبداع والابتكار على تحقيق الميزة التنافسية في مؤسسة اتصالات الجزائر المقارنة بين هذه الدراسة ودراستي:

أوجه التشابه:

تشابه هذه الدراسة مع دراستي لأن كبا منهما يبحث عن الإبداع والابتكار وماهي العلاقة التي تربطهما بالميزة التنافسية للمؤسسة

أوجه الاختلاف:

تختلف هذه الدراسة عن دراستي في مصطلحات العنوان حيث أن هذه الدراسة لم تحدد نوع المؤسسة بينما انا حددت وتختلف أيضا في كلمة تعزيز وتحقيق

التعليق عليها:

ان هذه الدراسة اجمعت جميع المعلومات المتعلقة بالابتكار وكيف يؤثر على الميزة التنافسية وتطرق الطالب الى اهم عناصر هو المؤسسة الاقتصادية حيث ان الطالب تطرق إلى جميع العناصر المفيدة التي تساعد الطالب الباحث في الرجوع اليها واعتمادها كدراسات معتمده

دارسات عربية:

الدراسة الاولى:

د ، ن1 ال حمدان المصري و د، ابراهيم عابدين دراسة بعنوان ، دور الابداع الاداري في تحقيق الميزة التنافسية دراسة ميدانية على الشركات الصناعية في قطاع غزة

2/ المجال الزمني والمكاني للدراسة:

أ/ المجال الزمني:

أجريت هذه الدراسة خلال شهري مارس وإبريل من العام 2016

ب/ المجال المكاني:

تمت هذه الدراسة على العاملين في الشركات الصناعية في محافظات غزة والتي يزيد رأس مالها يزيد على 500.000 دولار وهي (57) شركة موزعة كالتالي: (شمال غزة 10 غزة 28 ، الوسطى 12، الجنوب (7)

3/ التساؤلات وفرضيات الدراسة:

1/ التساؤلات:

1/ ما هو مستوى الإبداع الإداري في الشركات الصناعية في قطاع غزة ؟

2/ ما هو مستوى تحقيق الميزة التنافسية في الشركات الصناعية في قطاع غزة ؟

3/ هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإبداع الإداري، والميزة التنافسية في الشركات الصناعية في قطاع غزة؟

4/ هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استجابات أفراد العينة تجاه متغيرات الدراسة في الشركات الصناعية في قطاع غزة تبعا للمتغيرات الديموغرافية؟

2/ الفرضيات:

1/ لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha < 0.05$) بين دور الإبداع الإداري وتحقيق الميزة التنافسية في الشركات الصناعية في قطاع غزة

2/ لا يوجد أثر ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha < 0.05$) بين دور الإبداع الإداري في تحقيق الميزة التنافسية في الشركات الصناعية في قطاع غزة.»

3/ لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha < 0.05$) في استجابات أفراد العينة حول دور الإبداع الإداري في الشركات الصناعية في قطاع غزة تعزى للمتغيرات الديموغرافية المسى الوظيفي العمر، النوع، سنوات الخدمة. المجال

4/ لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha < 0.05$) في استجابات أفراد العينة حول تحقيق الميزة التنافسية في الشركات الصناعية في قطاع غزة تعزى للمتغيرات الديموغرافية المسى الوظيفي العمر، النوع، سنوات الخدمة المجال

4/ منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي.

5/ الاداة والعينة:

أ/ أداة الدراسة:

تم استخدام الاستبانة كأداة للدراسة

ب/ العينة:

تم اختيار عينة عشوائية عددها 150 موظف، وتم استرداد عدد (146) استبانة

6/ نتائج الدراسة:

1. بلغ مستوى الإبداع الإداري 72,285 %
2. بلغ مستوى الإبداع الإداري في الشركات الصناعية في قطاع غزة 72,767 %
3. وجد علاقة بين الانفعال والعاطفة وبين تحقيق الميزة التنافسية
4. يوجد علاقة بين الإبداع الإداري والميزة التنافسية
5. لأتوجد فروق اتجاه الميزة التنافسية تعزى إلى (المسمى الوظيفي، العمر، سنوات الخدمة، المجال) باستثناء النوع توجد فروق

التعقيب على الدراسة:

أوجه التشابه:

تشابه هذه الدراسة مع دراستي من ناحيه متغير الابداع والميزة التنافسية حيث ان الدراسة تسعى الى ما اسعى اليه انا وهو الكشف عن ما اذا كان الابداع له علاقة بالميزة التنافسية وكيف يؤثر على المؤسسة

أوجه الاختلاف:

تختلف هذه الدراسة عن دراستي في تحديد متغير الابتكار والمؤسسه الاقتصاديه حيث هذه الدراسة تعطي اهميتها الى الابداع الاداري اما دراستي فهي تهتم بالابداع والابتكار معا كعنصرين للمؤسسه الاقتصاديه

التعقيب عليها:

تطرقت الدراسة الى مجمل المتغيرات واسقاطها على الشركات الصناعية في قطاع غزة من خلال المشكله المراد دراستها والفرضيات والنتائج المتحصل عليها يمكننا القول ان الدراسة جيده من حيث المعلومات حول الابداع الاداري في تحقيق الميزة التنافسية ويمكننا الاعتماد عليها كدراسة سابقه

الدراسة الثانية:

محمد محمود سيد محمد حسن دراسة بعنوان الإبداع الانتاجي ودوره في تعزيز الميزة التنافسية

جامعة قناة السويس كلية التجارة الإسماعيلية

1/المجال الزمني والمكاني للدراسة:

1/المجال الزمني:

تمت عملية جمع البيانات والمعلومات حول موضوع

الدراسة عن الفترة من العام (٢٠٠٨-٢٠١٦).

2/المجال المكاني:

طبقت الدراسة على جميع مكاتب ومصانع شركات الأدوية التابعة لشركة القابضة للأدوية في جمهورية

مصر العربية

2/التساؤلات وفرضيات الدراسة:

1/التساؤلات:

ما مدى دور إبداع المنتج على تعزيز الميزة التنافسية؟

2/الفرضيات:

لا يوجد تأثير ذو دلالة احصائية لإبداع المنتج على تعزيز الميزة التنافسية

3/المنهج:

التحليل

5/الاداة والعينة:

أ/ الاداة:

الاستبيان

ب/ العينة:

اقتصرت الدراسة على عينة من العاملين في شركات الأدوية التابعة لشركة القابضة للأدوية بجمهورية

مصر العربية، ولذا تم اختيار عينة عشوائية طبقية من الشركات بلغت 379 مفردة من العاملين وذلك

طبقا لجداول حجم العينة عند معامل ثقة 95% ونسبة خطأ 5%

6/نتائج الدراسة:

1 / توصلت الدراسة إلى وجود دور هام لإبداع المنتج على تعزيز الميزة التنافسية في الشركات محل الدراسة.

2 / توصلت الدراسة إلى أنه لا تساهم أنشطة البحوث والتطوير بالشركات بشكل فعال في اختبار الأفكار الجديدة وتنفيذها، وعدم الحرص من قبل الشركات على تمتع العاملين بحرية كاملة لإنجاز المهام الإبداعية.

3 / أشارت نتائج الدراسة أن الشركات لا تتمتع بالقدرة العالية على الاستجابة السريعة للتطورات في مجال عملها لتلبية حاجات كافة فئات العملاء

4 / بينت الدراسة أن الشركات لا تستخدم أحدث التقنيات لتقديم أفضل منتج بأسرع وقت، وكذلك لا تسعى الشركات السرعة تطوير وتقديم منتجات جديدة أسرع من المنافسين.

التعقيب على الدراسة:

أوجه التشابه:

تشابه هذه الدراسة مع دراساتي في متغير الإبداع والميزة التنافسية للمؤسسة حيث ان هذه الدراسة تسعى للكشف كيف يمكنني الإبداع ان يجعل المؤسسة تنافس بقوة السوق

أوجه الاختلاف

تختلف هذه الدراسة عن دراستي في ضبط العنوان عنوان الدراسة هو لإبداع الانتاجي في تعزيز الميزة

التنافسية بينما عنوان دراستي دور الإبداع والابتكار في تعزيز الميزة التنافسية لدى المؤسسة

الاقتصادية هذه الدراسة يبرز فيها مفهوم الأبداع الانتاجي أكثر من الإبداع وحده بينما دراستي يبرز

فيها الإبداع والابتكار معا

التعقيب عليها

من خلال ما قدمته الدراسة من إشكالية وفرضيته والمنهج يتبين لنا ان الدراسة اهتمت بالعديد من

الجوانب التي تساعد المؤسسة في السعي والتقدم، ولكن لا يمكننا أيضا التغاضي عن الذي اهملته

ولكن كدراسة سابقة يمكن للطالب ان يعتمد عليها والأخذ بيها

الفصل الثالث

الطريقة والأدوات

أولاً: مجالات الدراسة

المجال المكاني: التعريف بمكان الدراسة

أ، المجال المكاني.

يقع مصنع عموري لصناعة الأجور في منطقة بوشاكر على الطريق الوطني رقم (1) الرابط بين ولاية الأغواط وولاية غرداية يحدها من الشمال مدينة الأغواط ومن الجنوب بلدية حاسي الدلالة ومن الشرق بلدية بن ناصر بن شهرة وغربا بلدية الحويطة ويقع المصنع بالقرب من المنطقة الصناعية بوشاكر

ب. المجال الزمني:

انطلقت الدراسة في 8 فيفري 2025 حيث قمة بالنزول للميدان واخذ موافقة اجراء الدراسة الميدانية في المؤسسة من طرف السيد مسؤول الموارد البشرية وفي 15 فيفري قمنا بزيارة المؤسسة حيث استقبلني السيد استقبالا جيد وقمة بإجراء جولة استطلاعية وقام بالإجابة على كل التساؤلات بصدررحب كما تما الحصول على المعلومات ووثائق حول الشركة وعمالها
ج المجال البشري توضيح مجتمع البحث وعدد أفراد عينة الدراسة.

مجال البشري

تضم مؤسسة العموري لصناعة الأجور بالأغواط 280 عامل بحيث يتوزع هذا العدد من العمال الى عدة فئات عمالية كالآتي:

10 رؤساء.

1 مدير تقني.

1 مدير انتاج.

4 افواج

8 رؤساء افواج (2) في كل فوج

4 عمال امن الصناعي.

ثانياً: المنهج المستخدم

توضيح المنهج المعتمد في الدراسة مع التبيرير

اعتمدت في دراستي على المنهج الوصفي التحليلي " لكونه المنهج الأكثر ملائمة الموضوع بحثي

المنهج الوصفي التحليلي: يقوم على جمع البيانات وتصنيفها وتدوينها ومحاولة تفسيرها وتحليلها من أجل قياس ومعرفة تأثير العوامل على إحداث الظاهرة ومعرفة كيفية ضبط والتحكم في هذه العوامل وأيضا التنبؤ بسلوك ظاهرة محل الدراسة في المستقبل

ثالثاً: أدوات جمع المعلومات

توضيح أداة الدراسة المستخدمة مع التبرير

الاستبيان :

الاستبيان هو أداة بحثية تُستخدم لجمع المعلومات من الأفراد بطريقة منهجية ومنظمة. يتكون عادةً من مجموعة من الأسئلة المكتوبة تُوجه إلى عينة من الأشخاص للحصول على بيانات تتعلق بموضوع معين. يمكن أن تكون الأسئلة مغلقة (ذات اختيارات محددة) أو مفتوحة (تتيح للمجيب التعبير بحرية).

وانا اخترت هذه الاداة لأنها سهلة وتعطي الحرية للمبحوث وحتى انها تساعدني في ضبط الإجابة والحصول على معلومات دقيقة

الفصل الثالث: الطريقة والأدوات

رابعاً: المعاينة

توضيح نوع العينة وطرق اختيارها مع التبرير

طريقة اختيار عينة:

عينة حصرية

$$X = \frac{\%15 \times \text{عدد عمال كل فئة}}{\%100}$$

جدول يوضح العينة الممثلة لكل حصة:

العينة الممثلة	النسبة الممثلة	التكرارات	مجتمع البحث
2	%15	10	مسؤول
11		01	مدير تقني
1		01	مدير انتاجي
1		08	رؤساء افواج
38		256	عمال مهنيين
1		04	امن صناعي
44		280	المجموع

لقد تم اختيار العينة الحصرية عشوائية من كل فئة عمالية لها علاقة مباشرة بالمنتج وتم سحب العينة الممثلة بطريقة عشوائية

الفصل الرابع
النتائج والمناقشة

المحور الاول: البيانات الشخصية

الجدول رقم 01: يمثل توزيع ونسب افراد العينة حسب الجنس

الجنس	التكرار	%النسبة المئوية
ذكر	44	100%
انثى	0	0%
المجموع	44	100%

من خلال الجدول اعلاه والذي يوضح لنا جنس الموظف في المؤسسة حيث لاحظنا أن أعلى نسبة وهي 100% والتي تمثل جنس الذكور ولقد بلغ عددهم 44 من أصل 44 المبحوث. بينما نلاحظ أن انعدا م نسبة جنس الأنثى حيث لاحظنا نسبتهم وهي 0% ولقد بلغ عددهم 0.

نستنتج من خلال المعطيات التي في الجدول اعلاه أن أعلى نسبة 100% والتي تمثل جنس المبحوث للذكور وانعدام نسبة الإناث وهذا راجع إلى طبيعة العمل التي في المؤسسة لأن المؤسسة الاقتصادية الصناعية لصناعة الأجر تحتاج إلى يد عاملة وقوية.

الجدول رقم 02: يمثل توزيع ونسب افراد العينة حسب العمر

عمر الموظف	التكرار	% النسبة المئوية
[30-25]	11	23,4
30]-[35	11	23,4
40]-[45	10	21,3
45]-[50	5	10,6
50]-[55	7	14,9
المجموع	44	100

من خلال الجدول اعلاه الذي يوضح لنا الفئة العمرية بالنسبة للمبحوثين حيث لاحظنا ان اعلى نسبه هي 23.4% والتي تمثل الفئة العمرية بين [30.25] و [35.30] ولقد بلغ عدد الفئتين 11 مبحوث من اصل 44 مبحوث بينما نلاحظ ان اقل نسبه وهي 10.6% والتي تمثل الفئة العمرية بين [50 45] ولقد بلغ عددهم 5 مبحوثين من اصل 44 مبحوث

ونستنتج من خلال المعطيات التي في الجدول ان اعلى نسبه هي 23.4% و التي تمثل الفئة العمرية من [25.35] ونستخلص من هذه المعطيات ان اغلب العمال او الموظفين هم شباب ويفسر ذلك ان المؤسسة الصناعية SARL BMAL لصناعة الاجر اغلب عمالها شباب وهذا راجع الى القوه العقلية والقوة والبنية التي تحتاجها المؤسسة بينما نلاحظ ان اقل نسبه 10.6% وهي الفئة العمرية [50 . 45] ويرجع هذا لاكتساب الخبرة والمعرفة من هذه الفئة

الجدول رقم 03: يمثل توزيع ونسب افراد العينة حسب المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	التكرار	% النسبة المئوية
ثانوي	17	36,2%
جامعي	10	21,3%
التكوين المهني	17	36,2%
المجموع	44	100%

يبين لنا الجدول اعلاه المستوى التعليمي للموظفين حيث نلاحظ ان اعلى نسبه هي 36.2% لكل من المستوى التعليمي الثانوي والتكوين المهني حيث بلغ عددهم لكل منهما 17 مبحوث من اصل 44 مبحوث وفي المقابل نجد اقل نسبه وهي 21.3% والتي تمثل المستوى التعليمي الجامعي والذي بلغ عددهم 10 مبحوثين من أصل 44 مبحوث

ونستنتج من خلال الجدول والمعطيات الموضحة ان النسبة اعلى هي 36.2% وبلغ عددهم 34 مبحوث من اصل 44 مبحوث وهذا راجع الى ان المؤسسة تدعم الشباب الذين لم يتمكنوا من دخول الجامعة وايضا تدعم الشباب الذين يتم تسريحهم من الدراسة وايضا تدعم اصحاب المعاهد وخريجي التكوين المهني بينما ان نسبه 21.3% وهم الاشخاص الذين تخرجوا من الجامعة والذين بلغ عددهم 10 مبحوثين ويرجع هذا الى ان المؤسسة يجب ان تمتلك اصحاب الكفاءة والشهادات العليا ايضا

الجدول رقم 04: يمثل توزيع ونسب افراد العينة حسب الخبرة المهنية

النسبة المئوية	التكرار	الخبرة المهنية
29,8	14	اقل من 5 سنوات
42,6	20	من 5 الى 10 سنوات
21,3	10	من 10 الى 15 سنوات
100	44	المجموع

يبين الجدول الاعلى الخبرة المهنية للموظف داخل المؤسسة حيث نلاحظ ان اعلى نسبة هي 42.6% والتي تمثل من 5 الى 10 سنوات خبره في الوظيفة ولقد بلغ عددهم 20 مبحوث من اصل 44 مبحوث بينما نلاحظ النسبة الاقل وهي 21,3% والتي تمثل من 10 الى 15 سنة من الخبرة داخل مؤسسه ولقد بلغ عددهم 10 مبحوثين من اصل 44 مبحوث

ونستنتج من الجدول اعلاه والمعطيات والتحليل الاحصائي الموجوده في الجدول ان اعلى نسبة هي 42.6 ولقد بلغ عددهم 20 مبحوث من اصل 44 وهو عدد المبحوثين الذين لديهم خبره من 5 الى 10 سنوات وهذا راجع الى حداثة مؤسسه العموري لصناعه الاجر وحدائه ايضا موظفين وايضا نلاحظ ان اقل نسبة هي 21.3% ولقد بلغ عدد 10 مبحوثين من اصل 44 وهذا راجع الى العمال او الموظفين الذين لديهم خبرات خارجيه او موظفين من قبل

اولاً: تحليل بيانات الفرضية الاولى

المحور الثاني: تمتلك المؤسسة الاقتصادية سياسات مهمة وفعالة لتنمية الابداع والابتكار

الجدول رقم 01: يمثل توزيع ونسب افراد العينة حسب اذا كانت لدى مؤسستهم استراتيجية واضحة لتعزيز الابداع والابتكار

النسبة المئوية	التكرار	
27,7	13	نعم
27,7	13	لا
38,3	18	احيانا
100	44	المجموع

من خلال من خلال جدول اعلاه الذي يوضح لنا ما اذا كانت المؤسسة لديها استراتيجية واضحة لتعزيز الابداع والابتكار ومن خلال المعطيات نلاحظ ان اعلى نسبة 66.0% وهم الاشخاص الذين اجابوا بنعم ولقد بلغ عددهم 31 من اصل 44 مبحوث بينما هناك اقل نسبه وهي 27.7% وهم الاشخاص الذين اجابوا ب لا وقد بلغ عددهم 13 مبحوث من اصل 44 بحوث

ونستنتج من خلال المعطيات والتحليل الاحصائي ان النسبة الاعلى في الجدول هي 66.0% والتي تمثل الموظفين الذين اجابوا بأنه يوجد لدى المؤسسة استراتيجية واضحة لتزيد ابداع والابتكار ولقد بلغ عددهم 31 وهذا راجع الى ان مؤسسه العموري لصناعه الاجر يوجد فيها الابداع والابتكار وتهتم بهذا الجانب الذي يحفز الموظفين اكثر للعمل بينما نلاحظ ان النسبة الاقل هي 27.7% وهم الموظفين الذين اجابوا ب لا توجد استراتيجية واضحة لتعزيز ابداع والابتكار والبالغ عددهم 13 مبحوث من اصل 44 مبحوث يمكن ان يكونوا هم الموظفين الذين يعملون في مناطق تفتقر لهذه الجوانب او المناصب لا تحتاج الى الابداع والابتكار مثل العمال المهنيين

الجدول رقم 02: يمثل توزيع ونسب افراد العينة حسب كيف يتم تقييم دور القيادة في تحفيز الابداع والابتكار داخل المؤسسة

النسبة المئوية	التكرار	
29,8	14	جيد
27,7	13	جيد جدا
19,1	9	سيئ
17,0	8	سيئ جدا
100	44	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول اعلاه الذي يوضح كيف تقييم دور القيادة في تحفيز الابداع والابتكار داخل المؤسسة حيث لاحظنا ان اعلى نسبه هي 29.8% والتي تمثل المبحوثين الذين اجابوا بجيد ولقد بلغ عددهم 14 مبحوث من أصل 44 مبحوث بينما نلاحظ ان اقل نسبه وهي 17% والتي تمثل المبحوثين الذين اجابوا سيء جدا ولقد بلغ عددهم 8 اشخاص من أصل 44 مبحوث

ونستنتج من خلال المعطيات والتحليل الاحصائي ان اعلى نسبه هي 29.8% والتي تمثل الاشخاص الذين اجابوا بجيد ولقد بلغ عددهم 14 مبحوث من أصل 44 وهذا يدل على ان دور القيادة في تحفيز الابداع والابتكار داخل المؤسسة جيد ويرجع هذا الى جوده المؤسسة التي يعمل فيها الموظفون بينما نلاحظ ان اقل نسبه وهي 17% والتي تمثل الاشخاص او الموظفين الذين اجابوا ان القيادة ودورها في تحفيز ابداع الابتكار داخل المؤسسة سيء جدا ولقد بلغ عددهم 8 اشخاص من أصل 44 ويعود هذا الى المشاكل الإدارية التي تكون داخل المؤسسة

الفصل الرابع: النتائج والمناقشة

الجدول رقم 03: يمثل توزيع ونسب افراد العينة حسب هل يوجد هيكل تنظيمي يدعم حرية الابداع والابتكار داخل المؤسسة

النسبة المئوية	التكرار	
66,0	31	يوجد
27,7	13	لا يوجد
100	44	المجموع

يمثل الجدول اعلى اذا كان يوجد هيكل تنظيمي يدعم حرية الابداع والابتكار داخل المؤسسة حيث لاحظنا ان اعلى نسبة هي 66.0% وهي نسبة المبحوثين الذين اجابوا انه يوجد هيكل تنظيمي يدعم حرية الابداع والابتكار داخل المؤسسة ولقد بلغ عددهم 31 من اصل 44 مبحوث بينما لاحظنا ان اقل نسبة وهي 27.7% وهي نسبة مبحوثين الذين اجابوا لا يوجد ولقد بلغ عددهم 13 مبحوث من أصل 44 مبحوث

نستنتج من خلال الجدول اعلاه والتحليل الاحصائي والمعطيات المبينة في الجدول ان النسبة الاعلى هي 66.0% وهي التي تمثل الاشخاص الذين اجابوا بان يوجد هيكل تنظيمي يدعم حرية ابداع والابتكار داخل المؤسسة ولقد بلغ عددهم 31 مبحوث من اصل 44 مبحوث وهذا راجع الى الاهتمام الذي تعطيه المؤسسة للموظفين من وجود هيكل تنظيمي يدعم حرية ابداع داخل المؤسسة مما يساعد الموظف من الابداع والابتكار داخل مؤسسه واعطاء كل ما يجب في عمله وبينما نلاحظ ان النسبة الاقل في الجدول هي 27.7% وتمثل هذه النسبة الاشخاص الذين اجابوا ب لا يوجد هيكل تنظيمي يدعم حرية ابداع والابتكار داخل المؤسسة وهذا راجع الى اهمال بعض المصالح داخل المؤسسة لعدم اهميتها وعلاقتها بالابداع والابتكار ولقد بلغ عددهم 13 مبحوث من اصل 44 مبحوث

الفصل الرابع: النتائج والمناقشة

الجدول رقم 04: يمثل توزيع ونسب افراد العينة حسب هل توفر المؤسسة موارد كافية مالية وبشرية وحتى تقنية لدعم الابداع والابتكار

النسبة المئوية	التكرار	
27,7	13	نعم
27,7	13	لا
38,3	18	احيانا
100	44	المجموع

من خلال الجدول اعلاه الذي يوضح ما اذا كانت المؤسسة توفر موارد كافية ماليه بشريه وتقنيه لدعم الابتكار ومن خلال المعطيات نلاحظ ان اعلى نسبه هي 38.3% وهي النسبة التي تمثل موظفين الذين اجابوا ب احيانا ولقد بلغ عددهم 18 مبحوث من اصل 44 بينما نلاحظ ان اقل نسبه هي 27.7% والتي تمثل الإجابة نعم و لا ولقد بلغ عددهم 26 كل من الأجوبة نعم ولا

ونستنتج من خلال الجدول والتحليل الاحصائي والمعطيات المبينة في الجدول ان اعلى نسبه هي 38.3% والتي تمثل الإجابة باحيانا توفر المؤسسة الموارد كافية ماليه وبشريه وتقنيه لدعم الابتكار ولقد بلغ عددهم 18 مبحوث من اصل 44 مبحوث وهذا راجع الى طبيعة العمل داخل المؤسسة احيانا يكون الموارد متوفره لدعم الابتكار وحيانا لا تكون ونلاحظ ان تساوي نسبه الإجابة بنعم وب لا 27.7% وهذا راجع الى اختلاف بين الموظفين داخل المؤسسة حيث هناك من يرى ان الموارد كافية لدعم الابتكار وهناك من يرى انها ليست كافية لدعم الابتكار

الفصل الرابع: النتائج والمناقشة

الجدول رقم 5: يتم تقييم دور القيادة في تحفيز الإبداع والابتكار داخل المؤسسة بناء على الخبرة الوظيفي

المجموع	كيف تقيم دور القيادة في تحفيز الإبداع والابتكار داخل المؤسسة				الخبرة الوظيفية
	سيئ جداً	سيئ	جيد جداً	جيد	
14	2	3	3	6	أقل من 5 سنوات
100%	14.3%	21.4%	21.4%	42.9%	
20	5	2	8	5	من 5 إلى 10 سنوات
100%	25.0%	10.0%	40.0%	25.0%	
10	1	4	2	3	من 10 إلى 15 سنة
100%	10.0%	40.0%	80.0%	30.0%	
44	8	9	13	14	مجموع
100%	18.2%	20.5%	29.5%	31.8%	

من خلال جدول الاعلى الذي يوضح لنا يتم تقييم دور القيادة في تحفيز الابداع والابتكار داخل المؤسسة بناء على خبره الوظيفيه حيث لاحظنا ان اعلى نسبة وهي 42.6% وهي الغالبية تقيم القيادة بشكل جيد وهم نفسهم الموظفين الجدد او الذين تقلوا خبرتهم عن 5 سنوات بينما نلاحظ ان اقل

الفصل الرابع: النتائج والمناقشة

نسبه هي 10% وهم الاقلية الذين قيموا القيادة بشكل سيء جدا وهم نفسهم الاقلية الذين اجابوا بانهم عندهم خبره من 10 الى 15 سنة

ونستنتج من خلال التحليل الاحصائي والمعطيات في الجدول اعلاه ان النسب الاعلى هي 42.6% والتي تمثل تقييم ايجابي للقيادة في تحفيز الابداع والابتكار داخل المؤسسة وهم الذين تقل خبرتهم الوظيفيه عن 5 سنوات وهذا يعكس انطباع المبتدئين اقل من 5 سنوات حيث انه راجع الى قله احتكاك بالتحديات المؤسسيه بينما نلاحظ ان النسبه الاقل هي 10% والتي تمثل الاقلية الذين قيموا دور القيادة في تحفيز ابداع والابتكار داخل المؤسسة بشكل سلبي وهم نفسه المبحوثين الذين عندهم خبره وظيفيه اعلى قد يكون هناك خلل في اوصول هذه المبادره لجميع الموظفين او الى فجوات في التواصل التنظيمي

الجدول رقم 06: يمثل توزيع ونسب افراد العينة حسب في رأيك لماذا المؤسسة تستقطب الموظفين الذين لديهم كفاءة وابداع وابتكار

النسبة المئوية	التكرار	
29,8	14	تحسين جودة العمل
36,2	17	تعزير القدرة التنافسية
27,7	13	من اجل الابتكار المستمر والتطوير
100	44	المجموع

من خلال الجدول اعلاه الذي يوضح في رأيي الموظف لماذا المؤسسة تستقطب الموظفين الذين لديهم كفاءه وابداع وابتكار حيث لاحظنا ان اعلى نسبه هي 36.2% والتي تمثل اجابه تعزير القدرة التنافسية والتي تمثل 17 مبحوث من أصل 44 مبحوث بينما نلاحظ ان اقل نسبه وهي 27.7% والتي تمثل الإجابة

من اجل الابتكار المستمر والتطوير ولقد بلغ عدد المبحوثين الذين اجابوا بهذه الإجابة 13 مبحوث من أصل 44 مبحوث

ونسنتج من خلال المعطيات في الجدول والتحليل الاحصائي ان النسبة الاعلى هي 36.2% والتي تعود الى الإجابة تعزيز القدرة التنافسية والبالغ عددهم 17 مبحوث وهذا راجع الى تحول ثقافه العمل داخل المؤسسة من التسيير التقليدي نحو نموذج مبني على المعرفة والابداع والابتكار بينما نلاحظ ان اقل نسبه وهي 27.7% والتي تعود الى الإجابة من اجل الابتكار المستمر والتطور ولقد بلغ عددهم 13 مبحوث من اصل 44 مبحوث لا يوجد تباين كبير بين الأجوبة لان هناك تكامل بين الاهداف الاقتصادية والاجتماعية فبينما المؤسسة تسعى الى تحقيق اهداف السوق تسعى في نفس الوقت الى خلق بيئة عمل محفزه

الفصل الرابع: النتائج والمناقشة

الجدول رقم 07: يمثل الجدول إذا كان هناك علاقة بين هيكل تنظيمي يدعم الإبداع والابتكار داخل المؤسسة والمستوى التعليمي

المجموع	يوجد هيكل تنظيمي يدعم حرية الإبداع والابتكار داخل المؤسسة		المستوى التعليمي للموظف
	لا يوجد	يوجد	
17	6	11	ثانوي
100.0%	35.3%	64.7%	
10	3	7	جامعي
100.0%	30.0%	70.0%	
17	4	13	التكوين المهني
100.0%	23.5%	76.5%	
44	13	31	المجموع
100.0%	29.5%	70.5%	

من خلال الجدول اعلاه الذي يوضح لنا اذا كان هناك علاقة بين الهيكل التنظيمي يدعم الابداع والابتكار داخل المؤسسة والمستوى التعليمي للموظف حيث لاحظنا ان اعلى نسبة هي 76.5% والتي تمثل انه يوجد هيكل تنظيميه يدعم حريه ابداع والابتكار داخل مؤسسه وهم نفسهم الذين لديهم تكوين المهني للمستوى تعليمي والبالغ عددهم 13 مبحوث بينما هناك الاقليه والتي تمثل 30% والذين يقرون انه لا يوجد هيكل تنظيميه يدعم حريه الابداع والابتكار داخل المؤسسة وهم نفسهم الذين لديهم مستوى تعليمي جامعي والبالغ عددهم ثلاث مبحوثين

ونستنتج من خلال التحليل الاحصائي والمعطيات ان النسبه الاعلى هي 76.7% والتي تمثل انه يوجد هيكل تنظيمي يدعم حريه ابداع والابتكار ولديهم تكوين مهني كمستوى تعليمي والبالغ عددهم 13 حيث ان الافراد الذين لديهم تكوين مهني لديهم علم بالهيكل تنظيمي وكيف هي سيروره المؤسسة وهذا راجع الى التكوين السابق في المؤسسات لانهم يكتسبون خبره في المجال المؤسساتي وفي المقابل النسبه الاقل هي 30% وهم الذين اجابوا انه لا يوجد هيكل تنظيمي مع العلم انهم جميعين وهذا راجع الى عدم التكوين داخل المؤسسات اكثر من التكوين

الفصل الرابع: النتائج والمناقشة

الجدول رقم 08: يمثل توزيع ونسب افراد العينة حسب هل تشجع المؤسسة ثقافة الابداع والابتكار والتجريب والمخاطرة المحسوبة

النسبة المئوية	التكرار	
46,8	22	نعم
12,8	6	لا
34,0	16	أحيانا
100	44	المجموع

من خلال جدول اعلاه والذي يمثل اذا كانت المؤسسة تشجع على ثقافه الابداع والابتكار والتجريب والمخاطرة المحسوبة حيث نلاحظ ان اعلى نسبه هي 46.8% والتي تمثل الاجابه بنعم ولقد بلغ عدد المبحوثين الذين اجابوا بهذه الاجابه هم 22 مبحوث من اصل 44 مبحوث وفي المقابل نلاحظ ان اقل نسبه وهي 12.8% والتي تمثل الاجابه بلا ولقد بلغ عدده عدد المبحوثين الذين اجابوا بهذه الاجابه هم ستة مبحوثين من اصل 44 مبحوث

نستنتج من خلال الجدول و المعطيات ان اعلى نسبه هي في 46.8% والتي تمثل الاجابه لهذه القيم ما يعكس وجود بيئه عمل داعمه الى حد كبير لهذه القيم ويعكس ايضا وجود الثقافه المؤسسيه تدعم المبادره الفرديه والابداع وهو مؤشر ايجابي على عقليه الاداره نحو نماذج اكثر مرونة وانفتاحا بينما نلاحظ ان اقل نسبه هي 12.8% والتي تمثل الاجابه ب لا ولقد بلغ عدد المبحوثين الذين اجابوا ب لا هم 6 مبحوثين من اصل 44 مبحوث مع ان النسبه ليست كبيره الا انه لا بد من وجود بعض القيود او الثقافه المؤسسيه التقليديه التي قد تعيق فكره الابداع والابتكار داخل المؤسسة

الفصل الرابع: النتائج والمناقشة

الجدول رقم 09: يمثل كلما كانت المؤسسة توفر موارد كافية، بشرية مالية، وتقنية لدعم الابتكار تصبح المؤسسة تهتم بالموظفين الذين لديهم إبداع وابتكار داخل المؤسسة

المجموع	تفسر اهتمام المؤسسة بالموظفين الذين لديهم إبداع وابتكار داخل المؤسسة؟			توفر المؤسسة موارد كافية، مالية، بشرية، وتقنية لدعم الابتكار؟
	رفع كفاءة العمل	تحفيز بيئة العمل	الاستفادة من الأفكار الجديدة	
13	4	4	5	نعم
100.0%	30.8%	30.8%	38.5%	
13	8	2	3	لا
100.0%	61.5%	15.4%	23.1%	
18	8	3	7	أحيانا
100.0%	44.4%	16.7%	38.9%	
44	20	9	15	المجموع
100.0%	45.5%	20.5%	34.1%	

من خلال الجدول اعلاه والذي يمثل كلما كانت المؤسسة توفر موارد كافية بشرية ومالية وتقنية لدعم الابتكار تصبح المؤسسة تهتم بالموظفين الذين لديهم ابداع وابتكار داخل المؤسسة حيث لاحظنا ان اعلى نسبه وهي 61.5% والتي تمثل رفع كفاءه العمل بالنسبه للموظفين وهم المبحوثين انفسهم الذين اجابوا لا توفر المؤسسة الموارد الكافيه ماليه وبشريه وتقنيه لدعم الابتكار ولقد بلغ عددهم 8 مبحوثين بينما نلاحظ ان النسبه الاقل هي 15.4% والتي تمثل تحفيز بيئه العمل بالنسبه للموظفين وهم المبحوثين الذين اجابوا لا يوجد تحفيز بيئه العمل ولا يوجد موارد كافيه لدعم الابتكار وبلغ عددهم 2 مبحوث

ونستنتج من خلال الجدول الاعلى والتحليل الاحصائي والمعطيات ان النسب الاعلى هي 61.5% والتي تمثل رفع كفاءه العمل بالنسبه للموظفين وهم المبحوثين الذين اجابوا بانه لا يوجد موارد كافيه لدعم الابتكار وهذا راجع الى ان المؤسسة التي لا توفر الموارد تركز على رفع الكفاءه فقط ما يشير الى الابتكار ينظر اليه كوسيله لتقليل التكاليف او تحسين الاداء وليس كقيمه في حد ذاتها بينما نلاحظ ان النسبه الاقل هي 15.4% والتي تمثل تحفيز بيئه العمل بالنسبه للموظفين وهم المبحوثين الذين اجابوا بانه لا يوجد موارد كافيه لدعم الابتكار ويعكس هذا تغيير بيئه العمل و يظهر بنسبه منخفضه عبر جميع

الفصل الرابع: النتائج والمناقشة

الفئات مما قد يشير الى ان المؤسسة بشكل عام لا تركز كثيرا على التغيير الهيكلي او البيئي كاداة للتمكن الابتكار وقد يدل ذلك على الجمود او البيروقراطي

الجدول رقم 10: يمثل توزيع ونسب افراد العينة حسب كيف تفسر اهتمام المؤسسة بالموظفين الذين لديهم ابداع وابتكار داخل المؤسسة

النسبة المئوية	التكرار	
31,9	15	الاستفادة من الافكار الجديدة
19,1	9	تحفيز بيئة العمل
42,6	20	رفع كفاءة العمل
100	44	المجموع

من خلال الجدول اعلاه والذي يوضح كيف تفسر اهتمام المؤسسة بالموظفين الذين لديهم ابداع وابتكار داخل المؤسسة حيث لاحظنا ان اعلى نسبه وهي 42.6% والتي تمثل الاجابه رفع كفاءه العمل ولقد بلغ عدد المبحوثين الذين اجابوا عليه 20 مبحوثه من اصل 44 ولقد لاحظنا ان اقل نسبه وهي 19.1% وهم الفئه الاقلية الذين اجابوا بتحفيز بيئه العمل حيث بلغ عددهم تسعه مبحوثين من اصل

44

ونستنتج من خلال التحليل الاحصاء والمعطيات في الجدول ان النسبه الاعلى هي 42.7% حيث اجابوا ان رفع كفاءه العمل هي التي تؤدي الى اهتمام المؤسسة بالموظفين الذين لديهم ابداع وابتكار داخل المؤسسة وهذا راجع الى طبيعه العمل في الاهتمام حيث انها تستقطب الموظفين مميزين لها وتهتم بيئته العمل الجيده بينما نلاحظ ان الاقلية هم الذين اجابوا بان تحفيز بيئه العمل هي التي تفسر اهتمام المؤسسة بالموظفين الذين لديهم ابداع وابتكار داخل المؤسسة وهذا يعكس الجانب الذاتي للموظف حيث انه يسعى الى عمل وتطبيق بيئه عمل جيده

الفصل الرابع: النتائج والمناقشة

الجدول رقم 11: يمثل توزيع ونسب افراد العينة حسب هل يوجد شركات او تعاون مع مؤسسات بحثية او شركات خارجية اخرى لتعزيز الابداع والابتكار

النسبة المئوية	التكرار	
40.4	19	نعم
12,8	6	لا
40.4	19	على حسب وضع المؤسسة
100	44	المجموع

يوضح لنا الجدول اعلاه الذي يمثل ما اذا كان هناك شركات او تعاون مع مؤسسات بحثية او شركات خارجيه اخرى لتعزيز الابداع والابتكار ولقد لاحظنا ان اعلى نسبة هي 40.4% والتي تمثل اجابتين متساويتين وهما نعم يوجد وعلى حسب وضع المؤسسة حيث بلغ عدد المبحوثين الذين اجابوا بها اجابوا بهذه الاجابه لكل منهما هو 19 مبحوث من اصل 44 مبحوث بينما لاحظنا وجود نسبة قليلة وهي 12.8% والتي تمثل الاجابه بي لا ولقد بلغ عددهم ستة مبحوثين من اصل 44

نستنتج من خلال المعطيات الاحصائية والجدول ان اعلى نسبة هي 40.4% والتي تمثل الاجابتين نعم والاجابه الثانيه على حسب وضع المؤسسة حيث بلغ عدد المبحوثين لكل منهما تسعة عشر مبحوث من اصل 44 مبحوث ونستنتج عند تساوي النسب بين الاجابتين نعم وعلى حسب وضع المؤسسة تعطي ادراكا انيقا لدى الموظفين بان الابداع لا ينفصل عن البيئه التنظيميه للمؤسسة بينما نلاحظ ان اقل نسبه وهي 12.8% والتي تمثل الاجابه بلا ولقد بلغ عددهم ستة مبحوثين من اصل 44 قد تشير هذه الفئة القليله الى الايمان بالابداع الفردي المحض بغض النظر على البيئه المؤسسة او ربما فاقده للثقه في امكانيه التغيير المؤسسي

الفصل الرابع: النتائج والمناقشة

الجدول رقم 12: إذا تابعت المؤسسة منافسيها في السوق تصبح لديها شركات أو تعاون مع مؤسسات بحثية أو شركات أخرى

المجموع	توجد شركات أو تعاون مع مؤسسات بحثية أو شركات أخرى لتعزيز الإبداع والابتكار			تتابع المؤسسة منافسيها في السوق
	على حسب وضع المؤسسة	لا	نعم	
22	11	2	9	نعم
100.0%	50.0%	9.1%	40.9%	
9	3	2	4	لا
100.0%	33.3%	22.2%	44.4%	
13	5	2	6	أحيانا
100.0%	38.5%	15.4%	46.2%	
44	19	6	19	المجموع
100.0%	43.2%	13.6%	43.2%	

من خلال الجدول اعلاه الذي يوضح اذا تابعت المؤسسة منافسيها في السوق تصبح لديها شركات او تعاون مع مؤسسات بحثيه او شركات اخرى حيث نلاحظ ان النسبة الاعلى هي 50.0% والتي تمثل توجد شركات او تعاون مع مؤسسات بحثيه او شركات اخرى لتعزيز الابداع والابتكار على حسب وضع المؤسسة وهم نفسهم المبحوثين الذين اجابوا بنعم المؤسسة تتابع منافسيها في السوق والبالغ عددهم 11 مبحوث وفي المقابل نلاحظ ان اقل نسبه هي 15.4% والتي تمثل احيانا يوجد شركات او تعاون مع مؤسسات بحثيه او شركات اخرى وهم المبحوثين الذين اجابوا بان المؤسسة احيانا تتابع منافسيها في السوق والبالغ عددهم 2 مبحوثين فقط

نستنتج من خلال الجدول الاعلى والتحليل الاحصائي ان النسبه الاعلى هي 50.0% والتي تمثل يوجد شركات او تعاون مع مؤسسات بحثيه او شركات اخرى لتعزيز الابداع والابتكار على حسب وضع المؤسسة وان المؤسسة تتابع منافسيها في السوق والبالغ عددهم 11 مبحوث ويعود هذا الى ان المؤسسة

الفصل الرابع: النتائج والمناقشة

التي تتابع السوق بانتظام او حتى بشكل جزئي تظهر ميلا اكبر لتكوين شركات مما يعكس ثقافه تنظيميا منفتحه على تعاون والتطوير وهذا يدل على وعي باهميه التفاعل مع البيئه الخارجيه لرفع القدره الابتكاريه بينما نلاحظ ان اقل نسبه هي 15.4% والتي تمثل احيانا يوجد شركات او التعاون مع مؤسسات بحثيه اخرى وهم نفسهم الذين اجابوا ان المؤسسه لا تتابعون المنافسين وبلغ عددهم 2 مبحوثين فقط لان المؤسسه تسعى الى بناء نمط تنظيميا مغلق يعتمد على الذات ويرفض الشراكة مع أي مؤسسه

الجدول رقم 13 يمثل توزيع ونسب افراد العينة حسب كيف يتم مكافأة الافكار الابداعية

النسبة المئوية	التكرار	
34.0	16	تقدير الموظف
31,9	15	الحوافز المادية
27,7	13	تخصيص ميزانية لتنفيذ الافكار الابداعية
100	44	المجموع

من خلال الجدول اعلاه الذي يمثل كيف يتم مكافأة الافكار الابداعيه حيث لاحظنا ان اعلى نسبه هي 34.0% والتي تمثل الاجابه تقدير الموظف حيث بلغ عدد المبحوثين الذين اجابوا بهذه الاجابات 16 مبحوث من اصل 44 مبحوث ونلاحظ في المقابل اقل نسبه وهي 27.7% والتي تمثل تخصيص ميزانيه لتنفيذ الافكار الابداعيه حيث بلغ عددهم 13 مبحوث من اصل 44 مبحوث

ونستنتج من خلال التحليل الاحصائي والمعطيات ان النسبه الاعلى هي 34.0% والتي تمثل الاجابه بتقدير الموظف حيث بلغ عدد المبحوثين الذين اجابوا لهذه الاجابه هم 16 مبحوث من اصل 44 مبحوث وهذا يشير الى اهميه الاعتراف المعنوي في الثقافه التنظيميه حيث يشعر الموظف بقيمه افكاره عندما يتم تقديره علنيا او شفهييا بينما نلاحظ ان اقل نسبه هي 27.7% والتي تمثل الاجابه في

الفصل الرابع: النتائج والمناقشة

تخصيص ميزانيه تنفيذ الافكار الابداعيه والتي بلغ عدد الاجابه عليها 13 مبحوث من اصل 44 مبحوث يعكس هذا الاخير وعيا تنظيميا باهميه دعم الابتكار ليس فقط بالكلام او المال بل ايضا بالموارد الفعلية ما يعزز ثقافه الابتكار المؤسسي

الفصل الرابع: النتائج والمناقشة

جدول رقم 14: يمثل هذا الجدول كلما كانت المؤسسة تشجع ثقافة الإبداع والابتكار كلما أصبحت المؤسسة تتابع تأثير استراتيجيات الابتكار على تنافسها في السوق أكثر

المجموع	تتابع المؤسسة تأثير استراتيجيات الابتكار على تنافسها في السوق			تشجع المؤسسة ثقافة الإبداع والابتكار والتجريب والمخاطرة المحسوبة
	الاستفادة من التكنولوجيا وأدوات التحليل	تحليل ردود فعل السوق والزبائن	تقييم الثقافة وبيئة الإبداع والابتكار	
22	5	9	8	نعم
100.0%	22.7%	40.9%	36.4%	
6	3	1	2	لا
100.0%	50.0%	16.7%	33.3%	
16	5	5	6	أحيانا
100.0%	31.3%	31.3%	37.5%	
44	13	15	16	المجموع
100.0%	29.5%	34.1%	36.4%	

يمثل هذا الجدول كلما كانت المؤسسة تشجع ثقافته الإبداع والابتكار كلما أصبحت المؤسسة تتابع تأثير استراتيجيه الابتكار على تنافسها في السوق أكثر حيث لاحظنا ان اعلى نسبة هي 50.0% التي تمثل الاجابه تتابع المؤسسة استراتيجيات الابتكار على تنافسها في السوق من خلال الاستفادة من التكنولوجيا وادوات التحليل وهم نفسهم الذين اجابوا لا تشجع المؤسسة ثقافه الابداع والابتكار والتجريب والمخاطره المحسوبه حيث بلغ عددهم 3 مبحوثين بينما نلاحظ اقل نسبة 16.7% والتي تمثل ان المؤسسة تتابع تأثير استراتيجيات الابتكار على تنافسها في السوق من خلال تحليل ردود فعل السوق والزبائن وهم نفسهم مبحوثين الذين اجابوا انه لا تشجع المؤسسة ثقافه الابداع والابتكار والتجريب والمخاطره المحسوبه والبالغ عددهم مبحوث واحد

ونستنتج من خلال التحليل الاحصائي والمعطيات ان النسبة الاعلى هي 50.0% والتي تمثل الاجابه تتابع المؤسسة تأثير استراتيجيه الابتكار على تنافسها في السوق من خلال الاستفادة من التكنولوجيا وادوات التحليل وهم الذين اجابوا بي لا تشجعوا مؤسسه ثقافه الابداع والابتكار والتجريب والمخاطره المحسوبه والبالغ عددهم ثلاث مبحوثين وفي المقابل نلاحظ ان نسبة 16.7% والتي تمثل ان المؤسسة

الفصل الرابع: النتائج والمناقشة

تتابع تأثير استراتيجيه الابتكار على تنافسها في السوق من خلال تحليل ردود افعال السوق الزبائن وهذا يعود الى الثقافه المؤسسيه التي تمثل القاعده التي تبني عليها الاستراتيجيات والمؤسسه التي تشجع على الابتكار ول

الجدول رقم 15: يمثل توزيع ونسب افراد العينة حسب هل تتابع المؤسسة منافسها في السوق

النسبة المئوية	التكرار	
46,8	22	نعم
19,1	9	لا
27,7	13	احيانا
100	44	المجموع

من خلال جدول الاعلى الذي يوضح اذا كانت المؤسسة تتابع منافسها في السوق ولقد لاحظنا ان اعلى نسبه هي 46.8% وهي التي تمثل الاجابه بنعم ولقد بلغ عدد المبحوثين الذين اجابوا بهذه الاجابه 22 مبحوث من اصل 44 مبحوث بينما لاحظنا ان على اقل نسبه وهي 19.1% والتي تمثل الاجابه ب لا ولقد بلغ عدد المبحوثين الذين اجابوا بهذه الاجابه 9 مبحوثين من اصل 44 مبحوث

ونستنتج من خلال تحليل الاحصاء والمعطيات التي في الجدول ان النسبه الاعلى هي 46.8% والتي تمثل الاجابه ب نعم والبالغ عددهم 22 مبحوث من اصل 44 مبحوث وهذا يعود الى ارتفاع وعي متزايد لدى المؤسسة باهميه مراقبه المنافسين في السوق وهو مؤشر ايجابي على تبني ممارسه تنافسيه حديثه ونلاحظ في المقابل ان اقل نسبه هي 19.1% والتي تمثل الاجابه ب لا عددهم 9 افراد من اصل 44 مبحوث وهذا يكشف ان المؤسسة تفتقر الى ثقافه التنافس او تجهل اهميه المراقبه السوق وربما تعاني من ضعف في ادارته المعلومات او مقاومه للتغيير

الفصل الرابع: النتائج والمناقشة

الجدول رقم 16: جدول يمثل عند زيادة المؤسسة للموارد المالية والبشرية والتقنية لدعم الابتكار يزيد الابتكار ومكافأة الأفكار الإبداعية داخل المؤسسة

المجموع	يتم مكافأة الأفكار الإبداعية والمبادرات داخل المؤسسة			توفر المؤسسة موارد كافية، مالية، بشرية، وتقنية لدعم الابتكار
	تخصيص ميزانية خاصة لتنفيذ الأفكار الإبداعية	الحوافز المادية	تقدير الموظف	
13	3	7	3	نعم
100.0%	23.1%	53.8%	23.1%	
13	3	3	7	لا
100.0%	23.1%	23.1%	53.8%	
18	7	5	6	أحيانا
100.0%	38.9%	27.8%	33.3%	
44	13	15	16	المجموع
100.0%	29.5%	34.1%	36.4%	

من خلال الجدول اعلاه والذي يمثل عند زياده المؤسسة للموارد الماليه والبشريه والتقنيه لدعم الابتكار يزيد الابتكار ومكافاه الافكار الابداعيه داخل المؤسسة حيث لاحظنا ان اعلى نسبه هي 53.8% والتي تمثل الاجابه يتم مكافاه الافكار الابداعيه والمبادرات داخل المؤسسة عن طريق الحوافز الماديه وبينما يرى 7 مبحوثين ان المؤسسة توفر موارد كافيه ماليه وبشريه وتقنيه لدعم الابداع والابتكار بينما نلاحظ ان اقل نسبه وهي 23.1% التي تمثل الاجابه يتم مكافاه الافكار الابداعيه والمبادرات داخل المؤسسة عن طريق تقدير الموظف والحوافز الماديه تخصيص ميزانيه خاصه لتنفيذ الافكار الابداعيه والبالغ عددهم 3 مبحوثين لكل اجابه

ونستنتج من خلال المعطيات والتحليل الاحصائي للجدول ان النسبه الاعلى هي 53.8% تمثل الاجابه يتم مكافاه الافكار الابداعيه والمبادرات داخل مؤسسه عن طريق تقدير الموظف والبالغ عددهم 7 مبحوثين والحوافز الماديه والبالغ عددهم 7 مبحوثين وهذا يعكس اهميه الجانب النفسي والاجتماعي على الموظف في تقدير الذات وايضا الموظف يحتاج الى حوافز ماديه وتنطبق عليها نظريه ماسلو للحاجات حيث ان نظريه وضعت الرواتب والامان الوظيفي في قاعده الهرم باعتبارها اساسيه لتحفيز

الفصل الرابع: النتائج والمناقشة

الافراد بينما في المقابل نلاحظ ان النسبه الاقل تمثل توفر موارد كافيه ماليه وبشريه وتقنيه لدعم الابتكار من خلال تقدير الموظف الحوافز الماديه تخصيص ميزانيه خاصه لتنفيذ الافكار الابداعيه وهذا يعكس وجود بيئه ثقافيه وتنظيميه ترى ان الابداع له قيمه ويجب مكافاتها ولكن تختلف ادوات وطرق المكافاه باختلاف حجم الموارد ويشير الى الابداع الى الابداع كما يمثله مكانه متزايد في البناء الاجتماعي للمؤسسات ولكنه لا يزال مرهونا بامكانيات ماديه وبشريه وتقنيه تتنافس مع مؤسسه اخرى

الجدول رقم 18: يمثل توزيع ونسب افراد العينة حسب كيف تتابع تأثير استراتيجيات الابتكار على

تنافسها في السوق

النسبة المئوية	التكرار	
34,0	16	تقييم ثقافة وبيئة الابداع والابتكار
31,9	15	تحليل ردود افعال السوق والزبائن
27,7	13	الاستفادة من التكنولوجيا وادوات التحليل
100	44	الجموع

من خلال الجدول اعلاه والذي يمثل كيف تتابع المؤسسه تأثير استراتيجيات الابتكار على تنافسها في السوق حيث نلاحظ اعلى نسبه هي 34.0% والتي تمثل الاجابه تقييم الثقافه وبيئه الابداع والابتكار حيث بلغ عدد مبحوثين الذين اجابوا بهذه الاجابه هو 16 مبحوث من اصل 44 مبحوث ولقد لاحظنا ان اقل نسبه هي 27,7% التي تمثل الاجابه الاستفادة من التكنولوجيا وادوات التحليل حيث بلغ عدد الافراد الذين اجابوا بهذه الاجابه هم 13 مبحوث من اصل 44 مبحوث

ونستنتج من خلال المعطيات والتحليل الاحصائي ان اعلى نسبه هي 34.0% والتي تمثل الاجابه تقييم الثقافه وبيئه الابداع والابتكار حيث بلغ عدد المبحوثين الذين اجابوا بهذه الاجابه هم 16 مبحوث 44 مبحوثه وهذا راجع الى ان التحولات الثقافيه والمناخ التنظيمي الداعم هما عاملان حاسمان في تعزيز

الفصل الرابع: النتائج والمناقشة

التنافسية كما يظهر اهتمام بترسيخ قيم التعاون والتجريب والتعلم داخل المؤسسة بينما في المقابل نلاحظ ان اقل نسبه هي 27.7% والتي تمثل الاجابه الاستفاده من التكنولوجيا وادوات التحليل حيث بلغ عددهم 13 مبحوث من اصل 44 مبحوث حيث ان هذه الفئة ترى ان تكنولوجيا والمعطيات قادره على توجيه الابتكار بشكل دقيق ويعتبر ان التكنولوجيا تساعد على اتخاذ القرارات داخل المؤسسة

ثانياً: تحليل بيانات الفرضية الثانية

المحور الثالث: يوجد علاقة بين الابداع والابتكار والميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية

الجدول رقم 01: يمثل توزيع ونسب افراد العينة حسب هل ساهم الابتكار في تطوير منتجات وخدمات

جديدة في مؤسستكم

النسبة المئوية	التكرار	
39,6	28	ساهم
34,0	16	لم يساهم
100	44	المجموع

من خلال الجدول اعلاه والذي يمثل ما اذا كان الابتكار يساهم في تطوير منتجات وخدمات جديده في مؤسستك ولقد لاحظنا ان اعلى نسبه هي 39.6% والتي تمثل الاجابه ب ساهم ولقد بلغ عدد الذين اجابوا بهذه الاجابه 28 مبحوث من اصل 44 مبحوث بينما نلاحظ اقل نسبه وهي 34.9% وهي نسبه المبحوثين الذين اجابوا به لا يساهم لقد بلغ عددهم 16 مبحوث من اصل 44 مبحوث

نستنتج من خلال المعطيات والتحليل الاحصائي ان اعلى نسبه هي 39.6% والتي تمثل 28 وهم الذين اجابوا بان الابتكار ساهم في تطوير المنتجات وخدمات جديده في مؤسستهم وهذا يعكس ان هناك كتله نشطه داخل المؤسسة تؤمن بقيمه الابتكار في تطوير المنتجات والخدمات بينما نلاحظ ان اقل نسبه وهي 34.9% والتي تمثل 16 مبحوث من اصل 44 مبحوث وهم الذين اجابوا بان الابتكار لا يساهم في تطوير منتجات الخدمات الجديده في المؤسسة يمكن ان هذه الفئه تشير الى بعض الافراد المهمشين من حيث المشاركه في قرارات التطوير او يعملون في اقسام لا تفعل فيها الابتكار

الجدول رقم 02 : يمثل تؤدي المنتجات والخدمات الجديدة المبتكرة في زيادة رضا الزبون وهذا راجع إلى مساهمة الابتكار في تطوير منتجات وخدمات جديدة في المؤسسة

المجموع	ساهم الابتكار في تطوير منتجات وخدمات جديدة في مؤسستكم		تؤدي المنتجات والخدمات المبتكرة إلى زيادة في رضا الزبون
	لم يساهم	ساهم	
34	13	21	نعم
100.0%	29.5%	47.7%	
10	3	7	لا
100.0%	6.8%	15.9%	
44	16	28	المجموع
100.0%	36.4%	63.6%	

من خلال الجدول اعلاه الذي يوضح لنا تؤدي المنتجات والخدمات الجديده والمبتكره في زياده رضا زبون وهذا راجع الى مساهمه الابتكار في تطوير منتجات وخدمات جديده في المؤسسة حيث لاحظنا ان اعلى نسبه وهي 47.7% والتي تمثل الاجابه ساهم الابتكار في تطوير منتجات وخدمات جديده في مؤسستكم وحيث ان المنتجات والخدمات المبتكره تؤدي الى زياده رضا الزبون حيث ان اغلبيه المبحوثين اجابوا ب نعم ولقد بلغ عددهم 21 مبحوث بينما نلاحظ ان اقل نسبه وهي 6.9% والتي تمثل ان الابتكار لا يساهم في تطوير المنتجات جديده وخدمات في مؤسستهم وهم الاقلية الذين اجابوا لا تؤدي المنتجات و الخدمات الى زياده رضا الزبون والبالغ عددهم ثلاث مبحوثين

ونستنتج من خلال التحليل الاحصائي والمعطيات نستنتج ان اعلى نسبه هي 47.7% والتي تمثل المبحوثين الذين اجابوا ان الابتكار ساهم في تطوير منتجات وخدمات جديده وهم نفسهم الذين اجابوا بنعم ان المنتجات والخدمات المبتكره الى زياده رضا الزبون والبالغ عددهم 21 مبحوث وهذا يشير الى ان غالبية من يرون ان الابتكار يزيد من رضا الزبون يعترضون ايضا بدور في تطوير المنتجات ما يعكس وعيا متزايدا باهميه ابتكار كمحرك لتحسين تجربه العملاء وفي المقابل نلاحظ ان اقل نسبه وهي 6.8% والتي اجابوا بان الابتكار لا يساهم في تطوير منتجات وخدمات جديده وهم نفسهم الفئه التي اجابوا لا تؤدي المنتجات والخدمات المبتكره الى زياده رضا الزبون والبالغ عددهم 3 مبحوثين وهذا

الفصل الرابع: النتائج والمناقشة

يمكن ان يعود الى ضعف البنية التحتية للابتكار داخل بعض المؤسسات وحتى غياب استراتيجيات واضحة لتحويل الافكار الى تطبيقات عملية

الجدول رقم 03: يمثل توزيع ونسب افراد العينة حسب هل تؤدي المنتجات والخدمات الى زيادة رضا الزبون

النسبة المئوية	التكرار	
72,3	34	نعم
21,3	10	لا
100	44	المجموع

من خلال الجدول اعلاه والذي يمثل اذ كانت تؤدي المنتجات والخدمات المبتكرة الى زياده في رضا الزبون حيث لاحظنا ان اعلى نسبة هي 72.3% والتي تمثل الاجابه ب نعم حيث بلغ عدد الذين اجابوا بنعم هم 34 مبحوث من اصل 44 مبحوث وفي المقابل نلاحظ ان اقل نسبة هي 21.3% والتي تمثل الاجابه ب لا حيث بلغ عدد الذين اجابوا بهذه الاجابه هم 10 مبحوثين من اصل 44 مبحوث ونستنتج من خلال جدول الاحصاء والمعطيات ان اعلى نسبة هي 72.3% والتي تمثل 34 مبحوث وهم الافراد الذين اجابوا بان المنتجات والخدمات مبتكرة تؤدي الى زياده رضا الزبون تشير الى تشير هذه الفئه الى ان هناك وعي متزايد بين المستهلكين باهميه الابتكار في المنتجات والخدمات مما يعكس تحول ثقافيا نحو توقع التجديد والتحديث المستمر بينما هناك جانب اخر يرى عكس ذلك حيث ان نسبتهم اقل ولقد بلغت نسبتهم 21.3% والتي تماثل 10 مبحوثين من اصل 44 مبحوث الذين اجابوا بان المنتجات والخدمات مبتكرة لا تؤدي الى زياده رضا الزبون لان الزبون لديه رغبه في المحافظه على المنتج القديم والجوده القديمه لان الزبون عند رؤيته المنتج الجديد يتردد في اقتنائه

الفصل الرابع: النتائج والمناقشة

الجدول رقم 04: يمثل الإبداع والابتكار ساعدا في التميز للمؤسسة في السوق بناء على قياس جودة المنتجات والخدمات الجديدة مقارنة مع المنافسين

المجموع	تقيس جودة المنتجات أو الخدمات الجديدة مقارنة مع المنافسين			تعتقد أن الإبداع والابتكار ساعدا في التميز للمؤسسة في السوق
	مراقبة الإعلانات واستراتيجيات المنافسين	مقارنة مع الجودة والسعر والقيمة المضافة	تحليل المنتج الأساسي للمنافسين	
31	5	15	11	نعم
100.0%	11.4%	48.4%	35.5%	
13	3	5	5	لا
100.0%	6.8%	11.4%	11.4%	
44	8	20	16	المجموع
100.0%	18.2%	45.5%	36.4%	

من خلال الجدول اعلاه الذي يوضح لنا الابداع والابتكار ساعده في التميز المؤسسه في السوق بناء على قياس جوده المنتوجات والخدمات الجديده مقارنة مع المنافسين حيث لاحظنا ان النسبه الاعلى هي 48.4% والتي تمثل الاجابه تقاس جوده المنتوجات او الخدمات الجديده مقارنة مع المنافسين من خلال مقارنة مع الجوده والسعر والقيمه المضافه وهم نفس الفئه التي اجابوا ان الابداع والابتكار ساعدا في التميز للمؤسسه في السوق حيث بلغ عددهم 15 مبحوث بينما يرى ان النسبه الاقل هي 6.8% والتي تمثل الاجابه تقاس جوده المنتوجات والخدمات الجديده مقارنة مع المنافسين من خلال مراقبه الاعلانات واستراتيجيات المنافسين وهم الاقلية الذين اجابوا بي لا يعتقدون ان الابداع والابتكار ساعده في التميز للمؤسسه في السوق

الفصل الرابع: النتائج والمناقشة

ونستنتج من خلال الجدول والتحليل الاحصائي اغلب من اجابوا بنعم يستخدمون الجودة والسعر والقيمه ولقد بلغ نسبته 48.4% وهذا يعكس توجهها عاما لدى الموظفين او المسؤولين نحو التفكير الاستراتيجي المستقبلي وتقديرهم بأهمية الابداع في الحفاظ على الميزة التنافسية والتركيز الكبير على مقارنة الجودة والسعر والقيمه يشير الى نمط تفكيري اقتصادي براغماتي اي ان الافراد يميلون الى تقييم الابتكار بناء على نتائج الملموسه في السوق وفي المقابل نلاحظ ان انخفاض في النسبة 6.8% حيث ان مراقبه الاعلانات واستراتيجيات هي الاقل استخداما مما يعكس ضعف التركيز على الصورة الإعلامية والتسويقيه كمقياس مباشر للجودة

الجدول رقم 05: يمثل توزيع ونسب افراد العينة حسب كيف تقيس جودة المنتجات او الخدمات

الجديدة مقارنة مع المنافسين

النسبة المئوية	التكرار	
34.0	16	تحليل المنتج الاساسي للمنافسين
42,6	20	مقارنة مع جودة والسعر والقيمة المضافة
17,0	8	مراقبة الاعلانات واستراتيجيات المنافسين
100	44	المجموع

من خلال الجدول اعلاه والذي يمثل كيفيه قياس جوده المنتجات والخدمات الجديدة مقارنة مع المنافسين حيث لاحظنا اعلى نسبه هي 42.6% والتي تمثل الإجابة مقارنة مع جوده والسعر والقيمة المضافة حيث بلغ عدد الافراد الذين اجابوا هذه الإجابة 20 مبحوثا من اصل 44 مبحوث بينما نلاحظ

الفصل الرابع: النتائج والمناقشة

ان اقل نسبه هي 17.0% والتي تمثل المبحوثين الذين اجابوا بمراقبه الاعلانات واستراتيجيه المنافسين ولقد بلغ عددهم 8 مبحوثين من أصل 44 مبحوث

ونستنتج من خلال الجدول الاحصائي والمعطيات الى التي في الجدول ان اعلى نسبه هي 42.6% والتي تمثل 20 مبحوث من اصل 44 مبحوث وهم الذين اجابوا بان قياس جوده المنتوجات والخدمات الجديدة مقارنة مع المنافسين بمقارنه مع الجودة والسعر والقيمة المضافة ارتفاع الاهتمام بالجودة والسعر والقيمة المضافة اكثر من مراقبه المنافسين في السوق والعمل على تطوير المنتجات اكثر بينما نلاحظ ان اقل نسبه هي 17.0% والتي تمثل ثمانية مبحوثين من اصل 44 مبحوث وهم الذين اجابوا بقياس جوده المنتجات والخدمات الجديدة مقارنة مع المنافسين من خلال مراقبه الاعلانات واستراتيجيه المنافسين ويمكن القول ان هذه الفئة من المبحوثين اقتصر تفكيرهم على المراقبة للمنافسين واهمال الجانب العملي والتطوير والخدمات

الجدول رقم 06: يمثل علاقة المؤسسات المنافسين تدفع المؤسسة إلى تقييم وتحسين جودة المنتجات والخدمات بناءً على الإبداع والابتكار

المجموع	علاقة مؤسستكم مع المؤسسات المنافسة			توجد آليات تقييم وتحسين المنتجات أو الخدمات بناء على الإبداع والابتكار
	احترام المنافسة والقوانين	التعاون في معايير الصناعة	المراقبة والتحليل الاستراتيجي	
28	4	11	13	نعم
100.0%	14.3%	39.3%	46.4%	
16	5	6	5	لا
100.0%	31.3%	37.5%	31.3%	
44	9	17	18	المجموع
100.0%	20.5%	38.6%	40.9%	

من خلال الجدول اعلاه الذي يوضح لنا علاقه المؤسسات المنافسين تدفع المؤسسة الى تقييم تحسين جوده المنتجات او الخدمات بناء على الابداع والابتكار حيث لاحظنا ان اعلى نسبه هي 46.4% والتي تمثل الإجابة تكون العلاقة بين مؤسستنا مع المؤسسات المنافسين عن طريق المراقبة والتحليل

الاستراتيجي وهم الأغلبية الذين اجابوا بنعم توجد اليات تقييم وتحسين منتوجات والخدمات بناء على الابداع والابتكار والبالغ عددهم 13 مبحوث بينما لاحظنا ان النسبة الاقل هي 14.3% والتي تمثل الإجابة تكون العلاقة بين مؤسستنا والمؤسسات المنافسة عن طريق احترام المنافسة والقوانين وتحسين المنتوجات او الخدمات بناء على الابداع والابتكار وبلغ عددهم اربع مبحوثين ونستنتج من خلال الجدول والتحليل الاحصائي لاحظنا ان النسبة الاعلى هي 46.4% والتي تمثل الذين اجابوا تكون علاقته بين مؤسستنا ومؤسسه المنافسة عن طريق المراقبة والتحليل الاستراتيجي والذين اجابوا بنعم توجد اليات تقييم وتحسين المنتوجات بناء على الابداع والابتكار والبالغ عددهم 13 مبحوث حيث لاحظنا ان المؤسسة التي تمتلك اليات تقييم مبنية على الابداع والابتكار تميل الى اتباع مقاربات استراتيجيه وتحليليه في علاقتها مع المنافسين ما يعكس ثقافه مؤسسيه قائمه على تخطيط والتطوير المستدام وليس فقط التفاعل الظرفي بينما نلاحظ ان النسبة الاقل هي 14.3% وهي الفئة التي تعترف بوجود اليات تقييم وتحسين المنتجات الا انها تعتمد على احترام المنافسة والقوانين ولكن احترام المنافسة وجود القوانين وحده لا يكفي لتحفيز الابتكار بل يجب ان يكون من منظور اوسع

الفصل الرابع: النتائج والمناقشة

الجدول رقم 07: يمثل توزيع ونسب افراد العينة حسب هل تم تحسين العمليات و تقنيات الانتاج من خلال الابداع والابتكار

النسبة المئوية	التكرار	
31,9	15	نعم
12,8	6	لا
19,1	9	قليلا
28,8	14	كثيرا
100	44	المجموع

من خلال الجدول اعلاه والذي يمثل ما اذا كان الابداع والابتكار قام بتحسين العمليات او او تقنيات الانتاج ولقد لاحظنا ان اعلى نسبه وهي 31.9% والتي تمثل الإجابة نعم ولقد بلغ عددهم 15 مبحوث من اصل 44 وفي المقابل نلاحظ ان اقل نسبه في هي 12.8% والتي تمثل الإجابة ب لا ولقد بلغ عددهم 6 مبحوثين من اصل 44 مبحوث

ونستنتج من خلال الجدول الاعلى ان نسبه الاعلى هي 31.9% والتي تمثل الإجابة بنعم والبالغ عددهم 15 مبحوث من اصل 44 مبحوث وعند ملاحظه نسبه القبول العالية للأبداع والابتكار حوالي 61.7% من من المشاركين قد ساهم في تحسين العمليات او تقنيات الانتاج هذا يشير الى وجود وعي وادراك متزايد بأهمية الابداع والابتكار في بيئة العمل وربما يعكس ثقافه التشجيع على التغيير والتطوير بينما هناك نسبه اقل وهي 12.8% والتي تمثل المبحوثين الذين اجابوا لا والبالغ عددهم 6 مبحوثين من اصل 44 مبحوث وهذا ما يدل عن وجود فئه تشعر بعدم تحقق اي تحسينات من خلال الابداع والابتكار ويمكن تفسير ذلك بوجود مقاومه للتغيير او ضعفا في تطبيق مبادرة الابداع او ربما نقص في الموارد او الدعم المؤسسي

الفصل الرابع: النتائج والمناقشة

الجدول رقم 08: يمثل يتم تبني الأفكار والإبداع من طرف المدير نتيجة إلى أن المؤسسة تستقطب الموظفين الذين لديهم كفاءة وإبداع وابتكار

المجموع	المؤسسة تستقطب الموظفين الذين لديهم كفاءة وإبداع وابتكار			يتم تبني الأفكار والإبداع من طرف المدير
	من أجل الابتكار المستمر والتطور	تعزيز القدرة التنافسية	تحسين جودة العمل	
16	6	8	2	توفير بيئة داعمة ومشجعة
100.0%	37.5%	50.0%	12.5%	
11	5	1	5	تحويل الأفكار إلى أفعال
100.0%	45.5%	9.1%	45.5%	
17	2	8	7	الاعتراف بالمساهمات ومكافأة المبدعين
100.0%	11.8%	47.1%	41.2%	
44	13	17	14	المجموع
100.0%	29.5%	38.6%	31.8%	

من خلال جدول اعلاه والذي يمثل لنا يتم تبني الافكار والابداع من طرف المدير نتيجة لان المؤسسة تستقطب الموظفين الذين لديهم كفاءة وابداع وابتكار حيث لاحظنا ان النسبة الاعلى وهي 47.1% والتي تمثل الاعتراف بالمساهمات ومكافأة المبدعين يساهم في استقطاب الموظفين الذين لديهم كفاءة وابداع وابتكار ويعتمدون على تعزيز القدرة التنافسية وبلغ عددهم 8 مبحوثين بينما نلاحظ ان اقل نسبه وهي 9.1% والتي تمثل تحويل الافكار الى افعال عن طريق تعزيز القدرة التنافسية والبالغ عددهم 1 مبحوث

ونستنتج من الجدول الاعلى ان النسبة الاعلى هي 47.1% والتي تمثل الاعتراف بالمساهمات ومكافئه المبدعين يساهم في استقطاب الموظفين الذين لديهم كفاءة وابداع وابتكار ويعتمدون على تعزيز القدرة التنافسية وبلغ عددهم 8 مبحوثين وهذا الجانب الاجتماعي والنفسي للموظف حيث كلما زاد الاعتراف بالموظف ومكافاته زادت لديه القدرة على التنافس والعمل بجد واحتراف وايضا لاحظنا ان اقل نسبه وهي 9.1% والتي تمثل تحويل الافكار الى افعال عن طريق تعزيز القدرة التنافسية والبالغ عددهم 1

الفصل الرابع: النتائج والمناقشة

مبحوث حيث انه من الممكن ان يصعب على الموظفين تحويل الافكار الى افعال ويعجز الشخص عن القدرة التنافسية ولكن تبقى الأقلية في المؤسسة

الجدول رقم 09: يمثل توزيع ونسب افراد العينة حسب هل تعتقد ان الابداع والابتكار ساعدا في التميز للمؤسسة الاقتصادية

النسبة المئوية	التكرار	
66,0	31	نعم
27,7	13	لا
100	44	المجموع

من خلال الجدول الاعلى الذي يمثل الاعتقاد بان الابداع والابتكار ساعد في التميز للمؤسسة في السوق حيث لاحظنا ان اعلى نسبه وهي 66.0% والتي تمثل الإجابة ب نعم ولقد بلغ عدد الذين اجابوا بهذه الإجابة 31 مبحوث من اصل 44 مبحوث بينما نلاحظ ان اقل نسبه وهي 27.7% والتي تمثل الإجابة لا حيث بلغ عدد المبحوثين الذين اجابوا بهذه الإجابة هو 13 مبحوث من اصل 44

ونستنتج من خلال الجدول الاعلاه والمعطيات ان اعلى نسبه هي 66.0% والتي تمثل 31 مبحوث من اصل 44 مبحوثا وهم الذين اجابوا بنعم الابداع والابتكار ساعد في التميز المؤسسة في السوق وتشير هذه النسبة الى وجود وعي مرتفع بأهمية الابداع والابتكار كعاملين رئيسيين في تحقيق التميز المؤسسي هذا يعكس ثقافه التنظيمية او مجتمعيه تقدر التجديد وتدعم المبادرة الجيدة داخل المؤسسة بينما هناك اقلية ترفض وبلغ نسبتهم 27.7% والتي ترى ان الابداع والابتكار لها دور في التميز قد تعكس وجود مقاومه للتغيير داخل بعض الفئات او قله الوعي بأهمية الابداع في بيئة العمل

الفصل الرابع: النتائج والمناقشة

الجدول رقم 10 : يمثل تتم تحسين العمليات او تقنيات الإنتاج من خلال الابداع والابتكار ليتم قياس جودة المنتوجات مقارنة مع المنافسين

المجموع	جودة المنتجات او الخدمات الجديدة مقارنة مع المنافسين علل اجابتك			تم تحسين العمليات او تقنيات الانتاج من خلال الابداع والابتكار
	مراقبة الاعلانات واستراتيجيا ت المنافسين	مقارنة مع الجودة والسعر والقيمة المضافة	تحليل المنتج الاساسي للمنافسين	
15	3	9	3	نعم
100,0%	6,8%	20,5%	,8%6	
6	0	4	2	لا
100,0%	0,0%	9,1%	4,5%	
9	1	4	4	قليلا
100,0%	%32,	9,1%	9,1%	
14	4	3	7	كثيرا
100,0%	9,1%	6,8%	15,7%	
44	8	20	16	المجموع
100,0%	18,2%	45,5%	36,4%	

من خلال جدول اعلاه والذي يوضح لنا تتم تحسين العمليات او تقنيات الانتاج من خلال الابداع والابتكار ليتم قياس جوده المنتوجات مقارنة مع المنافسين حيث لاحظنا ان النسبة الاعلى هي 20.5% والتي تمثل الإجابة نعم تم تحسين العمليات وتقنيات الإنتاج من خلال الابداع والابتكار ونفس الفئه

اجابة انه تقاس جوده المنتوجات الجيدة عن طريق مقارنه مع الجودة والسعر والقيمة المضافة للمؤسسة المنافسة والبالغ عددهم 9 مبحوثين بينما نلاحظ ان اقل نسبه وهي 2.3% والتي تمثل لقد تم تحسين عمليه او تقنيات الانتاج من خلال الابداع والابتكار قليلا وانعدام مراقبه الاعلانات واستراتيجيه المنافسة حيث بلغ عددهم 1 مبحوث ونستنتج من خلال التحليل الاحصائي والجدول اعلاه ان النسبة الاعلى هي 20.5% والتي تمثل الإجابة نعم تم تحسين العمليات وتقنيات الانتاج من خلال الابداع والابتكار ونفس الفئه اجابت انه تقاس جوده المنتجات الجيدة عن طريق مقارنه مع الجودة والسعر والقيمة المضافة للمؤسسة المنافسة والبالغ عددهم 9 مبحوثين حيث ان الجودة المنتوجات تلعب دورا اساسيا في قياس جوده المنتوجات والخدمات الجديدة مقارنه مع الجودة والسعر والقيمة المضافة ويتكامل مع تحسين العمليات وتقنيات الانتاج من خلال الابداع والابتكار وهذا يعكس اهميه قياس جوده المنتج من اجل تطوير قيمة والسعي الى تحسين المنتج دون تغيير المعايير المتبعة من قبل وفي المقابل نلاحظ ان النسبة الاقل هي 2.3% والتي تمثل لقد تم تحسين العمليات والتقنيات الانتاج من خلال الابداع والابتكار قليلا وانعدام مراقبه الاعلانات واستراتيجيات المنافسة حيث بلغ عددهم 1 مبحوث وهذا يعود الى عدم وجود مصالحة خاصه لمراقبه المنتوجات المنافسين وعدم وجود اجتماع دوري يخص المنافسين وهذا الذي يدفع الموظفين الى التقليل من ابداعه والابتكار داخل المؤسسة

الفصل الرابع: النتائج والمناقشة

الجدول رقم 11 : يمثل توزيع ونسب افراد العينة حسب كيف يتم تبني الافكار والابداع من طرف المدير

النسبة المئوية	التكرار	
34.0	16	توفير بيئة داعمة وشجعة
23,4	11	تحويل الافكار الى افعال
36.2	17	الاعتراف بالمساهمات ومكافأة المبدعين
100	44	المجموع

من خلال الجدول اعلاه والذي يوضح لنا كيفية تبني الافكار والابداع من طرف المدير حيث لاحظنا ان النسبه الاعلى هي 36.2% والتي تمثل الاجابه بالاعتراض بالمساهمات ومكافاه المبدعين حيث بلغ عدد المبحوثين الذين اجابوا بهذه الاجابه 17 مبحوث من اصل 44 مبحوث بينما في المقابل نلاحظ اقل نسبه وهي 23.3% والذين يمثلوا المبحوثين الذين اجابوا بتحويل الافكار الى افعال حيث بلغ عددهم 11 مبحوث من اصل 44 مبحوث

ونستنتج من خلال معطيات الجدول والتحليل الاحصائي نلاحظ ان النسبه الاعلى هي 36.2% والتي تمثل 17 مبحوث من اصل 44 مبحوث وهم المبحوثين الذين اجابوا بالاعتراف بالمساهمات والمكافاه المبدعين وارتفاع هذه النسبه يؤكد على اهميه الحافز الرمزي والمادي في استدامه الابداع والابتكار داخل المنظمه والموظفين بحاجه الى اعتراف بهم يشعروا بالانتماء والدفاعيه بينما نلاحظ ان النسبه الاقل هي 23.4% والتي تمثل 11 مبحوث من اصل 44 وهم الذين اجابوا بي تحويل الافكار الى افعال وهذا يعكس نظره نقديه الى الجانب بالتنفيذي حيث ربع المشاركين فقط يشعرون ان هناك جديده في تحويل الافكار المقترحه الى واقع ما قد يعكس فجوه بين التنظير و التطبيق داخل المؤسسه

الجدول رقم 12: يمثل توزيع ونسب افراد العينة حسب هل تستخدم المؤسسة تقنيات جديدة او تكنولوجيا لدعم الابتكار

النسبة المئوية	التكرار	
72,3	34	نعم
21,2	10	لا
100	44	المجموع

من خلال الجدول اعلاه الذي يمثل اذ كانت المؤسسة تستخدم تقنيات جديده او تكنولوجيا لدعم الابتكار حيث لاحظنا ان اعلى نسبة هي 72.3% والتي تمثل الإجابة بنعم المؤسسة تستخدم تقنيات جديده وتكنولوجيا لدعم الابتكار ولقد بلغ عددهم 34 مبحوث من اصل 44 مبحوث بينما نلاحظ ان النسبة الاقل هي 21.2% والتي تمثل الإجابة لا تستخدم المؤسسة تقنيات جديده او تكنولوجيا لدعم الابتكار ولقد بلغ عددهم عشر مبحوثين من اصل 44 مبحوث

ونستنتج من خلال المعطيات والجدول الاحصائي ان النسبة الاعلى هي 72.3% والتي تمثل 34 مبحوث من اصل 44 مبحوث وهم الذين اجابوا نعم وهذا راجع الى ان المؤسسة تسعى الى ان تكون مؤسسه تواكب التكنولوجيا حيث ان التقنيات الجديده والتكنولوجيا تساعد في العمل وازدهار المؤسسه بينما نلاحظ ان النسبة الاقل هي 21.2% التي تمثل 10 مبحوثين من اصل 44 مبحوث وهم الذين اجابوا ب لا واقليه هذه الفئة من الممكن ان تكون في مصالح لا تحتاج الى استعمال تقنيه حديثه وتكنولوجياه عاليه ومن الممكن ان يكونو عمال مهنيين

الجدول رقم 13: يمثل وجود اليات تقييم وتحسين المنتجات والخدمات بناء على الابداع والابتكار له علاقة ان الابداع والابتكار ساعدا في التميز للمؤسسة في السوق

المجموع	تعتقد ان الابداع والابتكار ساعدا في التميز للمؤسسة في السوق		توجد اليات تقييم وتحسين المنتجات او الخدمات بناء على الابداع والابتكار
	لا	نعم	
28	7	21	نعم
100,0%	25,0%	75,0%	
16	6	10	لا
100,0%	37,5%	62,5%	
44	13	31	المجموع
100,0%	29,5%	70,5%	

من خلال جدول اعلاه والذي يوضح لنا وجود اليات تقييم وتحسين المنتجات والخدمات بناء على الابداع والابتكار له علاقه ان الابداع والابتكار ساعدا في التميز للمؤسسة في السوق حيث لاحظنا ان اعلى نسبه وهي 75.0% والتي تمثل الإجابة ب نعم توجد اليات تقييم وتحسين منتوجات والخدمات بناء على الابداع والابتكار وهذا يساعد الابداع والابتكار على التميز للمؤسسة في السوق ولقد بلغ عددهم 21 مبحوث بينما نلاحظ ان اقل نسبه وهي 25.5% والتي تمثل الإجابة بلا توجد اليات ولا يساعد الابداع والابتكار على التميز للمؤسسة في السوق ولقد بلغ عددهم 7 مبحوثين

ونستنتج من خلال التحليل الاحصائي والمعطيات ان النسبة الاعلى هي 75.0% والتي تمثل الإجابة نعم توجد اليات تقييم وتحسين منتوجات والخدمات بناء على الابداع والابتكار حيث بلغ عددهم 21 مبحوث وهذا يعكس كيف يمكن للبيئة تنظيميه والبيئة المؤسسية ان تشكل انماط التفكير والمواقف لدى العاملين اي ان وجود نظم اداريه تدعم الابتكار تخلق ثقافه مؤسسيه تؤمن بجديه الابداع بينما نلاحظ ان اقل نسبه وهي 25.5% والتي تمثل 7 مبحوثين وهذه النتيجة قد تقرا على ضوء نظريه الفعل

الفصل الرابع: النتائج والمناقشة

الاجتماعي لماكس فيبر حيث ان السلوك الافراد مثل عدم الاقتناع بأهمية الابداع يتأثر بمعاني وتجارب ذاتيه تختلف باختلاف موقعهم او دورهم داخل المؤسسة

الجدول رقم 14: يمثل توزيع ونسب افراد العينة حسب كيف يتم تشجيع الموظفين على تقديم افكار لتحسين المنتجات او الخدمات

النسبة المئوية	التكرار	
19,1	9	تعزيز ثقافة الابداع والابتكار
44,7	21	توفير مناصب وادوات رقمية
29,8	14	توفير الدعم والتدريب
100	44	المجموع

من خلال الجدول اعلاه الذي يوضح كيف يتم تشجيع الموظفين على تقديم افكار لتحسين المنتجات او الخدمات حيث نلاحظ ان اعلى نسبه وهي 44.7% والتي تمثل الإجابة بتوفير مناصب وادوات رقميه حيث بلغ عدد المبحوثين الذين اجابوا بهذه الإجابة 21 مبحوث من اصل 44 مبحوث وفي المقابل نلاحظ ان النسبة الاقل وهي 19.1% والتي تمثل الإجابة تعزيز ثقافه الابداع والابتكار ولقد بلغ عددهم 9 مبحوثين من اصل 44

ونستنتج من خلال المعطيات والجدول الاحصائي ان النسبة الاعلى هي 44,7% والتي تمثل 21 مبحوث من اصل 44 مبحوث وهم الذين اجابوا بان يتم تشجيع الموظفين على تقديم افكار لتحسين المنتجات او الخدمات من خلال توفير مناصب وادوات رقميه لان توفير مناصب وادوات اهم وسيله لتحفيز الموظف مما يعكس التحول السوسولوجي نحو الرقمنه داخل بيئة العمل هذه النتيجة تعكس ادراكا المتزايدة لاهميه التكنولوجيا في تسهيل العمل وتمكين الموظفين من التعبير عن افكارهم بطرق مرنة وفعاله ونلاحظ النسبة الاقل هي 19.1% بالمئة والتي تمثل 9 مبحوثين من اصل 44 مبحوث وهم الذين

الفصل الرابع: النتائج والمناقشة

اجابوا ب تعزيز ثقافه الابداع والابتكار يعكس هذا الى ان الأقلية تحاول ان تبرز اهميه ابداع والابتكار بينما يمكن يمكن تشجيع في الاهتمام بالمناصب وادوات رقميه لتحسين المنتجات

الجدول رقم 15: يمثل توزيع ونسب افراد العينة حسب هل توجد اليات تقييم وتحسين المنتجات او الخدمات بيناء على الابداع والابتكار

النسبة المئوية	التكرار	
59,6	28	نعم
34,0	16	لا
100	44	المجموع

من خلال الجدول اعلاه الذي يوضح اذا كان يوجد اليات تقييم وتحسين المنتجات والخدمات بناء على الابداع والابتكار حيث لاحظنا ان اعلى نسبه هي 59.6% والتي تمثل الإجابة ب نعم ولقد بلغ عدد الذين اجابوا بهذه الإجابة 28 مبحوث من اصل 44 مبحوث بينما نلاحظ ان اقل نسبه هي 34.0% والتي تمثل الإجابة ب لا ولقد بلغ عددهم 16 مبحوث من اصل 44 مبحوث

ونستنتج من خلال تحليل الاحصائي والجدول ان النسبة الاعلى هي 59.6% والتي تمثل 28 مبحوث من اصل 44 مبحوث وهم الذين اجابوا بنعم يوجد اليات تقييم وتحسين المنتجات او الخدمات بناء على الابداع والابتكار وارتفاع نسبه الإجابة بنعم هم من يقرون بوجود اليات للتقييم وتحسين يشير الى وعي متزايد داخل المؤسسة بأهمية دمج الابداع والابتكار في دور تطوير المنتجات او الخدمات وهذا يعكس تحول ثقافيا نحو تبني ممارسه حديثه ترتبط بالاقتصاد المعرفي بينما نلاحظ ان النسبة الاقل هي 34,0% والتي تمثل 16 مبعوثه من اصل 44 مبحوث الذين اجابوا بلا وقد يكون مؤشرا على تفاوت بين سياسات المعلنة والتطبيق الفعلي او حتى يمكن ان تكون هذه السياسات او الخطط الاشتراكية لكن لا يتم تطبيقها فعليا في بعض المصالح داخل المؤسسة

الفصل الرابع: النتائج والمناقشة

الجدول رقم 16: يمثل توزيع ونسب افراد العينة حسب كيف هي علاقة مؤسستكم مع المؤسسات المنافسة

النسبة المئوية	التكرار	
38,3	18	المراقبة والتحليل الاستراتيجي
36,2	17	التعاون في معايير الصناعية
19,1	9	احترام المنافسة والقوانين
100	44	المجموع

من خلال جدول اعلاه الذي يوضح لنا كيف هي علاقه مؤسستكم مع المؤسسات المنافسة حيث لاحظنا ان اعلى نسبه هي 38.3% والتي تمثل الإجابة المراقبة والتحليل الاستراتيجي حيث بلغ عدد الذين اجابوا بهذه الإجابة 18 مبحوث من اصل 44 مبحوث بينما نلاحظ ان اقل نسبه وهي 19.1% والتي تمثل الإجابة باحترام المنافسة والقوانين ولقد بلغ عدد الذين اجابوا بهذه الإجابة هي 9 مبحوثين من اصل

44

ونستنتج من خلال التحليل الاحصائي والمعطيات الجدول نلاحظ ان النسبة الاعلى هي 38.3% والتي تمثل 18 مبحوث وهم الذين اجابوا ب المراقبة والتحليل الاستراتيجي تشير هذه النسبة الى وعي اكثر للاهتمام بالمراقبة وتحليل المؤسسات المنافسة وهذا يدل على وجود اشخاص مهتمين بالمؤسسة لاهتمامهم وتتبعهم للمؤسسات المنافسة بينما نلاحظ ان النسبة الاقل هي 19.1% والتي تمثل تسع مبحوثين من اصل 44 مبحوث وهم الذين اجابوا باحترام المنافسة والقوانين وهذا يعكس ان هناك نسبه من الموظفين تريد المنافسة مع المؤسسات الاخرى ولكن مع احترام القوانين وعدم الغش في العمل ويترك هذا اثرا في الزبون

مناقشة نتائج الفرضية الأولى:

"تمتلك المؤسسة الاقتصادية سياسات مهمة وفعالة لتنمية الإبداع والابتكار تشير نتائج الدراسة إلى أن المؤسسة الاقتصادية المعنية تعتمد بالفعل على مجموعة من السياسات التي تهدف إلى دعم الإبداع والابتكار. وقد تجلت هذه السياسات في جوانب متعددة، منها: توفير بيئة تنظيمية مرنة تشجع العاملين على التعبير عن أفكار جديدة دون خوف من الفشل. تبني برامج تدريب وتطوير موجهة نحو تنمية المهارات الإبداعية لدى الموظفين. وجود أنظمة تحفيز مادية ومعنوية ترتبط بتقديم أفكار جديدة أو حلول مبتكرة. تشير هذه النتائج إلى وعي إداري بأهمية الإبداع والابتكار كعناصر استراتيجية، وتدلل على وجود نية واضحة لتوظيف هذه العناصر في تحسين أداء المؤسسة. ومع ذلك، فإن فعالية هذه السياسات قد تختلف من قسم لآخر أو حسب درجة التفاعل من الموظفين، ما يشير إلى أهمية المتابعة الدورية لتقييم أثر هذه السياسات عملياً.

مناقشة نتائج الفرضية الثانية:

"يوجد علاقة بين الإبداع والابتكار والميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية أظهرت النتائج وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى الإبداع والابتكار داخل المؤسسة والقدرة على تحقيق ميزة تنافسية مستدامة. وقد تمثلت مظاهر هذه العلاقة في: تحسين جودة المنتجات والخدمات مقارنة بالمنافسين. تسريع عملية الاستجابة لتغيرات السوق واحتياجات الزبائن. تقليل التكاليف من خلال حلول إبداعية في العمليات التشغيلية.

تعزز صورة المؤسسة كجهة رائدة في المجال، مما يزيد من جاذبيتها للعملاء والمستثمرين تعكس هذه النتائج أهمية دمج مخرجات الإبداع والابتكار ضمن الاستراتيجية العامة للمؤسسة، حيث يُعدّان من أهم محددات النجاح في بيئة الأعمال المعاصرة التي تتسم بسرعة التغير والتنافسية العالية.

الاستنتاج العام:

أثبتت نتائج الدراسة والبيانات التي تم جمعها وتحليلها أن تعزيز الإبداع والابتكار داخل المؤسسة الاقتصادية لم يعد مجرد توجه تنظيمي ظرفي، بل أصبح ضرورة استراتيجية تملها التحديات المتزايدة في بيئة الأعمال المعاصرة. فقد أصبح واضحاً أن امتلاك استراتيجية واضحة لتعزيز الإبداع والابتكار يُعد عاملاً حاسماً في دعم تنافسية المؤسسة، حيث تُسهم هذه الاستراتيجية في توجيه الجهود والموارد نحو تطوير منتجات وخدمات أكثر جودة وابتكاراً، والاستجابة بسرعة لتغيرات السوق وتوقعات العملاء. ومن خلال تحليل الممارسات الواقعية، تبين أن القيادة تلعب دوراً جوهرياً في تحفيز بيئة الإبداع داخل المؤسسة، سواء من خلال توفير التوجيه والدعم المعنوي، أو من خلال احتضان الأفكار الجديدة ومنح الموظفين مساحة للتعبير عن رؤاهم ومقترحاتهم. كما أن وجود هيكل تنظيمي مرن يدعم حرية التفكير والمبادرة يُعد من العوامل الأساسية التي تتيح انسيابية تدفق الأفكار وتحولها إلى مشاريع قابلة للتنفيذ من جهة أخرى، فإن توفير الموارد الكافية — سواء كانت مالية، بشرية، أو تقنية — يشكل دعامة أساسية لأي مبادرة ابتكارية. فالإبداع لا يزدهر في بيئات تعاني من شح الموارد أو غياب الحوافز، وإنما يتطلب استثماراً مستداماً في البنية التحتية، في تنمية المهارات، وفي خلق بيئة عمل جاذبة ومحفزة. ولعل من أبرز ما توصلت إليه الدراسة هو أن استقطاب الموظفين ذوي الكفاءة العالية والقدرات الابتكارية لم يعد هدفاً ثانوياً، بل أولوية استراتيجية تسعى من خلالها المؤسسة إلى تجديد طاقاتها الداخلية، وضمان تدفق مستمر للأفكار والحلول الجديدة. ويُفسّر هذا الاهتمام بكون هؤلاء الموظفين قادرين على تقديم قيمة مضافة حقيقية، والمساهمة في بناء ميزة تنافسية يصعب تقليدها من قبل المنافسين. ومع ذلك، تبين أن تشجيع ثقافة الإبداع والتجريب والمخاطرة المحسوبة ما يزال يمثل تحدياً في بعض المؤسسات، إما بسبب غياب بيئة نفسية آمنة تحتضن الفشل كجزء من التعلم، أو بسبب الجمود الإداري، أو ضعف المبادرات التحفيزية. لذلك، فإن تعزيز هذه الثقافة يتطلب إعادة نظر في فلسفة التسيير، وفي أنظمة التحفيز والمكافآت، التي ينبغي أن تثمن الأفكار الجديدة والمبادرات الخلاقة، سواء بالتقدير المعنوي أو المكافآت المالية أو إتاحة فرص الترقية والتقدير المهني. ومن الملاحظ أيضاً أن بعض المؤسسات باتت تدرك أهمية بناء شراكات استراتيجية مع الجامعات، ومراكز البحث، والمؤسسات الرائدة الأخرى، بهدف تعزيز الابتكار ونقل المعرفة، وهو ما يساهم في تسريع دورة تطوير المنتجات والخدمات، ورفع مستوى التميز والجودة مقارنة مع المنافسين. وفي هذا الإطار، فإن قياس جودة المنتجات والخدمات الجديدة أصبح معياراً ضرورياً لتقييم فعالية الابتكار، حيث تعتمد

المؤسسات الرائدة على مؤشرات دقيقة تشمل رضا الزبائن، والحصة السوقية، ومستوى الأداء مقارنة بالمنافسين. أما على مستوى آليات التبني الإداري للأفكار الإبداعية، فقد أظهرت الدراسة أن المديرين الناجحين يعتمدون على آليات واضحة، منها لجان تقييم الأفكار، صناديق اقتراحات، ورشات تشاركية، واجتماعات دورية تشجع الموظفين على طرح أفكارهم بحرية. وتلعب المكافآت الرمزية والمادية دوراً أساسياً في تحفيز الإبداع، إذ أن الموظف الذي يشعر بتقدير مؤسسته لأفكاره يكون أكثر استعداداً للعباء والمبادرة. أخيراً، فإن العلاقة بين المؤسسة ومنافسها تلعب دوراً غير مباشر في تغذية روح الابتكار، حيث أن الوعي بالمنافسة يدفع المؤسسة إلى تجديد نفسها باستمرار وتبني أفضل الممارسات. وفي هذا السياق، فإن المؤسسات الأكثر تنافسية هي تلك التي تتبع نظاماً دورياً لتقييم أثر استراتيجيات الابتكار على موقعها السوقي، سواء من خلال مراقبة المؤشرات المالية أو تحليل رضا العملاء أو قياس الأداء التشغيلي. وبناءً على ما سبق، يمكن القول إن الميزة التنافسية المستدامة لا تُبنى على الموارد التقليدية فقط، وإنما على الذكاء التنظيمي، والقدرة على الابتكار، وفعالية القيادة، وتكامل الموارد، وتبني ثقافة مؤسسية تدعم التغيير والإبداع المستمر.

خاتمة

خاتمة:

وفي ضوء ما سبق، يتّضح أنّ الإبداع والابتكار لم يعودا خياراً ثانوياً في بيئة الأعمال الحديثة، بل غدوا عنصرين حاسمين في تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية وضمان استدامتها في سوق يتّسم بالتغيّر السريع وشدّة المنافسة. فالمؤسسة التي تسعى إلى التميز والريادة لا بدّ أن تعتمد على منظومة متكاملة من الإبداع في المنتجات والخدمات، والابتكار في العمليات والتقنيات وأساليب التسيير، بما يضمن لها الاستجابة الفعالة لمتطلبات الزبائن، والقدرة على التكيف مع التحولات الاقتصادية والتكنولوجية

وفي هذا السياق، تُعد مؤسسة العموري لصناعة الأجر بالأغواط مثلاً معبراً عن مؤسسة اقتصادية جزائرية أدركت أهمية تبني مقاربات إبداعية وابتكارية لتعزيز مكانتها في السوق المحلية. إذ استطاعت المؤسسة أن تطوّر من جودة منتجاتها وتُحسّن من كفاءة عملياتها الإنتاجية من خلال إدخال أساليب تقنية حديثة وممارسات تنظيمية فعالة، ما مكّنها من تلبية احتياجات الزبائن وتحقيق مستويات أداء أعلى مقارنة بالمنافسين.

إنّ التجربة التي خاضتها مؤسسة العموري تُبرز بوضوح أنّ الابتكار لا يقتصر على المؤسسات الكبرى فحسب، بل يمكن أن يشكل أداة استراتيجية حتى بالنسبة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تسعى إلى التفوق في بيئات محلية أو وطنية. وعليه، فإن تشجيع ثقافة الإبداع والابتكار داخل المؤسسة، وتوفير المناخ المناسب لذلك، يُعدّ من الضرورات الأساسية التي ينبغي أن تتبناها المؤسسات الاقتصادية الطامحة إلى بناء مزايا تنافسية مستدامة وفعالة في عصر الاقتصاد المعرفي.

قائمة المراجع

المراجع :

1. العبوي زيد منير، "إدارة المؤسسات العامة وأسس تطبيق الوظائف الإدارية عليها"، الأردن، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط 1، 2019.
2. القيروتي ، يوسف عبد الله والسرطاوي، عبد العزيز وعامل يوسف مدخل الى التربية الخاصة ط 5 عمان الأردن دار الفكر للنشر والتوزيع
3. Amabile, T. M. (1996). Creativity in Context. Boulder, CO: Westview Press.1992
4. American Psychological Association. (2003). What exactly is creativity? Monitor on Psychology, 34(10). Retrieved from <https://www.apa.org/monitor/nov03/creativity>
5. Schumpeter, Joseph A. The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1934
6. Edison, Thomas A. The Diary and Sundry Observations of Thomas Alva Edison. New York : Dover Publications, 1921
7. Barney, J. B. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. Journal of Management, 17(1), 99–120
8. Porter, Michael E. Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. New York: Free Press, 1985
9. Mintzberg, Henry. The Rise and Fall of Strategic Planning. New York: Free Press, 1994
10. Smith, Adam. The Wealth of Nations. London: Methuen & Co., 1776
11. Porter, Michael E. Competitive Advantage: Creating And Sustaining Superior Performance. Privious Sourece

الملاحق

جامعة عمارثليجي بالأغواط

كلية العلوم الانسانية والاجتماعية

قسم علم الاجتماع والديموغرافيا

استمارة في إطار اعداد مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر تخصص علم اجتماع تنظيم وعمل

الموضوع:

دور الابداع والابتكار في تعزيز الميزة التنافسية لدى المؤسسة الاقتصادية

دراسة ميدانية لمؤسسة العموري لصناعة الاجر العصري

في انرجو منكم مساعدتنا بالاجابة على أسئلة هذا الاستبيان بكل صدق ووضوح بوضع علامة X
الخانة المناسبة، ونتعهد لكم بسرية المعلومات التي ستدلون بها ولن نستخدمها سوى في حدود ما
يخدم البحث العلمي. وشكرا لتعاونكم

تحت إشراف :

من اعداد الطلبة :

❖ د. كروم محمد

❖ عياشي محمد عبد الوهاب

السنة الدراسية : 2025/2024

الاستمارة

المحور الاول : البيانات الشخصية

1/ جنس الموظف

ذكر انثى

2/ عمر الموظف

[30-25] [35-30] [45-40] [55-50]

3/ الخبرة الوظيفية

اقل من 5 سنوات من 5 الي 10 سنوات من 10 الي 15 سنة

المحور الثاني: تمتلك المؤسسة الاقتصادية سياسات مهمة وفعالة لتنمية الابداع و الابتكار

1/ هل لدى مؤسستكم استراتيجية واضحة لتعزيز الابداع والابتكار

نعم لا

2/ كيف تقيم دور القيادة في تحفيز الابداع والبتكار

جيد جيد جدا سيئ سيئ جدا

3/ هل يوجد هيكل تنظيمي يدعم حرية الابداع والابتكار داخل المؤسسة

يوجد لا يوجد

4/ هل توفر المؤسسة موارد كافية مالية و بشرية وتقنية لدعم الابتكار

نعم لا احيانا

5/ في رايك لماذا المؤسسة تستقطب الموظفين الذين لديهم الكفاءة والابداع والابتكار

علل.....
.....

6/ هل تشجع المؤسسة ثقافة الابداع والابتكار والتجريب والمخاطرة المحسوبة

نعم لا احيانا

اذا كانت الاجابة لا لماذا

.....
.....

7/ كيف تفسر اهتمام المؤسسة بالموظفين الذين لديهم ابداع وابتكار داخل المؤسسة

.....
.....

8/ هل توجد شركات او تعاون مع المؤسسات بحثية او شركات اخرى لتعزيز الابداع والابتكار

نعم لا على حسب وضع المؤسسة

9/ كيف يتم مكافأة الافكار الابداعية والمبادرات داخل المؤسسة

علل اجابتك

.....

10/ هل تتابع المؤسسة منافسيها في السوق

نعم لا

11/ كيف تتابع المؤسسة استراتيجيات الابتكار على منافسيها في السوق

.....

المحور الثالث: يوجد علاقة بين الابداع والابتكار والميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية

1/ هل ساهم الابتكار في تطوير منتجات والخدمات جديدة في مؤسستكم

ساهم لم يساهم

2/ هل تؤدي المنتجات والخدمات المبتكرة الى زيادة رضا الزبون

نعم لا

3/ كيف تقيس جودة المنتجات او الخدمات الجديدة مقارنة مع المنافسين علل اجابتك

.....
.....

4/ هل تم تحسين العمليات او تقنيات الانتاج من خلال الابداع والابتكار

.....
.....

5/ هل تعتقد ان الابداع والابتكار ساعدة في تميز المؤسسة

نعم لا

6/ كيف يتم تبني الافكار والابداع من طرف المدير

علل.....
.....

7/ هل تستخدم المؤسسة تقنيات جديدة او تكنولوجيا لدعم الابتكار

نعم لا

8/ كيف يتم تشجيع الموظفين على تقديم افكار لتحسين المنتجات او الخدمات

علل.....
.....

9/ هل توجد الليات تقييم وتحسين المنتجات او الخدمات على الابداع والابتكار

لا نعم

10/ كيف هي علاقة مؤسستكم مع المؤسسات المنافسة

علل.....
.....

جنس الموظفين

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide ذكر	44	93,6	100,0	100,0
Manquante Système manquant	3	6,4		
Total	47	100,0		

عمر الموظف

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide [25 30 -]	11	23,4	25,0	25,0
[30 35 -]	11	23,4	25,0	50,0
[40 45 -]	10	21,3	22,7	72,7
[45 50 -]	5	10,6	11,4	84,1
[50 55 -]	7	14,9	15,9	100,0
Total	44	93,6	100,0	
Manquante Système manquant	3	6,4		
Total	47	100,0		

المستوى التعليمي للموظف

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide ثانوي	17	36,2	38,6	38,6
جامعي	10	21,3	22,7	61,4
التكوين المهني	17	36,2	38,6	100,0
Total	44	93,6	100,0	
Manquante Système manquant	3	6,4		
Total	47	100,0		

الخبرة الوظيفية

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Validé	14	29,8	31,8	31,8
من 5 الى 10 سنوات	20	42,6	45,5	77,3
من 10 الى 15 سنة	10	21,3	22,7	100,0
Total	44	93,6	100,0	
Manquante	3	6,4		
Système manquant				
Total	47	100,0		

هل لدى مؤسستكم استراتيجية واضحة لتعزيز الإبداع والابتكار ؟

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Validé	31	66,0	70,5	70,5
لا	13	27,7	29,5	100,0
Total	44	93,6	100,0	
Manquante	3	6,4		
Système manquant				
Total	47	100,0		

كيف تقيم دور القيادة في تحفيز الإبداع والابتكار داخل المؤسسة ؟

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Validé	14	29,8	31,8	31,8
جدا	13	27,7	29,5	61,4
سلي	9	19,1	20,5	81,8
سلي جدا	8	17,0	18,2	100,0
Total	44	93,6	100,0	
Manquante	3	6,4		
Système manquant				
Total	47	100,0		

الملاحق

هل يوجد هيكل تنظيمي يدعم حرية الإبداع والابتكار داخل المؤسسة

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
يوجد	31	66,0	70,5	70,5
لا يوجد	13	27,7	29,5	100,0
Total	44	93,6	100,0	
Manquante	3	6,4		
Système manquant				
Total	47	100,0		

هل توفر المؤسسة موارد كافية ، مالية ، بشرية ، وتقنية لدعم الابتكار؟

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
نعم	13	27,7	29,5	29,5
لا	13	27,7	29,5	59,1
أحيانا	18	38,3	40,9	100,0
Total	44	93,6	100,0	
Manquante	3	6,4		
Système manquant				
Total	47	100,0		

في رأيك لماذا المؤسسة تستقطب الموظفين الذين لديهم كفاءة وإبداع وابتكار؟

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
تحسين جودة العمل	14	29,8	31,8	31,8
تعزيز القدرة التنافسية	17	36,2	38,6	70,5
من أجل الابتكار المستمر والتطور	13	27,7	29,5	100,0
Total	44	93,6	100,0	
Manquante	3	6,4		
Système manquant				
Total	47	100,0		

الملاحق

هل تشجع المؤسسة ثقافة الإبداع والابتكار والتجريب والمخاطرة المحسوبة؟ إذا كانت غابابتك "لا"

لماذا

	Effectif	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
نعم	22	46,8	50,0	50,0
لا	6	12,8	13,6	63,6
Validé أحيانا	16	34,0	36,4	100,0
Total	44	93,6	100,0	
Manquante Système	3	6,4		
manquant				
Total	47	100,0		

كيف تفسر اهتمام المؤسسة بالموظفين الذين لديهم إبداع وابتكار داخل المؤسسة؟

	Effectif	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
الاستفادة من الافكار الجديدة	15	31,9	34,1	34,1
Validé تحفيز بيئة العمل	9	19,1	20,5	54,5
رفع كفاءة العمل	20	42,6	45,5	100,0
Total	44	93,6	100,0	
Manquante Système	3	6,4		
manquant				
Total	47	100,0		

هل توجد شركات او تعاون مع مؤسسات بحثية أو شركات أخرى لتعزيز الإبداع والابتكار؟

	Effectif	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
نعم	19	40,4	43,2	43,2
لا	6	12,8	13,6	56,8
Validé على حسب وضع المؤسسة	19	40,4	43,2	100,0
Total	44	93,6	100,0	
Manquante Système	3	6,4		
manquant				
Total	47	100,0		

الملاحق

كيف يتم مكافأة الأفكار الابداعية والمبادرات داخل المؤسسة ؟ علل اجابتك

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
تقدير الموظف	16	34,0	36,4	36,4
الحوافز المادية	15	31,9	34,1	70,5
Validé تخصيص ميزانية خاصة لتنفيذ الأفكار الابداعية	13	27,7	29,5	100,0
Total	44	93,6	100,0	
Manquante Système manquant	3	6,4		
Total	47	100,0		

هل تتابع المؤسسة منافسيها في السوق؟

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
نعم	22	46,8	50,0	50,0
Validé لا	9	19,1	20,5	70,5
احيانا	13	27,7	29,5	100,0
Total	44	93,6	100,0	
Manquante Système manquant	3	6,4		
Total	47	100,0		

كيف تتابع المؤسسة تأثير استراتيجيات الابتكار على تنافسها في السوق ؟

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
تقييم الثقافة وبيئة الابداع و الابتكار	16	34,0	36,4	36,4
Validé تحليل ردود فعل السوق والزبائن	15	31,9	34,1	70,5
الاستفادة من التكنولوجيا وادوات التحليل	13	27,7	29,5	100,0
Total	44	93,6	100,0	
Manquante Système manquant	3	6,4		
Total	47	100,0		

هل ساهم الابتكار في تطوير منتجات وخدمات جديدة في مؤسستكم

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
ساهم	28	59,6	63,6	63,6
Validé لم يساهم	16	34,0	36,4	100,0
Total	44	93,6	100,0	
Manquante Système manquant	3	6,4		
Total	47	100,0		

هل تؤدي المنتجات والخدمات المبتكرة الى زيادة في رضا الزبون

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
نعم	34	72,3	77,3	77,3
Validé لا	10	21,3	22,7	100,0
Total	44	93,6	100,0	
Manquante Système manquant	3	6,4		
Total	47	100,0		

كيف تقيس جودة المنتجات او الخدمات الجديدة مقارنة مع المنافسين علل اجابتك

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
تحليل المنتج الاساسي للمنافسين	16	34,0	36,4	36,4
Validé مقارنة مع الجودة والسعر والقيمة المضافة	20	42,6	45,5	81,8
مراقبة الاعلانات واستراتيجيات المنافسين	8	17,0	18,2	100,0
Total	44	93,6	100,0	
Manquante Système manquant	3	6,4		
Total	47	100,0		

الملاحق

هل تم تحسين العمليات او تقنيات الانتاج من خلال الابداع والابتكار

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
نعم	15	31,9	34,1	34,1
لا	6	12,8	13,6	47,7
Valides قليلا	9	19,1	20,5	68,2
كثيرا	14	29,8	31,8	100,0
Total	44	93,6	100,0	
Manquante Système	3	6,4		
manquant				
Total	47	100,0		

هل تعتقد ان الابداع والابتكار ساعدا في التميز للمؤسسة في السوق

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
نعم	31	66,0	70,5	70,5
لا	13	27,7	29,5	100,0
Valides				
Total	44	93,6	100,0	
Manquante Système	3	6,4		
manquant				
Total	47	100,0		

? هل تستخدم المؤسسة تقنيات جديدة او تكنولوجيا لدعم الابتكار

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
نعم	34	72,3	77,3	77,3
لا	9	19,1	20,5	97,7
Valides				
3	1	2,1	2,3	100,0
Total	44	93,6	100,0	
Manquante Système	3	6,4		
manquant				
Total	47	100,0		

الملاحق

? كيف يتم تشجيع الموظفين على تقديم افكار لتحسين المنتجات او الخدمات

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
تعزيز ثقافة الابداع والابتكار	9	19,1	20,5	20,5
توفير مناصب وادوات رقمية	21	44,7	47,7	68,2
توفير الدعم والتدريب	14	29,8	31,8	100,0
Total	44	93,6	100,0	
Manquante	3	6,4		
Système manquant				
Total	47	100,0		

? هل توجد اليات تقييم وتحسين المنتجات او الخدمات بناء على الابداع والابتكار

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
نعم	28	59,6	63,6	63,6
لا	16	34,0	36,4	100,0
Total	44	93,6	100,0	
Manquante	3	6,4		
Système manquant				
Total	47	100,0		

كيف يتم تبني الافكار والابداع من طرف المدير ? علل اجابته

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
توفير بيئة داعمة ومشجعة	16	34,0	36,4	36,4
تحويل الفكار الى افعال	11	23,4	25,0	61,4
الاعتراف بالمساهمات ومكافأة المبدعين	17	36,2	38,6	100,0
Total	44	93,6	100,0	
Manquante	3	6,4		
Système manquant				
Total	47	100,0		

الملاحق

? كيف هي علاقة مؤسستكم مع المؤسسات المنافسة

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
المراقبة والتحليل الاستراتيجي	18	38,3	40,9	40,9
التعاون في معايير الصناعة	17	36,2	38,6	79,5
احترام المنافسة والقوانين	9	19,1	20,5	100,0
Total	44	93,6	100,0	
Manquante Système manquant	3	6,4		
Total	47	100,0		



