

دور الابتكار التكنولوجي في تحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر الموظفين بالتطبيق على شركة عبد اللطيف في جدة

أسم الطالب:

اسمهان عبد الله إسماعيل

الرقم الجامعي:

221002617

مشروع تخرج- 1

كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف

د. عبد الرحيم نادر

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

جدول المحتويات

2	قائمة الاشكال
3	1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة
4	1.1. المقدمة
6	1.2. مشكلة البحث
6	1.2.1. فجوات على المستوى النظري:
6	1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي:
7	1.3. اهمية الدراسة
7	1.3.1. على المستوى النظري:
7	1.3.2. على المستوى التطبيقي:
8	1.4. اسئلة الدراسة
8	1.5. اهداف الدراسة
9	1.6. فرضيات الدراسة
9	1.7. نموذج الدراسة
10	1.8. منهجية الدراسة
11	1.9. الدراسة الميدانية
12	1.10. مخطط المشروع المقترح
13	2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة
14	2.1. المقدمة
14	2.3. مفهوم المتغير التابع
15	2.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع
15	2.5. الخاتمة
16	قائمة المراجع
19	قائمة الملاحق

قائمة الاشكال

رقم الصفحة	العنوان	رقم الشكل
9	نموذج البحث من اعداد الباحثة	1
10	منهجية البحث من اعداد الباحثة	2

1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

1.1. المقدمة

تعيش المؤسسات المعاصرة في بيئة تنافسية معقدة ومتغيرة باستمرار، تتطلب منها التجدد المستمر والتكيف السريع مع المستجدات التقنية والتكنولوجية. ولم يعد من الممكن للمؤسسات الاعتماد فقط على الموارد التقليدية أو الخبرات القديمة، بل أصبحت الحاجة إلى الابتكار التكنولوجي أمرًا حتميًا لضمان الاستمرارية وتحقيق التفوق في الأسواق المحلية والعالمية. (Dabbous, Barakat, & Kraus, 2023)

الابتكار التكنولوجي لم يعد رفاهية تنظيمية، بل هو عنصر حاسم في رسم مستقبل المؤسسات. فمع تزايد الضغوط التنافسية واتساع نطاق الرقمنة، بات لزامًا على المؤسسات أن تعتمد نماذج عمل مرنة قادرة على استيعاب منتج محسن وتطويرها لخدمة أهدافها الاستراتيجية. ويتجلى الابتكار التكنولوجي في عدة صور، منها تبني أنظمة ذكية، وتحسين البنية التحتية الرقمية، وتطوير خدمات ومنتجات رقمية جديدة تسهم في خلق قيمة مضافة للمؤسسة ولعملائها. (Sart, 2014)

ولا يمكن الحديث عن الابتكار بمعزل عن العنصر البشري، إذ يُعد الموظفون الركيزة الأساسية في تحويل التقنيات إلى تطبيقات عملية ذات أثر ملموس. فهم من يتعامل مع أدوات منتج محسن بشكل يومي، وهم الأقدر على تقييم فاعليتها، وتشخيص التحديات المرتبطة بها، واقتراح السبل الكفيلة بتطويرها. وبالتالي، فإن دراسة آراء الموظفين حول أثر الابتكار التكنولوجي على الأداء والميزة التنافسية تمثل مدخلًا مهمًا لفهم كيف يمكن للتكنولوجيا أن تتحول من مجرد أدوات إلى محركات حقيقية للتفوق المؤسسي. (Monod et al., 2024)

وقد أشارت العديد من الدراسات إلى أن المؤسسات التي تتبنى الابتكار التقني وتدمجه ضمن استراتيجياتها التشغيلية تنجح بدرجة أكبر في تعزيز قدراتها التنافسية وتحقيق معدلات أداء أعلى. كما أظهرت البحوث أن هناك علاقة إيجابية بين قدرة المؤسسة

على الابتكار ومستوى رضا عملائها، ومرونتها في مواجهة الأزمات، وقدرتها على التوسع في الأسواق. (Chen & Huang, 2009) علاوة على ذلك، فإن الابتكار التكنولوجي يسهم في تحسين كفاءة العمليات، وتقليل التكاليف، وتسريع وتيرة الإنتاج، مما ينعكس بشكل مباشر على قدرة المؤسسة في تحقيق الميزة التنافسية (Dabbous et al., 2023).

مع ذلك، لا تزال بعض المؤسسات تواجه تحديات في تبني الابتكار التكنولوجي بشكل فعال، سواء لأسباب تتعلق بضعف الثقافة التنظيمية الداعمة للابتكار، أو بسبب نقص الموارد التقنية، أو لغياب الرؤية الاستراتيجية الواضحة. وفي هذا الإطار، تبرز أهمية إشراك الموظفين في تقييم فعالية هذه الابتكارات، وفهم تصوراتهم حول العلاقة بين الابتكار التكنولوجي والميزة التنافسية، وهو ما تسعى هذه الدراسة إلى معالجته (Monod et al., 2024).

هذا البحث يهدف إلى سد فجوة بحثية تتمثل في قلة الدراسات التطبيقية التي تناولت الابتكار من وجهة نظر الموظفين تحديداً، ومحاولة تقديم تصور متكامل حول تأثير هذا النوع من الابتكار على مستوى التنافسية التنظيمية، خاصة في ظل بيئة العمل الحديثة التي تزداد تعقيداً واعتماداً على منتج محسن. (Chen & Huang, 2009)

1.2. مشكلة البحث

بالرغم من التقدم التكنولوجي الكبير الذي تشهده المؤسسات اليوم، إلا أن هناك تباينًا واضحًا في مدى استفادة المؤسسات من الابتكار التكنولوجي في تحقيق ميزة تنافسية ملموسة. هذا التفاوت قد يرجع إلى غياب فهم واضح لدى الموظفين حول أهمية الابتكار، أو إلى ضعف تطبيق التقنيات الحديثة بشكل فعال. وبالتالي، فإن المشكلة الأساسية التي يناقشها هذا البحث تتمثل في:

1.2.1. فجوات على المستوى النظري:

معظم الدراسات السابقة ركزت على الابتكار كعنصر عام في الأداء المؤسسي، ولم تُخصص اهتمامًا كافيًا لدراسة العلاقة المباشرة بين الابتكار التكنولوجي تحديدًا والميزة التنافسية من منظور الموظفين. كما أن الأطر النظرية في هذا السياق ما زالت بحاجة إلى مزيد من التوضيح والتطوير، خاصة في ظل التغير المستمر في طبيعة الابتكارات المستخدمة.

1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي:

يوجد نقص واضح في الأبحاث التطبيقية التي تتناول تقييم الابتكار التكنولوجي داخل بيئات العمل من خلال الموظفين أنفسهم، لا سيما في البيئات المحلية. بالإضافة إلى ذلك، لا تزال المؤسسات تواجه تحديات تتعلق بكيفية دمج الابتكار بفعالية في استراتيجياتها التنافسية، مما يعكس وجود فجوة بين التخطيط والتنفيذ.

1.3. أهمية الدراسة

يمثل هذا البحث مساهمة علمية وعملية في مجال تطوير أداء المؤسسات من خلال تسليط الضوء على الابتكار التكنولوجي كأداة استراتيجية لتعزيز القدرة التنافسية. كما أنه يُعد مرجعاً مهماً لفهم تصورات الموظفين حول هذا الموضوع، مما يساعد المؤسسات على تطوير برامجها وسياساتها بطريقة تراعي الواقع العملي.

1.3.1. على المستوى النظري:

يسهم البحث في سد الفجوة في الأدبيات العلمية حول العلاقة بين الابتكار التكنولوجي والميزة التنافسية من منظور الموظفين، ويعزز الفهم النظري لطبيعة هذه العلاقة، كما يقدم نموذجاً يمكن تطويره في دراسات لاحقة.

1.3.2. على المستوى التطبيقي:

يقدم البحث بيانات وتحليلات مفيدة لصناع القرار والممارسين داخل المؤسسات تساعد على إعادة تقييم استراتيجياتهم التقنية، وتصميم خطط مستقبلية أكثر توافقاً مع توقعات الموظفين، بما يحقق قيمة تنافسية حقيقية على أرض الواقع.

1.4. اسئلة الدراسة

لـ سؤال البحث الرئيسي:

ما هو دور الابتكار التكنولوجي في تحقيق الميزة التنافسية في شركة عبد اللطيف جميل في مدينة جدة ؟

لـ وينبثق من السؤال الرئيسي الأسئلة الفرعية التالية

- ← كيف يمكن ان يؤثر ابتكار في المنتج في تحقيق الميزة التنافسية؟
- ← كيف يمكن ان يؤثر المنتج المحسن في تحقيق الميزة التنافسية؟
- ← كيف يكن ان يؤثر الابتكار في العملية في تحقيق الميزة التنافسية؟

1.5. اهداف الدراسة

لـ يسعى البحث الحالي لتحقيق الهدف الرئيسي التالي:

- ← استكشاف دور الابتكار التكنولوجي في تحقيق الميزة التنافسية.
- ← ويسعى كذلك البحث بتحقيق أهداف فرعية وهي:
- ← تحديد ابتكار في المنتج في تحقيق الميزة التنافسية.
- ← دراسة اثر المنتج المحسن في تحقيق الميزة التنافسية.
- ← دراسة أثر تغيير الابتكار في العملية في تحقيق الميزة التنافسية.

1.6. فرضيات الدراسة

لـ يدفع البحث الحالي للتحقق من وجود الفرضيات الآتية:

← H1 توجد علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين الابتكار التكنولوجي و الميزة التنافسية.

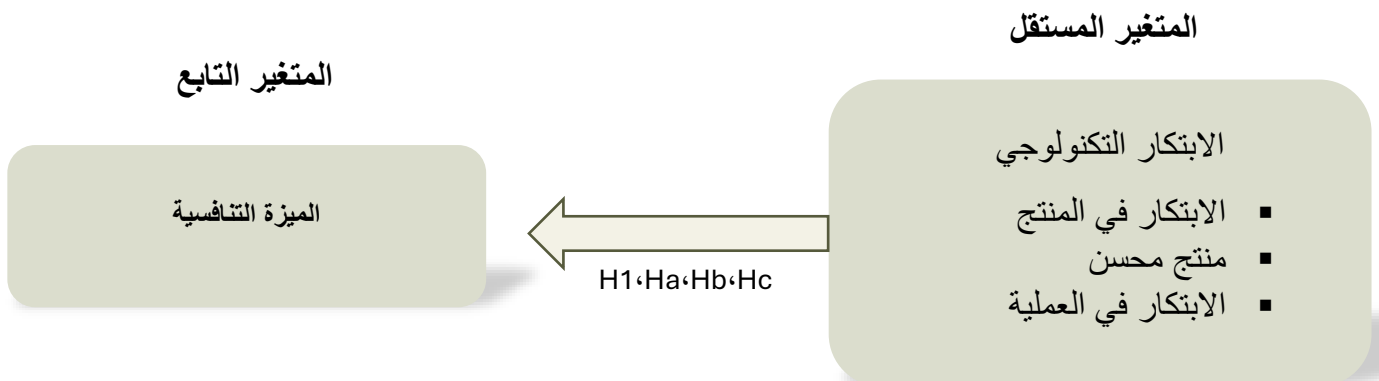
← Ha توجد علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين الابتكار في المنتج و الميزة التنافسية.

← Hb توجد علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين المنتج المحسن والميزة التنافسية.

← Hc توجد علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين الابتكار في العملية و الميزة التنافسية.

1.7. نموذج الدراسة

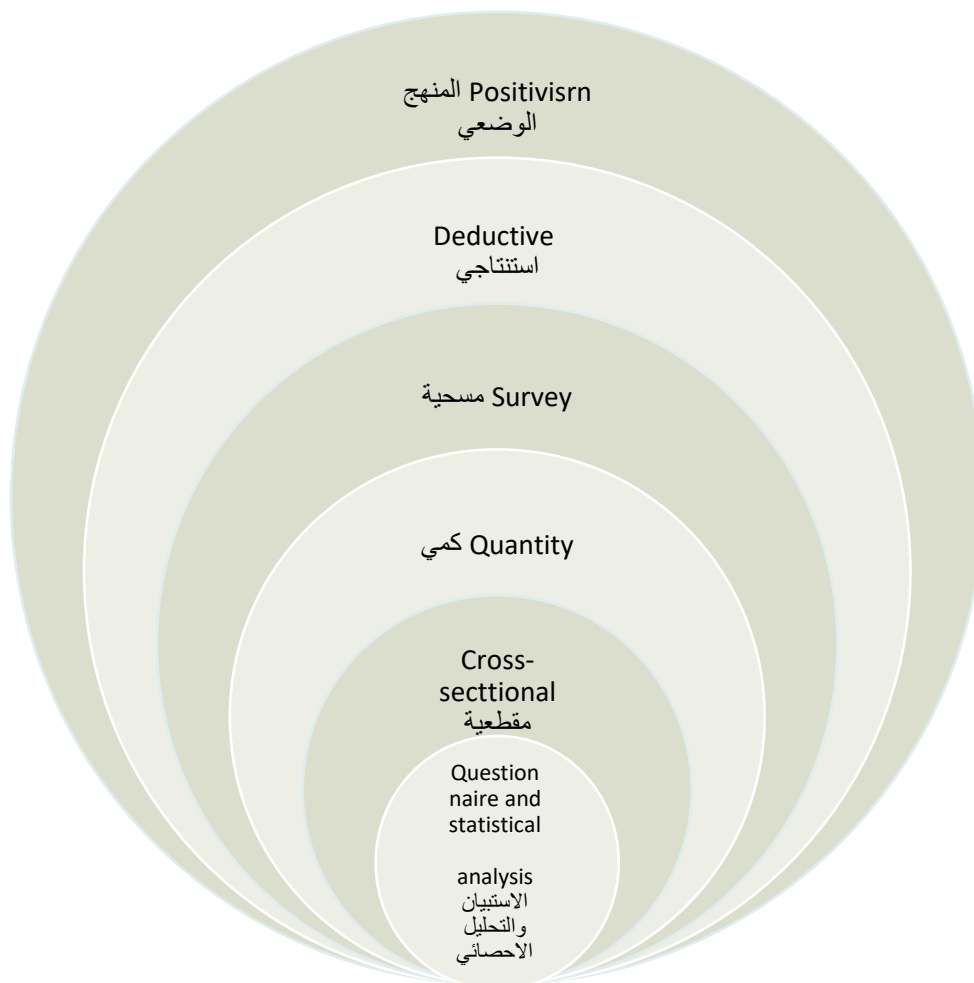
يوضح الشكل التالي بين متغيرات البحث وفرضيات البحث كما يلي



الشكل (1): صمم بواسطة الباحثة

1.8. منهجية الدراسة

- فلسفة البحث: الوضعية
- منهج البحث: استنتاجي
- استراتيجية البحث: مسحي
- اختيار البحث: كمي
- الافق الزمنية: المقطعية
- تقنيات والاجراءات: الاستبيان والتحليل الاحصائي



الشكل (2): صمم بواسطة الباحثة

1.9. الدراسة الميدانية

تُعد شركة عبد اللطيف جميل من أبرز الشركات الرائدة في المملكة العربية السعودية، حيث تنشط في عدة قطاعات متنوعة تشمل السيارات، والخدمات المالية، والطاقة، والعقارات. تأسست الشركة عام 1945 في مدينة جدة، وتمكنت منذ ذلك الحين من توسيع نطاق أعمالها لتشمل الأسواق المحلية والدولية، مع المحافظة على سمعة طيبة وثقة العملاء. تهدف هذه الدراسة الميدانية إلى التعرف بشكل دقيق على أساليب التشغيل والاستراتيجيات التسويقية التي تعتمدها الشركة، بالإضافة إلى قياس مستوى رضا العملاء في قطاع السيارات التابع لها بمدينة جدة، وذلك لفهم مدى تأثير هذه العوامل على الأداء العام للشركة في السوق المحلي. تهدف الدراسة إلى التعرف على ممارسات خدمة العملاء المتبعة داخل شركة عبد اللطيف جميل، وتقييم مدى فاعلية الاستراتيجيات التسويقية التي تطبقها الشركة في جذب العملاء واحتفاظهم، كما تسعى إلى فهم أداء الموظفين وكفاءة العمليات الداخلية التي تؤثر بشكل مباشر على جودة الخدمات المقدمة، بالإضافة إلى قياس رضا العملاء ومدى ولائهم للشركة في منطقة جدة، مما يساعد في تحديد نقاط القوة والضعف في أداء الشركة. تم تنفيذ هذه الدراسة من خلال القيام بزيارات ميدانية لمعارض شركة عبد اللطيف جميل في مدينة جدة، حيث تم جمع البيانات عبر الملاحظة المباشرة لكيفية سير عمليات البيع وخدمة العملاء داخل المعارض، إضافة إلى إجراء مقابلات مع عدد من الموظفين لفهم تحديات العمل وآليات التنفيذ، وكذلك مقابلات مع عملاء مختلفين لاستطلاع آرائهم وتجاربهم مع الشركة. كما تم توزيع استبيانات موجهة إلى العملاء لجمع معلومات كمية حول مستوى رضاهم عن الخدمات المقدمة، ومدى رضاهم عن جودة المنتجات وأساليب التعامل، بالإضافة إلى التعرف على اقتراحاتهم لتحسين المستقبلي. تساهم هذه الدراسة في تقديم رؤية واضحة وشاملة حول الأداء التسويقي لشركة عبد اللطيف جميل في جدة، مما يتيح لصناع القرار في الشركة تبني توصيات فعالة لتحسين العمليات التسويقية وتعزيز تجربة العملاء. إن فهم احتياجات العملاء والعمل على تلبيتها باستمرار هو مفتاح النجاح المستدام في سوق تنافسية مثل سوق السيارات في المملكة. (شركة عبد اللطيف جميل).

1.10. مخطط المشروع المقترح

الفصل الاول: المقدمة

الفصل الثاني: الاطار النظري

الفصل الثالث: منهجية البحث

الفصل الرابع: التحليل الاحصائي

الفصل الخامس: مناقشة النتائج والخاتمة

2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة

2.1. المقدمة

2.2. مفهوم المتغير المستقل

2.3. مفهوم المتغير التابع

2.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع

2.5. الخاتمة

قائمة المراجع

المراجع العربية:

← الاستبيان الأول: روائي, & وفاء. اثر إدارة المعرفة في تحقيق الابتكار التكنولوجي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة دراسة عينة من المؤسسات بولاية ورقلة (Doctoral dissertation, جامعة قاصدي مرباح ورقلة

<https://dspace.univ-ouargla.dz/jspui/handle/123456789/12901>

← الاستبيان الثاني: الخفاجي، ن. م. (٢٠١٥). أثر القيادة التحويلية في تحقيق الميزة التنافسية دراسة ميدانية في شركات الاتصالات في العراق. مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، (٤٣)، ٢١٨-٢٣٨.

<https://www.iasj.net/iasj/article/102985>

المراجع الأجنبية:

→ Chen, C.-J., & Huang, J.-W. (2009). Strategic human resource practices and innovation performance—The mediating role of knowledge management capacity. *Journal of Business Research*, 62(1), 104–114.

<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2007.11.016>

→ Dabbous, A., Barakat, K., & Kraus, S. (2023). Technological Innovations Shaping Sustainable Competitiveness—A Systematic Review. *Sustainability*, 17(5), 1953.

<https://www.mdpi.com/2071-1050/17/5/1953>

→ Monod, M., et al. (2024). How AI use in organizations contributes to employee competitive advantage: The moderating role of perceived organization support. *Technological Forecasting and Social Change*.

<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0040162524005997>

→ Sart, G. (2014). The impact of innovation on performance in HR management. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 150, 543–552. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.09.074>

قائمة الملاحق

الاستبانة

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

اسمحوا لي أن أتقدم لكم بهذا الاستبيان المرفق والمتعلق بدراسة بحثية بعنوان " دور الابتكار التكنولوجي في تحقيق الميزة التنافسية في شركة عبد اللطيف جميل في مدينة جدة ."

وهو استبيان متمم لدرجة مشروع التخرج من جامعة ميد او شن في قسم إدارة مشاريع. ولهذا أرجوا منكم التعاون والمساعدة بالإجابة على عبارات الاستبيان بما يتناسب مع رأيكم الشخصي وتجاربكم مع تحر الصدق والواقعية اثناء الاختيار لمنح البحث نتائج صحيحة يمكن الاستفادة منها مع العلم انه سيتم الحفاظ على معلوماتكم والتعامل معها بكل حرص وسرية تامة ولن تستخدم خارج إطار البحث العلمي.

شاكرة لكم حسن تعاونكم ومساعدتكم

البيانات الشخصية:

الجنس:

☐ ذكر

☐ انثى

المستوى التعليمي:

☐ دبلوم

☐ بكالوريوس

☐ ماجستير

☐ دكتوراه

العمر:

☐ أقل من 30 سنة

☐ من 30 سنة الى 40 سنة

☐ من 40 سنة الى 50 سنة

☐ أكثر من 50 سنة

سنوات الخبرة:

☐ أقل من 5 سنين

☐ من 5 الى 10 سنوات

☐ من 10 الى 15 سنة

☐ من 15 سنة فأكثر

استبيان الابتكار التكنولوجي (المتغير المستقل)

المتغير	الابعاد	الفقرات	موافق	محايد	غير موافق
الابتكار التكنولوجي	الابتكار في المنتج	تشجع إدارة الشركة الموظفين على تقديم أفكار جديدة لإنتاج منتج			
		تعطي الشركة اهتماما بنتاج منتج متميز مقرئه بمنافسينا			
		تلح الشركة إلى استخدام تكنولوجيا جديدة من أجل تقديم منتجات جديدة			
		تخصص الشركة ميزانية مناسبة لجهود البحث والتطوير من أجل تقديم منتجات جدد			
	منتج محسن	يتم تحسين منتجات مؤسستا بالاعتماد على المهارات المتوفرة لديها			
		تلجأ الشركة إلى استخدام مواد جديدة من أجل تحسين منتجاتها			
		تهتم الشركة بشكاوى وآراء زبائنها كقاعدة ترتكز عليها في تطوير منتجاتها			
		تعتمد الشركة على افكار العاملين لديها لتحسين منتجاتها			
	الابتكار في العملية	تلجأ الشركة إلى استعمال برامج تكنولوجية جديدة من أجل تقديم عمليات إنتاج جديدة			
		تقوم الشركة بتغييرات تصميم منتجاتها تماشيا مع التقنيات الحديثة			
		تقوم الشركة بتحديد وتنظيم معادتها الانتاجية لزيادة منتجاتها			
		تعمل الشركة على الحصول على براءات اختراع تعزز من ابتكاراتها			

استبيان الميزة التنافسية (المتغير التابع)

المتغير	الفقرات	موافق	محايد	غير موافق
الميزة التنافسية	تسعى الشركة إلى تقديم خدمات تحقق من توقعات العملاء والمستفيدين			
	خدمات الشركة مقارنة بالأسعار تعتبر مناسبة			
	العمليات والإجراءات في الشركة مبنية على مواصفات وقياسات الجودة			
	يقدم الموظفون خدماتهم للعملاء على أكمل وجه			
	تقدم الشركة خدماتها بشكل سريع			
	تقدم الشركة خدماتها بشكل يواكب التطورات الحديثة			
	تقوم الشركة بتصحيح الأخطاء التي تحدث أثناء تقديم الخدمة			
	الشركة تقدم خدماتها بحسب ما يحتاجه العملاء			
	تسعى الشركة بتقديم خدماتها بأقل الأخطاء			
	تهتم الشركة بتجديد خدماتها وتطويرها			
	الشركة متميزة بقدر عالي من الإتقان والدقة			