

أثر القدرات الإستراتيجية على أداء المؤسسات الاقتصادية

الأستاذ: زريق عمر

جامعة محمد بوضياف – المسيلة – الجزائر –

zorigomar@yahoo.fr

الملخص:	Abstract :
This research aims to identify the impact of strategic capabilities in (marketing capabilities, technological, managerial, innovative) on the performance of economic institutions To achieve this, the researcher used the descriptive-analytical method, through the design of identification included 30 paragraphs to collect the initial information of the study sample, in order to analyze the results using program SPSS The most important findings: -the statistical significance of the impact of the strategic capacity of the performance in the economic institutions examined - economic institutions give great importance to the study of marketing capabilities compared with the technological and managerial capabilities, and because of the weak communications infrastructure, application programs and training and used. - Key words: marketing capabilities, technological capabilities, managerial capabilities, innovative capacity, financial performance	يهدف هذا البحث إلى التعرف على أثر القدرات الإستراتيجية متمثلة في (القدرات التسويقية، التكنولوجية، الإدارية، الابتكارية) على أداء المؤسسات الاقتصادية. ولتحقيق ذلك استخدم الباحث الأسلوب الوصفي – التحليلي، من خلال تصميم استبانة شملت 30 فقرة لجمع المعلومات الأولية من عينة الدراسة، بغية تحليل النتائج تم استخدام برنامج spss. أهم النتائج المتوصل إليها: - وجود تأثير ذي دلالة إحصائية للقدرات الإستراتيجية على الأداء في المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة. - تولي المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة أهمية كبيرة للقدرات التسويقية مقارنة مع القدرات التكنولوجية والإدارية بسبب ضعف البنى التحتية للاتصالات والبرامج التطبيقية والتدريبية المستخدمة. - الكلمات المفتاحية: القدرات التسويقية، القدرات التكنولوجية، القدرات الإدارية، القدرات الابتكارية، الأداء المالي

تمهيد:

تعتبر القدرات الإستراتيجية للمؤسسات محورا أساسيا من محاور تحقيق الأهداف المرسومة في الخطط الإستراتيجية، والتي تساعدها في مواجهة التحديات الكبيرة التي تمتاز بالشدة والتعقيد نتيجة التغيرات السريعة والمستمرة للبيئة الخارجية، الأمر الذي يحتم على المؤسسات استخدام هذه القدرات والمتمثلة في الاستراتيجيات التسويقية والقدرات الإدارية والمهارات الابتكارية والتكنولوجيا المستخدمة في الإنتاج والمرتبطة بقطاع الصناعة في الرفع من أدائها الكلي ومواجهة المنافسة الشديدة.

كما أن القدرات الإستراتيجية هي مورد أساسي يضمن للإدارة العليا الفطنة ومعرفة السوق ومهارة التعامل مع المؤسسات المنافسة من جهة والعملاء من جهة أخرى، والموازنة بين ما تمتلكه من مؤهلات سواء كانت إدارية أو تسويقية أو تكنولوجية، لتقوم باستغلالها بشكل فعال تعود بالفائدة على المؤسسة والعملاء. وتساعد المؤسسات على الفهم الواضح للبرمجيات المتنوعة والمستخدم في أداء الوظائف المختلفة، وأي مؤسسة اقتصادية تفتقر إلى القدرات الإستراتيجية لا يمكنها أن تحقق أهدافها المالية والاقتصادية. خاصة في مجال القدرات التكنولوجية القادرة على توفير معلومات تفيد مؤسسات الأعمال في مواكبة التغيرات والتطورات المختلفة نحو تحقيق مزايا تنافسية وأداء فعال ومتميز.

تعاني أغلبية المؤسسات الاقتصادية في الجزائر من ضعف في تسيير قدراتها الإستراتيجية وجعلها ذو فعالية أكبر وتأثير ملموس على أدائها أمام منافسيها في ظل التغيرات التي تحدث في بيئتها الخارجية، نتيجة التطور الكبير في التكنولوجيا وكذلك التطور المستمر في الجانب الإداري و الابتكاري، لذا أصبح لزاما للبحث عن معالم أداء فعالة تمكنها من مواكبة هذا التطور المستمر.

1. الإشكالية

انطلاقا مما سبق تحاول هذه الدراسة الإجابة على الإشكالية الرئيسية التالية:

هل هناك أثر للقدرات الإستراتيجية (القدرات التسويقية، القدرات التكنولوجية، القدرات الإدارية، القدرات الابتكارية) على أداء المؤسسات الاقتصادية؟

ويتفرع السؤال الرئيسي إلى الأسئلة الفرعية التالية:

- هل هناك أثر للقدرات التسويقية في رفع أداء المؤسسات الاقتصادية؟
- هل هناك أثر للقدرات التكنولوجية في رفع أداء المؤسسات الاقتصادية؟
- هل هناك أثر للقدرات الإدارية في رفع أداء المؤسسات الاقتصادية؟
- هل هناك أثر للقدرات الابتكارية في رفع أداء المؤسسات الاقتصادية؟

2. الفرضيات

2.1. الفرضية الرئيسية:

بغية تحقيق أهداف البحث تمت صياغة الفرضية الرئيسية للدراسة على النحو التالي:

توجد علاقة ارتباط معنوية بين القدرات الإستراتيجية وبين الأداء في المؤسسات الاقتصادية، فالبناء الجيد للقدرات الإستراتيجية يساهم في رفع الأداء بالمؤسسات الاقتصادية.

2.2. ويندرج تحت هذا الفرضية الرئيسية الفرضيات الفرعية التالية:

- ☞ توجد علاقة ارتباط معنوية بين القدرات التسويقية وبين الأداء في المؤسسة الاقتصادية.
- ☞ توجد علاقة ارتباط معنوية بين القدرات التكنولوجية وبين الأداء في المؤسسة الاقتصادية.
- ☞ توجد علاقة ارتباط معنوية بين القدرات الإدارية وبين الأداء في المؤسسة الاقتصادية.
- ☞ توجد علاقة ارتباط معنوية بين القدرات الابتكارية وبين الأداء في المؤسسة الاقتصادية.

3- هدف البحث :

- أهمية القدرات الإستراتيجية ومدى مساهمتها في الأداء في المؤسسات الاقتصادية
- تحديد القدرات الإستراتيجية للمؤسسات محل الدراسة

المحور الأول : القدرات الإستراتيجية

أولاً- مفهوم القدرات الاستراتيجية

القدرات الإستراتيجية وسيلة لتوصيل منفعة مهمة للعملاء، وأنها تحتاج إلى وقت طويل، وتتصف بخاصية الدائمة لصعوبة تقليدها، وتتكون من مجموعة من المصادر، وتحتوي قوة ضمنية وتعقيد وهي نتاج التعلم والخبرة والتعاون بين العاملين في المؤسسة، والابتكار، وتمكين الموظفين لإعطاء المؤسسة القدرة على البقاء والازدهار وتحقيق القيمة لها والموازنة بين ما تمتلكه والاستجابة لرغبات العملاء¹ ويرى الباحث أن القدرات الاستراتيجية هي كل ما تمتلكه المؤسسة من مؤهلات سواء كانت إدارية أو تسويقية أو غيرها تقوم باستغلالها بشكل فعال لتعود بالفائدة على المؤسسة والعملاء..

ثانياً -أهمية القدرات الاستراتيجية

تكمن أهمية القدرات الاستراتيجية في²:

- إيجاد الحلول حول مشاكل المنظمة.
 - تلبية احتياجات ومتطلبات الزبائن.
 - تمكين المؤسسة من المنافسة على المدى البعيد.
 - جعل المؤسسة ذو قيمة عالية عند الزبائن.
 - القدرات الاستراتيجية تعطي المؤسسة القدرة على تحقيق ميزة تنافسية.
 - لها دور كبير في تحقيق مستوى أداء عالي للمؤسسة.
 - القدرات الاستراتيجية تؤثر بشكل كبير على العوائد التي تحققها المؤسسة.
 - تساعد القدرات الاستراتيجية في الفهم الواضح للبرمجيات المتنوعة والمستخدم في أداء الوظائف المختلفة.
 - القدرات الاستراتيجية تساعد في عمليات اتخاذ القرار.
- ومن وجهة نظر الباحث فإن أهمية القدرات الاستراتيجية تكمن في:

- القدرات الاستراتيجية تعطي نظرة شاملة عن المؤسسة ومدى قدرتها على المنافسة والنمو من خلال الامكانيات التي تمتلكها سواء كانت تسويقية او ادارية او تكنولوجية او غيرها.
- القدرات الاستراتيجية هي اساس بقاء المؤسسة في ظل هذا الوقت الذي يمتاز بالمنافسة الكبيرة بين المؤسسات الاقتصادية.
- بصريح العبارة أي مؤسسة اقتصادية تفتقر الى القدرات الاستراتيجية لا يمكنها أن تحقق اهدافها المالية والاقتصادية.

ثالثا- القدرات التسويقية

1- مفهوم القدرات التسويقية

القدرات التسويقية يقصد بها عمليات تكاملية مصممة لتطبيق مجموع المعارف والمهارات والموارد المجمعة وذلك لتوليد قيمة للعملاء وبشكل تنافسي وتساهم في تحقيق أداء متفوق للمؤسسة، بالإضافة إلى أن القدرات التسويقية للمؤسسة تؤثر تأثيراً مباشراً على عائد الأصول للمؤسسة وبما يعكس مستوى أداء المؤسسة كما أن القدرات التسويقية هي مجموعة متكاملة من العمليات الهادفة إلى تطبيق المعرفة الجماعية والمهارات، وتوافر موارد المؤسسة لتلبية احتياجات الزبائن.³ ويرى الباحث أن القدرات التسويقية هي الإمكانيات التي تمكن من إيصال أفكار شاملة عن المنتج المراد تسويقه بطريقة تمكن هذا المنتج من الحصول على أكبر عدد من الزبائن.

2- خصائص القدرات التسويقية

للقدرات التسويقية مجموعة من الخصائص أهمها⁴:

- القدرات التسويقية يمكن تطويرها من خلال عملية التعلم وذلك عند قيام المؤسسات التسويقية وبشكل مستمر بتطبيق معرفتهم لحل المشاكل التسويقية.
- القدرات التسويقية تأخذ بعين الاعتبار العمليات التكاملية التي تستند على المواءمة بين الموارد المعرفية والموارد الملموسة وذلك بهدف تحقيق وتوليد قيمة للعملاء.
- لتطوير القدرات التسويقية يتطلب الأخذ بعين الاعتبار العمليات التكاملية التي تجري بين المعرفة المستندة على الموارد والموارد غير الملموسة لإيجاد وتوليد قيمة عالية للزبائن.
- القدرات التسويقية للمؤسسة لا يمكن تقليدها من قبل المنافسين لأنها تتعلق بالمؤسسة نفسها.

رابعا- القدرات التكنولوجية

1- مفهوم القدرات التكنولوجية

للقدرات التكنولوجية عدة مفاهيم نوضحها كما يلي⁵:

القدرات التكنولوجية هي الاستثمار الجيد في الوسائل والمعدات التكنولوجية القادرة على توفير معلومات تفيد مؤسسات الأعمال في مواكبة التغيرات والتطورات المختلفة نحو تحقيق ميزة تنافسية وأداء فعال ومتميز، وأن عملية التجديد في القدرات التكنولوجية تعتبر من الأمور المعقدة للمؤسسات الاقتصادية لما تواجهه التكنولوجيا من تطورات سريعة تحتاج إلى مهارات وتدريب عالي للموظفين القائمين عليها. والقدرات التكنولوجية تركز بشكل أساسي على تكنولوجيا المعلومات التي من خلالها تكون المؤسسة قادرة على تحقيق ميزة تنافسية، لما توفره القدرات التكنولوجية من معلومات تمكن المؤسسة من وضع قرارات مناسبة وإستراتيجية تدعم الأداء في مختلف الوحدات الوظيفية، إذ أنه من الجانب الاستراتيجي على المدى الطويل تتيح الإدارة الجيدة للقدرات التكنولوجية بيئة عمل فعالة وقادرة على توفير المعلومات التكنولوجية الحديثة والمطلوبة، وهذا ينعكس على مدى التواصل والمرونة في أداء الأعمال المختلفة. وكذلك القدرات التكنولوجية تمثل الأدوات والمعدات التي تستخدمها المؤسسات للحصول على المعلومات، تحليلها، وتقديمها بطريقة أسرع وأكثر كفاءة إذ أصبحت جميع العمليات والمهام في المؤسسات تعتمد وبشكل أساسي على التكنولوجيا الحديثة وما تقدمه من تقنيات قادرة على تسهيل الوظائف، وأنها توفر معلومات متخصصة لكافة مجالات العمل والقطاعات. والقدرات التكنولوجية، تتضمن قدرات البحث والتطوير التكنولوجي، قدرات الشبكات، قدرات الاتصال إذ أن قدرات البحث التكنولوجي تتمثل بما تمتلكه المؤسسة من تكنولوجيا ومهارات تقنية وبحثية في المجال التكنولوجي قادرة على توفير المعرفة والمعلومات في المجالات التي تختص بها. تعتبر القدرات التكنولوجية هي كل ما يساهم في دعم توجه المؤسسة الاستراتيجي من معلومات قادرة على رفع أدائها وذلك من خلال التقنيات الحديثة التي تمتلكها من وجهة نظر الباحث فإن القدرات التكنولوجية تمثل الإمكانيات التقنية التي تمتلكها المؤسسة والقادرة على تسييرها بنفسها.

2- تصنيف القدرات التكنولوجية

يمكن تصنيف القدرات التكنولوجية إلى⁶:

أ-تكنولوجيا المنتج: تعتمد في تطوير المنتجات الحالية أو تقديم منتجات جديدة، وتطور بتطوير المعرفة وتبني الطرائق الجديدة في إنجاز الأشياء، ثم ترجمتها إلى منتجات جديدة يفضلها الزبون.

ب-تكنولوجيا العملية: يعتمدها الأفراد في إنجاز العمل، وتنوع على وفق المجالات الوظيفية وتباين طرائق أداء المنظمات لمهامها.

ج-تكنولوجيا المعلومات: يعول عليها في الحصول على المعلومات ومعالجتها ثم نشرها واتخاذ قرارات ذات قيمة، ولا بد لمديري المؤسسات أن يركزوا على الأنواع الثلاث لأهميتها، فالأول يجعل عملية المؤسسة مصممة لإنتاج السلع والخدمات بما يتوافق مع التطورات التكنولوجية، والثاني يحسن الطرائق المعتمدة في الإنتاج، في حين يتيح النمط الثالث تحسين أسلوب توظيف المعلومات في أداء عمليات المؤسسة.

3-آثار استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال

هناك العديد من آثار استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال نوضحها كما يلي⁷:

أ-الآثار التنظيمية

إن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المنظمات المعاصرة خلق تحديات كبيرة تمثلت في مجالات عدة خاصة من الناحية التنظيمية حيث تحدد العلاقات ما بينهما من خلال المرتكزات التالية، المركزية أو اللامركزية أو الجمع بينهما، التقليل في حجم الوظائف والمستويات الإدارية والتحول في شكل الهيكل التنظيمي من الهرمي إلى الشبكي.

ب- الآثار الاقتصادية

تحت تأثير عصر المعلومات وثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، تغيرت عدة مفاهيم، فقد أصبح الرأس المال الفكري أهم نسبياً من الرأس المال المادي، وأصبحت المعلومات قوة وثروة تضيف على العمل قيمة مضافة، لأن الاقتصاد المعاش هو اقتصاد المعلومات، كما تميزت هذه الثروة بتنقلها السريع عكس منتجات اقتصاد الزراعة والصناعة.

ولعل الآثار الاقتصادية الناتجة عن استخدام تكنولوجيا المعلومات تتمثل في استخدام الحاسب الإلكتروني، كأحد العناصر الأساسية المكونة لهذه التكنولوجيا، حيث كان لتطور استخدام الحاسبات الآلية الأثر الكبير في اقتصاديات استخدام هذه التكنولوجيا، وما ذلك إلا لما تتميز به هذه الآلات من انخفاض في مستويات أسعارها، والسهولة في التشغيل والصيانة، وضمان تدفق المعلومات بشكل أفضل، بالإضافة إلى قابليتها للتوسع وتطابق أنظمة الحاسبات المختلفة، وأهميتها في تعمير مفهوم المركزية واللامركزية في الهيكل التنظيمي في المؤسسة، بالإضافة إلى قدرتها العالية على تخزين الكم لمعلوماتي الهائل، وإسهامها في سرعة ودقة إنجاز المهام والواجبات المطلوبة.

خامساً- القدرات الإدارية

تعمل المؤسسات الاقتصادية على تطوير إمكانيات العاملين فيها، سعياً منها لزيادة وتطوير قدراتها الإدارية التي تمكنها من تحقيق أداء أكثر فعالية، فالمؤسسات الكبرى تعطي اهتماماً كبيراً للموظفين لديها إدراكاً منها أن العامل هو من بين العناصر المهمة لنجاح المؤسسة في تحقيق أهدافها المستمرة.

1- مفهوم القدرات الإدارية

هناك عدة مفاهيم للقدرات الإدارية نذكر بعضها منها كما يلي:

القدرات الإدارية تمثل مهارات، ومعرفة وخصائص فردية وسلوكيات يحتاجها الفرد لأداء عمله بفاعلية في المؤسسة والمرتبطة بتحقيق أهدافها الإستراتيجية، هذه المهارات تقوده إلى أداء أكثر فاعلية أو أداء عمل متفوق، كما أنها معرفة وخصائص وعوامل نجاح واتجاهات.⁸

وعرفها الصيرفي على أنها عبارة عن تلك الخلفية العلمية التي يجب أن تتوفر في العاملين لكي يتمكنوا من إنجاز الأعمال بالكفاءة والفاعلية المطلوبة. كما يرى الصيرفي أن القدرات الإدارية في نظر الإداريين وخبراء الإدارة من العناصر الرئيسة للعملية الإنتاجية، بل هي العنصر الأكثر أهمية في ذلك، وقد تناولت الأدبيات الإدارية والتنموية والموارد البشرية في البحث والدراسة والتحليل إذ عرفها البعض على أنها تلك العمليات التي تستهدف زيادة قدرات ومهارات ومعلومات كل الأفراد في المجتمع بشكل عام وفي المؤسسات بشكل خاص.⁹

من وجهة نظر الباحث فإن القدرات الإدارية هي المهارات والإمكانيات الإدارية التي يمتلكها العاملون في المؤسسة والتي نتجت عن الاهتمام الكبير من طرف المؤسسة بعمالها من خلال التواصل معهم وتوفير جميع متطلباتهم وكل هذا من أجل تحقيق أداء فعال.

2- تصنيف القدرات الإدارية

هناك عدة تصنيفات للقدرات الإدارية نذكرها فيما يلي¹⁰:

أ- المهارات الفنية

يقصد بها القدرة على أداء نشاط أو عمل معين أي المعرفة الشاملة بدقائق العمل الفني وخاصة تلك الأنشطة التي تتضمن استخدام عمليات أو أساليب أو أدوات فنية محددة، وتظهر أهمية تلك المهارات بشكل أكبر في المستويات الوسطى والدنيا من الإدارة.

ب- المهارات الإنسانية

هي "القدرة على التفاعل والتفاهم مع الآخرين بنجاح، وكذلك القدرة على قيادة الآخرين والتأثير في سلوكهم وتوجيههم في الاتجاه الذي يحقق للمؤسسة أهدافها"

وهي "المهارة التي يحتاجها المدير للتعامل مع الناس بطريقة جيدة، وتتضمن هذه المهارات القدرة على تفهم مواقف الآخرين، والقدرة على التوصل إلى حلول، والقدرة على حل النزاعات، وتنطوي هذه المهارة على كل ما يرتبط بالتعامل مع الأفراد والجماعات، وتعني القدرة على التعامل مع الأفراد وجماعات العمل وقيادتهم، بالإضافة إلى تحفيزهم وتشجيعهم على الإنجاز الجيد كأفراد أو جماعات

3-المهارات الإدراكية

تشير "المهارات الإدراكية إلى القدرة على التنسيق، وتحقيق التكامل والربط بين نشاطات المؤسسة من خلال النظر إلى المؤسسة ورؤيتها بمنظور شمولي، وفهم مدى اعتماد كل نشاط على الآخر، وجوانب التأثير الخاصة بتغير أي نشاط على المؤسسة ككل"¹¹.

سادسا- الابتكار

1- مفهوم الابتكار

يعرف الابتكار على أنه "القدرة على الاختراع، أي أنه لا يمكن أن يكون هناك ابتكار بدون اختراع، وفي هذا السياق هناك رؤية لشكل العلاقة بين الابتكار والاختراع، ومفادها أن الابتكار هو تطبيق ناجح للاختراع"¹²

والابتكار هو: "قدرة الشركة على التوصل إلى ما هو جديد يضيف قيمة أكبر وأسرع من المنافسين في السوق، ويعني هذا التعريف أن تكون المؤسسة هي الأولى بالمقارنة مع المنافسين في التوصل إلى الفكرة الجديدة أو المفهوم الجديد، والأولى في التوصل إلى المنتج الجديد والأولى في الوصول إلى السوق"¹³.

2-الفرق بين الابتكار والإبداع والاختراع

أ- مفهوم الإبداع

يعرف الإبداع على أنه: "التوصل إلى حل خلاق لمشكلة معينة، وأن الابتكار هو تطبيق لهذا الحل وهذا يشير إلى أن الإبداع يعني التوصل إلى أفكار خلاقة، بينما الابتكار يهتم بتجسيد هذه الأفكار"¹⁴

ب- مفهوم الاختراع

يعرف الاختراع بأنه: "كل جديد في المعلومات العلمية، والاختراع يمكن أن يكون نظريا في قاعدة أو قانون علمي أو يكون تطبيقيا في شكل طريقة حل أو معالجة مشكل معين"¹⁵.

والاختراع هو إدخال شيء جديد لهذا العالم لم يسبق له أن وجد أو سبق إليه أحد، ويسهم في إشباع بعض الحاجات الإنسانية¹⁶

3- مفهوم الابتكار التسويقي

يعرف الابتكار التسويقي على أنه: "وضع أفكار جديدة أو غير تقليدية في الممارسات التسويقية، وهذا يعني أن أي ابتكار تسويقي ينطلق من فكرة جديدة ولا يتوقف عند حد توليد أو إيجاد فكرة جديدة، وإنما يتعدى ذلك إلى وضع هذه الفكرة موضع التطبيق العملي ويعرف على أنه: "الاستغلال الناجح للأفكار الجديدة ويهدف الابتكار التسويقي إلى إرضاء المستهلكين بشكل أفضل من المنافسين من خلال البراعة في تحديد وتلبية حاجاتهم ورغباتهم بشكل دقيق، والمواءمة بينها وبين قدرات وإمكانيات المؤسسة"¹⁷

المحور الثاني : مفاهيم حول الأداء

أولاً- مفهوم الأداء

هناك العديد من المفاهيم التي قدمت للأداء أهمها:¹⁸

يرى بعض الباحثين في الأداء ما يلي: "أداء مركز ذو مسؤولية ما يعني الفعالية والإنتاجية التي يبلغ بها هذا المركز الأهداف التي قبلها، الفعالية تحدد في أي مستوى تتحقق الأهداف".

حسب هذا التعريف يتبين أن الأداء يتمثل في عنصرين هما الفعالية والإنتاجية، العنصر الأول معناه درجة بلوغ الهدف أي هناك عنصرين للمقارنة، أهداف مسطرة يراد بلوغها وأهداف متجزة، أما العنصر الثاني هو الإنتاجية المتمثلة في العلاقة بين النتائج المحققة فعلا والوسائل المستخدمة لبلوغها، ويلاحظ في هذا التعريف خلط فيما هو متفق عليه تقريبا، لأن التعريف الذي أعطي للإنتاجية هو تعريف للكفاءة، والإنتاجية في حقيقة الأمر ما هي إلا علاقة بين الإنتاج وعوامل الإنتاج المستخدمة لتحقيقه، ويرى بعض الباحثين أن الإنتاجية تحسب لعنصر وحيد من عناصر الإنتاج وهو عنصر العمل، فالإنتاجية إذن ليست بالعلاقة بين النتائج والموارد المستخدمة في تحقيقها، بل هي معيار ومؤشر يمكن من قياس أداء الوظيفة الإنتاجية.

ويرى بعض الباحثين في الأداء على أنه: "مستوى تحقيق الأهداف وهذا المستوى يقاس باستخدام المؤشرات، هذا التعريف يحصر الأداء في نسبة إنجاز الأهداف أي أن الأداء هو الفعالية".

ومن الباحثين من ينظر إلى الأداء على أنه: "علاقة الموارد المخصصة والنتائج المحققة".

مما سبق ذكره يمكن اقتراح التعريف التالي: "أداء المؤسسة يتمثل في مقدرتها على بلوغ النتائج التي تم التخطيط لها بالاستغلال الأمثل للموارد الموضوعة تحت تصرفها".

ثانيا - مفهوم الأداء المالي

يعرف الأداء المالي بمدى قدرة المؤسسة على توليد إيرادات سواء من أنشطتها الجارية أو الرأسمالية أو الاستثنائية، وتحقيق فائض من أنشطتها من أجل مكافأة عوامل الإنتاج وفق النظرية الحديثة، والبعض يعرفه بمدى تمتع المؤسسة لهامش أمان يزيل عنها العسر المالي، أو ظاهرة الإفلاس، بتعبير آخر مدى قدرة المؤسسة على تصدي المخاطر والصعاب المالية.

والأداء المالي هو فحص المحاور التالية¹⁹:

- العوامل المؤثرة في المردودية المالية.
- أثر السياسات المالية المتبناة من طرف المسيرين على مردودية الأموال الخاصة.
- مدى مساهمة معدل نمو المؤسسة في إنجاح السياسة المالية وتحقيق فوائض من الأرباح.
- مدى تغطية مستوى النشاط للمصاريف العامة.

ومفهوم الأداء المالي حسب مبدأ تقييم المؤسسة فيرى بعض المهتمين على أنه تشخيص الصحة المالية للمؤسسة لمعرفة مدى قدرتها على إنشاء قيمة ومجاهة المستقبل، من خلال الاعتماد على الميزانيات، جدول حسابات النتائج، والجداول الملحقه، ونأخذ من هذا التعريف الظرف الاقتصادي بعين الاعتبار الذي يشير إلى عنصرين مهمين، العنصر الأول يتمثل في الميزانية الاقتصادية أما العنصر الثاني يتمثل في متغيرات الاقتصاد الكلي وانعكاسها على أداء المؤسسة إلى جانب متغيرات الاقتصاد الجزئي.

ومما سبق فإن الأداء المالي هو أداة للتعرف على الوضع المالي القائم في المؤسسة، يركز على استخدام مؤشرات مالية لقياس مدى إنجاز الأهداف، ويساهم في إتاحة الموارد المالية وتزويد المؤسسة بالفرص الاستثمارية.

ثالثا- مفهوم الأداء الوظيفي

الأداء الوظيفي يقصد به تنفيذ الموظف لأعماله ومسؤولياته التي تكلفه بها المؤسسة أو الجهة التي ترتبط وظيفته بها.²⁰ الأداء الوظيفي يشير إلى درجة تحقيق وإتمام المهام المكونة لوظيفة الفرد، وهو يعكس الكيفية التي تحقق متطلبات الوظيفة، وغالبا ما يحدث لبس وتداخل بين الأداء والجهد، فالجهد يشير إلى الطاقة المبذولة، أما الأداء فيقاس على أساس النتائج التي حققها الفرد²¹ ومن خلال هذه التعاريف نخلص إلى أن "الأداء الوظيفي هو الجهد الذي يبذله العامل في المؤسسة، وهذا الجهد مرتبط بالإمكانات المتوفرة للعامل التي تمكنه أو لا تمكنه من تحقيق أداء وظيفي فعال".

رابعا- مفهوم الأداء التسويقي

الأداء التسويقي هو مجموعة من الأنشطة و التحصيلات المخططة أو المستهدفة من خلال كفاءات ومهارات وعمليات الترويج، وفعالية الاتصال ومختلف المقالات مع العملاء وتعميق العلاقات معهم، مع تدعيم الموقف التنافسي وتنمية الحصة التسويقية للمؤسسة بما يمكنها تحقيق الأهداف.²²

ويعرف الأداء التسويقي للمؤسسة أيضا على أنه: "المخرجات أو النتائج التسويقية التي تسعى وظيفة التسويق إل تحقيقها خلال فترة زمنية معينة"²³ ومن خلال ما سبق نخلص إلى أن: "الأداء التسويقي هو توظيف الإمكانيات والمعلومات التسويقية بصورة تنعكس على الأداء التسويقي للمؤسسة".

المحور الثالث : الجانِب التطبيقِي للدراسة

أثر القدرات الإستراتيجية على الأداء لعينة من المؤسسات الاقتصادية

أولا - منهج الدراسة

تم استخدام المنهج الوصفي وذلك للتعرف على مفهوم القدرات الإستراتيجية وأبعادها والأداء في المؤسسات الاقتصادية، و المنهج التحليلي، لتحليل البيانات التي تضمها الاستبانة والعلاقة بين متغيرات الدراسة المستقلة والتابعة.

ثانيا- مصادر الحصول على المعلومات

تم اللجوء في جمع البيانات الأولية إلى الاستبانة التي قام الباحث بإعدادها بناء على عدد من الدراسات السابقة من اجل قياس أثر القدرات الاستراتيجية على أداء المؤسسات الاقتصادية، هذه الاستبانة ضمت (30) سؤالاً، وهذا من اجل الحصول على البيانات اللازمة من اجل استكمال الجانِب التطبيقِي، وقد تم تكييفه بما يناسب دراستنا الميدانية، وقد تم اعداد الاسئلة وفق مقياس (LIKERT) الخماسي.

الجزء الأول: يضم الاسئلة الممتدة من السؤال (01) الى غاية السؤال (24) تتعلق بأبعاد القدرات الاستراتيجية .

الجزء الثاني: يتضمن بعد الأداء في المؤسسات الاقتصادية والمكون من ستة فقرات من 25 الى 30.

ثالثا- مجتمع وعينة الدراسة

يتمثل مجتمع وعينة الدراسة في مجموعة المؤسسات الاقتصادية الواقعة في ولاية المسيلة وولاية برج بوعريج، ولصعوبة القيام الحصر الشامل لجميع هذه المؤسسات تم اختيار مجموعة منها، وتوزيع الاستبانة على المديرين ورؤساء الأقسام والمصالح العاملين بالإدارة العليا والوسطى، وهي موضحة في الجدول التالي:

جدول رقم (1): عدد الاستبانات الموزعة على المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة

المؤسسة	عدد الاستبانات الموزعة	عدد الاستبانات المسترجعة والصالحة
مؤسسة الحليب ومشتقاته MSILA	20	15
مؤسسة تيندال MSILA	20	17
مؤسسة ميتانوف MSILA	20	16
مؤسسة كوندور BBA	20	10
مؤسسة جيون BBA	20	12

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على الاستبانة

رابعا- الاختبارات الخاصة بأداة قياس الاستبانة

1- ثبات الأداة:

أجرى الباحث خطوات الثبات على العينة الاستطلاعية نفسها، حيث استخدمنا طريقة ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبيان، وجدنا ان معاملات الثبات مرتفعة وقد تراوحت بين (0.970) و(0.979).

جدول رقم (2): قيمة معامل Cronbach's Alpha

المحاور	عنوان المحور	عدد الفقرات	معامل ألفا كرونباخ Cronbach's Alpha
المحور الأول X1	القدرات التسويقية	6	0,979
المحور الثاني X2	القدرات التكنولوجية	6	0,975
المحور الثالث X3	القدرات الإدارية	6	0,974
المحور الرابع X4	القدرات الابتكارية	6	0,970
المحور الخامس Y	الأداء في المؤسسة	6	0,977
	جميع فقرات الاستبيان	30	0.994

المصدر: من إعداد الباحث باستخدام مخرجات spss 22

من خلال جدول رقم (2) نجد ان معامل الثبات ألفا كرومباخ أكبر من الحد الأدنى (0.6) في جميع محاور الاستبيان مما يدل على ثبات اداة الدراسة. أي أنها صادقة وثابتة في جميع فقراتها، وهي جاهزة للتطبيق على عينة الدراسة.

2- اختبار طبيعة البيانات (اتباع التوزيع الطبيعي)

جدول رقم (3): اختبار التوزيع الطبيعي (1-Sample Kolmogorov-Smirnov)

المحور	عنوان المحور	القيمة الإحصائية	قيمة مستوى الدلالة sig
1	محور_القدرات_التسويقية	,9180	,3690
2	محور_القدرات_التكنولوجية	1,297	,0690
3	محور_القدرات_الإدارية	1,140	,1490
4	محور_القدرات_الابتكارية	1,111	,1690
5	محور_الأداء	,8030	,5390

المصدر: من إعداد الباحث باستخدام مخرجات spss 22

سنعرض اختبار كولموجروف-سميرنوف لمعرفة هل البيانات تتبع التوزيع الطبيعي أم لا واختبار ضروري في حالة اختبار الفرضيات لأن معظم الاختبارات المعلمية تشترط أن يكون توزيع البيانات طبيعيا، ومن خلال الجدول نجد أن مستوى الدلالة أكبر من (0.05) لكل محور من محاور الاستبيان، مما يدل على أن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي، ومنه لاختبار الفرضيات نتبع الأساليب الإحصائية المعلمية.

خامسا- اتجاهات إجابات العينة

1- تحليل فقرات البعد الأول (القدرات التسويقية)

جدول رقم (4): تحليل فقرات البعد الأول القدرات التسويقية

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	انحراف المعياري	الاهمية الاحصائية	درجة الموافقة
1.	تمتلك مؤسستنا القدرة على تحديد الأسعار	3,728	1,141	1	موافق
2.	تعمل مؤسستنا بشكل مستمر على تحسين جودة منتجاتها	3,457	1,099	3	موافق
3.	تقوم مؤسستنا بشكل مستمر بتطوير البرامج الترويجية عن منتجاتها	3,357	1,179	4	محايد
4.	تعمل مؤسستنا بشكل مستمر على تطوير آليات تقديم منتجاتها	3,187	1,220	5	محايد
5.	تعمل مؤسستنا على إيصال منتجاتها في الوقت المناسب	3,571	1,070	2	موافق
6.	تقوم مؤسستنا بتسيير برامجها التسويقية باطلاعها على كل ما هو جديد بخصوص التسويق	2,400	1,012	6	غير موافق
الكلي		3.449	1,068	--	موافق

المصدر: من اعداد الباحث باستخدام مخرجات spss22

نلاحظ من الجدول (4) أن المؤسسات محل الدراسة تمتلك قدرات كبيرة في تحديد الأسعار وهو ما تعبر عنه الفقرة رقم (01) والتي تحصلت على أعلى رتبة وقدرة قيمة المتوسط الحسابي بـ(3.728) وانحراف معياري بـ(1,141). وبين هذا أن المؤسسات تعتمد على الأسعار في منافستها، كما أنها تعمل على إيصال منتجاتها في الوقت المناسب وبجودة عالية، ما تم ملاحظته أيضا أن المؤسسات لا تهتم بشكل مستمر على تطوير آليات تقديم منتجاتها وبرامجها التسويقية وإطلاعها على كل ما هو جديد بخصوص التسويق وهو ما تعبر عنه الفقرة 6 التي تحصلت على الرتبة الأخيرة وقدرة قيمة المتوسط الحسابي بـ(2,400) وانحراف معياري بـ(1,012).

وفيما يخص الاتجاه الكلي لفقرات المحور الأول (القدرات التسويقية) نلاحظ من الجدول أن المتوسط الحسابي يساوي (3.449) مما يوضح أن عينة الدراسة يوافقون على أن القدرات التسويقية تؤثر في الأداء للمؤسسات محل الدراسة.

2- تحليل فقرات البعد الثاني (القدرات التكنولوجية)

جدول رقم (5): تحليل فقرات البعد الثاني القدرات التكنولوجية

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	انحراف المعياري	الاهمية الاحصائية	درجة الموافقة
7.	تقوم مؤسستنا باستعمال التكنولوجيا الحديثة في مختلف وحداتها	2,971	1,1160	3	محايد
8.	لدى مؤسستنا فريق خاص لمتابعة التطورات التكنولوجية	1,914	,86380	5.5	غير موافق
9.	تتوفر في مؤسستنا بنية تحتية للاتصالات عالية المستوى	1,971	,99230	4	غير موافق
10.	الشبكات المعمول بها في مؤسستنا تحتوي على تطبيقات جديدة	3,428	,91000	2	موافق
11.	تعمل نظم الاتصال في مؤسستنا على التنسيق بين مختلف وحدات المؤسسة	3,814	,90550	1	موافق
12.	تستخدم مؤسستنا التكنولوجيا الحديثة للتواصل مع الزبائن	1,914	,84680	5.5	غير موافق
الكلي		2,669	,88890	--	محايد

المصدر: من اعداد الباحث باستخدام مخرجات spss22

نلاحظ من معطيات الجدول رقم (5) أن المؤسسات محل الدراسة تقوم بالتنسيق بين مختلف وحداتها باعتمادها على نظم اتصال وأن الشبكات المعمول بها في المؤسسات تحتوي على تطبيقات جديدة، أما فيما يخص استعمال التكنولوجيا الحديثة في مختلف الوحدات نجدها ضعيفة بسبب ضعف البنى التحتية للاتصالات وهو ما تعبر عنه الفقرات التي تحصلت على الرتبة الأخيرة بالمتوسط الحسابي.

3-تحليل فقرات البعد الثالث (القدرات الإدارية)

جدول رقم(6):تحليل فقرات البعد الثالث القدرات الادارية

الترتيب حسب الأهمية	انحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارة	رقم
5	0,82419	2,0429	تهتم الإدارة في مؤسستنا بتكوين موظفيها وتدريبهم	13.
1	1,07330	3,5143	لدى مؤسستنا قواعد وإجراءات للتعامل مع المشكلات التي تظهر	14.
2	,928170	3,4714	يمتاز العاملون في مؤسستنا بروح التعاون فيما بينهم	15.
4	,846870	3,0857	يتصف مناخ العمل في مؤسستنا بوجود علاقات ودية بين العمال والإدارة العليا	16.
3	1,06283	3,1714	لدى العاملون في مؤسستنا قدرات لإدارة أعباء عملهم	17.
6	,910490	2,2000	توفر مؤسستنا فرص للعاملين لتطوير كفاءتهم الذاتية	18.
--	,889980	2,9143	الكلية	

المصدر: من اعداد الباحث باستخدام مخرجات spss22

نلاحظ من الجدول رقم (6) ان المؤسسات لديها قواعد وإجراءات للتعامل مع المشكلات التي تظهر حيث حصلت على الرتبة الأولى وقدرت قيمة المتوسط الحسابي بـ(3,5143) وانحراف معياري بـ(1,07330). ويرجع ذلك الى الميزة التي يمتلكها العاملون وهي روح التعاون فيما بينهم و عكس ذلك ما تعبر عنه إجابات الفقرة رقم(18) نجد ان المؤسسات لا تتيح فرص للعاملين لتطوير كفاءتهم الذاتية وحصلت على الرتبة الخامسة حيث قدرت قيمة المتوسط الحسابي بـ(2.000) وانحراف معياري بـ(0,91049). كما أن الإدارة لا تهتم بتكوين موظفيها وتدريبهم حصلت على الرتبة الأخيرة حيث قدرت قيمة المتوسط الحسابي بـ(2.0429) وانحراف معياري بـ(0,82419).

وفيما يخص الاتجاه الكلي لفقرات المحور الثالث (القدرات الادارية) نلاحظ من الجدول ان المتوسط الحسابي يساوي (2,9143) مما يوضح ان درجة الموافقة عند عينة الدراسة كانت محايدة لفقرات البعد الثالث.

4-تحليل فقرات البعد الرابع (القدرات الابتكارية)

جدول رقم(7):تحليل فقرات البعد الرابع القدرات الابتكارية

الترتيب حسب الأهمية	انحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارة	رقم
4	1,0175	2,3286	تهتم مؤسستنا بمتابعة الابتكارات الجديدة	19.
5	0,9467	2,1286	تشجع مؤسستنا الموظفين على تقديم افكار جديدة	20.
2	0,9999	2,5857	تمنح مؤسستنا تربية في الخارج للمختصين في مجال الابتكار	21.
1	1,3547	3,0714	تقوم مؤسستنا بتوظيف ابتكارات جديدة في منتجاتها	22.
6	0,75167	2,0143	تقدم مؤسستنا تحفيزات ومزايا لذوي الابتكارات الفعالة	23.
3	1,149	2,4286	توفر مؤسستنا جو مثالي يسمح بتقديم ابتكارات جديدة	24.
--	0,9819	2,4262	الكلية	

المصدر: من اعداد الباحث باستخدام مخرجات spss22

يوضح الجدول رقم (7) أن المؤسسات تقوم بتوظيف ابتكارات جديدة في منتجاتها . وهو ما تعبر عليه الفقرة 22 والتي حصلت على الرتبة الاولى وقدرت قيمة المتوسط الحسابي بـ(3,0714) وانحراف معياري بـ(1,3547). وذلك من خلال منح تربية في الخارج للمختصين في مجال الابتكار، كما نجد أن المؤسسات لا تعمل على تشجيع الموظفين على تقديم أفكار جديدة ولا تقدم تحفيزات ومزايا لذوي الابتكارات الفعالة وهو ما تعبر عنه الفقرة (23) والتي تحصلت على الرتبة الأخيرة وقدرت قيمة المتوسط الحسابي بـ(2,0143) وانحراف معياري بـ(0,75167).

وفيما يخص الاتجاه الكلي لفقرات المحور الرابع (القدرات الابتكارية) نلاحظ من الجدول ان المتوسط الحسابي يساوي (2,4262) مما يوضح ان عينة الدراسة لا يوافقون على فقرات البعد الرابع.

5- تحليل فقرات المتغير التابع (الأداء)

الجدول رقم (8): تحليل فقرات المتغير التابع (الأداء)

البيان	العبارة	المتوسط الحسابي	انحراف المعياري	الدرجة	درجة الموافقة
25.	تناسب ارباح المؤسسة مع حجم المبيعات المحققة	3,5286	1,00320	5	موافق
26.	تحقق المؤسسة ارباحا تغطي جميع تكاليفها	3,7429	1,25900	2	موافق
27.	تملك المؤسسة القدرة على الاستثمار مستقبلا	3,8286	0,97760	1	موافق
28.	تملك المؤسسة ميزة تنافسية وسط المؤسسات المنافسة لها	3,5429	0,97335	4	موافق
29.	تملك المؤسسة نمو في المبيعات أكبر من المنافسين	3,0571	1,06166	6	محايد
30.	تملك المؤسسة القدرة على الاحتفاظ بالعملاء	3,5571	1,11167	3	موافق
الكلي		3,5429	1,01307	--	موافق

المصدر: من اعداد الباحث باستخدام مخرجات spss22

نلاحظ من الجدول رقم (8) أن المؤسسات محل الدراسة تملك القدرة على الاستثمار مستقبلا وهو ما تعبر عنه الفقرة (27) والتي حصلت على الرتبة الأولى وقدرت قيمة المتوسط الحسابي بـ (3,8286) وانحراف معياري بـ (0,97760). ونجد ان المؤسسات تحقق ارباحا تغطي جميع تكاليفها وتملك القدرة على الاحتفاظ بالعملاء من خلال المزايا التنافسية وفيما يخص الاتجاه الكلي لفقرات المحور التابع (الأداء) نلاحظ من الجدول ان المتوسط الحسابي يساوي (3,5429) مما يوضح ان عينة الدراسة يوافقون على فقرات البعد التابع (الأداء).

سادسا- اختبار الفرضيات

لقبول او رفض فرضيات الدراسة استخدمنا تحليل الانحدار البسيط والمتعدد وقاعدة الرفض او القبول هي اذا كانت قيمة F المحسوبة اكبر من قيمة F الجدولة (3.98) عند مستوى الدلالة (0.05) ودرجة الحرية (1.68) فإننا نقبل نرفض H0 ونقبل H1.

1- الفرضية الفرعية الاولى:

H0: لا توجد هناك علاقة ارتباط معنوية بين القدرات التسويقية وبين الأداء في المؤسسة الاقتصادية عند مستوى دلالة (0.05).

H1: توجد هناك علاقة ارتباط معنوية بين القدرات التسويقية وبين الأداء في المؤسسة الاقتصادية عند مستوى دلالة (0.05).

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار البسيط للتحقق من أثر المتغير المستقل: القدرات التسويقية على المتغير التابع: أداء المؤسسة.

جدول رقم (9): تحليل التباين للانحدار البسيط بين القدرات التسويقية والأداء

البيان	R	R2	معامل الانحدار B	قيمة F	مستوى الدلالة Sig
أثر القدرات التسويقية على أداء المؤسسات الاقتصادية	0.986	0.971	0.935	2315.952	0.000

المصدر: من اعداد الباحث باستخدام مخرجات spss22

التعليق:

توضح نتائج الجدول رقم (9) إلى وجود علاقة ارتباطيه قوية وموجبة ($R=0.986$) بين القدرات التسويقية والأداء في المؤسسة وأن قيمة ($F=2315,952$) المحسوبة أكبر من قيمة ($F=3.98$) الجدولة عند مستوى الدلالة (0.05) ودرجة الحرية (1,68) وان معامل التحديد ($R^2=0.971$) وهذا يعني أن القدرات التسويقية قد فسرت 97% من التباين الأداء في المؤسسة، والباقي 3% راجع الى عوامل اخرى منها الخطأ العشوائي.

الاستنتاج:

نرفض فرضية العدم H0 عدم وجود علاقة ارتباط معنوية، ونقبل الفرضية البديلة H1 القائلة انه توجد علاقة ارتباط معنوية بين القدرات التسويقية وبين الأداء في المؤسسات الاقتصادية عند مستوى دلالة (0.05).

2-الفرضية الفرعية الثانية:

H0: لا توجد هناك علاقة ارتباط معنوية بين القدرات التكنولوجية وبين الأداء في المؤسسة الاقتصادية عند مستوى دلالة (0.05).

H1: توجد هناك علاقة ارتباط معنوية بين القدرات التكنولوجية وبين الأداء في المؤسسة الاقتصادية عند مستوى دلالة (0.05).

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار البسيط للتحقق من أثر المتغير المستقل: للقدرات التكنولوجية على المتغير التابع: أداء المؤسسة

جدول رقم (10):تحليل التباين للانحدار البسيط بين القدرات التكنولوجية والأداء

البيان	R	R2	معامل الانحدار B	قيمة F	مستوى الدلالة Sig
أثر القدرات التكنولوجية على أداء المؤسسات الاقتصادية	0.939	0.881	1.070	505.488	0.000

المصدر: من اعداد الباحث باستخدام مخرجات spss22

التعليق:

توضح نتائج الجدول رقم(10) إلى وجود علاقة ارتباط قوية وموجبة ($R=0,939$) بين القدرات التكنولوجية والأداء في المؤسسة وأن قيمة ($F=503,488$) المحسوبة أكبر من قيمة F المجدولة (3.98) عند مستوى الدلالة (0.05) ودرجة الحرية (1، 68) وان معامل التحديد ($R^2=0,881$) وهذا يعني أن القدرات التكنولوجية قد فسرت 88% من التباين الأداء في المؤسسة.

الاستنتاج:

نرفض فرضية العدم H0 عدم وجود علاقة ارتباط معنوية، ونقبل الفرضية البديلة H1 القائلة انه توجد علاقة ارتباط معنوية بين القدرات التكنولوجية وبين الأداء في المؤسسات الاقتصادية عند مستوى دلالة (0.05).

3-الفرضية الفرعية الثالثة:

H0: لا توجد هناك علاقة ارتباط معنوية بين القدرات الادارية وبين الأداء في المؤسسة الاقتصادية عند مستوى دلالة (0.05).

H1: توجد هناك علاقة ارتباط معنوية بين القدرات الادارية وبين الأداء في المؤسسة الاقتصادية عند مستوى دلالة (0.05).

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار البسيط للتحقق من أثر المتغير المستقل: للقدرات الإدارية على المتغير التابع: أداء المؤسسة.

جدول رقم (11):تحليل التباين للانحدار البسيط بين القدرات الادارية والأداء

البيان	R	R2	معامل الانحدار B	قيمة F	مستوى الدلالة Sig
أثر القدرات الادارية على أداء المؤسسات الاقتصادية	0.965	0.931	1.098	921.149	0.000

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات spss22

التعليق:

توضح نتائج الجدول رقم (11) إلى وجود علاقة ارتباط قوية وموجبة ($R=0,965$) بين القدرات الإدارية والأداء في المؤسسة وأن قيمة ($F=921,149$) المحسوبة أكبر من قيمة F المجدولة (3.98) عند مستوى الدلالة (0.05) ودرجة الحرية (1، 68) وان معامل التحديد ($R^2=0,931$) وهذا يعني أن القدرات الإدارية قد فسرت 93% من التباين الأداء في المؤسسة.

الاستنتاج:

نرفض فرضية العدم H0 عدم وجود علاقة ارتباط معنوية، ونقبل الفرضية البديلة H1 القائلة انه توجد علاقة ارتباط معنوية بين القدرات الادارية وبين الأداء في المؤسسات الاقتصادية عند مستوى دلالة (0.05).

4-الفرضية الفرعية الرابعة:

H0: لا توجد هناك علاقة ارتباط معنوية بين القدرات الابتكارية وبين الأداء في المؤسسة الاقتصادية عند مستوى دلالة (0.05).

H1: توجد هناك علاقة ارتباط معنوية بين القدرات الابتكارية وبين الأداء في المؤسسة الاقتصادية عند مستوى دلالة (0.05).

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار البسيط للتحقق من أثر المتغير المستقل: للقدرات لابتكارية على المتغير التابع: أداء المؤسسة.

جدول رقم (12): تحليل التباين للانحدار البسيط بين القدرات الابتكارية والأداء

البيان	R	R2	معامل الانحدار B	قيمة F	مستوى الدلالة Sig
أثر القدرات الابتكارية على أداء المؤسسات الاقتصادية	0.934	0.873	0.964	467.730	0.000

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات spss22

التعليق:

توضح نتائج الجدول رقم (12) إلى وجود علاقة ارتباط قوية وموجبة ($R=0,934$) بين القدرات الابتكارية والأداء في المؤسسة ونجد أن قيمة ($F=467,730$) المحسوبة أكبر من قيمة F الجدولة (3.98) عند مستوى الدلالة (0.05) ودرجة الحرية (1، 68) وان معامل التحديد ($R^2=0,873$) وهذا يعني أن القدرات الابتكارية قد فسرت 87% من التباين الأداء في المؤسسة.

الاستنتاج:

نرفض فرضية العدم H_0 عدم وجود علاقة ارتباط معنوية، ونقبل الفرضية البديلة H_1 القائلة انه توجد علاقة ارتباط معنوية بين القدرات الابتكارية وبين الأداء في المؤسسات الاقتصادية عند مستوى دلالة (0.05).

5-الفرضية الرئيسية:

H_0 : لا توجد هناك علاقة ارتباط معنوية بين القدرات الاستراتيجية وبين الأداء في المؤسسة الاقتصادية عند مستوى دلالة (0.05).

H_1 : توجد هناك علاقة ارتباط معنوية بين القدرات الاستراتيجية وبين الأداء في المؤسسة الاقتصادية عند مستوى دلالة (0.05).

لاختبار هذه الفرضية الرئيسية تم استخدام تحليل الانحدار المتعدد للتحقق من أثر المتغيرات المستقلة للقدرات الاستراتيجية مجتمعة على المتغير التابع: أداء المؤسسة.

جدول رقم (13): تحليل التباين للانحدار المتعدد بين القدرات الاستراتيجية والأداء

البيان	R	R2	معامل الانحدار B	قيمة F	مستوى الدلالة Sig
أثر القدرات الاستراتيجية على أداء المؤسسات الاقتصادية	0.989	0.978	1.016	733.763	0.000

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات spss22

التعليق:

توضح النتائج الجدول رقم (13) إلى وجود علاقة ارتباط قوية وموجبة ($R=0,989$) بين القدرات الاستراتيجية (القدرات التسويقية، القدرات التكنولوجية، القدرات الادارية، القدرات الابتكارية) والأداء في المؤسسة حيث أن قيمة ($F=733,763$) المحسوبة أكبر من قيمة F الجدولة (3.98) عند مستوى الدلالة (0.05) ودرجة الحرية (4، 65) وان معامل التحديد ($R^2=0,978$) وهذا يعني أن القدرات الاستراتيجية (القدرات التسويقية، القدرات التكنولوجية، القدرات الإدارية القدرات الابتكارية) قد فسرت 97% من التباين الأداء في المؤسسة، والباقي 3% راجع إلى عوامل أخرى منها الخطأ العشوائي.

6-تحليل معاملات الانحدار المتعدد:

جدول رقم (14): تحليل معاملات الانحدار المتعدد

المتغيرات المستقلة	قيمة b	BETA	قيمة T	مستوى الدلالة Sig
الثابت/Constant	,1040		1,105	,2730
القدرات التسويقية للمؤسسة	,7300	,7690	10,569	,0000
القدرات التكنولوجية للمؤسسة	,2020	,1770	2,276	,0260
القدرات الادارية للمؤسسة	,4640	,4070	3,941	,0000
القدرات الابتكارية للمؤسسة	,3750	,3630	3,553	,0010

المصدر: من اعداد الباحث باستخدام مخرجات spss22

التعليق:

يبين الجدول رقم (14) مدى تأثير معاملات المتغيرات المستقلة للقدرات الاستراتيجية في أداء المؤسسات الاقتصادية حيث ان متغير القدرات التسويقية له أكبر تأثير بقيمة ($b1=0.730$) في المتغير التابع وهذا يعني أن زيادة وحدة واحدة في متغير القدرات التسويقية يؤدي الى زيادة في مستوى الاداء في المؤسسات الاقتصادية بقيمة (0.730)، يلها متغير القدرات الادارية ($b3=0.464$) ثم متغير القدرات الابتكارية ($b4=0.375$) وفي الاخير يأتي متغير القدرات التكنولوجية ($b2=0.202$).

الاستنتاج:

نرفض فرضية العدم $H0$ عدم وجود علاقة ارتباط معنوية، ونقبل الفرضية البديلة $H1$ القائلة انه توجد علاقة ارتباط معنوية بين القدرات الاستراتيجية وبين الأداء في المؤسسات الاقتصادية عند مستوى دلالة (0.05).

سابعاً - نتائج وتوصيات

- تؤثر القدرات الاستراتيجية (القدرات التسويقية، القدرات التكنولوجية، القدرات الإدارية، القدرات الابتكارية) على أداء المؤسسات الاقتصادية.
- تولي المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة أهمية كبيرة للقدرات التسويقية مقارنة مع القدرات التكنولوجية بسبب ضعف البنى التحتية ونظم الاتصال من جهة ، وضعف القدرات الإدارية من جهة أخرى .
- ضرورة تطوير القدرات التكنولوجية للمؤسسات الاقتصادية بتدعيم البنى التحتية والاهتمام بتكنولوجيا المعلومات والاتصال لمجابهة التطورات والمستجدات الحاصلة في التطور السريع للتكنولوجيا سواء كانت مرتبطة بالصناعة أو بالمنتج في حد ذاته ، واستغلالها لتسهيل التواصل مع الزبائن.
- تعزيز وتدعيم القدرات الإدارية لمراقبة سلوك وأداء العاملين من خلال الاهتمام بالعمال والاستماع لانشغالاتهم وتجسيدها واقعياً ، وخلق جو مثالي للعمل يؤثر على أداء الموظفين ويزيد في الأداء العام للمؤسسة
- إقامة دورات تدريبية و تربية خارجية للعمال من اجل الاحتكاك بالعالم الخارجي، وكسب تقنيات وخبرات جديدة في مجال التكنولوجيا من جهة ، والرفع من معنوياتهم من جهة أخرى .
- العمل على دعم القدرات الابتكارية لضمان بقاء المؤسسة وسط المنافسة الكبيرة، في الوقت الذي تتساوى فيه كل الإمكانيات سواء التسويقية أو الإدارية او التكنولوجية من خلال توفير مزايا وتحفيزات لذوي الأفكار والابتكارات الجديدة التي تعود بالفائدة للمؤسسة.

الهوامش :

- ¹ هادي عميش العجي عبد الله علي عبد الله: أثر القدرات الاستراتيجية على أداء البنوك التجارية الكويتية، رسالة ماجستير، قسم إدارة الاعمال، كلية الاعمال، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، 2012، ص:15
- ² المرجع نفسه، ص:17
- ³ العجي سالم حسين : أثر التوجه الاستراتيجي التحليلي على أداء المنظمة في ضوء القدرات التسويقية، رسالة ماجستير، قسم إدارة الاعمال، كلية الاعمال، جامعة الشرق الأوسط، 2011، ص:21
- ⁴ المرجع نفسه، ص:23
- ⁵ الوندواوي أوس بهجت رشيد، أثر القدرات التكنولوجية على نجاح المنظمة، رسالة ماجستير، كلية الاعمال، جامعة الشرق الأوسط، 2012، ص-ص: 21-23
- ⁶ المرجع نفسه ، ص-ص: 15-16
- ⁷ كاوجة بشر : دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الاتصال الداخلي في المؤسسات الاستشفائية العمومية الجزائرية، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2013، ص-ص: 62-64
- ⁸ هادي عميش العجي عبد الله علي عبد الله: مرجع سبق ذكره ، ص: 17
- ⁹ الصبري في محمد عبد الفتاح : الإدارة الرائدة، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان ، 2003، ص:22
- ¹⁰ الصبري في محمد عبد الفتاح : مبادئ التنظيم والإدارة، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، 2006، ص: 23
- ¹¹ الصرن رعد حسن: صناعة التنمية الإدارية في القرن الحادي والعشرون، دار الرضا للنشر، دمشق، 2002، ص: 45

- ¹² محمد أحمد عبد الجواد: كيف تنمي مهارات الابتكار والابداع الفكري، الطبعة الأولى، دار البشير للثقافة والعلوم، طنطا، مصر، 2000، ص: 12
- ¹³ نجم عبود نجم: إدارة الابتكار: المفاهيم والخصائص والتجارب الحديثة، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2003، ص: 22
- ¹⁴ المرجع نفسه ، ص: 17
- ¹⁵ أوكيل محمد سعيد: وظائف ونشاطات المؤسسة الصناعية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1992، ص: 112
- ¹⁶ الشماع خليل محمد حسن: نظرية المنظمة، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2000، ص: 421
- ¹⁷ حافظ أبو جمعة نعيم: التسويق الابتكاري، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، مصر، 2003، ص: 4
- ¹⁸ عشي عادل: الأداء المالي للمؤسسة الاقتصادية، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2002، ص: 2-4
- ¹⁹ دادن عبد الغني : قياس وتقييم الأداء المالي في المؤسسات الاقتصادية نحو إرساء نموذج للإنذار المبكر باستعمال المحاكاة المالية، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر
- 2007، ص: 35
- ²⁰ هلال محمد عبد الغني : مهارات إدارة الأداء، مركز تطوير الأداء والتنمية، مصر، 1996، ص: 195
- ²¹ رواية حسين: إدارة الموارد البشرية رؤية مستقبلية، الدار الجامعية، مصر، 2001، ص: 223
- ²² مرسي محمد نبيل: الإدارة الاستراتيجية، دار الجديدة للنشر، الإسكندرية، مصر، 2003، ص: 247
- ²³ الغرابوي علاء، محمد عبد العظيم، شقير إيمان : التسويق المعاصر، الدار الجامعية، مصر، 2007، ص: 269