

أهمية الإبداع في تحقيق تنافسية المؤسسات الاقتصادية في الجزائر

- دراسة ميدانية على عينة من المؤسسات

The importance of creativity on the competitiveness of economic institutions in Algeria A field study on a sample of institutions.

سمير عز الدين

جامعة الجزائر 03 (الجزائر)

sellam.sam.dz@gmail.com

المعلومات المقال	الملخص :
تاريخ الارسال: 2023/06/26	هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أهمية الإبداع في تحقيق الميزة التنافسية في مجموعة من المؤسسات الخدمية لقطاع الاتصالات ، خاصة في ظل افرازات و متطلبات التنافسية حيث تم اختيار مجتمع مكون من 122 مسير على مستوى الادارة العليا لهذه المؤسسات ، عن طريق استبانة. وتم تفريغ البيانات وتحليل النتائج باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS.
تاريخ القبول: 2023/07/26	
الكلمات المفتاحية:	وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كان من أهمها وجود اثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) (للتوجه الإبداعي في تحقيق الميزة التنافسية لهذه المؤسسات ، كما أظهرت النتائج أن التمكين هو البعد الأكثر تأثير من أبعاد التوجه الإبداعي في تحقيق الميزة التنافسية.
الكلمات المفتاحية:	
✓ الإبداع:	
✓ الإبداع التسويقي:	
✓ الإبداع الإداري:	
✓ الميزة التنافسية:	
Article info	Abstract :
Received 26/06/2023	<i>This study aimed to identify the importance of creativity in achieving competitive advantage in a group of service institutions of the telecommunications sector, especially in light of the secretions and requirements of competitiveness, where a community of 122 managers at the level of senior management of these institutions was selected, through a questionnaire. The data were extracted and the results were analyzed using the SPSS statistical program.</i>
Accepted 26/07/2023	
Keywords:	<i>The study reached a set of results, the most important of which was the presence of a statistically significant effect at the level of significance (0.05) of the creative orientation in achieving the competitive advantage of these institutions, and the results also showed that empowerment is the most influential dimension of the creative orientation in achieving the competitive advantage.</i>
✓ Creativity:	
✓ , marketing creativity:	
✓ administrative creativity:	
✓ competitive advantage:	

1. مقدمة:

يشهد العالم تحولات عميقة في مختلف المجالات الاقتصادية و التكنولوجيا و هذا نتيجة الثورة المعلوماتية ما جعل الكثير من المؤسسات تواجه العديد من الصعوبات و التحديات للاندماج في هذه المنظومة . هذا و من اجل ضمان البقاء و الاستمرارية في ظل هذه التحولات كان لزاما على هذه المؤسسات الاتجاه الى أساليب الحديثة في الإنتاج و هذا عن طريق الابداع و الابتكار و الذي يعتبر المقياس الحقيقي لتميز المؤسسات و استمراريته في الأسواق المحلية و الدولية . و يتركز كل ذلك على أنشطة البحث و التطوير و كفاءة الموارد البشرية في تحسين و تطوير و خلق أفكار تمكن المؤسسات من التميز في الأسواق المستهدفة .

من خلال ما سبق يمكننا صياغة الإشكالية الرئيسية التالية:

إلى أي مدى يساهم الإبداع في خلق الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية في الجزائر؟

ويندرج ضمن هذه الإشكالية الرئيسية عدة تساؤلات فرعية:

1- ما هو اثر الإبداع على القوى التنافسية والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسة الاقتصادية؟

2- إلى أي مدى يساهم الإبداع في تحقيق الميزة التنافسية؟

1.1. الفرضيات:

انطلاقا من الإشكالية الرئيسية يمكن طرح الفرضيات التالية:

- يوجد أثر ذو دلالة معنوية للإبداع على تنافسية المؤسسة محل الدراسة .

2. الدراسات السابقة :

1.2. دراسة تحت عنوان : دور الإبداع في رفع القدرة التنافسية للمؤسسات حالة المؤسسات الجزائرية . (كربالي بغداد، 2014)

تعالج هذه الدراسة دور الإبداع في خلق ميزات تنافسية ورفع تنافسية المؤسسات في وضع عالمي متميز بالتذبذب والتعقيد والمنافسة الشرسة. ولمواجهة المنافسة الاقتصادية تعتمد معظم المؤسسات الرائدة على الإبداع أكثر فأكثر. فهو يمثل المحرك الرئيسي لتميز المنتجات والخدمات، وإنتاج منتجات ذات جودة عالية لتلبية حاجيات المستهلكين. من هنا تكمن قدرة المؤسسات التنافسية في التصرف والتكيف مع التغيرات السوقية والتطورات التكنولوجية بتبني الإبداع. كما نرى أن نتائج الدراسة الميدانية بينت أن جل المؤسسات الجزائرية التي مسها الاستبيان قامت ببعض المبادرات الإبداعية في المنتج، واسلوب الانتاج، والتنظيم من أجل تحسين ورفع قدرتها التنافسية لمواجهة التحديات التي أفرزها الوضع البيئي الجديد.

2.2. دراسة تحت عنوان : واقع الإبداع والابتكار المصري Badr دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية -بشار- . (مولفرفة فاطمة

الزهراء . طافر زهير . عبد الجبار سهيلة، 2015)

في الوقت الحالي أصبحت بيئة الأعمال المصرفية على المستوى الدولي تتسم بعدد من الخصائص التي تؤثر على المصارف. وذلك نتيجة لتحديات عديدة أفرزتها متغيرات متعددة. ولعل اهم هذه التحديات تتبلور في المنافسة التي تزداد حدتها ومصادرها يوماً بعد يوم. الأمر الذي حتمَّ على القطاع المصرفي انتهاز التسويق كفلسفة وسياسة عمل في آن واحد. لأن الدول في الوقت الراهن لم تعد تتنافس

على أساس ما يملكون من تكنولوجيا وأموال. ولكن على أساس قدرتها على التسويق وكذا مدى امتلاكها لنظام مصرفي متخصص ومتميز لتطوير مردوديتها من خلال رفع كفاءتها وتطوير الأساليب والطرق المصرفية بواسطة الإبداع التسويقي الذي يتضمن الإبداع في تقديم خدمات مصرفية جديدة ومتنوعة

3.2. دراسة تحت عنوان : إدارة الإبداع والابتكار ودور البحث والتطوير في المؤسسة الاقتصادية (دراسة حالة مجمع صيدال) .
(بوعيسى، ابراهيم الخليل فارسي . كريم، 2019)

قد اقتصر هذا البحث على دراسة إدارة البحث والتطوير، والإبداع التكنولوجي، وقد تناول بعض الجوانب المهمة من الموضوع ولم يمس الأخرى، وفتح آفاق جديدة للبحث في هذا المجال الواسع والمتشعب، يمكن اقتراح بعض العناوين التي قد تلم بجوانب أخرى للموضوع وتكمل النقص الذي تعرفه دراسة هذا الموضوع على مستوى الجامعات الوطنية، وفق العناوين التالية: - تفعيل دور إدارة الابتكار في المؤسسة الوطنية. - البحث والتطوير ودوره في تنمية الميزة التنافسية. - دور الإبداع التكنولوجي في قطاع الخدمات في تحقيق رضى العملاء. - علاقة نظام الجودة بنظام الإبداع في المؤسسة. - اثر تكوين الكفاءات البحثية على إنتاجية المؤسسة الاقتصادية. - مواجهة التغير التكنولوجي عن طريق الإبداع المستديم.

4.2. دراسة تحت عنوان : الإبداع والابتكار كمدخل لمساهمة الكفاءات في استدامة الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية "nca Rouiba"
دراسة حالة (غبريد، رياض ، 2019).

تهدف هذه الدراسة إلى الوقوف على الدور الذي تلعبه الكفاءات في استدامة الميزة التنافسية من خلال توظيفي عنصري الإبداع والابتكار، ولتحقيق هذا المسعى تم توظيف وتوزيع استبيان على عينة قوامها 87 إطار مسير في المعمل الجزائري الجديد للمصبرات وقد توصلت هذه الورقة البحثية إلى أن مساهمة التفكير الإبداعي والابتكاري للكفاءات في استدامة الميزة التنافسية يتجسد من خلال التصورات والمقترحات المقدمة التي تساعد على تطوير الأساليب التصنيعية والتسويقية، مما يؤثر على قوى التنافس والإستراتيجية التنافسية للمؤسسة

5.2. دراسة تحت عنوان: الإبداع والابتكار في المؤسسات الاقتصادية واقع و تحديات المؤسسات الجزائرية (سايبى صندرة ، 2014)
رغم ما تؤكدته الدراسات الحديثة على الأثر الايجابي للابتكار والإبداع على تنمية المؤسسات الاقتصادية، إلا أنها تبقى محلا لجدل نظري أكثر منه تطبيقي. حيث تنوعت البحوث في مجال تحديد مفاهيم الابتكار، و لكنها تبقى قليلة ومحتشمة في مجالات التطبيق وطرق القياس. فاهتمام الجزائر بمجال الابتكار في المؤسسة الاقتصادية يجعلها أكثر ارتباطا بفكرة قياس مدى تطبيقها للابتكار. وبناء على ما سبق، تتمحور إشكالية هذا المقال في تساؤل رئيس يدور حول واقع الإبداع والابتكار في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية. الإجابة على هذا التساؤل تمت اعتمادا على دراسة نظرية، وإحصائيات أصدرتها مختلف الهيئات.

6.2. دراسة تحت عنوان : دور الإبداع في رفع القدرة التنافسية للمؤسسات حالة المؤسسات الجزائرية . (بغداد، كربالي، 2014)
تعالج هذه الدراسة دور الإبداع في خلق ميزات تنافسية ورفع تنافسية المؤسسات في وضع عالمي متميز بالتذبذب والتعقيد والمنافسة الشرسة. ولمواجهة المنافسة الاقتصادية تعتمد معظم المؤسسات الرائدة على الإبداع أكثر فأكثر. فهو يمثل المحرك الرئيسي لتمييز المنتجات والخدمات، وإنتاج منتجات ذات جودة عالية لتلبية حاجيات المستهلكين. من هنا تكمن قدرة المؤسسات التنافسية في التصرف والتكيف مع التغيرات السوقية والتطورات التكنولوجية بتبني الإبداع. كما نرى أن نتائج الدراسة الميدانية بينت أن جل المؤسسات الجزائرية التي مسها الاستبيان

قامت ببعض المبادرات الابداعية في المنتج، واسلوب الانتاج، والتنظيم من أجل تحسين ورفع قدرتها التنافسية لمواجهة التحديات التي أفرزها الوضع البيئي الجديد.

7.2. دراسة تحت عنوان : the impact of creativity and innovation on the level of knowledge and understanding of total

(Samia Fathi and Others, 2015)

هدف هذا البحث إلى دراسة تأثير الإبداع و الابتكار على مستوى المعرفة و فهم فوائد إدارة الجودة الشاملة في قطاع الرعاية الصحية و قد اجري المسح بواسطة استبيان موزع على مدراء الرعاية الصحية العاملين في ستة مستشفيات أردنية هذا الاستبيان يتألف من ثلاثة أجزاء: المتغيرات الديمغرافية بيانات الإبداع و الابتكار و مستوى إدارة الجودة الشاملة و المعرفة و الفهم و شملت عينة الدراسة 292 مديرا . وقد توصل البحث إلى وجود تأثير ذو دلالة إحصائية بنسبة لأنماط الإبداع و الابتكار على المستوى العام للمعرفة و فهم فوائد إدارة الجودة الشاملة في قطاع الرعاية الصحية الأردني.

3. الاطار النظري للدراسة :

1.3. مفهوم الابداع :

هذا و يمكن القول على الابداع على انه جميع القدرات الفردية و الجماعية و التي يمكن من خلالها اكتشاف أشياء جديدة ينتج عنها أفكار و اعمال جديدة حيث تتميز بالمرونة و الاصاله هذا وهذه القدرات الإبداعية من الممكن تطويرها حسب قدرات الأفراد و الجماعات والمؤسسات.(الحليم, رفعت عبد, 2005، صفحة 03)

2.3. أنواع الإبداع:

يمكن تحديد أنواع الابداع من خلال خصائص نوعية الأنشطة التي تمارسها المؤسسة و هذا في سبيل تحقيق التميز اتجاه المؤسسات

التي تشتغل في ذات الصناعة حيث يمكن تحديد أنواع الابداع على النحو الآتي :

1.2.3. الإبداع التسويقي:

يتمثل الابداع التسويقي في مجموع العمليات التي تمكن العملاء من التعود على الأفكار الحديثة مع القبول بالتعامل مع المؤسسة و بالتالي تعتبر علاقة اجتماعية تقود الى تغير اتجاهات و قيم الافراد بشكل إيجابي . و بطبيعة الحال يرتبط هذا النوع من الابداع مع التطور التكنولوجي و التطبيقات المصاحبة له لينعكس كل هذا على تطور مبيعات المؤسسة هذا و تركز عملية الابداع التسويقي على قدرة المؤسسة على توجيه التعلم الى المستهلكين المستهدفين على التعامل مع المنتجات الجديدة و هذا بشكل يفوق المؤسسات الأخرى .(البكري, تامر, 2014، صفحة 207)

2.2.3. الإبداع التكنولوجي:

يمكن تعريف الابداع التكنولوجي بانه جميع العمليات التي تخص طرق الإنتاج و اشكال المنتجات و خاصة من الجانب التكنولوجي . و هو بالتالي يعبر عن العمليات المتعلقة بقدرة المؤسسة على توليد منتجات جديدة او تطوير منتجات قائمة أساسا . و يتوقف كل

هذا على قدرة المؤسسات للإنفاق على البحث و التطوير لغرض تطوير و اكتشاف منتجات جديدة تمكن المؤسسة من المنافسة في الأسواق المحلية و الأجنبية هذا و يرتبط الإبداع التكنولوجي و يتأثر بمجموعة من العوامل منها :

- قدرة المؤسسة على خلق فرص جديدة بالسوق من خلال استراتيجية دفع تكنولوجي .
- ارتباط الجانب التكنولوجي للمؤسسة مع حاجات و متطلبات العميل المستهلك النهائي لمنتجات المؤسسة .

3.2.3. الإبداع التنظيمي:

يمكن تعريف الإبداع التكنولوجي على انه جميع العمليات التي تقوم بها المؤسسة عن طريق اعتماد أساليب حديثة في الإنتاج و الإدارة حيث يتضمن مجموعة من الأفكار الخارجية او من داخل المؤسسة حيث يتجسد الإبداع التنظيمي من خلال :

- الإبداع في تقديم منتجات جديدة .
- الإبداع في تقديم الخدمات جديدة او تم تطويرها بشكل جوهري
- الإبداع في العمليات الإنتاجية و طرق الإنتاج التي تعتمد عليها المؤسسة .

3.3. مقومات الإبداع:

حتى يمكن للإبداع تحقيق ميزة تنافسية للمؤسسة يجب توفر مجموعة من الركائز نذكر منها:

1-الاتصال: يلعب الاتصال دورا هاما في تغيير وجهات نظر المورد البشري و أنماط تفكيرهم فالإبداع يتطلب وجود قنوات اتصال سريعة و فعالة لنقل المعلومات .(سعد الغالب ياسين، 2002، صفحة 211)

2- نمط القيادة: تقوم القيادة على أساس فنيات التعامل مع الآخرين على اختلاف توجهاتهم و القدرة على كسب ثقتهم و جعلهم يؤمنون باهداف المؤسسة و العمل عليها . حيث ان الحاجة من دعم إبداع المرؤوسين من قبل القادة أصبحت هامة.(سعاد نالف، 2001، صفحة 398) هذا و تعتبر القيادة الديمقراطية من اهم القيادات التي تدفع المو رد البشري الى الإبداع .(الفاعوري، 2005، صفحة 178)

3- الحوافز: تعد الحوافز من اهم ركائز الإبداع حيث تحافظ على الحقوق المادية للمبدع و هي اول الإشارات للمبدعين على اهتمام المؤسسة بالمبتكرين حيث من المهم توجيه هذه الحوافز نظير الجهود المبذولة من طرف المبدعين .(نجم، 2003، صفحة 198)

6- إدارة المعرفة: تعد إدارة المعرفة في المؤسسات من اهم الجهود لتبادل المعارف و الأفكار و تطوير نظم المعلومات و التكنولوجيا حيث تهدف إدارة المعرفة الى : (عمر عزراوي محمد عجيبة، 2021)

- زيادة القدرة التنافسية.

- تحسين المنتجات النهائية .

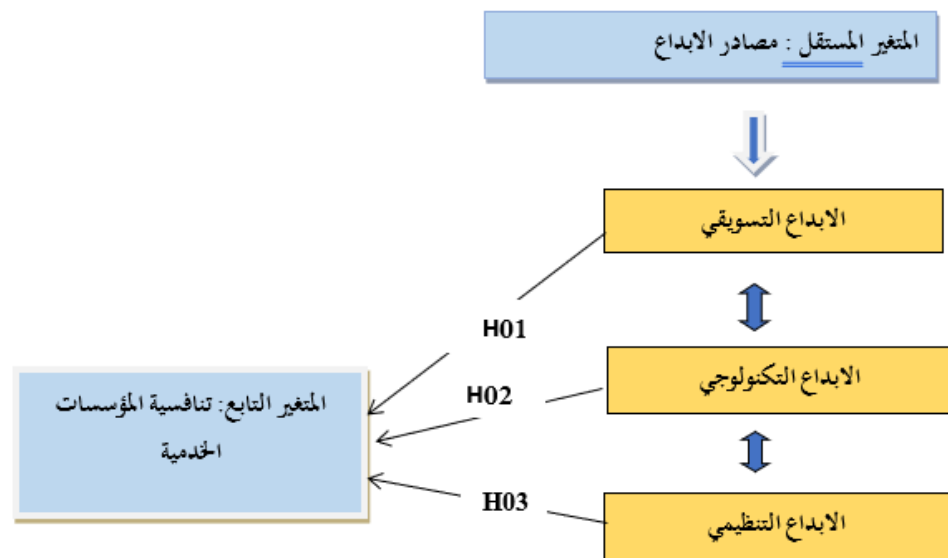
4. الاطار التطبيقي للدراسة :

1.4 أدوات جمع البيانات :

أدوات جمع البيانات ذات العلاقة بالجانب النظري : وتتجسد في المصادر والمراجع الأجنبية والعربية ، ومناقشتها بعض النتائج والدراسات التي جرت في إطار متغيرات البحث . أما بالنسبة للجانب التطبيقي فقد تمثلت في الاستبانة .

2.4 متغيرات الدراسة :

الشكل رقم 01 : متغيرات الدراسة .



المصدر : من اعداد الباحث

3.4. وصف مجتمع وعينة الدراسة :

من أجل إسقاط المفاهيم التي تعرضنا لها في الجانب النظري بالنسبة لهمية تبني الابداع في المؤسسات الاقتصادية لإشكالية التحول الرقمي و أداء البنوك و عليه فقد قمنا باختيار مجتمع الدراسة و المكون من مجموعة من البنوك العمومية و الخاصة ، و هي عينة عشوائية طبقية من المجتمع الإحصائي حيث تم إعداد استبانة و توزيعها على كل من قيادات العليا .

الجدول رقم 01: توزيع عدد الاستبيانات الموزعة و المسترجعة .

النسبة	العدد	
100	140	الاستبيانات الموزعة
7.85	11	الاستبيانات الملقاة
92.14	129	الاستبيانات الصالحة للتحليل

المصدر : من اعداد الباحث .

4.4. صدق و الثبات متغيرات الدراسة :

تم التأكد من ثبات أداة الدراسة باستخدام معامل الثبات (ألفا كرونباخ) للاتساق الداخلي لكل متغير من متغيرات الدراسة عن طريق برنامج SPSS وكانت النتائج كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم 02: قياس درجة الثبات لمتغيرات الدراسة .

عدد العبارات	معامل الثبات الفاكرونباخ	متغيرات الدراسة
12	0.745	الابداع التسويقي
14	0.822	الابداع التنظيمي
11	0.789	الابداع التكنولوجي
18	0.810	تنافسية المؤسسات
55	0.795	الاستمارة

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات (SPSS).

من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول السابق فقد بلغت معاملات الثبات بالنسبة للإبداع التسويقي 0.745 و 0.822 بالنسبة لمحور الابداع التنظيمي و قد بلغت بالنسبة للإبداع التكنولوجي 0.789 اما بالنسبة للمتغير التابع تنافسية المؤسسات فقد بلغ 0.810 هذه النسب مقبولة لأغراض ثبات الاتساق الداخلي، ونسبة مقبولة لأغراض التحليل بحيث تجاوزت بكثير الحد الأدنى المتفق عليه للثبات. الجدول رقم 03: توزيع أفراد عينة الدراسة .

المتغيرات	التكرارات	النسبة المئوية (%)
الجنس	ذكر	72.1
	أنثى	27,9
المجموع	129	100
السن	30-20	20.9
	40-31	51.2
	50-41	25.6
	اكث من 50	2.3
المجموع	129	100
المستوى العلمي	ثانوي	9.3
	جامعي	69.8
	دراسات عليا	20.9
المجموع	129	100
الحالة العائلية	متزوج	69.8
	أعزب	30.2
	مطلق	0
	أرمل	0
المجموع	129	100

34.9	45	أقل من 5 سنوات	سنوات الخبرة
25.6	33	من 5 إلى 10 سنوات	
23.3	30	من 11 سنة إلى 15 سنة	
16.3	21	أكثر من 15 سنة	
100	129	المجموع	

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات (SPSS).

من خلال النتائج التي تم عرضها في الجدول السابق يتضح من خلال الجنس ان نسبة الذكور أكبر من عينة الاناث حيث بلغت نسبة الذكور 72.1%. تليها الإناث بنسبة 27.9%. كما تراوحت اعمار غالبية عينة الدراسة ما بين 31 الى 40 سنة بنسبة 51.2% من مجتمع الدراسة, ثم تليها الفئة العمرية من 41 الى 50 سنة بنسبة 25.6%, بعد ذلك نجد الفئة العمرية من 20-30 سنة بنسبة 20.9% و أخيرا الفئة العمرية أكثر من 50 سنة بنسبة 2.3%, و من خلال هذه النتائج يلاحظ أن مجتمع الدراسة في غالبيته لم يتجاوز 40 سنة و هي نتيجة تعكس شبابية العينة.

اما من حيث المستويات الاكاديمية لعينة الدراسة فقد كانت في غالبيتها من المتحصلين على شهادات اكااديمية بنسبة 90.7% و هذا ما بين حاملي لشهادات الليسانس و الدراسات العليا و باقي العينة من المستويات الثانوية. كما ان معظم افراد عينة البحث متزوجين بنسبة 69.8% من مجموعة عينة البحث و بالتالي أغلبية المستجوبين لهم نوع من التوازن و الاستقرار النفسي الذي يدفع لعملية الابداع, في حين نسبة 30.2% من المستجوبين غير متزوجين.

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن أغلبية المؤسسات لديهم خبرة اقل من 5 سنوات بنسبة 34.9% ثم تليها الفئة ذات الخبرة من 5 الى 10 سنوات بنسبة 25.6% ثم الفئة ذات خبرة من 11-15 سنة بنسبة 23.3%.

5.4. علاقات الارتباط بين المتغيرين بالابداع و الميزة التنافسية :

الجدول رقم 04: علاقة الارتباط بين مصادر الابداع و الميزة التنافسية .

الميزة التنافسية للمؤسسات الخدمية		المتغيرات
معامل sig	معامل الارتباط R	
0.001	0,483	الابداع التكنولوجي
0.000	0,730	الابداع التنظيمي
0.000	0,571	الابداع التسويقي

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات (SPSS)

من خلال نتائج الجدول السابق فقد بلغت معاملات الارتباط بالنسبة للابداع التكنولوجي 0.483 و بالنسبة للابداع التنظيمي 0.730 و 0.571 بالنسبة للابداع التسويقي و كل هذه المعاملات موجبة تتجه الى الواحد صحيح و هذا يدل على وجود علاقة ارتباط بين المتغيرات الفرعية للمتغير المستقل الابداع مع المتغير التابع الميزة التنافسية و هذا ما يثبت صحة الفرضيات التالية :

- يوجد علاقة ارتباط بين الإبداع التكنولوجي و الميزة التنافسية للمؤسسات عند مستوى الدلالة اقل من 0.05 .
- يوجد علاقة ارتباط بين الإبداع التنظيمي و الميزة التنافسية للمؤسسات عند مستوى الدلالة اقل من 0.05 .
- يوجد علاقة ارتباط بين الإبداع التسويقي و الميزة التنافسية للمؤسسات عند مستوى الدلالة اقل من 0.05 .

6.4. دراسة علاقة التأثير بين المتغيرات :

فرضية العدم H_0 : لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لتأثير الإبداع على ميزة تنافسية للمؤسسات محل الدراسة .

فرضية البديلة H_1 : يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية إحصائية لتأثير الإبداع على ميزة تنافسية للمؤسسات محل الدراسة

الجدول رقم 05: تأثير الإبداع على ميزة تنافسية

الميزة التنافسية				
مستوى المعنوية sig	قيمة المحسوبة F	معامل التحديد R^2		
0,001	16,596	0,18	الإبداع التكنولوجي	الإبداع
0,000	27,565	0,47	الإبداع التسويقي	
0,000	28,411	0,28	الإبداع التنظيمي	

المصدر: من إعداد الباحث باعتماد على نتائج برنامج SPSS.

من خلال نتائج الجدول السابق فقد بلغت قيمة F المحسوبة تساوي (16.596) بالنسبة للإبداع التكنولوجي و 27.565 بالنسبة للإبداع التسويقي اما الإبداع التنظيمي 28.411 هذا و قد بلغ معامل التحديد بالنسبة للإبداع التكنولوجي 0.18 و عليه يمكن القول ان 18% من اكتساب المؤسسات للميزة التنافسية يمكن ارجاعها الى اعتماد المؤسسة على الإبداع التكنولوجي في حين ان الباقي تفسره عوامل أخرى و منه يمكننا رفض الفرضية الصفرية H_0 و نقبل الفرضية البديلة H_1 أي :

- فرضية العدم H_0 : لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لتأثير الإبداع التكنولوجي على ميزة تنافسية للمؤسسات محل الدراسة
- فرضية البديلة H_1 : يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية إحصائية لتأثير الإبداع التكنولوجي على ميزة تنافسية للمؤسسات محل الدراسة.

هذا و قد بلغت قيمة F المحسوبة 27,565 بالنسبة للإبداع التسويقي و قد بلغت مستوى المعنوية 0.000 وهي اصغر من مستوى المعنوية (0.05) يعني رفض فرضية العدم وقبول الفرضية البديلة, أي أن الإبداع التسويقي يؤثر على الميزة التنافسية وهذا التأثير معنوي إحصائيا كما يبين الجدول أن قيمة معامل التحديد قد بلغت 0.47, ما يعني نسبة 47% من أسباب تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة يمكن تفسيرها عن طريق الإبداع التسويقي في حين أن الباقي تكثره عوامل أخرى.

و منه يمكننا رفض الفرضية الصفرية H_0 و نقبل الفرضية البديلة H_1 أي :

فرضية العدم H0: لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لتأثير الإبداع التسويقي على ميزة تنافسية للمؤسسات محل الدراسة.

فرضية البديلة H1: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية إحصائية لتأثير الإبداع التسويقي على ميزة تنافسية للمؤسسات محل الدراسة.

بلغت قيمة F المحسوبة 28.411 بالنسبة للإبداع التنظيمي و قد بلغت مستوى المعنوية 0.000 وهي اصغر من مستوى المعنوية (0.05) هذا و قد بلغ معامل التحديد 0.28 بالنسبة للإبداع التنظيمي ما يعني نسبة 28% من أسباب تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة يمكن تفسيرها عن طريق الإبداع التنظيمي في حين أن الباقي تفسره عوامل أخرى.

و منه يمكننا رفض الفرضية الصفرية H0 و نقبل الفرضية البديلة H1 أي :

فرضية العدم H0: لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لتأثير الإبداع التنظيمي على ميزة تنافسية للمؤسسات محل الدراسة.

فرضية البديلة H1: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لتأثير الإبداع التنظيمي على ميزة تنافسية للمؤسسات محل الدراسة.

5. خاتمة عامة :

لقد اضحى تحقيق ميزة تنافسية في قطاع الخدمات من اهم أولويات المؤسسات الناشطة في هذا المجال حيث تعد شرطا أساسيا لتحقيق الاستمرارية في الأسواق المحلية و هذا في ظل التطور التكنولوجي . حيث اصبح لزاما على هذه المؤسسات تبني ما يعرف بالإبداع في مجالات عديدة مثل المجال التسويقي و التكنولوجي و كذلك الجانب التنظيمي . انطلاقا مما سبق حاولت الدراسة ابراز اهمية الابداع بمختلف انواعه (التكنولوجي التنظيمي و التسويقي) لدى المؤسسات محل الدراسة وقد اتضح من كل ذلك مجموعة من النتائج التي توصل إليها البحث وقد شملت عدة محاور على النحو الآتي:

- من خلال تشخيص واقع المؤسسات محل الدراسة ان لها ميزة تنافسية في الأسواق المستهدفة حيث تقوم بتسخير كافة الإمكانيات المادية و البشرية في سبيل تحقيق ذلك
- يعد نقص الكفاءات و الميزانيات المخصصة للبحث و التطوير بهذه المؤسسات المبحوث من اهم التحديات التي تواجهها .
- اتخاذ المؤسسات من الشكل المركزي في عملية تنمية العملية الإبداعية يجعل الموظفين يستجيبون بشكل جيد للعملية .
- ترى المؤسسات المبحوثة على ان تنمية كفاءة العنصر البشري من اهم الأسس للوصول الى العملية الإبداعية .
- تقوم المؤسسات المبحوثة بتشجيع الابداع و توعية العنصر البشري باهميته في تنمية القدرات التنافسية لهذه المؤسسات .
- يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية إحصائية لتأثير الإبداع التنظيمي على ميزة تنافسية للمؤسسات محل الدراسة.
- يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية إحصائية لتأثير الإبداع التسويقي على ميزة تنافسية للمؤسسات محل الدراسة.
- يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية إحصائية لتأثير الإبداع التكنولوجي على ميزة تنافسية للمؤسسات محل الدراسة.

6. قائمة المراجع :

- البكري, تامر . (2014). قضايا معاصرة في التسويق. دار الحامد للنشر و التوزيع الأردن،.
- الخليم, رفعت عبد . (2005). إدارة الإبداع التنظيمي، القاهرة، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية،.
- الدين, جمال خير . (2009). الإبداع الإداري، الأردن . الطبعة الأولى . (دار أسامة للنشر و التوزيع.
- الفاعوري . (2005). رفعت عبد الخليم، الإبداع التنظيمي. المنظمة العربية لتنمية، مصر،.
- بغداد, كربالي . (2014). دور الإبداع في رفع القدرة التنافسية للمؤسسات حالة المؤسسات الجزائرية . مجلة البحوث الاقتصادية والمالية. 01(02) .،
- بوعيسى, ابراهيم الخليل فارسي . كرم . (2019). إدارة الإبداع والابتكار ودور البحث والتطوير في المؤسسة الاقتصادية (دراسة حالة مجمع صيدال . مجلة التمكين الاجتماعي. 01(01) ,
- تكواشت, ع . (2012). واقع و أفاق الطاقة المتجددة ودورها في التنمية المستدامة في الجزائر .مذكرة ماجستير .56-58, باتنة, الجزائر: جامعة باتنة.
- سايي صندرة . (2014). الإبداع والابتكار في المؤسسات الاقتصادية واقع و تحديات المؤسسات الجزائرية . . مجلة العلوم الإنسانية. 25(03) ,
- سعاد نالف . (2001). الإدارة ، أساسيات إدارة الأعمال، الطبعة الأولى . (عمان، عمان: دار وائل للنشر و التوزيع.
- سعد الغالب ياسين . (2002). الإدارة الاستراتيجية، الطبعة الأولى، . (عمان: دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع.
- عمر عزاوي محمد عجيبة . (2021). مؤسسات المعرفة و ثقافة المؤسسات الاقتصادية، في موقع الانترنت . رؤية مستقبلية.
- غريدي, رياض . (2019). الإبداع والابتكار كمدخل لمساهمة الكفاءات في استدامة الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية "nca Rouiba" دراسة حالة . مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية. 12(01) ,
- كربالي بغداد . (2014). دور الإبداع في رفع القدرة التنافسية للمؤسسات حالة المؤسسات الجزائرية . مجلة البحوث الاقتصادية والمالية. 01(02) ,
- مولفرعة فاطمة الزهراء . طافر زهير . عبد الجبار سهيلة . (2015). واقع الإبداع والابتكار المصري Badr دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية - بشار -المجلد الرابع العدد الأول 2015 . مجلة دفاتر بواذكس. 04(01) ,
- نجم, ن. ع . (2003). إدارة الابتكار. لأردن،: دار وائل.

Samia Fathi and Others,, (2015). THE IMPACT THE CREATIVITY AND INNOVATION ON THE LEVEL OF KNOWLEDGE AND UNDERSTANDING OF TOTAL QUALITY MANAGEMENT BENEFITS AMONG HEALTHCARE MANAGERS IN JORDAN, . *Europen Scientific Journal*, 11(01).