

الابتكار وعلاقته بالميزة التنافسية في مؤسسة الهدف الأسمى التسويقية

## The Impact of Innovation on Competitive Advantage in Al-Hadaf Al-Asma Marketing Institution

اسم الطالب

محمد زياد عبد فارس

الرقم الجامعي: 221001830

مشروع تخرج- 1

كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف

د. عبد الرحيم نادر

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

2025 - الفصل الدراسي الثاني

## الإهداء

إلى من كانت دعواتهم سر نجاحي..  
إلى والديّ العزيزين، مصدر عطائي وسبب استمرارتي..  
إلى من علّمني أن الطموح لا سقف له..  
إلى كل من وقف بجانبني وساندني خلال رحلتي العلمية..  
أهدي هذا البحث تقديراً وامتناناً لما قدمتموه لي من حب ودعم لا يُقدّر بثمن..

## شكر وتقدير

أتقدم بخالص الشكر والتقدير إلى جامعة ميدأوشن لما وفرتة من بيئة تعليمية محفزة وداعمة  
ساهمت في إنجاز هذا البحث.

كما أعبر عن عظيم امتناني لعائلتي الكريمة على دعمهم المعنوي وتحفيزهم المتواصل لي  
طوال فترة دراستي.

ولا أنسى أن أشكر كل من كان له أثر إيجابي في رحلتي العلمية، فلكم جميعاً أسمى معاني  
الشكر والامتنان

## جدول المحتويات

|         |                                    |
|---------|------------------------------------|
| 4.....  | الفصل الأول: الإطار العام للدراسة. |
| 5.....  | المقدمة:                           |
| 7.....  | مشكلة الدراسة.                     |
| 7.....  | فجوات على المستوى النظري.          |
| 7.....  | فجوات على المستوى التطبيقي.        |
| 8 ..... | أهمية الدراسة.                     |
| 8.....  | على المستوى النظري:                |
| 8.....  | على المستوى التطبيقي:              |

## 1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

## 1.1. المقدمة:

تتسم البيئة التي تعمل فيها المؤسسات بعدم الاستقرار والتطور السريع في مختلف المجالات، وفي خضم تلك التحديات والعقبات، فإن المؤسسة القادرة على تقديم شيء مختلف عن منافسيها، يُطلق عليه "الابتكار"، تكون هي الأقدر على البقاء والنمو، فالتسارع في إدخال المنتجات والخدمات الجديدة واختفاء القديمة، وظهور أسواق جديدة واندثار أخرى، كل ذلك أدى إلى ازدياد اهتمام المؤسسات بالاستثمار في الابتكار باعتباره عاملاً تنافسياً مهماً لزيادة الحصة السوقية أو الحفاظ عليها. (بوريش وآخرين، 2017)

وانطلاقاً من طبيعة السوق، فإن المؤسسات لم تعد تستطيع الاعتماد على ما لديها فقط، بل أصبحت مطالبة بتعزيز استراتيجياتها قصيرة وطويلة المدى من خلال تبني استراتيجيات ابتكار تسويقي تضمن لها تحقيق تفوق تنافسي، وقد توصل الباحثون إلى عدة نتائج رئيسية تتعلق بالعلاقة بين الابتكار والميزة التنافسية، حيث يُعد الابتكار عنصراً أساسياً لزيادة القدرة التنافسية من خلال تطوير المنتجات والخدمات وتحسين العمليات، كما أن المؤسسات التي تستثمر في الابتكار تكون أكثر قدرة على تلبية حاجات العملاء مما يزيد من ولائهم ويعزز حصتها السوقية، والثقافات التي تشجع على الابتكار وتقبل المخاطر تسهم في رفع قدرة المؤسسة الابتكارية، إلى جانب أن الاستخدام الفعال للتكنولوجيا الحديثة يُعزز من الابتكار ويمنح المؤسسة ميزة قوية، كما أن تطوير استراتيجيات واضحة للابتكار وخاصة في مجالات البحث والتطوير ينعكس إيجابياً على الأداء العام، ومن جانب آخر فإن التعاون مع مؤسسات أو الدخول في شراكات استراتيجية قد يُعزز الابتكار ويساعد في التوسع نحو أسواق جديدة، مما يؤكد أن الابتكار لم يعد خياراً بل ضرورة استراتيجية لضمان التفوق التنافسي المستدام. (رمضان، 2015)

ونجاح أي مؤسسة مرهون بقدرتها على تبني وسائل واستراتيجيات فاعلة لمواجهة المنافسة الشديدة، ويُعد كل من الإبداع والابتكار من أهم ركائز هذه الاستراتيجيات لما لهما من دور في ضمان استقرار المؤسسة ونموها، ولا شك أن التميز في السوق يتطلب امتلاك ميزة تنافسية تختلف عن بقية المؤسسات، وهي قد تتحقق من خلال الابتكار. (ياسين، 2021)

وينبغي على المؤسسات إدراك أهمية الأدوات الاستراتيجية الابتكارية لما لها من قدرة على إنتاج سلع وخدمات تعود بالنفع على المجتمع وتمنح المؤسسة تنافسية مستدامة، ولهذا يجب أن يُنظر إلى الابتكار كعنصر أساسي في الاستراتيجية العامة، لما يوفره من سرعة في التكيف مع متغيرات السوق. (خزعل وآخرين، 2019)

وتُعد المؤسسات كيانات وُجدت لتقديم السلع والخدمات للمستهلكين، ومع تزايد المنافسة في الأسواق، أصبح لزاماً عليها تبني أساليب وعمليات تمكنها من تقديم سلع جديدة أو محسنة تتفوق بها على غيرها، ويُعد الابتكار من المصادر الرئيسية للميزة التنافسية لما يمنحه من تميز في التكلفة أو الجودة أو المرونة أو سرعة التوصيل. (جرادات، 2020)

كما أن الابتكار لا يُعد مجرد ترف فكري، بل هو عملية أساسية لاكتساب ميزة تنافسية في ظل التغيرات المستمرة في بيئة السوق، وفي ضوء الإصلاحات الاقتصادية والتطور التسويقي، يتضح أن الابتكار يساهم في تعزيز الأداء المؤسسي من خلال عدد من المتغيرات مثل أهمية الابتكار في تقديم قيمة مضافة للمؤسسة، والمفاهيم النظرية التي تدعم تطبيق هياكل الابتكار، ومستوى الابتكار الذي يُقاس بتقديم المنتجات والخدمات، ودور الابتكار في تحسين العمليات وزيادة الكفاءة، أما الميزة التنافسية فتُقاس بقدرة المؤسسة على التميز عن المنافسين، ويُعتبر التفوق التنافسي نتيجة لاستراتيجيات ابتكارية ناجحة. (نبيل وآخرين، 2023)

وتشير العديد من الدراسات إلى أن المؤسسات التي لا تتبنى فكرًا جديدًا في تحليل طاقاتها الإبداعية، ستفشل في كسب العميل الذي يمنحها فرصًا في السوق، ولهذا فإن تنمية القدرات الابتكارية داخل فرق العمل وتوفير بيئة مشجعة على الابتكار يُعدان من الضروريات التي تساعد المؤسسات على تلبية رغبات العملاء. (منير وآخرين، 2013)

بالإضافة إلى أن دراسة الابتكار والإبداع في سياق تحسين الميزة التنافسية تتطلب النظر إلى الخصوصيات والتحديات التي تواجه كل مؤسسة، فكثيرًا ما يُنظر إلى الإبداع على أنه المنفذ الأساسي، إلا أنه إن لم يُصاحبه تنظيم جيد وتسيير فعال وبحث وتطوير، قد يتحول إلى عبء بدلاً من كونه ثروة أو مصدر دخل. (سليم، 2013)

وانطلاقًا من مجمل ما سبق، يُعد الابتكار والإبداع من الركائز الأساسية التي تعتمد عليها المؤسسات في سعيها لتحقيق ميزة تنافسية مستدامة، خصوصًا في ظل بيئة الأعمال التي تتسم بالتغير السريع، والتحديات المتزايدة، والتقلبات السوقية الحادة، فقد أصبح لزامًا على المؤسسات أن تنظر إلى الابتكار ليس فقط كأداة لتحسين المنتجات أو الخدمات، بل كمنهج تفكير شامل يعزز التميز التشغيلي والقدرة على التكيف مع المستجدات، ويُمكنها من الاستجابة بفعالية لاحتياجات العملاء المتغيرة وتوقعاتهم المتنامية.

ورغم كثرة الدراسات التي تناولت موضوع الابتكار وعلاقته بالأداء المؤسسي، إلا أن المراجعة التحليلية للأدبيات تكشف عن وجود ثغرات معرفية واضحة لا تزال تحتاج إلى مزيد من التعمق، لا سيما فيما يتعلق بفهم الديناميكيات التي تحكم العلاقة بين الابتكار والميزة التنافسية، وتحديد العوامل الداخلية والخارجية التي تساهم في تفعيل هذا الدور أو تعرقله داخل المؤسسات المختلفة، وعليه، فإن هذا البحث يسعى إلى معالجة هذه الثغرات المعرفية، من خلال تقديم تصور علمي مدعوم بأدلة نظرية، يُساهم في دعم المؤسسات نحو تبني استراتيجيات ابتكار أكثر تكاملاً وكفاءة، تكون قادرة على إحداث تأثير فعلي في مستوى أدائها التنافسي في السوق.

وسيتم هذا البحث على المنهج الوصفي التحليلي، الذي يُعد من أكثر المناهج ملاءمة لدراسة الظواهر الإدارية ذات الطابع المعقد والمتعدد الأبعاد.

إذ سيتم تحليل الأدبيات والدراسات السابقة التي تناولت موضوع الابتكار والميزة التنافسية في سياقات مختلفة، وذلك من أجل استنباط أوجه العلاقة بين المتغيرات المستقلة كالابتكار، ومستوى تطبيقه، وطبيعته التنظيمية، والثقافة المؤسسية، والتكنولوجيا المستخدمة، وبين المتغيرات التابعة مثل الأداء المؤسسي، والقدرة على التميز، وتحقيق التفوق التنافسي.

## 1.2. مشكلة الدراسة

نظرا لتزايد التوجه للابتكار التسويقي كضرورة أساسية وفعالة قادرة على خلق ميزة تنافسية للمؤسسات، في ظل بيئة شرسة التنافس، يعتمد النمو التكنولوجي وكثافة رأس المال الفكري لتجابه التغير المستمر والسريع في السوق، وتكون على قدر كبير من تطلعات تناسب المستهلك، وكان من المهم توجيه الأنظار على كيفية ممارسة الابتكار والتسويق بطريقة تمكن مؤسسة الهدف الاسمي التسويقية من تحقيق ميزة تنافسية في السوق .

### 1.2.1. فجوات على المستوى النظري

تتعلق المشكلة النظرية بتحديد الفجوات التي تقيس تأثير الابتكار على الميزة التنافسية:

- عدم كفاية الدراسات التي توضح التأثير المباشر للابتكار على الأداء التنافسي للمؤسسات.
- قصور في فهم العوامل التنظيمية التي تعزز أو تعيق فاعلية الابتكار داخل المؤسسات.
- غياب التحليل التفصيلي لأبعاد الابتكار المختلفة وتأثير كل منها على الميزة التنافسية.
- ندرة النماذج النظرية التي تفسر آليات تحويل الابتكار إلى ميزة تنافسية مستدامة.

### 1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي

تتمثل المشكلة التطبيقية في التعرف على الآثار التي تفضي إلى الابتكار لتحقيق التفوق التنافسي:

- ضعف قدرة بعض المؤسسات على قياس أثر الابتكار على أدائها التنافسي بشكل فعلي.
- صعوبة تطبيق ممارسات الابتكار بسبب مقاومة التغيير داخل البيئة التنظيمية.
- عدم وضوح آليات تنفيذ الابتكار ضمن استراتيجيات المؤسسة لتحقيق ميزة تنافسية.
- افتقار المؤسسات إلى موارد كافية (مالية، بشرية، تقنية) لدعم الابتكار بشكل فعال.

إشكالية الدراسة هي: ما أثر الابتكار على الميزة التنافسية في مؤسسة الهدف الاسمي التسويقية؟

### 1.3. أهمية الدراسة

تواجه المؤسسات في العصر الحديث تحديات متزايدة في بيئة تتسم بالتغير السريع وشدة المنافسة، الأمر الذي يحتم عليها البحث عن سبل فاعلة لتحقيق الاستمرارية والتميز في السوق، من أبرز هذه السبل هو الابتكار، الذي يُعدّ عنصراً جوهرياً في بناء وتعزيز الميزة التنافسية المستدامة، فالابتكار لا يقتصر على إنتاج أفكار جديدة فقط، بل يشمل تطبيقها عملياً في تطوير المنتجات، وتحسين الخدمات، وابتكار أساليب عمل قادرة على تلبية احتياجات العملاء بطرق أكثر كفاءة وفعالية، وبناء على ذلك تنقسم أهمية الدراسة إلى نظرية وتطبيقية

#### 1.3.1. على المستوى النظري:

- تسهم في توضيح الفجوة المعرفية المتعلقة بالعلاقة بين الابتكار والميزة التنافسية في بيئات الأعمال المتغيرة.
- تُثري الأدبيات العلمية من خلال تقديم منظور تحليلي لأبعاد الابتكار وتأثير كل بُعد على الأداء المؤسسي.
- تدعم تطوير نماذج نظرية تساعد في تفسير كيفية تحويل الابتكار إلى ميزة تنافسية مستدامة.
- تمثل مرجعية علمية للباحثين في مجالات الإدارة والابتكار لإجراء دراسات مستقبلية أعمق وأكثر تخصصاً.

#### 1.3.2. على المستوى التطبيقي:

- تساعد المؤسسات في تقييم مدى فاعلية الابتكار في تحسين موقعها التنافسي داخل السوق.
- تمكّن صُناع القرار من تبني استراتيجيات ابتكارية تساهم في تعزيز الأداء المؤسسي وتحقيق الاستدامة.
- تُسهم في توجيه الموارد بشكل أكثر كفاءة نحو الأنشطة الابتكارية التي تحقق نتائج ملموسة.
- توفر بيانات تحليلية عملية تدعم تطوير سياسات داخلية تُشجع ثقافة الابتكار وتُقلل من مقاومة التغيير.

## قائمة المراجع

- التجاني، عائشه، حجاجي، امال.، ( ٢٠٢٣ ) دور جودة الخدمات في تحقيق الميزة التنافسية "دراسة حالة بنك الجزائر الخارجي (BEA) – تقرت" مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر أكاديمي الميدان علوم اقتصادية، علوم التسيير وعلوم تجارية التخصص إدارة الأعمال، جامعة قاصدي مرباح – ورقلة كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير – قسم علوم التسيير.
- خزعل، بصير خلف، ذياب، عامر رجب ( ٢٠١٩، يناير ٧ ) الابتكار الاخضر واثره في تعزيز الميزة التنافسية المستدامة دراسة استطلاعية لأراء عينة من العاملين في مجموعة شركات الكرونجي في كركوك . الابتكار الاخضر واثره في تعزيز الميزة التنافسية المستدامة : دراسة استطلاعية الأراء عينة من العاملين في مجموعة شركات الكرونجي في كركوك.
- رمضان، لطرش ( ٢٠١٥ ) دور الابتكار التسويقي في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية دراسة حالة مؤسسة ملبنة الأوراس باتنة " مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في العلوم التجارية - تخصص : تسويق شامل ، جامعة محمد خيضر – بسكرة – كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير قسم العلوم التجارية .
- سليم، عيدان محمد ( ٢٠١٣، يونيو ٢٦ ) دور الابداع في تحسين الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة حالة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ولاية ورقلة، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي ، جامعة قاصدي مرباح ورقلة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير – قسم العلوم التسيير.
- عبد الوهاب، بوبعة ( ٢٠١٢ ) دور الابتكار في دعم الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية (دراسة حالة اتصالات الجزائر للهاتف النقال – موبيليس - ) كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، قسم علوم التسيير - تخصص إدارة الموارد البشرية.
- غقال، الياس، وآخرون. ( ٢٠١٧، ديسمبر ١ ) أهمية الإبداع التكنولوجي كمصدر للميزة التنافسية في المؤسسات الصناعية، مجلة العلوم الادارية والمالية، جامعة الشهيد حمه الخضر بالوادي الجزائر المجلد 01 العدد 01 ديسمبر 2017 .
- غلوسي، روميسة.، محمودي، نجاة ( ٢٠٢٢ ) دور الإبداع والابتكار في تعزيز الميزة التنافسية لدى المؤسسة الاقتصادية ، دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر - قالمة -مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في شعبة العلوم الاقتصادية كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير قسم العلوم الاقتصادية تخصص اقتصاد وتسيير المؤسسات.
- قباجة، عدنان عبد المجيد، جرادات، ناصر محمد سعود. ( ٢٠٢٠ ) أثر الابتكار في تحقيق الميزة التنافسية في الشركات الصناعية العاملة في محافظة الخليل ، المجلة العربية للعلوم ونشر الأبحاث – مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية والقانونية – المجلد الرابع – العدد الخامس – مايو 2020
- لشهب، الصادق ، وآخرون ( ٢٠١٧ ) دور الابتكار في تنمية الميزة التنافسية للمؤسسة دراسة ميدانية بشركة الهندسة المدنية بتقرت ولاية ورقلة ، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية - عدد 07 / ديسمبر 2017