

دور الإبداع التكنولوجي في خلق ميزة تنافسية مستدامة بشركات السياحة المصرية

رشاد ضياء محمد نهاد محمد كمال بسام سمير الرميدي

قسم الدراسات السياحية – كلية السياحة والفنادق – جامعة مدينة السادات

الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى تقييم أثر الإبداع التكنولوجي في شركات السياحة المصرية على الميزة التنافسية المستدامة فيها. ولتحقيق هذا الهدف؛ تم توزيع 500 استمارة استقصاء على عينة عشوائية من العاملين في شركات السياحة فئة "أ"، وتم الاعتماد على تحليل 412 استمارة صالحة للتحليل باستخدام برنامج SPSS v.24. ولاختبار فرضيات الدراسة؛ تم استخدام تحليل الارتباط، وتحليل الانحدار المتعدد في ذلك. وقد توصلت الدراسة إلى وجود أثر معنوي وإيجابي للإبداع التكنولوجي على الميزة التنافسية المستدامة في شركات السياحة المصرية فئة "أ". كما أبرزت نتائج الدراسة تأثير الإبداع التكنولوجي معنوياً وإيجابياً على الأبعاد الثلاثة للميزة التنافسية المستدامة (الجودة المتميزة، والكفاءة المتميزة، والاستجابة المتميزة).

الكلمات الدالة: الإبداع التكنولوجي، الميزة التنافسية المستدامة، الجودة المتميزة، الكفاءة المتميزة، الاستجابة المتميزة.

مقدمة

يشهد العالم في الوقت الحالي اهتماماً بالغاً بالميزة التنافسية المستدامة، فهي العامل الدافع الذي يضبط آليات عمل مختلف الشركات، ويحفزهم للعمل الجاد، ولمزيد من العطاء والإبداع أو تحقيق قدر أو آخر من الميزة التنافسية، أو التفوق والتميز على منافسيهم وصولاً إلى تحقيق أعلى المستويات من العائد أو الربحية (سليم، 2020). كما أن بيئة الأعمال تتسم بعدم الثبات، وذلك بسبب التغير السريع سواء بدخول منافسين جدد أو خروج منافسين حاليين، وتغير أذواق العملاء واحتياجاتهم ورغباتهم في وقت قصير، وبالتالي فإن شركات السياحة تجد نفسها مجبرة للبحث عن الآليات التي تمكنها من الحفاظ على مكانتها، وتضمن تواجدتها الدائم في الأسواق والتفوق على المنافسين، وبالتالي استدامة الميزة التنافسية التي تساعدها على ذلك، وذلك من خلال البحث عن مصادر هذه الميزة التي تختلف باختلاف أهداف وإمكانيات وطبيعة الشركات (عبد العزيز، 2019).

وقد أوضحت الدراسات بأن الأنشطة الابتكارية والإبداعية تعتبر أحد الآليات الفعالة والتي يمكن للشركة من خلالها تنمية أدائها وتحقيق استدامته، خاصة ما توفره من أفكار وأبحاث تطورها في شكل خدمات جديدة أو مبتكرة. ويعتبر الإبداع التكنولوجي أحد أشكال الإبداع في الشركات، سواء كان إبداعاً على مستوى التنظيم أو الإدارة أو التسويق أو على مستوى جودة الخدمة المقدمة (بخوش، 2020). وفي المجال السياحي وعلى مستوى شركات السياحة يعد الإبداع السياحي وما يتضمنه من عمليات جديدة وإبداعية سواء غير تكنولوجية أو تكنولوجية تهدف إلى تطوير المقصد السياحي مهماً في تحسين الخدمات المقدمة من موردي الخدمات السياحية بما فيهم شركات السياحة من أجل إشباع رغبات واحتياجات السائحين (Elzek et al., 2020).

ويشير الإبداع التكنولوجي إلى العملية التي يمكن من خلالها الشركة أن تستخدم مواردها لتقديم منتجات أو استخدام عمليات جديدة لإشباع حاجات ورغبات الزبائن (زواوي، 2018). والأمر لا ينتهي عند الحصول على الميزة التنافسية، وإنما يتطلب من الشركات السعي دائماً لتنمية ميزتها أو مزاياها التنافسية بهدف الحفاظ عليها والوصول لتحقيق الاستدامة في هذه الميزة، وذلك من خلال فهم حاجات العملاء المتغيرة والعمل على تلبيتها باستمرار (بوقرة وصالوي، 2021).

مشكلة الدراسة

تتسم بيئة العمل السياحي بالعديد من التغييرات والتطورات الكثيرة التي أثرت عليها خلال السنوات الماضية كالعولمة، والتطورات التكنولوجية، والمنافسة الشديدة، والتحول إلى الاقتصاد المعرفي، وزيادة الاهتمام بالكفاءات والمهارات والخبرات وغيرها من التغييرات. وقد فرضت هذه التغييرات العديد من التحديات على

شركات السياحة المصرية، والتي تعوق قدرتها علي تحقيق ميزة تنافسية مستدامة. ومع اكتساب الإبداع والابتكار أهمية كبيرة في طرح وتقديم العديد من الأفكار الجديدة سواء في تطوير العمل، أو تحسين أداء العاملين، أو استحداث تكنولوجيا جديدة تساهم في تحسين الجودة، إلا أن شركات السياحة ما زالت لا تهتم بشكل كبير بالإبداع والابتكار لمواجهة المنافسة الشديدة في بيئة العمل. فزيادة التنافس بين الشركات يفرض ضرورة الاهتمام بتقديم خدمات متميزة ومختلفة عن المنافسين، وكذلك تحسين مستوي هذه الخدمات، والعمل علي إرضاء العملاء، والحفاظ عليهم. ولن يتحقق ذلك بدون زيادة الاهتمام بتشجيع العاملين علي الإبداع والابتكار، وتحفيزهم سواء بشكل مادي أو معنوي. ويعد الإبداع التكنولوجي أحد أنواع الإبداع التي يجب علي شركات السياحة المصرية النظر إليها باهتمام كبير، لما لها من فوائد كثيرة تعود علي هذه الشركات، وتزيد من قدرتها التنافسية في سوق العمل. وبناء علي ذلك؛ تناقش هذه الدراسة أثر الإبداع التكنولوجي (إبداع المنتج، وإبداع العمليات) في تحقيق ميزة تنافسية مستدامة بشركات السياحة المصرية.

أهمية الدراسة

تأتي هذه الدراسة تماشياً مع إدراك أهمية البقاء والاستمرارية في ظل بيئة عمل سريعة التغيير والتطور، وشديدة المنافسة. لذا أصبح لزاماً علي شركات السياحة المصرية رفع قدرتها التنافسية، وتقديم مستويات عالية في أداء الأعمال والأنشطة الخاصة بها بشكل يسمح لها بمواكبة تلك التطورات والتحديات وكذا التكيف معها، وربما يكون الإبداع التكنولوجي أحد أهم العوامل الأساسية المؤدية إلى ذلك من خلال تحسين جودة خدماتها الحالية، أو تطوير وابتكار منتجات وخدمات سياحية جديدة تماماً، ومن ثم ضمان استدامة الميزة التنافسية لشركات السياحة المصرية.

أهداف الدراسة

تهدف الدراسة إلي تحقيق الأهداف التالية :

1. توضيح ماهية الإبداع التكنولوجي والميزة التنافسية المستدامة داخل شركات السياحة.
2. تقييم العلاقة بين الإبداع التكنولوجي وامتلاك شركات السياحة المصرية لميزة تنافسية مستدامة
3. تقييم أثر الإبداع التكنولوجي علي أبعاد الميزة التنافسية المستدامة في شركات السياحة المصرية.

فروض الدراسة :

تقوم الدراسة علي الفروض التالية:

- 1- يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للإبداع التكنولوجي على الميزة التنافسية المستدامة في شركات السياحة المصرية فئة "أ".
- 1/1- يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للإبداع التكنولوجي على الجودة المتميزة في شركات السياحة المصرية فئة "أ".
- 2/1- يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للإبداع التكنولوجي على الكفاءة المتميزة في شركات السياحة المصرية فئة "أ".
- 3/1- يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للإبداع التكنولوجي على الاستجابة المتميزة في شركات السياحة المصرية فئة "أ".

الإطار النظري

أولاً: الإبداع التكنولوجي

مفهوم الإبداع التكنولوجي

تم استخدام مصطلح الإبداع التكنولوجي بالمعني الحديث لأول مرة من خلال الاقتصادي Josef Schumpeter سنة 1939 (Zhang et al., 2019)، حيث عرف الإبداع التكنولوجي على أنه تطبيق طرق جديدة في عملية الإنتاج، وقد عبر عنه في خمسة أشكال (تقديم خدمة جديدة، تقديم خدمة تقليدية بطريقة جديدة، فتح سوق جديد،

الاعتماد على مورد جديد أو إدخال نظام جديد). ويوضح جدول رقم (1) بعض تعريفات الإبداع التكنولوجي وفقاً لآراء بعض الكتاب والباحثين.

جدول رقم (1): تعريفات الإبداع التكنولوجي

| المؤلف | التعريف |
|---------------------------------------|--|
| موسي، 2016؛ Jianmin & Li, 2020 | تبنى تكنولوجيا جديدة يتم دمجها في العمليات أو المنتجات، كما يتيح الإبداع التكنولوجي النجاح على المدى الطويل في السوق من خلال تحقيق مزايا تنافسية عالية |
| خنة، 2015 | العملية التي يمكن من خلالها للشركة أن تحقق التنسيق والتعاون بين أنشطتها المختلفة كالإنتاج والتسويق والبحث والتطوير، بهدف توليد الأفكار والأساليب الجديدة وترجمتها في سوق العمل إلى منتج جديد (سلعة جديدة أو خدمة جديدة) أو تطوير منتج حالي (خدمة موجودة) أو استخدام عملية إنتاجية جديدة، لتلبية متطلبات العملاء من المنتجات والخدمات، فضلاً على جعل الشركة هي الأفضل في سوق المنافسة |
| خالدي، 2015؛ Kelly et al., 2021 | هو العملية التي من خلالها تقوم الشركة بترجمة الأفكار المبتكرة وذلك باستعمال التكنولوجيا أو التقنيات الحديثة |

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على المصادر المذكورة.

أهمية الإبداع التكنولوجي

أصبح الإبداع التكنولوجي في الشركات ضرورة حتمية خاصة في ظل المنافسة الشديدة في سوق العمل (Hervas-Oliver et al., 2021). كما أصبح الإبداع التكنولوجي مصدراً مهماً للمنافسة بين مختلف الشركات، حيث يساهم في تطوير واستمرارية الميزة التنافسية بتلك الشركات، بجانب تعزيز قدرة هذه الشركات على إيجاد الفرص الجديدة في بيئة العمل واستغلالها بفاعلية (زواوي، 2018). ويوفر الإبداع التكنولوجي فرصاً لخلق وظائف جديدة، ودعم القدرات التنافسية للشركات، وتحقيق الريادة في سوق العمل، بجانب تطوير الكوادر الإدارية بالشركات، وحل المشكلات بطرق مبتكرة، والعمل على إيجاد الحلول لكافة المشاكل التي تواجه الشركات سواء داخلياً أو خارجياً (القرشي، 2019). وتبرز أهمية الإبداع التكنولوجي في النقاط التالية:

1. تحسين الخدمات الموجهة للعملاء من خلال تقديم خدمات جديدة ذات جودة عالية بأسعار تنافسية (طهار وفلاق، 2020؛ Li et al., 2019).
2. تنمية رأس المال البشري من خلال تأهيله وتدريبه على الأنظمة التكنولوجية الجديدة، والقيام بعمليات البحث والتطوير (جواد، 2015).
3. تحسين أداء الشركات، إما بزيادة الطلب على خدماتها أو تخفيض تكاليفها، حيث أن الإبداع التكنولوجي للخدمات يمكن أن يضع الشركة المبدعة في موقع متميز في السوق التي تتميز بميزة التكلفة على منافسيها، حيث تكون قادرة على الحصول على هامش ربح أفضل عن السعر الموجود في السوق (العامري والمعموري، 2020).
4. يسمح الإبداع التكنولوجي للشركة من استهداف أسواق جديدة من خلال إطلاق خدمات جديدة، هذا من أجل كسب حصة إضافية في هذه الأسواق وزيادة أرباحها، كذلك يزيد من قدرة الشركة على المنافسة في هذه الأسواق (ريغي، 2017؛ وهابي، 2020).

5. تحسين صورة الشركة سواء في الداخل أو في الخارج من خلال تنوع وجودة خدماتها والأساليب المستخدمة في ذلك، مما يضمن لها النجاح على المدى المتوسط والبعيد، إلي أن تكون رائدة في سوق العمل (براشن وروايح، 2021).
6. يعمل الإبداع التكنولوجي على استدامة الميزة التنافسية (أبو عطاء، 2018).
7. تحسين عملية التسويق والمبيعات من خلال تطوير الخدمات باستمرار وفتح أسواق جديدة للخدمات الموجودة (الخريشة، 2015).

وقد أضاف بعداش (2019) بأن أهمية الإبداع التكنولوجي تكمن في اعتبار أن التنافس علي امتلاك التكنولوجيا الحديثة أصبح مصدراً للميزة التنافسية المستدامة بشكل أكبر من التنافس علي إنتاج منتجات ذات جودة عالية، حيث لم يعد هناك سبيل للشركات لتحقيق التميز في ظل الاعتماد علي تكنولوجيا قديمة. كما يعزز الإبداع التكنولوجي من القدرات العملية للشركات فيما يتعلق بتصميم وتقديم الخدمات والمنتجات، بجانب تعزيز وتطوير كفاءة رأس المال البشري.

خصائص الإبداع التكنولوجي

أشار بخوش (2020) إلي أنه لا توجد أية ضمانات لاستدامة الميزة التنافسية في أي شركة إذا لم تقم بتطويرها باستمرار، وذلك من خلال الإبداعات المستمرة، وخاصة الإبداع التكنولوجي، حيث يسمح هذا النوع من الإبداع بزيادة قدرة الشركة علي الحفاظ علي معدل النمو لفترة طويلة عن طريق إدخال تحسينات علي المنتجات أو طرق التصميم، مما يزيد من مبيعاتها، ويسمح بخفض التكلفة، وبالتالي زيادة الأرباح واستدامتها. كما أن الإبداع التكنولوجي يؤدي إلي زيادة الفجوة التنافسية بين الشركات، وبالتالي انخفاض عدد المنافسين، ومن ثم انخفاض المنافسة والحصول علي مزايا تنافسية مستدامة (Pan et al., 2021; Wang et al., 2021). ويتميز الإبداع التكنولوجي بمجموعة خصائص تميزه عن باقي الأنشطة من أبرزها:

1. أن يكون مرتبطاً بالخدمات، بحيث أن كل إبداع لا يؤدي إلي تحسين في الخدمة من خلال استخدام موارد الشركة أو تحسين الخدمات المتواجدة لا يعتبر إبداعاً تكنولوجياً (بعداش، 2019).
2. أن يكون نتيجة تطبيق خبرات فنية أو تكنولوجية معترف بها، ومعنى هذا أن كل جديد يعتمد علي معلومات غير دقيقة لا يمكن اعتباره إبداعاً تكنولوجياً (الباز، 2020).
3. أن الإبداع التكنولوجي بدون انتشار في الأسواق يكون محدود الكفاءة والفعالية، وحسب نظرية Schumpeter فإن الإبداع التكنولوجي عامل أساسي في المنافسة، وبالتالي في حركة السوق، وحتى يتحقق النجاح لا بد أن يكون له أثر واسع (أبو عطاء، 2018).
4. الإبداع التكنولوجي يجب أن يؤدي إلي إيجاد خدمات جديدة أو تحسين عملية أو توفير خدمات جديدة (غضبان، 2020).
5. الإبداع التكنولوجي يتطلب موارد متعددة سواء موارد مالية تحتاجها عمليات البحث والتطوير أو بشرية، حيث يحتاج إلي مجموعة من الكفاءات المتخصصة من حيث مهاراتهم وخبرتهم الفنية (حجاج، 2019).
6. الإبداع التكنولوجي هو التكامل الوظيفي بين أنشطة وعمليات الخدمة الجديدة والسوق والخدمة والموارد والتسويق لتلك الخدمات (حمادي وجرمان، 2021).
7. الإبداع التكنولوجي عملية تتسم بالاستمرارية في جوانب كثيرة وهي الإنتاج والتنظيم والخدمات والمعلومات والتقنيات (Cancino et al., 2018; Zuo et al., 2019).
8. الإبداع التكنولوجي هو تجسيد للأفكار التي تم الحصول عليها من عملية البحث والتطوير ميدانياً علي أرض الواقع (صالح، 2020).

دوافع الإبداع التكنولوجي

اتفق غضبان (2020) وموسي (2016) علي أن هناك بعض الأسباب التي تدفع الشركات للجوء إلي الإبداع التكنولوجي وتحملها للمخاطر المترتبة عنه، ومن بين هذه الأسباب ما يلي:

- 1- المنافسة القوية في السوق، حيث إن البيئة التي تعمل فيها الشركات على اختلاف أنواعها هي بيئة ديناميكية متحركة، ولا يكاد يمر يوم دون أن تكون هناك تغيرات، وعليه أصبح ضرورياً على الشركات للجوء إلى الإبداع وتحمل نتائجه من أجل الاحتفاظ بالحصصة السوقية.
- 2- الاكتشافات العلمية التكنولوجية بشكل عام، والتي أدت إلى التطبيق لنتائج الأبحاث والاكتشافات التي تتعلق بالخدمات وتحسين الجودة.
- 3- التسهيلات والمساعدات التي تقدم لدعم عمليات الإبداع التكنولوجي التي تكون في شكل مساعدات فنية أو مالية، حيث لا يكاد يخلو بلد من المنظمات التي تهتم بالشركات المبدعة خصوصاً الصغيرة منه.
- 4- تحقيق المرونة من خلال زيادة تنوع الخدمات وتقديم خدمات بدورة حياة عملية قصيرة (Yuan & Zhang, 2020).

ثانياً: الميزة التنافسية المستدامة

تعريف الميزة التنافسية المستدامة

هناك العديد من تعريفات الميزة التنافسية المستدامة التي تباينت بين الكتاب والباحثين، وكان هناك اختلاف في وضع تعريف محدد ودقيق لهذا المفهوم. ويوضح جدول رقم (2) أهم تعريفات الميزة التنافسية المستدامة.

جدول رقم (2): تعريفات الميزة التنافسية المستدامة

| الباحث | التعريف |
|--|--|
| بوراس، 2018 | القدرة على تقديم السلع والخدمات بالنوعية الجيدة والسعر المناسب وفي الوقت المناسب وهذا يعني تلبية حاجات العملاء بشكل أكثر كفاءة من الشركات الأخرى |
| كردي، 2018؛ Guimarães et al., 2017 | قدرة الشركة على تطبيق عمليات جديدة لم تُطبق في باقي الشركات المنافسة، وبذلك تتميز عن غيرها من المنافسين |
| عبد الحميد، 2018 | سعى الشركة للتميز المستمر لتحقيق أعلى عوائد ممكنة مع العمل على الاحتفاظ بهذا التميز إلى أطول وقت ممكن، فضلاً عن إجراء محاولات لتعزيز وتطوير هذا التميز بالمستقبل |
| هشام، 2016؛ Jatmiko et al., 2021 | مجموعة من العمليات والأنشطة والمهارات المتكاملة العمليات التي يصعب على المنافسين تقليدها، والتي تعزز قدرة الشركات بشكل مستمر علي تقديم قيمة أكبر للعملاء، وتحقيق التفوق على المنافسين، وتحقيق ربحية عالية. |

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد علي المصادر المذكورة

أهمية الميزة التنافسية المستدامة

يمثل امتلاك وتطوير الميزة التنافسية المستدامة هدفاً استراتيجياً تسعى الشركات لتحقيقه في ظل التحديات التنافسية الشديدة (Della Corte & Aria, 2016). يُنظر للميزة التنافسية المستدامة على أنها قدرة الشركة على تحقيق حاجات العميل، أو القيمة التي يتمني الحصول عليها من الخدمة، مثل الجودة العالية، وبالتالي فهي استثمار لمجموعة الأصول المالية والبشرية والتكنولوجية لفترة طويلة (حسن، 2017). وتكمن أهمية الميزة التنافسية المستدامة كما ذكرها السوسي (2015) ومحمد (2017) فيما يلي:

- تحقيق التميز عن المنافسين في الخدمات المقدمة إلى المستفيدين، مع إمكانية التميز في الموارد والكفاءات والاستراتيجيات المستخدمة في ظل بيئة شديدة المنافسة.
- دخول مجال تنافسي جديد، كدخول سوق جديدة، أو التعامل مع نوعية جديدة من العملاء أو نوعية جديدة من الخدمات.

- تكوين فكرة مستقبلية جديدة للأهداف التي تريد الشركة الوصول لها وللفرص التي ترغب في اقتناصها.
- تعزيز ديناميكية العمليات الداخلية للشركة نظراً لأنها أداة تعتمد على موارد الشركة وقدراتها.
- متابعة التطور والتقدم على المدى البعيد لأن الميزات التنافسية تتسم بالاستمرارية والتجدد.
- تحقيق حصة سوقية أكبر للشركة، وكذلك ربحية عالية للبقاء والاستثمار في السوق.
- تعد الميزة التنافسية مؤشراً نحو قدرة الشركة على امتلاك موقع ريادي في بيئة عمل شديدة المنافسة (حمد، 2020؛ Butt et al., 2020).
- تعد السلاح الأقوى بيد الشركة لمواجهة منافسيها الحاليين والمحتملين (صالح، 2017).

وتزداد أهمية الميزة التنافسية المستدامة للشركة للعديد من الأسباب كما ذكرها مجموعة من الباحثين منهم معاذ (2019) و عبد الحميد (2018) وأبو حماد (2018) على النحو التالي:

- إيجاد قيمة للعملاء تلبى احتياجاتهم وتضمن ولائهم، وتدعم وتحسن سمعة، وصورة الشركة في أذهانهم.
- تؤثر إيجابياً في مدركات العملاء، وباقي المتعاملين مع الشركة لاستمرار وتطوير التعامل.
- تعطي الميزة التنافسية للشركة تفوقاً نوعياً وأفضلية على المنافسين، وتؤدي إلى تحقيق نتائج أداء عالية.
- تجعل المنظمة متفوقة في الأداء، وفي قيمة ما تقدمه للعملاء.
- إدراك الاحتياجات الجديدة للسوق وتوظيف الإمكانيات لاستغلال الفرص السوقية قبل الآخرين (Chen et al., 2020).

وأضاف الشريدة (2018) بأن الميزة التنافسية المستدامة تعتبر السلاح الأساسي لمواجهة تحديات السوق، ويأتي ذلك من خلال قيام الشركة بتنمية معرفتها التنافسية، ومقدرتها على تلبية احتياجات العملاء في المستقبل عن طريق التكيف مع الفرص المتغيرة بشكل سريع في السوق. كما أنها تمثل معياراً مهماً لتحديد الشركات الناجحة عن غيرها، لأن الشركات الناجحة تتميز بإيجاد أساليب عمل جديدة متفردة يصعب تقليدها ومحاكاتها وباستمرار، نظراً لأن الأساليب القديمة أصبحت معروفة ومتاحة بشكل واسع، وان المنافسين على علم كامل بها.

أسباب الاهتمام باستدامة الميزة التنافسية في الشركات

نظراً لما تشهده بيئة العمل من تطورات وتغيرات سريعة ومتلاحقة خاصة فيما يتعلق بالتطورات التكنولوجية الهائلة، والمنافسة الشديدة، والنحول نحو مجتمعات المعرفة (Emeagwal & Ogbonmwan, 2018)؛ فأصبح لزاماً على مختلف الشركات السعي لتحقيق ميزة تنافسية مستدامة تضمن من خلالها البقاء والاستمرار في بيئة العمل أطول فترة ممكنة (حسنين ومحمد، 2020). وقد ذكر إسماعيل ومحمد (2021) وأبو وردة وآخرون (2019) والشريدة (2018) أن هناك العديد من الأسباب التي دفعت الشركة للاهتمام بتحقيق الميزة التنافسية المستدامة، ومن بين هذه الأسباب ما يلي:

- أ- زيادة تأثيرات تكنولوجيا المعلومات والإنترنت الذي أدى ذلك إلى الدخول في عصر جديد من شبكات البيانات والمعلومات، والاتجاه إلى مجتمع اقتصاد المعلومات، وظهور العديد من الشركات التي تعمل في هذا المجال، واستخدام هذه التقنيات في تطوير الخصائص المميزة للخدمات والتأثير على المنافسة والمبيعات.
- ب- توسع الشركات متعددة الجنسيات والعبارة للقارات والتي تعتمد على درجة عالية من التكنولوجيا، وتلعب دوراً مهماً في تشكيل المتغيرات العالمية والتأثير على طبيعة الأسواق والمنافسة.
- ج- تعميق وتوسيع المعاملات الاقتصادية بين الشركات والأفراد في ظل النظام العالمي عبر الحدود واتساع نطاق المنافسة بين الشركات على المستوى الدولي.
- د- ظهور تحديات أمام الشركات في شكل تزايد نطاق المنافسة، ووجود تحديات على طبيعة الخدمات وطرق تقديمها، وذلك ضمن آثار اتفاقية تحرير تجارة الخدمات.
- هـ- زيادة انتشار الخدمات السياحية على المستوى الدولي دون اعتبار للحدود بين الدول خاصة في ظل اعتماد قطاع شركات السياحة وخدماتها على التقنيات، وإيجاد بدائل متنوعة أمام العملاء تمكنهم من الحصول على تلك الخدمات بشكل يتناسب مع احتياجاتهم، واستحداث خدمات سياحية متطورة تحقق الانتشار في الأسواق بشكل كبير.

- و- أصبح الاهتمام بعنصر الجودة في الخدمات السياحية مطلب رئيسي من جانب العملاء، واتجاه شركات السياحة العالمية للتوافق مع المواصفات العالمية لجودة الخدمات السياحية، والتي أصبحت أحد المحاور الرئيسية للمنافسة بين تلك الشركات وكبار الموزعين.
- ز- الاعتماد على التقنيات الحديثة التي أحدثت أثراً ملموساً في الخدمات السياحية، بالإضافة إلى ابتكار خدمات متنوعة تتناسب مع رغبات العملاء.
- ح- ازدياد حدة المنافسة في بيئة العمل وهي سمة سائدة بشكل عام في جميع المجالات.
- ط- وجود تغيرات جذرية في طبيعة الأسواق وهيكلها والتغير في احتياجات العملاء وحجم الأسواق
- ي- ظهور خدمات بديلة ومتطورة تؤدي إلى تهديد خدمات بعض الشركات، وتؤثر بشكل مباشر على حجم المبيعات والإيرادات، مما يؤدي إلى تهديد الموقف المالي لتلك الشركات.
- ك- التوسع في التحالفات الإستراتيجية بين الشركات، وهو ما يمثل تهديد للشركات التي لا تدخل في تحالفات إستراتيجية.

أثر الإبداع التكنولوجي علي الميزة التنافسية المستدامة

يعد الإبداع التكنولوجي أحد أهم ركائز استدامة الميزة التنافسية في مختلف الشركات، حيث يساهم في تعزيز قدرة الشركات علي اكتساب حصة سوقية كبيرة، وتقديم منتجات وخدمات مبتكرة ومميزة عما يقدمه المنافسين، وتلبي رغبات واحتياجات العملاء في الوقت المطلوب وبالشكل المطلوب (العامري والمعموري، 2020؛ Liao et al., 2017).

ويلعب الإبداع التكنولوجي دوراً في تخفيض التكاليف، وتحقيق التميز والجودة للمنتجات والخدمات المقدمة للعملاء، بجانب سرعة الاستجابة للعملاء، وسرعة تعديل وتحسين المنتجات والخدمات بما يتوافق مع رغبات واحتياجات العملاء (Evans, 2016). كما أن الشركات التي تتبنى الإبداع التكنولوجي تسعى دائماً لتصميم وتقديم منتجاتها وخدماتها بشكل مبتكر، بجانب الابتكار في إدخال التحسينات علي خدماتها ومنتجاتها الحالية. كما تركز هذه الشركات علي إنتاج مجموعة من المنتجات والخدمات ذات الجودة العالية التي تتوافق مع رغبات واحتياجات شرائح كبيرة من العملاء من خلال الإبداع في التصميم والإنتاج والتقديم، مما يدفع العملاء للإقبال علي هذه المنتجات مهما كان سعرها، وبالتالي زيادة ربحية الشركات (لورزاني، 2019).

كما أن الإبداع التكنولوجي يعزز من قدرات الشركات علي تسليم المنتجات والخدمات في الوقت المطلوب للعملاء، وهذا يعد عاملاً مؤثراً في امتلاكها لحصة سوقية كبيرة، وكذلك ضمان استدامة ميزتها التنافسية (طهار وفلاق، 2020).

علاوة علي ذلك؛ يؤدي الإبداع التكنولوجي إلي زيادة قدرة الشركات علي مواكبة كافة التغيرات في بيئة العمل، وكذلك التغيرات في أذواق واحتياجات العملاء، والعمل علي تعديل منتجاتها وخدماتها بما يتوافق مع تلك التغيرات بشكل سريع وبمستويات جودة عالية (مهدي ويحيوي، 2020).

وفيما يتعلق بأثر الإبداع التكنولوجي على الموردين والعملاء؛ يمكن أن يؤدي الإبداع التكنولوجي في الخدمات أو عمليات الخدمات إلى تطوير في العملية الخدمية بأكملها، أو في خدمة معينة، ويمكن أن يؤدي الإبداع التكنولوجي إلى ظهور موردين جدد، بجانب تنمية قدرات الموردين الحاليين (Cheng et al., 2019). أما الإبداع التكنولوجي بالنسبة للعملاء فإن التأثير يكون من خلال قدرة الإبداع التكنولوجي على تعديل رغباتهم لخدمات أخرى أكثر تطوراً حيث أن الإبداع التكنولوجي يؤدي إلى تنمية الخدمات المتاحة في السوق (طهار، 2020).

وفيما يتعلق بأثر الإبداع التكنولوجي على حدة المنافسة؛ يمكن للإبداع التكنولوجي أن يعدل من حدة التنافسية، من خلال الرفع من قدرات الشركة والتأثير على تطورها ونموها (Hong et al., 2016). وعلى خلاف ذلك، فإذا أدى الإبداع التكنولوجي إلى تقدم وتطور جميع الشركات في مجال معين، فإن ذلك يؤدي إلى انخفاض عدد المنافسين، مما يؤدي بدوره إلى تناقص حدة المنافسة. ومن جهة أخرى فإن الإبداع التكنولوجي قد يؤثر على حدة المنافسة من خلال تعديل عوائد الدخول أو الخروج من بيئة العمل وبالتالي التأثير على عدد الشركات الموجودة في سوق العمل (بن بولرباح والطيف، 2020).

أما بالنسبة للأثر على المنافسين المحتملين؛ فالقدرة المستمرة على الإبداع التكنولوجي هي التي تشكل عائقاً للدخول والتميز بين الشركات التي بإمكانها امتلاك موقع وحصة سوقية كبيرة في سوق العمل. كما يؤثر الإبداع التكنولوجي علي الإستراتيجيات التنافسية علي النحو التالي:

أ- أثر الإبداع التكنولوجي على إستراتيجية قيادة التكلفة:

يساهم الإبداع التكنولوجي الناجح في التأثير على هيكل المنافسة في سوق العمل بشكل قوي، وذلك من خلال مساهمته في تخفيض تكاليف الإنتاج الثابتة، ومن ثم تقليل عوائق دخول الأسواق، ومنح الفرصة لدخول شركات جديدة وتعزيز قدرتها على المنافسة (بوقابة، 2017). وهذا يتطلب بذل المزيد من الجهود لتحسين طرق وأساليب الإنتاج، وتقديم منتجات مبتكرة قادرة على المنافسة. وهذا يعني التركيز على تخفيض تكاليف الإنتاج بدلاً من السعي لتقديم منتجات عالية التكلفة تقلل من تنافسية الشركات (زواوي، 2018؛ زعبوب، 2015).

ب- أثر الإبداع التكنولوجي على إستراتيجية التمييز

يساهم الإبداع التكنولوجي في تمييز المنتجات والخدمات من خلال ما يلي (غقال وآخرون، 2017؛ جابر وبوطلاعة، 2018):

- طرح خدمات مبتكرة لأول مرة والتي تكون جديدة ومختلفة بالنسبة للعملاء والمنافسين، وتكون ناتجة للتطورات التكنولوجية في بيئة عمل الشركات.

- تطوير وتحسين الخدمات الحالية التي تقدمها الشركات من خلال إجراء بعض التعديلات والتطويرات عليها، وتقديمها بشكل مختلف وذو مستوى جودة مرتفع يحقق التمييز لتلك الشركات.

ج- أثر الإبداع التكنولوجي على إستراتيجية التركيز

يعزز الإبداع التكنولوجي من قدرة الشركات على توجيه عملياتها وجهودها نحو شريحة معينة من العملاء، وذلك عن طريق ابتكار خدمات ومنتجات معينة وتقديمها لهؤلاء العملاء لتلبية رغباتهم واحتياجاتهم (بوداود وبن زيان، 2018).

كما يؤثر الإبداع التكنولوجي على مؤشرات الميزة التنافسية المستدامة على النحو التالي (بوقرة وصاوالي، 2021):

أ- زيادة الربحية: يركز الإبداع التكنولوجي على امتلاك الشركات لمعارف وخبرات وقدرات جديدة، بجانب ابتكار أساليب وطرق عمل جديدة تقوم بتطبيقها خلال عمليات تصميم وإنتاج وتقديم منتجاتها وخدماتها بشكل أكثر ابتكاراً، مما ينعكس على حصتها السوقية، وزيادة ربحيتها.

ب- تحسين الإنتاجية: يعزز الإبداع التكنولوجي من قدرات العاملين، وإكسابهم المزيد من المعارف والمعارف والخبرات التي تمكنهم من أداء أعمالهم بكفاءة وفاعلية تنعكس إيجاباً على إنتاجية الشركات.

ج- زيادة الحصة السوقية: يهدف الإبداع التكنولوجي إلى تعزيز قدرات الشركات على تطوير منتجاتها الحالية وتقديمها بشكل مختلف أو تصميم منتجات جديدة وطرحها بالأسواق، مما ينعكس على جذب المزيد من العملاء، وبالتالي زيادة حصتها السوقية.

الدراسة الميدانية

منهج الدراسة

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي لوصف موضوع الدراسة وصفاً شاملاً ودقيقاً من خلال جمع البيانات وتحليلها حول الإبداع التكنولوجي من حيث الإبداع في العنصر البشري، والإبداع في بيئة العمل، والإبداع في الخدمات السياحية، والميزة التنافسية المستدامة من حيث الجودة المتميزة، والكفاءة المتميزة، والاستجابة المتميزة. كما اعتمدت الدراسة على إجراء الدراسة الميدانية على عينة من مجتمع الدراسة للوصول إلى نتائج قابلة للتعميم، والاستفادة منها.

مجتمع وعينة الدراسة

تمثل مجتمع الدراسة في شركات السياحة فئة "أ" بالقاهرة. وتقدم هذه الشركات العديد من الخدمات السياحية المتميزة والمتنوعة ما بين سياحة داخلية وسياحة خارجية، وسياحة دينية، وحجز تذاكر الطيران، وحجز وسائل النقل البري والنهري والفنادق، بجانب النقل السياحي. ونظراً لكبر حجم مجتمع الدراسة فقد تم اختيار عينة عشوائية من العاملين في هذه الشركات في القاهرة وفي العينة العشوائية يتم اختيار أفراد العينة بشكل عشوائي، وإعطاء كل فرد من مجتمع الدراسة نفس الفرصة التي تُعطي لغيره عند الاختيار. وهنا يكون لكل فرد من أفراد

المجتمع فرصة متكافئة في الاختيار أو يكون نصيب كل فرد من احتمالية سؤاله أو استجوابه مساوياً أي فرد آخر في المجتمع.

وقد تم توزيع عدد 500 استمارة على عينة عشوائية من العاملين شركات السياحة فئة "أ" بالقاهرة بشكل إلكتروني نظراً لانتشار شركات السياحة فئة "أ" في عدد كبير بين المحافظات المصرية، بجانب بُعد المسافة بين هذه المحافظات (Elzek et al., 2021)، وكذلك نظراً لجائحة كورونا وما نتج عنها من تراجع حركة السياحة، وتوقف بعض شركات السياحة عن العمل التقليدي في مقر عملها، ولجئهم للعمل عن بُعد. ويوضح جدول رقم (3) بيان بعدد الاستثمارات التي تم توزيعها واستردادها.

جدول رقم (3): بيان بعدد الاستثمارات

| العدد | البيان |
|-------|--|
| 487 | إجمالي الاستثمارات التي تم استردادها |
| 75 | إجمالي الاستثمارات غير الصالحة للتحليل |
| 412 | الاستثمارات الصالحة للتحليل |
| 500 | إجمالي |

ويوضح الجدول التالي عدد (4) من الخصائص الديموغرافية التي تصف خصائص مفردات العينة التي تم إجراء الدراسة عليها وشملت هذه الخصائص النوع، السن، والمؤهل الدراسي، والوظيفة، وعدد سنوات الخبرة.

جدول رقم (4): الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة

| النوع | المتغير | التكرار | النسبة المئوية |
|----------------------|---------|---------|----------------|
| ذكر | | 260 | 63.1% |
| أنثى | | 152 | 36.9% |
| المجموع | | 412 | 100% |
| السن | | | |
| أقل من 30 سنة | | 61 | 14.8% |
| 30- أقل من 40 سنة | | 129 | 31.3% |
| 40- أقل من 50 سنة | | 130 | 31.6% |
| 50 سنة فأكثر | | 92 | 22.3% |
| المجموع | | 412 | 100% |
| المؤهل الدراسي | | | |
| بكالوريوس | | 310 | 75.2% |
| دبلوم | | 26 | 6.3% |
| ماجستير | | 21 | 5.1% |
| دكتوراه | | 19 | 4.6% |
| أخرى | | 36 | 8.7% |
| المجموع | | 412 | 100% |
| الوظيفة | | | |
| مدير عام الشركة | | 28 | 6.8% |
| مدير السياحة | | 58 | 14.1% |
| مدير الطيران | | 55 | 13.3% |
| مدير الحج والعمرة | | 67 | 16.3% |
| مدير التسويق | | 67 | 16.3% |
| مدير الموارد البشرية | | 28 | 6.8% |
| مندوب استقبال وتوديع | | 41 | 10% |

| | | |
|-------------------------|-----|-------|
| مرافق مجموعات سياحية | 34 | 8.3% |
| منظم برامج سياحية | 34 | 8.3% |
| المجموع | 412 | 100% |
| عدد سنوات الخبرة | | |
| أقل من 3 سنوات | 76 | 18.4% |
| 3 - 5 سنوات | 82 | 19.9% |
| 6 - 8 سنوات | 107 | 26% |
| 9-11 سنة | 100 | 24.3% |
| 11 سنة فأكثر | 47 | 11.4% |
| المجموع | 412 | 100% |

أ - توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً للنوع

يوضح جدول رقم (4) أن عدد الذكور كان الأعلى بواقع 260 فرداً وبنسبة بلغت (63.1%) من إجمالي عينة الدراسة، بينما بلغ عدد الإناث 152 فرداً وبنسبة بلغت 36.9%.

ب - توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً للسن

يبين جدول رقم (4) أن الفئة العمرية (40 إلى أقل من 50 سنة) جاءت في المرتبة الأولى بواقع 130 فرداً وبنسبة 31.6%، يليها الفئة العمرية (30 إلى أقل من 40 سنة) بواقع 129 فرداً وبنسبة 31.3%، ثم الفئة العمرية (50 سنة فأكثر) بواقع 92 فرداً وبنسبة 22.3%، وأخيراً الفئة العمرية (أقل من 30 سنة) بواقع 61 فرداً وبنسبة 14.8%.

ج - توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً للمؤهل الدراسي

يوضح جدول رقم (4) أن أكثر من ثلثي العينة حاصلون علي مؤهل (بكالوريوس) بواقع 310 فرداً وبنسبة 75.2%. كما أن هناك 36 فرداً بنسبة 8.7% حاصلون علي مؤهلات أخرى (متوسطة وأقل من المتوسط)، وهناك أيضاً 26 فرداً بنسبة 6.3% حاصلون علي مؤهل (دبلوم). بالإضافة إلي أن هناك 21 فرداً بنسبة 5.1% حاصلون علي مؤهل (ماجستير)، وأخيراً هناك 19 فرداً بنسبة 4.6% حاصلون علي مؤهل (دكتوراه).

د - توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً للوظيفة

يبرز جدول رقم (4) أن هناك 67 فرداً يعملون كمدير للحج والعمرة بنسبة 16.3%، وبنفس العدد (67) يعمل 16.3% من إجمالي العينة في وظيفة مدير التسويق، بينما هناك 58 فرداً يعملون كمديرين للسياحة بنسبة 14.1%، وهناك 55 فرداً يعملون كمديرين للطيران بنسبة 13.3%. كما أن هناك 41 فرداً بنسبة 10% يعملون في وظيفة مندوب استقبال وتوديع، وهناك أيضاً 34 فرداً بنسبة 8.3% يعملون في وظيفة مرافق مجموعات سياحية، وكذلك هناك 34 فرداً بنسبة 8.3% يعملون في وظيفة منظم برامج سياحية. كما أن هناك 28 فرداً بنسبة 6.8% يعملون كمديري للشركات، وأخيراً هناك 28 فرداً بنسبة 6.8% يعملون كمديري للموارد البشرية.

هـ - توزيع عينة الدراسة وفقاً لعدد سنوات الخبرة

يوضح جدول رقم (4) أن هناك 107 فرداً بنسبة 26% تتراوح سنوات خبرتهم ما بين (8-6 سنوات)، يليهم من تتراوح سنوات خبرتهم ما بين (11-9 سنة) بواقع 100 فرداً، وبنسبة 24.3%، ثم من تتراوح سنوات خبرتهم ما بين (5-3 سنوات) بواقع 82 فرداً وبنسبة 19.9%، ثم من تبلغ سنوات خبرتهم (أقل من 3 سنوات) بواقع 76 فرداً وبنسبة 18.4%، وأخيراً من تبلغ سنوات خبرتهم (11 سنة فأكثر) بواقع 47 فرداً وبنسبة 11.4%.

أداة الدراسة:

تضمنت هذه الاستمارة مجموعة من العبارات المرتبطة بموضوع الدراسة، وتكونت الاستمارة من صفحة الغلاف التي تضمنت نبذة عن الدراسة وعنوانها والهدف منها، وطلب التعاون من العاملين في شركات السياحة فئة "أ" لتحديد آرائهم علي العبارات التي وردت بالاستمارة، وقد تضمنت الاستمارة عدد 49 عبارة. وقد تكونت الاستمارة من البيانات الشخصية والوظيفية، ومحورين رئيسيين علي النحو التالي:

البيانات الشخصية والوظيفية:

اشتمل هذا الجزء علي 5 أسئلة تتضمن النوع، والسن، والمؤهل الدراسي، والوظيفة، وعدد سنوات الخبرة.

المحور الأول: الإبداع التكنولوجي

يتناول مستوي الإبداع التكنولوجي في شركات السياحة المصرية فئة "أ". ويشتمل هذا المحور علي 29 عبارة تم تقسيمهم إلي 3 أبعاد. البعد الأول: الإبداع في العنصر البشري، ويشتمل علي 8 عبارات تم إعدادهم بالاعتماد علي دراسة زعبوب (2015) وبوقابة (2017). البعد الثاني: الإبداع في بيئة العمل، ويشتمل علي 6 عبارات تم إعدادهم بالاعتماد علي دراسة بخوش (2020). البعد الثالث: الإبداع في الخدمات السياحية، ويشتمل علي 15 عبارة تم إعدادهم بالاعتماد علي دراسة زعبوب (2015) والرميدي (2018).

المحور الثاني: الميزة التنافسية المستدامة

يتناول مستوي الميزة التنافسية المستدامة في شركات السياحة المصرية فئة "أ". ويشتمل هذا المحور علي 20 عبارة تم تقسيمهم إلي ثلاث أبعاد. البعد الأول: الجودة المتميزة، ويشتمل علي 9 عبارات تم إعدادهم بالاعتماد علي دراسة الرميدي (2018). البعد الثاني: الكفاءة المتميزة، ويشتمل علي 6 عبارات تم إعدادهم بالاعتماد علي دراسة A-Romeedy (2018). البعد الثالث: الاستجابة المتميزة، ويشتمل علي 5 عبارات تم إعدادهم بالاعتماد علي دراسة علي (2013).

الأساليب الإحصائية المستخدمة:

لتحليل بيانات الدراسة واختبار الفروض، قام الباحث باستخدام برنامج SPSS V. 24. وقد تم استخدام الأساليب الإحصائية التالية: اختبار معامل الثبات والاعتمادية، التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحراف المعياري، معامل ارتباط بيرسون، تحليل الانحدار البسيط، تحليل الانحدار المتعدد.

تحليل نتائج الدراسة**أولاً: اختبار الثبات والاتساق الداخلي "ألفا كرونباخ".**

تم إجراء اختبار الثبات والاتساق الداخلي (ألفا كرونباخ) على البيانات النهائية حتى يمكن الاعتماد على نتائج هذه الدراسة وتعميمها على المجتمع الكلي والجدول التالي يوضح نتائج هذا الاختبار:

جدول رقم (5): قيمة معامل اختبار الثبات والاتساق الداخلي (ألفا كرونباخ)

| عدد العبارات | قيمة ألفا كرونباخ | المتغيرات |
|--------------|-------------------|--|
| 8 | 0.841 | الإبداع في العنصر البشري |
| 6 | 0.925 | الإبداع التكنولوجي في بيئة العمل في الشركة |
| 15 | 0.943 | الإبداع في مجال الخدمات السياحية |
| 29 | 0.963 | الإبداع التكنولوجي |
| 9 | 0.921 | الجودة المتميزة |
| 6 | 0.908 | الكفاءة المتميزة |
| 5 | 0.825 | الاستجابة المتميزة |
| 20 | 0.955 | الميزة التنافسية المستدامة |

يوضح جدول رقم (5) أن معامل الثبات لمتغير الإبداع التكنولوجي بلغ 0.963، وبلغت قيمته لكل بعد من أبعاد الإبداع التكنولوجي: الإبداع في العنصر البشري، والإبداع في بيئة العمل، والإبداع في الخدمات السياحية 0.841 و 0.925 و 0.943 علي الترتيب. كما بلغت قيمة معامل الثبات لمتغير الميزة التنافسية المستدامة 0.955، وبلغت قيمته لكل بعد من أبعاد الميزة التنافسية المستدامة: الجودة المتميزة، الكفاءة المتميزة، الاستجابة المتميزة 0.921 و 0.908 و 0.825 علي التوالي. وتدل هذه القيم علي أنها ذات دلالة مرتفعة وجيدة لأغراض البحث، بحيث يمكن الاعتماد عليها لقياس ما أعدت لأجله، كما يمكن من خلالها الاعتماد علي نتائج الدراسة الميدانية في تعميم النتائج.

التحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة

يلخص جدول (6) مستوى الإبداع التكنولوجي في شركات السياحة المصرية، حيث تُبرز النتائج ارتفاع مستوى الإبداع التكنولوجي في تلك الشركات، حيث بلغ المتوسط الحسابي 4.04، والانحراف المعياري 0.87. كما تُبين النتائج بالجدول أن بُعد "الإبداع في العنصر البشري" جاء في المرتبة الأول كأعلى الأبعاد، يليه بُعد "الإبداع في مجال الخدمات السياحية" في المرتبة الثانية من حيث الارتفاع، وأخيراً يأتي بُعد "الإبداع في بيئة العمل في الشركة".

جدول رقم (6): مستوى الإبداع التكنولوجي وأبعاده في شركات السياحة المصرية

| الترتيب | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | المتغير |
|---------|-------------------|-----------------|---|
| 1 | 0.93 | 4.12 | الإبداع في العنصر البشري |
| 3 | 0.96 | 3.97 | الإبداع في بيئة العمل في الشركة |
| 2 | 0.85 | 4.03 | الإبداع في مجال الخدمات السياحية |
| | 0.87 | 4.04 | الإبداع التكنولوجي في شركات السياحة المصرية |

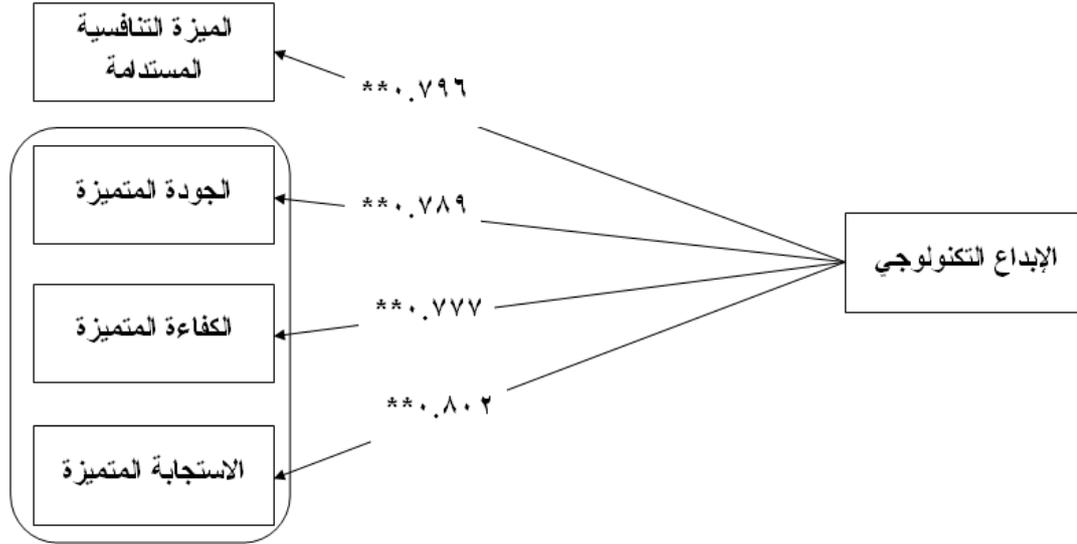
كما يلخص جدول (7) مستوى الميزة التنافسية المستدامة في شركات السياحة المصرية، حيث تُبرز النتائج ارتفاع مستوى الميزة التنافسية المستدامة في تلك الشركات، حيث بلغ المتوسط الحسابي 3.94، والانحراف المعياري 0.77. كما تُبين النتائج بالجدول أن بُعد "الكفاءة المتميزة" جاء في المرتبة الأول كأعلى الأبعاد، يليه بُعد "الجودة المتميزة" في المرتبة الثانية من حيث الارتفاع، وأخيراً يأتي بُعد "الاستجابة المتميزة".

جدول رقم (7): مستوى الميزة التنافسية المستدامة وأبعاده في شركات السياحة المصرية

| الترتيب | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | المتغير |
|---------|-------------------|-----------------|---|
| 2 | 1.02 | 3.94 | الجودة المتميزة |
| 1 | 0.89 | 3.95 | الكفاءة المتميزة |
| 3 | 0.74 | 3.92 | الاستجابة المتميزة |
| | 0.77 | 3.94 | الميزة التنافسية المستدامة في شركات السياحة المصرية |

نتائج اختبار الارتباط (معامل ارتباط سبيرمان)

يوضح شكل رقم (1) نتائج اختبار الارتباط بين الإبداع التكنولوجي والميزة التنافسية المستدامة وأبعاده.



شكل رقم (1): نتائج اختبار الارتباط بين الإبداع التكنولوجي والميزة التنافسية المستدامة وأبعادها

يوضح شكل رقم (1) وجود علاقة ارتباط معنوية وإيجابية قوية بين الإبداع التكنولوجي والميزة التنافسية المستدامة في شركات السياحة المصرية. وقد بلغت قيمة معامل الارتباط بين الإبداع التكنولوجي والميزة التنافسية المستدامة 0.796. كما بلغت قيمة معامل الارتباط بين الإبداع التكنولوجي وأبعاد الميزة التنافسية المستدامة: الجودة المتميزة، والكفاءة المتميزة، والاستجابة المتميزة 0.789، و 0.777، و 0.802 علي الترتيب. ومن النتائج السابقة؛ يتضح أن العلاقة كانت أقوى بين الإبداع التكنولوجي وُبعد "الاستجابة المتميزة"، يليها العلاقة بين الإبداع التكنولوجي وُبعد "الجودة المتميزة"، وأخيراً العلاقة بين الإبداع التكنولوجي وُبعد "الكفاءة المتميزة".

تحليل الانحدار المتعدد بين متغيرات الدراسة

أثر الإبداع التكنولوجي علي الميزة التنافسية المستدامة وأبعادها

أولاً: أثر الإبداع التكنولوجي علي الميزة التنافسية المستدامة في شركات السياحة المصرية

جدول رقم (8): أثر الإبداع التكنولوجي علي الميزة التنافسية المستدامة في شركات السياحة المصرية

| المتغير | Coefficients | T | مستوي المعنوية | R ² | قيمة f | مستوي المعنوية |
|-----------------------------|--------------|-------|----------------|----------------|---------|----------------|
| ثابت الانحدار | 0.997 | 6.705 | 0.000 | 0.633 | 235.006 | 0.000 |
| الإبداع في العنصر البشري | 0.630 | 4.273 | 0.000 | | | |
| الإبداع في بيئة العمل | 0.143 | 1.709 | 0.004 | | | |
| الإبداع في الخدمات السياحية | 1.233 | 6.648 | 0.000 | | | |

يتضح من جدول رقم (8) أن هناك تأثير معنوي للإبداع التكنولوجي علي الميزة التنافسية المستدامة في شركات السياحة، حيث بلغت قيمة F المحسوبة (235.006) بمستوي معنوية (0.000) وهي أكبر من قيمتها الجدولية، ويوضح هذا الجدول نسبة التغيير في مستوي الميزة التنافسية المستدامة في شركات السياحة من خلال الإبداع التكنولوجي في تلك الشركات، حيث بلغت قيمة معامل الانحدار (0.633)، والتي تعني أن المتغير المستقل "الإبداع التكنولوجي" يؤثر بنسبة (63.3%) في المتغير التابع "الميزة التنافسية المستدامة"، أي أن الإبداع التكنولوجي في شركات السياحة يساهم في تعزيز مستوي الميزة التنافسية المستدامة في تلك الشركات بنسبة 63.3%. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة كل من زعوب (2015) وزواوي (2018) ولورزاي (2019) و

بوقرة وصاولي (2021) وبوداود وبن زيان (2018) وبوقابة (2017) ومهدي ويحيوي (2020) وبخوش (2020)، حيث توصلت تلك الدراسات إلي وجود أثر معنوي وإيجابي للإبداع التكنولوجي علي استدامة الميزة التنافسية. وهذا ما يثبت صحة الفرض الرئيسي الأول القائل " يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للإبداع التكنولوجي علي الميزة التنافسية المستدامة في شركات السياحة المصرية فئة "أ"."

ثانياً: أثر الإبداع التكنولوجي علي الجودة المتميزة في شركات السياحة المصرية

جدول رقم (9): أثر الإبداع التكنولوجي علي الجودة المتميزة في شركات السياحة المصرية

| المتغير | Coefficients | T | مستوي المعنوية | R ² | قيمة f | مستوي المعنوية |
|-----------------------------|--------------|-------|----------------|----------------|---------|----------------|
| ثابت الانحدار | 0.228 | 1.175 | 0.024 | 0.640 | 242.153 | 0.000 |
| الإبداع في العنصر البشري | 0.104 | 0.542 | 0.008 | | | |
| الإبداع في بيئة العمل | 0.350 | 1.330 | 0.001 | | | |
| الإبداع في الخدمات السياحية | 0.683 | 2.818 | 0.005 | | | |

يتضح من جدول رقم (9) أن هناك تأثير معنوي للإبداع التكنولوجي علي الجودة المتميزة في شركات السياحة، حيث بلغت قيمة F المحسوبة (242.153) بمستوي معنوية (0.000) وهي أكبر من قيمتها الجدولية، ويوضح هذا الجدول نسبة التغيير في مستوي الجودة المتميزة في شركات السياحة من خلال الإبداع التكنولوجي في تلك الشركات، حيث بلغت قيمة معامل الانحدار (0.640)، والتي تعني أن المتغير المستقل "الإبداع التكنولوجي" يؤثر بنسبة (64%) في المتغير التابع "الجودة المتميزة"، أي أن الإبداع التكنولوجي في شركات السياحة يساهم في تعزيز مستوي الجودة المتميزة في تلك الشركات بنسبة 64%. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة كل من غفال وآخرون (2017) ولورزازي (2019)، حيث توصلت هاتين الدراستين إلي وجود أثر إيجابي للإبداع التكنولوجي علي الجودة المتميزة. وهذا ما يثبت صحة الفرض الفرعي الأول للفرض الرئيسي الأول القائل " يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للإبداع التكنولوجي علي الجودة المتميزة في شركات السياحة المصرية فئة "أ"."

ثالثاً: أثر الإبداع التكنولوجي علي الكفاءة المتميزة في شركات السياحة المصرية

جدول رقم (10): أثر الإبداع التكنولوجي علي الكفاءة المتميزة في شركات السياحة المصرية

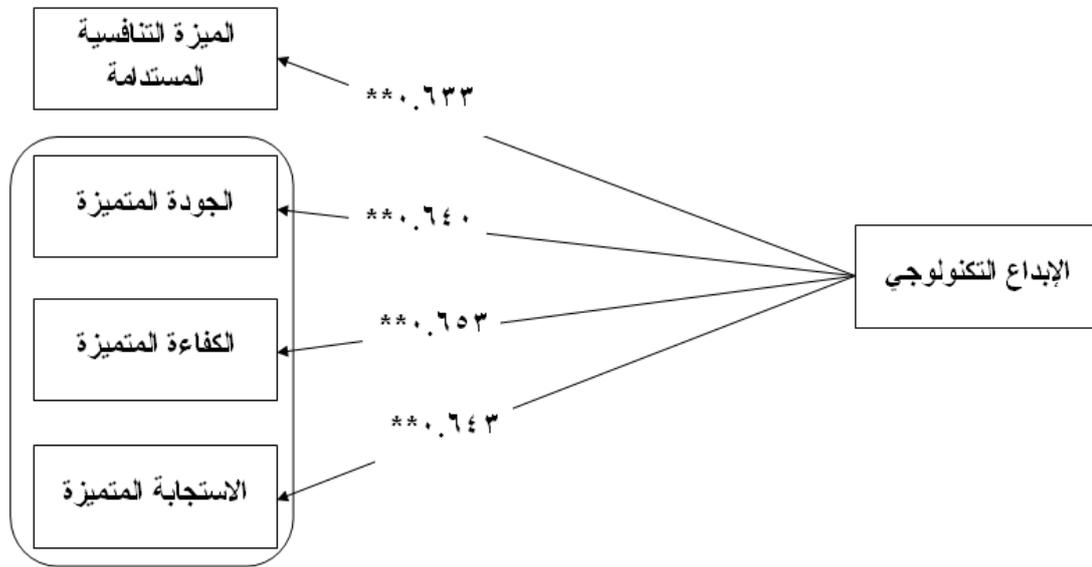
| المتغير | Coefficients | T | مستوي المعنوية | R ² | قيمة f | مستوي المعنوية |
|-----------------------------|--------------|-------|----------------|----------------|---------|----------------|
| ثابت الانحدار | 0.613 | 3.693 | 0.000 | 0.653 | 255.830 | 0.000 |
| الإبداع في العنصر البشري | 0.647 | 3.932 | 0.000 | | | |
| الإبداع في بيئة العمل | 0.327 | 1.453 | 0.014 | | | |
| الإبداع في الخدمات السياحية | 1.168 | 5.639 | 0.000 | | | |

يتضح من جدول رقم (10) أن هناك تأثير معنوي للإبداع التكنولوجي علي الكفاءة المتميزة في شركات السياحة، حيث بلغت قيمة F المحسوبة (255.830) بمستوي معنوية (0.000) وهي أكبر من قيمتها الجدولية، ويوضح هذا الجدول نسبة التغيير في مستوي الكفاءة المتميزة في شركات السياحة من خلال الإبداع التكنولوجي في تلك الشركات، حيث بلغت قيمة معامل الانحدار (0.653)، والتي تعني أن المتغير المستقل "الإبداع التكنولوجي" يؤثر بنسبة (65.3%) في المتغير التابع "الكفاءة المتميزة"، أي أن الإبداع التكنولوجي في شركات السياحة يساهم في تعزيز مستوي الكفاءة المتميزة في تلك الشركات بنسبة 65.3%. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة جابر وبوطلاعة (2018) التي توصلت إلي وجود أثر إيجابي للإبداع التكنولوجي علي الكفاءة المتميزة. وهذا ما يثبت صحة الفرض الفرعي الثاني للفرض الرئيسي الأول القائل " يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للإبداع التكنولوجي علي الكفاءة المتميزة في شركات السياحة المصرية فئة "أ"."

رابعاً: أثر الإبداع التكنولوجي علي الاستجابة المتميزة في شركات السياحة المصرية
جدول رقم (11): أثر الإبداع التكنولوجي علي الاستجابة المتميزة في شركات السياحة المصرية

| المتغير | Coefficients | T | مستوي المعنوية | R ² | قيمة f | مستوي المعنوية |
|-----------------------------|--------------|-------|----------------|----------------|---------|----------------|
| ثابت الانحدار | 1.036 | 7.384 | 0.000 | 0.643 | 245.248 | 0.000 |
| الإبداع في العنصر البشري | 0.799 | 5.745 | 0.000 | | | |
| الإبداع في بيئة العمل | 0.241 | 1.217 | 0.028 | | | |
| الإبداع في الخدمات السياحية | 1.491 | 8.522 | 0.000 | | | |

يتضح من جدول رقم (11) أن هناك تأثير معنوي للإبداع التكنولوجي علي الاستجابة المتميزة في شركات السياحة، حيث بلغت قيمة F المحسوبة (245.248) بمستوي معنوية (0.000) وهي أكبر من قيمتها الجدولية، ويوضح هذا الجدول نسبة التغيير في مستوي الاستجابة المتميزة في شركات السياحة من خلال الإبداع التكنولوجي في تلك الشركات، حيث بلغت قيمة معامل الانحدار (0.643)، والتي تعني أن المتغير المستقل "الإبداع التكنولوجي" يؤثر بنسبة (64.3%) في المتغير التابع "الاستجابة المتميزة"، أى أن الإبداع التكنولوجي في شركات السياحة يساهم في تعزيز مستوي الاستجابة المتميزة في تلك الشركات بنسبة 64.3%. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة كل من البشير وآخرون (2017) وجابر وبوطلاحة (2018)، حيث توصلت هاتين الدراستين إلي وجود أثر إيجابي للإبداع التكنولوجي علي الاستجابة المتميزة. وهذا ما يثبت صحة الفرض الفرعي الثالث للفرض الرئيسي الأول القائل "يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للإبداع التكنولوجي علي الاستجابة المتميزة في شركات السياحة المصرية فئة "أ". ويلخص شكل رقم (2) أثر الإبداع التكنولوجي علي الميزة التنافسية المستدامة وأبعادها.



شكل رقم (2) أثر الإبداع التكنولوجي علي الميزة التنافسية المستدامة وأبعادها

النتائج والتوصيات

أولاً: نتائج الدراسة

- لدي شركات السياحة المصرية فئة "أ" مستوي مرتفع من الإبداع التكنولوجي. وقد جاء بُعد "الإبداع في العنصر البشري" في المرتبة الأولى كأعلى أبعاد الإبداع التكنولوجي في شركات السياحة، يليه بُعد

- "الإبداع في مجال الخدمات السياحية" في المرتبة الثانية من حيث الارتفاع، وأخيراً يأتي بُعد "الإبداع في بيئة العمل في الشركة".
- تتميز شركات السياحة المصرية فئة "أ" باستدامة ميزتها التنافسية بشكل واضح. وقد جاء بُعد "الكفاءة المتميزة" جاء في المرتبة الأولى كأعلى أبعاد الميزة التنافسية المستدامة في شركات السياحة، يليه بُعد "الجودة المتميزة" في المرتبة الثانية من حيث الارتفاع، وأخيراً يأتي بُعد "الاستجابة المتميزة".
 - هناك علاقة ارتباط معنوية وطردية قوية بين الإبداع التكنولوجي والميزة التنافسية المستدامة في شركات السياحة المصرية فئة "أ". كما أن هناك علاقة معنوية وطردية قوية بين الإبداع التكنولوجي وجميع أبعاد الميزة التنافسية المستدامة، وكانت العلاقة أقوى بين الإبداع التكنولوجي وبُعد "الاستجابة المتميزة"، يليها العلاقة بين الإبداع التكنولوجي وبُعد "الكفاءة المتميزة".
 - هناك تأثير معنوي وإيجابي للإبداع التكنولوجي في شركات السياحة المصرية فئة "أ" على الميزة التنافسية المستدامة في تلك الشركات. كما أن الإبداع التكنولوجي يؤثر معنوياً وإيجابياً في أبعاد الميزة التنافسية المستدامة الثلاثة (الجودة المتميزة، والكفاءة المستدامة، والاستجابة المتميزة).

ثانياً: توصيات الدراسة

- في ضوء ما توصلت إليه الدراسة من نتائج؛ يتقترح الباحث التوصيات التالي لتعزيز مستويات الإبداع التكنولوجي في شركات السياحة، ودعم قدرات تلك الشركات لاستدامة ميزتها التنافسية:
1. توعية شركات السياحة المصرية بأهمية الإبداع التكنولوجي ودوره في تحسين المزايا التنافسية. وبما أن الإبداع التكنولوجي يقود إلى اكتساب الشركة لميزة تنافسية، فعلى شركات السياحة الاهتمام به أكثر، خاصة وأنها تواجه منافسة قوية من طرف الشركات العالمية المتواجدة في قطاع السياحة في مصر.
 2. التشجيع المتواصل على الإبداع التكنولوجي، وتوفير الظروف المناسبة التي تسمح بإنشاء مزايا تنافسية صعبة التقليد ومستمرة لشركات السياحة بصفة عامة.
 3. ضرورة نشر ثقافة الإبداع التكنولوجي داخل شركات السياحة المصرية، وإشراك كل العاملين فيها وإشعارهم بضرورته لضمان الاستمرار والنجاح، والتركيز على تنمية وتطوير روح الإبداع والإبتكار لديهم، وتدريبهم على أساليب التفكير الإبداعي وعلى استيعاب التكنولوجيا الحديثة من خلال عقد الندوات واللقاءات والمناقشات المتعلقة بالأفكار الجديدة.
 4. المساهمة في توفير بنية تحتية تدعم الإبداع التكنولوجي لدى شركات السياحة المصرية.
 5. ضرورة الاهتمام بنوعية البرامج التدريبية التي تقدمها الشركات، وتكثيف البرامج التدريبية المهمة بالإبداع التكنولوجي، بجانب التوجيه المستمر في هذا الجانب.
 6. تعزيز الاهتمام بقسم البحث والتطوير بشركات السياحة بشكل مستمر من خلال توفير الموارد المالية والبشرية لتطوير وتحسين الخدمات. وفي حالة عدم وجود هذا القسم بالشركات؛ فينبغي الاهتمام باستحداثه ضمن الهيكل التنظيمي لما له من دور مؤثر بشكل قوي في استدامة الميزة التنافسية لتلك الشركات.
 7. استحداث قسم في شركات السياحة تابع لقسم البحث والتطوير يسمى (إدارة الإبداع التكنولوجي) لنشر الوعي الإبداعي لدى العاملين المبدعين وتحفيزهم، ودراسة الاستفادة منهم والعمل على مساعدتهم في تطبيق أفكارهم الإبداعية لما له من أهمية كبيرة في زيادة تحقيق الميزة التنافسية التي تساعد الشركات على الاستمرار والنمو.

المراجع العربية

- أبو حماد، أحمد (2018) أثر التكلفة المستهدفة في تحقيق الميزة التنافسية في ظل المعرفة المحاسبية في الشركات الصناعية المساهمة العامة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة آل البيت - الأردن.
- أبو عطا، عاهد (2018) دور الإبداع التكنولوجي في تعزيز المسؤولية المجتمعية، مجلة جامعة الأزهر - غزة، سلسلة العلوم الإنسانية، 20، 1-32.

- أبو وردة، شيرين؛ عبد السلام، رمضان وعبد الرسول، نهلة (2019) العلاقة بين التوجه بالسوق المستدام والميزة التنافسية المستدامة في البنوك التجارية العاملة في مصر، مجلة الدراسات التجارية المعاصرة، 8، 719-679.
- إسماعيل، عمار ومحمد، نجاح (2021) دور التسويق الريادي في تدعيم الميزة التنافسية المستدامة: دراسة تطبيقية علي الشركات الصناعية بمدينة السادات، المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والإدارية، (1)، 97-127.
- الباز، محمد (2020) أثر قيادة الأعمال التكنولوجية في تنمية الإبداع والابتكار التكنولوجي: دراسة ميدانية علي شركات الأدوية، المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، 11(2)، 1268-1287.
- البشير، مركان؛ مامة، بركان ومحفوظ، ماجن (2017) دور الإبداع التكنولوجي في تحسين تنافسية المؤسسة الجزائرية – دراسة حالة مؤسسة كوندور إلكترونيكس ببرج بوعريج، مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية، 2، 72-84.
- الخريشة، هبة (2015) التمكين الإداري وأثره في الإبداع التكنولوجي التدريجي: سلوك المواطن التنظيمية كمتغير معدل: دراسة ميدانية علي الشركات الصناعية المساهمة العامة الأردنية العاملة في قطاع الصناعات الهندسية والإنشائية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الدراسات العليا، جامعة العلوم الإسلامية العالمية.
- الرميدي، بسام (2018) الهدم الخلاق كمدخل لتحقيق ميزة تنافسية مستدامة في شركات السياحة المصرية، مجلة كلية السياحة والفنادق – جامعة مدينة السادات، 2(2)، 19-1.
- السوسي، يوسف (2015) درجة ممارسة الكليات التقنية في محافظات غزة لإدارة التميز وعلاقتها بالميزة التنافسية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية، الجامعة الإسلامية - غزة.
- الشريدة، نادية (2018) أثر الالتزام بمتطلبات معيار العرف والإفصاح العام على تحقيق الميزة التنافسية: دراسة تطبيقية على المصارف الإسلامية في مملكة البحرين، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الدراسات العليا، جامعة العلوم الإسلامية العالمية.
- العامري، صالح والمعموري، شيماء (2020) تأثير عمليات المعرفة علي الإبداع التكنولوجي: دراسة تطبيقية في شركة أور العامة، مجلة العلوم الاقتصادية، 15(57)، 69-31.
- القرشي، أحمد (2019) الاقتصاد المعرفي ودوره في تحقيق الإبداع التكنولوجي بالتعليم الجامعي المعاصر، مجلة دراسات تربوية واجتماعية، 25(5)، 416-383.
- بخوش، مديحة (2020) دور الإبداع التكنولوجي في استدامة الميزة التنافسية – تجربة شركة علي بابا الصينية في ظل جائحة كورونا، مجلة دراسات في الاقتصاد وإدارة الأعمال، 3(5)، 21-1.
- براشن، عماد الدين وروايح، عبد الباقي (2021) دور البرمجيات الحرة ومفتوحة المصدر في تحفيز الإبداع التكنولوجي علي ضوء تجربة شركة ELIT، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، 7(2)، 106-87.
- بعداش، حنان (2019) دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق أبعاد المسؤولية الاجتماعية – دراسة حالة: مؤسسة سونطراك مديرية الصيانة – بسكرة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة.
- بن بولرباج، سارة والطيف، عبد الكريم (2020) واقع ممارسات الإبداع التكنولوجي في المؤسسة الصناعية: دراسة ميدانية بمؤسسة كوندور إلكترونيك، مجلة إدارة الأعمال والدراسات الاقتصادية، 6(1)، 309-328.
- بوداود، أمينة وبن زيان، عبد الباقي (2018) الإبداع التكنولوجي والقدرة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية العمومية في الجزائر – حالة الجيل الثالث 3G في فروع سوناطراك بوهران، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، 23، 1-25.
- بوراس، فائزة (2018) الاستثمار في رأس المال البشري كمدخل لاكتساب الميزة التنافسية المستدامة في منظمات الأعمال، مجلة رماح للبحوث والدراسات - مركز البحث وتطوير الموارد البشرية - رماح – الأردن.

- **بوقابة، وردية (2017) الإبداع التكنولوجي مدخل لتحقيق التفوق التنافسي للمنظمة، مجلة أبعاد اقتصادية، 7، 487-508.**
- **بوقرة، سعيدة وصالوي، مراد (2021) دور الإبداع التكنولوجي في تعزيز القدرة التنافسية للمؤسسة: دراسة حالة شركة مايكروسفت، مجلة دراسات اقتصادية، 41(1)، 184-199.**
- **جابر، زيد وبوطلاعة، محمد (2018) المورد البشري والإبداع التكنولوجي كمصدر للميزة التنافسية لدي البنوك العمومية الجزائرية، مجلة إضافات اقتصادية، 2(3)، 92-73.**
- **جواد، عبد الرحمن (2015) أثر الخصائص والممارسات السلوكية على مستوى الإبداع التكنولوجي – دراسة حالة على أصحاب الشركات الريادية المحتضنة لدي حاضنات التكنولوجيا والأعمال بقطاع غزة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية والعلوم الإدارية، جامعة الأزهر، غزة.**
- **حجاج، عبد الرؤوف (2019) تقييم كفاءة الإبداع التكنولوجي في المؤسسات الصناعية: حالة مؤسسة كوندور للصناعات الإلكترونية والكهرومنزلية 2004-2013، مجلة آفاق للبحوث والدراسات، 4، 274-284.**
- **حسن، أحمد (2017) أثر ممارسات إدارة الجودة الشاملة في تحقيق الميزة التنافسية دراسة ميدانية بشركات الادوية الأردنية حسب حجم الشركات، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط – الأردن.**
- **حسنيين، محمد ومحمد، أمينة (2020) فاعلية الممارسات الإستراتيجية لإدارة الموارد البشرية في تحقيق الميزة التنافسية 2013-2018م: دراسة حالة المملكة العربية السعودية جامعة الملك خالد، مجلة رماح للبحوث والدراسات، 39، 194-223.**
- **حمادي، عفاف وجرمان، الربيعي (2021) الإبداع التكنولوجي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية في ظل اقتصاد المعرفة (قراءة تحليلية في بعض النصوص القانونية والمعطيات العددية)، مجلة البشائر الاقتصادية، 7(1)، 644-666.**
- **حمد، محمد (2020) تصور مقترح لتفعيل دور إستراتيجية المحيط الأزرق في تعزيز الميزة التنافسية المستدامة في جامعة أسيوط: دراسة حالة، المجلة التربوية، 76، 2031-2095.**
- **خالدي، ريم (2015) دور الإبداع التكنولوجي في تنمية الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية – دراسة حالة المؤسسة الوطنية للدهن، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة العقيد أكلي محند أولحاج بالبويرة.**
- **ختة، مبروكة (2015) فعالية الإبداع التكنولوجي في تحسين تنافسية المؤسسة الاقتصادية – دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر بالوادي، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الشهيد حمة لخضر بالوادي، الجزائر.**
- **ريغي، مليكة (2017) دور البحث والتطوير والإبداع التكنولوجي في رفع القدرة التنافسية للمشروعات الصناعية العربية – دراسة تحليلية، مجلة البحوث والدراسات التجارية، 1، 31-48.**
- **زعبوب، وفاء (2015) دور الإبداع التكنولوجي في تحسين الميزة التنافسية للبنوك – دراسة حالة البنك الخارجي الجزائري، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أم البواقي، الجزائر.**
- **زاوي، حميدة (2018) الإبداع التكنولوجي كمدخل لاكتساب ميزة تنافسية مستدامة بالمؤسسة الاقتصادية الجزائرية – دراسة حالة لمؤسسة اقتصادية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة.**
- **سليم، هانم (2020) متطلبات تحقيق الميزة التنافسية لمؤسسات التعليم النوعي بمصر: دراسة حالة لكلية التربية النوعية جامعة الزقازيق، المجلة التربوية، 78، 1831-1939.**
- **صالح، عمرو (2020) دور إدارة المواهب في تحقيق الإبداع التكنولوجي – دراسة ميدانية علي مجموعة من المؤسسات الصناعية بولاية المسيلة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة.**

- **صالح، ماجد (2017)** عناصر التحسين المستمر ودورها في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة: دراسة تحليلية في شركة (Carrefour)، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية المجلد 2 العدد 38، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة تكريت – العراق.
- **طهار، ناصر (2020)** الإبداع التكنولوجي لتحسين توقع المؤسسات الصناعية ضمن هيكلها التنافسي: دراسة حالة شركة السويدي للكابلات بالجزائر، مجلة بحوث الإدارة والاقتصاد، 2(5)، 69-57.
- **طهار، ناصر وفلاق، محمد (2020)** أثر إدراك المستهلك الجزائري للإبداع التكنولوجي في المنتجات علي نية شرائه لها – دراسة حالة منتجات كوندور، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، 12(3)، 187-196.
- **عبد الحميد، أنس (2018)** 2 أثر عناصر المزيج التسويقي على الميزة التنافسية دراسة ميدانية في مصنع بلاستيك بعمان، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط – الأردن.
- **عبد العزيز، عبد العزيز (2019)** دور التماثل التنظيمي في دعم الميزة التنافسية المستدامة: دراسة تطبيقية علي العاملين بالشركة المصرية للاتصالات بمحافظة المنوفية، المجلة العلمية للبحوث التجارية، 6(3)، 275-316.
- **علي، علي (2013)** متطلبات استدامة الميزة التنافسية في التعليم العالي: وجهة النظر القائمة علي أساس الموارد – دراسة حالة الجامعة الإسلامية بغزة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية – غزة.
- **غضبان، حسام الدين (2020)** دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق إستراتيجية التنوع في المؤسسة الاقتصادية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر – بسكرة.
- **غفال، إلياس؛ مدوكي، يوسف وزقير، عادل (2017)** أهمية الإبداع التكنولوجي كمصدر للميزة التنافسية في المؤسسات الصناعية، مجلة العلوم الإدارية والمالية، 1(1)، 320-308.
- **كردي، أحمد علي (2018)** أثر تخطيط الاحتياجات من المواد MRP في الميزة التنافسية: دراسة حالة أدوية الحكمة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة آل البيت - الأردن.
- **لورزاري، رضوان (2019)** دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة الصناعية – دراسة ميدانية بمؤسسة IRIS ولاية سطيف، رسالة ماجستير غير منشورة، معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوصوف ميله.
- **محمد، سلمى طه (2017)** خصائص نظم المعلومات الإدارية وأثرها في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة: من وجهة نظر العاملين في قطاع البنوك بولاية الخرطوم - السودان، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، 18(1)، 70-89.
- **محمد، علي (2017)** دور أسلوب القياس المرجعي في إدارة التكلفة الإستراتيجية للمنتجات ودعم الميزة التنافسية للشركات الصناعية: دراسة ميدانية على عينة من الشركات الصناعية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الدراسات العليا، جامعة النيلين- السودان.
- **معاد، ميمون (2019)** دور التسويق الأخضر في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة – دراسة حالة منظمة الأعمال تويوتا، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة وهران 2، الجزائر.
- **مهدي، مراد ويحيوي، نصيرة (2020)** الإبداع التكنولوجي آلية لتعزيز دعائم الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية، مجلة أبعاد اقتصادية، 10، 456-473.
- **موسي، كوثر (2016)** دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية – دراسة تطبيقية علي شركات الاتصالات الفلسطينية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية غزة.
- **هشام، برو (2016)** دور القيادة الإدارية في تحقيق ميزة تنافسية مستدامة بالمؤسسة الاقتصادية: تطبيق ممارسات نموذج فيفر للقيادة الفعالة للعنصر البشري، مجلة الحكمة للدراسات الاقتصادية – مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع – الجزائر.
- **وهابي، كلثوم (2020)** دور الإبداع التكنولوجي في تنمية إستراتيجية التمييز: دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر بالبويرة، مجلة العلوم الإنسانية، 7(1)، 398-381.

ثانياً: المراجع الأجنبية

- Al-Romeedy, B. (2019). Strategic Agility as a Competitive Advantage in Airlines–Case Study: Egypt Air. *Journal of the Faculty of Tourism and Hotels-University of Sadat City*, 3(1), 1-15.
- Butt, A., Lodhi, R. N., & Shahzad, M. K. (2020). Staff retention: a factor of sustainable competitive advantage in the higher education sector of Pakistan. *Studies in Higher Education*, 45(8), 1584-1604.
- Cancino, C. A., La Paz, A. I., Ramaprasad, A., & Syn, T. (2018). Technological innovation for sustainable growth: An ontological perspective. *Journal of Cleaner Production*, 179, 31-41.
- Chen, R., Lee, Y. D., & Wang, C. H. (2020). Total quality management and sustainable competitive advantage: serial mediation of transformational leadership and executive ability. *Total Quality Management & Business Excellence*, 31(5-6), 451-468.
- Cheng, B. L., Cham, T. H., Dent, M. M., & Lee, T. H. (2019). Service innovation: building a sustainable competitive advantage in higher education. *International Journal of Services, Economics and Management*, 10(4), 289-309.
- Della Corte, V., & Aria, M. (2016). Coopetition and sustainable competitive advantage. The case of tourist destinations. *Tourism Management*, 54, 524-540.
- Elzek, Y., Gaafar, H. and Abdelsamie, H. (2020). Practices of Tourism Innovation in Tourism Industry: The Case Study of Egypt, *Journal of the Faculty of tourism and Hotels-University of Sadat City*, 4(1/2), 1-14.
- Elzek, Y., Gaafar, H., & Abdelsamie, H. (2021). The Impact of Green Innovation on Sustainability Performance in Travel Agencies and Hotels: The Moderating Role of Environmental Commitment. *International Journal of Hospitality & Tourism Systems*, 14(2), 15-24.
- Emeagwal, L., & Ogbonmwan, K. O. (2018). Mapping the perceived role of strategic human resource management practices in sustainable competitive advantage. *Academy of Strategic Management Journal*, 17(2), 1-19.
- Evans, N. G. (2016). Sustainable competitive advantage in tourism organizations: A strategic model applying service dominant logic and tourism's defining characteristics. *Tourism Management Perspectives*, 18, 14-25.
- Guimarães, J. C. F. D., Severo, E. A., & Vasconcelos, C. R. M. D. (2017). Sustainable competitive advantage: a survey of companies in Southern Brazil. *BBR. Brazilian Business Review*, 14, 352-367.
- Hervás-Oliver, J. L., Sempere-Ripoll, F., & Boronat-Moll, C. (2021). Technological innovation typologies and open innovation in SMEs: Beyond internal and external sources of knowledge. *Technological Forecasting and Social Change*, 162, 120338.
- Hong, T. L., Cheong, C. B., & Rizal, H. S. (2016). Service innovation in Malaysian banking industry towards sustainable competitive advantage through environmentally and socially practices. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 224, 52-59.
- Jatmiko, B., Udin, U. D. I. N., Raharti, R., Laras, T., & Ardhi, K. F. (2021). Strategies for MSMEs to Achieve Sustainable Competitive Advantage: The SWOT Analysis Method. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(3), 505-515.
- Jianmin, W., & Li, Y. (2020). Does factor endowment allocation improve technological innovation performance? An empirical study on the Yangtze River Delta region. *Science of the Total Environment*, 716, 137107.
- Kelly, B., Papanikolaou, D., Seru, A., & Taddy, M. (2021). Measuring technological innovation over the long run. *American Economic Review: Insights*, 3(3), 303-320.

- Li, G., Wang, X., Su, S., & Su, Y. (2019). How green technological innovation ability influences enterprise competitiveness. *Technology in Society*, 59, 101136.
- Liao, S. H., Chen, C. C., Hu, D. C., Chung, Y. C., & Yang, M. J. (2017). Developing a sustainable competitive advantage: absorptive capacity, knowledge transfer and organizational learning. *The Journal of Technology Transfer*, 42(6), 1431-1450.
- Pan, X., Guo, S., Li, M., & Song, J. (2021). The effect of technology infrastructure investment on technological innovation-A study based on spatial durbin model. *Technovation*, 107, 102315.
- Wang, C., Qiao, C., Ahmed, R. I., & Kirikkaleli, D. (2021). Institutional Quality, Bank Finance and Technological Innovation: A way forward for Fourth Industrial Revolution in BRICS Economies. *Technological Forecasting and Social Change*, 163, 120427.
- Yuan, B., & Zhang, Y. (2020). Flexible environmental policy, technological innovation and sustainable development of China's industry: The moderating effect of environment regulatory enforcement. *Journal of Cleaner Production*, 243, 118543.
- Zaki, H. and Al-Romeedy (2019). The Effect of High-Performance Work Practices on the Creative Performance and Talented Employee Retention: The Mediating Role of Job Embeddedness. *Journal of the Faculty of Tourism and Hotels, Alexandria University*, 16(1), 48-68.
- Zhang, Y., Khan, U., Lee, S., & Salik, M. (2019). The influence of management innovation and technological innovation on organization performance. A mediating role of sustainability. *Sustainability*, 11(2), 495-508.
- Zuo, L., Fisher, G. J., & Yang, Z. (2019). Organizational learning and technological innovation: the distinct dimensions of novelty and meaningfulness that impact firm performance. *Journal of the academy of marketing science*, 47(6), 1166-1183.

The Role of Technological Innovation in Achieving Sustainable Competitive Advantage in Egyptian Tourist Companies

Rashad Daa Mohamed Nehad Yehia Bassam Al-Romeedy

Faculty of Tourism and Hotels, University of Sadat City

Abstract

This study aimed to assess the impact of technological innovation in Egyptian tourism companies on their sustainable competitive advantage. To achieve this aim; 500 survey forms were distributed to a random sample of employees in tourism companies category "A", and 412 valid forms were analyzed using the SPSS v.24 program. To test the study's hypotheses; Correlation analysis, and multiple regression analysis were used. The study concluded that there is a significant and positive impact of technological innovation on the sustainable competitive advantage in the Egyptian tourism companies category "A". The results also highlighted the significant and positive impact of technological innovation on the three dimensions of sustainable competitive advantage (outstanding quality, outstanding efficiency, and outstanding response).

Keywords: technological innovation, sustainable competitive advantage, outstanding quality, outstanding efficiency, outstanding response.