



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم علوم التسيير

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي

ميدان العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

الشعبة: علوم التسيير، التخصص: إدارة أعمال

دور التحفيز في دعم عملية الابتكار في المؤسسة الاقتصادية

دراسة حالة شركة الورود للروائح والعطور

من إعداد الطالبات:

- عطلي مبروكة
- عبد الكريم خولة
- حميدة خولة
- بن سعود عواطف

نوقشت بتاريخ: 2024/06/04

أعضاء اللجنة:

الاسم واللقب	الرتبة	الصفة
د. حمزة بالي	أستاذ محاضر (أ)	رئيسا
د. مرزوقي مرزوقي	أستاذ محاضر (أ)	مشرفا
د. عادل غربي	أستاذ محاضر (ب)	مناقشا

السنة الجامعية 2024/2023



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم علوم التسيير

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي

ميدان العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

الشعبة: علوم التسيير، التخصص: إدارة أعمال

دور التحفيز في دعم عملية الابتكار في المؤسسة الاقتصادية

دراسة حالة شركة الورود للروائح والعطور

من إعداد الطالبات:

- عطلي مبروكة
- عبد الكريم خولة
- حميدة خولة
- بن سعود عواطف

نوقشت بتاريخ: 2024/06/04

أعضاء اللجنة:

الاسم واللقب	الرتبة	الصفة
د. حمزة بالي	أستاذ محاضر (أ)	رئيسا
د. مرزوقي مرزوقي	أستاذ محاضر (أ)	مشرفا
د. عادل غربي	أستاذ محاضر (ب)	مناقشا

السنة الجامعية 2024/2023

شكر وعرفان

الحمد لله الذي هدانا لهذا وما كنا لنهتدي لولا أن هدانا الله

فالحمد لله والشكر أولا وأخيرا على فضله وكرمه وبركته الذي هدانا إلى نور

العلم وميزنا بالعقل، ووهبنا القوة والتوفيق بإنجاز هذا العمل ليضاف إلى ميادين البحث العلمي

والصلاة والسلام على سيد المرسلين وإمام المتقين سيدنا محمد وعلى آله وأصحابه أجمعين.

أولا وقبل كل شيء نتقدم بالشكر الجزيل لأستاذنا المشرف د. مرزوقي مرزوقي الذي أعطانا

من وقته الكثير ولم يخل علينا بشيء، كما نتقدم بشكرنا إلى د. عيشوش محمد الحافظ

الذي قدم لنا النصح والتوجيه لإتمام هذا العمل بنجاح، دون أن ننسى أساتذتنا الذين تشرفنا بتدريسهم لنا

في هذا العام الاستثنائي خاصة: بالي حمزة ، بن عمر بشير، ديبلي رشدي

غربي عادل، تامة الهاشمي راجين من المولى عز وجل أن يجزيهم عنا خير الجزاء.

كما نشكر كل من إدارة وموظفي شركة روائح الورد والعطور على حسن

استقبالهم وإفادتنا بكل المعلومات اللازمة للدراسة.

ونشكر كل من ساهم في هذا العمل من قريب أو بعيد.



الإهداء

إلى من باقية في قلبي ذكراه، إلى روح أبي الطاهر..

إلى التي علمتني أن لا حاجة لي عند مخلوق وأن الله معي دائما أُمي الغالية حفظها الله ورعاها..

إلى رفيق الدرب وأبنائي الأعزاء ردينة، عبد الباري، جيداء..

إلى كل إخوتي وأخواتي كل باسمه..

إلى عائلتي الثانية عائلة الأشعري كل باسمه..

إلى صديقات العمل :خولة عبد الكريم – عواطف بن سعود – خولة حميدة..

إلى كل الأهل والأقارب إلى كل من عرفني من قريب أو بعيد..

أهدي ثمرة جهدي.

عصافى مبروك



الإهداء

إلى من قال فيها الله عز وجل " رب ارحمهما كما ربياني صغيرا".

إلى التي دفعتني لإكمال دراستي أُمي الغالية أطلال الله في عمرها وألبسها لباس الصحة والعافية" ساسية مانه"

إلى سبب وجودي في الحياة إلى سندي الذي لا يميل والذي العزيز حفظه الله "بشير"

إلى قلبي الذي ينبض خارج جسدي ، إلى شريك الروح ورفيق الدرب وعمود بيتي " سليم دواشي"

إلى فرحتي الأولى وبهجتي في الحياة إلى ذخر أمه وأبيه ابني البكر فتح الله له دروب العلم وذلّل له الصعاب "اسلام

طارق أيوب"

إلى زينة حياتي وزهور عمري إلى نجوم قلادتي بناتي جعلهن الله من حفظة كتابه.

"براءة الرحمان - وصال القلوب - مانيسا"

إلى أشقاء روحي وقناديل ظلامي سندي وذخري في الدنيا إخوتي وأخواتي " ياسين-عز الدين - أحمد- محمد رضا و

زوجاتهم-سهام- ناريمان- عبير- خلود- فريال- ريان- هناء وأزواجهم.

إلى عائلة زوجي "دواشي" خاصة أختي التي لم تلدها أُمي "حياة".

إلى رفيقات الدرب نوال- ابتهاج- مسعودة- خولة- أسماء.

إلى زملائي وزميلاتي في العمل بمدرسة "بليي الصادق".

إلى زميلاتي في هذا العمل خاصة" عطلي مبروكة".

إلى كل أهلي وأقاربي وأحبائي وجيراني

إلى كل من ذكرهم قلبي ولم يذكرهم قلمي..أهدي ثمرة جهدي المتواضعة .

عائلة عبد العزيز



الأمهات

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات
أهدي تخرجي إلى من لا يضاهيهما أحد في الكون

إلى من أمرنا ، الله ببرهما إلى من بذلا الكثير وقدمنا مالا يمكن أن يُرد

إلى أسمى آيات العطاء البشري، إليكما تلك الكلمات " أمي وأبي "

فقد كنتم خير داعم لي طوال مسيرتي الدراسية

إلى سندي في الحياة أخي وأخواتي

إلى رفيق الدرب زوجي العزيز صدقا و إخلاصا

إلى من حلت بركة وجودهم في حياتي، صغاري الغاليين

إلى عائلتي الثانية " عائلة زوجي "

إلى أولئك الذين يفرحهم نجاحنا

إلى كل من دعمني وساندني خلال فترتي الجامعية

من صميم القلب شكرا لكم ونسأل الله أن يتم فرحتنا.

لمصطفى عزملة

الهناء



أهدي هذا العمل المتواضع إلى روح أبي الطاهرة بن سعود فتحي رحمه الله..
إلى التي زودتني بالحنان والمحبة ، إلى من علمتني وعانت الصعاب معي ولأجلي..
إلى من علمتني الصمود مهما تبدلت الظروف أُمِّي الغالية "مسعودة عبائدي"..
إلى نبض قلبي وسندي بعد والدي ، إلى من شجعني و دعمني لإتمام هذا المشوار زوجي العزيز ، دمت لي نورا يضيء
عُتمة الحياة "طرابلسي عبد الفتاح".
إلى حياتي وسر بسمتي في الحياة أطفالي " جاد - ياسمين - ريتال".
إلى إخوتي قرة عيني: بشير- أسامة - محمد العيد - نصر الدين - المعتصم بالله.
إلى أختي وحيدتي جميلتي " أم الهناء".
إلى كل من ساندني في إتمام هذا المشوار من قريب أو من بعيد وخاصة أم زوجي ماما سيدة وأب زوجي وزوجة أخي
العزيزة ، وكل من لم يحالفني الحظ في ذكره.
إلى صديقتي المقربة صديقة الدراسة وصاحبة عمري والحياة،
إلى من أتمت هذه المذكرة بكل سطر فيها " عطلي مبروكة".
وإلى زميلاتي في هذه المذكرة خولة عبد الكريم وخولة حميدة،
أتمنى لهما كل التوفيق والاعانة.

بن سعود عواطف

ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة كيفية مساهمة التحفيز في دعم عملية الابتكار، حيث تمحورت الاشكالية حول دور التحفيز في دعم عملية الابتكار في شركة روائح الورود والعطور بالوادي.

تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي في الشق النظري، والمنهج الاستدلالي في الشق التطبيقي للدراسة حيث تم جمع البيانات من خلال المراجعة الأدبية واستطلاع آراء العاملين عن طريق الاستبيان والعينة المدروسة المكونة من 40 عامل بالشركة محل الدراسة، والتي تم تحليلها بواسطة برنامج SPSSv22 ومجموعة من الأدوات الاحصائية كالتكرارات والنسب المئوية والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري واختبار الانحدار الخطي البسيط.

خلصت الدراسة بجانبها النظري والتطبيقي إلى مجموعة من النتائج أهمها وجود علاقة طردية وأثر إيجابي بين أبعاد التحفيز وعملية الابتكار، حيث أن البعد الأكثر تأثيراً في دعم عملية الابتكار في شركة روائح الورود والعطور هو الحوافز الفردية.

الكلمات المفتاحية: التحفيز، أبعاد التحفيز، الابتكار، الحوافز الفردية.

Abstract:

The following study aims at discovering the motivation's contribution in the process of innovation. This research studies innovation's role in supporting the process of innovation in "Raoih Elwouroud wa El aouttour" company in ELoued.

The analytical descriptive approach was utilized in the theoretical chapter where as the deductive approach was used in the practical one. Data has been collected through literature review as well as employees as a case study. Results have been analyzed through SPSSv22 and a set of statistic tools such as frequencies , percentages , mean, standard deviation, and simple linear deviation test.

The study concludes that innovation and motivation are directly related to one another and that the latter has a positive effect on the former, given that personal motives are found to be the most effective factor of innovation in " Raoih El wouroud wa El Aouttour/Eloued" company.

Keywords: Motivation, motivation's features, innovation, personal motivation.

فهرس المحتويات

الصفحة	المحتوى
I	شكر وعرفان
II	الاهداء
VI	ملخص الدراسة
VII - V III	فهرس المحتويات
X-IX	فهرس الجداول
X I	فهرس الأشكال
X I	فهرس الملاحق
أ - و	مقدمة
الفصل الأول: الجانب النظري للتحفيز والابتكار	
2	تمهيد
3	المبحث الأول: التحفيز ودوره في دعم الابتكار
3	المطلب الأول: ماهية متغيرات الدراسة (التحفيز، الابتكار)
3	الفرع الأول: الإطار النظري للتحفيز
8	الفرع الثاني: الإطار النظري للابتكار
12	المطلب الثاني: علاقة التحفيز بالابتكار
12	الفرع الأول: دور التحفيز في تشجيع وتنمية الابتكار
13	الفرع الثاني: دور التحفيز في خلق ميزة تنافسية
14	المبحث الثاني: الإحاطة التطبيقية للتحفيز والابتكار
14	المطلب الأول: عرض الدراسات السابقة
14	الفرع الأول: الدراسات السابقة باللغة العربية
17	الفرع الثاني: الدراسات السابقة باللغة الأجنبية
20	المطلب الثاني: المقارنة بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية
20	الفرع الأول: المقارنة مع الدراسات العربية

21	الفرع الثاني: المقارنة مع الدراسات الاجنبية
22	الفرع الثالث: موقع الدراسة الحالية من الدراسات السابقة
23	خلاصة الفصل
الفصل الثاني: الدراسة الميدانية	
25	تمهيد
26	المبحث الأول: الطريقة والادوات المستخدمة في الدراسة التطبيقية
26	المطلب الأول: البطاقة الفنية لشركة روائح الورود والعطور
26	الفرع الأول: تقديم مجموعة ورود
26	الفرع الثاني: تقديم شركة ورود للروائح والعطور
27	الفرع الثالث: الهيكل التنظيمي لشركة روائح الورود والعطور
28	المطلب الثاني: الطريقة المستخدمة في الدراسة
30	المطلب الثالث: الادوات المستخدمة في الدراسة
30	الفرع الأول: أدوات الدراسة وقياس المتغيرات
33	الفرع الثاني: أساليب التحليل الاحصائي للبيانات
34	الفرع الثالث: أساليب جمع البيانات والمعلومات
35	المبحث الثاني: عرض ومناقشة نتائج الدراسة
35	المطلب الأول: عرض نتائج الدراسة
35	الفرع الأول: الخصائص الاحصائية للعينة
40	الفرع الثاني: عرض نتائج الدراسة
46	المطلب الثاني: مناقشة نتائج الدراسة
46	الفرع الأول: مناقشة نتائج العينة
47	الفرع الثاني: اختبار الفرضيات
53	خلاصة الفصل
54	خاتمة
58	قائمة المراجع
62	الملاحق

فهرس الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
1-1	جدول يوضح مفهوم الابتكار	09
2-1	جدول يوضح مقارنة بين الدراسات العربية والدراسة الحالية	20
3-1	جدول يوضح مقارنة بين الدراسات الاجنبية والدراسة الحالية	21
1-2	جدول يوضح ملخص الاستبيانات الموزعة، المسترجعة، الصالحة للتحليل	28
2-2	جدول يوضح درجات مقياس ليكارث الثلاثي للإجابة	29
3-2	جدول يوضح معامل الارتباط بين بعد الحوافز المادية وعباراته	31
4-2	جدول يوضح معامل الارتباط بين بعد الحوافز المعنوية وعباراته	31
5-2	جدول يوضح معامل الارتباط بين بعد الحوافز الفردية وعبارته	32
6-2	جدول يوضح معامل الارتباط بين بعد الحوافز الجماعية وعباراته	32
7-2	جدول يوضح معامل الارتباط بين بعد الحوافز السلبية وعباراته	32
8-2	جدول يوضح معامل الارتباط بين متغير الابتكار و عباراته	33
9-2	جدول يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس	35
10-2	جدول يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير العمر	36
11-2	جدول يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى العلمي	37
12-2	جدول يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى الوظيفي	38
13-2	جدول يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير الاقدمية في العمل	39
14-2	جدول يوضح معامل ألفا كرو نباخ لأداة الدراسة	40
15-2	جدول يوضح المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والاتجاه العام لمحور التحفيز	40
16-2	جدول يوضح المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والاتجاه العام لبعده الحوافز المادية	41
17-2	جدول يوضح المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والاتجاه العام لبعده الحوافز المعنوية	42
18-2	جدول يوضح المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والاتجاه العام لبعده الحوافز الفردية	43
19-2	جدول يوضح المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والاتجاه العام لبعده الحوافز الجماعية	43
20-2	جدول يوضح المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والاتجاه العام لبعده الحوافز السلبية	44
21-2	جدول يوضح المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والاتجاه العام لمحور الابتكار	45

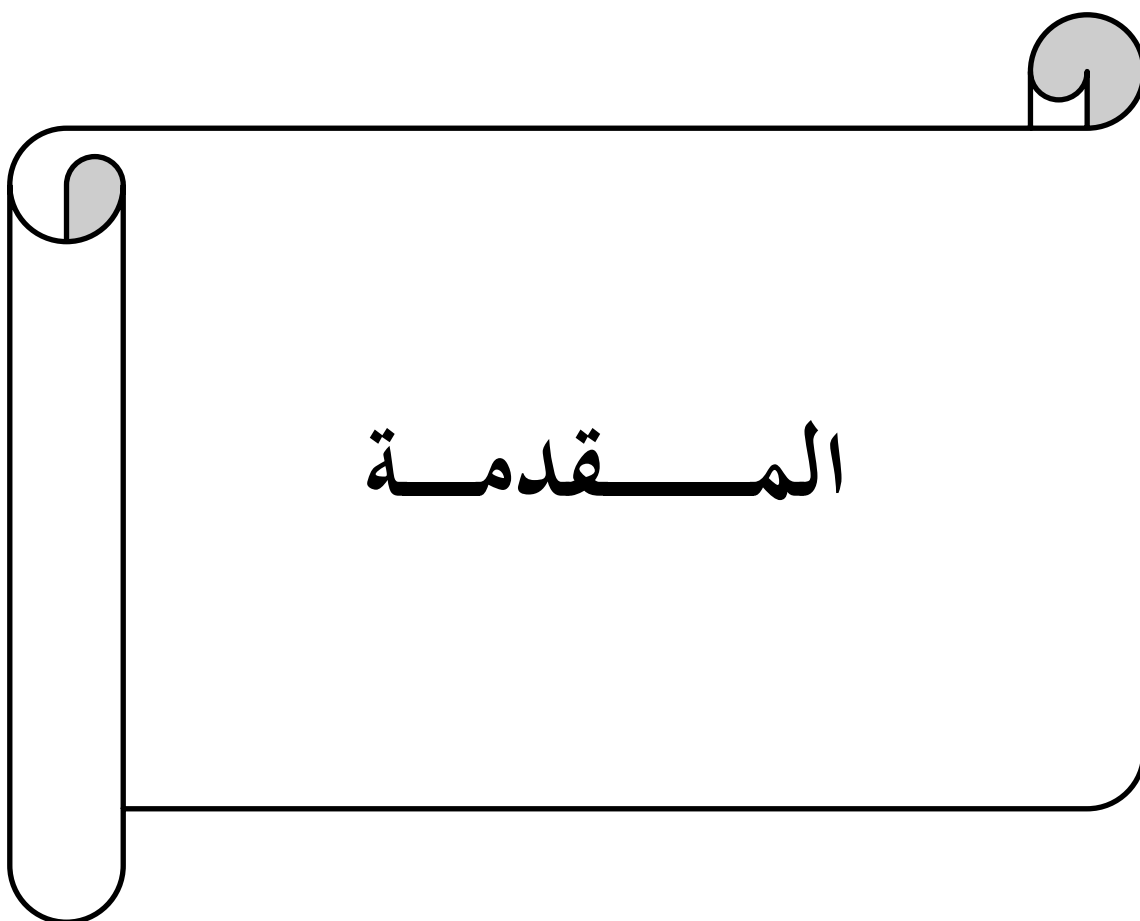
47	جدول يوضح ملخص الارتباط الخطي البسيط للفرضية الرئيسية	22-2
48	جدول يوضح ملخص الارتباط الخطي البسيط للفرضية الفرعية الاولى	23-2
49	جدول يوضح ملخص الارتباط الخطي البسيط للفرضية الفرعية الثانية	24-2
50	جدول يوضح ملخص الارتباط الخطي البسيط للفرضية الفرعية الثالثة.	25-2
51	جدول يوضح ملخص الارتباط الخطي البسيط للفرضية الفرعية الرابعة	26-2
52	جدول يوضح ملخص الارتباط الخطي البسيط للفرضية الفرعية الخامسة	27-2

فهرس الاشكال

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
1-1	شكل يوضح عملية التحفيز	04
2-1	شكل يوضح الحوافز المادية والمعنوية	06
3-1	شكل يوضح الحوافز الفردية والجماعية	07
1-2	شكل يوضح الهيكل التنظيمي لشركة روائح الورد والعطور	27
2-2	شكل يوضح نموذج الدراسة	29
3-2	شكل يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس	35
4-2	شكل يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير العمر	36
5-2	شكل يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى العلمي	37
6-2	شكل يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى الوظيفي	38
7-2	شكل يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير الاقدمية في العمل	39

فهرس الملاحق

الرقم	الملحق	الصفحة
01	نموذج الاستبانة الموزعة	63



1. توطئة:

تسعى معظم المؤسسات الاقتصادية إلى تحقيق النمو والارتقاء إلى أعلى المستويات، وضمان بقاء سيرورة عملها في المجال، حيث يعتمد تميز أداء هذه المؤسسات على التسيير الأمثل لمختلف مواردها وأهمها المورد البشري الذي له حق إدارة جميع وظائف المؤسسة وأنشطتها المختلفة من خلال توفير العمالة المؤهلة المالكة للمهارات المطلوبة لشغل الوظيفة، هذه المعايير وحدها غير كافية لتحقيق الانتاجية العالية ما لم يكن هناك دافع يحركه.

يعتبر التحفيز وسيلة للرفع من مستوى كفاءة الفرد داخل المؤسسة و الذي حظي باهتمام كبير، الأمر الذي أدى إلى اعتراف الادارات الناجحة بالحاجات الانسانية وضرورة احترامها للأفراد، كل حسب كفاءاته وقدراته ومهاراته فتحفيز العاملين يحرك طاقاتهم الكامنة ويولد لديهم حب الرغبة والحماس في العمل، وزيادة أدائهم من خلال الاحاطة بمشاعرهم وطموحاتهم والاهتمام بهم، الأمر الذي يؤدي إلى ضمان تفانيهم في أدائهم والتعامل بكفاءة وفاعلية، وهذا ما يؤدي إلى مرحلة الابتكار للعاملين.

يعتبر الابتكار ظاهرة تاريخية تزامنت مع مسيرة التطور الانساني، وبرزت أهمية هذه الظاهرة مع بروز الثورة الصناعية، حيث يشهد ميدان إدارة الاعمال ثورة حقيقية على مستوى المفاهيم والممارسات، فقد انتقل التفكير من التركيز على عوامل الانتاج المادية إلى العوامل غير المادية، لذلك أصبحت المؤسسات الاقتصادية تولي اهتماما بالغا بالابتكار كأداة للتنافس ووسيلة تعتمد عليها للمحافظة على المركز التنافسي.

تعتبر دراسة علاقة التحفيز بعملية الابتكار من المواضيع البحثية الحديثة والهامة في مجال إدارة الاعمال فالعامل المحفز إيجابيا وراضي عن عمله يساهم في تحقيق الاهداف المرجوة وزيادة الأداء المنشود وتعزيز القيم الإيجابية في المؤسسة، الأمر الذي يستوجب وضع نظام تحفيزي ملائم، يجعل العاملين يقدمون الأفضل من إمكانيات ومهارات، إضافة إلى تحفيز الطاقات الابتكارية لديهم.

جاءت هذه الدراسة للتعرف على دور التحفيز في دعم عملية الابتكار في شركة روائح الورود والعطور بالمنطقة الصناعية بكوينين بولاية الوادي.

2. إشكالية البحث:

بناء لما تقدم يمكن طرح الإشكالية التالية:

كيف يساهم التحفيز في دعم عملية الابتكار في شركة روائح الورود والعطور؟

تم تقسيم الإشكالية الرئيسية إلى التساؤلات الفرعية التالية:

- هل هناك أثر ذو دلالة إحصائية لبعء الحوافز المادية على عملية الابتكار في شركة روائح الورود والعطور؟
- هل هناك أثر ذو دلالة إحصائية لبعء الحوافز المعنوية على عملية الابتكار في شركة روائح الورود والعطور؟
- هل هناك أثر ذو دلالة إحصائية لبعء الحوافز الفردية على عملية الابتكار في شركة روائح الورود والعطور؟
- هل هناك أثر ذو دلالة إحصائية لبعء الحوافز الجماعية على عملية الابتكار في شركة روائح الورود والعطور؟

- هل هناك أثر ذو دلالة إحصائية لبعء الحوافز السلبية على عملية الابتكار في شركة روائح الورود والعطور؟

3. الفرضيات:

وللإجابة على التساؤلات السابقة اعتمدنا في هذه الدراسة على الفرضيات المتمثلة في:

الفرضية الرئيسية:

❖ يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتحفيز على عملية الابتكار في شركة روائح الورود عند مستوى دلالة $(0,05)$.

والتي تندرج ضمنها الفرضيات التالية:

✓ يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعء الحوافز المادية على عملية الابتكار في شركة روائح الورود والعطور عند مستوى دلالة $(0,05)$.

✓ يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعء الحوافز المعنوية على عملية الابتكار في شركة روائح الورود والعطور عند مستوى دلالة $(0,05)$.

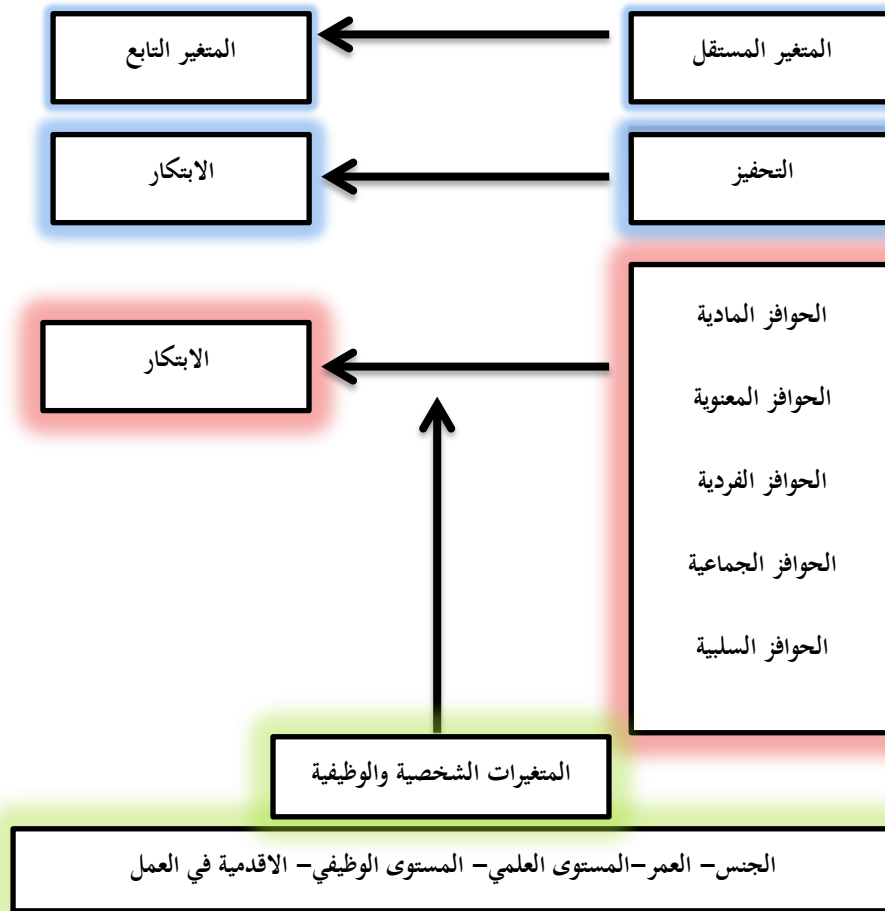
✓ يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعء الحوافز الفردية على عملية الابتكار في شركة روائح الورود والعطور عند مستوى دلالة $(0,05)$.

✓ يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعء الحوافز الجماعية على عملية الابتكار في شركة روائح الورود والعطور عند مستوى دلالة $(0,05)$.

✓ يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعء الحوافز السلبية على عملية الابتكار في شركة روائح الورود والعطور عند مستوى دلالة (0,05).

4. نموذج الدراسة:

لأجل تحقيق أهداف الدراسة ، اعتمدنا النموذج التالي للتعرف على ما إذا كان هناك تأثير للمتغير المستقل على المتغير التابع وذلك وفق الشكل التالي:



المصدر: من إعداد الطالبات

5. أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية هذه الدراسة في:

التحفيز ضرورة من الضروريات التي تقوم على أساسها المؤسسات التي تسعى إلى تعزيز الابتكار وتحقيق النجاح، فمن خلال فهم العوامل التي تدفع العاملين إلى الابتكار، يمكن للمؤسسات تصميم برامج تحفيز فعالة تساعد على تحقيق أهدافها الاستراتيجية.

6. أهداف الدراسة:

تكمّن أهداف الدراسة في التعرف على مدى مساهمة التحفيز في دعم عملية الابتكار، والتعرف عليها في أرض الواقع من خلال تجسيدها في شركة روائح الورود ، ومعرفة آراء العاملين فيها بمختلف درجاتهم حول هذه الدراسة، كذلك التعرف على نظام الحوافز المعمول به في ذات الشركة.

7. أسباب اختيار الموضوع:

من أسباب اختيارنا للموضوع:

- كون التحفيز من المواضيع الهامة والتي لها الأثر المباشر على الابتكار.
- كون التحفيز والابتكار ضمن تخصصنا الجامعي.
- رغبة شخصية في تناول هذا الموضوع.
- محاولة معرفة واقع التحفيز في شركة روائح الورود والعطور.

8. حدود الدراسة:

- الحدود المكانية: شركة روائح الورود للعطور بالمنطقة الصناعية بكوينين ولاية الوادي.
- الحدود الزمانية: أُجريت هذه الدراسة من الفترة الممتدة من: 24 مارس 2024 إلى 07 ماي 2024.

9. منهج الدراسة:

اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي التحليلي في الجانب النظري، من خلال جمع معلومات مفصلة عن موضوع الدراسة ، حيث تم استعراض مجموعة من الدراسات السابقة العربية والأجنبية ذات العلاقة بموضوع دراستنا، كما اعتمدنا على المنهج الاستدلالي باستخدام الاستبيان وتوزيعه على عمال المؤسسة الاقتصادية محل الدراسة، والخروج بنتائج تم تحليلها ومناقشتها باستخدام برنامج SPSSv22.

10. صعوبات الدراسة:

- صعوبة إعطاء الموافقة من طرف المؤسسات الاقتصادية لإجراء الدراسة التطبيقية.
- صعوبة استخدام برنامج التحليل الإحصائي SPSSv22.

11. محتوى الدراسة:

اعتمدنا في هذه الدراسة على طريقة امراد ، حيث قسمناها إلى فصلين ، تناولنا في الفصل الأول الجانب النظري للتحفيز والابتكار، وقسم إلى مبحثين، المبحث الأول ويشمل التحفيز ودوره في دعم الابتكار، أما المبحث الثاني يشمل الإحاطة التطبيقية للتحفيز والابتكار. أما الفصل الثاني فقد خُصص للدراسة الميدانية والذي قسم أيضا إلى مبحثين، المبحث الأول يتضمن الطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة التطبيقية، أما المبحث الثاني فيتضمن عرض وتحليل ومناقشة نتائج الدراسة .

الفصل الاول

الجانِب النظري للتحفيز والابتكار

تمهيد:

تحتاج مختلف المؤسسات إلى الابتكار من أجل البقاء والنمو في البيئات التنافسية، فعملية الابتكار واستمراريتها بحاجة إلى المبتكر- الفرد، والفريق- المبتكر، ومشاركة الجميع في الجهد الابتكاري، وذلك من خلال توفر المناخ الملائم للابتكار والذي يمثل حصة لعوامل مادية ومعنوية واسعة تجعل المؤسسة هي الحاضنة الحقيقية لتوليد الأفكار وتبنيها ودعمها وتحويلها إلى منتجات وخدمات وعمليات جديدة، وهنا تقف الحوافز (المادية والمعنوية) في مقدمة العوامل التي تحافظ على المبتكرين في المؤسسة، فأهمية المورد البشري (المبتكر) تتبع أهمية عملية التحفيز في توجيه السلوك الإنساني ، لذلك قام العديد من المفكرين والباحثين بعدة دراسات وأبحاث لدراسة العوامل المحفزة التي تؤثر على سلوك الأفراد وكيفية استخدامها لإطلاق روح الابداع والابتكار الكامنة فيهم، بشرط أن تكون هذه الحوافز واضحة ودالة من أجل الابتكار، وموجهة لمكافأة النجاح في الابتكار وكذلك مكافأة الذين لم يصلوا إلى نتائج على محاولاتهم، وهذه السمة في الحوافز هي التي يعتمد عليها لتكون المؤسسة ميدانا فعالا وخلاقا للابتكار.

وهذا ما تم التطرق إليه في هذا الفصل من خلال المباحث التالية:

— المبحث الأول: التحفيز ودوره في دعم الابتكار.

— المبحث الثاني: الإحاطة التطبيقية للتحفيز والابتكار.

المبحث الأول: التحفيز ودوره في دعم الابتكار

يعتبر التحفيز عنصراً أساسياً في خلق الدافعية لدى العاملين، حيث تعد الحوافز سواء كانت مادية أو معنوية من أهم الوسائل التي يمكن للمؤسسة بواسطتها الارتقاء بالروح المعنوية لموظفيها، وباعتبارها مشيرات تستخدم في إثارة الدافعية للفرد، حيث أنها مؤثرات خارجية من شأنها أن تحرك السلوك الذاتي اتجاه إشباع حاجات معينة يرغب في الحصول عليها وبالتالي التوجه نحو الابتكار.

المطلب الأول: ماهية متغيرات الدراسة (التحفيز، الابتكار)

الفرع الأول: الإطار النظري للتحفيز

أولاً: تعريف التحفيز

ظهر مصطلح الحوافز لأول مرة كموضوع بحث في دراسات علم النفس To burn pewin et في مجالات اهتمام الباحثين كالأُسرة، الأحزاب السياسية، وغيرها من الهيئات الاجتماعية بعدها وبفترة قصيرة وبفعل عوامل التطور الاقتصادي ومسائل النمو و الإنتاجية في مجال العمل، اتجه قادة المؤسسات إلى طلب مساهمة علماء النفس في دراسة المشكلات المتعلقة بهذا المجال، ومن هنا سَنحاول التطرق إلى أهم التعاريف لمصطلح الحوافز Motivation .

1. تعريف الحوافز لغة: جاءت من أصل كلمة حفز بمعنى دفعه من خلفه، تهيئاً للمضي فيه واستعد.¹
2. التحفيز اصطلاحاً: عبارة عن مجموعة من الدوافع التي تدفعنا لعمل شيء ما، ووضع الأسلوب الذي يتم من خلاله دفع المورد البشري لتمكين قدراته من إنجاز المسؤوليات في إطار الصلاحيات المتاحة له، وبالتالي نستطيع أن نعبر من خلاله عن دفع القدرة إلى التشغيل.²
3. يعرف أيضاً على أنه القدرة على إدراك واستقبال المؤثرات الخارجية وتوجيهها نحو عملية الدفع الإيجابي أو السلبي اعتماداً على طبيعة الإدراك والفهم لطبيعة المؤثر الخارجي من ناحية الفرد، وأنها عملية تنظيمية قيادية تستهدف استثمار المؤثر الخارجي السلبي بالدفع نحو تغيير السلوك غير المرغوب فيه إلى الأفضل.³

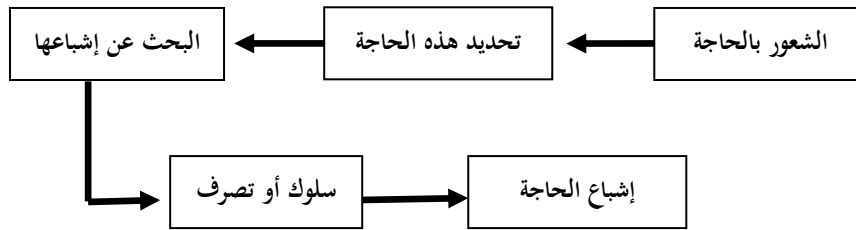
¹ لكل منيف، تحفيز العاملين وبناء الرضا الوظيفي (مفاهيم - نظريات)، المثقف للنشر والتوزيع ، ط1، الجزائر، 2018، ص9.

² وفاء فنجري مرزوق سعيد، دور التحفيز الذاتي في تدعيم الصمود النفسي، المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة، المجلد 53، العدد 1، <https://journals.ekb.eg>، افريل 2023، ص752.

³ خالد عبد الرحيم، إدارة الموارد البشرية، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، 2005، ص255.

4. عرف التحفيز بأنه تشجيع و إلهام وإثارة دافعية العاملين وتقديم المبرر الكافي والسبب المقنع للأداء الجيد.¹
5. كما عرف أيضا على أنه عبارة عن جملة العوامل الخارجية التي تشبع الحاجة أو الرغبة المتولدة لدى الفرد من أدائه لعمل معين، وتتوقف فاعلية الحوافز على توافقها مع هدف الفرد وحاجاته ورغبته.²
- ومن خلال التعاريف السابقة يمكن تعريف التحفيز على أنه مجموع العوامل والأساليب التي تقوم بها المؤسسة للتأثير في السلوك الإنساني للأفراد سواء كانت إيجابية أو سلبية والتي بدورها توجه سلوكهم وتحدد اتجاهاتهم بالشكل الذي يجعلهم يحققون أعلى المستويات من الأداء الكفء نحو أهداف المؤسسة.

الشكل (1-1) عملية التحفيز



La Source: David A. Dekenzo, Stephan, probbins, human resource management, ci 7 oh edition, Academic information services 1999, P:289

ثانيا: أهمية التحفيز

- يحتل موضوع الحوافز مكانا بارزا منذ بدأ الاهتمام بالبحث عن الأفراد القادرين على العمل بكفاءة وبما يكفل الانجاز الفعال لأهداف المؤسسة، حيث تكمن أهمية الحوافز فيما يلي:³
- المساهمة في إشباع حاجة العاملين ورفع روحهم المعنوية.
 - المساهمة في إعادة تنظيم منظومة احتياجات العاملين وتنسيق أولوياتها.
 - المساهمة في التحكم في سلوك العاملين بما يضمن تحريك هذا السلوك وتعزيزه وتوجيهه وتعديله حسب المصلحة المشتركة بين المنظمة والعاملين.
 - تنمية عادات وقيم سلوكية جديدة تسعى المنظمة إلى وجودها بين العاملين.
 - المساهمة في تعزيز العاملين لأهداف المنظمة أو سياساتها وتعزيز قدراتهم وميولهم .
 - تنمية الطاقات الإبداعية لدى العاملين بما يضمن ازدهار المنظمة وتفوقها.

¹ جون آلان ، ترجمة سامي تيسير سلمان، كيف تنمي قدرتك على تحفيز الآخرين، بيت الافكار الدولية للنشر والتوزيع، الاردن، 1998، ص 17.

² نور الدين حاروش، إدارة الموارد البشرية، دار الأمة، ط2، الجزائر، 2007، ص 120.

³ لكحل منيف، مرجع سبق ذكره، ص ص 17- 18.

وفي دراسة اجتماعية قام بها طلعت إبراهيم لطفي بهدف معرفة الأهمية النسبية للحوافز، قام بمقارنة مجموعتين من العاملين داخل التنظيم، وكشفت دراساته أهمية الحوافز حسب الترتيب التالي:

- ثبات العمل واستقراره.
 - احترام الذات والتقدير الاجتماعي.
 - حسن العلاقة بين الزملاء والرؤساء.
 - أهمية انجاز العمل بالنسبة للمجتمع.
 - قلة الطاقة والجهد المبذول.
- كما أن الحاجة المادية ليست وحدها الدافع الوحيد للعمل بين جميع الأفراد.¹
- تعمل الحوافز على تقليص تكاليف الإنتاج من خلال ابتكار وتطوير أساليب العمل واعتماد أساليب ووسائل حديثة من شأنها تقليص الهدر في الوقت (وقت الإنتاج) والمواد الأولية كالمصاريف الأخرى.²

ثالثاً: أنواع التحفيز

تم تصنيف الحوافز إلى فئتين أساسيتين هما: الحوافز المادية والحوافز المعنوية.

1. الحوافز المادية: تعتبر من أكثر أنظمة الحوافز شيوعاً وذلك لقدرتها على إشباع عدد من الحاجات الأولية أو الدوافع الأساسية لدى الفرد، ومن أمثلة هذه الحوافز: المكافآت والزيادات الدورية، المشاركة في الأرباح، المكافأة المادية، ويعتبر الحافز النقدي المادي من أهمها، كما توجد أنواع أخرى على سبيل المثال: العلاوات المستحقة بداية كل عام، العلاوات الاستثنائية، الأجور التشجيعية، والخدمات التي تشجع في الفرد الكثير من الحاجات الأساسية كالخدمات الغذائية والصحية والتعليمية والسكنية، وهناك بعداً آخر من تقسيم الحوافز المادية كما يلي:

✓ الحوافز المادية الإيجابية: مثل ربط الأجر بالإنتاج، أي يزيد الأجر كلما زاد الإنتاج، المشاركة في الأرباح...

✓ الحوافز المادية السلبية: مثل الخصم من المرتبات، الحرمان من المكافأة، العقوبات...

2. الحوافز المعنوية: وتعتبر مكملة ومرافقة للحوافز المادية لتحقيق مستوى أفضل من الأداء، ومن أمثلتها: ضمان العمل واستقراره، التقدم الوظيفي، المشاركة في اتخاذ القرارات، العمل الجماعي والعلاقات الاجتماعية المركز والمكانة، وتنقسم بدورها إلى قسمين:

¹ زواتيني عبد العزيز، الممارسة القيادية وعلاقتها بتحفيز العاملين، مذكرة ماجستير، جامعة سعد دحلب، البليدة، 2007، ص 71.

² هادي مشعان ربيع، علم النفس الإداري، مكتب المجتمع العربي، ط1، عمان، 2008، ص 201.

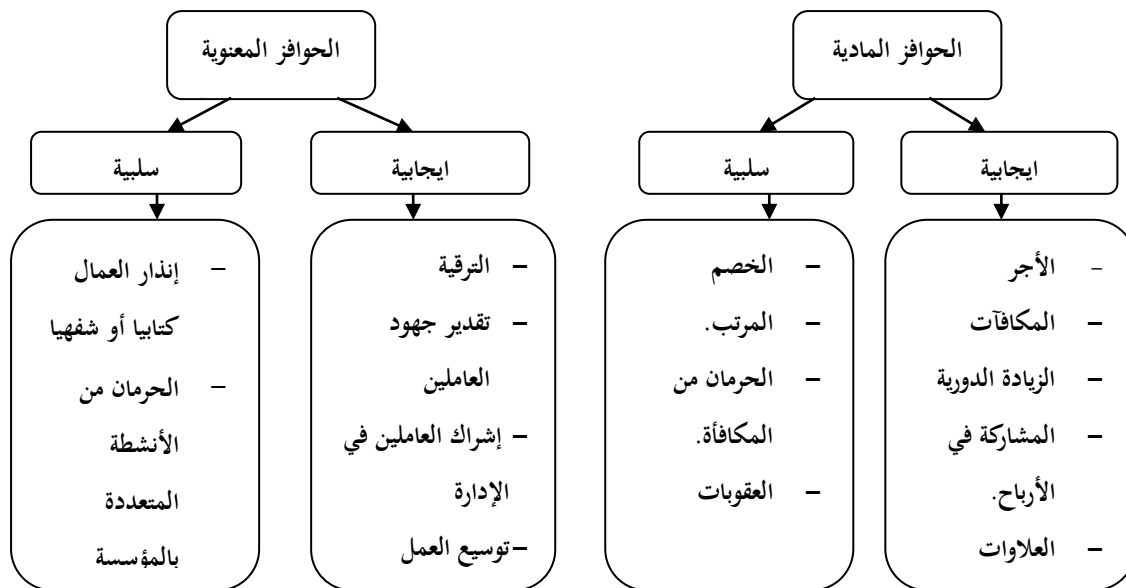
✓ الحوافز المعنوية الايجابية: كاعتراف الإدارة بالجهود، العلاقات الطيبة بين أفراد العمل.

✓ الحوافز المعنوية السلبية: كالإنذار المقدم للعمال سواء كان كتابيا أو شفويا، الحرمان من الأنشطة المتعددة بالمؤسسة.¹

ومن أكثر الحوافز المعنوية تداولها هي:²

- الترقية: والتي تمنح للموظفين نظير التميز في الأداء الوظيفي أو نتيجة المسابقات الداخلية من أجل التنافس بين العاملين على وظيفة أعلى من السابقة.
- تقدير جهود العاملين: من خلال منح شهادات تقدير للعاملين الأكثر خبرة ومعرفة وعملوا على تحقيق مستويات عليا في الأداء تقديرا لهم ولجهوداتهم المبذولة تمنح الشهادات.
- إشراك العاملين في الإدارة وفي كل ما يتعلق بالمؤسسة.
- ضمان واستقرار العمل حافز له أثر كبير في معنويات العاملين.

الشكل (1-2) الحوافز المادية والمعنوية



المصدر: من إعداد الطالبات

¹ بن الدين نور الهدى، بن حدو أمينة، دور عامل التحفيز في تفعيل الإبداع الإداري، دراسة حالة المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، مجلة التكامل الاقتصادي، المجلد 10، العدد 3، 2022، ص 74، <https://www.asjp.cerist.dz>

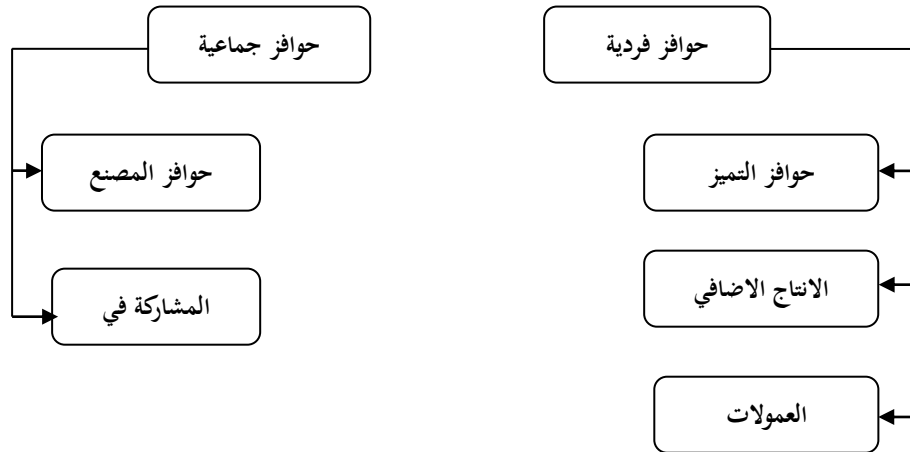
² صالح محرز، فعالية نظام الحوافز في تحسين أداء المورد البشري في المؤسسات الصناعية الجزائرية، دراسة حالة شركة إسمنت تبسة، مجلة الاقتصاد الصناعي، العدد 10، 2016، ص 178، <http://dspace.univ-batna.dz>

بما أن التحفيز السليبي أداة فعالة في بعض الأحيان لتحسين سلوك الموظفين في المدى القصير، لكنه قد يكون له آثار سلبية على المدى الطويل، فمن المهم استخدام التحفيز الإيجابي ودمجه مع أساليب أخرى لخلق بيئة عمل إيجابية وفعالة تدعم الابتكار.

كما يمكن تصنيف الحوافز أيضا حسب شموليتها إلى: ¹

1. **حوافز فردية:** هي تلك الحوافز التي يقصد بها تشجيع أو تحفيز أفراد معينين، أو تخصيص المكافأة للعامل الذي ينتج أفضل الخدمات أو تخصيص جائزة لأفضل عامل، فالحوافز الفردية توجه للفرد وليس للجماعة ومن شأنها زيادة التنافس الإيجابي بين الأفراد، وقد يكون للحوافز الفردية آثار جانبية، كعدم التعاون بين الأفراد وغياب روح الفريق التي هي جوهر عمل الإدارة، وهو ما يبين ضرورة اللجوء لأسلوب الحوافز الجماعية، ومن أشكالها: حوافز التميز، الإنتاج الإضافي، والعمولات.
2. **حوافز جماعية:** تهدف الحوافز الجماعية إلى تشجيع روح التعاون بين العاملين والأفراد في المنظمات بحيث يحرص على أن يتعارض عمله مع عمل زملائه، لأن ذلك يؤدي إلى إضرار الأهداف الرئيسية للعمل، حيث أن الحوافز الجماعية تساعد على دعم الارتباط، والانسجام، وتنمية الشعور بالمشاركة، وتشجع العمل الجماعي، ومن أشكالها: حوافز المصنع، المشاركة في الأرباح.

الشكل (1-3) الحوافز الفردية والجماعية



المصدر: عبد السلام سحيري، تقوى كشود، التحفيز وعلاقته بالإبداع التنظيمي بالمؤسسة الجزائرية، دراسة ميدانية بمؤسسة نفطال، تبسة، 2022/2023.

¹ العرابي عكاشة، أحمد بالبشير محمد، دور سياسة التحفيز في تفعيل الابتكار التنظيمي لدى العاملين بالمؤسسة الاقتصادية، دراسة حالة اتصالات الجزائر فرع عين تيموشنت، مجلة البشائر الاقتصادية، المجلد 6، العدد 2، <https://www.asjp.cerist.dz>، 2020، ص 820.

الفرع الثاني: الإطار النظري للابتكار

أولاً: تعريف الابتكار

يعتبر الابتكار كضرورة للبقاء حيث أضحت المؤسسات من خلاله ذات صيغة جديدة من حيث العلاقات التي تربط بينهما، ومن حيث نمط التصرف والتأقلم مع بيئتها وخاصة مع تزايد وتسارع معدلات المنافسة بين هذه المؤسسات، وقد تناول العديد من الباحثين الابتكار innovation وكل عرفه حسب وجهة نظره.

- **تعريف الابتكار لغة:** الابتكار في اللغة مرتبط بالزمن، وكلمة ابتكار اشتقت من بكرة وابتكره، وبكرة اي اتاه باكرا وكل من بادر الى الشيء أبكر اليه.

وحسب لسان العرب فإن بكرة وابتكر أي أدرك الخطبة من أولها بمعنى أتى وقت اتيان الفرد له وليس بإيجاد أو انشاء شيء ما.¹

- تعريف الابتكار اصطلاحاً:

1. أكد مايكل بورتر أن المؤسسة التي تمتلك ميزات تنافسية قائمة على الابتكار هي تدرج الابتكار بمعناه الواسع ضمن وحداتها ونشاطاتها واستراتيجياتها، وذلك عن طريق إدخال تكنولوجيا جديدة والقيام بعمليات مبتكرة في نفس الوقت.²
2. عرفه بيتر داركر بأنه التخلي المنظم عن القديم مؤكداً على ما قاله شومبيتر من أن الابتكار هو هدم خلاق والواقع أن داركر عندما تحدث عن التخلي المنظم عن القديم فإنه يعني الإدخال المنظم الجديد.³
3. الابتكار هو تنمية و تطبيق الافكار الجديدة في المؤسسة ، وهنا كلمة تنمية شاملة فهي تغطي كل شيء من الفكرة الجديدة إلى إدراك الفكرة إلى جلبها للمؤسسة ثم تطبيقها.⁴
4. عرف أيضاً على أنه قدرة المؤسسة على التوصل إلى ما هو جديد، يضيف قيمة أكبر وأسرع من المنافسين في السوق أي أن تكون المؤسسة الابتكارية هي الأولى بالمقارنة مع المنافسين في التوصل إلى الفكرة الجديدة أو المفهوم الجديد أو الأولى في التوصل إلى المنتج أو الأولى في الوصول إلى السوق.⁵

¹ سليم ابراهيم الحسينية، الادارة بالإبداع نحو بناء منهج نظمي، المنظمة العربية الادارية، القاهرة، 2009، ص 06.

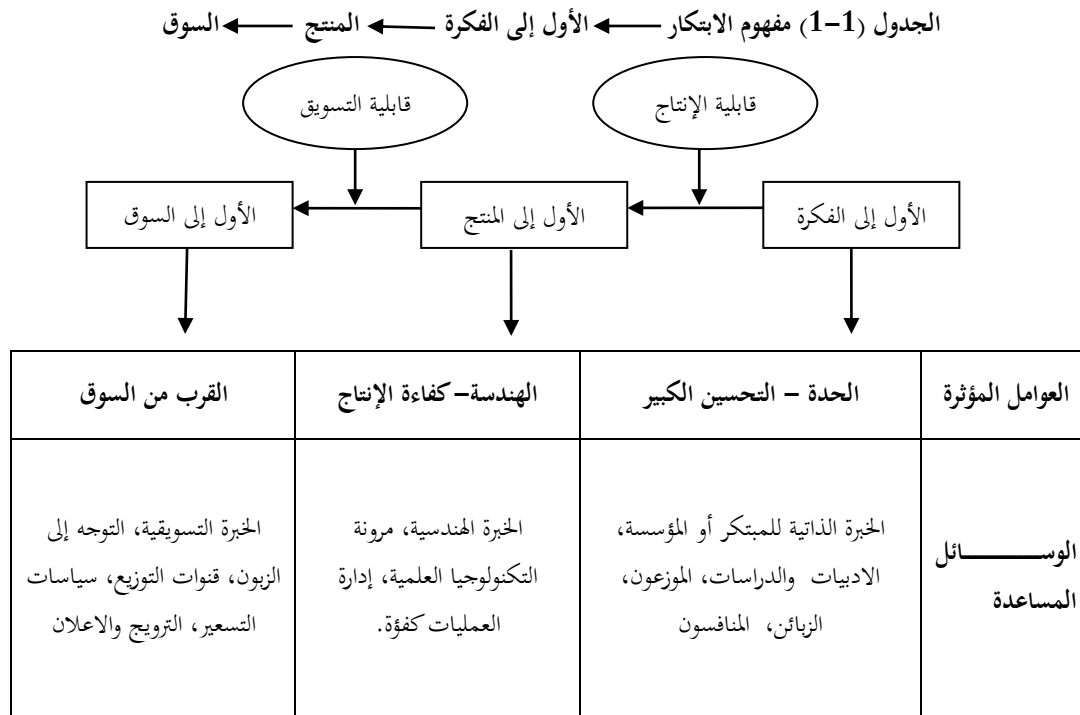
² joe todd- john bessaut, et keith pavitt, mangement de l'innovation integration du changement technologique,commercial et organisationne l(paris: de boeck, 2006), p96.

³ نجم عبود نجم، إدارة الابتكار، المفاهيم والخصائص والتجارب، دار وائل للنشر، ط1، عمان، الاردن، 2003، ص 20.

⁴ راوية حسن، سلوك المؤسسات، الدار الجامعية، الاسكندرية، مصر، 2001، ص 393.

⁵ مسلم عبد الله حسن، الابتاع والابتكار الاداري في التنظيم والتنسيق، دار المعترز، ط1، عمان، 2014، ص 149.

5. الابتكار في نظر تشيرميرون وزملائه هو عملية إنشاء الأفكار الجديدة ووضعها في حيز الممارسة، مؤكداً على أن أفضل المؤسسات هي التي تتوصل إلى الأفكار الخلاقة ومن ثم تضعها في الممارسة (الابتكار = الميزة التنافسية).¹



المصدر: نجم عبود نجم، مرجع سبق ذكره، ص 23.

ثانياً: أهمية الابتكار

أكد العديد من الباحثين إلى الحاجة الماسة للابتكار باعتباره مورداً هاماً للمؤسسة، ويجب إدارته وتنميته وتطويره وذلك بتبنيها استراتيجيات وسياسات شاملة تشجع السلوك والتفكير الإبداعي، وتكمن أهميته في:

1. الحفاظ على البقاء والاستمرارية.
2. زيادة الحصة السوقية، ومن ثم تعظيم مكانة المؤسسة في الأسواق.
3. تحقيق رضا المستهلكين من خلال المنتجات الجديدة.²
- كما أن الابتكار أهم وسيلة لتحقيق ميزة تنافسية للمؤسسة، حيث أنه :
4. يحسن إنتاجية المؤسسة وذلك بتحقيق الكفاءة والفعالية في الأداء وإنجاز الأهداف واستخدام الموارد والطاقة بشكل اقتصادي.

¹ نجم عبود نجم، مرجع سبق ذكره، ص 20.

² بوغيموز ابراهيم خليل، بن جدة أمين، دور مهارات الابداع والابتكار في تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مذكرة الماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة العربي التيسبي، تبسة، 2020/2019، ص 17.

5. ينمي ويراكم المهارات الشخصية في التفكير والتفاعل الجماعي من خلال فريق العصف الذهني.
6. يزيد من جودة القرارات التي تصنع لمعالجة المشكلات على مستوى المؤسسة.¹
7. التميز من خلال خلق صورة ذهنية للعلامة اتجاه منتجات المؤسسة.
8. تحقيق القيادة الفردية للعلامة.
9. زيادة المبيعات وما يترتب على ذلك من زيادة في الارباح، ومن ثم تحقيق شق من الاستقلالية المالية للمؤسسة من خلال زيادة قدرتها على التمويل الذاتي.²

ثالثا: العوامل المؤثرة في الابتكار

إن الدراسات الكثيرة التي درست الابتكار والنشاط الابتكاري قد ساهمت في تحديد الكثير من العوامل المؤثرة في الابتكار، حيث قسمت الى ثلاث مجموعات وهي:

I. مجموعة العوامل الشخصية:

إن المبتكر هو نقطة البدء، وإن خصائصه المهمة ذات العلاقة بالابتكار هي التي كانت موضع اهتمام في السابق، فلقد ركزت دراسات عديدة على مجموعة من الخصائص الشخصية للإنجاز الابتكاري، والتي يختلف الباحثون في تحديدها، وإن كانوا يتفقون على البعض منها والمتمثلة في ما يلي:³

الانجذاب إلى التعقيد، الحدس، الحساسية الجمالية، السماح بالغموض أو الرغبة فيه، الاعتماد على الذات.

II. مجموعة العوامل التنظيمية:

إن الشركات تمثل إطارا تنظيميا بالغ التأثير على النشاط الابتكاري للأفراد، وفي ما يلي أهم العوامل التنظيمية المؤثرة في الابتكار:⁴

1. استراتيجية المؤسسة: هناك نمطين من الشركات، شركات تتبع استراتيجية ابتكارية وهي الشركات التي تجعل من الابتكار مصدرا لميزتها التنافسية في السوق وأحد أبعاد أدائها الاستراتيجي فيه، والنمط الثاني يتبع استراتيجية موجهة نحو الحالة القائمة أي التكنولوجيا والمنتجات و الخدمات الحالية.

¹ أحمد سيد مصطفى، إدارة البشر(الأصول والمهارات)، مصر، 2002، ص 260.

² بن يعقوب طاهر، هباش فارس، دور الابتكار التسويقي في اكتساب ميزة تنافسية لمنتجات المصارف الاسلامية، مداخلة في ملتقى دولي تحت عنوان: منتجات وتطبيقات الابتكار والهندسة المالية بين الصناعة المالية التقليدية والصناعة المالية الاسلامية، الاكاديمية العالمية للبحوث الشرعية، <http://dspace.univ-setif.dz>، 2014، ص10.

³ نجم عبود نجم، مرجع سبق ذكره، ص129.

⁴ محمد بوصيع، سمير قفايفية، تطوير الابتكار في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مذكرة الماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة العربي التبسي، تبسة، 2016/2017، ص 12.

2. **ثقافة المؤسسة:** نجد أن الشركات ذات النمط البيروقراطي تميل الى الحفاظ على ثقافتها الحالية، مما يجعلها غير ملائمة للابتكار وما يأتي به من مفاهيم جديدة بخلاف الشركات القائمة على الابتكار، والتي تتسم بقدرة عالية على الابتكار الثقافي الذي يدخل تغييرات مهمة على الهياكل والسياسات والمفاهيم الحالية لصالح التغيير الثقافي وما يتناسب مع التوجه نحو الابتكار.

3. **العامل المؤثر:** يتأثر الابتكار في الشركة بالعامل المؤثر الذي يمكن أن يحفز على الابتكار أو تعيقه، ولذا يجب على المؤسسة مراعاة العامل المؤثر في كل ابتكار، فعلى سبيل المثال:¹ إذا كان الابتكار يؤثر بالميزة التنافسية فإن العامل المؤثر هو حدود المنافسة وشدتها.

III. مجموع عوامل البيئة العامة في المجتمع:

لا شك في أن الابتكار يعتبر من الاحداث الكبيرة والمهمة لدى الافراد والشركات التي تتأثر بعوامل البيئة العامة التي قد تساعد في بقاءه، أو تمنع ظهوره، ويمكن تلخيص هذه العوامل في ما يلي:

1. الخصائص والنزاعات العامة السائدة في المجتمع:

إن الثقافة السائدة في المجتمع هي البرجة الجماعية للذهن والتراث الاجتماعي الذي يتكون ويمر من جيل سابق إلى جيل لاحق بما هو أفضل في أعمال وتجارب جماعة معينة، إن هذه الخصائص تتمثل في:

أ- **العوامل الثقافية والاجتماعية:** إن تفاعل الفرد والمجتمع من العوامل والمتغيرات التي تحدد شخصية المبتكر وسلوكه، ثم بعد ذلك يأتي دور المؤسسات التعليمية والثقافية في تحفيز الفرد على الاهتمام بالإبداع والابتكار من خلال وسائل التربية والتوجيه الثقافي والحوافز.

ب- **العوامل السياسية:** تعتبر العوامل السياسية عنصرا حاسما في عملية الابتكار، وذلك من الدعم المستمر من القيادات السياسية وإقناعها بأهمية الابتكار والابداع في المجتمع ، يؤدي إلى تفجير الطاقات الابتكارية من مستوى الفرد إلى مستوى المؤسسة والمجتمع، وذلك من خلال تشجيع المؤسسات والبرامج البحثية في مختلف المجالات وتخصيص الحوافز المادية والمعنوية التي تساعد على نمو القدرات الابتكارية والابداعية.

2. القاعدة المؤسسية للبحث والتطوير في المجتمع:

¹ نجم عبود نجم، مرجع سبق ذكره، ص 139.

أ- مراكز البحث والجامعات: تلعب دورا هاما مهما في إيجاد تقاليد رصينة للبحث الاساسي وما مساهمته القيمة في التراث المعرفي الانساني والبحث التطبيقي ومساهمته في تطوير رصيد المجتمع من ابتكارات علمية والمنتجات كما أنها تساهم في خلق وتعزيز المكانة للباحثين المتميزين والمبتكرين.¹

ب- نظام البراءة: إن نظام حماية الملكية الفكرية وأساسه نظام البراءة (system patent) يلعب دورا فعالا في إيجاد البعد المؤسسي لحماية حقوق المبتكرين والشركات الابتكارية.

ت- قنوات التقاسم والتشارك في المعلومات والمعارف والبحوث: إن مجتمع المعلومات اليوم هو المجتمع المنظم من أجل نشر وتوزيع وتقاسم المعلومات بكفاءة مثل (الدوريات، المكتبات الرقمية(web book)).

3. أجواء الحرية والتحرر من القيود الصارمة على الأفكار والمفاهيم العلمية والفنية الجديدة: حيث أن مثل هذه الأجواء هي التي توفر الضمان في إيجاد مجتمع التفتيح العلمي والمجتمع(دع ألف زهرة زهرة تفتتح) بكل ما يعنيه هذا التنوع من إثراء النشاط العلمي والبحثي بالمشروعات الجديدة.²

المطلب الثاني: علاقة التحفيز بالابتكار

الفرع الأول: دور التحفيز في تشجيع وتنمية الابتكار

إن الابداع والابتكار هو هدف رئيسي من أهداف أي مؤسسة أو منظمة فهو يقوي المنظمة ويدعمها ويبنى لها مستقبلا واعدا يميزها عن غيرها من المؤسسات الأخرى، وهذا لا يأتي إلا إذا توفرت للموظف بيئة عمل تناسبه حتى يظهر ما لديه من قدرات ومهارات تلبي حاجات المؤسسة وتزيد من كفاءتها، ومنه نستطيع تلخيص دور التحفيز في تشجيع وتنمية الابتكار في النقاط التالية:

- المؤسسات والمنظمات لها التأثير الأكبر على مستوى ابتكار وإبداع الموظفين والعاملين، حيث إذا كانت بيئة العمل مبنية على الجمود والقيود فإن العاملين سوف يهربون من الوظيفة في أي وقت سمح لهم بذلك .
- أما إذا كانت بيئة مرحة ومتجددة لا تتسم بالروتين الممل فإنها سوف تسهم في جعلهم يبتكرون ويبدعون.³

- يساهم التحفيز في تنمية الطاقات الابداعية والابتكارية لدى العاملين بما يضمن ازدهار المؤسسة وتفوقها ويتم ذلك من خلال تشجيع التنافس بين العاملين خلال العمل من أجل الحصول على الحوافز وتطوير

¹ محمد بوصيع، سمير قفايفية، مرجع سبق ذكره، ص 13.

² نجم عبود نجم، مرجع سبق ذكره، ص 142.

³ منى خالد عكر، أهمية بيئة العمل في تحقيق الابداع الوظيفي، المجلة الدولية لنشر البحوث والدراسات، المجلد 1، العدد 11، <https://www.ijrsp.com>، 2020، ص 33.

كفاءاتهم ومهاراتهم، مع توفير مناخ التطوير والابتكار لجميع الأفراد وربط ذلك بالحوافز المناسبة، وبهذا القول إن الحوافز تزيد من اندفاع الفرد لاكتساب المزيد من الكفاءات.¹

الفرع الثاني: دور التحفيز في خلق ميزة تنافسية

إن اعتبار العنصر البشري داخل المؤسسة وما يتوفر لديه من مكافآت وعوامل تحفيزية لرفع وتحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة يتطلب منه أن يمتاز بمجموعة من الخصائص، كفاءات عالية، إبداع في العمل وحسن التصرف لموارد المؤسسة المتاحة، ويمكن لهذه الخصائص التي يمتاز بها الموظف أن توفر ما يزيد على الربح العادي للمؤسسة في الأجل القصير، ومع ذلك فعندما تستطيع المؤسسات الأخرى توفير للمورد البشري مثل هذه الخصائص فإنها لا تمثل تقدم أكثر من التماثل في الميزة التنافسية، لذلك على المؤسسة تنمية وتغذية خصائص التحفيز لموردها البشري التي لا يمكن للمؤسسات المنافسة تقليدها بسهولة ، فلكل مؤسسة تاريخها وخصائصها الخاصة لتحفيز العمال ولتقديم الأداء الأفضل لنيل ميزتها التنافسية.²

يعد نظام الحوافز المعنوية والمادية عاملا مهما ورئيسيا في زيادة العاملين لإنتاجيتهم، فالحوافز المعنوية كالتشجيع وتحسيس العمال أنهم مهمين في المنظمة و الترقية وغيرها تؤثر على أداء العاملين بالإيجاب مما يؤدي إلى تحقيق رغبات العاملين وأهداف المنظمة، أما الحوافز المادية كالمكافآت والرواتب تحرك جهود العاملين إلى العمل أكثر وتخلق نوعا من الروابط بين المنظمة وأفرادها، كما تعزز الولاء لدى الأفراد العاملين فيصبحوا بذلك قوة لصالح المنظمة.³

أكدت الابحاث على أهمية الحوافز في زيادة إنتاجية الموظف وارتباطه بالمؤسسة ، ولكن على إدارة التسويق أن تختار نوع الحافز المناسب، فالبعض يفضلون الحوافز المعنوية والتي لها أكبر أثر بالنسبة إليهم، أما القسم الآخر فيفضل الحوافز المادية والبعض الآخر يفضل الاثنين معا، وعليها أن تختار الوقت المناسب.

إن الحوافز لها تأثير كبير على الموظفين فهي تساهم في حب الموظف للمؤسسة وبالتالي يعمل الموظف بإخلاص ويحاول أن يقدم كل ما يملك من أفكار إبداعية بهدف التميز على المنافسين وبالتالي تحقيق ميزة تنافسية.⁴

¹ العيورات أمير، أثر الحوافز على الابداع الوظيفي للعاملين، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة غرداية، 2022/2021، ص 11.

² ثنية الريح رفيقة، دور التحفيز في تحقيق الميزة التنافسية، دراسة حالة المؤسسة باتيميتال لولاية عين الدفلى، مذكرة ماستر، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2022/2021، ص 25.

³ عبايدية صباح، شراد لطيفة، أثر تمكين العاملين على الميزة التنافسية للخدمة، دراسة حالة فندق مهية بلاس وفندق الامير، مذكرة ماستر، جامعة العربي التبسي، تبسة، 2022/2021، ص 42.

⁴ أدريان بلر، ترجمة بماء شاهين وآخرين، مبادئ تسويق الخدمات، مجموعة النيل العربية، القاهرة ، مصر، 2009، ص 105.

المبحث الثاني: الإحاطة التطبيقية للتحفيز والابتكار

سنتطرق في هذا المبحث إلى مراجعة بعض الأبحاث والدراسات السابقة المتعلقة بالتحفيز وعلاقته بالعملية الابتكارية، حيث سيتم عرض الدراسات السابقة باللغتين العربية والأجنبية ومحاولة المقارنة بينهما ثم إظهار القيمة المضافة للدراسة الحالية من الدراسات السابقة.

المطلب الأول: عرض الدراسات السابقة

العديد من الدراسات السابقة المشابهة لموضوع الدراسة الحالية منها ما تناول موضوع الحوافز على حدى ومنها ما اهتم بموضوع الابتكار بمختلف أنواعه، ومنها ما جمعت بين المتغيرين، يمكن استعراض بعض من هذه الدراسات كما يلي:

الفرع الأول: الدراسات السابقة باللغة العربية

1. دراسة ط. د العرابي عكاشة و أ. د. أحمد بالبشير محمد، دور سياسة التحفيز في تفعيل الابتكار

التنظيمي لدى العاملين بالمؤسسة الاقتصادية، دراسة حالة اتصالات الجزائر (فرع عين تيموشنت)، مجلة البشائر الاقتصادية، المجلد 6، العدد 2، 2020.

- قدما إشكالية البحث التالية: (ما مدى تأثير سياسة التحفيز على الابتكار التنظيمي لدى العاملين في مؤسسة اتصالات الجزائر بعين تيموشنت؟).
- وقد تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي لهذه الدراسة.
- هدفت الدراسة إلى بحث وإظهار العلاقة بين التحفيز والابتكار التنظيمي من خلال دراسة عينة من العمال في اتصالات الجزائر فرع عين تيموشنت.

أهم النتائج:

- وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين كل من الحوافز المعنوية، الفردية، الجماعية، والابتكار التنظيمي.
- عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الحوافز المادية، الايجابية، السلبية ، والابتكار التنظيمي.

2. دراسة خالد علي أبو علان، أثر الحوافز المادية والمعنوية على أداء العاملين في شركات المشروبات الفلسطينية، رسالة ماجستير في إدارة الأعمال بكلية الدراسات العليا، جامعة الخليل، 2016م.

- قدم إشكالية البحث التالية: (ما هو أثر الحوافز المادية والمعنوية على أداء العاملين في شركات المشروبات الفلسطينية؟).

- وقد تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي لهذه الدراسة.

هدفت الدراسة إلى:

- التعرف على نوعية الحوافز المادية والمعنوية المقدمة للعاملين في شركات المشروبات الفلسطينية .
- التعرف على العلاقة بين نظام الحوافز وأداء العاملين.
- التوصل إلى توصيات ومقترحات من أجل إيجاد نظام حوافز فعال.

أهم النتائج:

- وجود علاقة ارتباطية طردية بين الحوافز المادية والمعنوية ومستوى أداء العاملين.
- وجود علاقة ارتباطية طردية بين فاعلية نظام الحوافز ومستوى أداء العاملين.
- درجة مستوى الحوافز المادية في شركات المشروبات الفلسطينية متوسطة.
- عدم مراعاة سلم الأجور والرواتب لمعدلات غلاء المعيشة.

3. دراسة مصطفى عومرية، أ. د. بن عبو الجيلاني، دور العوامل الشخصية والتنظيمية في تفعيل الإبداع والابتكار في المؤسسة الجزائرية، دراسة حالة مؤسسة CALEMPA لتصنيع الورق والأغلفة، جامعة معسكر.

- قدم إشكالية البحث التالية: (ما هي العوامل الشخصية والتنظيمية الأكثر تأثيراً في تفعيل روح الإبداع والابتكار لدى العمال في المؤسسة الجزائرية؟).

- وقد تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي لهذه الدراسة.

- هدفت الدراسة إلى دراسة تأثير الخصائص الشخصية والتنظيمية في تفعيل الإبداع والابتكار لدى العامل في المؤسسة الجزائرية.

أهم النتائج:

الكشف عن وجود تأثير إيجابي ل: الدافع الذاتي، الاستقلالية في العمل، دعم وتشجيع الإدارة على تفعيل الإبداع في المؤسسة الجزائرية من خلال تحليل الارتباط، إلا أن هذه العلاقة كانت ضعيفة في بعض المتغيرات حيث اعتبرت الاستقلالية في العمل هي أكثر العوامل المفسرة للإبداع بنسبة 14.7% مقارنة بالعوامل الأخرى، وتم إثبات هذه النتيجة بتحليل الانحدار من خلال صياغة المعادلة بمتغيرين فقط هما الإبداع كعامل تابع والاستقلالية في العمل كأهم متغير مستقل.

4. دراسة علي سيف سيف العراييد الشهباني، دور القيادة في تحفيز الدور الإبداعي للموظفين رسالة ماجستير تنفيذي في القيادة، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة قطر، 2023م.

- قدم إشكالية البحث والتي صاغها إلى ثلاث أسئلة رئيسية وهي كالتالي:
- ما أهمية النمط القيادي في تطوير الفكر الإبداعي لدى الموظفين؟
- متى يصبح القائد عائقاً أمام توفير بيئة إبداعية؟
- ما هي مستويات الإبداع التي يمكن للقائد تحفيز موظفيه للوصول إليها؟
- وقد تم استخدام المنهج الوصفي لهذه الدراسة.

هدفت الدراسة إلى:

- توضيح دور القيادة في تحفيز الإبداع لدى الموظفين.
- بحث مدى تأثير التحفيز في إبداع الموظفين.
- اقتراح نموذج قيادة يساعد على تحفيز الدور الإبداعي للموظفين.

أهم النتائج:

- النمط القيادي الديمقراطي القائم على التمكين والتفويض هو الذي يحفز الموظفين داخل المنظمة على الإبداع والابتكار مما يساهم في ازدهار المؤسسة.
- لا يمكن تحقيق الإبداع لدى الموظفين في غياب التحفيز المادي والمعنوي.

5. دراسة إيمان خليل محمد أبو خرمة، دور الحوافز والمكافآت للعاملين في تحقيق الميزة

التنافسية، دراسة حالة شركات السياحة المصرية، جامعة قناة السويس، مصر، 2016م

قدمت إشكالية البحث التالية: (ما مدى دور الحوافز والمكافآت للعاملين في تحقيق الميزة التنافسية في شركات السياحة المصرية؟)

- وقد تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي لهذه الدراسة
هدفت الدراسة للتعرف على دور الحوافز والمكافآت للعاملين في تحقيق الميزة التنافسية في شركات السياحة المصرية.

أهم النتائج:

- وجود دور إيجابي للحوافز والمكافآت للعاملين على تحقيق الميزة التنافسية لدى تلك الشركات.

الفرع الثاني: الدراسات السابقة باللغة الأجنبية

Vlacsekova , D & Mura, L , 2017.

1. دراسة

Effect of motivational tools on employee satisfaction in small and medium enterprises, university Slovakia.

هدفت الدراسة إلى فهم أفضل لقضايا تحفيز الموظفين في الشركات السلوفاكية الصغيرة والمتوسطة الحجم وفحص أدوات التحفيز التي تؤثر على مستويات رضا الموظفين في الشركات الصغيرة والمتوسطة، حيث تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي باستخدام عينة مكونة من 300 من أصل 768 موظف من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في سلوفاكيا.

من أهم النتائج:

- الفهم الشامل لنظريات التحفيز من طرف المديرين.
- الهدف الاساسي للمؤسسات هو البقاء والاستدامة والنمو.
- التنفيذ الفعال لنظريات التحفيز يساعد الشركات في الحصول على ميزة تنافسية، تضمن نموها وبقائها وتوليد الإيرادات الى اقصى حد.

2. دراسة **oluwayomi ayoad eundayo, joseph ayo Babalola , 2018**

the impact of motivation on employee performance in selected insurance companies in Nigeria ,university Nigeria.

تهدف الدراسة إلى ثلاثة أهداف رئيسية: تقييم آثار التحفيز على أداء الموظفين في بعض شركات التأمين المختارة، تقييم العوامل التحفيزية التي يمكن أن تؤثر على أداء الموظفين والتوصية بالسياسات والابتكارات الممكنة لتحسين أداء الموظفين وزيادة الربحية.

- تم استخدام المنهج الاستدلالي ، حيث استخدمت الدراسة أساليب العينة العشوائية في اختيار الاشخاص (100 عينة شملت إدارة وموظفين كبار وصغار من الشركة المختارة).

من أهم النتائج:

- الدافع كان العامل الرئيسي الذي أثر على أداء الموظف.
- وجود علاقة مباشرة قوية وإيجابية بين دافعية الموظفين وأدائهم.

3. دراسة **Anna svirina & ekaterina polosukhina 2020.**

Motivation to innovate as a key factor in innovation development process, kazan national research technical university, chistopol, Russia.

هدفت الدراسة إلى:

- التعرف على العلاقة بين الدافعية للابتكار والابتكار على أساس البيانات التي تم الحصول عليها مباشرة من شركات التصنيع الروسية لاختبار أهمية هذا العامل في الأداء المبتكر للمنتجات.
- نقص الابحاث في تقاطع عملية الابتكار والتحفيز وشركات التصنيع حددت البحث.
- تم استخدام المنهج الاستقصائي حول عملية تطوير الابتكار، متبوعة بتحليل كمي لتأثير التحفيز على هذه العملية ،حيث تم استلام 150 استبيان صالحة للدراسة من أصل 250 تم تقييمها ب SPSS.

أهم النتائج:

- لا يمكن الكشف عن الدافع للابتكار من قبل الموظفين في كل مرحلة من مراحل عملية تطوير المنتج الجديد.
- الفرق بين الثقافات التنظيمية للمؤسسات الصناعية التي تم تحليلها والتي لم يتم تقييمها في هذه المقالة.

Dr.sachin wankhed and others, 2023

4. دراسة

Impact of innovation on employee motivation in the it sector in pune city, department of management studies, SKNCOE. India.

هدفت الدراسة إلى:

- إيجاد أثر الابتكار على تحفيز العاملين في قطاع تكنولوجيا المعلومات.
- تقييم مستويات الابتكار وتحفيز العاملين في قطاع تكنولوجيا المعلومات.
- تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، حيث تم أخذ عينة مكونة من 177 موظفا في مجال تكنولوجيا المعلومات من مدينة بون، وقد تم توزيع الاستبيان على هذه العينة وتحليلها باستخدام الأساليب الإحصائية.

أهم النتائج:

- الافراد الذين يكونون أكثر تحفيزا عرضة لإظهار مستويات أعلى من الابتكار.
- الاشخاص ذوو تحفيز منخفض لديهم مستويات منخفضة من الابتكار.

citation setiyono, ahmed sanjaya, arief ,2023

5. دراسة

The impact of labour stimulation on workers performance, university of Darussalam contour funuku, indonesia

- قدما إشكالية البحث التالية: (ما مدى تحفيز العمل وأداء الموظفين في جامعة دار السلام كونتور والتأثير بينهما؟)

- وقد تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، حيث تم أخذ عينة مكونة من 84 موظف من الجامعة.

هدفت الدراسة إلى:

- تحليل مستوى تحفيز العمل للموظفين.
- تحليل مستوى أداء الموظفين.
- تحليل مدى تأثير تحفيز العمل على أداء الموظف في جامعة دار السلام.

أهم النتائج:

- مستوى تحفيز العمل للموظفين في جامعة دار السلام كونتور فونوروكو جيد.
- مستوى أداء الموظف في جامعة دار السلام كونتور فونوروكو جيد.

المطلب الثاني: المقارنة بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية

بعد القيام بعرض مختلف الدراسات السابقة العربية والأجنبية سنحاول في هذا المطلب مقارنة هذه

الدراسات مع دراستنا الحالية وإبراز أوجه التشابه والاختلاف فيما بينهما وذلك من خلال:

الفرع الأول: المقارنة مع الدراسات العربية: الجدول التالي يبين المقارنة بين الدراسات العربية ودراستنا:

جدول (1-2) مقارنة بين الدراسات العربية والدراسة الحالية

الدراسة الحالية	الدراسة 05	الدراسة 04	الدراسة 03	الدراسة 02	الدراسة 01	
موضوع الدراسة	دور الحوافز والمكافآت للمعلمين في تحقيق الميزة التنافسية	دور القيادة في تحفيز الدور الابتكاري للموظفين	دور العوامل الشخصية والتنظيمية في تفعيل الابداع والابتكار	اثر الحوافز المادية والمعنوية على أداء العاملين	دور سياسة التحفيز في تفعيل الابتكار التنظيمي لدى العاملين	
الهدف	التعرف على مدى مساهمة التحفيز في دعم عملية الابتكار، والتعرف عليها في أرض الواقع من خلال تجسيدها في شركة روائح الورود ، ومعرفة آراء العاملين فيها بمختلف درجاتهم حول هذه الدراسة، التعرف على نظام الحوافز المعمول به.	التعرف على دور الحوافز والمكافآت للمعلمين في تحقيق الميزة التنافسية	دراسة تأثير الخصائص الشخصية والتنظيمية في تفعيل الابداع والابتكار	التعرف على العلاقة بين نظام الحوافز وأداء العاملين	اظهار العلاقة بين التحفيز والابتكار التنظيمي	
عينة الدراسة	الجزائر	قطر	الجزائر	فلسطين	الجزائر	
منهجية الدراسة	الوصفي التحليلي	الوصفي	الوصفي التحليلي	الوصفي التحليلي	الوصفي التحليلي	
فترة الدراسة	2024	2023	—	2016	2020	
طريقة المعالجة	الاستبيان	—	الاستبيان	الاستبيان	الاستبيان	
النتائج المتوصل إليها	مستوى توافر الحوافز الفردية في الشركة محل الدراسة عاليا، مستوى توافر الحوافز المادية، المعنوية، الجماعية و السلبية متوسطا، مستوى توافر الابتكار كان عاليا	وجود دور إيجابي للحوافز والمكافآت للمعلمين على تحقيق الميزة التنافسية	لا يمكن تحقيق الابداع لدى الموظفين في غياب التحفيز المادي والمعنوي، النمط القيادي القائم على التفويض والتمكين يحفز على الابتكار	وجود تأثير إيجابي ل: الدافع الذاتي، الاستقلالية في العمل، دعم وتشجيع الإدارة على تفعيل الابداع في المؤسسة الجزائرية.	وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين كل من الحوافز المعنوية، الفردية، الجماعية و الابتكار التنظيمي. عدم وجود علاقة بين الحوافز المادية، الاجتماعية، السلبية و الابتكار التنظيمي.	

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على الدراسات السابقة

من خلال هذا الجدول يتبين لنا وجود أوجه تشابه كثيرة وبعض أوجه الاختلاف بين كل من الدراسات السابقة العربية و الدراسة الحالية، حيث أنها وان اشتركت في موضوع الدراسة إلا أنها تختلف من زوايا أخرى سواء في فترة الدراسة، أو العينات المدروسة، أو طريقة المعالجة، وعلى الرغم من هذا فإن معظم الدراسات تشير إلى وجود أهمية بالغة ودور مهم للتحفيز بنوعيه المادي والمعنوي في دعم عملية الابتكار والابداع.

الفرع الثاني: المقارنة مع الدراسات الاجنبية: الجدول التالي يبين المقارنة بين الدراسات الاجنبية ودراستنا:

جدول (1-3) مقارنة بين الدراسات الاجنبية والدراسة الحالية

الدراسة الحالية	الدراسة 05	الدراسة 04	الدراسة 03	الدراسة 02	الدراسة 01	
موضوع الدراسة	The impact of labour stimulation on workers performance	Impact of innovation on employee motivation in the it sector in pune city	Motivation to innovate as a key factor in innovation development process	The impact of motivation on employee performance in selected insurance companies in nigeria	Effect of motivational tools on employee satisfaction in small and medium enterprises	
الهدف	التعرف على مدى مساهمة التحفيز في دعم عملية الابتكار، والتعرف عليها في أرض الواقع من خلال تجسيدها في شركة روائح الورود ، ومعرفة اراء العاملين فيها بمختلف درجاتهم حول هذه الدراسة، التعرف على نظام الحوافز المعمول به .	تحليل مدى تأثير تحفيز العمل على أداء الموظف في جامعة دار السلام	ايجاد اثر الابتكار على تحفيز العاملين وتقييم مستوياته في قطاع تكنولوجيا المعلومات	التعرف على العلاقة بين الدافعية للابتكار والابتكار على أساس البيانات	تقييم آثار التحفيز والعوامل التحفيزية التي يمكن ان تؤثر على أداء الموظفين	فهم وفحص ادوات التحفيز التي تؤثر على مستويات رضا الموظفين
منهجية الدراسة	الوصفي التحليلي	الوصفي التحليلي	الاستقصائي	الاستدلالي	الوصفي التحليلي	
عينة الدراسة	الجزائر	اندونيسيا	الهند	روسيا	نيجيريا	سلوفاكيا
فترة الدراسة	2024	2023	2023	2020	2018	2017
طريقة المعالجة	استبيان	استبيان	استبيان	استبيان	استبيان	استبيان
النتائج المتوصل إليها	مستوى توافر الحوافز الفردية في الشركة محل الدراسة عاليا، مستوى توافر الحوافز المادية، المعنوية، الجماعية و السلبية متوسطا، مستوى توافر الابتكار كان عاليا	مستوى تحفيز العمل للموظفين ومستوى أداء الموظف في جامعة دار السلام جيد.	الاشخاص الاكثر تحفيز عرضة لإظهار مستويات أعلى من الابتكار والعكس صحيح	لا يمكن الكشف عن الدافع للابتكار من قبل الموظفين في كل مرحلة من مراحل عملية تطوير المنتج	وجود علاقة مباشرة قوية وإيجابية بين دافعية الموظفين وأدائهم	الفهم الشامل والتنفيذ الفعال لنظريات التحفيز يساعد الشركات في الحصول على ميزة تنافسية

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على الدراسات السابقة.

من خلال هذا الجدول يمكن القول أن هناك أوجه تشابه و أوجه اختلاف بين الدراسات الاجنبية السابقة والدراسة الحالية، حيث أنها وان اشتركت في موضوع الدراسة إلا انها تختلف في فترة الدراسة، أو العينات المدروسة وطريقة المعالجة، وبالرغم من ذلك فإن معظم الدراسات تشير إلى وجود أهمية كبيرة لدور التحفيز في دعم عملية الابتكار.

الفرع الثالث: موقع الدراسة الحالية من الدراسات السابقة:

تشابهت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة العربية والاجنبية وذلك من حيث التطرق إلى كل من التحفيز ومدى مساهمته في دعم عملية الابتكار في المؤسسة الاقتصادية، بالرغم من اختلاف فترة معالجة الدراسة والعينة المدروسة وكذلك الاساليب الاحصائية

خلاصة الفصل:

بعد التطرق لمختلف المفاهيم الأساسية للتحفيز والابتكار، توصلنا إلى أن التحفيز عامل أساسي لدعم عملية الابتكار لدى موظفي المؤسسة الاقتصادية وذلك من خلال التحفيزات المادية والمعنوية كالمكافآت المالية الترقيات التقديرات، توفير بيئة عمل إيجابية، فيزيد ذلك من دافعية الموظفين ورغبتهم نحو الابداع والابتكار .

فبوجود سياسة تحفيزية ذات مصداقية جيدة وعادلة تحقق الأداء الجيد للعاملين، الأمر الذي ينعكس إيجابيا على العمل وزيادة الانتاجية، والذي يعتبر فرصة لتحقيق ميزة تنافسية بين المؤسسات. قمنا بعرض أهم الدراسات العربية والأجنبية التي تناولت هذا الموضوع باختلاف آرائهم ونتائجهم وعينات دراستهم والتي أجمعت على الأثر الايجابي لدور التحفيز في دعم عملية الابتكار في المؤسسة الاقتصادية.

الفصل الثاني

الدراسة الميدانية

تمهيد:

نظرا لتوسع موضوع هذه الدراسة وأهميته، ومدى اهتمام جل المؤسسات الاقتصادية بعملية التحفيز، فقد تم إسقاط جوانب الدراسة النظرية على واقع هذه المؤسسات، ومن بين أحد هذه المؤسسات هي شركة روائح الورود والعطور بالمنطقة الصناعية بكوينين بولاية الوادي .

وذلك بعرض وتحليل معطيات هذه المؤسسة، وبالاستناد على معطيات الجانب النظري حول عملية التحفيز والذي يعتبر قاعدة للدراسة الميدانية وذلك بهدف التعرف على واقع التحفيز في المؤسسة محل الدراسة بالاعتماد على الأسلوب الوصفي التحليلي لعينة الدراسة وباستعمال الأدوات الاحصائية الملائمة لطبيعة الدراسة واختبار الفرضيات انطلاقا من مجتمع الدراسة وعينتها، مع تحديد المتغيرات والأدوات المستخدمة، وصولا إلى عرض النتائج ومناقشتها، وقد تم تقسيم هذا الفصل إلى مبحثين كالتالي:

- المبحث الأول: الطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة التطبيقية.

- المبحث الثاني: عرض ومناقشة نتائج الدراسة.

المبحث الأول: الطريقة والادوات المستخدمة في الدراسة التطبيقية

من خلال هذا المبحث سنقوم بعرض مجتمع الدراسة والعينة المختارة منه وحجمها، وكذا كيفية تكوين أداة الدراسة وهي الاستبيان، وتحليلها من خلال إجراء اختبارات الصدق والثبات، كما سنعرض أيضا أساليب المعالجة الإحصائية المستخدمة لتحليل البيانات .

المطلب الأول: البطاقة الفنية لشركة روائح الورود والعطور

الفرع الأول: تقديم مجموعة ورود:

تقع مجموعة ورود بالمنطقة الصناعية ببلدية كوينين ولاية الوادي، وتربع على مساحة قدرها 25000 م² ويشغل بها أكثر من 500 عامل وعاملة، حيث تتشكل مجموعة ورود من 07 شركات هي:

1. شركة روائح الورود Parfums wouroud، وتعتبر أولى شركات المجموعة وأكثرها عراقا في الجزائر تواصل صنع العطور منذ نشأة الشركة الأم سنة 1963.
2. شركة الوليد للطباعة والتغليف EL-walid emballages et edition، أنشئت سنة 1998.
3. شركة الوفاء للتعمير والبناء EL- wafa urbanisme ، أنشئت سنة 2000.
4. شركة الورود لمواد التجميل والصابون Wouroud cosmetics، أنشئت سنة 2002.
5. شركة الوصل للأشغال العمومية EL- wasl travaux publics، أنشئت في فيفري 2004.
6. شركة الوسيلة للإعلام EL- wassila multimedia، أنشئت في نوفمبر 2004.
7. شركة الواحات للنقل EL-wahat transports، أنشئت سنة 2006.

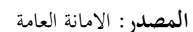
الفرع الثاني: تقديم شركة ورود للروائح والعطور

يعود تأسيس هذه الشركة إلى سنة 1983 من قبل الرئيس المدير العام السيد جديدي محمد البشير وتطورت على مر السنين ، بلغت شهرتها الوطنية وحتى العالمية فأصبحت واحدة من أهم الاقطاب الصناعية بالمنطقة، حيث تقوم الشركة بتصميم ، تطوير، إنتاج وتسويق مواد العطور التالية: ماء التزيين، مزيل الروائح مناديل معطرة.

ويمكن إيجاز مصادر الميزة التنافسية لهذه الشركة في العناصر التالية:

- إذن فشركة روائح الورود تتوفر على موارد بالكمية اللازمة والجودة العالية، تستغلها في تنفيذ استراتيجية التميز أي إنتاج منتجات مختلفة، وهو ما يكسبها ميزة تنافسية مقارنة ببقية المنافسين.

الشكل (2-1) الهيكل التنظيمي لشركة روائح الورد والعطور



المطلب الثاني: الطريقة المستخدمة في الدراسة

سننظر في هذا المطلب إلى تحديد مجتمع الدراسة وعينتها وتحديد المتغيرات الخاصة بالدراسة التطبيقية.

1. تحديد مجتمع الدراسة وعينتها

يتمثل مجتمع الدراسة في جميع العاملين بشركة روائح الورود والعطور بالمنطقة الصناعية بكوينين ولاية

الوادي، ولقد اشتملت عينة الدراسة على 40 عامل كما يبينه الجدول التالي:

الجدول (1-2) يبين ملخص الاستبيانات الموزعة، المسترجعة، الصالحة للتحليل

العدد	الاستبانة الموزعة	الاستبانة المسترجعة	الاستبانة الصالحة للتحليل
40	40	00	40
النسبة المئوية	%100	00	%100

المصدر: من إعداد الطالبات وفقا لتوزيع الاستبيان

2. متغيرات الدراسة:

1-2 المتغير المستقل: (التحفيز): ويتم قياسه من خلال التعرف على الأبعاد الآتية:

- الحوافز المادية: وسيتم قياسها بواسطة العبارات من (1-4) في الاستبانة.
- الحوافز المعنوية: وسيتم قياسها بواسطة العبارات من (5-8) في الاستبانة.
- الحوافز الفردية: وسيتم قياسها بواسطة العبارات من (9-12) في الاستبانة.
- الحوافز الجماعية: وسيتم قياسها بواسطة العبارات من (13-16) في الاستبانة.
- الحوافز السلبية: وسيتم قياسها بواسطة العبارات من (17-20) في الاستبانة.

2-2 المتغير التابع: (الابتكار): وسيتم قياسه من خلال التعرف لتباين إجابات العاملين التي وردت في

عبارات الاستبانة من (21-29).

3. المقياس المستخدم: تم استخدام مقياس ليكارت الثلاثي لقياس استجابات المبحوثين لعبارات

الاستبيان في مساهمة التحفيز في دعم عملية الابتكار في شركة روائح الورود للعطور ولاية الوادي، و

إعطاء درجات متدرجة من 01 إلى 03 في العبارات، والجدول التالي يوضح ذلك:

الجدول (2-2) درجات مقياس ليكرث الثلاثي للإجابة

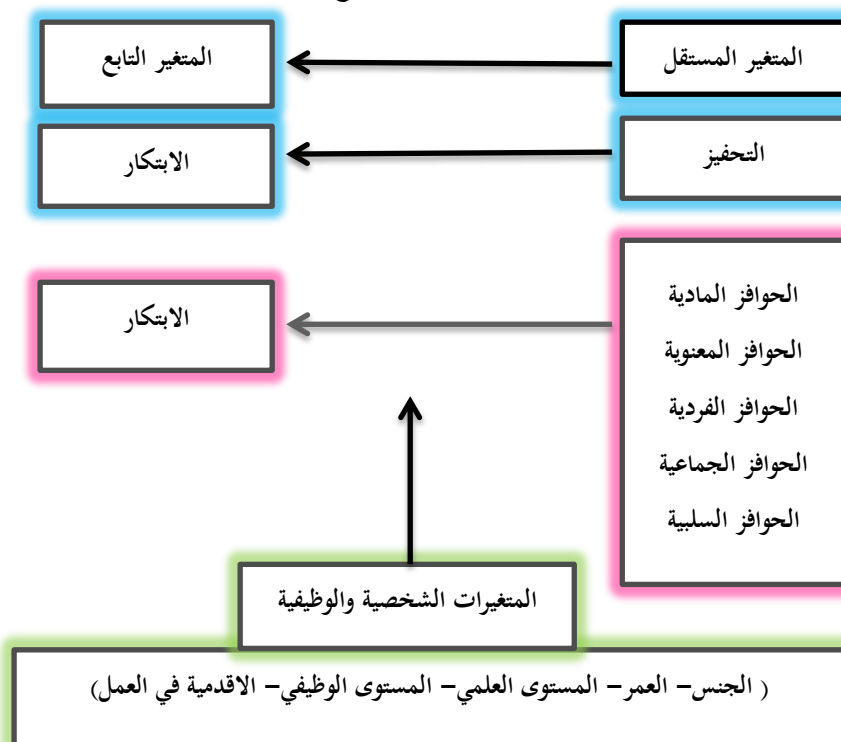
الاستجابات	غير موافق	محايد	موافق
الدرجة	1	2	3

المصدر: من إعداد الطالبات

4. نموذج الدراسة:

بالاعتماد على ما تم ذكره في الجانب النظري ، وللوصول إلى أهداف الدراسة المحددة وتحقيق الغرض منها في تحديد أهمية المتغير المستقل بالنسبة للمتغير التابع فقد قمنا بتصميم النموذج التالي:

الشكل (2-2) نموذج الدراسة



المصدر: من إعداد الطالبات

المطلب الثالث: الأدوات المستخدمة في الدراسة

الفرع الاول: أدوات الدراسة وقياس المتغيرات:

تم الاعتماد على الاستبيان في جمع المعلومات من مصدرها الأولي، والذي أُدرج كنموذج في الملحق رقم (01) حيث تم توزيعها وإخضاعها لعدة اختبارات:

1. صدق المحكمين:

للتأكد من صدق اختبار جودة إعداد أداة الاستبيان، تم عرضه في صورته المبدئية على مجموعة من أساتذة قسم علوم التسيير في جامعة الوادي، وذلك من أجل إعطاء ملاحظاتهم ووجهة نظرهم في الأداة من حيث:

- مدى قياس البعد للمتغير.
- مدى قياس الفقرات للبعد.
- عدد الفقرات في كل بعد.
- ملائمة بدائل الأجوبة للفقرات.
- طلب البديل في حالة عدم الموافقة.

وبعد استرجاع استمارات التحكيم تم تصحيح بعض الفقرات ، مع إضافة مجموعة من البنود لبعض الأبعاد وفي الأخير تم الحصول على استبيان مساهمة التحفيز في دعم عملية الابتكار في شركة روائح الورود والعطور بولاية الوادي.

2. اختبار ثبات الاداة:

أما للتأكد من مدى صلاحية الاستبيان كأداة لجمع البيانات اللازمة للدراسة ، تم استخدام معامل ألفا كرو نباخ، لاختبار مدى الاعتمادية على أداة جمع البيانات.

فيما يتعلق بالحدود التي اعتمدها هذه الدراسة عند التعليق على المتوسط الحسابي للمتغيرات الواردة في نموذج الدراسة، لتحديد درجة التأثير حددنا ثلاث مستويات (منخفض، متوسط، مرتفع) باتباع المعادلة التالية:

طول الفئة = (الحد الاعلى للبديل - الحد الادنى للبديل) / عدد المستويات.

طول الفئة = (1 - 3) / 3 = 2/3 = 0,66

درجة تأثير منخفضة من 1 إلى 1,66

درجة تأثير متوسطة من 1,67 إلى 2,33

درجة تأثير مرتفعة من 2,34 إلى 3.

3. الصدق البياني (الاتساق الداخلي):

تم حساب صدق الاستبيان أيضا عن طريق الاتساق الداخلي (التكوين)، وذلك من خلال حساب معامل الارتباط الخطي لـ بيرسون (Pearson) بين البنود والدرجة الكلية لكل بُعد وقد كانت النتائج على النحو الموضح في الجداول التالية:

جدول (2-3) معامل الارتباط بين بعد الحوافز المادية وعباراته

العبارات	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
01	0,721	دال عند (0,05)
02	0,870	
03	0,666	
04	0,452	

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات SPSS22.

يتضح من هذا الجدول (2-3) أن معامل الارتباط بين كل عبارة وبعدها دالة عند مستوى (0,05) أي عدد العبارات الدالة هي 4/4 من المجموع الكلي الممثلة لبعده الحوافز المادية، وهذا دليل على وجود الاتساق الداخلي لبعده الحوافز المادية.

جدول (2-4) معامل الارتباط بين بعد الحوافز المعنوية وعباراته

العبارات	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
05	0,760	دال عند (0,05)
06	0,737	
07	0,748	
08	0,538	

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات SPSS22.

يتضح من هذا الجدول (2-4) أن معامل الارتباط بين كل عبارة وبعدها دالة عند مستوى (0,05) أي عدد العبارات الدالة هي 4/4 من المجموع الكلي الممثلة لبعده الحوافز المعنوية وهذا دليل على وجود الاتساق الداخلي لبعده الحوافز المعنوية.

جدول (2-5) معامل الارتباط بين بعد الحوافز الفردية وعبارته

العبارات	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
09	0.751	دال عند (0.05)
10	0.853	
11	0.782	
12	0.794	

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات SPSS22.

يتضح من هذا الجدول (2-5) أن معامل الارتباط بين كل عبارة وبعدها دالة عند مستوى (0.05) أي عدد العبارات الدالة هي 4/4 من المجموع الكلي الممثلة لبعده الحوافز الفردية وهذا دليل على وجود الاتساق الداخلي لبعده الحوافز الفردية.

جدول (2-6) معامل الارتباط بين بعد الحوافز الجماعية وعبارته

العبارات	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
13	0.741	دال عند (0,05)
14	0.752	
15	0.706	
16	0.709	

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات SPSS22.

يتضح من هذا الجدول (2-6) أن معامل الارتباط بين كل عبارة وبعدها دالة عند مستوى (0.05) أي عدد العبارات الدالة هي 4/4 من المجموع الكلي الممثلة لبعده الحوافز الجماعية وهذا دليل على وجود الاتساق الداخلي لبعده الحوافز الجماعية.

جدول (2-7) معامل الارتباط بين بعد الحوافز السلبية وعبارته

العبارات	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
17	0.823	دال عند (0,05)
18	0.805	
19	0.776	
20	0.661	

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات SPSS22.

يتضح من هذا الجدول (2-7) أن معامل الارتباط بين كل عبارة وبعدها دالة عند مستوى (0.05) أي عدد العبارات الدالة هي 4/4 من المجموع الكلي الممثلة لبعدها الحوافز السلبية وهذا دليل على وجود الاتساق الداخلي لبعدها الحوافز السلبية.

جدول (2-8) معامل الارتباط بين متغير الابتكار و عباراته

العبارات	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
21	0.692	دال عند (0.05)
22	0.587	
23	0.602	
24	0.549	
25	0.682	
26	0.691	
27	0.586	
28	0.706	
29	0.660	

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات spss22

يتضح من هذا الجدول (2-8) أن معامل الارتباط بين كل عبارة وبعدها دالة عند مستوى (0.05)، أي عدد العبارات الدالة هي 9/9 من المجموع الكلي الممثلة لمتغير الابتكار وهذا دليل على وجود الاتساق الداخلي لمتغير الابتكار.

الفرع الثاني: أساليب التحليل الاحصائي للبيانات:

تم استخدام برنامج الحزمة الاحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS22) لتفريغ البيانات ومعالجتها وفق الاختبارات التي تحدد هدف الدراسة، والتي اعتمدت على الاساليب الاحصائية التالية:

- **التكرارات:** والتي تعني تكرار الاشياء أو الاحداث بشكل متكرر أو متتالي، في العديد من السياقات، يمكن أن تشير التكرارات إلى نمط متكرر يحدث في مجال معين، يستخدم مصطلح "التكرارات" لوصف العملية التي تتكرر فيها نفس العملية أو القيم بشكل متكرر.
- **النسب المئوية:** وهي النسب المئوية التي تستخدم لتمثيل العلاقة بين جزء من الشيء والكل.
- **المتوسط الحسابي:** وذلك لمعرفة اتجاهات أفراد الدراسة نحو كل مجال.

- الانحراف المعياري: للتعرف على مدى انحراف استجابات أفراد الدراسة نحو كل عبارة أو فقرة.
- اختبار الانحدار الخطي البسيط: لاختبار مدى أثر العبارات الواردة في الاستبيان.

الفرع الثالث: أساليب جمع البيانات والمعلومات:

تم الاعتماد في هذه الدراسة على مصدران أساسيان لجمع المعلومات وهما:

1. البيانات من مصادر أولية: وذلك عن طريق الاستبيان لاختبار فرضيات الدراسة، حيث تم انتقاء أسئلة الاستبيان بدقة ووضوح حسب المتغيرات محل الدراسة من أجل الحصول على اجابات دقيقة تعطي نتائج أكثر وضوحاً.
2. البيانات من مصادر ثانوية: وذلك من خلال الرجوع الى المكتبات المختلفة ، ومطالعة الدراسات السابقة ذات العلاقة بهذه الدراسة والمتمثلة في: الكتب، المجلات العلمية، اطروحات الدكتوراه ورسائل الماجستير...

المبحث الثاني: عرض ومناقشة نتائج الدراسة التطبيقية

من خلال هذا المبحث سيتم التطرق لعرض نتائج الدراسة، من خلال الاداة المستخدمة للقياس بالإضافة إلى خصائص الجودة للمقياس المستخدم، وباستخدام التكرارات والنسب المئوية والانحرافات المعيارية وتحليل بيانات الدراسة، وعرض اختبار فرضيات الدراسة.

المطلب الاول: عرض نتائج الدراسة

الفرع الاول: الخصائص الاحصائية للعينة

1. خصائص عينة الدراسة: تم استخراج التكرارات والنسب المئوية لوصف خصائص عينة الدراسة، حيث تم

تلخيص النتائج على النحو التالي:

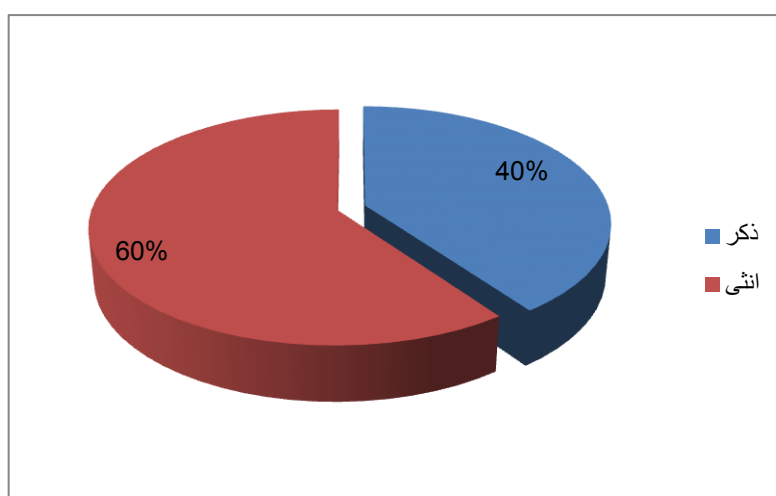
1-1 حسب الجنس:

جدول (2- 9) توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس.

النسبة %	التكرارات	الجنس
40	16	ذكر
60	24	انثى
100%	40	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS22.

الشكل (2- 3): توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس.



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS22

نلاحظ من خلال الجدول والشكل أعلاه الذي يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس، حيث ان أفراد عينة الدراسة يتكونون اكثرهم من الاناث عددهم 24 بنسبة 60% يليها الذكور عددهم 16 بنسبة 40%.

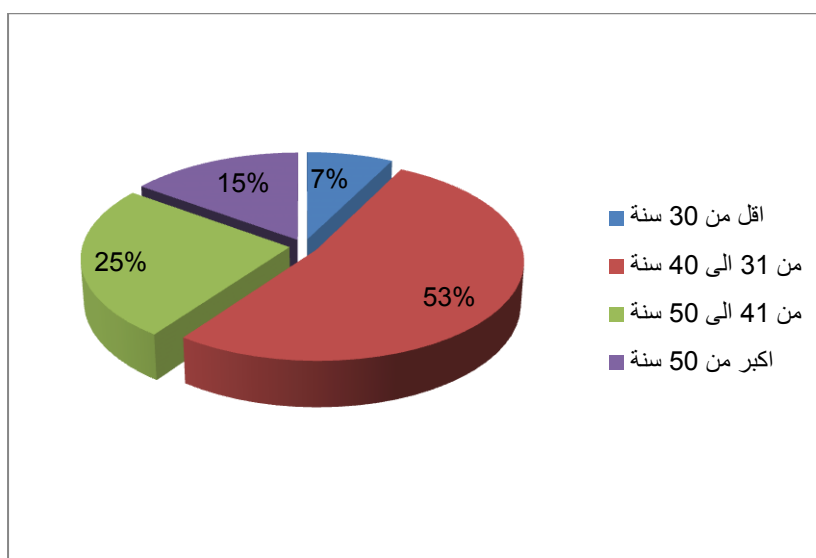
2-1 حسب العمر:

جدول (2-10): توزيع عينة الدراسة حسب متغير العمر.

العمر	التكرارات	النسبة %
اقل من 30 سنة	3	8
من 31 الى 40 سنة	21	52
من 41 الى 50 سنة	10	25
اكبر من 50 سنة	6	15
المجموع	40	100%

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS22

الشكل (2-4): توزيع عينة الدراسة حسب متغير العمر.



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS22

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه الذي يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير العمر، أن أفراد عينة الدراسة يتكونون من فئة السن من 31 الى 40 سنة المقدر عددهم 21 بنسبة 53% وهي الاعلى من بين الفئات الاخرى، تليها الفئة من 41 الى 50 سنة كان عددهم 10 بنسبة 25%، وفي المرتبة الثالثة كانت الفئة الاكبر

من 50 سنة وعددهم 06 بنسبة 15%، وفي الاخير كانت كل من الفئة اقل من 30 سنة وعددهم 03 بنسبة 08%.

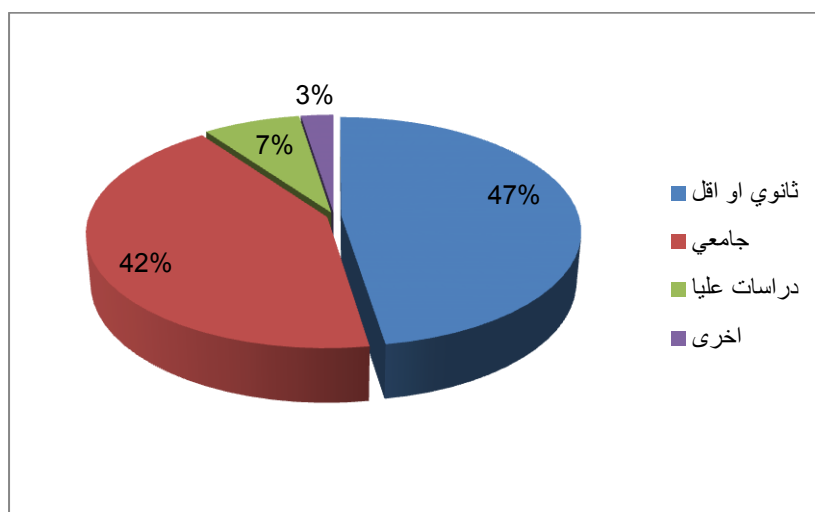
3-1 حسب المستوى العلمي:

جدول (2-11) توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى العلمي.

النسبة %	التكرارات	المستوى العلمي
48	19	ثانوي او اقل
43	17	جامعي
7	3	دراسات عليا
2	1	اخرى
100%	40	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS22

الشكل (2-5) توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى العلمي.



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS22

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه الذي يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى العلمي، ان أفراد عينة الدراسة يتكونون من فئة الثانوي او اقل المقدر عددهم 19 بنسبة 47% وهي الاعلى من بين الفئات الاخرى تليها الفئة جامعي وعددهم 17 بنسبة 42%، وفي المرتبة الثالثة كانت فئة الدراسات العليا وعددهم 03 بنسبة 08%، وفي الاخير كانت الفئات اخرى وعددهم 01 بنسبة 07%.

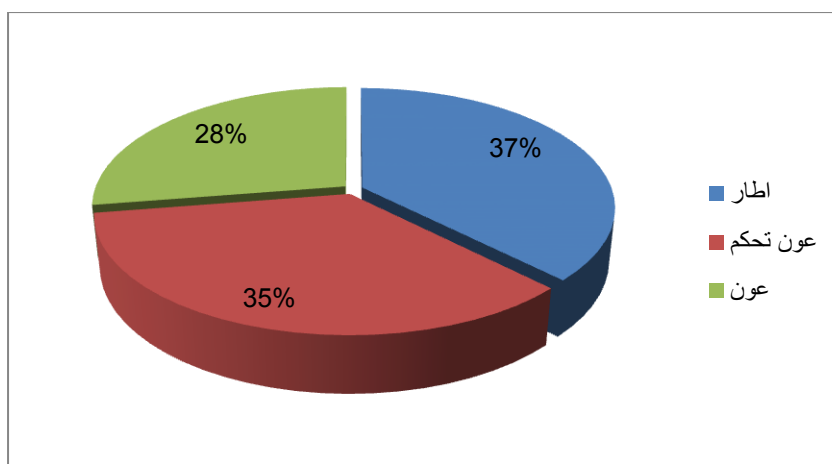
4-1 حسب المستوى الوظيفي:

جدول (2-12) توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى الوظيفي.

النسبة %	التكرارات	المستوى الوظيفي
37	15	اطار
35	14	عون تحكم
28	11	عون
100%	40	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS22

الشكل (2-6) توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى الوظيفي.



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS22

نلاحظ من خلال الجدول والشكل أعلاه الذي يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى الوظيفي، حيث ان أفراد عينة الدراسة يتكونون أكثرهم من فئة اطار وعددهم 15 بنسبة 37%، يليها الفئة عون تحكم عددهم 14 بنسبة 35%، وفي الاخير كانت الفئة عون عددهم 11 بنسبة 28%.

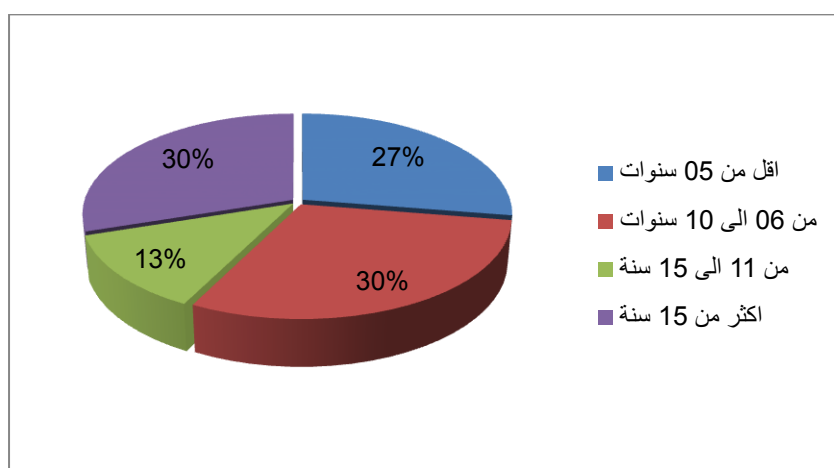
5-1 حسب الاقدمية في العمل:

جدول (2-13) توزيع عينة الدراسة حسب متغير الاقدمية في العمل.

النسبة %	التكرارات	الاقدمية في العمل
27	11	اقل من 05 سنوات
30	12	من 06 الى 10 سنوات
13	5	من 11 الى 15 سنة
30	12	اكثر من 15 سنة
%100	40	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS22

الشكل (2-7) توزيع عينة الدراسة حسب متغير الاقدمية في العمل.



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS22

نلاحظ من خلال الجدول والشكل أعلاه الذي يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير الاقدمية في العمل حيث ان أفراد عينة الدراسة يتكونون اكثرهم من فئة كل من 06 الى 10 سنوات واكثر من 15 سنة وعددهم 12 بنسبة 30%، يليها الفئة اقل من 05 سنوات عددهم 11 بنسبة 27%، وفي الاخير كانت الفئة من 11 الى 15 سنة عددهم 5 بنسبة 13%.

2. ثبات الاستبيان:

ويقصد به الاستقرار في نتائج استبيان الدراسة ، وعدم تغيرها بشكل كبير حتى ولو تم إعادة توزيعه عدة مرات على نفس فئة الدراسة على فترات زمنية مختلفة، ومن أجل اختبار الثبات تم الاعتماد على معامل الثبات.

جدول (2-14) معامل ألفا كرو نباخ لأداة الدراسة

عبارات الاستبيان	معامل ألفا كرو نباخ
29	0,898

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات SPSS22

من خلال الجدول (2-14) تم حساب ثبات الاختبار باستخدام اختبار ألفا كرو نباخ وقد بلغ معامل ثبات الاختبار (0.898) وهي درجة عالية أكبر من المعامل 0,60 مما يدل على ثبات الاختبار، إذا يمكن القول بأن هناك صدق وثبات في محاور الاستبيان.

الفرع الثاني: عرض نتائج الدراسة

بعد تحليل البيانات الأولية من الاستبيان سيتم في هذا المبحث اختبار صحة فرضيات الدراسة من خلال تبيان مدى قبولها أو رفضها، وذلك باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة.

أولاً: عرض وتحليل نتائج إجابات أفراد العينة الخاصة بمحور التحفيز.

ويتم قياسه من خلال إجابات المحور الأول، وعرض النتائج المتوصل إليها باستخدام الأدوات الإحصائية والقياسية والبرامج المستعملة في معالجة البيانات التي تم جمعها عن طريق الاستبيان، ثم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والاتجاه العام وكانت على النحو التالي:

جدول (2-15) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والاتجاه العام لمحور التحفيز.

الترتيب	الاتجاه العام	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الابعاد
3	متوسط	0.539	2.225	الخوافز المادية
2	متوسط	0.583	2.300	الخوافز المعنوية
1	عالي	0.620	2.381	الخوافز الفردية
4	متوسط	0.517	2.212	الخوافز الجماعية
5	متوسط	0.602	1.925	الخوافز السلبية
متوسط		0.399	2.208	المحور ككل

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS).

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن المتوسط العام لأبعاد محور التحفيز بلغ (2.208) والانحراف المعياري يقدر بـ (0.399) وقد كان الاتجاه العام لعبارات التحفيز متوسط، حيث كان المتوسط الحسابي لبعدها الحوافز الفردية (2.381) وهو الأعلى، والانحراف المعياري (0.620)، يليها المتوسط الحسابي لبعدها الحوافز المعنوية والمقدر (2.300) والانحراف المعياري (0.583)، يليها في المرتبة الثالثة بعد الحوافز المادية بمتوسط حسابي (2.225) والانحراف المعياري (0.539)، يليها المتوسط الحسابي لبعدها الحوافز الجماعية والمقدر (2.212) والانحراف المعياري (0.517)، وفي المرتبة الأخيرة بعد الحوافز السلبية بمتوسط حسابي (1.925) والانحراف المعياري (0.602).

وسيتم تفصيل إجابات الافراد على الأبعاد كما يلي :

1- بعد الحوافز المادية:

جدول (2-16) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والاتجاه العام لبعدها الحوافز المادية.

الترتيب	الاتجاه العام	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
02	متوسط	0.948	2.150	مقتنع بالأجر الذي تتقاضاه مقارنة بالجهد الذي تبذله
03	متوسط	0.861	2.025	تحصل على مكافآت مادية لقاء عملك وطريقة إنجازك
01	متوسط	0.588	2.750	تقدم لك المؤسسة خدمات اجتماعية كالنقل، الأكل، والعلاج
04	متوسط	0.733	1.975	تقدم لك المؤسسة هدايا في الاعياد والمناسبات
متوسط		0.539	2.225	بعد الحوافز المادية

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS).

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن المتوسط العام لبعدها الحوافز المادية بلغ (2.225) والانحراف المعياري يقدر بـ (0.539) وقد كان الاتجاه العام لعبارات لبعدها الحوافز المادية متوسط، حيث كان المتوسط الحسابي لعبارة تقدم لك المؤسسة خدمات اجتماعية كالنقل، الأكل، والعلاج (2.750) وهو الأعلى، والانحراف المعياري (0.588)، يليها المتوسط الحسابي لعبارة مقتنع بالأجر الذي تتقاضاه مقارنة بالجهد الذي تبذله والمقدر (2.150) والانحراف المعياري (0.948)، يليها في المرتبة الثالثة لعبارة تحصل على مكافآت مادية لقاء عملك

وطريقة إنجازه بمتوسط حسابي (2.025) والانحراف المعياري (0.861)، وفي المرتبة الاخيرة عبارة تقدم لك المؤسسة هدايا في الاعياد والمناسبات بمتوسط حسابي (1.975) والانحراف المعياري (0.733).

2- بعد الحوافز المعنوية:

جدول (2-17) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والاتجاه العام لبعد الحوافز المعنوية.

الترتيب	الاتجاه العام	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
1	عالي	0.784	2.475	توفر لك المؤسسة ظروف ملائمة تشجعك للقيام بعملك
3	متوسط	0.876	2.275	تتحصل على ترقية نتيجة لأدائك الجيد
4	متوسط	0.911	2.125	تتلقى تكويناً لتطوير وتحسين أدائك المطلوب
2	متوسط	0.764	2.325	تشركك المؤسسة في عملية اتخاذ القرارات
متوسط		0.583	2.300	بعد الحوافز المعنوية

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS).

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن المتوسط العام لبعد الحوافز المعنوية بلغ (2.300) والانحراف المعياري يقدر بـ (0.583) وقد كان الاتجاه العام للعبارات لبعد الحوافز المعنوية متوسط، حيث كان المتوسط الحسابي لعبارة توفر لك المؤسسة ظروف ملائمة تشجعك للقيام بعملك (2.475) وهو الأعلى والانحراف المعياري (0.784)، يليها المتوسط الحسابي لعبارة تشركك المؤسسة في عملية اتخاذ القرارات والمقدر (2.325) والانحراف المعياري (0.764)، يليها في المرتبة الثالثة عبارة تتحصل على ترقية نتيجة لأدائك الجيد بمتوسط حسابي (2.275) والانحراف المعياري (0.876)، وفي المرتبة الاخيرة عبارة تتلقى تكويناً لتطوير وتحسين أدائك المطلوب بمتوسط حسابي (2.125) والانحراف المعياري (0.911).

3- بعد الحوافز الفردية:

جدول (2-18) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والاتجاه العام لبعده الحوافز الفردية.

الترتيب	الاتجاه العام	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
4	متوسط	0.828	2.325	تتحصل على علاوات مقابل بذلك لجهد إضافي
2	عالي	0.812	2.425	تحصل على المدح والثناء عند أداء واجباتك بدقة
1	عالي	0.675	2.425	الحوافز التي تتلقاها تؤثر على مجهودك بشكل كبير
3	عالي	0.802	2.350	إبداعك وأداءك الممتاز سببا في ترقيتك
	عالي	0.620	2.381	بعد الحوافز الفردية

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS)

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن المتوسط العام لبعده الحوافز الفردية بلغ (2.381) والانحراف المعياري يقدر بـ (0.620)، وقد كان الاتجاه العام للعبارات لبعده الحوافز الفردية عالي، حيث كان المتوسط الحسابي لعبارة الحوافز التي تتلقاها تؤثر على مجهودك بشكل كبير (2.425) وهو الأعلى والانحراف المعياري (0.675)، يليها المتوسط الحسابي لعبارة تحصل على المدح والثناء عند أداء واجباتك بدقة والمقدر (2.425) والانحراف المعياري (0.812)، يليها في المرتبة الثالثة لعبارة إبداعك وأداءك الممتاز سببا في ترقيتك بمتوسط حسابي (2.350) والانحراف المعياري (0.802)، وفي المرتبة الأخيرة عبارة تحصل على علاوات مقابل بذلك لجهد إضافي بمتوسط حسابي (2.325) والانحراف المعياري (0.828).

4- بعد الحوافز الجماعية:

جدول (2-19) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والاتجاه العام لبعده الحوافز الجماعية

الترتيب	الاتجاه العام	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
4	متوسط	0.800	1.975	تمنح المؤسسة مكافآت جماعية لتشجيعكم على العمل الجماعي
1	عالي	0.598	2.725	العمل الجماعي يؤدي إلى شعورك براحة نفسية
2	متوسط	0.699	2.150	تقدم المؤسسة ترقيات عادلة وفق أسس مدروسة
3	متوسط	0.751	2.000	تقوم المؤسسة بإشراك كل العاملين في عملية اتخاذ القرار قصد تحميلهم المسؤولية

				وتحفيزهم على العمل بكفاءة
متوسط	0.517	2.212		بعد الحوافز الجماعية

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS).

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن المتوسط العام لبعده الحوافز الجماعية بلغ (2.212) والانحراف المعياري يقدر بـ (0.517) وقد كان الاتجاه العام للعبارات لبعده الحوافز الجماعية متوسط، حيث كان المتوسط الحسابي لعبارة العمل الجماعي يؤدي إلى شعورك براحة نفسية (2.725) وهو الأعلى والانحراف المعياري (0.598) يليها المتوسط الحسابي لعبارة تقدم المؤسسة ترقية عادلة وفق أسس مدروسة والمقدر (2.150) والانحراف المعياري (0.699)، يليها في المرتبة الثالثة لعبارة تقوم المؤسسة بإشراك كل العاملين في عملية اتخاذ القرار قصد تحميلهم المسؤولية وتحفيزهم على العمل بكفاءة بمتوسط حسابي (2.000) والانحراف المعياري (0.751)، وفي المرتبة الأخيرة عبارة تمنح المؤسسة مكافآت جماعية لتشجيعكم على العمل الجماعي بمتوسط حسابي (1.975) والانحراف المعياري (0.800).

5- بعد الحوافز السلبية:

جدول (2-20) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والاتجاه العام لبعده الحوافز السلبية.

الترتيب	الاتجاه العام	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
3	متوسط	0.828	1.925	تعرض للخصم المالي عند ارتكابك لخطأ في العمل
1	متوسط	0.852	2.125	توجه لك المؤسسة إنذارات شفهية وتحذيرات عند التقصير في العمل
2	متوسط	0.750	1.725	تلقيت إنذارات كتابية في العمل من أجل ردعك
4	متوسط	0.693	1.925	تلجأ المؤسسة إلى تأجيل الترقيات والعلاوات إذا لم تعمل بتوجيهاتها
	متوسط	0.602	1.925	بعد الحوافز السلبية

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS).

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن المتوسط العام لبعده الحوافز السلبية بلغ (1.925) والانحراف المعياري يقدر بـ (0.602) وقد كان الاتجاه العام للعبارات لبعده الحوافز السلبية متوسط، حيث كان المتوسط الحسابي لعبارة توجه لك المؤسسة إنذارات شفهية وتحذيرات عند التقصير في العمل (2.125) وهو الأعلى والانحراف المعياري

(0.852)، يليها المتوسط الحسابي لعبارة تتعرض للخصم المالي عند ارتكابك خطأ في العمل والمقدر (1.725) والانحراف المعياري (0.750)، يليها في المرتبة الثالثة لعبارة تتعرض للخصم المالي عند ارتكابك خطأ في العمل بمتوسط حسابي (1.925) والانحراف المعياري (0.828)، وفي المرتبة الأخيرة عبارة تلجأ المؤسسة إلى تأجيل الترقيات والعلاوات إذا لم تعمل بتوجيهاتها بمتوسط حسابي (1.925) والانحراف المعياري (0.693).

ثانياً: عرض وتحليل نتائج إجابات أفراد العينة الخاصة بمحور الابتكار

جدول (2-21) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والاتجاه العام لمحور الابتكار.

الترتيب	الاتجاه العام	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
9	متوسط	0.845	2.050	توفر لك المؤسسة المناخ المناسب لتطبيق أفكارك الجديدة
5	عالي	0.774	2.375	لديك الحرية لطرح أفكارك الجديدة داخل المؤسسة
7	عالي	0.757	2.300	تفسح لك المؤسسة فرصة طرح أفكارك ومقترحاتك وإن كانت مخالفة لرأي رؤسائكم
4	عالي	0.816	2.475	الحوافز المادية والمعنوية تدفعك للإبداع والابتكار
8	متوسط	0.853	2.200	تقوم المؤسسة بتنظيم دورات تكوينية في مجال الابتكار
6	متوسط	0.802	2.350	تثمن المؤسسة أفكار العمال الجديدة في تحسين نشاطاتها
3	عالي	0.712	2.575	تستقطب المؤسسة التكنولوجيا المتقدمة واللازمة لتوليد أفكار جديدة لدى الموظفين
2	عالي	0.615	2.675	تقدم المؤسسة منتجات أو خدمات ذات جودة لرضا عملائها بالاعتماد على الإبداع والابتكار
1	عالي	0.576	2.775	تسعى المؤسسة لتحقيق ميزة تنافسية من خلال تطوير منتجاتها أو خدماتها
عالي		0.479	2.419	محور الابتكار

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS)

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن المتوسط العام لمحور الابتكار بلغ (2.419) والانحراف المعياري يقدر بـ (0.479) وقد كان الاتجاه العام للعبارات لمحور الابتكار متوسط، حيث كان المتوسط الحسابي لعبارة تسعى

المؤسسة لتحقيق ميزة تنافسية من خلال تطوير منتجاتها أو خدماتها (2.775) وهو الأعلى والانحراف المعياري (0.576)، فيما كانت عبارة توفر لك المؤسسة المناخ المناسب لتطبيق أفكارك الجديدة في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (2.050) والانحراف المعياري (0.845).

المطلب الثاني: مناقشة نتائج الدراسة

الفرع الاول: مناقشة نتائج العينة

1- جاءت درجة الأهمية لمجموع عبارات التحفيز المادي متوسطة ويدل ذلك على وجود أهمية للتحفيز المادي للأفراد ولكن ليس بالقدر الكافي، كون أنها جاءت بمتوسط حسابي 2,225 وهذا إن دل فإنه يدل على أن المؤسسة تسعى لتقديم التحفيز المختلفة ولكن ليس بالقدر الذي يشجع العمال على إعطاء أفضل ما لديهم، أو يدل على عدم جدية العمال في الإجابة على الاستبيان.

2- جاءت درجة الأهمية لمجموع عبارات التحفيز المعنوي متوسطة ويدل ذلك على عدم وجود أهمية للتحفيز المعنوي بالقدر الكافي للأفراد، كون أنها جاءت بمتوسط حسابي 2,300 وهذا إن دل فإنه يدل على أن المؤسسة تسعى في تكوين العاملين من أجل تطوير وتحسين أدائهم ولكن ليس بالقدر الكافي، كما يدل على عدم جدية العمال في الإجابة على الاستبيان، أو الخوف من الإجابة من الجهات المسؤولة بالتعليق عليه بالحياذ وعدم تقديم اجابات صريحة.

3- جاءت درجة الأهمية لمجموع عبارات التحفيز الفردي عالية، ويدل ذلك على وجود أهمية كبيرة للتحفيز الفردي من طرف المؤسسة كونها جاءت بمتوسط حسابي 2,381 وهذا يدل على أن المؤسسة تشجع الافراد كل على حدا من خلال عبارات المدح والثناء والعلاوات التي يتلقاها الفرد مقابل بذلهم لمجهودات إضافية وابداعاتهم وأدائهم الجيد، فالعمل الفردي في شركة روائح الورود والعطور يعطي أفضل النتائج في حالة وجود تحفيزات فردية.

4- جاءت درجة الأهمية لمجموع عبارات التحفيز الجماعي متوسطة، ويدل ذلك على عدم وجود أهمية كبيرة للتحفيز الجماعي من طرف المؤسسة كونها جاءت بمتوسط حسابي 2,212 وهذا يدل على أن المؤسسة لا تمنح المكافآت الجماعية لتشجيع العمال ولا تقوم بإشراكهم في عملية اتخاذ القرارات بالشكل الكافي الذي قد يحفزهم ويشجعهم على العمل الجماعي بكفاءة.

5- جاءت درجة الأهمية لمجموع عبارات التحفيز السلبي متوسطة، ويدل ذلك على عدم وجود أهمية كبيرة للتحفيز السلبي من طرف الشركة كونها جاءت بمتوسط حسابي 1,195 وهذا وإن دل فإنه يدل على عدم استعمال الشركة للتحفيز السلبي ، وهذا غير منطقي، وهنا يمكن القول أن الإجابة على أسئلة الاستبيان كانت غير مأخوذة على محمل الجدل من طرف العاملين، فمثلا ارتكاب أخطاء أو التقصير في العمل من طرف العامل ستعمل الشركة بمعاقبته من خلال إنذار شفوي أو خصم مالي وفي بعض الأحيان يؤدي إلى الفصل عن العمل نهائيا.

6- جاءت درجة الأهمية لمجموع عبارات الابتكار عالية ، ويدل ذلك على وجود أهمية كبيرة للابتكار والابداع في شركة روائح الورود والعطور كونها جاءت بمتوسط حسابي 2,419 فبالرجوع إلى المتغيرات السابقة وعلاقتها بالابتكار يمكن القول أن الشركة تقدم الحوافز المادية والمعنوية لدفع العاملين للإبداع والابتكار وتحقيق ميزة تنافسية من خلال تطوير منتجاتها وخدماتها.

الفرع الثاني: اختبار الفرضيات

1- اختبار فرضيات الدراسة:

❖ الفرضية الرئيسية:

● نص الفرضية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين التحفيز ودعم الابتكار في شركة روائح الورود والعطور بولاية الوادي.

نقوم بصياغتها إحصائيا كما يلي:

الفرضية الصفرية (H_0): لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين التحفيز ودعم الابتكار في شركة روائح الورود والعطور بولاية الوادي.

الفرضية البديلة (H_1): يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين التحفيز ودعم الابتكار في شركة روائح الورود والعطور بولاية الوادي.

جدول (2- 22) ملخص الارتباط الخطي البسيط للفرضية الرئيسية.

معامل الانحدار (B)	مستوى الدلالة (sig)	معامل التحديد R^2	قيمة F	قرار الاختبار
0.840	0.05	0.490	36.52	(H_1)

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V22

من خلال الجدول أعلاه نجد أن قيمة معامل الانحدار قد بلغت ($B=0.840$) وهي دالة عند مستوى 0.05، ومعامل التحديد قد بلغ ($R^2=0.490$) وهذا يدل على أن المتغير المستقل (التحفيز) يؤثر على المتغير التابع (الابتكار) حسب إجابات عينة الدراسة المستجوبة، كما أنه قدرت قيمة F ب ($F=36.52$) وهي دالة عند مستوى دلالة (0.05).

- بناء على قرار اختبار الفرضية: نقبل الفرضية البديلة ($H1$) ونرفض الفرضية الصفرية ($H0$) أي يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين التحفيز ودعم الابتكار في شركة روائح الورود والعطور بولاية الوادي.
- الفرضيات الفرعية:

1) الفرضية الاولى:

- نص الفرضية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين الحوافز المادية ودعم الابتكار في شركة روائح الورود والعطور بولاية الوادي.
- نقوم بصياغتها إحصائيا كما يلي:
- الفرضية الصفرية ($H0$): لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين الحوافز المادية ودعم الابتكار في شركة روائح الورود والعطور بولاية الوادي.
- الفرضية البديلة ($H1$): يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين الحوافز المادية ودعم الابتكار في شركة روائح الورود والعطور بولاية الوادي.

جدول (2- 23) ملخص الارتباط الخطي البسيط للفرضية الفرعية الاولى.

معامل الانحدار (B)	مستوى الدلالة (sig)	معامل التحديد R^2	قيمة F	قرار الاختبار
0.570	0.05	0.413	26.70	(H_1)

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V22

من خلال الجدول أعلاه نجد أن قيمة معامل الانحدار قد بلغت ($B=0.570$) وهي دالة عند مستوى (0.05)، معامل التحديد قد بلغ ($R^2=0.413$) وهذا يدل على أن المتغير المستقل (الحوافز المادية) تؤثر على المتغير التابع (الابتكار) حسب إجابات عينة الدراسة المستجوبة كما أنه قدرت قيمة F ب ($F=26.70$) وهي دالة عند مستوى دلالة (0.05).

- بناء على قرار اختبار الفرضية: نقبل الفرضية البديلة (H_1) ونرفض الفرضية الصفرية (H_0) أي يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين الحوافز المادية ودعم الابتكار في شركة روائح الورود والعطور بولاية الوادي.

(2) الفرضية الثانية:

- نص الفرضية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين الحوافز المعنوية ودعم الابتكار في شركة روائح الورود والعطور بولاية الوادي.
- نقوم بصياغتها إحصائيا كما يلي:
- الفرضية الصفرية (H_0): لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين الحوافز المعنوية ودعم الابتكار في شركة روائح الورود والعطور بولاية الوادي.
- الفرضية البديلة (H_1): يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين الحوافز المعنوية ودعم الابتكار في شركة روائح الورود والعطور بولاية الوادي.

جدول (2-24) ملخص الارتباط الخطي البسيط للفرضية الفرعية الثانية.

معامل الانحدار (B)	مستوى الدلالة (sig)	معامل التحديد R^2	قيمة F	قرار الاختبار
0.460	0.05	0.314	17.37	(H_1)

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V22

من خلال الجدول أعلاه نجد أن قيمة معامل الانحدار قد بلغت ($B=0.460$) وهي دالة عند مستوى (0.05)، معامل التحديد قد بلغ ($R^2=0.314$) وهذا يدل على أن المتغير المستقل (الحوافز المعنوية) تؤثر على المتغير التابع (الابتكار) حسب إجابات عينة الدراسة المستجوبة كما أنه قدرت قيمة F ب ($F=17.37$) وهي دالة عند مستوى دلالة (0.05).

- بناء على قرار اختبار الفرضية: نقبل الفرضية البديلة (H_1) ونرفض الفرضية الصفرية (H_0) أي يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين الحوافز المعنوية ودعم الابتكار في شركة روائح الورود والعطور بولاية الوادي.

3) الفرضية الثالثة:

- نص الفرضية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين الحوافز الفردية ودعم الابتكار في شركة روائح الورود والعطور بولاية الوادي.
- نقوم بصياغتها إحصائيا كما يلي:
- الفرضية الصفرية (H_0): لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين الحوافز الفردية ودعم الابتكار في شركة روائح الورود والعطور بولاية الوادي.
- الفرضية البديلة (H_1): يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين الحوافز الفردية ودعم الابتكار في شركة روائح الورود والعطور بولاية الوادي.

جدول (2-25) ملخص الارتباط الخطي البسيط للفرضية الفرعية الثالثة.

معامل الانحدار (B)	مستوى الدلالة (sig)	معامل التحديد R^2	قيمة F	قرار الاختبار
0.409	0.05	0.280	14.78	(H_1)

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V22

من خلال الجدول أعلاه نجد أن قيمة معامل الانحدار قد بلغت ($B=0.409$) وهي دالة عند مستوى (0.05)، معامل التحديد قد بلغ ($R^2=0.280$) وهذا يدل على أن المتغير المستقل (الحوافز الفردية) تؤثر على المتغير التابع (الابتكار) حسب إجابات عينة الدراسة المستجوبة كما أنه قدرت قيمة F ب ($F=14.78$) وهي دالة عند مستوى دلالة (0.05).

- بناء على قرار اختبار الفرضية: نقبل الفرضية البديلة (H_1) ونرفض الفرضية الصفرية (H_0) أي يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين الحوافز الفردية ودعم الابتكار في شركة روائح الورود والعطور بولاية الوادي.

4) الفرضية الرابعة:

- نص الفرضية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين الحوافز الجماعية ودعم الابتكار في شركة روائح الورود والعطور بولاية الوادي.
- نقوم بصياغتها إحصائيا كما يلي:

الفرضية الصفرية (H_0): لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين الحوافز الجماعية ودعم الابتكار في شركة روائح الورود والعطور بولاية الوادي.

الفرضية البديلة (H_1): يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين الحوافز الجماعية ودعم الابتكار في شركة روائح الورود والعطور بولاية الوادي.

جدول (2-26) ملخص الارتباط الخطي البسيط للفرضية الفرعية الرابعة.

معامل الانحدار (B)	مستوى الدلالة (sig)	معامل التحديد R^2	قيمة F	قرار الاختبار
0.480	0.05	0.269	14.01	(H_1)

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V22

من خلال الجدول أعلاه نجد أن قيمة معامل الانحدار قد بلغت ($B=0.480$) وهي دالة عند مستوى (0.05)، معامل التحديد قد بلغ ($R^2=0.269$) وهذا يدل على أن المتغير المستقل (الحوافز الجماعية) تؤثر على المتغير التابع (الابتكار) حسب إجابات عينة الدراسة المستجوبة كما أنه قدرت قيمة F ب ($F=14.01$) وهي دالة عند مستوى دلالة (0.05).

■ بناء على قرار اختبار الفرضية: نقبل الفرضية البديلة (H_1) ونرفض الفرضية الصفرية (H_0) أي يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين الحوافز الجماعية ودعم الابتكار في شركة روائح الورود والعطور بولاية الوادي.

5) الفرضية الخامسة:

● نص الفرضية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين الحوافز السلبية ودعم الابتكار في شركة روائح الورود والعطور بولاية الوادي .

نقوم بصياغتها إحصائيا كما يلي:

الفرضية الصفرية (H_0): لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين الحوافز السلبية ودعم الابتكار في شركة روائح الورود والعطور بولاية الوادي.

الفرضية البديلة (H_1): يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين الحوافز السلبية ودعم الابتكار في شركة روائح الورود والعطور بولاية الوادي.

جدول (2-27) ملخص الارتباط الخطي البسيط للفرضية الفرعية الخامسة.

معامل الانحدار (B)	مستوى الدلالة (sig)	معامل التحديد R^2	قيمة F	قرار الاختبار
0.169	0.05	0.045	0.187	(H_0)

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V22

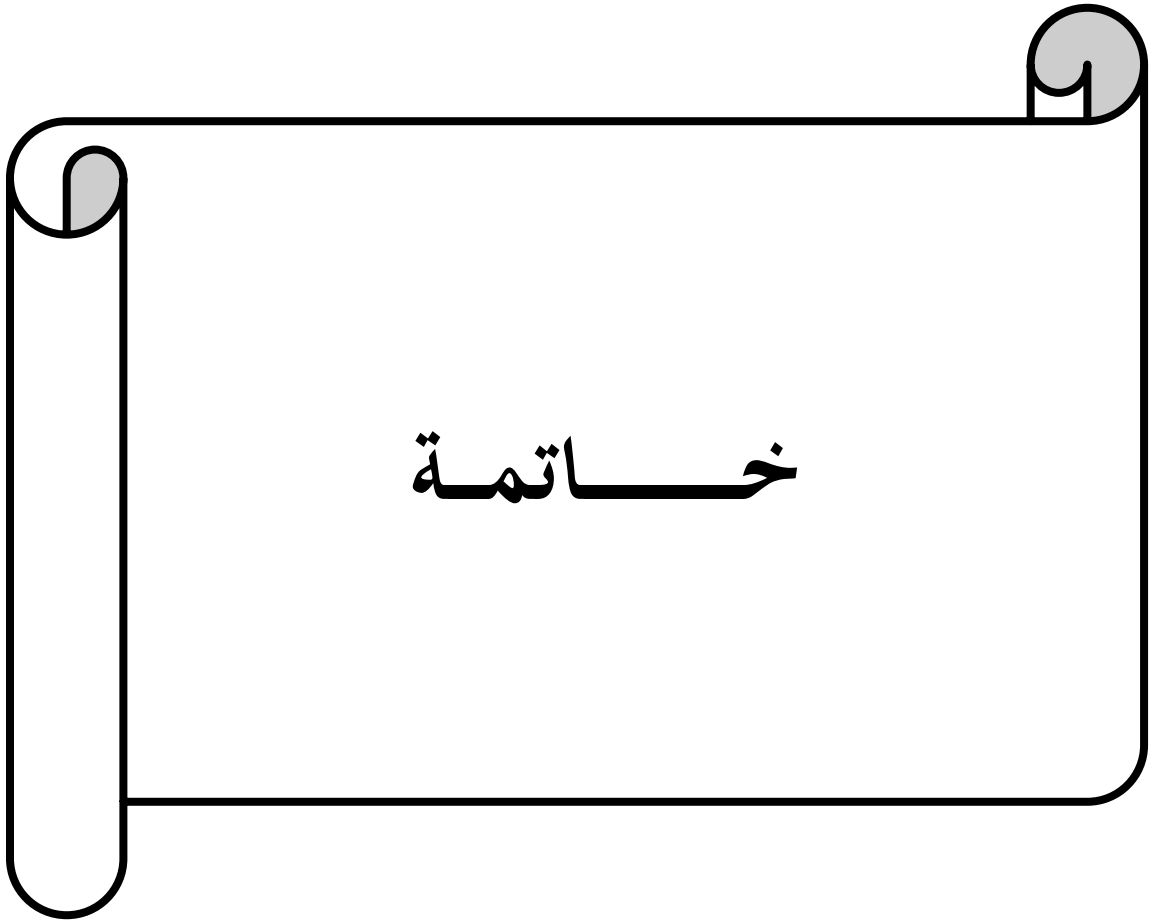
من خلال الجدول أعلاه نجد أن قيمة معامل الانحدار قد بلغت ($B=0.169$) وهي غير دالة عند مستوى (0.05)، ومعامل التحديد قد بلغ ($R^2=0.045$) وهذا يدل على أن المتغير المستقل (الحوافز السلبية) لا تؤثر على المتغير التابع (الابتكار) حسب إجابات عينة الدراسة المستجوبة، كما أنه قدرت قيمة F ب ($F=0.187$) وهي غير دالة عند مستوى دلالة (0.05).

■ بناء على قرار اختبار الفرضية: نقبل الفرضية الصفرية (H_0) ونرفض الفرضية البديلة (H_1) أي لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين الحوافز السلبية ودعم الابتكار في شركة روائح الورود والعطور بولاية الوادي.

خلاصة الفصل:

بعد الدراسة الميدانية التي تم إجرائها في شركة روائح الورود والعطور وإسقاط الجانب النظري على هذه الدراسة من خلال نموذج الدراسة وانطلاقاً من الفرضيات الفرعية التي تم اختبارها، وبالاعتماد على الاستبيان الذي وُزِعَ على العينة المطلوبة وبعد تحليل نتائج الدراسة باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS، تم التوصل إلى وجود علاقة طردية وأثر إيجابي بين أبعاد التحفيز وعملية الابتكار في الشركة محل الدراسة.

كما أظهرت نتائج اختبار الفرضيات أن البعد الأكثر تأثيراً في دعم عملية الابتكار هو بعد الحوافز الفردية يليها بعد الحوافز المعنوية، ثم الحوافز المادية، ثم الجماعية وأخيراً الحوافز السلبية.



في عالم تتسارع فيه وتيرة التغيير، وفي ظل المنافسة أصبح الابتكار ضرورة حتمية لنجاح وتقدم أي مؤسسة اقتصادية تسعى إلى البقاء والتنافس، ولكن الابتكار لا ينبثق من فراغ، بل يحتاج بيئة عمل داعمة ومحفزة للأفراد على التفكير بشكل إبداعي وتحريك طاقاتهم الكامنة، فالتحفيز بدوره المحوري والاساسي يعتبر وسيلة للرفع من مستوى كفاءة الافراد وتحسين أدائهم داخل المؤسسة، ومن خلال دراستنا لموضوع دور التحفيز في دعم عملية الابتكار في شركة روائح الورود والعطور بولاية الوادي وبهدف اختبار أثر العلاقة بين التحفيز وعملية الابتكار، قمنا بدراسة ميدانية حيث تم استخدام الاستبيان وكانت العينة المدروسة مكونة من 40 عامل من الشركة محل الدراسة ضمت 29 عبارة جاءت هذه الدراسة للإجابة على الاشكالية التالية:

• كيف يساهم التحفيز في دعم عملية الابتكار في شركة روائح الورود والعطور؟

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من خلال دراستنا النظرية والميدانية كانت كالاتي:

1. نتائج الدراسة النظرية: تمثلت فيما يلي:

■ **التحفيز** هو مجموع العوامل والاساليب التي تقوم بها المؤسسة للتأثير في السلوك الانساني للأفراد سواء كانت إيجابية أو سلبية، والتي بدورها توجه سلوكهم وتحدد اتجاهاتهم بالشكل الذي يجعلهم يحققون أعلى المستويات من الأداء الكفاء نحو أهداف المؤسسة، وينقسم التحفيز إلى عدة أبعاد منها:

التحفيز المادي ويعتبر من أكثر أنظمة الحوافز شيوعا، لقدرته على إشباع عدد من الحاجات الأولية، أو الدوافع الأساسية لدى الفرد.

التحفيز المعنوي وهو مكمل ومرافق للتحفيز المادي لتحقيق مستوى أفضل من الأداء.

التحفيز الفردي ويقصد به تشجيع أو تحفيز أفراد معينين، أو تخصيص مكافأة للفرد الذي ينتج أفضل الخدمات.

التحفيز الجماعي حيث يساعد على دعم الارتباط، الانسجام وتنمية الشعور بالمشاركة ويشجع العمل الجماعي.

التحفيز السلبي أداة فعالة لتحسين سلوك الأفراد في المدى القصير، لكن قد يكون له آثار سلبية على المدى الطويل.

- الابتكار هو قدرة المؤسسة على التوصل إلى ما هو جديد، يضيف قيمة أكبر وأسرع من المنافسين في السوق، فالمؤسسة الابتكارية هي الأولى مقارنة مع المنافسين.
- المؤسسة لها التأثير الأكبر من حيث ابتكار وإبداع الأفراد بهدف التميز على المنافسين وبالتالي تحقيق ميزة تنافسية.
- يساهم التحفيز في تنمية الطاقات الابتكارية لدى الأفراد بما يضمن تفوق المؤسسة وازدهارها.
- تزيد الحوافز من اندفاع الفرد لاكتساب المزيد من الكفاءات والمهارات.

2. نتائج الدراسة الميدانية:

- أظهرت النتائج أن مستوى توافر الحوافز الفردية في شركة روائح الورود والعطور كان عاليا.
- أشارت النتائج أن مستوى توافر الحوافز المادية، المعنوية، الجماعية والسلبية كان متوسطا.
- أظهرت النتائج أن مستوى توافر الابتكار في شركة روائح الورود والعطور كان عاليا.
- التحفيز بأبعاده (المادية، المعنوية، الفردية، الجماعية) يؤثر تأثيرا إيجابيا على عملية الابتكار.
- تعتمد شركة روائح الورود والعطور على الحوافز الفردية من خلال نتائج الاستبيان.

3. نتائج اختبار الفرضيات:

من خلال الدراسة الميدانية، ومن خلال تحليل الاستبيان الموزع على عينة الدراسة توصلنا إلى النتائج التالية:

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين التحفيز ودعم الابتكار في شركة روائح الورود والعطور.
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين الحوافز المادية ودعم الابتكار في شركة روائح الورود والعطور.
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين الحوافز المعنوية ودعم الابتكار في شركة روائح الورود والعطور.
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين الحوافز الفردية ودعم الابتكار في شركة روائح الورود والعطور.
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين الحوافز الجماعية ودعم الابتكار في شركة روائح الورود والعطور.
- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين الحوافز السلبيه ودعم الابتكار في شركة روائح الورود والعطور.

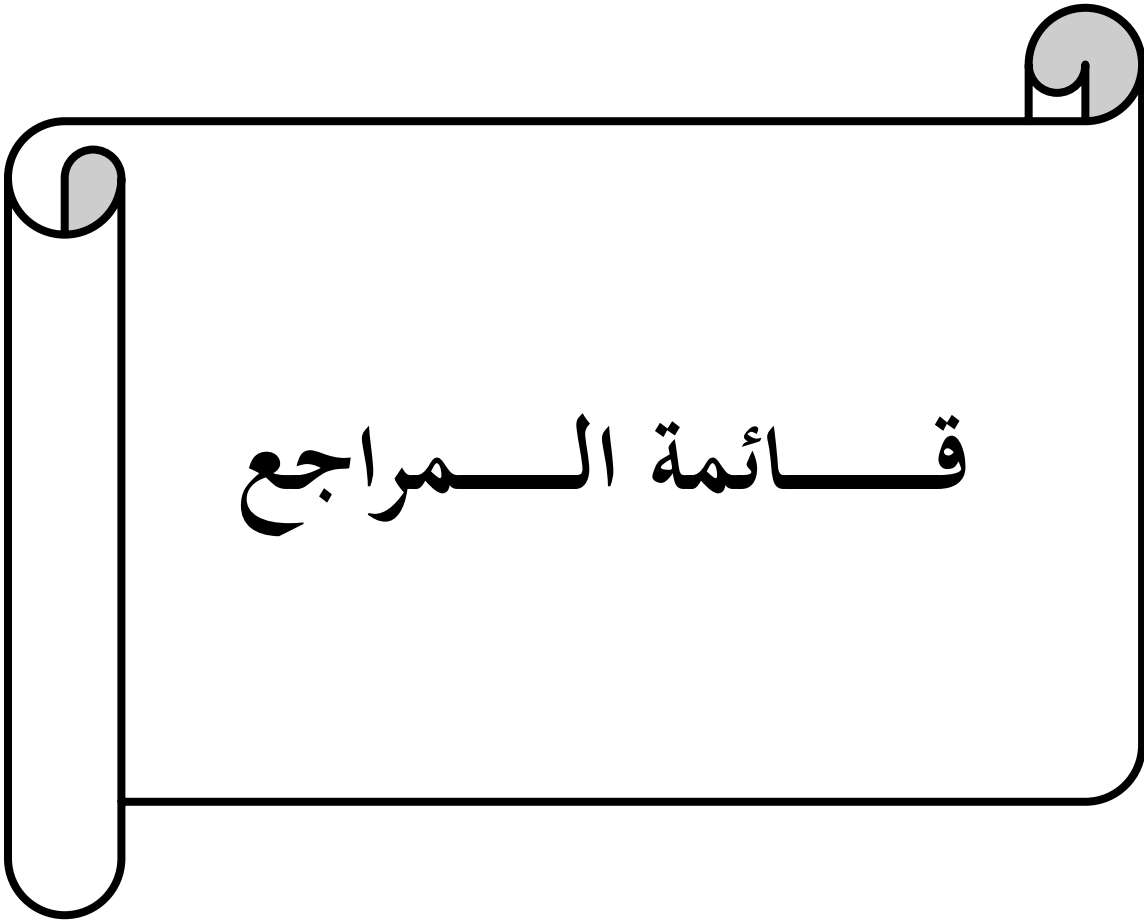
4. التوصيات:

- إيجاد وخلق ثقافة تنظيمية تقدر الابداع والابتكار في المؤسسات الجزائرية.
- تنظيم دورات تكوينية حول الابداع والابتكار.
- الرفع من التحفيزات المادية والمعنوية والتي بدورها تساعد على التوجه نحو الابتكار.
- تقديم ترقيات عادلة وفق أسس علمية مدروسة تعمل على تحفيز الأفراد.
- وجود نظام مكافآت عادلا وموضوعيا يربط بين الأداء والانجاز.

5. آفاق الدراسة:

يعتبر التحفيز ودوره في دعم الابتكار من المجالات البحثية الواسعة ذات الأهمية الكبيرة في مختلف المجالات، وتشير الدراسات الحديثة إلى وجود علاقة وثيقة بين التحفيز والابتكار، وعلى ضوء ما توصلنا إليه في دراستنا يمكن أن تكون هذه الاشكاليات دافعا لدراسات مستقبلية.

- دراسة أثر دعم الثقافة التنظيمية على عملية الابتكار.
- دراسة وتقييم نظام المكافآت وعلاقته بسلوك الأفراد.
- طرق وآليات التحفيز في المؤسسات والشركات الافتراضية.
- دور الابتكار في دعم تنافسية المؤسسات الاقتصادية.



قائمة المراجع

❖ الكتب:

1. أحمد سيد مصطفى، إدارة البشر (الأصول والمهارات)، مصر، 2002.
2. أدريان بالمر، ترجمة بماء شاهين وآخرين، مبادئ تسويق الخدمات، مجموعة النيل العربية، القاهرة، مصر 2009.
3. جون آلان، ترجمة سامي تيسير سلمان، كيف تنمي قدرتك على تحفيز الآخرين، بيت الأفكار الدولية للنشر والتوزيع، 1998.
4. خالد عبد الرحيم، إدارة الموارد البشرية، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، 2005.
5. راوية حسن، سلوك المؤسسات، الدار الجامعية، الاسكندرية، مصر، 2001.
6. سليم ابراهيم الحسينية، الادارة بالابداع نحو بناء منهج نظمي، المنظمة العربية الادارية، القاهرة، 2009.
7. لكحل منيف، تحفيز العاملين وبناء الرضا الوظيفي (مفاهيم - نظريات)، المثقف للنشر والتوزيع، ط12018.
8. مسلم عبد الله حسن، الابداع والابتكار الاداري في التنظيم والتنسيق، دار المعترف، ط1، عمان، 2014.
9. نجم عبود نجم، إدارة الابتكار (المفاهيم والخصائص والتجارب)، دار وائل للنشر، ط1، عمان، الاردن 2003.
10. نور الدين حاروش، إدارة الموارد البشرية، دار الأمة، ط2، الجزائر، 2007.
11. هادي مشعان ربيع، علم النفس الإداري، مكتب المجتمع العربي، ط1، عمان، 2008.

❖ الرسائل العلمية:

12. إيمان خليل محمد أبو خرمة، دور الحوافز والمكافآت للعاملين في تحقيق الميزة التنافسية، دراسة حالة شركات السياحة المصرية، جامعة قناة السويس، مصر، 2016م
13. بوغمبوز ابراهيم خليل، بن جدة أيمن، دور مهارات الابداع والابتكار في تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مذكرة الماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة العربي التبسي، تبسة 2020/2019.

14. ثنية الريح رفيقة، دور التحفيز في تحقيق الميزة التنافسية، دراسة حالة مؤسسة باتيميتال لولاية عين الدفلى، مذكرة ماستر، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2022/2021.
15. خالد علي أبو علان، أثر الحوافز المادية والمعنوية على أداء العاملين في شركات المشروبات الفلسطينية رسالة ماجستير في إدارة الاعمال بكلية الدراسات العليا، جامعة الخليل، 2016م.
16. زواتيني عبد العزيز، الممارسة القيادية وعلاقتها بتحفيز العاملين، مذكرة ماجستير، جامعة سعد دحلب البليدة، 2007.
17. عبايدية صباح، شراد لطيفة، أثر تمكين العاملين على الميزة التنافسية للخدمة، دراسة حالة فندق مهية بلاس وفندق الامير، مذكرة ماستر، جامعة العربي التبسي، تبسة، 2022/2021.
18. علي سيف سيف العراييد الشهبواني، دور القيادة في تحفيز الدور الإبداعي للموظفين رسالة ماجستير تنفيذي في القيادة، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة قطر، 2023م.
19. العيورات أمير، أثر الحوافز على الابداع الوظيفي للعاملين، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة غرداية، 2022/2021.
20. محمد بوصبع، سمير قفايفية، تطوير الابتكار في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مذكرة الماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة العربي التبسي، تبسة، 2017/2016.
21. مصطفى عومرية، أ. د. بن عبو الجيلاني، دور العوامل الشخصية والتنظيمية في تفعيل الإبداع والابتكار في المؤسسة الجزائرية، دراسة حالة مؤسسة CALEMPA لتصنيع الورق والأغلفة، جامعة معسكر.

❖ المجالات:

22. بن الدين نور الهدى، بن حدو آمنة، دور عامل التحفيز في تفعيل الإبداع الإداري، دراسة حالة المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، مجلة التكامل الاقتصادي، المجلد 10، العدد 3، 2022.
23. صالح محرز، فعالية نظام الحوافز في تحسين أداء المورد البشري في المؤسسات الصناعية الجزائرية، دراسة حالة شركة إسمنت تبسة، مجلة الاقتصاد الصناعي، العدد 10، 2016.
24. العرابي عكاشة، أحمد بالبشير محمد، دور سياسة التحفيز في تفعيل الابتكار التنظيمي لدى العاملين بالمؤسسة الاقتصادية، دراسة حالة اتصالات الجزائر فرع عين تيموشنت، مجلة البشائر الاقتصادية، المجلد 6 العدد 2، 2020.
25. منى خالد عكر، أهمية بيئة العمل في تحقيق الابداع الوظيفي، المجلة الدولية لنشر البحوث والدراسات المجلد 1، العدد 11، 2020.

26. وفاء فنجري مرزوق سعيد، دور التحفيز الذاتي في تدعيم الصمود النفسي، المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة، المجلد 53، العدد 1، أبريل 2023.

❖ الملتقيات والمؤتمرات:

27. بن يعقوب طاهر، هباش فارس، دور الابتكار التسويقي في اكتساب ميزة تنافسية لمنتجات المصارف الاسلامية، مداخله في ملتقى دولي تحت عنوان: منتجات وتطبيقات الابتكار والهندسة المالية بين الصناعة المالية التقليدية والصناعة المالية الاسلامية، الاكاديمية العالمية للبحوث الشرعية، 2014.

المراجع باللغة الاجنبية:

28. Anna svirina & ekaterina polosukhina , 2020.

Motivation to innovate as a key factor in innovation development process, kazan national research technical university, chistopol, Russia

29. citation setiyono, ahmed sanjaya, arief, 2023.

The impact of labour stimulation on workers performance, university of Darussalam contour funuku, Indonesia

30. joe todd- john bessaut, et keith pavitt, mangement de l'innovation integration du changement technologique, commercial et organisationnel (paris: de boeck, 2006).

31. oluwayomi ayoade ekundayo, joseph ayo Babalola , 2018.

the impact of motivation on employee performance in selected insurance companies in Nigeria ,university Nigeria.

32. Dr.sachin wankhed and others, 2023.

Impact of innovation on employee motivation in the it sector in pune city, department of management studies, SKNCOE. India

33. Vlacsekova , D & Mura, L , 2017.

Effect of motivational tools on employee satisfaction in small and medium enterprises, university Slovakia.

الملاحق

جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم علوم التسيير

استبيان

اخي العامل، اختي العاملة تحية طيبة وبعد..

في إطار إعداد مذكرة تخرج ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم التسيير، تخصص إدارة أعمال بعنوان: " دور التحفيز في دعم عملية الابتكار في المؤسسة الاقتصادية" - دراسة حالة - شركة روائح الورود والعطور.

يطيب لنا ويشرفنا أن نضع بين أيديكم هذا الاستبيان، ونرجو من سيادتكم التكرم بقراءته والاجابة على العبارات المدرجة من خلال وضع علامة (X) في الخانة المناسبة، كما أحيطكم علما أن إجاباتكم ستبقى موضع السرية، وستستخدم لغرض البحث العلمي.

وفي الأخير تقبلوا منا فائق الاحترام والتقدير.

المحور الأول: البيانات الشخصية

1. الجنس: ☐ ذكر ☐ أنثى
2. العمر: أقل من 30 سنة ☐ من 31 إلى 40 سنة ☐ من 41 إلى 50 سنة ☐ أكثر من 50 سنة ☐
3. المستوى العلمي: ثانوي فما أقل ☐ جامعي ☐ دراسات عليا ☐ أخرى ☐
4. المستوى الوظيفي: إطار ☐ أعوان التحكم ☐ الاعوان ☐
5. الاقدمية في العمل: أقل من 5 سنوات ☐ من 6 إلى 10 سنوات ☐ من 11 إلى 15 سنة ☐
6. أكثر من 15 سنة ☐

المحور الثاني: التحفيز

الرقم	العبارات	غير موافق	محايد	موافق
الحوافز المادية				
1.	مقتنع بالأجر الذي تتقاضاه مقارنة بالجهد الذي تبذله			
2.	تحصل على مكافآت مادية لقاء عملك وطريقة إنجازك			
3.	تقدم لك المؤسسة خدمات اجتماعية كالنقل، الاكل، والعلاج			
4.	تقدم لك المؤسسة هدايا في الاعياد والمناسبات			
الحوافز المعنوية				
5.	توفر لك المؤسسة ظروف ملائمة تشجعك للقيام بعملك			
6.	تتحصل على ترقية نتيجة لأدائك الجيد			
7.	تتلقى تكوينا لتطوير وتحسين أدائك المطلوب			
8.	تشركك المؤسسة في عملية اتخاذ القرارات			
الحوافز الفردية				
9.	تتحصل على علاوات مقابل بذلك لجهد إضافي			
10.	تحصل على المدح والثناء عند أداء واجباتك بدقة			
11.	الحوافز التي تتلقاها تؤثر على مجهودك بشكل كبير			
12.	إبداعك وأدائك الممتاز سببا في ترقية			
الحوافز الجماعية				
13.	تمنح المؤسسة مكافآت جماعية لتشجيعكم على العمل الجماعي			

14.	العمل الجماعي يؤدي إلى شعورك براحة نفسية		
15.	تقدم المؤسسة ترقية عادلة وفق أسس مدروسة		
16.	تقوم المؤسسة بإشراك كل العاملين في عملية اتخاذ القرار قصد تحميلهم المسؤولية وتخفيفهم على العمل بكفاءة		
الحوافز السلبية			
17.	تعرض للخصم المالي عند ارتكابك لخطأ في العمل		
18.	توجه لك المؤسسة إنذارات شفوية وتحذيرات عند التقصير في العمل		
19.	تلقيت إنذارات كتابية في العمل من أجل ردعك		
20.	تلجأ المؤسسة إلى تأجيل الترقيات والعلاوات إذا لم تعمل بتوجيهاتها		

المحور الثالث: الابتكار

الرقم	العبارات	غير موافق	محايد	موافق
21.	توفر لك المؤسسة المناخ المناسب لتطبيق أفكارك الجديدة			
22.	لديك الحرية لطرح أفكارك الجديدة داخل المؤسسة			
23.	تفسح لك المؤسسة فرصة طرح أفكارك ومقترحاتك وإن كانت مخالفة لرأي رؤسائك			
24.	الحوافز المادية والمعنوية تدفعك للإبداع والابتكار			
25.	تقوم المؤسسة بتنظيم دورات تكوينية في مجال الابتكار			
26.	تضمن المؤسسة أفكار العمال الجديدة في تحسين نشاطاتها			
27.	تستقطب المؤسسة التكنولوجيا المتقدمة واللازمة لتوليد أفكار جديدة لدى الموظفين			
28.	تقدم المؤسسة منتجات أو خدمات ذات جودة لرضا عملائها بالاعتماد على الإبداع والابتكار			
29.	تسعى المؤسسة لتحقيق ميزة تنافسية من خلال تطوير منتجاتها أو خدماتها			

حكم هذا الاستبيان من طرف الأساتذة:

1- أ. د زهواني رضا.

2- أ. د بن خليفة أحمد.



