دور التفكير الإبتكاري في دعم الميزة التنافسية للعنصر البشري
(بالتطبيق على صناعة البرمجيات بجمهورية مصر العربية)

أ.د. عبد المحسن عبد المحسن جودة
أستاذ إدارة الأعمال المساعد
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 الإبتكاري في اكتساب ميزة تنافسية للعنصر البشري وذلك بالتطبيق على مديري شركات البرمجيات بجمهورية مصر العربية، كما أنها تسعى إلى تحديد تأثير خصائص التفكير الإبتكاري على الميزة التنافسية للعنصر البشري وتحديد أكثر خصائص التفكير الإبتكاري تأثيراً في الميزة التنافسية. فضلاً عن تقديم مجموعة من التوصيات في ضوء أهم النتائج التي ستطوّر إليها الدراسة من أجل تحقيق المنظمة لميزة تنافسية مستدامة. وقد أسفرت نتائج هذه الدراسة عن وجود علاقة تأثير معنوية بين خصائص التفكير الإبتكاري والميزة التنافسية للعنصر البشري كما تبين ارتفاع نسبة تأثير (التفاصيل، الطاقة، الدافعية الداخلية) عن باقي 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.
الأولى المقدمة:

حين تكافح المنظمات من أجل تحقيق الازدهار في البيئات المضطربة والتنافسية أو المحافظة عليه، فإن التفكير الإبداعي يصبح أمرًا في غاية الأهمية.فالمنظمات تعيش في اقتصادات غير ملموسية، اقتصادات المعلوماتية والتي تعتمد على السرعة والمرونة والابتكار، وقد أوضح العديد من العلماء أن عدداً هائلاً من الشركات المختلفة تستمد مزاياها التنافسية من تقديم أقل الأسعار أو أحدث التقنيات أو أفضل المنتجات، ولكنها تستمدها من كونها مبتكرة. وهذه المزايا التنافسية منبجعًا الحقيقي العنصر البشري، ويعتبر التفكير الإبداعي أحد دعائم التنافسية والذي يقوم على أساس تقديم جديد والذى يحقق للمنظمة التميز والرadeonة (أبو النصر، 2004).

وبين بين التحديات الكبرى التي تواجه المنظمات، هي مدى قدرتها على التأقلم مع التقلبات وعلى مسيرة التحولات التي يشهدها العالم من حولها، كثياب المناقحة والانفتاح الأسواق، وعلى المنظمات إذا أرادت الاستمرار والنمو بالاقتصاد أن تعمل على خلق وتنمية قدرات تنافسية فإنه هذا العصر أصبح التنافس مبنى على التطور والإبداع التكنولوجي وهذا بدوره يعتمد على العلم والمعرفة اللذان يمتلكهما العقل البشري، فلذا فهمنام إدارة المؤسسات في وقتنا الحالي تتجه نحو العنصر البشري. فقد تبين بأنه أهم عنصر من عناصر الإنتاج إذ يقف بقية العناصر الأخرى في القيمة والأهمية باعتباره يستطيع بقراه وكفاءته أن يخلق الموارد المختلفة وينميها ويطورها. فالاتجاه السائد اليوم، هو ضرورة الاستمرار في العنصر البشري لأنه يعتبر الاستمرار الحقيقي والدائم. فالاستراتيجية التنافسية المعاصرة التي تمثل في الحصول على المزيد من الحصص السوقيات والمحافظة عليها، أصبحت مبينة على العقول البشرية المبدعة، هذه العقول المتمثلة في موظفين يحسن اختيارهم، تدريبيهم، تحفيزهم لخلق الرغبة لديهم على الأداء الجيد، وكذا منحهم فرص المبادرة، وتوجيههم بالشكل الذي يولد لديهم القدرة على التوجه الذاتي.

الاستثمار في تنمية الموارد البشرية أمر ضروري لما للموارد البشرية من أهمية قصوى، فهي الثروة الحقيقية والرئيسية للأمم، والأمم المتقدمة أبقت تلك الحقيقة، فأخذت التخطيط الاستراتيجي ونفذت برامج محددة لتنمية هذه الموارد البشرية على مدار عقود من الزمان ونجحت فيما خططت ونفذت، فالعنصر البشري بما لديه من قدرة على التحدي، الإبداع، الابتكار، الاختراع والتطوير يمكنه أن يتغلب على ندرة الموارد الطبيعية وألا يجعلها عاطقة نحو التقدم والنمو عن طريق الاستغلال الأفضل إن لم يكن الأمثل لطائرات المجتمع العلمية والتنافسية، فضلاً عن
الاستغلال الرشيد للموارد الطبيعية والاستثمارات المتاحة. إن الموارد الطبيعية والأموال المتوافرة رغم أهميتها وضرورياتها الكبيرة لا يغنين عن العنصر البشري الكفاءة والماهر والفعال وهذه الحقائق راسخة على مر العصور والأزمان، فالموارد الطبيعية لا ينتج منتجًا بها إلا البشر بخصائصهم التي خلقهم الله سبحانه وتعالى عليها، هم القادرون على استخدام هذه الموارد بنسب متفاوتة من حيث القدرات والفاعلية في العمليات الإنتاجية (مصباح،2007).

الإطار النظري للدراسة والدراسات السابقة:

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

أ- التعرف على مفهوم التفكير الإبتكاري

بالرغم من أهمية التفكير الإبتكاري إلا أن المختصين في التربوية 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 للفكر وابداع نمط جديد من التفكير). وتعريفه (Guilford,1997) على أنه (سوق مفتوح يتميز الإنتاج فيه بخاصية تنوع الإجابات المنتج والتي لا تحدها المعلومات المعطاة) وتعريفه (البحراوي,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. وتعريفه (Paul,1999) على أنه (هو مهارة الوصول للجديد ذي النفع والعقول الاجتماعية ويبيّن أن نقدنا للفكر الإبداعي سواء بتطوير ما هو قائم أو الإنتاج بالجديد بشرط أن يكون ناقلاً ومقاولاً في المجتمع أي غير متعارض مع ثوابت ما يؤمن به المجتمع)، في حين يعرفه (فريد.1994) على أنه (عملية عالية لا علاقة لها بإنتاج ما هو جديد ومختلف، بل هو طريقة خاصة في التفكير تعتمد على التعمق في الأشياء والوقائع واستنتاج كافة الاحتمالات الممكنة تجاهها على عكس الطرق 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 والمفارقات ونواحي النقص في المعرفة واكتشاف العناصر المفقودة ونواحي الاتفاق فيها ووضع التخليات وفرض الفروض الخاصة بها واختيارها ونماذج تعديل هذه الفروض وإعادة اختيارها ثم التوصل للنتائج). وتعريفه (المهري،2005) للتفكير الإبتكاري
هو(قدرة الفرد على إنتاج مجموعة من الأفكار والاستجابات الجديدة لمشكلة معينة ومعالجتها بطريقة منطقية تتميز بالمرنة والطلاقة والأصالة وال التواصل إلى نتائج لم يسبق لها أخذ)
وتتفق الباحثة مع التعريفات السابقة حيث يمكن للباحثة من خلالها أن تختص تعريفًا للتفكير الإبتكاري حيث يمكن تعريفه على أنه "قدرة الفرد على التفكير فيما وراء ما هو واضح بغض إنتاج مجموعة من الأفكار ومعالجتها بطريقة منطقية تتميز بالمرنة والطلاقة والأصالة بغض استخدامها في تطوير ما هو قائم أو الإتيان بالجديد ذي النفع الاجتماعي أى التوصل إلى نتائج لم يسبق إليها أحد لكسب ميزة تنافسية عن المنافسين"

ب- خصائص التفكير الإبتكاري

لا يوجد اتفاق بين المختصين في التربية وعلم النفس على سمات التفكير الإبتكاري ، فلقد قام جيلفورد بتقسيمها إلى قدرات معرفية وقرارات إنتاجية ، وذهب بعض من المختصين لعرضها إلى عناصر مثل (الطلاقة، المرونة، الأصالة، الإحساس بالمشكلات، التفاصيلات) في حين أضافت (الخيال الخلاق، الدافعية الداخلية).

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

وتتمثل خصائص التفكير الإبتكاري في عنصر الأصالة وهو مفهوم يجمع بين مظاهر سلوكيتبتكر في القدرة على إعطاء أفكار أصيلة أو ينظر إليها على أنها نفيا من تكرار ما فعله الاخرون أو يفكرون فيه ، بينما المرونة بتنوعها المختلفة قاصرة على النفور من تكرار الشخص لذا، أفكاره وأفعاله ، وقد ينظر إلى الأصالة على أنها تدل على إدراك الفرد للأشياء في صورة جديدة غير مألوفا أو أنها إدراك علاقات جديدة. (عذ المطلب ،2000) ونجد أيضاً من خصائص التفكير الإبتكاري عنصر المرونة وهي القدرة على إنتاج حلول أو أشكال مناسبة ، وهذه الحلول تتسم بالتنوع واللامركزية وهي عكس الجمود الدهني ، فالمرونة تتحدد بالقدرة على توليد أفكار متنوعة ليست من نوع الأفكار المتوقعة عادة ، وتوجيه أو تحويل مسار التفكير مع تغيير المثير أو متطلبات الموقف (عذزى ،2005) ، كما نجد من خصائص التفكير الإبتكاري عنصر الطلاقة وهى القدرة على إنتاج السريع وعدد من الحلول والتوصيبات والكوينات بناء على
مثيرات شكلية أو وصفية وهي تحدد بعد الاستجابات أو سرعة صدورها أوهما معاً، وتعني
القدرة على استدعاء أكبر عدد ممكن من الاستجابات المناسبة تجا مشكلة أو مثير معين إضافة إلى
السرعة أو السهولة في توليدها (عزيز، 2005).

ومن خصائص التفكير الإنكاري أيضاً الحساسية للمشكلات وتعني القدرة على التعرف على
مواطن الضعف أو النقص أو الجوانب في الموقف المثير وهي قدرة الفرد على رؤية الكثير من
المشكلات في موقف ما، في الوقت الذي لا يرى فيه شخص آخر أية مشكلات، أو هذا القدر من
المشكلات التي يراها المبتكر ويعتبر الإحساس بالمشكلات الخطوة الأولى في مجال الانتكار
والإنتاج الجديد الذي يقدم حلاًً مختلفاً للمشكلات، كما يدل ذلك على ارتفاع مستوى الوعي
وزيادته عند الفرد (نربي، 2001).

ومن خصائص التفكير الإنكاري أيضاً عنصر التخصصيات وهي قدرة الفرد على تطوير الفكرة
وتحسينها بإضافة تفصيلات وإيضاحات تساهم على إبراز فكرته الأصلية وتقلس التخصصات
بعد التفاصيل، الأفكار، أو معاني التي تضاف إلى الاستجابات الأصلية (الأسطل، 2005).

كما قامت Maria
بإضافة عنصر الخيال الخلاق والدافعية الداخلية ويعتبر الخيال الخلاق
عن طريق القراءات Forced relationships ويقصد به القدرة على التخيل واختلاق العلاقات
المتباعدة، وتعتبر الاهتمامات وتنمية دقة الفرد وإثراء معرفته. إن القدرة على رؤية المواقف من
وجهات نظر مختلفة متعلقة بالقدرة على الانتقال العقل والتحرك بعداً من الجسد العقلي (وجهات
النظر الضيقة) حيث يكون لكل اختيار إمكانية التحقق، وكل الإمكانات تعتبر اختياراً، كما تعتبر
الدافعية الداخلية عن الحاجة أو الرغبة لاستمتاع بالعمل لتكافؤه الخاصية. فهي تمثل الالتزام حيال
العمل أو المهمة دون الاعتماد على المؤثرات الخارجية كمال أو الرضا من الآخرين.

ت- التعرف على مفهوم ومصادر الميزة التنافسية للعصر البشرى

يعرفها (czepiel،1992) بأنها استثمار لمجموعة الأصول البشرية بهدف إنتاج قيمة للعمالة
تلبى احتياجاتهم. في حين يعرفها (stabell،1998) بالمجالات التي يمكن للمنظمة أن تتناقص فيها
غيرها بطريقة أكثر فاعلية وهذا فهم تمثل نقطة قوة تتسم بها المنظمة دون منافسيها وذلك فيما
يتعلق بمواردها وکثافتها البشرية. ويعرفها (Macmillan&Tampoe،2000)
تستطيع من خلالها المنظمة الفوز في منافستها مع الآخرين من خلال إدارة الورود البشرية. في

7
حين يعرفها (قطب، 2002) بمجموعة الخصائص التي تتفاوت بها المنظمة عن غيرها والتي تتمثل في الإبداع والتميز والتي تمكنها من تقديم خدمات لعملائها بشكل جيد واستقاطب عملاء جدد باستمرار وتدار بواسطة نظام معلومات (إدراز – شری منطق). ويعرفها (علي السلمي، 2000) بأنها مجموعة المهارات والتكنولوجيات والفرات البشرية والتي تستخدم الإدارة تنفيذها واستمرارها لتحقيق أمنين أساسيين:

- إنتاج قيم ومنافع للعملاء أعلى مما يحقق لهم المنافسون.
- تأكيد حالة من التميز والاختلاف فيما بين المنظمة ومنافساتها.


ومن التعريف السابق للميزة التنافسية فإن الباحثة سوف تعتمد على تعريف (قطب، 2002) للميزة التنافسية وهو (مجموعة خصائص تتفاوت بها المنظمة عن غيرها تتمثل في التميز والإبداع والتي تمكنها من تقديم خدمات لعملائها بشكل جيد واستقاطب عملاء جدد باستمرار وتدار بواسطة نظام معلومات (إدراز – شری منطق). وذلك لأن:

- اعتماده على العنصر البشري كأحد عناصر الإنتاج 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 الإبداعي للعنصر البشري لتحقيق الميزة التنافسية.

أما عن مصادر الميزة التنافسية للعنصر البشري، بالرغم من أهمية العنصر البشري للميزة التنافسية إلا أن المختصين والباحثين لم يتفقوا على مصادر واحدة للميزة التنافسية للعنصر البشري حيث يوجد عدة اتجاهات:

8
الاتجاه الأول (Khavul, 2008): تتسم فيه مصادر الميزة التنافسية إلى:

- مصدر جنسي: والذي يقوم على القوة الجسدية للعنصر البشري وتزداد أهميته في بعض مجالات العمل (منظمات الشحن، الخدمات المعاونة).

- مصدر سلوك: وتكون أكثر مطلباً في الإدارات والاقسام التي تتعامل مع العملاء والجماعات.

- مصدر فكر: ويتصل بالأفكار الجديدة والتطوير والإبداع وترتد أهميته في مراكز البحوث والتطوير (مثل منظمات صناعة السيارات، منظمات البرمجيات).

الاتجاه الثاني (Ma, 1999): تتسم فيه مصادر الميزة التنافسية إلى:

- مصادر للميزة بناء على ملكية المنظمة لخصائص وسمات معينة كامتلاكها لمواهب إدارية استثنائية أو أن تكون ذات سمعة متميزة.

- مصادر للميزة بناء على قدرة المنظمة في الوصول إلى أسواق المواد الأولية أو الوصول إلى العملاء بشكل يفوق قدرة منافسيها في ذلك وهذه الميزة تعتمد على علاقة المنظمة مع الآخرين لاسيما ذات الصلة بمجال عملها.

- مصادر للميزة بناء على براعة وكفاءة المنظمة تشير إلى المعرفة والإبداع والقدرات التي تمكّن المنظمة من إداره أعمالها بشكل أكثر فاعلية وكفاءة مقارنة مع منافسيها ويمكن للمنظمة توفير هذه المصدارات من خلال اعتمادها على التعلم التنظيمي وبناء روتين خاص بها لإدارة أعمالها أو من خلال العمل على إعاقة تعلم المنافسين لمعرفة جديدة والحد من قدرتهم على اكتساب القدرات الجديدة.

الاتجاه الثالث (Kay, 2003): ومن إحدى وجهات النظر المعاصرة التي تشير إلى أن الميزة التنافسية هي عبارة عن تتابع اللجافات والقدرات الجوهرية التي تتمثل في طبيعة المنظمة وهذا نجد أن

1. الشهيرة أو السمعة: والتي تمكّن المنظمة من تحديد أسعار عالية أو الحصول على حصة سوقية عالية من خلال أداء تنافسي لمنتجاتها.
التصميم : انفرد في تصميم المنتج بشكل يفوق منافسيه.
الابتكار : وهي من أكثر مصادر الميزة التنافسية قوة وتعتبر الابتكارات النوعية
صعب التعزيز.
المصادر الإستراتيجية : يعد مصدر مهمٌ من مصادر الميزة التنافسية والتي لا تستند على القدرات المتميزة للمنظمة ، بل تستمد على ميادينها أو موقعها
السوقى ، وحجمها ، حصتها السوقية ، والأسواق التي تختارها لبيع منتجاتها.
الاتجاه الرابع : (Aker,1999)
ونجد أنه في بحثه الذي أجرته الذي شمل (248) مداراً في مجموعة منظمات الخدمة
والمنظمات ذات القدرات العالمية فقد حدد مصادر واسعة التنوع لتحقيق وتعزيز الميزة التنافسية
والتي أشار أنها تختلف من صناعة لأخرى وقد حدد مصادر الميزة التنافسية إلى:
- الشهرة النوعية
- إنتاج بتكلفة منخفضة
- الأساليب التقنية
- مهارات تسويقية واسعة
- الابتكار باستمرار
- بحث وتطوير هندسي
- تصويرات إعلان قوية
ومن الاتجاهات وجهات النظر المختلفة فإن الباحثة سوف تعتد على اتجاه
الذي ينحصر في (مصدر جسدي ، مصدر فكري ، مصدر سلوكى) وذلك
للأسابب التالية :
- أعم وأشمل اتجاه بالنسبة لمصادر الميزة التنافسية للعنصر البشري.
وذلك لأنه أدق اتجاه قام بعرض مصادر الميزة التنافسية للعنصر البشري بشكل خاص
عكس الاتجاهات المختلفة التي قامت بعرض مصادر للميزة التنافسية بشكل عام وليس من
ناحية العنصر البشري فقط.
ومن ذلك يتضح أن التفكير الإبتكاري قد أسهم في بناء مصادر الميزة التنافسية للعنصر البشري، إذ يمكن الإشارة إلى أن التفكير الإبتكاري تعد إحدى الطرق المتاحة للوصول إلى تحقيق الميزة التنافسية المشرودة.

الشروط الأساسية اللازمة لدعم العنصر البشري من أجل الحصول على الميزة تنافسية:
- التدقيق في اختيار العناصر المرشحة لشغل وظائف تساهم في قضايا بناء وتنمية وتوظيف القدرات التنافسية وتتأكد من توافق التكوين الفكري والنفسي والاجتماعي للأشخاص المرشحين مع مطالب الوظيفة.
- التأكد من إسناد الأعمال والمهام المناسبة للأفراد، وتجنب الأخطاء الشائعة من استخدام هؤلاء الأفراد المتميزين في أعمال تقل كثيراً عن قدراتهم ومستوياتهم وتفكيرهم.
- الحرص على أن يشارك هؤلاء الأفراد المتميزين في صياغة وتشكيل المهام التفصيلية التي يقومون بها، وترك مساحة جيدة من المرونة وحرية الحركة لهم لإعادة الصياغة في ضوء ظروف التنفيذ وحركة المتغيرات.
- تمكين الأفراد المتميزين وتخويلهم صلاحيات اتخاذ القرار فيما يتعلق بتنظيم وتفعيل الموارد المخصصة لتنفيذ المهام المساتدة البسيطة، وتطبيق مبدأ المحاسبة بالنتائج والمساءلة وفقاً للإنجازات وليس على أساس الالتزام بقواعد ونظام العمل وبعض النظر عن النتائج.
- إعمال نظم للتقييم المتكامل لأداء هؤلاء الأفراد المتميزين تأخذ في الاعتبار جميع عناصر ومكونات الأداء وتأثيراته على مجمل موقف المنظمة ومستقبلها.
- تعويض عمال المعرفة حسب نتائج الأداء وناتجة الفرص لهم المشاركة في عوائق إنتاجهم الفكري بتطبيق نظام المشاركة في الأرباح، وتوزيع أسهم مجانية.
- تخطيط عمليات التدريب والتنمية المستمرة لعمال المعرفة وناتجة الفرص لهم المشاركة في المؤتمرات والفعاليات العملية والمهنية المختلفة وتطبيق نظام يقضي تحمل المنظمة على رسوم الاشتراك في تلك الفعاليات ورسوم العضوية في الجمعيات والهيئات العلمية والمهنية ذات العلاقة.
والملزمة التنافسية القوية عدة خصائص تتصف بها:

- تلبية رغبات واحتياجات العميل، حيث تقدم الشركة قيمة لعملائها لا يستطيع المنافسون تقديمها.

- تكون دائمة ومستمرة ومن الصعب أن يقللها المنافسون - فيمكن لقسم الأبحاث والتطوير أن يطور المنتجات أو عمليات جديدة بصورة متسقة للبقاء متفوقاً على المنافسين.

- تقدم الأساس للمزيد من التحسين والتطوير.

وهما سبق يوضح أن معظم الدراسات التي تتناول التفكير الابتكاري تتناوله كمتغير ثابت يتأثر بالعديد من المتغيرات (النوع، التدريب، التعلم، المؤثرات البيئية) وغيرها من المتغيرات بينما تناولته نسبة قليلة كمتغير مستقل أيضاً. جميع الدراسات السابقة تعرضت للنقص البشرى باعتباره ميزة تنافسية بصفة عامة ولم تتم تحديد أي بعد من الأبعاد الثلاثة (جسدية، سلوكي، فكري) ولا توجد دراسة - على حد علم الباحثة - قامت بدراسة دور التفكير الابتكاري في دعم الميزة التنافسية، الأمر الذي دفع الباحثة لقيام بهذه الدراسة في محاولة منها لتحديد دور التفكير الابتكاري في دعم الميزة التنافسية للعنصر البشري.

ثالثاً: مشكلة الدراسة

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

أ. المظاهر المتعلقة بالتفكير الابتكاري

عدم اهتمام المديرين بتقنية التفكير الابتكاري داخل صناعة البرمجيات حيث تبين للباحثة: قلة الاهتمام ببرامج التدريب التي تعمل على تنمية التفكير الابتكاري لدى المبرمجين، قلة رغبة الفرد في التعلم والميل للوصول لمستوى معين من الكفاءة والاستقرار عند هذا المستوى وعدم الرغبة في الارتقاء إلى مستوى أعلى من الكفاءة.
المؤشر المتعلقة بالميزة التنافسية للعنصر البشري

بالرغم من إدراك مديرى شركات البرمجيات أهمية العنصر البشري 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 المظهر السابقة تصبح التساؤل المطروح هو: "كيف يمكن لمديرى شركات البرمجيات الاهتمام بتقديم التفكير الإبتكاري لموظفيهم من أجل الاعتماد عليهم في خلق ميزة تنافسية؟" 

رابعاً: أهداف الدراسة:

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

1- معرفة مدى تأثير خصائص التفكير الإبتكارى على الميزة التنافسية على العنصر البشري وتحديد أكثر خصائص التفكير الإبتكارى تأثيراً على الميزة التنافسية.

2- تقديم مجموعة من النصائح على ضوء أهم النتائج التي سوف يتم التوصل إليها، وذلك لمحاولة دعم وتنمية العنصر البشري من أجل جعله الميزة التنافسية الأساسية داخل المنظمات.

خامساً: فروض الدراسة: انطلاقاً من الأهداف السابق ذكرها فقد تمكّن صياغة فروض الدراسة على النحو التالي:

1- لا توجد علاقة لها دلالتها الإحصائية بين خصائص التفكير الإبتكارى واكتساب ميزة تنافسية للعنصر البشري في شركات صناعة البرمجيات محل الدراسة وينقسم هذا الفرض إلى فرضين فرعيين:

- لا توجد علاقة ذات دلاله إحصائية بين خصائص التفكير الإبتكارى وانتاج البرامج.

- لا توجد علاقة ذات دلاله إحصائية بين خصائص التفكير الإبتكارى وتسويق البرامج.

2- لا يوجد تأثير معنوي للتفكير الإبتكارى في اكتساب ميزة تنافسية للعنصر البشري 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 البرنامج.
2- لا توجد فروق لها دلالتها الإحصائية بين خصائص التفكير الإبتكاري في درجة تأثيرها على الميزة التنافسية للعصر البشري وذلك في مجال:

- إنتاج البرامج
- تسويق البرامج

ساساً: أهمية الدراسة:

1- الأهمية العلمية:
1-1 تعتبر هذه الدراسة بمثابة إضافة إلى الدراسات الخاصة بالميزة التنافسية للعصر البشري حيث أن الميزة التنافسية للعصر البشري لم تحتظى باهتمام كبير سواء في الدراسات العربية وحتى الدراسات الأجنبية التي تعرضت لها لم تتناول تأثير التفكير الإبتكاري عليه.

2-1 التأصيل العلمي لمفهوم التفكير الإبتكاري وأساليب تنميته من أجل استخدامه في جذب الميزة التنافسية المستدامة للمنظمات.

2- الأهمية التطبيقية:
2-1 محاولة مساعدة المنظمات في تفعيل الاهتمام بالعصر البشري 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.

سابع: أسلوب الدراسة:

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

1- الأسلوب المكتبي:
ذلك من خلال الرجوع إلى المصادر العلمية المختلفة العربية والاجنبية والمتبعثة في الكتب والدوريات والبحوث والرسائل ذات الصلة بموضوع الدراسة وتسمى الدراسة إلى الاستفادة من هذا الأسلوب في إعداد الإطار النظري للدراسة.

2- الأسلوب الميداني:
يتمثل الغرض الأساasi من استخدام هذا الأسلوب في جمع البيانات اللازمة لاستكمال الدراسة وذلك حتى تتمكن الباحثة من التحقق من صحة أو عدم صحة فروض الدراسة وسوف يحقق ذلك من خلال:

1- متغيرات الدراسة

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

1/1 خصائص التفكير الإبنكاري (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 المجتمع الدراسة في الشركات العامة 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 واطار كامل للمجتمع، وتم تحديد حجم العينة باستخدام المعادلة التالية(الإمام،2006).

$$n = \frac{\sigma^2}{\eta^2} + \frac{\sigma^2}{z^2(\alpha/2)}$$

جدول رقم(1): توزيع مجتمع وعينة الدراسة

<table>
<thead>
<tr>
<th>عينة الدراسة</th>
<th>عدد شركات البرمجيات</th>
<th>بيان بالمحافظات</th>
<th>م</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>القاهرة</td>
<td>143</td>
<td>421</td>
<td>1</td>
</tr>
<tr>
<td>الجيزة</td>
<td>56</td>
<td>165</td>
<td>2</td>
</tr>
<tr>
<td>القليوبية</td>
<td>4</td>
<td>11</td>
<td>3</td>
</tr>
<tr>
<td>الاسكندرية</td>
<td>29</td>
<td>87</td>
<td>4</td>
</tr>
<tr>
<td>الدلتا</td>
<td>15</td>
<td>44</td>
<td>5</td>
</tr>
<tr>
<td>الفقان</td>
<td>2</td>
<td>6</td>
<td>6</td>
</tr>
<tr>
<td>مصر العليا</td>
<td>1</td>
<td>5</td>
<td>7</td>
</tr>
<tr>
<td>البحر الأحمر</td>
<td>1</td>
<td>3</td>
<td>8</td>
</tr>
<tr>
<td>(742)</td>
<td></td>
<td>(253)</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

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 تعني للمستقيمي منه المعنى والمفهوم الذي تقصد 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 المحكومون بعض الملاحظات الشكلية واللغوية والموضوعية وقد تحذف بعض العبارات إضافة عبارات أخرى لتوصيف المعنى المطلوب، ثم تم إجراء اختبار معيني 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 الاستخدام على نتائج الدراسة الميدانية في تعميم النتائج، وقد تم استخدام معامل ألفا كرونباخ (Cronbach’s Alpha) من خلال برنامج spss16 (spss16) وأشارت النتائج إلى أن جميع قيم معاملاً 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 أعدد من أجله، وتم اختباره بإيجاد الجذر التربيعي لمعامل الثبات، وكانت جميعها قيم مقبولة، كما يوضح الجدول التالي:

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

<table>
<thead>
<tr>
<th>المعاملات</th>
<th>معامل الصدق</th>
<th>معامل الثبات</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>التفكير الإبداعي</td>
<td>0.911</td>
<td>0.954</td>
</tr>
<tr>
<td>الميزانية التنافسية</td>
<td>0.563</td>
<td>0.750</td>
</tr>
</tbody>
</table>

المصدر: من إعداد الباحثة في ضوء نتائج التحليل الإحصائي

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

16
- أساليب التحليل الإحصائي وهي معامل ألفا كروناخ (Cronbach's Alpha) (Stepwise).

ثانياً: 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 الإبداعي والميزة التنافسية للعنصر البشري. وينقسم هذا الفرض إلى فرضين فرعيين:

- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين خصائص التفكير الإبداعي وإنتاج البرامج.
- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين خصائص التفكير الإبداعي وتسويق البرامج.

وإلى ذلك يتحقق من صحة هذا الفرض اعتمدت الباحثة على معامل الارتباط ليبسون

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

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>تسويق البرامج</th>
<th>إنتاج البرامج</th>
<th>الفعالية الداعمة</th>
<th>الخلايا الداخلية</th>
<th>الحساسية للمشكلات</th>
<th>التقييمات</th>
<th>الرغبة</th>
<th>الاستقلال</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>الاستقلال</td>
<td>1</td>
<td>1</td>
<td>318,395,270,375,440,042</td>
<td>372,230,799,517,395,270,375,440,042</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

ال مصدر: من إعداد الباحثة في ضوء نتائج التحليل الإحصائي
ويتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي:

لا يوجد تأثير معنوي لخصائص التفكير الإبتكاري على إنتاج البرامج.

وقد استخدمت البحثة أسلوب تحليل الانحدار للتحقق من صحة هذا الفرض وذلك على النحو التالي:

جدول رقم(8) معاملات الانحدار الخطى للفكر الإبتكاري على الميزة التنافسية

<table>
<thead>
<tr>
<th>المتغير المستقل</th>
<th>المتغير التابع الميزة التنافسية</th>
<th>SIG</th>
<th>F</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Constant (B)</td>
<td>115,582</td>
<td>0.732</td>
<td>322,391</td>
</tr>
</tbody>
</table>

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي:

- 1. معنوية نموذج الانحدار ، حيث بلغت قيمة (F) (322,391) عند مستوى معنوية 5%.
- 2. يوجد علاقة تأثير معنوية للفكر الإبتكاري على الميزة التنافسية ، حيث بلغ معامل التحديد (R²) (0.732) أى أن الفكر الإبتكاري استطاع أن يفسر 73% من التغير في الميزة التنافسية داخل شركات البرمجيات.

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

<table>
<thead>
<tr>
<th>المتغير المستقل</th>
<th>المتغير التابع الأصالة الإنتاج البرامج</th>
<th>SIG</th>
<th>F</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Constant (B)</td>
<td>6.92</td>
<td>0.005</td>
<td>395.7</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>6.92</td>
<td>0.005</td>
<td>395.7</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>7.2</td>
<td>0.005</td>
<td>395.7</td>
</tr>
</tbody>
</table>

ويتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي:
1- معنوية نموذج الانحدار، حيث بلغت قيمة (F) عند مستوى معنوية 5%.

2- يوجد علاقة تأثير معنوي ضعيف للأصالة على إنتاج البرنامج، واتضح ذلك في نتائج التحليل الإحصائي عند اختبار الانحدار الخطأ البسيط بين الأصالة وناتج البرنامج باستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS) (16).، كما تم استبداله 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 بوضوح نتائج هذا التحليل الإحصائي:

جدول رقم (10) معاملات الانحدار الخطأ بين الأصالة وتسويق البرامج:

<table>
<thead>
<tr>
<th>المتغير المستقل</th>
<th>المتغير التابع</th>
<th>R²</th>
<th>SIG</th>
<th>F</th>
<th>الأصالة</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>83,06 constant</td>
<td>تسويق البرامج</td>
<td>002</td>
<td>0.000</td>
<td>208</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>2,03 (B)</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

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 الخطأ البسيط بين الأصالة وتسويق البرامج باستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS) (16).

3- 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 بوضوح نتائج هذا التحليل الإحصائي:

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

<table>
<thead>
<tr>
<th>المتغير المستقل</th>
<th>المتغير التابع</th>
<th>R²</th>
<th>SIG</th>
<th>F</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>117,5 constant</td>
<td>الحساسية للمشكلات</td>
<td>0.493</td>
<td>0.000</td>
<td>114,841</td>
</tr>
<tr>
<td>2,17 (B)</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على نتائج التحليل الإحصائي
يتشتضح 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 البرنامج، حيث بلغ معامل التحديد (R²) (0.493) أى أن عنصر الحساسية للمشكلات استطاع أن يفسر 49.3% من التغير في إنتاج البرنامج داخل شركات البرمجيات، وتفسر الباحثة أن قوة العلاقة التأثيرية ترجع إلى وجود علاقة ارتباط قوية بين الحساسية للمشكلات و إنتاج البرامج حيث بلغ معامل الارتباط 70% عند مستوى معنوية 5% و يتضح ذلك في نتائج التحليل الإحصائى عند اختبار الانحدار الخطى البسيط بين الحساسية للمشكلات و إنتاج البرنامج باستخدام البرنامج الإحصائى (SPSS16)، و يتفق ذلك مع دراسة (Nitza, 2006).

3- اختبار صحة الفرض الفرعي والذي ينص على" لا يوجد تأثير معنوى بين الحساسية للمشكلات و تسويق البرنامج" وقد تم استخدام تحليل الانحدار البسيط للاختبار مدى صحة هذا الفرض. والجدول التالي يوضح نتائج هذا التحليل الإحصائى:

<table>
<thead>
<tr>
<th>المتغير المستقل</th>
<th>المتغير التابع</th>
<th>R²</th>
<th>SIG</th>
<th>F</th>
<th>Sig</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>constant</td>
<td>تسويق البرامج</td>
<td>0.973</td>
<td>0.000</td>
<td>9.250</td>
<td>0.000</td>
</tr>
<tr>
<td>B</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادًا على نتائج التحليل الإحصائى

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي:

1- معنوية نموذج الانحدار، حيث بلغت قيمة (F) (0.250) عند مستوى معنوية 5%.

2- يوجد علاقة تأثير معنوية ضعيف للحساسية للمشكلات على تسويق البرنامج باستخدام البرنامج الإحصائى (SPSS16)، كما تم استبعاده من خلال أسلوب stepwise.

3- اختبار صحة الفرض الفرعي والذي ينص على" لا يوجد تأثير معنوى بين المرونة و إنتاج البرنامج" وقد تم استخدام تحليل الانحدار البسيط للاختبار مدى صحة هذا الفرض. والجدول التالي يوضح نتائج هذا التحليل الإحصائى.
جدول رقم (13) معاملات الانحدار الخطى بين المرونة ونتائج البرامج

<table>
<thead>
<tr>
<th>B</th>
<th>المتغير المستقل</th>
<th>R²</th>
<th>SIG</th>
<th>F</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>28.6       Constant</td>
<td></td>
<td>0.006</td>
<td>0.000</td>
<td>753</td>
</tr>
<tr>
<td>2.29        B</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا 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 نتائج البرامج واتضح ذلك في نتائج التحليل الإحصائي عند اختيار الانحدار الخطي البسيط بين المرونة ونتائج البرامج باستخدام البرنامج.stepwise . (SPSS16).
3- يوضح النتائج ذلك من خلال أسفل المرونة ونسبة تنازلك الانحدار البسيط لاختبار مدى صحة هذا الفرض. والجدول التالي يوضح نتائج هذا التحليل الإحصائي:

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

<table>
<thead>
<tr>
<th>B</th>
<th>المتغير المستقل</th>
<th>R²</th>
<th>SIG</th>
<th>F</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>19.4      Constant</td>
<td></td>
<td>0.141</td>
<td>0.000</td>
<td>19.347</td>
</tr>
<tr>
<td>2.09        B</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على نتائج التحليل الإحصائي

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي:

1- معنوية نموذج الانحدار ، حيث بلغت قيمة (F) (19.347) عند مستوى معنوية 5%.
2- يوجد علاقة تأثير معنوي للمرونة على تسويق البرامج ، حيث بلغ معامل التحديد (R²) (141)أي ان عنصر المرونة استطاع أن يفسر 14% من التغيير في تسويق البرنامج داخل شركات البرمجيات، وتفسر البحاثة أن قوة العلاقة التأثيرية ترجع إلى وجود علاقة ارتباط قوية بين المرونة وتسويق البرنامج حيث بلغ معامل الارتباط 37.5% عند مستوى معنوية 5% واتضح ذلك في نتائج التحليل الإحصائي عند اختيار الانحدار الخطى البسيط بين المرونة وتسويق البرامج باستخدام البرنامج.stepwise . (SPSS16).
8.اختبار صحة الفرض الفرعي والذي ينص على "لا يوجد تأثير معنوي بين الخيال الخلاق ونتائج التحليل الإحصائي.

جدول رقم (15) معاملات الانحدار الخطي بين الخيال الخلاق ونتائج التحليل الإحصائي

<table>
<thead>
<tr>
<th>المتغير المستقل</th>
<th>المتغير التابع</th>
<th>R²</th>
<th>SIG</th>
<th>F</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>الخيال الخلاق</td>
<td>B</td>
<td>0,000</td>
<td>13,260</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Constant</td>
<td>0,101</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على نتائج التحليل الإحصائي

يتبّح من بيانات الجدول السابق ما يلي:

1. معنويّة نموذج الانحدار، حيث بلغت قيمة (F) (13,260) عند مستوى معنويّة 5%.
2. يوجد علاقة تأثير معنويّة للخيال الخلاق على نتائج البرنامج، حيث بلغ معامل التحديد (R²) (0,101) أي أن عنصر الخيال الخلاق استطاع أن يفسّر 10,1% من التغير في نتائج البرنامج داخل شركات البرمجيات، وتفسر الباحثة أن قوة العلاقة التأثيرية ترجع إلى وجود علاقة ارتباط قوية بين الخيال الخلاق ونتائج البرنامج حيث بلغ معامل الإرتباط 31,8% عند مستوى معنويّة 5% واتضح ذلك في نتائج التحليل الإحصائي عند اختبار الانحدار الخطى البسيط بين الخيال الخلاق ونتائج البرنامج باستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS16).

9.اختبار صحة الفرض الفرعي والذي ينص على "لا يوجد تأثير معنوي بين الخيال الخلاق وتسويق البرنامج.

جدول رقم (16) معاملات الانحدار الخطي بين الخيال الخلاق وتسويق البرنامج

<table>
<thead>
<tr>
<th>المتغير المستقل</th>
<th>المتغير التابع</th>
<th>R²</th>
<th>SIG</th>
<th>F</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>الخيال الخلاق</td>
<td>B</td>
<td>0,000</td>
<td>21,78</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Constant</td>
<td>156</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على نتائج التحليل الإحصائي

يتتبّح من بيانات الجدول السابق ما يلي:

1. معنويّة نموذج الانحدار، حيث بلغت قيمة (F) (21,78) عند مستوى معنويّة 5%.
2. يوجد علاقة تأثير معنويّة للخيال الخلاق على نتائج البرنامج، حيث بلغ معامل التحديد (R²) (0,156) أي أن عنصر الخيال الخلاق استطاع أن يفسّر 15,6% من التغير في
تسوقي 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`

جداول رقم (17) معاملات الانحدار الخطي بين الدافعية الداخلية وإنتاج البرامج

<table>
<thead>
<tr>
<th>المتغير المستقل</th>
<th>المتغير التتابع</th>
<th>R²</th>
<th>SIG</th>
<th>F</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>constant</td>
<td>إنتاج البرنامج</td>
<td>0,053</td>
<td>0,000</td>
<td>6,511</td>
</tr>
<tr>
<td>B</td>
<td>الدافعية الداخلية</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على نتائج التحليل الإحصائي

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي:
1- معنوية نموذج الانحدار ، حيث بلغت قيمة(F) (6,511) عند مستوى معنوية 5%.
2- يوجد علاقة تأثير معنوية ضعيفة للدافعية الداخلية على إنتاج البرامج واتضح ذلك في نتائج التحليل الإحصائي عند اختبار الانحدار الخطي 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`

جداول رقم (18) معاملات الانحدار الخطي بين الدافعية الداخلية وتسويق البرامج

<table>
<thead>
<tr>
<th>المتغير المستقل</th>
<th>المتغير التتابع</th>
<th>R²</th>
<th>SIG</th>
<th>F</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>constant</td>
<td>تسوقي البرنامج</td>
<td>0,111</td>
<td>0,000</td>
<td>14,637</td>
</tr>
<tr>
<td>B</td>
<td>الدافعية الداخلية</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على نتائج التحليل الإحصائي

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي:
1- معنوية نموذج الانحدار ، حيث بلغت قيمة(F) (14,637) عند مستوى معنوية 5%.
2. يوجد علاقة تأثير معنوية للدافعية الداخلية على تسويق البرنامج، حيث بلغ معامل التحديد (R² = 0.566)، أي أن عنصر الدافعية الداخلية استطاع أن يفسر 56.6% من التغير في تسويق البرنامج داخل شركات البرمجيات، وتفسر الدراسة 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 الفرعي والذي ينص على "لا يوجد تأثير معنوي بين التفصيلات ونتائج البرنامج".

جدول رقم (19) معاملات الانحدار الخطي بين التفصيلات وإنتاج البرنامج.

<table>
<thead>
<tr>
<th>المتغير المستقل</th>
<th>المتغير التابع</th>
<th>R²</th>
<th>SIG</th>
<th>F</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>التفصيلات</td>
<td>B constant</td>
<td>0.566</td>
<td>0.000</td>
<td>566,832</td>
</tr>
</tbody>
</table>

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على نتائج التحليل الإحصائي.

يتضح من بيانات الجدول السابق مايلي:

1. معنوية نمودج الانحدار، حيث بلغت قيمة (F) عند مستوى معنوية 5%.

2. يوجد علاقة تأثير معنوية للتفسيرات على إنتاج البرنامج، حيث بلغ معامل التحديد (R² = 0.566)، أي أن عنصر التفسيرات استطاع أن يفسر 56.6% من التغير في إنتاج البرنامج داخل شركات البرمجيات، وتفسر الدراسة أن قوة العلاقة التأثيرية ترجع إلى وجود علاقة ارتباط قوية بين التفسيرات وإنتاج البرنامج حيث بلغ معامل الارتباط 75.2% عند مستوى معنوية 5%.

12. اختبار صحة الفرض الفرعي والذي ينص على "لا يوجد تأثير معنوي بين التفصيلات وتسويق البرنامج".

جدول رقم (20) معاملات الانحدار الخطي بين التفصيلات وتسويق البرنامج.

<table>
<thead>
<tr>
<th>المتغير المستقل</th>
<th>المتغير التابع</th>
<th>R²</th>
<th>SIG</th>
<th>F</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>التفصيلات</td>
<td>B constant</td>
<td>0.193</td>
<td>0.000</td>
<td>28,286</td>
</tr>
</tbody>
</table>

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على نتائج التحليل الإحصائي.

24
يتفح من بيانات الجدول السابق ما يلي:

1- معنوية نموذج الانحدار، حيث بلغ قيمته (28.286) (F) عند مستوى معنوية 5%.  
2- يوجد علاقة تأثير معنوية بين التصنيفات على تسويق البرنامج، حيث بلغ معامل التحديد (R²)29% من التغير في تسويق البرنامج. 

جدول رقم (21) معاملات الانحدار الخطي بين الطاقة ونتائج البرنامج

<table>
<thead>
<tr>
<th>المتغير المستقل</th>
<th>المتغير التابع</th>
<th>R²</th>
<th>SIG</th>
<th>F</th>
<th>الطاقة</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>107.4 constant</td>
<td>إنتاج البرنامج</td>
<td>139</td>
<td>0.000</td>
<td>19,001</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>2.29 B</td>
<td>الطاقة</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

المصدر: من إعداد الباشطة اعتماداً على نتائج التحليل الإحصائي

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي:

1- معنوية نموذج الانحدار، حيث بلغ قيمة (19.001) (F) عند مستوى معنوية 5%.  
2- يوجد علاقة تأثير معنوية بين النتائج ونتائج البرنامج، حيث بلغ معامل التحديد (R²)72% من التغير في نتائج البرنامج. 

13- اختبار صحة الفرض الفرعي والذي ينص على "لا يوجد تأثير معنوي بين الطاقة وإنتاج البرنامج".

14- اختبار صحة الفرض الفرعي والذي ينص على "لا يوجد تأثير معنوي بين الطاقة وتسويق البرنامج".
جدول رقم (22) معاملات الانحدار الخطى بين الطلاقة وتسويق البرامج:

<table>
<thead>
<tr>
<th>المتغير المستقل</th>
<th>المتغير التابع</th>
<th>R²</th>
<th>SIG</th>
<th>F</th>
<th>الطلاقة</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>73.5 constant</td>
<td>تسويق البرنامج</td>
<td>0.268</td>
<td>0.000</td>
<td>43.131</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>0.97 B</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على نتائج التحليل الإحصائي

يتضح من بيانات الجدول السابق مايلي:
1- معنوية نموذج الانحدار، حيث بلغت قيمة (F) عند مستوى معنوية 5%.
2- يوجد علاقة تأثير معنوية للطلاقة على تسويق البرامج، حيث بلغ معامل التحديد (R²) 0.268. أو أن عنصر الطلاقة استطاع أن يفسر 26.8% من التغير في 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 0.71 عند مستوى معنوية 5%.

وبناءً على النتائج السابقة يتضح عدم صحة الفرض الثاني من فرض الدراسة بجميع فرضيه الفرعية. وهذا يعني أن هناك علاقة تأثير معنوية بين التفكير الإبتكاري والميزة التنافسية للعنصر البشري.

وفي سبيل تحديد أكثر خصائص التفكير الإبتكاري تأثيراً على الميزة التنافسية (إنتاج البرامج، تسويق البرامج) قامت الباحثة باستخدام أسلوب الانحدار المتعدد المدرج (Stepwise)، وذلك على النحو التالي:
جدول رقم (22) معاملات الانحدار المتعدد المتدرج لخصائص التفكير الإبتكاري على إنتاج البرنامج

<table>
<thead>
<tr>
<th>SIG</th>
<th>T</th>
<th>B</th>
<th>المتغير التابع</th>
<th>R²</th>
<th>SIG</th>
<th>F</th>
<th>المتغيرات المستقلة</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>000,0</td>
<td>052,</td>
<td>279,</td>
<td>constant</td>
<td>945,</td>
<td>000,0</td>
<td>338,319</td>
<td>(خصائص التفكير الإبتكاري)</td>
</tr>
<tr>
<td>000,0</td>
<td>671,15</td>
<td>598,3</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>1- التخصصيات</td>
</tr>
<tr>
<td>000,0</td>
<td>976,7</td>
<td>02,2</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>2- العلاقة</td>
</tr>
<tr>
<td>000,0</td>
<td>202,12</td>
<td>836,1</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>3- الدافعية الداخلية</td>
</tr>
<tr>
<td>000,0</td>
<td>629,9</td>
<td>682,1</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>4- الحساسية للمشكلات</td>
</tr>
<tr>
<td>000,0</td>
<td>625,6</td>
<td>385,2</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>5- الخيال الخلاق</td>
</tr>
<tr>
<td>000,0</td>
<td>505,5</td>
<td>257,1</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>6- المرونة</td>
</tr>
</tbody>
</table>

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على نتائج التحليل الإحصائي

يتضح من بيانات الجدول السابق من خلال استخدام أسلوب (stepwise) أنه أعلى على أكثر خصائص التفكير الإبتكاري تأثيراً على إنتاج البرامج وهي التخصصيات حيث تفسر 56.3% من التغيير في إنتاج البرنامج، ثم يليه العلاقة حيث تفسر 20.3% من التغيير في إنتاج البرنامج، ثم يليه الدافعية الداخلية حيث تفسر 10.1% من التغيير في إنتاج البرنامج، ثم يليه الحساسية للمشكلات حيث تفسر 4.1% من التغيير في إنتاج البرنامج، وليليه الخيال الخلاق حيث يفسر 2% من التغيير في إنتاج البرنامج، وأخيراً المرونة حيث تفسر 1.5% من التغيير في إنتاج البرنامج.

أما بالنسبة لعنصر الأصالة فاظهرت النتائج عدم معنيتها وبالتالي عدم وجود تأثير لها على إنتاج البرنامج.
جدول رقم (24) معاملات الانحدار المتعدد المتدرج لخصائص التفكير الإبتكاري على تسويق البرنامج

<table>
<thead>
<tr>
<th>SIG</th>
<th>T</th>
<th>B</th>
<th>المتغير التابع (تسلسل البرامج)</th>
<th>R²</th>
<th>SIG</th>
<th>F</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>007,</td>
<td>744,2</td>
<td>578,15</td>
<td>constant</td>
<td>813,</td>
<td>000,0</td>
<td>361,81</td>
</tr>
<tr>
<td>000,0</td>
<td>086,6</td>
<td>274,</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>000,0</td>
<td>350,9</td>
<td>189,</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>000,0</td>
<td>752,7</td>
<td>158,</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>000,0</td>
<td>341,6</td>
<td>254,</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>000,0</td>
<td>645,3</td>
<td>446,</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>008,</td>
<td>703,2</td>
<td>222,</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على نتائج التحليل الإحصائي.

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

- أنه أبقى على أكثر خصائص التفكير الإبتكاري تأثيراً على تسويق البرنامج. وهي الطلاقة حيث تفسر 36.7% من التغير في تسويق البرنامج ثم يليه التفصيلات حيث تفسر 24.5% من التغير في تسويق البرنامج، ثم الدافعية الداخلية حيث تفسر 22.6% من التغير في تسويق البرنامج، ثم يليه المرونة حيث تفسر 5.2% من التغير في تسويق البرنامج، وليه الخيال الخلق حيث يفسر 1.2% من التغير في تسويق البرنامج، وأخيراً الأصالة حيث تفسر 1.1% من التغير في تسويق البرنامج.

أما بالنسبة لخصائص الحساسية للأشكال فقد ظهرت النتائج عدم معنويتها وبالتالي عدم وجود تأثير لها على تسويق البرنامج.
تاسعاً: خلاصة النتائج والتوصيات:

أ. نتائج الدراسة:

1- وجود علاقة ارتباط معنوية بين جميع خصائص التفكير جميع خصائص التفكير الإبتكاري وأبعاد الميزة التنافسية للعنصر البشري، وذلك لمفردات العينة محل الدراسة.

2- يوجد علاقة تأثير معنوية للتفكير الإبتكاري على الميزة التنافسية ، حيث بلغ معامل التحديد (R²) (0.732).

3- اتضح من استخدام أسلوب الانحدار المتعدد المتدرج أن أكثر خصائص التفكير الإبتكاري تأثيراً في إنتاج البرامج حسب ترتيب دخولها في النموذج (التفصيلات، الظاهرة، الدافعية الداخلية، الحساسية للمشكلات، الخيال الخلاق، المرونة). هذا وتفسر خصائص التفكير الإبتكاري 94.5% من التغير في إنتاج البرامج.

4- كما أظهر أسلوب الانحدار المتعدد المتدرج أن أكثر خصائص التفكير الإبتكاري تأثيراً في تسويق البرامج حسب ترتيب دخولها في النموذج (الظاهرة، الظاهرة، الدافعية الداخلية، المرونة، الخيال الخلاق، الأصالة). هذا وتفسر خصائص التفكير الإبتكاري 81.3% من التغير في تسويق البرامج.

ب- التوصيات:

تتمثل أهم توصيات الدراسة فيما يلي:

1- العمل على حل المشكلات بطريقة إبتكارية وذلك من تعميم سياسة الإبتكار في كل أعمال المنظمة حتى يكون وضع دائم يتم العمل به في مختلف الوظائف.

2- إلغاء كافة الحواجز بين المديرين في الإدارة العليا والمبتكرين وتعامل معهم بصفة مباشرة حتى يسهل نقل الأفكار الإبتكارية وحتى يكون هناك قصور قوية بين الإدارة العليا والمبتكرين.

3- إنشاء إدارة للبحوث يكون هدفها الأساسي هو إثراء معرفة الفرد من خلال تثقيفه وتعدد قراءاته وتتكون من قسمين: قسم نظري: وهو عبارة عن مكتبة داخل كل منظمة بداخلها أحدث الكتب سواء الخاصة بنشاط المنظمة أو بصفة عامة ، قسم عملي: والهدف الأساسي منه عمل بحوث بصفة مستمرة في نشاط المنظمة وخصوصا شركات البرمجيات.
أخيراً، محاولة تغيير المديرين لوجهة النظر التقليدية داخل المنظمات بأن العنصر البشري أحد عناصر الإنتاج لتحقيق الميزة التنافسية إلى أن العنصر البشري هو العنصر الأساسي الوحيد القادر على تحقيق ميزة تنافسية مستدامة.

حيث أن الدراسة تعتبر بمثابة أولى الدراسات العربية التي تناولت دور التفكير الإبداعي في دعم الميزة التنافسية للعنصر البشري حسب علم الباحثة لذا فتحت باب بحث عدة دراسات مستقبلية عن الميزة التنافسية للعنصر البشري لكونها أحد أهم عوامل التنافسية الآن والتي لم تلقى بالاهتمام الكافٍ، وتتمثل هذه الدراسات فيما يلي:

1- دور الولاء التنظيمي في دعم الميزة التنافسية للعنصر البشري.
2- تأثير الانسحاب الوظيفي على الميزة التنافسية المستدامة للعنصر البشري.
3- تأثير الثقافة التنظيمية للمنظمة على الميزة التنافسية للعنصر البشري.
4- هروب الكفاءات وتأثيرها على الميزة التنافسية المستدامة.
المراجع:

أ- المراجع العربية:
1- الإمام، وفقي السيد، "البحث العلمي: إعداد مشروع البحث وكتابة التقرير النهائي". (المنصورة: المكتبة المصرية، 2006).
2- جودة، عبد المحسن عبد المحسن، "معوقات التفكير الإبتكاري في حل المشكلات واتخاذ القرارات: دراسة ميدانية على القطاع الصحي بمدينة المنصورة". المجلة المصرية للدراسات التجارية، المجلد (34)، العدد الأول، (جامعة المنصورة: كلية التجارة، 2010).

ب- المراجع الأجنبية: