

ريادة الأعمال كألية لتعزيز الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية

- دراسة حالة الشركة الجزائرية للتأمين SAA فرع عنابة -

Entrepreneurship as a mechanism to enhance competitive advantage in the economic enterprise

- a case study of the Algerian Insurance Company SAA - Annaba branch

مصطفى اوي عمار

جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي - الجزائر

mostefaoui-omar@univ-eloued.dz

تاريخ النشر: 2024/06/27

فكيبر صابرين *

مخبر إدارة أعمال المؤسسات الاقتصادية المستدامة،

جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي - الجزائر

fakir-sabrine@univ-eloued.dz

تاريخ القبول للنشر: 2024/06/14

تاريخ الاستلام: 2024/04/19

ملخص:

تهدف هذه الورقة البحثية إلى إبراز مدى تبني ريادة الأعمال كألية لتعزيز الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية. وكذا تسليط الضوء على أبرز الأبعاد المساعدة لها في تحقيق ميزتها التنافسية واكتشاف الشروط التي تسهم في تفعيلها في مؤسسة SAA فرع عنابة، كما اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي والتحليلي لوصف الوضع القائم، حيث تم توجيه استبانة إلى عينة مكونة من 30 مفردة، وخلصت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية قوية بين أبعاد ريادة الأعمال والميزة التنافسية، وأظهرت أن المؤسسة سباقة في التخطيط المستقبلي من خلال اقتناص الفرص الجديدة قبل المنافسين في السوق لكنها تعاني من إهمال بعد تبني المخاطرة في ظل التوجهات الجديدة، ومن هذا المنطلق يجب على المؤسسة أن تتبنى المخاطرة كاستراتيجية داعمة لتحقيق أهدافها على المدى البعيد.

الكلمات المفتاحية: ريادة الأعمال، الميزة التنافسية، الإبداع، تبني المخاطرة.

تصنيفات JEL: M11, M110, O36, H20 .

Abstract:

This research paper aims to highlight the extent to which entrepreneurship is adopted as a mechanism to enhance competitive advantage in the economic institution, as well as to shed light on the most important dimensions that help it achieve its competitive advantage and discover the conditions that contribute to its activation in the SAA Annaba branch. The study also relied on the descriptive and analytical approach to describe The current situation, where a questionnaire was directed to a sample of 30 individuals, and the study concluded that there is a strong direct correlation between the dimensions of entrepreneurship and competitive advantage, and showed that the organization is proactive in future planning by seizing new opportunities before competitors in the market, but it suffers from neglect after Embracing risk in light of new trends. From this standpoint, the organization must adopt risk as a supportive strategy to achieve its long-term goals.

Keywords: Entrepreneurship, Innovation Competitive Advantage, Risk-taking.

Jel Classification Codes: M11, M110, O36, H20 .

* المؤلف المراسل.

1. مقدمة:

نتيجة للتقلبات الطارئة في بيئة الأعمال والتي فرضت على المنظمات مسايرة التغيير لتحقيق النمو والاستقرار على المدى الطويل، لجأت هذه الأخيرة إلى البحث عن السبل الكفيلة لتبني آليات فعالة تمكنها من الحفاظ على مكانتها في السوق، ومجابهة العراقيل التي خلفتها تكنولوجيا المعلومات وكذا الانفتاح على العالم وتزايد شراسة المنافسة، حيث تعتبر ريادة الأعمال من أبرز الآليات التي اعتمدها المنظمات كونها بمثابة مدخل أساسي لتحقيق النمو الاقتصادي.

أوليت الدولة الجزائرية في الآونة الأخيرة اهتماما خاصا بمجال ريادة الأعمال، حيث كرست مجهودات معتبرة لترويج الثقافة الريادية في مختلف المجالات، كونها محور العملية الإبداعية ومن أبرز الاستراتيجيات التي تعول عليها في بناء ميزتها التنافسية، حيث أن الاهتمام بريادة الأعمال باتت ضرورة ملحة باعتبارها حلقة وصل بين مستوى الكادر البشري والتراكم المعرفي الذي يعكس مدى تطور المنظمة وتأقلمها مع متغيرات البيئة المحيطة، ومنبع الميزة التنافسية، وأضحت القدرة على تحقيق هذه الميزة من أهم الخصائص التي تسهم في تسريع نمو ونجاح المنظمات وضمان استمرارها.

1.1. إشكالية الدراسة:

تمحورت إشكالية الدراسة في مدى تبني ريادة الأعمال كآلية فعالة لتعزيز الميزة التنافسية داخل المؤسسة الجزائرية، ومن هذا المنطلق ارتأينا إلى طرح الإشكالية التالية:

ما مدى مساهمة ريادة الأعمال في تعزيز الميزة التنافسية في الشركة الجزائرية للتأمين (SAA) فرع عنابة؟

من خلال التساؤل الرئيسي يمكننا طرح التساؤلات الفرعية التالية:

- ماهي أهم المفاهيم المرتبطة بكل من ريادة الأعمال والميزة التنافسية؟
- ماهي الأبعاد الأساسية التي تقوم عليها ريادة الأعمال؟
- فيما تكمن شروط تفعيل الميزة التنافسية في ظل التوجهات الجديدة؟

2.1. فرضيات الدراسة:

للإجابة على الإشكالية المطروحة يمكن صياغة الفرضيات التالية:

- الفرضية الرئيسية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أبعاد ريادة الأعمال (إبداع إدارة المؤسسة، تبني المخاطرة، إبداع العاملين، الاستباقية) كمقومات أساسية لتعزيز الميزة التنافسية في الشركة الجزائرية للتأمين (SAA) فرع عنابة.
- الفرضيات الفرعية:

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين إبداع إدارة المؤسسة كدافع رئيسي لتعزيز الميزة التنافسية في الشركة الجزائرية للتأمين (SAA) فرع عنابة؛
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تبني المخاطرة كدافع رئيسي لتعزيز الميزة التنافسية في الشركة الجزائرية للتأمين (SAA) فرع عنابة؛
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين إبداع العاملين كدافع رئيسي لتعزيز الميزة التنافسية في الشركة الجزائرية للتأمين (SAA) فرع عنابة؛
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الاستباقية كدافع رئيسي لتعزيز الميزة التنافسية في الشركة الجزائرية للتأمين (SAA) فرع عنابة.

3.1. أهمية الدراسة:

- تنبثق أهمية الدراسة من أهمية موضوع ريادة الأعمال في حد ذاته، حيث تعتبر هذه الأخيرة من الحقول الداعمة لتعزيز الميزة التنافسية لما لها من أهمية قصوى في خلق قيمة مضافة للمنظمة وتستمد هذه الدراسة أهميتها من:
- بناء تصور عام لكل من المتغير المستقل والمتمثل في ريادة الأعمال وكذا المتغير التابع ألا وهو الميزة التنافسية؛
 - ربط ريادة الأعمال كاتجاه رئيسي لتحقيق الميزة التنافسية وذلك راجع إلى الاهتمام المتزايد الذي حظي به هذا المجال؛
 - تقييم أبعاد ريادة الأعمال ودورها في تعزيز الميزة التنافسية في المؤسسات الجزائرية.

4.1. أهداف الدراسة:

- تسليط الضوء على واقع ريادة الأعمال ومدى مساهمتها في تعزيز الميزة التنافسية في ظل التوجهات الجديدة في الشركة الجزائرية للتأمين (SAA) فرع عنابة؛
- توضيح أهمية ريادة الأعمال وإبراز الدور الذي تلعبه في تمكين المنظمات من التربع على عرش الريادة في سوق الأعمال؛
- محاولة علاج الثغرات التي خلفتها بعض الأدبيات السابقة التي تناولت كل من موضوع ريادة الأعمال وكذا الميزة التنافسية؛
- تقديم جملة من الاقتراحات التي تساهم في توجيه مسؤولي المنظمات إلى تبني ريادة الأعمال كاستراتيجية فعالة لتحقيق الميزة التنافسية من خلال استقطاب الكادر البشري الذي يعتبر من أهم أصول المنظمة؛
- تشكل هذه الدراسة مرجعا هاما يساهم في إثراء مكتبة الجامعة الجزائرية من خلال تفسير العلاقة بين أبعاد ريادة الأعمال والميزة التنافسية وتحليل نتائجها بهدف توجيه الدراسات المستقبلية وتكثيف درجة اهتمام الباحثين حول هذا الموضوع.

4.1. منهج الدراسة:

قصد تحقيق أهداف الدراسة والإجابة على التساؤلات المطروحة واختبار صحة الفرضيات والإحاطة بمختلف جوانب الموضوع بشقيه النظري والميداني، اعتمدنا في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي بغرض وصف وتشخيص الجانب النظري للموضوع من خلال عرض أهم العناصر التي توضح كل من ريادة الأعمال والميزة التنافسية في المؤسسة الجزائرية والمنهج التحليلي لتفسير العلاقة بين أبعاد ريادة الأعمال والميزة التنافسية في المؤسسة محل الدراسة.

5.1. الدراسات السابقة:

❖ Study: Dalal Difi and Others: Market Knowledge as a Tool to Achieve Competitive Advantage (Case study National Insurance Company Saa), Afak For Sciences Journal, Vol: 06, N°: 04, 2021 .

سعت هذه الورقة البحثية إلى محاولة قياس أثر معرفة السوق في تحقيق الميزة التنافسية في قطاع الخدمات من خلال دراسة حالة مؤسسة Saa للتأمين بالجلفة والتأكيد على دور دراسة هذا الأخير على تطوير هذه الميزة، وتقديم جملة من التوصيات التي من شأنها تعزيز الميزة التنافسية في الشركة محل الدراسة.

لبوغ أهداف الدراسة وتسليط الضوء على العلاقة التي تربط متغيراتها، اعتمدت هذه الأخيرة على المنهج الوصفي التحليلي من خلال الاعتماد على مختلف المصادر العربية والأجنبية لبناء ووصف الجانب النظري للموضوع، إضافة إلى تصميم استبانة كأداة رئيسية لتحقيق الغرض، تكون مجتمع الدراسة من مديري ورؤساء الأقسام العاملين في مؤسسة Saa وتم توزيع (40) استبانة على عينة الدراسة واسترجعت (37) استبانة صالحة للتحليل الإحصائي.

وبعد المعالجة الإحصائية للبيانات التي تم تجميعها توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج نبرز أهمها:

- تهتم مؤسسة SAA بالبعد المعرفي للعميل كونه بمثابة العامل الرئيسي في زيادة الحصة السوقية للمؤسسة؛
 - ضعف الاهتمام بالبعد الخاص بدراسة المنافسين نتيجة غياب نظام تسويقي فعال لتزويدها بالمعلومات المتعلقة بالمنافسين؛
 - أظهرت الدراسة أن هناك غياب شبه كامل لأبحاث السوق وهذا ما ينجر عنه انخفاض في قيمة الحصة السوقية.
- ❖ دراسة صندرة سايبى: دور ريادة الأعمال والمشروعات الصغيرة والمتوسطة في تنمية الاقتصاد، مجلة اقتصاد المال والأعمال، المجلد 05، العدد 04، 2021.

كان الغرض من هذه الدراسة اكتشاف دور ريادة الأعمال والمشاريع الصغيرة والمتوسطة في تنمية الاقتصاد، وكذا تحليل المعوقات التي تواجهها، وإلقاء الضوء على الظروف والعوامل التي تعزز نجاحها في ظل التغيرات التي تفرضها البيئة المحيطة. بغية تحقيق أهداف الدراسة لجأت الباحثة إلى تحليل مختلف الدراسات ذات الصلة بالموضوع من خلال الاعتماد على بعض المؤشرات التي تفسر دور ريادة الأعمال والمشروعات الصغيرة والمتوسطة في ترقية مختلف القطاعات الاقتصادية، حيث تضمنت الدراسة تحليل أثر ريادة الأعمال على كل من النمو الاقتصادي، وكذا الابتكار، إضافة إلى أثرها على تجديد حظيرة المؤسسات، وخلق مناصب عمل، إعادة هيكلة النسيج الاقتصادي، وكذا أثرها على الهيئات والمؤسسات بالإضافة إلى أثرها على السوق.

توصلت الدراسة إلى أن هناك أثر إيجابي لريادة الأعمال والمشروعات الصغيرة والمتوسطة على تجديد حظيرة المؤسسات، وكذا استحداث مناصب شغل وبروزها كحل للمشاكل المتعلقة بالبطالة، كما تسهم في تحقيق التنمية الاجتماعية من خلال اعتمادها على التوزيع العادل للدخول على عكس المؤسسات الكبيرة، كما بينت وجود أثر إيجابي على حجم الصادرات من خلال توفير الدعم وسد جزء من حاجة الطلب المحلي.

❖ دراسة محمد معاريف: دراسة الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية حالة المؤسسات الجزائرية - دراسة حالة قطاع التأمين سعيدة-، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، قسم علوم تسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم تسيير جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2012-2013.

هدفت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على واقع تبني الميزة التنافسية في مؤسسات التأمين الجزائرية، والتعرف على مدى تأثير هذه الأخيرة على قرار العملاء المتعاقدين معها ومستوى وفائهم، وكذا اقتراح جملة من التوصيات التي تسمح بتسهيل عملية تحديد الميزة التنافسية وتحقيق رضا الزبائن في إطار استراتيجياتها.

لتحقيق الغرض من الدراسة والإحاطة بمختلف جوانبها استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي لبناء خلفية نظرية حول موضوع الميزة التنافسية، إضافة لتحليل نتائج المسح الميداني لمعرفة واقع الميزة التنافسية في المؤسسات الجزائرية، حيث أجريت الدراسة على مجموعة من مؤسسات التأمين الكبرى في ولاية سعيدة بهدف حصر الدوافع الرئيسية والأكثر تأثيرا على اختيار العملاء في قطاع التأمينات بالولاية لتحديد الميزة التنافسية للمؤسسات محل الدراسة مقارنة مع المؤسسات المنافسة في نفس المجال، حيث اعتمدت الدراسة على أسلوب المقابلة الشخصية إضافة إلى الاستبانة، تمثل مجتمع الدراسة في الأشخاص المتعاقدين مع المؤسسات محل الدراسة، حيث تم اختيار عينة غير احتمالية تم تقسيمها بالتساوي على (05) مؤسسات بلغت (280) مفردة من مجتمع الدراسة.

وبعد القيام بتحليل نتائج المقابلة للمؤسسات محل الدراسة ومعالجة البيانات توصلت الدراسة إلى أن هناك غياب شبه تام لثقافة التأمين لدى العملاء في هذا القطاع مما أجبر المؤسسات الناشطة في هذا القطاع على تكثيف مجهوداتها على المستوى الداخلي فيما يتعلق بالتسيير الاستراتيجي والخارجي فيما يتعلق بإرساء نظام اتصال فعال مع العملاء لبعث الثقافة الترويجية. وتميزت الدراسة الحالية عن سابقتها كونها ركزت على أربعة أبعاد أساسية تمثلت في (إبداع إدارة المؤسسة، تبني المخاطرة، إبداع العاملين، الاستباقية) لتفسير العلاقة بين متغيرات الدراسة، حيث تجمع هذه الأخيرة أغلب الأبعاد التي تناولتها الأدبيات السابقة.

2. الإطار المفاهيمي لريادة الأعمال

1.2. مفهوم ريادة الأعمال وريادة الأعمال المؤسسية:

انصب تفكير الكثير من الباحثين في الآونة الأخيرة على دراسة موضوع ريادة الأعمال على نطاق واسع نظرا للدور الذي تلعبه هذه الأخيرة في دفع عجلة التنمية الاقتصادية، وتحقيق قيمة مضافة على مستوى الفرد والمجتمع وذلك بالتأثير على سلوك رائد الأعمال وغرس الثقافة الريادية مما يترتب عنها نجاح وتميز منظمات الأعمال.

1.1.2. مفهوم ريادة الأعمال:

تعتبر ريادة الأعمال من مواضيع الساعة وتمثل أحد المتغيرات الرئيسية التي تؤثر على فعالية العملية الإبداعية في المنظمات، حيث أن هذه الأخيرة تعد بمثابة اللبنة الأساسية لبنائها، ونظرا لاختلاف وجهات نظر الباحثين في هذا المجال تعددت التعاريف حول هذا المصطلح وعليه سنقوم بعرض بعض التعاريف المرتبطة بريادة الأعمال ثم توضيح معنى الريادة المؤسسية فيما يلي:

تعرف الريادة حسب مرصد الريادة العالمي لريادة الأعمال (GME) على أنها: "أي محاولة لإنشاء أعمال تجارية جديدة أو تجسيد مشروعات مبتكرة، مثل الأعمال الحرة (self-employment)، أو القيام بتوسيع نشاط تجاري قائم، من طرف شخص أو مجموعة من الأشخاص بتخصيص الوقت، الجهد والمال من أجل إنجاح المشروع". (صكوشي ومجدل، 2019، صفحة 43)

عرف Peter Drucker الريادة على أنها: "قدرة المنظمة على تعظيم العوائد والأرباح من خلال الاستغلال الأمثل للفرص المتاحة بهدف تحقيق التميز، حيث أشار إلى المنظمات الرائدة في بيئة عملها على أنها تلك التي تحتل موقع مهيمن في سوق الأعمال وتحقق ميزة تنافسية بين مثيلاتها". (علالي وعلالي، 2021، صفحة 464)

كما تعرف منظمة التعاون الاقتصادي لريادة الأعمال على أنها: "نشاط مرن يهدف إلى خلق قيمة في السوق من خلال إنشاء وتطوير منتجات أو عمليات أو أسواق". (CHAIB & DJILANI, 2023, p. 398)

عرف أيضا Joseph Schumpeter ريادة الأعمال: "بوصفها بالمصطلح الشهير "التدمير الخلاق" حيث اعتبر رائد الأعمال بمثابة المسيطر الرئيسي في كسر الحواجز والقيود المهيمنة على النظام الاقتصادي، ويتحقق ذلك من خلال ما يخلقه من ابتكارات وإضافات جديدة تميزه عن غيره، مثل تحديث أساليب الإنتاج، خلق أسواق جديدة وبالتالي يحقق قفزة نوعية في مجاله". (El Djouzi, 2020, p. 162)

2.1.2. مفهوم الريادة المؤسسية:

عرفها Mcfadzean and Others على أنها: "الجهود الرامية إلى تعزيز الإبداع داخل المنظمة، من خلال اكتشاف فرص محتملة، ووصف الموارد، واستغلال الفرص المتاحة وتحويلها إلى منتجات وخدمات تجارية في السوق".

كما عرفها Guth and Ginsberg على أنها: "تعتبر عملية خلق مؤسسات جديدة ضمن مؤسسات قائمة، وتحويل هذه الأخيرة من خلال عمليات التجديد الجذري في أفكارها الأساسية". (القبح و عباس الخفاجي، 2014، الصفحات 37-38) ومن التعاريف السابقة نستخلص أن ريادة الأعمال عبارة عن فلسفة تعبر عن السعي إلى ترجمة الأفكار المبتكرة وتجسيدها إلى مؤسسات خلاقة للثروة، من خلال تبني الابتكار والمبادرة كآليات تسعى إلى تفعيل العملية الإبداعية في ظل عدم اليقين واستغلال الفرص المتاحة وتحويلها إلى سلع ومنتجات ذات قيمة مضافة.

2.2. خصائص ريادة الأعمال:

تتمتع ريادة الأعمال بجملة من الخصائص نبرز أهمها فيما يلي:

- تعتبر ريادة الأعمال أحد مدخلات عملية اتخاذ القرار المتعلق بالاستغلال الأمثل للموارد المتاحة وتحويلها إلى منتجات وخدمات مبتكرة من خلال اعتمادها على أساليب وطرق حديثة للعمليات؛
- تعبر الريادة عن تراكم الجهود المكثفة التي تسهم في تحقيق التنسيق بين مختلف عمليات الإنتاج والبيع؛
- تمثل الريادة جملة المهارات الإدارية الإبداعية المبنية على الابتكار والاستباقية وتحمل المخاطر من خلال اقتناص الفرص المتاحة في بيئة الأعمال؛
- الريادة تعني الإدراك الكامل للفرص التي تعبر على الحاجات والرغبات والعراقيل والتحديات ومعالجتها وترجمة الأفكار المبتكرة إلى مشاريع ناشئة. (النجار و العلي، 2006، صفحة 08)

3.2. أهمية ريادة الأعمال:

- تعتبر ريادة الأعمال ركيزة أساسية في بعث المشاريع الريادية وتحقيق نجاح منظمات الأعمال على اختلاف مستوياتها وأحجامها ومجالاتها، والدافع الرئيسي في تحقيق قدرتها على المنافسة لما لها من أهمية بالغة في تحقيق الانتعاش الاقتصادي للدول المتقدمة والدول النامية على حد سواء، وتكمن أهميتها فيما يلي:
- تعتبر ريادة الأعمال بمثابة اللبنة الأساسية في تفعيل العملية الإبداعية من خلال تبني الإبداع والابتكار والمبادرة كاستراتيجيات هادفة لتعزيز النمو وزيادة الإنتاجية؛
 - تخلق مناصب عمل جديدة وتسهم في امتصاص البطالة؛ (ضيف و آخرون، 2020، صفحة 33)
 - تسهم ريادة الأعمال في تحقيق التنوع في مجالات خدمة المجتمع في ظل بيئة عمل تتسم بالمرونة قصد تلبية حاجات ورغبات الأفراد والمجتمعات؛
 - تشجع ريادة الأعمال على إحداث إبداعات وتغيير في هيكل سوق العمل من خلال طرح منتجات وخدمات مبتكرة تسهم في تغيير مجرى السوق مما يضفي قيمة اقتصادية متميزة؛ (كافي و كافي، 2020، صفحة 27)
 - تسهم ريادة الأعمال في زيادة قدرة منظمات الأعمال على المنافسة من خلال درجة وعيها بالتطورات الحاصلة في البيئة الداخلية والخارجية وتحليل لاكتشاف نقاط القوة والضعف وكذا الفرص والتهديدات ومعالجتها بطرق وأساليب مبتكرة وترجمتها إلى فرص والتفاعل معها بإيجابية؛
 - تشجع ريادة الأعمال على نقل التكنولوجيا الحديثة من خلال الاحتكاك بمختلف تجارب الدول المتطورة والاستفادة منها في مختلف المجالات بهدف تحقيق التنمية الاجتماعية والاقتصادية. (مبارك، 2010، صفحة 41)

4.2. أبعاد ريادة الأعمال:

تعتبر ريادة الأعمال أداة فعالة مهمتها فسح طرق التميز والنجاح لمختلف الأنشطة والمشاريع، من خلال تأهيل رواد الأعمال إلى ترجمة أفكارهم إلى مؤسسات ملموسة وتحقيق القدرة على إدارتها بكل كفاءة وفعالية، ولبلوغ ذلك يجب على الريادي التحلي بجملة من الصفات التي تميزه عن غيره من الأفراد ومن هنا يمكننا إبراز أهم الأبعاد التي لا بد أن يتمتع بها الريادي الناجح والتي تمكن منظمات الأعمال من الولوج إلى الأسواق العالمية والتربع على عرش الريادة:

- القدرة على المنافسة: يجب على منظمات الأعمال أن تمتلك القدرة على مواجهة المنافسين في القطاع الذي تنشط فيه؛ (اليزيدي، 2024، صفحة 03)

- الإبداع (innovativeness): ويقصد بالإبداع القدرة على إنتاج شيء جديد أو خلق قيمة مضافة، ويتصف الشخص المبدع برؤيته للأشياء لكن بتفكير مختلف عن الآخرين، لذلك تسعى المنظمات على خلق مناخ للإبداع يتماشى وهيكلها التنظيمي مع مراعاة احتياجات العاملين وتشجيعهم على تفريغ طاقاتهم لمعالجة المشاكل؛ (Ziane Kolee, 2021, p. 92)

- المخاطرة (Risk): ويقصد بها الميل إلى اتخاذ قرارات جريئة مثل الغامرة في اختراق أسواق جديدة غير معروفة، وتبني مشاريع مهمة النتائج؛ (Thabet, 2021, p. 96)

- استثمار واقتناص الفرص (Proactiveness): ويقصد بها قدرة المنظمة على التكيف مع الظروف التي تواجهها في خلق خدمات ومنتجات تتماشى مع ذلك، وانتهاز الفرص قبل المنافسين؛ (خلوط، 2023، صفحة 232)

- المبادرة (initiativeness): وهي سمة منظورية للسوق القائد الذي يكتسب بصيرة للعمل تحسبا للطلب المستقبلي وتشكيل بيئة عمل ملائمة للتغيرات الطارئة في سوق الأعمال، أي أن الاستباقية تبني جملة من المبادرات في محاولة تهيئة بيئة عمل مناسبة لصالح المؤسسة في حين أن الاستجابة تنطوي على التكيف والتأقلم مع المنافسين ومختلف التحديات التي تواجهها في البيئة المحيطة. (Arabeche & Chemma, 2020, p. 67)

حيث تجدر الإشارة إلى أن ريادة الأعمال تكون على مستوى الأفراد والمنظمات على حد سواء وتمتاز بالتحسين والتجديد والابتكار بعيدا عن الروتين، وتصاحبها مخاطر وعراقيل في جميع مراحلها. (مرعي و أسامة حسن، 2017، صفحة 08)

3. الإطار المفاهيمي للميزة التنافسية:

يعتبر موضوع الميزة التنافسية من أبرز المواضيع التي حظيت بالاهتمام من قبل المفكرين والباحثين نظرا لأهميتها القصوى في التعبير عن قدرة المنظمة على اختراق الأسواق الرائدة وتحقيق التميز أمام منافسيها.

1.3. مفهوم الميزة التنافسية:

تعددت التعاريف التي تناولت مصطلح الميزة التنافسية واختلفت حسب وجهات نظر الباحثين وفيما يلي سيتم عرض موجز لبعض التعاريف:

عرف Porter الميزة التنافسية على أنها: "تنشأ بمجرد بلوغ المنظمة لاكتشاف أساليب أكثر فعالية من تلك المتبعة من قبل المنافسون، أي إمكانية تجسيد هذا الاكتشاف على أرض الواقع، كما تفسر امتلاك المنظمة القدرة على تحقيق التفوق والتميز واحتلال مركز تنافسي قوي على منافسيها في ظل التغيرات البيئية". (Difi & all, 2021, p. 585)

يعتبر Alderson 1965 هو أول من أشار إلى الميزة التنافسية وعرفها على أنها: "وهي تعبير عن مدى سعي منظمات الأعمال لتجسيد وامتلاك خصائص فريدة تميزها عن غيرها من المنظمات التي تنشط في ذات المجال" (ساطوح، 2008، صفحة 96)

وعرفها أيضا Kotler على أنها: "قدرة المنظمة على تحقيق أداء أفضل وبطرق مميزة يصعب على المنافسين تقليدها، كما يمكن تحقيق الميزة التنافسية من خلال الاعتماد على الوظائف التي تسهم في خلق قيمة مضافة في مجالات تقليل التكلفة على عكس المنافسين، أو تنفيذها بطرق تحقق التفوق والتميز في مجالها". (بن خليفة و آخرون، 2022، صفحة 1074)

وعرفها علي السلمي على أنها: "جملة المهارات والتكنولوجيات والموارد المتوفرة في حوزة المنظمة والتي تسعى إلى تنسيقها واستثمارها لتحقيق أمرين رئيسيين:

- إنتاج قيمة مضافة للعملاء تفوق ما يقدمه المنافسون؛

- تحقيق التفوق والتميز والاختلاف مقارنة بالمنافسين" (سطوطاح و روابحية، 2016، صفحة 69).

من خلال التعاريف التي تم التطرق إليها نستخلص أن الميزة التنافسية هي وصف قدرة المنظمة على تحقيق قيمة مضافة في القطاع الذي تنشط فيه من خلال تقديم السلع والخدمات التي تشبع حاجات ورغبات المستهلكين وتسهم في إرضائهم بدرجات تفوق المنافسين وفي ظل بيئة ديناميكية.

2.3. أهمية الميزة التنافسية:

للميزة التنافسية أهمية بالغة تتمثل فيما يلي:

- تمنح المنظمة تميز كمي ونوعي أفضل من المنافسين، وبالتالي تفسح لهم مجال لتحقيق أفضل النتائج؛
- كون أن الميزة التنافسية تنبثق من موارد المنظمة وقدراتها مما ينتج عنها حركية وديناميكية للعمليات الداخلية للمنظمة؛ (يحة و العيداني، 2016، صفحة 216)

- تكوين رؤية مستقبلية مبتكرة للأهداف المراد بلوغها واقتناص الفرص المتاحة في البيئة المحيطة؛
- تسهم في منح المنظمة القدرة على تحقيق قيمة مضافة من خلال إرضاء العملاء بهدف تحقيق ديمومتها واستمرارها؛ (موساوي، 2018، صفحة 355)

- تحقيق التميز الاستراتيجي عن المنافسين من خلال توفير السلع والمنتجات التي تلبي حاجات ورغبات العميل، مع إمكانية التفوق في الموارد والكفاءات والاستراتيجيات المتبعة في ظل بيئة شديدة المنافسة؛

- تساهم في تحقيق حصة سوقية للمنظمة تمكنها من تحقيق الريادة في سوق الأعمال؛ (واكلي، 2013، صفحة 62)
- تعتبر مقياس لتحديد مستوى نجاح المنظمات أمام نظيراتها من خلال منحها قدرة فائقة على توليد نماذج مبتكرة ومنفردة من المنتجات والخدمات. (حسناوي و واكلي، 2023، صفحة 562)

3.3. شروط فعالية الميزة التنافسية في ظل البيئة الديناميكية:

باتت الميزة التنافسية أكثر فعالية نتيجة لتوفر عدة شروط تتمثل فيما يلي:

- تبني تكنولوجيات متطورة تسهم في تذليل عمليات الاتصال وتدفق المعلومات بين مختلف أقسام المنظمة وكذا المنظمات التي تتعامل معها؛

- الاستثمار في البحث العلمي يسهم في تسريع عمليات الإبداع والابتكار مما ينتج عنه نتائج وبحوث تقنية؛ (عامر بوران، 2016، صفحة 82)

- أن تكون حاسمة؛ ويقصد بها أن تتمتع المنظمة بعامل الاستباقية وتكون سباقة في اقتناص الفرص قبل المنافسين والتميز عنهم؛

- صعوبة تقليدها؛ يجب على المنظمة الحفاظ على مكانتها وتحسين مركزها التنافسي للحفاظ على استمراريته أمام المنافسين؛
- الاستمرارية: يجب على المنظمة تحقيق التفوق والتميز على المدى الطويل. (بوغاري وآخرون، 2017، صفحة 149)
4.3. أبعاد الميزة التنافسية:

يقصد بأبعاد الميزة التنافسية تلك السمات التي تتبناها كل منظمة لبلوغ التميز على نظيراتها من خلال جملة السلع والخدمات التي توفرها لإشباع حاجات ورغبات العملاء وتحقيق ولائهم بالدرجة الأولى من خلال دراسة السوق والوقوف على أهم الأبعاد التي تمنحها القدرة على تحقيق مركز تنافسي وتشمل هذه الأبعاد ما يلي:
1.4.3. التكلفة:

يفسر هذا العامل مدى قدرة المنظمة على توفير سلع وخدمات بأقل التكاليف، مما يفسح لها المجال لبلوغ ميزة التكلفة الأقل وإطلاق المنتجات بأسعار أقل من المنافسين وهذا ما يدفعها إلى التميز وتشكيل حاجزا بالنسبة للمنافسين الجدد؛
2.4.3. الجودة:

وتمثل الجودة أهم بعد من أبعاد الميزة التنافسية نظرا للدور الذي تلعبه من خلال توفير منتجات وخدمات متميزة وذات مواصفات ممتازة تلي حاجات ورغبات العملاء وتحقق حصة سوقية للمنظمة والحفاظ على مركزها التنافسي؛ (سالم، 2021، صفحة 240)
3.4.3. الديناميكية:

ويشير هذا البعد إلى قدرة المنظمة على التكيف مع متغيرات البيئة والاستجابة للمتطلبات السريعة في سوق العمل، أي أن تمتلك المنظمة القدرة على مسيرة التغيير في الوقت المناسب وبسرعة فعالة استجابة للتطورات الطارئة في البيئة المحيطة؛ (طلحة وآخرون، 2020، صفحة 98)
4.4.3. الإبداع:

ويعتبر الإبداع من أهم المقومات الأساسية لتحقيق تميز أي منظمة وذلك من خلال تبنيها لطرق وأساليب حديثة في العمليات الإنتاجية لتقديم منتجات وخدمات مبتكرة تختلف على المنافسين؛
5.4.3. الاستجابة لمتطلبات العميل:

وينصب تركيز هذا العامل على دراسة السوق لمعرفة احتياجات ورغبات العميل ومن ثمة تصميم المنتج بالجودة المطلوبة وفي الوقت المناسب بما يتوافق ورغباته بالدرجة التي يصعب على المنافس تقليدها. (قاسمي الحسني و حفصي، 2023، الصفحات 71-72)
4. الإطار المنهجي للدراسة الميدانية:

بعد دراسة الشق النظري والإمام بمختلف جوانبه وعرض بعض الأدبيات السابقة التي تناولت أحد متغيرات الدراسة سنحاول في هذا المحور إسقاط الجانب النظري على أرض الواقع من خلال بناء نموذج افتراضي للإجابة على إشكالية الدراسة وكذا اختبار صحة الفرضيات وتفسير العلاقة بين زيادة الأعمال ومدى مساهمتها في تعزيز الميزة التنافسية.
1.4. نموذج الدراسة:

يبين النموذج الموالي متغيرات الدراسة حيث يتضمن كل من المتغير المستقل والمتمثل في زيادة الأعمال وكذا المتغير التابع ألا وهو الميزة التنافسية، كما صنفت الدراسة المتغير المستقل إلى أربعة أبعاد أساسية لخدمة أهداف البحث وسنقوم بفحص

هذا الأخير من خلال ترجمته من الشكل النظري إلى الكمي واكتشاف مدى وجود العلاقة بين المتغيرات من عدمها ومن ثمة تفسير النتائج، ويمكننا شرح الأبعاد المتعلقة بالمتغير المستقل كمايلي:

- إبداع إدارة المؤسسة: ويشير هذا البعد إلى مدى قدرة المنظمة على تبني أساليب فعالة ومتطورة تمكنها من إحداث التغييرات اللازمة في إجراءات العمل في ظل التوجهات الحديثة؛

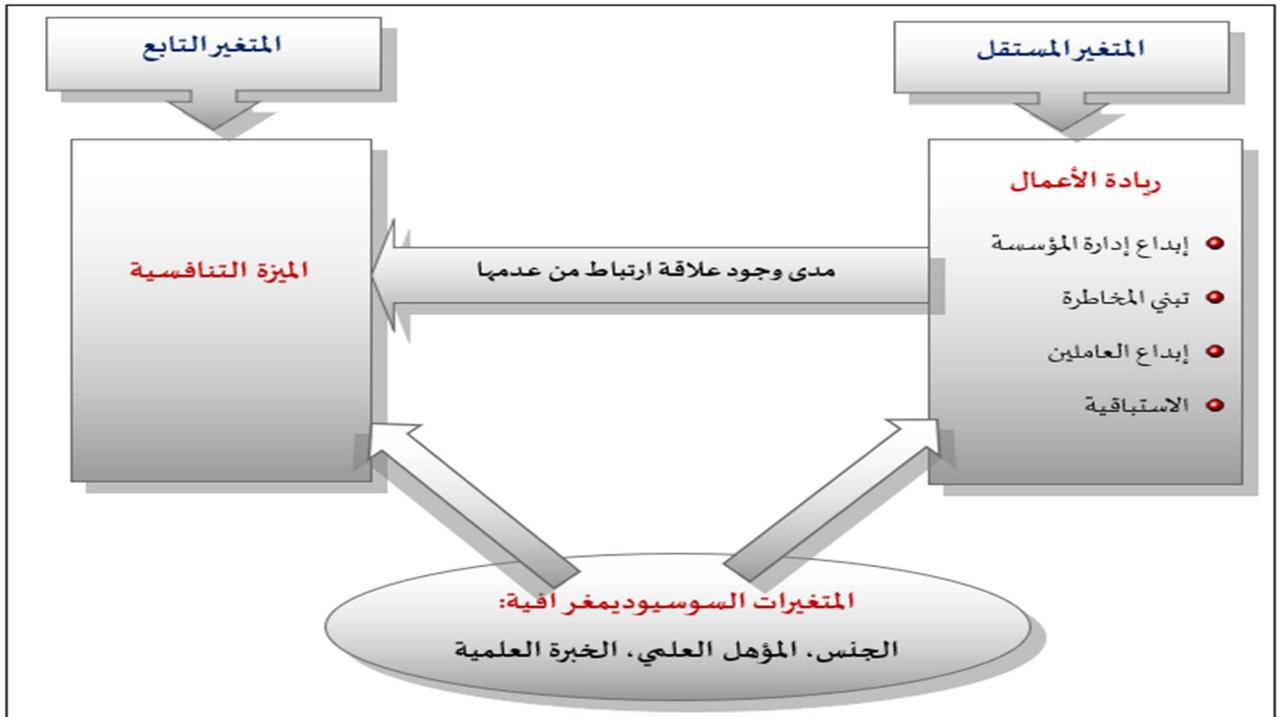
- تبني المخاطرة: ويفسر هذا البعد مستوى تبني الأفكار المبتكرة في جو عدم اليقين والرغبة في تجسيدها وتحمل كافة النتائج المترتبة عنها بصدر رحب مع إيجاد الحلول المناسبة لها؛

- إبداع العاملين: يقصد به أن يتحلى العامل بسمات تميزه عن غيره من الأفراد، ومن أبرزها الثقة بالنفس والقدرة على الإنجاز وتحمل المخاطرة في أدائه من خلال الإتيان بما هو جديد أو غير مألوف؛

- الاستباقية: ويشير هذا البعد إلى رغبة المنظمة في التخطيط بعيد المدى من أجل البحث عن الفرص المستقبلية واقتناصها قبل المنافسين وتدارك المشاكل قبل وقوعها.

ومن هنا يمكننا إدراج النموذج الافتراضي للدراسة في الشكل التالي:

الشكل رقم 01: النموذج الافتراضي لمتغيرات الدراسة



المصدر: من إعداد الباحثان.

2.4. أداة الدراسة:

بغية تحقيق الغرض من الدراسة وجمع البيانات اللازمة لتحقيق ذلك لجأ الباحثان إلى تصميم استبانة كأداة أساسية

لتحقيق أهداف البحث والإجابة على التساؤلات المطروحة حيث تم تقسيمها إلى ثلاث محاور رئيسية:

- المحور الأول: شمل ثلاث أسئلة مغلقة تتعلق بالمتغيرات السوسيوديمغرافية لعينة الدراسة وتمثلت في: الجنس، الخبرة المهنية، المؤهل العلمي؛

- المحور الثاني: يتعلق بالأبعاد الأساسية لريادة الأعمال وتضمن 26 عبارة مغلقة وفقا لسلم ليكارت الخماسي؛

- المحور الثالث: يتعلق بالميزة التنافسية وتضمن 11 عبارة مغلقة وفقا لسلم ليكارت الخماسي.

3.3. مجتمع وعينة الدراسة:

- مجتمع الدراسة: يتكون مجتمع الدراسة من كافة الموظفين في الشركة الجزائرية للتأمين (SAA) فرع عنابة:
- عينة الدراسة: قمنا باختيار عينة عشوائية نظرا لصعوبة إجراء أسلوب المسح الشامل، حيث تم توجيه 50 استبانة لعينة الدراسة من إجمالي المجتمع المستهدف، واسترجعت 37 استبانة وبعد عملية الفرز تحصلنا على 30 استبانة صالحة للتحليل الإحصائي ومن ثمة قمنا بعملية الترميز والتفرغ بالاعتماد على برنامج SPSS Version 25.

3.4. اختبار صدق وثبات أداة الدراسة:

1.3.4. اختبار ثبات الاستبانة: تم التحقق من ثبات الاستبانة من خلال الاعتماد على اختبار معامل ألفا كرومباخ حيث تحصلنا على النتائج التالية:

الجدول رقم: 01: يوضح اختبار ثبات الاستبانة باستعمال معامل ألفا كرومباخ

عدد الفقرات	معامل ألفا كرومباخ
37	0,949

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

تبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن قيمة معامل ألفا كرومباخ قدرت ب0,949 أي بنسبة 94,9% وهي عبارة عن نسبة مرتفعة مقارنة بالحد الأدنى للقبول المقدر ب0,6 أي ما نسبته 60% وهذا ما يدل على أن الاستبانة تمتاز بالثبات كما تعبر هذه النسبة على تحقق التناسق الداخلي لفقراتها، وأننا لو قمنا بتوجيه الاستبانة إلى نفس العينة أو عينة مماثلة من المجتمع نفسه نتحصل على تطابق في إجابات العينة المستجوبة وهذا ما يضيفي صفة الثبات لأداة الدراسة.

2.3.4. اختبار صدق أداة الدراسة:

وتتم هذه العملية من خلال حساب جذر معامل ألفا كرومباخ ويطلق على هذا الاختبار بمعامل صدق الاستبيان أو صدق المحك، وهنا تظهر نتائج الاختبار كمايلي:

الجدول رقم 02: يوضح اختبار صدق الاستبانة باستعمال جذر معامل ألفا كرومباخ

عدد الفقرات	معامل ألفا كرومباخ
37	0,974

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن قيمة صدق المحك قدر ب0,974 أي ما نسبته 97,4% وتشير هذه النسبة إلى أن الاستبانة التي صممت قادرة على تحقيق الغرض التي وضعت من أجله.

5.4. الدراسة الوصفية للخصائص السوسيوديمغرافية للعينة المستجوبة:

يتسنى لنا في هذه المرحلة وصف الخصائص الشخصية للعينة المستجوبة التي بنيت على أساسها أداة الدراسة والتي تضمنت: الجنس، الخبرة العلمية والمؤهل العلمي، وسيتم عرض نتائج التحليل الإحصائي من خلال الجدول الموالي:

ريادة الأعمال كآلية لتعزيز الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية
- دراسة حالة الشركة الجزائرية للتأمين SAA فرع عنابة -

الجدول رقم 03: يوضح وصف الخصائص الشخصية للعينة المستجوبة

النسبة %	التكرار	الفئة	الخاصية
36,7%	11	ذكر	الجنس
63,3%	19	أنثى	
100%	30	المجموع	
13,3%	4	أقل من 05 سنوات	الخبرة العلمية
26,7%	8	من 05 سنوات إلى 09 سنوات	
30%	9	من 10 سنوات إلى 15 سنة	
30%	9	أكثر من 15 سنة	
100%	30	المجموع	المؤهل العلمي
0	0	ابتدائي	
0	0	متوسط	
26,7%	8	ثانوي	
73,3%	22	جامعي	
100%	30	المجموع	

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

- جنس المستجيب: يتبين لنا من الجدول أعلاه أن نسبة الذكور بلغت 13,3% أما نسبة الإناث بلغت 63,3% وهذه الأخيرة احتلت المرتبة الأولى ونفس هذه النسبة بأن الإقليم الذي تتواجد فيه المؤسسة محل الدراسة يشجع على ترويج روح العمل للعنصر النسوي.

- الخبرة العلمية: يتضح لنا من الجدول أعلاه أن الفئة أقل من 05 سنوات بلغت نسبتها 13,3% وتليها الفئة من 05 سنوات إلى 09 سنوات بـ 26,7% ثم تساوي الفئتين الأخيرتين حيث أن الفئة المحصورة من 10 سنوات إلى 15 سنة بلغت 30% والفئة الأكثر من 15 سنة بلغت 30% وهذا يدل على أن المؤسسة محل الدراسة تحتوي على موارد بشرية ذوي خبرة عالية كون هذه الأخيرة تعتبر من أهم المؤثرات الأساسية التي تسهم في ترقيتها.

- المؤهل العلمي: نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن فئة الجامعيين احتلت الصدارة بنسبة 73,3% وتليها نسبة المستوى الثانوي التي بلغت 26,7% في حين غياب المستوى الابتدائي والمتوسط وهذا ما يعبر على طبيعة نشاط المؤسسة محل الدراسة والتي تسعى بدورها إلى استقطاب الكوادر البشرية ذوي الكفاءة العالية من النخبة الجامعية.

4.6. تحليل الاتجاه العام لإجابات العينة حول محاور الدراسة:

ستتم في هذه المرحلة حساب كل من المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لتحديد الاتجاه العام لفقرات الاستبانة

كمايلي:

الجدول رقم 04: يوضح الاتجاه العام لإجابات العينة المستجوبة للمحور الأول

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
أ 01	3,07	1,388	محايد
أ 02	3,33	1,155	محايد
أ 03	3,60	1,102	موافق
أ 04	3,47	0,900	موافق
أ 05	3,33	0,994	محايد
أ 06	4,23	0,774	موافق بشدة
أ 07	4,27	1,015	موافق بشدة
أ 08	3,30	1,119	محايد
أ 09	3,17	1,206	محايد
أ 01	3,63	0,999	موافق
أ 11	3,47	1,042	موافق
أ 12	3,83	1,085	موافق
أ 13	3,37	0,999	محايد
أ 14	3,43	0,858	موافق
أ 15	3,40	0,968	موافق
أ 16	3,20	1,270	محايد
أ 17	2,93	1,337	محايد
أ 18	3,27	1,230	محايد
أ 19	3,27	1,230	محايد
أ 20	3,03	1,129	محايد
أ 21	3,63	0,999	موافق
أ 22	3,27	1,258	محايد
أ 23	3,50	1,358	موافق
أ 24	3,90	1,322	موافق
أ 25	3,97	1,245	موافق
أ 26	4,03	1,129	موافق
المجموع	3,5244	0,714	موافق

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه أن عبارة "تقتحم مؤسساتكم الأسواق بدرجة عالية من الثقة" حازت على أعلى درجة موافقة حيث بلغ المتوسط الحسابي للعبارة 4,27 وانحراف معياري 1,015 حيث تشير هذه النتيجة إلى قدرة المؤسسة على اقتناص الفرص المتاحة واستثمارها لصالحها مما يمكنها من اختراق أسواق جديدة قبل دخول المنافسين وهذا ما يتيح لها تحقيق التميز واحتلال مركز تنافسي في ظل بيئة ديناميكية، في حين حصلت عبارة "تحرص مؤسساتكم على منح مكافآت لموظفيها وفقا لمعيار الكفاءة" على أقل متوسط حسابي قدر بـ 2,93 وانحراف معياري 1,337 تتجه نحو الحياد، وتعتبر هذه النتيجة على عدم تبني المؤسسة محل الدراسة لمعيار الكفاءة كمعيار رئيسي في منح المكافآت للموظفين وهذا ما يؤدي إلى عزوف الموظفين على تقديم أفضل مالمديهم وهذا ما يخلف اندثارها في سوق الأعمال، أما بالنسبة للمتوسط الحسابي للمحور الأول ككل بلغ 3,524 وانحراف معياري 0,714 تقابله درجة الموافقة.

الجدول رقم 05: يوضح الاتجاه العام لإجابات العينة المستجوبة للمحور الثاني

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
ب 1	2,97	1,245	محايد
ب 2	3,00	0,788	محايد
ب 3	3,67	1,093	موافق
ب 4	3,97	0,809	موافق
ب 5	4,03	0,964	موافق
ب 6	3,47	0,973	موافق
ب 7	3,87	1,008	موافق
ب 8	3,73	1,202	موافق
ب 9	3,23	1,073	محايد
ب 10	3,87	0,937	موافق
ب 11	3,10	1,125	محايد
المجموع	3,5360	0,619	موافق

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

تبين لنا من الجدول أعلاه أن العبارة "تقوم مؤسستكم بمواكبة التكنولوجيات الجديدة في وسائل الإنتاج" احتلت الصدارة بأعلى متوسط حسابي بلغ 4,03 وبانحراف معياري 0,964 تتجه نحو الموافقة وهذا ما يدل على أن المؤسسة محل الدراسة تسعى إلى التكيف مع التوجهات الجديدة الطارئة في البيئة المحيطة من خلال توليد أساليب إنتاج جديدة وادخال التحسينات على مختلف خطوط الخدمات المقدمة وإطلاق منتجات مبتكرة وغيرها من التكنولوجيات التي تسهم في ترقية مركزها أمام المنافس والحفاظ على حصتها السوقية، أما بالنسبة لعبارة "أسعار منتجات مؤسستكم منافسة لباقي المؤسسات الأخرى" سجلت أدنى متوسط حسابي بلغ 2,97 وبانحراف معياري 1,245 وتتجه نحو الحياد، أما بالنسبة للمحور الثاني ككل فبلغ المتوسط الحسابي 3,536 وبانحراف معياري 0,619 يتجه نحو الموافقة.

7.4. اختبار صحة فرضيات الدراسة:

وفي هذه المرحلة سنحاول اختبار صحة الفرضيات من عدمها بالاعتماد على الاختبارات المناسبة حيث قمنا بتمييز كل

محور من محاور الدراسة وكل بعد من أبعادها كما هو موضح:

– R1: يطلق هذا الرمز على المحور الأول المتعلق بريادة الأعمال؛

– R2: يطلق هذا الرمز على المحور الثاني المتعلق بالميزة التنافسية؛

– S1: يطلق هذا الرمز على بعد إبداع إدارة المؤسسة؛

– S2: يطلق هذا الرمز على بعد تبني المخاطرة؛

– S3: يطلق هذا الرمز على بعد إبداع العاملين؛

– S4: يطلق هذا الرمز على بعد الاستباقية؛

❖ الفرضية الرئيسية:

–H0: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أبعاد ريادة الأعمال (إبداع إدارة المؤسسة، تبني المخاطرة، إبداع العاملين الاستباقية) كمقومات أساسية لتعزيز الميزة التنافسية في الشركة الجزائرية للتأمين (SAA) فرع عنابة عند مستوى دلالة (0,05).

H1- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أبعاد ريادة الأعمال (إبداع إدارة المؤسسة، تبني المخاطرة، إبداع العاملين الاستباقية) كمقومات أساسية لتعزيز الميزة التنافسية في الشركة الجزائرية للتأمين (SAA) فرع عنابة عند مستوى دلالة (0,05).

الجدول رقم 06: يوضح معامل الارتباط بين ريادة الأعمال والميزة التنافسية

المحاور	معامل الارتباط	درجة المعنوية
R1	0,736	0,000
R2		

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يتضح لنا من الجدول أعلاه أن قيمة معامل الارتباط بين أبعاد ريادة الأعمال والميزة التنافسية قدرت بـ 0,736 عند مستوى معنوية 0,000 أقل من 0,05، وهذا ما يدل على وجود علاقة ارتباط طردية قوية ذات دلالة معنوية بين أبعاد ريادة الأعمال والميزة التنافسية عند مستوى دلالة (0,05)، وهذا يشير إلى أن كلما نظرت المؤسسة محل الدراسة إلى ريادة الأعمال بمختلف أبعادها كآلية أساسية داعمة لتحقيق التميز المؤسسي.

❖ الفرضية الفرعية الأولى:

H0 - لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين إبداع إدارة المؤسسة كدافع رئيسي لتعزيز الميزة التنافسية في الشركة الجزائرية للتأمين (SAA) فرع عنابة عند مستوى دلالة (0,05).

H1 - توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين إبداع إدارة المؤسسة كدافع رئيسي لتعزيز الميزة التنافسية في الشركة الجزائرية للتأمين (SAA) فرع عنابة عند مستوى دلالة (0,05).

الجدول رقم 07: يوضح معامل الارتباط بين إبداع إدارة المؤسسة والميزة التنافسية

المحاور	معامل الارتباط	درجة المعنوية
S1	0,621	0,000
R2		

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يتبين لنا من الجدول أعلاه أن قيمة معامل الارتباط بين بعد إبداع إدارة المؤسسة والميزة التنافسية قدرت بـ 0,621 عند مستوى معنوية 0,000 أقل من 0,05، وهذا ما يدل على وجود علاقة ارتباط طردية قوية ذات دلالة معنوية بين بعد إبداع إدارة المؤسسة والميزة التنافسية عند مستوى دلالة (0,05)، وهذا ما يفسر أن المؤسسة تهتم بالإبداع الإداري كدافع أساسي في مواكبتها لكافة التكنولوجيات الحديثة والحفاظ على مكانتها السوقية في جو يسوده عدم اليقين.

❖ الفرضية الفرعية الثانية:

H0- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تبني المخاطرة كدافع رئيسي لتعزيز الميزة التنافسية في الشركة الجزائرية للتأمين (SAA) فرع عنابة عند مستوى دلالة (0,05).

H1- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تبني المخاطرة كدافع رئيسي لتعزيز الميزة التنافسية في الشركة الجزائرية للتأمين (SAA) فرع عنابة عند مستوى دلالة (0,05).

الجدول رقم 08: يوضح معامل الارتباط بين تبني المخاطرة والميزة التنافسية

درجة المعنوية	معامل الارتباط	المحاور
0,12	0,453	S2
		R2

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن قيمة معامل الارتباط قدرت ب0,453 وعند مستوى معنوية 0,12 بين بعد تبني المخاطرة والميزة التنافسية حيث أن مستوى المعنوية يفوق 0,05، وهذا ما يفسر وجود علاقة ارتباط طردية ضعيفة غير دالة معنويا بين تبني المخاطرة والميزة التنافسية، مما يشير إلى إهمال المؤسسة لعامل المخاطرة بسبب التخوف من النتائج الغير محتملة.

❖ الفرضية الفرعية الثالثة:

H0- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين إبداع العاملين كدافع رئيسي لتعزيز الميزة التنافسية في الشركة الجزائرية للتأمين (SAA) فرع عنابة عند مستوى دلالة (0,05).

H1- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين إبداع العاملين كدافع رئيسي لتعزيز الميزة التنافسية في الشركة الجزائرية للتأمين (SAA) فرع عنابة عند مستوى دلالة (0,05).

الجدول رقم 09: يوضح معامل الارتباط بين إبداع العاملين والميزة التنافسية

درجة المعنوية	معامل الارتباط	المحاور
0.000	0,697	S3
		R2

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمة معامل الارتباط بين بعد إبداع العاملين والميزة التنافسية بلغت 0,697 بدرجة معنوية 0,000 أقل من 0,05، وهذا يدل على أن هناك علاقة ارتباط طردية قوية بينهما وذات دلالة معنوية، وهذا يشير إلى أن المؤسسة محل الدراسة تسعى إلى تبني الكادر البشري المبدع من أجل إحداث التغيير وتحقيق الاستقرار.

❖ الفرضية الفرعية الرابعة:

H0- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الاستباقية كدافع رئيسي لتعزيز الميزة التنافسية في الشركة الجزائرية للتأمين (SAA) فرع عنابة عند مستوى دلالة (0,05).

H1- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الاستباقية كدافع رئيسي لتعزيز الميزة التنافسية في الشركة الجزائرية للتأمين (SAA) فرع عنابة عند مستوى دلالة (0,05).

الجدول رقم:11: يوضح معامل الارتباط بين الاستباقية والميزة التنافسية

درجة المعنوية	معامل الارتباط	المحاور
0,000	0,704	S4
		R2

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يتضح لنا من الجدول أعلاه أن قيمة معامل الارتباط بين كل من بعد الاستباقية والميزة التنافسية قدر ب0,704 بدرجة معنوية 0,000 أقل من 0,05، وهذا يدل على وجود علاقة ارتباط طردية قوية ذات دلالة معنوية بين الاستباقية والميزة التنافسية، وهذا ما يعبر على أن المؤسسة محل الدراسة تتخذ زمام المبادرة لاقتناص الفرص المتوقعة واستثمارها لصالحها قبل دخول المنافسين.

5. خاتمة:

وبعد الإلمام بمختلف جوانب الدراسة بشقيها النظري والتطبيقي يمكننا استخلاص أن زيادة الأعمال من أبرز الآليات التي تعول عليها المؤسسات في تعزيز الميزة التنافسية كونها بمثابة القوة الداعمة التي تسمح بتطوير تنافسيتهما في البيئة التي تنشط فيها وزيادة حصتها السوقية وتحقيق الاستقرار على المستوى الاجتماعي والاقتصادي، ومن هنا يمكننا إدراج جملة النتائج والمقترحات التي توصلت إليها الدراسة:

1.5. نتائج الدراسة:

- ✓ وجود علاقة ارتباط طردية قوية بين أبعاد زيادة الأعمال كمقومات أساسية لتعزيز الميزة التنافسية في الشركة الجزائرية للتأمين (SAA) فرع عنابة؛
- ✓ تولي المؤسسة محل الدراسة اهتمامها بالإبداع على المستوى الإداري كدافع رئيسي في تحقيق المركز التنافسي أمام نظيرتها؛
- ✓ تسعى المؤسسة محل الدراسة إلى استقطاب المورد البشري المبدع كونه من أهم الأصول التي تسهم في تحقيق التميز المؤسسي في بيئة عمل تسودها شراسة المنافسة؛
- ✓ تعاني المؤسسة محل الدراسة من إهمال بعد تبني المخاطرة في ظل التوجهات الجديدة؛
- ✓ أظهرت الدراسة أن المؤسسة سباقة في التخطيط المستقبلي من خلال اقتناص الفرص الجديدة قبل المنافسين في سوق العمل؛

- ✓ تتبنى المؤسسة محل الدراسة نظام حوافز فعال يمكنها من تحقيق ولاء الموظف ودفعه إلى تقديم أفضل أداء.

2.5. توصيات الدراسة:

وبعد عرض أهم النتائج المتعلقة بالدراسة نورد بعض التوصيات فيمايلي:

- ضرورة تهيئة بيئة عمل محفزة تشجع الموظفين على طرح أفكارهم المبتكرة وتجسيدها إلى منتجات عالية الجودة؛
- الحرص على ترويج ثقافة الابتكار والتجديد المستمر وتعميمها في كافة أرجاء المؤسسة للتكيف مع متغيرات البيئة المحيطة؛
- ضرورة تبني المخاطرة كاستراتيجية داعمة لتحقيق أهدافها على المدى البعيد؛
- تشجيع روح العمل الجماعي وإشراك الموظفين في معالجة كافة المشاكل التي تطرأ على المؤسسة بطرق إبداعية؛
- ضرورة الاحتكاك بخبراء من مختلف أنحاء العالم لإحداث التجديد وطرح منتجات بمعايير عالمية والحماية من التقليد.

6. قائمة المراجع:

1. Arabeche, Z., & Chemma, N. (2020). Entrepreneurship and Business Performance: case of Algeria. (E. a. Journal, Éd.) 14(05).
2. CHAIB, W., & DJILANI, D. (2023). The Entrepreneurship House's efforts in activating innovation in students Case study: University of laghouat (2015-2018). (j. o.-M. Studies, Ed.) 07(02).
3. Difi, D., & all. (2021). Market Knowledge as a Tool to Achieve Competitive Advantage (Case study National Insurance Company Saa). (A. F. Journal, Éd.) 06(04).
4. El Djouzi, D. (2020). Adaptation of Innovation and Entrepreneurship Policies to Achieve Sustainable Development Goals in Algeria (Japan and China Experience as a Model). (E. a. Journal, Ed.) 14(03).
5. Thabet, M. (2021). Factors affecting entrepreneurial projects in business incubators. Practical study on business incubators in the Gaza Strip. (E. R. Review, Éd.) 09(02).
6. Ziane Kolee, I. (2021). Creative techniques to develop the entrepreneurship's skills and performance: case of Abu tlemcen's entrepreneurship house. (E. a. Review, Ed.) 04(03).
7. سمير زهدي القبح، نعمة عباس خفاجي. (2014) ريادة الأعمال الداخلية منظور القدرات الاستراتيجية. (الطبعة الأولى) عمان الأردن: دار الأيام
8. عبد الستار محمد العلي، فايز جمعة صالح النجار. (2006). الريادة وإدارة الأعمال الصغيرة. (الطبعة الأولى). عمان، الأردن: دار الحامد.
9. رزق الله بن عبد الله اليزيدي. (2024). دور ريادة الأعمال في تعزيز التنمية الاقتصادية-دراسة ميدانية على عدد من المشروعات الريادية بمحافظة جدة: المجلة العربية للإدارة.
10. بن خليفة أحمد و آخرون. (2022). دور اليقظة الاستراتيجية في تعزيز الميزة التنافسية-دراسة حالة المؤسسة الصناعية دهانات الزهرة- كوينين-الوادي. جامعة محمد خيدر بسكرة: مجلة العلوم الإنسانية، المجلد 22، العدد 02.
11. بوغاري فاطمة الزهرة و آخرون. (2017). دور الإبداع التكنولوجي في تطوير الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة-دراسة حالة مجموعة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالجزائر ولاية عنابة. جامعة زيان عشور الجلفة. مجلة البحوث و الدراسات التجارية. المجلد 01، العدد 02.
12. حسناوي عائشة، واكلي كلثوم. (2023). دور رأس المال الهيكلي الأخضر في تحقيق ميزة تنافسية للمؤسسة الاقتصادية-دراسة حالة S.CIMAT شركة إسمنت عين التوتة وحدة بسكرة. جامعة محمد خيدر بسكرة: مجلة الاقتصاد وإدارة الأعمال. المجلد 12، العدد 01.
13. خلوط ر.ع. (2023). أثر رأس المال الفكري في تحقيق ريادة منظمات الأعمال-دراسة ميدانية بمؤسسة اتصالات الجزائر-وحدة تلمسان. جامعة العربي التبسي تبسة: مجلة دراسات في الاقتصاد وإدارة الأعمال. المجلد 06، العدد 01.
14. ساطوح م. (2008). متطلبات تحقيق الميزة التنافسية المستدامة في ظل الديناميكية المستمرة للبيئة التنظيمية. مجلة الحقوق و العلوم الإنسانية- دراسات اقتصادية: الجلفة. جامعة عاشور زيان. المجلد 07، العدد 03.
15. سالم إلياس. (2021). التنافسية والميزة التنافسية في منظمات الأعمال. مجلة أبحاث ودراسات التنمية: جامعة برج بوعريج. المجلد 08، العدد 01.
16. سطوطاح سميرة، روابحية مريم. (2016). الميزة التنافسية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بين تحدي الواقع المحلي والعالمي. مجلة حوليات جامعة الجزائر 1: جامعة بن يوسف بن خدة الجزائر. المجلد 30. العدد 02
17. صكوشي أحمد، مجدل الخنساء. (2019). ريادة الأعمال الاستراتيجية كأحد تطبيقات الإدارة المعاصرة-دراسة تحليلية لنموذج ريادة الأعمال الاستراتيجية. جامعة البليدة 02: مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات. المجلد 08. العدد 01.
18. ضيف سعيدة و آخرون. (2020). نحو تحقيق تنمية اقتصادية من خلال تعزيز دور ريادة منظمات الأعمال: مع الإشارة الى تجربة الجزائر. جامعة المسيلة: مجلة اقتصاديات الأعمال والتجارة. المجلد 05، العدد 02

19. طلحة و آخرون. (2020). دور مبادئ حوكمة الشركات في تعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات العائلية-دراسة حالة مؤسسة المياه المعدنية بسعيدة. Revue d'études sur les institutions et le développement. تلمسان : جامعة أبو بكر بلقايد . المجلد 2، العدد 1.
20. عامر بوران سمية. (2016). إدارة المعرفة كمدخل للميزة التنافسية في المنظمات المعاصرة. (الطبعة الأولى). عمان ، الأردن . مركز الكتاب الأكاديمي .
21. علالي الزهراء . علالي فتيحة. (2021). مخطط الأعمال وتحقيق ريادة الأعمال). جامعة احمد دراية ، أدرار : مجلة التكامل الاقتصادي. المجلد . العدد 02.
22. قاسمي الحسني الخولة ، حفصي هدى. (2023). اليقظة الاستراتيجية وأثرها في تعزيز الميزة التنافسية-دراسة حالة مؤسسة يالدين للتوصيل السريع في الجزائر. مركز الجامعي تيبازة: مجلة دفاتر البحوث العلمية . المجلد 10 ، العدد 02.
23. كافي يوسف ، كافي مصطفى . (2020). إدارة المشاريع الريادية وحاضنات الأعمال (الطبعة الأولى). عمان ، الأردن : مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع .
24. مبارك مجدي عوض . (2010). الريادة في الأعمال المفاهيم والنماذج والمدخل العلمية . (الطبعة الأولى. إربد ، الأردن : عالم الكتب الحديث .
25. مرعي كائنكان فواز عبد الحميد، حنان سامة حسن . (2017). أثر رأس المال الفكري في تحقيق ريادة الأعمال لشركات الاتصالات السعودية - دراسة ميدانية على قطاع الاتصالات السعودية في مدينة تبوك. السعودية: مجلة العلوم الاقتصادية و الإدارية و القانونية. المجلد 01، العدد 06.
26. موساوي س. (2018). استراتيجية التنوع في المنتجات مصدر لتعزيز الميزة التنافسية لمؤسسة كوندور الكترونيك). جامعة عاشور زيان ، الجلفة : مجلة البحوث و الدراسات التجارية. المجلد 02 ، العدد 02.
27. واكلي كلثوم. (2013). ادارة الموارد البشرية مصدر فعال لتحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة. جامعة معسكر : المجلة الجزائرية للإقتصاد والإدارة. المجلد 04 ، العدد 01.
28. يحة عيسى ، العيداني حبيبة . (2016). نموذج مقترح لدور اليقظة التنافسية في تعزيز الميزة التنافسية من خلال الاستراتيجيات التنافسية. جامعة البليدة 02: مجلة الإبداع . المجلد 06، العدد 06.

7. ملاحق:

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,949	37

Corrélations

		R1	R2
R1	Corrélation de Pearson	1	,736**
	Sig. (bilatérale)		,000
	N	30	30
R2	Corrélation de Pearson	,736**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	
	N	30	30

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

الجنس

		الجنس		
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide cumulé
Valide	ذكر	11	36,7	36,7
	أنثى	19	63,3	100,0
Total		30	100,0	100,0

الخبرة العلمية

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	أقل من 05 سنوات	4	13,3	13,3	13,3
	من 05 سنوات الى 09 سنوات	8	26,7	26,7	40,0
	من 10 سنوات الى 15 سنة	9	30,0	30,0	70,0
	أكثر من 15 سنة	9	30,0	30,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

المؤهل العلمي

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	ثانوي	8	26,7	26,7	26,7
	جامعي	22	73,3	73,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Statistiques descriptives

	N	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart type
تهيأ مؤسستكم بيئة عمل محفزة وداعمة للأفكار الجديدة	30	1	5	3,07	1,388
تعمل مؤسستكم على تعزيز ثقافة الابتكار والتجديد المستمر	30	1	5	3,33	1,155
تعمل مؤسستكم على اكتشاف طرق جديدة في الإنتاج لتقليل التكلفة	30	1	5	3,60	1,102
تتبنى مؤسستكم نظام مرن في التخطيط الاستراتيجي	30	1	5	3,47	,900
توفر مؤسستكم الدعم المالي والتقني لتطوير وتنفيذ الأفكار الابداعية	30	1	5	3,33	,994
تعمل مؤسستكم باستمرار على تقديم منتجاتها بصورة أفضل	30	2	5	4,23	,774
تقتحم مؤسستكم الأسواق بدرجة عالية من الثقة	30	1	5	4,27	1,015
اتخاذ قرارات مبنية على المخاطرة المحسوبة	30	1	5	3,30	1,119
تقدم مؤسستكم منتجات جديدة في اطار سياستها التي تعتمد على المخاطرة	30	1	5	3,17	1,206
تقوم مؤسستكم بتلبية رغبات زبائنها بالرغم من ارتفاع التكاليف المرتبطة بذلك	30	2	5	3,63	,999
تبادر مؤسستكم الى الاستثمار باستعمال تكنولوجيات تتطلب أموال كبيرة	30	1	5	3,47	1,042
تقوم مؤسستكم بوضع خطة عمل قابلة للتنفيذ	30	1	5	3,83	1,085
تقوم مؤسستكم بتقييم المخاطرة المحتملة ودراسة الفرص	30	1	5	3,37	,999
تبنى المخاطرة مرتبط بالأهداف والرؤية الاستراتيجية	30	1	5	3,43	,858
تعمل مؤسستكم على تقييم النتائج المترتبة على المخاطرة وتحسين الخطط المستقبلية	30	1	5	3,40	,968

تتبنى مؤسستكم نظام حوافز فعال	30	1	5	3,20	1,270
تحرص مؤسستكم على منح مكافآت لموظفيها وفقا لمعيار الكفاءة	30	1	5	2,93	1,337
يعتمد ولاء و إخلاص الموظفين في العمل على نوعية الحوافز المقدمة	30	1	5	3,27	1,230
تشارك مؤسستكم عمالها المبدعين وتصغي لأرائهم لتطويرها وحل مشاكلها	30	1	5	3,03	1,129
تسعى مؤسستكم للتكوين المستمر لفرق عمل ابداعية لتحسين منتجاتها	30	1	5	3,63	,999
يملك العاملون القدرة على الأداء العالي والتفكير العميق	30	1	5	3,27	1,258
لدى العاملين مهارات لإنجاز مختلف أعمالهم بكل أريحية	30	1	5	3,50	1,358
تعمل مؤسستكم على اتخاذ زمام المبادرة في الوصول الى أسواق جديدة	30	1	5	3,90	1,322
تعمل مؤسستكم على دراسة رغبات عملائها المستقبلية	30	1	5	3,97	1,245
تعمل مؤسستكم على عرض منتجاتها الجديدة في السوق قبل منافسيها	30	1	5	4,03	1,129
تقتنص مؤسستكم الفرص الموجودة في السوق لصالحها	30	2	5	4,00	1,017
R1	30	1,96	4,58	3,5244	,71410
N valide (liste)	30				

Statistiques descriptives

	N	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart type
أسعار منتجات مؤسستكم منافسة لباقي المؤسسات الأخرى	30	1	5	2,97	1,245
تقوم مؤسستكم باقتناء المواد الأولية لصنع منتجاتها من موردين بأسعار منخفضة	30	2	5	3,00	,788
تعتمد مؤسستكم على عمال ذوي كفاءة عالية	30	1	5	3,67	1,093
تقوم مؤسستكم بدراسة السوق لمعرفة احتياجات الزبائن	30	2	5	3,97	,809
تقوم مؤسستكم بمواكبة التكنولوجيات الجديدة في وسائل الإنتاج	30	1	5	4,03	,964
تتعامل مؤسستكم مع موردين قادرين على توفير طلباتها في الوقت المناسب	30	1	5	3,47	,973
تحرص مؤسستكم على جودة منتجاتها وتميزها عن باقي المنتجات الأخرى	30	1	5	3,87	1,008
تلتزم مؤسستكم بتسليم منتجات زبائنها في الوقت المتفق عليه	30	1	5	3,73	1,202
لدى مؤسستكم احتياطي مخزون سواء من منتجاتها أو موادها الأولية	30	1	5	3,23	1,073
تسعى مؤسستكم لإنتاج منتجات جديدة مقارنة مع منافسيها	30	2	5	3,87	,937
تستعين مؤسستكم بخبراء خارج المؤسسة لتجديد وتحسين منتجاتها والحماية من التقليد	30	1	5	3,10	1,125
R2	30	1,82	4,64	3,5364	,61996
N valide (liste)	30				

Corrélations

		S1	R2
S1	Corrélation de Pearson	1	,621**
	Sig. (bilatérale)		,000
	N	30	30
R2	Corrélation de Pearson	,621**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	
	N	30	30

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

Corrélations

		R2	S2
R2	Corrélation de Pearson	1	,453*
	Sig. (bilatérale)		,012
	N	30	30
S2	Corrélation de Pearson	,453*	1
	Sig. (bilatérale)	,012	
	N	30	30

* . La corrélation est significative au niveau 0.05 (bilatéral).

Corrélations

		R2	S3
R2	Corrélation de Pearson	1	,697**
	Sig. (bilatérale)		,000
	N	30	30
S3	Corrélation de Pearson	,697**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	
	N	30	30

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

Corrélations

		R2	S4
R2	Corrélation de Pearson	1	,704**
	Sig. (bilatérale)		,000
	N	30	30
S4	Corrélation de Pearson	,704**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	
	N	30	30

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).