

دور (الابداع والابتكار) في تحقيق ميزة تنافسية (دراسة حالة فندق برج شاهين في محافظة طرطوس))

شذى طلال الديب *

(تاريخ الإيداع ٢٥/٩/٢٠٢٣ - تاريخ النشر ٣١/١/٢٠٢٤)

□ ملخص □

هدف البحث إلى دراسة العلاقة بين (الابداع والابتكار) والميزة التنافسية في فندق برج شاهين في محافظة طرطوس، وتم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي وبهدف تحليل البيانات واختبار الفرضيات قام الباحث بتصميم وتوزيع ٣٠ استمارة استبيان على عينة البحث المؤلفة من العاملين في الفندق وتم الاعتماد على البرنامج الاحصائي SPSS في تحليل البيانات واختبار فرضيات البحث. ومن أهم ما توصل إليه البحث وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الابداع والابتكار وتحقيق ميزة تنافسية في فندق برج شاهين في محافظة طرطوس. وكان من أهم توصيات البحث تحفيز العاملين في فندق برج شاهين باستمرار على تقديم افكارهم لتطوير أساليب جديدة في تقديم الخدمات وتسويقها بما يحقق أفضل ميزة تنافسية ممكنة، وتطوير مهاراتهم من خلال دورات خاصة تنمي معارفهم وتكسبهم خبرات جديدة. الكلمات المفتاحية: الابداع والابتكار ، الميزة التنافسية، فندق برج شاهين.

The role of creativity and innovation in achieving competitive advantage ((A case study of the Shaheen Tower Hotel in Tartous Governorate))

Shaza Talal Aldeeb *

(Received 25/9/2023.Accepted 31/1/2024)

□ABSTRACT □

The research aim is to study the relationship between (creativity and innovation) and a competitive advantage in the Shaheen Tower Hotel in Tartous Governorate, and the analytical descriptive approach was relied upon, and in order to analyze the data and test hypotheses, the researcher designed and distributed 30 questionnaire to the research sample consisting of hotel workers, and relied on SPSS statistical program in analyzing data and testing research hypotheses.

Among the most important findings of the research is the existence of a statistically significant relationship between creativity and innovation and achieving a competitive advantage in the Shaheen Tower Hotel in Tartous Governorate.

One of the most important recommendations of the research was to motivate workers at Shaheen Tower Hotel to constantly present their ideas to develop new methods of providing and marketing services in order to achieve the best possible competitive advantage, and to develop their skills through special courses that develop their knowledge and gain them new experiences.

Keywords: creativity and innovation, competitive advantage, Shaheen Tower Hotel

* Master's degree – Tourism Management - Faculty of Tourism, University Of Tartous, Syria

مقدمة البحث:

يحظى موضوع تطوير الميزة التنافسية خلال السنوات الأخيرة باهتمام واسع النطاق على الصعيد العالمي، وذلك بهدف مواكبة متطلبات التطورات المتسارعة التي يشهدها العالم، والمتمثلة في تسارع وتيرة العولمة والاندماج في الاقتصاد العالمي، وسياسات الانفتاح وتحرير الأسواق. وما نجم عنها من ظهور المزيد من التكتلات الإقليمية وانتشار ظاهرة الاندماج والتملك بين المؤسسات المحلية والمؤسسات العالمية إضافة إلى التطورات الهائلة في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وأصبحت القدرة على النجاح في المنافسة من أهم عناصر نمو المؤسسات واستمراريتها (مجد وكمال والرميدي، ٢٠٢١، ص ٤٩).

وتؤكد الخبرة العملية أنه لبقاء المؤسسات في ساحة التنافس يجب عليها الابتكار والابداع الذي يعتبر أحد أهم الركائز لبناء وتعزيز القدرة التنافسية لها، حيث يمكنها ذلك من تقديم وتطوير المزيد من الخدمات عالية الجودة وبتكاليف منخفضة، مما يتيح لإدارة المؤسسات فرصاً وإمكانيات غير محدودة في تنويع قدراتها ومجالات عملها بشكل غير مسبوق، وفي أوقات قياسية، وبالتالي يمكن القول أن الابتكار والابداع يمنح المؤسسات ميزة تنافسية طويلة المدى، خاصة في ظل محيط شديد التغير (بويعة، ٢٠١٢، ص ١٩).

يعتبر الابتكار والإبداع من العوامل الرئيسية التي تساهم في تحقيق ميزة تنافسية للشركات والمؤسسات في مختلف الصناعات، ومن المثير للاهتمام أن نلقي نظرة على فندق برج شاهين في محافظة طرطوس كدراسة حالة لفهم كيفية استخدام الابتكار والإبداع لتحقيق ميزة تنافسية في صناعة الضيافة. حيث يعد فندق برج شاهين واحداً من أبرز الوجهات الفاخرة في محافظة طرطوس، ويتميز بتقديم خدمات فاخرة وتجربة استثنائية للزلاء. يمكننا أن نفترض أن النجاح الباهر لهذا الفندق يعود جزئياً إلى الابتكار والإبداع في كيفية تقديم الخدمات وتصميم العروض والتفاعل مع الضيوف.

لذلك سيسعى الباحث الى إلى فهم كيف يمكن للإبداع والابتكار أن يكونا عاملين رئيسيين في تحقيق ميزة تنافسية لفندق برج شاهين في محافظة طرطوس في سوق الضيافة. وبغية إيضاح أهمية الإبداع والابتكار في مثل هكذا فنادق لكي تحقق ميزة تنافسية تعزز وترفع من أدائها في تقديم الخدمات.

١. الدراسات السابقة:

١-دراسة (بو فلفل-٢٠١١) بعنوان: دور الإبداع والابتكار في خلق ميزة تنافسية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

هدفت الدراسة إلى تقديم شرح وافٍ لمتغيري البحث من خلال تسليط الضوء على عدة مجالات متفاعلة فيما بينها ألا وهي الإبداع والابتكار وأثرهما في تطوير العمل ضمن المؤسسات في الجزائر، ومن ثم أهميتها بالنسبة لتلك الأخيرة في خلق ميزة تنافسية، وإبراز أهمية الدور الذي يلعبه كل من الإبداع والابتكار في تنمية وتطوير المؤسسات، على اعتبار أن المؤسسات تعد منتجاً للإبداع والابتكار، ومسرحاً لمنافسة تحدث على مستوى المؤسسات، واختبار العلاقة والتأثير بين متغيري البحث في المؤسسات المستهدفة لمعرفة مستوى الإبداع والابتكار فيها وأثره على ميزتها التنافسية، وبناء عليه تم استخدام منهج وصفي تحليلي عن طريق استخدام الاستبيانات لتحقيق أهداف الدراسة. وتم الاعتماد من جهة أخرى في تلك الدراسة على جملة من المصادر والمراجع المتنوعة التي استخدمت في دراسة الموضوع تمثلت في الكتب والمقالات والمجلات والدوريات العلمية والتقارير والبيانات الإحصائية الصادرة عن بعض الوزارات والهيئات المحلية والدولية وبعض مواقع شبكة الانترنت، وقد تعرضت تلك الدراسة لمجموعة من الصعوبات

كان من أهمها صعوبة الحصول على معطيات دقيقة مثل تعداد الباحثين في الجامعات والمؤسسات، والانعدام الجزئي أو الكلي للإحصائيات الرسمية وكذلك قلة المراجع العلمية التي تتناول تلك الدراسة. توصلت الدراسة إلى نتيجة مفادها أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المبدعة والمبتكرة، تملك القدرة على تحسين أداء أعمالها بالنفوذ إلى أسواق جديدة، وزيادة حصتها في السوق وزيادة أرباحها، وبالتالي تؤثر القدرة الإبداعية والابتكارية لأي مؤسسة على قدرتها التنافسية في السوق، كما استنتجت تلك الدراسة أن ظهور ما يعرف بالابتكار على المستوى الكلي، ألا وهو النظام الوطني للابتكار ساهم في تعزيز الابتكار الجماعي داخل المؤسسات بصورة عامة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بصورة خاصة.

٢-دراسة (بويعة عبد الوهاب -٢٠١٢) بعنوان: دور الابتكار في دعم الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية- دراسة حالة اتصالات الجزائر للهاتف النقال "موبيليس"

هدفت الدراسة إلى تقييم أثر الابتكار في مستوى الميزة التنافسية لمؤسسة الاتصالات، وقد تم اتباع المنهج الوصفي التحليلي في الدراسة، واشتملت الحدود البشرية على عدد من الإطارات الإدارية لشركة اتصالات الجزائر، حيث تم تحديد حجم العينة بشكل عشوائي بسيط والتي اشتملت على ١٠٠ عامل من مجموع ٤٠٠ إطار إداري والتي تمثل ما نسبته ٢٥% من حجم المجتمع، وتم جمع البيانات منهم باستخدام استبيان تم تطويره من قبل الباحث، وقد توصلت الدراسة إلى وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية هامة بين كل من الابتكار الإداري والتقني من جهة والميزة التنافسية لمؤسسة موبيليس من جهة أخرى. كما بينت الدراسة أن للابتكار أثر كبير في تدعيم الميزة التنافسية لشركة موبيليس بحيث أن تطبيق الابتكار في اتصالات الجزائر للهاتف النقال موبيليس يساهم في تدعيم الميزة التنافسية.

٣-دراسة (المصري وعابدين، ٢٠١٧) بعنوان: دور الإبداع الإداري في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة ميدانية على الشركات الصناعية في قطاع غزة.

هدفت الدراسة إلى التعرف على درجة توافر مكونات الإبداع الإداري، والتعرف كذلك على قدرة الشركات الصناعية في قطاع غزة على تحقيق الميزة التنافسية، والتعرف على طبيعة العلاقة لمكونات الإبداع الإداري المتمثلة (الانفعال والعاطفة والتجديد والطلاقة الفكرية والتغير وحل المشكلات وتحمل المخاطرة) على تحقيق الميزة التنافسية، وكذلك التعرف على مدى التغير في المتغير التابع (الميزة التنافسية) نتيجة التغير في مكونات الإبداع الإداري، وقد تم تطبيق منهج البحث الوصفي، وقد تم تطبيق منهج البحث الوصفي في تلك الدراسة التي اشتملت على عينة مكونة من ١٥٠ موظف ٥٤ شركة صناعية يزيد رأسمالها عن ٥٠٠٠٠٠٠ دولار، وتم جمع البيانات منهم بواسطة استبيان تم تصميمه من قبل الباحثين لذلك الغرض، وأظهرت النتائج حصول مستوى الإبداع الإداري على نسبة مرتفعة من حيث التطبيق. وحصل كذلك مجال تحقيق الميزة التنافسية على نسبة مرتفعة، وتبين كذلك وجود علاقة طردية بين مكونات الإبداع الإداري وتحقيق الميزة التنافسية.

٤-دراسة (بن عبد العزيز، وآخرون. ٢٠٢٠) بعنوان: دور الإبداع في دعم الميزة التنافسية بالمؤسسة الاقتصادية.

هدفت الدراسة إلى اختبار دور الإبداع في عناصر المزيج التسويقي في دعم الميزة التنافسية لمؤسسة كوندور، وذلك من خلال اختبار وجود فروق معنوية، ثم اختبار وجود أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام الإبداع

في عناصر المزيج التسويقي على دعم وتحقيق الميزة التنافسية، واتبع الباحثون المنهج الوصفي التحليلي لتحقيق هدف الدراسة، وتكونت عينة الدراسة على ١٠٠ مفردة تم تجميعها عن طريق زبائن مؤسسة كوندور، وقد تم جمع البيانات باستخدام استبيان صمم من قبل الباحثين، وقد افضت نتائج الاختبار الإحصائي باستخدام (SPSS) إلى وجود علاقة ارتباط طردي قوي بين الإبداع في المنتج ودرجات تقييم الميزة التنافسية، ما يؤكد وجود أثر للإبداع في منتجات كوندور على تقييم الميزة التنافسية بنسبة ٣٩.٢% من نسبة التغير في درجة تقييم الميزة التنافسية من مفردات العينة المدروسة، وقد أوصت تلك الدراسة بنشر ثقافة الإبداع بين العاملين في المؤسسة وأن تولي اهتماماً أكبر بهم، وضرورة اتصال المؤسسة بهيكل التعليم العالي ومراكز البحث التطبيقي وتوثيق الصلة بينهما قصد الاستفادة وسد النقائص في القدرات والإمكانات، باعتبار هذه المراكز مصادر هامة لاستقطاب الأفكار والإبداعات.

٤-دراسة (محمد، وآخرون. ٢٠٢١) بعنوان: دور الإبداع التكنولوجي في خلق ميزة تنافسية مستدامة بشركات السياحة المصرية.

هدفت هذه الدراسة إلى تقييم أثر الإبداع التكنولوجي في شركات السياحة المصرية على الميزة التنافسية المستدامة فيها، اتبع الباحث المنهج الوصفي لتحقيق هدف البحث، حيث تم جمع البيانات الخاصة بالدراسة باستخدام استبيان تم تصميمه من الباحثين والذي تم توزيعه عشوائياً على عينة مكونة من ٥٠٠ فرد من العاملين في شركات السياحة فئة (أ)، وتم الاعتماد على تحليل ٤١٢ استمارة صالحة للتحليل باستخدام برنامج الـ (SPSS)، وقد أظهرت نتائج الدراسة أن هناك أثر معنوي وإيجابي للإبداع التكنولوجي على الميزة التنافسية المستدامة في شركات السياحة المصرية فئة (أ)، كما أبرزت نتائج الدراسة تأثير الإبداع التكنولوجي معنوياً وإيجابياً على الأبعاد الثلاثة للميزة التنافسية المستدامة (الجودة المتميزة، الكفاءة المتميزة، الاستجابة المتميزة). وقد أوصى الباحثون بضرورة توعية شركات السياحة المصرية بأهمية الإبداع التكنولوجي ودوره في تحسين المزايا التنافسية، وتوفير الظروف المناسبة التي تسمح بإنشاء مزايا تنافسية صعبة التقليد ومستمرة لشركات السياحة بصفة عامة.

الفرق بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة التي تناولت المتغير المستقل (الابتكار والإبداع) والمتغير

التابع (الميزة التنافسية):

تتشابه هذه الدراسة مع الدراسات السابقة من حيث تركيزها على نقاط معينة منها توضيح مدى أهمية الإبداع والابتكار ضمن المؤسسات وتسلط الضوء على الأساليب المتبعة لتدعيمهما، والسعي نحو توعية ولفت انتباه مسيري المؤسسة بالدور الذي يؤديه الإبداع والابتكار في تحقيق الميزة التنافسية (بو فلفل-٢٠١١) و(بويعة عبد الوهاب - ٢٠١٢) و(المصري وعابدين، ٢٠١٧) و(المصري وعابدين، ٢٠١٧) و(بن عبد العزيز، وآخرون. ٢٠٢٠) و(محمد، وآخرون. ٢٠٢١)، بالمقابل تختلف الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في عدة نقاط، منها أن القطاعات التي شملتها الدراسة في الدراسات السابقة تختلف عن قطاع دراستنا الحالية في فندق شاهين (بو فلفل-٢٠١١) و(بويعة عبد الوهاب - ٢٠١٢) و(المصري وعابدين، ٢٠١٧) و(المصري وعابدين، ٢٠١٧) و(بن عبد العزيز، وآخرون. ٢٠٢٠)، لذلك فهي تختلف من حيث الأهمية حيث تأتي الدراسة الحالية تماشياً مع إدراك أهمية البقاء والاستمرارية في ظل الظروف التي خلفتها الأزمة السورية منذ عقد ونيف من الزمن، لذا أصبح من اللزام على إدارات الفنادق رفع قدرتها التنافسية، وتقديم مستويات عالية في أداء الأعمال والأنشطة الخاصة بها بشكل يسمح لها بمواكبة تلك التحديات وكذلك التكيف معها. كما أن بعض الدراسات تناولت أنواع معينة للإبداع وبعضها لم يتناول سوى الإبداع دون الابتكار أيضاً (محمد، وآخرون. ٢٠٢١) و(بن عبد العزيز، وآخرون. ٢٠٢٠) و(بويعة عبد الوهاب - ٢٠١٢).

يمكن من خلال التركيز على نقاط الاختلاف والتشابه تجاوز جميع الصعوبات والعقبات التي يمكن أن تعترضنا في الدراسة الحالية، وبالتالي إظهار أهمية المتغيرات البحثية الحالية وتوضيح مدى أهميتها بما يخدم تطوير التفكير الإداري الذي يعتمد على الابتكار والإبداع.

٢. مشكلة البحث:

يتسم قطاع العمل السياحي بالعديد من التغيرات والتطورات التي أثرت عليه خلال السنوات الماضية كالعولمة والتضخم الاقتصادي والتطورات التكنولوجية والمنافسة الشديدة وزيادة الاهتمام بالكفاءات والمهارات والخبرات وغيرها من التغيرات، وقد فرضت تلك التغيرات العديد من التحديات على قطاع العمل في الفنادق السورية، والتي تعوق قدرتها على تحقيق ميزة تنافسية مستدامة. فزيادة التنافس بين الشركات يفرض ضرورة الاهتمام بتقديم خدمات متميزة ومختلفة عن المنافسين وكذلك تحسين مستوى هذه الخدمات، والعمل على إرضاء العملاء والمحافظة عليهم، ولن يتحقق ذلك بدون زيادة الاهتمام بتشجيع العاملين على الإبداع والابتكار وتحفيزهم مادياً أو معنوياً، ويعد الإبداع والابتكار أحد أهم الطرق التي يجب على إدارات الفنادق السياحية في سوريا النظر إليها باهتمام كبير، لما لها من فوائد كثيرة تعود على هذه الفنادق، وتزيد من قدرتها التنافسية في سوق العمل.

أجريت دراسة استطلاعية خلال شهر نيسان قبل البدء بالدراسة الأساسية وذلك على ٣ عمال أي ما يعادل ١٠% من العاملين في فندق برج شاهين، وذلك باستخدام أداة الدراسة التي هي عبارة عن استبيان حول محاور البحث: محور (الابداع والابتكار) ومحور الميزة التنافسية، حيث تبين وضوح اداة البحث وقابليتها للتطبيق. كما لاحظ الباحث من خلال المقابلات الأولية التي أجراها في فندق برج شاهين أن الوعي والمعرفة عند العاملين كانت غير تامة وينقصها بعض الجوانب المهمة حول الدور الذي يلعبه الإبداع والابتكار كثقافة مهمة لديهم في تحقيق ميزة تنافسية للفندق بين فنادق المحافظة او في قطاع السياحة بشكل عام، وهذا ما دفع بالباحث الى انجاز هذا البحث.

وبناء على ذلك يمكن صياغة مشكلة البحث بالتساؤل البحثي التالي:

ما هو دور الابتكار والإبداع في تحقيق ميزة تنافسية في فندق برج شاهين في محافظة طرطوس؟

٣. أهمية البحث:

الأهمية العلمية: تكمن أهمية الدراسة في كونها محاولة ومسعى لتسليط الضوء على مجالات مترابطة فيما بينها، تبدأ بالإبداع ثم الابتكار ثم الميزة التنافسية في فندق ذو تصنيف مرتفع، ومن ثم أهميتها بالنسبة لهذه الأخيرة في خلق ميزة تنافسية وهذا من خلال: تحديد مفهوم واضح يفسر معنى الميزة التنافسية وتحديد مفهوم واضح لمصطلحي الابتكار والإبداع اللذين اختلف العديد من الكتاب والأكاديميين والاقتصاديين حول معناهما، فمنهم من قال بضرورة الفصل بين معنى كل كلمة، ومنهم من يرى بأنهما وجهان لعملة واحدة. مما يجعل الدراسة الحالية مرجعاً مهماً يثري القراء في مجال الإبداع والابتكار والميزة التنافسية.

الأهمية العملية: يستمد البحث أهميته العملية من كونه يسعى لدراسة دور الابتكار والإبداع في تحقيق ميزة تنافسية في فندق مهم وذو تصنيف مرتفع في محافظة طرطوس. وبالتالي يمكن أن يمثل هذا البحث بنتائجه مستند علمي مبني على دليل بحثي لهذا الفندق لتفعيل دور الإبداع والابتكار وبالتالي تحقيق ميزة تنافسية له في سوق السياحة.

٤. أهداف البحث:

يهدف البحث الحالي إلى دراسة دور الابتكار والإبداع في تحقيق ميزة تنافسية في فندق برج شاهين ذو الأربع نجوم في محافظة طرطوس، ويتحقق هذا الهدف من خلال: دراسة العلاقة بين (الإبداع والابتكار) وتحقيق ميزة تنافسية.

٥. متغيرات البحث:

المتغير المستقل (الابتكار والإبداع) المتغير التابع (تحقيق الميزة التنافسية)

٦. فرضية البحث:

من مشكلة البحث يمكن صياغة الآتية:

• توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين (الإبداع والابتكار) وتحقيق ميزة تنافسية في فندق برج شاهين في محافظة طرطوس.

٧. مجتمع وعينة البحث:

مجتمع البحث: يتمثل في العاملين في فندق برج شاهين ذو الأربع نجوم في محافظة طرطوس، والبالغ عددهم قرابة ٤٥ عامل.

عينة البحث: تم اعتماد جميع الموظفين والمدراء في فندق برج شاهين ذو الأربع نجوم كعينة للدراسة الحالية، وتم توزيع ٤٥ استبانة عاد منها ٣٠ استمارة كانت صالحة للتحليل الإحصائي.

٨. منهج البحث:

تم الاعتماد على المنهج الوصفي من خلال مراجعة كل الأدبيات النظرية المتعلقة بمفاهيم الإبداع والابتكار والميزة التنافسية من كتب ومؤلفات عربية وأجنبية ومقالات منشورة وغيرها، كما تم العمل على تحليل العلاقة الارتباطية بين متغيرات البحث (الإبداع والابتكار من جهة والميزة التنافسية من جهة أخرى) وذلك في الدراسة الميدانية، كما تم الاعتماد على الاستبيان والمقابلة كأدوات لإنجاز الدراسة الميدانية.

٩. حدود البحث:

الحدود المكانية: تمثلت في فندق برج شاهين ذو الأربع نجوم في محافظة طرطوس.

الحدود الزمانية: تم إنجاز البحث خلال شهر أيار من العام ٢٠٢٣.

القسم النظري:

تعريف الابتكار:

عرفت (حسن، ٢٠٠١، ص٣٩٣) مصطلح الابتكار على أنه "تنمية وتطبيق الأفكار الجديدة في المؤسسة، وهنا كلمة تنمية شاملة فهي تغطي كل شيء من الفكرة الجديدة إلى إدراك الفكرة إلى جلبها للمؤسسة ثم تطبيقها". إضافة إلى هذا فإن هناك تعريف آخر للابتكار يشير إلى أنه خاصية يمكن أن تكتسب، حيث يعرفه (Longman, 1982, p244) بأنه "أي اختراع جديد أو طريقة محسنة في إنتاج سلعة وكذلك هو أي تغيير في طرق الإنتاج والتي تعطي المنتج أفضلية عن المنافسين في تحقيق احتكار مؤقت". ونقلاً عن (طرشي وآخرون، ٢٠٠٨، ص١٢) نجد أن منظمة التعاون والتنمية تعرف الابتكار على أنه مجموع الخطوات العلمية والفنية والتجارية والمالية اللازمة لنجاح تطوير وتسويق منتجات صناعية جديدة أو محسنة، والاستخدام التجاري لأساليب وعمليات أو معدات جديدة أو محسنة أو إدخال طريقة جديدة في الخدمة الاجتماعية، وليس البحث والتطوير إلا خطوة واحدة من هذه الخطوات.

أشكال الابتكار في المؤسسات:

بصفة عامة قد يأخذ الابتكار ثلاثة أشكال هي كالآتي:

أولاً: الابتكار الإداري: هو مجال من الابتكار يهتم بالعلاقات التفاعلية لإنجاز المهام وأهداف العمل. وتلك القواعد والإجراءات التي تعمل بالاتصال والتبادل بين العاملين والبيئة المحيطة بالمؤسسة، ويمكن تعريف الابتكار الإداري بأنه "التوصل إلى المفاهيم الجديدة القابلة للتحويل إلى سياسات وتنظيمات وطرق تساهم في تطور الأداء في المؤسسة"، ويمكن القول أيضاً أن الابتكار الإداري لا يقتصر على التغييرات التي تجري داخل المؤسسة بل إلى أبعد من ذلك، فهو عملية تمتد للبيئة المحيطة بالمؤسسة (مسلم، ٢٠١٥، ص ١٤٩).

ثانياً: الابتكار التقني: يعرف وفقاً لتقرير المجلس الاستشاري المركزي للعلوم والتكنولوجيا في الولايات المتحدة الأمريكية بأنه "إحداث تغييرات بإدخال التقنية الجديدة للمؤسسة المتعلقة بنشاط العمل الرئيسي، والتي تتضمن العناصر الأساسية مثل المنتجات الجديدة والخدمات وعناصر جديدة في العمليات (دونيس وجون، ٢٠١٠، ص ٦٧).

ثالثاً: الابتكار الإضافي: هو الابتكار الذي يذهب إلى ما وراء الوظائف التقليدية كأن يقوم محترفو التسويق بتطوير برنامج تسويقي بمساعدة الزبائن، وتعزيز برنامج خدمة عامة فريدة، ومن جهة أخرى يمكن تعريفه بأنه الابتكارات التي تشكل حدود البيئة التنظيمية، والتي تذهب إلى أبعد من الوظائف الابتدائية للعمل بالمؤسسة (أبو النصر، ٢٠٠٤، ص ٩٠).

العوامل المؤثرة في الابتكار:

هناك ثلاث مجموعات من العوامل المترابطة وذات التأثير المتبادل المؤثرة في الابتكار وهي كالآتي:

أولاً: مجموعة الخصائص الشخصية: يتمتع الأشخاص المبتكرون بالعديد من السمات المهمة، بما في ذلك القدرة على التركيز على ما يمكن أن يكون بدلاً من ماذا يكون. كما يتميزون بحب الاستطلاع والإتيان بأفكار ترفع من قيمة العمل، ويتحدون الطرق التقليدية لأداء الأشياء، ويفضلون النظر لأبعد من الإطارات المرجعية والتفكير خارج الصندوق، ويأتون بتصورات جديدة في طرق مواجهة المشاكل والفرص (قفايفية وبوصبع، ٢٠١٧، ص ٩).

ثانياً: مجموعة العوامل التنظيمية: تمثل المؤسسات إطاراً تنظيمياً بالغ الأثر على النشاط الابتكاري للأفراد، فالأفراد لا يعملون في الفراغ ولا يمكنهم أن يعملوا خارج محيطهم وسياقهم التنظيمي، وقد أثبتت الدراسات بأن الظروف التنظيمية داخل المؤسسات تؤثر في الجهد الابتكاري من خلال تأثيرها على الأفراد ذوي الخصائص الابتكارية، وفيما يلي أهم العوامل التنظيمية المؤثرة في الابتكار وهي: استراتيجية المؤسسة والقيادة وأسلوب الإدارة وثقافة المؤسسة والعامل المؤثر والاتصالات (خصاونة، ٢٠١١، ص ٥٧).

ثالثاً: مجموعة عوامل البيئة العامة في المجتمع: يولد الفرد المبتكر عادة في مجتمع يولي أهمية كبيرة للابتكار ويعززه، فالإنسان ابن بيئته وبمعنى آخر فإن البيئة المحيطة بالشخص إما أن تساعد على ظهور الابتكار وتعمل على بقاءه واستمراره أو تمنع ظهوره واستمراره ولا تشجع إلا على التبعية والتقليد والنقل والمحاكاة، وليس الأفراد فقط بل وأيضاً المؤسسات فكلاهما يتأثر بالعوامل البيئية في المجتمع، ويمكن تلخيص عوامل البيئة العامة في المجتمع كما يلي: الخصائص والنزعات السائدة في المجتمع، والعوامل الاجتماعية والثقافية والعوامل السياسية.

تعريف الإبداع:

تعددت وتتوعدت المفاهيم والتعريفات التي قدمها الباحثون حول مصطلح الإبداع، يمكننا ذكر أهم تلك التعريفات كما يلي: عرفه (جاد الرب، ٢٠١٢، ص ٢٢٠) بأنه توافر المهارات والبراعة التي يتم من خلالها التوصل إلى أفكار جديدة، وعرفه (أيوب، ٢٠٠٠، ص ٧) بأنه القدرة على ابتكار أساليب ووسائل وأفكار للعمل، يكون من شأنها التحسين والتطوير. بينما عرفه (خصاونة، ٢٠١١، ص ٢٣) بأنه مزيج من القدرات التي تمكن الفرد من إنتاج فكرة جديدة متميزة، بهدف حل مشكلة أو تطوير نظام قائم.

أهمية الإبداع:

ازدادت حاجة المنظمات للإبداع في ظل تيار العولمة والتكنولوجيا الجديدة وثورة المعلومات وزيادة المنافسة والتغير في الهياكل الاقتصادية والسياسية، مما دفع المنظمات للاهتمام بالإبداع لتستطيع التكيف والتعايش مع المتغيرات البيئية والمتطلبات المتسارعة، ويمكن تبين أهمية الإبداع الذي حظي باهتمام العديد من الباحثين من خلال إيجاد الحلول الإبداعية للمشكلات التي يتم مواجهتها بكفاءة وفعالية، وإحداث تغييرات إيجابية في بناء المنظمة في عملياتها الإدارية، والتكيف والتفاعل مع كافة المتغيرات البيئية المحيطة بها، وتحسين إنتاجيتها والارتقاء بمستوى أدائها، وأداء الموارد البشرية، ووضع مقترحات وأفكار لتصميم أنظمة عمل مبدعة وخلاقة، لذلك يمثل الإبداع أحد أهم وسائل التجديد والتغيير، فالتغيير عملية إبداعية قبل أن تكون نوعاً من التطوير، لذلك ومن خلال معرفة أهمية الإبداع يجب العمل على التغلب على المعوقات التي تواجه الإبداع وهذه المعوقات يمكن أن تكون معوقات شخصية أو معوقات تنظيمية (الخصاونة، ٢٠١١، ص ١٦٤).

عناصر وأبعاد الإبداع

يوجد العديد من الأبعاد والعناصر التي يتكون منها الإبداع من أهم هذه العناصر هي: الأصالة التي يقصد بها القدرة على إنتاج الحلول الجديدة، والطلاقة ويقصد بها قدرة الموظف على إنتاج الحلول الجديدة، والإحساس بالمشكلات وإدارتها والتي يقصد بها القدرة على رؤية الكثير من المشكلات في موقف معين وتحديدًا تحديداً دقيقاً، والمرونة التي يقصد بها النظر إلى الأشياء بمنظور جديد غير معتاد، والقدرة على التحليل والمقصود بها الفكر الواسع لتحليل الأفكار الجديدة، والمخاطرة والتحدي وهي الاستعداد لتحمل المخاطرة الناتجة عن الأعمال، والخروج عن المألوف الذي يقصد به القدرة على التحرر من النزعة التقليدية (مكناسي، ٢٠١٧، ص ٢٨).

تعريف الميزة التنافسية:

تأتي الميزة التنافسية من خلال ما تملكه المنظمات من عناصر متعددة منها ما هو بشري ومنها ما هو تقني وتكنولوجي، أو موارد ومقومات للإنتاج أو قادة وهياكل وثقافات، وقد عرف (نصر، ٢٠١٣، ص ٩٧) الميزة التنافسية بأنها قدرة المؤسسة على أداء أعمالها بشكل يصعب على منافسيها تقليده، كما عرفها (كاظم، ٢٠١٤، ص ٣٠٢) بأنها الأبعاد الحرجة التي يجب أن تمتلكها العملية أو سلسلة القيمة لغرض تحقيق رضا الزبون سواء داخلياً أو خارجياً، في الوقت الحاضر أو في المستقبل.

معايير الحكم على الميزة التنافسية:

يمكن بيان معايير الحكم على الميزة التنافسية من خلال: معيار خلق القيمة ومعيار الربحية ومعيار التميز ومعيار الحصة السوقية ومعيار المساهمة في النمو (Jean, 1993, p343).

متطلبات تحقيق الميزة التنافسية:

تتحقق الميزة التنافسية من خلال عدة متطلبات وهي: توفير بنية حديثة للتكنولوجيا، وبيئة أعمال تدعم الابتكار، وتدريب وتأهيل العنصر البشري، وتوافر نظم معلوماتية، ووجود إطار تنظيمي يحكم إدارة التغيير الذي تتعرض له المنظمة، وتوافر مناخ تشريعي ملائم للاستثمار (Marie, 2004, 219)، وتعزيز الإدارة وتحديثها بمبادئ الإدارة الخاصة وإدارة الأعمال، والعمل على وضع سياسات مالية وتجارية كأدوات لمواكبة تحقيق هذا المفهوم، وتتحقق أيضاً الميزة التنافسية بعدة طرائق منها، التكلفة الأقل، تميز المنتج (Mahmoud, 2003, 198).

أبعاد الميزة التنافسية:

تعددت آراء الباحثين حول أبعاد الميزة التنافسية فمنهم من يرى أنها تتمثل في (التكلفة، والإبداع والجودة والتميز والمعرفة)، والبعض الآخر أشار إلى أنها تتمثل في (التكلفة والجودة والمرونة والتسليم والنوعية) (Jean and Jacque, 2001, p220)، لذلك فقد اتفقت العديد من الدراسات على أن هناك مجموعة من الأبعاد للميزة التنافسية تمثلت في: **التكلفة** وهي قدرة الشركات على تقديم منتجاتها بتكلفة أقل من باقي الشركات المنافسة، **والجودة** حيث تعد جودة الخدمات والمنتجات أحد المزايا التنافسية المهمة التي يمكن أن تتميز بها المنظمات، **والمرونة** التي تعني قدرة المنظمة على التعامل بسرعة وفعالية مع المتغيرات المحيطة، وتقديم الخدمات والمنتجات للعملاء في الوقت المناسب، كما يشار إلى أن المرونة تعني قدرة المنظمة على استخدام بدائل وطرائق مختلفة في عملياتها لتلبية احتياجات العملاء، **والتسليم** الذي يعد بمثابة القاعدة الأساسية للمنافسة بين المنظمات، من خلال التركيز على خفض المدة الزمنية، والسرعة في تقديم الخدمات بأقصر وقت ممكن، فسرعة الاستجابة لمتطلبات العملاء عملاً أصيلاً لتحقيق المنافسة بين المنظمات. **والإبداع** والذي يعني قيام المنظم بتقديم خدمات ومنتجات بطرائق جديدة مبتكرة وغير مألوفة لم يسبق للمنافسين استخدامها (Lasary, 2001, p362).

الدراسة الميدانية:

أولاً: أداة الدراسة: عبارة عن استبيان حول محاور البحث: محور الابداع والابتكار ومحور الميزة التنافسية، وتم توزيع الاستبيان على عينة البحث وبلغ عدد الاستمارات الموزعة ٣٥ استمارة وتم استبعاد ٥ استمارات لعدم صلاحيتها للتحليل الاحصائي ليلبلغ عدد الاستمارات التي تم تحليلها احصائياً ٣٠ استبيان، حيث تم جمع الاستبيانات وتفرغ بياناتها وتحليلها إحصائياً باستخدام برنامج SPSS V25، وتم استخدام مقياس ليكرت الخماسي لقياس استجابات المبحوثين لفقرات الاستبيان.

تم الاعتماد على مقياس ليكرت الخماسي كما هو موضح في الجداول رقم (١) و(٢):

جدول رقم (١): مقياس ليكرت الخماسي

الاستجابة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
الدرجة	٥	٤	٣	٢	١

جدول رقم (٢): المتوسط المرجح ودلالته

المتوسط المرجح	الدلالة
من ١ إلى ١.٧٩	غير موافق بشدة
من ١.٨٠ إلى ٢.٥٩	غير موافق
من ٢.٦٠ إلى ٣.٣٩	محايد
من ٣.٤٠ إلى ٤.١٩	موافق
من ٤.٢٠ إلى ٥	موافق بشدة

المصدر: من إعداد الباحثة

ثانياً: اختبار صدق وثبات الاستبيان: وذلك بعرض الاستبيان على مجموعة من أعضاء الهيئة التدريسية من المختصين في كلية السياحة في جامعة طرطوس للأخذ بالملاحظات والقيام بالتعديلات التي ستخرج الاستبيان بالصورة والمضمون الذي يؤدي لتحقيق أهداف الدراسة.

كما تم استخدام معامل ألفا كرونباخ وهو مقياس أو مؤشر لثبات الاستبيان، وتم توزيع الاستبيان على عينة تجريبية مكونة من ٥ أشخاص ثم تغريغ الاستبيانات وحساب معامل الثبات والمصدقية لكل محور من محاور الاستبيان والحصول على النتائج التالية:

جدول رقم (٣): مقياس الصدق والثبات

المحور	عدد العبارات	قيمة ألفا كرونباخ الثبات	الصدق = الجذر التربيعي للثبات
المحور الأول: تقييم الابداع والابتكار	4	0.813	0.902
المحور الثاني: تقييم الميزة التنافسية	4	٠.٨٢٠	0.906
الاستبيان الكلي	٨	0.899	0.948

نلاحظ أن قيم معامل ألفا كرونباخ جميعها فوق ٠.٧٠ مما يشير الى قيم ثبات عالية للاستبيان وهي مناسبة لإجراء الدراسة، وكذلك كان مؤشر الصدق بقيمة عالية جداً ٩٠% وما فوق.

ثالثاً: نتائج الاحصاءات الوصفية:

جدول (٤) توزيع عينة الدراسة وفق خصائصها الديموغرافية

المتغيرات		العدد	النسبة المئوية %
الجنس	ذكر	٢٠	66.7
	انثى	١٠	33.3
العمر	بين ٢٠ - ٣٥ سنة	١٦	53.3
	بين ٣٦ - ٤٥ سنة	١١	36.7
	أكثر من ٤٥ سنة	٣	10.0
المؤهل العلمي	ثانوية أو معهد	٧	23.3
	إجازة جامعية	٢٠	66.7
	دراسات عليا	٣	10.0
المستوى الوظيفي	موظف	٢١	70.0
	مدير	٩	30.0

يبين الجدول رقم ٤ أن النسبة الاعلى من العاملين في فندق برج شاهين كانوا من الذكور بنسبة ٦٦.٧%، وأكثر من نصفهم ٥٣.٣% من الشباب صغار السن نسبياً بعمر بين ٢٠ و ٣٥ سنة، كما كان ثلثهم تقريباً ٦٦.٧% يحملون إجازة جامعية، وقد كانت النسبة الاعلى منهم ٧٠% موظفون بينما ٣٠% فقط مدراء.

الاحصاءات الوصفية لمحاور الاستبيان نتائج المحور الأول (الابداع والابتكار):

جدول رقم (5) عبارات قياس محور الابداع والابتكار

العبارة	N العدد	Mean المتوسط	SD الانحراف المعياري	دلالة المتوسط
١ احتك بجميع الموظفين في الفندق للوصول الى أفكار أو طرق جديدة في عمل الأشياء	٣٠	4.18	1.023	موافق
٢ أعتقد بأن التجديد والابتكار هما أساس النجاح والتميز	٣٠	4.45	0.720	موافق بشدة
٣ أكرس كل خبرتي ومعارفي في خدمة الفندق	٣٠	4.30	0.850	موافق بشدة
٤ يتم تحفيزنا باستمرار على تقديم أفكار جديدة	٣٠	٣.٧٥	0.744	موافق
نتيجة المحور		٤.١٧	0.593	موافق

المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على نتائج التحليل الإحصائي

نلاحظ من النتائج في الجدول ٥ أن المتوسط المرجح لإجابات أفراد العينة عن السؤال الثاني والثالث هو ٤.٤٥ و ٤.٣٠ أي أن أفراد العينة موافقون بشدة على مضمون السؤال حسب مقياس ليكرت الخماسي (المتوسط المرجح أعلى من ٤.٢) أي أن أفراد العينة يعتقدون بأن التجديد والابتكار هما أساس النجاح والتميز، ويكرسون كل خبرتهم ومعارفهم في خدمة الفندق.

كما أن المتوسط المرجح لإجابات أفراد العينة عن السؤال الأول والرابع هو على التوالي ٤.١٨ و ٣.٧٥ أي أن أفراد العينة يوافقون على مضمون السؤال حسب مقياس ليكرت الخماسي (المتوسط المرجح أعلى من ٣.٤٠ وأقل من ٤.١٩) أي أن أفراد عينة الدراسة يحتكون بجميع الموظفين في الفندق للوصول الى أفكار أو طرق جديدة في عمل الأشياء، ويتم تحفيزهم باستمرار على تقديم أفكار جديدة.

ويشير المتوسط الكلي لمحور الابداع والابتكار الذي بلغ ٤.١٧ إلى أن أفراد العينة موافقون بشكل عام على أهمية هذا المحور.

نتائج المحور الثاني (الميزة التنافسية):

جدول رقم (6) عبارات قياس محور الميزة التنافسية

العبارة	N العدد	Mean المتوسط	SD الانحراف المعياري	دلالة المتوسط
١ يقدم الفندق خدمات تلبي احتياجات الزبائن وأحياناً تفوق توقعاتهم	٣٠	4.31	0.702	موافق بشدة
٢ يعتبر الفندق منافساً في تقديم الخدمات الجديدة	٣٠	4.06	0.796	موافق
٣ يتميز الفندق بسرعة الاستجابة لمتطلبات الزبائن دون أي اجراءات طويلة	٣٠	4.62	0.590	موافق بشدة

٤	يتميز الفندق بمواكبة المستجندات والمتغيرات في مجال خدمات الفنادق	٣٠	٤.١١	0.801	موافق
	نتيجة المحور	٣٠	٤.٢٨	0.611	موافق بشدة

المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على نتائج التحليل الإحصائي

نلاحظ من النتائج في الجدول رقم ٦ أن المتوسط المرجح لإجابات أفراد العينة عن السؤال الأول والثالث هو ٤.٣١ و ٤.٦٢ أي أن أفراد العينة موافقون بشدة على مضمون السؤال حسب مقياس ليكرت الخماسي (المتوسط المرجح أعلى من ٤.٢) أي أن أفراد العينة يجدون أن الفندق يقدم خدمات تلبي احتياجات الزبائن وأحياناً تفوق توقعاتهم كما يتميز الفندق بسرعة الاستجابة لمتطلبات الزبائن دون أي إجراءات طويلة.

كما أن المتوسط المرجح لإجابات أفراد العينة عن السؤال الثاني والثالث هو على التوالي ٤.١٣ و ٤.١٧ أي أن أفراد العينة يوافقون على مضمون السؤال حسب مقياس ليكرت الخماسي (المتوسط المرجح أعلى من ٣.٤٠ وأقل من ٤.١٩) أي أن أفراد عينة الدراسة يجدون أن الفندق يعتبر منافساً في تقديم الخدمات الجديدة كما يتميز الفندق بمواكبة المستجندات والمتغيرات في مجال خدمات الفنادق.

ويشير المتوسط الكلي لمحور الميزة التنافسية الذي بلغ ٤.٢٨ إلى أن أفراد العينة موافقون بشدة على أهمية هذا المحور.

رابعا: اختبار الفرضية:

الفرضية الرئيسية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين (الابداع والابتكار) وتحقيق ميزة تنافسية في فندق برج شاهين في محافظة طرطوس.

جدول رقم (7): معامل الارتباط بين الابداع والابتكار وتحقيق ميزة تنافسية

person الارتباط بيرسون	الابداع والابتكار	تحقيق ميزة تنافسية	
		الابداع والابتكار	تحقيق ميزة تنافسية
	تحقيق ميزة تنافسية	Correlation Coefficient	**٠.٣١٢
		Sig. (2-tailed) درجة المعنوية	٠.٠٠٠
الارتباط بيرسون	تحقيق ميزة تنافسية	Correlation Coefficient	١.٠٠٠
		Sig. (2-tailed) درجة المعنوية	٠.٠٠٠

* الارتباط ذو معنوية عند الدرجة ٠.٠١

المصدر: من إعداد الباحث اعتماداً على مخرجات برنامج spss

تشير النتائج الموضحة في الجدول رقم ٧ الى أن معامل الارتباط بين الابداع والابتكار وتحقيق ميزة تنافسية تساوي (٠.٣١٢+) وأن القيمة الاحتمالية sig تساوي (٠.٠٠٠) وهي ذات دلالة إحصائية عالية جداً (أقل من ٠.٠٠٥)، فبذلك توجد علاقة طردية ذات دلالة إحصائية مهمة بين الابداع والابتكار وتحقيق ميزة تنافسية في فندق برج شاهين في محافظة طرطوس. بمعنى أن الميزة التنافسية للفندق تزداد كلما زاد الابداع والابتكار عند العاملين.

تطبيق اختبار الانحدار البسيط

تم بناء نموذج انحدار بسيط Simple Regression Model يتضمن إجابة عينة الدراسة على محور الابداع والابتكار كمتغير مستقل وإجاباتهم على محور الميزة التنافسية كمتغير تابع وتبين النتائج التالية نتائج الاختبار وذلك بعد التأكد من التوزيع الطبيعي للعينة وفق اختبار كوميينيروف سميرونوف.

الجدول رقم (٨-١): اختبار كومينيروف سميرونوف للتوزع الطبيعي لمتغيرات الابداع والابتكار والميزة التنافسية

Tests of Normality						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
الابداع والابتكار	.133٠	29	.151	.954	29	.218
الميزة التنافسية	.1130	29	.200	.968	29	.475

الجدول رقم (٨-2): معامل التحديد لنموذج الانحدار البسيط الخاص بأثر الابداع والابتكار على تحقيق ميزة تنافسية

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.332	0.110	0.102	0.532
Predictors: (Constant), الابداع والابتكار				

الجدول رقم (٨-3): المعنوية الإحصائية للقدرة التفسيرية لنموذج الانحدار البسيط الخاص بأثر الابداع والابتكار على تحقيق ميزة تنافسية

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3.615	1	3.615	12.765	0.001**
	Residual	29.174	28	0.283		
	Total	32.789	29			
Dependent Variable: الميزة التنافسية						
Predictors: (Constant), الابداع والابتكار						

الجدول رقم (٨-4): ثوابت معادلة نموذج الانحدار البسيط الخاص بأثر الابداع والابتكار على تحقيق ميزة تنافسية.

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.909	0.401		7.260	0.000
	الابداع والابتكار	0.327	0.092	0.332	3.573	0.001
Dependent Variable: الميزة التنافسية						

المصدر: من إعداد الباحث اعتماداً على مخرجات برنامج spss

حسب الجدول رقم (٨-2) بلغت قيمة معامل التحديد R Square لنموذج الانحدار البسيط الذي يدرس تأثير الابداع والابتكار على تحقيق ميزة تنافسية ٠.١١٠ وهذا يعني بأن وجود الابداع والابتكار يفسر ١١% من التغيرات التي قد تطرأ على تحقيق ميزة تنافسية.

ويبين الجدول رقم (٨-3) بأن نموذج الانحدار البسيط المذكور كان جوهرياً من الناحية الإحصائية حيث بلغت قيمة إحصائية فيشر (F) ١٢.٧٦٥ وقيمة المعنوية الموافقة (Sig.) P value ٠.٠٠١، حيث أن

هذه القيمة أصغر من ٠.٠٥، وهذا يدل على وجود تأثير ذو معنوية إحصائية للإبداع والابتكار على تحقيق ميزة تنافسية في فندق برج شاهين في محافظة طرطوس.

وبين الجدول رقم (٨-٤) ثوابت معادلة الانحدار البسيط لهذه العلاقة ويمكن صياغتها كما يلي:

$$\text{تحقيق ميزة تنافسية} = ٢.٩٠٩ + (٠.٣٢٧ \times \text{الإبداع والابتكار})^*$$

بالتالي يوجد علاقة خطية بين الإبداع والابتكار وتحقيق ميزة تنافسية.

من نتائج الارتباط والانحدار الخطي البسيط تبين وجود أثر للإبداع والابتكار على تحقيق ميزة تنافسية بالتالي نرفض الفرضية الصفرية أي لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين (الإبداع والابتكار) وتحقيق ميزة تنافسية في فندق برج شاهين في محافظة طرطوس. ونقبل الفرضية البديلة القائلة بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين (الإبداع والابتكار) وتحقيق ميزة تنافسية في فندق برج شاهين في محافظة طرطوس.

النتائج:

١- النسبة الأعلى من افراد العينة هم من الذكور والفئة العمرية بين ٢٠ و ٣٥ سنة ومن حملة الاجازة الجامعية ويعملون كموظفين في فندق برج شاهين.

٢- تقييم أفراد العينة لعبارات محور الإبداع والابتكار ٤.١٧ وهي قيمة مرتفعة وتدل على أن أفراد العينة يوافقون على مضمون عبارات أسئلة المحور مما يظهر أهمية كبيرة وتطبيق كبير للإبداع والابتكار في فندق برج شاهين.

٣- تقييم أفراد العينة لعبارات محور الميزة التنافسية كان ٤.٢٨ وهي قيمة مرتفعة أي أن أفراد العينة يوافقون بشدة على مضمون عبارات أسئلة المحور مما يظهر ادراك وفهم جيد لأهمية الميزة التنافسية في فندق برج شاهين.

٤- من اختبار الفرضية تبين وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية موجبة وأثر للإبداع والابتكار على الميزة التنافسية

٥- وجود الإبداع والابتكار يفسر ١١% من التغيرات التي قد تطرأ على تحقيق ميزة تنافسية.

التوصيات:

١- تحفيز العاملين والمدراء في فندق برج شاهين باستمرار على تقديم افكارهم لتطوير أساليب جديدة في تقديم الخدمات وتسويقها بما يحقق أفضل ميزة تنافسية ممكنة

٢- تطوير مهارات العمل لدى موظفي فندق برج شاهين باستمرار وخاصة الفئة الشابة منهم من خلال دورات خاصة تنمي معارفهم وتكسبهم خبرات جديدة.

٣- تطوير برامج تدريبية مخصصة لتعزيز الإبداع والابتكار بين موظفي الفندق، مما يمكن أن يساهم في زيادة الوعي والقدرة على تطبيق الأفكار الجديدة والمبتكرة.

٤- تعزيز بيئة العمل الإبداعية في الفندق لتشجيع الإبداع والابتكار، مثل تقديم مساحات للعمل المشترك وتشجيع التفكير الإبداعي والتعاون بين الموظفين.

٥- تحفيز المشاركة والمساهمة في عمليات اتخاذ القرار وتقديم الأفكار الجديدة والمقترحات لتحسين العمل وتعزيز الميزة التنافسية للفندق.

٦- تحليل دوري لنتائج تقييم الإبداع والابتكار والميزة التنافسية لمتابعة التقدم وضمان استمرارية التحسين.

قائمة المصادر والمراجع:

المراجع العربية:

- أيوب، ناديا حبيب. العوامل المؤثرة في السلوك الإداري الابتكاري لدى المديرين في قطاع البنوك التجارية السعودية، مجلة الإدارة العامة، المجلد ٤٠، العدد ٢١، ٢٠٠٠.
- البويعة، عبد الوهاب، دور الابتكار في دعم الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية (دراسة حالة اتصالات الجزائر للهاتف النقال-موبيليس-)، رسالة ماجستير في علوم التسيير، جامعة منتوري، الجزائر، ٢٠١٢.
- المصري، نضال حمدان وعابدين، ابراهيم. دور الإبداع الإداري في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة ميدانية على الشركات الصناعية في قطاع غزة، المجلة العربية للإدارة، مج ٣٧، ع ٣، ٢٠١٧.
- بو صبع، محمد. قفايفية، سمير. تطوير الابتكار في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة. رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم والتسيير، جامعة العلاي التبيسي، الجزائر، ٢٠١٧.
- بو فلفل، سهام. دور الإبداع والابتكار في خلق ميزة تنافسية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة ٨ ماي ١٩٤٥ -قائمة- الجزائر، ٢٠١١.
- بن عبد العزيز، سفيان. بن عبد العزيز، سمير. بن علي، محمد. دور الإبداع في دعم الميزة التنافسية بالمؤسسة الاقتصادية، مجلة البديل الاقتصادي، العدد ١٠، الجزائر، ٢٠٢٠.
- ترغيني، صباح. دور التعلم التنظيمي في دعم الابتكار في المؤسسة الاقتصادية/ دراسة حالة مؤسسة كوندور برج بوعريخ، أطروحة دكتوراة في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خضير-بسكرة- الجزائر، ٢٠١٨.
- جاد الرب، سيد محمد، مراجع إدارة الأعمال: القيادة الاستراتيجية، القاهرة: دار النهضة، ٢٠١٢.
- حسن، راوية، سلوك المؤسسات، الدار الجامعية، الاسكندرية، مصر، ٢٠٠١.
- خصاونة، عاكف لطفي. إدارة الإبداع والابتكار في منظمات الأعمال. دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ٢٠١١.
- دونيس، بيدار، جون، بيبير بيشار، الابتكار في التعليم الالي، ترجمة وتحقيق محمد المقريني، الدار العربية للعلوم ناشرون، المملكة العربية السعودية، ٢٠١٠.
- طرشي، محمد و بربري، محمد أمين، دور وأهمية الابتكار في تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية في ظل اقتصاد المعرفة، مداخلة قدمت في الملتقى العلمي الدولي، جامعة حسيبة بن بو علي- الشلف، ٢٧-٢٨ نوفمبر ٢٠٠٨.
- كاظم، حاتم، استعمال تحليل ربحية الزبون كأداة استراتيجية في إدارة علاقة الزبون وتحقيق الميزة التنافسية: دراسة تطبيقية، مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والإدارية، جامعة الكوفة، العراق، ٢٠١٤.
- محمد، رشاد ضياء وكمال، نهاد محمد، و الرميدي، بسام سمير. دور الإبداع التكنولوجي في خلق ميزة تنافسية مستدامة بشركات السياحة المصرية، مجلة كلية السياحة والفنادق(جامعة مدينة السادات)؛ مج ٥، العدد ٢، الصفحات: ٤٩-٦٩، ٢٠٢١.
- مرسى، نبيل محمد. الإدارة الاستراتيجية تكوين وتنفيذ استراتيجيات التنافس، دار الجامعة الجديدة للنشر، مصر، ٢٠٠٣.

- مدحت، أبو النصر، تنمية القدرات الابتكارية لدى الفرد والمؤسسة، مجموعة النيل العربية، مصر، ٢٠٠٤.
- مسلم، عبد الله حسن. الإبداع والابتكار الإداري في التنظيم والتنسيق. دار المعترف للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، عمان، ٢٠١٥.
- مكناسي، سارة. دور الإبداع في تحقيق التنمية الإدارية. رسالة ماجستير في علم الاجتماع/ فرع تنمية وتسيير الموارد البشرية/، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي، الجزائر، ٢٠١٧.
- نصر، خضير علي، دور إعادة هندسة عمليات الأعمال في تحقيق الميزة التنافسية للمنظمات الصناعية: دراسة حالة في معمل الألبسة الجاهزة في النجف، مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والإدارية، العراق، العدد ٢٦، ٢٠١٣.

المراجع الأجنبية:

- Jean Jacques Lambin, *le marketing stratégique*, Science édition, Paris, France, 2^{ème} édition, 1993.
- Jean-Pierre Helfer, Jacques Orsoni, *Marketing*, vuibert, Paris, 7^{ème} édition, 2001.
- Lasary: *Le Marketing C. est facile*, ES-SALEM, Alger, 2001.
- Longman Dictionary of BUSINESS ENGLISH, YORK Press, Beirut, 1982.
- Marie Camille Debourg et al: *pratique du marketing*, BERTI éditions, 2^e édition, Alger, 2004.
- Mahmoud, Manal Talaat, *Fundamentals of Management Science*, Modern University Office, Egypt, 2003.