

القدرات الديناميكية واثرها في تعزيز استراتيجيات الابداع المفتوح

دراسة استطلاعية لعينه من القيادات العاملة في الشركات العراقية الاهلية للصناعات الدوائية

Dynamic capabilities and their impact on enhancing open innovation strategies:
An exploratory study of a sample of leaders in Iraqi private pharmaceutical companies

أ.د. معن وعدالله المعاضيدي

م. م وعد زكي صالح

كلية الادارة والاقتصاد - جامعة الموصل

maan_waadalah@uomosul.edu.iq

zwaad9993@gmail.com

تاريخ تقديم البحث: 2024/07/13

تاريخ قبول النشر: 2024/08/12

المستخلص

استهدفت الدراسة الوقوف على طبيعة العلاقات الارتباطية والاتجاهات التأثيرية بين متغيرات الدراسة المتمثلة بالقدرات الديناميكية (كمتغير مستقل) واستراتيجيات الابداع المفتوح (كمتغير معتمد) ، حيث اختيرت الشركات العراقية الاهلية للصناعات الدوائية ميداناً للدراسة، ومجتمع الدراسة تمثل بـ: (12) شركة تعمل في قطاع الصناعات الدوائية ، أما عينة الدراسة شملت القيادات الإدارية والبالغ عددها (251) الادوية وزعت الاستبانة عليهم بوصفها اداة رئيسة لجمع البيانات بهدف قياس متغيرات الدراسة وأبعادها، وتم تحليل البيانات لاستخراج النتائج عبر البرمجية الاحصائية الجاهزة (SPSS V.26) (Amos. V24)، وبناءً على نتائج وصف وتشخيص متغيرات الدراسة وأبعادها، واختبار علاقات الارتباط والتأثير بين هذه المتغيرات وأبعادها الفرعية، ووفقاً لاتجاهات المخطط الفرضي للدراسة، توصلت إلى عدد من النتائج أهمها وجود تأثيرات ذات دلالة معنوية إحصائية للقدرات الديناميكية في تعزيز استراتيجيات الابداع المفتوح في شركات الأدوية العراقية الاهلية المبحوثة.

الكلمات المفتاحية : القدرات الديناميكية - استراتيجيات الابداع المفتوح - شركات الصناعات الدوائية

Abstract

The study aimed to determine the nature of the correlational relationships and the influential trends between the study variables represented by dynamic capabilities (as an independent variable) and open innovation strategies (as a dependent variable). The Iraqi private pharmaceutical companies were chosen as a field for the study, and the study population was represented by: (12) companies operating in the industrial sector. The study sample included (251) pharmaceutical administrative leaders. The questionnaire was distributed to them as a main tool for collecting data with the aim of measuring the study variables and their dimensions. The data was analyzed to extract the results using the ready-made statistical software (SPSS V.26) (Amos. V24), and accordingly Based on the results of describing and diagnosing the study variables and their dimensions, and testing the correlation and influence relationships between these variables and their sub-dimensions, and according to the directions of the hypothetical plan of the study, I reached a number of results, the most important of which is the presence of statistically significant effects of dynamic capabilities in enhancing open innovation strategies in the private Iraqi pharmaceutical companies

Keywords: dynamic capabilities - open innovation strategies - Companies Industrial Pharmaceutical

المقدمة

نحاول في هذا الدراسة أن نعرض دور القدرات الديناميكية في نجاح المنظمة عبر تبنيها لاستراتيجيات الابداع المفتوح ، لذا حظيت القدرات الديناميكية باهتمامات واسعة في مجال الادارة الاستراتيجية حيث يمكن تحدد تصوراتنا عن مضامين القدرات الديناميكية بقدرات المنظمة المعرفية الخلاقة القادرة على استشعار الفرص والتهديدات البيئية، والإمكانيات المادية وغير المادية (الفريدة) لتمكينها من استثمار هذه القدرات عبر التعلم وإعادة تشكيل الموارد واغتنام تلك الفرص ومواجهة التحديات وفق أساليب وتقانات مبتكرة ناتجة عن الخزين المعرفي يعطيها القدرة على مواجهة التيارات البيئية المتلاحقة ، وفي نفس الوقت مساعدتها الى تبني ثقافة الابداع المفتوح بالاعتماد على قدرات وأساليب وأدوات أدريّة فعالة، تعمل على تقييم أدائها لتصل بها الى الارتقاء بما يسمح للمنظمة من تحقيق التميّز التنافسي، وبالتالي خلق وبناء أعمال تجارية جديدة يتطلب اعتماد المنظمة على الأفكار الخارجية أو التقنيات السوق ودمج مصادر البحث والتطوير الخارجية مع العديد من المنظمات والتحوّل من أنموذج الإبداع المغلق إلى أنموذج الإبداع المفتوح، باستخدام الأفكار والمعرفة الخارجية جنباً إلى جنب مع البحث والتطوير الداخلي لتحقيق الإبداع واستدامته ، وبالتالي فإن تبني إستراتيجيات الإبداع المفتوح وتنفيذها في المنظمات المبحوثة، يمكن أن يساعدها في التغلب على الصعوبات والتحديات التي تواجهها مع عدم اغفال دور القدرات الديناميكية لذا يجب تطويرهما وتنفيذهما معا لخلق قيمة للمنظمة عبر استراتيجيات الابداع وامتلاك كفاءات في المجال التقاني والعمليات التنظيمية (تحققه القدرات الديناميكية)

الجزء الأول: منهجية البحث

أولاً: مشكلة الدراسة

تكمن مشكلة في قلة حالات الابداع المؤثرة في قطاع الصناعات الدوائية الاهلية، أو حالات عدم الانفتاح ومؤشرات ذلك واضحة: وهي قلة المعروض من المنتجات، قلة الاقبال على تلك المنتجات، انخفاض الحصة السوقية، عدم رغبة الزبون بالمنتج المحلي، وهذا يعود الى غرق السوق العراقية بالمنتجات الدوائية المنافسة وبسعر اقل من المنتج الدوائي العراقي، فالبعض منها مسجل والاخر غير مسجل إذ لم يتم تحديد موقع البعض منها من قبل الهيئة الوطنية لاختيار الادوية وبالتالي فمن خلال فهم المشهد التنافسي، إضافة الى تعديل القدرات الديناميكية، وإعادة توظيفها بما يسهم تعزيز استراتيجيات الابداع في المنظمات عينة البحث، وعالية يمكن تأطير مشكلة الدراسة عبر أثار مجموعة من التساؤلات وهي:

- ما مستوى توافر ابعاد القدرات الديناميكية في الشركات قيد الدراسة ؟
- ما مستوى توافر استراتيجيات الابداع المفتوح في الشركات قيد الدراسة ؟
- هل هناك علاقة ارتباط بين القدرات الديناميكية، واستراتيجيات الابداع المفتوح؟
- ما هو تأثير القدرات الديناميكية في استراتيجيات الابداع المفتوح؟

ثانياً. أهمية الدراسة:

تتمحور أهمية الدراسة في مناقشة أحد المواضيع الحديثة في إدارة الاعمال والمتمثلة بأبعاد والقدرات الديناميكية واستراتيجيات الابداع المفتوح ، ولعل التصدي لدراسة هذه المفاهيم من شأنه فتح آفاق جديدة وتشجيع باحثين آخرين على دراسة تفاصيل أبعاد وعوامل أخرى لم تتناولها الدراسة، مما يُحقق تراكمًا معرفيًا لإثراء المكتبة العراقية. فضلاً عن توجّيه المنظمات المبحوثة لتبني هذه المفاهيم الحديثة وتطبيقها بهدف تعزيز أدائها وبناء الوعي والاهتمام لمتخذي القرار في إدارة المنظمات تجاه انتاج استراتيجيات حديثة وأساليب عمل مُبتكرة في إدارة المنظمات عن طريق الفهم السليم لمضامين هذه المصطلحات وفلسفتها وكيفية تطبيقها، وهُنا تتبلور أهمية الدراسة في التوصل إلى نتائج يُمكن أن تُسهم في تعزيز الأداء الاستراتيجي والتسويقي للمنظمات المبحوثة عند تطبيقها لأبعاد الدراسة على نحوٍ خاص، فضلاً عن إمكانية تعميم النتائج على المنظمات في القطاعات المُقاربة لها على نحوٍ عام.

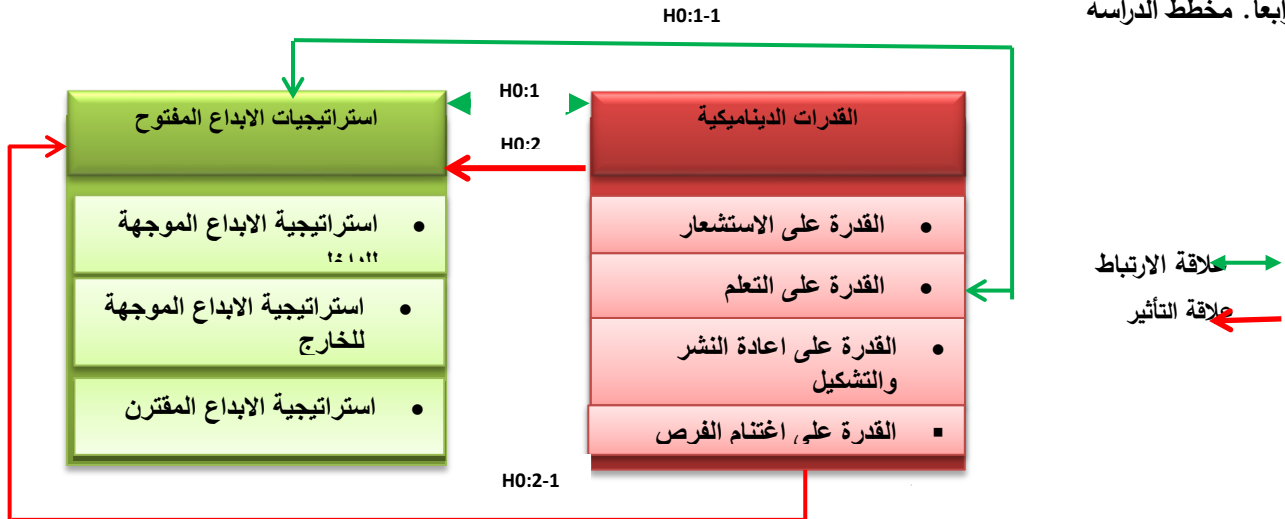
ثالثاً. أهداف الدراسة:

- بناءاً مشكلة الدراسة وأهميتها تسعى الدراسة إلى تحقيق الأهداف الآتية:
- بناء أو صياغة إطار نظري يتضمن مفهوم القدرات الديناميكية، مُعبّراً عن رؤية جديدة لتعزيز استراتيجيات الابداع المفتوح.
- وضع أنموذج فكري يُشخص أهم العوامل في كل بعد من ابعاد الدراسة استناداً إلى الجهود البحثية السابقة، مروراً باعتمادها للمناقشة النظرية ووصولاً إلى تحليلها ودراستها ضمن الإطار العملي.
- قياس مستوى توافر أبعاد القدرات الديناميكية واستراتيجيات الابداع المفتوح في المنظمات المبحوثة، وما تتضمنه من عوامل وتأثيرات متتابة في سير مراحل المخطط الفرضي باتجاه تعزيز استراتيجيات الابداع المفتوح ، اضافة الى ذلك الوقوف على طبيعة ومستوى علاقة التأثير القدرات الديناميكية وبين نتائجها في إطار تعزيز استراتيجيات الابداع المفتوح عن طريق اختبار فرضيات الدراسة وفق المخطط الفرضي.

سادساً: حدود الدراسة:

تمثلت حدود الدراسة الحالية في: ضوء الحدود الزمانية والمكانية والبشرية والبحثية، إذ عدّت المدة من منتصف 2022 إلى آذار 2024 الحدود الزمانية للدراسة، وعُدّت شركات العراقية الاهلية للصناعات الدوائية الحدود المكاني لها، بينما تمثلت القيادات الادارية في الشركات عينة البحث الحدود البشرية

رابعاً. مخطط الدراسة



الشكل (1) مخطط الفرضي للدراسة

خامساً. الفرضيات:

- تم اعتماد مجموعة من الفرضيات الرئيسة والفرعية لاختبار العلاقات الواردة في مخطط الفرضي وهي:
- الفرضية 1: لا توجد علاقات ارتباط معنوية بين كل القدرات الديناميكية واستراتيجيات الابداع المفتوح ويتفرع منها الفرضية الفرعية:
 - لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين ابعاد القدرات الديناميكية واستراتيجيات الإبداع المفتوح
- الفرضية 2: لا يوجد تأثير ذو دلالة معنوية للقدرات الديناميكية مجتمعةً في استراتيجيات الإبداع ، وينبثق منها الفرضية الفرعية:
 - لا يوجد تأثير معنوي مباشر لأبعاد للقدرات الديناميكية في استراتيجيات الإبداع المفتوح

سادساً: منهج الدراسة

التجأ الباحث الى المنهج التحليلي لاختبار الفرضيات عبر دراسة العلاقة بين الأبعاد الرئيسة والعوامل الفرعية جميعها، والمُستمدة بياناتها من الشركات المبحوثة، والاطلاع على المراجع العلمية ذات العلاقة بموضوعات البحث. فضلاً عن المقابلات الشخصية التي أجراها الباحث مع عدداً من مسؤولين شركات الادوية، واستمارة الاستبانة كمصدر لجمع البيانات المتعلقة بالجانب الميدانية، أذ تضمنت الاستبانة مؤشرات لقياس ابعاد القدرات الديناميكية واستراتيجيات الابداع المفتوح اعتماداً على مصادر (Barranon, 2019) (الطائي, 2020) (Hinteregger, et. al. 2018) (Enkel & Gassman, 2004) (Freitas, 2019) (Sun *et al.*, 2019) واعتمد الباحثان مقياس ليكرات الخماسي، وتم تحديد (36) مؤشراً لقياس اجابات المبحوثين

جدول (1) المحاور الرئيسة المعتمدة في تصميم استبانة الدراسة

المتغير الرئيسة	الأبعاد الفرعية	مؤشرات القياس	مصادر القياس
القدرات الديناميكية	القدرة على الاستشعار	X ₁ -X ₅	(Barranon, 2019) (الطائي, 2020)
	القدرة على التعلّم	X ₆ -X ₁₀	
	القدرة على إعادة النشر والتشكيل	X ₁₁ -X ₁₆	
	القدرة على انتهاز (اغتنام) الفرص	X ₁₇ -X ₂₁	
استراتيجيات الإبداع المفتوح	إستراتيجية الإبداع الموجه للداخل	X ₂₂ -X ₂₆	(Enkel & Gassman, 2004) (Hinteregger <i>et al.</i> , 2018) (Sun <i>et al.</i> , 2019) (Freitas, 2019)
	إستراتيجية الإبداع الموجه للخارج	X ₂₇ -X ₃₁	
	إستراتيجية الإبداع المقترن	X ₃₂ -X ₃₆	

المصدر: الجدول من إعداد الباحثان بالرجوع إلى المصادر الواردة فيه

سابعاً: أساليب التحليل الإحصائي:

استناداً إلى طبيعة توجهات الدراسة ومضامين فرضياتها سيعتمد الباحث مجموعة من الأساليب الإحصائية لغرض التحقق من صحة الفرضيات، لذا تم الاعتماد على حزمة برمجيات احصائية جاهزة (SPSS V26) (AMOS V26) للقيام بالتحليلات الاحصائية للبيانات التي تم جمعها من الشركات العراقية الاهلية للصناعات الدوائية باستخدام استمارة الاستبانة

ثامناً: بيئة الدراسة

تتضمن بيئة الدراسة شركات الادوية العراقية الاهلية والبالغ عددها (12 شركة)، والقيادات الإدارية مجتمعاً للدراسة، وعينة الدراسة هي عينة قصدية بلغت (251 مسؤولاً إدارياً)، والجدول يوضح هذه الشركات والاقسام الانتاجية فيها والشهادات الحاصلة عليها في مجال التصنيع وسنة تأسيسها

جدول (2) نبذة تعريفية عن بيئة الدراسة

الشركة(المصنع) سنة التأسيس	الموقع الجغرافي	الاقسام الانتاجية	شهادة الحاصلة عليها	اعداد العاملين
المصنع العراقي (1954)	بغداد الجديدة: حي الخليج	الشرابات، وادوية التخدير، الاقراص والكبسول، الهرمونات التناظرية	(GMP) ISO9001:2015	أكثر من 200 عاملاً
وادي الرافدين (1988)	بغداد: بوب الشام المنطقة الصناعية	الحبوب، الكبسول، البودرات الجافة، الشرابات والمعلقات، المراهم والكريمات	(GMP) ISO9001:2015	أكثر من 165
المنصور للصناعات الدوائية (1989)	بغداد: أبي غريب قرب معمل حليب بلادي	السوائل الفموية، الشراب، المعلقات، الحبوب	(GMP) ISO9001:2015 ISO14001	أكثر من 120 عاملاً
الشرق للصناعة الادوية (1989)	بغداد: قرب وزارة الصحة	الشرابات، الحبوب والكبسول، المعقمات، السوائل الخارجية.	(GMP) ISO9001:2015 ISO14001	أكثر من 80 عاملاً
الكندي للصناعات الدوائية (1990)	بغداد: جسر دياي تقاطع النهروان	الحبوب، الشرابات، المعلقات والقطرات الفموية، الكبسولات، المراهم والكريمات	(GMP) ISO45001 ISO14001 ISO9001:2015 ISO3100 ISO14001	-
الفرات لصناعة الادوية والمستحضرات الصيدلانية 1998	بغداد: أبي غريب	الشرابات، الحبوب، كبسول، البودر، المضادات الحيوية	(GMP) ISO9001:2015	أكثر من 239 عاملاً
الحياة للصناعة الادوية 2004	بغداد: عويريج (قوس بغداد)	السوائل الفموية والشراب والمعلقات) شبه صلبة - (مراهم وكريمات ومسوحات موضعية ومراهم عين)	(GMP) ISO9001:2015	أكثر من 98 عاملاً
الجزيرة للصناعة الادوية: 2005	بغداد: أبي غريب	كبسولات، الشرابات، المحاليل، التحاميل	(GMP) ISO9001:2015	أكثر من 110 عاملاً
أسوار الخليج 2006	صلاح الدين سامراء: الحي الصناعي	الشرابات، قطرات الفم، المراهم والكريمات، الحبوب، المضادات الحيوية، التحاميل	ISO9001:2015 (CLASS B)	-
اوامديكا 2009	اربيل: شارع 100- قرب مستشفى رزكاري	أقراص وكبسولات وسوائل وشراب جاف وشبه صلبة، مضادات الترومبين ومضادات التخثر. الأدوية المضادة للفيروسات، ومضادات الفطريات، والأدوية الجنسية للذكور، المكملات الغذائية، الحساسية، الإمدادات الطبية كأقنعة الوجه والعباءات ومعقمات الأيدي	(ISO45001) (GMP) (ISO 14001) (ISO 9001)	أكثر من 300 عاملاً
سما الفيحاء 2012	البصرة: الزبير	مضادات الهستامين، مضادات الالتهابات ومسكنات الألم، علاجات القلب، الجهاز الهضمي التنفسي العصبي، وامراض الدم	(GMP) (CLASS A) ISO9001:2015	أكثر من 400 عاملاً

المصدر: أعداد الباحثان بالاطلاع على بيانات الشركات

الجزء الثاني : الجانب النظري

اولا. مفهوم القدرات الديناميكية وابعادها

تتجسد القدرات الديناميكية في المهارة المنظمة، وهيكلها التنظيمي، وإجراءاتها الروتينية، والتي يتم بنائها عبر عملية التعلم، وما اكتسبته المنظمة من خبرات عملها، وإن استدامة النجاح والتفوق للمنظمة لا يتوقف على امتلاكها لموجودات فحسب، ولكن يستوجب امتلاكها لموجودات نادرة تسمى القدرات الديناميكية، والتي تتميز بالقدرة على التغيير، وإعادة التشكيل، والتكيف. (الفياض، 136، 2018) وانسجاماً مع ما تم طرحه، نعرض في الجدول (10) مفاهيم متنوعة للقدرات الديناميكية وفقاً لأراء عدد من الباحثين

الجدول (10) مفاهيم القدرات الديناميكية

اسم الباحث/ السنة	المفهوم
Teece 2007:132	قدرة المنظمة على استشعار الفرص البيئية وتحدياتها ، والعمل على توظيف مواردها الملموسة وغير الملموسة لتحقيق الميزة التنافسية
Pavlou & El Sawy, 2011:242	قدرة تدعم المنظمة من خلال إعادة تكوين وتعديل وتوسيع القدرات التشغيلية الحالية، الى قدرات بحلة جديدة وبشكل أفضل، تتوافق مع المتغيرات البيئية.
Philip 2013:46	عمليات إدارية وتنظيمية تعتمد على المسار لتكرار الموارد التنظيمية وإعادة تكوينها
Aminu& Mahmood, 2015:445	قدرة المنظمة على بناء، ودمج، وإعادة تشكيل الكفاءات، للتعامل مع التغيرات البيئية المتسارعة
Wang .et al , 2108.5	أمتلاك المنظمة كفاءات محورية ، تمكنها من تجديد وإعادة انشاء هيكلها ، لتحقيق التكامل ورفع قدراتها بما يتلائم مع التقلبات البيئية المحيطة بها .
Pervan et al., 2018: 4	روثينات استراتيجي وممارسات تنظيمي تمكن المنظمة من تشكيل الموارد الجديدة الخاصة بها
Colombo et.al 2021:2	قدرة المنظمة على صهر وبناء وإعادة تكوين كفاءاتها للتوافق مع التغيرات البيئية المتسارعة ، وإنشاء قاعدة لمواردها فابلة للتوسيع والتعديل بشكل ناجح

المصدر: من اعداد الباحثان

وأخيراً يتبنى الباحثان تعريفاً إجرائياً للقدرات الديناميكية يقوم على قدرة المنظمة على إعادة تكوين وتشكيل مواردها، التي تهدف إلى تجديد إستراتيجياتها وعملياتها، عبر استشعار الفرص البيئية، والتعلم، وإعادة تشكيل ونشر مواردها بما ينسجم مع التغيرات البيئية (خارجياً وداخلياً).

وعند التطرق إلى أبعاد القدرات الديناميكية نجد أختلاف في وجهات نظر الباحثين، وهذا يعود إلى الأبعاد التي تم تبنيها في بيانات عمل مختلفة وأنشطة المنظمة ذاتها، وعليه سيعتمد الباحثان في دراستهما على أبعاد القدرات الديناميكية التي حققت أعلى نسبة اتفاق بين الباحثين بدءاً من عام 2010 لغاية 2020، فضلاً عن كونها تتناسب مع ميدان الدراسة الحالية.

الجدول (9) أبعاد القدرات الديناميكية

ت	الباحث والسنة	أبعاد القدرات الديناميكية	قدرات الاستشعار	قدرات التعلم	إعادة التشكيل والنشر	الاستحواذ والانتهازية	التكامل	التنسيق	التحويل	الاستيعاب	ادارة المعرفة	التغيير	الابداع	صنع القرار
1	البدراي، 2010			√	√		√							
2	Cui & Jiao, 2011		√	√	√									
3	Pavlou, Sawy, 2011		√	√	√		√							
4	MacInerney-May, 2012		√	√	√									
5	Nieves Haller, 2014		√	√			√	√						
6	Roxin, Lettstrom, 2015			√		√			√					
7	Gao & Zhu, 2015					√	√	√			√		√	
8	Amiripour et al., 2017		√		√	√								
9	Akpobi, 2017		√		√	√								
10	الحميري وخلي، 2018		√		√	√								
11	Wender et al., 2018		√			√						√		√
12	Fellenstein & Umaganthan, 2019		√			√			√					
13	Teece, 2108		√	√	√									
14	Barranon, 2019		√	√	√	√								
15	الطائي، 2020		√	√	√	√								
	النسبة %	80	60	66	53	27	13	13	7	7	7	7	7	7

المصدر: الجدول من إعداد الباحثان بالاعتماد على المصادر اواردة فيه.

أ. قدرات الاستشعار: مقدرة المنظمة على استكشافها وحصولها على المعلومات البيئية وتفسيرها، واستثمار الفرص الجديدة لتلبية احتياجات الزبائن المتغيرة (Pavlou & El Sawy, 2011: 244) وفي السياق ذاته يؤكد رشيد والعبودي، أن قدرة المنظمة لاستكشاف الاسواق المستهدفة، وتخصيص موارد تنظيمية للقيام بعملية الاستكشاف، ومتابعة التطورات التقنية، وإن يوظف المدراء مهاراتهم مع الالتزام بتوفير الموارد لأكمال هذه العملية، والبحث عن الفرص الجديدة، وتوطيد العلاقات مع الزبائن، والمجهزين، وخبراء متخصصين في البحث والتطوير (رشيد والعبودي، 2015: 14)، وبالتالي تسهم قدرات الاستشعار التي تمتلكها المنظمات في تبني التقنية الجديدة واستغلال التقانات الخارجية المطورة، وتشخيص الإبداعات لدى المجهزين، والتغيرات في حاجات الزبائن نفسها، (Amiripour et al., 2017, 38)، وفقاً لآراء (Teece, 2007) و (Felin & Powell, 2016, 132) لا تتوقف على رصد ومسح البيئة الخارجية وإنما يتطلب القيام بمسح البيئة الداخلية، إضافة الى قيام المنظمة بأنشاء مواقع إلكترونية تسمح لمنتسبيها بالولوج لتقديم اقتراحات حول منتجات جديدة أو تقديم شكاوي وانتقادات المنتجات والخدمات المقدمة من قبل المنظمة، بمعنى آخر إن النشاطات والممارسات في رصد الاختراعات الجديدة، واستكشاف حاجة السوق، أو عمليات البحث والتطوير تمكن من صنع معارف جديدة ومطورة، أو أنشطة تؤدي إلى فهم التغيرات التقنية. وبالتالي على المنظمات أن تكون قادرة على مسح بيئتها وتشخيص تفضيلات ورغبات الزبائن، وكذلك جمع الأفكار من موظفيها، فهذه التوجهات تمكن المنظمة من تشخيص حاجة الزبائن وأذواقه والتغيرات في تفضيلات (Breznik & Lahovnik, 2016, 170)، وقد أكد Pavlou & El Sawy بأمكان المنظمة تحديد الفرص والتهديدات مراقبة واستكشاف الاسواق المستهدفة عن كثب سواء كانت محلية أم دولية، ورصد تحركات المنظمات المنافسة لها، والتطورات التقنية، وكذلك معرفة حاجات الزبائن من خلال ثلاثة عناصر للاستشعار في المنظمة وهي: (Pavlou & El Sawy, 2011, 244)

- الاستخبارات السوقية: التي تهتم بالتعرف على حاجات ورغبات الزبائن، فضلاً عن الاستجابة لاتجاهات السوق، وكشف توليفه الموارد.
- تحليل المعلومات السوقية: ترتبط بتفسير واستشعار الاحداث والتطورات، وكشف الفرص .
- الاستجابة للمعلومات السوقية: المتابعة لقطاعات السوقية التي تعمل بها، واكتشاف الفرص التي تلبي حاجات الزبائن. والشكل التالي يوضح عناصر قدرة الاستشعار.
- ب. قدرة التعلم: يعد التعلم مهارة تنظيمية تسعى المنظمة عبرها الى اكتساب، ونقل المعرفة وتوظيفها لخلق معارف جديدة، وإن هذا الاكتساب المعرفي واستثمار المعلومات يمكن المنظمة من تحقيق التكيف مع البيئة المتغيرة (John et al, 2006: 80) في حين يرى (Zahra & George, 2002. 191-200) أن قدرات التعلم تتمثل في الاتي:
- القدرة على إكتساب المعرفة، إذ ترتبط بالحصول على معرفة جديدة (Camisón & Forés, 2010. 708-710)
- القدرة على إستيعاب المعرفة، وترتبط بتوضيح المعرفة (Li et al, 2021)
- القدرة على تحويل المعرفة، وترتبط بالابداع في حل المشكلات، العصف الذهني، والتفكير الإبداعي (Qiang et al., 2013. 252-270)
- القدرة على توظيف المعرفة وترتبط بممارسة الجديدة وأغتنام الفرص وتجديد القدرات التشغيلية (Teece, 2007, 182)

وتتجسد قدرات التعلم المنظمي في القدرة على تكوين المعرفة الداخلية , الاستحواذ على المعرفة الخارجية, استيعاب المعرفة الداخلية والخارجية عبر مشاركة المعرفة. وحتى تتمكن المنظمة من استغلال الفرص تحتاج إلى صياغة خيارات إستراتيجية، وقرارات استثمارية متكاملة، وقرارات مرتبطة بالوقت والتوجهات السوقية، لضمان وصول المنظمة إلى مرحلة جديدة من المعرفة تفهم من خلالها البدائل المتاحة أمامها وارتباطها بقراراتها المتخذة. (MacInerney, 2011, 17)، ويؤكد Pavlou & El Sawy أن رصد المنظمة للفرص السوقية يتطلب منها اتخاذ قرارات تعزيز وتطور القدرات التشغيلية الحالية بالتعلم، والمعرفة، والمهارات الجديدة، لطرح منتجاتها الجديدة ، ولكي تتمكن المنظمة من استثمار هذه الفرص في البيئة المتقلبة يتوجب عليها المشاركة في التعلم وأيجاد حلول وتكوين معرفة جديدة، إضافة الى إعادة تشكيل القدرات التشغيلية الحالية لتحسين وتطوير منتجات جديدة. وتظهر العلاقة المتبادلة بين قدرات الاستشعار والتعلم باتجاهين هما: الاستشعار يركز على جمع المعلومات عن الأسواق الجديدة، أما التعلم ويركز على استخدام هذا المعلومات في لتكوين وإنشاء معرفة جديدة ، وبالتالي تعزيز قدرة المنظمة في الكشف عن الفرص السوقية الجديدة، فالتعلم يساعد المنظمة على بناء وتعزيز طاقتها الابتكارية، مع القدرة على إعادة تشكيل مواردها ونشرها عبر ممارساتها اليومية الإبداعية، ولهذا يشكل التعلم بعداً مساعداً في إعادة التشكيل الموارد من خلال تعزيز القدرات التشغيلية الحالية للمنظمة. (Pavlou & El Sawy, 2011, 243-245)

ت. قدرات اعادة التشكيل والتوزيع: مقدرة المنظمة في إعادتها لرصف وتحويل وتشكيل مواردها وموجوداتها لتحقيق ديمومتها واستمراريتها في مواكبة للتقلبات البيئية المتسارعة وهذا يتطلب توافر قدرات فردية منظمية وتحفيزها نحو تقديم مزيد من الأبداع والتعاون المشترك، لمساعدة المنظمة لتحقيق أفضل استثمار لقدراتها (Zhou et al., 2019: 5) (Teece et al., 1997: 515) ، في حين يشير باحثين آخرين أن بناء القدرات يعتمد على مشاركة وتواصل وربط قدرات جديدة في المنظمة بالموارد والقدرات الحالية (Teece et al., 1997; Lansiti & Clark, 1994) ، لذلك فإن القدرة على إعادة التشكيل تسمح للمنظمة بتعديل أو تجاهل أو إعادة بناء الإجراءات لتحقيق الكفاءة والفاعلية المنظمة. (Capron and Mitchell, 2009؛ Lavia, 2006) ، فالكثير من منظمات الأعمال تعتمد على إعادة تشكيل أنشطتها وتوزيعها وتصميم الموارد لتكوين قدرة في الحصول على موارد جديدة واغتنام فرصة أبداعية (Karim & Capron, 2016: 58) .

ث. قدرات الانتهاء : المقدرة على استثمار الفرص بعد استشعارها، والتصرف والاستثمار في عملية التجديد تجاه الهدف المرغوب، وتُدعم قدرة الانتهاء بنشاطات مثل الإبداع التنظيمي، واختيار نماذج الأعمال، وتصميم المنتجات، والاستثمار المناسب في التقنية، وتصميم إجراءات للهيكل التنظيمي لاستغلال الفرص (Maijanen & Jantunen, 2016, 139). وتتطلب الاستفادة من فرص السوق أو انتهائها من منظمات الأعمال أن تستغل الأفكار التي تطرحها الإدارة التي وظفت قدرات الاستشعار في تشخيص الفرص السوقية لأن تشخيص هذه الفرص لا يكفي للانتهاز الناجح لها، بل يجب أن يكون هيكل المنظمة ونموذج أعمالها في حالة من التناسق بقصد هذا الانتهاء، وانتهاز الفرص هو صياغة استجابة إستراتيجية مناسبة تجاه الفرص التي توفرها البيئة التنافسية (Žitkienė et al., 2015, 271).

والمقدرة على انتهاء الفرص يشمل التعامل مع الفرص التي تم استشعارها عبر منتجات، أو عمليات جديدة، الأمر الذي يتطلب تعبئة الموارد المالية، والبشرية، والاستثمار في التطوير والاستخدام التجاري، وبالتالي تتجسد هذه القدرة بالقدرة على صنع القرار الصحيح وتنفيذه، من قبل قائد يمتلك القدرة على صياغة رؤية و إستراتيجية وضمان ارتصاف تنظيمي مناسب سواء كان للاستكشاف أو للاستغلال وتجميع الموجودات المكتملة واتخاذ القرار حول تخصيص الموارد في الوقت المناسب (Hult & Sjölund, 2017, 13). ومن أوجه قدرات أغنام الفرص هو قدرة المنظمة أكتساب أو الاستحواذ على القدرات من مصادر

خارجية ، كالتراخيص وعقود الشراء والتحالفات وعمليات الدمج مع منظمات أو وحدات تابعة لها (Capron & Mitchell, 2006; Lave, 2009)، ولما كانت أبعاد القدرات الدينامية ضرورية لصنع النجاح، فعلى المنظمة ان تطور قدرات الاستشعار، والانتهاز، وإعادة التشكيل أنياً وتطبيقها لبناء الميزة التنافسية واستدامتها، وهنا يُعدّ التعلم هو أساس قدرة التغيير التنظيمي (تغيير الأداء) الذي يضيف إلى الأداء الكلي للمنظمة (Maijanen & Jantunen, 2016, 139).

ثانياً. استراتيجيات الابداع المفتوح وابعادها

يوصف مصطلح الابداع في الأدبيات على أنه توظيف للتقنيات والمعارف والعمليات الجديدة لعرض منتجات جديدة أو تحسين العمليات القائمة، حيث أكدت العديد من المنظمات والدول على أن الابداع يعدّ العنصر المحوري لتقدمها الاقتصادي وازدهارها، فعند عرض مصطلح الابداع يتضح لنا وجود تباين بين مصطلحي الابتكار والابداع، إذ يتضمن الابداع عامل التسويق أيضاً، وعرفه (Porrtter, 1990, 780) بأنه أسلوب جديد لعمل الأشياء مع تسويقها (مع العلم بأن هناك من يطلق عليه مصطلح الابتكار). وأشار (Galanakis, 2006, 1223) بأن الابداع يتضمن إنتاج المنتجات أو عمليات أو معرفة جديدة بواسطة المعرفة العلمية أو التقانة الجديدة أو القائمة والتي تسهم في تطوير المنظمة و القطاعات الصناعية في البلد بما يضمن تحقق النجاح السوقي ، ويرى Henry Chesbrough الابداع المفتوح ضرورة جديدة للخلق والفائدة من التقانة، حيث ساعد المنظمات ومكنها من الانتقال من حالة الابداع المغلق الذي تعتمد فيه المنظمة على أنشطتها التسويقية والبحثية إلى حالة الانفتاح التي تركز على الاستثمار والتوظيف في مصادر الابداع المختلفة : الأفكار، المعرفة، الكفاءات والمهارات، سوى كانت داخلية أو خارجية (Isckia & Lescop, 2011, 89) ويرى (Brockman et al, 2018, 2048) الابداع المفتوح مدخل تعاوني للإبداع تتكامل فيه المعرفة والخبرات والكفاءات الداخلية والخارجية في والممارسات والعمليات الابداعية المنظمة

ثالثاً: استراتيجيات الابداع المفتوح: تتبنى المنظمات استراتيجيات الابداع وذلك اما بالاعتماد على خيار المسار الداخلي للتقانة والمعرفة الخارجية لتطور وانجاز عمليات البحث والتطوير وتكامل المعرفة الخاصة بها أو تبني خيار المسار الخارجي في استثمار المعرفة والأفكار والتقانة غير المستغلة حالياً مع الأطراف الخارجية لتحقيق عوائد مالية وغير مالية عبر والشراكات والتحالفات الاستراتيجية التعاون مع الآخرين، أو كخيار استراتيجي ثالث بما يعرف الابداع المزوج ، حيث يوظف الابداع المفتوح في ممارسات مختلفة كتطوير البرمجيات والتعاون المشترك والتراخيص وعقود البحث ، والتالي يوضح استراتيجيات الابداع المفتوح أمثال (Freitas, 2019) (Hinteregger, et.al, 2018), (Enkel&Gassman, 2004) هي:

1. استراتيجيات الابداع المفتوح الموجه نحو الداخل: تتبنى المنظمة هذا الخيار عندما تواجه شحة بالموارد : المالية- المادية- البشرية أو المهارات : المعرفة التقانية- الخبرات التراكمية، وبالتالي تمكين المنظمة على ملئ وتجديد خزنها من المعرفة والمهارات والموارد عبر دمجها مع المصادر الخارجية (زبائن ، موردين، جمعيات ، جامعات، ومراكز إستشارية وغيرها) (Bekono&Bekolo, 2020, 720) ، في حين اشار (Bogers, et al, 2019, 84) بأن المنظمات التي ترغب في الإستفادة من المصادر الخارجية عليها أن تمتلك قدرات استشعار تمكنها من تحديد وتقييم المعرفة الخارجية ذات القيمة بالنسبة لها، ومن ثم إقامة علاقات تعاون معهم. وفي هذا الصدد يؤكد (Ahn, et al, 2016, 1009) (قبل كل شيء أن تكون المنظمة قادر على تطوير قدرتها الاستيعابية بمسحها للبيئة الخارجية فيما يتعلق بالتقانة الجديدة ودمج المعرفة الجديدة في عملياتها الابداعية"، أي قدره على البحث عن مصدر المعلومات القيمة، وقدرة تكاملية تدمج هذه المعرفة الخارجية لتكوين معرفة جديدة ، ولتحقيق ذلك يؤكد (Nalaticchio, et al, 2017: 8-9) على أن تساعد أنظمة إدارة المعرفة في نشر وتشارك ونقل المعرفة المكتسبة داخل المنظمة، ومن ثم العمل على تنسيق ممارسات إدارة المعرفة مع إدارة الموارد البشرية وإدارة

التقانة والعلاقات والموارد الأخرى مع المنظمات التي تتبنى الأبداع المفتوح الموجه للداخل، أما (مدلس، وضيافي، 2019، 89) ترى ان الابداع الداخل للمنظمة يساعدها في ممارسة المزيد من البحث والتطوير والقيام بأنشطة مشتركة وعقود البحث والتطوير والحصول على التمويل اللازم للمشاريع البحثية أو شراء الخدمات التي تخص الجانب الفني والعلمي، ويؤكد (Hinteregger,etal,2018,5) أن هذا التكامل يزيد من القوة التنافسية للمنظمة، إذ تتعاون المنظمة مع شركاءها للوصول إلى أفكار ومعارف خبرات جديدة للإبداع، وهذا لا يقتصر فقط على الجهات الفاعلة فحسب فهناك قنوات أخرى وسائل التواصل الاجتماعية والمعارض والتراخيص للتقانة الحديثة، الجامعات والمراكز البحثية.

2. استراتيجية الابداع المفتوح الموجه نحو الخارج: وفقا لهذه الخيار تقوم المنظمة بتسويق إبداعاتها وتقنياتها إلى

الجهات الخارجية من خلال بيع المعرفة أو ترخيص الموارد المتطورة لتحقيق منافع مالية وغير مالية (Chou,etal,2016,41)، وعليه فأن هذا نهج يعد جزء من عملية تسويق التقنيات التي عملت المنظمة على تطويرها لبيعها في السوق، ويؤكد كلا من (Bekono&Bekolo,2020,721)(Ahn,etal,2016,1011) بأن المنظمة تتبع هذه الاستراتيجية بهدف زيادة ارباحها والمرونة في عمليات البحث والتطوير الداخلي، وتحسين القدرة على الابداع والانفتاح على الأسواق العالمية، بالإضافة الى وتوسيع شبكة العلاقات وسمعة المنظمة وفرص العمل وزيادة المعرفة، مما ينعكس على جذب شركاء جدد محتملين، وإيجاد فرص جديدة للتعاون شريطة ضمان الحد الأدنى من حماية المعرفة المنظمة، فالهدف من الإبداع المفتوح الموجه نحو الخارج: طرح الأفكار التي لا تتوافق مع في أنموذج الاعمال الحالي للإبداع الداخلي المغلق وهذا يساعد المنظمة من توليد إيرادات إضافية عبر ترخيص الملكية الفكرية أو مضاعفة التقانة من خلال نقل الأفكار إلى منظمات أخرى، وإن المنظمة تلجأ الى الإبداع المفتوح الموجه نحو الخارج لدوافع غير مالية (السمعة، مسؤولية اجتماعية Roszkowska

(2018,655-656)بينما اشار (مدلس، وضيافي، 2019: 89) بأن الأمر له علاقة بالبُعد الذي يميزه إحالة التقانة والمعرفة إلى خارج المنظمة لغرض تطوير الأسواق الجديدة وإستثمارها عن طريق القيام ببعض الأنشطة مثل بيع مشاريع الابداع، والعمل على إنشاء مشاريع مشتركة مع الجهات الخارجية لتسويق التقانة والخدمات العلمية والتقنية للمنظمات وغيرها، وتعرف هذه الأنشطة بأنموذج الابداع المفتوح". في حين يؤكد (Nalaticchio,etal,2017) ممارسة الابداع المفتوح الصادرة هذه تمثل تحدي كبير للمنظمات يتمثل في كيفية التوصل إلى إتفاقيات تستند إلى معلومات عند مشاركة طرفان أو أكثر في هذه العملية، وعلى المنظمة أن تكشف عن جزء من معلوماتها إلى الجهات الخارجية عند التسويق، ومن المحتمل أن تتعرض على أثرها إلى سرقة افكارها، وبالتالي قد يكون سبب فشلها في السوق. إضافة الى فإن المنظمات تجد صعوبة في توقع القيمة المحتملة من بيعها لإبداعاتها وتقنياتها إلى الجهات الخارجية، لهذا عليها أن تتوخى الحذرة بشأن اتخاذها القرار لممارسة أنشطة الابداع المفتوح، والسؤال الذي يطرح وفقا لاستراتيجيات الابداع المفتوح أيهما افضل للمنظمة تبني استراتيجية الابداع الموجه للداخل أم الخارج؟ عبر اعتماد ممارسات إدارة المعرفة وجعل عمليات الإبداع المفتوح الموجه للخارج فعالة أذ يجب ان تكون المزايا التي تجنيها المنظمة من استثمار المعرفة و التقانة خارجيا أعلى بكثير من المزايا التي يمكن أن تجنيها من استغلال المعرفة داخليا لتطوير المنتج الجديدة، بالإضافة الى ذلك على المنظمة التي تعتمد على الإبداع المفتوح الموجه للخارج أن تتوخى الحذر من بيع معارفها الجوهرية والتي تعد المورد الرئيسي الذي يمكنها من خلاله الحفاظ على الكفاءات المحورية والقدرة على تطوير المزيد من الإبداعات، لذا من الضروري توظيف إدارة المعرفة التي تدعم المنظمة في قرارات الاحتفاظ أو البيع عبر الكشف

عن تلك المشاريع التي لا تتوافق مع استراتيجيتها مع امكانية نقل هذه المشاريع الى منظمات اخرى دون ضياع الميزة التنافسية (Nalaticchio, et al, 2017, 12-14)

3. **استراتيجية الابداع المزدوج:** منهج تكاملي يجمع بين الابداع المفتوح الموجه للداخل والابداع المفتوح الموجه للخارج، قائم على تطوير الابداعات وتسويقها ضمن المشاريع المشتركة أو التعاون والدخول في التحالف مع شركاء مكملين (Chou, et al, 2016: 38) (Bekono & Bekolo, 2020: 721)، أما (Bogers, 2012: 20) يرى الابداع المزدوج استراتيجية تجمع بين الانشطة الداخلية والخارجية للإبداع المفتوح عبر السماح للمنظمة بتطوير انشطتها الابداعية وتسويقها بشكل مشترك مع الاطراف الاخرى بما يحقق قيمة لهم، وفي ذات السياق يؤكد (Piller & West, 2014: 37) أنه عملية تجمع بين الانشطة الخارجية: اكتساب المعرفة الخارجية مع الانشطة الداخلية: تسويق الافكار الى الاسواق، وهذا يتطلب التعاون بين المنظمات من عبر شبكات من العلاقات الاستراتيجية، ووفق لرأي (Brilhuis–Meijer, et al, 2016: 32) يرتبط الإبداع المزدوج بالتطوير المتزامن للمنتجات والتقنيات، فالتطوير التقني يحدث بالضرورة قبل تطوير المنتج، والذي على أثره يتم تطوير المنتج، فعندما تتخذ المنظمة قراراً بتطوير المنتج مرتبط مع تطوير التقنية فإن النتيجة هي تطوير المتزامن للتقنية والمنتج الجديد "الإبداع المقترن" هذا النوع من الإبداع يساعد المنظمة في تقليل المخاطر وتوظيف مخرجات المعرفة والخبرات بشكل مضاعف. وينقسم هذا الابداع الى نوعين هما: الابداع الاستكشافي والابداع الاستثماري (الاستخدام)، وأشار بأن الابداع المقترن هو إيجاد التوازن أو الجمع بين هذين البعدين، فإن الابداع الاستكشافي يساعد المنظمة على اكتشاف أشياء جديدة وتجربتها، مع تركيزها على المبادرة الاستراتيجية التنظيمية، واقتناص الفرص وتطوير المنظمات. في حين يهدف إبداع الاستثماري إلى توسيع وتطوير المعرفة والمهارات الحالية وتحسين التصميم منتج الحالي، لتحقيق مردود اقتصادي للمنظمة في فترة زمنية وجيزة (Pen, 2018: 3611) (Li & Zhou, 2020: 330).

الجزء الثالث : الجانب العملي

أولاً: تحليل علاقات الارتباط

الفرضية الرئيسية الاولى: لا توجد علاقات ارتباط معنوية بين كل من المتغير المستقل المتمثل بالقدرات الديناميكية، والمتغير المعتمد المتمثل باستراتيجيات الابداع المفتوح من وجهة نظر القيادات في الشركات الاهلية للصناعات الدوائية، غير أن نتائج التحليل أثبت وجود علاقة بين متغيرات الدراسة، وذلك بدلالة قيمة معامل الارتباط والتي ظهرت قيمته مساو الى (0.856)، وهذه العلاقة معنوية استناداً الى القيمة الاحتمالية (P-value) والتي ظهرت مساوية الى (0.015) وهي أقل من (0.05)، فضلاً عن تشابه اشارات كل من الحدين (Upper) (Lower) لحدود الثقة (95%) عند مستوى معنوية (0.05) حيث ظهر كل منهما بإشارة موجبة، ويستدل عن وجود تلازم موجب عالي بين المتغيرين على نحو مكن قوة القدرات الديناميكية من التنبؤ وتفسير الابعاد المحددة عن استراتيجيات الابداع المفتوح. وهذا يقودنا الى رفض فرضية العدم وقبول الفرضية البديلة القائلة: علاقة ارتباط بين القدرات واستراتيجيات الإبداع وذات دلالة معنوية عند مستوى معنوية ($\alpha < 0.05$).

الجدول (3) القدرات الديناميكية واستراتيجيات الابداع المفتوح

القيمة الاحتمالية P-value	95% Confidence Interval		قيمة الارتباط	المتغير الثاني	اتجاه العلاقة	المتغير الاول
	Upper	Lower				
0.015	0.912	0.792	0.856	استراتيجيات الإبداع المفتوح	<-->	القدرات الديناميكية

المصدر: إعداد الباحثان في ضوء نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برمجية AMOS V24 n=251

الفرضية الفرعية المنبثقة من الفرضية 1: لا توجد علاقة ارتباط معنوية بين ابعاد (القدرات الديناميكية) واستراتيجيات الإبداع المفتوح من وجهة نظر القيادات في الشركات العراقية الاهلية للصناعات الدوائية غير أن نتائج التحليل اكدت على :

1. علاقة الارتباط بين قدرة الاستشعار واستراتيجيات الإبداع المفتوح ، وذلك بدلالة قيمة معامل الارتباط والتي ظهرت قيمته مساو الى (0.693)، وهذه العلاقة معنوية استناداً الى القيمة الاحتمالية (P-value) والتي ظهرت مساو الى (0.025) وهي أقل من (0.05)، فضلاً عن تشابه اشارات كل من الحدين (Lower) (Upper) لحدود الثقة عند مستوى معنوية (0.05) حيث ظهر كل منهما بإشارة موجبة .

2. علاقة الارتباط بين قدرة التعلم واستراتيجيات الإبداع المفتوح ، وذلك بدلالة قيمة معامل الارتباط والتي ظهرت قيمته مساو الى (0.934)، وهذه العلاقة معنوية استناداً الى القيمة الاحتمالية (P-value) والتي ظهرت مساو الى (0.013) وهي أقل من (0.05)، فضلاً عن تشابه اشارات كل من الحدين (Lower) (Upper) لحدود الثقة عند مستوى معنوية (0.05) حيث ظهر كل منهما بإشارة موجبة .

3. علاقة الارتباط بين قدرة تشكيل ونشر الموارد واستراتيجيات الإبداع المفتوح ، وذلك بدلالة قيمة معامل الارتباط والتي ظهرت قيمته مساوية الى (0.775)، وهذه العلاقة معنوية استناداً الى القيمة الاحتمالية (P-value) والتي ظهرت مساوية الى (0.013) وهي أقل من (0.05)، فضلاً عن تشابه اشارات كل من الحدين الأدنى (Lower) والاعلى (Upper) لحدود الثقة عند مستوى معنوية (0.05) حيث ظهر كل منهما بإشارة موجبة .

4. علاقة الارتباط بين قدرة انتهازية واستراتيجيات الإبداع المفتوح ، وذلك بدلالة قيمة معامل الارتباط والتي ظهرت قيمته مساو الى (0.792)، وهذه العلاقة معنوية استناداً الى القيمة الاحتمالية (P-value) والتي ظهرت مساو الى (0.020) وهي أقل من (0.05)، فضلاً عن تشابه اشارات كل من الحدين (Lower) (Upper) لحدود الثقة عند مستوى معنوية (0.05) حيث ظهر كل منهما بإشارة موجبة، اذ يتضح من مخرجات قيم الارتباط ايجابية العلاقة بين ابعاد متغير القدرات الديناميكية واستراتيجيات الإبداع المفتوح ، والتي تجاوزت كافة ابعادها قوة الارتباط (0.50) مما يشير الى طردية هذه العلاقة فكلما ركزت الشركات المبحوثة على توظيف القدرات الديناميكية في عملها ، عزز ذلك من تبني استراتيجيات الإبداع المفتوح للشركات المبحوثة، وعليه يتم رفض فرضية عدم القبول بالفرضية البديلة التي تقر بوجود علاقة ارتباط معنوية بين ابعاد (القدرات الديناميكية) واستراتيجيات الإبداع المفتوح عند مستوى دلالة احصائية ($\alpha < 0.05$) من وجهة نظر القيادات في الشركات العراقية الاهلية للصناعات الدوائية

الجدول (4) العلاقة بين ابعاد القدرات الديناميكية واستراتيجيات الإبداع المفتوح

المتغير الوسيط	اتجاه العلاقة	المتغير التابع	قيمة الارتباط	95% Confidence Interval		القيمة الاحتمالية P-value
				Upper	Lower	
قدرة الاستشعار	<-->	استراتيجيات الإبداع المفتوح	0.693	0.768	0.581	0.025
قدرة التعلم	<-->		0.934	0.983	0.881	0.013
قدرة تشكيل ونشر الموارد	<-->		0.775	0.847	0.696	0.013
قدرة انتهازية	<-->		0.792	0.865	0.684	0.020

المصدر: إعداد الباحثان في ضوء نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برمجية AMOS V24 n=251

ثانياً: فرضيات الأثر

الفرضية الرابعة: لا يوجد تأثير معنوي مباشر للقدرات الديناميكية في استراتيجيات الإبداع المفتوح عند مستوى دلالة احصائية ($\alpha < 0.05$) من وجهة نظر القيادات في الشركات الاهلية للصناعات الدوائية، غير أن نتائج التحليل أثبتت وجود تأثير للقدرات الديناميكية في استراتيجيات الإبداع المفتوح، وذلك بدلالة قيمة معامل الانحدار $Estimate(\beta)$ التي بلغت (0.946) وهذا التأثير ذو دلالة إحصائية بدلالة القيمة الاحتمالية والتي بلغت (0.000) وهي اقل من (0.05)، فضلاً عن ان القيمة المحسوبة لاختبار (T) تحت عنوان (C.R.) قد بلغت (9.129) وهي اكبر من القيمة الجدولية والبالغة (1.96).

الجدول (5) نتائج تأثير للقدرات الديناميكية في استراتيجيات الإبداع المفتوح

المتغير الوسيط	اتجاه التأثير	المتغير التابع	$Estimate(\beta)$	S.E	C.R.	P-value
للقدرات الديناميكية	←	استراتيجيات الإبداع المفتوح	0.946	0.104	9.129	0.000

المصدر: إعداد الباحثان في ضوء نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برمجية AMOS V24 n=251

الفرضية الفرعية المنبثقة من الفرضية 2 : لا يوجد تأثير معنوي مباشر لأبعاد للقدرات الديناميكية في استراتيجيات الإبداع المفتوح عند مستوى دلالة احصائية ($\alpha < 0.05$)، ولا تتباين تلك الأبعاد من حيث تأثيرها في استراتيجيات الإبداع المفتوح، من وجهة نظر القيادات في الشركات الاهلية للصناعات الدوائية، غير أن النتائج اشرت الى :

1. وجود تأثير طردي لقدرة الاستشعار في استراتيجيات الإبداع المفتوح، وذلك بدلالة قيمة معامل الانحدار $Estimate(\beta)$ التي بلغت (0.103) وهذا التأثير ذو دلالة إحصائية بدلالة القيمة الاحتمالية والتي بلغت (0.049) وهي اقل من (0.05)، فضلاً عن ان القيمة المحسوبة لاختبار (T) تحت عنوان (C.R.) قد بلغت (1.965) وهي اكبر من القيمة الجدولية والبالغة (1.96).

2. وجود تأثير طردي لقدرة التعلم في استراتيجيات الإبداع المفتوح، وذلك بدلالة قيمة معامل الانحدار $Estimate(\beta)$ التي بلغت (0.237) وهذا التأثير ذو دلالة إحصائية بدلالة القيمة الاحتمالية والتي بلغت (0.000) وهي اقل من (0.05)، فضلاً عن ان القيمة المحسوبة لاختبار (T) تحت عنوان (C.R.) قد بلغت (4.349) وهي اكبر من القيمة الجدولية والبالغة (1.96).

3. وجود تأثير طردي لقدرة تشكيل ونشر الموارد في استراتيجيات الإبداع المفتوح، وذلك بدلالة قيمة معامل الانحدار $Estimate(\beta)$ التي بلغت (0.250) وهذا التأثير ذو دلالة إحصائية بدلالة القيمة الاحتمالية والتي بلغت (0.000) وهي اقل من (0.05)، فضلاً عن ان القيمة المحسوبة لاختبار (T) تحت عنوان (C.R.) قد بلغت (5.385) وهي اكبر من القيمة الجدولية والبالغة (1.96).

4. وجود تأثير طردي لقدرة الانتهازية في استراتيجيات الإبداع المفتوح، وذلك بدلالة قيمة معامل الانحدار $Estimate(\beta)$ التي بلغت (0.362) وهذا التأثير ذو دلالة إحصائية بدلالة القيمة الاحتمالية والتي بلغت (0.000) وهي اقل من (0.05)، فضلاً عن ان القيمة المحسوبة لاختبار (T) تحت عنوان (C.R.) قد بلغت (5.397) وهي اكبر من القيمة الجدولية والبالغة (1.96).

5. تتباين ابعاد القدرات الديناميكية من حيث قوة التأثير في استراتيجيات الإبداع المفتوح، حيث تبين النتائج ومن خلال قيم معاملات الانحدار المعيارية (SRW) ان بُعد (قدرة انتهازية) قد جاء في المرتبة الاولى من حيث الترتيب في قوة التأثير في استراتيجيات الإبداع المفتوح وذلك بدلالة قيمة معامل الانحدار المعياري (SRW) والتي بلغت (0.461)، يليه في المرتبة الثانية من حيث قوة التأثير بُعد (قدرة تشكيل ونشر الموارد) وذلك بدلالة قيمة معامل الانحدار المعياري والتي بلغت (0.408)، اما المرتبة الثالثة فقد كانت من نصيب بُعد (قدرة التعلم) وذلك بدلالة قيمة معامل الانحدار المعياري والتي بلغت (0.312)، في حين جاء بُعد (قدرة الاستشعار) في المرتبة الرابعة والاخيرة من حيث قوة تأثيره في استراتيجيات الإبداع المفتوح، وذلك بدلالة قيمة معامل الانحدار المعياري والتي بلغت (0.129)

الجدول (6) نتائج تأثير ابعاد القدرات الديناميكية في استراتيجيات الإبداع المفتوح

المتغير الوسيط	اتجاه التأثير	المتغير التابع	Estimate(β)	SRW	S.E	C.R.	P-value
قدرة الاستشعار	←	استراتيجيات الإبداع المفتوح	0.103	0.129	0.053	1.965	0.049
قدرة التعلم			0.237	0.312	0.055	4.349	0.000
قدرة تشكيل ونشر الموارد			0.250	0.408	0.046	5.385	0.000
قدرة انتهازية			0.362	0.461	0.067	5.397	0.000

المصدر: إعداد الباحثان في ضوء نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برمجية AMOS V24 n=251

الجزء الرابع : الاستنتاجات - التوصيات

- تشكل القدرات الديناميكية اداة استراتيجية رئيسة تمكن المنظمات تجديد وإعادة تشكيل مواردها وتطويرها بالصورة التي تضمن لها الفوز والبقاء في السوق في ظل التحديات التي تعترضها
- تستند حالة بناء القدرات الديناميكية وتطويرها الى حزمة من الموارد تحمل خصائص جوهرية متفردة وعدد من العوامل المساعدة والاساليب الملزمة لعمليات بنائها
- افصحت النتائج أن ابعاد القدرات لها التأثير الاعظم في استراتيجيات الابداع المفتوح تجسدت في الانتهازية، وإعادة التشكيل مما يحتم على المسؤولين في الشركات المستهدفة بأخذ زمام المبادرة عاتقها تكثيف الجهود لتحقيق أحتياجات واهداف هذه الابعاد عن بقي ابعاد القدرات الأخرى بما يضمن تعزيز استراتيجية الابداع في شركاتهم
- وجود تأثير معنوياً للقدرات الديناميكية في استراتيجيات الإبداع المفتوح بشكل عام وعلى مستويات الابعاد الاربع : الاستشعار، التعلم ، إعادة التشكيل ، الانتهازية وهذا التأثير يكون عبر توظيف الموارد والمعرفة بشكل فعال لإطلاق افكار جديدة وابداعات تمكن الشركات من حللت الاشكاليات والتصدي لها وفق منهجية موضوعية ملائمة من قبل مسؤولي للشركات المبحوثة بما يضمن تصويبات في اهداف استراتيجيات الابداع واستنتاج قرارات صائبة نحو فرص ابداعية متجددة
- ان ادارة الشركات المبحوثة استطاعت توظيف قدرات إعادة التشكيل التي تمتلكها عن عبر توليدها للقدرات وصهرها في تعزيز قدرات الولوج بانتهازها الفرص الابداعية للجامعة عن طريق هيكلة بعض التقسيمات والمختبرات الموجودة في مقرات الشركات الادوية والفروع المنضوية تحتها.

ثانيا. التوصيات

- ينبغي على الشركات المبحوثة الاستفادة من قدراتها الاستشعارية لتشخيص الفرص والتحديات بهدف تعزيز عمليات ممارساتها الابداعية العادة بها ، لكون أن حالات التشخيص الدقيقة يعطها فرصة في صياغة الاجراءات والاليات الصحيحة للتنفيذ وبالتالي تحجم من حالات الوقوع في الخطأ واستنزاف الوقت والمال وذلك عبر تشكيل لجان وفرق عمل تتولى زمام قراءة بيئة الشركة وتحليلها بغية تقديم الآراء السديدة لمسؤوليها .
- الزام ادارة الشركات الاستفادة من توظيف نوعية العلاقة بين القدرات الديناميكية عبر نشر وتشاركية المعرفة في تعزيز أنشطة الإبداعية العادة لها بها عبر عقد المؤتمرات والندوات والدورات التثقيفية داخل الشركة لإيصال صوتها ورؤيتها واهدافها الى المتعاملين معها ، فضلاً منح الشهادات التقديرية والمكافآت لإفرادها العاملين بما يصب وينسجم مع أهدافها ككل.
- على المسؤولين في الشركات المبحوثة وضع اليات يتم من خلالها تحقيق حالات ارتباطية مع شركات عالمية مختصة في الصناعات الدوائية، فضلاً عن الولوج في علاقات تعاونية استراتيجية بهذا المجال بما يمنحها فرصة للاطلاع على الصور والكيفية التي تجري من خلالها عمليات التصنيع ، فضلاً عن الاستفادة من خبراتهم الفنية في هذا المضمار.

4. اعتماد الابداع المفتوح استراتيجية عمل رسمية في الشركات المبحوثة بوجود فريق مختص يتولى متابعة تطبيق هذه الاستراتيجية، وبما يضمن مساعدتها في إعادة قولبت وتأهيل البنى التحتية لشركات المبحوثة عبر توفير المستلزمات المادية والبئية الملائمة لذلك مع ادخال التقانة المحدثه على خطوطها الانتاجية لضمان انسيابية انجاز الممارسات الابداعية
5. استحصال تخصيصات مالية كافية لشراء براءات الاختراع والتقانة ومعاصرة التقدم العلمي والتقاني في مضمار الصناعات الدوائية لدى الشركات العالمية بما يضمن سير عمليات البحث والتطوير الداخلي الشركة ، وبما يمنحها القدرة على تقديم منتجات فريدة ومتميزة لزيائنها.
6. على ادارة الشركات مراجعة سياساتها التسويقية في كيفية تسويق ابداعاتها الفكرية والعلمية غير المستثمرة لشركات اخرى، وهذ يتطلب تشكل فريق مختص، فضلا عن افتتاح شعبة تابعة لقسم التسويق تقوم باستطلاع دوري لمعرفة آراء الزبائن عن بالقيمة المتحقق من المنتج ، والاتصات والتواصل معهم عبر برنامج اتصل بنا للوقوف على المشكلات التي تواجههم بعد اختيار المنتج.

المراجع

1. الفياض، مجيد حميد طاهر، (2019)، العلاقة بين القدرات الديناميكية والمرونة الاستراتيجية وانعكاسها على فاعلية اتخاذ القرار، اطروحة دكتوراه فلسفة في علوم الادارة العامة، جامعة بغداد، العراق.
2. الطائي، أيمن جاسم محمد، (2020)، أنماط الاتصالات الاستراتيجية وانعكاسها في بناء القدرات الدينامية: الدور الوسيط لخصائص التكامل المعرفي دراسة ميدانية في جامعة الموصل، اطروحة دكتوراه في ادارة الاعمال، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الموصل. العراق
3. رشيد، صالح عبد الرضا، والعبودي، علي عبد الرزاق لفقة، (2015)، توظيف القابليات الديناميكية للمنظمات لتعزيز أنشطة التجديد الاستراتيجي، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد (18)، العدد(4)
4. مدلس، نجاة، ضيافي، صارة (2019) القدرات الديناميكية: ضرورة لتحقيق الابتكار المفتوح في المؤسسة: الباحث الاقتصادي، المجلد (6)، العدد (1) ص 86-97
5. Barranon K., (2019), Antecedents and Consequences of Dynamic Capabilities in New Ventures : An International Study, Doctoral Thesis in Faculty of Economics and Business Studies International Doctorate in Entrepreneurship and Management, **Bellaterra, Barcelona**, Spain, PP.1-243
6. Hinteregger C.; Durst S.; Temel S. & Yesilay R. B., (2018). The impact of openness on innovation in SMEs. **International Journal of Innovation Management**, 23(01), 1950003.
7. Gassmann O. and Enkel, E. (2004). Implementing the open innovation approach: three core process archetypes. **Proceedings of the R&D Management Conference. Lisbon, Portugal, 6-9 July 2004.**
8. Gassmann Oliver & Enkel, Ellen (2004) ,Towards a Theory of Open Innovation: Three Core Process Archetypes, **R & D Management conference (RADMA)**, Lisbon.
9. Freitas, Vítor, (2019), Open Innovation Strategies in SMEs Located in Portugal: Master in Innovation and Technological Entrepreneurship. **University Do Porto**, Portugal
10. Teece D. J., (2007), Explicating Dynamic Capabilities: The Nature and Micro-Foundations of (Sustainable) Enterprise Performance, **Strategic Management Journal**, Vol. 28, No. 13, P. 1326.
11. Pavlou, Paul A. & El Sawy, Omar A., (2011), "Understanding The Elusive Black Box Of Dynamic Capabilities", **Journal Of The Decision Sciences Institute**, Vol. 42. No. 1 , PP. 239-273.
12. Philipp Herzog, (2013), Open and Closed Innovation Different Cultures for Different Strategies: Dissertation, **Universität Münster**, Germany.
13. Aminu I. & Mahmood R., (2015). "Mediating Role of Dynamic Capabilities on the Relationship between Intellectual Capital and Performance: A Hierarchical Component Model Perspective in PLSSEM Path Modeling". **Research Journal of Business Management**, 9(3): 443-456.

14. Wang L. Li; E. P. H. & Ding X., (2018). Does deliberate learning lead to dynamic capability? The role of organizational schema for Kodak, 1993-2011. **Journal of Strategy and Management**, 11(1), 52-80
15. Pervan M.; Curak M. & Pavic Kramaric T., (2018). The influence of industry characteristics and dynamic capabilities on firms' profitability. **International Journal of Financial Studies**, 6(1), 4.
16. Colombo M. G.; Piva E.; Quas A. & Rossi-Lamastra C., (2021), Dynamic Capabilities and High-Tech Entrepreneurial Ventures' Performance in the Aftermath of An Environmental Jolt. *Long Range Planning*, 54(3),1-23
17. Amiripour P.; Dossey J. & Shahvarani A., (2017), Impact of organizational inertia and dynamic capabilities on educational performance of the charitable societies and its impact on mathematical performance of elementary at-risk students. **Journal of New Approaches in Educational Research (NAER Journal)**, 6(1), 37-49.
18. Felin T. & Powell T. C., (2016). Designing organizations for dynamic capabilities. **California Management Review**, 58(4), 78-96.
19. Breznik L. & Lahovnik M., (2016), Dynamic capabilities and competitive advantage: Findings from case studies. *Management: Journal Of Contemporary Management Issues*, 21(Special issue), 167-185
20. John R. Schermerhorn; Jr. James G.; Hunt Richard N. & Osborn Claire de Billy.(2006) . **Comportement Humain et Organisation**, ERPI, 3eme edition.
21. Zahra S. A. & George G., (2002). Absorptive capacity: A review, reconceptualization, and extension. **Academy of Management Review**, 27(2), 185-203.
22. Camisón C., & Forés, B. (2010). Knowledge absorptive capacity: New insights for its conceptualization and measurement. **Journal of Business Research**, 63(7), 707-715.
23. MacInerney K., (2011), The Value of Dynamic Capabilities for Strategic Management, thesis Ph.D, Wirtschafts-und Sozialwissenschaftlichen Fakultät, **Universität zu Köln, Köln**, Germany.
24. Teece D. J.; Pisano G. & Shuen A., (1997). Dynamic capabilities and strategic management. **Strategic Management Journal**, 18(7), 509-533.
25. Zhou S. S.; Zhou A. J.; Feng J. & Jiang S., (2019). Dynamic capabilities and organizational performance: The Mediating Role of Innovation. **Journal of Management & Organization**, 25(5), 731-747.
26. Iansiti M. & Clark K. B., (1994). Integration and dynamic capability: evidence from product development in automobiles and mainframe computers. **Industrial And Corporate Change**, 3(3), 557-605.
27. Capron L., & Mitchell W., (2009), Selection capability: How capability gaps and internal social frictions affect internal and external strategic renewal. **Organization Science**, 20(2), 294-312
28. Karim S. & Capron L. (2016), Reconfiguration: Adding, redeploying, recombining, and divesting resources and business units. **Strategic Management Journal**, 37(13), 54-62.
29. Maijanen P. & Jantunen A., (2016). Dynamics of dynamic capabilities-the case of public broadcasting. **International Journal of Business Excellence**, 9(2), 135-155.
30. Žitkienė R.; Kazlauskienė E. & Deksnys M., (2015). Dynamic capabilities for service innovation. In Managing sustainable growth: **Proceedings of the joint international conference/Management International Conference–MIC 2015**, Portorož, Slovenia, 28–30 May 2015/University of Primorska, Slovenia, Eastern European Economics, USA, and Society for the Study of Emerging Markets, USA. Portorož: University of Primorska. Faculty of Management, 2015. ISBN 9789612661816..
31. Hult M., & Sjölund J., (2017). Dynamic Marketing Capabilities: Organizational Renewal Towards Social Media Marketing. Master's Thesis, **Uppsala University**, Uppsala, Sweden.

32. Lavie D., (2006). Capability reconfiguration: An analysis of incumbent responses to technological change. **Academy Of Management Review**, 31(1), 153-174.
33. Porter M. E., (1980). Industry structure and competitive strategy: Keys to profitability. **Financial Analysts Journal**, 36(4), 30-41.
34. Galanakis K., (2006). Innovation Process. Make sense using systems thinking. **Technovation**, 26 (11), 1222-1232.
35. Brockman P.; Khurana I. K. & Zhong R. I., (2018), Societal Trust and Open Innovation. **Research Policy**, 47(10), 2048-2065
36. Isckia T. & Lescop D., (2011). Une analyse critique des fondements de l'innovation ouverte. **Revue française de gestion**, (01), 87-98.
37. Bekono S. S. & Bekolo C., (2020), Les pratiques de l'innovation ouverte en contexte de pme de classe mondiale. **Revue internationale des sciences de gestion**, 3(2).pp716-737
38. Bogers M., (2012), Knowledge Sharing in Open Innovation: An Overview of Theoretical Perspectives on Collaborative Innovation. Open Innovation in Firms and Public Administrations: **Technologies For Value Creation**, 1-14.
39. Bogers M.; Chesbrough H.; Heaton S. & Teece D. J., (2019), Strategic management of open innovation: A dynamic capabilities perspective. **California Management Review**, 62(1), 77-94.
40. Ahn J. M., Ju, Y., Moon, T. H., Minshall, T., Probert, D., Sohn, S. Y., & Mortara, L. (2016). Beyond absorptive capacity in open innovation process: the relationships between openness, capacities and firm performance. **Technology Analysis & Strategic Management**, 28(9), 1009-1028.
41. Chou C.; Yang K. P. & Chiu Y. J., (2016). Coupled open innovation and innovation performance outcomes: Roles of absorptive capacity. **Corporate Management Review**, 36 (1), 37-68.
42. Roszkowska-Menkes M. T., (2018). Integrating strategic CSR and open innovation. Towards a conceptual framework. **Social Responsibility Journal**, 14(4), 950-966.
43. Piller F. & West J., (2014). Firms, users, and innovation. **New Frontiers In Open Innovation**, 29(1), 29-49.
44. Brilhuis-Meijer E., Pigosso, D. C & McAlloone, T. C.(2016).Integrating product & technology development: A proposed reference model for dual innovation, **Procedia Cirp**, Vol. 50, No. 32-37. The organizing committee of the 26th CIRP Design Conference doi: 10.1016/j.procir.2016.05.037
45. Li G. & Zhuo R., (2021). Research on the influence mechanism of strategic flexibility on business model innovation. **In Proceedings of the Fourteenth International Conference on Management Science and Engineering Management**: Vol. 2 (pp. 325-338). Springer International Publishing.
46. Li, D. Y., & Liu, J. (2014). Dynamic capabilities, environmental dynamism, and competitive advantage: Evidence from China. *Journal of business research*, 67(1), 2793-2799.
47. Pan, Y. (2018). Relationship between dual innovation ability and scientific research performance of high-level talents in colleges and universities. *Educational Sciences: Theory & Practice*, 18(6).
48. Wu, Qiang., Qile He, , & Duan, Yanqing. (2013). Explicating dynamic capabilities for corporate sustainability. *EuroMed journal of business*, 8(3), 255-272.
49. .Li, Y & Liu, J. (2014). "Dynamic capabilities, environmental dynamism, and competitive advantage: Evidence from China". *Journal of Business Research*, 67(1): 2793-2799.
50. Natalicchio. A., Ardito, L., Savino, T. and Albino, V. (2017), Managing knowledge assets for open innovation a systematic literature review: *Journal of Knowledge Management*, p 1-35.
51. Sun, Y., Liu, J., & Ding, Y. (2020). Analysis of the relationship between open innovation, knowledge management capability and dual innovation. *Technology Analysis & Strategic Management*, 32(1), 15-28.