

جامعة ميدأوشن

كلية الإدارة

قسم / تخصص: ماجستير إدارة الأعمال



عنوان البحث

أثر الابتكار المؤسسي على التميز التنافسي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في دولة الإمارات العربية المتحدة

إعداد الطالب:

ليث محمد بني هاني

إشراف:

د.فايز جراد

العام الدراسي:

2025 \ 2026

مقدمة:

تُعد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة العمود الفقري لاقتصاد دولة الإمارات العربية المتحدة، إذ تمثل نسبة تتجاوز 94% من إجمالي الشركات العاملة في الدولة، وتساهم بشكل كبير في تعزيز الناتج المحلي الإجمالي وخلق فرص العمل والدفع بعجلة النمو الاقتصادي. وقد أولت القيادة الإماراتية أهمية متزايدة لتطوير هذا القطاع لما يتمتع به من مرونة عالية وقدرة على تبني التقنيات الجديدة والتحول السريع لمواكبة متطلبات الأسواق العالمية.

يشكّل الابتكار المؤسسي اليوم ركيزة أساسية لضمان القدرة التنافسية للمؤسسات. وفي ظل التغيرات المتسارعة التي يشهدها العالم على صعيد التكنولوجيا والتحول الرقمي، إضافة إلى المنافسة الشديدة في القطاعات الاقتصادية، أصبح تبني الابتكار المؤسسي ليس مجرد خيار، بل ضرورة استراتيجية تتوقف عليها استمرارية المؤسسات وقدرتها على البقاء والازدهار. فالمؤسسات التي تتبنى أنماطاً تقليدية في الإدارة والتسويق والإنتاج تجد صعوبة في مواجهة المؤسسات التي تعتمد الابتكار كمنهج شامل لتحسين المنتجات والعمليات وجودة الخدمات.

وقد تبنت الإمارات العديد من المبادرات لدعم الابتكار مثل: "الاستراتيجية الوطنية للابتكار" و"عام الابتكار"، وبرامج الدعم الخاصة برواد الأعمال والمشاريع الصغيرة والمتوسطة. ورغم ذلك، لا تزال العديد من المؤسسات تواجه تحديات كبيرة في تطبيق الابتكار بسبب محدودية الموارد أو غياب الثقافة الابتكارية أو ضعف البنية التنظيمية الداعمة.

يتناول هذا البحث أثر الابتكار المؤسسي—بمختلف أنواعه الإدارية والتكنولوجية والتنظيمية والعملية—على التميز التنافسي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الإمارات عبر تحليل العلاقة بين الابتكار كمتغير مستقل، والتميز التنافسي كمتغير تابع، وذلك بهدف تقديم رؤية واضحة لأهمية الابتكار في تعزيز قدرة المؤسسات على مواجهة المنافسة وتطوير استراتيجيات عمل فعالة.

مشكلة الدراسة:

رغم الجهود الكبيرة التي تبذلها دولة الإمارات في دعم الابتكار، إلا أن العديد من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ما زالت تعاني من ضعف مستوى الابتكار المؤسسي، سواء في إدارتها أو عملياتها أو أساليبها التكنولوجية. ويعود ذلك إلى عدة أسباب، أبرزها:

- محدودية التمويل المخصص للبحث والتطوير.
- ضعف ثقافة الابتكار والتنظيم الداخلي.
- مقاومة التغيير من قبل الموظفين أو الإدارة.
- عدم وضوح استراتيجيات الابتكار.
- نقص الكفاءات القادرة على تطوير حلول مبتكرة.

هذه التحديات تجعل من الصعب على المؤسسات تحقيق تميز تنافسي مستدام يساعدها على مواجهة التحديات المستقبلية. فمن دون تبني إطار ابتكاري شامل، قد تتراجع قدرة المؤسسة على جذب العملاء، تحسين الجودة، تخفيض التكلفة، أو تطوير الخدمات.

أهمية الدراسة:

أولاً: الأهمية النظرية

سد فجوة معرفية: رغم وجود العديد من الدراسات العالمية حول الابتكار المؤسسي، إلا أن الدراسات العربية، وخاصة في بيئة الإمارات، لا تزال محدودة.

تطوير إطار معرفي: تسهم الدراسة في بناء إطار نظري أكثر وضوحاً للعلاقة بين الابتكار والتميز التنافسي في بيئة الأعمال الخليجية.

إغناء الأبحاث المستقبلية: يمكن للباحثين الاعتماد على النتائج والنماذج المقدمة في هذه الدراسة لبناء دراسات أكثر عمقاً مستقبلاً.

ثانيًا: الأهمية العملية

- مساعدة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على تحسين أدائها: من خلال فهم دور الابتكار في تطوير المنتجات والخدمات وتقليل التكلفة وتحسين الجودة.
- دعم صناع القرار: في تحديد الأولويات الاستثمارية، خصوصًا في مجالات التكنولوجيا والإبداع.
- تحقيق رؤية الإمارات 2031: التي تعتمد بشكل أساسي على الابتكار وريادة الأعمال.
- توفير توصيات عملية: تساعد المؤسسات على بناء ثقافة ابتكارية مستدامة.
- تعزيز التنافسية الوطنية: من خلال رفع قدرة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على مواجهة التغيرات العالمية.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى تحليل وقياس وفهم العلاقة بين الابتكار المؤسسي والتميز التنافسي عبر الأهداف التالية:

1. تحليل مستوى الابتكار المؤسسي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالإمارات.
2. قياس مستوى التميز التنافسي في هذه المؤسسات.
3. معرفة أثر الابتكار المؤسسي بأبعاده المختلفة على التميز التنافسي.
4. تحديد الأبعاد الأكثر تأثيرًا من الابتكار على الأداء التنافسي.
5. تقديم توصيات عملية تعتمد على نتائج البحث لتحسين القدرة الابتكارية للمؤسسات.
6. دعم صناع القرار في وضع خطط استراتيجية تعتمد على الابتكار.
7. ربط نتائج الدراسة بالسياسات الحكومية لتعزيز بيئة الابتكار.

تساؤلات الدراسة:

تسعى الدراسة للإجابة عن التساؤلات التالية:

1. ما مستوى الابتكار المؤسسي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في دولة الإمارات؟
2. ما مستوى التميز التنافسي لدى هذه المؤسسات؟
3. هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الابتكار المؤسسي والتميز التنافسي؟
4. ما الأبعاد الأكثر تأثيرًا من الابتكار المؤسسي على التميز التنافسي؟
5. كيف يمكن للمؤسسات تبني ممارسات ابتكارية تعزز قدراتها التنافسية؟

فروض الدراسة:

تستند الدراسة إلى الفروض التالية:

1. يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للابتكار المؤسسي على التميز التنافسي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الإمارات.
2. يختلف تأثير الابتكار المؤسسي تبعًا لأبعاده (الابتكار الإداري، التكنولوجي، العملياتي، المنتج).
3. كلما ارتفع مستوى الابتكار، ارتفع مستوى التميز التنافسي.
4. يعد الابتكار التكنولوجي أحد أكثر الأبعاد تأثيرًا في التميز التنافسي.

الدراسات السابقة:

المحور الأول: دراسات تناولت الابتكار المؤسسي

تتناول هذه الدراسات تعريف الابتكار المؤسسي بوصفه عملية ديناميكية تركز على تحسين الأداء التنظيمي من خلال تطوير أساليب الإدارة والمنتجات والعمليات. وقد أظهرت دراسات أن الابتكار يرتبط مباشرة بقدرة المؤسسة على مواجهة المنافسين، إذ يساعدها على تحقيق نتائج أفضل.

أبرز الموضوعات التي ناقشتها الدراسات في هذا المحور:

- دور الثقافة التنظيمية في تعزيز الابتكار.
- تأثير القيادة على سلوك الإبداع.
- الابتكار كأداة استراتيجية لتحقيق النمو.
- الابتكار والقدرة على التكيف مع التغيرات.

المحور الثاني: الدراسات المتعلقة بالتميز التنافسي

تناولت الأبحاث هذا المحور عبر مناقشة عناصر التميز التنافسي بناءً على نموذج بورتر، الذي يشير إلى أن المؤسسة تستطيع تحقيق تميز من خلال:

1. خفض التكلفة
2. التميز في الجودة
3. الاستجابة السريعة
4. الابتكار والتطوير المستمر
5. تميّز الخدمة المقدمة للعميل

كشفت الدراسات أن المؤسسات التي تركز على التطوير المستمر تحافظ على موقع تنافسي جيد مقارنة بنظيراتها التقليدية.

المحور الثالث: الدراسات التي بحثت العلاقة بين الابتكار والتميز التنافسي

تتفق معظم الدراسات على أن الابتكار يلعب دورًا حاسمًا في تعزيز التميز التنافسي، سواء عبر تطوير منتجات جديدة، تحسين جودة الخدمات، أو خفض التكاليف التشغيلية. كما تؤكد الدراسات أن الابتكار يساعد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على مواجهة المنافسة العالمية وزيادة قدرتها على التكيف.

التحليل النقدي للدراسات السابقة

- ركزت العديد من الدراسات على المؤسسات الكبيرة، بينما المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لم تحظَ بالتركيز الكافي.
- أغلب الدراسات كانت عالمية، ما يحتم دراسة بيئة الإمارات خصيصًا.
- هناك قلة في الدراسات المتعلقة بأثر الابتكار التقني في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- توجد حاجة لدراسة تستكشف العلاقة بطريقة كمية ضمن السياق الخليجي.

الفجوة البحثية

توضح المراجعة أن:

- العلاقة بين الابتكار المؤسسي والتميز التنافسي لم تُدرس بعمق في بيئة الإمارات.
- الدراسات العربية بحاجة إلى إطار تجريبي أكثر وضوحًا.
- توجد فجوة في دراسة تأثير كل بُعد من أبعاد الابتكار على التميز التنافسي.

المنطلقات النظرية للدراسة:

يتضمن الإطار النظري:

أولاً: مفهوم الابتكار المؤسسي

- تعريفه
- خصائصه
- أنواعه
- مستويات الابتكار
- دور الثقافة الابتكارية
- دور القيادة
- العوامل المؤثرة في الابتكار
- الابتكار في السياق الإماراتي

ثانياً: أبعاد الابتكار المؤسسي

1. الابتكار الإداري

- تطوير الهياكل
- تحسين أساليب اتخاذ القرار
- القيادة التحويلية
- تشجيع بيئة العمل الإبداعية

2. الابتكار التكنولوجي

- التحول الرقمي
- الذكاء الاصطناعي
- استخدام الأنظمة الذكية
- أتمتة العمليات

3. ابتكار العمليات

- إعادة هندسة العمليات
- التخطيط الشامل
- تحسين الإنتاجية
- تقليل الأخطاء

4. ابتكار المنتجات والخدمات

- تطوير خدمات مبتكرة
- إدخال منتجات جديدة
- تحسين القيمة المقدمة للعميل

ثالثاً: مفهوم التميز التنافسي

- النماذج النظرية
- عناصر التميز
- العوامل المؤثرة
- التميز في السياق الإماراتي
- العلاقة بين الابتكار والميزة التنافسية

المنهجية وطرق البحث:

منهج البحث

تعتمد الدراسة على المنهج الكمي باستخدام الاستبانة كأداة رئيسية.

مجتمع وعينة الدراسة

- المجتمع: المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الإمارات.
- العينة: موظفون ومديرون في هذه المؤسسات (150-300 مشارك كحد مناسب).

أساليب التحليل الإحصائي

- التكرارات والمتوسطات الحسابية.
- اختبار الثبات والصدق (كرونباخ ألفا).
- معامل الارتباط.
- تحليل الانحدار المتعدد.
- اختبار الفرضيات باستخدام SPSS أو SmartPLS.

أدوات الدراسة :

الأداة الأساسية هي الاستبانة المكونة من:

أولاً: محور الابتكار المؤسسي

يشمل أربعة أبعاد:

1. الابتكار الإداري
2. الابتكار التكنولوجي
3. الابتكار في العمليات
4. الابتكار في المنتجات والخدمات

ثانياً: محور التميز التنافسي

ويشمل:

1. جودة المنتجات
2. انخفاض التكاليف
3. الاستجابة للسوق
4. تميز الخدمة

ويتم استخدام مقياس ليكرت الخماسي.

حدود الدراسة :

1. حدود مكانية: المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الإمارات.
2. حدود زمنية: 2025 - 2026.
3. حدود بشرية: العاملون والمديرون.
4. حدود موضوعية: يقتصر البحث على العلاقة بين الابتكار المؤسسي والتميز التنافسي دون غيرها من المتغيرات.

1. Porter, M. (1990). Competitive Advantage
2. Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. Journal of Management
3. Damanpour, F. (1991). Organizational innovation: A meta-analysis. Academy of Management Journal
4. UAE Ministry of Economy. Reports on SMEs Development
5. (2024–2020) Recent peer-reviewed journals on innovation and competitive advantage