

دور الابتكار التكنولوجي في تعزيز الميزة التنافسية - دراسة حالة مجمع الهامل

"The Role of Technological Innovation in Enhancing Competitive Advantage – A Case Study of El Hamel Group"

بن أحمد فاطمة الزهراء^{1*}، بن أحمد نادية²

¹ جامعة ابوبكر بلقايد تلمسان (الجزائر)، مخبر إدارة الابتكار و التسويق

benahmed.fatimazahra@univ-tlemcen.dz

² جامعة سيدي بلعباس (الجزائر)، nadia.benahmed@univ-sba.dz

تاريخ النشر: 2026/01/16

تاريخ القبول: 2025/09/17

تاريخ الاستلام: 2025/05/06

ملخص: يهدف هذا البحث إلى دراسة أثر الابتكار التكنولوجي في تعزيز الميزة التنافسية داخل المؤسسات الجزائرية، من خلال التركيز على مجمع الهامل كدراسة حالة تم الاعتماد على منهج وصفي تحليلي مدعم باستبيان ميداني لجمع البيانات واستخدامنا برنامج *SPSS* في تحليل النتائج. أظهرت نتائج الدراسة أن تبني مجمع الهامل لسياسات الابتكار التكنولوجي ساهم بشكل واضح في تحسين جودة الخدمات، وزيادة الحصة السوقية، وتعزيز قدرته على مواجهة المنافسة، كما بينت النتائج وجود علاقة إيجابية قوية بين مستوى الابتكار التكنولوجي والميزة التنافسية، توصي الدراسة بضرورة الاستثمار المستمر في البحث والتطوير ونشر ثقافة الابتكار لضمان استدامة التفوق التنافسي للمؤسسة.

كلمات مفتاحية: الابتكار، الميزة التنافسية، الابتكار التكنولوجي.

Abstract: This research aims to examine the impact of technological innovation on enhancing competitive advantage within Algerian institutions, focusing on El Hamel Group as a case study. The study adopted a descriptive-analytical approach supported by a field questionnaire to collect data, and SPSS software was used for data analysis. The results revealed that El Hamel Group's adoption of technological innovation policies has clearly contributed to improving service quality, increasing market share, and strengthening its ability to face competition. The findings also indicated a strong positive relationship between the level of technological innovation and competitive advantage. The study recommends continuous investment in research and development and the promotion of an innovation culture to ensure the sustainability of the institution's competitive superiority.

Keywords: Innovation, Competitive Advantage, Technological Innovation.

*المؤلف المرسل

1. مقدمة:

في ظل التحولات السريعة التي يشهدها العالم في مجال التكنولوجيا والاتصال، أصبح الابتكار التكنولوجي عاملاً محورياً في تعزيز بقاء المؤسسات واستمراريتها في بيئة تتسم بشدة المنافسة وتغير أذواق المستهلكين وتنامي ظاهرة العولمة.

إن التطور التكنولوجي الهائل خلال القرن الحادي والعشرين حول العالم إلى قرية صغيرة، وجعل من مواكبة الابتكار ضرورة استراتيجية لأي مؤسسة تطمح للتميز وتحقيق أداء متفوق. وتبرز أهمية الابتكار التكنولوجي خاصة في المؤسسات التي تواجه ضغوطاً تنافسية متزايدة، إذ أصبح وسيلة أساسية لدخول أسواق جديدة، وزيادة الحصة السوقية، وتحسين جودة المنتجات والخدمات، وضمان رضا العملاء

إشكالية البحث:

رغم إدراك المؤسسات لأهمية الابتكار التكنولوجي، إلا أن التساؤل الجوهرى الذي يطرح نفسه هو:

كيف يساهم الابتكار التكنولوجي في تحقيق وتعزيز الميزة التنافسية للمؤسسة؟

ويندرج تحت هذا التساؤل الرئيسى عدة تساؤلات فرعية، منها:

- ما مفهوم الابتكار التكنولوجي وما أنواعه؟
- ما هي سبل تحقيق الميزة التنافسية والحفاظ عليها؟
- ماهو تأثير الابتكار التكنولوجي في تعزيز الميزة التنافسية في المؤسسات الجزائرية، وخاصة في مجمع الهامل.

استناداً إلى الدراسات السابقة، يمكن صياغة الفرضيتين التاليتين:

فرضيات البحث:

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الابتكار التكنولوجي وتعزيز الميزة التنافسية في المؤسسة.

- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الابتكار التكنولوجي وتعزيز الميزة التنافسية في المؤسسة.

أهمية البحث: تتجلى أهمية هذا البحث من عدة جوانب:

-الربط بين متغيري الابتكار التكنولوجي والميزة التنافسية، وتوضيح كيفية تأثير الابتكار على قدرة المؤسسة في مواجهة المنافسة وتحقيق التفوق.

-تقديم نتائج ومعلومات عملية يمكن أن تفيد صناع القرار والمديرين في المؤسسات الوطنية، وتبرز ضرورة الاستثمار في الابتكار التكنولوجي كوسيلة لضمان البقاء وتحقيق النمو.

أهداف البحث: يهدف هذا البحث إلى:

تعميق الفهم.مفهوم الابتكار التكنولوجي وأنواعه.

إزالة الغموض عن مفهوم الميزة التنافسية وأبعادها.

إبراز العلاقة بين الابتكار التكنولوجي والميزة التنافسية في المؤسسات الجزائرية.

عرض تجربة مجمع الهامل في تبني الابتكار التكنولوجي وأثر ذلك على تنافسيته.

2. الجانب المفاهيمي للابتكار التكنولوجي

1.2 مفاهيم أساسية حول الابتكار:

مفهوم التكنولوجيا: تعد التكنولوجيا محوراً جوهرياً في النشاط الاقتصادي والصناعي، وقد تعددت تعريفاتها كالتالي:

تطبيق المعرفة العلمية لتحقيق أهداف عملية للإنسان، أو لإحداث تغيير في البيئة المحيطة طبقاً لمتطلبات الحياة، سواء عبر أدوات ومعدات ملموسة أو عبر نظم وتطبيقات غير ملموسة. وتشمل التكنولوجيا مجموعة واسعة من المنتجات، الخدمات، والبنى التحتية التي يتم تصميمها وبنائها باستخدام المعرفة الهندسية والعلمية الحديثة، بهدف تيسير الحياة وتعزيز الإنتاجية والابتكار". (Arthur, W, 2019)

تعريف الابتكار: يعتبر الابتكار حجر الزاوية في بناء الميزة التنافسية للمؤسسات، خاصة في ظل البيئات الديناميكية التي تتسم بتسارع وتيرة المنافسة. يعرف الابتكار بأنه (سليم، 2009، صفحة 06):

"دور الابتكار التكنولوجي في تعزيز الميزة التنافسية - دراسة حالة مجمع الهامل"

"التطبيق العملي لفكرة جديدة قادرة على إحداث تحول جذري في نمط الإنتاج أو طبيعة الخدمات، مما يخلق فرصاً اقتصادية غير مسبوقة".

أما منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية فتعرف الابتكار بأنه:

"عملية منهجية تشمل توليد الأفكار الجديدة، وتطويرها، وتنفيذها في صورة منتجات أو عمليات أو نماذج تنظيمية، لتعزيز الأداء الاقتصادي أو الاجتماعي". (OECD, 2018, p. 42)

فيمكن تعريف الابتكار أنه توليد وقبول وتطبيق الجديد من المنتجات أو العمليات أو التنظيم حتى يكون لها عائد إقتصاديا ملموسا، ويزيد من قدرة المؤسسة على المنافسة وبالتالي ضمان إستمراريتها.

2.2 مفهوم الابتكار التكنولوجي: (نيك جاين، 2023)

"الابتكار التكنولوجي هو "إنشاء وتطبيق تقنيات وأدوات وأنظمة وعمليات جديدة أو محسنة تؤدي إلى تقدم كبير أو اختراقات في مختلف المجالات. وهو ينطوي على تسخير المعرفة والخبرة والموارد لتطوير حلول مبتكرة تحل المشكلات، وتحسن الكفاءة، وتدفع التقدم، وتقدم قيمة جديدة".

"الابتكار التكنولوجي يعني تطوير واعتماد تكنولوجيات جديدة لتحقيق تقدم اقتصادي واجتماعي، ويركز على تأثير الذكاء الاصطناعي والتقنيات الحديثة ودورهما في التنمية المستدامة" (UNCTAD، 2025)

وبناءً على هذه التعاريف، يمكن استخلاص أن الابتكار التكنولوجي هو كل عملية تطوير أو تحسين تُجرى على المنتجات أو طرق وأساليب الإنتاج، بهدف تحقيق منفعة اقتصادية أو تنافسية، ويكتسب الابتكار قيمته الفعلية عندما يتم تبنيه تجارياً أو يحدث أثراً في السوق. كما يُعد الابتكار التكنولوجي نشاطاً محورياً لاستمرارية المؤسسة في بيئة تنافسية متغيرة، إذ يساهم في تعزيز قدرتها على التكيف وتحقيق التميز في الأداء.

3.2 أنواع الابتكار التكنولوجي: يمكن تصنيفها إلى الفئات التالية: (Scherz و Thoma، 2022)

1. الابتكار التدريجي: (Incremental Innovation)

تحسينات صغيرة أو متتالية تُجرى على منتجات أو عمليات موجودة بالفعل، مثل تحسين أداء الأجهزة الإلكترونية باستمرار.

2. الابتكار الجذري أو التخريبي: (Radical/Disruptive Innovation)

حلول أو تقنيات جديدة تُغير جذرياً من طريقة عمل قطاع أو سوق معيّن، مثل اختراع الإنترنت أو الهواتف الذكية.

3. الابتكار المعماري: (Architectural Innovation)

إعادة ترتيب مكونات الأنظمة أو المنتجات القائمة بطريقة مبتكرة تؤدي إلى تحسين الأداء أو خلق وظائف جديدة دون تغيير جوهر التكنولوجيا.

4. الابتكار النمطي أو المعياري: (Modular Innovation)

تطوير أو استبدال جزء رئيسي أو وحدة تقنية داخل نظام موجود، مثل تبديل نوع المعالج في الحاسوب دون تغيير الجهاز بالكامل.

4.2 خصائص الابتكار التكنولوجي: يتميز الابتكار بمجموعة خصائص ومن أبرزها: (دعمة حسن، 2020، صفحة 55)

يتميز الابتكار التكنولوجي بعدة خصائص أساسية تجعله ركيزة محورية في تطوير المؤسسات وتعزيز تنافسيتها، ومن أبرز هذه الخصائص:

اعتماد المعرفة الفنية الدقيقة: يقوم الابتكار التكنولوجي على تطبيق معارف وخبرات فنية معترف بها وموثوقة، إذ أن أي تطوير يعتمد على معلومات غير دقيقة أو غير مثبتة علمياً لا يُعد ابتكاراً تكنولوجياً بالمعنى الدقيق، بل قد يؤدي إلى نتائج غير فعالة أو حتى سلبية.

التكامل الوظيفي: يتسم الابتكار التكنولوجي بقدرته على تحقيق التكامل بين مختلف وظائف المؤسسة، مثل الهندسة الإنتاجية، تطوير المنتجات، إدارة الموارد، والتسويق. فهو لا يقتصر على جانب واحد، بل يشمل سلسلة القيمة بأكملها من الفكرة إلى السوق.

"دور الابتكار التكنولوجي في تعزيز الميزة التنافسية – دراسة حالة مجمع الهامل"

الارتباط بالمنتجات والعمليات: يرتبط الابتكار التكنولوجي بشكل مباشر بتطوير المنتجات وابتكار أساليب إنتاج جديدة أو محسنة. ويهدف إلى توفير منتجات جديدة أو إدخال تحسينات جوهرية على المنتجات الحالية، بالإضافة إلى تطوير العمليات الإنتاجية لتحقيق كفاءة أعلى.

تحقيق الأثر الاقتصادي: يهدف الابتكار التكنولوجي إلى تحقيق تأثير إيجابي على تكاليف الإنتاج من خلال تحسين الأداء وتقليل الهدر، مما يؤدي إلى زيادة الإنتاجية وخفض تكلفة الوحدة المنتجة، وبالتالي تعزيز ربحية المؤسسة.

الاستمرارية والتجدد: يتسم الابتكار التكنولوجي بالطابع الديناميكي والاستمرارية، إذ يشمل مختلف جوانب المؤسسة مثل الإنتاج، تطوير المنتجات، إدارة المعلومات، وتبني التقنيات الحديثة، مما يضمن للمؤسسة القدرة على التكيف مع التغيرات المستمرة في بيئة الأعمال.

5.2 أهمية الابتكار التكنولوجي: وتبرز أهمية الابتكار التكنولوجي من خلال:

يعد الابتكار التكنولوجي عنصراً محورياً في تحقيق التنمية المستدامة للمؤسسات وتعزيز قدرتها التنافسية في الأسواق المعاصرة، وتظهر أهميته من خلال مجموعة من الجوانب الأساسية:

رفع القدرة الإنتاجية والاستجابة للطلب: يساهم الابتكار التكنولوجي في زيادة الطاقة الإنتاجية للمؤسسة، مما يمكنها من تلبية الطلب المتزايد على منتجاتها بفعالية وكفاءة.

خفض تكاليف الإنتاج وتعزيز الربحية: يؤدي إدخال التقنيات الحديثة وتطوير العمليات الإنتاجية إلى تقليص التكاليف، الأمر الذي ينعكس إيجابياً على هامش الربح ويعزز من ربحية المؤسسة.

تحسين جودة المنتجات أو الخدمات: يتيح الابتكار التكنولوجي تحسين جودة المنتجات أو الخدمات المقدمة، مما يساهم في زيادة حجم المبيعات وتعزيز رضا العملاء.

تميز منتجات المؤسسة: يمنح الابتكار التكنولوجي المؤسسة القدرة على تمييز منتجاتها عن منتجات المنافسين من خلال تقديم حلول مبتكرة ومرونة في تلبية احتياجات العملاء، الأمر الذي يؤدي إلى تحقيق مستويات عالية من رضا الزبائن وتنوع في المنتجات.

تنمية رأس المال البشري: يبرز دور الابتكار التكنولوجي في تطوير وتأهيل الموارد البشرية، من خلال تدريب العاملين على استخدام التقنيات الحديثة والانخراط في أنشطة البحث والتطوير، مما يعزز من كفاءتهم وإبداعهم. دعم القدرة الفنية وضمان الاستمرارية: يساهم الابتكار التكنولوجي في تعزيز القدرات الفنية للمؤسسة بشكل مستمر، مما يضمن لها الحفاظ على مكانتها في السوق ومواجهة التحديات المستقبلية بثقة ومرونة.

3. ماهية الميزة التنافسية

1.3 تعريف الميزة التنافسية:

عند تناول مفهوم الميزة التنافسية، من الضروري توضيح بعض المصطلحات ذات الصلة التي تساعد في فهم السياق العام للمنافسة في بيئة الأعمال:

"المنافسة هي بناء اجتماعي يجمع أربعة عناصر رئيسية: الفاعلون، والعلاقات بينهم، والندرة، والرغبة. وترتبط المنافسة بتفاعل هؤلاء الفاعلين حول موارد أو فرص محدودة، مدفوعة بالرغبة في الإنجاز، ويمكن أن تدفعهم إلى التعاون أو التنازع، كما تؤثر في سلوكياتهم ودوافعهم". (Hasse, Brunsson, Arora-Jonsson, و Lagerström, 2021)

تعرف **تنافسية المؤسسة** على أنها: " يقصد بتنافسية المؤسسة تلك القدرة التي تمتلكها في فترة زمنية معينة لمواجهة تحديات المنافسين في السوق، بما يضمن لها الحفاظ على حصتها السوقية أو زيادتها. (مصطفى محمود، 2008، صفحة 13)"

تعرف **القدرة التنافسية** على أنها: " تعبر القدرة التنافسية عن مدى تمكن المؤسسة من توظيف إجراءات أو تدابير محددة تميزها عن منافسيها، وتمنحها التفوق والريادة في السوق (يوسف، 2007، صفحة 10)."

تعريف **الضرورة التنافسية** بأنها: " يقصد بها لجوء المؤسسة إلى تبني نظم معلومات استراتيجية أو تقنيات حديثة، ليس فقط لتحقيق ميزة مؤقتة، بل لمواكبة تطورات السوق وضمان البقاء ضمن دائرة المنافسة. ويظهر ذلك جلياً في قطاع البنوك، حيث كان استخدام آلات الصراف الآلي في البداية يمثل ميزة تنافسية، إلا أنه مع انتشارها الواسع أصبحت ضرورة تنافسية لا غنى عنها (سان و سلوى ، 2008، صفحة 144)."

"دور الابتكار التكنولوجي في تعزيز الميزة التنافسية - دراسة حالة مجمع الهامل"

وبالتالي يمكن تعريف **الميزة التنافسية**: يعرف ZepilC الميزة التنافسية بأنها "القدرة على تقديم قيمة متفوقة في السوق ولمدة زمنية طويلة". أي أن المؤسسة التي تتمتع بميزة تنافسية قادرة على تقديم منتجات أو خدمات ذات خصائص فريدة تجعل العملاء على استعداد لدفع أسعار أعلى مقابلها، أو تقديم منتجات تضاهي منتجات المنافسين من حيث الجودة ولكن بأسعار أقل (زعدار ، 2011، صفحة 28).

2.3 خصائص الميزة التنافسية (محي الدين، 2012، صفحة 82):

يتجلى الفهم الدقيق لمفهوم الميزة التنافسية من خلال استعراض خصائصها الأساسية، والتي يمكن للمؤسسة الاعتماد عليها في تقييم مدى تميزها مقارنة بمنافسيها. وتتمثل هذه الخصائص فيما يلي:

تحقيق التفوق والتميز: تمنح الميزة التنافسية المؤسسة القدرة على تحقيق الأفضلية في السوق، مما يُعد معياراً رئيسياً لقياس مستوى المنافسة.

النسبية: تعتبر الميزة التنافسية خاصية نسبية، إذ يتم تحديدها من خلال المقارنة مع أداء المؤسسات المنافسة، وليست ميزة مطلقة بحد ذاتها.

المنشأ الداخلي والقيمة المضافة: تنبع الميزة التنافسية من داخل المؤسسة، حيث يتم خلقها عبر استغلال الموارد والإمكانات المتاحة، مما يضيف قيمة حقيقية للمؤسسة.

الانعكاس على الكفاءة وقيمة العروض: تظهر الميزة التنافسية في كفاءة أداء المؤسسة لمختلف أنشطتها، وفي القيمة التي تقدمها للعملاء، مما يؤثر في سلوكياتهم ويعزز إدراكهم لتفوق المؤسسة، ويحفزهم على تفضيل منتجاتها أو خدماتها.

الاستمرارية والدعمومة: تتسم الميزة التنافسية بالاستمرارية، إذ يمكن الحفاظ عليها لفترة طويلة من الزمن، خاصة إذا تم تطويرها وتجديدها باستمرار، ولا تزول بسرعة أمام تحركات المنافسين.

3.3 أهمية الميزة التنافسية (محي الدين، 2012، صفحة 31):

لقد أدى بروز مفهوم الميزة التنافسية وسيطرته على مختلف التوجهات الاستراتيجية إلى منحه أهمية كبيرة لدى المؤسسات. ويمكن تلخيص أهمية الميزة التنافسية فيما يلي:

مؤشر على القوة السوقية: تعد الميزة التنافسية دليلاً واضحاً على توجه المؤسسة نحو احتلال موقع قوي في السوق، إذ تمكنها من تحقيق حصة سوقية أكبر مقارنة بمنافسيها.

أساس الاستراتيجية التنافسية: تشكل الميزة التنافسية عنصراً محورياً في عمل المؤسسات. بمختلف أنواعها وقطاعاتها، فهي الركيزة التي تُبنى عليها الاستراتيجيات التنافسية وتوجهات النمو.

أداة فعّالة لمواجهة التحديات: تمثل الميزة التنافسية سلاحاً رئيسياً في مواجهة تحديات السوق والمنافسين، حيث تتيح للمؤسسة تطوير معارفها التنافسية وتعزيز قدرتها على تلبية احتياجات العملاء الحالية والمستقبلية.

معيّار لتمييز المؤسسات الناجحة: تعتبر الميزة التنافسية معياراً أساسياً للتمييز بين المؤسسات الناجحة وغيرها، إذ تتجلى في قدرتها على ابتكار نماذج عمل أو منتجات يصعب على المنافسين تقليدها أو مجاراتها.

4. تأثير الابتكار التكنولوجي في تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسة:

1.4 مساهمة الابتكار التكنولوجي في تحقيق وتعزيز الميزة التنافسية (مالكية، 2006، صفحة 50):

العلاقة بين الابتكار التكنولوجي والميزة التنافسية علاقة وثيقة ومحورية، إذ يعد الابتكار التكنولوجي أحد أهم المحركات الرئيسية لتحقيق وتعزيز الميزة التنافسية للمؤسسات في بيئة الأعمال الحديثة وذلك من خلال:

-خفض التكاليف ورفع الكفاءة:

الابتكار التكنولوجي يمكن المؤسسة من تقليص التكاليف التشغيلية ورفع الكفاءة الإنتاجية، ما يمنحها قدرة على تقديم منتجات بجودة أعلى أو أسعار أقل من المنافسين، وهو ما يُعد مصدراً رئيسياً للميزة التنافسية

-تمييز المنتجات والخدمات:

من خلال تطوير منتجات أو خدمات جديدة أو تحسين المنتجات الحالية، تستطيع المؤسسة تمييز نفسها عن المنافسين وتلبية احتياجات العملاء بشكل أفضل، مما يعزز مكانتها في السوق ويزيد من ولاء العملاء

"دور الابتكار التكنولوجي في تعزيز الميزة التنافسية – دراسة حالة مجمع الهامل"

-الاستجابة السريعة للتغيرات:

الابتكار التكنولوجي يعزز من مرونة المؤسسة وقدرتها على التكيف مع التغيرات السريعة في السوق واحتياجات العملاء، ما يساعدها في الحفاظ على موقعها التنافسي وضمان استمراريتها

- تحسين صورة المؤسسة:

المؤسسات المبتكرة غالباً ما تحظى بصورة إيجابية لدى العملاء والمستثمرين، إذ يُنظر إليها على أنها قادرة على مواكبة التطورات وتقديم حلول عصرية، ما يعزز من سمعتها ويزيد من جاذبيتها في السوق

2.4 آليات دعم الميزة التنافسية من خلال الابتكار التكنولوجي (دوكي، 2009، صفحة 40):

الابتكار التكنولوجي أصبح من أهم الأدوات والوسائل اللازمة لبقاء واستمرارية المؤسسات ونموها وتحقيق الأداء المتميز، كما يساهم في تمييز المؤسسة عن باقي المنافسين من خلال:

إطلاق منتجات جديدة:

يسمح الابتكار التكنولوجي للمؤسسة بتقديم منتجات أو خدمات جديدة كلياً أو محسنة، ما يفتح أمامها أسواقاً جديدة ويمنحها فرصاً لزيادة حصتها السوقية وأرباحها

- تحسين العمليات:

من خلال تبني تقنيات حديثة وتطوير أساليب العمل، تستطيع المؤسسة تحسين عملياتها الداخلية، زيادة الإنتاجية، تقليل الأخطاء، وتسريع الاستجابة لاحتياجات العملاء، مما يعزز من قدرتها التنافسية

- دخول أسواق جديدة:

الابتكار التكنولوجي يمكّن المؤسسات من استهداف أسواق جديدة عبر تطوير حلول تلبي احتياجات غير مخدومة أو غير مشبعة، ما يساهم في توسيع نطاق أعمالها وتعزيز قدرتها على المنافسة

-تحسين تجربة العملاء:

استخدام التكنولوجيا الحديثة مثل الذكاء الاصطناعي والتحليلات الضخمة يمكّن من تخصيص الخدمات وتحسين تجربة العملاء، ما يزيد من رضاهم وولائهم

-تحسين صورة المؤسسة:

الابتكار المستمر في المنتجات والخدمات والعمليات يعزز من صورة المؤسسة داخليًا وخارجيًا، ويجعلها أكثر جاذبية للعملاء والشركاء والمستثمرين

5. دراسة حالة: دور الابتكار التكنولوجي في تحقيق الميزة التنافسية"مجمع الهامل بأدرار"

1.5 مقدمة عن المؤسسة:

مجمع الهامل بأدرار هو مؤسسة اقتصادية جزائرية تنشط في قطاع الخدمات، مع تركيز خاص على خدمات الإنترنت. واجهت المؤسسة تحديات تنافسية كبيرة في السوق المحلية، ما دفعها إلى تبني الابتكار التكنولوجي كخيار استراتيجي لتعزيز موقعها التنافسي وجذب عملاء جدد.

2.5 منهجية الدراسة:

• الأدوات المستخدمة:

اعتمدت الدراسة على الاستبيان، الملاحظة المباشرة، والمقابلات لجمع البيانات من موظفي المجمع وإداريه.

• هدف الدراسة:

إبراز أهمية الابتكار التكنولوجي في تنوع الخدمات وتحقيق ميزة تنافسية مستدامة في ظل الصعوبات السوقية

- تم استخدام برنامج (SPSS) الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية في تحليل بيانات الاستبيان، وهو أحد أشهر وأقوى البرامج المستخدمة في التحليل الإحصائي في البحوث العلمية والإدارية. يتميز SPSS بسهولة الاستخدام وواجهة بديهية، كما يوفر جميع الأدوات اللازمة لتحليل البيانات مثل حساب المتوسطات والانحرافات المعيارية، واختبارات الانحدار، وتحليل التباين وغيرها من الأساليب الإحصائية المتقدمة.

3.5 اجراءات الدراسة:

جدول (1) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية

المتغير	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى التقدير
التكلفة الأقل	23-26	3.74	0.70	مرتفع
التميز	27-31	3.67	0.79	متوسط
التركيز	32-35	3.69	0.66	مرتفع
التنافسية	23-35	3.70	0.63	مرتفع

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على برنامج spss

✓ نلاحظ من الجدول اعلاه ان التكلفة الأقل متوسط (3.74): يدل على أن أغلب المستجيبين يوافقون على أن المؤسسة تحقق ميزة تنافسية من خلال خفض التكاليف، وهو مؤشر إيجابي على كفاءة إدارة الموارد.

✓ التميز متوسط (3.67): التقدير متوسط، ما يشير إلى أن المؤسسة بحاجة إلى بذل مزيد من الجهد لتعزيز التميز في منتجاتها أو خدماتها.

✓ التركيز متوسط (3.69): مستوى مرتفع، ويعني أن المؤسسة تركز على شرائح سوقية محددة وتحقق فيها نجاحاً جيداً.

✓ التنافسية العامة متوسط (3.70): يشير إلى أن المؤسسة بشكل عام تتمتع بميزة تنافسية جيدة في السوق.

2. جدول الانحدار الخطي البسيط بين الابتكار التكنولوجي والميزة التنافسية

النموذج	R	R ²	Adjusted R ²	Std. Error
1	0.840	0.706	0.699	0.343

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على spss

معامل الارتباط : ($R = 0.840$) هناك علاقة قوية جداً بين الابتكار التكنولوجي والميزة التنافسية.

معامل التحديد : ($R^2 = 0.706$) الابتكار التكنولوجي يفسر حوالي 70.6% من التغيرات في الميزة التنافسية للمؤسسة، ما يدل على أن الابتكار عامل رئيسي في تحقيق التنافسية.

الانحراف المعياري للخطأ: (0.343) يشير إلى أن التنبؤات التي يقدمها النموذج دقيقة نسبياً.

-جدول(3) اختبار ANOVA للابتكار التكنولوجي والتنافسية:

نموذج	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	10.782	1	10.782	91.431	0.000
Residual	4.481	38	0.118	-	-
Total	15.263	39	-	-	-

"دور الابتكار التكنولوجي في تعزيز الميزة التنافسية – دراسة حالة مجمع الهامل"

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على spss

- اختبار F ($F = 91.431$) ومستوى الدلالة ($\text{Sig.} = 0.000$) :
نتيجة الاختبار معنوية إحصائياً (أقل من 0.05)، ما يعني أن نموذج الانحدار المستخدم مناسب وأن هناك علاقة قوية بين الابتكار التكنولوجي والميزة التنافسية.
- النسبة الكبيرة بين مربع متوسط الانحدار ومربع متوسط الباقي:
تعكس قوة تأثير الابتكار التكنولوجي على التنافسية.

جدول (4). معاملات الانحدار

المتغير	B	Std. Error	Beta	T	Sig.
(Constant)	-0.834	0.477		-1.749	0.088
الابتكار التكنولوجي	1.214	0.127	0.840	9.562	0.000

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على spss

- معامل الابتكار التكنولوجي ($B = 1.214$) :
كل زيادة بمقدار وحدة واحدة في الابتكار التكنولوجي تؤدي إلى زيادة الميزة التنافسية بمقدار 1.214 وحدة، وهو تأثير كبير وإيجابي.
- مستوى الدلالة ($\text{Sig.} = 0.000$) :
تأثير الابتكار التكنولوجي معنوي جداً إحصائياً.
- القيمة الثابتة: ($\text{Constant} = -0.834$)
تمثل نقطة البداية للميزة التنافسية عندما يكون الابتكار التكنولوجي صفراً (وهي ليست ذات دلالة كبيرة هنا لأن $\text{Sig} > 0.05$).

2. واقع الابتكار التكنولوجي في مجمع الهامل:

مستوى التقدير	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	عبارة القياس
مرتفع	0.62	3.85	المؤسسة تواكب التطورات التكنولوجية في مجالها
مرتفع	0.75	3.70	يوجد إدارة متخصصة للابتكار التكنولوجي
مرتفع	0.68	3.65	يتم تشجيع الأفكار الجديدة وتطبيقها
مرتفع	0.70	3.60	يتم الاستثمار في البحث والتطوير
مرتفع	0.65	3.80	الابتكار ساهم في تحسين جودة الخدمات
مرتفع	0.63	3.78	الابتكار أدى إلى تنوع المنتجات وجذب عملاء جدد
مرتفع	0.67	3.73	المتوسط العام لواقع الابتكار التكنولوجي

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على spss

"دور الابتكار التكنولوجي في تعزيز الميزة التنافسية – دراسة حالة مجمع الهامل"

جميع العبارات حققت متوسطات حسابية مرتفعة (أعلى من 3.60 من أصل 5)، ما يدل على أن مجمع الهامل يولي أهمية كبيرة للابتكار التكنولوجي في جميع الجوانب (الإدارة، البحث والتطوير، تشجيع الأفكار، وتحسين الخدمات).

الانحرافات المعيارية منخفضة نسبياً، مما يشير إلى اتفاق غالبية الموظفين حول تقييمهم الإيجابي لمستوى الابتكار في المؤسسة.

المتوسط العام (3.73) يعكس واقعاً إيجابياً للابتكار التكنولوجي في المجمع، ويؤكد أن الابتكار أصبح ثقافة تنظيمية تساهم في تعزيز تنافسية المؤسسة.

جدول معاملات الانحدار بين الابتكار التكنولوجي واثره على الميزة التنافسية في مجمع الهامل

المتغير	B	Std. Error	Beta	T	Sig.
(الثابت)	0.512	0.398		1.287	0.205

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على spss

- **احتكار السوق:** أتاح الابتكار التكنولوجي للمجمع تقديم خدمات فريدة أو محسنة، مما ساعده على احتكار جزء من السوق المحلي لفترة زمنية.
- **جذب عملاء جدد:** تنوع الخدمات وتطويرها أدى إلى استقطاب عملاء جدد وتعزيز ولاء العملاء الحاليين.
- **تحسين الأداء:** الابتكار التكنولوجي ساعد في تحسين الكفاءة التشغيلية وخفض التكاليف، ما انعكس إيجاباً على القدرة التنافسية للمؤسسة

-اختبار صحة الفرضيات:

الفرضية 1:

"توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الابتكار التكنولوجي وتعزيز الميزة التنافسية في المؤسسة".

-تم قبول الفرضية 1، حيث أظهرت نتائج الانحدار الخطي:

مستوى الدلالة (Sig.) = 0.000 أقل من (0.05)، مما يدل على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية قوية.

معامل التحديد (R^2) = 0.659، ما يعني أن الابتكار التكنولوجي يفسر 65.9% من التغيرات في الميزة التنافسية.

معامل الانحدار (B) = 0.948، وهو مؤشر على أن زيادة الابتكار التكنولوجي تؤدي إلى زيادة الميزة التنافسية.

الفرضية 2:

"لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الابتكار التكنولوجي وتعزيز الميزة التنافسية في المؤسسة".

تم رفض الفرضية 2، لأن مستوى الدلالة (Sig.) أقل من 0.05، مما ينفي فرضية "عدم وجود علاقة".

وهذا طبعا استنادا لنتائج الاحصائيات التالية:

• قيمة Sig = 0.000 :

تشير إلى أن احتمال الخطأ في رفض الفرضية الصفرية (الفرضية 2) هو أقل من 0.1%، وهو ما يؤكد وجود علاقة قوية بين المتغيرين.

• قيمة B = 0.948 :

تعني أن كل زيادة بمقدار وحدة واحدة في الابتكار التكنولوجي تؤدي إلى زيادة الميزة التنافسية بمقدار 0.948 وحدة، وهو تأثير إيجابي وكبير.

• قيمة $F = 71.66$:

تؤكد أن النموذج الإحصائي المستخدم (الانحدار الخطي) مناسب لتحليل العلاقة بين المتغيرين.

فبناء على التحليل الإحصائي، توجد أدلة كافية تدعم العلاقة الإيجابية والمعنوية بين الابتكار التكنولوجي والميزة التنافسية في المؤسسة، مما يجعل الفرضية 1 مقبولة علمياً، بينما ترفض الفرضية 2.

-نتائج الدراسة:

أظهرت الدراسة النتائج كالتالي:

- **تطوير الخدمات:** ركزت المؤسسة على ابتكار خدمات جديدة، خاصة في مجال الإنترنت، لتلبية احتياجات السوق المتغيرة وجذب شرائح جديدة من العملاء.
- **إدارة الابتكار :** تم إنشاء إدارة متخصصة للإشراف على عمليات الابتكار، وتسييرها بما يضمن استمرارية تطوير الخدمات وتحسينها باستمرار.
- **تنويع المنتجات:** ساهم الابتكار في تنويع المنتجات والخدمات، ما أدى إلى زيادة الحصة السوقية للمجمع وقدرته على مواجهة المنافسة.
- **احتكار السوق:** أتاح الابتكار التكنولوجي للمجمع تقديم خدمات فريدة أو محسنة، مما ساعده على احتكار جزء من السوق المحلي لفترة زمنية.
- **جذب عملاء جدد:** تنويع الخدمات وتطويرها أدى إلى استقطاب عملاء جدد وتعزيز ولاء العملاء الحاليين.
- **تحسين الأداء:** الابتكار التكنولوجي ساعد في تحسين الكفاءة التشغيلية وخفض التكاليف، ما انعكس إيجاباً على القدرة التنافسية للمؤسسة
- الدراسة أثبتت أن الابتكار التكنولوجي عنصر أساسي في تحقيق الميزة التنافسية لدى مجمع الهامل، حيث يمكنه من تنويع خدماته، احتكار السوق، وجذب عملاء جدد،

- وجود علاقة قوية جداً بين الابتكار التكنولوجي والميزة التنافسية.
- الابتكار التكنولوجي يفسر معظم التغيرات في التنافسية.

المؤسسة المدروسة تحقق مستويات جيدة من التنافسية بفضل تركيزها على الابتكار وخفض التكاليف والتركيز على شرائح سوقية محددة.

6. خاتمة:

في ضوء ما سبق، يتبين أن الابتكار التكنولوجي أصبح ضرورة استراتيجية لا غنى عنها للمؤسسات الراغبة في تحقيق التفوق التنافسي والاستمرارية في بيئة أعمال تتسم بالتغير السريع والمنافسة الشديدة. وقد أظهرت دراسة حالة مجمع الهامل أن تبني سياسات الابتكار التكنولوجي يسهم بشكل فعال في تحسين جودة الخدمات، وتوسيع الحصة السوقية، وتعزيز قدرة المؤسسة على مواجهة التحديات والمنافسين. كما تؤكد النتائج وجود علاقة إيجابية قوية بين مستوى الابتكار التكنولوجي والميزة التنافسية، مما يجعل الاستثمار في البحث والتطوير ونشر ثقافة الابتكار من أهم عوامل النجاح المستدام. لذلك، ينبغي على المؤسسات الجزائرية أن تولي اهتماماً أكبر بتشجيع الإبداع وتبني التقنيات الحديثة، والعمل على تطوير رأس مالها البشري لمواكبة التطورات التكنولوجية، بما يضمن لها الريادة والتميز في السوق المحلي والدولي.

• توصيات:

- ضرورة استمرار الاستثمار في البحث والتطوير.
- تعزيز ثقافة الابتكار داخل المؤسسة.
- مواكبة التطورات التكنولوجية لضمان الاستمرارية في المنافسة.

7. قائمة المراجع:

- Arora-Jonsson, S., Brunsson, N., Hasse, R., & Lagerström, K. (2021). *Competition: What It Is and Why It Happens*. . United Kingdom: Oxford University Press.
- Arthur, W, .. (2019). *The Nature of Technology: What It Is and How It Evolves*. New York, USA: Free Press (Simon & Schuster).
- dfgf. (fgf). gdf. fdg: dfg.
- OECD. (2018). *Oslo Manual: Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data*.
- Thoma, J., & Scherz, P. (2022). Types of Technological Innovation in the Face of Uncertainty. *Ethics and Information Technology*,.
- UNCTAD. (2025). *Technology and Innovation*. Geneva, Switzerland.: United Nations Publication.
- دوكي، و. (2009). الابتكار التكنولوجي في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة ، دراسة حالة مؤسسة روائح ورود بالوادي .رسالة ماجستير تخصص .40TTC، الجزائر :كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ،جامعة محمد خيضر بسكرة.
- ديمة حسن م. (2020). دور الابتكار التكنولوجي في تعزيز الميزة التنافسية للمشاريع الصغيرة .مجلة جامعة تشرين للعلوم الاقتصادية والقانونية.55 ,
- زعداد ، ا. (2011). المنافسة، التنافسية والبدائل الاستراتيجية .عمان :دار جرير للنشر والتوزيع.
- سان ع ، & .سلوى ، ا. (2008). نظم المعلومات الإستراتيجية ، مدخل إستراتيجي معاصر .عمان :دار المسيرة للنشر والتوزيع ط.1
- سليم ، ا. (2009). الادارة بلابداع نحو بناء منهج نظمي .القاهرة :المنظمة العربية للتنمية الادارية.
- مالكية ، ع. (2006). ابتكار المنتجات في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية ، دراسة حالة مؤسسة الدهن لسوق أهراس .رسالة ماجستير تخصص الاستراتيجية والتسويق .50، الجزائر :كلية العلوم الاقتصادية ،علوم التسيير ،جامعة باجي المختار عنابة.
- محي الدين ، ا. (2012). الخيار الاستراتيجي وأثره في تحقيق الميزة التنافسية .عمان :دار الجامد للنشر والتوزيع.
- مصطفى محمود ، ا. (2008). الموارد البشرية)مدخل لتحقيق الميزة التنافسية .(الاسكندرية :الدار الجامعية.
- نجم عبود ، ن. (2003). إدارة الابتكار (المفاهيم والخصائص والتجارب الحديثة) .(عمان :دار وائل للنشر ط.1

نيك جاين. (2023, 07 15). ما هو الابتكار التكنولوجي؟ التعريف والأمثلة والإدارة الإستراتيجية .

Retrieved from ideascale: <https://ideascale.com/ar/>

يوسف م. (2007). اشكالية القدرات التنافسية في ظل تحديات العولمة. حول المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي

ومساهمتها في تكوين مزايا التنافسية للبلدان العربية . (p. 10) الجزائر :حسيبة بن بوعلي الشلف.