

الابتكار والميزة التنافسية في مشروعات ريادة الاعمال

Innovation and competitive advantage in entrepreneurship projects

مقترح خطة البحث المقدمة ضمن متطلبات رسالة الماجستير في ريادة الاعمال

اعداد

منى عبد الله حمد الدوسري

الرقم الاكاديمي

222000915

المشرف

د. احمد راجح

عنوان البحث:

الابتكار والميزة التنافسية في مشروعات ريادة الاعمال

Innovation and competitive advantage in entrepreneurship projects

1. المقدمة:

- في عصرنا الحديث يوجد العديد من التغيرات التي قد طرأت في مجالات التكنولوجيا والاقتصادية وايضا الاجتماعي مما ادى الى حدوث العديد من المتغيرات في المفاهيم التسويقية الخاصة بالابتكار والميزه التنافسيه حيث ان رياده الاعمال كان لها دورا هاما في هذه التغيرات .

- بشكل عام فقد واجهت الشركات في القطاع العام والخاص العديد من التحديات مثل مواجهه المنافسين وايضا تطوير المنتج مما ادى الى خلق الميزه التنافسيه والتي قد ساهمت في تطوير الافكار والابتكارات التسويقية .

- هذه الدراسه تهدف الى معرفه ما هو الابتكار وكيف يؤثر في الميزه التنافسيه في مشاريع رياده الاعمال وايضا من اجل معرفه ما هو المستوى الحقيقي للابتكار عن طريق قياس المنتج والتسعير والتوزيع والترويج لما له ولما عليه في عمليه التسويق وايضا معرفه ابعاد الجوده والتكلفه والمرونه في الميزه التنافسيه .

- قمنا بعمل مسح من الدراسات السابقة حول هذا الموضوع وهو الابتكار والميزه التنافسيه لمشروعات رياده الأعمال حيث وجدنا هناك دراسات عربية ودراسات أجنبية قد قامت بعمل دراسات في مثل هذا الموضوع أو بموضوعات لها علاقة بموضوع رسالة الماجستير .

2. أهداف البحث:

الابتكار التسويقي هو عبارته عن خلق مزيج متكامل للمنتجات والخدمات سواء كان هذا السوق قديم ام حديث حيث ان المفاهيم الحديثه رياده الاعمال قد ساهمت بشكل كبير في زياده ثقته العملاء في اصحاب الشركات مما يطلب العديد من التطوير والتحسين للمنتج فقد كانت العلاقه وثيقه بين الابتكار التسويقي والميزه التنافسيه في مشاريع رياده الاعمال بوجه عام حيث كان الهدف العام هو كيفيه تحقيق رغبات العملاء وتطوير المنتج طبقا للبيئه المحيطه وايضا تنفيذ استراتيجيات جديده للابتكار في هذه المشروعات .

3. مشكلة البحث:

تعتبر مشكله الدراسه هي ان الابتكارات في مجال التسويق تعتبر ابتكارات فعاله حيث ان استخدام الأساليب الابتكارية قد يساعد على استمراريه المشروع وبقائه الى مده اطول فان الابتكار التسويقي هو

عبارة عن انتاج فكره جديده او طرح افكار ابداعيه وتحويلها الى منتجات على ارض الواقع من اجل تحقيق احتياجات العملاء و رغباتهم مما يؤدي الى ظهور ما يعرف بالميزه التنافسيه.

فلقد سعت العديد من المنظمات والشركات بكثير من الطرق الى تحقيق مفهوم الميزه التنافسيه من خلال التفكير اساليب ابتكاريه وابداعيه جديده من خلال المشاريع الصغيره والمتوسطه فلقد قامت هذه الدراسه على دراسه ميدانيه مما نتج عنها العديد من الاسئله التي قمنا بالاجابه عليها في طرحنا لمشكلة الدراسه فلقد كان هدفنا هو الوصول الى العلاقة ما بين الابتكار والميزه التنافسيه لمشروعات رياده الاعمال .

لذا ما هو العلاقة والتأثير بين الابتكار والميزه التنافسيه لمشروعات رياده الاعمال ؟ وهناك عدده اسئله وهي :

السؤال الاول: ما هو اثر الابتكار التسويقي في الميزه التنافسيه في مشاريع رياده الاعمال ويتفرع الى عدده اسئله فرعيه ؟

1- اثر الابتكار في المنتج في الميزه التنافسيه للتكلفه والجوده والمرونه ؟

2- اثر في التسعير في الميزه التنافسيه للتكلفه او الجوده والمرونه؟

3- اثر الابتكار في الترويج في الميزه التنافسيه للتكلفه والجوده والمرونه؟

4- اثر الابتكار في التوزيع في الميزه التنافسيه للتكلفه والجوده والمرونه ؟

السؤال الثاني: هل هناك اثر بدلاله إحصائية ما بين الابتكار التسويقي والميزه التنافسيه في المشاريع

الصغيرة والمتوسطه طبقا لوجهه نظر العاملين في مجال رياده الاعمال ؟

حدود الدراسه

هذه الدراسه ستجري على بعض المشاريع الصغيره والمتوسطه في المملكه العربيه السعوديه في مدينه الرياض

في شهر نوفمبر الجاري 2023 - على بعض العاملين في مجال رياده الأعمال من هم اصحاب المشاريع الصغيره والمتوسطه على موضوع الابتكار والميزه التنافسيه حيث كيف يمكننا تطوير المنتج والسعر والتوزيع والترويج من اجل الوصول الى الابتكار التسويقي في رياده الأعمال .

مخطط البحث:

الفصل الاول : اطار عام للدراسة
مقدمة الدراسة
مشكلة البحث والدراسة
اهمية البحث والدراسة
اهداف البحث والدراسة
فرضيات البحث والدراسة
مخطط البحث والدراسة
التعريفات الخاصة بالدراسة
الحدود الدراسية
الفصل الثاني : الاطار النظري للبحث والدراسة والدراسات السابقة
مبحث الابتكار في التسويق
مبحث الميزة التنافسية
الدراسات السابقة
الدراسات البحثية العربية
الدراسات البحثية الاجنبية
مميزات تلك الدراسة عن سابقتها
الفصل الثالث : منهج الدراسة
منهج الدراسة البحثية
مصادر جمع بيانات الدراسة
عينة ومجتمع الدراسة
ادوات الدراسة
الاساليب المستخدمة الاحصائية
اختبارات ادوات الدراسة
الفصل الرابع : النتائج
نتائج الاسئلة للدراسة
نتائج فرضيات الدراسة
الفصل الخامس : مناقشة لنتائج الدراسة

كما سوف نقوم بعمل استبانة. ويتم توزيعها على عينة عشوائية وجمع العينات وتحليل النتائج في شهر نوفمبر الجاري 2023

4. بعض قائمة المصادر والمراجع:

1- اديب " 2014 ، اثر الابتكار التسويقي على جودة الخدمات ، مجلة جامعة تشرين للبحوث ، جامعة تشرين بسوريا ، 4 (36)

2- امجدل "2011، الابتكار التسويقي ودوره في ترقية اداء المنشأة ، مجلة ابحاث اقتصادية ،جامعة طيبة المملكة العربية السعودية ،5 (10)

3- دراجي "2018 ، تحليل العلاقة بين ادارة المعرفة التسويقية والابتكار التسويقي ،دراسة حالة ،مجلة الاقتصاد والتنمية البشرية ،1 (12)

5. الخلاصة:

تعتبر الاهمية العملية لهذه الدراسة فانها تقوم بتحقيق ربح اكبر لشركات الأعمال الصغيره والمتوسطه في بيئات متغيرة كما انها تبرز الدور الحقيقي بالتطوير التكنولوجي والانتقال التسويقي خاصه في الدول الناميه حيث ان الافكار الابتكاريه تساعد بشكل كبير على الموائمة في السوق المختلفة من جوده وسعر للمنتج لتحقيق افضل الصور للمنتج ومقارنته بمنتجات اخرى بما يعرف بالميزه التنافسيه .

كما ارجو منكم بالموافقة على الخطة البحثية المقدمة اليكم لاعداد واستكمال الرسالة البحثية وتسليمها في الموعد المحدد .

مقدمة من الباحثة

منى عبد الله حمد الدوسري