



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الشهيد حمّة لخضر بالوادي
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
الشعبة: علوم التسيير



تخصص: إدارة أعمال

قسم: علوم التسيير

مذكرة تدخل ضمن متطلبات الحصول على شهادة ماستر بعنوان :

**أهمية الإبداع والابتكار في الخدمات الصحية لتحقيق
الميزة التنافسية للمؤسسات الصحية
-دراسة حالة مؤسسة الاقتصادية مصحة الرمال بالوادي-**

إشراف الأستاذ

عابي خليفة

إعداد الطالبات

- مراد مباركة
- نشلح هاجر
- لعجالي شيماء

الاسم واللقب	الرتبة	الصفة	الجامعة
خليدة عابي	أستاذ محاضر أ	مشرف	جامعة الشهيد حمّة لخضر بالوادي
عبد الرزاق بن علي	أستاذ محاضر أ	رئيس	جامعة الشهيد حمّة لخضر بالوادي
محمد الأسود	أستاذ محاضر أ	مناقش	جامعة الشهيد حمّة لخضر بالوادي

الموسم الجامعي: 2022 / 2023

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الإهداء

إلى من لا يمكن للكلمات أن توفي حقهما

إلى من لا يمكن للأرقام أن تحصي فضائلهما

إلى والدي العزيزين أدامهما الله لي

إلى إخوتي وأخواتي . .

إلى كل من يعرفنا من قريب أو بعيد

إلى كل خرجي دفعة 2023

نهدي هذا العمل . . .

مباركة ، هاجر ، شيماء



شكر وتقدير

قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: (من لا يشكر الناس لا يشكر الله) وقال عليه الصلاة والسلام: (من صنع إليكم معروفا فكافئوه، فإن لم تجدوا ما تكافئونه فادعوا له حتى تروا أنكم قد كافأتموه)

مهما تقدمنا وفتحت أمامنا الطرق ووصلنا إلى ما نحلم به، علينا أن نتذكر دائما من كانوا سبب بنجاحنا، يسعدنا بعد حمد الله وشكره والثناء عليه لما خصنا به من امتنان وتوفيق لنا في إنجاز هذا العمل، أن تقدم بجزيل الشكر إلى كل أساتذة قسم إدارة الأعمال قسم علوم تسيير، إلى كل طالب كافح وسهر الليالي ليتذوق حلو النجاح نهدي هذا العمل.

مباركة ، هاجر ، شيماء

ملخص الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء إلى محاولة معرفة أهمية الإبداع والابتكار في تحقيق الميزة تنافسية للخدمات الصحية في المؤسسة الاقتصادية بالوادي، وحيث تم التطرق إلى الإبداع والابتكار بمفهومهما الواسع، وكذلك تأثير المؤسسة الاقتصادية لتحقيق الميزة التفوق على منافسيها.

كما قمنا بتوضيح ذلك من خلال دراسة تطبيقية لمؤسسة مصحة رمال تقدم خدمات صحية، و درسنا عينة هذه الدراسة 42 عينة منهم 18 ذكر و 24 انات، والتي برهنت على وجود تجديد خدمات وافكارها، وكذلك بالنسبة لتقديم خدمات متميزة عن غيرها من أجل بقاء ولاستمرارية.

الكلمات المفتاحية: الإبداع - الابتكار - الخدمات الصحية - الميزة التنافسية - المؤسسات الصحية.

Study summary

This study aims to highlight the importance of creativity and innovation in achieving the competitive advantage of health services in the economic enterprise of the valley, where creativity and innovation are addressed in their broad concept, as well as the influence of the economic enterprise to achieve the advantage of superiority over its competitors.

We also explained this through an applied study of the Ramal Sanitation Foundation providing health services, and we studied the sample of this study 42 samples of them 18 males and 24 anats, which demonstrated the existence of renewal of services and their ideas, as well as the provision of distinct services for survival and continuity.

Keywords: creativity - innovation - health services - competitive advantage - health institutions.

قائمة الفهارس

فهرس المواضيع

الصفحة	المواضيع
أ	المقدمة:
الفصل الأول: أهمية الإبداع والابتكار في الخدمات الصحية	
3	تمهيد
4	المبحث الأول: مفهوم الابداع والابتكار في الخدمات الصحية
4	المطلب الأول: تعاريف الابداع والابتكار
12	المطلب الثاني: مستويات الابداع والابتكار
15	المطلب الثالث: المقاربات الأساسية للإبداع والابتكار.
16	المبحث الثاني: أساسيات حول الميزة التنافسية
17	المطلب الأول: مفهوم الميزة التنافسية
18	المطلب الثاني: أنواع الميزة التنافسية ومحدداتها
19	المطلب الثالث: أبعاد الميزة التنافسية ومصادرها
20	المطلب الرابع: استراتيجيات الميزة التنافسية ومعايير الحكم عليها
21	المبحث الثالث: الدراسات السابقة
24	خلاصة الفصل
الفصل الثاني: الدراسة التطبيقية لمصحة الرمال بالوادي	
26	تمهيد
27	المبحث الأول: طريقة وأدوات الدراسة
27	المطلب الاول: طريقة الدراسة
32	المطلب الثاني: الاساليب الاحصائية المستخدمة في الدراسة
33	المبحث الثاني: عرض النتائج واختبار الفرضيات

33	المطلب الاول: وصف خصائص عينة الدراسة
44	المطلب الثاني: اختبار الفرضيات
46	خلاصة الفصل
48	الخاتمة
51	قائمة المصادر والمراجع

فهرس الأشكال

الصفحة	الشكل	الرقم
28	نموذج الدراسة يوضح طبيعة العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع	01
34	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس اعتمادا على الأعمدة البيانية.	02
35	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير العمر اعتمادا على الأعمدة البيانية	03
36	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي اعتمادا على الأعمدة البيانية.	04
37	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى الوظيفي اعتمادا على الأعمدة البيانية.	05
38	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير سنوات الخبرة اعتمادا على الأعمدة البيانية	06

فهرس الجداول

الرقم	الجدول	الصفحة
01	جدول العينة المستهدفة	27
02	جدول توزيع درجات مقياس ليكارت الخماسي	29
03	جدول تحديد الاتجاه حسب قيم المتوسط المرجح	30
04	جدول توزيع عبارات الاستبيان الخاصة بأهمية الابداع والابتكار في الخدمات الصحية لتحقيق الميزة التنافسية	31
05	جدول معامل ألفا كرونباخ لأداة الدراسة	32
06	جدول يبين افراد العينة حسب متغير الجنس	33
07	جدول توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	35
08	جدول توزيع أفراد العينة حسب المستوى الوظيفي	36
09	جدول توزيع أفراد العينة حسب طبيعة الوظيفة	37
10	جدول نتائج تحليل اجابات افراد العينة على عبارات البعد الاول	39
11	جدول نتائج تحليل اجابات افراد العينة على عبارات البعد الثاني	40
12	جدول نتائج تحليل اجابات افراد العينة على عبارات البعد الثالث	40
13	جدول نتائج تحليل اجابات افراد العينة على عبارات البعد الرابع	41
14	جدول نتائج تحليل اجابات افراد العينة على عبارات البعد الخامس	42
15	جدول نتائج تحليل اجابات افراد العينة على عبارات البعد السادس	42
16	جدول نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على العبارات	43
17	جدول يبين ملخص مخرجات تحليل الانحدار البسيط للعلاقة الفرضية الرئيسية	43
18	جدول يبين ملخص مخرجات تحليل الانحدار البسيط للعلاقة الفرضية الرئيسية	44

المقدمة العامة

المقدمة:

شهد العالم اليوم تحولات متسارعة وتطورات متداخلة تعود أساسا الى عملية مركبة لها أبعادها ومظاهرها الاقتصادية والإعلامية والتكنولوجية والاجتماعية والثقافية والسياسية، وهي ما يطلق عليه بالعولمة. وفي ظل هذه التحولات ، تعيش المؤسسة في بيئة متغيرة ومعقدة يسودها عدم التأكد، تفرض عليها تحديات كبيرة وعديدة لم تشهدها من قبل ينبغي عليها مواجهتها بسرعة وبكفاءة عالية لاستباق التغيرات الفجائية. وبتزايد حدة المنافسة التي تهدد الكثير من المؤسسات والشركات العالمية، أصبح موضوع الابداع والابتكار ضرورة ملحة خاصة في ظل هذه التحديات المتنامية التي انبثقت من ظاهرة العولمة والتغيرات التقنية المتسارعة والتطور الحاصل في ثروة المعلومات كما أن المؤسسات والمنظمات التي تريد التميز والصدارة والقدرة على المواجهة هي التي تتميز، وتكون قادرة على خلق الابداع والابتكار.

1- الإشكالية:

ما مدى مساهمة الإبداع والابتكار في الخدمات الصحية لتحقيق الميزة التنافسية في المؤسسات الصحية؟ وللإجابة عن هذا السؤال قمنا بطرح الأسئلة الفرعية التالية:

- ماهي أهمية الابداع وأهمية الابتكار للمؤسسات الصحية؟
- ماهي الميزة التنافسية وماهي دوافع اكتسابها من قبل المؤسسات الصحية؟
- ما هو دور الابداع ودور الابتكار في دعم وتحقيق الميزة التنافسية؟

2- الفرضيات:

- للإبداع والابتكار دور كبير في نجاح المؤسسات الصحية
- المؤسسة بحاجة الى تنمية ميزتها التنافسية من أجل النجاح والاستمرارية في بيئة شديدة المنافسة.
- هناك علاقة بين الابداع والابتكار والميزة التنافسية

3- أهمية الموضوع:

- أهمية الابداع والابتكار ودوره في تفعيل وتطوير تنافسية المؤسسات الوطنية.
- توعية المؤسسات الصحية بأهمية ودور الابداع والابتكار في تحقيق النمو والنجاح.

4- أهداف الموضوع:

- نشر ثقافة الابداع والابتكار بين المؤسسات الصحية باعتبارها أساس النمو والنجاح.
- محاولة ابراز العلاقة الوطيدة بين كل من الابداع والابتكار والميزة التنافسية.
- محاولة دراسة وتقييم أهمية الابداع والابتكار في تحقيق الميزة التنافسية في مصحة الرمال بالوادي.

5- المنهج المستخدم:

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي والتحليلي، كما اعتمدت على مختلف المصادر والمراجع من كتب ومذكرات ودكتوراه وكذا المقالات المنشورة في مجلات علمية محكمة. أما فيما يخص الدراسة التطبيقية، فتم تجميع المعلومات الضرورية بواسطة استبيانات خصصت لذلك، ومن ثم معالجتها وتحليلها حتى نبرز أهمية الابداع والابتكار في تحقيق الميزة التنافسية لمصحة الرمال بولاية الوادي.

6- الصعوبات:

- صعوبة إيجاد المؤسسة للقيام بالدراسة التطبيقية.
- عدم التفريق بين مصطلحي الابداع والابتكار في العديد من المراجع والدراسات المنجزة سابقا.

7- حدود الدراسة:

• الحدود المكانية:

جرى هذا البحث على مستوى المؤسسة الصحية الرمال - الوادي -

- عدد عينة الدراسة : 42 فردا

• الحدود الزمانية:

من 17 - 28 ماي 2023

الفصل الأول:

أهمية الإبداع والابتكار في الخدمات الصحية

تمهيد:

إن تحقيق الميزة التنافسية بات بشكل هاجسا لدى العديد من المؤسسات إذا ما أرادت المحافظة على نفسها، وبالتأكيد فإن الابداع والابتكار يعتبران من أهم الاستراتيجيات التي تقود إلى ذلك. فأصبح العمل الأساسي لدى العديد من المديرين يتمثل في محاولة نشر ثقافة الابداع والابتكار في جميع مستويات مؤسستهم، والتي تؤثر بدورها إيجابا على تعزيز وتقوية مركزها التنافسي مقارنة بالمؤسسات الأخرى.

ومن خلال ما سبق قمنا بتخصيص هذا الفصل للإطار المفاهيمي للدراسة حيث قمنا بتقسيمه الى ثلاث مباحث يتضمن:

- المبحث الأول: ماهية الابداع والابتكار في الخدمات الصحية وكذا أهم المستويات وأيضاً المقاربات الأساسية.
- أما المبحث الثاني: فيحتوي على الإطار المفاهيمي للميزة التنافسية في الخدمات الصحية من مفهوم التنافسية وأهميتها، تعريف الميزة التنافسية، خصائصها وأهم مصادرها، محدداتها واستراتيجياتها.
- أما فيما يخص المبحث الثالث: فقد خصصناه للدراسات السابقة.

المبحث الأول: مفهوم الإبداع والابتكار في الخدمات الصحية

أصبح ينظر للإبداع والابتكار منذ عقود قليلة ماضية أنهما اللذان ينشأتان الثروة ويعطيان للمؤسسة القائمة عليها القدرة على المنافسة والوصول الى كل ما هو جديد في وقت أسرع وبما هو أفضل من منافسيها، بل أكثر من ذلك فهما عاملان محددان لاستمرارية وبقاء المؤسسات.

المطلب الأول: تعاريف الإبداع والابتكار

أولاً: الإبداع

1. تعريف الإبداع:

لقد شغل مفهوم الإبداع العديد من الباحثين على مر العصور، وصار استخدام كلمة أبداع شائعا كثيرا لدى المختصين وغير المختصين، مع أن أكثرهم لا يملك تفسيراً واضحاً لمعنى الإبداع.

إذا سنقوم فيما يلي بعرض أهم التعاريف للإبداع:

- **تعريف:** " الإبداع عملية ينتج عنها عمل جديد يرضي جماعة ما أو تقبله على أنه مفيد. "
- **تعريف:** " الإبداع عملية يتم من خلالها إيجاد علاقات بين متغيرات لم يتم التطرق لها مسبقاً".¹
- **تعريف:** " الإبداع مزيج من القدرات والاستعدادات و الخصائص الشخصية التي إذا وجدت بيئة مناسبة يمكن أن ترقى بالعمليات العقلية لتؤدي الى نتائج أصلية ومفيدة للفرد أو المؤسسة أو المجتمع أو العامل".

ومن خلال ما تم عرضه من تعاريف يصبح من الضرورة الاحتكام لمجموعة من الخصائص تساعد

على التعرف على الإبداع وتمييزه من دونه، فالإبداع هو:

- ✓ التنبيه و اليقظة لما يحدث حولنا
- ✓ التردد لأحداث المستقبل
- ✓ الاستماع للزبون وطلباته
- ✓ معرفة حاجات المستقبل وسدها
- ✓ الاتيان بالجديد والتطور
- ✓ استعمال الخبرة

¹- بلال خلف السكارنة: " الإبداع الإداري"، دار المسيرة للطباعة والنشر، عمان، ط1، 2011، ص: 11.

2- خصائص الإبداع :

تتصف العملية الإبداعية كما يقول يوسف ميخائيل أسعد في كتابه " سيكولوجية النمطية والابداعية" بمجموعة من الخصائص والصفات التي نستطيع أن نحددها فيما يلي:¹

- ✓ القدرة على اكتشاف علاقات جديدة
- ✓ القدرة على استنتاج تلك العلاقات والإفصاح عنها
- ✓ الربط بين العلاقات الجديدة وبين العلاقات القديمة التي سبق لغيره اكتشافها
- ✓ توظيف العلاقات الجديدة لتحقيق أهداف معينة
- ✓ يعتمد الإبداع على التفكير الإحصائي الذي له أكثر من حل
- ✓ قادر على النظر الى الأمور من زوايا مختلفة
- ✓ قابل للانتقال والتطبيق
- ✓ قادر على ملاحظة التناقضات والنواقص في البيئة

3- عناصر الإبداع :

إذا توقفت منشأة ما عن دعم وتعزيز الإبداع أي عدم توفير الإمكانيات ولم تهتم بتدريب العاملين فيها كيفية انجاز العمليات الابتكارية الجماعية أو الفردية السليمة وأهملت مستويات الابتكار الشخصي والجماعي، لن تتمكن هذه المنشأة من التكيف مع التحديات العصرية ولن تتمكن من حل مشكلاتها.

وعليه يمكننا القول أن أهم عناصر الإبداع في المنظمة هي:²

- ✓ **المناخ الذي يقع فيه الإبداع:** لابد للإبداع أن يقع في بيئة تساعده على البروز والتطور، والمنظمة هي أفضل بيئة يمكن فيها أن يخرج كل طاقته الإبداعية.
- ✓ **وجود الشخص المبدع:** لابد من معرفة الأشخاص الذين يتمتعون بقدرة إبداعية وتحفيزهم وتشجيعهم على استخراج واستغلال أفكارهم الإبداعية.
- ✓ **الإمكانيات:** لكي تتم عملية الإبداع لابد من توفر الإمكانيات اللازمة للابتكار، مهما كانت القدرة الابتكارية ومستوى ارتفاع المعرفة والمهارة لن يتمكن من الاستفادة من هذه القدرات والطاقات ما لم تشجعه.

1 - محمد لينا جمال: "إدارة التميز والابداع الإداري"، دار خالد اللحياني للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2017، ص 13، 14.

2 - محمد داود: "إدارة التميز والابداع الإداري"، دار ابن النفيس للنشر والتوزيع، عمان ط1، 2020، ص 13، 14.

- ✓ **العمليات:** هناك العديد من الأساليب الممكن استخدامها لزيادة المهارات في حل المشكلات داخل المنظمة، بالرغم من هذه الأساليب تهدر الكثير من الوقت إلا أنها تأتي بتجربة فعالة.
- ✓ **التفكير الاستراتيجي:** يرى العديد من المفكرين الذين اهتموا بدراسة الابداع أن التفكير الاستراتيجي يعتبر عنصر أساسي في عملية الابداع، إذ يصل هذا التفكير بقدرة المؤسسة على وضع الخطط المستقبلية للتطور والتغير وكذا وسائل التعامل معها، فالمؤسسة التي تكون لديها القدرة على التفكير في اختيار العاملين وتدريبهم وتحسين مستواهم يكون لها ذلك استثمارا وافرا.
- ✓ **الثقافة التنظيمية:** تعتبر ثقافة المؤسسة عنصر من عناصر الابداع بإيجاد قيم وأهداف مشتركة بين العاملين، حيث تشير الكثير من الدراسات أن المؤسسة المبدعة تسود فيها بالضرورة ثقافة مبدعة تقوم على أساس الفهم المشترك لرسالة المؤسسة والتعاون بين المجموعات التنظيمية المختلفة فيها.

4- معوقات الابداع :

- معوقات الابداع كثيرة منها ما يأتي من الشخص نفسه ومنها ما يأتي من قبل الآخرين، والمحصلة هي أنك أيها المبدع يجب عليك الابتعاد عن كل معوقات الابداع والتفكير الإبداعي سواء أكانت من نفسك أو وسوسة الشيطان أو من قبل الآخرين، عليك أن تتعرف على معوقات الابداع ليس للوقوع فيها بل لتجنبها.
- ✓ **غياب الهدف:** كيف تتصور أن بإمكانك الابتكار والابداع وأنت لا تعرف أصلا لنفسك هدفا؟ إن أولى خطوات النجاح في الحياة بشكل عام هو وضع الهدف، ثم التفكير في أنسب الطرق لتحقيقه، فبمجرد ما تحدد هدفك ستنتقل قدرات عقلك الكامنة والخلقة، وستتمكن من التفكير بشكل مبدع في كيفية الوصول الى هذا الهدف بالذات. إذا تحديد الهدف هو أحد المتطلبات الأساسية للتفكير الإبداعي، فأعرف ماذا تريد أولا.
- ✓ **الخوف من الخطأ وال فشل:** إن الوقوع في الخطأ ليس بعيب ولا منقصة، بل هو بمثابة خبرة وتعلم لك، فهو يعلمك عدم الوقوع فيه مرة أخرى، فاحذر أيها المبدع بأن يكون ذلك عائقا لك وامتك الشجاعة واعلم أن كبار مبدعي هذه الأمة قد وقعوا في أخطاء، وكان نتيجة هذه الأخطاء هو ما نراه اليوم من إبداعات وتطور.
- ✓ **التقيد بالعادات:** إن التقيد بالعادات والسير على نمط السابقين دون تفكير أو ابتكار ما هو جديد يقتل أنواع التفكير الإبداعي جميعها، فالعادة تمثل استجابة نمطية ومكررة لأفعال سابقة، لذا لا بد من تقدم الشخص دائما نحو الأمام، والنظر الى جوانب الضعف والقوة لتقرير الخيار الأنسب، وتقديم الإبداعات والابتكارات، مع التنبيه الى أن هناك العديد من العادات و التقاليد التي لا تقبل الاجتهاد والابداع بما

يخالفها، كالعادات التي توافق ديننا القويم، والمنصوص عليها في القرآن الكريم أو السنة النبوية المطهرة، إذ لابد من احترامها وتعظيمها كما هي.¹

✓ **الخوف والخجل من الرؤساء:** إن من الأمور الضرورية هي تهيئة المناخ الملائم للإبداع والتفكير بحرية دون ضغوط.

احذر الخوف من الرؤساء، أطلق العنان لتفكيرك وخيالك واعلم أنه بشر مثلك لا ملك لنفسه الا كما تملك أنت فكلنا عبيد للمولى سبحانه. فلماذا الخوف أو الخجل، بل عليك أيها المبدع المبتكر بأن تطلق العنان لتفكيرك وتبرز قدراتك وابداعاتك وابتكاراتك.

✓ **الاعتماد على الآخرين والتبعية لهم:** فلا يجب على الشخص المبدع اتباع نهج الآخرين، بل يجب عليه تبني نهجه الخاص القائم على الأدلة والاجتهادات المبنية على أسس صحيحة وسليمة.

✓ **حجة ضيق الوقت:** نسمع كثير من الناس يقولون " لا يوجد لدي وقت "، ويعود هذا لأسباب كثيرة منها عدم تنظيم الوقت بشكل جيد بحيث يغطي جميع جوانب الحياة الأساسية، وقد يعود السبب الى عدم وجود العزيمة والرغبة القوية.

وعليه فلا بد من تجنب هذه الأنواع من المقولات، وقل نعم لدي وقت سوف أرتبه، كذلك قلل من الأمور التي لا تعود عليك بالنفع، ابدأ بترتيب وقتك والالتزام به.

✓ **التسويف والتأجيل:** إن التسويف والتأجيل هو مبدأ الذين لا يحبون المبادرة والمشاركة في ميادين العمل، دائما هم في تأجيل وتسويف لكل ما يعرض في طريقهم من مهام وأعمال.

ثانيا: الابتكار

1- تعريف الابتكار:

للابتكار عدة تعاريف تختلف حسب الاهتمامات العلمية للباحثين ومدارسهم الفكرية، فيمكن تعريف الابتكار بناء على سمات الشخصية، أو انتاج الشخص، أو العملية، أو الابتكارية كأسلوب حياة في البيئة.

• **تعريف** عرف الابتكار على أنه هو التعامل مع شيء جديد، أي شيء لم يسبق اختباره وهذا يوسع من الابتكار الى حدوده القصوى .

• **تعريف:** فعرف الابتكار مع زملاؤه بأنه عملية إنشاء الأفكار الجديدة ووضعها في الممارسة، مؤكدا على أن أفضل الشركات أو المؤسسات التي تتوصل الى الأفكار الخلاقة ومن ثم تضعها في الممارسة.

- وهناك من عرفه أيضا على أنه " عملية تحدي الأفكار المقبولة وطرق البحث عن الحلول الابتكارية الجديدة" ¹.

ومن هنا نقول أن الابتكار هو: "عملية معينة يحاول فيها الانسان عن طريق استخدام تفكيره وقدراته العقلية وما يحيط بها من مثيرات مختلفة وأفراد مختلفين أن ينتج إنتاجا جديد بالنسبة له أو بالنسبة لبيئته شريطة أن يكون هذا الإنتاج نافعا للمجتمع الذي يعيش فيه." ²

2- أهمية الابتكار:

يعد الابتكار من الأولويات المؤسسة في جميع المجالات دون استثناء، وتكمن أهمية الابتكار في كونه يعمل على تحقيق ما يلي ³:

- ✓ ينمي المهارات الشخصية والتفاعل في التفكير الجماعي من خلال فرق العصف الذهني
- ✓ يزيد من جودة القرارات التي تصنع لمعالجة المشاكل على مستوى المؤسسة أو على مستوى قطاعاتها وإداراتها
- ✓ يحسن من جودة المنتجات
- ✓ يساعد على خلق وتعزيز التنافسية للمؤسسة

3- أنواع الابتكار:

اختلف الاقتصاديون في تحديد أنواع الابتكار في المؤسسة لأن عددها في تزايد مستمر، ويمكن تقسيم الأنواع كما يلي:

➤ حسب طبيعة الابتكار:

-**الابتكار في المنتج:** يكون إما بشكل منتج جديد أو خدمة جديدة أو مواصفات جديدة، والمنتجات الجديدة هي سلع وخدمات تكون مختلفة جوهريا عن تلك الموجودة من قبل أي عملية لإيجاد أفكار وتقديم منتجات

¹ - فريد النجار: " إدارة رأس المال البشري بالموهبة والإبداع"، منشأة المعارف، الإسكندرية-مصر، 2014، ص54.

² - سليم برطس جلد، زيد منير عبدو: " إدارة الإبداع و الابتكار"، دار كنوز المعرفة للنشر و التوزيع، عمان-الأردن، 2006، ص20.

³ - كحموص نجاه: "دور الإبداع والابتكار في تحقيق الميزة التنافسية"، دراسة حالة اتصالات الجزائر ميلة، رسالة ماجستير، قسم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، المركز الجامعي عبد الحفيظ بو الصوف ميلة، 2022، 2021، ص7.

جديدة تختلف عن المنتجات القديمة، وقد يكون الابتكار في تحسين المنتج الحالي أو القديم من خلال إدخال تحسينات عليه أو زيادة أدائه بشكل كبير، حيث يتم تحسينه من خلال إحداث تغييرات في العناصر المكونة له¹.

- **الابتكار التسويقي:** يشمل الابتكار التسويقي كل تطوير لأحد عناصر المزيج التسويقي، فهو ابتكار في المنتجات كتطوير المنتجات ذات الاستخدام الواحد أو تسهيل استعمال المنتج كتطوير أنظمة الإقفال والغلق أو تحسين صورته وعلامته التجارية، وقد يشمل طرق التوزيع وقنواته كخدمات إيصال المنتج للمنازل، ويمكن أن يشمل أيضا أنظمة الترويج والدعاية كالابتكارات في الإشهار وطرقه وتقنياته.²

- **ابتكار العملية:** تعرف العملية بأنها سلسلة من المهام أو النشاطات التي تنجز من قبل مجموعة متكاملة من الأفراد والمعدات والأدوات، أي تعمل على تحويل المدخلات الى مخرجات من خلال تلك السلسلة من الإجراءات والنشاطات المنجزة في المؤسسة، بحيث أن هذه النشاطات تولد قيمة للزبون، إذ يبدأ ابتكار العملية بالإدراك الجيد الى من هم زبائن العملية وما الذي يتوقعونه منها، وتكون ابتكارات العملية فيما يلي³:

▪ **تصميم عملية إنتاجية قائمة:** وتعني تحسين الإجراءات، النشاطات، الأساليب والطرائق وأداء العمليات الإنتاجية (الموارد، الآلات، الطرائق، الأساليب والأفراد). فقد يكون الهدف تقليل تكاليف العمليات أو تحسين جودة المخرجات أو زيادة الطاقة الإنتاجية.

▪ **تصميم عملية إنتاجية جديدة:** لقد باينت آراء الباحثين في تحديد مفهوم تصميم العملية، فقد ربط كل من vondermbers و white بتصميم العملية بكيفية صنع المنتج، ولقرار تصميم عملية مكونان: مكون تقني أو هندسي، مكون اقتصادي من ناحية الحجم.

- **الابتكار التنظيمي:** يرى suliman بأنه مجموعة من العوامل التي تشمل الجاهزية التنظيمية والتي تكشف عن مدى وجود مناخ عمل ملائم لتقديم أفكار جديدة، وتضم مجموعة من الخصائص التي تميز مؤسسة عن غيرها وتؤثر على سلوك أفرادها مثل الخصائص الهيكلية التي تنتمي للمؤسسة، والخصائص

1 - الصادق لشهب وآخرون: "دور الابتكار في تنمية الميزة التنافسية"، المجلة الجزائرية للتنمية الجزائرية، ورقة، العدد 7، ديسمبر 2017، ص: 262.

2 - صباح ترغيني: "دور التعلم التنظيمي في دعم الابتكار في المؤسسة الاقتصادية"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير، تخصص اقتصاد وإدارة المعرفة والمعارف، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2017-2018، ص: 24.

3 - كحموص نجاة: "دور الإبداع والابتكار في تحقيق الميزة التنافسية"، دراسة حالة اتصالات الجزائر ميله، رسالة ماجستير، قسم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، المركز الجامعي عبد الحفيظ بالصوف ميله، 2022، 2021، ص8.

المتعلقة بطبيعة إدراك الأفراد للمناخ التنظيمي، والخصائص التي تركز على التفاعل بين الأفراد والمؤسسة وتلك المتعلقة بثقافتها وتأثيرها على سلوك الأفراد والجماعات.¹

➤ حسب درجة الابتكار:

ويعد هذا التصنيف الأكثر شيوعا الذي يصنف الابتكار الى نوعين:²

- **الابتكار الجذري:** هو سلعة جديدة تماما تحل محل سلعة قائمة.
- **الابتكار التدريجي:** والذي يعني إجراء تعديل في سلعة موجودة مسبقا، إلا أن هذا التصنيف يركز على السلعة، في حين أن الابتكار قد يكون فكرة، منتج، طريقة أو مؤسسة، وبالتالي فإن الابتكار الجذري يقصد به التوصل الى ما هو جديد لم يكون موجود من قبل، في حين أن الابتكار التدريجي يعني ادخال تعديلات وتحسينات على ما هو قائم من قبل ليصبح جديدا.

4- مصادر الابتكار:

يوجد عدد من مصادر الابتكار التي توفر لمؤسسة فرص للإبداع وابتكار كل ما هو جديد منها ما يتعلق بالبيئة الخاصة ومنها ما يتعلق بالبيئة العامة، وبهذا يحاول إبراز دور البيئة في توفير فرص للابتكار ومدى قدرة المنظمة على الاستفادة من تلك الفرص التي توفرها البيئة الخاصة أو العامة، والبعض منها يمثل تحديا للمنظمات ويدفعها الى التشخيص ومن ثم الانطلاق نحو التجديد والابتكار.

➤ مصادر الابتكار في البيئة الخاصة (الصناعة)

إن سوق الصناعة وما يحيط بالمنظمة من ظروف وأحداث وما تواجهه من فرص وتهديدات توفر للمنظمة فرصة لتكون ابتكارية ومتجددة، ومن أهم مصادر الابتكار في هذا الخصوص:³

1 - الصادق لشهب وآخرون: "دور الابتكار في تنمية الميزة التنافسية"، مرجع سبق ذكره، ص: 263.

2 - بوخاري عبد الحميد، " دور الابتكار في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية"، الملتقى الدولي الثالث حول أساليب تفعيل قيادة الإبداع والابتكار في المؤسسات الجزائرية في ظل مفاهيم الإدارة الحديثة، جامعة غرداية، يومي 14-15 فيفري 2017، ص: 5.

3 - إسماعيل محمد علي: " إدارة الأعمال من منظور اقتصادي"، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2016، ص: 172، 173.

- **مصادر الابتكار غير المتوقعة:** هذا المصدر يمثل حالة احتمالية أو غير محسوبة مسبقا بقدر ما تجد المنظمة نفسها أمام حالة تتطلب التجديد والابتكار لكنها لا تستطيع توقع نجاح أو فشل ما ستقوم به، كذلك أنها لم تتوقع الحدث الخارجي وهو ما يمثل فرصة فردية، فقد تجد المنظمة نفسها أمام حالة غير متوقعة تدفعها الى المبادرة في ابتكار طريقة جديدة لتسويق منتوجها ولكنها غير متأكدة من نجاح أو فشل ما أقدمت عليه من تغيير مما يجعل فرص النجاح أو الفشل متساوية لديها.
 - **عدم الكفاية:** وهذا المصدر من مصادر الابتكار يشير الى التناقض الى ما بين الحقيقة أو الواقع وما يجب أن يكون، أي ما بين ما هو كائن وما يجب أن يكون، وما بين هذه وتلك يمكن خلق فرصة الابتكار،
 - **الابتكار على أساس الحاجة للعملية ذاتها:** هذا المصدر يركز على أن العملية المراد القيام بها تتطلب القيام بشيء ما مفقود وأن الناس يقومون بالدوران حول هذه الحلقة المفقودة دون أن يقوموا بأي شيء إزائها، فإن الفرصة قد تبدو لشخص ما أو مؤسسة ترغب بعرض لهذه الحلقة المفقودة حيث تكتشف بعض المؤسسات هذه الفرصة وتجد الحلقة المفقودة.
 - **التغيرات في الصناعة وهيكل السوق:** تكون المؤسسة مستعدة لابتكار السلعة أو الخدمة أو المدخل للأعمال عندما تفرز الصناعة أو السوق مخرجات تجعل فرصة الابتكار متاحة.
- **مصادر الابتكار في البيئة الخاصة:**
- إن ما يحيط بالمؤسسة من ظروف وأحداث وما تواجهه من فرص وتهديدات توفر فرصة للمؤسسة لأن تكون ابتكارية ومتجددة، ويقترح عدد من مصادر الابتكار في هذا الخصوص:¹
- **العوامل السكانية:** وهي التحولات التي تطرأ على السكان وحجمهم ومعدل أعمارهم وتوزيعهم حسب العمل ومستوى التعليم والدخل.
 - **تبدل الإدراك والرؤية:** حيث أن ذلك يمكن أن يحمل معه فرصا عظيمة للابتكار في المجتمع الذي يكونه الأفراد.
 - **المعرفة الجديدة:** حيث أن الابتكار القائم على أساس المعرفة بكافة تجلياتها العلمية والتقنية والاجتماعية يمثل مصدرا عظيما للإتيان بالأفكار والمنتجات والخدمات والمشروعات الجديدة.

¹ - خولة بركاني: "أثر تطبيق التسويق الابتكاري على تحسين الأداء التسويقي في المؤسسة الاقتصادية"، مذكرة مكملة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في العلوم التجارية، تخصص تسويق الخدمات، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي-الجزائر، 2017/2016، ص:8.

المطلب الثاني: مستويات الإبداع والابتكار

1- مستويات الإبداع

لقد تم تصنيف مستويات الإبداع والابتكار في ثلاث مجموعات تكمل وتعزز بعضها البعض وجميعها أساسي وضروري للمؤسسات الحديثة وهي:

1 الإبداع على مستوى الفرد:

وهو ذلك الإبداع والابتكار الذي تم التوصل إليه من قبل أحد الأفراد، الذي يتميز بقدرات وخصائص إبداعية تميزه عن الجماعة، كثيرة هي الدراسات التي تعزي الإبداع إلى الميزات الشخصية والقدرات الفكرية للأفراد وترتبط الإبداع بالنبوغ والعبقرية والذكاء والمعرفة الشخصية للأفراد؛ فالمبدعون والمفكرون يمتلكون قدرات إبداع فريدة تميزهم عن غيرهم وأعمالهم يمكن النظر إليها كإبداع لهم في نقطة معينة من حياتهم. هذا النبوغ والعبقرية هو في الأساس من ساهم في خلق الإبداع والابتكار في صورته المختلفة والأصلية.

وبشكل عام يرى الباحثون أن أهم الصفات والقدرات الشخصية والفكرية التي يتطلبها الإبداع هي:¹

_ الإدراك القدرة على التفكير الكلي أو الجزئي، والإحساس بالمشاكل، والقدرة على التحول والتغير والتأقلم والاطلاع الواسع على المعرفة، والميل إلى استخدام الحلول البديلة والقدرة على الرؤية والبصيرة النافذة.

_ مهارات التفكير: التفكير الإبداعي له عدة تعريفات وهو على كل حال فن توليد الحل للمشاكل بقوة التخيل والمنطق.

والتفكير الإبداعي يشير إلى كيفية الاقتراب والتعامل مع المشاكل والحلول وهو القدرة على وضع الأفكار المتوفرة معا في تركيبات جديدة.

_ المزايا الشخصية: المبدع شخص حازم عقائدي يقف مع افكاره، ثقته بنفسه قوية، ويقبل المخاطرة المحسوبة، وطموح صارم ومتحمس لعمله، وقادر على احتمال الغموض والالتباس، ومنفتح على التجارب والخبرات، ويتميز باستقلالية الرأي، والقيم الغير التقليدية والفضول، وتفضيل التحدي.

¹ نجم عبود نجم، ادارة الابتكار، المفاهيم والخصائص والتجارب الحديثة، الطبعة الأولى عمان دار النشر وائل للنشر، 2003، ص 20، ص 22.

_ المعرفة والخبرة: المعرفة هي وحدات البناء الرئيسية للإبداع وهي ضرورية للإبداع ولكنها غير كافية، ومن جهة أخرى لا يوجد حد في كمية المعرفة التي نحتاجها لنكون مبدعين، وإن امتلاك المعرفة والخبرة هي من صفات المبدع بغض النظر عن كمية ونوع المعرفة التي يحتاجها.

_ التحفيز: وهو الشعور بالمكافأة بواسطة النشاط نفسه وهو ما نسميه بالتحفيز الضمني بدلاً من الاعتراف الخارجي، وهو يتمثل في الاهتمام والرغبة الذاتية والشعور بالرضا الذاتي لعمل شيء ما.¹

_ الثقافة والقيم: الإبداع والابتكار تربطه علاقة وثيقة بالثقافة التي تعتبر محرك ودافع أساسي للإلهام والإبداع والفكرة ويمكن الحكم عليها كونها ابداعاً على حسب مقارنتها بخلفية الممارسات السابقة، وأن بيئات ثقافية معينة تجذب المبدعين وتثير فيهم الأداء الإبداعي، والإبداع أيضاً مفهوم متعلق بالقيم الاقتصادية والاجتماعية والجمالية وغيرها...

_ الذكاء: لقد أعتبر الذكاء من قدم أحد أهم الصفات الفردية الأساسية للأشخاص المبدعين، فالذكاء هو امتلاك الاستعداد والقابلية والجدارة والمهارات في مجال معين ولكن لا يتضمن أي أصلية أو قدرة إبداع في ذلك المجال.

وهناك أنواع متعددة من الذكاء: اللغوي، والمنطقي الرياضي، والموسيقى والعلاقة والتفاعل بين الأشخاص، وغيرها..

_ مدى ابداعية الفكرة: الإبداع يظهر في تفاعل الفرد المبدع مع مجال الإبداع وميدان الإبداع، وحتى يرى الإبداع أصلي أو جديد وذو قيمة لا بد له من مرجعية ميدانية أي نمط واقعي يمكن أن يبني عليه هذا الإبداع، وهو يحتاج أيضاً إلى مجال خبرة يقر أن هذه الفكرة أو العملية أو المنتج هي جديدة وذات قيمة.

2 الإبداع على مستوى الجماعة

وهو ذلك الإبداع والابتكار الذي تم التوصل إليه من قبل مجموعة يمكن أن يكون الناتج عن إبداع وابتكار المجموعة أكثر من الناتج عن الإبداع والابتكار الفردي وذلك بسبب طبيعة تكوين الجماعة وإمكانية تبادل الآراء المعارف بين أفراد الجماعة.

هذا ويتأثر إبداع الجماعة، كما ونوعاً بمجموعة من العوامل من أهمها:

- الرؤية

1- سليم بطرس جلدة، إدارة الإبداع والابتكار، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص 37.

- المشاركة الامنة.
- الالتزام بالتميز في الأداء.
- دعم ومؤازرة الجماعة.
- جنس الجماعة وتنوعها.
- عمر وحجم الجماعة.
- الاهتمام بالعنصر الانساني في الادارة.
- الايمان بضرورة التغيير واهمية التطوير المستمر.
- العصف الذهني.
- القائمة المعدة مسبقا.
- التحليل المورفولوجي.
- التوفيق بين الاشتات.
- المجموعة الاسمية.

3 الابداع على مستوى المؤسسة

وهو الانتاج الابداعي والابتكار الذي تتوصل اليه أكثر من جماعة داخل المؤسسة، ويظهر كليا في المؤسسات الصغيرة حيث تكون الجماعة قريبة من بعضها البعض مما يسهل الاتصال وتبادل المعلومات والاشترك الخبرات المتعددة للوصول الى حلول إبداعية، وذلك يحتاج الى خبرة بالميدان ومعرفة احتياجات العملاء وتشجيع الادارة على الابداع وبساطة في الهيكل التنظيمي داخل المؤسسة.

4 الابداع على مستوى المجتمع

للمناخ الاجتماعي دورا اساسيا في توفير الظروف المناسبة والمساعدة على بزوغ وتكوين المواهب والقدرات الفردية السليمة وتنميتها، وتعتبر الانظمة الاجتماعية والتقاليد القيم عاملا مهما في غرس روح الابداع لدى افراد المجتمع، فالعادات والتقاليد التي تعارض التجديد والتحديث في مختلف شؤون الحياة تقتل روح الابداع مما يجعله مجتمع يميل الى الجمود والانغلاق رافضا لكل شكل من أشكال الابداع والتجديد.

2- مستويات الابداع

هناك خمسة مستويات للقدرات الإبداعية توصل إليها الباحث كالفن تايلور الذي قاد مؤتمرات جامعة يوتا لدراسة الإبداع ، كما يقول الاستاذ المبدع زهير منصور المزيدي في كتابه مقدمة في منهج الإبداع وقد صنفها كمايلي....

الإبداع التعبيري:

ويبدو ما يميز النابغين في هذا المستوى من الإبداع هو صفة التلقائية وصفة الحرية أو المستوى المستقل ،وغالبا مايكون هذا المستوى أو النوع في مجال الأدب والفن والثقافة

الإبداع الانتاجي:

وهو ناتج لنمو المستوى التعبيري والمهارات فيؤدي إلى انتاج أعماله كاملة بأساليب متطورة غير مكررة ،ولا ينبغي أن يكون الانتاج مستوحى من عمل الآخرين ، وغالبا مايكوم هذا المستوى أغاؤ النوع من الإبداع في مجال تقديم منتجات كاملة على مختلف أنواعها وأشكالها.

الإبداع الاختراعي:

وهذا المستوى من الإبداع يتطلب مرونة في إدراك علاقات جديدة غير مألوفة بين أجزاء منفصلة موجودة من قبل، ومحاولة ربط أكثر من مجال للعلم.

الإبداع التجديدي:

ويتطلب هذا المستوى من الإبداع قدرة قوية على التصور التجريدي للأشياء مما ييسر للمبدع عند هذا المستوى بتقديم اختراع جديد يمثل في منتج جديد أو نظرية جديدة....

الإبداع الانبثاقى:

هو أرفع صورة من صور الإبداع ويتضمن تصور مبدأ جديد تماما في أكثر المستويات وأعلاها تجريدا من مثل ايجاد وإبداع آفاق جديدة لم يسبق المبدع إليها أحد

المطلب الثالث: المقاربات الأساسية للإبداع والابتكار.

الناس عادة تتداول كلمة الابداع دون القدرة على تعريفه وقد أستعمل في سياقات كثيرة من المتخصصين وغير المتخصصين على حد سواء والاستعمال المنتشر للفظ قد أعطاه قيمة ذات دلالة قوية، وهناك عدة مقاربات عالجت الابداع والابتكار وعرفته انطلاقا من ارتباطه بالفرد من حيث الصفات والمميزات الشخصية والدوافع النفسية ومن جهة نظرها وصلت الى استنتاجات مختلفة، فمنها من عرفه من جانب القياس أو التحليل النفسي أو الجانب الروحي أو العقلي والفكري أو كعملية تؤدي إلى منتج نهائي، ومن أهم هذه المقاربات:¹

_ مقارنة القياس النفسي السيكولوجي (psychomotrice approche)

من أهم الميادين بهذه الطريقة لدراسة وتعريف الابداع والابتكار هما:

(Guildford) و (Torrance) حيث أكد الأول أن الابداع جودة يمتلكها كل شخص ويمكن قياسها فهي ليست ميزة أو خاصية للمتفوقين فقط ، أما الثاني فقط أخذ هذه الفكرة وطورها في ستينيات وسبعينيات القرن الماضي من خلال فحص للتفكير الابداعي سمي بفحص Torrance المكتوب هذا الفحص يقيم مستوى التفكير وحل المشاكل لدى الأفراد على أساس إحصائي لنقاء الإجابات.²

_ مقارنة التحليل النفسي (psychanalytique approche)

ترى أن الابداع هو اظهار اللاوعي (العقل الباطن) لأغراض فنية، وهذه الخلفية موجودة في عمل فرويد في الشد بين عمليات العقل الواعي والعقل اللاوعي، حيث كان فرويد يعتقد في الحاجة الى الفنون للتعبير عن رغبات العقل اللاوعي من خلال منتج مقبول اجتماعيا. وتقتض هذه النظرية ان سلوك الفرد محكوم بعوامل لاشعورية أبرزها الغرائز الجنسية والعدوانية والابداع يفسر على أساس التسامي بهذه الغرائز واستخدام الطاقة التي توفرها بأعمال وسلوكيات مقبولة اجتماعيا.³

_ مقارنة التعبير الذاتي والصوفي (self expression and mystical)

1 الطيف عبد الكريم، محاضرات في الابداع والابتكار، السنة 2 ماجستير، تخصص إدارة أعمال، قسم علوم التسيير كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير، جامعة أحمد بوقرة بومرداس، 2017_2018 ص 58.

2 الطيف عبد الكريم، مرجع سابق، ص 58.

3 سهام طرشاني، محاضرات في إدارة الابداع والابتكار، السنة ثانياة ماجستير، تخصص ادارة اعمال، قسم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة حسبية بن بوعلى الشلف، 2019_2020، ص 19.

³ - سهام طرشاني، مرجع سابق، ص 25.

ترى الإبداع كحاجة للتعبير عن النفس بطريقة فريدة وهي تتجه نحو التركيز على النتائج الجمالية والمفاهيم والدلالات بدلا من البحث العلمي هذا المفهوم للإبداع قد امتزج في ترابطات مع الموهبة والإلهام، وقد طبقت هذه المقاربة بشكل رئيسي على الكتابة والفنون البصرية والموسيقى هذه النظرة للإبداع تعطي تركيز أكثر للأصلية بدلا من القيمة حيث يتعثر قياس الإبداع فيها.

_ مقارنة المنتج النهائي (end Product)

هذه المقاربة ترى الإبداع كعملية تعمل على إنتاج فكرة أو منتج أو عمل أو مخرج، هذا الفهم للإبداع يظهر في التصميم والفنون البصرية والموسيقى والصناعات الإبداعية حيث تصنع السلع أخذا في الاعتبار ان الخبرة الإبداعية تختلف عن خبرة إعادة الانتاج حيث تتميز الأولى عن الثانية.

_ مقارنة الإدراك (cognitive approach)

ترى ان الإبداع هو عملية تستعمل فيها مهارات الإدراك والتفكير وتسعى لفهم عملية التفكير في الفكر الإبداعي وهي تشمل عدة مدارس في الفكر مثل الدراسات الموجهة للمراحل والطرق العملية ونظريات التفكير هذه الرؤى تتداخل بعضها مع بعض حيث تشترك جميعا في رؤيتها للإبداع كعملية تمثيل عقلي.¹

المبحث الثاني: أساسيات حول الميزة التنافسية

تسعى المؤسسات بصفة عامة الى البقاء والاستمرار في النشاط والنمو، ولن يكون لها ذلك إلا إذا امتلكت مزايا تنافسية تميزها عن غيرها من المؤسسات وتكسب من خلالها رضا المستهلك.

ولخلق هذه الميزة التنافسية التي ستضع المؤسسة في موقف تنافسي أقوى من المنافسين، يجب على المؤسسة أن تراعي حاجيات المستهلك أو المستعمل، وتراعي تقلبات المستهلكين وكذا ثقافة المنظمة والأخذ بأراء الزبائن.

المطلب الأول: مفهوم الميزة التنافسية

قبل التطرق لمفهوم الميزة التنافسية يجب أولا التعرف على المقصود بالتنافسية.

1. تعريف التنافسية: هناك العديد من التعاريف التي تناولت تعريف التنافسية، من بينها:

- " هي انتاج منتجات وتقديم خدمات ذات قيمة مرتفعة من وجهة نظر المستهلك بحيث تفرد بها المؤسسة عن منافسيها "

- " هي قدرة المؤسسة على تلبية الرغبات المختلفة والمتنوعة للمستهلكين، وذلك بتوفير منتجات وخدمات ذات جودة معينة وسعر معين بشكل أكثر كفاءة من المنافسين الآخرين".

2. تعريف الميزة التنافسية:

- يعرف M.Porter الميزة التنافسية بأنها تنشأ بمجرد توصل المؤسسة الى اكتشاف طرق جديدة أكثر فعالية من تلك المستعملة من قبل المنافسين. حيث يكون بمقدورها تجسيد هذا الاكتشاف ميدانياً، بمعنى آخر بمجرد إحداث عملية إبداع بمفهومه الواسع.¹
- تعرف أيضاً على أنها: استغلال المنظمة لنقاط قوتها الداخلية والخارجية في أداء الأنشطة الخاصة بها بحيث تخلق قيمة لا يستطيع بقية المنافسين تقليدها في أدائها.

ومنه نستنتج تعريفاً شاملاً للميزة التنافسية: "هي معرفة المنظمة لجميع نقاط قوة بيئتها الداخلية والخارجية مع خلق قيمة كبيرة وبأقل تكلفة ممكنة بحيث يصعب على منافسيها تقليدها".

3. خصائص الميزة التنافسية:

تتميز الميزة التنافسية بالخصائص التالية:

- أنها تتبع من داخل المنظمة وتحقق قيمة لها وتؤدي الى تحقيق التفوق والأفضلية على المنافسين.
- أن تكون مستمرة ومستدامة بمعنى تحقق المنظمة السبق في تحقيق الأهداف في المدى الطويل والقصير.
- أن تكون تتميز بالنسبية عند مقارنتها بالمنافسين أو مقارنتها بفترات زمنية مختلفة تجعل الميزة في إطار مطلق صعب التحقيق.
- أن تكون الميزة التنافسية متجددة وفق معطيات البيئة الخارجية من جهة والقدرات والموارد الداخلية من جهة أخرى.

المطلب الثاني: أنواع الميزة التنافسية ومحدداتها

1- أنواع الميزة التنافسية:

تتميز الميزة التنافسية بثلاث أنواع تتجلى في:

¹ - كحموص نجاهة: "دور الإبداع والابتكار في تحقيق الميزة التنافسية"، دراسة حالة اتصالات الجزائر ميله، رسالة ماجستير، قسم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، المركز الجامعي عبد الحفيظ بالصوف ميله، 2022، 2021، ص21.

- **ميزة الأقل تكلفة:** تشير الى مقدرة المؤسسة على تسويق وتصنيع منتجات بتكلفة أقل مقارنة مع منافسيها بهدف تحقيق أرباح كبيرة وإتاحة الفرص بتحقيق أسعار تنافسية¹.
- **ميزة جودة المنتجات:** ويقصد بها تقديم منتجات أو خدمات متميزة وفريدة تلقى رضا لدى المستهلك من خلال استغلال الكفاءات والمهارات والتقنيات التكنولوجية العالية.
- **ميزة الوقت المختصر:** يقصد بها تحقيق الميزة التنافسية على أساس تخفيض عنصر الزمن لصالح الزبون وهذا من خلال الالتزام بجداول زمنية محددة في التعامل مع الزبائن.

2- محددات الميزة التنافسية:

تحدد الميزة التنافسية وفقا لعنصرين هامين هما:

• حجم الميزات التنافسية:

تمر الميزة التنافسية بدورة حياة، كما هو الحال بالنسبة لدورة حياة المنتج، لذلك تكون بداية الميزة بمرحلة التقديم، حيث تظهر في السوق، تليها مرحلة التبني إذ تحقق الميزة فيها انتشارا ورواجا ومصداقية نسبية، وتصبح محل اهتمام من قبل المنافسين لتأتي بعد ذلك مرحلة التقليد، ويحدث في هذه المرحلة تراجع وركودا للميزة، وذلك كون المنظمات المنافسة قامت بتقليد نفس الميزة التنافسية للمنظمة، وكمرحلة رابعة وأخيرة تأتي مرحلة الذروة، فيها تتجلى تحسين وتكوير الميزة الحالية، أو تقديم ميزة تنافسية جديدة تعمل على تحقيق رضا العملاء وال جذب والحشد من جديد، كما أنه كلما كان حجم الميزة التنافسية كبيرا كلما كانت آليات وزمن وإمكانيات ومتغيرات تقليدها أكثر صعوبة لدى المنافسين².

• نطاق التنافس أو السوق المستهدفة:

إن توسيع نطاق النشاط يمكن أن يحقق وفرات في التكلفة مقارنة بالمؤسسات الأخرى المنافسة، ومن أمثلة ذلك الاستفادة من تقديم تسهيلات إنتاج مشتركة، خبرة فنية واحدة، استخدام نفس منافذ التوزيع لخدمة قطاعات سوقية مختلفة أو مناطق مختلفة أو صناعات مترابطة، ومن هنا تحقق الاقتصاديات المستدامة وخاصة عند وجود علاقات متداخلة بين القطاعات السوقية، ويمكن للنطاق الضيق أن يحقق ميزة تنافسية من خلال التركيز على قطاع سوقي معين وخدمته بأقل تكلفة وتقديم منتج مميز له³.

¹ - علي سويلم الجازي: "نظم المعلومات الاستراتيجية ودورها في تحسين جودة الخدمات الحكومية"، دار الخليج للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، ط1، 2021، ص:42.

² - بجهة عطية راضي: "إدارة الجودة الشاملة المفهوم والفلسفة والتطبيقات"، روابط للنشر وتقنية المعلومات، مصر، 2016، ص: 174.

³ - فائق عبد الأول منتشى: "الاقتصاد المعرفي"، مركز الخبرات المهنية للإدارة، بميك، ط1، 2019، ص:85.

المطلب الثالث: أبعاد الميزة التنافسية ومصادرها

أولاً: أبعاد الميزة التنافسية

اهتم الباحثين والكتاب بأبعاد الميزة التنافسية ويمكن تناولها بشيء من الإيجاز

- **الجودة:** يقصد بها أن المؤسسة تعمل بجودة بهدف تحسين وتطوير العمليات والأداء إضافة الى تقليل التكاليف والتحكم في الوقت وتحقيق رغبات الزبائن ومتطلبات السوق، كما تعرف بأنها التخلص من الأخطاء والعيوب في السلع المنتجة.
- **المرونة:** هي قدرة المنظمة أو الشركة على الاستجابة السريعة للتغيرات المتعلقة بخصائص تصميم المنتج أو التغيرات المتعلقة بحجم الزبون.
- **الكلفة:** هي قدرة المنظمة على إنتاج وتوزيع المنتجات بأقل ما يمكن من الكلف قياساً بالمنافسين في نفس الصناعة.
- **الاستجابة:** هي تقديم المنظمة خدمات ذات نوعية أفضل واستجابة أسرع مما يقدمه المنافسين لتلبية رغبات واحتياجات زبائنهم.
- **الكفاءة والفاعلية:** الكفاءة هي تحقق أكبر مخرجات بأقل المدخلات أو التكاليف، بينما الفاعلية هي تحقيق الأهداف من خلال استغلال الموارد المتاحة.
- **إضافة الى تكنولوجيا المعلومات والمقدرة الجوهرية**

ثانياً: مصادر الميزة التنافسية

اهتم الباحثين والكتاب بمصادر الميزة التنافسية كونها الركيزة في بناء الميزة التنافسية ويمكن تقديم هذه المصادر في:

- ✓ **الابتكار:** ويقصد به الاتيان بالأشياء الجديدة سواء كانت منتجاً أو خدمة أو نظاماً، ويتضمن الابتكار التكنولوجي والإداري والجدري.
- ✓ **البحث والتطوير:** هو جزء من صناعة المعرفة والتي يركز اهتمامها في إنتاج ونشر المعلومات، ويعتبر عمل إبداعي يتم على أساس قواعد علمية بهدف زيادة رصيد المعرفة العلمية والتقنية التي تستخدم في تطبيقات جديدة في النشاط الإبداعي.
- ✓ **التعلم:** هو عبارة عن طاقات وعملياً تهدف إلى الاستمرار في تحسين الأداء اعتماداً على الخبرة والممارسة.

وهنا بعض الباحثين قسم مصادر الميزة التنافسية الى مصادر داخلية تتمثل في موارد المنظمة الملموسة وغير الملموسة، إضافة الى المصادر الخارجية التي تتمثل في العوامل السياسية والاقتصادية والديمقراطية والتكنولوجية.

المطلب الرابع: استراتيجيات الميزة التنافسية ومعايير الحكم عليها

أولاً: استراتيجيات الميزة التنافسية

تعتمد معظم المنظمات استراتيجية معينة لغرض التنافس وبناء مركز استراتيجي يضمن البقاء والنمو في بيئة منظمات الاعمال ومن أجل ضمان ميزة تنافسية صعبة التقليد، وتحقيق أداء أفضل لابد للمنظمات إتباع الاستراتيجيات الثلاث التالية:

✓ **استراتيجية قيادة الكلفة:** يقصد بها امتلاك المنظمة منتجات منخفضة التكاليف في صناعة ما وبمستوى من الجودة وتسعى الى خفض التكاليف، إضافة الى الاهتمام بمواكبة التكاليف الإدارية والاستخدام الأمثل للموارد المتاحة.

✓ **استراتيجية التميز:** يقصد بها التميز والانفراد بخصائص استثنائية يصعب تقليدها في مجال الصناعة، في حين أكد أفضل المنتجات والخدمات هي التي تحمل صفات فريدة من نوعها، وتتمتع بقيمة كبيرة لدى العملاء، وإنها أفضل من منتجات المنافسين، ويعني بها كذلك وضع أسعار استثنائية لمنتج لا يمكن الحصول عليها في منتجات بديلة لما تتمتع به من صفات فريدة.¹

✓ **استراتيجية التركيز:** ويقصد بها اختيار مجال تنافسي محدود وفي قطاع صناعة ما بحيث يتم الاعتماد على جزء سوق معين، وتكثيف نشاط المنظمة التسويقي في هذا الجزء والعمل على استبعاد الآخرين.

ثانياً: معايير الحكم على جودة الميزة التنافسية

تحدد جودة الميزة التنافسية بثلاثة معايير تتجلى فيما يلي:

✓ **معيار مصدر الميزة:** حيث يمكن ترتيب الميزة التنافسية من خلال درجتين، ميزة ذات مرتبة منخفضة وتعني أقل تكلفة لكل من المواد الخام وقوة العمل، بحيث يسهل نسبياً تقليدها ومحاكاتها من قبل المؤسسات المنافسة.

وميزة من مرتبة مرتفعة: تتعلق بالسمعة وتميز المنتج إضافة الى العلاقة الوطيدة مع الزبائن.

¹ - فانتن عبد الأول منتشى ، مرجع سابق ، ص 88.

- ✓ معيار عدد وتنوع مصادر الميزة: يعني ما تمتلكه المنظمة من مصادر، فكلما اعتمدت المنظمة على مصدر واحد كلما ساعد ذلك المنافسين على التغلب عليها.
- ✓ معيار درجة التحسين والتطوير والتجديد المستمر في الميزة: تشير الى أن المؤسسات عليها أن تتجه نحو خلق مزايا جديدة وبشكل أسرع قبل قيام المؤسسات المنافسة بتقليد الميزة القائمة بالنسبة للمؤسسة، وعليها القيام بتغيير الميزة القديمة وخلق مزايا تنافسية جديدة.

المبحث الثالث: الدراسات السابقة

المطلب الأول: الدراسات الأجنبية.

عندما يتعلق الأمر بأهمية الإبداع والابتكار في الخدمات الصحية لتحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات الصحية، هناك العديد من الدراسات السابقة التي تسلط الضوء على هذا الموضوع. وفيما يلي بعض الدراسات التي تلقي الضوء على هذا الجانب:

- "The Role of Innovation in Health Care: A Systematic Review of the Literature" (دور الابتكار في الرعاية الصحية: مراجعة منهجية للأدبيات): هذه الدراسة المنشورة في مجلة "Health Policy" عام 2010 تقدم مراجعة منهجية للأدبيات المتعلقة بدور الابتكار في الرعاية الصحية. وتوضح الدراسة أن الابتكار في الخدمات الصحية يمكن أن يساهم في تحسين جودة الرعاية وكفاءتها والتكلفة المستدامة. كما تسلط الضوء على أن الابتكار الناجح يتطلب التوجه نحو العملاء وتطوير نماذج الرعاية الصحية المستدامة.
- "Innovation in Healthcare Delivery Systems: A Conceptual Framework" (الابتكار في أنظمة تقديم الرعاية الصحية: إطار مفاهيمي): تناقش هذه الدراسة المنشورة في مجلة "Research in Business and Economics Journal" عام 2015 أهمية الابتكار في تحسين أنظمة تقديم الرعاية الصحية. تقدم الدراسة إطاراً مفاهيمياً يوضح كيف يمكن للابتكار في الخدمات الصحية تحسين الجودة والكفاءة والوصول إلى الرعاية الصحية.
- "The Impact of Innovation on Performance in the Healthcare Industry" (تأثير الابتكار على الأداء في صناعة الرعاية الصحية): تركز هذه الدراسة المنشورة في مجلة "Health Services Management Research" عام 2017 على تحليل تأثير الابتكار على الأداء في صناعة الرعاية الصحية. تشير الدراسة إلى أن الابتكار يمكن أن يساهم في تحسين أداء المؤسسات الصحية من خلال زيادة رضا المرضى، وتقليل الأخطاء الطبية، وتحسين فعالية التكاليف والكفاءة.

التشغيلية. كما تشير الدراسة إلى أن الابتكار في الخدمات الصحية يمكن أن يدفع نحو تطوير نماذج جديدة للرعاية الصحية، مثل الرعاية المنزلية، والتكنولوجيا الصحية المبتكرة، والتواصل عبر الإنترنت، والرعاية الشخصية المحسنة.

• "Innovation in Healthcare: A Systematic Review of Recent Research" (الابتكار

في الرعاية الصحية: مراجعة منهجية للبحوث الحديثة): تقدم هذه المراجعة النظامية التي نشرت في مجلة "Health Policy" عام 2018 نظرة شاملة على الأبحاث الحديثة حول الابتكار في الرعاية الصحية. توضح المراجعة أن الابتكار يمكن أن يحسن النتائج الصحية، ويسهم في تحسين العناية المركزة، وتحسين التواصل بين مقدمي الرعاية والمرضى، وتعزيز السلامة وجودة الرعاية.

• "Innovation in Health Services: Notes on the Journey to High-Impact Solutions"

(الابتكار في خدمات الصحة: ملاحظات حول الرحلة نحو حلول عالية الأثر): تستكشف هذه الدراسة المنشورة في مجلة "Health Affairs" عام 2018 أهمية الابتكار في تحسين خدمات الصحة وتحقيق تحولات إيجابية في النظام الصحي. تركز الدراسة على أمثلة حول التكنولوجيا الصحية المبتكرة، والتعاون بين المؤسسات الصحية، والتواصل السلس بين مقدمي الرعاية والمرضى.

• "Innovation and Entrepreneurship in the Healthcare Sector: A Systematic

Literature Review" (الابتكار وريادة الأعمال في قطاع الرعاية الصحية: مراجعة منهجية للأدبيات): تقدم هذه المراجعة النظامية التي نشرت في مجلة "Journal of Management & Organization" عام 2019 نظرة شاملة على الأدبيات المتعلقة بالابتكار وريادة الأعمال في قطاع الرعاية الصحية. تسلط المراجعة الضوء على أهمية الثقافة الابتكارية، والقيادة الابتكارية، والتعاون بين الجهات المختلفة في تعزيز الابتكار والابتكار الشامل في قطاع الرعاية الصحية.

• "Innovation and Competitive Advantage in Healthcare Organizations: A

Systematic Review" (الابتكار والميزة التنافسية في المؤسسات الصحية: مراجعة منهجية): تناقش هذه المراجعة النظامية التي نُشرت في مجلة "International Journal of Environmental Research and Public Health" عام 2020 أهمية الابتكار في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات الصحية. توضح المراجعة أن الابتكار يمكن أن يساهم في تحسين جودة الخدمات.

المطلب الثاني: الدراسات العربية.

هناك عدد من الدراسات العربية التي تسلط الضوء على أهمية الإبداع والابتكار في الخدمات الصحية وتأثيرهما على المؤسسات الصحية والميزة التنافسية. إليك بعض الأمثلة:

- 1- دور الابتكار في تحسين الخدمات الصحية وتحقيق الميزة التنافسية"، للباحثة عبير بنت علي الحربي، منشورة في مجلة "دراسات إدارية واقتصادية"، 2015.
- تتناول هذه الدراسة أهمية الابتكار في تحسين الخدمات الصحية وتحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات الصحية في المملكة العربية السعودية. تتناول الدراسة أيضاً عوامل النجاح والعقبات التي قد تواجه الابتكار في القطاع الصحي.
- 2- أهمية الإبداع في تحسين خدمات الصحة والرعاية في المملكة العربية السعودية"، للباحثين عمر بن عبد الله العامر وخالد بن عبد الله العامر، منشورة في مجلة "التطبيقات الإدارية والاقتصادية"، 2017.
- تسلط هذه الدراسة الضوء على أهمية الإبداع في تحسين خدمات الصحة والرعاية في المملكة العربية السعودية وتحقيق التميز التنافسي. تناقش الدراسة أيضاً بعض الأدوات والتقنيات التي يمكن استخدامها لتعزيز الابتكار في هذا القطاع.
- 3- الابتكار والتنافسية في القطاع الصحي: دراسة استطلاعية في المستشفيات الأردنية"، للباحثة دانة طالب المرعشلي، منشورة في مجلة "التمية الإدارية"، 2019.
- تستكشف هذه الدراسة أهمية الابتكار والتنافسية في القطاع الصحي من خلال دراسة استطلاعية في المستشفيات الأردنية.
- 4- دور الإبداع في تحقيق الريادة التنافسية في المستشفيات الأردنية"، للباحثة لينا عبد الرزاق الباشا، منشورة في مجلة "دراسات في الاقتصاد والإدارة"، 2016.
- تستكشف هذه الدراسة دور الإبداع في تحقيق الريادة التنافسية في المستشفيات الأردنية، وتحليل تأثير الإبداع على الأداء التنظيمي وجودة الخدمة ورضا المرضى.
- 5- تأثير الابتكار والإبداع في المؤسسات الصحية على جودة الرعاية: دراسة حالة في المملكة العربية السعودية"، للباحثة آمنة محمد السويدي، منشورة في مجلة "مجلة العلوم الاقتصادية والتطبيقية"، 2017.
- تهدف هذه الدراسة إلى تحليل تأثير الابتكار والإبداع في المؤسسات الصحية على جودة الرعاية الصحية في المملكة العربية السعودية، وتسليط الضوء على أهمية الابتكار في تحسين الخدمات الصحية وتحقيق رضا المرضى.

المطلب الثالث: الفرق بين دراستنا و الدراسات السابقة

تهدف دراستنا الى محاولة تسليط الضوء على المراجعة المتعلقة بدور الابتكار في توضيح الدراسات أن دراسة للابتكار في الخدمات الصحية تمكن أن تساهم أهمية الإبداع والابتكار وبكل دراسة أهميتها وخصائصها تجاه الابتكار لخلق ميزة تنافسية في المؤسسات الصحية ،وأن الإبداع والابتكار يساهم في تحسين فعالية التكاليف والكفاءة التشغيلية.

ويمكن أيضا أن يحسن النتائج الصحية ويسهم في تحسين العناية المركزة والتواصل بين مقدمي الرعاية والمرضى وتعزيز السلامة وجودة المثلى، وعلى الأدبيات المتعلقة بالابتكار وريادة الاعمال في قطاع الرعاية الصحية وتسلط أيضا هذه الدراسات على أهمية الثقافة الابتكارية والقيادة الابتكارية و الابداعية في القطاع الصحي لخلق الميزة التنافسية ودور الابداع في تحقيق الريادة التنافسية في المستشفيات وتحليلها بتأثير الابداع على الأداء التنظيمي وجودة الخدمة ورضا المرضى وتهدف أيضا الدراسات الى تحليل وتأثير أهمية الابداع و الابتكار لخلق ميزة تنافسية في المؤسسات الصحية.

خلاصة الفصل:

مما سبق ذكره يمكن اعتبار الابداع والابتكار أحد أهم الأركان الرئيسية في بناء وتعزيز الميزة التنافسية للمؤسسات، حيث أنه كلما وجد إبداع وابتكار كلما كانت ميزة تنافسية والعكس صحيح ، وقد اختيرت مؤسسة مصحة الرمال للقيام بالدراسة الميدانية لعدة أسباب منها قيامها المستمر بابتكار المنتجات الجديدة ودرجة المنافسة العالية للقطاع الذي تنشط فيه من جهة أخرى ،وقد تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي كونه الأنسب لموضوع الدراسة وقد تم جمع البيانات المتعلقة بالبحث ميدانيا عن طريق توزيع 60 استبانة وقد تم استرجاع بعض الاستبانات التي تم توزيعها، وهذا ما سنحاول البحث فيه وتأكيدده خلال الدراسة الميدانية التي أجريناها في مصحة الرمال بولاية الوادي.

الفصل الثاني:

الدراسة التطبيقية لمصحة الرمال بالوادي

تمهيد

بعد تطرقنا في الجزء النظري للدراسة الى الإطار النظري للإبداع والابتكار في الخدمات الصحية سنحاول في هذا الفصل اسقاط الدراسة النظرية على مؤسسة مصحة الرمال بالوادي قصد معرفة اهمية الابداع والابتكار في الخدمات الصحية لتحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات الصحية، وذلك من خلال عرض الطريقة والادوات الاحصائية المستخدمة في تحليل البيانات قصد الوصول الى النتائج ومناقشتها.

سنتطرق في هذا الفصل الى مبحثين التاليين:

المبحث الأول طريقة وأدوات الدراسة

المبحث الثاني عرض النتائج ومناقشتها

المبحث الأول: طريقة وأدوات الدراسة

يعتمد الباحث خلال مشوار بحثه على أسس منهجية حتى تكون له بمثابة المرشد الذي ينتابه وحتى تكون دراسته ذات أبعاد ودقة علمية وهذا بدأ من الجانب النظري الى غاية النتائج التي سوف يتحصل عليها فلا يمكن للبحث العلمي ان يبني دون منهج واضح تساعده على دراسة وتشخيص المشكلة موضوع الدراسة لمعرفة جوانبها وتحليل ابعادها.

المطلب الاول: طريقة الدراسة

يعتمد تحديد طريقة الدراسة على جمع البيانات ومعرفة مجتمع الدراسة ومتغيراتها وكيفية قياسها، والتأكد من صدق وثبات اداة البحث.

أولاً: مجتمع الدراسة والعينة

1 . مجتمع الدراسة: يتكون مجتمع الدراسة من موظفي مصحة الرمال بالوادي وهي تابعة للقطاع الخاص، وتقع مصحة الرمال في حي المنظر الجميل تتربع على مساحة قدرها 600 متر مربع تحتوي على 10 غرف طاقة الاستيعاب الاقصى حوالي 40 مريض يوجد بها عدة تخصصات نذكر منها (جراحة عظام، جراحة عامة، جراحة الأنف والحنجرة، اختصاصي الغدد، اختصاص المسالك البولية، الطبيب النفسي، اختصاص النساء والتوليد).

وتقوم المصحة والصيدلية بتشغيل حوالي 50 عامل مقسمين بنظام عمل 8 ساعات ونظام المداومة وتقوم المصحة باستقبال حوالي 250 مريض في الشهر ولها اجهزة الراديو المتطورة جدا.

2 . عينة الدراسة: فقد تم اختيار عينة مكونة من 60 موظف من موظفي مصحة الرمال بالوادي، والجدول التالي يوضح العينة المستهدفة.

الجدول رقم (1) العينة المستهدفة

البيان	العدد
عدد الاستبيانات الموزعة	60
عدد الاستبيانات المسترجعة	16
عدد الاستبيانات الملغاة	02
عدد الاستبيانات القابلة للتحليل	42

المصدر: من اعداد الطالبات

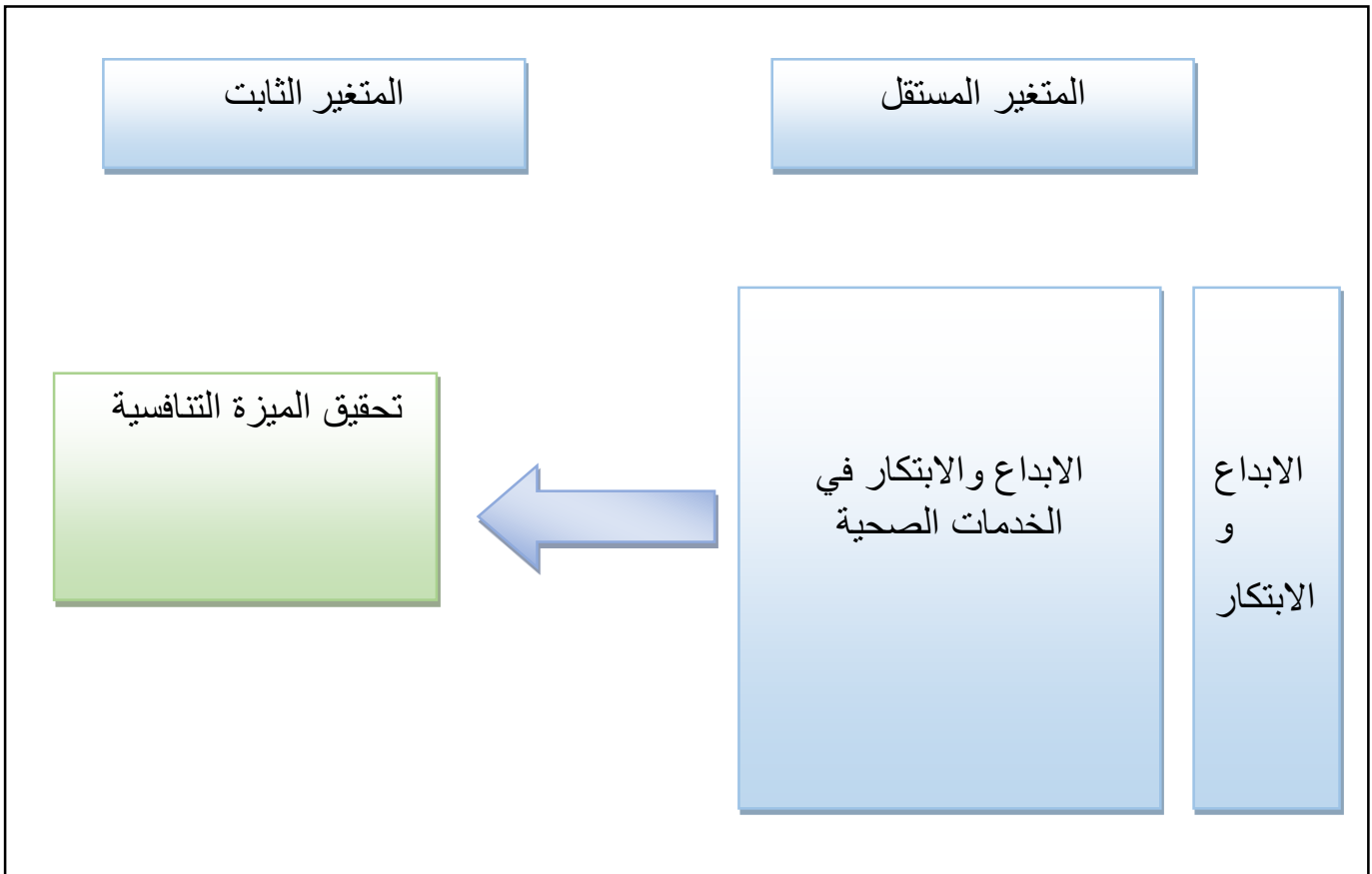
ثانيا. تحديد متغيرات الدراسة وكيفية قياسها:

1. تحديد متغيرات الدراسة: تمثلت متغيرات الدراسة في المتغير المستقل والمتغير التابع:

1.1. المتغير المستقل: هو المتغير الذي يؤثر في باقي المتغيرات ويتمثل في دراستنا هذه في الابداع والابتكار في الخدمات الصحية.

1.2. المتغير الثابت: هو المتغير الذي يتأثر بالمتغير المستقل ولا يؤثر فيه، ويتمثل في دراستنا هذه في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات الصحية. والشكل التالي نموذج الدراسة الذي يوضح طبيعة العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع.

الشكل رقم (1) نموذج الدراسة يوضح طبيعة العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع



المصدر: من اعداد الطلبات بالاعتماد على الدراسات السابقة.

كما وضحنا سابقا فإنه روعي في صياغة عبارات الاستبيان طريقة تتيح للمستجوبين فرصة الإجابة عنها بكل وضوح ووفقا للدراسات السابقة فإن معظمها تعتمد على مقياس ليكرت الخماسي²⁶، بحيث يقابل كل (likert scale) عبارة قائمة تحمل الاختيارات التالية:

(موافق بشدة، موافق، محايد، غير موافق، غير موافق بشدة)، وتمثل رقميا (1،2،3،4،5) على التوالي:

جدول رقم (2) توزيع درجات مقياس ليكرت الخماسي

بدائل القياس	معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة
الدرجة/الترميز	01	02	03	04	05

المصدر: من اعداد الطلبات بالاعتماد على مقياس ليكرت

لإعداد دليل الموافقة لتحليل اجابات أفراد العينة الدراسة على عبارات الاستبيان: فإنه تم اعتماد

على أدوات الإحصائية التالية: المدى، المتوسط الحسابي، الانحراف المعياري حيث:²⁷

²⁸المدى: لتحديد مجالات ل مقياس ليكرت الخماسي المستخدم في الاستبيان الدراسة حيث تم حساب المدى ويساوي= (أعلى درجة في مقياس - أدنى درجة في المقياس) = $4 = (1-5)$ وللحصول على طول الفئة للتنقل بين المجالات الموافقة وذلك على النحو التالي : طول الفئة = المدى/عدد درجات المقياس، طول الفئة = $0.8 = 5/4$ وبإضافة هذه القيمة في كل مرة للحد الأدنى لدرجة الموافقة نحصل على الحد الأعلى لكل مجال مثلا: $1.80 = 0.8 + 1$ فنحصل على مجال $[1 - 1.80]$ وهو مجال موافقة بدرجة منخفضة جدا. وهكذا مع كل مجالات الموافقة، وتفيد هذه العملية في التعرف على موقف المشترك لإجمالي أفراد العينة على كل عبارة وعلى كل محور حيث نحصل على المجالات كما يلي:

1 مقياس ليكرت: يعود أساس ظهور هذا المقياس الى البحث **Resis likert** وهو مقياس نفسي يستخدم عموما في الاستبيانات، وهو المقياس الأكثر شيوعا في الاستخدام خاصة في البحوث النفسية وعند الإجابة على مقياس ليكرت يقوم المبحوثين بتحديد مستوى موافقتهم على بنود التي يتضمنها

الاستبيان... ويعرف البند وفقا لمقياس ليكرت بأنه عبارة بسيطة يتم سؤال المبحوث للتقييم وذلك اعتمادا على المعايير الموضوعية او الشخصية والتي يمثلها ورؤيته المسبقة حول ذلك.

2 مصطفى طويطي، وعيل ميلود، أساليب تصميم وإعداد الدراسات الميدانية (منظور إحصائي)، مطبوعة جامعية معتمدة من طرف المجلس العلمي بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة البويرة، جوان، ص110، ص111.

جدول رقم (3): تحديد الاتجاه حسب قيم المتوسط المرجح

مجال المتوسط الحسابي	درجة الموافقة	مستوى التوفر (تقييم)
من 01 إلى 1.80 درجة	غير موافق بشدة	درجة منخفضة جدا
من 1.81 إلى 2.60 درجة	غير موافق	درجة منخفضة
من 2.61 إلى 3.40 درجة	محايد	درجة متوسطة
من 3.41 إلى 4.20 درجة	موافق	درجة مرتفعة
من 4.41 إلى 5 درجة	موافق بشدة	درجة مرتفعة جدا

المصدر: من اعداد الطلبات بالاعتماد على المرجع طويطي مصطفى وعيل ميلود، أساليب تصميم وإعداد الدراسات الميدانية - منظور إحصائي، مطبوعة جامعة معتمدة من طرف المجلس العلمي بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة البويرة، 30 جوان 2014، ص 110، 111.

- ✓ ترتيب العبارة من خلال أهميتها في المحور بالاعتماد على أكبر قيمة متوسط حسابي في المحور وعند تساوي المتوسط الحسابي بين عبارتين فإنه يأخذ بعين الاعتبار أقل قيمة للانحراف المعياري بينهما.
- ✓ حساب الوزن النسبي لمتوسط استجابات المستجوبين = (المتوسط الحسابي * 100) / 5.

ثالثا - طريقة جمع البيانات: تم الاعتماد في جمع البيانات اللازمة للبحث على نوعين من المصادر هما:

1-المصادر الثانوية: وتتمثل في كل ما يتوفر من كتب متعلقة بالموضوع وكذلك رسائل جامعية متعلقة بموضوع الابداع والابتكار والميزة التنافسية

4-المصادر الأولية: وتتمثل في تصميم استبيان (انظر الملحق رقم 01) كأداة جمع البيانات الأولية المتعلقة بمجتمع البحث وتطبيقها على عينة مماثلة له والجدول التالي يوضح توزيع عبارات الاستبيان الخاصة بأهمية الابداع والابتكار في الخدمات الصحية لتحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات الصحية

الجدول رقم(04) توزيع عبارات الاستبيان الخاصة بأهمية الابداع والابتكار في الخدمات الصحية
لتحقيق الميزة التنافسية

العبارات	أهمية الابداع والابتكار في الخدمات الصحية لتحقيق الميزة التنافسية
من 1 الى 5	الابداع والابتكار في عمليات الانتاج
من 6 الى 10	الابداع والابتكار في المنتج
من 11 الى 16	الميزة التنافسية واداء البشري

المصدر: من اعداد الطلبات.

رابعا - صدق وثبات أداة البحث:

1- صدق التحكيم: تم التأكد من الصدق الظاهري للمقياس من خلال عرض أداة الدراسة على مجموعة من الأساتذة من ذوي التخصص **أنظر الملحق (02)** وذلك لبيان ملاحظاتهم وأراءهم على عبارات الاستبيان ومدى وضوحها وبيان مدى شموليتها لمتغيرات الدراسة، وقد تم الاخذ بأراء ونصائح المحكمين

2- صدق الثبات: لتأكد من ثبات أداة الدراسة لعبارات الاستبيان، من خلال معامل ألفا كرونباخ، حيث يأخذ هذا المعامل قيمة بين الصفر والواحد، وكل ما اقترب من الواحد فهذا يعني ثباتا أكثر للدراسة، وذلك على النحو التالي:²⁹

- إذا كان معامل ألفا كرونباخ اقل من 0.6 فهذا يعني ان الدراسة تتمتع بثبات ضعيف، الامر الذي يلزم اعادة النظر في بناء ادلة الدراسة،
- إذا كان معامل الفا كرونباخ يتراوح بين 0.7-6.0 فهذا يعني ان الدراسة تتمتع بثبات مقبول،
- إذا كان معامل الفا كرونباخ يتراوح بين 0.8-7.0 فهذا يعني ان الاستبيان تتمتع بثبات جيد،
- إذا كان معامل الفا كرونباخ اكبر من 0.8 فهذا يعني ان الدراسة تتمتع بثبات ممتاز،

1 أبو زيد، محمد خير سليم ،أساليب التحليل الإحصائي باستخدام برمجية spss ،الرياض ، دار جرير للنشر والتوزيع ،2005، ص156،

جدول رقم (5): معامل ألفا كرونباخ لأداة الدراسة

عبارة الاستبيان	ألفا كرونباخ
28	0,766

المصدر: من اعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات الـ SPSSV25

نجد أن قيمة معامل ألفا كرونباخ في جميع محاور الاستبيان وهي أكبر الحد الأدنى 0.6 وأن القيمة الاجمالية جميع عبارات الاستبيان بلغت 0.766 مما يدل على ثبات أداة الدراسة هذا يعني أن هناك صدق وثبات في المحاور وعلاقة ترابط بين العبارات في الاستبيان وبالتالي يمكن تعميم هذه الدراسة على مجتمع الدراسي

3- صدق الاتساق البنائي للاستبيان

هو أحد مقاييس صدق أداة الدراسة، حيث يقيس مدى تحقيق الاهداف التي تسعى أداة الاستبيان الوصول اليها، ونهدف من خلاله لقياس ارتباط الدرجة الكلية لكل بعد مع الدرجة الكلية للمحور الذي ينتمي اليه. واحصائيا نعبر عن الصدق من خلال حساب معامل الارتباط بيرسون .

المطلب الثاني: الاساليب الاحصائية المستخدمة في الدراسة

تم اخضاع البيانات الى عملية التحليل الاحصائي بالاستعانة برنامج التحليل الاحصائي للعلوم الاجتماعية (SPSS: V25) وتم الاعتماد على بعض الاساليب الاحصائية كما يلي:

- 1) التكرارات والنسب المئوية: لمعرفة البيانات الأولية للعينة محل الدراسة وتحديد استجابات أفرادها اتجاه عبارات المحاور الرئيسية التي تتضمنها أداة الدراسة.
- 2) الرسوم البيانية: لتمثيل البياني للقيم مؤشرات الاحصائية.
- 3) المتوسط الحسابي: يعتبر من أهم مقاييس النزعة مركزية وأكثرها استخداما، حيث أن استخدامه لإجابات عينة الدراسة على الاستبيان يعبر عن مدى أهمية الفقرة عند أفراد العينة.
- 4) الانحراف المعياري: وهو مقياس من مقاييس التشتت، يستخدم لقياس وبيان تشتت إجابات مفردات عينة الدراسة حول وسطها الحسابي، ويكون هناك اتفاق بين أفراد العينة على فقرة معينة إذا كان انحرافها المعياري قليلا.
- 5) معامل الثبات ألفا كرونباخ: وذلك لاختبار مدى الاعتمادية على أداة جمع البيانات المستخدمة في قياس المتغيرات التي اشتملت عليها الدراسة.

6) معامل الارتباط بيرسون: لتأكيد الصدق البنائي وإثبات أن المقياس يقيس ما وضع لقياسه. كما تم استخدام معامل الارتباط لتحديد العلاقة والارتباط بين متغيرات الدراسة.

7) معامل الانحدار البسيط (simple regression analysis): وهو نموذج إحصائي يعبر عن علاقة بين متغير تابع وبين متغير واحد مستقل والغرض من الانحدار البسيط هو دراسة وتخلييل أثر متغير مستقل على متغير كمي ويمكن من خلاله تقدير قيمة أحد المتغيرين بمعلومية قيمة المتغير الآخر.

8) معامل التحديد: يقيس مدى مساهمة المتغير التابع في المتغير المستقل، ويكشف لنا النسبة تاتي يؤثر بها المتغير التابع حيث كلما كانت هذه النسبة كبيرة كلما كانت الساهمة أكبر، وتعزى النسبة المتبقية لمتغيرات أخرى خارج الدراسة وكذا للخطأ العشوائي. وقيمه تتراوح بين 0 و 1

المبحث الثاني: عرض النتائج واختبار الفرضيات

سنقوم في هذا المبحث بعرض النتائج المتوصل اليها من خلال عرض خصائص الشخصية لعينة الدراسة في تحليل البيانات، كما سنقوم بمناقشة هذه النتائج على ضوء فرضيات الدراسة.

المطلب الاول: وصف خصائص عينة الدراسة

سننتظر في هذا المطلب الى عرض النتائج من خلال عرض نتائج المتغيرات الديمغرافية والخصائص واتجاه العام لإجابات عينة الدراسة.

أولاً: المتغيرات الديمغرافية

1- توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس

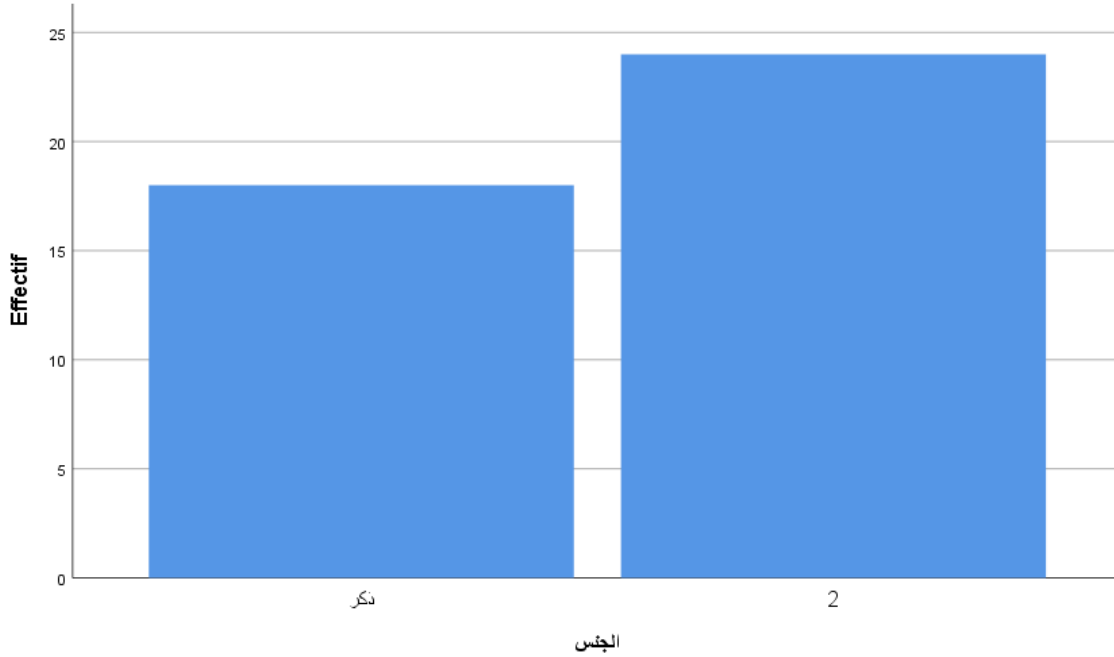
جدول رقم (07): يبين افراد العينة حسب متغير الجنس

النسبة	التكرار	البيان	الجنس
42.9	18	ذكر	
57.1	24	أنثى	
100	42	المجموع	

المصدر: من اعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V25

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس كان بأغلبية إناث بعدد 24 ونسبة 57.1% تليها الذكور بعدد 18 ونسبة 42.9% من المجموع الإجمالي للنسب حيث نفسر هذا بأن المؤسسة توظف الإناث أكثر من الذكور.

الشكل رقم (02) : توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس اعتماداً على الأعمدة البيانية.



المصدر: من اعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V25.

2. توزيع أفراد العينة حسب العمر

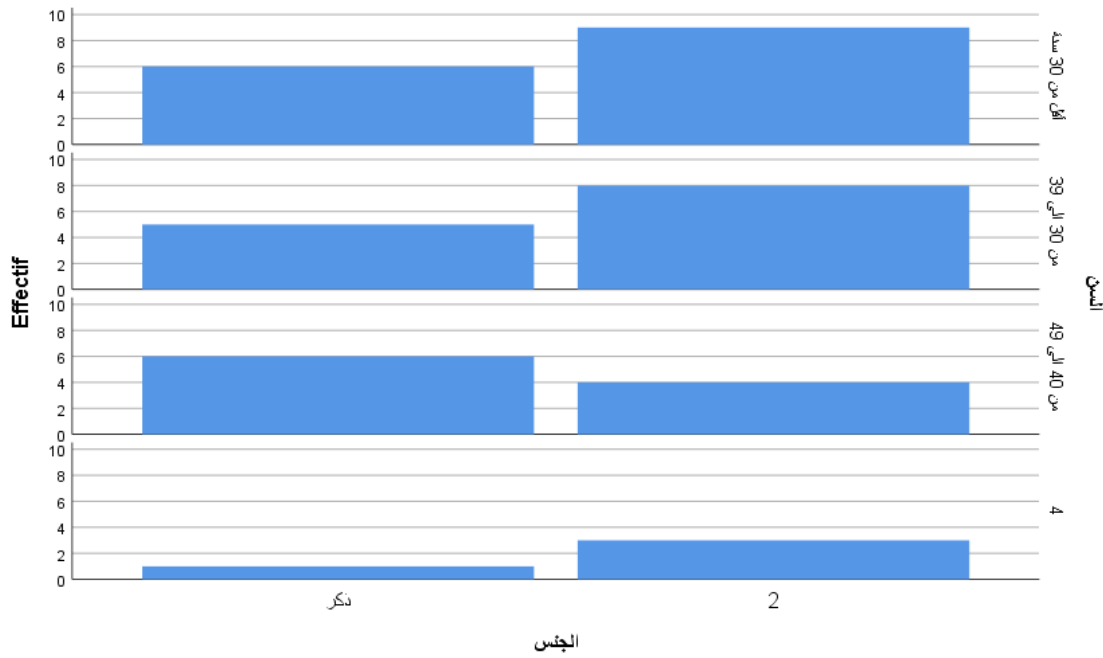
الجدول رقم (08) توزيع أفراد العينة حسب العمر

النسبة	التكرار	البيان
35,7	15	أقل من 30 سنة
31,0	13	من 30 الى 39 سنة
23,8	10	من 40 الى 49 سنة
9,5	4	من 50 سنة فما فوق
100	42	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات البرنامج SPSS.V25

من خلال النتائج نجد أن نسبة 35.7% من أفراد العينة من الفئة العمرية أقل من 30 سنة، وأما نسبة 31.0% من أفراد العينة من الفئة العمرية تتراوح من (30 - 39) وأما نسبة 23.8% من أفراد العينة من الفئة العمرية أكثر من (40 - 49) سنة. وأما نسبة 9.4% من أفراد العينة من الفئة العمرية تتراوح من 50 فما فوق.

نفسر هذا التفاوت في النسب على أن المؤسسة تعمل على توظيف الطاقات الشابة ذات خبرة وكفاءة مهنية. الشكل رقم (03) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير العمر اعتماداً على الأعمدة البيانية



المصدر: من اعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V25

3. توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي.

الجدول رقم(09) توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

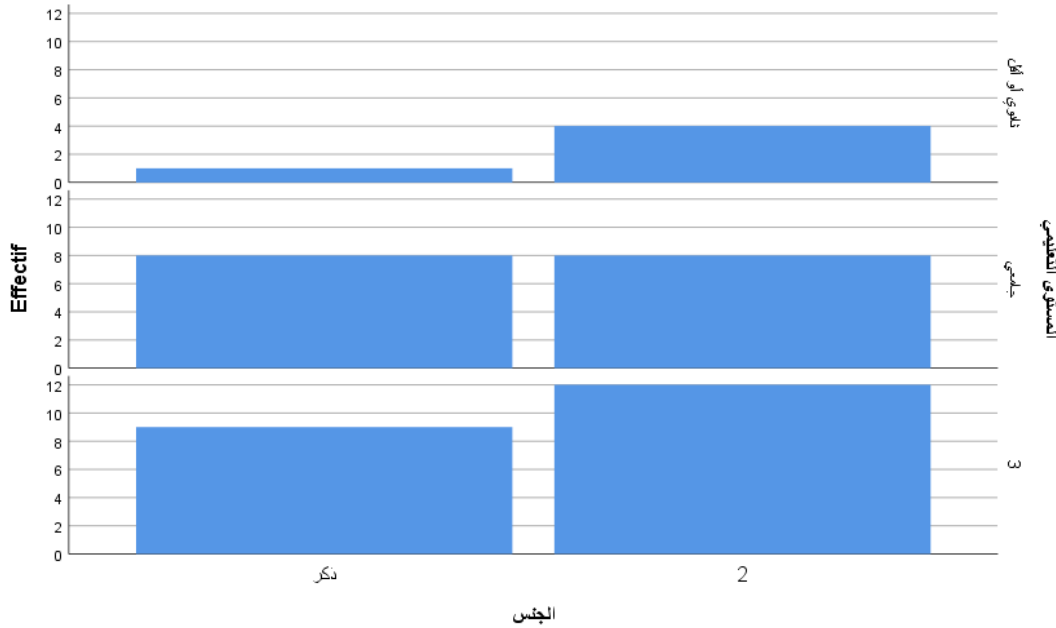
النسبة	التكرار	البيان
11,9	5	ثانوي أو أقل
38,1	16	المستوى التعليمي
50	21	
100	42	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V25

من خلال النتائج نجد أن أغلب أفراد العينة متحصلين على شهادة جامعي بنسبة 38.1 % تليها نسبة المتحصلين على شهادة الدراسات العليا تقدر بنسبة 50% وأخيرا المتحصلين على شهادة الثانوي بنسبة 11.9 %.

نفسر هذه النتائج على أن عينة الدراسة ذات مستوى تعليمي جيد وبالتالي فهي ذات واعي بموضوع دراستنا.

الشكل رقم (04) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي اعتمادا على الأعمدة البيانية.



المصدر: من اعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V25

4. توزيع أفراد العينة حسب المستوى الوظيفي :

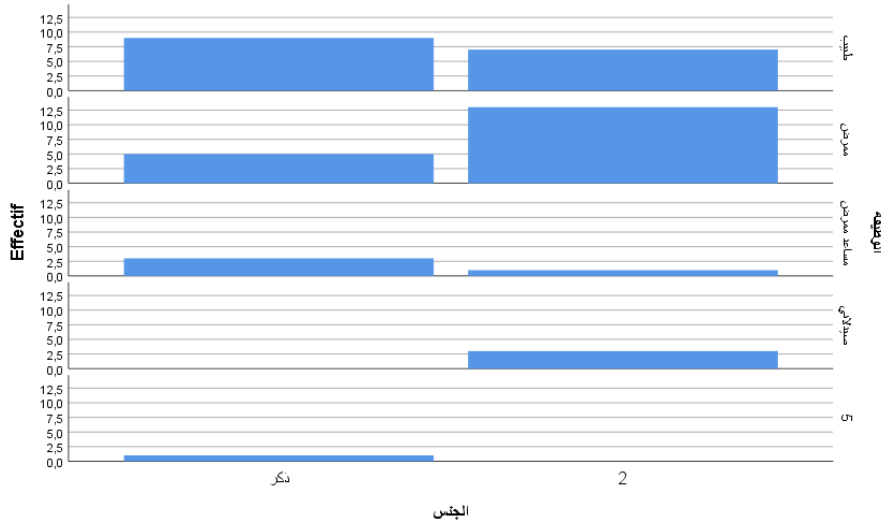
الجدول رقم (10) توزيع أفراد العينة حسب المستوى الوظيفي

البيان	التكرار	النسبة
المستوى الوظيفي	16	38.1
	18	42.9
	4	9,5
	3	7,1

إداري	1	2,4
المجموع	42	100

المصدر: من اعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V25

من خلال النتائج نجد أن أغلبية أفراد العينة كانوا من فئة ممرض بنسبة 42.9 % تليها فئة طبيب بنسبة 38.1% تليها فئة مساعد ممرض بنسبة 9.5% ثم تليها صيدلي بنسبة 7.1% حين كانت نسبة الاداري 2.4% .
نفسر أغلبية عينة الدراسة إطار عادي وسامي إلى طبيعة العمل بمؤسسة الذي يتطلب اطارات ادارية.
الشكل رقم(06)توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى الوظيفي اعتمادا على الأعمدة البيانية.



المصدر: من اعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V25

6. توزيع أفراد العينة حسب طبيعة الوظيفة.

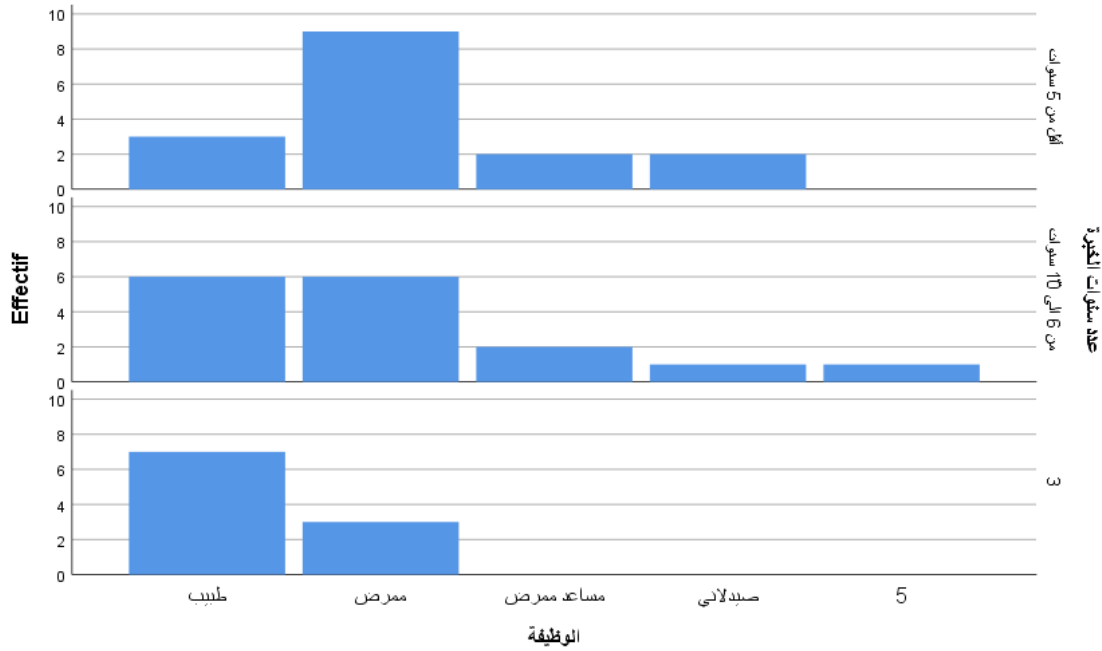
الجدول رقم (11) توزيع أفراد العينة حسب طبيعة الوظيفة

النسبة	التكرار	البيان	
31,1	16	عدد سنوات الخبرة	
31,1	16		من 6 الى 10 سنوات
23,8	10		ت
100	42		

المصدر: من اعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V25

من خلال النتائج نجد أن أغلب أفراد العينة لهم أقدمية في المصحة من 6 سنوات الى 10 سنوات بنسبة 31.1% وتليها أقل من 5 سنوات بنسبة 31.1% و أما الذين لهم أقدمية في العمل أكثر من 10 سنوات بنسبة 23.8%، مما يعكس بالإيجاب على كفاءة المورد البشري بالمؤسسة.

الشكل رقم(07)توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير سنوات الخبرة اعتمادا على الأعمدة البيانية



المصدر: من اعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V25

ثانيا: تحديد مستويات توفر المتغيرات بالمصحة محل الدراسة:

1- عرض وتحليل وصفي لإجابات أفراد العينة على عبارات المحور الاول الإبداع والابتكار بمصحة الرمال بالوادي:

من خلال حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري سنقوم بعرض وتحليل اجابات افراد العينة المستجوبين على العبارات المتعلقة بقياس الابداع والابتكار محل الدراسة كما يلي:

1-1 مستوى الابداع والابتكار في عمليات الانتاج حسب وجهة نظر افراد العينة:

الجدول رقم(12) : نتائج تحليل اجابات افراد العينة على عبارات البعد الاول

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الاتجاه العام
01	3.71	1.235	1	مرتفع
02	3.52	1.273	2	مرتفع
03	3.50	1.274	3	مرتفع
04	3.36	1.265	4	متوسط
05	3.5238	1.02530		مرتفع

المصدر: من اعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V25

تبين لنا من خلال نتائج التحليل اجابات عينة الدراسة لعبارات البعد الأول أن الاتجاه العام مرتفع لإجابات وذلك بمتوسط حسابي اجمالي قدر بـ 3.5238 وبانحراف معياري بلغ 1.02530 ما يدل على مصحة الرمال محل دراسة بمستوى مرتفع.

أن كل عبارات البعد هي بدرجة مرتفعة حيث جاءت عبارة لدي القدرة على التعبير عن أفكارى بسهولة وصياغته بأسلوب سهل وبسيط، مرتفعة بمتوسط حسابي بلغ 3.71

واحتلت المرتبة الأولى من حيث أهميتها، كما أن عبارة تتبع المصحة الأساليب العلمية مثل استعمال الكمبيوتر من أجل تحسين عمليات ابداعها وابتكارها كانت بدرجة مرتفعة بمتوسط حسابي 3.52 واحتلت المرتبة الثانية من حيث أهميتها. كما أن عبارة لدى القدرة على حلول المشاكل في وقت قصير بدرجة مرتفعة بمتوسط حسابي بلغ 3.50 واحتلت المرتبة الثالثة من حيث أهميتها، وأما عبارة املك القدرة على رد الفعل بسرعة بدرجة متوسطة بمتوسط حسابي بلغ 3.36 واحتلت المرتبة الرابعة والأخيرة من حيث أهميتها.

الجدول رقم (13): نتائج تحليل اجابات افراد العينة على عبارات البعد الثاني

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الاتجاه العام
01	3.62	1.011	3	مرتفع
02	3.67	1.162	2	مرتفع
03	3.74	0.912	1	مرتفع
04	3.36	1.186	4	متوسط
	3.5952	0.63427		مرتفع

المصدر: من اعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V25

من خلال النتائج نجد أن المتوسط الحسابي الاجمالي لإجابات أفراد العينة على العبارات المتعلقة أثر الأصالة في الابداع والابتكار بلغ 3.5952 وبانحراف معياري بلغ 0.63427 ايما يدل على أن مؤسسة مصحة الرمال محل دراسة بدرجة مرتفعة كما أن معظم موافقتهم على عبارات البعد كانت بدرجة مرتفعة ،حيث جاءت العبارة أحرص على تقديم أفكار جديدة في مجال العمل واحتلت المرتبة الاولى من حيث أهميتها بمتوسط حسابي 3.74 ،كما ان عبارة ابتعد عن تكرار الاجراءات المتبعة في العمل واحتلت المرتبة الثانية من حيث أهميتها بمتوسط حسابي 3.67 ،كما جاءت عبارة انجز ما يسند الي من اعمال بطرق متعددة لديها درجة مرتفعة بمتوسط حسابي 3.62 واحتلت المرتبة الثالثة من حيث أهميتها ،اما العبارة استطيع فرض رأي عادة بالحجج جاءت بدرجة متوسطة بمتوسط حسابي بلغ 3.36 واحتلت المرتبة الرابعة والأخيرة .

الجدول رقم (14): نتائج تحليل اجابات افراد العينة على عبارات البعد الثالث

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الاتجاه العام
01	3.64	1.008	3	مرتفع
02	3.95	1.058	2	مرتفع
03	4.02	0.869	1	مرتفع
04	3.8730	0.70212		مرتفع

المصدر : من اعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V25

من خلال الجدول تبين لنا نتائج تحليل اجابات افراد العينة مرتفع على عبارة أثر المرونة في الابداع والابتكار بمتوسط حسابي 3.8730. حيث كانت عبارة لدي القدرة على التكيف مع طرق العمل الجديد بدرجة مرتفعة واحتلت المرتبة الأولى من حيث أهميتها بمتوسط حسابي 4.02 . كما أن عبارة لدي القدرة على رؤية الأشياء بطرق مختلفة بدرجة مرتفعة واحتلت المرتبة الثانية من حيث أهميتها بمتوسط حسابي 3.95. كما أن عبارة لدي القدرة على تقديم أفكار متنوعة لتطوير العمل بتلقائية بدرجة مرتفعة بمتوسط حسابي 3.64 واحتلت المرتبة الثالثة والأخيرة.

الجدول رقم(15) : نتائج تحليل اجابات افراد العينة على عبارات البعد الرابع

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الاتجاه العام
0 1 أنتبأ لمشكلات العمل قبل حدوثها.	3.00	1.361	4	متوسط
0 2 أخطط لمواجهة مشكلات العمل التي يمكن حدوثها.	3.19	1.292	3	مرتفع
0 3 أحرص على معرفة أوجه القصور او الضعف فيما أقوم به في عملي.	4.05	1.011	1	مرتفع
0 4 لدي القدرة على تبسيط الأفكار عند مواجهة الصعاب و المواقف .	3.90	0.983	2	مرتفع
دور الحساسية للمشكلات في الابداع والابتكار	3.5357	0.71476		مرتفع

المصدر: من اعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V25

تبين لنا من خلال نتائج تحليل أفراد العينة البعد الرابع ان المتوسط الحسابي الاجمالي ب3.5357 كما أن عبارة احرص على معرفة أوجه القصور او الضعف فيما أقوم به في عملي بدرجة مرتفعة واحتلت المرتبة الأولى من حيث أهميتها بمتوسط حسابي 4.050 . كما أن عبارة لدي القدرة على تبسيط الأفكار عند مواجهة الصعاب والمواقف جاءت بدرجة مرتفعة بمتوسط حسابي 3.90 واحتلت المرتبة الثانية من حيث أهميتها. كما جاءت عبارة أخطط لمواجهة مشكلات العمل التي يمكن حدوثها بدرجة مرتفعة بمتوسط حسابي 3.19 واحتلت المرتبة الثالثة والأخيرة.

الجدول رقم(16) : نتائج تحليل اجابات افراد العينة على عبارات البعد الخامس

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الاتجاه العام
01	3.98	0.950	1	مرتفع
02	3.52	1.042	3	مرتفع
03	3.57	1.107	2	مرتفع
04	3,6905	0,77702		مرتفع

المصدر: من اعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V25

تبين لنا من خلال الجدول أن مستوى دور القدرة على التحليل في الابداع والابتكار بمتوسط حسابي اجمالي قدر بـ 3.6905. كما جاءت عبارة امتلاك القدرة على تجزئة مهام العمل بدرجة مرتفعة واحتلت المرتبة الأولى من حيث أهميتها بمتوسط حسابي 3.98. كما جاءت عبارة لذي القدرة على الاستدلال في المواقف المختلفة بدرجة مرتفعة بمتوسط حسابي 3.57 واحتلت المرتبة الثانية. كما ان عبارة أستطيع إدراك العلاقة بين الافكار وتفسيرها بدرجة مرتفعة واتلت المرتبة الثالثة والاخيرة من حيث أهميتها بمتوسط حسابي 3.52.

الجدول رقم (17): نتائج تحليل اجابات افراد العينة على عبارات البعد السادس

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الاتجاه العام
01	3.83	1.188	2	مرتفع
02	4.43	0.770	1	مرتفع بشدة
03	2.83	1.430	3	متوسط
04	2.88	1.347	4	متوسط
	3.4940	0,78182		مرتفع

المصدر: من اعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V25

تبين لنا من خلال تحليل نتائج اجابات أفراد العينة بمتوسط حسابي اجمالي قدر ب3.4940 بدرجة مرتفعة في دور المخاطر في الابداع والابتكار. كما احتلت العبارة أتحمل مسؤولية ما أقوم به من أعمال لمواجهة النتائج المرتبة الأولى بمتوسط حسابي 4.43. وعبارة أبادر بتبني الأفكار والأساليب الجديدة والبحث عن حلول المشكلات بدرجة مرتفعة بمتوسط حسابي 3.83 واحتلت المرتبة الثانية من حيث أهميتها. حيث احتلت عبارة اقتراح الأساليب الجديدة لتحسين العمل رغم علمي بالمخاطر المترتبة على ذلك بدرجة متوسطة بمتوسط حسابي 2.88 واحتلت المرتبة الثالثة. وعبارة أقدم على الأعمال الصعبة والمعقدة بدرجة متوسطة واحتلت المرتبة الرابعة والأخيرة بمتوسط حسابي 2.83.

2.2 مستوى تحقيق الميزة التنافسية حسب وجهة نظر أفراد العينة:

الجدول رقم (18) نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على العبارات

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب العام	الاتجاه العام
01 تسعى مؤسستكم إلى تحقيق ميزة تنافسية	4.12	0.993	2	مرتفع
02 تعمل مؤسستكم على تقديم خدمات صحية تنافسية.	4.10	0.850	3	مرتفع
03 تعمل مؤسستكم على تقديم خدمات مبتكرة تقابل بها طلبات المستفيدين لتحقيق التميز على المصحات الاخرى.	3.81	0.833	6	مرتفع
04 تعمل مؤسستكم على مواكبة التطور التكنولوجي عند تقديم الخدمة للمستفيدين	3.90	0.878	5	مرتفع
05 تمتلك المصحة خبراء متخصصين في مجال الإبداع والابتكار في الخدمات الصحية.	3.63	0.888	7	مرتفع
06 هدف الابداع الصحي هو تحسين الخدمة الصحية لكسب عملاء جدد.	4.17	0.794	1	مرتفع
07 تقدم مؤسستكم خدمات صحية للمستفيدين بتكاليف تنافسية.	3.91	0.790	4	مرتفع
08 تحقيق الميزة التنافسية	3,9495	0,57235		مرتفع

المصدر: من اعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V25

تبين لنا من خلال الجدول أن تحقيق الميزة التنافسية تقدر بمتوسط حسابي اجمالي 3.9495 بدرجة مرتفعة، كما ان عبارة هدف الابداع الصحي هو تحسين الخدمة الصحية لكسب عملاء جدد احتلت المرتبة الأولى من حيث أهميتها بمتوسط حسابي 4.17. وعبارة تسعى مؤسستكم على تقديم خدمات صحية تنافسية بدرجة مرتفعة بمتوسط حسابي 4.10 احتلت المرتبة الثانية من حيث أهميتها. كما انت عبارة تعمل مؤسستكم

على تقديم خدمات تنافسية المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي 4.10 بدرجة مرتفعة. واحتلت عبارة تقدم مؤسستكم خدمات صحية للمستفيدين بتكاليف تنافسية المرتبة الرابعة من حيث أهميتها بمتوسط حسابي 3.91 بدرجة مرتفعة. وعبارة تعمل مؤسستكم على مواكبة التطور التكنولوجي عند تقديم خدمة للمستفيدين بمتوسط حسابي 3.90 بدرجة مرتفعة واحتلت المرتبة الخامسة من حيث أهميتها. واحتلت عبارة تعمل مؤسستكم على تقديم خدمات مبتكرة تقابل بها طلبات المستفيدين لتحقيق التميز المرتبة السادسة بدرجة مرتفعة بمتوسط حسابي 3.81. واخيرا العبارة تمتلك المصحة خبراء متخصصين في مجال الابداع والابتكار في الخدمات الصحية بدرجة مرتفعة بمتوسط حسابي 3.63 واحتلت المرتبة السابعة والأخيرة.

المطلب الثاني: اختبار الفرضيات

جدول رقم (19) يبين ملخص مخرجات تحليل الانحدار البسيط للعلاقة الفرضية الرئيسية

معنوية تأثير بين المتغيرين		معنوية العلاقة بين المتغيرين			دراسة العلاقة بين المتغيرات	
مستوى المعنوية (SIG)	(T) (T-Test)	قيمة F المحسوبة	معامل التفسير (R ²)	معامل الارتباط بيرسون (r)	المتغير التابع	المتغير المستقل
0,00	5,167	0,211	0.05	0,072		

المصدر: من اعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V25

يتضمن جدول تحليل الانحدار البسيط ما يلي:

1. دراسة معنوية العلاقة والتأثير بين المتغيرين (الدالة الاحصائي عند 0.05).

- معنوية العلاقة بين المتغيرين: من خلال نتيجة اختبار F (F-test) نجد قيمة F المحسوبة بلغت $F_{cal}(0.211)$ وهي دالة احصائيا لأن قيمة $sig=0.00$ المصاحبة لقيمة F هي اقل من مستوى الدلالة 0.05 وهذا يشير الى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المتغيرين الابداع والابتكار والميزة التنافسية عند مستوى الدلالة 0.05.
- معنوية التأثير بين المتغيرين (معنوية قيمة B): من خلال نتيجة (t-test) نجد قيمة T المحسوبة بلغت $(5.167=T_{cal})$ وهي دالة احصائيا حيث أن قيمة $sig=0.00$ المصاحبة لقيمة T وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05 وهذا يشير الى وجود تأثير معنوي (دال احصائيا) لاهمية الابداع والابتكار للخدمات الصحية لتحقيق الميزة التنافسية بمصحة الرمال بالوادي عند مستوى معنوية 0.05.

- ومنه نستنتج قرار اختبار الفرضية: توجد دلالة إحصائية ذات تأثير معنوي بين المتغيرات المدروسة وعليه نفرض الفرضية الصفرية H_0 ونقبل الفرضية البديلة H_1 يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى 0.05 لإبداع والابتكار للخدمات الصحية لتحقيق الميزة التنافسية بمصحة الرمال بالوادي.
- 2 . تفسير الاحصائي والاقتصادي لقيم (معامل الارتباط بيرسون (r) ، ومعامل التحديد (R^2)).
 - تفسير قيمة واتجاه العلاقة بين المتغيرين: من خلال معامل الارتباط بيرسون الذي بلغت $r=0.072$ وهو موجب ويدل ذلك على اتجاه العلاقة بين المتغيرين طردية موجبة أي أن الإبداع والابتكار له تأثيرا موجبا على الميزة التنافسية حيث كلما ازادت مستويات تطبيق الإبداع والابتكار بمصحة الرمال
 - تفسير نسبة المساهمة R^2 بين المتغيرين: من خلال قيمة معامل التفسير المقدر ب $R^2=0.05$ يتضح بأن الإبداع والابتكار فعاليته ب 5% من التغيرات التي تحدث في درجة تحقيق الميزة التنافسية وهذا الآراء المستجوبين في هاته المصحة والباقي راجع الى عوامل أخرى.
 - وعليه ان ارادت محل الدراسة مصحة الرمال الرفع من درجات أداء العاملين عليها بالإبداع والابتكار المستمر لتحقيق ميزة تنافسية عالية وزيادة مستوياتها وهذا أكيد ينعكس بالإيجاب على محل الدراسة وتحقيق أهدافها.

خلاصة الفصل

تناولنا في هذا الفصل اثر الإبداع والابتكار على الميزة التنافسية في مؤسسة مصحة الرمال بالوادي من الجانب التطبيقي ،حيث تعتبر هذه الأخيرة من المؤسسات الأكثر إدراكا بأهمية الاستثمار في الابداع والابتكار وهذا ما جعلها تعمل على تفعيل الاتصال بين المؤسسة وزبائنها وتحسين ظروف العمل.

فمن خلال دراستنا الميدانية توصلنا الى أن المؤسسة تتبنى طرق الإبداع والابتكار نظرا لما تقدمه من دعم للموصفين وتحفيزهم لاستغلال قدراتهم الابداعية سواء في تعاملاتهم الداخلية والخارجية مع فروع المؤسسة أو الادارة المركزية حيث تبين لنا أن معظم أنشطة المؤسسة وأقسامها تقوم على استغلالها بعض الطرق الابداعية والعمل على تنميتها بغرض الحصول على تحسين الخدمات مما يؤدي بدوره الى اكتسابها ميزة تنافسية تميزها عن غيرها.

الخاتمة العامة

الخاتمة:

اتضح من خلال الدراسة أن التغيرات السريعة في عالم اليوم، تفرض على المؤسسات تحديات كبيرة، وفي نفس الوقت تقدم فرصا لا حدود لها، ففي ظل البيئة الجديدة لم تعد استراتيجيات الأمس مجدية لحل مشاكل اليوم، وحتى تحقق المؤسسة أهدافها يجب أن تتوفر لديها الأساليب والأدوات اللازمة لذلك، إلا هذه العملية عادة ما تكون صعبة ما لم تدعم بالقدرة على الابداع والابتكار اللذين يمثلان الدعامة الأساسية لأي مؤسسة ترغب في البقاء والتميز في عالم اليوم.

لذا قمنا بالبحث عن أهمية الابداع والابتكار في الخدمات الصحية لتحقيق الميزة التنافسية، كما حاولنا تحديد أهميتها ودورها في مصحة الرمال بالوادي التي كانت محل الدراسة الميدانية التي قمنا بها من أجل إسقاط الجانب النظري على الجانب التطبيقي، ولقد تم اختيار هذه المؤسسة كميدان للدراسة باعتبارها من المؤسسات التي تعمل في قطاع يتميز بمنافسة شديدة أين تهتم بتقديم ما يتناسب مع ما يريده الزبائن وبشكل أفضل من المنافسين، وهذا هو جوهر الابداع والابتكار.

نتائج اختبار صحة الفرضيات:

توصلنا إلى نتائج اختبار صحة الفرضية وهي كآلاتي:

- للإبداع والابتكار دور كبير في نجاح المؤسسات الصحية وذلك بتحقيق ميزة تنافسية عن طريق اكتساب مهارات عديدة ومستوى عالي لدى الموظفين، كما لاحظنا أن مصحة الرمال تعمل باستمرار لتنمية الابداع والابتكار.
- المؤسسة بحاجة الى تنمية ميزتها التنافسية من أجل النجاح والاستمرارية في بيئة شديدة المنافسة.
- العلاقة بين الابداع والابتكار والميزة التنافسية علاقة طردية قوية وهذا يدل على أن المؤسسة كلما تبنت الإبداع والابتكار كلما عززت من ميزتها التنافسية.
- الابداع والابتكار مكملان لبعضهما، وأنها وجهان لعملة واحدة وان الابداع جزء من الابتكار.
- ان الابتكار يحقق ميزة تنافسية للمؤسسة وفيما يتعلق بكونها مستدامة أو مؤقتة فإن ذلك يبقى بحسب درجة كثافة الابتكار.
- ان الابتكار هو مفتاح البقاء للمؤسسة في ظل الظروف المتغيرة التي تميز بيئة الأعمال من خلال قدرته على تكيف المنتج ليتلاءم مع التغيرات الجديدة التي حدثت لحاجات ورغبات الزبائن.

التوصيات والاقتراحات:

- بناء على ما تقدم ذكره في النتائج توصلنا الى وضع التوصيات والحلول التي من الممكن أن تساعد المؤسسة في ايجاد عملية ابداع وابتكار حقيقي داخلها، وتتمثل فيما يلي:
- ايجاد قسم خاص بالابتكار داخل المؤسسة يأخذ على عاتقه مسؤولية تطوير وابتكار منتجات جديدة ويعمل به افراد ذوي التخصصات العالية.
 - زيادة الاهتمام من قبل المؤسسة المدروسة بالاستماع الى مقترحات العاملين لإحداث التغيير، بوضع سياسات تشجيعية إزاء مقترحاتهم للإبداع والابتكار.
 - ينبغي ان تضع ضمن استراتيجيتها العمل على تطوير وابتكار خدمات جديدة للحصول على اختراعات تتميز بها عن المنافسين، وهذا يتطلب منها تكاتف جهود المديرين والخبراء التقنيين في مجال الخدمات الصحية.
 - وضع صندوق للأفكار يمكن جميع عمال المؤسسة المساهمة فيه بالاعتبار أن كل ابتكار يبدأ بفكرة.
 - ضرورة الاهتمام أكثر بعملية الابداع والابتكار كخيار استراتيجي قصد تحقيق الميزة التنافسية.

أفاق البحث:

قصد ترك المجال مفتوحا للبحث نطرح المواضيع التالية:

- واقع الابداع والابتكار وتطوير منتجات جديدة في المؤسسة الاقتصادية.
- أهمية نظام المعلومات في دعم الابتكار داخل المؤسسة.
- أثر الابداع والابتكار على أداء المورد البشري في المؤسسة.
- وظيفة البحث والتطوير كأداة لخلق الابداع والابتكار.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة الكتب والمراجع:

- 1- بلال خلف السكارنة: " الابداع الإداري "، دار المسيرة للطباعة والنشر، عمان، ط1، 2011.
- 2- محمد لينا جمال: " إدارة التميز والابداع الإداري "، دار خالد اللحاني للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2017.
- 3- محمد داود: " إدارة التميز والابداع الإداري "، دار ابن النفيس للنشر والتوزيع، عمان ط1، 2020،
- 4- فريد النجار: " إدارة رأس المال البشري بالموهبة والابداع "، منشأة المعارف، الإسكندرية-مصر، 2014.
- 5- سليم بطرس جلدة، زيد منير عبدو: " إدارة الابداع والابتكار "، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2006.
- 6- إسماعيل محمد علي: " إدارة الأعمال من منظور اقتصادي "، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2016.
- 7- نجم عبود نجم، ادارة الابتكار، المفاهيم والخصائص والتجارب الحديثة، الطبعة الأولى عمان دار النشر وائل للنشر، 2003.
- 8- سليم بطرس جلدة، إدارة الابداع والابتكار، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- 9- علي سويلم الجازي: " نظم المعلومات الاستراتيجية ودورها في تحسين جودة الخدمات الحكومية "، دار الخليج للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، ط1، 2021،
- 10- بجهة عطية راضي: " إدارة الجودة الشاملة المفهوم والفلسفة والتطبيقات "، روابط للنشر وتقنية المعلومات، مصر، 2016.
- 11- فانتن عبد الأول منتشي: " الاقتصاد المعرفي "، مركز الخبرات المهنية للإدارة، بملك، ط1، 2019.

المجلات العلمية والملتقيات:

- 1- بوخاري عبد الحميد، " دور الابتكار في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية "، الملتقى الدولي الثالث حول أساليب تفعيل قيادة الإبداع والابتكار في المؤسسات الجزائرية في ظل مفاهيم الإدارة الحديثة، جامعة غرداية، يومي 14-15 فيفري 2017.

الرسائل والاطروحات والمجلات:

- 2- كحموص نجاة: " دور الإبداع والابتكار في تحقيق الميزة التنافسية "، دراسة حالة اتصالات الجزائر ميلة، رسالة ماجستير، قسم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، المركز الجامعي عبد الحفيظ بالصوف ميلة، 2022، 2021.

- 3- الصادق لشهب وآخرون: "دور الابتكار في تنمية الميزة التنافسية"، المجلة الجزائرية للتنمية الجزائرية، ورقلة، العدد 7، ديسمبر 2017.
- 4- صباح ترغيني: " دور التعلم التنظيمي في دعم الابتكار في المؤسسة الاقتصادية"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير، تخصص اقتصاد وإدارة المعرفة والمعارف، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2017-2018.
- 5- خولة بركاني: "أثر تطبيق التسويق الابتكاري على تحسين الأداء التسويقي في المؤسسة الاقتصادية" ، مذكرة مكملة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في العلوم التجارية، تخصص تسويق الخدمات، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي-الجزائر، 2016/2017.
- 6- الطيف عبد الكريم، محاضرات في الابداع والابتكار، السنة 2 ماجستير، تخصص إدارة أعمال، قسم علوم التسيير كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير، جامعة أحمد بوقرة بومرداس، 2017_2018
- 7- سهام طرشاني، محاضرات في إدارة الابداع والابتكار، السنة ثانية ماجستير، تخصص ادارة اعمال، قسم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة حسيبة بن بو على الشلف، 2019_2020.

الملاحق

الجنس

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	ذكر	18	42,9	42,9	42,9
	2	24	57,1	57,1	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

السن

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	سنة 30 من أقل	15	35,7	35,7	35,7
	39 الى 30 من	13	31,0	31,0	66,7
	49 الى 40 من	10	23,8	23,8	90,5
	4	4	9,5	9,5	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

التعليمي المستوى

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	أقل أو ثانوي	5	11,9	11,9	11,9
	جامعي	16	38,1	38,1	50,0
	3	21	50,0	50,0	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

الوظيفة

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	طبيب	16	38,1	38,1	38,1
	ممرض	18	42,9	42,9	81,0
	ممرض مساعد	4	9,5	9,5	90,5
	صيدلاني	3	7,1	7,1	97,6
	5	1	2,4	2,4	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

الخبرة سنوات عدد

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	سنوات 5 من أقل	16	38,1	38,1	38,1
	سنوات 10 الى 6 من	16	38,1	38,1	76,2
	3	10	23,8	23,8	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

Statistiques

		التعبير على القدرة لدي بسهولة أفكاره عن سهل بأسلوب وصياغته وبسيط	تقديم على القدرة لدي خلال فكرة من أكثر . قصيرة زمنية مدة	اقتراح على القدرة لدي السريعة الحلول . العمل مشاكل لمواجهة	بسرعة الفعل رد على القدرة أملك
N	Valide	42	42	42	42
	Manquant	0	0	0	0
	Moyenne	3,71	3,52	3,50	3,36
	Ecart type	1,235	1,273	1,274	1,265

Statistiques

		من الي يسند ما أنجز .متعددة بطرق أعمال	تكرار عن أبتعد في المتعبة الاجراءات .العمل انجاز	تقديم على أحرص مجال في جديدة أفكار .العمل	بالحجج عادة رأيي فرض أستطيع
N	Valide	42	42	42	42
	Manquant	0	0	0	0
	Moyenne	3,62	3,67	3,74	3,36
	Ecart type	1,011	1,162	,912	1,186

Statistiques

		تقديم على القدرة لدي لتطوير متنوعة أفكار .يسر و بتلقائية العمل	رؤية على القدرة لدي مختلفة بطرق الأشياء	الجديدة العمل طرق مع التكيف على القدرة لدي
N	Valide	42	42	42
	Manquant	0	0	0
	Moyenne	3,64	3,95	4,02
	Ecart type	1,008	1,058	,869

Statistiques

		تجزئة على القدرة أمتلك .العمل مهام	العلاقة ادراك أستطيع .وتفسيرها الأفكار بين	المختلفة المواقف في الاستدلال على القدرة لدي
N	Valide	42	42	42
	Manquant	0	0	0
	Moyenne	3,98	3,52	3,57
	Ecart type	,950	1,042	1,107

Statistiques

		الأفكار ببنني أبادر الجديدة والأساليب حلول عن والبحث للمشكلات	أقوم ما مسؤولية أتحمل لدي و أعمال من به لمواجهة الاستعداد النتائج	الاعمال على أقدم والمعقدة الصعبة	علمي رغم العمل لتحسين جديدة أساليب أقترح ذلك على المترتبة بالمخاطر
N	Valide	42	42	42	42
	Manquant	0	0	0	0
	Moyenne	3,83	4,43	2,83	2,88
	Ecart type	1,188	,770	1,430	1,347

Statistiques

		تسعى إلى مؤسساتكم ميزة تحقيق تنافسية	على مؤسساتكم تعمل صحية خدمات تقديم تنافسية	على مؤسساتكم تعمل مبتكرة خدمات تقديم لتحقيق المستفيدين على التميز الايخرى المصحات	على مؤسساتكم تعمل التطور مواكبة عند التكنولوجي الخدمة تقديم للمستفيدين	المصحة تمتلك خبراء متخصصين مجال في الإبداع في والإبتكار الخدمات الصحية	الإبداع هدف هو الصحي الخدمة تحسين لكسب الصحية جند عملاء	تقدم مؤسساتكم خدمات صحية للمستفيدين بتكاليف تنافسية
N	Valide	42	42	42	42	41	42	42
	Manquant	0	0	0	0	1	0	0
	Moyenne	4,12	4,10	3,81	3,90	3,63	4,17	3,90
	Ecart type	,993	,850	,833	,878	,888	,794	,790

Statistiques

		العمل لمشكلات أنتبأ حدوثها قبل	لمواجهة أخطط التي العمل مشكلات حدوثها يمكن	معرفة على أحرص أو القصور أوجه في به أقوم فيما الضعف عملي	و الصعاب مواجهة عند الأفكار تبسيط على القدرة لدي المواقف
N	Valide	42	42	42	42
	Manquant	0	0	0	0
	Moyenne	3,00	3,19	4,05	3,90
	Ecart type	1,361	1,292	1,011	,983

Statistiques

		الطلاقة
N	Valide	42
	Manquant	0
	Moyenne	3,5238
	Ecart type	1,02530

Statistiques

		الأصالة	المرونة	الحساسية	القدرة على التحليل	المخاطرة
N	Valide	42	42	42	42	42
	Manquant	0	0	0	0	0
	Moyenne	3,5952	3,8730	3,5357	3,6905	3,4940
	Ecart type	,63427	,70212	,71476	,77702	,78182

Statistiques

بعد تحقيق الميزة التنافسية

N	Valide	42
	Manquant	0
	Moyenne	3,9495
	Ecart type	,57235

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Alpha de Cronbach basé sur des éléments standardisés	Nombre d'éléments
,766	,758	29

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,072 ^a	,005	-,020	,57794

a. Prédicteurs : (Constante), الابداع والابتكار

ANOVA^a

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	,071	1	,071	,211	,648 ^b
	de Student	13,361	40	,334		
	Total	13,431	41			

a. Variable dépendante : بعد تحقيق الميزة التنافسية

b. Prédicteurs : (Constante), الابداع والابتكار

Coefficients^a

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés		Sig.
		B	Erreur standard	Bêta	t	
1	(Constante)	3,629	,702		5,167	,000
	الابداع والابتكار	,089	,193	,072	,459	,648

a. Variable dépendante : بعد تحقيق الميزة التنافسية