

الإبداع التنظيمي دعامة أساسية لتحقيق الميزة التنافسية بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية جيجل

Organizational creativity as a fundamental pillar for achieving competitive advantage within small and medium enterprises in the state of Jijel

نسيم حمودة^{1*}، بلال كرامش²

¹ جامعة 18000 جيجل، (الجزائر)، Hamouda_nassimm@yahoo.fr

² جامعة 18000 جيجل، (الجزائر)، biledge@yahoo.fr

تاريخ النشر: 2023/06/30

تاريخ القبول: 2023/05/25

تاريخ الاستلام: 2023/03/03

Abstract :

This paper aimed to identify the organizational creativity' support to achieve competitive advantage in small and medium enterprises in the state of Jijel. This can be done through measuring and analyzing the impact between organizational creativity as the independent variable, and competitive advantage as the dependent variable. The study population was represented by the top management of small and medium enterprises in the state of Jijel.

We used the questionnaire to collect data. It was distributed on the study sample (157managers). Data were processed statistically by using the statistical package for social sciences (SPSS v19). The study reached a number of results. It proved that: Organizational creativity positively affects the competitive advantage of small and medium enterprises in the state of Jijel

Keywords: organizational creativity؛ competitive advantage؛ small and medium enterprises.

JEL Classification: O31 ; M21.

مستخلص:

هدفت هذه الورقة البحثية إلى التعرف على دعم الإبداع التنظيمي لتحقيق الميزة التنافسية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية جيجل، من خلال قياس وتحليل الأثر بين الإبداع التنظيمي باعتباره متغير مستقل والميزة التنافسية باعتبارها متغير تابع، وتمثل مجتمع الدراسة في الإدارة العليا بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية جيجل.

تم الاعتماد على الاستبيان كأداة لجمع البيانات والذي وزع على عينة الدراسة (157 إطار)، وتمت المعالجة الإحصائية للبيانات باستخدام برنامج (SPSS v19)، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: يؤثر الإبداع التنظيمي إيجابيا على الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية جيجل.

الكلمات المفتاحية: الإبداع التنظيمي؛ الميزة التنافسية؛ المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

تصنيفات JEL: O31 ؛ M21.

مقدمة

تعتبر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة شريان الاقتصاد بالدول المختلفة بغض النظر عن درجة تطورها، ومصدرا للتميز لما تقدمه من خدمات ومنتجات تساعد على التطوير والتنمية، فهذا النوع من المؤسسات من السهل إنشاءه ولا يحتاج إلى موارد كثير مقارنة بالمؤسسات الكبيرة، لذا فهذه الدراسة ركزت على هذا النوع من المؤسسات لما له من أهمية بالغة. إن مختلف الحكومات تهتم بهذا النوع من المؤسسات من خلال توفيرها لها بعض الدعم سواء بطرق مباشرة عند مراحل حياتها الأولى أو بطرق غير مباشرة لتمنحها فرصة الانطلاق في أسواق تعرف المنافسة الشديدة في ظل اقتصاد السوق، هذه المنافسة فرضت على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة العمل جاهدة على لامتلاك مزايا تنافسية صعبة التقليد من طرف المنافسين واستدامة هذه المزايا على المدى الطويل، وذلك لضمان الاستمرار والصمود في ظل المنافسة الشديدة التي أفرزتها عدة متغيرات سواء على المستوى الوطني أو الإقليمي أو حتى على المستوى الدولي.

ظروف المنافسة دفعت المؤسسات للتركيز على استثمار مواردها وقدراتها من أجل النجاح في امتلاك حصص سوقية تضمن لها الاستمرار والتطور، ويعتبر الإبداع التنظيمي أحد القدرات التي تركز عليها المؤسسات، وذلك لاعتباره عنصر يعكس قدرات رأسمالها الفكري، فالإبداع التنظيمي يركز على إدخال أساليب جديدة لمكان العمل وذلك من خلال تضافر جهود الأفراد والجماعات والقيام بالإجراءات والآليات والنظم التي تزيد قيمة المؤسسة، فالإبداع التنظيمي نتيجة حتمية لوجود ثقافة فريدة في المؤسسة لها القدرة على التوليف بين الموارد الملموسة وغير الملموسة من أجل طرح مخرجات جديدة، ونظرا أهمية الإبداع التنظيمي في تطوير المؤسسات فيمكن أن يكون مصدرا للميزة التنافسية، لذا سيتم التركيز في هذه الدراسة على دراسة إمكانية اعتبار الإبداع التنظيمي دعامة أساسية لتحقيق الميزة التنافسية بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية جيجل.

مشكلة الدراسة

تعتبر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة شريان الاقتصاد بالنسبة للدول، إلا أن هذا النوع من المؤسسات رغم أهميته مهدد بالمنافسة الشرسة من طرف المؤسسات الكبيرة، لذا فهي تبحث جاهدة عن طرق تضمن لها الاستمرارية من خلال كسب عدد جديد من العملاء والاحتفاظ بالعملاء الحاليين عن طريق خلق مزايا تنافسية لمنتجاتها واستدامة هذه المزايا فترات طويلة من الزمن. إن تحقيق المزايا التنافسية دفع بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة للبحث عن

مصدر لهذه المزايا ويعتبر الإبداع التنظيمي أحد الموجودات غير الملموسة التي تحاول المؤسسات استخدامها بطريقة جيدة وبما يخلق لها مزايا تنافسية، فانطلاقا مما سبق تمت صياغة الإشكالية التالية: هل يمكن اعتبار الإبداع التنظيمي دعامة أساسية لتحقيق الميزة التنافسية بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية جيجل؟

أهداف الدراسة

تهدف الدراسة الحالية لتحقيق النقاط الآتية:

- ✓ التعرف بدقة على كل من الإبداع التنظيمي والميزة التنافسية؛
- ✓ تحديد أثر الإبداع التنظيمي على الميزة التنافسية بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية جيجل؛
- ✓ تحديد أثر الإبداع الاستكشافي على الميزة التنافسية بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية جيجل؛
- ✓ تحديد أثر الإبداع الاستغلالي على الميزة التنافسية بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية جيجل؛
- ✓ تحديد أثر الإبداع في بيئة العمل على الميزة التنافسية بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية جيجل؛
- ✓ تحديد أثر الأساليب التنظيمية الجديدة للعلاقات الخارجية على الميزة التنافسية بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية جيجل؛
- ✓ تحديد أثر ممارسات الإبداع التنظيمي في الأعمال التجارية على الميزة التنافسية بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية جيجل.

فرضيات الدراسة

لتحديد أثر الإبداع التنظيمي على الميزة التنافسية بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية جيجل تمت صياغة الفرضيات الآتية:

الفرضية الرئيسية: للإبداع التنظيمي أثر إيجابي على الميزة التنافسية بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية جيجل؛

وتندرج ضمن هذه الفرضية الفرضيات الفرعية التالية:

- ✓ للإبداع الاستكشافي أثر إيجابي على الميزة التنافسية بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة لولاية جيجل؛

✓ للإبداع الاستغلالي أثر إيجابي على الميزة التنافسية بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة لولاية جيجل؛

✓ للإبداع في بيئة العمل أثر إيجابي على الميزة التنافسية بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة لولاية جيجل؛

✓ للأساليب التنظيمية الجديدة للعلاقات الخارجية أثر إيجابي على الميزة التنافسية بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة لولاية جيجل؛

✓ لممارسات الإبداع التنظيمي في الأعمال التجارية أثر إيجابي على الميزة التنافسية بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة لولاية جيجل.

الدراسات السابقة:

توجد دراسات مختلفة درست الإبداع التنظيمي وأثره على الميزة التنافسية، ومن بينها:

✓ دراسة Sulistyو and Ayuni سنة 2020 بعنوان:

"Competitive advantages of SMEs: The roles of innovation capability, entrepreneurial orientation, and social capital "

جاءت هذه الدراسة لاختبار الدور الوسيط الذي يلعبه الإبداع التنظيمي لتحقيق المزايا التنافسية بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بإندونيسيا، وقد تم إجراء الدراسة على عينة مكونة من 254 مستقصى، إذ أكدت النتائج أن الإبداع التنظيمي له دور هام وكبير في تحقيق المزايا التنافسية لأنه يلعب دور الوسيط في العلاقة التي تربط بين التوجه نحو ريادة الأعمال والميزة التنافسية من جهة ومن جهة أخرى بين العلاقة التي تربط بين الميزة التنافسية والرأس مال الاجتماعي. وقد أوصت الدراسة بأن على المؤسسات التركيز أكثر على مواردها الداخلية وأن تدفعهم إلى الإبداع التنظيمي من خلال الدورات التدريبية والاجتماعات لتبادل الخبرات.

✓ دراسة Zainurrafiqi and Hidayati سنة 2020 بعنوان:

"The Effect of Organizational Learning Capability and Organizational Innovation on Competitive Advantage and Business Performance "

جاءت هذه الدراسة لتؤكد أن دخول الصناعة في المجال التكنولوجي يحتاج إلى مؤسسات صغيرة ومتوسطة تطرح منتجات متميزة وجديدة قادرة على المنافسة، وقد أجريت الدراسة على 300 مؤسسة في إيران تنشط بمجال تطوير الطاقة، وقد أكدت نتائج الدراسة أن نجاح المؤسسات وتفوقها على المنافسين ليس نابعا من تطوير منتج جديد بل ناتج عن القدرة على التحكم واستغلال القدرات الإبداعية لمواردها البشرية، هذا إلى جانب قدرتهم على

التعلم التنظيمي مما يخلق مزايا تنافسية وحقق الأداء المتميز. وقد أوصت هذه الدراسة بأن الإبداع التنظيمي من المتغيرات الديناميكية السريع التغيير والذي يحتاج إلى اهتمام أكبر من الدارسين ودراسته خلال مراحل متعددة أي تتبع نتائج تبنيه من خلال تقسيمها لفترات زمنية.

✓ دراسة Aktharsha and Prabhu سنة 2019:

“The Effect of Innovation on Competitive Advantage in It Companies: An Empirical Investigation ”

كان هذه من هذه الدراسة إبراز أثر الإبداع التنظيمي على الميزة التنافسية للمؤسسات الناشطة في مجال التكنولوجيا، باعتبار أن بيئة هذه المؤسسات في تغيير سريع، إذ تم توزيع استبيان الدراسة على عينة مكونة من 258 مؤسسة، وقد أكدنا نتائج الدراسة أن الإبداع التنظيمي له آثار إيجابية على الميزة التنافسية، إلا أن الدراسة أوصت بأن هذه المؤسسات تحتاج إلى الإبداع التنظيمي بالمقابل يجب الأخذ بعين الاعتبار عند تطوير المنتجات التميز بالمنتج وضبط التكلفة، وليس عدم اهمال هذه الأخيرة، وعلى المؤسسات الاهتمام بالموارد البشرية المتميزة وتقديم لها التشجيع على ما تقدمه من أفكار مبدعة حتى تحفز أكثر على الإبداع التنظيمي لاعتباره عملية مستمرة.

✓ دراسة Kising'u., et al سنة 2016 بعنوان:

“The Role of Organizational Innovation in Sustainable Competitive Advantage in Universities in Kenya ”

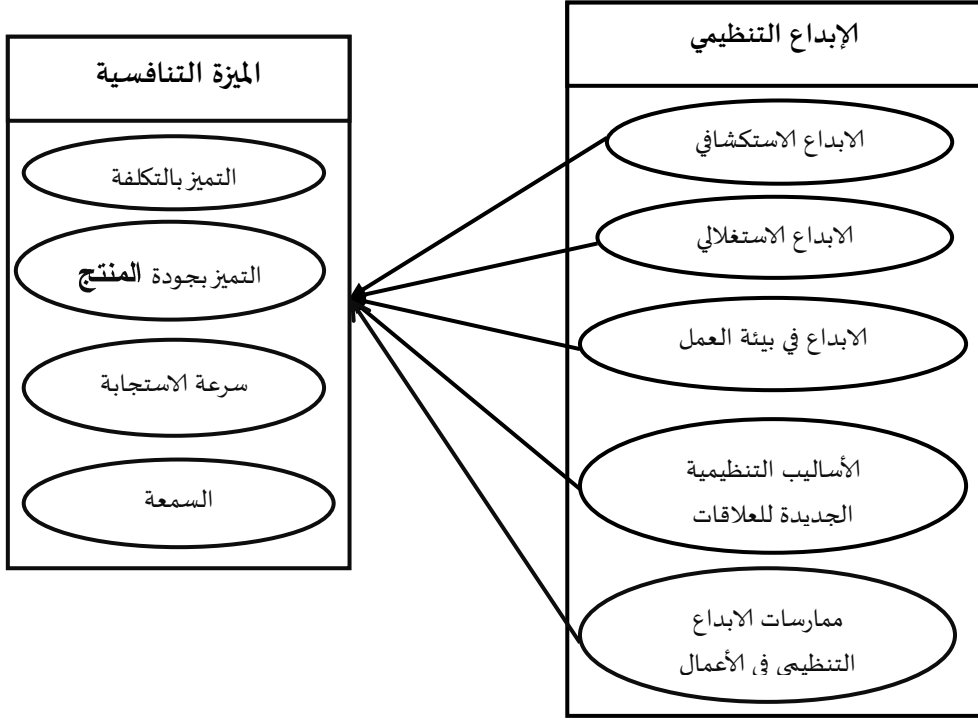
كان الغرض من هذه الدراسة معرفة دور الإبداع التنظيمي في تحقيق المزايا التنافسية بجامعة كينية، حيث وزع الباحثون 285 استبيان على عينة عشوائية مكونة من أعضاء هيئة التدريس بـ 57 جامعة بكينيا، وقد أكدت الدراسة أن الجامعات الكينية تهتم بالإبداع التنظيمي وتستخدمه من أجل تحقيق مزايا تنافسية واستدامة هذه المزايا، وقد أوصت الدراسة أنه يجب أن يتجه هذا النوع من المؤسسات نحو اقتصاد المعرفة من أجل ضمان النمو واكتساب قدرة الانفتاح على المنافسة العالمية وليس فقط المنافسة المحلية.

نموذج الدراسة

يشمل نموذج الدراسة على متغير مستقل هو الإبداع التنظيمي الذي قسم إلى خمسة أبعاد هي: الإبداع الاستكشافي، الإبداع الاستغلالي، الإبداع في بيئة العمل، الأساليب التنظيمية الجديدة للعلاقات الخارجية، وممارسات الإبداع التنظيمي في الأعمال التجارية، وتم اختيار هذه الأبعاد بدل الاعتماد على عناصر التفكير الإبداعي لأن أغلب الدراسات باللغة العربية ركزت على

التفكير الإبداعي، أما المتغير التابع فهو الميزة التنافسية تم تقسيمها إلى الأبعاد الآتية: التميز بالتكلفة المنخفضة، التميز بجودة المنتج، سرعة الاستجابة، والسمعة.

الشكل رقم (1): نموذج الدراسة



المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على دراسات سابقة.

1- الإطار النظري

1-1 الإبداع التنظيمي

الإبداع التنظيمي يدل على تبني الأفكار والمنتجات الجديدة، وكذلك تقديم أداء جديد فالإبداع التنظيمي يعد أمراً حيوياً بالنسبة للمنظمات، فهو مصدر مهم لاستمرارها في المدى الطويل وتحقيقها لأداء تنافسي خلال حقبة زمنية واسعة (Abdi & Senin, 2015, p. 155). أكد (Ali, Zwetsloot, & Nada, 2019, p. 262) أن الإبداع التنظيمي أحد الأساليب المتبعة من طرف منظمات الأعمال لاختراق أسواق جديدة وزيادة حصتها السوقية، فالإبداع التنظيمي هو عملية إجراء تغييرات على المنتجات والعمليات والخدمات سواء بشكل كبير أو طفيف، بما يساهم في إدخال شيء جديد للمنظمة يضيف قيمة للعملاء، ويرفع من

المخزون المعرفي للمنظمة. أي أن هذا النوع من الإبداع يتضمن خلق أفكار جديدة وتطويرها، واختيار أفضلها من أجل تنفيذها.

يرى (Wang & Chen, 2020, p. 61) أن الإبداع التنظيمي هو اعتماد طرق جديدة لتنظيم أنشطة وأعمال المنظمة، وذلك باعتماد فكرة أو سلوك جديد، فالإبداع التنظيمي قد يكون نتيجة للبحث عن ممارسات أفضل وبلاستفادة من تجارب المنظمات الناجحة، أو عن طريق إجراء تغييرات تدريجية لكسر الروتين واستغلال المهارات التنظيمية، ونقل وإعادة تجميع وتنظيم القدرات التنظيمية للتكيف مع التغيرات البيئية، فالإبداع التنظيمي يؤدي إلى تغيير تركيبة مزيج المواد الداخلة في صناعة المنتجات باستمرار، مما يؤدي إلى تحسين جودة المنتج، إذ يعد التعلم التنظيمي أحد المرتكزات الأساسية للإبداع التنظيمي.

الإبداع هو إدخال أساليب جديدة لمكان العمل، وذلك من خلال تضافر جهود الجماعات والقيام بالإجراءات والآليات والنظم التي تزيد قيمة المنظمة، ويعتبر الإبداع مصدرا للميزة التنافسية المستدامة. فالإبداع هو قدرة المنظمة الدخول في مشاريع جديدة أو إدخال عمليات أو منتجات جديدة من خلال العمل الجماعي، والتشارك في المعرفة والتنسيق والتعاون بين الأفراد، وكذا من خلال التعلم التنظيمي (Ben Zaied, Louati, & Affes, 2015, p. 54).

يعتبر الإبداع التنظيمي مهما للغاية بالنسبة للمنظمات لأنه يخلق لها ميزة تنافسية مستدامة. فالمنظمات تواجه عدة تحديات ناتجة عن بيئتها التنافسية، فهذه الأخيرة سريعة التغيير وجد معقدة بسبب التطورات التكنولوجية. فالمنظمات تلجأ إلى استخدام الإبداع التنظيمي من أجل التكيف ومواكبة التغيرات السريعة، واستخدام هذا النوع من الإبداع من أجل تطوير عمليات الإنتاج والممارسات الإدارية (Farhang, Abkenari, & Fadaee, 2018, p. 76).

علاوة على ما سبق يسمح الإبداع التنظيمي للمنظمات بالابتكار وتحسين الأداء وتحقيق الميزة التنافسية. فالإبداع التنظيمي يلعب دورا هاما في تطوير ونجاح المنظمات، وقد زاد الاهتمام بهذا المتغير بسبب اشتداد حدة المنافسة والتغيرات السريعة في حاجات ورغبات العملاء (Montalvan-Burbano, Piazza-Ubeda, Perez-Valls, & Sabando-Vera, 2019, p. 02).

يشير الإبداع إلى قدرة الموظفين على إنتاج مخرجات جديدة، كما أن الإبداع هو استيعاب داخلي للأفكار الجديدة التي يقدمها الأفراد أو فرق العمل أو إدارة المنظمة والتي تساهم في تكوين ثقافة الإبداع. فالإبداع هو تقديم قيمة جديدة للعملاء. ويتضمن الإبداع مجموعة خصائص رئيسية من أبرزها (Luoma-aho, et al., 2012, p. 10):

- ✓ يشير الإبداع إلى شيء جديد أو شيء محسن أي تم تحسينه والتعديل عليه؛
- ✓ الإبداع هو نتيجة لعملية يظهر في نوع المخرجات التي تطرحها المنظمة؛
- ✓ الإبداع عبارة عن خطوات متتابعة تبدأ عادة بتوليد فكرة جديدة وتنتهي بعملية التسويق؛
- ✓ يتضمن الإبداع سياق اجتماعي ويشير إلى مجموعة من الأشخاص المشاركين في عملية الإبداع أو العوامل البيئية التي تؤثر على الإبداع؛
- ✓ يحتاج الإبداع إلى موارد مختلفة منها الوسائل التقنية والمالية وكذا المهارات الفكرية؛
- ✓ ينطلق الإبداع من هدف تعد مسبقا وترغب المنظمة للوصول إليه كنتيجة تحققها من خلال الإبداع.

2-1 الميزة التنافسية

تتحقق الميزة التنافسية إذا تمكنت المنظمة من خلق قيمة مضافة في المنتجات التي تقدمها مقارنة بما يقدمه منافسوها، أو أن تنتج وتطرح منتجات بتكاليف أقل من منتجات المنافسين الحاليين أو المحتملين، بالإضافة إلى إنتاج منتجات بتقنيات مرتفعة لا تمتلكها بقية المنظمات وبما يسمح بتسويق المنتج بخصائص ومميزات تفوق بكثير ما يسوقه المنافسون (De Conto, Junior, & Vaccaro, 2016, p. 399).

وجد مختلف الباحثين وأصحاب التخصص، صعوبة في تحديد مفهوم الميزة التنافسية، فكل عرفها حسب وجهة نظره، رأيه وتوجهه الاقتصادي. إذ أكد (Porter, 1993, p. 48) أن الميزة التنافسية تنشأ بمجرد توصل المنظمة إلى اكتشاف طرق جديدة أكثر فعالية من تلك المستعملة من قبل المنافسين، حيث يكون بمقدورها تجسيد هذا الاكتشاف ميدانياً، وبمعنى آخر بمجرد إحداث عملية إبداع بمفهومه الواسع.

تعد الميزة التنافسية محددًا محوريًا لأداء المنظمة ومؤشر لقدرتها على البقاء، فامتلاك ميزة تنافسية معناه اكتساب عوائد تفوق العوائد التي يكسبها المنافسون. وتستمر هذه الميزة إذا لم تكن للمنافسين القدرة على تقليدها، وهذا ما يستوجب دائماً على المنظمة العمل جاهداً

لتحقيق التجديد الاستراتيجي، وأن تستفيد من توظيف الأبحاث الاستراتيجية في ذلك (Yang & Gao, 2021, p. 2).

يرى (Mishra & Yadav, 2021, p. 4) أن الميزة التنافسية هي التي تحدد درجة وجود قيود وسمات هيكلية في الصناعات المختلفة، فمن خلالها تتحدد حواجز الدخول والخروج وكذلك تتحدد درجة القوة التفاوضية للموردين والعملاء، فالمنظمة من خلال اكتسابها لميزة تنافسية تحدد موقعها في السوق من خلال مقارنة أرباحها بما حققه منافسوها، كما أن المنظمة تسعى جاهدة لتوظيف نظرية التخصيص الأمثل للموارد من أجل تحديد الموارد الإستراتيجية، وكذلك تحدد كيف يمكنها خلق قيمة والاستفادة منها بشكل جيد وبما يضمن لها تحقيق أهدافها الإستراتيجية.

أكد (Tu & Wu, 2021, p. 505) أن المنظمات تنظر للميزة التنافسية كخطوة أو وسيلة أساسية وضرورية تسمح لها بالاستمرار في النشاط بسوق شديد التنافس، فتركز على كيفية امتلاك قدرات وكفاءات تعزز نمو نشاطها وتحقق لها مزايا تنافسية مستدامة، فالتوليف الجيد بين القدرات والكفاءات يؤدي إلى إنتاج متميز وخلق منتجات صعبة التقليد من طرف المنافسين، أي الاستفادة من المزايا النسبية التي توفرها الموارد والقدرات المتميزة. تشير الميزة التنافسية إلى السمات أو قدرات المنظمة في التفوق على منافسها في سوق المنافسة، وأن تكون قادرة على تحقيق أرباح أعلى من متوسط الأرباح التي تحققها الصناعة التي تنشط بها خلال فترة محددة. فالميزة التنافسية تقتضي من أن يكون للمنظمة القابلية والامكانية لإشباع حاجات ورغبات عملاءها بطرق أفضل من المعروضة في السوق، وذلك من خلال إنتاج منتجات بكفاءة أكثر أو بجودة أعلى مما يقدمه المنافسون. فالمنظمة تقوم بإعادة تخصيص مواردها سواء المالية أو غير المالية، كما تتنبأ بالسوق وحاجاته محاولة الاستجابة له من خلال إعادة تخصص مواردها الداخلية والخارجية بما يمنحها الصدارة على منافسها. فقد قدم Schulte سنة 1999 ثلاثة أبعاد للميزة التنافسية والمتمثلة في (Yang, Liu, Song, & Zhou, 2021, pp. 5,6): الكفاءة؛ الوظيفة؛ والاستدامة.

2- منهجية الدراسة

سيتم شرح المنهجية المتبعة بهذه الورقة البحثية من خلال تحديد نوع الدراسة ومجتمع وعينة الدراسة وكذلك تحديد الأداة المستخدمة في جمع بيانات الدراسة، وتوضيح أهم الأساليب الإحصائية التي سيتم استخدامها لتحليل بيانات الدراسة.

1-2 نوع الدراسة

الدراسة الحالية بحث وصفي يدرس علاقة الأثر بين الابداع التنظيمي والميزة التنافسية ويعتبر بحث علائقي يهتم بدراسة علاقة الأثر الموجودة بين متغيرين، وبما أن الإطار النظري من الدراسة انطلق من الاعتماد على مجموعة دراسات سابقة في الموضوع لذا فالدراسة تعد من البحوث التمهيدية، وتم اعداد الجانب التطبيقي من خلال تطوير استبانة لذا فالدراسة بحث كمي، فالدراسة الكمية تسمح بجمع البيانات من عدة جهات مختلفة وفي ظرف قصير، بالإضافة إلى أن الدراسات السابقة لنفس المتغيرات اعتمدت على البحوث الكمية.

2-2 مجتمع وعينة الدراسة

تمثل مجتمع الدراسة في الإدارة العليا بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية جيجل، وتم الاعتماد على عينة ملائمة لأنها المناسبة لجمع البيانات، تم توزيع الاستبيان وجها لوجه وكذلك الكترونيا، إذ تم توزيع 230 استبيان وتم جمع 168 استبيان كان صالحا منها 157 من أجل اختبار صحة الفرضيات. ولتحديد حجم العينة المناسبة تم اعتماد الطريقة المقترحة من طرف الباحثة (Sekaran, 2004) والتي أكدت أنه عند استخدام الانحدار الخطي المتعدد أو الاختبارات المشابهة يجب ألا يقل حجم العينة عن عشرة أضعاف عدد متغيرات الدراسة، وبما أن الدراسة الحالية بها 9 متغيرات فلا يجب أن يقل حجم عينة الدراسة عن 90 مفردة.

2-3 أداة الدراسة:

لإجراء الجانب التطبيقي من الدراسة تم تطوير استبيان، شمل الجزء الأول متغيرات ديموغرافية لمعرفة خصائص عينة الدراسة، والجزء الثاني شمل المتغير المستقل المتمثل في الابداع التنظيمي والذي قسم لخمسة أبعاد هي: الابداع الاستكشافي، الابداع الاستغلالي، الابداع في بيئة العمل، الأساليب التنظيمية الجديدة للعلاقات الخارجية، وممارسات الابداع التنظيمي في الأعمال التجارية، بينما المتغير التابع تمثل في الميزة التنافسية قسم إلى أربعة أبعاد هي: التميز بالتكلفة المنخفضة، التميز بجودة المنتج، سرعة الاستجابة، والسمعة.

2-4 أساليب الدراسة

اعتمد الباحث على عدة أساليب احصائية للتحقق من جودة البيانات المعتمدة في اختبار الفرضيات، وأساليب أخرى من أجل التحقق من صحة الفرضيات، ومن أبرز هذه الأساليب نذكر:

- ✓ معامل الارتباط برسون: يتم استخدام هذا المعامل لتحديد ارتباط كل عبارة بالنسبة لمتوسط مجموع العبارات المشككة لكل بعد من أجل التحقق من الصدق البنائي للاستبانة.
- ✓ معامل الثبات: يعد معامل ألفا كرونباخ من المعاملات المشهورة التي يتم اعتمادها للتحقق من ثبات أداة الدراسة، أي التأكد أن عبارات الاستبيان مقياس صادق وموثوق لمتغيرات الدراسة.
- ✓ معاملي الالتواء والتفريط: لتحديد الاختبارات الملائمة للتحقق من صحة الفرضيات يجب التعرف على طبيعة التوزيع الذي تتبعه متغيرات الدراسة، لذا يتم استخدام معاملي الالتواء والتفريط للتأكد هل متغيرات الدراسة تتبع التوزيع الطبيعي أم لا.
- ✓ معامل تضخم التباين والتباين المسموح: لاستخدام معادلة الانحدار الخطي المتعدد يجب التحقق من عدم وجود مشكلة ارتباط المتغيرات المستقلة فيما بينها، ولهذا يتم التحقق من ذلك بالاعتماد على معامل تضخم التباين والتباين المسموح.
- ✓ معامل **Durbin- Watson**: من بين الشروط الواجب توفرها عند استخدام نموذج الانحدار الخطي هو عدم وجود مشكلة الارتباط الذاتي في النموذج، لذا يتم الاعتماد على معامل **Durbin- Watson**.
- ✓ الانحدار الخطي المتعدد: المتغير المستقل تم تقسيمه إلى عدة أبعاد لذا سيتم اختبار صحة فرضيات الدراسة من خلال الانحدار الخطي المتعدد وليس الانحدار الخطي البسيط.

3- نتائج الدراسة

قبل اختبار صحة فرضيات الدراسة يتم أولاً التحقق من جودة البيانات التي تم جمعها وكذلك التعرف على طبيعة توزيع متغيرات الدراسة.

3-1 صدق أداة الدراسة

يشمل صدق أداة الدراسة عدة أنواع من أبرزها الصدق الظاهري والصدق البنائي، الصدق الظاهري تم التحقق منه من خلال توزيع الاستبانة على عدة محكمين، تم الأخذ بأرائهم والتعديل عليها بما سمح بتطوير مقياس جيد للمتغيرات. أما الصدق البنائي فيتم من خلال استخدام معامل ارتباط العبارة بالنسبة لمتوسط البعد، ونتائج هذا الاختبار موضحة بالجدول أدناه.

الجدول رقم (1): اختبار الصدق البنائي

المتغيرات	رقم الفقرة	Sig. (2-tailed)	ارتباط الفقرة بالنسبة لكل العبارات	المتغيرات	رقم الفقرة	Sig. (2-tailed)	ارتباط الفقرة بالنسبة لكل العبارات
الإبداع الاستكشافي	1	,000	,821**	التميز بالتكلفة المنخفضة	1	,000	,905**
	2	,000	,545**		2	,000	,818**
	3	,000	,781**		3	,000	,868**
	4	,000	,820**		4	,000	,652**
الإبداع الاستغلالي	1	,000	,921**	التميز بجودة المنتج	1	,000	,835**
	2	,000	,853**		2	,000	,919**
	3	,000	,884**		3	,000	,827**
	4	,000	,780**		4	,000	,873**
الإبداع في بيئة العمل	1	,000	,884**	سرعة الاستجابة	1	,000	,816**
	2	,000	,763**		2	,000	,844**
	3	,000	,692**		3	,000	,848**
	4	,000	,838**		1	,000	,820**
الأساليب التنظيمية الجديدة للعلاقات الخارجية	1	,000	,758**	السمعة	2	,000	,763**
	2	,000	,880**		3	,000	,841**
	3	,000	,838**		1	,000	,882**
	4	,000	,614**		2	,000	,727**
ممارسات الإبداع التنظيمي في الأعمال التجارية	3	,000	,846**	** مستوى الدلالة 0.01			

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

من الجدول نلاحظ أن مستوى الدلالة (Sig. (2- tailed) = 0.000 < 0.01)، إذن يوجد ارتباط بين كل عبارة مع متوسط مجموع العبارات المكونة لكل متغير، بالإضافة إلى أن معامل ارتباط كل عبارة بالنسبة لمتوسط مجموع العبارات المشكلة لكل متغير محصورة بين 0.545 و 0.921 وهي أكبر من 0.50، أي أنه وجود ارتباط موجب وقوي بين كل عبارة

ومتوسط مجموع العبارات، وبهذا يمكن القول أن شرط الصدق البنائي لأداة الدراسة محقق، إذ أكد (Tapsir, Pa, & Zamri, 2018) أن الصدق البنائي يتحقق إذا كان مستوى الدلالة أقل أو يساوي 0.01 ومعامل ارتباط كل عبارة بالنسبة لمتوسط مجموع العبارات المشكلة لكل متغير أكبر من 0.50.

2-3 ثبات أداة الدراسة:

للتحقق من ثبات أداة الدراسة استخدم الباحث معامل الثبات ألفا كرونباخ، ونتائج هذا الاختبار مبينة في الجدول الآتي:

الجدول رقم (2): معامل الثبات Cronbach's Alpha

المتغيرات	عدد الحالات	عدد العبارات	معامل الثبات Cronbach's Alpha
الإبداع الاستكشافي	157	4	,825
الإبداع الاستغلالي	157	4	,879
الإبداع في بيئة العمل	157	3	,785
الأساليب التنظيمية الجديدة للعلاقات الخارجية	157	3	,732
ممارسات الإبداع التنظيمي في الأعمال التجارية	157	3	,755
التميز بالتكلفة المنخفضة	157	4	,739
التميز بجودة المنتج	157	4	,882
سرعة الاستجابة	157	4	,802
السمعة	157	4	,777

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

من الجدول أعلاه نلاحظ أن معامل الثبات محصور بين 0.732 و 0.882 وهو أكبر من 0.70، لذا فثبات أداة الدراسة محقق، إذ أكد (Tavakol & Dennick, 2011) أن ثبات أداة الدراسة يتحقق إذا كان معامل الثبات ألفا كرونباخ أكبر أو يساوي من 0.70.

3-3 طبيعة توزيع متغيرات الدراسة:

لتحديد نوع الاختبارات الإحصائية التي يتم استخدامها في اختبار صحة الفرضيات يجب تحديد أولاً طبيعة توزيع متغيرات الدراسة، والجدول الآتي يوضح نتائج هذا الاختبار.

الجدول رقم (3): معاملي الالتواء والتفطح

معاملي التفطح	معاملي الالتواء	المتغيرات
2,168	-,942	الابداع الاستكشافي
,334	-,768	الابداع الاستغلالي
3,048	-1,402	الابداع في بيئة العمل
-,470	-,781	الأساليب التنظيمية الجديدة للعلاقات الخارجية
-,546	-,529	ممارسات الابداع التنظيمي في الأعمال التجارية
,404	-1,109	التميز بالتكلفة المنخفضة
-1,062	-,163	التميز بجودة المنتج
-,369	-,420	سرعة الاستجابة
-,009	-,521	السمعة

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن معاملي الالتواء محصور بين -1.402 و -0.163 وهو ينتمي إلى المجال [3, -3] أما معاملي التفطح فهو محصور بين -1.062 و 3.048 وهو أقل من 7، لذا فمتغيرات الدراسة تتبع التوزيع الطبيعي، وهذا ما أكدته دراسة (Aldamour & Mekkrache, 2020)، إذا كان معاملي الالتواء محصورا بين -3 و 3، ومعاملي التفطح أقل من 7.

4-3 تحليل معاملي تضخم التباين والتباين المسموح:

استخدام الانحدار الخطي المتعدد يستوجب التحقق من استقلالية المتغيرات المستقلة فيما بينها، ولهذا تم الاعتماد على معاملي تضخم التباين والتباين المسموح، والجدول الآتي يبين نتيجة هذا الاختبار.

الجدول رقم (4): معاملي تضخم التباين والتباين المسموح

المتغيرات	معاملي تضخم التباين (VIF)	التباين المسموح (Tolerance)
الابداع الاستكشافي	1,255	,797
الابداع الاستغلالي	1,217	,822
الابداع في بيئة العمل	1,427	,701
الأساليب التنظيمية الجديدة للعلاقات الخارجية	1,939	,516
ممارسات الابداع التنظيمي في الأعمال التجارية	1,890	,529

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

من الجدول أعلاه نلاحظ أن معامل تضخم التباين محصور بين 1,217 و 1,939 وهو أقل من 10، أما التباين المسموح فهو محصور بين 0.529 و 0.822 وهو أكبر من 0.1، لذا فمشكلة ارتباط المتغيرات المستقلة فيما بينها لن يظهر بمعادلة خط الانحدار المتعدد، إذ أكد (Shrestha, 2020) أن هذه المشكلة لن تظهر إذا كان معامل تضخم التباين أقل من 10 والتباين المسموح أكبر من 0.1.

3-5 اختبار ملائمة النموذج:

بين الجدول الآتي نتيجة اختبار صحة الفرضية الرئيسية والتحقق من ملائمة نموذج الدراسة.

الجدول (5): نتائج تحليل التباين للانحدار (Analysis of Variances) (المتغير التابع = الميزة

التنافسية)

النموذج	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	مستوى دلالة F	معامل التحديد R ²	معامل الارتباط (R)	Durbin-Watson
1	37,359	5	7,472	26,706	,000	,469	,685	1,799
	42,247	151	,280					
	79,606	156						

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

اختبار "دربان واتسون" Durbin-Watson Test (D-W) أحد الاختبارات المعتمدة للتحقق من عدم وجود الارتباط الذاتي في معادلة خط الانحدار، إذ يجب أن يكون هذا المؤشر أقل من 2 وهذا ما أكدته (Maxwell & David, 2007). من الجدول أعلاه نلاحظ أن مؤشر Durbin-Watson يساوي 1,799 وهو أقل من 2، وهذا يؤكد أنه لا يوجد مشكل الارتباط الذاتي ويمكن اختبار ملائمة نموذج الدراسة من خلال تحليل التباين للانحدار.

من الجدول السابق نلاحظ أن مستوى الدلالة ($F = 0,000 < 0,05$) وهذا يؤكد أن النموذج ذو أهمية إحصائية. ويعبر معامل التحديد R² عن تباين المتغير التابع (الميزة التنافسية) الذي يظهر نتيجة التغير الحاصل في المتغير المستقل (الإبداع التنظيمي)، إذ يوضح الجدول أن معامل التحديد يساوي 0,469 أي 46,90% من التباين في الميزة التنافسية كان نتيجة للتغير الحاصل في الإبداع التنظيمي، إذن الفرضية التالية مقبولة:

الفرضية الرئيسية: للإبداع التنظيمي أثر إيجابي على الميزة التنافسية بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية جيجل، مقبولة.

3-6 اختبار صحة الفرضيات الفرعية:

الجدول التالي بين نتائج اختبار صحة الفرضيات الفرعية من خلال تحليل الانحدار المتعدد.

الجدول رقم (6): نتائج تحليل الانحدار المتعدد (Multiple Regression Analysis)

مستوى دلالة T	قيمة T المحسوبة	المعاملات النمطية	المعاملات غير النمطية		النموذج Model
		Beta	الخطأ المعياري	B	
,000	4,567		,403	1,840	ثابت Constant
,000	5,512	,366	,054	,297	الإبداع الاستكشافي
,004	2,922	,191	,072	,211	الإبداع الاستغلالي
,000	6,920	,490	,058	,399	الإبداع في بيئة العمل
,328	,981	,081	,066	,065	الأساليب التنظيمية الجديدة للعلاقات الخارجية
,504	-,669	-,055	,063	-,042	ممارسات الإبداع التنظيمي في الأعمال التجارية

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

من خلال الجدول السابق نتوصل إلى النتائج الآتية:

✓ للإبداع الاستكشافي أثر إيجابي على الميزة التنافسية بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة لولاية جيجل، لأن مستوى الدلالة ($T = 0.000 < 0.05$). بالإضافة إلى أن المعاملات النمطية "Beta" والتي تعبر عن نسبة أثر الإبداع الاستكشافي على الميزة التنافسية كانت 0.366 أي 36.60% وهي قيمة منخفضة نوعا ما. إذن الفرضية التالية مقبولة:

الفرضية الفرعية الأولى: للإبداع الاستكشافي أثر إيجابي على الميزة التنافسية بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة لولاية جيجل، مقبولة.

✓ للإبداع الاستغلالي أثر إيجابي على الميزة التنافسية بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة لولاية جيجل، لأن مستوى الدلالة ($T = 0.004 < 0.05$). بالإضافة إلى أن المعاملات

النمطية "Beta" والتي تعبر عن نسبة أثر الإبداع الاستغلالي على الميزة التنافسية كانت 0.191 أي 19.10% وهي قيمة منخفضة. إذن الفرضية التالية مقبولة:
الفرضية الفرعية الثانية: للإبداع الاستغلالي أثر إيجابي على الميزة التنافسية بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة لولاية جيجل، مقبولة.

✓ للإبداع في بيئة العمل أثر إيجابي على الميزة التنافسية بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة لولاية جيجل، لأن مستوى الدلالة ($T = 0.000 < 0.05$). بالإضافة إلى أن المعاملات النمطية "Beta" والتي تعبر عن نسبة أثر الإبداع في بيئة العمل على الميزة التنافسية كانت 0.490 أي 49% وهي قيمة مرتفعة. إذن الفرضية التالية مقبولة:
الفرضية الفرعية الثالثة: للإبداع في بيئة العمل أثر إيجابي على الميزة التنافسية بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة لولاية جيجل، مقبولة.

✓ ليس للأساليب التنظيمية الجديدة للعلاقات الخارجية أثر على الميزة التنافسية بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة لولاية جيجل، لأن مستوى الدلالة ($T = 0.328 > 0.05$). إذن الفرضية التالية مرفوضة:

الفرضية الفرعية الرابعة: للأساليب التنظيمية الجديدة للعلاقات الخارجية أثر إيجابي على الميزة التنافسية بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة لولاية جيجل، مرفوضة.

✓ ليس لممارسات الإبداع التنظيمي في الأعمال التجارية أثر على الميزة التنافسية بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة لولاية جيجل، لأن مستوى الدلالة ($T = 0.504 > 0.05$). إذن الفرضية التالية مرفوضة:

الفرضية الفرعية الخامسة: لممارسات الإبداع التنظيمي في الأعمال التجارية أثر إيجابي على الميزة التنافسية بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة لولاية جيجل، مرفوضة.

خاتمة:

توصل الباحث إلى النتائج الآتية:

✓ يؤثر الإبداع التنظيمي إيجابيا على الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية جيجل؛

✓ يؤثر الإبداع الاستكشافي إيجابيا على الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية جيجل؛

- ✓ يؤثر الإبداع الاستغلالي إيجابيا على الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية جيجل؛
 - ✓ يؤثر الإبداع في بيئة العمل إيجابيا على الميزة التنافسية بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة لولاية جيجل؛
 - ✓ لا تؤثر الأساليب التنظيمية الجديدة للعلاقات الخارجية على الميزة التنافسية بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة لولاية جيجل؛
 - ✓ لا تؤثر ممارسات الإبداع التنظيمي في الأعمال التجارية إيجابيا على الميزة التنافسية بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة لولاية جيجل.
- وانطلاقا من نتائج الدراسة يقترح الباحث مجموعة توصيات لتحسين أثر الإبداع التنظيمي على الميزة التنافسية بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وبولاية جيجل، والتي يلخصها بالنقاط الآتية:
- ✓ التركيز على إدخال تحسينات وطرق بناء العلاقات الخارجية للمؤسسات خصوصا مع العملاء والموردين؛
 - ✓ توظيف موارد بشرية لديها خبرة في مجال الجودة فهي ركيزة أساسية لممارسات الإبداع التنظيمي في الأعمال التجارية؛
 - ✓ إدخال مفاهيم جديدة تدعم الإبداع في بيئة العمل كإدخال أسلوب الإدارة الرشيقة؛
 - ✓ إن الإبداع التنظيمي يحتاج إلى دعم تكنولوجي، لذا يوصي الباحث بتوجه المؤسسات إلى تبني الإدارة الالكترونية من أجل ضمان التحسين المستمر؛
 - ✓ يحتاج كل من الإبداع الاستكشافي والإبداعي الاستغلالي إلى تضافر جهود فرق العمل وكذلك شعور المورد البشري بالمسؤولية، لذا يجب تشجيع العمل الجماعي ودعم حرية طرح الأفكار الجديدة.

قائمة المصادر والمراجع

- Abdi, K., & Senin, A. A. (2015). The Impact of Knowledge Management on Organizational Innovation: An Empirical Study. *Asian Social Science*. Asian Social Science, 11(23).
- Aldahmour, F., & Mekkrache, F. (2020). The Effectiveness of Knowledge Sharing on Diversity Management: an Empirical Study on Jordanian Companies. *Kasmera journal*, 48(1), 65-83.
- Ali, Z., Zwetsloot, I. M., & Nada, N. (2019). An Empirical Study to Explore the Interplay of Managerial and Operational Capabilities to Infuse Organizational Innovation in Smes. *Procedia Computer Science*(158), pp. 260-269.
- Ben Zaid, R. M., Louati, H., & Affes, H. (2015). The Relationship Between Organizational Innovations, Internal Sources of Knowledge and Organizational

- Performance. *International Journal of Managing Value and Supply Chains*, 6(1), 53-67.
- De Conto, M. S., Junior, J., & Vaccaro, G. (2016). Innovation as a competitive advantage issue: a cooperative study on an organic juice and wine producer. *Gest Prod Sao Carlos*, 23(02).
- Farhang, H. S., Abkenari, H. A., & Fadaee, M. (2018). The Impact of Organizational Innovation on the Performance of Manufacturing Firms through Innovation Capabilities in Process and Product. *Iranian Journal of Optimization*, 10(02).
- Luoma-aho, V., Vos, M., Lappalainen, R., Lamsa, A., Uusitalo, O., Maaranen, P., & Koski, A. (2012). Added Value of Intangibles for Organizational Innovation. *An Interdisciplinary Journal on Humans in ICT Environments*, 8(1), pp. 7-23.
- Maxwell, L. K., & David, C. H. (2007). The Application of the Durbin-Watson Test to the Dynamic Regression Model Under Normal and Nonnormal Errors. *Econometric Reviews*, 14(4), pp. 487-510.
- Mishra, P., & Yadav, M. (2021). Environmental Capabilities, Proactive Environmental Strategy and Competitive Advantage: A Natural-Resource-Based View of Firms Operating in India. *Journal of Cleaner Production*, 291, 1-14.
- Montalvan-Burbano, N., Plaza-Ubeda, J. A., Perez-Valls, M., & Sabando-Vera, D. (2019). Dataset on organizational innovation and its determinants in the SMEs hotels. *Data in brief*(26), pp. 1-7.
- Porter, M. (1993). *Avantage concurrentiel des Nations*. Paris: Inter Edition.
- Sekaran, U. (2004). *Research Methods for Business a Skill Building Approach* (éd. 4th edition). New York: John Wiley & Sons.
- Shrestha, N. (2020). Detecting Multicollinearity in Regression Analysis. *American Journal of Applied Mathematics and Statistics*, 8(2), 39-42.
- Tapsir, R., Pa, N., & Zamri, S. (2018). Reliability and Validity of the Instrument Measuring Values in Mathematics Classrooms. *Malaysian Online Journal of Educational Sciences*, 6(2), 37-37.
- Tavakol, M., & Dennick, R. (2011). Making sense of Cronbach's alpha. *International Journal of Medical Education*(2), 53-55.
- Tu, Y., & Wu, W. (2021). How Does Green Innovation Improve Enterprises' Competitive Advantage? The Role of Organizational Learning. *Sustainable Production and Consumption*(26), pp. 504-516.
- Wang, F., & Chen, K. (2020). Do Product Imitation and Innovation Require Different Patterns Of Organizational Innovation? Evidence from Chinese Firms. *Journal of Business Research*(106), 60-74.
- Yang, L. L., & Gao, Y. (2021). Competition Network as a Source of Competitive Advantage: The Dynamic Capability Perspective and Evidence From China. *Long Range Planning*(106), pp. 01-12.
- Yang, Y., Liu, Q., Song, J., & Zhou, M. (2021). The influence mechanism of financial shared service mode on the competitive advantage of enterprises from the perspective of organizational complexity: A force field analysis. *International Journal of Accounting Information Systems*(42), 1-21.