

أثر استراتيجيات الابتكار على القدرة التنافسية من وجهة نظر العاملين في شركة ريتاج للاستشارات الهندسية في مدينة جدة

مشروع تخرج – 1

الطالب: محمد عبدالعزيز العلوي

الرقم الجامعي: 2021204730

إشراف

د. منى مصطفى العشري

عضو هيئة التدريس – كلية الإدارة – جامعة ميد أوشن

الفصل الدراسي الثاني – 2024

المقدمة

جميع الشركات تواجه الكثير من المتغيرات بما فيها المتغيرات الاقتصادية والمتغيرات المالية، ومن المتغيرات التي تواجهها هي زيادة حدة المنافسة بينها وما ينتج عنه من تغير في سلوكيات المستهلك، الذي أصبح ذو مقدرة أكبر على اختيار الخدمة الأفضل والأنسب بعد اعتماد الجودة المثالية كمعيار أساسي، فلم يعد أمام الشركات خيار إلا أن تتوجه نحو إعادة هيكلة التكاليف وتخفيضها مع الحفاظ على مستوى الجودة المثالي الذي يساهم في زيادة حصتها السوقية. ويعتبر الابتكار التنافسي من إحدى الوسائل الفعالة، وأنه تقنية من التقنيات التي تؤثر في مواكبة متطلبات وشروط المنافسة، وأصبح من اللازم على الشركات أن تبني الابتكار التنافسي الذي هو عبارة عن مجموعة من المداخل والاستراتيجيات المبتكرة يتم اعتمادها وبناءها من خلال استخدام أنماط معرفية متقدمة حتى تحقق قدرة تنافسية تسير بها نحو الريادة والتميز على المنافسين الآخرين (صالح، ٢٠١٥، ص ٢).

ومع كثرة مجالات السوق وتزايد المنافسة العالمية والمحلية ازداد معها أهمية الابتكار، حيث أصبحت الشركات التي لا تلقي أهمية لاستحداث منتجات وخدمات جديدة وتسويقها بشكل مبتكر فإنها تكون مهددة بخطر الاختفاء، مما يجعلها مجبرة على أن تتبع سياسات قد تأتي بخدمات جديدة مستحدثة وتعمل على جذب العملاء عن طريق الجودة العالية والسعر المناسب للخدمة المقدمة (بوبة، ٢٠١٢، ص ١٩).

على الرغم من أن الابتكار عبارة عن عملية مكلفة وغير مؤكدة النتيجة، إلا أن على شركات التي ترغب في بقاء استمرارها أن تستثمر فيه، إلا أن هذا لا يكفي لوحده إن لم يكن هناك أنشطة تسويقية ناجحة ترافق العملية الابتكارية منذ بداية ظهور الفكرة حتى وصول المنتج أو الخدمة إلى المستهلك النهائي، وهذا ما يسمى بالتسويق الابتكار، وهو مفهوم يحتوي على مصطلحان، ألا وهو "التسويق" الذي يمثل حاجات المستهلكين ويعمل على إشباعها، هو مصطلح "الابتكار" الذي يقوم توجيه مستهلك لا توجد لديه رغبة ملحة الحاجة إلى المنتج أو الخدمة المبتكرة، ولا حتى التحفيز اللازم من أجل تخيل منتج أو خدمة جديدة، فنجد أن أننا أمام امرين متناقضين، فلو قمنا بالتسويق الاعتيادي التقليدي، فإننا نبحث عن حاجات المستهلكين لإشباعها، ونقع حينها في خطر عدم استخدام الابتكار. يبدو لدى البعض أن التسويق الابتكاري متناقض، وهذا غير صحيح، لأنه إن تمعنا فسنجد أن هناك تقنيات وأساليب خاصة بتسويق الابتكار، حيث تسمح بالابتكار والبحث عن حاجات المستهلكين وما يرغبون به في نفس الوقت دون التوجه إليهم وسؤالهم عن حاجاتهم، ويكون ذلك من خلال ملاحظة السلوكيات وتحليلها على سبيل المثال، أو من خلال إجراء تجارب جديدة تكون نقطة لبداية الابتكار. مع العلم أنه لتسويق الابتكار خصوصية، لأنه لا يستهدف المستهلكين الحاليين فقط، ولا حتى المستهلكين المحتملين، بل هو يبحث عن المستهلكين خاصين يحملون صفات معينة، مثل أنهم قد لا يستهلكون أي منتج أو أي خدمة من التي تكون موجودة في القطاع الذي سيتم القيام فيه بعملية الابتكار (عطية، ٢٠٢٠، ص ١٣).

دائرة الابتكار عبارة عن نمط تسييري استراتيجي بحت يحمل في طياته مجموعة من القوى الداخلة والمؤثرة فيه، باعتبار أنه إدارة ابتكاريه منفتحة للعالم الخارجي، وهي تتأثر بهذا المحيط المتغير وتؤثر فيه، وحتى تضمن الشركات أن أنشطتها الابتكارية تسير في المسار المثالي سواء اكانت عبارة عن أنشطة إستراتيجية أو أو أنشطة تشغيلية فإنه يجب عليها أن تكون قادرة على التحكم الفعال بإدارة الابتكار باعتبار أنها وسيلة أو أداة من الأدوات الريادية مقارنة مع المنافسين.

فجاء إدارة الابتكار وضمان فعالية الأداء التنافسي على المدى الطويل يعتمد على قدرة الشركة بالتحكم في مجموعة من العوامل من أهمها ما يعرف بثقافة الابتكار، وهو عامل يعتبر كالوتر الأساسي لإدارة الابتكار في الشركة، وتشمل ثقافة الابتكار بدورها على مجموعة من المتغيرات التي تكونها، موجودة يعتبر شرط أساسي في الشركات (فوراري، ٢٠١٢، ص ١٣-١٤).

باعتبار أن التغيرات الاقتصادية والدولية أنا السبب في أحداث تغيير على مستوى رغبات المستهلكين، وبسبب أيضا في تطور التكنولوجيا بشكل سريع ، تحديداً التكنولوجيا المتعلقة بالإعلام والاتصال، لأن اليوم لم يعد الشكل التقليدي المؤلف الشركات منتشر، وهو الشكل الذي يعتمد على أن بيئة الأعمال تكون من النوع الذي يتميز بالثبات، اما بيئة الأعمال حالياً من الواضح أنها متسمة بعدم الثبات وتعتبر كثيرة التغيير، وقاعدة الوحيدة للبقاء والاستمرار والنمو هي الاستراتيجيات والأساليب المتنوعة والمنافسة، وجميع ما تستخدم لمواجهة حالة التغير وعدم الثبات التي أصبح على الشركات البحث عن أساليب ووسائل تكون ذات تكتيكات جديدة متواكبة مع طبيعة التغيرات.

لذلك فإن نجاح أي شركة بشكل عام مرتبط بإيجاد هذه الوسائل والأساليب، ويعتبر الابتكار والإبداع من أهم الاستراتيجيات التي تسعى إليها الشركات تتضمن الاستقرار والنمو وفرصة التصدي للشركات المنافسة، ولا يوجد شك في أن القدرة على التنافس و اكتساب مكانة سوقية ممتازة يوجب امتلاك ميزة تنافسية من طرف الشركة، وفي ضوء هذا الرأي يمكن اعتبار أن الميزة التنافسية قد يتم تحقيقها في احتمال كبير في الشركة من خلال عدة أسباب وعوامل بما فيها الابتكار والإبداع (كحموص وقرس، ٢٠٢١، ص ١٤).

وفي ضوء ما سبق يرغب الباحث في تلخيص تأثير الابتكار والقدرة تنافسية من خلال استعراض بعض وجهات نظر العاملين في شركة ريتاج الهندسية وتوضيح جوانب استراتيجيات الابتكار العديدة وتأثير كل جانب منها على القدرة التنافسية.

مشكلة البحث

من خلال ما سبق يمكن القول أن للبحث مشكلة نظرية وهي مسألة الميزة التنافسية لأنها مرتبطة برود فعل المنافسين، وبرغبة المستهلكين الذين لم يعد التقليد أسلوب كافي للحفاظ عليه، ولذلك فإن الشركات الرائدة في مجالها تبدأ بتحديث استراتيجياتها بدل الانتظار أو الاستمرار على الأسلوب التقليدي، لذلك أتى هذا البحث ليغطي هذا الجزء من المشكلة، وهو كيف يمكن للشركات الاستفادة من استراتيجيات الابتكار في ميزتها التنافسية.

أما بالنسبة لمشكلة البحث التطبيقية تكون في أن الشركات أصبحت مهتمة بالابتكار والتسويق، ولذلك لا يمكن الاستغناء عن جمع المعلومات والبيانات اللازم والضرورية وإضافتها إلى أبحاث الابتكار والتسويق الذي تستفيد منه شركات مستقبلاً، وعليه يرغب الباحث بتغطية هذه المشكلة من خلال استعراض معلومات صحيحة دراسات سابقة تفيد المهتمين في هذا المجال (رايس، ٢٠١٧، ص ١٧).

وتبلورت مشكلة البحث الرئيسية في السؤال الرئيسي التالي:

"ما هو أثر استراتيجيات الابتكار على القدرة التنافسية من وجهة نظر العاملين في شركة ريتاج للاستشارات الهندسية؟".

أهمية البحث

يمكن تلخيص أهمية البحث الحالي من خلال جوانبه النظرية والعملية

الأهمية النظرية:

- توضيح مدى أهمية المتغيرات وهي " استراتيجيات الابتكار " و " الميزة التنافسية "
- أهمية دور الابتكار في تفعيل وتطوير الميزة التنافسية.
- توعية الشركات بالدور المهم الذي يلعبه الابتكار في تحقيق استمرار نمو الشركة في السوق.

الأهمية العلمية:

- تمهيد الطريق أمام الباحثين المستقبليين البحث المتوسع حول استراتيجيات الابتكار وأثرها على الميزة التنافسية.
- تقديم نتائج مثبتة حول أثر استراتيجيات الابتكار على الميزة التنافسية.

المراجع

صالح, أحمد علي (٢٠١٦). تأثير استراتيجيات الإبداع التنافسي على تعزيز القدرات التنافسية في شركة تكنولوجيا المعلومات في الأردن. رسالة ماجستير. كلية الأعمال. قسم إدارة الأعمال. جامعة الشرق الأوسط. الأردن.

https://meu.edu.jo/libraryTheses/58637ac5bf9fb_1.pdf

بوبعة, عبد الوهاب (٢٠١٢). الابتكار ودوره في دعم الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية. مذكرة ماجستير إدارة موارد بشرية. كلية العلوم الاقتصادية. قسم علوم التسيير. جامعة منتوري. الجزائر.

<https://elibrary.mediun.edu.my/books/2018/MEDIU09547.pdf>

عطية, نهاد (٢٠٢٠). تسويق الابتكار وأثره على تنافسية المؤسسات الخدمية. أطروحة دكتوراة في إدارة وتسويق الخدمات. كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية. قسم العلوم التجارية. جامعة الجزائر. الجزائر.

<https://dspace.univ-alger3.dz/jspui/bitstream/123456789/8061/1/%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%B7%D8%B1%D9%88%D8%AD%D8%A9%20%D8%A8%D8%B9%D8%AF%20%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B9%D8%AF%D9%8A%D9%84.pdf>

فوراري, مريم (٢٠١٢). إدارة الإبداع وأثرها على الميزة التنافسية للمؤسسات. مذكرة ماجستير. كلية العلوم الاقتصادية التجارية. قسم حوكمة الشركات. جامعة أبي بكر بلقايد. الجزائر.

<http://dspace.univ-tlemcen.dz/bitstream/112/201/3/Gourari%2C%20meriem.mag.pdf>

كحموص, نجاة وقرس, مروة (٢٠٢١). دور الابتكار والإبداع في تحقيق ميزة التنافس. مذكرة
ماستر إدارة أعمال. معهد العلوم الاقتصادية والتجارية. قسم العلوم الاقتصادية والتجارية. مركز
عبدالحفيظ الجامعي. الجزائر.

<http://dspace.centre-univ-mila.dz/jspui/bitstream/123456789/1067/1/2%D8%AF%D9%88%D8%B1%20%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%A8%D8%AF%D8%A7%D8%B9%20%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%A8%D8%AA%D9%83%D8%A7%D8%B1%20%D9%81%D9%8A%20%D8%AA%D8%AD%D9%82%D9%8A%D9%82%20%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%8A%D8%B2%D8%A9%20%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%86%D8%A7%D9%81%D8%B3%D9%8A%D8%A9.pdf>

رايس, عبدالرحمن (٢٠١٧). أثر الابتكار التسويقي على تنافسية المؤسسات " دراسة ميدانية".
أطروحة دكتوراه. كلية العلوم الاقتصادية والتجارية. قسم العلوم التجارية. جامعة باتنة. الجزائر.

<http://dspace.univ-batna.dz/bitstream/123456789/409/1/ec%20%20abd%20elrahmen.%20rais.pdf>

ملاحق البحث

الاستبيان

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته:

أما بعد،

أتقدم بإجراء بحث حول "تأثير استراتيجيات الابتكار على الميزة التنافسية هي شركة ريتاج للاستشارات الهندسية في مدينة جدة"، وهذا البحث جزء أساسي من متطلبات الحصول على شهادة البكالوريوس تخصص إدارة مشاريع من جامعة ميد اوشن، وعليه أتمنى منكم التعاون والإجابة على الاستبيان المرفق من خلال اختيار العبارة التي تتفق مع رأيك الشخصي.

وأود إعلامكم أنني أتعامل بكل سرية مع معلوماتكم الشخصية الواردة دون أن يطلع عليها أحد، ولن تستخدم إلا بغرض عرض نتائج دقيقة للبحث العلمي.

شكراً لكم مع فائق القبول والتقدير.

البيانات الشخصية

العمر:

☐ ٢٠ - ٢٥ ☐ ٢٦ - ٣٠ ☐ ٣٥ - ٤٠ ☐ ٤١ - ٤٥ ☐ ٤٥ فأكثر

التعليم:

☐ دبلوم ☐ بكالوريوس ☐ ماجستير ☐ دكتوراة

الخبرة:

☐ سنة لسنتين ☐ ٣ سنوات لـ ٥ سنوات ☐ ٦ سنوات لـ ٨ سنوات ☐ ١٠ سنوات فأكثر

الاستبيان الأول: استبيان متعلق بقياس استراتيجيات الابتكار

الابتكار إداري			
العبارة	موافق	غير موافق	لا أعلم
تقوم الشركة باستحداث تغييرات في الهيكل التنظيمي			
تجري الشركة تغييرات لأنظمة الحاسب في عملياتها الإدارية			
الشركات تساعد العاملين على فهم آليات عمل الإدارة			
الشركة تستحدث سياساتها مجال التعيين والحوافز			
الشركة تستحدث استراتيجيات وتصاميم جديدة لخدماتها			

الابتكار التقني			
العبارة	موافق	غير موافق	لا أعلم
الشركة أدخلت أنظمة جديدة وأساليب لتقديم خدماتها			
الشركة أجرت بعض التغييرات في تصميم الخدمات متماشية مع التقنية الحديثة			
ابتكرت الشركة طرق جديدة لتحسين خدماتها			
أدخلت الشركة تقنيات جديدة مقارنة بالمنافسين			

ابتكار إضافي			
العبارة	موافق	غير موافق	لا أعلم
تقوم الشركة بتخصيص برامج لتطور من خدماتها			
تقدم الشركة عروض مجانية لزيادة عدد الزبائن			
شركة إلى جهات خارجية لتحديد توجه الزبائن			
تقدم الشركة خدمات إضافية مبتكرة مقارنة بالمنافسين			

الاستبيان الثاني: استبيان متعلق بقياس الميزة التنافسية

تكلفة			
العبارة	موافق	غير موافق	لا أعلم
الشركة تحتفظ بمواردها الممتازة لتخفض التكاليف			
تتبع الشركة سياسة خفض التكاليف			
تسيطر الشركة على حصتها السوقية من خلال إنتاج خدمات بأقل تكلفة			
الشركة تستفيد من اقتصاديات الحجم عند شراء المواد			

التميز			
العبارة	موافق	غير موافق	لا أعلم
تتميز الشركة عن منافسيها بالمهارات والخبرات المتطورة			
لدى الشركة فرص استخدام معلومات لا تستطيع الشركات الأخرى استخدامها			
الشركة تستقطب الأفراد ذوي الكفاءة العالية			
تتميز الشركة بخدمات أكثر تطور عن باقي الشركات			

التركيز			
العبارة	موافق	غير موافق	لا أعلم
الشركة تمتلك مرونة عالية تجعلها متحركة في حجم إنتاجها			
لدى الشركة مرونة كبير في القدرة على الاستجابة للمتغيرات			
لدى الشركة تركيز كبير ومراقبة للعمليات التنفيذية			
تهتم الشركة بالفحص الدوري لكل معداتها وأجزائها			