

تحليل مدى تبني أشكال الإبداع بالمؤسسات الاقتصادية الجزائرية: دراسة حالة مجمع
صيدال لصناعة الأدوية – وحدة عنابة

د. أبوبكر الشريف خوالد*

جامعة باجي مختار - عنابة/ الجزائر

khoualed_aboubaker@yahoo.com

أ. هبة علاوة سحنون**

جامعة باجي مختار - عنابة/ الجزائر

hebasahnoune@gmail.com

the extent of adoption of types creativity in Algerian economic organizations: the case of SAIDAL for pharmaceutical industry - unit of annaba

Abstract

This study aims to investigate whether Algerian economic organizations adopt the types of innovation (product innovation, and process innovation), For this reason the study adopted the descriptive analytical method using the questionnaire tool to collect the primary data from a sample that consists of directors and managers working in SAIDAL group for the pharmaceutical industry – unit of Annaba as a case study, At the end the study concluded that Algerian economic organizations adopt the different types of innovation at high positive levels, In the light of this result the study presented a set of recommendations that contribute to improve the application of different types of innovation in Algerian economic organizations.

Key Words: Innovation – Economic organizations – Product Innovation – Process Innovation – SAIDAL Group for pharmaceutical Industry.

المقدمة

في ظل التحديات المتنامية التي فرضتها ظاهرة العولمة من تعقد بيئة الأعمال وتداخل مختلف متغيراتها، اشتداد المنافسة وتحرير الأسواق العالمية، التطور التكنولوجي والمعرفي السريع، تقلص دورة حياة المنتجات، كثرة إلحاح الزبائن، ...، وغيرها من العوامل، ازداد الاهتمام بموضوع الإبداع في مجال اقتصاديات الأعمال.

ويجمع جل المديرين والكتاب والباحثين اليوم على أن الإبداع أضحي حاجة ملحة تفرضها مختلف التغيرات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية والتكنولوجية السريعة التي تشهدها بيئة عمل المؤسسات اليوم من جهة، وازدياد حدة المنافسة بين هذه المؤسسات من جهة أخرى.

وأمام السباق العالمي السريع الذي تنشط فيه المؤسسات الاقتصادية والمستهدف لاستمراريتها بشكل مباشر من خلال التغيرات والتحديات العديدة والمتلاحقة التي تميزه، أصبح الإبداع أحد أبرز الانشغالات الأساسية للمؤسسات بمختلف أشكالها وأحجامها، باعتباره الأسلوب الأمثل لابتكار منتجات وخدمات جديدة وتطوير المنتجات والخدمات القائمة، بالإضافة إلى التحسين المستمر لفعالية كافة أجزاء سلسلة القيمة، وذلك بغية تحقيق التميز التنافسي للمؤسسة وضمان بقائها في سوق محتدمة التنافس.

أولاً: مشكلة الدراسة

لقد أصبحت المؤسسات الاقتصادية الجزائرية اليوم تواجه العديد من التحديات التي تهدد بقائها واستمرارها في السوق الجزائرية، ويعود ذلك أساساً إلى نخب السوق الحرة الذي اتبعته الجزائر وما نتج عنه من رفع الحماية الجمركية، تشجيع الاستثمارات الأجنبية، التقدم الهائل في مجال تكنولوجيات المعلومات والاتصالات، احتدام المنافسة وتعدد تقنياتها وأساليبها، ...، وغيرها، مما استدعى ضرورة التفكير بسبل وآليات جديدة تستطيع من خلالها المؤسسات الاقتصادية الجزائرية

الصمود والبقاء في ظل هذه الأوضاع الجديدة التي لم تألفها إلى حد الآن، ولعل من أبرز الحلول التي اهتمت إليها المؤسسات الاقتصادية الجزائرية كوسيلة لتمييز نفسها في السوق الوطنية والعربية وحتى الدولية بما يضمن لها البقاء والنمو، هي ضرورة الاهتمام بمختلف الجوانب الإبداعية فيها. وتأسيسا على ما سبق فإننا نتساءل اليوم عن مدى توافر أشكال الإبداع في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، ولمعينة ذلك فقد تأسس هذا البحث على دراسة ميدانية لمدى توافر بعدي الإبداع (إبداع المنتج، وإبداع العمليات) في أحد أعرق وأكبر المؤسسات الاقتصادية الجزائرية وهو مجمع صيدال لصناعة الأدوية كحالة دراسية.

وبالتالي تتضح معالم إشكالية هذه الدراسة ضمن الإجابة على السؤال الرئيس التالي:

إلى أي مدى تتبنى المؤسسات الاقتصادية الجزائرية مختلف أشكال الإبداع انطلاقا من دراسة حالة مجمع صيدال لصناعة الأدوية ؟

وستتم الإجابة على السؤال الرئيسي السابق ذكره عبر الإجابة على السؤالين الفرعيين التاليين:

- إلى أي مدى يتبنى مجمع صيدال لصناعة الأدوية بعد إبداع المنتج ؟

- إلى أي مدى يتبنى مجمع صيدال لصناعة الأدوية بعد إبداع العمليات ؟

ثانيا: فرضيات الدراسة

لمعالجة مشكلة الدراسة تم الانطلاق من الفرضية الرئيسية التالية:

الفرضية الرئيسية: يتبنى مجمع صيدال لصناعة الأدوية مختلف أشكال الإبداع.

وللتحقق من صحة الفرضية الرئيسية السابقة الذكر سيتم التأكد أولا من الفرضيات الفرعية التالية:

- **الفرضية الفرعية الأولى:** يتبنى مجمع صيدال لصناعة الأدوية بعد إبداع المنتج.

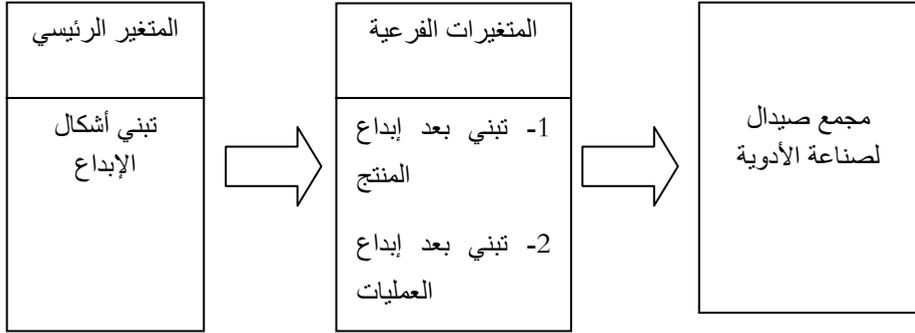
- **الفرضية الفرعية الثانية:** يتبنى مجمع صيدال لصناعة الأدوية بعد إبداع العمليات.

ثالثا: أمودج الدراسة

بغية الإجابة على مشكلة الدراسة وتسهيل عملية التحقق من فرضياتها، صمم الباحثان أمودجا

فرضيا لدراستهما، وذلك وفقا لما يوضحه الشكل (01) أدناه:

الشكل (01): نموذج الدراسة



المصدر: من إعداد الباحثين.

رابعاً: أهمية الدراسة وأهدافها

تأتي أهمية هذه الدراسة من أهمية موضوع الإبداع بحد ذاته بوصفه أحد أحدث المواضيع في الأدب الإداري المعاصر، وكذلك من أهمية الدور الذي يضطلع به الإبداع في المؤسسة، كونه يعد المفتاح الرئيسي لتحقيق واستدامة المزايا التنافسية، كما تنبع أهمية هذه الدراسة أيضاً من قلة الدراسات والبحوث على المستوى الوطني في هذا المجال، حيث نرى أن هذه الدراسة من شأنها أن تسلط الضوء على هذا الموضوع الحيوي بغية لفت الانتباه لأهمية موضوع الإبداع في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية.

أما فيما يخص أهداف الدراسة فإن هذا البحث يهدف من الناحية النظرية إلى إزالة الغموض عن مفهوم الإبداع وإبراز أهميته كأداة فعالة بالنسبة للمؤسسات، ومن الناحية الميدانية فإن هذا البحث يهدف إلى تقصي مدى توافر أشكال الإبداع في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية بالتطبيق على مجمع صيدال لصناعة الأدوية.

الدراسات السابقة والتعليق عليها

أولاً: عرض الدراسات السابقة

لقد أجرى الباحثان مسحاً لمختلف الأبحاث والدراسات السابقة التي تناولت موضوع الإبداع في المؤسسات الاقتصادية بشكل عام، وقد تحصلا على عدد كبير من الدراسات العربية والأجنبية

والمحلية التي تناولت هذا الموضوع أو أحد جزئياته، ولأنه من غير الممكن حصر كل هذه الدراسات السابقة وعرضها بشكل كامل، لذا فسنحاول عبر هذا الجزء التركيز على أبرز الدراسات المحلية التي تناولت موضوع الإبداع في مؤسسات اقتصادية جزائرية مختلفة وذلك كما يلي:

1- دراسة (ملايكية، 2013)

هدفت هذه الدراسة إلى تقييم القدرات الابتكارية للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية العاملة في قطاع الصناعات الكيماوية، ولتحقيق هدف الدراسة قام الباحث بتطوير استبانة قام بتوزيعها على عينة ميسرة مكونة من (58) من مديري ومسيري ورؤساء دوائر البحث والتطوير والإدارة والمالية العاملين بـ (58) مؤسسة جزائرية عاملة في قطاع الصناعات الكيماوية (عمومية، خاصة، مختلطة)، وبعد عملية التحليل الإحصائي توصلت هذه الدراسة إلى ثلاثة نتائج أساسية، أولها انتهاج معظم المؤسسات المدروسة أسلوب الابتكار التحسيني، وثانيها نواتج الابتكار في المؤسسات قيد الدراسة محدودة جدا ولم ترقى إلى المستوى المطلوب، وثالثها تمكن بعض المؤسسات المدروسة من تحقيق السبق التنافسي في السوق الوطنية لكنها لم تتمكن من تحقيق ذلك في السوق الدولية.

2- دراسة (حجاج وصديقي، 2013)

هدفت هذه الدراسة أساسا إلى بيان الدور الذي يلعبه إبداع المنتج في تنمية الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية الجزائرية، ولتحقيق الهدف السابق ذكره اعتمد الباحثان في دراستهما هذه على منهج دراسة الحالة حيث أجريا دراستهما بمؤسسة روائح الورود لصناعة العطور العاملة بولاية الوادي (جنوب الجزائر)، ولتحقيق الهدف السابق ذكره لجأ الباحثان إلى تحليل واقع أنشطة وممارسات الإبداع التي قامت بها المؤسسة المدروسة في الفترة (2001-2005)، فضلا عن تحليل نتائج دراسة قامت بها المؤسسة المدروسة وكذلك بعض المقابلات التي تم إجراؤها مع مديري المؤسسة والمؤشرات المستخرجة من وثائق المؤسسة، وقد توصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج تمكن الباحثان من خلالها من إبراز الدور الذي لعبه إبداع المنتج في تنمية الميزة التنافسية للمؤسسة المدروسة.

3- دراسة (بوسلامي، 2012)

سعت هذه الدراسة عموماً إلى إبراز الدور الذي يلعبه الإبداع التكنولوجي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية، وبغية تحقيق الهدف السابق الذكر تأسس هذا البحث على دراسة حالة مجمع صيدال لصناعة الأدوية وذلك بوحدة الدار البيضاء بالجزائر العاصمة، حيث اتجه الباحث نحو تصميم استبانة قام بتوزيعها عن طريق أسلوب الحصر الشامل على (48) من موظفي الإدارة العليا بالمؤسسة المدروسة في حين تم استرجاع (44) استبانة، وقد توصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها: ضعف تبني متغيري الدراسة وهما الإبداع التكنولوجي والمسؤولية الاجتماعية من طرف المؤسسة المدروسة، في حين اتضح وجود أثر متوسط للإبداع التكنولوجي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية بالمؤسسة المدروسة.

4- دراسة (ملايكية، 2012)

هدفت هذه الدراسة للوقوف على واقع الابتكار في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، ولتحقيق الهدف السابق الذكر أجرى الباحث دراسة ميدانية بالمؤسسة الوطنية للدهن العاملة بولاية سوق أهراس (شرق الجزائر)، ولهذا الغرض صمم الباحث استبانة قام بتوزيعها على عينة حصصية تشمل (67) مديراً وعاملاً بالمؤسسة المدروسة، وبعد عملية التحليل الإحصائي توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها: أن المؤسسة الوطنية للدهن لا تولي الاهتمام الكافي بنشاط البحث والتطوير، هناك مستوى بسيط من التوجه نحو الابتكار بشراء براءات الاختراع في المؤسسة المدروسة، تعمل المؤسسة المدروسة على تحسين منتجاتها الحالية لكن بدرجة متواضعة، تواجه المؤسسة المدروسة عوائق عديدة في عمليات الابتكار أبرزها العوائق البشرية تم التنظيمية تم المالية تم الإدارية.

5- دراسة (خراز، 2011)

حاولت هذه الدراسة إبراز دور الإبداع في إكساب المزايا التنافسية للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية، ولتحقيق الهدف السابق ذكره لجأ الباحث إلى دراسة حالة بمحطة حمام ربي بسعيدة (غرب الجزائر) التابع لمؤسسة التسيير السياحي، وذلك عبر تصميم استبانة وفقاً لنموذج كانو لرضا الزبون، ولذلك تم توزيع الاستبانات على عينة عشوائية مكونة من (93) زبوناً لدى المؤسسة

المدروسة، وقد توصلت هذه الدراسة في الأخير إلى نتيجة أساسية مفادها رضا زبائن المؤسسة المدروسة بالمنتجات المبدعة المقدمة من طرفها وهذا ما يجعل الإبداع يساهم في تحقيقها للمزايا التنافسية.

6- دراسة (بن عنتر، 2008)

هدفت هذه الدراسة أساسا إلى الوقوف على واقع الإبداع في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية، ولتحقيق الهدف السابق الذكر مزج الباحث بين أسلوب دراسة الحالة حيث تطرق الباحث بالتفصيل لواقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر واستراتيجيات تطويرها، وأسلوب الدراسة الاستقصائية حيث صمم الباحث استبانة قام بتوزيعها على (10) من مديري مؤسسات صغيرة ومتوسطة جزائرية تنشط في قطاعات مختلفة، وقد توصلت هذه الدراسة في الأخير إلى عدة نتائج أبرزها أن المؤسسات قيد الدراسة تحقق إبداعات مختلفة بين الإبداع في المنتج والإبداع التجاري والإبداع التنظيمي بنسب متفاوتة عن طريق أساليب التطوير من الداخل والمؤسسات الباطنية والتعاون مع المورددين والزبائن، كما توصلت هذه الدراسة أيضا إلى أن ما نسبته (90%) من المؤسسات المدروسة تمول إبداعاتها ذاتيا، وأن ما يقارب (70%) من المؤسسات المدروسة لمست تأثير إيجابيا للإبداع على مختلف مؤشرات نموها (الحصة السوقية، التكاليف، رقم الأعمال، الإنتاجية،... وغيرها).

7- دراسة (حميني، 2006)

بجثت هذه الدراسة في موضوع تفعيل عملية الإبداع في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية من خلال تنمية العلاقة بالزبائن، ولتحقيق الهدف السابق الذكر اعتمد الباحث بشكل أساسي على دراسة حالة المؤسسة الجزائرية للسباكة الحراش بولاية الجزائر العاصمة خلال الفترة (1999-2001)، حيث أجرى الباحث دراسته الميدانية بمجدة المؤسسة اعتمادا على مجموعة من البيانات والمعلومات والإحصائيات التي تحصل عليها من المؤسسة المدروسة، والمتعلقة بمدى اتصال المؤسسة قيد الدراسة بزبائنها ومدى استغلالها للمعلومات المتحصل عليها من قبلهم في تحسين عملية الإبداع فيها، وقد توصلت هذه الدراسة إلى إثبات الدور الذي تلعبه المعلومات المتحصل عليها من طرف

العملاء في تحسين عملية الإبداع من الناحية النظرية، أما عمليا فقد توصلت الدراسة إلى ضعف علاقة المؤسسة الجزائرية للسباكة بزبائناتها التي تتميز بأنها علاقة تجارية وغير مبنية على التواصل المستمر، وهذا ما يؤثر سلبا على عملية الإبداع فيها.

8- دراسة (عجيلة، 2005)

هدفت هذه الدراسة أساسا إلى وضع إطار مفاهيمي شامل حول الإبداع ومختلف الأساسيات المتعلقة به من نظريات ومراحل ومستويات وعوامل مؤثرة، كما هدفت هذه الدراسة أيضا إلى التماس واقع أشكال الإبداع الثلاث في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية (خصائص ومعوقات ومحفزات الإبداع)، ولتحقيق الهدف السابق الذكر اعتمدت هذه الدراسة على أسلوب دراسة الحالة حيث تم عرض مجمل مؤشرات الإبداع المعمول بها في المؤسسة العمومية الاقتصادية للأنايب الناقلة للغاز بولاية غردية (جنوب الجزائر) كحالة دراسية، كما اعتمدت الدراسة كذلك على أداة الاستبانة كأداة مكتملة للحالة الدراسية حيث قام الباحث بتصميم استبانة ووزعها على عينة عشوائية مكونة من (65) من موظفي المؤسسة المدروسة، وبعد عملية التحليل الإحصائي أظهرت الدراسة عدة نتائج أبرزها توفر خصائص ومحفزات الإبداع لدى مديري ومسؤولي المؤسسة المعنية بدرجة متوسطة، كما سجلت الدراسة أيضا وجود عدة معوقات لعملية الإبداع في المؤسسة المعنية أبرزها ضعف الميزانيات المخصصة لهذا النشاط.

ثانيا: التعليق على الدراسات السابقة

من خلال العرض السابق لمختلف الدراسات السابقة والجزء النظري أيضا، تمت الاستفادة من مختلف الأفكار التي احتوتها تلك الدراسات في التوصل إلى النقاط التالية:

- رغم اختلاف الدراسات والأبحاث وعدم اتفاقها حول مفهوم الإبداع ومختلف أشكاله وعناصره، إلا أنها تتفق جميعا على أهمية إدماجه في المؤسسات الاقتصادية مهما اختلف مجال نشاطها سواء كانت صناعية أم خدمية، هادفة أم غير هادفة لتحقيق الربح.

- يشير مفهوم الإبداع عموما إلى إدخال تجديد أو تغيير على المؤسسة يحمل قيمة إضافية لها، ويكون على المنتج (جديد أو محسن)، طريقة الإنتاج، إبداع تسويقي أو تنظيمي، وقد يكون هذا الإبداع جزئيا أو كليا.

- يركز الإبداع على ضرورة الاستفادة من القدرات التي يتمتع بها الفرد ضمن بيئة عمل مشجعة ومناخ إداري مناسب، ويهتم بفكرة أو عمل جديد يتميز بالطلاقة والمرونة والأصالة والحساسية للمشكلات وتنميتها وتطويرها بحسب قدرات الأفراد والجماعات.
- أدت شدة التغير في بيئة أعمال المؤسسات الاقتصادية وتزايد حدة المنافسة العالمية وتغير أذواق ورغبات العملاء والتطور التكنولوجي إلى تزايد اعتماد ولجوء المؤسسات الاقتصادية إلى الإبداع.
- يعد الإبداع أداة إستراتيجية تمكن المؤسسات الاقتصادية من تحقيق المزايا التنافسية، من خلال تقديم منتجات جديدة أو عمليات إنتاج جديدة تستطيع من خلالها المؤسسة مواجهة المنافسين المحتملين وكسب حصص سوقية إضافية.
- إن نجاح المؤسسات الاقتصادية في تبنى وتنفيذ استراتيجيات الإبداع يعتمد على قدراتها في توفير البيئة الملائمة لذلك من خلال توفير الموارد البشرية، والموارد المالية والمادية لتجسيد هذه الإبداعات على أرض الواقع.

الإطار النظري للدراسة

أولاً: مفهوم الإبداع وأهميته بالنسبة للمؤسسات الاقتصادية

إن مصطلح الإبداع (Creativity) يعود في الأصل إلى الكلمة اليونانية (Kere) والتي تعني النمو، وإلى الفعل (Create) في الإنجليزية والذي يقابله في اللغة العربية الفعل "أبداع" والذي يعني سبب الحياء (حنورة، 2000، 73)، أما في اللغة العربية فالإبداع هو مصدر الفعل "أبداع" بمعنى اخترع وابتكر على غير مثال سابق. (جروان، 2002، 20)

وقد تعددت مفاهيم الإبداع وتباينت وجهات النظر حول تحديد ماهيته، نظراً لتعدد الظاهرة الإبداعية نفسها من جهة، ولتعدد المجالات والميادين التي انتشر فيها مفهوم الإبداع من جهة أخرى، إلا أنه يمكن عرض أبرز التعريفات المقدمة للإبداع في الجدول (01) أدناه:

الجدول (01) : مفهوم الإبداع حسب عدد من الباحثين

| التعريف المقدم | (الباحث، السنة، الصفحة) |
|--|------------------------------|
| "تبني المؤسسة لفكرة أو أسلوب جديد". | Aiken and Hage, 1971, (65) |
| "الاستعداد الكامن للتفوق أو التميز". | (عساف، 1995، 32) |
| "تبني المؤسسة لفكرة أو سلوك جديد تجاه صناعتها أو سوقها أو بيئتها العامة". | (Daft, 2001, 375) |
| "عملية عقلية تؤدي إلى حلول وأفكار ومفاهيم وأشكال فنية ونظريات ومنتجات تتصف بالتفرد والحدائثة". | (كنج وأندرسون، 2004، 42) |
| "كافة الجهود المبذولة من قبل المؤسسة لتطوير منتجاتها في شكل سلع وخدمات وتحسينها أو تطوير استخدامات جديدة لها". | (العامري والغالي، 2007، 408) |
| "عملية اكتشاف الأفكار الجديدة عبر التوصل إلى طرق غير مألوفة تسمح بإزالة الحواجز المعيقة للتفكير الإبداعي". | (Meier, 2009, 48) |
| "هو عصف ذهني أو قرح زناد الفكر للتوصل إلى أفكار جديدة خلاقية". | (قنديل، 2010، 124) |

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على الدراسات الموضحة في الجدول أعلاه.

ويتفق الباحثان مع التعريف الذي قدمه (الفاعوري، 2005، 08) كتعريف شامل للإبداع حيث عرفه بأنه: "الحقيقة الإنسانية التي تمكن الإنسان من فهم وتطوير ما يحيط به من أفكار أو أشياء أو أساليب، وهو عمل ذهني بداياته فردية يتم تعزيزها من خلال الجماعة عن طريق جمع الأفكار وتبادلها، وبعد ذلك يتم تطوير الأفكار الإبداعية من خلال الإطار المؤسسي الذي يتبناها، وتتضمن هذه الأفكار عناصر: الجدة، المرونة، والخروج عن المألوف".

إن التعريف السابق ذكره يعد من أشمل التعريفات المقدمة لمفهوم الإبداع كونه يشتمل على جميع مقومات الإبداع المعروفة اختصاراً بـ (4P's) والتي تشمل: الشخص (Person)، العملية الإبداعية (Process)، الناتج الإبداعي (Product)، وعملية الاقتناع بأصالة الناتج (Persuasion)، على عكس التعريفات الواردة في الجدول (01) التي لم تشمل جميع هذه المقومات.

والملاحظ أن الاختلاف بين الباحثين والمهتمين بموضوع الإبداع لم يقف عند تحديد ماهيته ومفهومه فحسب، بل تزايدت الاختلافات بينهم خصوصا فيما يتعلق بمختلف العناصر أو المكونات التي تساهم في تطوير وتنمية الإبداع في المؤسسات، ونتيجة للاختلافات السابقة ظهرت مجموعة واسعة جدا من النظريات المفسرة للإبداع والتي نوجز أبرزها ضمن الجدول التالي:

الجدول (02) : أبرز النظريات المفسرة للإبداع

| السنة | عناصر ومكونات الإبداع | النظرية (المؤلف) |
|-------|--|-------------------------------|
| 1945 | القدرة على تحقيق الذات | نظرية (Maslow) |
| 1953 | العصف الذهني | نظرية (Osborn) |
| 1958 | حل المشكلات | نظرية (Simon-March) |
| 1961 | التراكيب والهياكل التنظيمية | نظرية (Stalker-Burns) |
| 1965 | القدرات الذهنية والذكاء | نظرية (Walafh-) (Kogam) |
| 1966 | إدخال التغييرات | نظرية (Wilson) |
| 1970 | الدراسة السليمة لمختلف مراحل الإبداع وعوامله | نظرية (Aiken-Hage) |
| 1970 | المشكلات والحلول الإبداعية والروتينية | نظرية (Harvey-Mill) |
| 1973 | العمل الجماعي و الدراسة السليمة لمختلف مراحل الإبداع وعوامله | نظرية (Zaltman et al) |
| 1982 | البحث عن التفوق | نظرية (Waterman-) (Peters) |
| 1982 | الأداء الظافر | نظرية (Cliford-) (Cavangh) |
| 1985 | أسلوب القبعات الستة | نظرية (De Bono) |
| 1993 | إعادة هندسة العمليات | نظرية (Hammer-) |

تحليل مدى تبنى أشكال الإبداع بالمؤسسات الاقتصادية الجزائرية: دراسة حالة مجمع صيدال لصناعة الأدوية

| | | |
|------|---|---------------------------|
| | | (Champy |
| 2004 | إستراتيجية المحيطات الزرقاء (ابتكار القيمة) | نظرية (Kim- (Mauborgne |

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على الأدبيات السابقة.

من جهة أخرى فقد أشارت مختلف البحوث والدراسات العلمية إلى أن للإبداع ستة شروط أساسية تتمثل في: (الفاعوري، 2005، 19-20)

1- الطلاقة: والمقصود بها القدرة على إنتاج كمية كبيرة من الأفكار والمعلومات تفوق المتوسط العام، والتي ينتجها الشخص في غضون فترة زمنية محددة، وتكون الطلاقة فكرية أو تعبيرية أو لفظية.

2- المرونة: أي القدرة على الانتقال من موقف إلى آخر والتعامل مع جميع المواقف، وفي هذا الإطار يمكن أن يبدي الشخص مرونة تلقائية عبر القدرة على الاستجابة التلقائية.

3- الأصالة: والمقصود بها قدرة الشخص على طرح أفكار جديدة لم يسبقه إليها أحد من قبل.

4- تحسس المشكلة: أي القدرة على تحسس المشكلات وفقه طبيعتها.

5- الميل إلى إبراز واستنباط التفاصيل: أي المعالجة الدقيقة والشاملة التي توضح أشكال المسائل.

6- الكم والكيف: ويتعلق بكمية الأفكار الجديدة ونوعيتها.

ومهما تعددت شروط الإبداع إلا أنه يمر بخمس مراحل أساسية اتفق عليها مختلف الباحثين والمتخصصين وعلى رأسهم (Wallace) حيث يرون أن مراحل الإبداع تشمل: (جلدة وعبوي، 2006، 42-43)

أ- الاهتمام: عبر تولد الشعور بالحاجة إلى شيء ما لدى الشخص المبدع.

ب- الإعداد: عبر جمع المعلومات حول موضوع المشكلة.

ت- الاحتضان: وهي مرحلة التفاعل بين شخصية الباحث ومعلوماته والتوصل إلى الحلول.

ث- **البروغ/الإشراق**: وهي مرحلة انبثاق الفكرة الجوهرية والوصول إلى الحل النموذجي.

ج- **التحقق**: عبر التحقق من صحة الفكرة المتوصل إليها وتحديد طرق تطبيقها.

أما فيما يخص أهمية الإبداع بالنسبة للمؤسسات الاقتصادية فهي أهمية بالغة، إذ أن هذه المؤسسات قد وجدت لتقديم المنتجات والخدمات للعميل تبعاً لحاجات الأفراد ورغباتهم المتغيرة بمرور الزمن، كما وجدت لتعظيم قيمة المنتج بالنسبة للعملاء، وبالتالي فإن أفضل المؤسسات هي تلك التي تكون لديها القدرة على اكتشاف المواهب الإبداعية لمروسيها واستنهاضها والعمل على استقطاب رأس المال الفكري وتنميته في هذه المؤسسات والعمل على المحافظة عليه. (الروسان والعجلوني، 2010، 48) (Schilling and Thérin, 2006, 11)

ويمكن إيجاز أهمية الإبداع بالنسبة للمؤسسات الاقتصادية في النقاط التالية: (بوسلامي، 2012، 07-08)

- تحسين المنتجات والخدمات الموجهة للعملاء من خلال تقديم منتجات وخدمات جديدة ذات جودة عالية وبأسعار تنافسية.
- تنمية رأس المال البشري من خلال تأهيله وتدريبه على مختلف المعارف والقيام بعمليات البحث والتطوير.
- تحسين أداء المؤسسات إما بزيادة الطلب على منتجاتها أو بتخفيض تكاليفها.
- يسمح الإبداع للمؤسسة من استهداف أسواق جديدة وبالتالي كسب حصص سوقية إضافية وذلك عبر إطلاق المنتجات الجديدة.
- تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة في الداخل والخارج.

ثانياً: أشكال الإبداع في المؤسسات الاقتصادية

من خلال فحص مختلف الأدبيات السابقة المتعلقة بالإبداع يتضح أنه يوجد هناك عدة تصنيفات لأشكال (أبعاد) الإبداع، وذلك راجع بالأساس لاختلاف وجهات نظر الباحثين والمتخصصين من جهة، واختلاف المعايير المعتمدة في التصنيف من جهة أخرى، ويمكن إيجاز أبرز التصنيفات المقدمة للإبداع في الجدول (03) أدناه:

الجدول (03): تصنيفات أشكال الإبداع

| المصادر | أشكال الإبداع | معييار التصنيف |
|--------------------------------|---|-------------------------|
| Berthon et al,) (1999, 37) | إبداع المنتج، إبداع العملية. | مخرجات الإبداع |
| (كريم، 2012، 224) | إبداع مبرمج، إبداع غير مبرمج. | التخطيط للإبداع |
| (الفضل، 2009، 32) | إبداع تنظيمي، إبداع تسويقي، إبداع تكنولوجي. | طبيعة الإبداع |
| Zaltman et al,) (1973, 17) | إبداع إداري، إبداع تقني. | مجال الإبداع |
| (الصيرفي، 2003، 12) | إبداع جذري، إبداع تدريجي (تحسيني). | مدى تأثير الإبداع |
| Kotler et al,) (1996, 511) | إبداع داخلي، إبداع خارجي. | مصدر الإبداع |
| (نجم، 2003، 109) | إبداع لحل المشكلة، إبداع التوصل إلى الجديد أصلا. | هدف الإبداع |
| (كريم، 2012، 224) | إبداع بقرارات فردية، إبداع بقرارات جماعية. | مصدر اتخاذ قرار الإبداع |
| Bellon, 2002,) (206) | إبداع ذو خطر كلي، إبداع ذو خطر عالي، إبداع ذو خطر متوسط، إبداع ذو خطر ضعيف، إبداع ذو خطر منعدم. | مخاطر الإبداع |
| (مصطفى، 2002، 260) | إبداعات مستمرة، إبداعات متقطعة. | استمرارية الإبداع |
| Berthon et al,) (1999, 37) | إبداعات منعزلة عن العميل، إبداعات متبعية لاحتياجات العميل، إبداعات مشكلة لاحتياجات العميل، إبداعات تفاعلية مع العميل. | علاقة الإبداع بالعميل |
| (نجم، 2003، 110) | إبداعات مجسدة ماديا (منتجات، آلات، ...الخ)، إبداعات غير مجسدة ماديا (نظريات، مفاهيم، ...الخ). | مدى تجسيد الإبداع |

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على الدراسات الموضحة في الجدول أعلاه.

إلا أن جل الدراسات تتفق على أن معيار مخرجات الإبداع هو المعيار الأساسي في تصنيف أشكال الإبداع، ووفقا لهذا المعيار يتم تصنيف أشكال الإبداع إلى: إبداع المنتج (Product

(Innovation) وإبداع العمليات (Process Innovation)، حيث أن إبداع المنتج هو ذلك الإبداع الذي يولد منتجات وخدمات جديدة، أما إبداع العمليات فهو ذلك الإبداع الذي يقلل من كلفة إنتاج المنتجات والخدمات الموجودة أو يمكن من إنتاج منتجات وخدمات جديدة. (الرحيم وحسن، 2010، 60)

بعبارة أخرى فإن إبداع المنتج يشير إلى التغيير بالخصائص المادية أو الأدائية للسلعة أو الخدمة الحالية أو إنتاج منتجات جديدة تماما، أما إبداع العملية فهو يشير إلى تغيير طرق تصنيع السلع أو تقديم الخدمات إنتاجا وتوزيعا. (العامري والغالي، 2007، 410)

وبنظرة أكثر تفصيلا يتضح أن الإبداع في المنتج هو كافة الجهود المبذولة من قبل المؤسسة والرامية إلى إحداث تغييرات في مواصفات أو مكونات وخصائص المنتجات، والتي تهدف إلى تحسين المنتجات المقدمة للزبون، وبالتالي فإن إبداعات المنتج تخص ثلاثة جوانب أساسية هي: (Broustail et Fréry, 1993, 07)

- إبداعات ذات علاقة بالتركيبية الوظيفية للمنتج.

- إبداعات ذات علاقة بالتركيبية التكنولوجية للمنتج.

- إبداعات تغير العناصر أو الخصائص التي يقدم فيها المنتج.

مع إمكانية تداخل هذه الإبداعات فيما بينها، أما الإبداع في العمليات فهو يشير إلى إحداث التغييرات في أساليب الإنتاج لتحسين أدائها وتبسيطها وهذا ما ينتج عنه عدة نتائج إيجابية، تتمثل في السرعة في معالجة المدخلات وتدفق المخرجات وتخفيض التكاليف وترشيد العملية الإنتاجية، أي الرفع من فعالية جهاز الإنتاج، وهذا ما يسمح للمؤسسة من تحقيق هوامش أكبر وضمن استمراريته وتحسين تنافسيته. (أوكيل، 1994، 35)

من جهته يضيف (Tarondeau, 1994, 37) نقلا عن (Myers et Marquis) أن ما يقارب (3/4) من الإبداعات تكون في المنتجات و (1/4) من الإبداعات تكون في أساليب الإنتاج.

منهجية الدراسة

أولاً: منهج ومصادر الدراسة

اعتمد الباحثان في دراستهما بشكل أساسي على المنهج الوصفي التحليلي في اختبار فرضيات الدراسة، وقد تم الاعتماد في تغطية الجانب النظري من البحث على المصادر والمراجع المتاحة والدراسات العربية والأجنبية التي تتعلق بموضوع البحث أو بأحد جزئياته، فضلاً عن الاعتماد على الشبكة العالمية للمعلومات في تغطية الموضوع، أما الجانب الميداني فقد تم الاعتماد بشكل أساسي على أداة استبانة طورها الباحثان بالرجوع إلى الدراسات السابقة وذلك بهدف التعرف على واقع أشكال الإبداع المتبعة في مجمع صيدال لصناعة الأدوية العامل بولاية عنابة، وقد تم توزيع الاستبانات عبر المقابلة الشخصية لجميع أفراد العينة.

ثانياً: مجتمع وعينة الدراسة

يتكون مجتمع الدراسة من جميع مديري وموظفي الإدارة العليا العاملين بمجمع صيدال لصناعة الأدوية وحدة عنابة - الجزائر، أما فيما يخص العينة فقد تم اختيارها بطريقة الحصر الشامل والتي من خلالها تم استهداف جميع مديري وموظفي الإدارة العليا بمجمع صيدال لصناعة الأدوية وحدة عنابة من مديرين عامين، رؤساء المصالح، رؤساء المكاتب، ورؤساء الفرق، وذلك وفقاً للهيكल التنظيمي للمؤسسة قيد الدراسة، والذين يبلغ عددهم (52) مبحوثاً، وقد تم اختيارهم بالذات لكونهم ذوي مستويات دراسية عالية وأعلم بموضوع دراستنا عن باقي العمال الآخرين، وقد قام الباحثان بتوزيع (52) استبانة عليهم بطريقة المقابلة المباشرة، في حين تم استرجاع (50) استبانة بنسبة (96.15%) وهي جميعها صالحة لأغراض التحليل الإحصائي.

وفيما يلي نقدم نبذة تعريفية موجزة عن مجمع صيدال لصناعة الأدوية:

مجمع صيدال هو شركة ذات أسهم برأس مال قدره (2.500.000.000 دج)، (80%) من رأس مال صيدال ملك للدولة الجزائرية وال (20%) المتبقية تم التنازل عنها سنة (1999) عن طريق البورصة إلى المستثمرين من المؤسسات والأشخاص، وتكمن أهمية صيدال في تطوير إنتاج وتسويق المواد الصيدلانية الموجهة للاستهلاك البشري، أما الهدف الاستراتيجي للمجمع فيكمن

في تعزيز مكانته كرائد في إنتاج الأدوية في الجزائر، والمساهمة بشكل فعال في تجسيد السياسة الوطنية للدواء التي وضعت من قبل السلطات العمومية.¹

ويقدم مجمع صيدال في الوقت الحاضر تشكيلة مختلفة من المنتجات الصيدلانية والأدوية تزيد عن (200) منتج موزعة على (20) قسما علاجيا.²

كما يمتلك مجمع صيدال (09) مصانع للإنتاج بسعة إجمالية قدرها (200) مليون وحدة بيع، وتشمل هذه المصانع: مصنع المدية، مصنع الدار البيضاء، مصنع جسر قسنطينة، مصنع الحراش، مصنع شرشال، مصنع قسنطينة، مصنع قسنطينة خاص بالأنسولين، مصنع باتنة، ومصنع عنابة، هذا الأخير هو مكان الدراسة الميدانية التي أجراها الباحثان وهو متخصص في تصنيع الأشكال الدوائية الصلبة.³

ثالثا: أداة الدراسة

لتحقيق أهداف الدراسة والتحقق من فرضياتها استخدم الباحثان أداة الاستبانة، حيث قاما بتطوير استبانة لقياس مدى تبني بعدي الإبداع (إبداع المنتج، وإبداع العمليات) في مجمع صيدال - وحدة عنابة، وبذلك فقد تشكلت الاستبانة من ثلاثة أجزاء أساسية:

- 1- الجزء الأول:** يشمل كافة الأسئلة المتعلقة بالبيانات الشخصية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة، ويضم خمسة أسئلة متعلقة بالجنس، العمر، المركز الوظيفي، المؤهل العلمي، وسنوات الخبرة.
- 2- الجزء الثاني:** ويشمل كافة الفقرات المتعلقة بقياس مدى تبني بعد إبداع المنتج بمجمع صيدال لصناعة الأدوية - وحدة عنابة، ويضم (09) فقرات.
- 3- الجزء الثالث:** ويشمل كافة الفقرات المتعلقة بقياس مدى تبني بعد إبداع العمليات بمجمع صيدال لصناعة الأدوية - وحدة عنابة، ويضم (07) فقرات.

وقد تم اختيار مقياس ليكرت (Likert) الخماسي لتحويل الآراء الوصفية إلى صيغة كمية، وذلك باستخدام الأوزان التالية: لا أتفق تماما (1)، لا أتفق (2)، محايد (3)، أتفق (4)، لا

¹ - www.saidalgroup.dz/index.php/notre-groupe/qui-sommes-nous, consulté le 12/08/2016.

² - www.saidalgroup.dz/index.php/nos-produits, consulté le 14/08/2016.

³ - www.saidalgroup.dz/index.php/notre-groupe/organisation, consulté le 23/08/2016.

أتفق تماما (5)، وقد صممت الاستبانة بالرجوع إلى مختلف الأدبيات والدراسات السابقة بحيث تمت صياغة الفقرات بما يتلائم والبحث الحالي، كما تم تحكيم هذه الاستبانة من قبل ثلاث أساتذة محكمين من جامعة باجي مختار عنابة - الجزائر محل عمل الباحثين، أما فيما يخص مدى ثبات أداة الدراسة فقد تم التحقق منه عبر احتساب معامل الثبات ألفا كرونباخ (Alpha Cronbach) الذي بلغت قيمته (0.929) أي ما يعادل (92.90%) وهي نسبة عالية تدل على ثبات أداة الدراسة وقابليتها للاعتماد.

رابعا: الأساليب الإحصائية المستخدمة في التحليل:

لتحليل نتائج الاستبانة استخدم الباحثان برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (Statistical Package for the Social Sciences) والمعروف اختصارا بـ ال (SPSS)، وذلك من خلال استخدام المؤشرات الإحصائية التالية:

- مقاييس الإحصاء الوصفي (التكرارات، النسب المئوية، المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية).

- اختبار (T) لعينة واحدة (One-Sample test)، للتحقق من مدى تبني أشكال الإبداع في المؤسسة المدروسة.

- اختبار ألفا كرونباخ (Alpha Cronbach)، للتحقق من ثبات أداة الدراسة.

وقد حدد الباحثان مدى تبني مجمع صيدال لصناعة الأدوية - وحدة عنابة لأشكال الإبداع بخمس مستويات، باعتماد المعادلة التالية:

$$\text{طول الفئة} = \frac{\text{القيمة العليا} - \text{القيمة الدنيا}}{\text{عدد المستويات}} \text{، أي: } 0.8 = \frac{5}{1-5}$$

وعليه تكون الدرجات كما يلي:

- الدرجة الضعيفة جدا (1 - 1.80).

- الدرجة الضعيفة (1.80 - 2.60).

- الدرجة المتوسطة (2.60 - 3.40) .

- الدرجة المرتفعة (3.40 - 4.20).

- الدرجة المرتفعة جدا (4.20 - 5).

أي بمدى استجابة من (1 - 5)، وبذلك يكون الوسط الحسابي الفرضي في هذه الدراسة هو (3) والذي تم التوصل إليه من خلال المعادلة التالية:

$$\text{الوسط الحسابي الفرضي} = \text{مجموع الأوزان} / \text{عددتها، أي } 3 = \frac{1+2+3+4+5}{5}$$

كل ذلك تم في ظل مستوى معنوية قدره (5%).

خامسا: حدود الدراسة

لقد حدد الباحثان دراستهما بالحدود التالية:

1- الحدود المكانية: إن الحدود المكانية لهذه الدراسة هي مجمع صيدال لصناعة الأدوية وحدة عنابة - الجزائر.

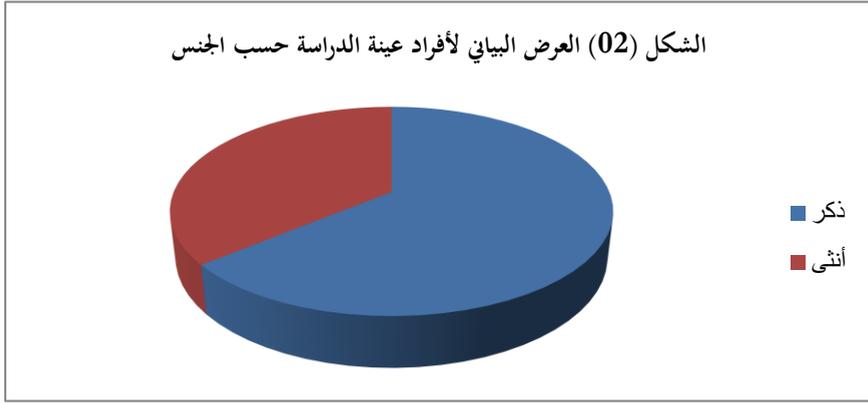
2- الحدود الزمنية: تمثل الحدود الزمنية لهذه الدراسة الفترة التي قام فيها الباحثان بإجراء المقابلات مع أفراد عينة الدراسة وتوزيع الاستبانات عليهم إلى غاية فترة جمع هذه الاستبانات، وهي الفترة الممتدة من تاريخ (2016/04/05) إلى غاية تاريخ (2016/05/28) أي ما يقارب شهر ونصف.

3- الحدود البشرية: تتمثل الحدود البشرية في عينة الدراسة والتي تتكون من مجموعة من المديرين العاميين، ورؤساء المصالح، ورؤساء المكاتب، ورؤساء الفرق بالمؤسسة المدروسة، وقد بلغ الحجم الإجمالي للعينة (50) مبحوثا.

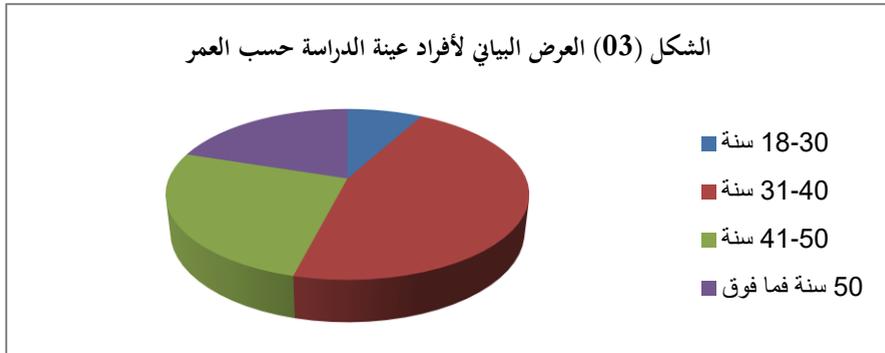
الإطار الميداني للدراسة

أولاً: وصف خصائص أفراد مجتمع الدراسة

لقد تضمنت الاستبانة خمسة أسئلة حول البيانات الشخصية والوظيفية لعينة الدراسة والتي نوضحها بالتفصيل في الأشكال البيانية (02)، (03)، (04)، (05)، (06) التالية:



من الشكل (02) أعلاه يتضح أن نسبة الإناث اللاتي يعملن في المؤسسة قيد الدراسة قد بلغت (36%)، أما نسبة الذكور فقد بلغت (64%)، وهذا يشير إلى التفوق الواضح لنسبة الموظفين الذكور على الإناث في المؤسسة المدروسة.



من الشكل (03) أعلاه يتضح أن ما نسبته (46%) من أفراد عينة الدراسة ينتمون إلى الفئة العمرية (31-40) سنة، تم تأتي الفئة العمرية (41-50 سنة) في المرتبة الثانية بنسبة (26%)،

تليها الفئة العمرية (50 سنة فما فوق) بنسبة (20%)، وأخيرا الفئة العمرية (18-30 سنة) بنسبة (8%)، وتبدو النتائج السابقة منطقية جدا على اعتبار أن الأفراد المبحوثين من مديري وموظفي الإدارة العليا ينبغي أن يكونوا ذوي خبرة حتى يتمكنوا من شغل هذه المناصب الإدارية وهذا ما يفسر الارتفاع النسبي في أعمارهم.



من الشكل (04) أعلاه يتضح أن ما نسبته (40%) من أفراد عينة الدراسة يشغلون منصب رئيس مصلحة، أما رؤساء الفرق فقد بلغت نسبتهم (30%)، ورؤساء المكاتب (28%)، أما المديرين العامين فقد بلغت نسبتهم (2%)، وكل هذه النسب تعود إلى الهيكل التنظيمي المتبع في المؤسسة قيد الدراسة.



تحليل مدى تبني أشكال الإبداع بالمؤسسات الاقتصادية الجزائرية: دراسة حالة مجمع صيدال لصناعة الأدوية

من الشكل (05) أعلاه يتضح أن أغلب أفراد العينة المدروسة من ذوي المستوى الجامعي حيث قدرت نسبتهم بـ (80%)، مقابل (20%) من الباحثين المتحصّلين على شهادة الثانوية + الدبلوم المهني، ويعد هذا أمرا طبيعيا لاشتراط الشهادة الجامعية للتعيين في مثل هكذا وظائف، لكن في نفس الوقت نسجل غياب فئة الباحثين من مستوى الدراسات العليا بالمؤسسة قيد الدراسة.



من الشكل (06) أعلاه يتضح أن أغلب أفراد عينة الدراسة يتمتعون بخبرة جيدة في العمل (من 10 إلى 15 سنة) بنسبة (40%)، في حين بلغت نسبة المدروسين الذين تتجاوز خبرة عملهم مدة (15) سنة نسبة (38%)، تليهم نسبة المدروسين ذوي الخبرة الأقل من (10) سنوات بنسبة (12%)، وأخيرا تأتي فئة المدروسين الذين تتراوح خبرتهم بين (5 إلى 10 سنوات) بنسبة (10%).

ثانيا: وصف أشكال الإبداع في مجمع صيدال لصناعة الأدوية - وحدة عناية

1- وصف بعد إبداع المنتج في مجمع صيدال لصناعة الأدوية - وحدة عناية

يبين الجدول (04) أدناه وصفا لبعدها إبداع المنتج في مجمع صيدال لصناعة الأدوية - وحدة عناية وفقا لإجابات العينة قيد الدراسة:

الجدول (04): وصف بعد إبداع المنتج في مجمع صيدال لصناعة الأدوية

- وحدة عنابة

| ترتيب الأهمية | درجة الموافقة | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | بعد إبداع المنتج |
|---------------|---------------|-------------------|-----------------|------------------|
| 4 | مرتفعة | 0.84 | 3.78 | X1 |
| 7 | مرتفعة | 0.90 | 3.72 | X2 |
| 9 | مرتفعة | 0.91 | 3.66 | X3 |
| 8 | مرتفعة | 0.95 | 3.70 | X4 |
| 1 | مرتفعة | 0.78 | 4.04 | X5 |
| 2 | مرتفعة | 0.78 | 3.96 | X6 |
| 3 | مرتفعة | 0.91 | 3.83 | X7 |
| 6 | مرتفعة | 0.82 | 3.74 | X8 |
| 5 | مرتفعة | 0.62 | 3.76 | X9 |
| - | مرتفعة | 0.75 | 3.92 | المجموع |

تظهر نتائج المعالجة الإحصائية الموضحة في الجدول (04) أعلاه أن مجمع صيدال لصناعة الأدوية يتبنى بشكل واضح بعد إبداع المنتج، حيث تحصل هذا البعد على متوسط حسابي عام مرتفع بلغ (3.92) وذلك بانحراف معياري قدره (0.75) وبدرجة موافقة مرتفعة.

وبشكل أكثر تفصيلا يتضح أن جميع الفقرات المشكلة لبعد إبداع المنتج في مجمع صيدال - وحدة عنابة، قد تحصلت على متوسطات حسابية أعلى من المتوسط الحسابي الفرضي البالغ (3)، حيث حلت الفقرة (X5) المتعلقة بكون مجمع صيدال لصناعة الأدوية يحرص على تقديم منتجات ذات جودة عالية في المرتبة الأولى، حيث تحصلت على أعلى متوسط حسابي قدره (4.04) وانحراف معياري بلغ (0.78)، وهذا يدل على أن تحقيق جودة المنتجات يعد من المبادئ الأساسية المرسخة ضمن الإستراتيجية الإبداعية للمجمع، فيما جاءت الفقرة (X6) يعمل مجمع صيدال على تطوير منتجاته اعتمادا على دراسات السوق وتحديد حاجات ورغبات زبائنه في المرتبة الثانية، حيث تحصلت على متوسط حسابي قدره (3.96) وانحراف معياري بلغ

تحليل مدى تبنى أشكال الإبداع بالمؤسسات الاقتصادية الجزائرية: دراسة حالة مجمع صيدال لصناعة الأدوية

(0.78)، وهذا ما يدل على انتهاج مجمع صيدال لصناعة الأدوية لسياسة واضحة ضمن مجال إبداع المنتج قائمة على تطوير المنتجات وتحقيق رضا المستهلك، ومن ناحية أخرى فقد حلت الفقرة (X3) المتعلقة بكون مجمع صيدال لصناعة الأدوية عادة ما يكون السباق في تحسين منتجاته وخدماته في المرتبة الأخيرة، بأدنى متوسط حسابي بلغ (3.66) لكنه يبقى متوسط حسابي مرتفع يقع ضمن درجة الموافقة المرتفعة (3.40-4.20) وذلك بانحراف معياري بلغ (0.76)، ويرجع الباحثان احتلال هذه الفقرة للمركز الأخير إلى تأثير احتدام المنافسة في سوق الدواء الجزائرية وهذا ما يحد من السبق التنافسي لمجمع صيدال.

2- وصف بعد إبداع العمليات في مجمع صيدال لصناعة الأدوية - وحدة عناية

يبين الجدول (05) أدناه وصفا لبعء إبداع العمليات في مجمع صيدال لصناعة الأدوية - وحدة عناية وفقا لإجابات العينة قيد الدراسة:

الجدول (05): وصف بعد إبداع العمليات في مجمع صيدال لصناعة الأدوية - وحدة عناية

| ترتيب الأهمية | درجة الموافقة | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | بعد إبداع العمليات |
|---------------|---------------|-------------------|-----------------|--------------------|
| 4 | مرتفعة | 0.64 | 3.86 | X10 |
| 1 | مرتفعة | 0.63 | 3.92 | X11 |
| 7 | مرتفعة | 0.69 | 3.80 | X12 |
| 3 | مرتفعة | 0.67 | 3.90 | X13 |
| 2 | مرتفعة | 0.75 | 3.92 | X14 |
| 6 | مرتفعة | 0.83 | 3.86 | X15 |
| 5 | مرتفعة | 0.63 | 3.86 | X16 |
| - | مرتفعة | 0.83 | 3.86 | المجموع |

تظهر نتائج المعالجة الإحصائية الموضحة في الجدول (05) أعلاه أن مجمع صيدال لصناعة الأدوية يتبنى بشكل واضح بعد إبداع العمليات، حيث تحصل هذا البعد على متوسط حسابي عام مرتفع بلغ (3.86) وذلك بانحراف معياري قدره (0.83) وبدرجة موافقة مرتفعة.

وبشكل أكثر تفصيلا يتضح أن جميع الفقرات المشكلة لبعء إبداع العمليات في مجمع صيدال - وحدة عناية، قد تحصلت على متوسطات حسابية أعلى من المتوسط الحسابي الفرضي البالغ

(3)، حيث احتلت الفقرة (X11) المتعلقة بكون مجمع صيدال لصناعة الأدوية يحرص على تصميم عمليات جديدة بغرض تطوير نشاطه وتحسن منتجاته والرفع من قدرته التنافسية في المرتبة الأولى، حيث تحصلت على أعلى متوسط حسابي قدره (3.92) وانحراف معياري بلغ (0.63)، وهذا ما يدعم الإستراتيجية الابتكارية المثبتة من قبل المجمع والقائمة على تطوير المنتجات في حد ذاتها إلى جانب تصميم العمليات الجديدة اللازمة لذلك، فيما جاءت الفقرة (X14) يحرص مجمع صيدال لصناعة الأدوية على الاطلاع على رأي زبائنه فيما يخص عيوب المنتجات ومن تم يسعى إلى معالجتها من خلال تطوير عملياتها أو تحسينها للحفاظ على سمعته وبقائه في السوق في المرتبة الثانية، حيث تحصلت على متوسط حسابي قدره (3.92) وانحراف معياري بلغ (0.75)، وهذا ما يدل أيضا على التوجه نحو إرضاء الزبون وتصحيح العيوب ضمن إستراتيجية إبداع العمليات بمجمع صيدال لصناعة الأدوية، ومن ناحية أخرى فقد حلت الفقرة (X12) المتعلقة بأن مجمع صيدال لصناعة الأدوية يسعى إلى تحسين عملياته الإنتاجية بالاعتماد على الإمكانيات والخبرات المتاحة فيه في المرتبة الأخيرة، بأدنى متوسط حسابي بلغ (3.80) لكنه يبقى متوسط حسابي مرتفع يقع ضمن درجة الموافقة المرتفعة (3.40-4.20) وذلك بانحراف معياري بلغ (0.69)، ويرجع الباحثان احتلال هذه الفقرة للمركز الأخير إلى أن مجمع صيدال لا يعتمد فقط على خبراته وكفاءاته الداخلية فقط بل يستعين كذلك بخبرات خارجية ودولية.

ثالثا: اختبار فرضيات الدراسة

لاختبار الفرضية الرئيسية للدراسة والقائلة أن مجمع صيدال لصناعة الأدوية يتبنى مختلف أشكال الإبداع، فسيتم استخدام اختبار (T) لعينة واحدة لكل فرضية فرعية على حدا، وذلك كما يلي:

1- اختبار الفرضية الفرعية الأولى

الجدول (06): نتائج اختبار الفرضية الفرعية الأولى

| المستوى المعنوية | درجات الحرية | (T) الجدولية | (T) المحسوبة | حجم العينة | البعد |
|------------------|--------------|--------------|--------------|------------|--------------|
| 0.000 | 49 | 2.009 | 36.88 | 50 | إبداع المنتج |

تحليل مدى تبنى أشكال الإبداع بالمؤسسات الاقتصادية الجزائرية: دراسة حالة مجمع صيدال لصناعة الأدوية

من الجدول (06) أعلاه يتضح أن (T) المحسوبة لبعدها إبداع المنتج المعمول به في مجمع صيدال لصناعة الأدوية قد بلغت (36.88) وهي أعلى من قيمة (T) الجدولية البالغة (2.009)، وذلك بدرجات حرية (49) وبمستوى معنوية قدره (0.000) وهو أقل من مستوى المعنوية المعتمد والبالغ (0.05)، وهذا ما يثبت صحة الفرضية الفرعية الأولى، وبالتالي فإن مجمع صيدال لصناعة الأدوية يتبنى بشكل واضح بعد إبداع المنتج.

2- اختبار الفرضية الفرعية الثانية

الجدول (07): نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثانية

| البعدها | حجم العينة | (T) المحسوبة | (T) الجدولية | درجات الحرية | مستوى المعنوية |
|----------------|------------|--------------|--------------|--------------|----------------|
| إبداع العمليات | 50 | 32.75 | 2.009 | 49 | 0.000 |

من الجدول (07) أعلاه يتضح أن (T) المحسوبة لبعدها إبداع العمليات المعمول به في مجمع صيدال لصناعة الأدوية قد بلغت (32.75) وهي أعلى من قيمة (T) الجدولية البالغة (2.009)، وذلك بدرجات حرية (49) وبمستوى معنوية قدره (0.000) وهو أقل من مستوى المعنوية المعتمد والبالغ (0.05)، وهذا ما يثبت صحة الفرضية الفرعية الثانية، وبالتالي فإن مجمع صيدال لصناعة الأدوية يتبنى بشكل واضح بعد إبداع العمليات.

وتأسيسا على نتائج اختبار الفرضيتين الفرعيتين الأولى والثانية، فيتضح لنا صحة الفرضية الرئيسية للدراسة والقائلة بأن مجمع صيدال لصناعة الأدوية يتبنى مختلف أشكال الإبداع.

النتائج والتوصيات

أولاً: نتائج الدراسة

تأسيسا على ما تم عرضه في الدراسة الميدانية فقد تم التوصل إلى عدة نتائج أبرزها:

- يتبنى مجمع صيدال لصناعة الأدوية بعد إبداع المنتج بشكل واضح ضمن مختلف استراتيجياته وأنشطته وفقا لنتائج الجدول (04)، وهذا نابع من عدة أمور أبرزها:

- حرص مجمع صيدال على تقديم منتجات ذات جودة عالية.
- سعي مجمع صيدال نحو تطوير منتجاته اعتمادا على دراسات السوق وتحديد حاجات ورغبات زبائنه.
- تبني مجمع صيدال لنظام يقظة إستراتيجية فعال قائم على المراقبة الدائمة لمختلف التغيرات الحاصلة في البيئة الخارجية.
- يتبنى مجمع صيدال لصناعة الأدوية بعد إبداع العمليات بشكل واضح ضمن مختلف استراتيجياته وأنشطته وفقا لنتائج الجدول (05)، وهذا نابع من عدة أمور أبرزها:
- اعتماد مجمع صيدال لاستراتيجية فعالة فيما يخص تصميم العمليات الجديدة الخاصة بتحسين منتجاته.
- حرص مجمع صيدال على الاطلاع على آراء زبائنه فيما يخص عيوب منتجاته والسعي إلى معالجتها من خلال تطوير العمليات وتحسينها للحفاظ على سمعة المجمع.
- تبني مجمع صيدال لنظام يقظة تكنولوجية فعال قائم على أساس تتبع مختلف التطورات التكنولوجية الحاصلة في بيئة الأعمال بهدف تطوير مختلف أساليب تصميم وتحسين العمليات الإنتاجية.

ثانيا: توصيات الدراسة

- بناء على مختلف النتائج التي تم التوصل إليها تمكن الباحثان في الأخير من صياغة مجموعة من التوصيات والمقترحات المهمة التي من شأنها دعم نشاط الإبداع بمجمع صيدال خصوصا وبالمؤسسات الاقتصادية الجزائرية عموما، ومن بين أبرز هذه التوصيات نذكر:
- ضرورة استحداث إدارات أو أقسام خاصة بالإبداع في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية كافة على الرغم من اختلاف أحجامها ونوعها وطبيعة عملها، حيث تعنى هذه الإدارات أو الأقسام بالمبدعين وكيفية تشجيعهم وتنمية التفكير الإبداعي لديهم والاستفادة منهم، وكذلك الآليات الملائمة لتنفيذ الأفكار المبدعة.

تحليل مدى تبنى أشكال الإبداع بالمؤسسات الاقتصادية الجزائرية: دراسة حالة مجمع صيدال لصناعة الأدوية

- توفير جميع التسهيلات المادية والمعنوية الداعمة لأنشطة البحث والتطوير والإبداع والابتكار في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، مع ضرورة تخصيص نسبة معينة من ميزانيتها لتشجيع كافة هذه الأنشطة.

- وضع إستراتيجية فعالة للكشف عن المبدعين والموهوبين من المديرين والموظفين والعمل على تكوينهم وتدريبهم وتحفيزهم لتفجير طاقاتهم الإبداعية.

- ضرورة توفير مناخ تنظيمي مشجع على الإبداع والابتكار في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، وذلك عبر إتباع عدة أساليب أبرزها: اللامركزية وتفويض السلطات، المشاركة في اتخاذ القرارات، تفعيل أنظمة الاتصالات داخل المؤسسة، تشجيع الأفكار الجديدة، الاستعداد لتحمل المخاطرة.

- تعزيز التعاون مع الجهات الأكاديمية مثل الجامعات وهيئات البحث العلمي والمخابر، علاوة على القيام بتحالفات وشراكات إستراتيجية مع المؤسسات العالمية الرائدة أو المخابر الأجنبية من أجل الاستفادة من خبراتها والتعرف على التكنولوجيا الجديدة والتمكن منها.

- عقد دورات وندوات وورشات عمل مختلفة داخل المؤسسات الاقتصادية الجزائرية وخارجها، تساعد مديري هذه المؤسسات وموظفيها على صقل المهارات الإبداعية لديهم، والاستفادة من الخبرات المختلفة لدى بعضهم البعض.

- الاطلاع على تجارب الدول والمؤسسات الرائدة في مجال الإبداع والابتكار، والعمل على تطبيقها في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية بما يتناسب ووضوابط العمل في السوق الجزائرية.

- إجراء المزيد من الدراسات والأبحاث الخاصة بالإبداع في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية في مختلف القطاعات كالقطاع الصناعي، المصرفي، التأميني، الفندقي، الحكومي، ...، وغيرها، بحيث تتناول هذه الأبحاث جوانب أخرى لم يتم تناولها في هذه الدراسة.

قائمة المراجع

الرحيم إياد محمود، حسن دنيا، (2010)، أثر إبداع العملية في تصميم المنتج: دراسة حالة في الشركة العامة للصناعات الكهربائية، المجلة العراقية للعلوم الإدارية، المجلد (07)، العدد (27).

الروسان محمد علي، العجلوني محمود محمد، (2010)، أثر رأس المال الفكري في الإبداع في المصارف الأردنية: دراسة ميدانية، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد (26)، العدد (02).

الصيرفي محمد عبد الفتاح، (2003)، الإدارة الرائدة، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن. العامري مهدي حسن، الغالي طاهر حسن منصور، (2007)، الإدارة والأعمال، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

الفاعوري رفعت عبد الحليم، (2005)، إدارة الإبداع التنظيمي، ط1، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، مصر.

الفضل مؤيد عبد الحسين، (2009)، الإبداع في اتخاذ القرارات الإدارية، دار إثراء للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن.

أوكيل محمد السعيد، (1994)، اقتصاد وتسيير الإبداع التكنولوجي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.

بن عنتر عبد الرحمان، (2008)، واقع الإبداع في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالجزائر: دراسة ميدانية، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد (24)، العدد (01).

بوسلامي عمر، (2012)، دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية: دراسة حالة مجمع صيدال - دار البيضاء - الجزائر العاصمة، مذكرة ماجستير غير منشورة في علوم التسيير، تخصص: إدارة الأعمال الإستراتيجية للتنمية المستدامة، جامعة سطيف 1، الجزائر.

جروان فتحي عبد الرحمان، (2002)، الإبداع: مفهومه، نظرياته، قياسه، تدريبه، مراحل العملية الإبداعية، ط1، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

جلدة سليم بطرس، عبوي زيد منير، (2006)، إدارة الإبداع والابتكار، ط1، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

حجاج عبد الرؤوف، صديقي مسعود، (2013)، دور إبداع المنتج في تنمية الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية: دراسة حالة شركة روائح الورود لصناعة العطور، مجلة الباحث، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، العدد (13).

حميني ياسين، (2006)، تفعيل عملية الإبداع من خلال تفعيل العلاقة بالزبائن: دراسة حالة المؤسسة الجزائرية للسباكة بالحراش خلال الفترة (1999-2001)، مذكرة ماجستير غير منشورة في علوم التسيير، تخصص: إدارة الأعمال، جامعة الجزائر.

حنورة مصري عبد الحميد، (2000)، علم النفس: الفن وتربية الموهبة، دار غريب للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر.

خراز الأخضر، (2011)، دور الإبداع في اكتساب المؤسسة ميزة تنافسية: دراسة حالة مؤسسة (ECTT) مركب حمام ربي (سعيدة) نموذجا، مذكرة ماجستير غير منشورة في العلوم الاقتصادية، تخصص: مالية دولية، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر.

عجيلة محمد، (2005)، الإبداع في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية دراسة لصفات ومعوقات ومحفزات الإبداع: المؤسسة الاقتصادية للأنابيب الناقلة للغاز بولاية غرداية، مذكرة ماجستير غير منشورة في علوم التسيير، تخصص: إدارة الأعمال، جامعة سعد دحلب، البليدة، الجزائر.

عساف عبد المعطي، (1995)، مقومات الإبداع الإداري في المنظمات المعاصرة، مجلة الإداري، معهد الإدارة العامة، مسقط، سلطنة عمان، العدد (62).

قنديل علاء محمد سيد، (2002)، القيادة الإدارية وإدارة الابتكار، دار الفكر للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن.

كريم أحمد حميد، (2012)، تأثير الإبداع المنظمي في تحقيق الميزة التنافسية: بحث تحليلي لعينة من المصارف التجارية العراقية، مجلة الإدارة والاقتصاد، جامعة كربلاء، المجلد (35)، العدد (91).

مصطفى سيد أحمد، (2002)، إدارة البشر: الأصول والمهارات، المكتبة الإنجلو مصرية، القاهرة، مصر.

ملايكية عامر، (2012)، واقع الابتكار في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية: دراسة ميدانية لحالة المؤسسة الوطنية للدهن بسوق أهراس، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، العدد (28/27).

ملايكية عامر، (2013)، تقييم القدرات الابتكارية للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية: دراسة ميدانية لعينة من المؤسسات الاقتصادية، مجلة التواصل في الاقتصاد والإدارة والقانون، جامعة باجي مختار، عنابة، الجزائر، العدد (35).

نجم عبود نجم، (2003)، إدارة الابتكار، دار وائل للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن.
 نيجل كنج، نيل أندرسون، (2004)، إدارة أنشطة الابتكار والتغيير، ترجمة: محمود حسين حسني، دار المريخ، الرياض، السعودية.

Aiken Michael, Hage Jerald, (1971), The organic organization and innovation, Sociology, Vol (05), N (01).

Bellon Bertrand, (2002), Innovation créatrice, Economica, Paris, France.

Berthon Pierre, Hilbert M James, Pitt Leyland, (1999), to serve or create ? strategy orientation towards customers and innovation, California Management Review, Vol (42), N (01).

Broustail Joël, Fréry Frédéric, (1993), Le management stratégique de l'innovation, Dalloz, Paris, France.

Daft Richard, (2001), Organisation theory and design, 7th Edition, South Western Cengage Learning, Mason, USA.

Kotler Philip, Armstrong Gary, (1996), Principales of marketing, Prentice Hall, London, UK.

Meier Olivier, (2009), Dico du manager : 500 clés pour comprendre et agir, Dunod, Paris, France.

Schilling Melissa, Thérin Francois, (2006), Gestion de l'innovation technologique, Maxima, Paris, France.

Tarondeau Jean Claude, (1994), Recherche et développement, Vuibert, Paris, France.

www.saidalgroup.dz/index.php/nos-produits, consulté le 14/08/2016.

تحليل مدى تبني أشكال الإبداع بالمؤسسات الاقتصادية الجزائرية: دراسة حالة مجمع صيدال لصناعة الأدوية

www.saidalgroup.dz/index.php/notre-groupe/organisation, consulté le 23/08/2016.

www.saidalgroup.dz/index.php/notre-groupe/qui-sommes-nous, consulté le 12/08/2016.

Zaltman Gerald, Duncan Robert, Holbek Jonny, (1973), Innovation and organization, R.E Krieger Publishing Company, New York, USA.

* أستاذ مساعد - ب - / كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير / جامعة باجي مختار - عنابة/ الجزائر .

** أستاذة مساعدة مؤقتة/ كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير / جامعة باجي مختار - عنابة/ الجزائر .

المستخلص

هدفت هذه الدراسة إلى بيان مدى تبني المؤسسات الاقتصادية الجزائرية لمختلف أشكال الإبداع (إبداع المنتج، وإبداع العمليات)، ولتحقيق الهدف السابق الذكر تأسست هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي حيث قام الباحثان بتصميم وتوزيع استبانة محكمة على مديري وموظفي الإدارة العليا العاملين بمجمع صيدال لصناعة الأدوية - وحدة عنابة كحالة دراسية، وبعد تحليل بيانات الدراسة واختبار مختلف فرضياتها، تم التوصل إلى عدة نتائج أبرزها توافر أشكال الإبداع (إبداع المنتج، وإبداع العمليات) في المؤسسة قيد الدراسة بمستويات مرتفعة، وعلى ضوء النتائج المتوصل إليها تم تقديم مجموعة من التوصيات التي من شأنها الإسهام في تحسين تبني الإبداع في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية عموماً.

الكلمات الدالة: الإبداع - المؤسسات الاقتصادية - إبداع المنتج - إبداع العمليات - مجمع صيدال لصناعة الأدوية.

الملحق (01): استمارة الاستبيان

في إطار إعداد الباحثان لدراسة بعنوان: تحليل مدى تبني أشكال الإبداع بالمؤسسات الاقتصادية الجزائرية: دراسة حالة مجمع صيدال لصناعة الأدوية - وحدة عنابة، يسرنا أن نضع بين أيديكم هذه الاستبانة التي تعد جزء من الدراسة المذكورة آنفا مع رجاء الإجابة على الأسئلة الموضحة أدناه، كما نشكركم مسبقا على حسن تعاونكم معنا.

الجزء الأول: البيانات الشخصية والوظيفية

| | | | | | | | |
|--|----------------|------------------|-------------------|--------------------|----------------|--|--|
| | | | | ذكر | أنثى | | |
| | | 50-41 | 40-31 | 30-18 | 50 سنة فما فوق | | |
| | مدير عام | رئيس مصلحة | رئيس مكتب | رئيس فريق | | | |
| | | دراسات عليا | جامعي | ثانوي + دبلوم مهني | | | |
| | 15 سنة فما فوق | من 11 إلى 15 سنة | من 5 إلى 10 سنوات | أقل من 5 سنوات | | | |

الجزء الثاني: مدى تبني بعد إبداع المنتج بمجمع صيدال لصناعة الأدوية

| غير موافق بشدة | غير موافق | محايد | موافق | موافق بشدة | العبرة | |
|----------------|-----------|-------|-------|------------|---|---|
| | | | | | تعمل مؤسساتكم على توفير الموارد اللازمة من أجل تطوير الأفكار الخلاقة وتحويلها إلى منتجات جديدة. | 6 |
| | | | | | تحرص مؤسساتكم على تقديم منتجات جديدة بهدف كسب حصة سوقية إضافية. | 7 |
| | | | | | عادة ما تكون مؤسساتكم سباقة في تحسين منتجاتها وتطويرها. | 8 |
| | | | | | عادة ما تكون مؤسساتكم سباقة في خلق منتجات جديدة بالاعتماد على المعلومات الواردة من البيئة الخارجية. | 9 |

تحليل مدى تبنى أشكال الإبداع بالمؤسسات الاقتصادية الجزائرية: دراسة حالة مجمع صيدال لصناعة الأدوية

| | | | | | | |
|--|--|--|--|--|----|--|
| | | | | | 10 | تحرص مؤسساتكم على تقديم منتجات ذات جودة عالية. |
| | | | | | 11 | تعمل مؤسساتكم على تطوير منتجاتها اعتمادا على دراسات السوق وتحديد حاجات ورغبات زبائننا. |
| | | | | | 12 | مؤسساتكم في حالة ترقب دائم لمختلف التغييرات التي قد تطرأ في البيئة الخارجية والتي قد تؤثر في أذواق واتجاهات المستهلكين. |
| | | | | | 13 | لمؤسساتكم القدرة على تحسين منتجاتها الحالية وخلق منتجات جديدة خلال فترة زمنية قصيرة. |
| | | | | | 14 | يوجد تنسيق بين احتياجات البيئة الخارجية (الزبائن، احتياجات السوق... إلخ) وأهداف مؤسساتكم بالاعتماد على المعلومات الواردة من البيئة الخارجية. |

الجزء الثالث: مدى تبنى بعد إبداع العمليات بمجمع صيدال لصناعة الأدوية

| غير موافق بشدة | غير موافق | محايد | موافق | موافق بشدة | العبارات | |
|----------------|-----------|-------|-------|------------|---|----|
| | | | | | تعمل مؤسساتكم على تصميم عمليات جديدة في ضوء متطلبات تصميم المنتج الجديد. | 15 |
| | | | | | تقوم مؤسساتكم بتصميم عمليات جديدة بغرض تطوير نشاطاتها وتحسين منتجاتها والرفع من قدرتها التنافسية. | 16 |
| | | | | | تسعى مؤسساتكم إلى تحسين عملياتها الإنتاجية بالاعتماد على الإمكانيات والخبرات المتاحة فيها. | 17 |
| | | | | | تسعى مؤسساتكم إلى إتباع الأساليب العلمية الحديثة الخاصة بتصميم وتحسين العمليات الإنتاجية. | 18 |
| | | | | | تحرص مؤسساتكم على الإطلاع على رأي زبائننا فيما يخص عيوب المنتجات ومن تم | 19 |

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|
| | | | | | تسعى إلى معالجتها من خلال تطوير عملياتها وتحسينها للحفاظ على سمعتها وبقائها في السوق |
| | | | | | 20 تحرص مؤسستكم على اقتناء أحدث برامج الكمبيوتر الخاصة بتصنيع وتطوير المنتجات. |
| | | | | | 21 تقوم مؤسستكم بتغييرات في تصميم عملياتها تماشياً مع نوعية التقنيات الحديثة التي تستخدمها في تقديم منتجاتها. |