

دور التفكير الإبتكارى فى دعم الميزة التنافسية للعنصر البشرى
(بالتطبيق على صناعة البرمجيات بجمهورية مصر العربية)

أ.د. عبد المحسن عبد المحسن جودة د.منى إبراهيم ذكرورى
أستاذ إدارة الأعمال أستاذ إدارة الأعمال
كلية التجارة- جامعة المنصورة كلية التجارة- جامعة المنصورة

مرام عبد السلام منصور الشيوى

باحثة ماجستير

كلية التجارة- جامعة المنصورة

ملخص:

تتناول هذه الدراسة معرفة الدور الذي يقوم به التفكير الإبتكارى في اكتساب ميزة تنافسية للعنصر البشرى وذلك بالتطبيق على مديرى شركات البرمجيات بجمهورية مصر العربية ' كما أنها تسعى إلى تحديد تأثير خصائص التفكير الإبتكارى على الميزة التنافسية للعنصر البشرى وتحديد أكثر خصائص التفكير الإبتكارى تأثيراً في الميزة التنافسية 'فضلاً عن تقديم مجموعة من التوصيات فى ضوء أهم النتائج التى ستتوصل إليها الدراسة من أجل تحقيق المنظمة لميزة تنافسية مستدامة. وقد أسفرت نتائج هذه الدراسة عن وجود علاقة تأثير معنوية بين خصائص التفكير الإبتكارى والميزة التنافسية للعنصر البشرى كما تبين ارتفاع نسبة تأثير (التفصيلات ، الطلاقة ، الدافعية الداخلية) عن باقى خصائص التفكير على الميزة التنافسية.

Abstract :

This study discusses realizing the role played by the creative thinking to obtain a competitive advantage for the human element "through applying on software companies' managers in Arab Republic of Egypt" also seeks determining the influence of the creative thinking on the competitive advantage for the human element and determining the most influential characteristics of the creative thinking of the competitive advantage in addition to presenting a set of recommendations in the light of the most important outcomes which the study will recognize in order to achieve a permanent competitive advantage for the organization. The outcomes of this study revealed a moral influence relation between the creative thinking characteristics and the competitive advantage for the human element as well as showing the increase of the percentage effect of (details, fluency and internal motivation) for the rest of the thinking characteristics on the competitive advantage.

أولا المقدمة :-

حين تكافح المنظمات من أجل تحقيق الازدهار فى البيئات المضطربة والتنافسية أو المحافظة عليه ، فإن التفكير الإبتكارى يصبح أمر فى غاية الأهمية . فالمنظمات تعيش فى اقتصاديات غير ملموسة ، اقتصاديات المعلوماتية والتي تعتمد على السرعة والمرونة و الابتكار ولقد أوضح العديد من العلماء أن عددا هائلا من الشركات المختلفة لا تستمد مزاياها التنافسية من تقديم أقل الأسعار أو أحدث التقنيات أو أفضل المنتجات ولكنها تستمد ما من كونها مبتكرة . وهذه المزايا التنافسية منبعها الحقيقي العنصر البشرى ، ويعتبر التفكير الإبتكارى أحد دعائم التنافسية والذي يقوم على أساس تقديم الجديد والذي يحقق للمنظمة التميز والريادة. (أبو النصر،2004)

ومن بين التحديات الكبرى التى تواجه المنظمات ،هى مدى قدرتها على التأقلم مع التقلبات وعلى مسابرة التحولات التى يشهدها العالم من حولنا كتزايد المنافسة و انفتاح الأسواق ، وعلى المنظمات اذا أرادت الاستمرار والنهوض بالاقتصاد أن تعمل على خلق وتنمية قدرات تنافسية .فى هذا العصر أصبح التنافس مبنى على التطور والإبداع التكنولوجى وهذا بدوره يعتمد على العلم والمعرفة اللذان يمتلكهما العقل البشرى ، لذا فاهتمام إدارة المؤسسات فى وقتنا الحالى تتجه نحو العنصر البشرى . فقد تبين بأنه أهم عنصر من عناصر الإنتاج اذ يفوق بقية العناصر الأخرى فى القيمة والأهمية باعتباره يستطيع بقدراته وكفاءته أن يخلق الموارد المختلفة وينميها ويطورها . فالاتجاه السائد اليوم ، هو ضرورة الاستثمار فى العنصر البشرى لأنه يعتبر الاستثمار الحقيقي والدائم . فالإستراتيجية التنافسية المعاصرة التى تتمثل فى الحصول على المزيد من الحصص السوقية والمحافظة عليها ، أصبحت مبنية على العقول البشرية المبدعة، هذه العقول المتمثلة فى : موظفين يحسن اختيارهم ، تدريبهم ، تحفيزهم لخلق الرغبة لديهم على الأداء الجيد ، وكذا منحهم فرص المبادرة ، وتوجيههم بالشكل الذى يولد لديهم القدرة على التوجيه الذاتى.

الاستثمار فى تنمية الموارد البشرية أمر ضرورى لما للموارد البشرية من أهمية قصوى ، فهى الثروة الحقيقية والرئيسية للأمم ، والأمم المتقدمة أيقنت تلك الحقيقة، فأحسننت التخطيط الإستراتيجى ونفذت برامج محددة لتنمية هذه الموارد البشرية على مدار عقود من الزمان ونجحت فيما خططت ونفذت ، فالعنصر البشرى بما لديه من قدرة على التجديد ، الإبداع، الابتكار، الاختراع والتطوير يمكنه أن يتغلب على ندرة الموارد الطبيعية وألا يجعلها عائقا نحو التقدم والنمو عن طريق الاستغلال الأفضل إن لم يكن الأمثل لطاقات المجتمع العلمية والإنتاجية، فضلا عن

الاستغلال الرشيد للموارد الطبيعية والاستثمارات المتاحة. إن الموارد الطبيعية والأموال المتوافرة رغم أهميتها وضرورتها الكبرى لا يغنيان عن العنصر البشري الكفاء والماهر والفعال وهذه الحقيقة راسخة على مر العصور و الأزمان، فالأموال والموارد الطبيعية لا ينتجان منتجاً بذاتهما فالبشر بخصائصهم التي خلقهم الله سبحانه وتعالى عليها هم القادرون على استخدام هذه الموارد بنسب متفاوتة من حيث الكفاءة والفاعلية في العمليات الإنتاجية (مصباح،2007)

الإطار النظري للدراسة والدراسات السابقة:

تسعى هذه الدراسة إلى الكشف عن دور التفكير الإبتكاري في دعم الميزة التنافسية للعنصر البشري وسوف يتم ذلك من خلال ما يلي :

أ- التعرف على مفهوم التفكير الإبتكاري

بالرغم من أهمية التفكير الإبتكاري إلا أن المختصين في التربية وعلم النفس لم يتفقوا على تعريف محدد له . ويعود السبب في ذلك لاختلاف وجهات النظر حول طبيعته حيث يعرفه (Simpon,2001) على أنه (المبادرة التي يبديها الفرد في قدرته على التخلص من السياق العادي للتفكير وإتباع نمط جديد من التفكير). ويعرفه (Guilford,1997) على أنه(نسق مفتوح يتميز الإنتاج فيه بخاصية تنوع الإجابات المنتجة والتي لا تحددها المعلومات المعطاة) ويعرفه (البحراني،2005) على أنه (تفكير فيما وراء ما هو واضح ينتج عنه حلول أو أفكار تخرج عن الإطار المعرفي للفرد المفكر أو البيئة التي يعيش فيها ، وهو التفكير الذي نصل به إلى أفكار لم يسبقنا إليها أحد). ويعرفه (Paul,1999) على أنه (هو مهارة الوصول للجديد ذي النفع والقبول الاجتماعي وينبغي أن يقودنا تفكيرنا للجديد سواء بتطوير ما هو قائم أو الإتيان بالجديد بشرط أن يكون نافعاً ومقبولاً في المجتمع أي غير متعارض مع ثوابت ما يؤمن به المجتمع) ، في حين يعرفه (فريد،1994) على أنه (عملية عقلية لا علاقة لها بإنتاج ما هو جديد و مختلف، بل هو طريقة خاصة في التفكير تعتمد على التعمق في الأشياء والمواقف واستنتاج كافة الاحتمالات الممكنة تجاهها على عكس الطريقة التي تعتمد على وجود إجابة واحدة صحيحة ، بل يجب توجيه التفكير إليها وهي عادة تتطلب الاختيار من عدة بدائل).كما يعرفه (تورانس،1999) على أنه (عملية الإحساس بالمشكلات والثغرات ونواحي النقص في المعرفة واكتشاف العناصر المفقودة ونواحي الاختلاف فيها ووضع التخمينات وفرض الفروض الخاصة بها و اختبارها وربما تعديل هذه الفروض وإعادة اختبارها ثم التوصل للنتائج). ويعرفه (المهري،2005) للتفكير الإبتكاري

وهو(قدرة الفرد على إنتاج مجموعة من الأفكار والاستجابات الجديدة لمشكلة معينة ومعالجتها بطريقة منطقية تتميز بالمرونة والطلاقة والأصالة والتوصل إلى نتائج لم يسبق إليها أحد) وتتفق الباحثة مع التعريفات السابقة حيث يمكن للباحثة من خلالها أن تستخلص تعريفاً للتفكير الإبتكارى حيث يمكن تعريفه على أنه " قدرة الفرد على التفكير فيما وراء ما هو واضح بغرض إنتاج مجموعة من الأفكار ومعالجتها بطريقة منطقية تتميز بالمرونة والطلاقة والأصالة بغرض استخدامها فى تطوير ما هو قائم أو الإتيان بالجديد ذي النفع الإجتماعى أى التوصل إلى نتائج لم يسبق إليها أحد لكسب ميزة تنافسية عن المنافسين"

ب- خصائص التفكير الإبتكارى

لا يوجد اتفاق بين المختصين فى التربية وعلم النفس على سمات التفكير الإبتكارى ، فلقد قام جيلفورد بتقسيمها إلى قدرات معرفية وقدرات إنتاجية ، وذهب بعض من المختصين لعرضها إلى عناصر مثل (الطلاقة، المرونة، الأصالة، الإحساس بالمشكلات، التفصيلات)،فى حين أضافت(Maria E.Burke) (الخيال الخلاق، الدافعية الداخلية).

و سوف تعتمد الباحثة على تقسيم Maria لسمات التفكير الإبتكارى وذلك لأنه أعم وأشمل تقسيم كما أنه أضاف عنصر الخيال الخلاق والدافعية الداخلية وهم جزء مهم من خصائص التفكير الإبتكارى.

وتتمثل خصائص التفكير الإبتكارى فى عنصر الأصالة وهو مفهوم يجمع بين مظاهر سلوكية تتبلور فى القدرة على إعطاء أفكار أصيلة أو ينظر إليها على أنها نفور من تكرار ما يفعله الآخرون أو يفكرون فيه ، بينما المرونة بأنواعها المختلفة قاصرة على النفور من تكرار الشخص لذاته، أفكاره وأفعاله، وقد ينظر إلى الأصالة على أنها تدل على إدراك الفرد للأشياء فى صورة جديدة غير مألوفة أو أنها إدراك علاقات نادرة جديدة. (عبد المطلب، 2000) ونجد أيضاً من خصائص التفكير الإبتكارى عنصر المرونة وهى القدرة على إنتاج حلول أو أشكال مناسبة ، وهذه الحلول تتسم بالتنوع و اللانمطية وهى عكس الجمود ذهنى ، فالمرونة تتحدد بالقدرة على توليد أفكار متنوعة ليست من نوع الأفكار المتوقعة عادة، وتوجيه أو تحويل مسار التفكير مع تغيير المثير أو متطلبات الموقف.(عزيز، 2005). كما نجد من خصائص التفكير الإبتكارى عنصر الطلاقة وهى القدرة على الإنتاج السريع لعدد من الحلول والتوضيحات والتكوينات بناء على

مثيرات شكلية أو وصفية وهي تتحدد بعدد الاستجابات أو سرعة صدورهما أو بهما معاً ، وتعنى القدرة على استدعاء أكبر عدد ممكن من الاستجابات المناسبة تجاه مشكلة أو مثير معين إضافة إلى السرعة أو السهولة في توليدها (عزيز، 2005).

ومن خصائص التفكير الإبتكارى أيضاً الحساسية للمشكلات وتعنى القدرة على التعرف على مواطن الضعف أو النقص أو الفجوات فى الموقف المثير وهى قدرة الفرد على رؤية الكثير من المشكلات فى موقف ما، فى الوقت الذى لا يرى فيه شخص آخر أية مشكلات ، أو هذا القدر من المشكلات التى يراها المبتكر ويعتبر الإحساس بالمشكلات الخطوة الأولى فى مجال الابتكار والإنتاج الجديد الذى يقدم حلولاً مختلفة للمشكلات ، كما يدل ذلك على ارتفاع مستوى الوعى وزيادته عند الفرد (نوبى، 2001).

ومن خصائص التفكير الإبتكارى أيضاً عنصر التفصيلات وهى قدرة الفرد على تطوير الفكرة وتحسينها بإضافة تفصيلات وإيضاحات إليها تساعد على ابراز فكرته الأصلية وتقاس التفصيلات بعدد التفاصيل، الأفكار، أو المعاني التى تضاف إلى الاستجابة الأصلية (الأسطل، 2005).

كما قامت Maria بإضافة عنصر الخيال الخلاق والدافعية الداخلية ويعتبر الخيال الخلاق ويقصد به القدرة على التخيل و اختلاق العلاقات Forced relationships عن طريق القراءات المتعددة ، وتعدد الاهتمامات وتنمية مدارك العقل وإثراء معرفته إن القدرة على رؤية المواقف من وجهات نظر مختلفة متصلة بالقدرة على الانفتاح العقلى والتحرك بعيداً عن الجمود العقلي (وجهات النظر الضيقة) حيث يكون لكل اختيار إمكانية التحقق، وكل الإمكانيات تعتبر اختيارات ، كما تعبر الدافعية الداخلية عن الحاجة أو الرغبة للاستمتاع بالعمل لمكافأته الخاصة. فهى تمثل الالتزام حيال العمل أو المهمة دون الاعتماد على المؤثرات الخارجية كالمال أو الرضا من الآخرين.

ت- التعرف على مفهوم ومصادر الميزة التنافسية للعنصر البشرى

يعرفها (czepiel,1992) بأنها استثمار لمجموعة الأصول البشرية بهدف إنتاج قيمة للعملاء تلبى احتياجاتهم. فى حين يعرفها (stabell,1998) بالمجالات التى يمكن للمنظمة أن تنافس فيها غيرها بطريقة أكثر فاعلية وبهذا فهى تمثل نقطة قوة تنسم بها المنظمة دون منافسيها وذلك فيما يتعلق بمواردها وكفاءتها البشرية. ويعرفها (Macmillan&Tampoe,2000) بأنها الوسيلة التى تستطيع من خلالها المنظمة الفوز فى منافستها مع الآخرين من خلال إدارة الموارد البشرية. فى

حين يعرفها (قطب،2002) بمجموعة الخصائص التي تنفرد بها المنظمة عن غيرها والتي تتمثل في الإبداع والتميز والتي تمكنها من تقديم خدمات لعملائها بشكل جديد واستقطاب عملاء جدد باستمرار وتدار بواسطة نظام معلومات (إداري – بشري متناسق). ويعرفها (على السلمي،2000) بأنها مجموعة المهارات والتكنولوجيات والقدرات البشرية والتي تستطيع الإدارة تنسيقها واستثمارها لتحقيق أمرين أساسيين:

- إنتاج قيم ومنافع للعملاء أعلى مما يحققه لهم المنافسون.

- تأكيد حالة من التميز والاختلاف فيما بين المنظمة ومنافسيها .

ويعرفها (pits,lei,1996) قدرة المنظمة على إنجاز أنشطتها المختلفة بفاعلية وبشكل أفضل من المنافسين استناداً الى العقول المفكرة بداخلها ، ويعرفها(عبود،2005) بأنها القدرة على تفوق المنظمة على المنافسين فى واحدة أو أكثر من أبعاد الأداء الإستراتيجي (التكلفة، الجودة، الوقت، الابتكار).، فى حين يعرفها(porter,2004) بأن الميزة التنافسية تنشأ بمجرد توصل المؤسسة لاكتشاف طرق جديدة أكثر فاعلية من قبل المنافسين ، حيث يكون بمقدورها تجسيد هذا الاكتشاف ميدانياً وبمعنى آخر بمجرد حدوث إبداع بمفهومه الواسع.

ومن التعاريف السابقة للميزة التنافسية فإن الباحثة سوف تعتمد على تعريف (قطب،2002) للميزة التنافسية وهو(مجموعة خصائص تنفرد بها المنظمة عن غيرها تتمثل فى التميز والإبداع والتي تمكنها من تقديم خدمات لعملائها بشكل جديد واستقطاب عملاء جدد باستمرار وتدار بواسطة نظام معلومات إدارى – بشري متناسق). وذلك لأن :-

- اعتماده على العنصر البشرى كأحد عناصر الانتاج التي يتم الاعتماد عليها لتحقيق أهداف المنظمة والحصول على ميزة تنافسية.

- تركيزه على عنصر التميز والإبداع وهو ما تسعى إليه هذه الدراسة من خلال الاعتماد على التفكير الإبتكارى للعنصر البشرى لتحقيق الميزة التنافسية.

أما عن مصادر الميزة التنافسية للعنصر البشرى

بالرغم من أهمية العنصر البشرى للميزة التنافسية الا أن المختصين والباحثين لم يتفقوا على

مصادر واحدة للميزة التنافسية للعنصر البشرى حيث يوجد عدة اتجاهات :-

الاتجاه الأول(Khavul,2008): تنقسم فيه مصادر الميزة التنافسية الى:

- مصدر جسدى : والذى يقوم على القوة الجسدية للعنصر البشرى وتزداد أهميته فى بعض مجالات العمل (منظمات الشحن، الخدمات المعاونة).
- مصدر سلوكى : وتكون أكثر مطلباً فى الإدارات والأقسام التى تتعامل مع العملاء والجماهير.
- مصدر فكرى : ويتعلق بالأفكار الجديدة وبالتطوير و الابتكار وتزداد أهميته فى مراكز البحوث والتطوير(مثل منظمات صناعة السيارات ، منظمات البرمجيات).

الاتجاه الثانى(Ma,1999) تنقسم فيه مصادر الميزة التنافسية الى:

- مصادر للميزة مبنية على ملكية المنظمة لخصائص وسمات معينة كامتلاكها لمواهب إدارية استثنائية أو أن تكون ذات سمعة متميزة.
- مصادر للميزة مبنية على قدرة المنظمة فى الوصول إلى أسواق المواد الأولية أو الوصول الى العملاء بشكل يفوق قدرة منافسيها فى ذلك وهذه الميزة تعتمد على علاقة المنظمة مع الآخرين لاسيما ذات الصلة بمجال عملها.
- مصادر للميزة مبنية على براعة وكفاءة المنظمة تشير إلى المعرفة و الابتكار والقدرات التى تمكن المنظمة من إدارة أعمالها بشكل أكثر فاعلية وكفاءة مقارنة مع منافسيها ويمكن للمنظمة توفير هذه المصادر من خلال اعتمادها على التعلم التنظيمى وبناء روتين خاص بها لإدارة أعمالها أو من خلال العمل على إعاقه تعلم المنافسين لمعارف جديدة والحد من قدرتهم على اكتساب القدرات الجديدة .

الاتجاه الثالث:(Kay,2003)

ومن إحدى جهات النظر المعاصرة التى تشير إلى أن الميزة التنافسية هي عبارة عن تتابع للكفاءات والقدرات الجوهرية التى تتمثل فى طبيعة المنظمة وهنا نجد أن kay حدد تلك المصادر فى الجوانب الأربعة التالية :-

- الشهرة أو السمعة Reputation: والتى تمكن المنظمة من تحديد أسعار عالية أو الحصول على حصة سوقية عالية من خلال أسعار تنافسية لمنتجاتها.

- التصميم Designing : الإنفراد فى تصميم المنتج بشكل يفوق منافسيه.
- الابتكار Creative: وهى من أكثر مصادر الميزة التنافسية قوة وتعد الابتكارات النوعية صعبة التعزيز.
- الموجودات الإستراتيجية strategic assets: تعد مصدر مهما من مصادر الميزة التنافسية والتي لا تستند على القدرات المتميزة للمنظمة ، بل تستمد على ميادينها أو موقفها السوقى ، وحجمها ، حصتها السوقية ، والأسواق التي تختارها لبيع منتجاتها.

الاتجاه الرابع: (Aker,1999)

ونجد أنه فى بحثه الذي أجراه و الذي شمل (248) مديراً فى مجموعة منظمات الخدمة والمنظمات ذات التقنيات العالية فقد حدد مصادر واسعة التنوع لتحقيق وتعزيز الميزة التنافسية والتي أشار أنها تختلف من صناعة لأخرى وقد حدد مصادر الميزة التنافسية إلى:

- الشهرة النوعية - الاسم المدرك
 - إنتاج بتكلفة منخفضة - الأسبقيات التقنية
 - الابتكار باستمرار - مهارات تسويقية واسعة
 - بحث وتطوير هندسي - تصورات إعلان قوية
- ومن الاتجاهات ووجهات النظر المختلفة فإن الباحثة سوف تعتمد على اتجاه (khavul,2008) والذي ينحصر في (مصدر جسدى ، مصدر فكري ، مصدر سلوكي) وذلك للأسباب التالية :-

- أعم وأشمل اتجاه بالنسبة لمصادر الميزة التنافسية للعنصر البشرى.
- وذلك لأنه أدق اتجاه قام بعرض مصادر الميزة التنافسية للعنصر البشرى بشكل خاص عكس الاتجاهات المختلفة التي قامت بعرض مصادر للميزة التنافسية بشكل عام وليس من ناحية العنصر البشرى فقط.

ومن ذلك يتضح أن التفكير الإبتكارى قد أسهم فى بناء مصادر الميزة التنافسية للعنصر البشرى ، اذ يمكن الاشارة إلى أن التفكير الإبتكارى تعد إحدى الطرق المتاحة للوصول إلى تحقيق الميزة التنافسية المنشودة.

الشروط الأساسية اللازمة لدعم العنصر البشرى من أجل الحصول على الميزة تنافسية:

- التدقيق فى اختيار العناصر المرشحة لشغل وظائف تساهم فى قضية بناء وتنمية وتوظيف القدرات التنافسية والتأكد من توافق التكوين الفكرى والنفسي و الإجتماعى للأشخاص المرشحين مع مطالب الوظيفة.
- التأكد من إسناد الأعمال والمهام المناسبة للأفراد ، وتجنب الأخطاء الشائعة من استخدام هؤلاء الأفراد المتميزين فى أعمال تقل كثيراً عن قدراتهم ومستوياتهم وتفكيرهم.
- الحرص على أن يشارك هؤلاء الأفراد المتميزين فى صياغة وتشكيل المهام التفصيلية التي يقومون بها ، وترك مساحة جيدة من المرونة وحرية الحركة لهم لإعادة الصياغة فى ضوء ظروف التنفيذ وحركة المتغيرات.
- تمكين الأفراد المتميزين وتخويلهم صلاحيات اتخاذ القرار فيما يتعلق بتنظيم و تفعيل الموارد المخصصة لتنفيذ المهام المساندة اليهم ، وتطبيق مبدأ المحاسبة بالنتائج والمساءلة وفقاً للإنجازات وليس على أساس الالتزام بقواعد ونظم العمل وبغض النظر عن النتائج .
- إعمال نظم للتقييم المتكامل لأداء هؤلاء الأفراد المتميزين تأخذ فى الاعتبار جميع عناصر ومكونات الأداء وتأثيراته على مجمل موقف المنظمة ومستقبلها.
- تعويض عمال المعرفة حسب نتائج الأداء وإتاحة الفرص لهم للمشاركة فى عوائد إنتاجهم الفكرى بتطبيق نظم المشاركة فى الأرباح ، وتوزيع أسهم مجانية.
- تخطيط عمليات التدريب والتنمية المستمرة لعمال المعرفة وإتاحة الفرص لهم للمشاركة فى المؤتمرات والفعاليات العملية والمهنية المختلفة وتطبيق نظام يقضى تحمل المنظمة عنهم رسوم الاشتراك فى تلك الفعاليات ورسوم العضوية فى الجمعيات والهيئات العلمية والمهنية ذات العلاقة.

وللميزة التنافسية القوية عدة خصائص تتصف بها :

- تلبية رغبات و احتياجات العميل ، حيث تقدم الشركة قيمة لعملائها لا يستطيع المنافسون تقديمها.
- تكون دائمة ومستمرة ومن الصعب أن يقلدها المنافسون – فيمكن لقسم الأبحاث والتطوير أن يطور المنتجات أو عمليات جديدة بصورة متسقة للبقاء متفوقاً على المنافسين.
- تقدم الأساس للمزيد من التحسين والتطوير.

ومما سبق يتضح أن معظم الدراسات التي تناولت التفكير الإبتكارى تناولته كمتغير تابع يتأثر بالعديد من المتغيرات (النوع ، التدريب ، التعلم ، المؤثرات البيئية) وغيرها من المتغيرات بينما تناولته نسبة قليلة كمتغير مستقل وأيضاً جميع الدراسات السابقة تعرضت للعنصر البشرى باعتباره ميزة تنافسية بصفة عامة ولم تقم بتحديد أى بعد من الأبعاد الثلاثة (جسدى ، سلوكى ، فكرى) ولا توجد دراسة – على حد علم الباحثة - قامت بدراسة دور التفكير الإبتكارى فى دعم الميزة التنافسية ، الأمر الذى دفع الباحثة للقيام بهذه الدراسة فى محاولة منها لتحديد دور التفكير الإبتكارى فى دعم الميزة التنافسية للعنصر البشرى.

ثالثاً : مشكلة الدراسة

فى سبيل تحديد المشكلة وصياغتها قامت الباحثة بإجراء دراسة استطلاعية أوضحت نتائجها بعض المظاهر من أهمها:

أ- المظاهر المتعلقة بالتفكير الإبتكارى

عدم اهتمام المديرين بتنمية التفكير الإبتكارى داخل صناعة البرمجيات حيث تبين للباحثة: قلة الاهتمام ببرامج التدريب التى تعمل على تنمية التفكير الإبتكارى لدى المبرمجين ، قلة رغبة الفرد فى التعلم والميل للوصول لمستوى معين من الكفاءة والاستقرار عند هذا المستوى وعدم الرغبة فى الارتقاء إلى مستوى أعلى من الكفاءة.

المظاهر المتعلقة بالميزة التنافسية للعنصر البشرى

بالرغم من إدراك مديري شركات البرمجيات لأهمية العنصر البشرى كميزة تنافسية داخل شركاتهم إلا أنه وجد : اعتماد كثير من المديرين على الميزة التنافسية داخل صناعة البرمجيات من خلال خفض الأسعار، قلة الاهتمام بالإمكانيات اللازمة لتنفيذ البرامج.

وعلى ضوء تلك المظاهر السابقة يصبح التساؤل المطروح هو : " كيف يمكن لمديري شركات البرمجيات الاهتمام بتنمية التفكير الإبتكارى لموظفيهم من أجل الاعتماد عليهم فى خلق ميزة تنافسية ؟ "

رابعاً : اهداف الدراسة:

انطلاقاً من مشكلة الدراسة يمكن صياغة مجموعة من الأهداف تسعى الدراسة إلى تحقيقها :

- 1- معرفة مدى تأثير خصائص التفكير الإبتكارى على الميزة التنافسية على العنصر البشرى وتحديد أكثر خصائص التفكير الإبتكارى تأثيراً على الميزة التنافسية.
- 2- تقديم مجموعة من التوصيات على ضوء أهم النتائج التى سوف يتم التوصل إليها ، وذلك لمحاولة دعم وتنمية العنصر البشرى من أجل جعله الميزة التنافسية الأساسية داخل المنظمات.

خامساً: فروض الدراسة: انطلاقاً من الأهداف السابق ذكرها فقد امكن صياغة فروض الدراسة على النحو التالى:

- 1- لا توجد علاقة لها دلالتها الإحصائية بين خصائص التفكير الإبتكارى واكتساب ميزة تنافسية للعنصر البشرى فى شركات صناعة البرمجيات محل الدراسة وينقسم هذا الفرض إلى فرضين فرعيين:-
 - لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين خصائص التفكير الإبتكارى وإنتاج البرامج.
 - لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين خصائص التفكير الإبتكارى وتسويق البرامج.
- 2- لا يوجد تأثير معنوي للتفكير الإبتكارى فى اكتساب ميزة تنافسية للعنصر البشرى لشركات صناعة البرمجيات. وينقسم هذا الفرض على فرضين فرعيين:
 - لا يوجد تأثير معنوي لخصائص التفكير الإبتكارى على إنتاج البرامج.
 - لا يوجد تأثير معنوي لخصائص التفكير الإبتكارى على تسويق البرامج.

2- لا توجد فروق لها دلالتها الإحصائية بين خصائص التفكير الإبتكارى فى درجة تأثيرها على الميزة التنافسية للعنصر البشرى وذلك فى مجال:

- إنتاج البرامج
- تسويق البرامج

سادساً: أهمية الدراسة:

1- الأهمية العلمية:

1-1 تعتبر هذه الدراسة بمثابة إضافة إلى الدراسات الخاصة بالميزة التنافسية للعنصر البشرى حيث أن الميزة التنافسية للعنصر البشرى لم تحظى باهتمام كبير سواء فى الدراسات العربية وحتى الدراسات الأجنبية التى تعرضت لها لم تتناول تأثير التفكير الإبتكارى عليه.

2-1 التاصيل العلمى لمفهوم التفكير الإبتكارى وأساليب تنميته من أجل استخدامه فى جذب الميزة التنافسية المستدامة للمنظمات.

2- الأهمية التطبيقية:

2-1- محاولة مساعدة المنظمات فى تفعيل الاهتمام بالعنصر البشرى باعتباره أداة تجديد وابتكار تمنح المنظمات ميزة تنافسية مستدامة تكتسبها من الأطراف المنافسة.

2-2 تناول الدراسة لقطاع من القطاعات الحيوية على مستوى العالم وهو قطاع صناعة البرمجيات حيث أنه يعتبر من أهم صناعات الحاضر والمستقبل.

سابعاً: أسلوب الدراسة:

سوف تعتمد الباحثة على أسلوبين أساسيين فى الدراسة الحالية ، وهما:

1- الأسلوب المكتبى :

ذلك من خلال الرجوع إلى المصادر العلمية المختلفة العربية و الاجنبية والمتمثلة فى الكتب والدوريات والأبحاث والرسائل ذات الصلة بموضوع الدراسة وتسعى الباحثة إلى الاستفادة من هذا الأسلوب فى إعداد الإطار النظري للدراسة.

2- الأسلوب الميدانى :

يتمثل الغرض الأساسي من استخدام هذا الأسلوب في جمع البيانات اللازمة لاستكمال الدراسة وذلك حتى تتمكن الباحثة من التحقق من صحة أو عدم صحة فروض الدراسة وسوف يتحقق ذلك من خلال:

1- متغيرات الدراسة

تناولت هذه الدراسة دور التفكير الإبتكاري في دعم الميزة التنافسية للعنصر البشري ، وعليه تتمثل متغيرات الدراسة فيما يلي:

1/1 خصائص التفكير الإبتكاري (المتغير المستقل)

2/1 الميزة التنافسية للعنصر البشري (المتغير التابع)

وقامت الباحثة بقياس تلك المتغيرات باستخدام قائمة استقصاء صممت لهذا الغرض.

2- مجتمع الدراسة والعينة :

*مجتمع الدراسة: يتمثل مجتمع الدراسة في الشركات العاملة في قطاع صناعة البرمجيات بجمهورية مصر العربية وقد بلغ اجمالي عدد الشركات موضع الدراسة(742) شركة وذلك تبعا لسجلات مركز تكنولوجيا المعلومات التابع لرئاسة مجلس الوزراء لعام 2014.

*عينة الدراسة: قامت الباحثة بسحب عينة عشوائية منتظمة لوجود مجتمع متجانس و اطار كامل للمجتمع ، وتم تحديد حجم العينة باستخدام المعادلة التالية(الإمام،2006).

$$\text{حجم العينة (ن)} = \frac{(2\sigma_{z} 2\sigma_{\alpha})}{2\sigma_{z} + 2(\alpha)} = 253 \text{ مفردة}$$

جدول رقم(1): توزيع مجتمع وعينة الدراسة

م	بيان بالمحافظات	عدد شركات البرمجيات	عينة الدراسة
1	القاهرة	421	143
2	الجيزة	165	56
3	القليوبية	11	4
4	الاسكندرية	87	29
5	الدلتا	44	15
6	القنال	6	2
7	مصر العليا	5	1
8	البحر الأحمر	3	1
		(742)	(253)

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على سجلات مركز تكنولوجيا المعلومات التابع لرئاسة مجلس الوزراء

3- أداة جمع البيانات: اعتمدت الباحثة في تجميع بيانات الدراسة الميدانية من مصادرها الأولية على قائمة الاستقصاء المعدة لهذا الغرض.

صدق وثبات المقياس المستخدم:

إن هذا الاختبار يمثل تقييماً للقائمة المستخدمة بغرض التأكد من أنها تقيس بالفعل ما وضعت لقياسه ، وأن العبارات المستخدمة تعطى للمستقصى منه المعنى والمفهوم الذي تقصده الباحثة ، وقد قامت الباحثة بإجراء اختبار الصدق الوصفي بالاعتماد على آراء الأساتذة المشرفين على هذه الدراسة ، كما تم عرض قائمة الاستقصاء في صورتها الأولية على بعض أعضاء هيئة التدريس بكلية تجارة المنصورة ، وذلك لمعرفة جوانب القصور بالقائمة وقد أبدى المحكمون بعض الملاحظات الشكلية واللغوية والموضوعية وقد تم حذف بعض العبارات وإضافة عبارات أخرى لتوضيح المعنى المطلوب ، ثم تم إجراء اختبار مبدئي للقائمة المعدلة على 50 مفردة من عينة الدراسة للتأكد من مدى وضوح العبارات ومصداقيتها في قياس المتغيرات.

كما تم حساب معامل الثبات وذلك للتأكد من مدى امكانية الاعتماد على نتائج الدراسة الميدانية في تعميم النتائج ، وقد تم استخدام معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) من خلال برنامج (spss16) وأشارت النتائج إلى أن جميع قيم معاملات الثبات لجميع المتغيرات قيم مقبولة ، حيث تراوحت قيم معامل الثبات بين (0,750: 0,954) كما تم حساب معامل الصدق للتأكد من أن المقياس الذي تم استخدامه في قائمة الاستقصاء يقيس فعلياً ما أعدت من أجله ، وتم احتسابه بإيجاد الجذر التربيعي لمعامل الثبات ، وكانت جميعها قيم مقبولة ، كما يوضح الجدول التالي:

جدول رقم (4) نتائج اختبار الصدق والثبات لقائمة استقصاء الدراسة

المتغيرات	معامل الثبات	معامل الصدق
التفكير الإبتكارى	0,750	0,563
الميزة التنافسية	0,954	0,911

المصدر: من إعداد الباحثة في ضوء نتائج التحليل الإحصائي

وبذلك تشير النتائج السابقة إلى ثبات وصدق أداة القياس المستخدمة في هذه الدراسة ، ومن ثم إمكانية الاعتماد عليها في نتائج الدراسة الميدانية.

4- أساليب التحليل الإحصائي وهي معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) لاختبار ثبات وصدق المقياس ، وتحليل الانحدار البسيط والمتعدد المتدرج (Stepwise).

ثامناً: نتائج الدراسة التطبيقية

- حيث تقوم الباحثة بعرض نتائج اختبار صحة أو خطأ فروض الدراسة وذلك على النحو التالي : " لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين خصائص التفكير الإبتكارى والميزة التنافسية للعنصر البشرى. وينقسم هذا الفرض إلى فرضين فرعيين:
 - لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين خصائص التفكير الإبتكارى وإنتاج البرامج.
 - لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين خصائص التفكير الإبتكارى وتسويق البرامج.
- وللتحقق من صحة هذا الفرض اعتمدت الباحثة على معامل الارتباط لبيرسون

جدول رقم (7) مصفوفة معاملات الارتباط بين التفكير الإبتكارى وأبعاد الميزة التنافسية

الابعاد	الأصالة	المرونة	التفصيلات	الحساسية للمشكلات	الخيال الخلاق	الدافعية الداخلية	الطلاقة	إنتاج البرامج	تسويق البرامج
الأصالة	1								
المرونة	391,	1							
التفصيلات	570,	269,	1						
الحساسية للمشكلات	513,	320,	777,	1					
الخيال الخلاق	536,	076,	120,	035,	1				
الدافعية الداخلية	097-,	373,	057-,	056,	318-,	1			
الطلاقة	372,	187,	101,	033,	796,	268,	1		
إنتاج البرامج	243-,	580,	752-,	702-,	318,	230,	372,	1	
تسويق البرامج	042-,	375,	440-,	270-,	395,	333,	517,	799,	1

المصدر: من إعداد الباحثة فى ضوء نتائج التحليل الإحصائى

ويتضح من بيانات الجدول السابق مايلي:

عدم صحة الفرض الأول من فروض الدراسة بجميع فروضه الفرعية . وهذا يعنى أن هناك علاقة ارتباط معنوية بين التفكير الإبتكارى والميزة التنافسية للعنصر البشرى.

I. اختبار مدى صحة او خطأ الفرض الثانى من فروض الدراسة والذي ينص على

" لا يوجد تأثير معنوي للتفكير الإبتكارى في اكتساب ميزة تنافسية للعنصر

البشرى لشركات صناعة البرمجيات". وينقسم هذا الفرض إلى فرضيين

فرعيين:

II. لا يوجد تأثير معنوي لخصائص التفكير الإبتكارى على إنتاج البرامج.

III. لا يوجد تأثير معنوي لخصائص التفكير الإبتكارى على تسويق البرامج.

وقد استخدمت الباحثة أسلوب تحليل الانحدار للتحقق من صحة هذا الفرض وذلك على النحو التالى:

جدول رقم(8) معاملات الانحدار الخطى للتفكير الإبتكارى على الميزة التنافسية

B		المتغير التابع	R ²	Sig	F	المتغير المستقل
115,582	Constant	الميزة التنافسية	0,732	0,000	322,391	التفكير الإبتكارى
0,934	(B)					

يتضح من بيانات الجدول السابق مايلي :

- 1- معنوية نموذج الانحدار ، حيث بلغت قيمة (F) (322,391) عند مستوى معنوية 5%.
- 2- يوجد علاقة تأثير معنوية للتفكير الإبتكارى على الميزة التنافسية ، حيث بلغ معامل التحديد(R²) (0,732) أى ان التفكير الإبتكارى استطاع أن يفسر 73% من التغير في الميزة التنافسية داخل شركات البرمجيات.

جدول رقم (9) معاملات الانحدار الخطى بين الأصالة إنتاج البرامج

B		المتغير التابع	R ²	SIG	F	المتغير المستقل
6,92	Constant	إنتاج البرامج	059,	0,000	395,7	الأصالة
7,2	B)(

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي:

- 1- معنوية نموذج الانحدار ، حيث بلغت قيمة (F) (7,395) عند مستوى معنوية 5% .
- 2- يوجد علاقة تأثير معنوي ضعيف للأصالة على إنتاج البرامج ، واتضح ذلك في نتائج التحليل الإحصائي عند اختبار الانحدار الخطي البسيط بين الأصالة وإنتاج البرامج باستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS16) ، كما تم استبعاده من خلال أسلوب stepwise .
- 3- اختبار صحة الفرض الفرعي والذي ينص على "" لا يوجد تأثير معنوي بين الأصالة وتسويق البرامج" وقد تم استخدام تحليل الانحدار البسيط لاختبار مدى صحة هذا الفرض . والجدول التالي يوضح نتائج هذا التحليل الإحصائي:

جدول رقم (10) معاملات الانحدار الخطي بين الأصالة وتسويق البرامج

المتغير المستقل	F	SIG	R ²	المتغير التابع	B
الأصالة	,208	0,000	,002	تسويق البرامج	83,06
					(B)

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على نتائج التحليل الإحصائي

يتضح من بيانات الجدول السابق مايلي :

- 1- عدم معنوية نموذج الانحدار ، حيث بلغت قيمة (F) (208) .
- 2- يوجد علاقة تأثير معنوي ضعيف جداً للأصالة على تسويق البرامج ، واتضح ذلك في نتائج التحليل الإحصائي عند اختبار الانحدار الخطي البسيط بين الأصالة وتسويق البرامج باستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS16) ، كما تم استبعاده من خلال أسلوب stepwise .
- 4- اختبار صحة الفرض الفرعي والذي ينص على "" لا يوجد تأثير معنوي بين الحساسية للمشكلات وإنتاج البرامج" وقد تم استخدام تحليل الانحدار البسيط لاختبار مدى صحة هذا الفرض . والجدول التالي يوضح نتائج هذا التحليل الإحصائي:

جدول رقم (11) معاملات الانحدار الخطي بين الحساسية للمشكلات وإنتاج البرامج

المتغير المستقل	F	SIG	R ²	المتغير التابع	B
الحساسية للمشكلات	114,841	0,000	,493	إنتاج البرامج	117,5
					(B)

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على نتائج التحليل الإحصائي

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي :

- 1-معنوية نموذج الانحدار ، حيث بلغت قيمة (F) (114,841) عند مستوى معنوية 5%.
- 2-يوجد علاقة تأثير معنوية للحساسية للمشكلات على إنتاج البرامج ، حيث بلغ معامل التحديد (R²)،(493) أى ان عنصر الحساسية للمشكلات استطاع أن يفسر 49,3% من التغير فى إنتاج البرامج داخل شركات البرمجيات، وتفسر الباحثة أن قوة العلاقة التأثيرية ترجع إلى وجود علاقة ارتباط قوية بين الحساسية للمشكلات وإنتاج البرامج حيث بلغ معامل الارتباط 70% عند مستوى معنوية 5% واتضح ذلك فى نتائج التحليل الإحصائي عند اختبار الانحدار الخطى البسيط بين الحساسية للمشكلات وإنتاج البرامج باستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS16)، ويتفق ذلك مع دراسة (Nitza,2006) أن الحساسية للمشكلات لها تأثير كبير على الإنتاج.
- 5-اختبار صحة الفرض الفرعي والذي ينص على "" لا يوجد تأثير معنوى بين الحساسية للمشكلات وتسويق البرامج" وقد تم استخدام تحليل الانحدار البسيط لاختبار مدى صحة هذا الفرض . والجدول التالي يوضح نتائج هذا التحليل الإحصائي:

جدول رقم (12) معاملات الانحدار الخطى بين الحساسية للمشكلات وتسويق البرامج

المتغير المستقل	F	SIG	R ²	المتغير التابع	B
الحساسية للمشكلات	9,250	0,000	,073	تسويق البرامج	83,9
					1,10

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على نتائج التحليل الإحصائي

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي :

- 1-معنوية نموذج الانحدار ، حيث بلغت قيمة (F) (9,250) عند مستوى معنوية 5%.
- 2-يوجد علاقة تأثير معنوى ضعيف للحساسية للمشكلات على تسويق البرامج باستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS16)، كما تم استبعاده من خلال أسلوب stepwise.
- 6-اختبار صحة الفرض الفرعي والذي ينص على "" لا يوجد تأثير معنوى بين المرونة وإنتاج البرامج" وقد تم استخدام تحليل الانحدار البسيط لاختبار مدى صحة هذا الفرض . والجدول التالي يوضح نتائج هذا التحليل الإحصائي

جدول رقم (13) معاملات الانحدار الخطى بين المرونة وإنتاج البرامج

B		المتغير التابع	R ²	SIG	F	المتغير المستقل
28,6	Constant	إنتاج البرامج	,006	0,000	,753	المرونة
2,29	B					

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على نتائج التحليل الإحصائي

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي :

- 1- عدم معنوية نموذج الانحدار ، حيث بلغت قيمة (F) (,753).
- 2- يوجد علاقة تأثير معنوي ضعيف للمرونة على إنتاج البرامج واتضح ذلك في نتائج التحليل الإحصائي عند اختبار الانحدار الخطى البسيط بين المرونة وإنتاج البرامج باستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS16)، وأوضحت النتائج ذلك من خلال أسلوب stepwise.

7- اختبار صحة الفرض الفرعي والذي ينص على "" لا يوجد تأثير معنوي بين المرونة وتسويق البرامج" وقد تم استخدام تحليل الانحدار البسيط لاختبار مدى صحة هذا الفرض . والجدول التالي يوضح نتائج هذا التحليل الإحصائي:

جدول رقم (14) معاملات الانحدار الخطى بين المرونة وتسويق البرامج

B		المتغير التابع	R ²	SIG	F	المتغير المستقل
19,4	constant	تسويق البرامج	,141	0,000	19,347	المرونة
2,09	B					

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على نتائج التحليل الإحصائي

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي :

- 1- معنوية نموذج الانحدار ، حيث بلغت قيمة (F) (19,347) عند مستوى معنوية 5%.
- 2- يوجد علاقة تأثير معنوية للمرونة على تسويق البرامج ، حيث بلغ معامل التحديد (R²) (,141) أى ان عنصر المرونة استطاع أن يفسر 14% من التغير فى تسويق البرامج داخل شركات البرمجيات، وتفسر الباحثة أن قوة العلاقة التأثيرية ترجع إلى وجود علاقة ارتباط قوية بين المرونة وتسويق البرامج حيث بلغ معامل الارتباط 37,5% عند مستوى معنوية 5% واتضح ذلك فى نتائج التحليل الإحصائي عند اختبار الانحدار الخطى البسيط بين المرونة وتسويق البرامج باستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS16)

8-اختبار صحة الفرض الفرعى والذي ينص على "" لا يوجد تأثير معنوى بين الخيال الخلاق وإنتاج البرامج"

جدول رقم (15) معاملات الانحدار الخطى بين الخيال الخلاق وإنتاج البرامج

المتغير المستقل	F	SIG	R ²	المتغير التابع	B
الخيال الخلاق	13,260	0,000	,101	إنتاج البرامج	4,78
					3,05

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على نتائج التحليل الإحصائى

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلى :

1-معنوية نموذج الانحدار ، حيث بلغت قيمة (F) (13,260) عند مستوى معنوية 5%.
 2-يوجد علاقة تأثير معنوية للخيال الخلاق على إنتاج البرامج ، حيث بلغ معامل التحديد(101),(R²) أي أن عنصر الخيال الخلاق استطاع أن يفسر 10,1% من التغير فى إنتاج البرامج داخل شركات البرمجيات، وتفسر الباحثة أن قوة العلاقة التأثيرية ترجع إلى وجود علاقة ارتباط قوية بين الخيال الخلاق وإنتاج البرامج حيث بلغ معامل الارتباط 31,8% عند مستوى معنوية 5% واتضح ذلك في نتائج التحليل الإحصائى عند اختبار الانحدار الخطى البسيط بين الخيال الخلاق وإنتاج البرامج باستخدام البرنامج الإحصائى(SPSS16).

9-اختبار صحة الفرض الفرعى والذي ينص على "" لا يوجد تأثير معنوى بين الخيال الخلاق وتسويق البرامج"

جدول رقم (16) معاملات الانحدار الخطى بين الخيال الخلاق وتسويق البرامج

المتغير المستقل	F	SIG	R ²	المتغير التابع	B
الخيال الخلاق	21,78	0,000	,156	تسويق البرامج	6,62
					2,16

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على نتائج التحليل الإحصائى

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلى :

1- معنوية نموذج الانحدار ، حيث بلغت قيمة(F) (21,78) عند مستوى معنوية 5%.
 2- يوجد علاقة تأثير معنوية للخيال الخلاق على تسويق البرامج ، حيث بلغ معامل التحديد(156),(R²) أى أن عنصر الخيال الخلاق استطاع أن يفسر 15,6% من التغير فى

تسويق البرامج داخل شركات البرمجيات، وتفسر الباحثة أن قوة العلاقة التأثيرية ترجع إلى وجود علاقة ارتباط قوية بين الخيال الخلاق وتسويق البرامج حيث بلغ معامل الارتباط 39% عند مستوى معنوية 5%.

10- اختبار صحة الفرض الفرعي والذي ينص على " لا يوجد تأثير معنوي بين الدافعية الداخلية وإنتاج البرامج"

جدول رقم (17) معاملات الانحدار الخطى بين الدافعية الداخلية وإنتاج البرامج

B		المتغير التابع	R ²	SIG	F	المتغير المستقل
14,462	constant	إنتاج البرامج	,053	0,000	6,511	الدافعية الداخلية
2,33	B					

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على نتائج التحليل الإحصائي

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي :

- 1- معنوية نموذج الانحدار ، حيث بلغت قيمة (6,511) (F) عند مستوى معنوية 5% .
- 2- يوجد علاقة تأثير معنوية ضعيفة للدافعية الداخلية على إنتاج البرامج واتضح ذلك في نتائج التحليل الإحصائي عند اختبار الانحدار الخطى البسيط بين الدافعية الداخلية وإنتاج البرامج باستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS16)، وأوضحت النتائج ذلك من خلال أسلوب stepwise.

10- اختبار صحة الفرض الفرعي والذي ينص على " لا يوجد تأثير معنوي بين الدافعية الداخلية وتسويق البرامج"

جدول رقم (18) معاملات الانحدار الخطى بين الدافعية الداخلية وتسويق البرامج

B		المتغير التابع	R ²	SIG	F	المتغير المستقل
,209	constant	تسويق البرامج	,111	0,000	14,637	الدافعية الداخلية
,820	B					

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على نتائج التحليل الإحصائي

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي :

- 1- معنوية نموذج الانحدار ، حيث بلغت قيمة (14,637) (F) عند مستوى معنوية 5% .

2- يوجد علاقة تأثير معنوية للدافعية الداخلية على تسويق البرامج ، حيث بلغ معامل التحديد (R^2) (111)، أى أن عنصر الدافعية الداخلية استطاع أن يفسر 11% من التغير فى تسويق البرامج داخل شركات البرمجيات ، وتفسر الباحثة أن قوة العلاقة التأثيرية ترجع إلى وجود علاقة ارتباط قوية بين الدافعية الداخلية وتسويق البرامج حيث بلغ معامل الارتباط 33% عند مستوى معنوية 5%

11- اختبار صحة الفرض الفرعى والذي ينص على "" لا يوجد تأثير معنوى بين التفصيلات وإنتاج البرامج"

جدول رقم (19) معاملات الانحدار الخطى بين التفصيلات وإنتاج البرامج

المتغير المستقل	F	SIG	R ²	المتغير التابع	B
التفصيلات	566,832	0,000	,566	إنتاج البرامج	constant 117,99
					B 4,79

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على نتائج التحليل الإحصائي

يتضح من بيانات الجدول السابق مايلى :

1- معنوية نموذج الانحدار ، حيث بلغت قيمة (F) (566,832) عند مستوى معنوية 5%.
 2- يوجد علاقة تأثير معنوية للتفصيلات على إنتاج البرامج ، حيث بلغ معامل التحديد (R^2) (566)، أى أن عنصر التفصيلات استطاع أن يفسر 56% من التغير فى إنتاج البرامج داخل شركات البرمجيات، وتفسر الباحثة أن قوة العلاقة التأثيرية ترجع إلى وجود علاقة ارتباط قوية بين التفصيلات وإنتاج البرامج حيث بلغ معامل الارتباط 75,2% عند مستوى معنوية 5% واتضح ذلك فى نتائج التحليل الإحصائي عند اختبار الانحدار الخطى البسيط بين التفصيلات وإنتاج البرامج باستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS16).

12- اختبار صحة الفرض الفرعى والذي ينص على "" لا يوجد تأثير معنوى بين التفصيلات وتسويق البرامج"

جدول رقم (20) معاملات الانحدار الخطى بين التفصيلات وتسويق البرامج

المتغير المستقل	F	SIG	R ²	المتغير التابع	B
التفصيلات	28,286	0,000	,193	تسويق البرامج	constant 82,8
					B 1,98

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على نتائج التحليل الإحصائي

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي :

- 1- معنوية نموذج الانحدار ، حيث بلغ تقييمه (F) (28,286) عند مستوى معنوية 5%.
- 2- يوجد علاقة تأثير معنوية للتفاصيل على تسويق البرامج ، حيث بلغ معامل التحديد (R²) (193) أى أن عنصر التفاصيل استطاع أن يفسر 19,3% من التغير في تسويق البرامج داخل شركات البرمجيات، وتفسر الباحثة أن قوة العلاقة التأثيرية ترجع إلى وجود علاقة ارتباط قوية بين التفاصيل وتسويق البرامج حيث بلغ معامل الارتباط 44,4% عند مستوى معنوية 5% واتضح ذلك في نتائج التحليل الإحصائي عند اختبار الانحدار الخطى البسيط بين التفاصيل وتسويق البرامج باستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS16).

13- اختبار صحة الفرض الفرعي والذي ينص على " لا يوجد تأثير معنوي بين الطلاقة وإنتاج البرامج"

جدول رقم (21) معاملات الانحدار الخطى بين الطلاقة وإنتاج البرامج

B		المتغير التابع	R ²	SIG	F	المتغير المستقل
107,4	constant	إنتاج	,139	0,000	19,001	الطلاقة
2,29	B	البرامج				

المصدر : من إعداد الباحثة اعتمادا على نتائج التحليل الإحصائي

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي :

- 1- معنوية نموذج الانحدار ، حيث بلغت قيمة (F) (19,001) عند مستوى معنوية 5%.
- 2- يوجد علاقة تأثير معنوية للطلاقة على إنتاج البرامج ، حيث بلغ معامل التحديد (R²) (139) أى أن عنصر الطلاقة استطاع أن يفسر 13,9% من التغير فى إنتاج البرامج داخل شركات البرمجيات، وتفسر الباحثة أن قوة العلاقة التأثيرية ترجع إلى وجود علاقة ارتباط قوية بين الطلاقة وإنتاج البرامج حيث بلغ معامل الارتباط 37,2% عند مستوى معنوية 5%

14- اختبار صحة الفرض الفرعي والذي ينص على "" لا يوجد تأثير معنوي بين الطلاقة وتسويق البرامج"

جدول رقم (22) معاملات الانحدار الخطى بين الطلاقة وتسويق البرامج

المتغير المستقل	F	SIG	R ²	المتغير التابع	B
الطلاقة	43,131	0,000	,268	تسويق البرامج	constant
					B
					,97

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على نتائج التحليل الإحصائي

يتضح من بيانات الجدول السابق مايلي :

- 1- معنوية نموذج الانحدار ، حيث بلغت قيمة (F) (43,131) عند مستوى معنوية 5%.
- 2- يوجد علاقة تأثير معنوية للطلاقة على تسويق البرامج ، حيث بلغ معامل التحديد (R²) (0,268) أى ان عنصر الطلاقة استطاع أن يفسر 26,8% من التغير فى تسويق البرامج داخل شركات البرمجيات ، وتفسر الباحثة أن قوة العلاقة التأثيرية ترجع إلى وجود علاقة ارتباط قوية بين الطلاقة وتسويق البرامج حيث بلغ معامل الارتباط 0,751، عند مستوى معنوية 5%.

وبناءً على النتائج السابقة يتضح عدم صحة الفرض الثانى من فروض الدراسة بجميع فروضه الفرعية . وهذا يعنى أن هناك علاقة تأثير معنوية بين التفكير الإبتكارى والميزة التنافسية للعنصر البشرى.

وفى سبيل تحديد أكثر خصائص التفكير الإبتكارى تأثيراً على الميزة التنافسية (إنتاج البرامج ، تسويق البرامج) ، قامت الباحثة باستخدام أسلوب الانحدار المتعدد المتدرج (Stepwise) ، وذلك على النحو التالى:

جدول رقم (23) معاملات الانحدار المتعدد المتدرج لخصائص التفكير الإبتكارى على إنتاج

البرامج

SIG	T	B	المتغير التابع	R ²	SIG	F	المتغيرات المستقلة
000,0	052,	279,	constant	945,	000,0	338,319	(خصائص التفكير الإبتكارى)
000,0	671,15	598,3					1- التفصيلات
000,0	976,7	02,2					2- الطلاقة
000,0	202,12	836,1					3- الدافعية الداخلية
000,0	629,9	682,1					4- الحساسية للمشكلات
000,0	625,6	385,2					5- الخيال الخلاق
000,0	505,5	257,1					6- المرونة

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على نتائج التحليل الإحصائى.

يتضح من بيانات الجدول السابق من خلال استخدام أسلوب (stepwise):

- أنه أبقى على أكثر خصائص التفكير الإبتكارى تأثيراً على إنتاج البرامج. وهى التفصيلات حيث تفسر 56,5% من التغير فى إنتاج البرامج ، ثم يليه الطلاقة حيث تفسر 20,3% من التغير فى إنتاج البرامج ، ثم الدافعية الداخلية حيث تفسر 10,1% من التغير فى إنتاج البرامج ، ثم يليه الحساسية للمشكلات حيث تفسر 4,1% من التغير فى إنتاج البرامج ، ويليه الخيال الخلاق حيث يفسر 2% من التغير فى إنتاج البرامج ، وأخيرا المرونة حيث تفسر 1,5% من التغير فى إنتاج البرامج.

أما بالنسبة لعنصر الأصالة فأظهرت النتائج عدم مغنويتها وبالتالي عدم وجود تأثير لها على إنتاج البرامج.

جدول رقم (24) معاملات الانحدار المتعدد المتدرج لخصائص التفكير الإبتكاري على تسويق البرامج

SIG	T	B		المتغير (التابع)	R ²	SIG	F	المتغيرات المستقلة
007,	744,2	578,15	constant	(تسويق البرامج)	813,	000,0	361,81	خصائص التفكير الإبتكاري
000,0	086,6	274,						1- الطلاقة
000,0	350,9	189,						2- التفصيلات
000,0	752,7	158,						3- الدافعية الداخلية
000,0	341,6	254,						4- المرونة
000,0	645,3	446,						5- الخيال الخالق
008,	703,2	222,						6- الأصالة

المصدر : من إعداد الباحثة اعتماداً على نتائج التحليل الإحصائي.

يتضح من بيانات الجدول السابق من خلال استخدام أسلوب (stepwise):

- أنه أبقى على أكثر خصائص التفكير الإبتكاري تأثيراً على تسويق البرامج. وهي الطلاقة حيث تفسر 26,7% من التغير في تسويق البرامج ثم يليه التفصيلات حيث تفسر 24,5% من التغير في تسويق البرامج، ثم الدافعية الداخلية حيث تفسر 22,6% من التغير في تسويق البرامج ، ثم يليه المرونة حيث تفسر 5,2% من التغير في تسويق البرامج ، ويليه الخيال الخلاق حيث يفسر 1,2% من التغير في تسويق البرامج ، وأخيراً الأصالة حيث تفسر 1,1% من التغير في تسويق البرامج.

أما بالنسبة لعنصر الحساسية للمشكلات فأظهرت النتائج عدم معنويتها و بالتالي عدم وجود تأثير لها على تسويق البرامج.

تاسعاً: خلاصة النتائج والتوصيات:

أ- نتائج الدراسة

- 1- وجود علاقة ارتباط معنوية بين جميع خصائص التفكير جميع خصائص التفكير الإبتكارى وأبعاد الميزة التنافسية للعنصر البشرى، وذلك لمفردات العينة محل الدراسة.
- 2- يوجد علاقة تأثير معنوية للتفكير الإبتكارى على الميزة التنافسية، حيث بلغ معامل التحديد $(R^2)(0,732)$.
- 3- اتضح من استخدام أسلوب الانحدار المتعدد المتدرج أن أكثر خصائص التفكير الإبتكارى تأثيراً فى إنتاج البرامج حسب ترتيب دخولها فى النموذج (التفصيلات، الطلاقة، الدافعية الداخلية، الحساسية للمشكلات، الخيال الخلاق، المرونة). هذا وتفسر خصائص التفكير الإبتكارى **94,5%** من التغير فى إنتاج البرامج.
- 4- كما أظهر أسلوب الانحدار المتعدد المتدرج أن أكثر خصائص التفكير الإبتكارى تأثيراً فى تسويق البرامج حسب ترتيب دخولها فى النموذج (الطلاقة، التفصيلات، الدافعية الداخلية، المرونة، الخيال الخلاق، الأصالة). هذا وتفسر خصائص التفكير الإبتكارى **81,3%** من التغير فى تسويق البرامج.

ب- التوصيات

تتمثل أهم توصيات الدراسة فيما يلى :

- 1- العمل على حل المشكلات بطريقة إبتكارية وذلك من تعميم سياسة الابتكار فى كل أعمال المنظمة حتى يكون وضع دائم يتم العمل به فى مختلف الوظائف.
- 2- الغاء كافة الحواجز بين المديرين فى الإدارة العليا والمبتكرين والتعامل معهم بصفة مباشرة حتى يسهل نقل الأفكار الإبتكارية وحتى يكون هناك قصور قوية بين الإدارة العليا والمبتكرين.
- 3- إنشاء إدارة للبحوث يكون هدفها الأساسى هو إثراء معرفة الفرد من خلال تثقيفه وتعدد قراءاته وتتكون من قسمين : **قسم نظرى** : وهو عبارة عن مكتبة داخل كل منظمة بداخلها أحدث الكتب سواء الخاصة بنشاط المنظمة أو بصفة عامة ، **قسم عملى**: والهدف الأساسى منه عمل بحوث بصفة مستمرة فى نشاط المنظمة وخصوصاً شركات البرمجيات.

4- أخيراً ، محاولة تغيير المديرين لوجهة النظر التقليدية داخل المنظمات بأن العنصر البشرى أحد عناصر الإنتاج لتحقيق الميزة التنافسية إلى أن العنصر البشرى هو العنصر الأساسى والوحيد القادر على تحقيق ميزة تنافسية مستدامة.

حيث أن الدراسة تعتبر بمثابة أولى الدراسات العربية التى تناولت دور التفكير الإبتكارى فى دعم الميزة التنافسية للعنصر البشرى حسب علم الباحثة لذا فتقترح الباحثة عدة دراسات مستقبلية عن الميزة التنافسية للعنصر البشرى لكونها أحد أهم دعائم التنافسية الآن والتى لم تلقى بالاهتمام الكافى ، وتمثل هذه الدراسات فيما يلى:

- 1- دور الولاء التنظيمى فى دعم الميزة التنافسية للعنصر البشرى.
- 2- تأثير الانسحاب الوظيفى على الميزة التنافسية المستدامة للعنصر البشرى.
- 3- تأثير الثقافة التنظيمية للمنظمة على الميزة التنافسية للعنصر البشرى.
- 4- هروب الكفاءات وتأثيرها على الميزة التنافسية المستدامة.

المراجع:

أ- المراجع العربية:

1- الإمام، وفقى السيد، "البحث العلمي: إعداد مشروع البحث وكتابة التقرير النهائي" (المنصورة: المكتبة العصرية، 2006).

2- جودة، عبد المحسن عبد المحسن، "معوقات التفكير الإبتكارى فى حل المشكلات واتخاذ القرارات: دراسة ميدانية على القطاع الصحى بمدينة المنصورة"، المجلة المصرية للدراسات التجارية، المجلد (34)، العدد الأول، (جامعة المنصورة: كلية التجارة، 2010).

ب- المراجع الأجنبية:

1- Abraham Carmeli and John Schaubroeck (2005), "How leveraging human resource capital with its competitive distinctiveness enhances the performance of commercial and public organizational", Journal of human resource management, 44(4), pp.391-412 .

2- Cynthia A. Lengnick and Mark (2006), "HR, Erp, and knowledge for competitive advantage", Journal of human resource management , 45(2) , pp.179-194.

3- Irene H. Chow et al. (2008), "Strategic HRM china : configurations and competitive advantage", Journal of human resource management , 47(4), pp.687-706 .

4- Iain M. Cockburn et al. (2000), "Untangling the origins of competitive advantage", Journal of strategic management ,(21), pp.1123-1145.

5- Jan Inge Jensen (2003), "Innovation, capabilities and competitive advantage in Norwegian shipping", Journal of management , 30(2), pp.93-106 .

6- Jay B. Barney and Patrick M. Wright (1998) , "On becoming strategic partner : the role of human resource in gaining competitive advantage " Journal of human resource management, 37(1), pp.31-46 .