

الخلاصة

يهدف البحث الحالي الى بيان دور التوجه الاستراتيجي كمتغير مستقل في تحقيق التسويق الابتكاري كمتغير تابع , من اجل التوصل الى الاليات المناسبة لتحقيق التسويق الابتكاري في شركة اسيا سيل للاتصالات, حيث تكونت عينة البحث من (42) فرداً من العاملين في شركة آسيا سيل للاتصالات , وقد أعتد المنهج الوصفي التحليلي , حيث استخدمت الاستبانة في جمع البيانات وتم اختبار الفرضيات باستخدام العديد من الأساليب الاحصائية بالاستعانة بالبرنامج الاحصائي (SPSS) بالإضافة الى الوسائل الاحصائية المتمثلة بـ (الانحراف المعياري, الوسط الحسابي , معامل الارتباط لسبيرمان, والصدق الاحصائي) ، وقد توصل البحث الى مجموعة من الاستنتاجات أهمها اكدت النتائج على امتلاك المنظمة تسويقاً ابتكارياً يجعلها سباقة في تقديم الخدمات المبتكرة الى الزبون بغية الحصول على حصة سوقية عالية, بما يضمن حصولها على الميزة التنافسية في القطاع الذي تعمل فيه, اما ابرز التوصيات التي خرج بها البحث ضرورة ان تعي المنظمة المبحوثة مواكبة التغييرات التي تحدث في تكنولوجيا الاتصالات والاعتماد على أحدثها من اجل زيادة كفاءة وفاعلية الخدمة المقدمة، كون قطاع الاتصالات من القطاعات المهمة والشديدة التغيير .