



جامعة ميدأوشن  
كلية الإدارة  
قسم / إدارة المشاريع

## عنوان المشروع

دور الابتكار في تنمية الميزة التنافسية لمكتبة الملك فهد بجدة

# **The Role of Innovation in Developing the Competitive Advantage of King Fahd Library in Jeddah**

أسم الطالب

ناظم محمد الخليفي

الرقم الجامعي

٢٠٢١٢٠٥٤٨١

مشروع تخرج- ٢

كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف

د. منى مصطفى العشري

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

2024 - الفصل الدراسي الثالث

## الإهداء

### عائلتي الحبيبة

أهديكم هذا الجهد المتواضع كتعبير عن عظيم امتناني وتقديري لكم. لولا الله ثم دعمكم لما كنت لأصل إلى هذه المرحلة، أسأل الله العليّ القدير أن يحفظكم ويطيل في أعماركم، وأن يجزيكم عني خير الجزاء

### أساتذتي الأجلاء

أهديكم هذا العمل المتواضع كتقدير لجهودكم المخلصة في إثراء معارفي وإرشادي نحو التميز لقد شكلتم مساري الأكاديمي وأنرتم لي طريق النجاح أشكركم من أعماق قلبي على توجيهاتكم القيمة وصبركم الدائم معي

### أصدقائي الأعزاء

أهديكم هذا الجهد البسيط كتعبير عن مدى تقديري لمكانتكم الغالية في قلبي، أنتم شركاء النجاح والفرح معي أسأل الله أن يديم المحبة والمودة بيننا

## الشكر والتقدير

شكر وامتنان لعائلي العزيزة، على دعمهم المتواصل وحبهم الدافئ طوال مسيرتي

امتنان عميق لجامعتي الرائعة، لما قدمته لي من فرص للنمو والتعلم

وشكر صادق لأصدقائي الأوفياء، على ظلهم القريب وابتساماتهم الصادقة

## جدول المحتويات

|    |                                                       |
|----|-------------------------------------------------------|
| ٥  | جدول الأشكال .....                                    |
| ٦  | قائمة الجداول .....                                   |
| ٤  | الفصل الأول: الإطار العام للدراسة .....               |
| ٥  | ١,١ المقدمة: .....                                    |
| ٧  | ١,٢ مشكلة الدراسة .....                               |
| ٧  | ١,٢,١ فجوات على المستوى النظري .....                  |
| ٧  | ١,٢,٢ فجوات على المستوى التطبيقي .....                |
| ٨  | ١,٣ أهمية الدراسة .....                               |
| ٨  | ١,٣,١ على المستوى النظري: .....                       |
| ٨  | ١,٣,٢ على المستوى التطبيقي: .....                     |
| ٩  | ١,٤ أسئلة الدراسة .....                               |
| ٩  | ١,٥ أهداف الدراسة .....                               |
| ١٠ | ١,٦ فرضيات الدراسة .....                              |
| ١٠ | ١,٧ نموذج الدراسة .....                               |
| ١١ | ١,٨ منهجية الدراسة .....                              |
| ١٢ | ١,٩ الدراسة الميدانية .....                           |
| ١٢ | ١,١٠ مخطط المشروع المقترح .....                       |
| ١٤ | ٢. الفصل الثاني: الدراسات السابقة .....               |
| ١٥ | ٢,١ المقدمة: .....                                    |
| ١٦ | ٢,٢ المتغير المستقل .....                             |
| ٢٠ | ٢,٣ المتغير التابع .....                              |
| ٢٤ | ٢,٤ العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع ..... |
| ٢٨ | ٢,٥ الخاتمة .....                                     |
| ٣١ | ٣ الفصل الثالث: منهجية الدراسة .....                  |
| ٣٢ | ٣,١ المقدمة .....                                     |

|    |                                                |
|----|------------------------------------------------|
| ٣٢ | ٣.٢ التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث         |
| ٣٣ | ٣.٣ تصميم البحث                                |
| ٣٤ | ٣.٤ مجتمع البحث وأخذ العينات                   |
| ٣٥ | ٣.٥ طريقة جمع البيانات                         |
| ٣٧ | ٣.٦ أنواع البيانات                             |
| ٣٧ | ٣.٧ طرق وأساليب تحليل البيانات                 |
| ٣٨ | ٣.٨ الخاتمة                                    |
| ٣٨ | ٤ الفصل الرابع/التحليل الإحصائي                |
| ٣٩ | ٤.١ المقدمة                                    |
| ٣٩ | ٤.٢ خصائص عينة الدراسة                         |
| ٤٦ | ٤.٣ قياس صدق وثبات الدراسة                     |
| ٤٦ | ٤.٤ صدق المقاييس المستخدمة في الدراسة          |
| ٥١ | ٤.٥ ثبات اداة الدراسة                          |
| ٥٣ | ٤.٦ التحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة            |
| ٥٥ | ٤.٧ معاملات الارتباط الخطي بين متغيرات الدراسة |
| ٥٥ | ٤.٨ فرضيات الدراسة                             |
| 30 | قائمة المراجع                                  |

جدول الأشكال:

| رقم الشكل | عنوان الشكل                                            | رقم الصفحة |
|-----------|--------------------------------------------------------|------------|
| ١         | النموذج المقترح من<br>المشروع المصدر<br>(الطالب: ٢٠٢٤) | ١٢         |
| ٢         | الشكل رقم ٣                                            | ١٩         |
| ٣         | الشكل رقم ٤                                            | ٢٣         |
| ٤         | تصميم البحث<br>(الطالب، ٢٠٢٤)                          | ٣٣         |

قائمة الجداول:

| رقم الصفحة | عنوان الجدول                      | رقم الجدول |
|------------|-----------------------------------|------------|
| ٣٤         | مجتمع الدراسة<br>(الطالب، ٢٠٢٤)   | ١          |
| ٣٤         | عينة الدراسة<br>(الطالب، ٢٠٢٤)    | ٢          |
| ٣٥         | المتغير المستقل<br>(الطالب، ٢٠٢٤) | ٣          |
| ٣٦         | المتغير التابع<br>(الطالب، ٢٠٢٤)  | ٤          |

## ١. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

يتميز العصر الراهن بتزايد سرعة إيقاع الابتكارات وظهور منتجات جديدة مع قصر شديد في دورة الحياة؛ فالمستهلك لم يعد يقف عند حاجة معينة، ولا يرضى إشباعها عند أول سلعة يراها في ظل التغيرات التي تشهدها البيئة الاقتصادية من تزايد كبير في المنافسة، وتطور هائل في التكنولوجيا والعمليات الابتكارية؛ حيث أصبح من الضروري على المؤسسات إنجاح استمرارية نشاطها بإنتاج سلع جديدة أو محسنة لإرضاء الزبائن وتلبية رغباتهم ومواجهة المنافسة المتزايدة، عن طريق تبني أساليب جديدة تتلاءم مع طبيعة المرحلة؛ حيث يكون التجديد والابتكار المحور الأساسي لهذه الأساليب. (بوبعه، ٢٠١٢)

كما أن الاعتماد على استراتيجية الابتكار هو اليوم من أفضل الحلول لضمان استمرار التنافسية، إذ يسمح بطرح منتجات جديدة باستمرار تواكب التطور التكنولوجي وتتكيف مع التغير المتسارع لرغبات وأذواق المستهلكين، وقد جاءت هذه الدراسة لبيان دور الابتكار في تحقيق ميزة تنافسية للمؤسسات. (فغور، ٢٠٢١)

وتؤكد الخبرة التاريخية أن أي مؤسسة مهما كانت إمكانياتها وقدراتها لا تستطيع المحافظة على موقعها التنافسي في السوق إذا اعتمدت الأساليب والاستراتيجيات التقليدية في عصر الثورة التكنولوجية والعولمة الاقتصادية؛ إذ لا بد للمؤسسات- لكي تبقى- في ساحة التنافس أن تعتمد الابتكار الذي يعتبر أحد أهم الركائز لبناء وتعزيز القدرة التنافسية لهذه المؤسسات، حيث يمكّن المؤسسات من تقديم تيارات مستمرة ومتدفقة من المنتجات الجديدة وإنتاج منتجات عالية الجودة بتكاليف منخفضة، وتسليمها في الآجال المحددة وذلك بتطوير وسائل وآليات ونظم للإنتاج تتسم بالسرعة والمرونة ووفرة الإنتاج وارتفاع الجودة، مما يتيح لإدارة المؤسسات فرصاً وإمكانيات غير مسبوقة في تنويع الإنتاج وتطوير خطوط المنتجات وإدخال التنويعات اللانهائية في مواصفات المنتج التي تتقدم للسوق في أوقات قياسية وبالتالي يمكن القول بأن الابتكار يمنح للمؤسسات ميزة تنافسية طويلة المدى، خاصة في ظل محيط شديد التغير. (بوبعه، ٢٠١٢)

ولقد توصلت الدراسات السابقة إلى أن الابتكار لا يتطلب تكنولوجيا جديدة فقط، إنما يتطلب أفكار جديدة غير مألوفة، كما أنه حسب كثافة الابتكار بإمكان المؤسسة تحقيق ميزة تنافسية سواء كانت مستدامة أو مؤقتة. (روميسه، ٢٠٢٢)

وتهدف المؤسسات اليوم إلى تحقيق البقاء ومن ثم النمو ففي ظل البيئة التنافسية الشديدة، حيث تعمل المؤسسة على تحقيق التفوق التنافسي وكسب عملاء جدد، وهذا ما يجعل جميع المؤسسات تعمل على القيام بشيء

مختلف عن الآخرين أو القيام بالشئ نفسه, لكن بطريقة مختلفة وهذا ما يسمى بالابتكار. (بوريش وآخرين، ٢٠١٧)

لذا فإن نجاح أي مؤسسة بصفة عامة مرهون بإيجاد تلك الوسائل، ولعل الإبداع والابتكار يعتبران من أهم الاستراتيجيات التي تسعى المؤسسات لضمان استقرارها ونموها ومحاولة التصدي لقوى المنافسة، ومما لا شك فيه أن القدرة على المنافسة وكسب مكانة سوقية ممتازة يستدعي امتلاك ميزة تنافسية من طرف المؤسسة وفي ظل هذا النسق يمكن القول بأن الميزة التنافسية قد تحققها المؤسسة من عدة مسببات بما فيها الإبداع والابتكار. (كموص، ٢٠٢١)

وقد شرعت الحكومات والمؤسسات الرائدة في إنشاء البرامج التي تعتمد على الإبداع ، لازدياد الطلب على مفهوم الإبداع كمهارة أو صفة مرغوبة كما يعتقد الكثير من الباحثين ان الخطوة الاولى في تطوير السياسات والبرامج الإبداعية والابتكارية يعتمد على تصور مفهوم الإبداع والابتكار لدى المهتمين . (سمرقندي، ٢٠١٧)

إذا من خلال الدراسة نجد أن الميزة أو الأفضلية التنافسية ترجع إلى الحكم أو النظرة الصادرة من الزبون و رأيه بالنسبة للمؤسسة أو لمنتج بتفرد و تفوقه بخاصية أو عدة خصائص ذات قيمة ومنافع تكون أفضل مقارنة بمنافسيها، وهذه الخصائص والمزايا تنبع من امتلاك المؤسسة لموارد وقدرات مميزة توظفها بكفاءة وتحولها إلى مزايا تنافسية، وتجدر الإشارة إلى أن هناك تكامل ما بين الموارد المتوفرة من جهة والكفاءة اللازمة من جهة أخرى، حيث لا يمكن إنشاء وتحقيق ميزة تنافسية بالاعتماد على الموارد لوحدها دون وجود كفاءة لاستخدامها وتوظيفها في المجال الأفضل وفي الوقت المناسب، كما أنه لا يمكن الاعتماد على الكفاءة وحدها في ظل الافتقار إلى الموارد اللازمة. (مدوكي وآخرين، ٢٠١٧)

ولقد تناولت العديد من الدراسات موضوع الابتكار وحاولت تفسير أثره على تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات وعلى الرغم من ذلك نجد أن هذا الموضوع لم يتم دراسته بشكل كافٍ ووافٍ بحيث يزول عنه كل اللغظ واللبس، لذا كان هذا الدافع من وراء إجراء هذه الدراسة لتحليل كل أبعاد الابتكار وتحديد أدواره في تحقيق الميزة التنافسية للشركات والمؤسسات.

## ١,٢. مشكلة الدراسة

في ظل التطور الكبير في التكنولوجيا والعمليات الابتكارية ودور التسويق في العمل على تلبية حاجات ورغبات المستهلك وتزايد حدة المنافسة، أصبحت كل المؤسسات مطالبة بأن تنظر إلى الأمام وتنمي استراتيجيات طويلة الأجل لمقابلة الظروف المتغيرة والمتجددة، وان لا يكون ذلك إلا من خلال تبني استراتيجية الابتكار التسويقي تمكنها من تحقيق ميزة تنافسية، وتنقسم أهمية الدراسة إلى أهمية نظرية وتطبيقية:

### ١,٢,١. فجوات على المستوى النظري

- نقص الدراسات والبحوث التي تناولت موضوع الابتكار والإبداع وأثرها على تنمية الميزة التنافسية.
- عدم وعي بعض المؤسسات بأهمية دراسة وتقييم دور الإبداع والابتكار لتحقيق الميزة التنافسية.
- عدم الفهم الكافي لأساليب تنمية الميزة التنافسية لدى المنظمات مثل المكتبات.

### ١,٢,٢. فجوات على المستوى التطبيقي

- تزايد حدة المنافسة لذا يجب على المؤسسة تنمية الاستراتيجيات لمقابلة الظروف المتغيرة .
- ضعف مساهمة المؤسسات في تحقيق مستقبل مستدام وتوليد ونقل المعرفة الجديدة التي من شأنها أن تعكس وتعزز الابتكار في المجتمع.
- التكاليف المادية العالية التي تتحملها المؤسسات من أجل تفعيل قيمة الابتكار والإبداع لدى موظفيها.

الإشكالية: ما دور الابتكار في تنمية الميزة التنافسية لمكتبة الملك فهد بجدة؟

### ١,٣. أهمية الدراسة

تبرز أهمية هذا الموضوع في كونه موضوع حديث لم تتحدد معالمه بصورة نهائية بعد، حيث اعتبرتته جل المؤسسات بأنه الوسيلة الناجعة للتوسع والنمو والحفاظ على مكانتها في ظل تزايد حدة المنافسة في السوق، كما تبرز أهمية أخرى تتمثل في تطبيق أحد النماذج التي من شأنها تحفيز المسؤولين داخل المؤسسة في تبني الإبداع من أجل تحقيق عوائد مهمة للمؤسسة، وهذا ما تصبوا إليه أي مؤسسة، وتنقسم أهمية الدراسة إلى أهمية نظرية وتطبيقية:

#### ١,٣,١. على المستوى النظري:

- تعزيز أهمية الإبداع والابتكار ودوره في تفعيل وتطوير تنافسية المؤسسات.
- الأهمية البالغة التي يلعبها الإبداع والابتكار والارتقاء باقتصاديات الدول في جميع المجالات وعلى جميع الأصعدة.
- تسليط الضوء على الأساليب الفعالة لتنمية الميزة التنافسية.

#### ١,٣,٢. على المستوى التطبيقي:

- توعية مكتبة الملك فهد بجده بالدور الذي يلعبه كل من الإبداع والابتكار في تحقيق النمو والبقاء في السوق ومواجهة التحولات التي تحدث فيه.
- إبراز العلاقة الوطيدة بين كل من الإبداع والابتكار والميزة التنافسية.
- توظيف مفهوم الابتكار الفعال بشكل تطبيقي لبيان أثره على الميزة التنافسية.

#### ١,٤. أسئلة الدراسة

- ما هي التحديات التشغيلية التي تواجه المنظمات في إدارة عملية الابتكار؟
- ما هي الآليات التي تستخدمها المنظمات الناجحة لتعزيز ثقافة الابتكار والإبداع داخل المنظمة؟
- كيف يمكن للمنظمات استخدام التكنولوجيا الجديدة والتطورات التقنية لتعزيز قدراتها الابتكارية؟
- ما هي أهم الموارد والقدرات التنظيمية التي تساعد المنظمات على تطوير ابتكارات جديدة ومستدامة؟

#### ١,٥. أهداف الدراسة

**الهدف العام:** معرفة دور الابتكار في تنمية الميزة التنافسية.

#### **الأهداف الفرعية:**

- تحديد أثر التحديات التشغيلية التي تواجه المنظمات في إدارة عملية الابتكار لمكتبة الملك فهد بجدة.
- تقييم مدى فاعلية الآليات التي تستخدمها المنظمات الناجحة لتعزيز ثقافة الابتكار والإبداع داخل المنظمة لمكتبة الملك فهد بجدة.
- تحديد أثر استخدام المنظمات للتكنولوجيا الجديدة والتطورات التقنية لتعزيز قدراتها الابتكارية لمكتبة الملك فهد بجدة.
- تحليل مدى فاعلية الموارد والقدرات التنظيمية التي تساعد المنظمات على تطوير ابتكارات جديدة ومستدامة لمكتبة الملك فهد بجدة.

## ١,٦. فرضيات الدراسة

**H1 :** توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين الابتكار وتنمية الميزة التنافسية.

**Ha :** توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين التحديات التشغيلية التي تواجه المنظمات على إدارة عملية الابتكار.

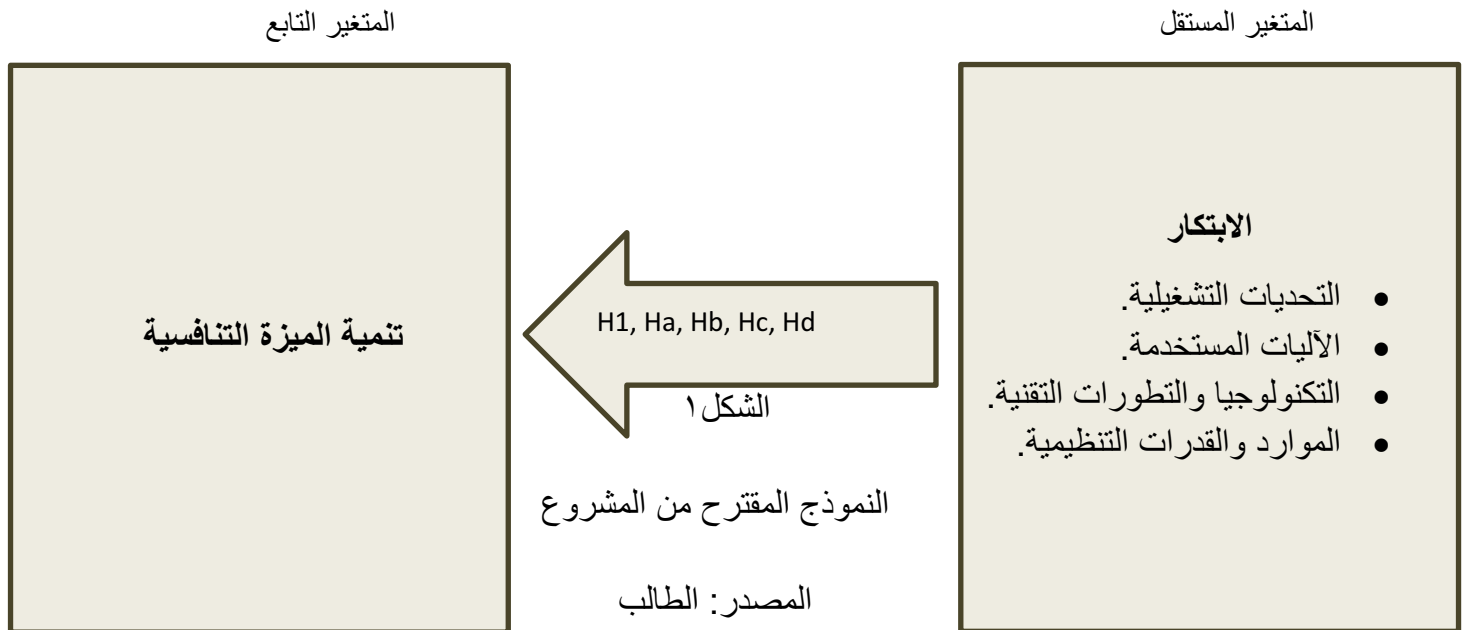
**Hb :** توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين الآليات التي تستخدمها المنظمات الناجحة على ثقافة الابتكار والإبداع.

**Hc :** توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين استخدام المنظمات للتكنولوجيا الجديدة والتطورات التقنية لتعزيز قدراتها الابتكارية.

**Hd :** توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين فاعلية الموارد والقدرات التنظيمية على تطوير ابتكارات جديدة ومستدامة.

## ١,٧. نموذج الدراسة

يوضح الشكل التالي العلاقة بين متغيرات الدراسة وفرضيات الدراسة كما يلي:



## ١,٨. الدراسة الميدانية

إن دراسة موضوع دور الابتكار في تنمية الميزة التنافسية تُعد من المواضيع المهمة والحيوية في الوقت الحاضر، فالابتكار هو المحرك الرئيسي للتقدم والنمو في مختلف القطاعات، وله دور حاسم في تعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات والمنظمات، لذا سيقوم الطالب بإجراء دراسة ميدانية متعمقة للتعرف على دور الابتكار في تنمية الميزة التنافسية، وذلك من خلال التطبيق على مكتبة الملك فهد في مدينة جدة.

## ١,٩. مخطط المشروع المقترح

- الفصل الأول: المقدمة
- الفصل الثاني: الإطار النظري
- الفصل الثالث: منهجية البحث
- الفصل الرابع: التحليل الإحصائي
- الفصل الخامس: مناقشة النتائج والخاتمة

## ٢. الفصل الثاني: الدراسات السابقة

## ٢،١. المقدمة:

في ظل التحولات السريعة التي يشهدها العصر الرقمي، يتجلى الابتكار كعامل أساسي في تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسات الثقافية والتعليمية. المكتبات، كونها منارات للعلم والثقافة، ليست بمعزل عن هذه التغيرات، بل تواجهها بشكل مباشر.

يعد الابتكار ضرورةً استراتيجيةً لتلبية تطلعات المجتمع المتنامية وتوفير خدمات تتماشى مع العصر الحديث. في هذا السياق، تبرز مكتبة الملك فهد بجدة كمثال بارز على كيفية تطبيق الابتكار لتحقيق التميز والريادة في مجال المكتبات.

تأسست مكتبة الملك فهد بجدة كجزء من الجهود الوطنية لتعزيز الثقافة والمعرفة في المملكة العربية السعودية. كانت المكتبة دائمًا في طليعة المبادرات الثقافية التي تهدف إلى تحسين تجربة المستخدمين وتعزيز الوصول إلى المعلومات والموارد.

ومع ذلك، فإن تحقيق هذا الهدف يتطلب اعتماد استراتيجيات ابتكارية تتماشى مع التغيرات السريعة في التكنولوجيا واحتياجات المستخدمين المتطورة. الابتكار في مكتبة الملك فهد لا يقتصر فقط على تقديم خدمات جديدة، بل يمتد إلى تحسين الأنظمة الإدارية، وتعزيز تجربة المستخدم، وتطوير الموارد الرقمية.

تشير الدراسات إلى أن الابتكار يلعب دورًا حيويًا في تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسات الثقافية والتجارية على حد سواء. دور الابتكار في دعم الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية، مؤكدًا أن الابتكار يعزز من قدرة المؤسسة على التكيف مع التغيرات السوقية ويوفر لها مزايا تنافسية فريدة بوبعة (٢٠١٢)

أعادوا التأكيد على أن الابتكار يساهم في تنمية الميزة التنافسية من خلال تحسين الجودة وزيادة الكفاءة، وهو ما ينطبق أيضًا على المؤسسات الثقافية مثل المكتبات. بوريش وآخرون (٢٠١٧)

فيما يتعلق بمكتبة الملك فهد، إلى أن الإبداع والابتكار يساهمان في تعزيز الميزة التنافسية عبر تحسين جودة الخدمات المقدمة وتقديم حلول تكنولوجية جديدة. يتطلب هذا النوع من الابتكار استثمارًا في التكنولوجيا وتحديثًا مستمرًا في البنية التحتية للمكتبة لتلبية احتياجات الأجيال الجديدة من المستخدمين. دراسة روميسه (٢٠٢٢)

يبرز أهمية تصور الإبداع والابتكار في عصر التنمية المستدامة، وهو ما يعني أن المكتبات يجب أن تكون قادرة على التكيف مع متطلبات الاستدامة الاجتماعية والبيئية. في هذا الإطار، تلعب مكتبة الملك فهد دوراً رئيسياً من خلال تطوير استراتيجيات مستدامة تهدف إلى تحسين الوصول إلى المعلومات وتعزيز التعليم والثقافة. سمرقندي (٢٠١٧)

يؤكد على دور الابتكار التسويقي في تحقيق الميزة التنافسية، وهو ما يمكن تطبيقه على المكتبات من خلال تطوير استراتيجيات تسويقية جديدة لزيادة الوعي بالخدمات وتوسيع قاعدة المستخدمين. هذا يتطلب من مكتبة الملك فهد أن تعتمد على تقنيات التسويق الرقمي وتقديم خدمات مخصصة لجذب مختلف الفئات الاجتماعية. فنغور (٢٠٢١)

تؤكد الدراسات الأخرى على أن الابتكار لا يقتصر فقط على تقديم خدمات جديدة، بل يشمل أيضاً تحسين العمليات الداخلية وزيادة الكفاءة التشغيلية. دور الإبداع والابتكار في تحقيق الميزة التنافسية من خلال تحسين العمليات وإدخال تقنيات جديدة. هذا يشير إلى أهمية تحديث الأنظمة الإدارية والتكنولوجية في مكتبة الملك فهد لتحقيق الكفاءة وتقديم خدمات عالية الجودة. كحموص (٢٠٢١)

يشيرون إلى أهمية الإبداع التكنولوجي كمصدر للميزة التنافسية في المؤسسات الصناعية، وهو ما ينطبق أيضاً على المكتبات من خلال الاستثمار في التكنولوجيا الحديثة وتطوير أنظمة إدارة المعلومات الرقمية. مدوكي وآخرون (٢٠١٧)

يعد الابتكار عنصراً حاسماً في تعزيز الميزة التنافسية لمكتبة الملك فهد بجدّة. من خلال تطبيق استراتيجيات ابتكارية متكاملة تشمل تحسين الخدمات، الاستثمار في التكنولوجيا، وتعزيز تجربة المستخدم، يمكن للمكتبة تحقيق التميز والتفوق في مجال المكتبات. تساهم الدراسات والأبحاث في تسليط الضوء على كيفية تطبيق الابتكار بشكل فعال لتحسين الأداء التنافسي وضمان تحقيق أهداف المكتبة في ظل التحديات الحالية والمستقبلية.

## ٢,٢. المتغير المستقل ( دور الابتكار في تعزيز الميزة التنافسية)

الابتكار يعد أحد العناصر الأساسية التي تؤثر بشكل مباشر على الأداء والميزة التنافسية للمؤسسات. في إطار هذا البحث، يُعتبر الابتكار المتغير المستقل الذي يتم فحص تأثيره على تعزيز الميزة التنافسية لمكتبة الملك فهد بجدة. لفهم هذا التأثير بشكل شامل، من الضروري استكشاف مختلف جوانب الابتكار وكيفية تأثيره على تعزيز القدرة التنافسية للمكتبة.

### مفهوم الابتكار وأهميته

الابتكار يُعرف على أنه عملية تقديم أفكار جديدة أو تحسين الأفكار الحالية بطرق تساهم في تحسين الأداء أو خلق قيمة مضافة. يعتبر الابتكار عاملاً أساسياً في تحقيق الميزة التنافسية حيث يُمكن المؤسسات من تقديم خدمات ومنتجات تفوق تلك المقدمة من قبل المنافسين. في سياق المكتبات، الابتكار قد يشمل إدخال تقنيات جديدة، تحسين عمليات العمل، تطوير خدمات جديدة، وتقديم حلول مبتكرة لتلبية احتياجات المستخدمين بشكل أفضل.

### أبعاد الابتكار في المكتبات

#### ١. الابتكار التكنولوجي:

يشمل هذا البُعد إدخال واستخدام التكنولوجيا الحديثة لتحسين الخدمات المكتبية. يمكن أن يتضمن ذلك تطوير الأنظمة الإلكترونية لإدارة المحتوى، استخدام أدوات البحث المتقدم، وتقديم خدمات مكتبية عبر الإنترنت. ، يُعد الابتكار التكنولوجي أداة حيوية لتحقيق الميزة التنافسية، حيث يُمكن المكتبات من تقديم خدمات أسرع وأكثر فعالية للمستخدمين. وفقاً لفنغور (٢٠٢١)

#### ٢. الابتكار في الخدمات:

يشمل تطوير خدمات جديدة أو تحسين الخدمات الحالية لتلبية احتياجات المستخدمين بشكل أفضل. يشير إلى أن الابتكار في الخدمات يمكن أن يعزز من قدرة المكتبات على جذب المستخدمين وزيادة رضاهم. في

مكتبة الملك فهد، قد يتضمن ذلك تحسين تجربة البحث، تقديم ورش عمل وندوات، وتنظيم فعاليات ثقافية تعزز من دور المكتبة كمركز معرفي متميز. سمرقندي (٢٠١٧)

### ٣. الابتكار في العمليات:

يركز هذا البُعد على تحسين العمليات الداخلية والإدارية للمكتبة. يشمل ذلك تحسين كفاءة الإدارة، تبسيط إجراءات العمل، وتطوير استراتيجيات جديدة لإدارة الموارد. ، فإن تحسين العمليات يمكن أن يساهم بشكل كبير في تعزيز القدرة التنافسية من خلال تحقيق كفاءة أعلى وتوفير تجربة مستخدم أفضل. كما أكد بوبعة (٢٠١٢)

### أهمية الابتكار في مكتبة الملك فهد

مكتبة الملك فهد بجدة، باعتبارها واحدة من المؤسسات الثقافية البارزة، تواجه تحديات متعددة تتطلب استراتيجيات ابتكارية فعالة. أن الابتكار يلعب دورًا حيويًا في تنمية الميزة التنافسية من خلال تحسين جودة الخدمات المقدمة وزيادة كفاءة العمليات. في هذا السياق، بوريش وآخرون (٢٠١٧)

الابتكار في مكتبة الملك فهد يمكن أن يُترجم إلى:

#### ١. تحسين تجربة المستخدم:

من خلال تقديم خدمات جديدة ومتطورة، يمكن للمكتبة تحسين تجربة المستخدم وجذب شريحة أوسع من المجتمع. على سبيل المثال، يمكن تبني أنظمة بحث متقدمة، أدوات تحليل البيانات لتفهم اهتمامات المستخدمين، وتقديم خدمات مخصصة تتناسب مع احتياجاتهم.

#### ٢. تعزيز الوصول إلى المعلومات:

من خلال الابتكار التكنولوجي، يمكن تحسين أنظمة إدارة المحتوى وتسهيل الوصول إلى الموارد الرقمية. هذا يتماشى مع حول أهمية الابتكار في تحسين الوصول إلى المعلومات وزيادة فعالية المكتبات في تقديم الخدمات. توجهات فنغور (٢٠٢١)

### ٣. تطوير العمليات الإدارية:

يمكن للمكتبة تحسين كفاءة الإدارة والعمليات الداخلية من خلال تبني تقنيات جديدة وإعادة تصميم العمليات. كما يشير ، فإن الابتكار في العمليات يمكن أن يعزز من قدرة المكتبة على إدارة الموارد بشكل أفضل وتحسين الأداء العام. كحموص (٢٠٢١)

### تحديات الابتكار في المكتبات

على الرغم من الفوائد الكبيرة للابتكار، فإن تطبيقه في المكتبات قد يواجه تحديات مثل مقاومة التغيير، محدودية الموارد المالية، والحاجة إلى تدريب الموظفين. تُعد إدارة هذه التحديات جزءًا أساسيًا من عملية الابتكار لضمان تحقيق الأهداف الاستراتيجية وتعزيز الميزة التنافسية.

يُعد الابتكار المتغير المستقل الأساسي في تعزيز الميزة التنافسية لمكتبة الملك فهد بجدّة. من خلال التركيز على الأبعاد المختلفة للابتكار، بما في ذلك التكنولوجيا والخدمات والعمليات، يمكن للمكتبة تحسين تجربتها العامة وتعزيز قدرتها التنافسية. الابتكار لا يقتصر فقط على تقديم خدمات جديدة، بل يشمل أيضًا تحسين العمليات والإدارة لتلبية احتياجات المستخدمين بشكل أفضل وتحقيق التميز في مجال المكتبات.



### ٢,٣. المتغير التابع (الميزة التنافسية لمكتبة الملك فهد بجدة)

الميزة التنافسية هي القدرة التي تمتلكها مؤسسة ما لتقديم قيمة مضافة تتفوق بها على منافسيها، مما يمنحها تفوقاً في السوق ويعزز من مكانتها. في حالة مكتبة الملك فهد بجدة، تُعتبر الميزة التنافسية المتغير التابع الذي يتم قياس تأثير المتغير المستقل، وهو الابتكار، عليه. لتحقيق ذلك، من الضروري استكشاف كيفية تأثير الابتكار على جوانب مختلفة من الميزة التنافسية للمكتبة.

#### مفهوم الميزة التنافسية في سياق المكتبات

الميزة التنافسية في المكتبات تتجلى في قدرتها على تقديم خدمات ومزايا تتفوق على تلك المقدمة من قبل مكتبات أخرى. تشمل هذه المزايا جودة الخدمات، تنوع الموارد، تجربة المستخدم، وكفاءة العمليات. المكتبات التي تتمتع بميزة تنافسية قوية تكون قادرة على جذب عدد أكبر من المستخدمين وتلبية احتياجاتهم بشكل أكثر فعالية.

#### أبعاد الميزة التنافسية في المكتبات

##### ١. جودة الخدمات:

جودة الخدمات هي أحد الجوانب الرئيسية للميزة التنافسية. في المكتبات، يمكن أن تشمل جودة الخدمات تحسين تجربة البحث، توفير موارد معلوماتية دقيقة وموثوقة، وتقديم دعم فعال للمستخدمين. الابتكار يلعب دوراً أساسياً في تحسين جودة الخدمات من خلال إدخال تقنيات جديدة وتطوير أساليب تقديم الخدمات. وفقاً ،

فإن الابتكار في تقديم الخدمات يمكن أن يعزز من رضا المستخدمين ويزيد من ولائهم للمكتبة. لسمرقندي (٢٠١٧)

## ٢. تنوع الموارد:

توفر مكتبة الملك فهد مجموعة متنوعة من الموارد، بما في ذلك الكتب والمجلات وقواعد البيانات الإلكترونية. الابتكار يمكن أن يُساهم في توسيع وتحديث هذه الموارد بشكل مستمر، مما يعزز من قدرة المكتبة على تلبية احتياجات المستخدمين المختلفة. يشير إلى أن الابتكار في تقديم الموارد يمكن أن يُساهم في تحقيق ميزة تنافسية من خلال تقديم محتوى مميز وفريد. فنغور (٢٠٢١)

## ٣. تجربة المستخدم:

تجربة المستخدم تعتبر من العوامل الأساسية التي تؤثر على الميزة التنافسية. تحسين تجربة المستخدم يشمل تسهيل الوصول إلى المعلومات، تحسين واجهات البحث، وتقديم خدمات مخصصة. كما يبرز أهمية الابتكار في تحسين تجربة المستخدم، حيث يمكن لتكنولوجيا المعلومات والابتكار أن يعزز من تجربة المستخدم ويجعلها أكثر تفاعلية وملاءمة. بوريش وآخرون (٢٠١٧)

## ٤. كفاءة العمليات:

الكفاءة التشغيلية هي أحد عوامل تعزيز الميزة التنافسية. الابتكار في العمليات يمكن أن يشمل تحسين نظم إدارة المعلومات، تبسيط الإجراءات، وتقديم خدمات أسرع وأكثر فعالية. يشير إلى أن تحسين العمليات من خلال الابتكار يمكن أن يُساهم في رفع كفاءة العمل وتقليل التكاليف، مما يعزز من قدرة المكتبة على تقديم خدمات عالية الجودة بكفاءة أعلى. كحموص (٢٠٢١)

دور الابتكار في تحسين الميزة التنافسية لمكتبة الملك فهد:

ابتكار مكتبة الملك فهد يشمل عدة جوانب يمكن أن تؤثر بشكل إيجابي على الميزة التنافسية للمكتبة. يتمثل دور الابتكار في تحسين جودة الخدمات المقدمة، وتعزيز تجربة المستخدم، وتطوير الموارد المتاحة. من خلال اعتماد تقنيات جديدة، تحديث الأنظمة، وتقديم خدمات مبتكرة، يمكن للمكتبة أن تميز نفسها عن منافسيها وتحقق ميزة تنافسية قوية.

#### ١. تحسين جودة الخدمات:

من خلال الابتكار في تقديم الخدمات، يمكن لمكتبة الملك فهد تحسين جودة خدماتها بشكل كبير. إدخال أنظمة بحث متقدمة، تقديم أدوات تحليل البيانات، وتطوير واجهات تفاعلية يمكن أن يساهم في رفع مستوى الخدمة المقدمة وتلبية احتياجات المستخدمين بشكل أكثر فعالية.

#### ٢. تعزيز تجربة المستخدم:

تجربة المستخدم تتأثر بشكل كبير بالابتكار التكنولوجي والخدمات الجديدة. تحسين واجهات المستخدم وتقديم خدمات مخصصة يمكن أن يعزز من رضا المستخدمين ويجعل المكتبة خياراً مفضلاً لديهم. كما يشير ، فإن الابتكار في تجربة المستخدم يمكن أن يساهم في جذب مزيد من الأفراد وزيادة التفاعل مع المكتبة. العطاس (٢٠٢٠)

#### ٣. تطوير الموارد والأنظمة:

الابتكار في تحديث وتطوير الموارد والأنظمة يمكن أن يساهم في تعزيز قدرة المكتبة على تلبية احتياجات مختلف الفئات. الاستثمار في التقنيات الحديثة وتوسيع نطاق الموارد يمكن أن يحسن من قدرة المكتبة على توفير محتوى مميز وفريد، مما يساهم في تحقيق ميزة تنافسية.

## التحديات والفرص

على الرغم من الفوائد الكبيرة للابتكار في تعزيز الميزة التنافسية، تواجه المكتبة تحديات تتعلق بتطبيقه. قد تشمل هذه التحديات مقاومة التغيير، محدودية الموارد، وحاجة الموظفين إلى التدريب. ومع ذلك، توفر هذه التحديات فرصاً أيضاً للتطوير والنمو من خلال تحسين استراتيجيات الابتكار وتطوير المهارات.

الميزة التنافسية لمكتبة الملك فهد بجدة هي المتغير التابع الذي يعكس تأثير الابتكار على الأداء العام للمكتبة. من خلال تحسين جودة الخدمات، تعزيز تجربة المستخدم، وتطوير الموارد والأنظمة، يمكن للابتكار أن يسهم بشكل كبير في تعزيز قدرة المكتبة على تحقيق التميز والتفوق في مجال المكتبات. الابتكار يعد أداة استراتيجية حيوية لتحسين الأداء التنافسي وضمان تقديم خدمات متميزة تتماشى مع احتياجات المستخدمين وتطلعاتهم.

### استراتيجيات الحفاظ على الميزة التنافسية



الشكل ٤ فاستر ( ٢٠٢٤ )

## ٢,٤. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع

في إطار دراسة تأثير الابتكار على الميزة التنافسية لمكتبة الملك فهد بجدة، يُعتبر الابتكار هو المتغير المستقل، بينما تُعتبر الميزة التنافسية هي المتغير التابع. لفهم العلاقة بين هذين المتغيرين، من الضروري توضيح كيفية تأثير الابتكار على تعزيز الميزة التنافسية في سياق المكتبات.

### الابتكار كمتغير مستقل

الابتكار يشير إلى تقديم أفكار جديدة، تحسينات، أو تطبيقات تكنولوجية تؤدي إلى تحسين أداء المؤسسات وتقديم قيمة مضافة. في المكتبات، يمكن أن يشمل الابتكار:

١. الابتكار التكنولوجي: إدخال أنظمة جديدة لإدارة المعلومات، مثل قواعد البيانات الإلكترونية، أنظمة البحث المتقدم، والتطبيقات الرقمية التي تسهم في تحسين تجربة المستخدم (فنگور، ٢٠٢١).

٢. الابتكار في الخدمات: تطوير خدمات جديدة أو تحسين الخدمات الحالية مثل تقديم ورش عمل، تنظيم فعاليات ثقافية، وتقديم خدمات استشارية مخصصة (سمرقندي، ٢٠١٧).

٣. الابتكار في العمليات: تحسين كفاءة العمليات الداخلية والإدارية من خلال تبني تقنيات جديدة وإعادة تصميم العمليات لضمان تقديم خدمات أسرع وأكثر فعالية (كحموص، ٢٠٢١).

## الميزة التنافسية كمتغير تابع

الميزة التنافسية تعكس قدرة المكتبة على التفوق على منافسيها من خلال تقديم خدمات ومنتجات ذات قيمة أعلى. تشمل أبعاد الميزة التنافسية في المكتبات:

١. جودة الخدمات: تعكس قدرة المكتبة على توفير خدمات متميزة تلبي احتياجات وتوقعات المستخدمين. الابتكار يلعب دورًا أساسيًا في تحسين جودة الخدمات من خلال إدخال تقنيات جديدة وتطوير أساليب تقديم الخدمات (بوريش وآخرون، ٢٠١٧).

٢. تنوع الموارد: يشمل توفير مجموعة متنوعة وشاملة من الموارد والمعلومات التي تميز المكتبة عن غيرها. الابتكار يمكن أن يساهم في توسيع وتحديث هذه الموارد بشكل مستمر (مدوكي وآخرون، ٢٠١٧).

٣. تجربة المستخدم: تتعلق بكيفية تفاعل المستخدمين مع المكتبة وكيفية تحسين تجربتهم لتكون أكثر ملاءمة وسهولة. تحسين تجربة المستخدم يشمل تسهيل الوصول إلى المعلومات، تحسين واجهات البحث، وتقديم خدمات مخصصة (روميسه، ٢٠٢٢).

٤. كفاءة العمليات: تشير إلى مدى فعالية العمليات والإجراءات التي تُدير المكتبة وتضمن تقديم خدمات عالية الجودة. الابتكار في تحسين العمليات يمكن أن يُحسن من كفاءة الإدارة والعمليات الداخلية (بوبعة، ٢٠١٢).

## العلاقة بين الابتكار والميزة التنافسية

العلاقة بين الابتكار والميزة التنافسية تعتمد على كيفية تأثير الابتكار في تحسين أبعاد الميزة التنافسية المختلفة. يمكن تلخيص العلاقة كما يلي:

### ١. تحسين جودة الخدمات من خلال الابتكار:

الابتكار التكنولوجي والخدمات يمكن أن يُحسن من جودة الخدمات المقدمة للمستخدمين. إدخال أنظمة بحث متقدمة وتطوير واجهات تفاعلية يمكن أن يعزز من قدرة المكتبة على تقديم معلومات دقيقة وسريعة، مما يزيد من رضا المستخدمين (بوريش وآخرون، ٢٠١٧).

### ٢. زيادة تنوع الموارد:

الابتكار في تحديث وتوسيع الموارد المتاحة يعزز من قدرة المكتبة على تقديم محتوى مميز وفريد. الاستثمار في التكنولوجيا الحديثة يمكن أن يتيح للمكتبة الوصول إلى موارد جديدة وإضافة محتويات تساهم في تلبية احتياجات فئات متنوعة من المستخدمين، مما يعزز من مكانتها كمصدر رئيسي للمعلومات (مدوكي وآخرون، ٢٠١٧).

### ٣. تعزيز تجربة المستخدم:

تحسين تجربة المستخدم من خلال الابتكار يشمل تحسين واجهات البحث، تسهيل الوصول إلى المعلومات، وتقديم خدمات مخصصة. هذه التحسينات تجعل تجربة التفاعل مع المكتبة أكثر تفاعلية وملاءمة، مما يساهم في جذب المزيد من المستخدمين وزيادة ولائهم للمكتبة (روميسه، ٢٠٢٢).

### ٣. تحسين كفاءة العمليات:

الابتكار في تحسين العمليات الداخلية يمكن أن يُحسن من كفاءة الإدارة ويقلل من التكاليف التشغيلية. إعادة تصميم الإجراءات وتبني تقنيات جديدة يساهم في تقديم خدمات أسرع وأكثر فعالية، مما يُحسن من أداء المكتبة بشكل عام ويعزز من قدرتها التنافسية (كحموص، ٢٠٢١).

أمثلة تطبيقية في مكتبة الملك فهد:

#### ١. الابتكار التكنولوجي:

إدخال تقنيات جديدة مثل أنظمة إدارة مكتبات متطورة وتطبيقات بحث متقدم يعزز من قدرة المكتبة على تقديم معلومات دقيقة وسريعة. هذا يمكن أن يُحسن من جودة الخدمة ويزيد من رضا المستخدمين، مما يعزز من الميزة التنافسية (فنجور، ٢٠٢١).

#### ٢. الابتكار في الخدمات:

تنظيم فعاليات ثقافية وورش عمل مبتكرة يمكن أن يُحسن من تجربة المستخدم ويجذب جمهورًا أوسع. هذه الخدمات المضافة تُعتبر ميزة تنافسية مهمة تميز المكتبة عن غيرها من المؤسسات (سمرقندي، ٢٠١٧).

#### ٣. الابتكار في العمليات:

تحسين الإجراءات الإدارية من خلال تقنيات إدارة حديثة يمكن أن يُحسن من كفاءة العمل ويُقلل من التكاليف التشغيلية، مما يساهم في تعزيز الميزة التنافسية من خلال تحسين الأداء العام للمكتبة (كحموص، ٢٠٢١).

الميزة التنافسية لمكتبة الملك فهد بجدة هي المتغير التابع الذي يعكس تأثير الابتكار على الأداء العام للمكتبة. من خلال تحسين جودة الخدمات، زيادة تنوع الموارد، تعزيز تجربة المستخدم، وتحسين كفاءة العمليات، يمكن للابتكار أن يسهم بشكل كبير في تعزيز قدرة المكتبة على التميز والتفوق في مجال المكتبات. الابتكار يعد أداة استراتيجية حيوية لتحسين الأداء التنافسي وضمان تقديم خدمات متميزة تتماشى مع احتياجات المستخدمين وتطلعاتهم (بوبة، ٢٠١٢).

## ٢,٥ الخاتمة

تحسين جودة الخدمات:

أدت تطبيقات الابتكار التكنولوجي والخدمات الجديدة في مكتبة الملك فهد إلى تحسين ملموس في جودة الخدمات المقدمة. تمكنت المكتبة من إدخال أنظمة بحث متقدمة، تحسين واجهات المستخدم، وتقديم خدمات مخصصة، مما ساهم في تحسين دقة وسرعة المعلومات المقدمة للمستخدمين وزيادة رضاهم. كما أشار أن الابتكار في تحسين جودة الخدمات يعزز الميزة التنافسية من خلال تلبية توقعات العملاء بشكل أكثر فعالية. بالإضافة إلى ذلك، بوريش وآخرون (٢٠١٧)

أن الابتكار التكنولوجي يلعب دورًا حيويًا في تحسين جودة الخدمة عبر توفير أدوات بحث متطورة. أكد فنغور (٢٠٢١)

زيادة تنوع الموارد:

ساهم الابتكار في توسيع وتحديث الموارد المتاحة في مكتبة الملك فهد، مما عزز قدرتها على تقديم محتوى مميز ومتجدد. الاستثمار في تقنيات جديدة مكن المكتبة من الوصول إلى موارد إضافية وإثراء مجموعاتها، مما يلبي احتياجات جمهور متنوع. أن الابتكار في تطوير الموارد يساعد في تحقيق ميزة تنافسية من خلال توفير محتوى متنوع وشامل. مدوكي وآخرون (٢٠١٧)

أشار أيضًا إلى أن الابتكار يعزز من القدرة التنافسية للمؤسسات الثقافية من خلال تحسين وتحديث مواردها. سمرقندي (٢٠١٧)

تعزيز تجربة المستخدم:

نتيجة: حسّن الابتكار تجربة المستخدم في مكتبة الملك فهد من خلال تحسين واجهات البحث، تسهيل الوصول إلى المعلومات، وتقديم خدمات مخصصة. هذه التحسينات جعلت تجربة التفاعل مع المكتبة أكثر ملائمة وتفاعلية، مما ساعد في جذب المزيد من المستخدمين وزيادة ولائهم. روميسه (٢٠٢٢)

ناقش أن تحسين تجربة المستخدم عبر الابتكار يعزز الميزة التنافسية من خلال تحسين جودة التفاعل مع العملاء. أيضًا أن الابتكار في تقديم الخدمات يعزز من تجربة المستخدم ويزيد من رضاهم. سمرقندي (٢٠١٧)

تحسين كفاءة العمليات:

نتيجة: أدى الابتكار في تحسين كفاءة العمليات الداخلية والإدارية إلى تقديم خدمات أسرع وأكثر فعالية في مكتبة الملك فهد، ساعدت التقنيات الجديدة وإعادة تصميم العمليات في تقليل التكاليف التشغيلية وتحسين الأداء العام. كحموص (٢٠٢١)

أن تحسين العمليات من خلال الابتكار يُحسن من كفاءة الإدارة ويقلل من التكاليف التشغيلية. أكد كذلك أن الابتكار في تحسين الإجراءات الإدارية يعزز من الميزة التنافسية عبر تحسين الأداء العام للمكتبة. بوبعة (٢٠١٢)

هذه النتائج توضح الدور الحيوي للابتكار في تحسين الأداء التنافسي لمكتبة الملك فهد بجدة من خلال تعزيز جودة الخدمات، توسيع وتحديث الموارد، تحسين تجربة المستخدم، وزيادة كفاءة العمليات

# الفصل الثالث

## منهجية الدراسة

### ٣.١ المقدمة:

يوضح هذا الفصل المنهجية المستخدمة لدراسة موضوع أثر دور الابتكار في تنمية الميزة التنافسية لمكتبة الملك فهد بجدة، ويعرض هذا الفصل بالتفصيل التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث، وتصميم البحث ومجتمع البحث، وطرق وتقنيات أخذ العينات، وطرق جمع البيانات، وأنواع البيانات، وطرق وإجراء تحليل البيانات.

### ٣,٢ التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث:

تعتبر التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث وسيلة مهمة للباحثين فيها يتم قياس المتغيرات بوضوح، ويصف التعريف الاجرائي كيفية قياس متغير أو ملاحظته أو التلاعب به، ويساعد الباحثين على ضمان اتساق دراساتهم وموثوقيتها وصلاحياتها.

#### ٣,٢,١ الابتكار

**التعريف الاجرائي:** هو الابتكار عملية تمتد عبر الزمن وتتميز بالأصالة والقابلية للتحقق ويعرفه تور انس بأنه عملية إدراك التغيرات والاختلال في المعلومات والعناصر المفقودة وعدم الاتساق الذي لا يوجد له حل متعلم، ثم البحث عن التغيرات ووضع للفروض واختيارها والربط بين النتائج، وإجراء التعديلات وإعادة اختبار الفروض، ثم نشر النتائج وتبادلها ان الابتكار بشكل مختصر هو عملية تحويل الفكرة الى منتج جديد او عملية أو خدمة جديدة. (فغور، وآخرون، ٢٠٢٠)

#### ٣,٢,٢ الميزة التنافسية

**التعريف الاجرائي:** فقد عرفت الميزة التنافسية على انها "تلك المهارة او التقنية او المورد المتميز الذي يتيح للمؤسسة انتاج قيم ومنافع للعملاء تزيد عما يقدمه لهم المنافسون، ويؤكد تميزها واختلافها عن هؤلاء المنافسين من وجهة نظر العملاء الذين يتقبلون هذا الاختلاف والتميز. (فغور، وآخرون، ٢٠٢٠)

### ٣,٣ تصميم البحث:

فلسفة البحث: المنهج الوضعي positivism

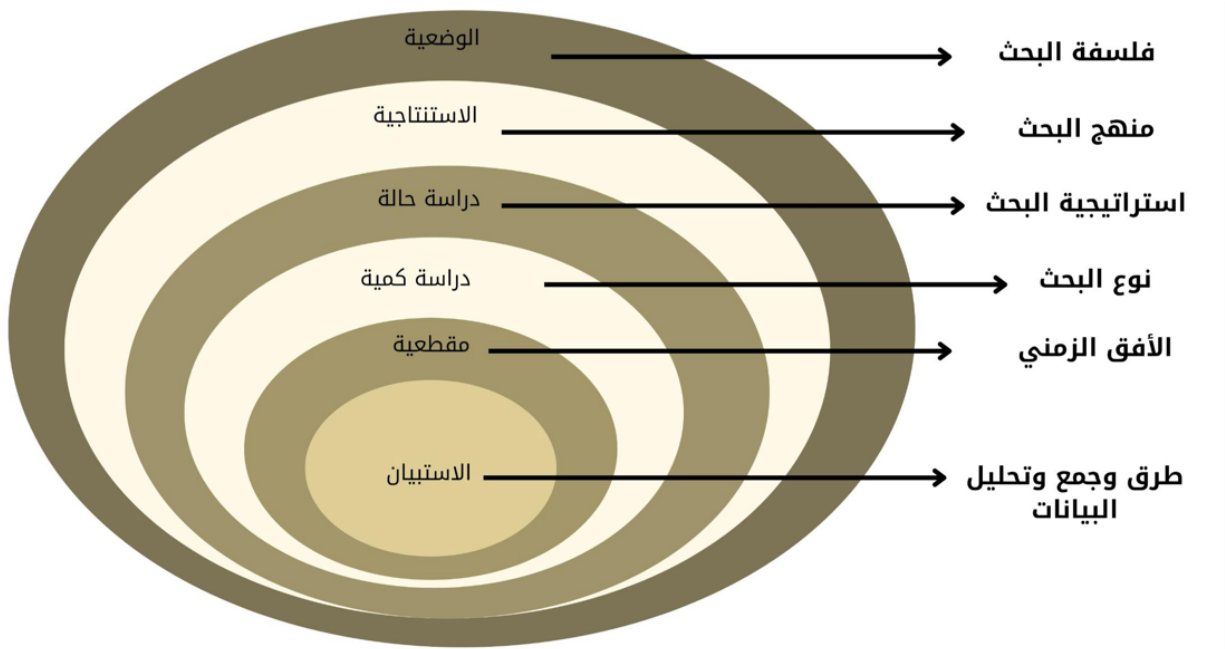
أسلوب التحليل: استنتاجي Deductive

استراتيجية البحث: دراسة حالة Case study

أداة البحث: كمية Mono method

المدة الزمنية: مقطعية cross sectional

تقنيات تجميع البيانات: استبيان



الشكل ٦

ملخص منهجية البحث

المصدر: الطالب

### ٣,٤ مجتمع البحث وتقنيات أخذ العينات

في مجال إجراء البحوث العلمية، تُعد عينة البحث وتقنيات أخذ العينات من العناصر الأساسية التي لا يمكن الاستغناء عنها، فالمعلومات والبيانات المستمدة من هذه العينات تُستخدم كأساس لإجراء التحليل الإحصائي لذا ينبغي على الباحثين الالتزام بالدقة والموضوعية عند اختيار عينة البحث وطرق أخذها، لضمان تمثيل هذه البيانات بشكل صحيح للمجتمع المستهدف، هذا الالتزام سيؤدي بدوره إلى نتائج بحثية موثوقة وصادقة في هذا القسم، سيتم تناول مجتمع الدراسة وعينة البحث وتقنيات أخذ العينات بشكل مفصل كما يلي:

#### ٣,٤,١ مجتمع الدراسة

| القطاع          | التصنيفات      | عدد الموظفين |
|-----------------|----------------|--------------|
| مكتبة الملك فهد | الإدارة العليا | ٦            |
|                 | المشرفين       | ٣٢           |

جدول رقم ١

المصدر: الطالب

#### ٣,٤,٢ عينة البحث

| عينة البحث                           | حجم العينة |
|--------------------------------------|------------|
| نستهدف المشرفين في المكتبة الملك فهد | ٣٢ مشرف    |

جدول رقم ٢

المصدر: الطالب

### ٣,٤,٣ طريقة وتقنيات أخذ العينة

تم أخذ العينات بالطريقة الاحتمالية، وتقنيات أخذ العينات هي أخذ العينات العشوائية البسيطة.

### ٣,٥ طريقة جمع البيانات

سيتم تحليل البيانات التي تم جمعها إحصائياً، حيث يتضمن التحليل الإحصائي تحديد البيانات الأولية وتحليلها وتحويلها إلى معلومات مفيدة، وسيساعد هذا المنهج على كشف العلاقات الأساسية بين المتغير المستقل الابتكار والمتغير التابع تنمية الميزة التنافسية لمكتبة الملك فهد.

#### ٣,٥,١ الابتكار

اعتمد الطالب على استبانة فنغور وآخرين ٢٠٢١ من أجل قياس المتغير المستقل (الابتكار) وذلك من حيث أربعة أبعاد وهي: المنتجات، السعر، الترويج، التوزيع، بإجمالي ٢٠ عنصر للمتغير، حيث إن جميع الأبعاد اشتملت على ٥ عناصر، كما أن نوع الأداة المستخدمة هي: ليكرت الخماسي (أوفق بشدة، أوافق، محايد، غير موافق، غير موافق بشدة)

#### المتغير المستقل

| المتغيرات    | الأبعاد                                 | عدد العبارات | المصدر             |
|--------------|-----------------------------------------|--------------|--------------------|
| دور الابتكار | المنتجات<br>السعر<br>الترويج<br>التوزيع | ٢٠ عبارة     | فنغور وآخرين، ٢٠٢١ |

### جدول رقم ٣

المصدر: الطالب

#### ٣,٥,٢ تنمية الميزة التنافسية

اعتمد الطالب على استبانة فنغور وآخرين ٢٠٢١، من أجل قياس المتغير التابع (تنمية الميزة التنافسية) بإجمالي ٢٠ عنصر للمتغير، كما أن نوع الأداة المستخدمة هي: ليكرت الخماسي (موافق بشدة، موافق، محايد، غير موافق، غير موافق).

#### المتغير التابع

| المتغيرات        | الأبعاد          | عدد العبارات | المصدر             |
|------------------|------------------|--------------|--------------------|
| الميزة التنافسية | الميزة التنافسية | ٢٠ عبارة     | فنغور وآخرين، ٢٠٢١ |

### جدول رقم ٤

المصدر: الطالب

#### ٣,٦ أنواع البيانات

تنقسم أنواع البيانات إلى بيانات أولية وهي التي تم تجميعها من قبل الباحث وبيانات أولية تم جمعها بواسطة باحثين آخرين وهي كالآتي:

##### ٣,٦,١ البيانات الأولية

- توزيع استبيانات على مجموعة من المشرفين والإدارة العليا لمكتبة الملك فهد.
- تنظيم جلسات نقاش مع مجموعة من الأفراد لمناقشة أفكارهم حول الابتكار.

### ٣,٦,١ البيانات الثانوية

- مراجعة الأبحاث السابقة لاستنباط معلومات تتعلق بالابتكار.
- الاطلاع على الكتب والمقالات العلمية المتعلقة بأساليب تنمية الميزة التنافسية.

### ٣,٧ طرق وأساليب تحليل البيانات

بعد جمع البيانات، من الضروري تحليل المعلومات التي تم جمعها لاستخلاص استنتاجات ذات معنى. حيث تم استخدام الحزمة الاحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) وتحديد الإصدار ٢٨ لتحليل البيانات المجمعة. ولقد تم إجراء اختبار توصيف العينة، من خلال التحليل الوصفي، للحصول على نظرة ثاقبة لخصائص، مجتمع العينة، حيث يساعد ذلك الباحثين على فهم التركيبة السكانية والتفضيلات والمعلومات الأخرى ذات الصلة.

وتعتبر اختبارات الصلاحية والموثوقية حاسمة في ضمان دقة البيانات المجمعة واتساقها، كما أن اختبارات الصدق (التحليل العاملي الاستكشاف) تستخدم لتحديد ما إذا كانت أدوات البحث تقيس ما تهدف إلى قياسه، بينما تقوم اختبارات الثبات (اختبار كرو نباخ ألفا) بتقييم ثبات النتائج مع مرور الوقت بالأفراد المشاركين في الدراسة.

### ٣,٨ الخاتمة

تم استعراض في الفصل الثالث منهجية البحث، حيث شملت على المقدمة والتعريفات الإجرائية للبحث، وتصميم البحث، ومجتمع البحث وطرق وتقنيات أخذ العينات، وطريقة جمع البيانات، وأنواع البيانات، وطرق وأساليب تحليل البيانات، وأخيرًا الخاتمة.

## الفصل الرابع

### التحليل الإحصائي

## المقدمة :

يهدف هذا الفصل إلى تقديم نتائج التحليل الإحصائي للبيانات التي تم جمعها من الدراسة الميدانية. تم استخدام برنامج SPSS الإصدار ٢٨ في جميع مراحل التحليل، بدءًا من الإحصاءات الوصفية للعينة وصولاً إلى التحليل الاستدلالي. وقد شمل التحليل تقييم أدوات الدراسة من حيث الصدق والثبات، بالإضافة إلى إجراء تحليل الانحدار الخطي البسيط لاختبار الفرضيات البحثية وتحديد العوامل المؤثرة في (الميزة التنافسية) .

## خصائص عينة الدراسة:

تم توزيع مفردات عينة الدراسة وفقا للجنس-الفئة العمرية-المستوى التعليمي-الحالة الوظيفية-الخبرة-القطاع الذي تعمل به-الحالة الاجتماعية ثم حساب التكرارات والنسب المئوية لأفراد عينة الدراسة وتتمثل في المعلومات الديموغرافية التي تشمل:

## البيانات الشخصية:

### الجنس:

ذكر

أنثى

العمر: أقل من 20 سنة ☐ من 21 إلى 29 سنة ☐ 30 إلى 39 سنة ☐  
40 إلى 49 سنة ☐ 50 سنة فأكثر ☐

المؤهل العلمي: أقل من ثانوي ☐ ثانوية عامة ☐ دبلوم ☐ بكالوريوس ☐  
ماجستير ☐ دكتوراه ☐

الحالة الوظيفية: طالب ☐ موظف ☐ غير موظف ☐ متقاعد ☐  
عدد سنوات الخبرة: أقل من 5 سنوات ☐ 10 سنوات ☐ 15 سنة ☐ 20 سنة ☐

☐ أكثر من 20 سنة

☐ القطاع الذي تعمل به: قطاع حكومي ☐ قطاع خاص ☐ قطاع غير ربحي ☐ لا اعمل

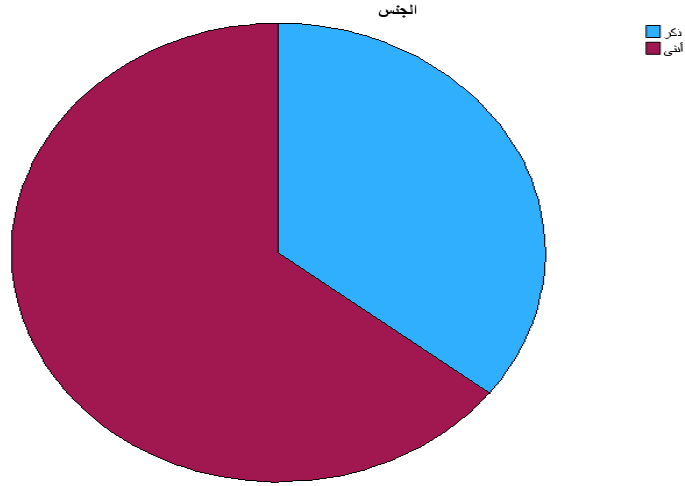
☐ الحالة الاجتماعية: أعزب ☐ متزوج ☐ مطلق ☐ أرمل

| المتغير         | فئات المتغير         | العدد | النسبة من إجمالي العينة |
|-----------------|----------------------|-------|-------------------------|
| الجنس           | ١. ذكر               | ١١    | ٣٥%                     |
|                 | ٢. أنثى              | ٢٠    | ٦٥%                     |
|                 | الإجمالي             | ٣١    | 100%                    |
| الفئة العمرية   | أقل من ٢٠ سنة        | ٣     | ٩%                      |
|                 | من ٢١ الى ٣٠         | ١٢    | ٣٨%                     |
|                 | من ٣١ الى ٤٠         | ١٦    | ٥١%                     |
|                 | الإجمالي             | ٣١    | 100%                    |
| المؤهل الدراسي  | أقل من ثانوية العامة | ٥     | ١٦%                     |
|                 | الثانوية العامة      | ٣     | ٩%                      |
|                 | دبلوم                | ٢٣    | ٧٤%                     |
|                 | الإجمالي             | ٣١    | 100%                    |
| الحالة الوظيفية | طالب                 | ١٤    | ٤٥%                     |
|                 | موظف                 | ١٢    | ٣٨%                     |
|                 | غير موظف             | ٥     | ١٦%                     |
|                 | الإجمالي             | ٣١    | 100%                    |

|      |    |                |                     |
|------|----|----------------|---------------------|
| ٧٧%  | ٢٤ | أقل من ٥ سنوات | سنوات الخبرة        |
| ٢٣%  | ٧  | ١٠ سنوات       |                     |
| 100% | ٣٠ | الإجمالي       |                     |
| ٤٨%  | ١٥ | حكومي          | القطاع الذي تعمل به |
| ٤١%  | ١٣ | خاص            |                     |
| ٦%   | ٢  | غير ربحي       |                     |
| ٣%   | ١  | لا اعمل        |                     |
| 100% | ٣١ | الإجمالي       |                     |
| ٥٥%  | ١٧ | اعزب           | الحالة الاجتماعية   |
| ٣٨%  | ١٢ | متزوج          |                     |
| ٦%   | ٢  | مطلق           |                     |
| 100% | ٢٩ | الإجمالي       |                     |

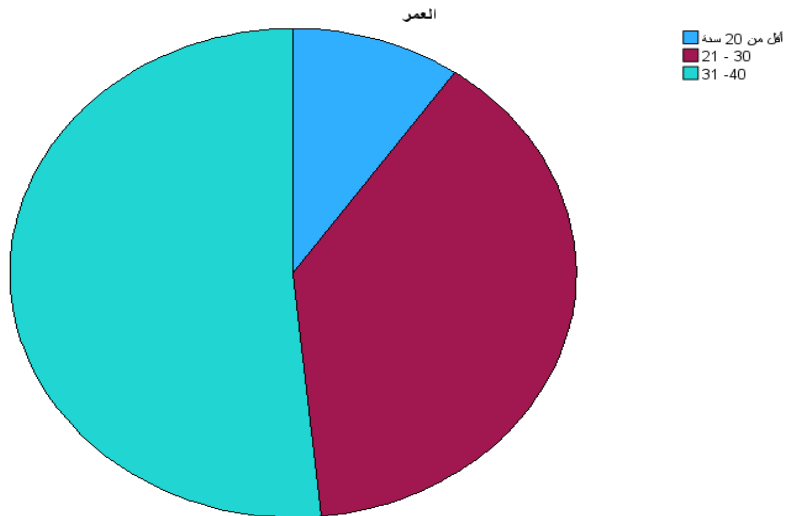
من بيانات جدول رقم ٥ تم استخلاص النتائج التالية:

**الجنس:** أظهرت نتائج الإحصائية أن عدد الذكور الذين جاوبوا على الاستبيان بلغ عددهم (٤)، بنسبة (١٣٪) بينما بلغ عدد الإناث (٢٦) مفردة بنسبة (٨٦٪) من إجمالي العينة، كما هو موضح بالشكل التالي:



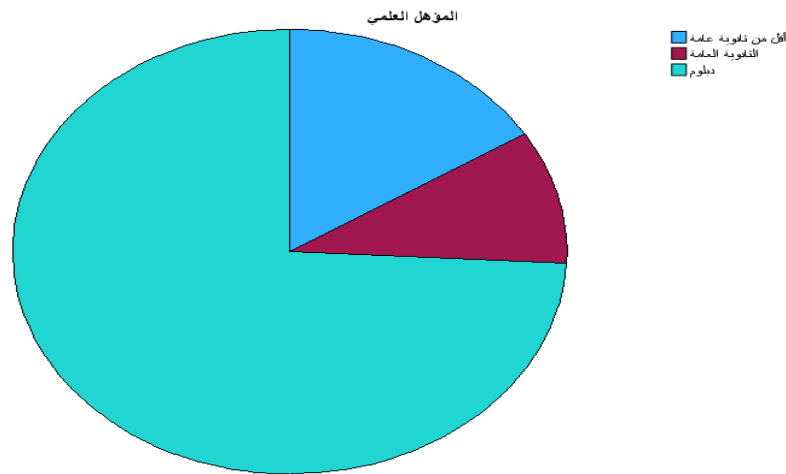
تصنيف العينة وفق الجنس

**الفئة العمرية:** أظهرت النتائج الإحصائية أن (٧) مفردة تبلغ أعمارهم بين (أقل من ٣٠ سنة) وهم يمثلون (٢٧٪)، وبلغ عدد الافراد الذين تبلغ أعمارهم بين (٣٠ الى ٤٠ ) يساوي (٢٢) مفردة بنسبة (٧٣٪) من العينة، أما الذين تتراوح أعمارهم بين (٤٠ فما فوق) فهم (١) مفردة بنسبة (٣٪) من إجمالي العينة، وفقاً للشكل التالي:



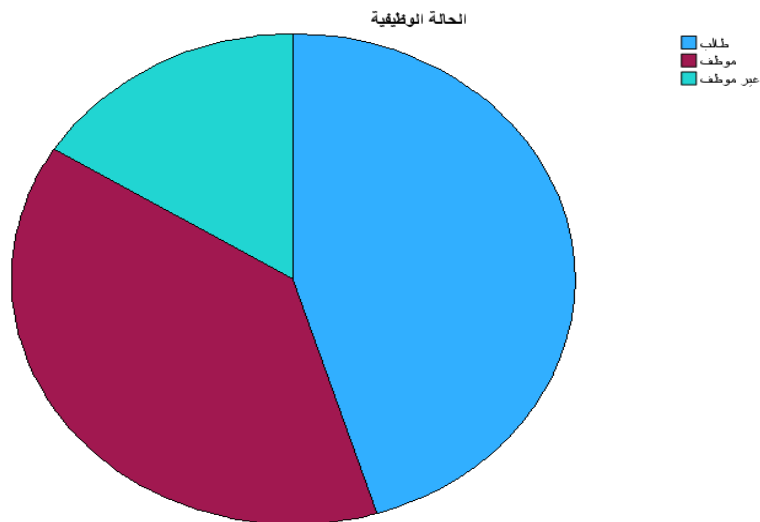
تصنيف عينة الدراسة وفق العمر

**المؤهل العلمي:** بلغ عدد الأشخاص ذو المؤهل (ثانوي) ما يصل إلى (٨) بنسبة (٢٦٪) أما الذين مؤهلهم (دبلوم) فعددهم (١١) مفردة بنسبة (٣٦٪) أما (بكالوريوس) فبلغ عددهم (١٠) بنسبة (٣٣٪) وبلغ عدد الحاصلين على مؤهل (ماجستير فما فوق) ما يصل إلى (١) بنسبة (٣٪).



تصنيف عينة الدراسة وفق المؤهل العلمي

**الحالة الوظيفية:** أظهرت النتائج الإحصائية بأن (١٤) تحت حالة (طالب) بنسبة (٤٥٪)، أما في حالة (موظف) فهم (١٢) بنسبة (٣٨٪)، كما أن حالة (غير موظف) فعددهم (٥) بنسبة (١٦) من إجمالي العينة وفق الشكل التالي:



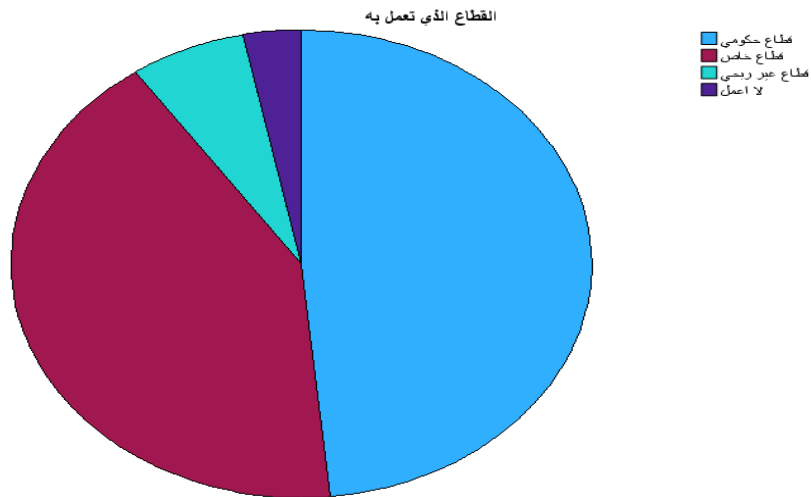
تصنيف العينة وفق الحالة الوظيفية

**سنوات الخبرة:** أظهرت النتائج الإحصائية بأن (٢٣) خبرتهم (أقل من ٥ سنوات) بنسبة (٧٦٪) من العينة، والذين تتراوح خبرتهم بين (٥ إلى ١٥ سنة) فهم (٦) بنسبة (٢٢٪) من العينة، أما الذين تتراوح خبرتهم (أكثر من ١٥) فعددهم (١) بنسبة (٣) من إجمالي العينة وفق الشكل التالي:



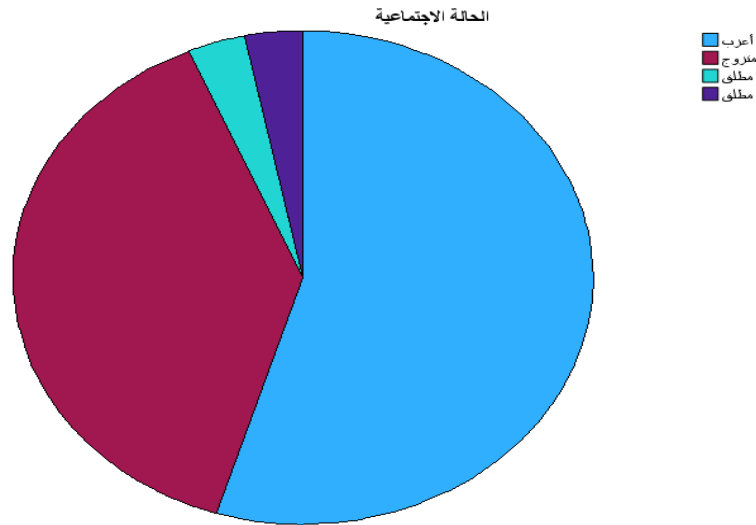
تصنيف العينة وفق سنوات الخبرة

**القطاع الذي تعمل به:** أظهرت النتائج الإحصائية بأن (١٥) شخص ضمن (القطاع الحكومي) بنسبة (٤٨٪)، والذين ضمن (القطاع الخاص) فعددهم (١٣) بنسبة (٤١٪)، أما الذين ضمن (قطاع غير ربحي) فهم (٢) بنسبة (٦٪)، كما الذين ضمن (لا اعمل) فهم (١) بنسبة (١٪) من إجمالي العينة وفق الشكل التالي:



تصنيف العينة وفق القطاع

**الحالة الاجتماعية:** أظهرت النتائج الإحصائية بأن ذو تصنيف (أعزب) عددهم (٢٧) بنسبة (٩٠٪) اما ذو تصنيف (متزوج) عددهم (٣) بنسبة (١٠٪) وفق الشكل التالي:



تصنيف العينة وفق الحالة الاجتماعية

#### قياس صدق وثبات الدراسة:

تم إجراء تحليل للصدق والثبات للمقاييس المستخدمة في هذه الدراسة للتحقق من دقتها وموثوقيتها. كما تم استخدام نموذج المعادلات البنائية لتحليل البيانات وتحقيق الثبات الداخلي من خلال حساب معامل ألفا كرونباخ. وتم تنفيذ جميع التحليلات الإحصائية باستخدام برنامج SPSS الإصدار ٢٨، كما توضح ذلك الفقرات والجداول التالية.

#### صدق المقاييس المستخدمة في الدراسة:

لقد تم اختيار صدق الاتساق الداخلي كأحد معايير الصدق، وتم قياسه باستخدام معامل ألفا كرونباخ. كما تم حساب متوسط التباين المستخرج (AVE) لتقييم الصدق التقاربي بين البنود.

صدق الاتساق الداخلي يشير إلى مدى اتساق كل عبارة من عبارات الاستبانة مع المتغير الذي تنتمي إليه. لذلك، قام الباحث بقياس هذا الاتساق من خلال حساب معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمتغير. وفقًا لدراسة كايسر (١٩٧٤)، يتم حذف أي عبارة يكون معامل ارتباطها أقل من ٠,٥.

| Average variance<br>extracted<br>متوسط التباين المستخرج |        | P<br>Values | Standard<br>deviation<br>الانحراف<br>المعياري | Factor<br>loadings<br>معامل الارتباط | KMO   | Statements<br>العبارات | Variable<br>المتغير        |              |
|---------------------------------------------------------|--------|-------------|-----------------------------------------------|--------------------------------------|-------|------------------------|----------------------------|--------------|
| 4,93913                                                 | 1,4146 | 0,00        | 0,74632                                       | 0,728                                | 0,679 | A1                     | الابتكار<br>في<br>المنتجات | دور الابتكار |
|                                                         |        | 0,00        | 0,60464                                       | 0,862                                |       | A2                     |                            |              |
|                                                         |        | 0,00        | 0,68784                                       | 0,839                                |       | A3                     |                            |              |
|                                                         |        | 0,00        | 0,63075                                       | 0,608                                |       | A4                     |                            |              |
|                                                         |        | 0,00        | 0,65418                                       | 0,710                                |       | A5                     |                            |              |
|                                                         | 2,1676 | 0,00        | 0,63075                                       | 0,657                                |       | B1                     | الابتكار<br>في السعر       |              |
|                                                         |        | 0,00        | 0,62905                                       | 0,618                                |       | B2                     |                            |              |
|                                                         |        | 0,00        | 0,77182                                       | 0,666                                |       | B3                     |                            |              |

|         |         |      |         |       |       |    |                           |                     |
|---------|---------|------|---------|-------|-------|----|---------------------------|---------------------|
| 0,41878 |         | 0,00 | 0,78972 | 0,538 |       | B4 | الابتكار<br>في<br>الترويج |                     |
|         |         | 0,00 | 0,62390 | 0,726 |       | B5 |                           |                     |
|         | 0,526   | 0,00 | 0,70329 | 0,761 |       | C1 |                           |                     |
|         |         | 0,00 | 0,57548 | 0,411 |       | C2 |                           |                     |
|         |         | 0,00 | 0,72735 | 0,655 |       | C3 |                           |                     |
|         |         | 0,00 | 0,51431 | 0,881 |       | C4 |                           |                     |
|         |         | 0,00 | 0,68155 | 0,696 |       | C5 |                           |                     |
|         |         | 0,00 | 0,79244 | 0,819 |       | A1 |                           |                     |
|         |         | 0,00 | 0,79515 | 0,663 |       | A2 |                           |                     |
|         | 0,41878 |      |         |       | 0,278 |    | الميزة<br>التنافسية       | الميزة<br>التنافسية |

|             |                |              |
|-------------|----------------|--------------|
| <b>0,00</b> | <b>0,75206</b> | <b>0,606</b> |
| <b>0,00</b> | <b>0,58089</b> | <b>0,682</b> |
| <b>0,00</b> | <b>0,72735</b> | <b>0,506</b> |
| <b>0,00</b> | <b>0,68155</b> | <b>0,773</b> |
| <b>0,00</b> | <b>0,62905</b> | <b>0,725</b> |
| <b>0,00</b> | <b>0,67042</b> | <b>0,618</b> |
| <b>0,00</b> | <b>0,74632</b> | <b>0,800</b> |
| <b>0,00</b> | <b>0,73470</b> | <b>0,638</b> |
| <b>0,00</b> | <b>0,63075</b> | <b>0,731</b> |

|            |
|------------|
| <b>A3</b>  |
| <b>A4</b>  |
| <b>A5</b>  |
| <b>A6</b>  |
| <b>A7</b>  |
| <b>A8</b>  |
| <b>A9</b>  |
| <b>A10</b> |
| <b>A11</b> |

|  |  |      |         |       |  |     |  |  |
|--|--|------|---------|-------|--|-----|--|--|
|  |  | 0,00 | 0,61696 | 0,492 |  | A12 |  |  |
|  |  | 0,00 | 0,65089 | 0,628 |  | A13 |  |  |
|  |  | 0,00 | 0,72735 | 0,816 |  | A14 |  |  |
|  |  | 0,00 | 0,68784 | 0,827 |  | A15 |  |  |
|  |  | 0,00 | 0,66881 | 0,791 |  | A16 |  |  |
|  |  | 0,00 | 0,63075 | 0,824 |  | A17 |  |  |
|  |  | 0,00 | 0,61870 | 0,546 |  | A18 |  |  |
|  |  | 0,00 | 0,67997 | 0,654 |  | A19 |  |  |
|  |  | 0,00 | 0,70329 | 0,864 |  | A20 |  |  |

### يتضح من الجدول بالأعلى:

مقياس تطبيق المتغير الأول: جميع معاملات الارتباط لكل العبارات ترتبط ارتباط قوي مع المتغير التابعة لها (دور الابتكار) عند قيم أكبر من ٠/٧ بالإضافة إلى أن قيم كل معاملات الارتباط للعبارات دالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٠١/٠، وفقاً لذلك فقد تحقق صدق الاتساق الداخلي للمقياس، كذلك بالنسبة للنتائج بالأعلى المتعلقة بقيمة متوسط التباين المستخرجة AVE يتضح أن قيمته للمتغير (دور الابتكار) هو (4,93913) < ٠,٥٠، وفقاً لذلك فقد تحقق الصدق التقاربي للاستبانة.

مقياس تطبيق المتغير الثاني: مقياس تطبيق المتغير الثاني جميع معاملات الارتباط للعبارات التي تقيس (الميزة التنافسية) قيمتها أكبر من ٧/٠ بالإضافة إلى أن قيم كل معاملات الارتباط للعبارات دالة احصائياً عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٠٠٠١، وفقاً لذلك فقد تحقق صدق الاتساق الداخلي للمقياس، كذلك من النتائج بالأعلى المتعلقة بقيمة متوسط التباين المستخرج AVE لمتغير (الميزة التنافسية) ككل الذي يساوي (0,41878) وفقاً لذلك، فقد تحقق الصدق التقاربي للاستبانة.

### ثبات أداة الدراسة

يعكس ثبات الاستبيان مدى استقرار نتائجه عند إعادة توزيعه على نفس العينة في أوقات مختلفة. لضمان ثبات الاستبيان، تم حساب معامل ألفا كرونباخ باستخدام برنامج SPSS الإصدار ٢٨. وفقاً لمعايير Hair وزملائه (٢٠١٠)، تُعتبر قيمة ألفا كرونباخ التي تزيد عن ٠,٧ مؤشراً جيداً على ثبات المقياس.

| Cronbach's alpha |                | Number of Statements<br>عدد العبارات | Variable<br>المتغير     |              |
|------------------|----------------|--------------------------------------|-------------------------|--------------|
| 0,921            | 0,902<br>0,917 | 5                                    | الابتكار في<br>المنتجات | دور الابتكار |

|       |       |    |                      |                  |
|-------|-------|----|----------------------|------------------|
|       | 0,915 |    |                      |                  |
|       | 0,914 |    |                      |                  |
|       | 0,912 |    |                      |                  |
|       | 0,918 |    |                      |                  |
|       | 0,919 |    |                      |                  |
|       | 0,919 |    |                      |                  |
|       | 0,911 |    |                      |                  |
|       | 0,916 |    |                      |                  |
|       | 0,912 |    |                      |                  |
|       | 0,917 |    |                      |                  |
| 0,930 | 0,917 | 5  | الابتكار في<br>السعر |                  |
|       | 0,917 |    |                      |                  |
|       | 0,917 |    |                      |                  |
|       | 0,917 |    |                      |                  |
|       | 0,915 |    |                      |                  |
|       | 0,929 |    |                      |                  |
|       | 0,927 |    |                      |                  |
|       | 0,930 |    |                      |                  |
|       | 0,932 |    |                      |                  |
|       | 0,923 |    |                      |                  |
|       | 0,926 | 20 | الميزة التنافسية     | الميزة التنافسية |
|       | 0,925 |    |                      |                  |
|       | 0,925 |    |                      |                  |
|       | 0,927 |    |                      |                  |
|       | 0,924 |    |                      |                  |
|       | 0,927 |    |                      |                  |
|       | 0,923 |    |                      |                  |
|       | 0,929 |    |                      |                  |
|       | 0,927 |    |                      |                  |
|       | 0,930 |    |                      |                  |

|  |       |  |  |  |
|--|-------|--|--|--|
|  | 0,924 |  |  |  |
|  | 0,925 |  |  |  |
|  | 0,925 |  |  |  |
|  | 0,924 |  |  |  |
|  | 0,924 |  |  |  |
|  | 0,924 |  |  |  |
|  | 0,927 |  |  |  |
|  | 0,928 |  |  |  |

(دور الابتكار): أظهرت النتائج الإحصائية أن قيم ألفا كرونباخ هي (0,921) ، مما يدل على أن جميع القيم أكبر من ٠,٧ ، ووفقاً لـ (هير وآخرون، ٢٠١٠) فقد تحقق ثبات المقياس.

(الميزة التنافسية): أظهرت النتائج الإحصائية أن قيم ألفا كرونباخ هي (0,930) ، مما يدل على أن جميع القيم أكبر من ٠,٧ ، ووفقاً لـ (هير وآخرون، ٢٠١٠) فقد تحقق ثبات المقياس.

#### التحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة:

| موافق بشدة | موافق | محايد | غير موافق | غير موافق بشدة |
|------------|-------|-------|-----------|----------------|
|------------|-------|-------|-----------|----------------|

وقد تم حساب مستوى الأهمية وفقاً للمعادلة التالية:

تم حساب الوزن النسبي المقابل لكل فئة عن طريق ضرب المتوسط الحسابي في  $[100 \div 5]$  (المقياس الخماسي)  $= 20\%$

يوضح الجدول التالي دلالة المتوسطات الحسابية، كما يلي:

يبين الجدول في الأعلى التحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة ممثلة بالمتوسطات الحسابية بناء على مقياس ليكرت الخماسي والانحرافات المعيارية للمتغيرات وفقا للجدول المتعلق بأهمية المتوسط الحسابي.

| قيمة المتوسط الحسابي    | النتيجة (الاتجاه العام) | الوزن النسبي %         | مستوى (درجة) الممارسة / الأهمية |
|-------------------------|-------------------------|------------------------|---------------------------------|
| من ١ إلى أقل من ١,٨٠    | غير موافق بشدة          | من ٢٠ إلى أقل من ٣٦ %  | منخفض جدا                       |
| من ١,٨٠ إلى أقل من ٢,٦٠ | غير موافق               | من ٣٦ إلى أقل من ٥٢ %  | منخفض                           |
| من ٢,٦٠ إلى أقل من ٣,٤٠ | محايد                   | من ٥٢ إلى أقل من ٦٨ %  | متوسط                           |
| من ٣,٤٠ إلى أقل من ٤,٢٠ | موافق                   | من ٦٨ إلى أقل من ٨٤ %  | مرتفع                           |
| من ٤,٢٠ إلى أقل من ٥    | موافق بشدة              | من ٨٤ إلى أقل من ١٠٠ % | مرتفع جدا                       |

| المتغير      |                      | المتوسط الحسابي |         | الاتجاه العام |            | مستوى الأهمية |           |
|--------------|----------------------|-----------------|---------|---------------|------------|---------------|-----------|
| دور الابتكار | الابتكار في المنتجات | 1,4146          | 4,93913 | موافق بشدة    | موافق بشدة | مرتفع جدا     | مرتفع جدا |
|              | الابتكار في السعر    | 2,1676          |         | موافق بشدة    | موافق بشدة | مرتفع جدا     | مرتفع جدا |

|                     |         |            |                |                |           |
|---------------------|---------|------------|----------------|----------------|-----------|
| الابتكار في الترويج | 0,526   | موافق بشدة | موافق بشدة     | مرتفع جدا      | مرتفع جدا |
| الميزة التنافسية    | 0,41878 | 0,41878    | غير موافق بشدة | غير موافق بشدة | منخفض جدا |

### معاملات الارتباط الخطي بين متغيرات الدراسة:

يعرض الجدول التالي معاملات الارتباط الخطي (بيرسون) بين متغيرات الدراسة، والتي تم قياسها باستخدام SPSS-V.28 وذلك على النحو التالي:

| دور الابتكار في تنمية الميزة التنافسية | الابتكار في المنتجات | الابتكار في السعر | الابتكار في الترويج |
|----------------------------------------|----------------------|-------------------|---------------------|
| Pearson correlation                    | 0,904                | 0,920             | 0,890               |
| Sig. (2-tailed)                        | <0.01                | <0.01             | <0.01               |
| N                                      | 31                   | 31                | 31                  |

### نتائج اختبار صدق فرضيات الدراسة:

#### الفرضيات:

**H1:** توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين الابتكار وتنمية الميزة التنافسية.

**Ha:** توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين التحديات التشغيلية التي تواجه المنظمات على إدارة عملية الابتكار.

**Hb** : توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين الآليات التي تستخدمها المنظمات الناجحة على ثقافة الابتكار والإبداع.

**HC** : توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين استخدام المنظمات للتكنولوجيا الجديدة والتطورات التقنية لتعزيز قدراتها الابتكارية.

**Hd** : توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين فاعلية الموارد والقدرات التنظيمية على تطوير ابتكارات جديدة ومستدامة.

العلاقة بين دور الابتكار في تنمية الميزة التنافسية:

| Model Summary |       |          |                   |                            |
|---------------|-------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model         | R     | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1             | a,٧٧٨ | ,٦٠٦     | ,٥٩٢              | ,٢٩٤٨٨                     |

a. Predictors: (Constant), المتغير\_الاول

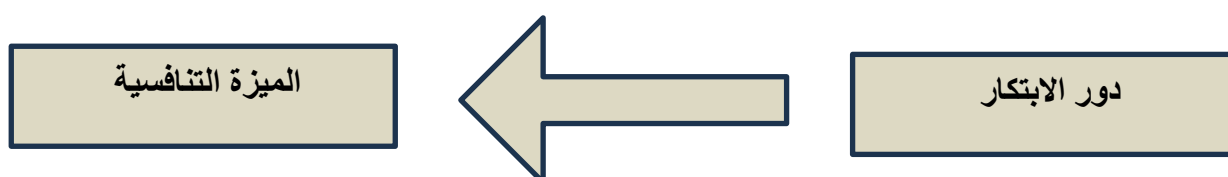
| ANOVA <sup>a</sup> |            |                |    |             |        |                    |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|--------|--------------------|
| Model              |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F      | Sig.               |
| 1                  | Regression | ,٨٧١٣          | 1  | ,٨٧١٣       | ,٥٢٠٤٤ | <.001 <sup>b</sup> |
|                    | Residual   | ,٥٢٢٢          | 29 | ,٠٨٧        |        |                    |
|                    | Total      | ,٣٩٣٦          | 30 |             |        |                    |

a. Dependent Variable: المتغير\_الثاني

b. Predictors: (Constant), المتغير\_الاول

| Coefficients <sup>a</sup> |               |                             |            |                           |       |
|---------------------------|---------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|
|                           |               | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients |       |
| Model                     |               | B                           | Std. Error | Beta                      | t     |
| 1                         | (Constant)    | ,٤٥٣                        | ,٢٢٠       |                           | ,٠٥٧٢ |
|                           | المتغير_الاول | ,٧٧٩                        | ,١١٧       | ,٧٧٨                      | ,٦٧٢٦ |
|                           |               |                             |            |                           | <.001 |

a. Dependent Variable: المتغير\_الثاني



| Model Summary |       |          |                   |                            |
|---------------|-------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model         | R     | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1             | a,٧٧٨ | ,٦٠٦     | ,٥٩٢              | ,٢٩٤٨٨                     |

a. Predictors: (Constant), المتغير\_الاول

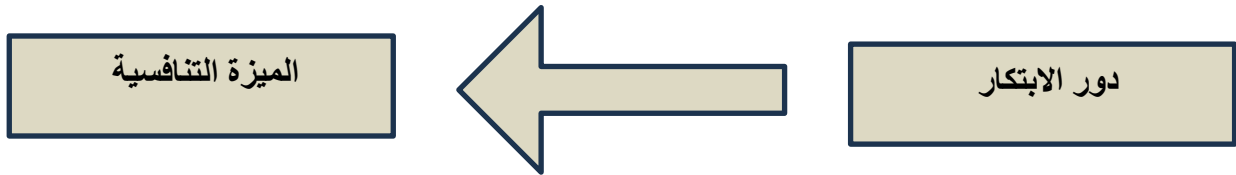
| ANOVA <sup>a</sup> |            |                |    |             |        |                    |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|--------|--------------------|
| Model              |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F      | Sig.               |
| 1                  | Regression | ,٨٧١٣          | 1  | ,٨٧١٣       | ,٥٢٠٤٤ | <.001 <sup>b</sup> |
|                    | Residual   | ,٥٢٢٢          | 29 | ,٠٨٧        |        |                    |
|                    | Total      | ,٣٩٣٦          | 30 |             |        |                    |

a. Dependent Variable: المتغير\_الثاني

b. Predictors: (Constant), المتغير\_الاول

| Coefficients <sup>a</sup> |               |                             |            |                           |       |
|---------------------------|---------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|
|                           |               | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients |       |
| Model                     |               | B                           | Std. Error | Beta                      | t     |
| 1                         | (Constant)    | ,٤٥٣                        | ,٢٢٠       |                           | ,٠٥٧2 |
|                           | المتغير_الاول | ,٧٧٩                        | ,١١٧       | ,٧٧٨                      | ,٦٧٢6 |
|                           |               |                             |            |                           | <.001 |

a. Dependent Variable: المتغير\_الثاني



| Model Summary |       |          |                   |                            |
|---------------|-------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model         | R     | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1             | a,٧٥٢ | ,٥٦٦     | ,٥٥١              | ,٣٠٩٤٣                     |

a. Predictors: (Constant), البعد\_الثاني\_المتغير\_الاول

| ANOVA <sup>a</sup> |            |                |    |             |                    |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|--------------------|
| Model              |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F                  |
| 1                  | Regression | ,٦١٦3          | 1  | ,٦١٦3       | ,٧٦٩37             |
|                    |            |                |    |             | <.001 <sup>b</sup> |

|          |       |    |      |  |  |
|----------|-------|----|------|--|--|
| Residual | ,٧٧٧2 | 29 | ,٠٩٦ |  |  |
| Total    | ,٣٩٣6 | 30 |      |  |  |

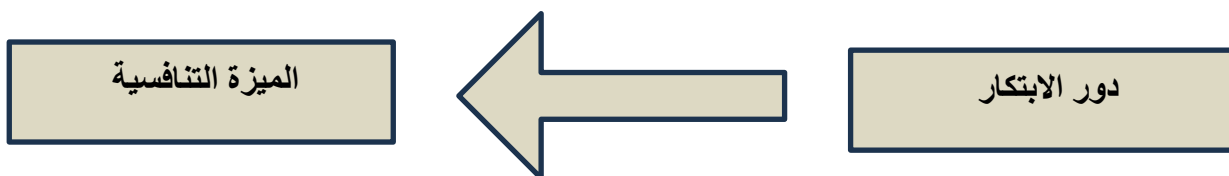
a. Dependent Variable: المتغير\_الثاني

b. Predictors: (Constant), البعد\_الثاني\_المتغير\_الاول

#### Coefficients<sup>a</sup>

| Model                      | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig.  |
|----------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|-------|
|                            | B                           | Std. Error | Beta                      |       |       |
| 1 (Constant)               | ,٦١٠                        | ,٢١٤       |                           | ,٨٤٧2 | ,٠٠٨  |
| البعد_الثاني_المتغير_الاول | ,٦٨٦                        | ,١١٢       | ,٧٥٢                      | ,١٤٦6 | <.001 |

a. Dependent Variable: المتغير\_الثاني



#### Model Summary

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | ,٧٤٣ <sup>a</sup> | ,٥٥٢     | ,٥٣٧              | ,٣١٤١٩                     |

a. Predictors: (Constant), البعد\_الثالث\_المتغير\_الاول

### Coefficients<sup>a</sup>

| Model | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t    | Sig.  |
|-------|-----------------------------|------------|---------------------------|------|-------|
|       | B                           | Std. Error | Beta                      |      |       |
| 1     | (Constant)                  | ,٦٦٧       | ,٢١١                      |      | ,٠٠٤  |
|       | البعد_الثالث_المتغير_الاول  | ,٦٧٦       | ,١١٣                      | ,٧٤٣ | <.001 |

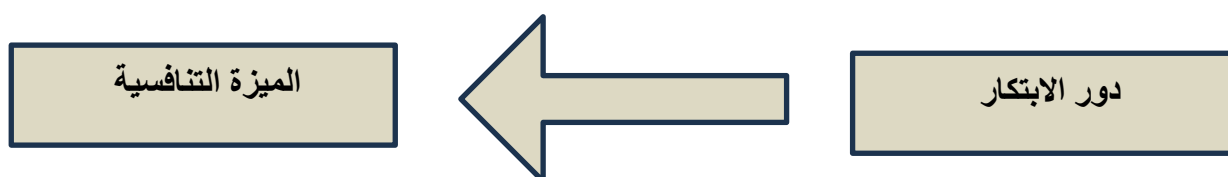
a. Dependent Variable: المتغير\_الثاني

### ANOVA<sup>a</sup>

| Model |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F      | Sig.               |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|--------------------|
| 1     | Regression | ,٥٣٠3          | 1  | ,٥٣٠3       | ,٧٥٩35 | <.001 <sup>b</sup> |
|       | Residual   | ,٨٦٣2          | 29 | ,٠٩٩        |        |                    |
|       | Total      | ,٣٩٣6          | 30 |             |        |                    |

a. Dependent Variable: المتغير\_الثاني

b. Predictors: (Constant), البعد\_الثالث\_المتغير\_الاول



## قائمة المراجع:

١. بوبعة، ٢٠١٢، دور الابتكار في دعم الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية.
٢. بوريش وآخرين، ٢٠١٧، دور الابتكار في تنمية الميزة التنافسية للمؤسسة.
٣. رومييه، ٢٠٢٢، دور الإبداع والابتكار في تعزيز الميزة التنافسية لدى المؤسسة الاقتصادية.
٤. سمرقندي، ٢٠١٧، تصور الإبداع والابتكار في عصر التنمية المستدامة.
٥. فنغور، ٢٠٢١، دور الابتكار التسويقي في تحقيق الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية.
٦. كحموص، ٢٠٢١، دور الإبداع والابتكار في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة حالة اتصالات الجزائر.
٧. مدوكي وآخرين، ٢٠١٧، أهمية الإبداع التكنولوجي كمصدر للميزة التنافسية في المؤسسات الصناعية.
٨. الزهراني، خالد. (٢٠١٨). "أثر الابتكار في تحسين الأداء التنافسي للمكتبات الجامعية: دراسة حالة مكتبة الملك فهد." \*مجلة إدارة المعرفة\*، العدد ٢٣.
٩. العطاس، عادل. (٢٠٢٠). "استراتيجيات الابتكار وأثرها على تعزيز الميزة التنافسية في المكتبات الوطنية." \*مجلة الاقتصاد والإدارة\*، العدد ٣١.
١٠. القصبي، نور. (٢٠١٩). "الابتكار التكنولوجي ودوره في تطوير خدمات المكتبات العامة." \*مجلة تقنيات المعلومات\*، العدد ١٢.
١١. الحارثي، عبد الله. (٢٠٢١). "الابتكار والإبداع في تطوير خدمات المكتبات العامة: دراسة حالة مكتبة الملك فهد." \*مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية\*، العدد ١٥.
١٢. النجار، سامي. (٢٠١٨). "أثر الابتكار الإداري في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة تطبيقية في القطاع الثقافي." \*مجلة الإدارة العامة\*، العدد ٢٩.

١٣. الصياد، منال. (٢٠٢١). "تكنولوجيا المعلومات والابتكار في المكتبات الجامعية: دراسة مقارنة." \*مجلة دراسات الإدارة\*، العدد ٢٨.
١٤. السبتي، رياض. (٢٠٢٠). "أثر الابتكار المؤسسي على الأداء التنافسي للمكتبات الوطنية: دراسة حالة مكتبة الملك فهد." \*مجلة القيادة والإدارة\*، العدد ١٦.
١٥. السلمي، نوال. (٢٠١٩). "الابتكار في المكتبات ودوره في تعزيز التنافسية: تحليل ميداني." \*مجلة المعلومات والمكتبات\*، العدد ١٤.
١٦. الفهيد، سارة. (٢٠٢٢). "الابتكار التكنولوجي كمحرك للتنافسية في المكتبات العامة." \*مجلة الاقتصاد الرقمي\*، العدد ٩.
١٧. الشهري، ماجد. (٢٠١٩). "تأثير الابتكار على تطوير الخدمات المكتبية: دراسة حالة مكتبة الملك فهد." \*مجلة الاقتصاد والتنمية\*، العدد ٢٠.
١٨. الرويلي، علي. (٢٠٢١). "أثر الابتكار في تعزيز القدرات التنافسية للمكتبات: دراسة تحليلية." \*مجلة العلوم الإدارية\*، العدد ٣٥.
١٩. السيد، حسن. (٢٠٢٠). "استراتيجيات الابتكار في المكتبات وأثرها على التنافسية: دراسة مقارنة بين المكتبات العامة والخاصة." \*مجلة الدراسات الثقافية\*، العدد ١١.
٢٠. الحمد، فاطمة. (٢٠٢١). "دور الابتكار والإبداع في تعزيز التميز المؤسسي: دراسة حالة مكتبة الملك فهد." \*مجلة العلوم الاجتماعية\*، العدد ٢٢.
٢١. فنغور وآخرين، ٢٠٢١، استبيان دور الابتكار، استبيان الميزة التنافسية، دور الابتكار التسويقي في تحقيق الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية.

# الملاحق

في إطار هذه الدراسة التي تسعى إلى استكشاف العلاقة بين الابتكار والميزة التنافسية، يسرني أن أقدم لكم هذا الاستبيان الذي تم تصميمه بعناية لقياس الدور الأساسي الذي يمكن أن يؤديه الابتكار في تعزيز وتطوير الميزة التنافسية للمؤسسات على اختلاف أنواعها ويتمثل الهدف من هذا الاستبيان في دراسة كيفية تبني المؤسسات لاستراتيجيات الابتكار والتي من شأنها أن تحسن من قدرتها على الاستجابة للتحديات المستمرة في بيئة الأعمال الحديثة، التي تتسم بالتغيير المستمر والتطور السريع، ومن خلال هذا الاستبيان نسعى إلى فهم الطريقة التي يمكن بها تحويل الابتكار إلى عنصر محوري في تعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات، والابتكار لا يقتصر فقط على تحسين المنتجات أو الخدمات بل يشمل أيضًا تحسين العمليات الداخلية وزيادة كفاءة الأداء وتبني تقنيات وأساليب جديدة تدفع نحو التميز في السوق، وإن التحديات التي تواجه المؤسسات في الوقت الحاضر بما في ذلك التغيرات التكنولوجية والمنافسة المتزايدة تتطلب أن يكون الابتكار جزءًا لا يتجزأ من استراتيجياتها التنموية لضمان البقاء والنمو في بيئة أعمال تنافسية، وتم اختيار (مكتبة الملك فهد بجدة) كموقع لتطبيق هذا الاستبيان وذلك بالنظر إلى مكانتها كمؤسسة تعليمية وثقافية رئيسية في المملكة العربية السعودية، وتعكس هذه المؤسسة تجربة فريدة يمكن من خلالها دراسة الأثر المباشر للابتكار على تحسين الخدمات المقدمة للمستفيدين. بالإضافة إلى ذلك يعكس اختيار المكتبة رغبتنا في التركيز على مؤسسة ذات تأثير واسع وشامل على مستوى التعليم والثقافة حيث يلعب الابتكار دوراً محورياً في زيادة قدرتها على تقديم خدمات مبتكرة تتماشى مع تطلعات المستفيدين وتلبي احتياجاتهم المتجددة بفعالية، ونأمل أن تساعد نتائج هذا الاستبيان في تقديم رؤى دقيقة وشاملة حول كيفية الاستفادة من الابتكار كأداة فعالة لتعزيز الميزة التنافسية في مؤسسات مختلفة سواء في القطاع العام أو الخاص، كما نتطلع إلى أن تساهم هذه النتائج في تطوير سياسات واستراتيجيات مبتكرة تعتمد على المعرفة مما يعزز من القدرة التنافسية للمؤسسات على المدى الطويل ويضمن لها القدرة على التكيف مع التغيرات المستقبلية.

#### البيانات الشخصية:

الجنس: ☐ ذكر ☐ أنثى

العمر: أقل من 20 سنة ☐ من 21 إلى 29 سنة ☐ 30 إلى 39 سنة ☐ 40 إلى 49 سنة ☐ 50 سنة فأكثر ☐

المؤهل العلمي: أقل من ثانوي ☐ ثانوية عامة ☐ دبلوم ☐ بكالوريوس ☐  
ماجستير ☐ دكتوراة ☐

الحالة الوظيفية: طالب ☐ موظف ☐ غير موظف ☐ متقاعد ☐  
عدد سنوات الخبرة: أقل من 5 سنوات ☐ 10 سنوات ☐ 15 سنة ☐ 20 سنة ☐  
أكثر من 20 سنة ☐

القطاع الذي تعمل به: قطاع حكومي ☐ قطاع خاص ☐ قطاع غير ربحي ☐ لا اعمل ☐

الحالة الاجتماعية: أعزب ☐ متزوج ☐ مطلق ☐ أرمل ☐

### استبيان دور الابتكار

**ملاحظة:** فيما يلي قائمة لبعض المحددات المتعلقة بدور الابتكار في الميزة التنافسية، يرجى توضيح وجهة نظرك الشخصية نحو كل عبارة والتي تمثل أحد أو بعض هذه المحددات وذلك من خلال وضع علامة (✓) في الخانة المتوافقة مع رأيك.

### استبيان دور الابتكار

| الرقم                | العبارات                                                     | غير موافق بشدة | غير موافق | محايد | موافق | موافق بشدة |
|----------------------|--------------------------------------------------------------|----------------|-----------|-------|-------|------------|
| الابتكار في المنتجات |                                                              |                |           |       |       |            |
| 1-                   | تسعى المؤسسة لتقديم منتجات جديدة يصعب امتلاكها من المنافسين. |                |           |       |       |            |
| 2-                   | تتبع المؤسسة الابتكار في المنتج بشكل مستمر.                  |                |           |       |       |            |

|                     |  |  |  |  |                                                                                   |     |
|---------------------|--|--|--|--|-----------------------------------------------------------------------------------|-----|
|                     |  |  |  |  | تقوم المؤسسة بتطوير منتجاتها بناء على حاجات ورغبات الزبائن.                       | -3  |
|                     |  |  |  |  | توفر المؤسسة بيئة مواتية من اجل تطوير الأفكار الجديدة الى منتجات جديدة.           | -4  |
|                     |  |  |  |  | تدعم المؤسسة كل فكرة جديدة في تطوير منتجاتها.                                     | -5  |
| الإبتكار في السعر   |  |  |  |  |                                                                                   |     |
|                     |  |  |  |  | تسعى المؤسسة للإبتكار في السعر لتعزيز قيمة المنتج في نظر الزبون مقارنة بمنافسيها. | -6  |
|                     |  |  |  |  | الإبتكار السعري يأخذ بعين الإعتبار خصائص المستهلكين.                              | -7  |
|                     |  |  |  |  | تقوم المؤسسة بالإبتكار في الأسعار كوسيلة لتحقيق المزيد من التميز.                 | -8  |
|                     |  |  |  |  | تناسب الأسعار التي تقدمها المؤسسة مع جودة أسعارها.                                | -9  |
|                     |  |  |  |  | تطرح المؤسسة عروضاً مبتكرة في السعر لجذب العملاء.                                 | -10 |
| الإبتكار في الترويج |  |  |  |  |                                                                                   |     |
|                     |  |  |  |  | تعتمد المؤسسة على أساليب ترويجية مبتكرة.                                          | -11 |
|                     |  |  |  |  | تتبع المؤسسة أساليب حديثة في الترويج لمنتجاتها عن طريق الأنترنت.                  | -12 |
|                     |  |  |  |  | تعتمد المؤسسة على رجال البيع في الحصول على المعلومات عن الزبائن.                  | -13 |
|                     |  |  |  |  | تقوم المؤسسة بتنشيط مبيعاتها من خلال تقديم المكافآت.                              | -14 |

|                     |  |  |  |  |                                                                            |     |
|---------------------|--|--|--|--|----------------------------------------------------------------------------|-----|
|                     |  |  |  |  | تسعى المؤسسة الى تنمية علاقات متينة مع متعاملها من خلال نشر معلومات واضحة. | -15 |
| الإبتكار في التوزيع |  |  |  |  |                                                                            |     |
|                     |  |  |  |  | للمؤسسة أساليب توزيع جديدة ومبتكرة تتماشى مع احتياجات الزبائن.             | -16 |
|                     |  |  |  |  | تقوم المؤسسة بإستقطاب الكفاءة المتميزة لتوظيف في مهام التوزيع              | -17 |
|                     |  |  |  |  | تقوم المؤسسة بتنظيم دورات تكوينية وتدريبية لرجال البيع.                    | -18 |
|                     |  |  |  |  | تعتمد المؤسسة على المواقع الإلكترونية لتوزيع منتجاتها.                     | -19 |
|                     |  |  |  |  | تسعى المؤسسة من خلال الإبتكار في التوزيع الى التقليل من الجهد.             | -20 |

## استبيان الميزة التنافسية

### البيانات الشخصية:

الجنس: ☐ ذكر ☐ أنثى

العمر: أقل من 20 سنة ☐ من 21 إلى 29 سنة ☐ 30 إلى 39 سنة ☐

40 إلى 49 سنة ☐ 50 سنة فأكثر ☐

المؤهل العلمي: أقل من ثانوي ☐ ثانوية عامة ☐ دبلوم ☐ بكالوريوس ☐

ماجستير ☐ دكتورة ☐

الحالة الوظيفية: طالب ☐ موظف ☐ غير موظف ☐ متقاعد ☐

عدد سنوات الخبرة: أقل من 5 سنوات ☐ 10 سنوات ☐ 15 سنة ☐ 20 سنة ☐

أكثر من 20 سنة ☐

القطاع الذي تعمل به: قطاع حكومي ☐ قطاع خاص ☐ قطاع غير ربحي ☐ لا اعمل ☐

الحالة الاجتماعية: أعزب ☐ متزوج ☐ مطلق ☐ أرمل ☐

**ملاحظة:** فيما يلي قائمة لبعض المحددات المتعلقة بدور الابتكار في الميزة التنافسية، يرجى توضيح وجهة نظرك الشخصية نحو كل عبارة والتي تمثل أحد أو بعض هذه المحددات وذلك من خلال وضع علامة (✓) في الخانة المتوافقة مع رأيك.

| الرقم | الميزة التنافسية                                                                        | غير موافق بشدة | غير موافق | محايد | موافق | موافق بشدة |
|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------|----------------|-----------|-------|-------|------------|
| -1    | تتسم تكلفة تقديم الخدمة في المؤسسة بالإنخفاض مقارنة بالمؤسسات المنافسة.                 |                |           |       |       |            |
| -2    | تعقد المؤسسة تحالفات مع الموردين لتقليل تكاليفها.                                       |                |           |       |       |            |
| -3    | تعتمد المؤسسة على تقديم أكثر من خدمة مما يخفض تكلفة الوحدة الواحدة (وفرات الحجم).       |                |           |       |       |            |
| -4    | تنتهج مؤسستنا استراتيجية خفض التكاليف لأجل زيادة المبيعات.                              |                |           |       |       |            |
| -5    | يمتاز موظفوا المؤسسة بمهارات متعددة                                                     |                |           |       |       |            |
| -6    | تمتلك إدارة المؤسسة السرعة في تطوير منتجاتها إستجابةً للتغيرات في رغبات وحاجات الزبائن. |                |           |       |       |            |
| -7    | يتميز الهيكل التنظيمي للمؤسسة بالمرونة للتكيف مع متغيرات قطاع النشاط.                   |                |           |       |       |            |

|  |  |  |  |  |                                                                           |     |
|--|--|--|--|--|---------------------------------------------------------------------------|-----|
|  |  |  |  |  | مؤسستنا قادرة على التكيف للمتغيرات الداخلية والخارجية.                    | -8  |
|  |  |  |  |  | تعمل مؤسستنا على تحسين الوعي والجودة للأفراد العاملين لديها باستمرار.     | -9  |
|  |  |  |  |  | تعمل المؤسسة على إستجابة شكاوى العملاء بشكل دائم.                         | -10 |
|  |  |  |  |  | تسعى المؤسسة أن تكون منتجاتها ذات جودة عالية.                             | -11 |
|  |  |  |  |  | تخضع المنتجات التي تقدمها المؤسسة الى التحسين المستمر.                    | -12 |
|  |  |  |  |  | تلتزم المؤسسة بالمواعيد المحددة عند تقديم المنتج للزبون.                  | -13 |
|  |  |  |  |  | مدة إنتظار الزبون للحصول على ما يحتاجه من منتجات قصيرة مقارنة بالمنافسين. | -14 |
|  |  |  |  |  | للمؤسسة القدرة على تسليم طلبات الزبائن في وقت أسرع مقارنة بالمنافسين.     | -15 |

|  |  |  |  |  |                                                                                            |     |
|--|--|--|--|--|--------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
|  |  |  |  |  | طريقة تقديم منتجات مناسبة للزبون<br>مقارنة للمنافسين.                                      | -16 |
|  |  |  |  |  | تتميز المؤسسة عن باقي المؤسسات<br>المنافسة بوجود كفاءات بشرية.                             | -17 |
|  |  |  |  |  | يتوفر في المؤسسة فرص لإستخدام<br>تكنولوجيا المعلومات لاتستطيع امتلاكها<br>المؤسسات الأخرى. | -18 |
|  |  |  |  |  | تعتني المؤسسة بإستقطاب الأفراد ذوي<br>المؤهلات العلمية والكفاءة العملية.                   | -19 |
|  |  |  |  |  | تتميز المؤسسة بالمنتجات الجيدة عن<br>باقي المؤسسات المنافسة.                               | -20 |