

مساهمة الإبداع التكنولوجي في تحقيق ميزة تنافسية مستدامة لمنظمات الأعمال-

دراسة حالة المؤسسة الوطنية للصناعة الكهرومنزلية ENIE

**The Contribution of innovation technology To Achieve a Sustainable Competitive Advantage in Business Companies**

**- case study ENIE Company**

د. محمد فلاق الطالب ناصر طهار

كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علم التسيير

جامعة الشلف

تاريخ الاستلام : 2018/04/30 تاريخ النشر : 2018/12/30

#### الملخص:

تهدف الدراسة الحالية لتحديد أثر الإبداع التكنولوجي في تحقيق ميزة تنافسية مستدامة لمنظمات. وذلك بالتطبيق على مؤسسة ENIE كوحدة للمعاينة، ولقد تم اختيار عينة ميسرة مكونة من 35 مفردة، بعد جمع البيانات وتحليلها توصلت الدراسة إلى أن وجود أثر للإبداع التكنولوجي (المنتج والعمليات) على الميزة التنافسية المستدامة لمنظمات الأعمال. **الكلمات المفتاحية:** الإبداع التكنولوجي - الميزة التنافسية المستدامة - المؤسسة الوطنية للصناعة الكهرومنزلية

#### Abstract:

The aims of this study is determined the effect of Innovation Technology on Sustainable Competitive Advantage, by application on ENIE company as a case study. Accordingly, we distributed 35 questionnaires; the analysis of collected data concluded that have an effect of Innovation Technology on Sustainable Competitive Advantage.

**Key words:** Innovation Technology- Sustainable Competitive Advantage - ENIE

#### Résumé :

L'objectif de de cette étude est déterminés l'effet de l'innovation technologique sur l'avantage concurrentiel durable, en appliquant l'entreprise ENIE. En conséquence, nous avons distribué 35 questionnaires ; l'analyse des données recueillies conclues qui ont un effet de l'innovation technologique sur l'avantage concurrentiel durable.

**Mots-clés:** l'innovation technologique - l'avantage concurrentiel durable - ENIE

**تمهيد:** تشهد البيئة التنافسية لمنظمات الأعمال تحولات عميقة وتغيرات سريعة الإيقاع، وذلك كنتيجة للتغيرات التقنية والتكنولوجية المتسارعة، حيث أصبحت ديناميكية السوق تشكل تهديدا للخروج من المنافسة، وفي ظل هذه التحديات أصبح لزاما على منظمات الأعمال الرغبة في البقاء والنمو البحث عن مصادر تمكنها من مواجهة هذا التهديد وكسب ميزة تنافسية مستدامة تضمن بقائها واستمرارها، وهذا بالنظر إلى بقاء هذه المنظمات مرهونا بمدى اكتسابها لمزايا تنافسية صعبة التقليد من جهة ومن جهة أخرى ذات دورة حياة طويلة، وعلى هذا الأساس ظهرت التكنولوجيا بشكل عام والإبداع التكنولوجي بشكل خاص كأحد أهم العوامل المؤثرة في الوضعية التنافسية لمنظمات الأعمال والمحقة للنجاح والتفوق الاستراتيجي، حيث تسطيع من خلاله منظمات الأعمال أن تخرج من هذه التعقيدات والاضطرابات الموجودة في المحيط التنافسي.

تأسيسا على ما سبق تكمن مشكلة الدراسة الحالية في تحديد مدى مساهمة الإبداع التكنولوجي في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة الوطنية للصناعات الكهرومنزلية في ظل المنافسة الشديدة التي يشهدها هيكل منافستها، وعليه فإن المشكلة التي تعالجها هذه الدراسة يمكن صياغتها في السؤال الرئيسي التالي:

**كيفي مكن لمؤسسة الصناعات الكهرومنزلية أن تحقق مزايا تنافسية مستدامة من خلال**

**اعتمادها على استراتيجية الإبداع التكنولوجي ؟**

**أهمية الدراسة:** تستمد الدراسة الحالية أهميتها من الناحية العلمية في كونها تعالج موضوعا استراتيجيا يعتبر من موضوعات الساعة، وبالتالي فمن المنتظر أن تسهم هذه الدراسة في توسيع المعارف وزيادة الرصيد العلمي لأدبيات الموضوع محل الدراسة. أما من الناحية العملية فتتمثل أهمية الدراسة في الاستفادة التطبيقية من النتائج المتحصل عليها، وذلك من خلال تقديم اقتراحات وتوصيات لمؤسسة ENIE والتي من شأنها أن تسهم في تبني نموذج الإبداع التكنولوجي بما يمكنها من تحقيق ميزة تنافسية مستدامة.

**أهداف الدراسة:** تهدف الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف يمكن توضيحها في النقاط التالية:

- تقييم مستوى الإبداع التكنولوجي بمؤسسة الصناعات الكهرومنزلية؛
- تسليط الضوء على مستوى الميزة التنافسية التي حققتها مؤسسة الصناعات الكهرومنزلية؛
- توضيح طبيعة التأثير بين تطبيق الإبداع التكنولوجي ومدى إدامة الميزة التنافسية لدى مؤسسة الصناعات الكهرومنزلية؛
- تقديم بعض الاقتراحات والتوصيات والتي من شأنها أن تساهم في تحسين أداء مؤسسة الصناعات الكهرومنزلية واكسابها لميزة تنافسية مستدامة .

**أولا: الإطار النظري والدراسات السابقة:**

### 1- الإطار النظري:

**1-1 مفهوم الإبداع التكنولوجي:** يعني الإبداع بمعناه الواسع إيجاد الحلول الجديدة للأفكار والمشكلات والمناهج<sup>1</sup> كما يمكن تعريف الإبداع بأنه أفكار جديدة ومفيدة ومتصلة بحل مشكلات معينة أو تجميع وإعادة تركيب الأنماط المعروفة من المعرفة في أشكال فريدة، ولا يقتصر الإبداع على الجانب التكنيكي لأنه لا يشمل تطوير السلع والعمليات المتعلقة بها

<sup>1</sup> ربحي كريمة وسرير الحرتسي حياة، ثقافة الإبداع كمدخل لتحقيق التميز، مجلة " الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات" العدد الخامس (بدون سنة نشر)، ص 8-9



التنافسو التيتمربطهامعالبيئته،منخلالالمنتجاتالتي

تقدمهاالشركهالتيبتتوافقمعاجاتوقدرالاشترى.<sup>1</sup>

يمكن النظر إلى الميزة التنافسية المستدامة بوصفها مخرجات لحالة التنافسية التي تمارسها منظمات الأعمال فيها أعمالها والتي يمكن أن تقودها إلى تحقيق الميزة التنافسية، انطلاقاً من ذلك تحاول منظمات الأعمال جاهدة استدامة هذه المزايا التنافسية<sup>2</sup> كما تعبر الميزة التنافسية عن ذلك المفهوم الاستراتيجي الذي يعكس الوضعية التنافسية النسبية الجيدة المستمر لمؤسسة ما زاء

منافسيها، بحيث يتجلى في شكل تقديم منتجات ذات خصائص متفردة ويكون معها العميل مستعداً للدفع أكثر، أو تقديم منتجات

تلقاها عن منتجات المنافسين بأسعار أقل، وبهذا المعنى يعتبر تطوير الميزة التنافسية هدفاً استراتيجياً تسعد منظمات

من خلال الأداء المتميز للموارد الداخلية والكفاءة الاستراتيجية ذات المعرفة الكاملة، ضمن مختلف الأنظمة

الاستراتيجية، أنشطته وعمليات المؤسسة بما يؤدى إلى تخفيض التكاليف، تحسين الجودة، زيادة السوق وتعد

السياق المديالى ربحية على المدى الطويل. وفي ذات السياق

تعد الميزة التنافسية المستدامة نموذجاً متطوراً للميزة التنافسية التي تستهدف فهم المنظمة الأعمال في السوق وقلائها تحتوي على العناصر التي تضمن استمراريتها الاحتفاظ بهذه الميزة أطول مدة ممكنة<sup>3</sup> وقد عرف

فلاق (2014) الميزة التنافسية المستدامة بأنها "مجموعة من العمليات

والأنشطة المهنية المتكاملة التي تمتلكها منظمة الأعمال، وتُعد منهاجاً علمياً لتقديم قيمة أكبر للزبائن، كما تُساعد على تحقيق التفوق على المنافسين من خلال امتلاك المنظمة للموارد المستدامة

التي يصعب تقليدها من قبل المنافسين وتحقيق التفوق وتحقيق التفوق وتحقيق التفوق وتحقيق التفوق<sup>4</sup>

1-2-1 أبعاد الميزة التنافسية المستدامة: يمكن حصر أبعاد الميزة التنافسية فيما يلي:

1-1-2-1 التكلفة الأقل: إن عملية خفض التكلفة تعد من الماهام الأساسية في منظمات الأعمال والتي تؤثر بشكل رئيسي في مستو بالإيرادات التي تحققها تلك المنظمات، وفي ذات السياق تعرف

خفض التكلفة بأنها "تحقيق وفور تحقيقه مستمرة في كلفة الوحدة

من البضاعة المصنوعة أو الخدمة المقدمة دون التأثير على ملامتها للاستخدام المطلوب"<sup>5</sup>؛

<sup>1</sup> عمر بوسلامي، دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية - دراسة حالة مجمع صيدال-وحدة الدار البيضاء- الجزائر العاصمة، رسالة ماجستير في علوم التسويق، جامعة سطيف 01، الجزائر، 2013، ص14.

<sup>2</sup> معن وعاد الله المعاضبي، إدارة المخاطر الاستراتيجية المسببة لفقدان المنظمة للمزايا التنافسية المستدامة الآليات والمعالجات : دراسة نظرية تحليلية، المؤتمر العلمي السابع بعنوان: إدارة المخاطر واقتصاد المعرفة، جامعة الزيتونة، الأردن. أيام 16-18 نيسان 2007، ص7

<sup>3</sup> محمد فلاق، مساهمة المسؤولية الاجتماعية في تحقيق ميزة تنافسية مستدامة في منظمات الأعمال "دراسة ميدانية في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية الحاصلة على شهادة الإيزو 9000"، أطروحة دكتوراه غير منشور في علوم التسويق، جامعة حسين بن علي - الشلف، 2014، ص181

<sup>4</sup> المرجع السابق، ص183

<sup>5</sup> المرجع السابق، ص198

**1-2-1-2-1 تعريف الاستجابة:** لتحقيق هذا العامل ينبغي على المؤسسة أن تكون قادرة على مهامها بشكل أفضل من المنافسين في تحديد واشباع احتياجات عملائها لذلك بأقل جهد ووقت ممكن<sup>2</sup>؛

**1-2-1-3-1 تعريف الجودة:** إن المنتجات ذات الجودة هي السلع والخدمات التي يمكن الاعتماد عليها والثقة بها لإنجاز الوظائف المصممة لأدائها، حيث يعتبر تأثير الجودة العالية للمنتج على المزايا التنافسية تأثيراً مضاعفاً وهذا باعتبار أن توفير المنتجات بجودة عالية يزيد من قيمة هذه المنتجات في أعين المستهلكين وهذا المفهوم المدعم للقيمة يؤدي بدوره إلى السماح للمؤسسة بفرض سعر أعلى لمنتجاتها، دون أن ننسى أن المنتجات عالية الجودة تؤدي إلى خفض التكلفة<sup>3</sup>

**1-2-1-4-1 تعريف السمعة:** تم تعريف السمعة بأنها تقييم الجمهور لقدرة المنظمة على تلبية احتياجاتهم، كما تمثلاً لظهور السمعة على أفعالها، سياساتها وأنظمتها، وكلما كان إيهامياً جابياً حرسوا على استمرار العلاقة وتديمها، وقدير تبطن المنظمة سمعة معينة تبرز في أذهان المتعاملين تتحصل من خلال علمية تنافسية مستدامة<sup>4</sup>.

## 2- الدراسات السابقة:

**1-2-1-دراسة ن بريك و بين التركي (2010)** بعنوان " مساهمة الإبداع التكنولوجي في تدعيم المركز التنافسي للمنظمة " :حيث هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على كيف يمكن للإبداع التكنولوجي -كأهم عامل ضمن البيئة التكنولوجية المحيطة- أن يساهم في تدعيم المركز التنافسي للمنظمة، وذلك من خلال الضوء على آثار الإبداع التكنولوجي على الاستراتيجيات التنافسية المتمثلة في (استراتيجية السيطرة بالتكاليف، استراتيجية التركيز واستراتيجية التميز)، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها أن الإبداع التكنولوجي يساهم في تحسين الجودة يظهر دور الإبداع التكنولوجي في محاولة تحقيق كل المعايير باستخدام المعارف العلمية والتقنية في الإنتاج، كما توصلت الدراسة إلى أن الإبداع التكنولوجي يساهم في انخفاض تكاليف النقل والاتصالات.

**2-2-دراسة محمد قريشي (2014)** بعنوان " التغيير التكنولوجي وأثره على أداء المؤسسات الاقتصادية - من منظور بطاقة الأداء المتوازن دراسة حالة مؤسسة صناعة الكوابل - فرع جنرال كابل - بسكرة " :حيث هدفت هذه الدراسة إلى تحديد مستوى التغيير التكنولوجي الحاصل بمؤسسة صناعة الكوابل ممثلاً ببعدين أساسيين هما: الإبداع التكنولوجي -استخدم الباحث مصطلح الابتكار التكنولوجي- وقد تضمن هذا البعد بعدين فرعيين تمثلاً في الإبداع التكنولوجي في المنتج والإبداع التكنولوجي في العمليات أما البعد الثاني فتمثل في تكنولوجيا المعلومات وأثر ذلك على مستوى أدائها وقد قام الباحث بتوزيع استبانة على عينة مكونة من 250 مفردة، وبعد استخدام جملة من أساليب التحليل الإحصائي توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: وجود أثر ذو دلالة

<sup>1</sup> شارلز هل وجاريت جونز، الإدارة الاستراتيجية مدخل متكامل، ترجمة: محمد رفاعي وأحمد عبر المتعال، الرياض المملكة العربية السعودية: دار المريخ للنشر والتوزيع، 2001، ص 202

<sup>2</sup> محمد فلاح، مرجع سبق ذكره، ص 202

<sup>3</sup> شارلز هل وجاريت جونز، مرجع سبق ذكره، ص 200، بتصرف

<sup>4</sup> محمد فلاح، مرجع سبق ذكره، ص 212

احصائية لكل من الابداع التكنولوجي في المنتج والابداع التكنولوجي في العمليات على أداء المؤسسة عند مستوى معنوية الدراسة والمتمثل في 0.05

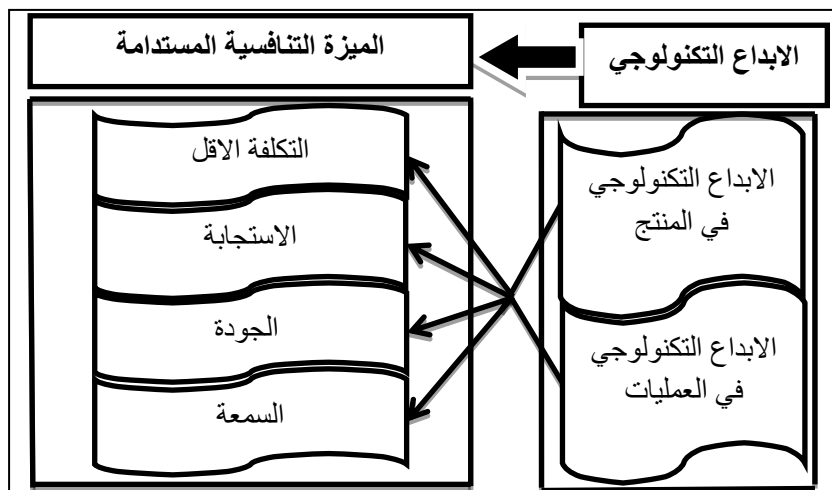
**3-2 دراسة Kalay و Gary (2015) بعنوان "THE IMPACT OF STRATEGIC INNOVATION MANAGEMENT PRACTICES ON FIRM INNOVATION PERFORMANCE"**: حيث هدفت الدراسة الى التحقق من اثار الممارسات الاستراتيجية لإدارة الابداع بالمؤسسة والمتمثلة في (استراتيجية الابداع، استراتيجية الهيكل التنظيمي، ثقافة الابداع بالإضافة الى القدرات التكنولوجية فضلا عن العلاقة مع الموردين والمستهلكين) على الاداء الابداعي، ومن خلال توزيع استبانة على 166 مدير ب 66 شركة عاملة في السوق التركي، توصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج اهمها: إناداء المنظمة الابداعي يتأثر بشكل معنوي باستراتيجية الابداع في حين توصلت الدراسة الى عدم وجود علاقة معنوية بين القدرات التكنولوجية للمؤسسة مع الاداء الابداعي لها.

**4-2 دراسة Kikula و Ndesaulwa (2016) بعنوان "The Impact of Innovation on Performance of Small and Medium Enterprises (SMEs) in Tanzania: Empirical Evidence Review"** حيث هدفت هذه الدراسة الى استعراض اهم الدراسات الامبيريقية (الافريقية والتزانية) التي تناولت طبيعة العلاقة بين الابداع التكنولوجي والاداء المؤسسي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وذلك من خلال اعتماد اسلوب المسح البيوغرافي، وبعد الاطلاع على مجموعة من نتائج الدراسات التي تم تجميعها توصلت الدراسة الى ان جانب من العلاقة بين الابداع التكنولوجي والاداء ليزال غير مستكشف وان جميع الدراسات التي تم تجميعها اجمعت على نتيجة واحدة وهي وجود تأثير للإبداع التكنولوجي على اداء المؤسسة.

#### ثانيا: تصميم الدراسة

1- **أنموذج الدراسة:** في ضوء ما تم الاطلاع عليه من دراسات تمت الاشارة اليها سابقا قام الباحثان بإعداد أنموذج الدراسة في الشكل رقم (1) من خلال الشكل رقم (1) فإن الدراسة الحالية تقوم على اساس اختبار العلاقة السببية بين ابعاد الابداع التكنولوجي في صورة المتغير المستقل (ممثلة ببعد المنتج وبعد العمليات) وابعاد الميزة التنافسية المستدامة والمتمثلة في (التكلفة الاقل، الاستجابة، الجودة والسمعة)، كما ستقوم الدراسة أيضا بتحديد أكثر الابعاد المشكلة الميزة التنافسية المستدامة تأثرا من الابداع التكنولوجي للمؤسسة الوطنية للصناعات الكهرومنزلية، وتجدر الاشارة الى انه قد تم قياس متغير الابداع التكنولوجي من خلال ستة (08) فقرات، أما متغير الميزة التنافسية المستدامة فقد تم قياسه من خلال ستة عشرة فقرة (16).

الشكل رقم (1): أنموذج الدراسة



المصدر: من اعداد الباحثان بناء على الدراسات السابقة

## 2- فرضيات الدراسة:

- **الفرضية الرئيسية الاولى:** توجد علاقة معنوية ذات دلالة احصائية عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين الابداع التكنولوجي في المنتج لمؤسسة ENIE وبناء الميزة التنافسية المستدامة. وتجدر الاشارة الى أن هذه الفرضية تنفرع الى اربعة فرضيات فرعية تتمثل في:

**الفرضية الفرعية الأولى:** توجد علاقة معنوية ذات دلالة احصائية عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين الابداع التكنولوجي في المنتج لمؤسسة ENIE و بناء ميزة التكلفة الاقل.

**الفرضية الفرعية الثانية:** توجد علاقة معنوية ذات دلالة احصائية عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين الابداع التكنولوجي في المنتج لمؤسسة ENIE وبعد الاستجابة.

**الفرضية الفرعية الثالثة:** توجد علاقة معنوية ذات دلالة احصائية عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين الابداع التكنولوجي في المنتج لمؤسسة ENIE وبعد الجودة.

**الفرضية الفرعية الرابعة:** توجد علاقة معنوية ذات دلالة احصائية عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين الابداع التكنولوجي في المنتج لمؤسسة ENIE وبعد السمعة.

- **الفرضية الرئيسية الثانية:** توجد علاقة معنوية ذات دلالة احصائية عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين الابداع التكنولوجي في العمليات لمؤسسة ENIE وابعاد الميزة التنافسية المستدامة.

**الفرضية الفرعية الأولى:** توجد علاقة معنوية ذات دلالة احصائية عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين الابداع التكنولوجي في العمليات لمؤسسة ENIE وبعد التكلفة الاقل.

**الفرضية الفرعية الثانية:** توجد علاقة معنوية ذات دلالة احصائية عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين الابداع التكنولوجي في العمليات لمؤسسة ENIE وبعد الاستجابة.

**الفرضية الفرعية الثالثة:** توجد علاقة معنوية ذات دلالة احصائية عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين الابداع التكنولوجي في العمليات لمؤسسة ENIE وبعد الجودة.

**الفرضية الفرعية الرابعة:** توجد علاقة معنوية ذات دلالة احصائية عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين الابداع التكنولوجي في العمليات لمؤسسة ENIE وبعد السمعة.

3- **منهجية الدراسة:** تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي حيث تم الاطلاع على أدبيات الموضوع محل الدراسة والرجوع الى الدراسات السابقة وذلك من اجل بناء إطار للدراسة النظري والتطبيقي، إلى جانب استخدام اعتماد قائمة استقصائية موجهة للمديرين بمؤسسة ENIE من اجل تحديد أثر الابداع التكنولوجي على المزايا التنافسية المستدامة

4- **أساليب قياس المتغيرات وتجميع البيانات:** تمت الدراسة الحالية في إطارها النظري بالاعتماد على البيانات الثانوية (كتب، مقالات ومذكرات...). في حين تم جمع البيانات الأولية بالاعتماد على قائمة استقصائية قام الباحثان بتطويرها انطلاقاً من موضوع الدراسة وأهدافها، وقد تكونت الاستبانة منجزاً أيكاملي:

- **الجزء الأول:** ويشتمل على فقرات تقسيم داتا بعا المؤسسة الوطنية للصناعات الكهرومنزلية لاستراتيجية الابداع التكنولوجي (في المنتج وفي عملياتها) .
- **الجزء الثاني:** ويشتمل على فقرات تقسيم داتا ملك المؤسسة الوطنية للصناعات الكهرومنزلية لمزايا تنافسية مستدامة

**أما المقياس المستخدم** فقد تم الاعتماد في هذه الدراسة على مقياس ليكرت الخماسي (غير موافق بشدة، غير موافق، محايد، موافق وموافق بشدة). وفي ذات السياق قامت الدراسة الحالية باستخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية بغرض اختبار الفرضيات والمتمثلة في: استخدام معامل ألفا كرونباخ Cranbach Alfa لقياس ثبات الاستبانة، تحليل التباين ANOVA من أجل اختبار الفرضيات، معاملات الارتباط البسيط لكارل بيرسون وذلك لقياس العلاقة بين المتغير المستقل والمتغيرات التابعة وأسلوب الانحدار البسيط Simple Regression

- 5- **مجتمع الدراسة وعينتها:** تمثل مجتمع الدراسة الحالية في جميع مدراء اقسام مؤسسة ENIE اما عينة الدراسة فقد اعتمدت الدراسة في تحديدها على العينة المسيرة وقد بلغ عددها 35 مفردة.

#### ثالثا: تحليل نتائج الدراسة

- 1- **تحليل ثبات وصدق المقياس المستخدم:** اعتمد الباحثان في الدراسة الحالية لقياس ثبات الأداة على معامل الارتباط ألفا كرونباخ (AlphaCranbach) ، ويلاحظ من خلال الجدول رقم (01) أن معاملات الثبات تكلفها مقبولة باعتبار أنها أكبر من القيمة 0.7 وعلية فإن جميع المقاييس تتميز بدرجة عالية من الثبات والثقة بحسب الدراسات السابقة الأمر الذي يشير الى ثبات النتائج التي يمكن الحصول عليها بإعادة تطبيق الاستبانة على نفس العينة.

#### الجدول رقم (01): نتائج تحليل معاملات ألفا لثبات متغيرات الدراسة الحالية

المتغير	عدد الفقرات	معامل الفا كرونباخ
مقياس الابداع التكنولوجي	6	0.82
مقياس الميزة التنافسية المستدامة	16	0.91

المصدر: من اعداد الباحثان بالاعتماد على برنامج spss

- 2- **إختبار التوزيع الطبيعي (إختبار كولمغروف - سمرنوف):** لجأت الدراسة الى استخدام إختبار كولمغروف - سمرنوف لمعرفة هل البيانات تتبع التوزيع الطبيعي أم لا وهو إختبار ضروري في حالة إختبار الفرضيات لأننا لا نأخذ إختبار المعلمية فنشترط أن يكون توزيع بياناتها طبيعيا. فكانت نتائج هذا الإختبار كما هي موضحة في الجدول رقم (02)

#### الجدول رقم (02): ملخص نتائج إختبار كولمغروف - سمرنوف لمحاور الدراسة الحالية

المحور	عنوان المحور	عدد الفقرات	قيمة Z	القيمة الاحتمالية
الأول	مقياس الابداع التكنولوجي	6	0.963	0.23
الثاني	مقياس الميزة التنافسية المستدامة	16	0.436	0.11

المصدر: من اعداد الباحثان بالاعتماد على برنامج spss



نلاحظ من خلال الجدول رقم (02) ان نتائج قيم الاختبار الحالي لمستوى معنوية لكل محور من محاور الدراسة كانت أكبر من مستوى معنوية الدراسة الحالية والبالغ (0.05) وهذا ما يدل على أن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي وبالتالي يجب استخدام الاختبارات المعلمية في اختبار فرضيات الدراسة.

### 3- نتائج الاختبار التحصينية للفرضيات:

1-3 الفرضية الأولى: توجد علاقة معنوية ذات دلالة احصائية عند مستوى معنوية  $(\alpha \leq 0.05)$  بين الابداع التكنولوجي في المنتج وبناء الميزة التنافسية المستدامة. لاختبار هذه الفرضية تم تفريعها إلى اربعة أخرى حيث سيتم اختبار كل واحد منها على حدا وذلك من خلال تقدير نموذج انحدار أثر الإبداع التكنولوجي في المنتج على الابداع الاربعة المشكلة للميزة التنافسية المستدامة فكانت النتائج كما يلي:

الجدول رقم (03): ملخص نتائج تحليل الانحدار وتحليل التباين لاختبار الفرضية الرئيسية الأولى وفروعها

تحليل التباين ANOVA				قيمة a	قيمة b	قيمة R2	قيمة R	النموذج
اختبار t		اختبار F						
مستوى المعنوية	قيمة t	مستوى المعنوية	قيمة F					
0.000	1.35	0.000	35.23	0.58	0.67	0.27	0.52	الابداع في المنتج/ الجودة
0.000	4.53	0.000	20.33	1.2	0.41	0.24	0.49	الابداع في المنتج/ السمعة
0.000	3.32	0.000	46.25	0.68	0.32	0.18	0.43	الابداع في المنتج/ التكلفة الاقل
0.000	2.21	0.000	32.14	1.24	0.22	0.06	0.25	الابداع في المنتج/ الاستجابة

المصدر: من اعداد الباحثان بالاعتماد على برنامج spss

يتضح من خلال نتائج الجدول رقم (03) أن نموذج الانحدار ذو دلالة احصائية عند مستوى دلالة 0.05 حيث نلاحظ أن معاملات الارتباط لكارليبيرسون للأبعاد الاربعة للميزة التنافسية للمؤسسة تتراوح بين 0.25 و 0.52 مما يدل على وجود علاقة ارتباطية بين الابداع التكنولوجي في المنتج وابعاد الميزة التنافسية المستدامة. وفي ذات السياق فان القدرة التفسيرية للنموذج والمتمثلة في معامل التحديد R2 فتبينت أن نتائج التحليل تقيمتها كانت تتراوح بين 0.06 و 0.27 وهو ما يعين الابداع التكنولوجي في المنتج لمؤسسة ENIE تفسر ما قيمته 27%، 24%، 18% و 6% من التغير

في التباين الكلي لبعده الجودة، بعد السمعة، بعد التكلفة الاقل وبعد الاستجابة على التوالي، ليبقى متمم هذه النسب مرده الى عوامل اخرى لم يتضمنها النموذج الحالي للدراسة، كما نلاحظ ان قيمة معامل التقاطع (a) تراوحت بين 0.58 و1.24 في حين أن قيمة الانحدار أو ميل خط المستقيم (b) تراوحت بين 0.22 و0.67 وهذا يعني أن الزيادة في الإبداع التكنولوجي في المنتج لمؤسسة ENIE بوحدة واحدة يؤدي الى زيادة تأثر بعد الجودة بـ 0.67 وحدة وبعد السمعة بـ 0.41 وحدة، وبعد التكلفة الاقل بـ 0.32 وحدة وبعد الاستجابة بـ 0.22 وحدة وعلى هذا الاساس يمكن صياغة نموذج الانحدار في المعادلات التالية:

$$y=a+bx$$

$$y.Q=0.58+0.67 XIn.p$$

$$y.I= 1.2+0.41 XIn.p$$

$$y.C.I= 0.68+0.32 XIn.p$$

$$y.R= 1.24+0.22 XIn.p$$

حيث تمثل  $XIn.p$  الإبداع التكنولوجي في المنتج، وتمثل  $Y.Q$  الجودة، كما تمثل  $Y.I$  السمعة في حين تمثل  $Y.L.C$  التكلفة الاقل، وتمثل  $Y.R$  الاستجابة.

وبغرض التأكد من دلالة الإحصائية لنموذج الانحدار الناتج، يتبين من نتائج تحليل التباين

ANOVA أن قيمة F حيث تراوحت بين 20.33 و46.25 عند مستوى معنوية 0.05 اما قيمة t فقد تراوحت بين 1.35 و4.53 وانطلاقاً من هذا النتائج

يمكن القول أن نموذج الانحدار ذو دلالة إحصائية، وعل هذا الأساس يتم

رفض فرضية العدم وقبول الفرضية البديلة أي أنه يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإبداع التكنولوجي وكل بعد من ابعاد الميزة التنافسية المستدامة، وعليه فالفرضيات الفرعية الاربعة المتعلقة بالفرضية الرئيسية الاولى كلها صحيحة عند مستوى معنوية الدراسة الحالية.

**2-3 الفرضية الثانية:** توجد علاقة معنوية ذات دلالة احصائية عند مستوى معنوية  $(\alpha \leq 0.05)$  بين الإبداع التكنولوجي في المنتج وبناء الميزة التنافسية المستدامة.

لاختبار هذه الفرضية تم تفريعها إلى اربعة أخرى حيث سيتم اختبار كل واحد منها على حدا وذلك من خلال تقدير نموذج انحدار أثر الإبداع التكنولوجي في العمليات على كل بعد من الابعاد الاربعة المشكلة للميزة التنافسية المستدامة فكانت النتائج كما يلي:

**الجدول رقم (04): ملخص نتائج تحليل الانحدار وتحليل التباين لاختبار الفرضية الرئيسية الثانية**

تحليل التباين ANOVA				قيمة a	قيمة b	قيمة R2	قيمة R	النموذج
اختبار t للنموذج		اختبار F للنموذج						
مستوى المعنوية	قيمة t	مستوى المعنوية	قيمة F					
0.000	9.07	0.000	14.23	1.23	0.59	0.33	0.58	الإبداع في العمليات/ الاستجابة
0.000	1.40	0.000	37.42	2.13	0.83	0.29	0.37	الإبداع في

								العمليات / الجودة
0.000	1.87	0						الابداع في العمليات / التكلفة الاقبل
0.000	2.11	0.000	20.20	1.04	0.60	0.13	0.09	الابداع في العمليات / السمعة

يتضح من خلال نتائج الجدول رقم (04) ان معاملات الارتباط لكارل بيرسون R للنماذج الاربعة قد تراوحت بين 0.37 و0.58 مما يدل على وجود علاقة ارتباطية بين الابداع التكنولوجي في العمليات وابعاد الميزة التنافسية المستدامة. اما بخصوص القدرة التفسيرية للنماذج والمتمثلة في معامل التحديد R<sup>2</sup> فتبينت نتائج التحليل ان قيمته كانت تتراوح بين 0.13 و0.33 وهو ما يعنى ان الابداع التكنولوجي في العمليات لمؤسسة ENIE تفسر ما قيمته 33%، 29%، 26% و13% من التغير في التباين الكلي لبعده الاستجابية، بعد الجودة، بعد التكلفة الاقل وبعد السمعة على التوالي، ليبقى متمم هذه النسب مرده الى عوامل اخرى لم يتضمنها النموذج الحالي للدراسة، كما نلاحظ ان قيمة معامل التقاطع (a) تراوحت بين 0.88 و2.13، في حين ان قيمة الانحدار أو ميل خط المستقيم (b) تراوحت بين 0.57 و0.83 وهذا يعنى ان الزيادة في الابداع التكنولوجي في المنتج لمؤسسة ENIE بوحدته واحدة يؤدي الى زيادة تأثر بعد الاستجابية بـ 0.59 وحدة وبعد الجودة بـ 0.83 وحدة، وبعد التكلفة الاقل بـ 0.57 وحدة وبعد السمعة بـ 0.60 وحدة. وعلى هذا الاساس يمكن صياغة نموذج الانحدار في المعادلة التالية:

$$Y = a + bx$$

$$Y.Q = 0.58 + 0.67X.In.pr$$

$$Y.I = 1.2 + 0.41X.In.pr$$

$$Y.L.C = 0.68 + 0.32X.In.pr$$

$$Y.R = 1.24 + 0.22RX.In.pr$$

حيث تمثل  $X.In.pr$  الابداع التكنولوجي في العمليات وتمثل  $Y.Q$  الجودة كما تمثل  $Y.I$  السمعة في حين تمثل  $Y.L.C$  التكلفة الاقل، وتمثل  $Y.R$  الاستجابية.

وبغرض التأكد من دلالة الاحصائية لنموذج الانحدار الناتج، يتبين من نتائج تحليل التباين ANOVA أن قيمة F حيث تراوحت بين 14.23 و37.42 عند مستوى المعنوية 0.05 اما قيمة t فقد تراوحت بين 1.40 و9.07 وانطلاقاً من هذا النتائج

يمكن القول ان نموذج الانحدار ذو دلالة احصائية، وعلنهذا الاساس يتم

رفض فرضية العدم وقبول الفرضية البديلة أي أنه هناك علاقة ذات دلالة احصائية بين الابداع التكنولوجي في العمليات وكل بعد من ابعاد الميزة التنافسية المستدامة، وعليه فالفرضيات الفرعية الاربعة المتعلقة بالفرضية الرئيسية الثانية كلها صحيحة عند مستوى معنوية الدراسة الحالية.

رابعاً: مناقشة النتائج والتوصيات

#### 1- مناقشة النتائج:

**1-1- النتائج المتعلقة بوجود تأثير للإبداع التكنولوجي في المنتج على أبعاد الميزة التنافسية المستدامة:** توصلت الدراسة الحالية إلى وجود تأثير للإبداع التكنولوجي في المنتج على أبعاد الميزة التنافسية المستدامة حسبما أشارت إليه التحليل الإحصائي باستخدام أسلوب الانحدار وتحليل التباين، حيث بينت نتائج التحليل أن الإبداع التكنولوجي في المنتج يؤثر على أبعاد الميزة التنافسية، ولكن بتفاوتين الأبعاد حيث كانت نسبة التأثير أقل من نسبة الأبعاد الجيدة وبعد السمعة حيث دلت النتائج على أن الميزة التنافسية المبنية على الجودة الخاصة بمؤسسة ENIE تستمد قيمتها بسبب 27% من الإبداع التكنولوجي أما فيما يتعلق بعد السمعة فقد بلغت قيمتها المستمدة من الإبداع التكنولوجي في المنتج بنسبة 24% فحينئذ هذا التأثير كان ضعيف بالنسبة إلى بعد الاستجابة حيث قدرت نسبة معامل التحديد الخاص به 6% فقط وهذا يعنى أن المؤسسة تستمد قيمتها التنافسية المبنية على الاستجابة من مصادر أخرى ليست الإبداع التكنولوجي في المنتج، ويمكن إرجاع هذه النتائج إلى ما تتميز به منتجات المؤسسة الوطنية للصناعات الإلكترونية من سمعة جيدة وقبول عام نتيجة نجاحها في صناعة عتاد مدمجة جيدة لمنتجاتها، من خلال إنتاج منتجات إلكترونية ذات جودة تكنولوجية عالية ودون أي مشاكل تقنية فضلا عن التصميم المبتكرة والمبدعة لمنتجاتها.

**1-2- النتائج المتعلقة بوجود تأثير للإبداع التكنولوجي في العمليات على أبعاد الميزة التنافسية المستدامة:** لقد أظهرت نتائج التحليل أن الإبداع التكنولوجي في العمليات يؤثر على أبعاد الميزة التنافسية متفرقة ولكن بتفاوت حيث أشار التحليل الإحصائي أن الإبداع التكنولوجي في العمليات كان له أثر بالغ في بعد الاستجابة حيث قدرت R2 للنموذج المبنى على الإبداع التكنولوجي في العمليات والميزة التنافسية المستدامة المبنية على بعد الاستجابة بـ 0.58 وهو ما يدل على أن مؤسسة ENIE تستمد ميزتها التنافسية المبنية على بعد الاستجابة من الإبداع التكنولوجي في العمليات بنسبة 58% وفي ذات السياق فقد كانت النتائج متقاربة بين الإبداع التكنولوجي في العمليات وكل من بعد التكلفة الأقل وبعد الجودة حيث قدرت قيمة R2 بالنسبة إلى النموذجين على التوالي 0.37 و 0.36 أما ما يخص بعد السمعة فقد بلغت قيمته المستمدة من الإبداع التكنولوجي في العمليات بنسبة 9% فقط. ويمكن إرجاع هذه النتائج إلى أن الإبداع التكنولوجي في العمليات مكن المؤسسة من الاستحواذ علمنا فالتوزيع المباشر وإلغاء تعاقدها مع بعض الوسطاء مما جعل منتجاتها تصل إلى المستهلكين في كافة أقسام السوق المحلية بسلاسة واستجابة عالية، ووفقا لاحتياجاتهم ورغباتهم.

## 2- توصيات الدراسة

وفقا لما تم التوصل إليه من نتائج في هذه الدراسة، يمكن تقديم مجموعة من التوصيات والاقتراحات فيما يخص الدراسة تتمثل فيما يلي:

- 1- تتأثر الميزة التنافسية المستدامة للمؤسسة بالإبداع التكنولوجي، وبناء على ذلك يوصي الباحثان مؤسسة الصناعات الكهرومنزلية بضرورة إرساء النظرية الاستراتيجية للإبداع التكنولوجي بما يحقق لها وضعية تنافسية قوية.
- 2- يوصي الباحثان المؤسسة أن تعمل على دعم أنشطة البحث والتطوير وتوفير البنية التحتية اللازمة لذلك من أجل صناعة قاعدة إبداعية بالمؤسسة.
- 3- اللجوء إلى خيار الشراكة والتعاون مع المؤسسات الوطنية (كوندور مثلا) والأجنبية (سامسونغ مثلا) من أجل الاستفادة من الخبرات التكنولوجية المتراكمة عندهم.
- 4- يتطلب الإبداع التكنولوجي احتياجات مادية وبشرية متخصصة وذات كفاءة عالية وعليه فينبغي على المؤسسة أن تحرص على تعبئة الموارد والكفاءات البشرية اللازمة من خلال

- إقامة دورات تدريبية، كما يجب عليها ان تحرص على امتلاك تكنولوجيا أساسية لا يمتلكها منافسوها أو يمتلكها منافس واحد كحد أمثلي .
- 5- يوصي الباحثان المؤسسة بالاستفادة من التكنولوجيا المتطورة من أجل رفع الكفاءة الانتاجية والاستجابة لاحتياجات الزبائن .
- 6- ينبغي على مؤسسة ENIE تحفيز العمال للالتزام بشروط الجودة من أجل السيطرة على التكاليف.
- 7- الحرص على نشر ثقافة الإبداع والابتكار بالمؤسسة.
- 8- يوصي الباحثان المؤسسة بتحديد الدراسة بالحرص على تخفيض زمن تسليم المنتجات وزمن دخول المنتجات الجديدة إلى السوق.
- 9- الحرص على بناء سمعة جيدة ومميزة للمؤسسة مقارنة بالمنافسين أساسها الإبداع التكنولوجي في منتجاتها وعملياتها.

#### قائمة المراجع:

#### - المراجع باللغة العربية:

- 1- ربحيكريمة ، سرير الحر تسيحية ، ثقافة الإبداع كمدخل لتحقيق التميز ، مجلة "الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات" العدد الخامس (بدون سنة نشر) ، ص 8-9
- 2- شارلز هل وجاريت جونز ، الإدارة الاستراتيجية مدخل متكامل ، ترجمة: محمد رفاعي واحمد عبر المتعال ، الرياض المملكة العربية السعودية، درار المريخ للنشر والتوزيع 2001، ص 202
- 3- عمر بوسلامي، دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية- دراسة حالة مجمع صيدال- وحدة الدار البيضاء- الجزائر العاصمة، رسالة ماجستير في علوم التسيير ، جامعة سطيف 01 ، الجزائر، 2013، ص 14
- 4- م.م. بتول و عطية خلف الموسوي ، تأثير الإبداع التكنولوجي في تطوير منتجات الشركة، دراسة حالة في الشركة العامة للصناعات الكهربائية، مجلة الإدارة والاقتصاد، العدد الثامن والسبعون، 2009، ص 62
- 5- محمد فلاق (2014)، مساهمة المسؤولية الاجتماعية في تحقيق ميزة تنافسية مستدامة في منظمات الأعمال
- "دراسة ميدانية في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية الحاصلة على شهادة الإيزو 9000" ، اطروحة دكتوراه غير منشورة في علوم التسيير ، جامعة حسينية بنو علي - الشلف ص 181
- 6- معن وعدا الله المعاضيدي، إدارة المخاطر الاستراتيجية المسببة لفقدان المنظمة للمزايا التنافسية المستدامة الآليات والمعالجات : دراسة نظرية تحليلية، المؤتمر العلمي السابع بعنوان إدارة المخاطر واقتصاد المعرفة، أيام 16-18 نيسان 2007، جامعة الزيتونة، الأردن ، ص 7

#### - المراجع باللغة الأجنبية:

- 7- Hadjira CHIGARA, La réalité de l'innovation dans les PME algériennes : Entre approches stratégiques et obstacles Cas : La laiterie Soummam, Revue des Science Economique De Gestion Et Science commerciales, (17), 2017, p45
- 8- J. M UTTERBACK & W. ABERNATHY (1975) , A Dynamic Model of Process and Product Innovation, Omega, Vol. 3, No. 6p.64

- 9- Juliana HsuanMikkola, Portfolio management of R&D projects: implications for innovation management, **Technovation**, (21) , 2001, p424
- 10- OCDE, Manuel d'Oslo, **principes directeurs proposés pour le recueil et l'interprétation des données sur l'innovation technologique**, 1 édition, Paris, France, 1994, P36.