



**The role of innovation in enhancing the competitiveness of enterprises (a field study on
a group of small and medium enterprises in the Iraqi province of Babil)**

***دور الابتكار في تعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات**

(دراسة ميدانية على مجموعة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في محافظة بابل العراقية)

****أ.د. محمد موسى دياب**

****سندس حسين هاشم**

Abstract

The current study sought to demonstrate the role of innovation in enhancing the competitiveness of small and medium enterprises, if the field research results showed that innovation is the key to the survival of the enterprise in light of the changing conditions that characterize the business environment through its ability to adapt the product to suit the new changes that occurred to the needs and desires of customers. By the influence of competitors, the problem of our study was related to the study of a very important relationship in the field of innovation and competitiveness, as it tried to link between two critical variables: innovation and the competitiveness of small and medium enterprises in the province of Babel located in central Iraq, and we have tried, through its interlocutors, to address this problem through All its aspects, starting with a review of concepts, whether related to innovation or competitiveness, and ending with an attempt to link the two variables, relying on a set of analysis tools and based on a number of statistics and studies related to the subject.

***بحث مستل .**

**** جامعة الجنان- كلية إدارة الاعمال .**

The results of the field research showed that innovation is the key to the survival of the organization in light of the changing conditions that characterize the business environment through its ability to adapt the product to suit the new changes that occurred to the needs and desires of customers due to competitors. As a tool for the study with the aim of collecting and analyzing information through the spas program, the study concluded that there is a statistically significant effect of innovation in its dimensions (management innovation, technical innovation, heritage innovation) on enhancing competitiveness (cost reduction, improving work quality, work flexibility, delivery timing) For small and medium-sized enterprises operating in the Iraqi province of Babil.

المستخلص : ان الدراسة الحالية سعت إلى بيان دور الابتكار في تعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، اذا أظهرت نتائج البحث الميدانية أن 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 لحاجات ورغبات الزبائن بفعل المنافسين، لقد ارتبطت إشكالية دراستنا هذه بدراسة علاقة بالغة الأهمية في مجال الابتكار والقدرة التنافسية، إذ أنها حاولت الربط بين متغيرين حاسمين هما الابتكار والقدرة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في محافظة بابل الواقعة في وسط العراق، ولقد حاولنا من خلال محاوره، معالجة تلك الإشكالية من كافة جوانبها بدءا باستعراض المفاهيم سواء المرتبطة منها بالابتكار أو بالقدرة التنافسية، وانتهاء بمحاولة الربط فيما بين المتغيرين، معتمدين في ذلك على مجموعة من أدوات التحليل ومستندين على جملة من الإحصائيات والدراسات المرتبطة بالموضوع.

أظهرت نتائج البحث الميدانية أن 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 لحاجات ورغبات الزبائن بفعل المنافسين ، اعتمدت الدراسة الحالية على المنهج الوصفي التحليلي باعتباره المناسب لهذه الدراسة، واستخدمت الاستبانة كأداة للدراسة بهدف تجميع المعلومات وتحليلها عبر برنامج الاحصاء spas بحيث توصلت الدراسة إلى أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للابتكار بأبعاده (الابتكار الإداري، الابتكار التقني، الابتكار الثقافي) على

تعزيز القدرة التنافسية (تخفيض التكلفة، تحسين جودة العمل، مرونة العمل، توقيت التسليم) للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم العاملة في محافظة بابل العراقية،

المقدمة : يعتبر الابتكار عملية معقدة ومتعددة الجوانب تحمل في طياتها الكثير من الخطر إلا أنه يعتبر عامل جيد في رفع القدرة التنافسية للمؤسسة وتكمن أهمية الابتكار في عملية تحويل الأفكار إلى قيم تجارية متميزة ومنتجات جديدة ناجحة نظرا لما تحمله من تحسين وابتكار، إن اختيار الابتكار كأداة للتنافس يحتم على المؤسسة الاهتمام بنشاطات البحث المنظم والعمل الجاد والارتكاز على قواعد علمية ومعرفية في المجال المستهدف لخلق الجديد، رغم أن ذلك يتطلب موارد تنظيمية ومادية وتكنولوجية وبشرية معتبرة بما أن المنتجات الجديدة هي أهم مخرجات عملية الابتكار باعتبارها وسائل التنافس الفعلية ، إذ أن زيادة القدرة التنافسية للمؤسسات مرتبطة بدرجة ابتكارها في مجال إذا على المؤسسة الاقتصادية الرغبة في رفع أو تعزيز مزاياها التنافسية أن تعمل في أقرب وقت ممكن على تهيئة المناخ المناسب وتوفير الإمكانيات اللازمة والمتطلبات الضرورية لتحسين وتطوير منتجاتها بالكيفية التي تؤهلها للتعامل مع المعطيات الحالية والمتوقعة للسوق الذي أصبح يتخذ صفة العالمية ، وبما أن المنتجات الجديدة هي أهم مخرجات عملية الابتكار باعتبارها وسائل التنافس الفعلية في الأسواق، فإن ذلك يعني أن زيادة القدرة التنافسية للمؤسسات مرتبطة بدرجة ابتكارها في مجال المنتجات بل لا يكفي أن تقوم المؤسسة الاقتصادية بابتكار المنتجات الجديدة وإنما يجب أن تكون سابقة ومستمرة في ذلك وحريصة على عدم تقليدها وضياع مزاياها، وبناءً على ما تقدّم جاءت هذه الدراسة لتبحث في دور الابتكار في تعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في البيئة العراقية.

الفصل الأول المنهجية العلمية للدراسة

أولاً: إشكاليه الدراسة - بالاستناد إلى ما تقدّم يمكن صوغ إشكالية الدراسة على النحو التالي:

ما هو دور الابتكار في تعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة العاملة في محافظة بابل العراقية؟

ومن هذه الإشكالية الرئيسة تنفرغ التساؤلات التالية:

(١) ما مستوى الابتكار في المنشآت الصغيرة والمتوسطة الحجم العاملة في محافظة بابل العراقية؟

(٢) هل هناك دور للابتكار في تخفيض التكلفة في المنشآت الصغيرة والمتوسطة الحجم؟

(٣) هل هناك دور للابتكار في تحسين جودة المنتج في المنشآت الصغيرة والمتوسطة الحجم؟

ثانياً: أهداف الدراسة

تسعى الدراسة الحالية إلى تبيان دور الابتكار في تعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وذلك من خلال الآتي:

- (١) تقديم إطار نظري عن متغيرات الدراسة (الابتكار، الميزة التنافسية) من خلال الاعتماد على الكتب والمراجع العربية والأجنبية السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة.
- (٢) تحديد مستوى المتغيرات (الابتكار، الميزة التنافسية) في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم العاملة في محافظة بابل بالعراق.
- (٣) التعرف على دور الإبداع في تعزيز القدرة التنافسية بأبعادها المختلفة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم.

ثالثاً: أهمية الدراسة

- (١) البحث ومعرفة المزيد عن متغيرات الدراسة (الابتكار، الميزة التنافسية) وإبراز أهميتها في الوقت الراهن.
- (٢) تحديد طبيعة العلاقة بين متغيرات الدراسة من الناحية النظرية وتوضيح متطلبات الربط بين هذه المتغيرات لتسهيل اختبارها في الدراسة الميدانية.
- (٣) تقديم الحلول للمنظمات من أجل التكيف مع الظروف البيئية المحيطة من خلال معرفة تلك المنظمات لمستويات الابتكار الموجودة لديها لتحقيق القدرات التنافسية.
- (٤) تقديم التوصيات لمُتخذي القرار في المنشآت الصغيرة والمتوسطة الحجم لضرورة معرفة مستويات الابتكار وأبعاد الميزة التنافسية لديهم، في ظلّ النتائج التي تمّ التوصل إليها لإمكانية الاستفادة منها في الواقع العملي بما يحقق النمو والاستمرار والمنافسة.

رابعاً: فرضيات الدراسة - تنقسم فرضيات الدراسة كما الآتي:

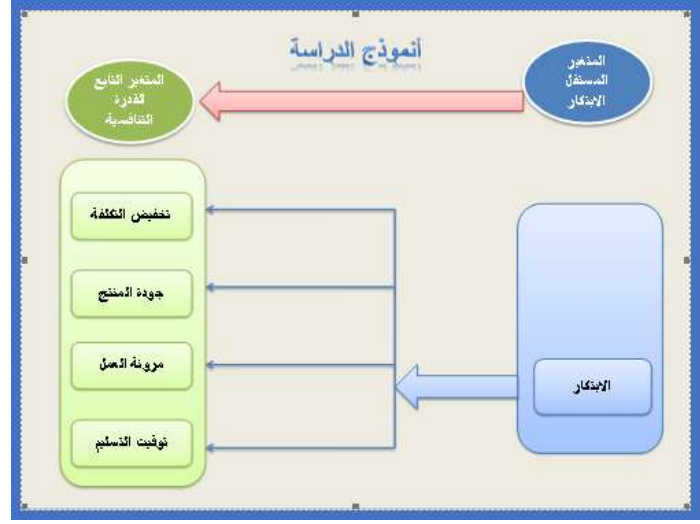
❖ الفرضية الرئيسة: يوجد أثر للابتكار في تعزيز القدرة التنافسية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم العاملة في محافظة بابل العراقية.

من هذه الفرضية الرئيسة تنفرع الفرضيات الفرعية التالية:

- (١) يوجد أثر للابتكار في تخفيض التكلفة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم العاملة في محافظة بابل العراقية.
- (٢) يوجد أثر للابتكار في تحسين جودة المنتج عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم العاملة في محافظة بابل العراقية.
- (٣) يوجد أثر للابتكار في مرونة العمل عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم العاملة في محافظة بابل العراقية.

٤) يُوجد أثر للابتكار في توقيت التسليم عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم العاملة في محافظة بابل العراقية.

خامساً: المخطط الفرضي للدراسة



سادساً: حدود الدراسة

- ١) الحدود الزمنية: حددت مدة الدراسة ابتداءً من العام ٢٠٢٢.
- ٢) الحدود المكانية: اقتصرَت الدراسة على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم العاملة في محافظة بابل العراقية.
- ٣) الحدود البشرية: جميع العاملين لدى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم العاملة في محافظة بابل العراقية.
- ٤) الحدود الموضوعية: البحث عن متغيرات الدراسة والمتمثلة بـ (الابتكار، القدرة التنافسية).

سابعاً: محددات الدراسة - يمكن أن نلخص محددات دراستنا الحالية في الجوانب التالية:

- ١) يقتصر تطبيق الدراسة الحالية على المنشآت الصغيرة والمتوسطة في محافظة بابل في العراق، لذلك يصعبُ تعميم نتائج الدراسة على القطاعات الأخرى.
- ٢) إنّ إمكانية تعميم نتائج الدراسة الحالية يعتمدُ على صحة وثبات أداة الدراسة، ودقة وموضوعية استجابة العينة المبحوثة.

ثامناً: منهج الدراسة - اعتمدت الدراسة الحالية على المنهج الوصفي التحليلي باعتباره المناسب لهذه الدراسة الذي يستهدف الوصف الكمي أو الكيفي لظاهرة معينة سواء أكانت (اجتماعية، إنسانية، إدارية)

تاسعا: مُجتمع وعينه الدراسة - يتكوّن مجتمع الدراسة من الموظفين كافّة في شركه الاتحاد للصناعات الغذائية المحدودة، وموظفي الشركة العامة للصناعات النسيجية والجلدية مصنع نسيج الحلة في محافظة بابل العراقية. أمّا عينة الدراسة فيتم اختيارها على أساس العينة القصدية حيث سيتم توزيع الاستبانة على مسؤولين معينين في مستويات محدّدة (مديرون عامّون، مديرون ومسؤول أقسام. إلخ) في المؤسسات موضوع الدراسة

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة - الابتكار والميزة التنافسية

أولاً: الابتكار

(١) مفهوم الابتكار - يستعمل مصطلح الابتكار للدلالة على كلّ شيء جديد وحتّى فريد من نوعه، ويدور موضوعه حول المنفعة، وقد أوردَ الباحثون تعاريف عديدة لتحديد معنى الابتكار ومنها الابتكار مصطلح عام أصبح يستخدم قريباً لاستخدام شيء جديد، فكرة أسلوب نظرية، اختراع، ويستعمل مصطلح الابتكار في الكثير من المجالات للدلالة على البراعة والإتقان من دون التمييز بين طبيعة هذه المجالات (Sutapa، ٢٠١٧: ١٤) فهو نهج جديد في انتاج سلعة أو خدمة معينة حيث تستعمل مفاهيم الابتكار والخلق جميعها كمتراذفات وتعني ولادة شيء جديد غير مألوف، أو حتّى النّظر إلى الأشياء بطرق جديدة. (بطرس & عبودي: ٢٠٠٦، ١٩)، يرى (simon Alcouffe، ٢٠٠٤، ٣٠) أنّ الابتكار هو عبارة عن أفكار تتّصف بالحدّاث وهي مقبّده ومتصلة بحلّ مشكلات معينة أو تجميع وإعادة تركيب الأنماط المعرفية في أشكال فريدة أو يتمثل في التّوصل إلى حلّ خلاق لمشكلة ما أو فكرة جديدة. ويتعلّق بوضع هذه الفكرة الجديدة موضع التّنفيز على شكل عمليّة أو سلعة أو خدمة تقدمها الشركة لزبائنّها أو المتعاملين معها.

(٢) دوافع الابتكار - تعظيم ربحية الشركة وتدعيم الفرص لزيادة حصتها في السّوق، وتحمل المخاطر المرافقة للأعمال التي تقوم بها، (سطوطاح & شريف، ٢٠١٧: ٧).

١- المنافسة الحادة في السّوق: حتّى تتمكن الشركة من الحفاظ على مركزها السّوقي الحالي ومحاولة تحسينه، يجب عليها تلبية حاجات ورغبات المستهلكين بأحسن طريقة ممكنة.

٢- الاستجابة لحاجات العميل: إنّ استثمار الشركة في الابتكارات التكنولوجيّة المتعلقة بأساليب الإنتاج والمنتج يمكنها من إدخال منتجات جديدة إلى السّوق تتّصف بخصائص أكثر جاذبية مثل السّعر الأقل والجودة الأعلى أو خدمات أكثر بعد البيع، (الحنوي، ٢٠١٥: ١٧) .

٣- يؤدي إلى زيادة الإنتاج بأحجام كبيرة: إذ تسهم التّأثيرات المادية لجميع الابتكارات إمّا عن طريق خلق منتجات جديدة الأمر الذي يعني مزيداً من الأرباح، وكفاءات أعلى في الإنتاج، أو عمليات إنتاجية جديدة ما يؤدي إلى ارتفاع الإنتاجية (عطاء الله & سلطاني، ٢٠١٨: ٧) .

٤- الاستفادة من التسهيلات والمساعدات الحكومية المقدمة لدعم عمليات الابتكار سواء كانت في شكل مساعدات فنيّة أو ماليّة وخاصة للمؤسسات المبدعة.

٣) خصائص الابتكار - يتّصف الابتكار بجملة من الخصائص، الّتي يمكن عرضها على النحو الآتي:

١. أنّه نتيجة تطبيق معارف جديدة متّفق عليها، أي مقبولة في السّوق (خنيط، ٢٠١٧: ٦) .
٢. إنّ الابتكار يؤدي إلى تحسين عملية الإنتاج أو استخدام عناصر الإنتاج وفي توفير منتجات جديدة (عمر، ٢٠١٣: ٦).

٣. يعتبر العامل الأساسي في المنافسة لأنّه غير محدد الفعالية والكفاءة لذلك يتطلب الانتشار في الأسواق لكي يُعدّ مؤثراً. (عطاء الله & سلطاني، ٢٠١٨: ٦) .

٤. يؤدي إلى التّحكم في التكاليف.

٥. يتطلب الابتكار توفير موارد معتبرة سواء موارد ماليّة يحتاجها في مخابر البحث والتّطوير والتنظيمات الفعالة للتسويق، كذلك موارد بشريّة حيثُ يحتاج إلى مجموعة معتبرة من الكفاءات المتخصصة من حيث تكوينهم ومعرفتهم الفنية. (كورتل: ٢٠٠٢، ١٠٩) .

٤) أهمية الابتكار - يُعدّ الابتكار من العوامل المهمّة والرئيسية لضمان النّجاح الطويل الأمد لجميع الشركات، إذ يهيئ لها قدرة على الابتكار وفقاً للأسس السّائدة في البيئة العاملة فيها، كما أن ابتكارية الشّركة أصبحت اليوم واحدة من المعايير المتعددة التي تعتمدُ عليها لقياس وتقييم أداء الشركات، ويمكن تحديد أهمية الابتكار على النحو الآتي:

١. يسهمُ في تحسين خدمة المستهلكين وذلك من خلال تقديم منتجات جديدة ذات جودة عالية وبأسعار تنافسيّة نظراً للمرونة والتّكيف لحاجات المستهلكين. (الحنوي، ٢٠١٥: ١٩).

٢. أصبح العالم أكثر انبساطاً وتفتحاً لجميع الدول بلا استثناء في ظلّ ثورة التّنافس العالمي الشديد على نطاق واسع مؤخراً، إذ إنّ الشّركات دائماً ما تكون في محيط تنافسي مما يجعلها تبحث عن ميزة تنافسيّة تمكنها من مجابهة منافستها. (الحنوي، ٢٠١٥: ١٩).

٣. له أهميّة في خلق المناخ الملائم الّذي يمكن الشّركة من القدرة على تقديم وتطوير منتجات وعمليات جديدة لإشباع حاجات ورغبات الزبائن في السّوق (عمر، ٢٠١٣: ٧).

٤. يسهم في تنمية رأس المال البشري من خلال تأهيله وتدريبه على المعارف التّكنولوجية والقيام بعمليات البحث والتطوير (قداري & باسيدي، ٢٠٢١: ١٧).

ثانياً: الميزة التنافسية

(١) تعريف القدرة التنافسية - تعرف القدرة التنافسية على انها قدرة المؤسسة على إنتاج السلع والخدمات بالنوعية الجيدة وبالسعر المناسب وفي الوقت المناسب، وهذا يعني تلبية حاجات المستهلكين بشكل أكثر كفاءة من المؤسسات الأخرى مما يعني نجاح مستمر للمؤسسة في السوق الدولي في ظل غياب الدعم والحماية من الحكومة، ويمكن تحقيق ذلك عن طريق زيادة إنتاجية عناصر الإنتاج (العمل، رأس المال، الأرض، التنظيم)، وتعد تلبية حاجات الطلب المتزايد والمعتمد على الجودة خطوة أساسية في تحقيق القدرة على المزاومة دولياً (الربيعي، ٢٠١٣: ٨)، وتعرف أيضاً هي قدرة المؤسسة على أداء أعمالها وانشطتها بالشكل الذي لا يستطيع المنافسين تقليده أو تحقيق مثله فهي هي المهارات والقدرات والعوامل التي تمتلكها المؤسسة وتستطيع من خلالها تحقيق المطلوب منها وتقديم أفضل مستوى ممكن من الاداء لا يستطيع المنافسين الوصول إليه (محمد، ٢٠١٥: ٣).

(٢) ابعاد القدرة التنافسية - تشير القدرة التنافسية إلى الخصائص والقدرات والكفاءات المحورية وجوانب التفوق المتمتع بها الشركات وتميزها عن المنافسين في الأسواق. وفي ما يلي توضيح أبعاد الميزة التنافسية: (نور الدين، ٢٠١٦، ٩)

أ. الحصة السوقية: تُعد الحصة السوقية مؤشراً للتعرف على حجم مبيعات الشركة في السوق، وتعرف بأنها نسبة إجمالي مبيعات خدمات ومنتجات الشركة، ويتم حسابها من خلال تحديد حجم الإيراد أو الأرباح التي حققتها الشركة، والذي بناء عليه يتم توجيه عمليات الإنتاج والتوزيع والتسويق وتحليل حصة الشركة في السوق.

ب. النوعية: تُعد النوعية من أهم المؤشرات التي تبين للشركة مدى تحقيقها للقدرة التنافسية، فالنوعية هي مجموعة من النشاطات والعمليات المتكاملة المتبعة من الشركة كاستراتيجية تحسين إنتاجها وتخفيض التكلفة وكسب رضا الزبائن وتوسيع نطاق التسويق والتوزيع، وتحقيق أهداف الشركة التنافسية. كما تعرف بأنها سياسة تتبعها الشركة لتقييم مدى جودة الخدمات والمنتجات التي تتفق وتلبي توقعات العميل.

(٣) أهمية القدرة التنافسية - إن أهمية القدرة التنافسية بالنسبة للمؤسسات شيء ضروري لتحقيق التفوق على المؤسسات الأخرى، ويمكن تلخيصها في النقاط التالية: (غبريد، ٢٠١٩، ٦).

١. خلق قيمة للعملاء تلبي احتياجاتهم وتضمن ولائهم وتدعم وتحسن سمعة وصورة المؤسسة في أذهانهم.

٢. تحقيق التميز الاستراتيجي عن المنافسين في السلع والخدمات المقدمة إلى العملاء مع إمكانية التميز في الموارد والكفاءات والاستراتيجيات المنتهجة في ظل بيئة تنافسية شديدة.

٣. تحقيق حصة سوقية للمؤسسة وكذا ربحية عالية للبقاء والاستمرار في السوق.
٤. تحقيق ميزة تنافسية يقود المؤسسة إلى الاستخدام الأمثل للموارد، بحيث تميزها عن بقية المؤسسات.
٥. تعمل الميزة التنافسية على تطوير أنشطة البحث وتطوير عمليات المؤسسة بصورة مستمرة من أجل ضمان استمرارية المزايا التنافسية.
- ٤) خصائص القدرة التنافسية - تتطلب الفوائد المرجوة من تطبيق القدرة التنافسية التركيز على النتائج ووجود التناغم والتركيز في كل شركة، ومجال التركيز على الزبائن والاحتفاظ بهم، بالإضافة لمجال القيادة وثبات الأهداف، وأخيراً مجال تطوير الأفراد وإشراكهم، وتتمثل خصائص القدرة التنافسية بما يلي: (عطا الله، ٢٠١٨، ٨)
١. أن تكون دائمة أي تكون السباق على المدى البعيد.
٢. تتسم الميزة التنافسية بالنسبية مقارنة بالشركات المنافسة والفترة الزمنية التي تحقق فيها الميزة التنافسية.
٣. إن الميزة التنافسية مواكبة للمستجدات العصرية والتكنولوجية المتطورة في قدرات الشركة ومواردهم.

٤. أن تتناسب الميزة التنافسية مع أهداف الشركة الموضوعة لتحقيق النتائج المرجوة.
٥. إتباع سياسة التغيير المستمر الساعي لتطوير الشركة، وتحسين الأداء فيها، وتعظيم أرباحها.

الفصل الثالث الجانب العملي للدراسة

سيتناول الفصل الثالث تحليل محاور الاستبيان الذي يتناول المتغير المستقل وهو الابتكار وأبعاده، والمتغير التابع المتمثل بالقدرة التنافسية وأبعاده.

أولاً: تحليل الابتكار وأبعاده

جدول (١) اجابات آراء عينة الدراسة حول بعد الابتكار الاداري

الرقم	العبارات	غير موافق بشدة	موافق	غير موافق	محايد	موافق بشدة
١	قامت المؤسسة باستحداث تغيرات جذرية في هيكلها التنظيمية	٣	٣٠	٥٤	١٤٥	٦٨
		1.0%	10.0%	18.0%	48.3%	22.7%
٢	أجرت المؤسسة تغييرات جذرية في استعمال أنظمة الحاسوب في عملياتها الإدارية	٤	٢٧	٣٤	١٧١	٦٤
		1.3%	9.0%	11.3%	57.0%	21.3%
٣	تساعد المؤسسة العاملين على فهم آليات عمل الإدارة بالاهتمام بوضع برامج كفوة	١٢	٣٥	٦٣	١٢٩	٦١
		4.0%	11.7%	21.0%	43.0%	20.3%
٤	اتخذت المؤسسة سياسات وإجراءات لتطوير خدماتها ومركزها التسويقي	٣	٣٥	١٤١	٦٩	٥٢
		1.0%	11.7%	47.0%	23.0%	17.3%

٦٦	١٤١	٥٨	٢٩	٦	التكرار	استحدثت المؤسسة سياسات جديدة في مجال	٥
22.0%	47.0%	19.3%	9.7%	2.0%	%	التعيين والمكافآت والحوافز	

يتمحور مضمون الجدول أعلاه تكرارات ونسب مئوية لإراء عينه الدراسة حول بعد الابتكار الإداري في الشركة المبحوثة، فكانت على الشكل التالي:

إنَّ تكرارات ونسب الإجابة للعبارة رقم (١) المتضمنة: أفراد قامت المؤسسة باستحداث تغييرات جذريه في هياكلها التَّظيميَّة، كانت وفقًا لآراء العينة المبحوثة على الشكل الآتي: (3) وبنسبة (1%) غير موافق بشدة، و(30) وبنسبة (10%) غير موافق، و(54) وبنسبة (18%) محايد، و(145) وبنسبة (48.3%) موافق، و(68) وبنسبة (22.7%) موافق بشدة إنَّ تكرارات ونسب الإجابة للعبارة رقم (٢) المتضمنة: أجرت المؤسسة تغييرات جذرية في استعمال أنظمة الحاسوب في عملياتها الإدارية، كانت وفقًا لإرضاء العينة المبحوثة على الشكل الآتي: (4) وبنسبة (1.3%) غير موافق بشدة، و(27) وبنسبة (9%) غير موافق، و(34) وبنسبة (11.3%) محايد، و(171) وبنسبة (57%) موافق، و(64) وبنسبة (21.3%) موافق بشدة

إنَّ تكرارات ونسب الإجابة للعبارة رقم (٣) المتضمنة: تساعد المؤسسة العاملين على فهم اليات عمل الإدارة بالاهتمام بوضع برامج كفوة، كانت وفقًا لآراء العينة المبحوثة على الشكل الآتي: (12) وبنسبة (4%) غير موافق بشدة، و(35) وبنسبة (11.7%) غير موافق، و(63) وبنسبة (21%) محايد، و(129) وبنسبة (43%) موافق، و(61) وبنسبة (20.3%) موافق بشدة

إنَّ تكرارات ونسب الإجابة للعبارة رقم (٤) المتضمنة: اتخذت المؤسسة سياسات وإجراءات لتطوير خدماتها ومركزها التسويقي، كانت وفقًا لآراء العينة المبحوثة على الشكل الآتي: (3) وبنسبة (1%) غير موافق بشدة، و(35) وبنسبة (11.7%) غير موافق، و(141) وبنسبة (47%) محايد، و(69) وبنسبة (23%) موافق، و(52) وبنسبة (17.3%) موافق بشدة إنَّ تكرارات ونسب الإجابة للعبارة رقم (٥) المتضمنة: استحدثت المؤسسة سياسات جديدة في مجال التعيين والمكافآت والحوافز، كانت وفقًا لآراء العينة المبحوثة على الشكل الآتي: (6) وبنسبة (2%) غير موافق بشدة، و(29) وبنسبة (9.7%) غير موافق، و(58) وبنسبة (19.3%) محايد، و(141) وبنسبة (47%) موافق، و(66) وبنسبة (22%) موافق بشدة.

جدول (٢) متوسطات والانحراف لأراء عينة الدراسة حول بُعد الابتكار الإداري

الرقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نتيجة الإجابة على العبارة	النسبة المئوية للإجابة	المرتبة
١	قامت المؤسسة باستحداث تغيرات جذرية في هيكلها التنظيمية	٣,٨١	٠,٩٣	موافق	٧٦,٢%	٢
٢	أجرت المؤسسة تغييرات جذرية في استعمال أنظمة الحاسوب في عملياتها الإدارية	٣,٨٨	٠,٨٩	موافق	٧٧,٦%	١
٣	تساعد المؤسسة العاملين على فهم آليات عمل الإدارة بالاهتمام بوضع برامج كفوة	٣,٦٤	١,٠٥	محايد	٧٢,٨%	٥
٤	اتخذت المؤسسة سياسات وإجراءات لتطوير خدماتها ومركزها التسويقي	٣,٧٩	٠,٩٥	موافق	٧٥,٨%	٣
٥	استحدثت المؤسسة سياسات جديدة في مجال التعيين والمكافآت والحوافز	٣,٧٧	٠,٩٦	موافق	٧٥,٤%	٤

يتمحور مضمون الجدول أعلاه المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري لأراء عينة الدراسة

حول بعد الابتكار الإداري في الشركة المبحوثة، فكانت على الشكل التالي:

نتيجة إجابة العبارة رقم (١) وفقاً لأراء العينة المبحوثة كانت (موافق)، ونسبة مئوية (76.2%)، وبمتوسط حسابي (٣,٨١) وانحراف معياري (0.93)، أما مرتبتها من بين عبارات البُعد فكانت (2).

نتيجة إجابة العبارة رقم (٢) وفقاً لأراء العينة المبحوثة كانت (موافق)، ونسبة مئوية (٧٧,٦%)، وبمتوسط حسابي (٣,٨٨) وانحراف معياري (٠,٨٩)، أما مرتبتها من بين عبارات البُعد فكانت (١).

نتيجة إجابة العبارة رقم (٣) وفقاً لأراء العينة المبحوثة كانت (محايد)، ونسبة مئوية (٧٢,٨%)، وبمتوسط حسابي (٣,٦٤) وانحراف معياري (١,٠٥)، أما مرتبتها من بين عبارات البُعد فكانت (٥).

نتيجة إجابة العبارة رقم (٤) وفقاً لأراء العينة المبحوثة كانت (موافق)، ونسبة مئوية (٧٥,٨%)، وبمتوسط حسابي (٣,٧٩) وانحراف معياري (٠,٩٥)، أما مرتبتها من بين عبارات البُعد فكانت (٣).

نتيجة إجابة العبارة رقم (٥) وفقاً لأراء العينة المبحوثة كانت (موافق)، ونسبة مئوية (٧٥,٤%)، وبمتوسط حسابي (٣,٧٧) وانحراف معياري (٠,٩٦)، أما مرتبتها من بين عبارات البُعد فكانت (٤).

ثانياً: تحليل القدرة التنافسية وأبعادها

تخفيض التكلفة - جدول (٣) آراء عينة الدراسة حول بعد تخفيض التكلفة

الرقم	العبارات	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
١	تسعى المؤسسة بالاحتفاظ بالعناصر الكفوة لتخفيض من حجم التكاليف	٥	٢٩	٣٩	١٧٦	٥١
		1.7%	9.7%	13.0%	58.7%	17.0%
٢	تستفيد المؤسسة من اقتصاديات الحجم عند اقتناءها للمواد الأولية	٧	٥١	٤٥	١٥٥	٤٢
		2.3%	17.0%	15.0%	51.7%	14.0%
٣	تلجأ المؤسسة إلى السيطرة على سياسة التخزين باتباع سياسة لتخفيض التكاليف	٦	٢٢	٣٩	١٧٢	٦١
		2.0%	7.3%	13.0%	57.3%	20.3%
٤	تسعى المؤسسة إلى إنتاج خدماتها بأقل تكلفة للسيطرة على حصتها السوقية.	١	٦	٢٨	١٩٣	٧٢
		0.3%	2.0%	9.3%	64.3%	24.0%

يتمحور مضمون الجدول أعلاه تكرارات ونسب مئوية لآراء عينة الدراسة حول بعد تخفيض

التكلفة في الشركة المبحوثة، فكانت على الشكل التالي:

إنَّ تكرارات ونسب الإجابة للعبارة رقم (١) المتضمنة: تسعى المؤسسة بالاحتفاظ بالعناصر الكفوة لتخفيض من حجم التكاليف، كانت وفقاً لآراء العينة المبحوثة على الشكل الآتي: (٥) وبنسبه (١,٧%) غير موافق بشدة، و(٢٩) وبنسبة (٩,٧%) غير موافق، و(٣٩) وبنسبة (١٣%) محايد، و(١٧٦) وبنسبة (٥٨,٧%) موافق، و(٥١) وبنسبة (١٧%) موافق بشدة. إنَّ تكرارات ونسب الإجابة للعبارة رقم (٢) المتضمنة: تستفيد المؤسسة من اقتصاديات الحجم عند اقتناءها للمواد الأولية، كانت وفقاً لآراء العينة المبحوثة على الشكل الآتي: (٧) وبنسبة (٢,٣%) غير موافق بشدة، و(٥١) وبنسبة (١٧%) غير موافق، و(٤٥) وبنسبة (١٥%) محايد، و(١٥٥) وبنسبة (٥١,٧%) موافق، و(٤٢) وبنسبة (١٤%) موافق بشدة.

إنَّ تكرارات ونسب الإجابة للعبارة رقم (٣) المتضمنة: تلجأ المؤسسة إلى السيطرة على سياسة التخزين باتباع سياسة لتخفيض التكاليف، كانت وفقاً لآراء العينة المبحوثة على الشكل الآتي: (٦) وبنسبة (٢%) غير موافق بشدة، و(٢٢) وبنسبة (٧,٣%) غير موافق، و(٣٩) وبنسبة (١٣%) محايد، و(١٧٢) وبنسبة (٥٧,٣%) موافق، و(٦١) وبنسبة (٢٠,٣%) موافق بشدة. إنَّ تكرارات ونسب الإجابة للعبارة رقم (٤) المتضمنة: تسعى المؤسسة إلى إنتاج خدماتها بأقل تكلفه للسيطرة على حصتها السوقية، كانت وفقاً لآراء العينة المبحوثة على الشكل الآتي: (١) وبنسبة (٠,٣%) غير موافق بشدة، و(٦) وبنسبة (٢%) غير موافق، و(٢٨) وبنسبة (٩,٣%) محايد، و(١٩٣) وبنسبة (٦٤,٣%) موافق، و(٧٢) وبنسبة (٢٤%) موافق بشدة.

جدول (٤) متوسطات والانحراف لأراء عينه الدراسة حول بعد تخفيض التكلفة

الرقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نتيجة الإجابة على العبارة	النسبة المئوية للإجابة	المرتبة
١	تسعى المؤسسة بالاحتفاظ بالعناصر الكفوة لتخفيض من حجم التكاليف	٣,٧٩	٠,٨	موافق	٧٥%	٣
٢	تستفيد المؤسسة من اقتصاديات الحجم عند اقتناءها للمواد الأولية	٣,٥٨	١	محايد	٧١,٦%	٤
٣	تلجأ المؤسسة إلى السيطرة على سياسة التخزين باتباع سياسة لتخفيض التكاليف	٣,٨٦	٠,٨	موافق	٧٧,٢%	٢
٤	تسعى المؤسسة إلى إنتاج خدماتها بأقل تكلفة للسيطرة على حصتها السوقية.	٤,٠٩	٠,٦	موافق	٨١,٨%	١

يتمحور مضمون الجدول في الأعلى المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري لأراء عينه الدراسة حول بعد تخفيض التكلفة في الشركة المبحوثة، فكانت على الشكل التالي:

نتيجة إجابة العبارة رقم (١) وفقاً لأراء العينة المبحوثة كانت (موافق)، وبنسبة مئوية (٧٥%)، وبمتوسط حسابي (٣,٧٩) وانحراف معياري (٠,٨)، أما مرتبتها من بين عبارات البعد فكانت (٣). نتيجة إجابة العبارة رقم (٢) وفقاً لأراء العينة المبحوثة كانت (محايد)، وبنسبة مئوية (٧١,٦%)، وبمتوسط حسابي (٣,٥٨) وانحراف معياري (١)، أما مرتبتها من بين عبارات البعد فكانت (٤). نتيجة إجابة العبارة رقم (٣) وفقاً لأراء العينة المبحوثة كانت (موافق)، وبنسبة مئوية (٧٧,٢%)، وبمتوسط حسابي (٣,٨٦) وانحراف معياري (٠,٨)، أما مرتبتها من بين عبارات البعد فكانت (٢). نتيجة إجابة العبارة رقم (٤) وفقاً لأراء العينة المبحوثة كانت (موافق)، وبنسبة مئوية (٨١,٨%)، وبمتوسط حسابي (٤,٠٩) وانحراف معياري (٠,٦)، أما مرتبتها من بين عبارات البعد فكانت (١).

اختبار الفرضيات

اختبار الفرضية الرئيسة: يوجد أثر للابتكار في تعزيز القدرة التنافسية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم العاملة في محافظة بابل العراقية.

جدول (٥): نتائج اختبار تحليل الانحدار المتعدد للابتكار وتعزيز الميزة التنافسية

المتغير التابع	(R) معامل الارتباط	(R ²) معامل التحديد	F	F SIG مستوى الدلالة	البعد	Beta	الخطأ المعياري	T	SIG مستوى الدلالة
الميزة التنافسية	٠,٦٣٤	٠,٤٦٢	٢٢,١٢٦	٠,٠٠٠	تخفيض التكلفة	٠,١٥٦	٠,٠٥٧	٣,٣٤٢	*٠,٠٠٦
					تحسين	٠,١٣٥	٠,٠٤٣	٢,٨٢٠	*٠,٠١٥

				جودة العمل					
				مرونة العمل					
				توقيت التسليم					
٠,٠٢٣*	٢,٥١٢	٠,٠٥١	٠,١١٥						
٠,٠١٤*	٢,٢٣٤	٠,٠٤٢	٠,١٣٢						

*يكون التأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)

يتضح من الجدول أعلاه إلى وجود أثر للابتكار في تعزيز القدرة التنافسية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم العاملة في محافظة بابل العراقية، إذ بلغ معامل الارتباط المتعدد (R) (٠,٦٣)، مما يشير إلى وجود علاقة إيجابية بين الابتكار وتعزيز القدرة التنافسية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم العاملة في محافظة بابل العراقية، أما معامل التحديد (R^2) ففسر ما نسبته (٠,٤٦) من التباين في المتغير التابع، أي أن ما قيمته (٤٦,٠%) من التغيرات في بناء منظمات الأداء العالي ناتجة عن التغير في إدارة المعرفة، ويؤكد معنوية هذا الأثر قيمة (F) المحسوبة والبالغة (٢٢,١٢٦) وبمستوى دلالة (٠,٠٠٠) وهي دالة عند مستوى معنوية (٠,٠٥)، وبناء على ما سبق من تحليل فإنه نقبل الفرضية التي تنص على:

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للابتكار بأبعاده (الابتكار الإداري، الابتكار التقني، الابتكار الإضافي) على تعزيز القدرة التنافسية (تخفيض التكلفة، تحسين جودة العمل، مرونة العمل، توقيت التسليم) في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم العاملة في محافظة بابل العراقية.

يوجد أثر للابتكار في تخفيض التكلفة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم العاملة في محافظة بابل العراقية.

جدول (٦) اختبار الفرضية الفرعية الأولى

Model Summary							
Std. Error of the Estimate		Adjusted R Square		R Square		R	Model
.8538		.218		.220		.469 ^a	1
ANOVA ^a							
Sig.	F	Mean Square	df	Sum of Squares	Model		
.000 ^b	84.180	61.362	1	61.362	Regression	1	
		.729	298	217.224	Residual		
			299	278.587	Total		
Coefficients ^a							
Sig.	T	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients		Model		
		Beta	Std. Error	B			
.000	9.843		.201	1.982	(Constant)		1

المتغير التابع	.472	.051	.469	9.175	.000
----------------	------	------	------	-------	------

*يكون التأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)

يتضح من البيانات الواردة في الجدول أعلاه وجود أثر للابتكار في تخفيض التكلفة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم العاملة في محافظة بابل العراقية، إذ بلغ معامل الارتباط المتعدد (R) (0.472)، مما يشير إلى وجود علاقة إيجابية بين الابتكار وتخفيض التكلفة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم العاملة في محافظة بابل العراقية، أما معامل التحديد (R^2) ففسر ما نسبته (0.22) من التباين في المتغير التابع، أي أن ما قيمته (22%) من التغيرات في الابتكار عن التغير في تخفيض التكلفة، ويؤكد معنوية ذلك الأثر قيمة (F) المحسوبة والبالغة (84.180) وبمستوى دلالة (0.000) وهي دالة عند مستوى معنوية (0.05)، وبذلك نقبل الفرضية التي تنص على أنها: يوجد أثر للابتكار في تخفيض التكلفة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم العاملة في محافظة بابل العراقية. يوجد أثر للابتكار في تحسين جودة المنتج عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم العاملة في محافظة بابل العراقية.

جدول (٧) اختبار الفرضية الفرعية الثانية

Model Summary							
Std. Error of the Estimate		Adjusted R Square		R Square		R	Model
.8373		.247		.250		.500 ^a	
ANOVA ^a							
Sig.		F	Mean Square	df	Sum of Squares	Model	
.000 ^b		99.330	69.645	1	69.645	Regression	1
			.701	298	208.942	Residual	
				299	278.587	Total	
Coefficients ^a							
Sig.	T	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients		Model		
		Beta	Std. Error	B			
.000	8.658		.206	1.781	(Constant)		1
.000	9.966	.500	.052	.514	المتغير التابع		

*يكون التأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)

يتضح من البيانات الواردة في الجدول أعلاه وجود أثر للابتكار في تحسين جودة المنتج عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم العاملة في محافظة بابل العراقية، إذ بلغ معامل الارتباط المتعدد (R) (0.500)، مما يشير إلى وجود علاقة إيجابية بين الابتكار وتحسين جودة المنتج عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم العاملة في محافظة بابل العراقية، أما معامل التحديد (R^2) ففسر ما نسبته (25%) من التباين

في المتغير التابع، أي أن ما قيمته (٢٥%) من التغيرات في الابتكار عن التغير في تحسين جودة المنتج ، ويؤكد معنوية ذلك الأثر قيمة (F) المحسوبة والبالغة (٩٩,٣٣٠) وبمستوى دلالة (٠,٠٠٠) وهي دالة عند مستوى معنوية (٠,٠٥)، وبذلك نقبل الفرضية التي تنص على أنه: يوجد أثر للابتكار في تحسين جودة المنتج عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم العاملة في محافظة بابل العراقية

يوجد أثر للابتكار في مرونة العمل عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم العاملة في محافظة بابل العراقية.

جدول (٨) اختبار الفرضية الفرعية الثالثة

Model Summary							
Std. Error of the Estimate		Adjusted R Square		R Square		R	Model
.8989		.133		.136		.368 ^a	1
ANOVA ^a							
Sig.		F	Mean Square	Df	Sum of Squares	Model	
.000 ^b		46.753	37.780	1	37.780	Regression	1
			.808	298	240.807	Residual	
				299	278.587	Total	
Coefficients ^a							
Sig.	t	Standardized	Unstandardized Coefficients		Model		
		Coefficients	Std. Error	B			
.000	11.163		.212	2.367	(Constant)		
.000	6.838	.368	.055	.378	المتغير التابع		

*يكون التأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)

يُتضح من البيانات الواردة في الجدول أعلاه وجود أثر للابتكار في مرونة العمل عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم العاملة في محافظة بابل العراقية، إذ بلغ معامل الارتباط المتعدد (R) (٠,٣٦٩)، مما يشير إلى وجود علاقة إيجابية بين الابتكار ومرونة العمل عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم العاملة في محافظة بابل العراقية ، أما معامل التحديد (R^2) ففسر ما نسبته (٠,١٣٦) من التباين في المتغير التابع، أي أن ما قيمته (١٣,٦%) من التغيرات في الابتكار عن التغير في مرونة العمل، ويؤكد معنوية ذلك الأثر قيمة (F) المحسوبة والبالغة (٤٦,٧٥٣) وبمستوى دلالة (٠,٠٠٠) وهي دالة عند مستوى معنوية (٠,٠٥)، وبذلك نقبل الفرضية التي تنص على أنه: يوجد أثر للابتكار في مرونة العمل عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم العاملة في محافظة بابل العراقية.

يوجد أثر للابتكار في توقيت التسليم عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم العاملة في محافظة بابل العراقية.

جدول (٩) اختبار الفرضية الفرعية الرابعة

Model Summary												
Std. Error of the Estimate		Adjusted R Square		R Square		R		Model				
.9053		.120		.123		.351 ^a		1				
ANOVA ^a												
Sig.		F		Mean Square		df		Sum of Squares		Model		
.000 ^b		41.933		34.366		1		34.366		Regression		1
				.820		298		244.221		Residual		
						299		278.587		Total		
Coefficients ^a												
Sig.		t		Standardized Coefficients		Unstandardized Coefficients		Model				
				Beta		Std. Error						B
.000		7.965				.264		2.100		(Constant)		1
.000		6.476		.351		.067		.432		المتغير التابع		

*يكون التأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)

يتضح من البيانات الواردة في الجدول أعلاه وجود أثر للابتكار في توقيت التسليم عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم العاملة في محافظة بابل العراقية، إذ بلغ معامل الارتباط المتعدد (R) (٠,٣٥١)، مما يشير إلى وجود علاقة إيجابية بين الابتكار و توقيت التسليم عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم العاملة في محافظة بابل العراقية، أما معامل التحديد (R^2) ففسر ما نسبته (٠,١٢٣) من التباين في المتغير التابع، أي أن ما قيمته (١٢,٣%) من التغيرات في الابتكار عن التغير في توقيت التسليم، ويؤكد معنوية ذلك الأثر قيمة (F) المحسوبة والبالغة (٤١,٩٣٣) وبمستوى دلالة (٠,٠٠٠) وهي دالة عند مستوى معنوية (٠,٠٥)، وبذلك نقبل الفرضية التي تنص على أنه: يوجد أثر للابتكار في توقيت التسليم عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم العاملة في محافظة بابل العراقية.

الفصل الرابع – الاستنتاجات والتوصيات

أولاً: الاستنتاجات

(١) إن الابتكار يمكن تحقيقه من خلال توفير مجموعة من المتطلبات، ويمكن لأي مؤسسة أن توفر هذه المتطلبات إذا أردت ذلك.

٢) إن الابتكار في الغالب لا يتطلب تكنولوجيا جديدة لتحقيقه بقدر ما يتطلب الأفكار جديدة أو غير مألوفة.

٣) إن الابتكار يحقق قدرة تنافسية للمؤسسة وفيما يتعلق بكونها مستدامة أو مؤقتة فإن ذلك يبقى بحسب درجة كثافة الابتكار.

٤) إن المنتج المبتكر (الجديد) ليس بالضرورة أن يكون منتج معقد ناتج عن ابتكار تكنولوجي، وإنما يكون منتجاً بسيطاً لكن وراءه فكرة مبتكرة.

٥) 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 لحاجات كامنة وإيجاد استخدامات جديدة للمنتج الحالي.

٦) إن الابتكار هو مفتاح البقاء للمؤسسة في ظل الظروف المتغيرة التي تميز بيئة الأعمال من خلال قدرته على تكيف المنتج ليتلاءم مع التغيرات الجديدة التي حدثت لحاجات ورغبات الزبائن بفعل المنافسين، من خلال سماحه للمؤسسة من القيام بتحسينات 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.

وفيما يتعلق بالمؤسسة محل الدراسة توصلنا إلى بعض النتائج فيما يتعلق بواقع الابتكار لديها من خلال عدم وجود بعض المتطلبات الخاصة بتنمية الابتكار داخلها وأهمها:

أ. أن المؤسسة ليس لديها مصلحة ابتكار بالمعنى الفعلي بالإضافة إلى عدم وجود أفراد متخصصين في مجال الابتكار، مما يعني عدم وجود الركيزة الأساسية لقيام الابتكار سواء في مجال المنتجات أو في أي مجال آخر من مجالات التسويقية.

ب. أن المؤسسة لا تطبق كل الأساليب الابتكارية التي تم التطرق إليها في الدراسة النظرية، كما أن اعتمادها على أطراف خارجيين من أجل القيام بالتخطيط لمنتجاتها الجديدة أدى إلى تقويض قدرتها على قيام عملية الابتكار داخلها من خلال التعلم، وهو الذي لا يمكن تحقيقه من خلال أطراف خارجيين.

ثانياً: التوصيات - بناءاً على ما تقدم ذكره في النتائج توصلنا إلى وضع التوصيات والحلول التي من الممكن أن تساعد المؤسسة في إيجاد عملية الابتكار حقيقي داخلها لتعزيز قدرتها التنافسية، وتتمثل فيما يلي:

(١) إيجاد قسم خاص بالابتكار داخل المؤسسة يأخذ على عاتقه مسؤولية تطوير وابتكار منتجات جديدة ويعمل به أفراد من ذوي التخصصات العالية في مجال التسويق وتتنوفر لديهم سمات الأفراد المبدعين.

(٢) يجب على المؤسسة إيجاد توازن في درجة اعتمادها على أطراف خارجيين فيما يتعلق ببرامج المنتجات الجديدة.

(٣) خلق وإيجاد نوع من الاهتمام المشترك بين مختلف مصالح المؤسسة تجاه مشروعات ذات العلاقة بالابتكار خاصة تلك التي تهتم بالتوصل إلى منتج جديد.

(٤) إنشاء نظام للحوافز والمكافآت خاص بالأفراد الذين يساهمون في العملية الابتكارية من أجل تحفيز العاملين لديها بالابتكار.

(٥) وضع صندوق للأفكار يمكن جمع عمّال المؤسسة المساهمة فيه، على أساس أن كل ابتكار يبدأ بفكرة.

(٦) تكوين لجنة من أفراد يمثلون مختلف مصالح المؤسسة تهتم بدراسة ومتابعة مختلف مشاريع الابتكارية.

المصادر والمراجع

(١) الحناوي، شادلي سيادة (٢٠١٥)، محاولة قياس تأثير عوامل الابداع التكنولوجي على الإنتاجية في المؤسسة الاقتصادية، رسالة ماجستير، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم - مستغانم.

(٢) خنيط، خديجة، (٢٠١٦)، دور الإبداع في تحسين تنافسيه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر: دراسة ميدانية على عينه من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مجلة معارف عليّة محمة للعلوم الاقتصادية، الإصدار العاشر، العدد ٢٠.

(٣) الربيعي، نازك نجم عبود، (٢٠١٣)، دور راس المال الفكري في تحقيق القدرة التنافسية لمنظمات الاعمال (استقصاء نظري)، مجلة الكوت للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد ١، العدد ١٢.

(٤) رياض بن غبريد (٢٠١٩)، الإبداع والابتكار كمدخل لمساهمة الكفاءات في استدامة الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية "nca Rouiba" دراسة حالة، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، العدد ١٢.

- ٥) سليم بطرس جلدة، ريد سمير عوي، (٢٠٠٦)، إدارة الإبداع والابتكار، ط١، دار كتور المعرفة للنشر والتوزيع، الأردن.
- ٦) عطا الله، عادل سلطاني، (٢٠١٨)، دور الابتكار في تعزيز الميزة التنافسية لمصرف أبو ظبي الإسلامي، جامعة محمد خضير بسكرة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، أبحاث اقتصادية وإدارية، العدد الرابع والعشرون
- ٧) عمر، بوسلامي (٢٠١٣)، دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية دراسة حالة مجمع صيدال، رسالة ماجستير، جامعة سطيف، الجزائر.
- ٨) غياط، شريف & بوقوم، محمد (٢٠٠٩)، حاضنات الاعمال التكنولوجية ودورها في تطوير الابداع والابتكار بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، حالة الجزائر، مجلة الابحاث الاقتصادية والادارية، العدد السادس، جامعة قالمة.
- ٩) قداري، باسيدي، (٢٠٢٠)، دور الابتكار التكنولوجي في تحقيق الميزة التنافسية لدى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة دراسة حالة مجمع الهامل بأدار، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة احمد، الجزائر.
- ١٠) كورتل، نجاه، (٢٠٠٢)، تسيير الموارد التكنولوجية وتطوير سياسية الإبداع التكنولوجي في المؤسسة، رسالة ماجستير، جامعة قسنطينة، الجزائر.
- ١١) محمد، أحمد محمود، (٢٠١٣)، أثر اقتصاد المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية للاقتصاديات العربية، المؤتمر العلمي الخامس، كلية التجارة، جامعة الإسكندرية، مصر.
- ١٢) نور الدين، مدوري، (٢٠١٦)، الابتكار المؤسساتي ودوره في تفعيل المؤسسة الوطنية دراسة استطلاعية لآراء عينة من إطارات وموظفين مؤسسة موبليس، رسالة ماجستير، جامعة وهران، الجزائر.