

أثر الإبداع التكنولوجي على تنافسية المؤسسة الاقتصادية دراسة حالة مؤسسة موبيليس

The impact of technological innovation on the competitiveness of the economic enterprise, a case study of the Mobilis Corporation

ط.د. يوسف لحسن¹

مخبر البحوث والدراسات الاقتصادية الأورومتوسطية

جامعة حسنية بن بوعلي الشلف-الجزائر

y.lahcen92@univ-chlef.dz

د. وهيبة سراج

مخبر البحوث والدراسات الاقتصادية الأورومتوسطية

جامعة حسنية بن بوعلي الشلف-الجزائر

w.serradj@univ-chlef.dz

تاريخ الاستلام: 2022/12/07

تاريخ القبول: 2023/05/27

تاريخ النشر: 2023/11/11

ملخص:

تهدف هذه الدراسة الى معرفة أثر الإبداع التكنولوجي على تنافسية المؤسسة الاقتصادية، وقد قمنا باختيار مؤسسة موبيليس لإجراء دراسة الحالة، نظريا تطرقنا الى بعض جوانب كل من الإبداع التكنولوجي والتنافسية، أما فيما يخص الدراسة التطبيقية فقد اعتمدنا الاستبيان كأنسب أداة لجمع المعلومات وبرنامج الرزمة الإحصائية للعلوم الإحصائية Spss لمعالجتها، حيث تم توزيع 59 استبيان وقد تحصلنا في الأخير على 40 منها فقط صالحة للتحليل.

أظهرت نتائج الدراسة أنه يوجد علاقة طردية بين الإبداع التكنولوجي والتنافسية، وأن المؤسسة محل الدراسة تتبنى الإبداع التكنولوجي لمقاومة المنافسة الشرسة في قطاع نشاطها والذي يشهد تطور عالميا مستمرا.

الكلمات المفتاحية: الإبداع التكنولوجي، التنافسية، الميزة التنافسية، موبيليس.

Abstract:

This study aims to determine the impact of technological innovation on the competitiveness of the economic enterprise. We have chosen the Mobilis Corporation to conduct a case study. Spss to process it, as 59 questionnaires were distributed and we obtained only 40 of them that were valid for analysis.

The results of the study showed that there is a direct relationship between technological innovation and competitiveness, and that the institution under study adopts technological innovation to resist fierce competition in its sector of activity, which is witnessing continuous global development.

Key words: technological innovation, competitive, competitive advantage, Mobilis.

مقدمة:

يعتبر موضوع الإبداع التكنولوجي أحد أهم المواضيع في الوقت الراهن، إذ شغل اهتمام كل من الدول المتقدمة والنامية على حد سواء، فرفاهية وازدهار الدول المتقدمة ما هو إلا نتاج الاهتمام المتزايد بالتكنولوجيا والإبداع والابتكار، كما ترى أغلب هذه الدول أن الاستثمار في الإبداع كوسيلة لتحفيز ودفع التنمية وخلق للقيمة في اقتصادها.

بحلول نهاية القرن الماضي كانت المؤسسات قائمة فقط على نطاق الإنتاج والعلاقات الاجتماعية الكلاسيكية في ظل اقتصاد عالمي متوتر يشهد تطورات وتغيرات مستمرة نتيجة أسباب سياسية، ثقافية، اقتصادية واجتماعية، لتجبر في الأخير العولمة الاقتصادية هذه المؤسسات على مواكبة التطور التكنولوجي الحاصل، كما أن اشتداد المنافسة وتنوع حاجيات المستهلكين وتزايدها أدى بها الى تطوير استراتيجياتها لضمان بقائها واستمرارها.

إن حدة المنافسة وقلة الموارد أحد أسباب سعي المؤسسات الاقتصادية لتبني الإبداع التكنولوجي، فتفعيله بات ضروريا في ظل ما تواجهه من قيود داخلية وخارجية تشكل تهديداً لبقائها، كما أن تطورها وازدهارها مرتبط بشكل كبير على الإبداع التكنولوجي كنشاط أساسي بها، إذ لم يعد مقتصر على انتاج سلع وخدمات جديدة فقط بل وأساليب انتاج جديدة أيضا.

كل هذا يقودنا لطرح الإشكالية التالية: "ما مدى تأثير الإبداع التكنولوجي على تنافسية مؤسسة موبيليس؟"

ويندرج تحت هذا التساؤل الأسئلة الفرعية التالية:

- ✓ ما المقصود بالإبداع التكنولوجي وماهي أنواعه؟
- ✓ فيما تتمثل مكونات الإبداع التكنولوجي وماهي خطواته؟
- ✓ ما المقصود بالتنافسية والميزة التنافسية وماهي مصادرها؟

❖ فرضية الدراسة:

وللإجابة على الإشكالية المطروحة، قمنا بتقديم الفرضية الرئيسية التالية:

"لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للإبداع التكنولوجي على التنافسية في مؤسسة موبيليس"

❖ أهمية الدراسة:

تستمد هذه الدراسة أهميتها من أهمية الموضوع في حد ذاته، فللإبداع التكنولوجي دور مهم وأساسي في الرفع من تنافسية المؤسسات الاقتصادية، وقد وقع اختيارنا على مؤسسة موبيليس نظرا لما تشهده هذه الأخيرة من منافسة شرسة وتطور هائل في مجال نشاطها.

❖ أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة الى:

- ✓ توضيح العلاقة بين الإبداع التكنولوجي والتنافسية؛
- ✓ إبراز أهمية الإبداع التكنولوجي في تحقيق ميزة تنافسية؛
- ✓ معرفة مدى تبني المؤسسة محل الدراسة للإبداع التكنولوجي.

❖ المنهج المستخدم في الدراسة:

من أجل الإجابة على الإشكالية المطروحة تم الاعتماد على المنهج الاستنباطي باستخدام أداة الوصف والتحليل في الجانب النظري، أما الجانب التطبيقي فقد تم الاعتماد على المنهج الاستقرائي باستخدام أداة الاستبيان وبرنامج الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS من أجل تحديد نوع العلاقة بين المتغيرين المدروسين بمؤسسة موبيليس.

❖ هيكل الدراسة:

تم تقسيم هذه الدراسة الى محورين أساسيين:

- المحور الأول: الإطار النظري للدراسة؛
- المحور الثاني: الدراسة التطبيقية.

المحور الأول: الإطار النظري للدراسة.

يعتبر الإبداع التكنولوجي من بين أهم العمليات التي تسعى اليها المؤسسات الاقتصادية لمواكبة التطورات الخاصة في الاقتصاد العالمي الحديث، والذي يشهد تقلبات مستمرة ومنافسة قوية، إذ يتعين على هذه المؤسسات اكتساب قيمة مضافة وقدرة تنافسية حتى تضمن بقائها، ولا يتسنى لها ذلك الا بدعم الإبداع التكنولوجي بها، فهذا الأخير لازال غير معروف وبالرغم من النظريات العلمية المفسرة له الا انه لازال يجذب اهتمام العديد من الباحثين، وسنتطرق في هذا المحور الى المفاهيم المتعلقة بكل من الإبداع التكنولوجي والتنافسية والميزة التنافسية.

أولاً: الإطار النظري للإبداع التكنولوجي

1. تعريف الإبداع:

عرف سمبسون الإبداع بأنه "المبادرة التي يبدئها الشخص بقدرته على الانشغال من التسلسل العادي في التفكير الى مخالفته الكلية" (السويدان و العدلوني، 2004، صفحة 18).

أما الدكتور علي الحمادي فقد عرفه بأنه "مزيج من الخيال العلمي المرن، لتطوير فكرة قديمة أو لإيجاد فكرة جديدة مهما كانت الفكرة صغيرة ينتج عنها انتاج متميز غير مألوف يمكن تطبيقه واستعماله" (زين الكاف، 2013، صفحة 23).

وبالنسبة لجيلفورد فقد عرفه على أنه "عملية معرفية أو نمط من التفكير التباعدي الذي يتصف بالطلاقة والمرونة والأصالة والحساسية للمشكلات وينتج عنه ناتجا إبداعيا وهو تنظيم عدد من القدرات العقلية البسيطة والتي تختلف فيما بينها باختلاف مجال الإبداع" (جندل، 2022، صفحة 27).

وحسب موسوعة Britannica فالإبداع هو "القدرة على انتاج شيء جديد من خلال مهارات تحليلية سواء كان حلا جديدا لمشكلة ما أو طريقة جديدة، أو شكلا فنيا جديدا." (Bouaissa, 2018, p. 15).

2. تعريف الإبداع التكنولوجي:

يعد جوزيف شومبيتر أول من أدخل مفهوم الإبداع التكنولوجي الى النظرية الاقتصادية سنة 1939، ووفقا له فالإبداع التكنولوجي هو اكتشاف التحسين التقني أو المصادر الجديدة. (Bouaissa, 2018, p. 19).

ويعرف Vanghan الإبداع التكنولوجي بأنه "عملية تطوير وتنفيذ وابتكار منتجات جديدة وخدمات وتقنيات وأنظمة وبرامج جديدة." (Asa, Dennis, Christelire, & Mekelaye, 2021, p. 69).

كما يعرف أيضا بأنه " تلك العملية التي تتعلق بالمستجدات الإيجابية والتي تخص المنتجات بمختلف أنواعها وكذلك أساليب الإنتاج" (أوكيل، 1994، صفحة 33)

أما William فقد عرّفه على أنه " اكتشاف وتطوير المنتجات (السلع أو الخدمات) أو العمليات، فاستشاف وتطوير المنتجات الجديدة تعتبر المدخل لتطوير المعرفة الجديدة وترجمتها إلى تطبيقات تجارية ". (William J, 2007, p. 228)

بناء على التعاريف السابقة يمكن استخلاص مجموعة من المميزات للإبداع التكنولوجي وهي:

- ✓ لا يقتصر الإبداع التكنولوجي على خلق منتج جديد لا يعرفه المستهلكون بعد أو أسلوب جديد بل يمكن أن يكون تطوير وتحسين منتج، خدمة، أو إدخال طريقة إنتاج جديدة؛
- ✓ الإبداع التكنولوجي يمكن أن يكون نتيجة مجهود شخصي (فردى) كما يمكن أن يكون نتيجة مجهود جماعى؛
- ✓ يهدف الإبداع التكنولوجي الى زيادة الإنتاج، تحسين وتطوير المنتجات أو الخدمات بأدنى التكاليف وفي أقل وقت ممكن.

3. أنواع الإبداع التكنولوجي:

يوجد العديد من المعايير التي يصنف على إثرها الإبداع التكنولوجي، وسنقتصر في دراستنا هذه على معيار درجة الإبداع التكنولوجي والذي يعتبر أحد أهم المعايير بحيث يصنفه الى:

أ- الإبداع التكنولوجي الجذري (الجزئي):

يرتكز هذا النوع على الخصائص الجديدة التي تم اضافتها أو تحسينها للمنتج، أو المزايا والتحسينات التي تم إدخالها في أسلوب الإنتاج، ويتضمن هذا النوع تكييف وتحسين وصقل المنتجات الحالية أو أساليب الإنتاج. (Traki & Boukrif, 2015, p. 6)

أي أن الإبداع التكنولوجي التدريجي يقوم بتحسين منتج موجود أو تطوير أسلوب انتاج موجود، ويتميز هذا النوع بالاستمرارية.

ب- الإبداع التكنولوجي الجذري (النافذ):

يهتم هذا النوع من الإبداع التكنولوجي بإيجاد وخلق منتجات أو أساليب انتاج حديثة لم تكن معروفة ولا موجودة سابقا، وقد يتطلب هذا النوع اجراء تعديلات في طرق انجاز العمل المهدف منها تلبية رغبات الزبائن، وقد يأخذ هذا النوع وقتا أكبر من النوع الأول كما تكون تكلفته أكثر من تكلفة النوع الأول كما قد يتطلب توظيف موارد أكثر. (بوزناق، 2013، صفحة 9).

4. مكونات الإبداع التكنولوجي:

يتكون الإبداع التكنولوجي من أربع مكونات أساسية هي (لافي، 2015، صفحة 30):

- ❖ **الشخص المبدع:** هو شخص يتميز بمهارات وقدرات معينة ويبرع في مجال من المجالات، أتاحت له القيام بعمل حديث لم يكن معروفا من قبل، أو قام بتعديل فكرة ما، أو قدم اختراعا معينا، بحيث أحدث تغييرا إيجابيا.
- ❖ **البيئة الإبداعية:** يمكن للفرد حل مشكلاته إذا توفرت لديه عوامل تساعد على تنمية تفكيره، وقدرات تساعد على الإبداع، بحيث تتمثل هذه العوامل أساسا في البيئة المحيطة به انطلاقا من أسرته وصولا الى مجتمعه ككل، ويجدر الإشارة أن تورانس قد توصل بعد زيارة قاداته الى اليابان أن حل الأفراد هناك مبدعين، نتيجة توفر بيئة تتحلى بالنظام والالتزام واحترام العمل والانتماء الى الفريق، وتتميز بالتدرب الذاتي.
- ❖ **العملية الإبداعية:** هي طرق معالجة المعلومات، وطريقة تفكير المبدع في حذ ذاته، انطلاقا من الشعور بالمشكلة وتحديد أهدافها تحديدا دقيقا، ثم جمع المعلومات عنها، يليها تقديم الفرضيات واختبارها ثم التحقق من صحتها، ليصل في الأخير لحل للمشكلة.
- ❖ **الناتج الإبداعي:** يقصد به انتاج شيء جديد يفيد المجتمع لفترة معينة، نتيجة ترجمة فعالية للفكر والالهام، ويختلف باختلاف طبيعة المبدع، ميولته وقدراته.

5. خطوات الإبداع التكنولوجي:

حدد غراهام والاس (صاحب نموذج والاس أحد أهم النماذج الأساسية في معظم برامج التدريب الإبداعي في الوقت الحالي) أربع خطوات أساسية للإبداع (Bouaissa, 2018, p. 16):

- ✓ **مرحلة التحضير:** اكتشاف المشكلة وجمع البيانات؛
- ✓ **مرحلة الاحتضان:** الابتعاد عن المشكلة وتوليد أفكار جديدة؛
- ✓ **مرحلة الإشراق:** ظهور حل للمشكلة أو فكرة جديدة؛
- ✓ **مرحلة التحقيق:** تطبيق الفكرة الجديدة أو الحل الجديد وفحصها واختبارها.

ثانياً: تنافسية المؤسسات الاقتصادية

حظي موضوع التنافسية باهتمام الكثير من الباحثين الاقتصاديين، فكل المؤسسات اليوم تسعى جاهدة الى الرفع من تنافسيتها واكتسابها ميزة تنافسية تمكنها من النمو والبقاء وتعزيز مكانتها في السوق، وستتناول فيما يلي أهم النقاط المتعلقة بها.

1. تعريف التنافسية والميزة التنافسية:

يعد بورتر من أبرز الباحثين الذين كان لهم أثر في انتشار مفهوم التنافسية وهذا نتيجة منشوراته حول التنافسية واستراتيجيات التنافس، كما تطرق العديد من المفكرين الاقتصاديين الى مصطلح التنافسية ولا يوجد تعريف موحد لها متفق عليه، وقد اختلفت تعاريفها باختلاف مستوياتها (تنافسية الدول، تنافسية المؤسسات)، وسيتم فيما يلي تقديم بعض التعاريف المبسطة عنها:

عرفت **منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية** تنافسية الدولة على أنها " الدرجة التي يمكن من خلالها للدولة في ظل ظروف السوق الحرة والعدالة التنافس في الأسواق الدولية، وفي نفس الوقت تزيد من دخل مواطنيها." (Lyilyana, Milka, & Vladimir, 2012, p. 396) أما تنافسية المؤسسة فقد عرفت على أنها " القدرة على الصمود امام المنافسين بغرض تحقيق الأهداف من ربحية، نمو واستقرار وتوسع وابتكار وتحديد، وتسعى الشركات ورجال الاعمال بصفة مستمرة الى تحسين المراكز التنافسية بشكل دوري نظرا لاستمرار تأثير المتغيرات العالمية والمحلية" (مرزوقي، 2008، صفحة 39).

كما تعرّف على أنها " القدرة على انتاج سلع وخدمات بالتنوع الجيدة والسعر المناسب وفي الوقت المناسب، وهذا يعني تلبية حاجات المستهلكين بشكل أكثر كفاءة من المؤسسات الأخرى" (غفال، مدوكي، و زقير، 2017، صفحة 314) أما بالنسبة للميزة التنافسية فقد عرفها **porter** على أنها " تنشأ بمجرد توصل المؤسسة الى اكتشاف طرق وأساليب جديدة أكثر فعالية من تلك المستعملة من قبل منافسيها، فيكون بمقدورها تجسيد هذا الاكتشاف ميدانياً، أي بمجرد احداث عملية إبداع بمفهومها الواسع" (porter, 1998, p. 48)

يرى **lambin** أن الميزة التنافسية على أنها " مجموعة الخصائص والصفات التي يتصف بها منتج أو علامة، بحيث يعطي للمؤسسة بعض التفوق على منافسيها". (رمضان، 2020، صفحة 80)

كما وصف كل من **Schendeler & Hofer** " الميزة التنافسية بأنها الوضع الفريد الذي تطوره المنظمة مقابل منافسيها من خلاص تخصيص الموارد" (كنوش، 2015، صفحة 102)

2. خصائص الميزة التنافسية:

من بين أهم خصائص الميزة التنافسية ما يلي: (بن عبد العزيز، بن علي، و بن عبد العزيز، 2020، صفحة 38)

- أن تتصف بالاستمرارية والاستدامة، أي أن المؤسسة لا تحقق سبق على المدى القصير فقط بل على المدى البعيد أيضاً؛
- أن تتصف بالنسبية مقارنة بالمنافسين أو مقارنة بفترات زمنية مختلفة، ما يجعل فهمها في إطار مطلق صعب التحقيق؛
- أن تتسم بالتجديد وفق قدرات وموارد المؤسسة الداخلية من جهة ومعطيات البيئة الخارجية من جهة أخرى؛

- أن يتناسب استخدام هذه الميزة مع الأهداف والنتائج التي تسعى المؤسسة لتحقيقها؛
- أن تتصف بالمرونة، أي أنه يمكن للمؤسسة إحلال مزايا تنافسية أخرى بدلها بسهولة، ووفق التغيرات الحاصلة في البيئة الداخلية والخارجية للمؤسسة.

3. مصادر الميزة التنافسية:

تتمثل أهم مصادر الميزة التنافسية في:

- **التكلفة الأقل:** تعتبر ميزة التكلفة الأقل من أهم مكتسبات المؤسسة لمواجهة ومقاومة المنافسين، فمعظم المؤسسات تسعى تخفيض عناصر التكلفة مقارنة مع منافسيها، ولتحقق هذه الميزة وترفع عوائدها لا بد على المؤسسة أن تمتلك التكنولوجيا الأفضل، نظم انتاج وصيانة فعالة، بالإضافة الى كفاءة عملياتها التسويقية. (غفال، مدوكي، و زقير، 2017، صفحة 316).
- **الجودة والتميز:** ويقصد بذلك قدرة المؤسسة على تقديم منتج يحوز على مكانة ولديه قيمة من وجهة نظر المستهلك، كما يتسم هذا المنتج بالجودة والتميز، لذا وجب فهم المصادر المحتملة لتمييزه كالنوعية، المرونة والابتكارية... (عبد اللوش و كورتل، 2018، صفحة 232).
- **السمعة (سمعة المؤسسة):** ونعني بها تقييم المستهلكين للمؤسسة، وقد تمثل انطباعاً لهم حولها من حيث قدرتها على تلبية حاجاتهم، أو جودة منتجاتها، أنظمتها أو حتى سياساتها، وكلما كان رأيهم حولها إيجابياً حرصوا على استمرار العلاقة مع هذه المؤسسة ودعموها، إن ارتباط سمعة معينة بالمؤسسة يبرز في أذهان المتعاملين مما يمكنها من اكتساب ميزة تنافسية. (طهار و فلاق، 2018، صفحة 310).
- **الابتداء:** يعد الابتداء أحد أهم مصادر اكتساب الميزة التنافسية، وبالتالي فإن المؤسسات المبدعة والمبتكرة هي التي تستطيع البقاء والاستمرار والمقاومة في الأسواق الحالية، فهي تحرص دائماً على استغلال طاقاتها الإبداعية، أو تقوم باقتناء ابتكارات من مؤسسات أخرى. (عبد اللوش و كورتل، 2018، صفحة 232).

المحور الثاني: الدراسة التطبيقية

أولاً: الطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة

1. التعريف بالمؤسسة: (التعريف بمؤسسة موبيليس، 2022)

تعتبر مؤسسة موبيليس فرع من مجمع اتصالات الجزائر وتعد أول متعامل للهاتف النقال بالجزائر، وقد أقرت استقلاليتها كمتعامل منذ أوت 2003.

تسعى هذه المؤسسة منذ نشأتها، إلى تحديد أهداف أساسية منها:

- تقديم أحسن الخدمات.
- التكفل الجيد بالمستخدمين لضمان وفائهم.
- الابتداء.
- تقديم الجديد بما يتماشى والتطورات التكنولوجية وهذا مكنها من تحقيق أرقام أعمال مهمة وتوصلها، في وقت قصير إلى ضم 20 مليون مشترك.

2. منهجية الدراسة:

أ. الطريقة المتبعة: المقصود بها تحديد مجتمع وعينة الدراسة، طرق جمع المعلومات، تحديد المتغيرات.

● **مجتمع الدراسة:** ويتكون مجتمع الدراسة من جميع العاملين في مؤسسة موبيليس بجميع مستوياتها وهذا باعتبارها مؤسسة مبدعة تسعى لتحقيق ميزة تنافسية في مجال الاتصالات.

● **عينة الدراسة:** نظرا لاستحالة إشراك جميع عمال مؤسسة موبيليس، تم اختيار عينة عشوائية للدراسة على المستوى المحلي بولاية بشار، حيث قمنا بأخذ عينة مناسبة ومثلية لمجتمع الدراسة، وذلك بتوزيع 59 استبيان وحصلنا في النهاية على 50 استبيان منها 40 صالحة للتحليل.

● **طريقة جمع البيانات:** اعتمدنا في دراستنا على الاستبيان نظرا لأهميته في الدراسة، ويعد جمع المعلومات بواسطته من الطرق المباشرة لجمعها، حيث نتحصل من خلاله على معلومات من مصادرها الأولية.

يهدف الاستبيان الموزع على عمال المؤسسة إلى التعرف على مدى تأثير الإبداع التكنولوجي على تنافسية المؤسسة، وقد تم تصميمه بفقرات ملمة بجميع حدود الدراسة حيث ضم 39 سؤال موزع على ثلاث أجزاء على النحو التالي:

● الجزء الأول: المعلومات الشخصية.

● الجزء الثاني: الإبداع التكنولوجي

● الجزء الثالث: التنافسية

قمنا بإعداد الاستبيان اعتماداً على الدراسات السابقة المتعلقة بالموضوع محل الدراسة، وفق مقياس ليكرت الخماسي حسب الجدول التالي:

الجدول (01): درجات مقياس ليكرت الخماسي

الاستجابة	لا أتفق إطلاقاً	لا أتفق	محايد	أتفق	أتفق تماماً
الدرجة	1	2	3	4	5

المصدر: من إعداد الباحثين

تم إتباع أسلوب الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية **Statistical Package for Social Sciences** والذي يرمز له بالرمز spss، لتحليل البيانات التي تم جمعها.

ب. **صدق أداة الدراسة:**

يقصد بها قدرة قياس الأسئلة المطروحة في الاستبيان الغرض الذي صممت من أجله وأن تكون ملمة بجميع العناصر التي يجب أن تدخل في التحليل، كما يجب أن تكون واضحة ومفهومة.

تم التحقق من مدى صدق الأداة وذلك بعرضها على أربع محكمين، تم انتقائهم من ذوي الخبرة والمهارة العلمية، حيث أبدوا ملاحظاتهم وقمنا بدورنا بتحسينها وإجراء التعديلات المناسبة.

ت. **ثبات أداة الدراسة:**

تم التحقق من ثبات أداة الدراسة باستخدام الاختبار عن طريق حساب معامل ألفا كرونباخ **Cronbach's alpha** كما هو موضح بالجدول التالي :

الجدول (02): ثبات أداة الدراسة

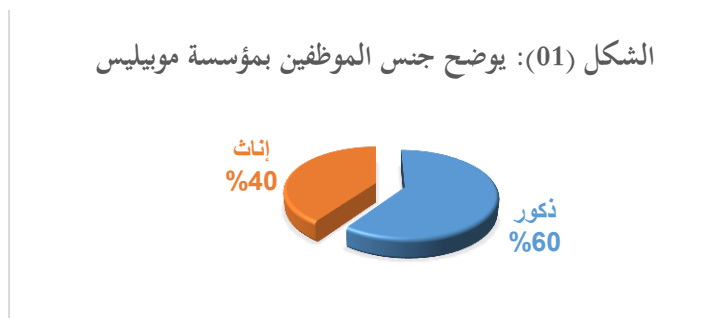
Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,934	35

المصدر: من إعداد الباحثين بناءً على مخرجات برنامج SPSS

نلاحظ من الجدول أن معامل المصدقية ألفا كرونباخ بلغ نسبة 93,4% وتجاوزت النسبة المقبولة إحصائياً 60%، أي أن نسبة ثبات أداة الدراسة كبيرة يمكننا اعتمادها.

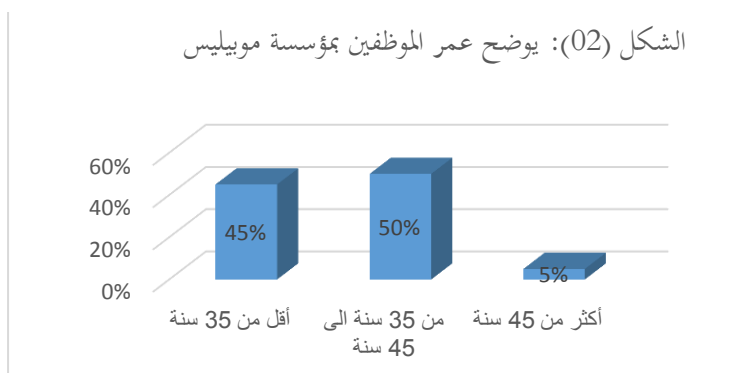
ثانيا: النتائج والمناقشة

1. خصائص العينة:



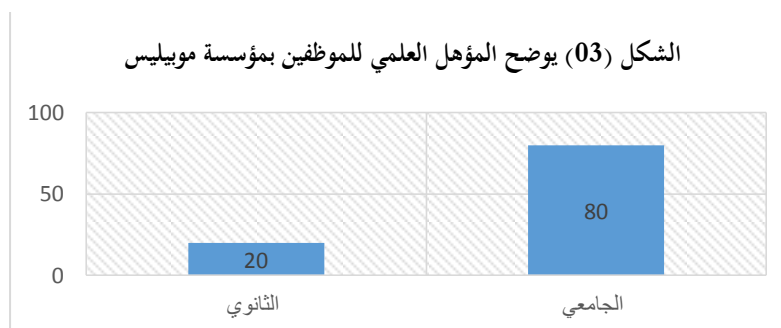
المصدر: من إعداد الباحثين بناءً على مخرجات برنامج SPSS

نلاحظ من الشكل (01) أن جنس الذكور في مؤسسة موبيليس أكبر من جنس الإناث حيث بلغت نسبته 60% مقابل نسبة 40% لجنس الإناث.



المصدر: من إعداد الباحثين بناءً على مخرجات برنامج SPSS

نلاحظ من الشكل (02) أن مؤسسة موبيليس مؤسسة فنية حيث بلغت نسبة 50% للفئة من 35 سنة إلى 45 سنة، كما بلغت نسبة 45% للفئة أقل من 35 سنة، مقابل نسبة 05% للفئة أكثر من 45 سنة، وهذا يوضح اعتماد المؤسسة على توظيف كفاءات شابة للاستثمار فيها أكبر مدة ممكنة.



المصدر: من إعداد الباحثين بناءً على مخرجات برنامج SPSS

نلاحظ من الشكل (03) أن المؤهل العلمي للموظفين بمؤسسة موبيليس مرتفع، حيث بلغت نسبة 80% للمستوى الجامعي مقابل نسبة 20% للمستوى الثانوي، و يوضح لنا هذا أن المؤسسة تعتمد على ذوي الكفاءة العلمية، وبالتالي تركز على توظيف أصحاب الشهادات خريجي الجامعات دون غيرهم من المستويات.

2. الإحصاء الوصفي لإجابات العينة لمكونات الإبداع التكنولوجي والتنافسية:

بناء على قيم المتوسطات الحسابية التي توصلنا إليها في بحثنا هذا، والذي اعتمدنا فيه على تفسير البيانات كما هو مبين في الجدول التالي:

الجدول (03): قيم المتوسطات الحسابية

منخفض	من 01 إلى 2.33
متوسط	من 2.34 إلى 3.67
مرتفع	من 3.68 إلى 5

المصدر: من إعداد الباحثين بناءً على مخرجات برنامج SPSS

الجدول (04): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للإبداع التكنولوجي

المتغير	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترجيح
الإبداع التكنولوجي	من 01 إلى 22	3.7323	0.43295	مرتفع

المصدر: من إعداد الباحثين بناءً على مخرجات برنامج SPSS

يلاحظ من الجدول (04) أن المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لفقرات الإبداع التكنولوجي تؤول إلى مستوى قبول مرتفع حيث بلغ كل منهما على التوالي (3.7323) بالنسبة للمتوسط الحسابي و(0.43295) بالنسبة للانحراف المعياري، وهذا يدل على وجود إبداع تكنولوجي في مؤسسة موبيليس بنسبة عالية جداً، كما يدل على اعتماد المؤسسة على سياسة فعالة فيما يخص الإبداع التكنولوجي ومواكبة التطورات الحاصلة في العالم اليوم.

الجدول (05): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للتنافسية وعناصرها

المتغير	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترجيح
التكلفة الأقل	من 23 إلى 26	3.7375	0.70472	مرتفع
التميز	من 27 إلى 31	3.6700	0.78649	متوسط
التركيز	من 32 إلى 35	3.6875	0.66204	مرتفع
التنافسية	من 23 إلى 35	3.6983	0.62559	مرتفع

المصدر: من إعداد الباحثين بناءً على مخرجات برنامج SPSS

✓ يلاحظ من الجدول (05) أن فقرات التكلفة الأقل ترجح إلى مستوى قبول مرتفع، حيث بلغ انحرافها المعياري (0.70472) ومتوسطها الحسابي (3.7375)، وهذا يدل على اهتمام مؤسسة موبيليس بعنصر التكلفة الأقل بنسبة عالية جداً، حيث تركز على استراتيجية تخفيض التكاليف، فهي تتوفر على عناصر ذوي كفاءة في تخفيضها والتحكم فيها، سعياً منها لاستهداف جميع الفئات بما في ذلك ذوي الدخل الضعيف.

✓ كما يلاحظ كذلك أن فقرات عنصر التركيز تؤول إلى مستوى قبول مرتفع أيضاً، حيث بلغ الانحراف المعياري والمتوسط الحسابي لها (0.66204) و(3.6875) على التوالي، وهذا يدل على اهتمام مؤسسة موبيليس بعنصر التركيز أيضاً، حيث تعتمد على استراتيجية تجزئة السوق إلى شرائح مختلفة، كما توجه بعض منتجاتها لفئات معينة من المستهلكين دون أخرى، فهي بذلك تستهدف كل شريحة بما يناسبها.

✓ أما عنصر التميز فيلاحظ من الجدول أن انحرافه المعياري بلغ (0.78649) ومتوسطه الحسابي بلغ (3.6700)، أي أن فقراته تترجح إلى مستوى قبول متوسط قريب جدا من مرتفع، وهذا يدل على نيل هذا العنصر قسطا من الاهتمام لدى مؤسسة موبيليس لا يقل عن العنصرين السابقين، حيث تقوم بتقديم منتجات وخدمات ذات جودة عالية حتى يتسنى لها التميز عن غيرها من المنافسين.

✓ ومن الملاحظ أيضا من الجدول (05) أن فقرات التنافسية تترجح إلى مستوى قبول مرتفع، بانحراف معياري (0.62559)، ومتوسط حسابي (3.6983)، مما يدل على وجود تنافسية في المؤسسة بنسبة عالية، وإقبال شرائح كبيرة عليها، فهي تمتلك مرونة عالية للتحكم في حجم إنتاج خدمات ومنتجات يتماشى مع تقلبات السوق ورغبة الزبائن، كما تستقطب المؤسسة الأفراد ذوي الكفاءة والمؤهلات العلمية للتميز عن منافسيها وتحقيق ميزة تنافسية.

3. اختبار الفرضية الرئيسية:

تم استخدام اختبار الانحدار الخطي البسيط لاختبار هذه الفرضية كما هو مبين على النحو التالي:

الفرضية العدمية H_{01} : «لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للإبداع التكنولوجي على التنافسية.»

الجدول (06): ملخص النموذج للمتغيرين الإبداع التكنولوجي - التنافسية

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,840 ^a	0,706	0,699	0,34340

a. Predictors: (Constant), الإبداع التكنولوجي

المصدر: من إعداد الباحثين بناءً على مخرجات برنامج SPSS

الجدول (07): ANOVA^a للمتغيرين الإبداع التكنولوجي - التنافسية

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
1	Regression	10,782	1	10,782	91,431	0,000 ^b
	Residual	4,481	38	0,118		
	Total	15,263	39			

a. Dependent Variable: التنافسية

b. Predictors: (Constant), الإبداع التكنولوجي

المصدر: من إعداد الباحثين بناءً على مخرجات برنامج SPSS

الجدول (08): المعاملات^a Coefficients للمتغيرين الإبداع التكنولوجي - التنافسية

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	-0,834	0,477		0,088
	الإبداع التكنولوجي	1,214	0,127	0,840	0,000

a. Dependent Variable: التنافسية

المصدر: من إعداد الباحثين بناءً على مخرجات برنامج SPSS

تبين الجدول (06)، (07)، (08) أن قيمة معامل الارتباط بلغت (0.840) كما بلغ معامل التحديد (0.706) أي أن نسبة 70.6% من التغير في التنافسية راجع إلى التغير في الإبداع التكنولوجي.

كما بلغت قيمة F المحسوبة (91.431) وهي أكبر من قيمتها الجدولية (4,0912) وبما أن مستوى الدلالة يساوي صفراً وهو أقل من (0.05) مستوى الدلالة المعتمد، فإننا نرفض الفرضية العدمية ونقبل الفرضية البديلة التي تقول: "أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للإبداع التكنولوجي على التنافسية".

كما يشير جدول المعاملات إلى معادلة الانحدار الخطي بين الإبداع في الخدمة والتنافسية كما يلي:

$$Y = 1.214 X - 0.834$$

(الإبداع التكنولوجي): X

النتيجة: « يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للإبداع التكنولوجي على التنافسية »

خاتمة:

في ظل الاقتصاد العالمي الجديد وما يشهده من تغيرات مستمرة ومنافسة حادة، حاولنا من خلال هذا الدراسة معالجة أحد أهم المواضيع حداثة، فقد سلطنا الضوء على أثر الإبداع التكنولوجي على تنافسية المؤسسة الاقتصادية، وقمنا باختيار مؤسسة موبيليس فرع بشار كعينة للدراسة التطبيقية، وقد تطرقنا في هذه الدراسة إلى عدة جوانب منها ما تعلق بالإبداع التكنولوجي، ومنها تعلق بجانب التنافسية والميزة التنافسية وكيفية تحقيقها والرفع منها، كما قمنا بإسقاط الجانب النظري على الجانب التطبيقي.

فقد توصلنا إلى أن الإبداع التكنولوجي هو الركيزة الأساسية التي تعتمد عليها المؤسسات الاقتصادية لمواجهة تحديات العصر، فجميع مستويات المؤسسة معنية بالإبداع التكنولوجي، وكل إبداع لا يؤدي إلى تحسين في عملية الصنع أو استخدام عناصر الإنتاج، ولا في توفر منتجات جديدة أو تحسين المتواجدة لا يعتبر إبداعاً تكنولوجياً بالمعنى الصحيح، فالمؤسسة تلجأ إلى تحقيق الإبداع التكنولوجي لمواكبة التقدم التكنولوجي الحاصل وللمواجهة المنافسة الحادة في السوق.

كما توصلنا في الدراسة التطبيقية إلى:

- اعتماد مؤسسة موبيليس على جنس الذكور أكثر من الإناث، وتوظيف الكفاءات الشابة للاستثمار فيها أكبر مدة ممكنة؛
- اعتماد مؤسسة موبيليس على ذوي الكفاءة العلمية، وبالتالي تركز على توظيف أصحاب الشهادات خريجي الجامعات دون غيرهم من المستويات؛
- اعتماد مؤسسة موبيليس على سياسة فعالة فيما يخص الإبداع التكنولوجي ومواكبة التطورات الحاصلة؛
- تركز المؤسسة على استراتيجية تخفيض التكاليف وهذا لاستهداف جميع فئات المجتمع بما فيها ذوي الدخل المنخفض؛
- وجود علاقة طردية قوية بين الإبداع التكنولوجي والتنافسية؛
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$) (للإبداع التكنولوجي على التنافسية في مؤسسة موبيليس.

التوصيات:

خلصت الدراسة الى مجموعة من التوصيات وهي:

- التأكيد على الإبداع التكنولوجي أحد أعمدة التنمية الاقتصادية؛
- نشر ثقافة الإبداع والابتكار في أوساط المؤسسات وتشجيعها؛
- لجوء المؤسسات الاقتصادية الوطنية لعقد اتفاقيات مع مؤسسات أجنبية لها نفس النشاط للاستفادة من خبراتها وتكوين موظفيها؛

- تخصيص ميزانية للإبداع والابتكار بالمؤسسات؛
- تفعيل دور مخابر البحث بالجامعات واعطائها التمويلات والتجهيزات اللازمة.

قائمة المراجع:

1. التعريف بمؤسسة موبيليس. (2022). تاريخ الاسترداد 09/30/2022، من موقع مؤسسة موبيليس: <https://www.mobilis.dz/ar/apropos.php>
2. السعيد لافي. (2015). تنمية الابداع. القاهرة: عالم الكتب.
3. الياس غفال، يوسف مدوكي، و عادل زقير. (2017). أهمية الابداع التكنولوجي كمصدر للميزة التنافسية في المؤسسات الصناعية. مجلة العلوم الادارية والمالية.
4. ايمان رمضان. (2020). أنشطة البحث والتطوير ودورها في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة من خلال الابتكار -دراسة حالة مجمع ص달-، أطروحة دكتوراه علوم اقتصادية. سكيكدة، الجزائر: جامعة 20 أوت 1955.
5. حاسم محمد جندل. (2022). الإبداع. عمان-الأردن: الورق للنشر والتوزيع.
6. سفيان بن عبد العزيز، محمد بن علي، و سمير بن عبد العزيز. (2018). دور الابداع في دعم الميزة التنافسية بالمؤسسة الاقتصادية. مجلة البديل الاقتصادي.
7. طارق محمد السويديان، و محمد آكرم العلوي. (2004). مبادئ الابداع. قرطبة للنشر والتوزيع.
8. عبد الغني بوزناق. (2013). مساهمة الابداع التكنولوجي في تعزيز تنافسية المؤسسة الصناعية -دراسة حالة مؤسسة كوندور برج بوعريرج. مذكره ماجستير في العلوم الاقتصادية. بسكرة، الجزائر: جامعة محمد خيضر .
9. محمد السعيد أوكيل. (1994). اقتصاد وتسيير الإبداع التكنولوجي. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
10. محمد عبد الله عمر زين الكاف. (2013). مهارات الإبداع والابتكار. الرياض: مكتبة القانون والاقتصاد.
11. محمد عبد اللوش، و فريد كوزتل. (2018). أثر جودة المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية دراسة حالة الشركة الإفريقية للزجاج. مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، الصفحات 225-242.
12. محمد كنوش. (2015). دور الذكاء الاستراتيجي في تحقيق وتعزيز الميزة التنافسية المستدامة للمؤسسة. مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا.
13. مرزوقي مرزوقي. (2008). دور الابتكار في تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة -دراسة حالة الجزائر-. مذكره ماجستير في العلوم الاقتصادية. ورقلة، الجزائر: جامعة قاصدي مرباح.
14. ناصر طهار، و محمد فلاق. (2018). مساهمة الابداع التكنولوجي في تحقيق ميزة تنافسية مستدامة لمنظمات الأعمال -دراسة حالة المؤسسة الوطنية للصناعة الكهرومنزلية. مجلة الاقتصاد والتنمية البشرية.
15. William J, S. (2007). operation management . McGraw-Hill.
16. Asa, R., Dennis, T., Christelire, J., & Mekelaye, K. (2021). Technological Innovation as Strategy For Competitive Advantage Within the Namibian Banking Industry. Management Sience and Business Administration.
17. Bouaissa, k. (2018). Effectiveness of research & Development Capabilities and Organizational Creativity as Factors To Technological Innovation and Firm performance success. مجلة المؤسسة.
18. Lyilyana, M., Milka, G., & Vladimir, M. (2012). Impact of technological innovation on competitiveness of transition countries. Actual problem of economics.
19. porter, M. (1998). Avantage concurrentiel des nation. paris: Inter edition.
20. Traki, D., & Boukrif, M. (2015). Innovation et développement managériale le cas des entreprises agroalimentaires dans la Wilaya de Béjaia. Annales de L'université de Guelma.