

استخدام نماذج الوساطة في تحديد اثر اليقظة التكنولوجية على التسيير الاستراتيجي

Use mediation models to determine the impact of technological foresight on strategic management

محمد بداوي ، مخبر التنمية والدراسات الاقتصادية ،جامعة الأغواط (الجزائر) ،
(m.badaoui@lagh-univ.dz)

عبد القادر شتيح ، مخبر التمكين والتنمية المستدامة للبيئة الصحراوية ،جامعة الأغواط (الجزائر) ،
(ab.chettih@lagh-univ.dz)

تاريخ الاستلام: 2020/08/15 تاريخ القبول: 2020/12/17 تاريخ النشر: 2023/06/10

ملخص:

تناقش هذه الدراسة أثر اليقظة الاستراتيجية على تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة PME باستخدام طريقة جديدة لتحليل الوساطة في سياق PLS، وتم اختيار 69 مؤسسة صغيرة ومتوسطة قصد معرفة حجم هذا التأثير، ولقد عالجت هذه الورقة و أبرزت أهمية التأثير غير المباشر فيما يتعلق بحجم الوساطة . تم اثبات وجود أثر بالنسبة للإبداع كوسيط ، حيث وجدت وساطة تامة بين اليقظة التكنولوجية و لتسيير الاستراتيجي .
الكلمات المفتاحية : الوسيط ، اليقظة ، التكنولوجية ، التسيير الاستراتيجي ، الإبداع.

تصنيف *JEL* : C12 ؛ L22 ؛ C15 ؛ L26

Abstract: This study discusses the effect of technological foresight on strategic management for small and medium enterprises PME, by using a new method of analysis of mediation, 69 SME were selected in order to know the magnitude of this effect. Thus, this paper addressed the importance of the indirect impact in relation to the size of the mediation. The scanning conducted by the researchers confirmed the existence of the full effect to the innovation as a mediator, where the full mediation .

keyword: technological foresight; strategic ; innovation; Mediation .

JEL classification code : C12 ؛ L22 ؛ C15 ؛ L26

المؤلف المرسل: محمد بداوي،

الإيميل: m.badaoui@lagh-univ.dz

1. مقدمة:

تدور الإدارة الإستراتيجية في الأساس حول الاختيار من حيث ما قد تقوم به المنظمة لتحقيق أهداف وغايات محددة، حيث تؤدي مثل هذه الأهداف والغايات إلى تحقيق مهمة ورؤية ملعن عنها، وتعد الإستراتيجية جزءاً أساسياً من وظيفة التخطيط يتعلق باتخاذ الخيارات التي توفر للمنظمة بعض المقاييس للميزة التنافسية المستدامة. أفرزت التحولات العالمية تحديات جديدة في علم إدارة المنظمات، كما أن هناك العديد من التغييرات التي مست مستويات عدة وأبرزت واقعا جديدا وأدخلت مفاهيم وتقنيات حديثة تتسم بملامح ورؤى توافقية مع ديناميكية التغيير في هيكله هذه المنظمات ومن أبرز هذه التقنيات اليقظة التكنولوجية التي تعتبر عاملا مهما في تدعيم التسيير الاستراتيجي للمؤسسات، فهي توضح لصناع القرار وجوب الإنصات لبيئتها من زبائن، موردين، منافسين، تكنولوجيا... الخ، كما وقد قاد هذا الأسلوب إلى تقريب العديد من المؤسسات من محيطها للتعرف عليه والمساعدة على تحليله. ولا يمكن لمنظمة، خصوصا الناشطة في مجال الأعمال، أن تبذع، تنتج وتسوق إلا إذا اعتمدت تقنية أو نظام يسمح لها بالحصول على المعلومة الضرورية بالشكل اللازم وفي الوقت المناسب. ولهذا وجب على أي مؤسسة تتواجد في بيئة شديدة المنافسة ودرجة اللاتأكد، التحلي باليقظة واستغلال المعلومات الإستراتيجية لضمان البقاء والتكيف مع المحيط.

1.1 مشكلة الدراسة:

نظرا لحساسية النوع المدروس من المؤسسات التي اخترناها في دراستنا وهي الصغيرة والمتوسطة، لتوفر مجموعة من البدائل بين منتجاتها تجعل الزبون أمام عدة خيارات، ما يجعلها ملزمة بأن تعمل جاهدة على ضمان أفضل استجابة للزبائن من خلال اعتماد نظم تساعد على الرصد المستمر لكل الأبعاد المشكلة للبيئة الداخلية والخارجية تساعد على صياغة القرارات والاستراتيجيات الملائمة ومتابعتها وهو ما يمكننا من بلورة مشكلة الدراسة في السؤال الجوهرى التالي:

- كيف يمكن تحديد أثر اليقظة التكنولوجية على التسيير الاستراتيجي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة انطلاقا من استخدام إيداعها كوسيط؟

2.1 فرضيات الدراسة:

- للبحث في إشكالية الدراسة ومحاولة التعامل مع أسئلتها الفرعية، قمنا بصياغة الفرضيات التالية والتي سنحاول اختبار صحتها من خلال النتائج:
- لا يوجد تأثير معنوي لليقظة التكنولوجية على التسيير الاستراتيجي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$.
 - لا يوجد تأثير معنوي لليقظة التكنولوجية على ابداع للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$.
 - لا يوجد تأثير معنوي للإبداع على التسيير الاستراتيجي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$.
 - لا تأثير معنوي للإبداع كوسيط يعزز العلاقة بين اليقظة التكنولوجية والتسيير الاستراتيجي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$.

3.1 أهداف الدراسة:

- نسعى من خلال هذه الدراسة إلى الإجابة على التساؤل المطروح سابقا، فهي بذلك تهدف إلى:
- محاولة ضبط مصطلح اليقظة لتكنولوجية كأحد مكونات الذكاء الاقتصادي.
 - محاولة لفت انتباه مسؤولي المؤسسات وخصوصا الصغيرة والمتوسطة أو حتى الباحثين إلى أهمية اليقظة التكنولوجية كداعم للتسيير الاستراتيجي للمؤسسات ومرتكز للتسويق الاستراتيجي المحكم.
 - محاولة اقتراح بعض التوصيات والاقتراحات التي يمكن أن تساعد في اعتماد اليقظة التكنولوجية لتحسين التسيير الاستراتيجي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية.
 - محاولة جذب الباحثين إلى ضرورة إثراء هذا الموضوع والمواضيع المتصلة في بيئة الأعمال الجزائرية باستخدام تقنيات ونماذج منها تحليل الوساطة في مجال إدارة الأعمال على غرار ما قام به باحثون آخرون في مجالات أخرى.

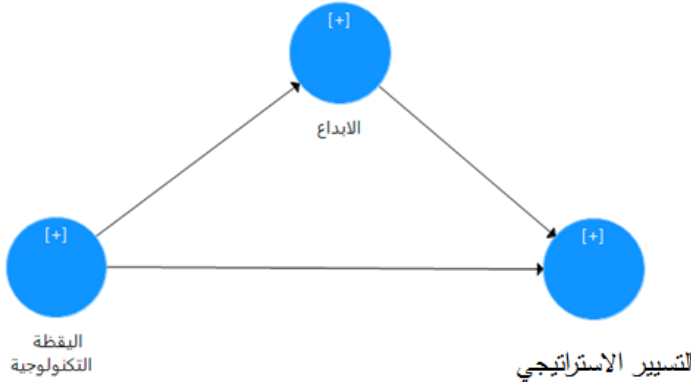
4.1 أهمية الدراسة:

تستمد هذه الدراسة أهميتها من المكانة التي يحتلها كل من مفهومي التسيير الاستراتيجي واليقظة التكنولوجية في ميدان التسيير الحديث وما تواجهه المؤسسات من ضرورة التغيير، بالإضافة إلى الدور والأثر الذي يمكن أن تلعبه أنظمة المعلومات ودقة مخرجاتها على مستويات الأداء الكلي للمؤسسات. كما أنه وبالرغم من الأهمية القصوى لمفهوم اليقظة التكنولوجية وضرورتها في المؤسسات، إلا أن الملاحظ أنه عرف تطوراً كبيراً على مستوى الاقتصاديات الغربية، في مقابل نقص إدراك المنظمات العربية لأهميته. ولهذا، أصبح من الضروري إجراء دراسات من هذا النوع لتشجيع التطبيق الجيد لهذا المفهوم. كما تأتي أهمية الدراسة من خلال التعامل مع دعائم وأبعاد الإدارة الحديثة باستعمال نماذج وأدوات تحليل رياضية أثبتت استخدامها في مجالات عدة نجاحات باهرة وأصبحت ضمن الأساليب المثلى لاتخاذ القرارات المناسبة في الأوقات المناسبة، وهذا ما يعزز ضرورة تنويع أدوات دراسة مجمل العلاقات بين المتغيرات الاقتصادية للوصول إلى نتائج أكثر دقة. مجتمع الدراسة هو الآخر أكسب الدراسة أهمية نظراً لما يتميز به من شدة المنافسة، بالإضافة إلى جاهزية هذا النوع للتغيير والتطور.

5.1 نموذج الدراسة:

لقد اعتمدنا في دراستنا على النموذج التالي:

الشكل 1: نموذج الدراسة



المصدر: من إعداد الباحثان بناء على فرضيات الدراسة.

2. الإطار المفاهيمي لمتغيرات الدراسة:

المتغير التابع في هذه الدراسة هو التسيير الاستراتيجي، وسنحاول تقديم تحليل هذا المتغير عن طريق متغير مستقل متمثل في اليقظة التكنولوجية وآخر وسيط يتمثل في الإبداع، ويمكن توضيحهم كالآتي:

اليقظة التكنولوجية (متغير مستقل) - الإبداع (كوسيط) ، ونوجز متغيرات الدراسة فيما يلي:

1.2 اليقظة التكنولوجية:

يعمل هذا النوع من اليقظة على تحديد التغيرات في التكنولوجيات المنافسة أو البديلة التي يمكن استخدامها في سياق نشاط المؤسسة، فهي تحدد تطور التقنيات والتكنولوجيات المستخدمة أو التي من المحتمل أن تستخدم من جانب المنظمة. وتشمل رصد براءات الاختراع، مصدر المعلومات عن المنظمات الناشطة في القطاع التكنولوجي، تغير سياسات منافسيها أو العملاء أو الموردين أو الشركاء المحتملين، تطور وديناميكية أسواقها.

ومن نماذج الأسئلة المطروحة في هذا السياق: هل يخضع نشاط أو قطاع المؤسسة لتعليقات بسيطة أو انقطاع؟ هل نرى تطوير لتكنولوجيات بديلة؟ ما هي نقاط قوتهم؟ هل تمثل تهديدا أو فرصة بالنسبة لنشاط المؤسسة؟ هل يبتكر و يبدع الموردون والعملاء والمنافسين فيما يتعلق بالتقنيات المستخدمة في عملياتها؟ في منتجاتها؟

2.2 التسيير الاستراتيجي:

يمثل التسيير الاستراتيجي مجموعة القرارات والممارسات الإدارية ذات الصلة بتحديد التوجه الاستراتيجي للمنظمة وخلق ميزة مستدامة تمكنها من تحقيق أهدافها بطريقة مميزة. بمعنى أن التسيير الاستراتيجي ما هو إلا صياغة وتطبيق وتقييم القرارات والأعمال التي من شأنها أن تمكن المنظمة من وضع أهدافها موضع تنفيذ. -Abdel (Ridha Al-Rasheed Saleh ,2008 ,P:67).

3.2 الإبداع:

الإبداع هو قدرة الشخص على استخدام المهارات العقلية لإيجاد أفكار جديدة، خارجة عن المؤلف (surbhi, 2018 , p :5) . أو هو مزيج من القدرات والاستعدادات والخصائص الشخصية التي إذا وجدت بيئة مناسبة يمكن أن ترقى بالعمليات العقلية لتؤدي

إلى نتائج أصيلة ومفيدة للفرد والشركة/المؤسسة والمجتمع والعالم. ويرتبط الإبداع بالابتكار الذي هو الطرق أو الأساليب الجديدة المختلفة الخارجة أو البعيدة عن التقليد التي تستخدم في عمل أو تطوير الأشياء والأفكار (Nasser Al-Adaili , 2009 ,P:9).

3. تحليل متغيرات الوساطة:

لأي علم هدف يبين كيفية سيرورة عملياته المفسرة له، ومن بين هذه العمليات نجد العلاقات التأثيرية بين المتغيرات المكونة للظاهرة المدروسة، وتلعب متغيرات الوساطة دورا مهما في إعطاء بعدا تحليليا مبني على هذه التأثيرات غير المباشرة (ze-wei and (all , 2014, p :75).

واستخدمت متغيرات الوساطة من قبل الكثير من الباحثين انطلقت من علم النفس وفيما بعد طبقت في علوم أخرى، ويطلق الباحثين النفسانيين التأثير غير المباشر وذلك لأن التأثير ينتقل من المتغير المستقل X نحو المتغير التابع Y عن طريق متغير ثالث (Ghufuran Ismail , 2006 ,P:260).

3.1 تقييم نموذج القياس للدراسة:

أول ما نقوم به هو تحديد مجتمع الدراسة والذي يتكون من جميع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة PME - بالجزائر- ونظرا لصعوبة الدراسة في مثل هذه المواضيع ولاتساع رقعة البلاد، تم اختيار 69 مؤسسة، حيث قام الباحثان باستخدام العينة العشوائية البسيطة.

3.2 تشخيص النموذج:

يتكون النموذج النظري من مجموعة من العلاقات السببية المفسرة لطبيعة تنافسية المؤسسات. وضمن هذا النموذج الذي يسمى أيضاً بنموذج التحليل تكون كل علاقة مدعمة بفرضية مرتكزة على إطار نظري أو ملاحظات امبريقية.

يتكون النموذج العام لبحثنا من متغيرات كامنة (Latentes) مستقلة وتابعة، وتتمثل في اليقظة التكنولوجية بالإضافة إلى الإبداع والتنافسية، أما المتغيرات الظاهرة (manifestes)، فهي تتعلق بالعبارات المكونة للمتغيرات الكامنة .

3.3 تحليل النتائج:

سنبدأ في هذه الفقرة بتطبيق الأدوات الإحصائية سالفة الذكر لتحليل الاستبيان واستخلاص النتائج من خلال ما يلي:

4.3 تقييم نموذج القياس:

يحتوي النموذج المحدد في هذه الدراسة على ثلاثة متغيرات كامنة مع نموذج قياس عاكس، وسنحاول إيجاد تقديرات بين المتغيرات الكامنة والظاهرة. و يوضح الجدول (1) تقديرات ألفا كرونباخ ومتوسط التباين المفسر AVE ، بينما يبين الجدول (2) الارتباط وصحة التمايز .

الجدول 1: نموذج القياس التسيير الاستراتيجي

المتغيرات	كرونباخ ألفا	AVE
الابداع	0.917	0.858
التسيير الاستراتيجي	0.967	0.736
اليقظة التكنولوجية	0.772	0.812

المصدر: من مخرجات برنامج SmartPLS.

الجدول 2: الارتباط و صحة التمايز

المتغيرات	الابداع	التسيير الاستراتيجي	اليقظة التكنولوجية
الابداع	0.927		
التسيير الاستراتيجي	0.956	0.858	
اليقظة التكنولوجية	0.436	0.414	0.901

المصدر: من مخرجات برنامج SmartPLS.

تم تقييم صحة التمايز Discriminant validity من خلال معيار Fornel-Lacker (ab. Hamid and all, 2017, p : 130) ، حيث يبين الجدول (2) أن الجذر التربيعي لـ AVE للمتغيرات الكامنة أكبر من الارتباطات المرافقة للمتغيرات الكامنة المرافقة (latentvariables correlations LVC) ، وهذا ما يشير إلى صحة التمايز .

5.3 تقييم النموذج البنائي:

من خلال نماذج القياس السابقة تأكدنا أن عملية بناء نموذج هذه الدراسة موثوقة وصالحة، والخطوة التالية في PLS-SEM هي تقييم النموذج البنائي، قبل الانتقال إليه. ومن المهم فحص مستوى العلاقة الخطية المتداخلة في هذا النموذج. ووفق طريقة PLS-SEM تبرز مشكلة التداخل الخطي (collinearity) عندما تكون قيم التسامح tolerance من 0.20 أو أقل، وقيم VIF (معامل تضخم التباين) من 5 وأعلى على التوالي (hair joseph and all ,2013 , p :164) .

الجدول 3: تقييم علاقة التعدد الخطي

المتغيرات	الابداع	التسيير الاستراتيجي	اليقظة التكنولوجية
الابداع		1.234	
التسيير الاستراتيجي			
اليقظة التكنولوجية	1	1.234	

المصدر: من مخرجات برنامج SmartPLS.

يشير الجدول 3 إلى عدم وجود مشاكل التعدد الخطي multicollinearity، حيث أن جميع قيم VIF أقل من عتبة 5 (في حدود المسموح به).

6.3 معاملات الانحدار:

تظهر معاملات المسارات المباشرة وغير المباشرة أن علاقة النموذج البنوي ذات دلالة إحصائية (الجدول 4).

الجدول 4: معاملات الانحدار

المسار	المعاملات	الانحراف المعياري	T-test	P-value
الابداع ← التسيير الاستراتيجي	0.958	0.015	63.579	0.000
اليقظة التكنولوجية ← الابداع	0.436	0.086	5.096	0.000
اليقظة التكنولوجية ← التسيير الاستراتيجي	-0.003	0.029	0.116	0.908

المصدر: من مخرجات برنامج SmartPLS.

7.3 معامل التحديد (R^2):

معامل التحديد (R^2) عبارة عن مقياس شائع يتم على أساسه تقييم النموذج البنوي. ويمثل هذا المعامل التأثيرات المجمعلة لجميع المتغيرات المستقلة على المتغيرات التابعة. والملاحظ أن قيمة R^2 للنموذج الشامل هنا جيدة (91.3%).

8.3 العلاقة التنبؤية (Q^2):

يتم تقدير Q^2 بشكل عام باستخدام مسافة إغفال، فإذا كانت $Q^2 > 0$ فإن النموذج له صلة تنبؤية، وعلى العكس إذا كانت $Q^2 \leq 0$ ، فإن النموذج يفقر إلى الأهمية التنبؤية (Vincenzo Esposito and all, 2010, p: 553). وقد بلغت قيمة العلاقة التنبؤية للنموذج 0.659 (و هو ما يفسر القدرة العالية للتنبؤ بالنسبة لنموذج الدراسة).

9.3 حجم تأثير F^2 :

حجم تأثير الإبداع على التسيير الاستراتيجي قيمة جيدة جدا، في حين أن حجم تأثير اليقظة التكنولوجية ضعيف. وباعتبار أن الإبداع متغيرا تابعا، نجد أن حجم تأثير اليقظة التكنولوجية على الإبداع جيد، ونوضح ذلك في الجدول التالي:

الجدول 5: حجم التأثير F^2

التسيير الاستراتيجي (باعتباره متغير تابع)			الإبداع (باعتباره متغير تابع)		
المتغيرات الكامنة	حجم التأثير F^2	القرار	المتغيرات الكامنة	حجم التأثير F^2	القرار
اليقظة التكنولوجية	0.000	ضعيف	اليقظة التكنولوجية	0.234	مقبول
الإبداع	8.679	مرتفع			

المصدر: من مخرجات برنامج SmartPLS.

10.3 أثر الوساطة:

إن إدراج الإبداع كوسيط أمر ذو مغزى، لأننا بحاجة إلى أهمية المسارات غير المباشرة للتحقق من أن الإبداع يتوسط العلاقة بين اليقظة التكنولوجية والتسيير الاستراتيجي.

من خلال الجدول السابق تبين لنا وجود تأثير غير مباشر معنوي للوسيط
 $\beta_{XM} \times \beta_{MY}$ (دالة إحصائية).

اليقظة التكنولوجية ← الإبداع ← التسيير الاستراتيجي .

ولمعرفة تأثير الوسيط نستعين بمخرجات برنامج smartpls.

الجدول 6: تأثير المتغير الوسيط (الإبداع)

المسار	B	SE	T-value	P-value	القرار
اليقظة التكنولوجية ← الإبداع ← التسيير الاستراتيجي	0.419	0.083	5.057	0.000	رفض H_0

المصدر: من مخرجات برنامج SmartPLS.

بالنسبة للمسار: اليقظة التكنولوجية ← الإبداع ← التسيير الاستراتيجي، نلاحظ أن
 $(\text{sig}=0.000 < \alpha=0.05)$. وبالتالي نستنتج أنه يوجد تأثير ذو دلالة معنوية للمتغير الوسيط
 بالنسبة لهذا المسار، ما يعني وجود وساطة تامة لأن المسار المباشر بين اليقظة التكنولوجية
 والتسيير الاستراتيجي غير دال إحصائيا $(\text{sig}=0.404 > \alpha=0.05)$ جدول (4).

11.3 اختبار الفرضيات:

• بالنسبة للفرضية 1: بعد اختبارنا للفرضية الإحصائية (الصفرية) (رقم 1) ومن
 خلال الجدول رقم (4) تبين قبول H_0 ، وبالتالي نستنتج أنه لا يوجد تأثير معنوي لليقظة
 التكنولوجية على التسيير الاستراتيجي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة (نتحدث هنا عن
 المسار المباشر).

• بالنسبة للفرضية 2: بعد اختبارنا للفرضية الإحصائية (الصفرية) (رقم 2) ومن خلال
 الجدول رقم (4) تبين رفض H_0 ، وبالتالي نقبل بالفرض البديل H_1 ، أي أنه يوجد تأثير
 معنوي لليقظة التكنولوجية على إبداع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

• بالنسبة للفرضية 3 : بعد اختبارنا للفرضية الإحصائية (الصفرية) (رقم 3) ومن خلال الجدول رقم (4) تبين رفض H_0 ، وبالتالي نقبل بالفرض البديل H_1 ، أي أنه يوجد تأثير معنوي للإبداع على التسيير الاستراتيجي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

• بالنسبة للفرضية 4 : بعد اختبارنا للفرضية الإحصائية (الصفرية) (رقم 4) ومن خلال الجدول رقم (6) تبين رفض H_0 ، وبالتالي نقبل بالفرض البديل H_1 ، أي أن الإبداع كوسيط يعزز علاقة تأثير اليقظة التكنولوجية على التسيير الاستراتيجي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

4. الخاتمة:

من أجل فهم طبيعة تحليل الوساطة تمت مناقشة أنواعها نظريا، وصياغة نموذج عملي من خلال بحثنا الذي تمثل بدراسة أثر اليقظة التكنولوجية على التسيير الاستراتيجي مع إدراج متغير وسيط يتمثل في الإبداع .

أظهرت النتائج أهمية المسار غير المباشر الذي وجد به تأثير الوسيط: اليقظة التكنولوجية ← الإبداع ← التسيير الاستراتيجي، وتبين نوع هذه الوساطة بأنها وساطة كلية (تامة) ، وذلك لعدم معنوية التأثير المباشر بين اليقظة التكنولوجية والتسيير الاستراتيجي، ما يبين أهمية الإبداع ودوره في العلاقة بين اليقظة التكنولوجية والتسيير الاستراتيجي.

ومن خلال دراستنا هذه يمكن استخلاص أيضا أن طريقة بوتسرابينغ هي أداة قوية لتحليل الوساطة وهي أكثر فعالية وفق PLS-SEM مع تطبيق smartPLS. لذلك نوصي باستخدام هذه التقنية لتحليل الوساطة للباحثين في ميدان إدارة الأعمال والتسويق فيما يتعلق بتقييم نماذج القياس والنموذج البنائي، حيث يمكن لهذه النماذج أن تعزز طبيعة العلاقة المراد إثباتها في مجالات الأبحاث المذكورة كأدوات بحثية وتحليلية متاحة، وهذا ما لمسناه عند بعض الباحثين الاقتصاديين من خلال دراسات تخرج أو أبحاث جارية الإنجاز مؤخرا. كما نقترح توسيع حجم العينة باعتبار أن الوضع الصحي الذي خلفته جائحة كورونا كان عائقا أمامنا في توزيع عدد أكبر من الاستبيانات بل وحتى مسح مناطق بعيدة،

ما دفعنا إلى الاكتفاء بما استرجعناه قبل تعطل غالبية النشاطات الاقتصادية. بالإضافة إلى إمكانية اختيار وسيط آخر أو حتى استخدام عدة وسطاء في آن واحد، دون إغفال إمكانية إدراج متغيرات معدلة، إذ يمكن استخدام حتى عشرة متغيرات وسيطة وأربعة متغيرات معدلة وهذا ما سنحاول بدورنا تناوله مستقبلاً. فدراستنا هذه تتعلق بنموذج بسيط قمنا بتقديمه في مقابل بعض الأبحاث الأمريكية التي تعتمد 76 نموذجاً للتحليل.

قائمة المراجع:

1. Ze-wei Ma & Wei-nan Zeng (2014), *"A multiple mediator model: Power analysis based on Monte Carlo simulation"*, *American Journal of Applied Psychology*, 3(3): PP 72-79.
2. MacKinnon .David P , Fairchild .Amanda J. and Matthew S. Fritz (2007), *"Mediation Analysis"*, *The Annual Review of Psychology*, vol 58, PP 593-614.
3. Ul Hadi .Noor, Naziruddin Abdullah and Sentosa Ilham (2016), *"Making Sense of Mediating Analysis: A Marketing Perspective"*, *Revue Integr. Bus. Econ. Res. Vol 5(2)*, ISSN: 2304-1013 (Online); 2304-1269.
4. M R Ab Hamid , W Sami and M H Mohmad Sidek (2017), *"Discriminant Validity Assessment: Use of Fornell & Larcker criterion versus HTMT Criterion"*, *Journal of Physics: Conf. Series 890 (2017) 012163*, IOP Publishing.
5. Joseph F Hair, Jr, G. Tomas M. Hult , Christian M. Ringle and Marko Sarstedt.(2017), *"A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)"*, Second Edition, SAGE Publications, Los Angeles, P 164
6. Vincenzo Esposito Vinzi , Wynne W. Chin , Jörg Henseler and Huiwen Wang.(2010). *"Handbook of Partial Least Squares"*, Springer Heidelberg Dordrecht London New York, P 553.
7. Surbhi S (19-3-2015), *"Difference Between Creativity and Innovation"* keydifferences.com, Retrieved 29-3-2018. Edited.
8. Akter, S., D'Ambra, J. & Ray, P. (2011). *An evaluation of PLS based complex models: the roles of power analysis, predictive relevance and GoF index*. *Proceedings of the 17th Americas Conference on*

Information Systems (AMCIS2011) (pp. 1-7). Detroit, USA: Association for Information Systems.

9. Abdelkader chettih (2016), "**The Role of Economic Intelligence in the Strategic Management of Small and Medium Enterprises (Algeria as a Model)**", PhD thesis, majoring in Business Administration, Kasdi Merbah University - Ouargla - Algeria, p.: 45.
10. Abdel Hamid Nuaijat (2018), "**Quality of service and its effects on customer loyalty, a case study of telecommunications institutions in Algeria,**" a dissertation submitted as part of the requirements for obtaining a PhD in Science, Specialization: Business Administration, Faculty of Economic and Commercial Sciences and Management Sciences, Ammar Thaliji University in Laghouat, p: 298.
11. Muhammad Farid Al-Sahn, Tariq Taha Ahmed (2007), "**Marketing Management in the Environment of Globalization and the Internet,**" Dar Al-Fikr Al-Jami`, Egypt, pg. 255.
12. Muhammad Abdel-Azim Abu Al-Najjar (2008), "**Marketing Management: A Contemporary Introduction,**" University House for Printing and Publishing, Egypt, pg. 99.
13. Mahmoud Jassem Al-Sumaidaie, Rudeina Othman Youssef (2011), "**Strategic Marketing**", Dar Al-Masira for Publishing, Distribution and Printing, Amman, Jordan, Al-Tayaa Al-Awwal, p. 14.
14. Abd al-Ridha al-Rashid Salih, Dahesh Jalab Ihsan (2008), "**Strategic Management: An Integrative Approach**", Dar Al-Manhaj for Publishing and Distribution, Amman, Jordan, p.67.
15. Nasser Muhammad Al-Adaili (2009), *creativity and innovation are the basis for success and competition for companies*, Al-Eqtisadiyah Magazine.
16. Ghufraan Ismail Kamal and Bushra Saad Jassim (2006), "**Testing the Statistical Mediation Variables in the Structural Equations Model, with Practical Application**", Journal of Economic and Administrative Sciences, Issue 98, Volume 23, pp. 453-472.