



أثر الابتكار في تحقيق الميزة التنافسية لدى عينة من شركات المقاولات اليمنية - دراسة ميدانية

خالد علي أحمد زياد^{1*}، مجاهد يحيى صالح المشريقي^{2**}

¹كلية التجارة والاقتصاد - جامعة عمران - اليمن.

²كلية التجارة والاقتصاد - جامعة عمران - اليمن.

الملخص

هدفت الدراسة إلى الكشف عن أثر الابتكار في تحقيق الميزة التنافسية بالتطبيق على عينة من شركات المقاولات اليمنية، واتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت الاستبانة أداة لجمع البيانات اللازمة للدراسة التي طبقت على عينة تكونت من (208) موظفاً من الكادر الإداري والهندسي، هذه العينة تمثل نسبة (40.63%) من المجتمع الأصلي البالغ عددهم (512) موظفاً، وللإجابة عن التساؤلات واختبار الفرضيات المطروحة في الدراسة وُظفت أساليب إحصائية متنوعة باستخدام برنامج (SPSS v.28)، ومن أبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسة ما يأتي: تُمارس شركات المقاولات اليمنية الابتكار بمستوى ممارسة "مرتفعة"، وتتحقق الميزة التنافسية في شركات المقاولات اليمنية بدرجة "مرتفعة"، وقد جاء بُعد التكلفة في المرتبة الأولى بدرجة تحقق "مرتفعة جداً"، ثم بُعد الاستجابة للعملاء بدرجة تحقق "مرتفعة"، ومن ثم بُعد المرونة بدرجة تحقق "مرتفعة"، في حين جاء بُعد الجودة والتميز في المرتبة الأخيرة بدرجة تحقق "مرتفعة". توجد فروق دالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) في متوسط تقدير أفراد العينة لمستوى ممارسة الابتكار، ودرجة تحقيق الميزة التنافسية في شركات المقاولات اليمنية تُعزى إلى متغير نوع الوظيفة لصالح الكادر الهندسي. لا توجد فروق دالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) في متوسط تقدير أفراد العينة لمستوى ممارسة الابتكار، ودرجة تحقيق الميزة التنافسية في شركات المقاولات اليمنية تُعزى إلى متغير المؤهل العلمي. توجد فروق دالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) في متوسط تقدير أفراد العينة لمستوى ممارسة الابتكار، ودرجة تحقيق الميزة التنافسية في شركات المقاولات اليمنية تُعزى إلى متغير سنوات الخبرة لصالح من خبرتهم خمس سنوات فأقل. بناءً على هذه النتائج قدم الباحث مجموعة من التوصيات العملية لتعزيز قدرة شركات المقاولات اليمنية على ممارسة الابتكار بشكل فعال بما يسهم في استدامة ميزتها التنافسية في السوق على المدى الطويل.

الكلمات المفتاحية: الابتكار، الميزة التنافسية، شركات المقاولات اليمنية.

Abstract: The study aimed at revealing the impact of Innovation in achieving competitive advantage applied to a sample of Yemeni contracting companies. The study followed the descriptive approach and used the questionnaire as a tool for collecting data for a study of a sample of (208) An employee of administrative and engineering staff, and this sample represents the ratio (40.63%) from the original community (512) (Observation, and to answer questions and test hypotheses raised in the study, a variety of statistical methods have been employed using the (SPSS V.28), and one of the most prominent findings of the study: Yemeni contracting companies exercise Innovation the level of "high. The competitive advantage in Yemeni contracting companies is "high", and after the cost is at the first high rate of "very high", and after responding to customers to check " high ", and then after the flexibility of "high", while the quality and excellence ranked last and " high". There are statistically significant differences at a significant level (0.05) in the average assessment of the sample to the level of Innovation, and the degree of achievement of the competitive advantage in Yemeni contracting companies is attributable to the function of the function of the function of engineering staff. There are no statistically significant

differences (0.05) in the average assessment of the sample personnel to the level of Innovation and the degree of achievement of the competitive advantage in Yemeni contracting companies are attributable to the scientific qualification variable. There are statistically significant differences at a significant level (0.05) in the average assessment of the sample to the level of Innovation, and the degree of achievement of the competitive advantage in Yemeni contracting companies is attributed to the years of experience in favor of their experience five years. Based on these findings, the researcher presented a set of practical recommendations to strengthen the capacity of Yemeni contracting companies to effectively exercise the Innovation in the long-term market competitiveness.

1- المقدمة :

تُعد الميزة التنافسية من المفاهيم المحورية في بيئة الأعمال الحديثة، حيث تمثل الأساس الذي تبني عليه المؤسسات قدراتها على البقاء والنمو في ظل تصاعد حدة المنافسة وتغيرات السوق المتسارعة، وتكمن أهمية الميزة التنافسية في قدرتها على تمكين المؤسسات بما فيها شركات المقاولات اليمنية من تقديم قيمة مضافة يصعب على المنافسين تقليدها، سواءً من حيث الجودة، أو التكلفة، أو سرعة الاستجابة لاحتياجات العملاء، مما يجعلها عنصراً حاسماً في تحقيق الاستدامة والنجاح طويل الأمد. وفي سبيل الوصول إلى هذه الميزة، يُنظر إلى الابتكار بوصفه أحد أهم المحركات الرئيسة التي تسهم في تحسين الأداء المؤسسي وتعزيز التنافسية، وذلك من خلال تطوير المنتجات والخدمات، وتحسين العمليات الإدارية والتشغيلية، وتبني أساليب جديدة في التسويق، أو إعادة هيكلة النماذج التنظيمية بما يواكب تطورات العصر؛ ذلك أن الابتكار لا يُعد خياراً ترفيلاً، بل ضرورة إستراتيجية تفرضها التحديات الداخلية والخارجية.

وفي هذا السياق، تواجه عينة من شركات المقاولات اليمنية تحديات كبيرة نتيجة لتقلبات الأوضاع الاقتصادية والسياسية، مما يؤثر في استقرار السوق ومجالات الاستثمار، لذا فإن دراسة مدى استفادة هذه الشركات من ممارسات الابتكار في سبيل تحقيق ميزة تنافسية يُعد أمراً بالغ الأهمية؛ لفهم واقع هذه الشركات، وتقديم التوصيات التي تسهم في تعزيز قدرتها على المنافسة في بيئة غير مستقرة. ومن خلال ما سبق، تأتي هذه الدراسة لتوضيح أثر الابتكار في تحقيق الميزة التنافسية لدى عينة من شركات المقاولات اليمنية، لما لهذا القطاع من أهمية على مستوى الاقتصاد الوطني.

2- مشكلة الدراسة وتساؤلاتها:

تسعى شركات المقاولات اليمنية إلى تعزيز قدرتها التنافسية في ظل بيئة عمل تتسم بعدم الاستقرار والتقلبات الاقتصادية والمنافسة المتزايدة، وتمثل الميزة التنافسية حجر الزاوية في نجاح هذه الشركات واستمراريتها؛ إذ تتجلى في مجموعة من الأبعاد، مثل: الجودة، والتكلفة، والاستجابة للعملاء، والمرونة، وفي هذا السياق، يُطرح الابتكار بوصفه أحد العوامل المؤثرة والمحركة لهذه الأبعاد، من خلال تطوير العمليات والخدمات وتحسين الأداء المؤسسي.

وعلى الرغم من الاعتراف النظري بأهمية الابتكار في تحقيق التفوق التنافسي، فإن مدى تطبيقه وتأثيره الفعلي في أبعاد الميزة التنافسية في شركات المقاولات اليمنية لا يزال غير واضح بشكل كافٍ، كما أن هناك حاجة إلى دراسة ما إذا كانت المتغيرات الديموغرافية: (نوع الوظيفة، المؤهل التعليمي، سنوات الخبرة) تلعب دوراً مؤثراً في طبيعة العلاقة بين الابتكار والميزة التنافسية.

ومن هنا تنبع مشكلة الدراسة في السعي إلى الإجابة عن التساؤل الرئيس الآتي:

2-1- ما أثر الابتكار في تحقيق الميزة التنافسية لدى عينة من شركات المقاولات اليمنية؟

وينبثق التساؤل الرئيس مجموعة من التساؤلات الفرعية الآتية:

1/2-1- ما مستوى الابتكار لدى عينة من شركات المقاولات اليمنية؟

2/2-2- ما مستوى درجة تحقيق الميزة التنافسية لدى عينة من شركات المقاولات اليمنية؟

3/2-3- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للابتكار في الجودة بوصفها إحدى أبعاد الميزة التنافسية لدى عينة من شركات المقاولات اليمنية؟

4/2-4- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للابتكار في التكلفة بوصفها إحدى أبعاد الميزة التنافسية لدى عينة من شركات المقاولات اليمنية؟

5/2-5- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للابتكار في الاستجابة للعملاء بوصفها إحدى أبعاد الميزة التنافسية لدى عينة من شركات المقاولات اليمنية؟

6/2-6- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للابتكار في المرونة بوصفها إحدى أبعاد الميزة التنافسية لدى عينة من شركات المقاولات اليمنية؟

7/2-7- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية لمدى إدراك العاملين للابتكار والميزة التنافسية تعزى إلى المتغيرات الديموغرافية (نوع الشركة، المؤهل التعليمي، سنوات الخبرة) لدى عينة من شركات المقاولات اليمنية؟

3- أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة الحالية بشكل عام إلى: التعرف على أثر الابتكار في تحقيق الميزة التنافسية لدى عينة من شركات المقاولات اليمنية.

وينبثق من الهدف الرئيس مجموعة من الأهداف الفرعية الآتية:

3-1- عرض الأسس النظرية لكل من الابتكار والميزة التنافسية من خلال مراجعة الأدب الإداري.

3-2- التعرف على مستوى الابتكار لدى عينة من شركات المقاولات اليمنية.

3-3- التعرف على مستوى درجة تحقيق الميزة التنافسية لدى عينة من شركات المقاولات اليمنية.

3-4- معرفة أثر الابتكار في الجودة بوصفه أحد أبعاد الميزة التنافسية لدى عينة من شركات المقاولات اليمنية.

3-5- بيان أثر الابتكار في التكلفة بوصفها إحدى أبعاد الميزة التنافسية لدى عينة من شركات المقاولات اليمنية.

3-6- قياس أثر الابتكار في الاستجابة للعملاء بوصفها إحدى أبعاد الميزة التنافسية لدى عينة من شركات المقاولات اليمنية.

3-7- كشف أثر الابتكار في المرونة بوصفها إحدى أبعاد الميزة التنافسية لدى عينة من شركات المقاولات اليمنية.

4- أهمية الدراسة:

تتطلب أهمية الدراسة الحالية من أهمية الموضوع الذي تتناوله، وهو المتمثل في أثر الابتكار في تحقيق الميزة التنافسية لدى عينة من شركات المقاولات اليمنية، ويمكن عرض الأهمية التي تشكلها هذه الدراسة بشقيها النظري والعملي على النحو الآتي:

4-1- الأهمية النظرية:

1/1/4- الإسهام في عرض الأدبيات الإدارية لموضوع الابتكار والميزة التنافسية.

1/4/2- إثراء المعرفة لدى الباحثين والدارسين بمفاهيم الابتكار والميزة التنافسية.

1/4/3- تمثل الدراسة الحالية جهداً مضافاً للجهود العلمية السابقة.

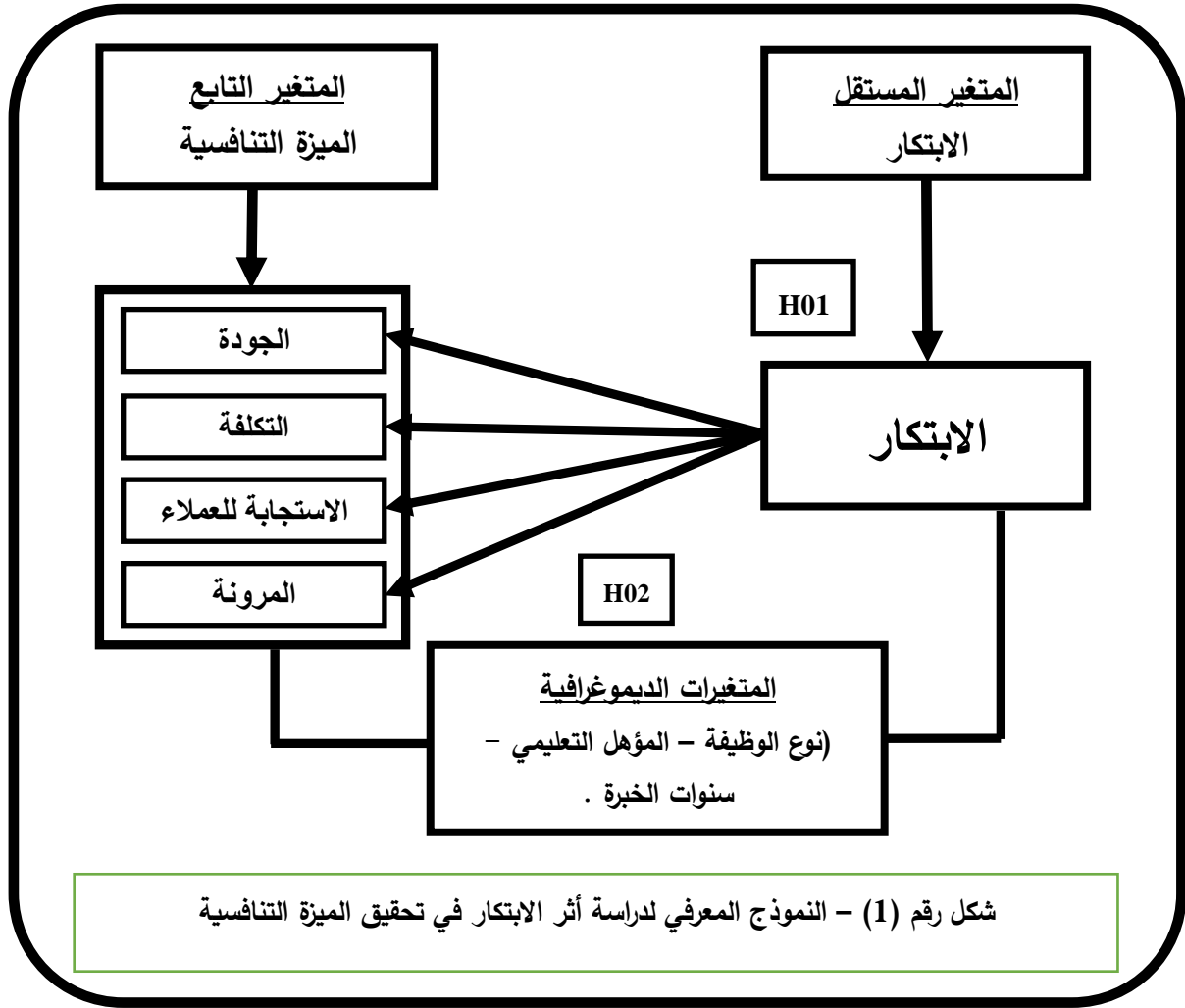
4-2- الأهمية العملية:

1/4/1- استفادة الجهات المعنية نحو الاهتمام بتعزيز الابتكار، بما يحقق ميزة تنافسية مستدامة.

1/4/2- ما تتوصل إليه هذه الدراسة من استنتاجات تُقدم بموجبها بعض التوصيات والمقترحات.

5- النموذج المعرفي للدراسة:

يتكون النموذج المعرفي للدراسة من المتغير المستقل (الابتكار)، وقد كان التركيز على الأثر الكلي للابتكار بوصفه مفهوماً شاملاً للميزة التنافسية دون الدخول في تفاصيل أبعاده، وذلك من منطلق أن الابتكار هو مدخل موحد يؤثر بمجمله في الأداء التنافسي، كما تختلف أبعاده في الأدبيات مثل: (الابتكار في المنتج، العملية، التسويق، التنظيم)، ولذا قرر الباحثان عدم التقييد بأبعاد متغيرة ومختلفة في الدراسات السابقة؛ لتجنب التحيز أو التضارب المفاهيمي، كما أن الابتكار يعمل بوصفه عنصراً محورياً واحداً يؤثر في العديد من المخرجات، ولذلك لا حاجة لتفكيكه عند دراسة أثره في متغير تابع متعدد الأبعاد مثل الميزة التنافسية، كما يتكون النموذج من المتغير التابع المتمثل في الميزة التنافسية بأبعادها: (الجودة، التكلفة، الاستجابة للعملاء، المرونة)، وقد اختيرت هذه الأبعاد؛ لأنها من أكثر الأبعاد تداولاً في أدبيات الإدارة لا سيما في دراسة بورتير (Porter)، وهي تمثل محاور رئيسة لأي ميزة تنافسية مستدامة، والشكل الآتي يوضح ذلك:



6- فرضيات الدراسة:

بناءً على تساؤلات الدراسة وأهدافها ونموذجها المعرفي، صيغت الفرضيات الآتية:

6-1- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للابتكار بوصفه متغيراً مستقلاً بصورة كلية في تحقيق الميزة بأبعادها (الجودة، التكلفة، الإستجابة للعملاء، والمرونة) لدى عينة من شركات المقاولات اليمنية.

وقد تفرعت الفرضية الرئيسية الأولى إلى أربع فرضيات فرعية، هي:

6/1/1- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للابتكار بوصفه متغيراً مستقلاً بصورة كلية في الجودة التي تمثل أحد أبعاد الميزة التنافسية لدى عينة من شركات المقاولات اليمنية.

6/1/2- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للابتكار بوصفه متغيراً مستقلاً بصورة كلية في التكلفة التي تمثل أحد أبعاد الميزة التنافسية لدى عينة من شركات المقاولات اليمنية.

6/1/3- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للابتكار بوصفه متغيراً مستقلاً بصورة كلية في الاستجابة للعملاء التي تمثل أحد أبعاد الميزة التنافسية لدى عينة من شركات المقاولات اليمنية.

4/1/6- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للابتكار بوصفه متغيراً مستقلاً بصورة كلية في المرونة التي تمثل أحد أبعاد الميزة التنافسية لدى عينة من شركات المقاولات اليمنية.

6-2- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية لمدى إدراك أفراد عينة الدراسة للابتكار والميزة التنافسية تعزى إلى المتغيرات الديموغرافية (نوع الوظيفة، المؤهل التعليمي، سنوات الخبرة). وقد تفرعن الفرضية الرئيسية الثانية إلى ثلاث فرضيات فرعية هي:

6/2/1- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية لمدى إدراك أفراد عينة الدراسة للابتكار والميزة التنافسية تعزى إلى نوع الوظيفة.

6/2/2- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية لمدى إدراك أفراد عينة الدراسة للابتكار والميزة التنافسية تعزى إلى المؤهل التعليمي.

6/2/3- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية لمدى إدراك أفراد عينة الدراسة للابتكار والميزة التنافسية تعزى إلى سنوات الخبرة.

7- حدود الدراسة:

تتمثل حدود الدراسة الحالية في الآتي:

7-1- **الحدود الموضوعية:** تناولت الدراسة الحالية موضوع الابتكار "بوصفه متغيراً رئيساً مستقلاً"، ولم تُظهر الدراسة أبعاد المتغير المستقل (الابتكار)؛ لأنها تهدف إلى قياس الأثر الشامل والمركب للابتكار في الميزة التنافسية، كما تطرقت إلى الميزة التنافسية "بوصفها متغيراً تابعاً"، بأبعاده: (الجودة، التكلفة، الاستجابة للعملاء، المرونة)؛ لأنه أبرز أركان التميز التنافسي.

7-2- **الحدود المكانية:** عينة من شركات المقاولات اليمنية في مجال الإنشاءات.

7-3- **الحدود البشرية:** الكادر الإداري والهندسي العامل في شركات المقاولات اليمنية المستهدفة بالدراسة.

7-4- **الحدود الزمنية:** طبقت أداة الدراسة ميدانياً خلال العام 2025م.

8- منهجية الدراسة :

استناداً إلى مشكلة الدراسة وأهدافها وفرضياتها، أستخدم المنهج الوصفي التحليلي، الذي بموجبه تم أستعرض ونوقش الجانب النظري لمتغيرات الدراسة، بالإضافة إلى استعراض الدراسات السابقة التي أجريت في البيئتين العربية والأجنبية، ومن ثم عُرضت استنتاجات الدراسة وجرى تحليلها ومناقشتها.

8-1- **المنهج الوصفي التحليلي:** من خلال الرجوع إلى الكتب والأبحاث والدراسات والأدبيات المتخصصة في هذا المجال التي أثرت الدراسة في جانبها النظري.

8-2- المنهج الوصفي الإحصائي: من خلال أداة الاستبيان التي أُعدت للحصول على المعلومات المطلوبة، وقد تضمنت هذه الدراسة إطاراً منهجياً، وإطاراً نظرياً، ودراسة ميدانية، بالإضافة إلى الاستنتاجات والتوصيات.

9- الدراسات السابقة:

9-1- دراسة: (الحداء، وزيد، 2024)، بعنوان: دور التوجه الإستراتيجي في تحقيق الميزة التنافسية - دراسة ميدانية في الجامعات الأهلية اليمنية.

هدفت إلى التعرف إلى دور التوجه الإستراتيجي بأبعاده (التوجه الريادي، التوجه بالسوق، التوجه بالتكنولوجيا) في تحقيق الميزة التنافسية بأبعادها (الجودة، التميز، التكلفة) في الجامعات الأهلية اليمنية في أمانة العاصمة صنعاء، ومن أجل تحقيق أهداف الدراسة، اتبعت الدراسة المنهج المسحي الارتباطي، وبلغ إجمالي مجتمع الدراسة (628) من القيادات الأكاديمية والإدارية في (24) جامعة أهلية في أمانة العاصمة، واختيرت عينة عشوائية حجمها (239)، واعتمدت الدراسة على استبانة جرى تصميمها، وأظهرت النتائج أن هناك أثراً دالاً إحصائياً للتوجه الإستراتيجي على الميزة التنافسية في الجامعات الأهلية اليمنية، وفي ضوء النتائج خرجت الدراسة بالعديد من التوصيات.

9-2- دراسة: (حسن، 2022م)، بعنوان: أثر رأس المال البشري في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة تطبيقية على الشركة التشادية للمقاولات والبناء وشركة المناخ للتجارة والاستثمار بأجمينا.

هدفت إلى التعرف على مدى اهتمام شركتي المقاولات والبناء وشركة المناخ للتجارة والاستثمار بالموارد البشرية، وإبراز مدى اهتمامها بتنمية رأس المال البشري؛ من أجل إسهامه في إعطاء قيمة للشركة وإكسابها ميزة تنافسية جيدة، واتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وأهم ما توصلت إليه هذه الدراسة من نتائج: وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين الاهتمام برأس المال البشري واستقطاب أفضل المواهب البشرية، وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين الميزة التنافسية وتفوق المؤسستين على منافسيها من المؤسسات الأخرى .

9-3- دراسة: (Farida & Setiawan, 2022)، بعنوان: إستراتيجيات الأعمال والمزايا التنافسية: دور الأداء والابتكار.

هدفت إلى دراسة تأثير إستراتيجيات الأعمال في تحسين المزايا التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي أجريت في إندونيسيا، كما تناولت الدراسة أهمية الأداء والابتكار بوصفها متغيرات وسيطة في العلاقة بين إستراتيجيات الأعمال والمزايا التنافسية، وشملت العينة (150) مؤسسة صغيرة ومتوسطة تعمل في قطاعي البناء والعقارات، وأظهرت النتائج أن إستراتيجيات الأعمال لها تأثير إيجابي في المزايا التنافسية؛ إذ إن تحسين إستراتيجيات الأعمال يعزز من المزايا التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، بالإضافة إلى ذلك يلعب الأداء والابتكار دوراً وسيطاً في تعزيز العلاقة بين إستراتيجيات الأعمال والمزايا التنافسية.

9-4- دراسة : (قباجة، وجرادات، 2020م)، بعنوان : أثر الابتكار في تحقيق الميزة التنافسية في الشركات الصناعية العاملة في محافظة الخليل.

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر الابتكار في تحقيق الميزة التنافسية في الشركات الصناعية العاملة في محافظة الخليل، وقد اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتمثل مجتمع الدراسة في الشركات الصناعية العاملة في محافظة الخليل، واختيرت عينة قصدية من المديرين العاملين وأعضاء مجلس الإدارة ومديري الشركات ومديري الدوائر ورؤساء القسم في الشركات الصناعية، ووزعت (80) استبانة على المستجوبين، وخلصت الدراسة إلى أن (82.7%) من التباين في الميزة التنافسية تعود إلى الابتكار في الشركات.

9-5- دراسة: (Aktharsha & Prabhu, 2019)، بعنوان: أثر الإبداع والابتكار على الميزة التنافسية لدى شركات التكنولوجيا في قطاع يمتاز.

هدفت الدراسة إلى اختبار أثر الإبداع والابتكار في الميزة التنافسية لدى شركات التكنولوجيا في قطاع يمتاز بارتفاع مستويات المنافسة، واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وشملت عينة الدراسة (258) شركة لتكنولوجيا المعلومات في الهند، وقد خلصت الدراسة إلى وجود أثر واضح لكل من الابتكار والإبداع في تحقيق الميزة التنافسية في هذه الشركات .

9-6- دراسة: (Syapsan, 2019)، بعنوان: أثر جودة الخدمة والابتكار على الميزة التنافسية في المشروعات الصغيرة ومتوسطة الحجم في جزيرتي جافا وسومطرة في إندونيسيا.

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر جودة الخدمة والابتكار في الميزة التنافسية في المشروعات الصغيرة ومتوسطة الحجم في جزيرتي جافا وسومطرة في إندونيسيا للمدة من (2016 - 2010م)، وباستخدام المنهج الوصفي التحليلي، وقد خلصت الدراسة إلى أن جودة الخدمة والإبداع لها أثر مباشر في إيجاد اقتصاد مستدام يعزز الميزة التنافسية.

9-7- دراسة : (Costas, & Geroski, 2019)، بعنوان: دور الابتكار في اكتساب الميزة التنافسية: أدلة من الشركات الصغيرة والمتوسطة الأوروبية.

هدفت الدراسة إلى استكشاف كيفية استغلال الشركات الصغيرة والمتوسطة في أوروبا أنواعاً مختلفة من الابتكار (المنتج، العملية، التسويق) لاكتساب ميزة تنافسية، وقد تضمنت الدراسة مقابلات معمقة مع مديري شركات صغيرة ومتوسطة في ألمانيا، والمملكة المتحدة، وإيطاليا، وأظهرت النتائج أن الابتكارات التدريجية والجزئية تلعب دوراً حاسماً في تحقيق التفوق في السوق، لاسيما عندما تكون مدعومة بالتزام قيادي قوي.

9-8- دراسة : (Rahim & Zainuddin, 2019)، بعنوان: أثر الإبداع والابتكار في تحقيق الميزة التنافسية لشركات الصناعات الغذائية في ماليزيا .

هدفت الدراسة إلى اختبار أثر الابداع والابتكار في تحقيق الميزة التنافسية لشركات الصناعات الغذائية في ماليزيا لعينة تكونت من (220) مدير شركة في مجال الصناعات الغذائية، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وقد خلصت الدراسة إلى أن (73.5%) في الميزة التنافسية يعود إلى الابتكار، وقد أوصت الدراسة بإيجاد مراكز متخصصة في هذا المجال لتعزيز الميزة التنافسية لهذه الشركات الماليزية.

9-9- دراسة : (Chatzoudes & Chatzoglou, 2018)، بعنوان: اختبار أثر الابتكار على الميزة التنافسية من وجهة نظر المدراء التنفيذيين في الشركات اليونانية.

هدفت الدراسة إلى اختبار أثر الابتكار في الميزة التنافسية من وجهة نظر المديرين التنفيذيين في (189) شركة يونانية في مختلف القطاعات الإنتاجية، وقد خلصت الدراسة إلى أن لرأس المال البشري والابتكار الأثر الأكبر في خلق الميزة التنافسية للشركات إلى جانب الثقافة التنظيمية.

9-10- دراسة: (Kariuk, 2017)، بعنوان: أثر إستراتيجية الابتكار على الميزة التنافسية في المصارف التجارية الكينية.

هدفت الدراسة إلى تحديد أثر إستراتيجية الابتكار في الميزة التنافسية في المصارف التجارية الكينية، واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وشمل مجتمع الدراسة (330) مديراً في (44) مصرفاً، أما عينة الدراسة فقد شملت (118) موظفاً، وقد خلصت الدراسة إلى وجود أثر إيجابي للابتكار في الميزة التنافسية للمصارف، وأوصت بضرورة تعزيز الابتكار في مجال المنصات المصرفية والأموال المتنقلة.

- التعقيب على الدراسات السابقة :

من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة، يمكن المقارنة بينها وبين الدراسة الحالية، كما يأتي:

- ❖ **من حيث الموضوع والأهداف:** اتفقت الدراسة الحالية على أهمية مدخل الابتكار في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات المختلفة، كدراسة (قباجة، وجرادات، 2020م)، ودراسة (Aktharsha & Prabhu 2019م)، ودراسة (Aktharsha, 2019)، ودراسة (Rahim & Zainuddin, 2019)، ودراسة (Chatzoudes & Chatzoglou, 2018)، على اعتبار أنها مؤسسات لها هياكل تنظيمية وخطط وأهداف وغايات وموارد بشرية، وتسعى للتميز والنجاح في تأدية مهامها وتحقيق أهدافها في التنمية المجتمعية، واختلفت مع معظم الدراسات السابقة في موضوع دراساتها سواء تلك الدراسات التي تناولت الابتكار، أو الميزة التنافسية بشكل منفرد، أو ارتباط الابتكار بمتغيرات أخرى.
- ❖ **من حيث المنهج:** اتفقت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في استخدامها المنهج التحليلي، (قباجة، وجرادات، 2020م)، ودراسة (Aktharsha, 2019)، ودراسة (Rahim & Zainuddin, 2019)، ودراسة (Chatzoudes & Chatzoglou, 2018)، ودراسة (Syapsan, 2019).

- ❖ **من حيث المجتمع والعينة:** تباين مجتمع الدراسة وعينتها التي طُبقت عليها الدراسات السابقة لتشمل مجتمع الأعمال المختلفة سواء كانت مؤسسات صناعية، أو خدمية، أو تعليمية، وتختلف الدراسة

الحالية عن الدراسات السابقة في التطبيق على مجتمع وعينة مختلف تمثلت في شركات المقاولات اليمنية.

❖ **من حيث أداة الدراسة:** تتفق الدراسة الحالية مع جميع الدراسات السابقة من حيث استخدامها

الاستبانة أداة لجمع البيانات من أفراد العينة.

- ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة:

تتفرد الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في الآتي:

1. تُعد الدراسة من الدراسات القليلة على مستوى الجمهورية اليمنية التي تناولت موضوع معاصر في مجال الإدارة، وهو الابتكار وأثره في تحقيق الميزة التنافسية، لا سيما لدى عينة من شركات المقاولات اليمنية.

2. طبقت الدراسة الحالية على عينة من شركات المقاولات اليمنية؛ نظراً لدورها الرائد على المستوى المحلي في مجال التنمية وخدمة المجتمع.

3. تختلف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة، كدراسة (الحداء، وزيد، 2024)، ودراسة (حسن، 2022م)، ودراسة (Farida & Setiawan، 2022)، ودراسة (قباجة، 2020م)، ودراسة (Aktharsha، 2019)، ودراسة (Rahim & Zainuddin، 2019)، ودراسة (Chatzoudes & Chatzoglou، 2018)، ودراسة (Syapsan، 2019)، ودراسة (Costas، & 2019)، ودراسة (Geroski، 2017)، ودراسة (Kariuk، 2017)، من ناحية المكان والزمان، وخصائص مجتمع الدراسة في ظل التغيرات غير الطبيعية.

10- المصطلحات الإجرائية للدراسة :

تتضمن الدراسة الحالية المصطلحات الإجرائية الآتية:

10-1- الابتكار Innovation :

تباينت وجهات نظر الباحثين والمهتمين بمجال الإدارة الإستراتيجية حول تحديد مفهوم الابتكار، وذلك باختلاف المسار الذي تسعى المؤسسة للتوجه نحوه في إطار بيئتها، وبشكلٍ عام يُعرف الابتكار بأنه: قدرة المؤسسة على المبادرة بطرح أفكار مبتكرة، وتشجيعها ودعمها لتحويلها إلى واقع حقيقي ملموس، كاستخدام طرق عمل مبتكرة، أو إنتاج خدمات مبدعة ومتميزة وتقديمها، وابتكار فرص جديدة لكسب مزايا تنافسية جديدة، تؤهلها لأن تسبق مثيلاتها في كسب رضا العملاء، ومن ثم تكون دوماً في الصدارة (Chahal, et al., 2016).

ويقصد بالابتكار إجرائياً في هذه الدراسة بأنه : قدرة شركة المقاولات اليمنية على عملية إنشاء أفكار جديدة يمكن تحويلها إلى خدمات ذات قيمة تحقق منفعة على مستوى الفرد أو الشركة.

10-2- الميزة التنافسية Competitive Advantage :

تُعرّف الميزة التنافسية بأنها: النظام الذي يستغل موارد المنظمة كافة بالشكل الذي يمكنها من خلق أفضل قيمة للعميل، بحيث تكون أعلى من التي يوفرها المنافسون (خلف، 2019: 504)، وتُعرّف الميزة التنافسية أيضاً بأنها: نظام يحتوي العديد من المزايا الفريدة من نوعها التي تفوق المنافسين، من خلال خلق قيمة للعميل بطريقة فعالة ومستدامة (Heizer, et. al., 2017: 61).

ويُقصد بالميزة التنافسية إجرائياً بأنها: قدرة شركة المقاولات اليمنية على مواجهة المنافسة الحادة من خلال التجديد وتقديم خدمات وأنشطة عالية الجودة، بما يكسبها قدرات ومزايا تنافسية في مجال المقاولات العامة، ويمكن أن يُستدل عليها من خلال الدرجة الكلية التي تحصل عليها شركات المقاولات اليمنية، في ضوء استجابات العاملين فيها للبعد الثاني من أداة الدراسة الحالية المتعلق بقياس أبعاد الميزة التنافسية.

10-3- شركات المقاولات اليمنية:

هي الشركات التي تختص بأعمال البناء والتشييد والتشطيب، من خلال مجموعة من العاملين والمهندسين والإداريين، وتعتمد على التخطيط والتنظيم والتنفيذ والرقابة.

11- الجانب النظري: الابتكار والميزة التنافسية :

11-1- الابتكار:

11/1- مفهوم الابتكار:

تهدف المنظمات اليوم إلى تحقيق البقاء ومن ثم النمو في ظل البيئة التنافسية الشديدة، حيث تعمل المنظمة على تحقيق التفوق التنافسي وكسب عملاء جدد، وهذا ما يجعل جميع المنظمات تعمل على القيام بشيء مختلف عن الآخرين أو القيام بالشيء نفسه ولكن بطريقة مختلفة، وهذا ما يسمى بالابتكار، ويُعرّف الابتكار بأنه: "قدرة المؤسسة على المبادرة بطرح أفكار مبتكرة، وتشجيعها ودعمها لتحويلها إلى واقع حقيقي ملموس، كاستخدام طرق وأساليب عمل مبتكرة، أو إنتاج خدمات متميزة وتقديمها، وابتكار فرص جديدة لكسب مزايا تنافسية جديدة، تؤهلها لأن تسبق مثيلاتها في كسب رضا العملاء، ومن ثم تكون دوماً في الصدارة" (Chahal, et al., 2016)، كما يُعرّف الابتكار بأنه: العمليات التي تؤدي إلى خلق فكرة وإخراجها على شكل منتج أو خدمة مفيدة .

11/2- أنواع الابتكار:

1- الابتكار في المنتج : يكون أما بشكل منتج جديد أو خدمة جديدة أو مواصفات جديدة، والمنتجات الجديدة هي سلع وخدمات تكون مختلفة جوهرياً عن تلك الموجودة من قبل أي عملية إيجاد أفكار وتقديم منتجات جديدة تختلف عن المنتجات القديمة، وقد يكون الابتكار في تحسين المنتج الحالي أو القديم من خلال إدخال تحسينات عليه أو زيادة أدائه بشكل كبير، حيث يُحسن من خلال إحداث تغييرات في العناصر المكونة له؛ لأنه لا يمكن لأي منتج أن يستمر في السوق لمدة طويلة دون التحسين نتيجة التغيير في حاجات الزبائن وورغباتهم .

2- الابتكار في العملية : تُعرّف العملية بأنها سلسلة من المهام أو النشاطات التي تنجز من قبل مجموعة متكاملة من الأفراد والمعدات والأدوات، أي تعمل على تحويل المدخلات إلى مخرجات، من خلال تلك السلسلة من الإجراءات والنشاطات المنجزة في المؤسسة، بحيث أن هذه النشاطات تولد قيمة للزبون، إذ يبدأ ابتكار العملية بالإدراك الجيد بمن هم زبائن العملية وما الذي يتوقعونه منها.

3- الابتكار التنظيمي: "مجموعة من العوامل التي تمثل الجاهزية التنظيمية التي تكشف عن مدى وجود مناخ عمل ملائم لتقديم أفكار جديدة، وتضم مجموعة من الخصائص التي تميز المؤسسة عن غيرها، وتؤثر في سلوك أفرادها، مثل الخصائص الهيكلية التي تنتمي إلى المؤسسة، والخصائص المتعلقة بطبيعة إدراك الأفراد للمناخ التنظيمي، والخصائص التي تركز على التفاعل بين الأفراد والمؤسسة، وتلك المتعلقة بثقافتها وتأثيرها في سلوك الأفراد والجماعات" (قباجة، وجرادات، 2020: 25).

11-2- الميزة التنافسية :

11/2-1- مفهوم الميزة التنافسية:

الميزة هي التفوق مع حالة بعض الإجراءات أو شرطها أو جدوى سيرها، أما التنافسية فهي تنتمي إلى الاستناد إلى المنافسة (الحربي، 2018: 11)، وتُعرّف الميزة التنافسية بأنها: "مجال تتمتع فيه المنظمات بقدرة أعلى من منافسيها في استغلال الفرص الخارجية أو الحد من التهديدات" (الشمري، 2015: 19)، وتُعرّف أيضاً بأنها: "جميع موارد المنظمة وقدراتها التي تمكنها من مواجهة قوى المنافسة في سوق العمل" (الحمداني، 2021: 14)، أو هي: "الموقع الفريد طويل الأمد الذي تطوره المنظمة، من خلال أداء أنشطتها بشكل مميز وفعال، واستغلال نقاط قوتها الداخلية باتجاه تقديم منافع قيمة فائقة لزيائنها لا يستطيع منافسوها تقديمها" (إلياس، 2021: 233).

11/2-2- أبعاد الميزة التنافسية :

على الرغم من الاختلاف الحاصل بين الباحثين والكتاب في تحديد أبعاد الميزة التنافسية، فإن الغالبية منهم اتفقوا على أربعة أبعاد، هي:

1. الجودة:

الجودة بمعناها العام تعني تقديم الخدمة بمستوى عالٍ من التميز، تكون قادرة على الوفاء باحتياجات المستفيدين ورغباتهم بالشكل الذي يتفق مع توقعاتهم، وتحقيق الرضا لديهم، ويكون ذلك من خلال مقاييس موضوعية سلفاً لتقييم الخدمة ومطابقتها للمواصفات، ولها العديد من التعريفات منها ما يأتي: "هي عبارة عما يحصل عليه الزبون من الخدمة حيث يقاس من قبل العميل مثل أي بعد فني للمنتج" (الحيمي، 2019: 96)، وهي معيار مناسب للتميز يستوجب تحقيقه وقياسه، وتقديم الشركة أفضل ما لديها لعملائها؛ من أجل كسب رضاهم من حيث الدقة والإتقان، والأداء المتميز، والمواصفات المتميزة، والسرعة في تلبية المطلوب بكلفة مناسبة (الحداء، وزيد، 2024: 741).

ويمكن تعريف الجودة على وفق الدراسة الحالية بأنها: قيام الشركات بأداء وظائفها وخدماتها بإتقان، وبأفضل أداء ممكن، وبمواصفات وخصائص متميزة تتلاءم مع احتياجات المجتمع ورغباته بهذه الخدمات وزيادة ثقته بها، بما يعزز من مستوى ميزتها التنافسية.

2. التكلفة:

التكلفة في معناها المتداول هي تلك القيمة النقدية المدفوع؛ بهدف الحصول على منفعة اقتصادية متمثلة في سلعة أو خدمة معينة، ولها العديد من التعريفات منها:

- "تعزيز الميزة التنافسية في التكلفة وتفعيل السياسة السعرية بتوفير الموازنة التشغيلية، والحفاظ على نقاط القوة والتأكيد على تميزها" (Ochuba, et al., 2024: 207).

- "التقنية التي تركز على إدارة التكاليف خلال مرحلة التخطيط والتصميم للمنتج أو الخدمة، عن طريق تحديد الكلفة المستهدفة للمنتج أو الخدمة المستمدة من البدء بسعر البيع المستهدف، وخصم هامش الربح المطلوب" (الحداء، وزيد، 2024: 741).

ولأغراض هذه الدراسة يمكن تعريف التكلفة بأنها: "قدرة الشركة في التحكم في تكاليف تقديم الخدمات الإنشائية بجودة مناسبة تمكنها من تحقيق الدخل التشغيلي على المدى الطويل".

3. سرعة الاستجابة :

تُعد سرعة الاستجابة مفتاح رضا العملاء ونجاح عمل الشركات؛ فمن خلال الاستثمار في تحسين سرعة الاستجابة، يمكن للشركات بناء علاقات قوية مع عملائها، وتحقيق نمو مستدام، وقد أكد معظم الباحثين بأنها استعداد مورّد الخدمة ورغبته في تقديم المساعدة للعميل أو حل المشاكل، مهما كانت الظروف بالسرعة والشكل المناسبين (الحنبسي، 2020: 34).

ويمكن للدراسة الحالية تعريف سرعة الاستجابة بأنها: مدى احترافية شركات المقاولات في أداء مهامها، مما يحسن من العلاقة بين العملاء والشركات وتُعزز ثقّتهم في خدماتها.

4. المرونة :

أصبحت المرونة هي البعد التنافسي الحاسم متمثلة بقدرة المنظمة على التكيف لتقديم خدمات متنوعة، مما أعطى الكثير من منظمات الأعمال القدرة على التكيف لمدى واسع من التغيرات البيئية، كما تُعد المرونة الأساس لتحقيق الميزة التنافسية للشركة، من خلال الاستجابة للتغيرات التي قد تحدث في تصميم المنتجات أو تقديم الخدمات، وبما يتلاءم مع حاجات العملاء (قباجة، 2020، 28).

ويقصد بالمرونة : القدرة على التعامل مع الظروف المتغيرة، والتكيف المستمر معها؛ لتجاوز التغيرات التي تحدث مع مرور الزمن، أو بمعنى آخر قدرة الشركة على توقع التغييرات المفاجئة، والاستعداد لها، والاستجابة لها، والتكيف معها من أجل البقاء والازدهار .

ويمكن تعريف المرونة بأنها: قدرة الشركة على تغيير أداء العمليات الخدمية ووقتها، فالعميل يحتاج تغيير العمليات لتوفير أربعة متطلبات هي:

- أ. مرونة الخدمة: هي قدرة العمليات على تقديم خدمات جديدة أو معدلة.
- ب. مرونة المزيج: تعني قدرة العمليات لتقديم مزيج من الخدمات.
- ج. مرونة الحجم: تعني قدرة العمليات على التغيير في تقديم أحجام مختلفة من الخدمات.
- د. مرونة التسليم: تشير إلى قدرة العمليات لتغيير أوقات تسليم الخدمات.

12- الجانب العملي للدراسة:

12-1- منهج الدراسة:

اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي؛ نظراً لمناسبته لطبيعة توجهات هذه الدراسة، مما يساعد على تحقيق الأهداف التي تسعى إليها، والمتمثلة في قياس مستوى توافر متغيرات الدراسة: (الابتكار، والميزة التنافسية) لدى عينة من شركات المقاولات اليمنية، ثم بيان الأثر الإحصائي للابتكار في تحقيق الميزة التنافسية، ومن ثم إيجاد دلالة الفروق لمتوسط استجابات العينة تبعاً للمتغيرات الديموغرافية المحددة في هذه الدراسة، وصولاً من ذلك إلى نتائج وتوصيات عملية من شأنها أن تعزز من ممارسة شركات المقاولات اليمنية لمدخل الابتكار، بما يُمكنها من ضمان استدامة ميزتها التنافسية.

12-2- مصادر جمع البيانات والمعلومات:

اعتمدت الدراسة على نوعين من المصادر لجمع البيانات والمعلومات، هما:

12/1- المصادر الثانوية:

تمثلت في الكتب والرسائل العلمية والدوريات وأدبيات الندوات المرتبطة بموضوع الدراسة، والوثائق الخاصة بوزارة الأشغال العامة، مثل القوانين، واللوائح، والأنظمة، والإحصائيات والتقارير الصادرة عن الجهات الرسمية وغير الرسمية الخاصة بوزارة الأشغال العامة.

12/2- المصادر الأولية:

استخدم الباحث الاستبيان أداة لجمع البيانات الأولية للدراسة، وذلك من خلال التطبيق الميداني على الكادر العامل في شركات المقاولات اليمنية؛ بغرض قياس واقع ممارسة الابتكار، وكذا درجة تحقيق الميزة التنافسية في هذه الشركات، ومن ثم تحليلها في سبيل الإجابة عن تساؤلات الدراسة وفرضياتها.

12-3- مجتمع الدراسة:

تمثل مجتمع الدراسة في عينة من شركات المقاولات اليمنية (قطاع الإنشاءات العامة) التي حازت أحد تصنيفات وزارة الأشغال العامة اليمنية، والبالغ عددها (5) شركات، هي: (شركة محمد علي زياد، شركة رواد الحاضر، شركة رواد المستقبل، شركة آفاق لينك، وشركة علي شايح)، والعاملين فيها من الكادر الإداري والوظيفي، والكادر الهندسي والفني البالغ عددهم (512) موظفاً، بحسب الإحصائية المأخوذة من

هذه الشركات للعام (2024م)، والجدول (1) يوضح حجم أفراد مجتمع الدراسة في الشركات التي يعملون فيها.

جدول (1) : عدد أفراد مجتمع الدراسة في الشركات التي يعملون فيها

م	اسم الشركة	كادر إداري	كادر هندسي	المجموع
1	شركة محمد علي زياد	113	43	156
2	شركة رواد الحاضر	71	26	97
3	شركة رواد المستقبل	67	24	91
4	شركة آفاق لينك	63	22	85
5	شركة علي شايح	64	19	83
	المجموع	378	134	512

12-4- عينة الدراسة:

اختيرت عينة ممثلة للمجتمع الأصلي للدراسة بطريقة عشوائية طبقية، لتمثل هذه العينة جميع الفئات المستهدفة بالتطبيق الميداني (كادر إداري، كادر هندسي)، وقد بلغ عدد أفراد العينة (205) موظفاً، يمثلون ما نسبته (40%) من المجتمع الأصلي للدراسة، والجدول (2) يوضح نسبة أفراد عينة الدراسة من المجتمع الأصلي في كل شركة من الشركات المستهدفة في هذه الدراسة.

جدول (2): نسبة أفراد العينة من المجتمع الأصلي

م	اسم الشركة	حجم المجتمع	النسبة المأخوذة	حجم العينة	النسبة %
1	شركة محمد علي زياد	156	%40	62	%30.2
2	شركة رواد الحاضر	97	%40	39	%19.1
3	شركة رواد المستقبل	91	%40	37	%18.0
4	شركة آفاق لينك	85	%40	34	%16.6
5	شركة علي شايح	83	%40	33	%16.1
	المجموع	512	%40	205	%100.0

وقد بلغ حجم عينة الدراسة المأخوذة (205) موظفاً، ووزعت الاستبيانات على أفراد عينة الدراسة المأخوذة، واستعيدت بالكامل، كما يوضحه الجدول الآتي:

جدول (3): اختيار عينة الدراسة والاستبيانات الموزعة

الاستبيانات الخاضعة للتحليل		الاستبيانات المستعادة		حجم العينة		حجم المجتمع الأصلي
النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	
%100	205	%100	205	%40	205	512

12-5- أداة الدراسة:

تحقيقاً لأهداف هذه الدراسة، استخدم الباحثان الاستبانة أداةً لجمع البيانات الأولية اللازمة للدراسة، كان إعدادها في ضوء مراجعة الباحثين للأدبيات والدراسات السابقة ذات العلاقة بمتغيري الدراسة، وتكونت الاستبانة من قسمين، هما: البيانات الشخصية للمستجيبين، ومحاوَر الأداة.

وشملت الاستبانة في صورتها النهائية (21) فقرة موزعة على محورين رئيسين، أهتم المحور الأول منها بقياس المتغير المستقل (الابتكار) بعدد (7) فقرات، في حين اهتم المحور الثاني بقياس المتغير التابع (الميزة التنافسية) بعدد (14) فقرة، وقد وضع أمام كل فقرة بدائل الاستجابة عنها على وفق مقياس "ليكرت" خماسي التدرج للموافقة/ عدم الموافقة، الذي يتراوح ما بين (1) غير موافق تماماً، و(5) موافق تماماً، والجدول (4) يوضح أبعاد كل محور وعدد فقراته:

جدول (4): يوضح محاور أداة الدراسة، وأبعاد كل محور، وعدد فقرات كل بُعد

تسلسل الفقرات	عدد الفقرات	الأبعاد	المتغيرات	
			الابتكار	المستقل
7 - 1	7	////////////////////		
14 - 8	7	الجودة	الميزة التنافسية	التابع
19 - 15	5	التكلفة		
23 - 20	4	الاستجابة للعملاء		
28 - 24	5	المرونة		
(28) فقرة		(4) أبعاد	المجموع	

12-6- صدق الأداة:

12/6-1- الصدق الظاهري:

عُرِضت الاستبانة على مجموعة من المختصين في مجال العلوم الإدارية؛ بغرض استطلاع آرائهم حول صلاحيتها لما صُممت من أجله، والحكم على مدى وضوح الفقرات وسلامتها اللغوية، وانتمائها لأبعادها، وإجراء أي تعديلات يرونها مناسبة لتجويد محتوى الأداة، وقد استرشد الباحثان بآرائهم ومقترحاتهم في تعديل صياغة بعض الفقرات، فحذفت فقرتان من المحور الأول، ومثلها من المحور الثاني؛ نظراً لتشابه الفكرة العامة لتلك الفقرات مع فقرات أخرى في البُعد المنتمئة إليه.

2/6/12- صدق الاتساق الداخلي:

حسب الباحثان قيمة الاتساق الداخلي عن طريق حساب معاملات الارتباط بين كل فقرة والدرجة الكلية للأداة، ويوضح الجدول (5) النتائج التي توصلوا إليها على وفق مخرجات برنامج (Spss v.28).

جدول (5): معاملات الارتباط بين درجة كل فقرة والدرجة الكلية للأداة

معامل الارتباط	العبرة	معامل الارتباط	العبرة	معامل الارتباط	العبرة
0.635**	x21	0.650**	x11	0.562**	x1
0.676**	x22	0.573**	x12	0.650**	x2
0.601**	x23	0.674**	x13	0.652**	x3
0.632**	x24	0.598**	x14	0.694**	x4
0.678**	x25	0.578**	x15	0.650**	x5
0.671**	x26	0.601**	x16	0.669**	x6
0.727**	x27	0.579**	x17	0.676**	x7
0.738**	x28	0.594**	x18	0.669**	x8
//////////	//////////	0.626**	x19	0.612**	x9
//////////	//////////	0.667**	x20	0.646**	x10

** دالة عند مستوى دلالة (0.01)

يتضح من الجدول (5) أعلاه أن قيم معاملات الارتباط دالة إحصائياً عن مستوى دلالة (0,01) مما يشير إلى اتساق كل فقرة مع الأداة ككل، وذلك يمنح الثقة في النتائج التي يمكن التوصل إليها عند تطبيق الأداة، ومن ناحية أخرى استخرجت معاملات الارتباط بين كل فقرة ودرجة المحور المنتمية إليه، وكانت النتائج كما هي موضحة في الجدول الآتي:

جدول (6): قيم معاملات الارتباط بين كل فقرة والمحور المنتمية إليه

المتغير التابع (الميزة التنافسية)						المتغير المستقل (الابتكار)			
م/ الارتباط	الفقرة	م/ الارتباط	الفقرة	م/ الارتباط	الفقرة	م/ الارتباط	الفقرة	م/ الارتباط	الفقرة
0.637**	x26	0.738**	x17	0.698**	x8	//////////	//////////	0.562**	x1
0.629**	x27	0.610**	x18	0.667**	x9	//////////	//////////	0.650**	x2
0.690**	x28	0.564**	x19	0.635**	x10	//////////	//////////	0.652**	x3
//////////	//////////	0.577**	x20	0.676**	x11	//////////	//////////	0.694**	x4
//////////	//////////	0.558**	x21	0.601**	x12	//////////	//////////	0.650**	x5
//////////	//////////	0.628**	x22	0.632**	x13	//////////	//////////	0.669**	x6

///////	///////	0.633**	x23	0.678**	x14	///////	///////	0.676**	x7
///////	///////	0.602**	x24	0.671**	x15	///////	///////	///////	///////
///////	///////	0.631**	x25	0.727**	x16	///////	///////	///////	///////

** دالة عند مستوى دلالة (0.01)

يتضح من الجدول (6) أعلاه أن جميع قيم معاملات الارتباط دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0,01)، بمعنى أن جميع مفردات الأداة ترتبط بالدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه، وهو ما يشير إلى صدق الاتساق الداخلي للاستبانة.

12-7- ثبات أداة الدراسة :

لغرض التحقق من ثبات أداة الدراسة؛ أوجد الباحثان قيمة اختيار ألفا كرونباخ؛ وذلك لقياس ثبات كل محور من محاور الأداة، بالإضافة إلى قياس درجة الثبات الكلي للأداة، وقد أظهرت النتائج أن الأداة تتمتع بدرجة ثبات عالية يمكن الاعتماد عليها في التطبيق النهائي، والجدول (7) يوضح قيم معامل ثبات أداة الدراسة.

جدول (7) : يوضح قيم معاملات ثبات أداة الدراسة بواسطة اختيار ألفا كرومباخ

المتغيرات	الأبعاد	قيمة ألفا كرومباخ للأبعاد	قيمة ألفا كرومباخ للمحور ككل
المستقل	الابتكار	///////	0.825**
التابع	الجودة والتميز	0.873**	0.842**
	التكلفة	0.733**	
	الاستجابة للعملاء	0.753**	
	المرونة	0.803**	
القيمة الكلية لمعامل ثبات الأداة		0.865**	

** دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.01)

12-8- طريقة تصحيح أداة الدراسة:

فُرِغَت بيانات أداة الدراسة إلى برنامج (SPSS v.28)، حيث أدخلت استجابات أفراد العينة على أداة البحث على وفق مقياس (ليكارت) الخماسي، وأعطى أوافق بشدة (5) درجات وهي أعلى درجة في سلم التصحيح على الفقرة، وأوافق (4) درجات، وأوافق إلى حد ما (3) درجات، ولا أوافق درجتان، ولا أوافق بشدة درجة واحدة وهي أدنى درجة في سلم التصحيح على الفقرة، كما حددت مستويات الاستجابة على بدائل فقرات الاستبيان، من خلال حساب المدى بين البدائل الخمس، على النحو الآتي: المدى = (5-)

1 ÷ 5 = 0.8)، والجدول (8) يبين درجة التصحيح لبدائل الاستجابة، وحدود المتوسطات الحسابية والنسبة المئوية، ومستوى الموافقة لكل بديل من بدائل الاستجابة.

جدول (8) : يبين مستويات الموافقة على وفق بدائل الاستجابة

مستوى الموافقة	الحدود الحقيقية للمتوسط الحسابي والنسبة المئوية				بدائل الاستجابة ودرجة التصحيح	
	النسبة %	الحد الأعلى	النسبة %	الحد الأدنى	درجة التصحيح	بدائل الاستجابة
منخفض جداً	35.80%	1.79	20%	1	1	لا أوافق بشده
منخفض	51.82%	2.59	36%	1.80	2	لا أوافق
متوسط	67.80%	3.39	52%	2.60	3	أوافق إلى حد ما
مرتفع	83.80%	4.19	68%	3.40	4	أوافق
مرتفع جداً	100%	5	84%	4.20	5	أوافق بشده

12-9- الأساليب الإحصائية :

استخدم الباحثان برنامج (IBM SPSS v.28) بالاعتماد على الأساليب الإحصائية الآتية:

- 1) المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، والنسب المئوية، والتوزيعات التكرارية.
- 2) معامل ارتباط بيرسون لاختبار صدق أداة الدراسة.
- 3) معامل ألفا كرونباخ لاختبار ثبات أداة الدراسة.
- 4) تحليل الإنحدار الخطي البسيط لقياس الأثر بين متغيرات الدراسة.
- 5) اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA ONE WAY) لفحص دلالة الفرق بين تقديرات عينة الدراسة حول الابتكار والميزة التنافسية.
- 6) إختبار شيفيه للمقارنات البعدية لتحديد اتجاه الفروق.
- 7) الاختبار التائي (T.TEST) لفحص دلالة الفرق بين تقديرات أفراد عينة الدراسة حول الابتكار والميزة التنافسية.

12-10- النتائج المتعلقة بوصف أفراد عينة الدراسة:

فيما يأتي توضيح لتوزيع أفراد عينة الدراسة وخصائصهم بحسب المتغيرات الديموغرافية:

1/10/12- متغير نوع الوظيفة:

يوضح الجدول (9) توزيع أفراد عينة الدراسة وخصائصهم بحسب متغير نوع الوظيفة:

جدول (9) : توزيع أفراد عينة الدراسة وخصائصهم بحسب متغير نوع الوظيفة

النسبة %	العدد	نوع الوظيفة	
69.8%	143	كادر إداري	1
30.2%	62	كادر هندسي	2
100.0%	205	الإجمالي	

يتضح من الجدول (9) أن الغالبية العظمى من أفراد عينة الدراسة هم من الكادر الإداري، إذ بلغ عددهم (143) بما نسبته (69.8%) من مجموع أفراد العينة البالغ عددهم (205)، بينما بلغ عدد الكادر الهندسي (62) بما نسبته (30.2%) .

2/10/12 - متغير المؤهل العلمي:

يوضح الجدول (10) توزيع أفراد عينة الدراسة وخصائصهم بحسب متغير المؤهل العلمي:

جدول (10) : توزيع أفراد عينة الدراسة وخصائصهم بحسب متغير المؤهل العلمي

النسبة %	العدد	المؤهل العلمي	
27.3%	56	دبلوم فأقل	1
57.6%	118	بكالوريوس	2
15.1%	31	ماجستير فأعلى	3
100.0%	205	الإجمالي	

يتضح من الجدول (10) أن غالبية أفراد العينة هم من حملة المؤهل الجامعي (البكالوريوس)، حيث بلغ عددهم (118) بما نسبته (57.6%) من مجموع أفراد العينة البالغ عددهم (205)، ثم من الحاصلين على دبلوم فأقل حيث يشكلون نسبة (27.3%)، ثم حملة الماجستير والدكتوراه الذين حازوا المرتبة الأخيرة بنسبة (15.1%)، وبشكل عام يمكن القول إن المناصب الإدارية في الشركات المستهدفة غالباً ما يكون مشغلوها من حملة المؤهل الجامعي (البكالوريوس) فما فوق، وهي ميزة إيجابية ينبغي على شركات المقاولات اليمنية الحفاظ عليها.

3/10/12 - متغير سنوات الخبرة:

يوضح الجدول (11) توزيع أفراد عينة الدراسة وخصائصهم بحسب متغير سنوات الخبرة:

جدول (11) : توزيع أفراد عينة الدراسة وخصائصهم بحسب متغير سنوات الخبرة

النسبة %	العدد	سنوات الخبرة	
33.7%	69	5 سنوات فأقل	1
53.7%	110	من 6-10 سنوات	2
12.6%	26	أكثر من 10 سنوات	3
100.0%	205	الإجمالي	

تشير النتائج الإحصائية في الجدول (11) أن العاملين الذين تراوحت خبرتهم (6-10 سنوات) جاءوا في المرتبة الأولى، حيث بلغ عددهم (110)، بما نسبته (53.7%) من مجموع أفراد العينة البالغ عددهم (205)، يليهم (5 سنوات فأقل) بما نسبته (33.7%)، يليهم في المرتبة الأخيرة (أكثر من 10 سنوات) بما نسبته (12.6%)، وبشكل عام يمكن القول إن الغالبية العظمى من أفراد العينة يتمتعون بسنوات خبرة طويلة، ولديهم المعرفة الكافية بأوضاع الشركات التي يعملون فيها.

11-12- تفسير فقرات المتغيرات واختبار الفرضيات :

1/11/12- تفسير فقرات المتغيرات:

1/1/11/12- تفسير فقرات الإجابة عن التساؤل الأول للدراسة :

ينص التساؤل الأول للدراسة على: "ما مستوى ممارسة الابتكار في شركات المقاولات اليمنية؟"، وللإجابة عن هذا التساؤل أوجد الباحثان قيمة المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والنسبة المئوية لاستجابات أفراد العينة، والجدول (12) يوضح النتائج التي توصلوا إليها:

جدول (12) : مستوى ممارسة فقرات الابتكار على وفق استجابات أفراد العينة

م	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى الممارسة
x1	تدرك إدارة الشركة أن الابتكار مصدرٌ لتحقيق التميز في أعمالها وأنشطتها المختلفة.	4.17	0.564	مرتفعة
x2	تبتكر الشركة طرقاً حديثة لتطوير الخدمات التي تقدمها.	4.09	0.697	مرتفعة
x3	تتبنى الشركة جوائز سنوية تشجيعية للعاملين القادرين على توليد أفكار جديدة ومبتكرة.	4.11	0.643	مرتفعة
x4	تسعى إدارة الشركة إلى اكتشاف طرائق جديدة لإنجاز الأعمال.	4.09	0.763	مرتفعة
x5	توظف إدارة الشركة التكنولوجيا الحديثة في أعمالها وأنشطتها المختلفة.	4.16	0.690	مرتفعة
x6	تطور إدارة الشركة آلية العمل بما يواكب التغيرات الجديدة.	4.08	0.684	مرتفعة
x7	تستحدث الشركة أساليب جديدة ومبتكرة تتوافق مع متطلبات سوق العمل.	4.18	0.654	مرتفعة

يتضح من الجدول (12) أن الفقرة (7) التي تنص على: "تستحدث الشركة أساليب جديدة ومبتكرة تتوافق مع متطلبات سوق العمل" حازت على أعلى متوسط حسابي وهو (4.18)، وبدرجة ممارسة "مرتفعة"، مما يدل على أن شركات المقاولات اليمنية تعمل على استحداث عملياتها الإدارية وتستحدث أساليب عمل جديدة ومبتكرة تتوافق مع متطلبات السوق في هذا العصر.

2/1/11/12- تفسير نتائج الإجابة عن التساؤل الثاني للدراسة:

ينص التساؤل الثاني للدراسة على: "ما درجة تحقيق الميزة التنافسية في شركات المقاولات اليمنية؟" وللإجابة عن هذا التساؤل أوجد الباحثان قيمة المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والنسبة المئوية لاستجابات أفراد العينة، والجدولان (13)، (14) يوضحان النتائج التي توصلوا إليها.

جدول (13) مستوى تحقيق الميزة التنافسية في شركات المقاولات اليمنية على وفق استجابات أفراد العينة

م	الأبعاد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	الترتيب	درجة التحقق
1	الجودة	4.12	0.86	%82.5	4	مرتفعة
2	التكلفة	4.20	0.83	%83.9	1	مرتفعة جداً
3	الاستجابة للعملاء	4.17	0.75	%83.4	2	مرتفعة
4	المرونة	4.15	0.89	%83.0	3	مرتفعة
	المتوسط العام لتحقيق الميزة التنافسية	4.15	0.82	%83.1	///////	مرتفعة

جدول (14) : مستوى توافر فقرات الميزة التنافسية على وفق استجابات أفراد العينة

الأبعاد	م	المؤشرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة التحقق
الجودة	x8	حصلت الشركة على تصنيف متميز في مجال المقاولات العامة.	4.13	0.645	مرتفعة
	x9	تعمل الشركة على وفق مواصفات وزارة الأشغال العامة اليمنية.	4.06	0.645	مرتفعة
	x10	تحافظ الشركة على تميز نواتج مشاريعها لتستمر في مواجهة المنافسين	4.21	0.640	مرتفعة جداً
	x11	تقوم الشركة بمراقبة جودة عملياتها بشكل مستمر.	4.08	0.672	مرتفعة
	x12	تسعى الشركة للحصول على أكبر قدر من البيانات للوصول إلى ضبط الجودة.	4.12	0.681	مرتفعة
	x13	تحرص الشركة على تقديم خدماتها على وفق البرنامج الزمني المعتمد لتنفيذ المشاريع.	4.06	0.622	مرتفعة
	x14	تتلقى الشركة شهادات شكر وتقدير من قبل عملائها	4.18	0.641	مرتفعة
التكلفة	x15	تخفض الشركة تكاليف خدماتها مقارنة بالشركات المنافسة.	4.22	0.597	مرتفعة جداً
	x16	تقدم الشركة خدماتها بتكلفة أقل دون المساس بجودة الخدمة.	4.18	0.654	مرتفعة
	x17	تتمكن الشركة من تغطية تكاليف أنشطتها (الخدمية والإنتاجية) كافة.	4.20	0.655	مرتفعة جداً
	x18	تسعى الشركة إلى ابتكار أساليب ترويجية ذات تكلفة منخفضة.	4.21	0.593	مرتفعة جداً
	x19	تحرص الشركة على توظيف المهندسين والفنيين ذوي الخبرة.	4.17	0.621	مرتفعة
	x20	تطور الشركة أنشطتها باستمرار لتتوافق مع احتياجات العملاء المتجددة.	4.20	0.610	مرتفعة جداً

الأبعاد	م	المؤشرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة التحقق
المرونة	x21	تطور الشركة مبادئ العلاقات العامة في تعاملها مع عملائها.	4.13	0.668	مرتفعة
	x22	تهتم الشركة بتقديم الخدمات المستندة على رغبات المستفيدين منها.	4.19	0.638	مرتفعة
	x23	تلبي الشركة احتياجات العملاء مهما كانت درجة الانشغال لديها.	4.17	0.634	مرتفعة
	x24	تستجيب الشركة بمرونة للتغيرات في احتياجات سوق العمل.	4.17	0.594	مرتفعة
	x25	تتبنى الشركة المرونة في توفير آليات لتبسيط إجراءات العمل.	4.13	0.630	مرتفعة
	x26	يمكن للشركة تغيير مخططاتها للمشروع، في الوقت الذي يتطلب ذلك.	4.17	0.685	مرتفعة
	x27	تتابع إدارة الشركة التغيرات التي تحصل في البيئة الخارجية لتجنب المفاجآت.	4.07	0.659	مرتفعة
	x28	تتكيف الشركة مع المتغيرات المجتمعية بما يسهم في تطوير بيئتها التنظيمية.	4.20	0.677	مرتفعة جداً

تفسير النتائج المتعلقة بأبعاد الميزة التنافسية بالجدول (13) أعلاه:

أولاً- التكلفة : حصلت على أعلى متوسط حسابي قدره (4.20)، وبدرجة تحقق "مرتفعة"، مما يشير إلى أن شركات المقاولات اليمنية تتمكن من تقديم خدماتها بأسعار تنافسية مقارنة بمنافسيها؛ وذلك نتيجة لوجود تكاليف تشغيل منخفضة، أو القدرة على التفاوض على الأسعار، أو كفاية العمليات.

ثانياً- الاستجابة للعملاء : جاءت في المرتبة الثانية (4.17)، مما يدل على أن شركات المقاولات اليمنية تولي اهتماماً كبيراً بتلبية احتياجات العملاء وتوقعاتهم؛ وذلك نتيجة لوجود قنوات اتصال فعالة مع العملاء، أو القدرة على تخصيص الخدمات لتلبية الاحتياجات الفردية للعملاء.

ثالثاً- المرونة : حصلت على متوسط مرتفعة (4.15)، مما يشير إلى قدرة الشركات اليمنية على التكيف مع التغيرات في السوق والبيئة التشغيلية؛ وذلك نتيجة لوجود عمليات مرنة، أو القدرة على تطوير منتجات وخدمات جديدة بسرعة.

رابعاً- الجودة: جاءت في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي قدره (4.12)، وبدرجة تحقق "مرتفعة"، ويعود ذلك إلى عدم وجود معايير جودة واضحة، أو نقص في التدريب والتطوير للموظفين لدى شركات المقاولات اليمنية، ومع أن بُعد الجودة في هذه الشركات جاء في المرتبة الأخيرة، إلا أنها حصلت على درجة مرتفعة، وهذا يعني أنها تهتم بجودة خدماتها.

تفسير النتائج الخاصة بالفقرات المشار إليها في الجدول (14) أعلاه:

أولاً- بُعد الجودة : حازت الفقرة (10) التي تنص على: "تحافظ الشركة على تميز نواتج مشاريعها لتستمر في مواجهة المنافسين" على أعلى متوسط حسابي ضمن فقرات هذا البعد بمتوسط حسابي قدره (4.21)، وبدرجة تحقيق "مرتفعة جداً"، مما يدل على أن شركات المقاولات اليمنية تحرص دائماً على الجودة والتميز في المشاريع التي تنفذها؛ لكي تحافظ على استمرارية تنافسها مع بقية الشركات المنافسة، ويعزو الباحث ذلك إلى التنافسية الشديدة فيما بين هذه الشركات.

ثانياً- **بُعد التكلفة** : حازت الفقرة (15) التي تنص على : "تخفيض الشركة تكاليف خدماتها مقارنة بالشركات المنافسة" على أعلى متوسط حسابي ضمن فقرات هذا البُعد بمتوسط حسابي قدره (4.22)، وبدرجة تحقيق "مرتفعة جداً"، مما يشير إلى أن شركات المقاولات اليمنية تتمكن من تقديم خدماتها بأسعار تنافسية مقارنة بمنافسيها، وقد يعود ذلك إلى وجود تكاليف تشغيل منخفضة، أو القدرة على التفاوض على أسعار أفضل للمواد الخام، أو كفاية العمليات.

ثالثاً- **بُعد الاستجابة للعملاء** : حازت الفقرة (20) التي تنص على: "تطور الشركة أنشطتها وخدماتها باستمرار لتتوافق مع احتياجات العملاء المتجددة" على أعلى متوسط حسابي ضمن فقرات هذا البُعد بمتوسط حسابي قدره (4.20)، وبدرجة "مرتفعة جداً"، مما يشير إلى أن شركات المقاولات اليمنية تبذل جهوداً كبيرة في تحديث أنشطتها وتحسين خدماتها من أجل تلبية احتياجات عملائها باستمرار.

رابعاً- **بُعد المرونة** : حازت الفقرة (28) التي تنص على : "تكيف الشركة مع المتغيرات المجتمعية بما يسهم في تطوير بيئتها التنظيمية" على أعلى متوسط حسابي ضمن فقرات هذا البُعد بمتوسط حسابي قدره (4.20)، وبدرجة تحقيق "مرتفعة جداً"، مما يدل على أن شركات المقاولات اليمنية لديها القدرة على التكيف السريع مع المتغيرات المجتمعية التي تحدث في الساحة اليمنية، وفي الوقت ذاته تسعى إلى تكيف بيئتها التنظيمية لتتوافق مع هذه المتغيرات، وذلك في ظل الصراع والأزمات المتعاقبة التي تشهدها اليمن في تاريخها الحديث، الأمر الذي فرض على الشركات اليمنية كافة ضرورة التكيف مع مثل هذه المتغيرات المجتمعية.

2/11/12- اختبار الفرضيات وتفسيرها :

1/2/11/12- اختبار الفرضية الرئيسية الأولى :

فيما يأتي توضيح لنتائج أثر الابتكار في تحقيق الميزة التنافسية بأبعادها المختلفة:

جدول (15) : نتائج الانحدار الخطي البسيط لبيان أثر الابتكار في تحقيق الميزة التنافسية لدى شركات المقاولات اليمنية

الدالة اللفظية	جدول المعاملات			تحليل التباين				ملخص النموذج			المتغير التابع	المتغير المستقل
	Sig.	T	Beta	Std. Error	B	Sig.	DF	F	R ²	R		
دالة	0.000	20.44	0.82	0.04	0.76	0.000	1	417.61	0.67	0.82	الجودة	الابتكار
دالة	0.000	12.84	0.67	0.05	0.59	0.000	1	164.98	0.45	0.67	التكلفة	
دالة	0.000	15.05	0.72	0.05	0.67	0.000	1	226.62	0.52	0.72	الاستجابة للعملاء	
دالة	0.000	15.37	0.73	0.05	0.72	0.000	1	237.02	0.54	0.73	المرونة	
دالة	0.000	20.40	0.81	0.03	0.70	0.000	1	416.28	0.67	0.82	الميزة	

الدلالة اللفظية	جدول المعاملات			تحليل التباين				ملخص النموذج			المتغير التابع	المتغير المستقل
	Sig.	T	Beta	Std. Error	B	Sig.	DF	F	R ²	R		
											التنافسية	

مستوى الدلالة (0.05) فأقل

من خلال النتائج في الجدول (15)، يتبين وجود تأثير دال إحصائياً عند مستوى دلالة (0.05) للابتكار في تحقيق الميزة التنافسية بأبعادها: (الجودة، التكلفة، الاستجابة للعملاء، المرونة) لدى شركات المقاولات اليمنية، وتشير هذه النتيجة إلى وجود علاقة قوية ومؤكدة إحصائياً بين الابتكار وبين قدرتها على تحقيق ميزة تنافسية، بمعنى آخر، الشركات التي تركز على الابتكار في جميع جوانب عملها، تكون أكثر قدرة على التفوق على منافسيها في السوق، ويفسر الباحثان هذه النتيجة من خلال أهمية توجه شركات المقاولات نحو الابتكار، بوصفه مفتاح البقاء والتنافس في أي سوق، لا سيما في سوق سريع التغير كسوق المقاولات، وبهذا الشأن ترى دراسة (Saunila, et al., 2024) بأن الشركات التي تستثمر في البحث والتطوير وتتبنى أفكاراً جديدة تكون أكثر قدرة على تطوير منتجات وخدمات جديدة تلبي احتياجات العملاء.

وكما هو مبين في الجدول (15) أعلاه، فقد ربطت الدراسة بين الابتكار وأربعة أبعاد للميزة التنافسية: (الجودة، التكلفة، الاستجابة للعملاء، والمرونة)، وتمثل هذه الأبعاد جوانب حيوية لتحقيق النجاح في سوق المقاولات، وهو ما أكدته دراسة (Thaloor, & Swaminathan, 2024) بأن توجه شركات المقاولات نحو الابتكار يسهم في تحسين جودة المشاريع، وتقليل التكاليف، وتطوير حلول مبتكرة تلبي احتياجات العملاء بشكل أفضل، كما يسهم في تعزيز مرونة الشركة للتكيف مع تغيرات السوق.

وبشكل عام، يرى الباحثان أن هذه النتيجة لها آثار مهمة في الشركات العاملة في مجال المقاولات في اليمن، ولكي تحقق هذه الشركات استفادة قصوى من هذه الآثار، يجب عليها:

أ. تخصيص موارد كافية للبحث والتطوير وتشجيع الموظفين على تقديم الأفكار الجديدة.

ب. التركيز على تحسين جودة مشاريعها وتقديم خدمات متميزة للعملاء.

ج. السعي إلى تقليل التكاليف من خلال تبني تقنيات وعمليات جديدة.

د. الاستماع إلى احتياجات العملاء، وتطوير حلول مبتكرة تلبي هذه الاحتياجات.

هـ. أن تكون مرنة وقادرة على التكيف مع التغيرات في السوق.

2/2/11/12- اختبار الفرضية الرئيسية الثانية للدراسة :

تنص الفرضية الرئيسية الثانية للدراسة على: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) في متوسط تقدير أفراد العينة لمستوى ممارسة الابتكار، ودرجة تحقيق الميزة التنافسية لدى شركات المقاولات اليمنية تُعزى إلى المتغيرات الديموغرافية: (نوع الوظيفة، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة)،

وتتضمن هذه الفرضية ثلاثة فروض فرعية، وفيما يأتي توضيح لنتائج اختبار صحة هذه الفروض الفرعية:

1/2/2/11/12 - نتائج الفرض الفرعي الأول من الفرضية الرئيسية الثانية:

ينص الفرض الفرعي الثاني على: توجد فروق دالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) في متوسط تقدير أفراد العينة لمستوى ممارسة الابتكار، ودرجة تحقيق الميزة التنافسية في شركات المقاولات اليمينية تُعزى إلى متغير نوع الوظيفة (كادر إداري، كادر هندسي)، وللتحقق من صحة هذا الفرض استخدم الباحثان اختبار (T.TEST) لفحص دلالة الفرق بين تقديرات عينة الدراسة حول الابتكار والميزة التنافسية تبعاً لهذا المتغير، والجدول (16) يبين نتائج اختبار (T.TEST) التي توصلنا إليها.

جدول (16) : نتائج الإختبار (T.TEST) لفحص دلالة الفرق بين تقديرات أفراد عينة الدراسة على وفق متغير نوع الوظيفة

المحاور	نوع الوظيفة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة t المحسوبة	مستوى الدلالة	الدلالة اللفظية
الإبتكار	كادر إداري	143	4.13	0.48	-2.034	0.004	دالة
	كادر هندسي	62	4.26	0.18			
الميزة التنافسية	كادر إداري	143	4.12	0.48	-1.914	0.007	دالة
	كادر هندسي	62	4.24	0.18			
الأداة ككل	كادر إداري	143	4.12	0.47	-2.023	0.003	دالة
	كادر هندسي	62	4.25	0.16			

يتضح من نتائج الجدول (16) أعلاه، وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) في متوسط تقدير أفراد العينة لمستوى ممارسة الابتكار ودرجة تحقيق الميزة التنافسية لدى شركات المقاولات اليمينية تُعزى إلى متغير "نوع الوظيفة"، حيث أشارت النتائج إلى أن جميع قيم (T) المحسوبة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.05)، وكان اتجاه هذه الفروق لصالح الكادر الهندسي على حساب الكادر الإداري، ولذلك قُبل الفرض الفرعي الأول من الفرضية الرئيسية الثانية.

وتشير هذه النتيجة إلى وجود اختلاف واضح ومؤكّد إحصائياً في كيفية تقييم الموظفين في شركات المقاولات اليمينية لمستوى تطبيق الابتكار وتحقيق الميزة التنافسية في شركاتهم، وهذا الاختلاف يرتبط بشكل مباشر بنوع الوظيفة التي يشغلها الموظف.

2/2/2/11/12 - نتائج الفرض الفرعي الثاني من الفرضية الرئيسية الثانية:

ينص الفرض الفرعي الثاني على : توجد فروق دالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) في متوسط تقدير أفراد العينة لمستوى ممارسة الإبتكار، ودرجة تحقيق الميزة التنافسية في شركات المقاولات اليمينية

تُعزى إلى متغير المؤهل العلمي (دبلوم فأقل، بكالوريوس، ماجستير فأعلى)، وللتحقق من صحة هذا الفرض استخدم الباحثان اختبار تحليل التباين الأحادي (ONE WAY ANOVA) لفحص دلالة الفرق بين تقديرات عينة الدراسة حول الابتكار والميزة التنافسية تبعاً لهذا المتغير، والجدول (17) التالي يبين نتائج تحليل التباين الأحادي التي تم التوصل إليها.

جدول (17) : نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (ONE WAY ANOVA) لفحص دلالة الفرق بين تقديرات عينة الدراسة حول الابتكار والميزة التنافسية تُعزى إلى متغير المؤهل العلمي

الدلالة اللفظية	مستوى الدلالة	F قيمة	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	المحاور
غير دالة	0.331	1.113	0.194	2	0.389	بين المجموعات
			0.175	202	35.828	داخل المجموعات
			///////	204	36.217	التباين الكلي
غير دالة	0.324	1.133	0.198	2	0.397	بين المجموعات
			0.175	202	35.878	داخل المجموعات
			///////	204	36.275	التباين الكلي
غير دالة	0.307	1.186	0.196	2	0.393	بين المجموعات
			0.165	202	33.918	داخل المجموعات
			///////	204	34.310	التباين الكلي

تشير نتائج الجدول (17) أعلاه إلى أن قيمة (F) المحسوبة غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.05)، بين تقديرات أفراد عينة الدراسة حول الابتكار والميزة التنافسية تُعزى إلى متغير المؤهل العلمي، حيث كانت قيم مستويات الدلالة الإحصائية أكبر من (0.05)، مما يدل على عدم وجود فروق دالة إحصائية بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة في تقديرهم لمستوى ممارسة الابتكار، ودرجة تحقيق الميزة التنافسية في شركات المقاولات اليمنية تُعزى إلى متغير المؤهل العلمي سواءً على مستوى المحاور، أو على مستوى الأداة ككل، ولذا رُفض الفرض الفرعي الثاني من الفرضية الثانية.

وتعني هذه النتيجة أنه لا توجد فروق كبيرة أو مهمة إحصائياً بين الموظفين في شركات المقاولات اليمنية الذين يحملون مؤهلات علمية مختلفة (دبلوم فأقل، بكالوريوس، ماجستير فأعلى) فيما يتعلق بتقديرهم لمستوى تطبيق الابتكار، وتحقيق الميزة التنافسية في شركاتهم، مما يعني أنه سواءً كان الموظف حاصلًا على شهادة عليا أو دنيا، فإن تقييمه لهذه العوامل لا يختلف بشكل كبير .

3/2/2/11/12- نتائج الفرض الفرعي الثالث من الفرضية الرئيسية الثانية :

ينص الفرض الفرعي الثالث على: توجد فروق دالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) في متوسط تقدير أفراد العينة لمستوى ممارسة الابتكار، وأيضاً درجة تحقيق الميزة التنافسية في شركات المقاولات اليمنية تُعزى إلى سنوات الخبرة (5 سنوات فأقل، من 6-10 سنوات، أكثر من 10 سنوات)، وللتحقق من صحة هذا الفرض استخدم الباحثان اختبار تحليل التباين الأحادي (ONE WAY ANOVA) لفحص دلالة الفرق بين تقديرات عينة الدراسة حول الابتكار والميزة التنافسية، والجدول (18) يبين نتائج تحليل التباين الأحادي.

جدول (18) : نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (ONE WAY ANOVA) لفحص دلالة الفرق بين تقديرات عينة الدراسة

حول الابتكار والميزة التنافسية على وفق متغير سنوات الخبرة

الدلالة اللفظية	مستوى الدلالة	F قيمة	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	المحاور	
دالة	0.001	6.903	1.143	2	2.285	بين المجموعات	الإبتكار
			0.166	202	33.932	داخل المجموعات	
			//////////	204	36.217	التباين الكلي	
دالة	0.020	3.977	0.677	2	1.355	بين المجموعات	الميزة التنافسية
			0.170	202	34.920	داخل المجموعات	
			//////////	204	36.275	التباين الكلي	
دالة	0.004	5.419	0.861	2	1.723	بين المجموعات	الأداة ككل
			0.159	202	32.587	داخل المجموعات	
			//////////	204	34.310	التباين الكلي	

تشير نتائج الجدول (18) أعلاه إلى أن قيمة (F) المحسوبة دالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05)، بين تقديرات أفراد عينة الدراسة حول الابتكار والميزة التنافسية، حيث كانت قيم مستويات الدلالة الإحصائية أقل من (0.05)، مما يعني وجود فروق دالة إحصائية بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة حول الابتكار والميزة التنافسية على مستوى المحاور والأداة ككل تُعزى إلى متغير سنوات الخبرة.

13- الاستنتاجات التي توصلت إليها الدراسة :

بناءً على الجانب النظري والعملي توصلت الدراسة إلى الاستنتاجات الآتية:

13-1- الاستنتاجات المتعلقة بالمتغيرات الديموغرافية:

- (1) تأثير نوع الوظيفة : أظهرت النتائج أن الكادر الهندسي يميل إلى ممارسة الابتكار بشكل أكبر، وهذا يعكس الدور المحوري للهندسة في تطوير الحلول المبتكرة وتحقيق الأهداف الإستراتيجية.
- (2) تأثير سنوات الخبرة: أظهرت النتائج أن الموظفين ذوي الخبرة الأقل يميلون إلى ممارسة الإبتكار بشكل أكبر، وهذا قد يعكس مرونة الشباب، وقدرتهم على تبني الأفكار الجديدة.

13-2- الاستنتاجات المتعلقة بالإجابة على تساؤلات الدراسة :

- 1) تؤكد نتائج الدراسة على أهمية الابتكار بوصفه أداةً لتحقيق النجاح والتنافسية في قطاع المقاولات اليمنية.
 - 2) تؤكد نتائج الدراسة على وجود عوامل داخلية، كالثقافة المؤسسية وقيادتها، وعوامل خارجية كالمنافسة والتغيرات الاقتصادية تؤثر في ممارسة الابتكار وتحقيق الميزة التنافسية.
 - 3) تُمارس شركات المقاولات اليمنية الابتكار بمستوى "مرتفع".
 - 4) درجة تحقيق الميزة التنافسية في شركات المقاولات اليمنية كانت "مرتفعة"، حيث جاء بُعد التكلفة في المرتبة الأولى، يليه بُعد الاستجابة للعملاء، يليه بُعد المرونة، يليه بُعد الجودة في المرتبة الأخيرة.
- 13-3- الاستنتاجات المتعلقة باختبار فرضيات الدراسة:**

- 1) وجود أثر ذي دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) للابتكار في تحقيق الميزة التنافسية بأبعادها : (الجودة والتميز، التكلفة، الاستجابة للعملاء، المرونة)، لدى عينة من شركات المقاولات اليمنية، وهذه النتيجة تشير إلى وجود علاقة قوية ومؤكدة إحصائياً بين الابتكار في الشركات اليمنية العاملة في مجال المقاولات، وقدرتها على تحقيق الميزة التنافسية.
- 2) وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) في متوسط تقدير أفراد العينة لمستوى ممارسة الابتكار، ودرجة تحقيق الميزة التنافسية بأبعادها لدى عينة من شركات المقاولات اليمنية تُعزى إلى متغير نوع الوظيفة.
- 3) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) في متوسط تقدير أفراد العينة لمستوى ممارسة الابتكار، ودرجة تحقيق الميزة التنافسية بأبعادها في شركات المقاولات اليمنية تُعزى إلى متغير المؤهل العلمي.
- 4) وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) في متوسط تقدير أفراد العينة لمستوى ممارسة الابتكار، ودرجة تحقيق الميزة التنافسية بأبعادها في شركات المقاولات اليمنية تُعزى إلى متغير سنوات الخبرة.

14- التوصيات:

- بناءً على الاستنتاجات التي توصلت إليها الدراسة، يمكن تقديم التوصيات الآتية:
1. زيادة الاهتمام بمفهوم الابتكار؛ لما له من أهمية في تعزيز البقاء والنمو في أسواق المنافسة.
 2. العمل على تعزيز الميزة التنافسية بجميع أبعادها، لا سيما بُعدي المرونة والجودة.
 3. زيادة الاهتمام بتطوير مهارات الكوادر الإدارية والهندسية، من خلال الدورات التدريبية في مجالات الابتكار والميزة التنافسية بأبعادها.
 4. توفير بيئة عمل مناسبة لإيجاد الابتكار، والعمل على تشجيع الأفراد المبتكرين والمبدعين.

5. مواكبة شركات المقاولات للتحديات والمتغيرات المتجددة، وإجراء التعديلات المستمرة في خططها واستراتيجياتها على وفق متطلبات المجتمع المحلي والظروف البيئية التنافسية المحيطة، بما يساعدها على التطوير المستمر لاحتياجات السوق التنافسية.
 6. العمل على زيادة مخصصات البحث العلمي من قبل الشركات المستهدفة بالدراسة.
- 15- قائمة المراجع :
1. الحداء، فؤاد أحمد، وزيد، جمال درهم، (2024م)، دور التوجه الإستراتيجي في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة ميدانية في الجامعات الأهلية اليمنية، مجلة جامعة صنعاء للعلوم الإنسانية، م(2)، ع(1).
 2. حسن، محمد بخاري، (2022م)، أثر رأس المال البشري في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة تطبيقية على الشركة التشادية للمقاولات والبناء وشركة المناخ للتجارة والاستثمار بأنجمينا خلال الفترة 2011-2017م، مجلة وادي النيل للدراسات والبحوث الإنسانية والاجتماعية والتربوية، م(36)، ع(36).
 3. الحمداني، محمد، (2021م)، إدارة الميزة التنافسية: المفاهيم والإستراتيجيات، عمان، دار الحامد للنشر والتوزيع.
 4. قباجة، عدنان، وجرادات، ناصر، (2020م)، أثر الابتكار في تحقيق الميزة التنافسية في الشركات الصناعية العاملة في محافظة الخليل، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية والقانونية، م(4)، ع(5).
 5. إلياس، سالم، (2021م)، التنافسية والميزة التنافسية في منظمات الأعمال، مجلة أبحاث ودراسات التنمية، م(8)، ع(1).
 6. خلف، مديحة عباس، (2019م)، المعرفة السوقية ودورها في تحقيق الميزة التنافسية: بحث تطبيقي في الشركة العامة لإسمنت العراقية، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، م(25) ع(114).
 7. الحنيطي، أحمد يوسف، والقعيد، مرزوق عايد، (2019م)، أثر الهياكل التنظيمية في تحقيق الميزة التنافسية دراسة ميدانية في المؤسسات الصناعية والخدمية في الأردن، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، م(15)، ع(1).
 8. أبو رذن، إيمان بشير، والعنزي، دلال شكري، (2017م)، المرونة الإستراتيجية مدخل لتحقيق الميزة التنافسية المستدامة، مجلة جامعة دهوك، العراق، م(2)، ع(20).
 9. الحربي، عبد الله محمد، (2018م)، الميزة التنافسية المفاهيم والنماذج والإستراتيجيات، الرياض، السعودية: مكتبة العبيكان.
 10. إحصائية وزارة الأشغال العامة بعدد الشركات، الجمهورية اليمنية، ديسمبر، 2023م.

11. إحصائية شركات المقاولات اليمنية بعدد العاملين، الجمهورية اليمنية، يونيو، 2024م.
12. Anjomshoa, E . (2024) . Key performance indicators of construction companies in branding products and construction projects for success in a competitive environment in Iran. **Engineering, Construction and Architectural Management** ,31(5) ,pp. 2151-2175.
13. Bekele, A. A., & Mahesh, G. (2024). Exploring the impact of endogenic factors on the competency of small and medium contractors in the Ethiopian construction industry. **Journal of Construction in Developing Countries**, 29(1), pp 211-245.
14. Saunila, M., Ukko, J., & Kinnunen, J. (2024). Sustainability partnership as a moderator in the relationship between business sustainability and firm competitiveness. **Business Strategy and the Environment**, 33(2), pp. 123-133.
15. Thaloor, R, P., & Swaminathan, E. N. (2024). A synergetic effect of the integration of lean, sustainable construction practices and alliance contract on operation performance in the Indian construction industry. **Sustainability**, 16(5), 1857.
16. Wulandari, C. C., & Agustini, M. Y. H. (2024). VRIO analysis as a basic strategy for obtaining construction tenders in construction service companies. **Journal of Management and Business Environment (JMBE)**, 6(1), pp. 26-37.
17. Farida, I., & Setiawan, D. (2022). Business strategies and competitive advantage: The role of performance and innovation. **Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity**, 8(3), pp. 163-175.
18. Markides, Costas & Geroski. Paul, (2019), The Role of Innovation in Gaining Competitive Advantage: Evidence from European SMEs, *European Management Review*, Vol. 13, No. 4, pp. 251–265.
19. Aktharsha, s. and Prabhu, P. (2019). The effect of innovation on competitive advantage in it companies: An empirical investigation, **a journal of composition theory**, Vol.7 No.4, pp. 1013-1025.
20. Chatzoglou, P. and Chatzoudes, D. (2018), "The role of innovation in building competitive advantages: an empirical investigation", **European Journal of Innovation Management**, Vol. 21 No. 1, pp. 44-69.
21. Clinton, M., Marshal, M., Shephard, S and Zvakanyorwa, s.(2019).The impact of innovation on performance of small-to –medium informal metal-trade enterprises in Zimbabwe. **Cogent Business Management**, Vol.6, No.1, pp. 1-15.

22. Kariuki, Anthony N. (2017) Effects of Innovation Strategy in Enhancing Competitive Advantage among Commercial Banks in Kenya, **Master Thesis of Business Administration**, Chandaria School of Business-Kenya.
23. Chahal, H., Dangwal, R.C., Raina, S., (2016). Marketing Orientation, Strategic Orientation and their Synergistic Impact on Business Performance: A Case of SMEs in Emerging Context (India). **Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship**, 18 (1).
24. Nurul, N and. Sarminah, A. (2017) Innovation and Competitive Advantage: Moderating Effects of Firm Age in Foods Manufacturing SMEs in Malaysia, **Procedia Economics and Finance**, Vol.33, pp. 256-266.
25. Rahim, F., and Zainuddin, Y.(2019).The impact of technological innovation on competitive advantage and firm performance in the automotive industry in Malaysia, **Conference Paper in AIP Conference Proceedings**, 2059(1):020030.
26. Syapsan, (2019). The effect of service quality, innovation towards competitive advantages and sustainable economic growth: Marketing mix strategy as mediating variable", **Benchmarking: An International Journal**, Vol. 26 No. 4, pp. 1336-1356.
27. Heizer J., Render B., & Munson, C. (2017). **Operations management: sustainability and supply chain management**", 12th Edition, Pearson always learning, U.S.
28. Porter, M. E. (1985). **Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance**. New York: Free Press.