

اثر بعض عوامل البيئة الخارجية في أسبقية الإبداع دراسة استطلاعية لأراء المدراء في الشركة العامة للسمنت الشمالية/ نينوى

أ.م.د. ماجد محمد صالح
المعهد التقني الموصل

المستخلص

تمثل هذه الدراسة محاولة لقياس علاقة ارتباط واثـر عوامل البيئة الخارجية المتصلة بالزبائن والمجهزين والمنافسين والتشريعات الحكومية، والتقانة ذات العلاقة في مدى تحقيق أسبقية الإبداع التي تعد إحدى الأسبقيات المهمة والفاعلة في تمييز أداء المنظمة وبلوغ أهدافها، وفي ذات الوقت فان أهمية هذا الموضوع بأبعاده المؤشرة تكمن في دور البيئة الخارجية بعواملها المختلفة في تحديد الاتجاه العام للمنظمة ومدى قدراتها على تحقيق الريادة والإبداع في مجال تخصصها.

ويمثل التغيير المستمر ألسمه الغالبة لعوامل البيئة الخارجية مما يتطلب معه ضرورة التكيف مع هذه العوامل وبذات ذات التأثير المباشر في أداءها. إذ أن قدرة المنظمة على الاستجابة لبيئتها الخارجية تحدد معالم استراتيجياتها المتبعة وبالتالي إمكانية تحقيق الريادة والإبداع، وهكذا فان التحليل المستمر لعوامل البيئة الخارجية يعد مطلب الأول للتكيف والاستجابة أفضل من المنافسين وبالتالي تحقيق النجاح المنشود.

The Impact of some external environmental elements in innovation priority

Abstract

This study is an attempt to measure correlation & impact of external environment factors (customers, supplyer competitors, Government Legalisations, Technology) in innovation priority that which one of important & effective priorities to achieve the organization goals, & in seam time the emportant of this subject with its dimention expressed external environment factors role to define the general direction of organization & its capablety to achieve the innovation of its performance.

The continous change assomed measior soar to the external environment factors which need important adaption with this factors & spesially in its taske environment.

The organization capablety to response to external environment determine applied strategy and abelety to achieve innovation.

So the contenous external environment factors analysis is the first quest to the success interesting betar than competitors.

المبحث الأول:- منهجية الدراسة

المقدمة

تمثل البيئة الخارجية بعواملها المختلفة احد المتغيرات الأساسية المؤثرة في أداء المنظمة وتحقيق أهدافها مما حفز المنظمات الهادفة إلى النجاح والرقى ايلاءها الاهتمام اللازم بالدراسة والتحليل والاستجابة لها من خلال التكيف والتأقلم معها، إذ أن المنظمات لا توجد من فراغ بل ضمن بيئة عامة تتأثر بها وتؤثر فيها خاصة وان العالم اليوم يشهد تطورات متسارعة في كافة المجالات مما يتطلب معه حسن تعامل المنظمات المختلفة مع هذه التغيرات لضمان نجاحها واستمرارها.

وفي ذات الوقت يمثل الإبداع إحدى الأساليب التنافسية الضرورية للمنظمات الساعية إلى النجاح والتطور في ظل الأنظمة المعاصرة، واخذ الاهتمام يتزايد بهذه الأسبقية في الاونه الأخيرة وضمنتها كتابات وطروحات المتخصصين وافرد مجال خاص بها بعد أن كانت ضمن أسبقيات الكلفة الجودة والمرونة والتسليم ضمناً.

لقد جاء الاهتمام المتزايد بهذا الموضوع انسجاماً واستجابة للتطورات المستمرة في البيئة الخارجية التي ما انكفت عن التوقف بعد اتساع الأسواق وزيادة حدة المنافسة وسرعة تغيير أذواق وطلبات الزبائن وقصر دورة حياة المنتج وزيادة التخصص وتطور التقنية عموماً، وتحديدًا تقنية المعلومات والاتصالات وبروز المصانع الافتراضية والاتصال عن بعد بحيث أصبح كل تطور متاح أمام الجميع من خلال شبكة المعلومات الانترنت والوسيط الالكتروني.

كل ما تقدم حتم على المنظمات الساعية للريادة بجد لإتباع أسبقية الإبداع في عالم أعمالها ومهامها وإداراتها وإنتاجها اليومي والتركيز على خلق تقنية الريادة والإبداع في المنظمة ولدى العاملين واستقطاب المبدعين وإشراك المتميزين بدورات للإبداع فضلاً عن الاطلاع على تجارب الآخرين والاستفادة منها والإضافة عليها .

أولاً:- مشكلة الدراسة ومسبباتها

يشهد عالمنا اليوم تطورات هائلة وتغييرات مستمرة في بيئته الخارجية المتصفة بالديناميكية والتعقيد مما حدى بمنظمات الأعمال ضرورة التأكيد على العوامل الخارجية، بالدراسة والتحليل وبالتالي إتباع الأسبقية التنافسية الملائمة من خلال التكيف والاستجابة لرغبات الزبائن أفضل من المنافسين،

ويعد الإبداع احد الأسبقيات التنافسية التي حققت من خلال إتباعها العديد من المنظمات اللبنانية الريادة وقيادة السوق اعتماداً على التكيف والاستجابة للعوامل البيئية، مما حفز العديد من المنظمات الساعية إلى النجاح و التقدم اعتماد هذه الأسبقية، وتعد الشركة العامة للسمنت الشمالية ممثلة بمعمل سمنت بادوش إحدى الشركات المتميزة في السوق العراقية بمنتجاتها المعروفة بالجودة العالية، ونظراً لانفتاح السوق العراقية ودخول المنافسين الجدد تطلب من هذه الشركة التكيف والاستجابة للظروف الخارجية وتحقيق الريادة والإبداع لكي تحافظ على موقعها وقيادتها السوق العراقية ،

واتساقاً مع ما تقدم فإن طرح التساؤلات أدناه يمكن أن تساهم في توضيح مشكلة الدراسة:-

- ١- ماهي البيئة الخارجية وماهي العوامل الأكثر تأثيراً في المنظمات المعاصرة.
- ٢- هل هناك تصور واضح لدى إدارة المعمل المبحوث عن عوامل البيئة الخارجية.
- ٣- هل تأخذ إدارة المعمل عوامل بيئة المهمة بنظر الاعتبار عند تبني أسبقية الإبداع.
- ٤- ماهي العوامل البيئية الأكثر تأثيراً في تحقيق الريادة والإبداع في المعمل المبحوث.

ثانياً:- أهمية الدراسة:- تنبع أهمية الدراسة من خلال أهمية عوامل البيئة الخارجية وعلاقتها المباشرة بالأنشطة والاستراتيجيات والأسبقيات المتبعة من قبل المنظمات من خلال محاولة

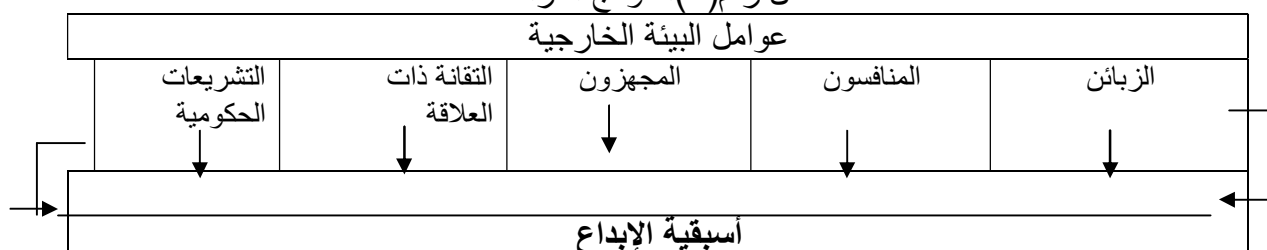
التكيف مع هذه العوامل والاستجابة لها وبالتالي تحقيق الريادة والإبداع في دنيا الأعمال المعاصرة، فضلا عن محاولة تقديم إطار تطبيقي يربط العوامل البيئية الخارجية (المهمة) بالإبداع، وقد يمثل هذا الربط بحد ذاته وبكل تواضع إضافة علمية جديدة بالاهتمام.

ثالثا:- أهداف الدراسة : يسعى الباحث من خلال هذه الدراسة وصف وتشخيص العلاقة التأثيرية بين عوامل البيئة الخارجية وأسبقيات الإبداع في المعمل المبحوث وبتحديد أكثر تهدف الدراسة إلى تحقيق الجوانب التالية:

- ١- وصف وتشخيص عوامل البيئة الخارجية وأسبقيات الإبداع.
- ٢- اختبار علاقة الارتباط بين عوامل البيئة المهمة وأسبقيات الإبداع.
- ٣- اختيار التأثير المعنوي من خلال نماذج الانحدار لعوامل البيئة الخارجية في تحقيق أسبقيات الإبداع.
- ٤- تقديم دراسة نظرية وتطبيقية لإدارة المنظمة المبحوثة عن العوامل البيئية ومدى تأثيرها في تحقيق الريادة والإبداع.
- ٥- محاولة دراسة أكثر من حقل معرفي في مجال إدارة الأعمال وبخاصة الإنتاج والعمليات والإدارة الإستراتيجية.

رابعا:- أنموذج الدراسة وفرضياتها: يهدف البحث في طبيعة العلاقة بين عوامل البيئة الخارجية والريادة والإبداع تم إقامة أنموذج افتراضي يوضح إمكانية قياس وتحديد علاقات الارتباط والتأثير بين متغيرات الدراسة، ويمثل الشكل (١) أنموذج الدراسة الافتراضي.

شكل رقم (١) أنموذج الدراسة



خامسا:- فرضيات الدراسة

اعتمادا على أنموذج الدراسة الافتراضي تم اعتماد الفرضيتين الرئيسيتين التاليتين:

أولاً:- توجد علاقات ارتباط معنوية بين عوامل البيئة الخارجية وأسبقيات الإبداع
وانبثقت عنها الفرضيات الفرعية التالية:

- ١- توجد علاقة ارتباط معنوية بين الزبائن وأسبقيات الإبداع.
- ٢- توجد علاقة ارتباط معنوية بين المنافسين وأسبقيات الإبداع.
- ٣- توجد علاقة ارتباط معنوية بين المجهزين وأسبقيات الإبداع.
- ٤- توجد علاقة ارتباط معنوية بين التشريعات الحكومية وأسبقيات الإبداع.
- ٥- توجد علاقة ارتباط معنوية بين الثقافة ذات العلاقة وأسبقيات الإبداع.

ثانياً:- تؤثر العوامل البيئية معنويا في أسبقيات الإبداع
وانبثقت عنها الفرضيات الفرعية التالية:

- ١- يؤثر عامل الزبائن معنويا في أسبقيات الإبداع.
- ٢- يؤثر عامل المنافسين معنويا في أسبقيات الإبداع.
- ٣- يؤثر عامل المجهزين معنويا في أسبقيات الإبداع.

- ٤- يؤثر عامل التشريعات الحكومية معنويا في أسبقية الإبداع.
٥- يؤثر عامل التقانة ذات العلاقة معنويا في أسبقية الإبداع.

سادسا:- أساليب جمع البيانات والمعلومات

بهدف الحصول على البيانات والمعلومات اللازمة لدعم أهداف الدراسة والتحقق من فرضياتها، اعتمد الباحث في تناوله الجانب النظري على مصادر علمية عديدة من كتب ودوريات ودراسات سابقة ذات صلة الأجنبية والعربية منها وشبكة المعلومات الدولية الانترنت

أما بالنسبة للجانب التطبيقي فقد اعتمد الباحث استمارة الاستبيان التي تكاد تكون الأسلوب المطلق في جمع البيانات والمعلومات من عينة الدراسة فضلا عن مقابلة عينة الدراسة ومحاولة توضيح استمارة الاستبيان كلما تطلب ذلك والاستفسار منهم عن الجوانب ذات العلاقة بمتغيرات الدراسة، إذ تم توزيع (٢٥) استمارة استردت بالكامل وشملت عينة الدراسة المدراء ورؤساء الأقسام والشعب ومعاونيهم.

وقد اعتمدت فقرات استمارة الاستبيان الخاصة بالعوامل البيئية على المصادر التالية (Schroeder,1993,52) (جاسسون، ١٩٨٨، ١٠٥) (الشهابي، ١٩٩٩، ٤٨) (Daft,2004,74) (Glueck & Jauch,1988,128) في حين اعتمدت المصادر (Russell & Taylor,2000) (Meredith,1997,30) (Evans,1993,30) (Porier,1980,110) (الصرن، ٢٠٠٣) (نجم، ٢٠٠٣). أساسا في اختيار فقرات أسبقية الإبداع بالإضافة إلى الدراسات السابقة ذات الصلة

المبحث الثاني:- البيئة الخارجية

أولاً:- المقدمة

تتألف الاهتمام بالبيئة الخارجية للمنظمة في أدبيات الإدارة الإستراتيجية بالدراسة والتحليل بعد ظهور الاتجاهات الفكرية الحديثة في نظرية المنظمة نهاية الخمسينات وبداية الستينات كنظرية الأنظمة المفتوحة والنظرية الموقفية التي مثلت المنظمة بالكائن الحي الذي يسعى باستمرار إلى التغيير تبعا للظروف البيئة (Bertalanfy,1957,12) إذ أن المنظمات المعاصرة لا توجد في فراغ وإنما مبرر وجودها هو الاستجابة لحاجات المجتمع ومدى قدرة المنظمات على التكيف والاستجابة للبيئة الخارجية هي المحدد لبقائها واستمرارها ونجاحها (Pennings,1998,125) والمحرك الأساسي في إطار تحديد الأهداف والخطط والبرامج .

وهكذا تشكل البيئة الخارجية وعواملها المختلفة الإطار المميز للفكر الإداري الحديث عن المفاهيم والنظريات الإدارية التي طرحتها الدراسات التقليدية ومنها السلوكية، حيث أسهمت الدراسات الميدانية الحديثة في التأكيد على أهمية هذه العوامل في مختلف القرارات التي تتخذها الإدارة الإستراتيجية (سليمان، ١٩٩١، ١).

واعتمادا على ما تقدم تتناول هذه الدراسة البيئة الخارجية كأحد الضغوط والقوى الخارجية المؤثرة في استراتيجيات المنظمة وأسبقياتها وأولوياتها باتجاه تحقيق المنظمة لأهدافها في قيادة السوق والريادة والإبداع.

وبنفس الاتجاه تتأثر الأسبقيات التنافسية المتبعة في المنظمات المعاصرة بالتحديات وعوامل البيئة الخارجية وأن ما يحفزها والاهتمام بها هو بحثها عن أفضل مواءمة بين استراتيجياتها وأسبقياتها وبين العوامل البيئية التي تعد أكثر تأثيرا في أداءها وتحقيق أهدافها ، وبموجب ذلك تبحث المنظمات عموما عن هذه العوامل بالدراسة والتحليل إذ أن التحليل الاستراتيجي من المقومات الأساسية لاعتماد خيار استراتيجي محدد ومن خلال هذا التحليل يمكننا التعرف على متغيرات البيئة الأكثر تأثيرا في المنظمات، وفي ذات الوقت التعرف على الفرص والتهديدات

التي تمكنها من استثمار إمكانياتها لصالح تحقيق أهدافها وتوجهها المستقبلي، كما أن هذا التحليل يوفر أمام المنظمة فرص أكبر لاتخاذ القرارات المناسبة (Porter, 1980, 53)

ثانياً:- عوامل البيئة الخارجية

تناول الباحثون وذوي الاختصاص عوامل البيئة الخارجية على وفق درجة تأثيرها المباشر وغير المباشر على المنظمة كل حسب وجهة نظره، وهناك من أطلق عليها البيئة العامة والبيئة الخاصة أو بيئة المهمة (الشماع، ١٩٩٩) (Dill, 1958, 410) (Daft, 2004, 75)، وآخرون صنفوها إلى بيئة مباشرة وبيئة غير مباشرة (Sawyer, 1993) (Porter, 1980).

ويعد (Dill, 1958, 410) من أوائل المؤكدين على ضرورة تقسيم البيئة إلى عامة ومهمة بهدف تمكين المنظمة من التعامل مع متغيراتها بشكل أفضل وحدد عوامل البيئة العامة بالعوامل الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والثقافية، فيما حدد عوامل بيئة المهمة بالمستهلكين والمجهزين والمنافسين والتشريعات الحكومية.

في حين أشار (جاكسون وآخرون، ١٩٨١، ١٠٩) إلى أن البيئة الخارجية تتكون من مجموعتين من العوامل الأولى هي الاقتصادية والتكنولوجية والسياسية والقانونية والثقافية والاجتماعية، أما عوامل المنافسون والمستهلكون والموردون فقد عدها عوامل البيئة الخاصة أو بيئة المهمة.

ويرى (Sawyer, 1993, 228) بأن العوامل الحكومية والاقتصادية والتكنولوجية والاجتماعية هي عوامل غير مباشرة أما المنافسون والمستهلكون ومصادر التجهيز فهي عوامل بيئة مباشرة.

وبذات الاتجاه صنف (الشماع، ١٩٩٩، ٣٧) العوامل البيئية إلى عامة ومثلها بالاجتماعية والاقتصادية والسياسية والقانونية والتكنولوجية، في حين مثل بيئة المهمة بالموارد البشرية والتكنولوجية ذات العلاقة والزبائن والمنافسين والموردين والجماعات والأجهزة الناطمة. اعتماداً على ما تقدم يؤشر تركيز معظم الدراسات على عوامل المستهلكين (الزبائن) والمنافسين والمجهزين والتشريعات الحكومية ذات العلاقة والتقانة ذات العلاقة، ولأهميتها مع البيئة العراقية وبشكل أكثر تحديداً المنظمة عينة الدراسة تبنى الباحث هذه العوامل.

ثالثاً:- عوامل بيئة المهمة

١- الزبائن: تقدم المنظمة مخرجاتها من السلع والخدمات إلى الأفراد والمنظمات الأخرى كزبائن مقابل تبادل مادي مباشر أو من خلال منظمات أو جهات أخرى (الشماع، ١٩٩٩، ٧٤). ويمثل الزبون من وجهة نظر (Schroeder, 1989, 51) العامل البيئي الأكثر وضوحاً وتأثيراً في العمليات بشكل مباشر ويمكن للمنظمة أن تسيطر عليه جزئياً أو كلياً من خلال التسعير، التعزيز، الجودة واستراتيجيات السوق الأخرى.

وتمثل تفضيلات الزبون من وجهة نظر (Slake et al, 2004, 647) احد عاملين مؤثرين في تحسين أداء العمليات بالإضافة إلى أداء وأنشطة المنافسين

ويشير (صالح، ١٩٩٨، ٧) إلى أن هناك بعض التغييرات في الطلب لا يمكن السيطرة عليها أو إدراكها بسهولة كالتغيرات الاقتصادية والتغييرات في تفضيلات الزبائن ودخول منافسين جدد، وعليه فإنه يتوجب على إدارة العمليات أن لا تخطط للطلب فقط وإنما يتوجب عليها أن تكون قادرة على الاستجابة لتغييرات الطلب غير المدركة وكيفية أداء ذلك بشكل جيد من خلال التنبؤ بالطاقة وأجزاء الخزين.

أما (سلطان، ١٩٩٧، ١٠) فقد أوضح أن الزبائن يختلفون في حاجاتهم وقدراتهم الشرائية وتقوم عادة المنظمة بتقسيم الزبائن إلى عدد من القطاعات السوقية ثم تقوم بتصميم منتجاتها

لإشباع حاجات الزبائن في قطاع سوقي محدد أو عدد من القطاعات وهذا يتطلب من المنظمة دراسة هذه الحاجات للزبائن الحاليين والمحتملين بدقة ومحاولة الاستجابة لها. ويؤكد (نجم، ٢٠٠٧، ٢٧) أن الزبون يعد لأن مركز الاهتمام الذي تتمحور حوله الإبعاد والوظائف المختلفة، فهو من يدفع ويحقق إرباح الشركات عند رضاه، وقد يعرض ذات الشركات إلى الخسارة عند عدم تحقق هذا الرضا في أغلب الأحيان، وإن التصميم القائم على الزبون والإنتاج الموجه نحو حاجاته الحالية والمستقبلية والاستجابة القائمة على الزبون في السرعة والتوقيت والمكان والخدمة المقترنة بذلك سر نجاح المنظمات المعاصرة.

٢- المجهزون: عند تحديد المنظمة أهدافها وبدء عملها لابد لها من تحديد مصادر تجهيزها وفي ذات الوقت وضع مصادر بديلة للتجهيز لمنع الاضطراب في الحالات الحرجة والأزمات الغير المتوقعة (Schroeder, 1989, 50) وتلعب جودة المدخلات بالنسبة للمنظمة أهمية كبيرة في تحقيق أهدافها من عمل ومواد أولية ومعلومات ومعدات لذلك لابد من تحديد مصادرها بدقة عالية لضمان مخرجات ذات جودة مطلوبة.

ويمثل المجهزون منظمات أو أفراد ترتبط معهم المنظمة بعقود محددة تتضمن تجهيزها بما تحتاجه من مواد أولية أو نصف مصنعة تدخل في العمليات المختلفة مما يتطلب ضرورة بناء علاقات سليمة مع هؤلاء المجهزين لتحقيق انسياب المواد المتعاقد عليها وتدفقها بالسهولة واليسر (اللامي، ٢٠٠٨، ٥٧٢).

وتؤكد أنظمة الإنتاج الحديثة على ضرورة التعامل الايجابي مع المجهزين وإنشاء علاقات طويلة الأمد معهم من خلال الاختيار السليم وتكوين قاعدة معلومات فنية مع كل منهم بدقة متناهية (Krajewski & Ritzman, 2005, 11).

أما (جاكسون، ١٩٨٨، ١١٢) فقد عد المجهزين المحدد الأساسي لإستراتيجية المنظمة ويحدد مكوناته بمجهزين المواد الأولية والاحتياطية والمكانن والمعدات والعمالة المفترضة. في حين اشر (عسكر، ١٩٨٧، ٧٣) دور المجهزين الأساسي في سير عمليات المنظمة وحددهم بمجهزي المواد الأولية والاحتياطية والمكانن والمعدات.

٣- المنافسون: لغرض تحقيق المنظمة الريادة في مجال عملها لابد من الاستجابة السريعة للنشاط التنافسي الذي تواجهه من خلال إتباع أساليب وطرق جديدة غير مستخدمة من قبل الآخرين كالسعر والجودة وخدمات ما بعد البيع (Daft, 2004, 79).

ويرى (نجم، ٢٠٠٧، ٢٩) أن الاستجابة السريعة لتغيرات السوق وحاجات الزبائن ورغباتهم توفر فرصة اكبر لكسب الزبون وخسارة المنافسين له وإن الاستجابة عامل نجاح أساسي لزيادة الحصة السوقية وبموجب ذلك يتطلب من المنظمة أن تطور منتجاتها وإن تحصل على طلبات الزبون أسرع من منافسيها.

أما (Porter, 1980, 101) فقد حدد خمس قوى تساومية ترتبط بحالة المنافسة وذات تأثير مباشر في إستراتيجية المنظمة وعندما تتمكن المنظمة من مواجهة هذه القوى التساومية تتمكن من بناء مركزها التنافسي وهذه القوى هي ١- المنافسون الحاليون. ٢- قوة المشترين. ٣- قوة المجهزين. ٤- مكانة المنتجات. ٥- دخول منافسين جدد.

في حين اتفق (Glueck & Jauch, 1988, 128) على أن المنافسة تحدد استمرار المنظمة في نشاطها والخيارات الإستراتيجية المناسبة لمواجهة المنافسين.

ويحدد (السيد، ١٩٩٣، ١١١) درجة شدة المنافسة وهيكلها ومعدل النمو في السوق والقيام بعدد من المقارنات في الصناعة التي تعمل فيها المنظمة بقدرة المنظمة على تحليل موقف المنافسين.

٤- **التقانة ذات العلاقة :** من اجل بقاء المنظمة في المنافسة لابد من إدخال التطورات التقنية أول بأول ومن خلالها تختار المنظمة أن تكون قائدة ورائدة أم تابعة، أم تتبع تقانة توليفية بين الاثنين، ويعد (Schroeder, 1993, 52) الوضع الاستراتيجي المتخذ من التقانة سر بقاء المنظمة مستقبلا، أما جاكسون فقد حدد المكونات الأساسية للعوامل التقنية بمستوى التقدم العلمي والتقني في المجتمع وتتضمن القاعدة المادية وقاعدة المعرفة بالتقنية والوفاء بمتطلباتها بهدف تطوير منتجاتها (جاكسون، ١٩٨٨، ١٠٥).

أما (جواد، ٢٠٠٣، ٥٣) فقد أشار إلى أن التطورات التقنية تحدد الحالات المستقبلية للمنظمة وإجبارها على إعادة نظرها بأهدافها وإغراضها وطرق عملياتها الإنتاجية وبعبارة أخرى تواجه المنظمة التلاشي أو الزوال.

في ذات الاتجاه شبه (Steiner & Miner, 1982, 24) التطورات التقنية بالعوامل المهمة التي تؤثر في إستراتيجية المنظمة مما يتطلب متابعتها وتقييمها وتحديد أثارها.

ويمكن أن تحقق التقانة إذا ما استثمرت بشكل صحيح وسليم تميزا مؤثرا في تطوير وتحسين أداء المنظمة وتحقيق أهدافها، وفي ذات الوقت يتطلب من المنظمة المعاصرة والهادفة إلى الإبداع أن تواكب التطورات التقنية باستمرار والاطلاع عليها ودراسة جدوى استخدامها وتوفير الإمكانيات المناسبة والقادرة على استخدامها على أفضل وجه، وأفضل من المنافسين لكي تبقى في المقدمة.

وفي الاتجاه الآخر فإن اختيار التقانة غير المناسبة للحاجة الحقيقية للمنظمة وللجدوى الاقتصادية من استخدامها فإن ذلك يعد بمثابة تكاليف لا مبرر لها (السمان، ٢٠٠١، ٢٤٥).

أما (البكري، ٢٠٠١، ٩٣) فقد أشار إلى أن التقانة أتاحت المجال واسعا لإدخال منتجات جديدة وتطويرها بما يخدم الزبون، وهذا ما انعكس على عمليات الإبداع والتطوير في صناعات عديدة باعتبار التقانة تطبيق للمعرفة والأدوات المستخدمة لمعالجة المشكلات التي يمكن مواجهتها في انجاز مهمة محدودة وبشكل فاعل.

ويشير (Kotler, 2004, 7) إلى أنه يتوجب على المنظمات التحسب والتنبؤ بالتطورات والتغيرات التقنية الخارجية لكي لا تكون مختلفة عن المنظمات الأخرى من خلال تحديد أثار التطورات التقنية في المجتمع عموما وتحديد قوتها واتجاهها وأثارها على المنظمة ومن ثم توجيه استراتيجياتها بما يتناسب وهذه التطورات التقنية.

٥- **التشريعات الحكومية:** يتمثل هذا العامل بدرجة تدخل الحكومة في ميدان الأعمال، وإصدار القوانين والتشريعات النازمة لعمل المنظمات كالأجور، وعدد ساعات العمل، والأعمار، وأوقات الدوام، وإجراءات السلامة والصحة المهنية، وحماية الزبون، وتشريعات الرقابة، وحماية البيئة، مما يفترض على المنظمة أن تعدل إستراتيجية عملياتها بما يحقق تنفيذ القوانين والالتزام بها والاستجابة للتغيرات الحاصلة فيها (Schroeder, 1989, 52).

ويمثل (الطائي والعلاق، ٢٠٠١، ١٥٢) هذا العامل بالقوانين والتشريعات والأنظمة

الصادرة عن الحكومة أو الجهات المسؤولة في الدولة وذات صلة بطبيعة عمل المنظمة أما (جواد، ١٩٩٤، ١١١) فقد أكد على أن المنظمات تتلمس تأثير الحكومة اعتمادا على الأنظمة والقوانين الخاصة بشرعية وجودها وقيادتها وعملياتها اليومية، وكلما ازداد التعقيد في عمليات المنظمة ازداد اندفاع الحكومة بشكل اكبر لحماية المصلحة العامة للمجتمع، ولضمان التزام المنظمات وبشكل خاص الكبيرة منها بالجوانب القانونية استعان العديد منهم بالمستشارين القانونيين والمحاسبين المتخصصين (الشهابي، ١٩٩٣، ٤٨).

المبحث الثالث:- أسبقية الإبداع/ إطار مفاهيمي

أولاً:- المقدمة

نظرا للتطورات المتزايدة في مجالات الحياة كافة وازدياد شدة المنافسة وتنامي وازدياد سرعة تغيير حاجات الأفراد وبحث العديد من الشركات عن الريادة والإبداع كأسبقية تنافسية، تطلبت الحاجة إلى تقديم ما هو غير مألوف وتقديم منتجات على وفق حاجات الزبائن أو تفوق توقعاتهم في بعض الأحيان كما هو هدف الشركات اليابانية، مما حفز المنظمات على اختلاف أنواعها وأشكالها وطبيعة العمل الذي تقوم به إلى إيلاء اهتمام متزايد للإبداع وبالتالي تقديم منتجات متميزة عن المنافسين اعتمادا على التحسين المستمر دون هوادة، وتحقيق الريادة والإبداع، إذ أن الفكرة التي كانت مألوفة عن الرشد وتقديم منتجات على وفق ما مخطط ولفترة طويلة لم يعد كافيا لتحقيق استمرار الريادة والنجاح في دنيا الأعمال المتغيرة، إذ أن هناك منافسين يطورون منتجاتهم ويحسنون أداء عاملهم ويثيرون رغبات الزبائن (بجم، ٢٠٠٣، ٧)، وهكذا يتطلب من المنظمة الساعية إلى النجاح اعتماد الإبداع في كافة مراحل أدائها ابتداء من تحديد الأهداف ووضع الخطط وتبني الاستراتيجيات واعتماد الأسبقيات واختيار العاملين وتوزيع المهام والواجبات وتقييم المنتجات وتنفيذ العمليات وتقديم المنتجات وتطويرها وتعزيزها، وهكذا يمكن للمنظمة أن تكون قائدة أو تابعة في دنيا الأعمال، وتعد الاستجابة للطلبات الداخلية والخارجية واستباق الأفضل السبيل إلى تحقيق الريادة المرجوة في منظمات الأعمال المعاصرة. إذ أصبح أداء الأعمال تقليديا جزءا من الماضي بالنسبة للشركات الناجحة.

ثانيا:- مفهوم الإبداع

يعود أصل كلمة الإبداع في اللغة العربية إلى (بدع) وبدع الشيء أي إنشأه على غير ما هو سابق، أما في اللغة الانكليزية (Innovation) فهي تعني أحداث أو إيجاد شيء جديد، وفي نفس السياق فقد تناول العديد من الباحثين وذوي الاختصاص الإبداع، وفي هذا المجال عرف (Meredith & Shafer, 1997, 30) الإبداع بتقديم منتج جديد للأسواق أو مزج للعناصر المتاحة بأسلوب جديد بهدف تقديم عملية أو منتجات أو خدمات بطريقة فريدة، وفي ذات الاتجاه أشار (يونس، ٢٠٠٥، ٦٢) في معجم مصطلحات العلوم الإدارية إلى الإبداع بالتنفيذ الناجح للأفكار المبتكرة أو أحداث تغييرات جوهرية على أصل السلعة أو الخدمة المبتكرة بما يؤدي إلى تطوير الخصائص والمضمون السابق.

أما (بجم، ٢٠٠٣، ٢٢) فقد أوضح منذ البدء بأن هناك تداخل بين الإبداع والابتكار وأشار إليه بقدرة الشركة للتوصل إلى ما هو جديد يضيف قيمة أكبر وأسرع من المنافسين.

في حين عرف (Evans, 1997, 88) الإبداع بالخبرة التنافسية القادرة على تقديم منتج بارز فضلا عن القدرة على تقديم المنتجات الجديدة المدعمة وأشار إلى أن الإبداع يعتمد على البحث والتصميم والتطوير وقابلية التحويل وتقديم منتج رائع.

وبنفس الاتجاه يؤكد (Subramanian, 1996, 37) أن الإبداع هو تقديم منتجات جديدة أو تطوير القائمة أو إدخال عناصر جديدة للإنتاج أو تطوير العمليات القائمة.

ويذهب (Jones, 1995, 25) بالمفهوم إلى استثمار المنظمة لمواردها وقدراتها وخبراتها ومعارفها وعاملها الماهرين من أجل تقديم منتجات أو عمليات أو خدمات جديدة تحقيقا للمزايا التنافسية والريادة والإبداع في مجال تخصصها.

ويتفق (Russeau & Taylor, 2000, 12) مع (Jones) في هذا الاتجاه مؤكدين على التطبيق العملي لموارد المنظمة البشرية المتاحة في تحقيق هدف الإبداع، أما (يونس، ٢٠٠٥، ٦٢) فقد عدها أفكار تتصف بالجدة والفائدة وذات صلة لحل مشكلات معينة أو تجميع أو إعادة تركيب الأنماط المعروفة عن المعرفة في أشكال فريدة.

وبذات الاتجاه فقد أكد (Daft, 2003, 21) بان الإبداع ناتج مجموعة المعارف والخبرات والأدوات والتقانة المعتمدة لتحويل المدخلات إلى مخرجات جديدة باستخدام عمليات متميزة والتفوق على المنافسين.

وأخيراً يؤكد (الصرن، ٢٠٠٣، ٢٧) على أن الإبداع هو عملية صنع سلعة جديدة أو تطوير لعملية أفضل من المنافسين لكي تكون أكثر قبولاً للاستجابة إلى ظروف السوق والمنافسة القائمة من خلال تقديم ما هو جديد وغير مألوف أو تطوير ما هو مرغوب ويضيف قيمة أكبر من وجهة نظر الزبون بطريقة مبدعة تحقق الريادة والإبداع للمنظمة.

يلاحظ من العرض السابق أن معظم المفاهيم والتعاريف تمحورت حول تسخير موارد وجهود المنظمة وإمكاناتها المتاحة للاستجابة لظروف السوق والمنافسة القائمة من خلال تقديم ما هو جديد وغير مألوف أو تطوير ما هو مرغوب ويضيف قيمة أكبر للمنتج من وجهة نظر الزبون بطريقة مبدعة تحقق الريادة والتميز للمنظمة.

ثالثاً:- أهمية الإبداع.

يمثل الإبداع احد المتطلبات الضرورية للإدارة المعاصرة والمنظمات الساعية إلى الريادة والتطور والنجاح وسط اشتداد حدة المنافسة، إذ بات من الضروري عدم وقوف المنظمات عند حد نجاحها وتقديمها منتجات جيدة بل الاستجابة للتغيرات البيئية وتغيير أذواق وحاجات الزبائن المستمرة بحيث يغلب على أدائها صفة الحداثة والإبداع. (الصرن، ٢٠٠٣، ٢٧)

عليه فان التغيير الخارجي هو العنصر الذي يدفع المنظمة إلى دراسة وتحليل وتحديد العوامل الأكثر تأثيراً والاستجابة لها من خلال إضافة شيء للمنتجات أو تقديم منتجات فريدة تميزها عن الآخرين.

وهكذا فان الإبداع يعد احد الأدوات المهمة والرئيسية التي تتمكن المنظمة من خلال اعتمادها والتفوق فيها للوصول بمنتجاتها إلى الريادة والتميز وزيادة إقبال الزبائن عليها، وهذا ما دفع العديد من المنظمات العالمية المعروفة إلى اعتمادها وان جاء ذلك من خلال إعادة اندماجها مع شركات أخرى كما هو حال شركة (SAMSUNG) إذ اندمجت مع شركات أخرى وظهرت شركة LG وبعد الاستفادة من إمكانات الاتحادات فان هذه الشركة هي الرائدة في سوق الكهرونيات والالكترونيات المختلفة وأصبحت تستثمر فرص التغيير لصالحها من خلال تقديم منتجات فريدة وذات خصائص أفضل من منافسيها وبموجب ذلك فقد حققت الريادة والإبداع وتعد الآن من ضمن المنظمات المعاصرة (Krajewski & Ritzman, 2005, 77).

أما بالنسبة إلى المجالات التي تحتاج المنظمة فيها إلى الريادة والإبداع، فان التمييز هنا لا يقتصر على الجانب التقني وعلى قدرة استحداث سلعة أو خدمة أو تطوير أو تحسين عملية بل تذهب ابعد من ذلك وتدخل مجالات أوسع كفتح سوق جديد أو تطوير آلة أو معدة وتعديل طريقة وتحسينها، فضلاً عن كافة المجالات الإدارية كالنخطيط والتدريب ورفع الروح المعنوية للعاملين والإبداع والتميز في كافة وظائف المنظمة من إنتاج وتسويق ومالية وموارد بشرية أفضل مما كانت عليه وهكذا تتكامل كافة مهام المنظمة في تحقيق خبرة التفوق والإبداع على منافسيها (حريم، ٢٠٠٣، ٢١٧).

ومن الجدير بالذكر أن تراعي المنظمة العوامل ذات التأثير المباشر في عملية الإبداع عند دخول مجال إبداعي معين لضمان نجاح المنظمة مساعها وريادتها كالتكاليف المترتبة على هذا العمل المبدع والعائد على الاستثمار ودرجة المخاطرة وعدم التأكد، والقيمة العلمية للإبداع، ومنشأ الإبداع الداخلي أو الخارجي، والمسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات البيئة المترتبة على استخدام هذا الإبداع (نجم، ٢٠٠٣، ٢١٢).

- ولا تقتصر أهمية الإبداع على مستوى المنظمة بل هناك مجتمعات إبداعية مبنية على الريادة والإبداع، وهذا ما أكد عليه (Warner, 1996, 218) بأن ما يميز الاقتصاديات الحديثة هو اعتمادها على المعارف فيما يخص أيه معلومات وأفكار متاحة على العكس من الموارد التي تعد مصادر المنفعة التنافسية، وتتميز هذه المجتمعات الإبداعية بالاتي:
- ١- اتصافها بالعلوم والثقافة التحويلية والمنظمة بشكل جيد.
 - ٢- تأكيدها على الأفراد كأفراد وكجزء من الجماعات والإبداع التنظيمي.
 - ٣- تمثيلها أساس نشر المعارف المطورة بشكل جيد.

رابعاً- الريادة والإبداع كأسبقية تنافسية.

يعد الإبداع احد الأسبقيات التنافسية إضافة إلى الكلفة والجودة والمرونة والتسليم الضرورية للمنظمة الساعية إلى التفرد والنجاح والريادة في دنيا الأعمال وقد اخذ الاهتمام يتزايد بها في الآونة الأخيرة وتناولتها كتابات الباحثين وذوي الاختصاص وافرد لها مجالا خاصا بعد أن كان يشار إليها ضمن الأسبقيات الأخرى ضمنا.

وقد أشار (Belohalr, 1993, 59) إلى أن الانطلاقة الرئيسية لأسبقية الإبداع بدا التركيز عليها في الصناعة اليابانية حيث تزامنت مع الجودة ورافقتها عوامل أخرى كالولاء والقيم والتقاليد ومعتقدات العاملين والثقافة والخصائص المحلية وكان لها الدور الريادي في نجاح الشركات اليابانية.

وبنفس الاتجاه أخذت المنظمة المعاصرة تولي أسبقية الإبداع أهمية كبيرة وتؤكد على إتباعها في مجالات أعمالها لاقتناعها بأن هذه الأسبقية هي المصدر الأكثر قوة لتحقيق التميز والتفرد إذا ما اعتمدت بشكل سليم ، وفي ذات الوقت أكدت عليها المنظمة الفائزة كجزء من ثقافة التنظيم وفلسفة إدارية وخيار استراتيجي يتطلب نجاحه تكاتف كافة أطراف المنظمة من اجل بلوغه.

ويؤكد (Kroll, 1994, 22) ولكي تكون المنظمة رائدة في مجال عملها ومبدعه في تحقيق أهدافها عليها أن تعمل من اجل المزيد، من اجل المختلف من اجل المطلوب، فضلا عن تقديم ما هو غير مألوف ومبهج لأذواق الزبائن وتطلعاتهم وبالتالي جذب مزيد من الزبائن واختراق العديد من الأسواق، مع الأخذ بنظر الاعتبار عدم إغفال الأسبقيات الأخرى التي يمكن أداءها بأسلوب مبدع، لكي يكون بيد المنظمة أكثر من خيار استراتيجي يستخدم الأنسب منه عند الحاجة وبما يتلاءم والحاجة الحقيقية للسوق للبقاء في الريادة.

ويشير (Evans, 1993, 118) ضرورة تأكيد المنظمة على مواكبة التطورات وباستمرار لكي يكون الإبداع سمة المنظمة وجزء من ثقافتها وممارسة يومية ابتداء من المستوى الاستراتيجي إلى المستوى التشغيلي.

ويعزي (Krajewski & Ritzman, 2005, 77) سبب هذا الاهتمام إلى التطورات والتغيرات المستمرة بعد اتساع الأسواق وزيادة حدة المنافسة وسرعة تغيير أذواق وطلبات الزبائن، وقصر دورة حياة المنتج وزيادة التخصص وتطور التقنية عموما وبشكل خاص في مجال المعلومات والاتصالات وبروز المصانع الافتراضية والاتصال عن بعد بحيث أصبح كل تطور جديد متاح أمام الجميع من خلال شبكة المعلومات الدولية الانترنت والوسيط الالكتروني.

كل ما تقدم حتم على المنظمة السعي بجد لإتباع أسبقية الإبداع ضمن خياراتها واستراتيجياتها وأعمالها ومهامها وإداراتها والتركيز على خلق ثقافة الريادة والتميز في المنظمة ولدى عاملها.

ويوضح (نجم، ٢٠٠٣، ٢٤) أن المنظمات اليابانية في سعيها لبلوغ الريادة والإبداع تخصص ٣٠% من إيراداتها لأنشطة البحث والتطوير للوصول إلى منتجات متميزة وأفضل من المنافسين.

اعتمادا على ما تقدم يمكن القول بان الإبداع احد الأسبقيات التي تتبعها إستراتيجية العمليات لبلوغ مستوى أداء مرغوب كالسرعة والدقة في التسليم والمرونة في التصميم والتطوير والتميز في الجودة وبالتالي تحقيق الثقة بين الزبائن ومنتجات المنظمة بما يعزز قدرتها التنافسية والريادة والإبداع في مجال عملها.

وقد ركز بحثنا على هذه الأسبقية لإمكانية اعتمادها ضمن كل من الأسبقيات الأخرى ، إذ يمكن أن تكون الجودة غير مألوفة ومتميزة عن المنافسين ويمكن استخدام طرق وأساليب تخفيض الكلف دون المساس بالجودة، كما يمكن للمنظمة بلوغ الريادة في مجال سرعة الاستجابة لطلبات الزبائن وتسليمها بأقصر وقت ممكن ومرونة عالية في التحول من منتج إلى آخر لذا فان الإبداع أسبقية ضرورية ويمكن أن تتداخل مع الأسبقيات الأخرى ويجب أن توليها المنظمة المعاصرة الاهتمام اللازم حتى وان اتبعت أسبقية أخرى وأعطتها الأولوية على الريادة والإبداع. فانه يبقى لهذه الأسبقية الدور البارز في التميز والنجاح.

خامسا:- العلاقة بين البيئة الخارجية والإبداع

تمثل البيئة الخارجية وعواملها المختلفة ودرجة التغيير والتعقيد الحاصل فيها جوهر عمل الإدارة ومدى نجاحها وقدرتها على تحقيق الإبداع يتوقف إلى حد بعيد على تفاعلها واستجابتها وتكيفها مع كل حالة تطور أو تغير بيئي بشكل ايجابي، وقد ركز العديد من الباحثين وذوي الاختصاص على الأثر البيئي في أداء المنظمة مؤكدين على استخدامه في تفسير سلوك المنظمة الساعية لتحقيق أهدافها في ظل التغيرات البيئية المحيطة، وفي إطار التفاعل المتبادل بين المنظمة وبيئتها المحيطة يشير (Barnard, 1972, 145) إلى انه لا معنى لأهداف المنظمة دون اخذ البيئة الخارجية وعواملها المختلفة بنظر الاعتبار، وهكذا فرضت التغيرات المتسارعة في البيئة الخارجية تحديات ومتطلبات عديدة حفزت المنظمات المختلفة على مواجهتها بدقة وبفاعلية مما تطلب معه امتلاك المنظمات مقدرة إبداعية متميزة من خلال تطوير الاستراتيجيات والخطط والأفكار ووضع الحلول الجديدة المتطورة تمكن المنظمة من مواكبة التغيرات والبقاء والنمو والازدهار.

وما حققته المنظمات اليابانية من تمييز في مجال الالكترونيات والسيارات منذ أوائل الثمانينات ولحد الآن جاء من خلال استجابتها السريعة للبيئة الخارجية واعتمادها أسبقية الإبداع في تحقيق جودة منتجاتها مما دفع بالعديد من المنظمات لاعتماد هذه الأسبقية كأداة ووسيلة للتميز والنجاح (حريم، ٢٠٠٣، ٤٦٥).

وفي هذا المجال يشير (William, 1993, 120) إلى الإبداع كاستجابة للتغيرات البيئية وبذات الوقت وسيلة لأحداث التغيير في المنظمات المختلفة.

أما (الغمرى، ١٩٩١، ٧٩) وفي معرض إشارته إلى العلاقة بين الإبداع والبيئة الخارجية فقد أوضح بان الفرد ومن خلال إبداعه واستخدامه لتفكيره وقدراته العقلية وما يحيط به من مؤثرات داخلية وخارجية مختلفة يمكنه تحقيق ما هو جديد بالنسبة له ولبيئته على أن يكون هذا الجديد نافعا للبيئة التي يعمل فيها.

ويوضح (حريم، ٢٠٠٣، ٤١١) العلاقة بين الإبداع والبيئة الخارجية من خلال تمثيله الإبداع بالنظر إلى الظواهر والأشياء والمتغيرات بمنظور علاقات جديدة غير مألوفة، يتفاعل من خلالها الفرد مع العمل والبيئة المحيطة بالمنظمة بالبحث والاستقصاء والحدس والربط بين المتغيرات المختلفة لتقديم ما هو جديد وأصيل وذو قيمة للفرد والمجتمع.

ويوضح (الشماع، ١٩٩٩، ١٢٢) أن الإبداع يعكس استشراق الإدارة للمستقبل وثقتها بتفوق المنظمة على منافسيها في بيئتها الخارجية.

في حين يؤكد (Krajewski & Ritzman, 2003, 121) على أهمية تبني المنظمة أسبقية الإبداع لتحقيق ميزة تنافسية عن المنظمات المماثلة.

ويرى (Kotler, 2004, 121) بأن هناك مجموعة قوى ومتغيرات خارجية تؤثر في كفاءة الإدارة لتقديم مخرجاتها، ويتطلب من هذه الإدارة تنفيذ مهامها وأنشطتها وفعاليتها لأشباع حاجات ومتطلبات الزبائن بطريقة متميزة من أجل إبراز مخرجاتها بشكل يفوق مخرجات المنافسين.

ويشير (السالم، ٢٠٠٩، ١٠٧) إلى أنه يتطلب من المنظمة الهادفة إلى التمييز في جودة مخرجاتها عن منافسيها استقطاب وامتلاك عاملين ذوي مهارات متميزة قادرة على تحقيق التمييز من خلال الإبداع.

إم (الطائي والخفاجي، ٢٠٠٩، ١٩) فقد أوضح بأن تعزيز الإبداع يمكن أن يتجسد بما يلي:

- ١- تيسر استجابة المنظمة وتكيفها مع بيئتها الخارجية وخاصة فيما يتعلق بالابتداعات الجديدة والتطورات الحاصلة لها.
- ٢- تعزيز قدرة المنظمة على المساومة مع الزبائن من خلال تعزيز ولاء الزبائن ومنعهم من التحول إلى التعامل مع منتجات المنظمات المنافسة وخدماتها.
- ٣- تعزيز قدرة المنظمة على المساومة مع المجهزين عن طريق تعزيز مبدأ المنظمة الأولى بالرعاية، أي المنظمة الأحق بالرعاية.

وعليه فإن التطورات المتسارعة في البيئة الخارجية وبروز ظاهرة العولمة التي مثلت العالم بالقرية الصغيرة أدت إلى ضرورة زيادة الاهتمام بهذه البيئة وعواملها المختلفة بالدراسة والتحليل ومتابعة التغييرات الحاصلة فيها والاستجابة لها مع كل حالة تغيير التي باتت الأمر الأكثر حدوثاً في دنيا الأعمال، ويوضح (Mintzberg) في هذا المجال إلى أن التفكير المبدع والأداء الخلاق هو الأداة الأكثر نجاحاً لمواجهة هذه التغييرات وهذا ما حفز العديد من المنظمات إلى اعتماد أسبقية الإبداع في كافة نشاطاتها، على الرغم من صعوبة تبنيها لاعتمادها أسلوب اندفاع إدارة المنظمة للبحث عن فرص جديدة وتخطي التهديدات الصغيرة (جواد، ١٩٩٤، ١٥٠).

المبحث الرابع:- وصف وتحليل متغيرات الدراسة

أولاً:- وصف مجتمع الدراسة والأفراد المبحوثين.

١- وصف مجتمع الدراسة.

يمثل معمل سمنت بادوش احد ثلاث معامل تابعة للشركة العامة للسمنت الشمالية بالإضافة إلى معمل سمنت حمام العليل وقد وضع حجر الأساس عام ١٩٥٦ وبأشر إنتاجه الحقيقي عام ١٩٦٣، ومعمل سمنت بادوش وقد وضع حجر الأساس عام ١٩٦٥ وبأشر بالإنتاج عام ١٩٧٧. ومعمل سمنت سنجار وقد أسس عام ١٩٨١ وبأشر بالإنتاج الفعلي عام ١٩٨٩.

أما أهم منتجات الشركة فهي الاسمنت العادي والاسمنت المقاوم والاسمنت الأبيض والاسمنت المخصص لتحشية السدود.

٢- وصف الأفراد عينة الدراسة.

يوضح الجدول (١) أهم مميزات وخصائص الأفراد المبحوثين من حيث المنصب والتحصيل الدراسي أو الشهادة والجنس والتخصص والخدمة في المعمل والخبرة في المنصب الحالي.

جدول (١) وصف الأفراد المبحوثين

المنصب (المركز الوظيفي)						التحصيل الدراسي			
المنصب	رقسم أو ر. شعبة	م. ر. قسم م. ر. شعبة	دبلوم	بكالوريوس	دراسات عليا	عدد	%	عدد	%
٣	١٢	١٥	٦٠	٧	٢٨	٤	١٦	٢٠	٨٠

التخصص									
علوم		زراعي		إداري		قانوني			
عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%
١١	٤٤	٥	٢٠	٢	٨	٥	٢٠	٢	٨

الفئات العمرية										الجنس	
٥٠ - فأكثر		٥٠-٤٦		٤٥-٤١		٤٠-٣٦		٣٥-٣١		أنثى	ذكر
عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	%	عدد
٥	٢٠	٦	٢٤	٣	١٢	٤	١٦	٧	٢٨	٨٠	٢٠

- فيما يخص المنصب أو المركز الوظيفي في المعمل المبحوث يلاحظ من الجدول (١) بان المدراء ورؤساء الأقسام والشعب يمثلون ٧٢% من الأفراد عينة الدراسة إذ بلغت نسبة المدراء (١٢%) في حين أشرت نسبة رؤساء الأقسام ومسؤولي الشعب (٦٠%) من المبحوثين، في حين بلغت نسبة معاوني رؤساء الأقسام ومعاوني مسؤولي الشعب (٢٨%) من الأفراد المبحوثين مما يوضح بان عينة الدراسة لديها القدرة على الإجابة عن فقرات استمارة الاستبيان الخاصة بمتغيرات الدراسة بسهولة ويسر.

- وأوضح ذات الجدول بان خريجي الكليات والدراسات العليا يمثلون (٨٤%) من المبحوثين في حين مثل خريجي المعاهد بشهادة الدبلوم الفني (١٦%) فقط من المبحوثين، مما يؤكد على علمية مسؤولي الوحدات والشعب في المعمل المبحوث.

- وبالنسبة إلى التخصصات التي يحملها الأفراد المبحوثين فقد تبين بان حاملي شهادة الهندسة والعلوم يمثلون (٦٤%) من المبحوثين وهي نسبة مهمة ومؤثرة بالنسبة إلى معمل يحتاج هذين التخصصين في إدارته، فيما جاءت نسبة الزراعيين والقانونيين من المبحوثين متساوية وبلغت (٨%)، أما التخصص الإداري فقد شكل (٢٠%) من المبحوثين، وهي نسبة مطلوبة لأقسام إدارية كالتدريب والأفراد والحسابات والعلاقات العامة.

- وفي ذات الاتجاه مثل الذكور (٨٠%) من الأفراد المبحوثين وهي منطقية في معمل يقع خارج مركز المحافظة وطابع عمله رجالي، ورغم ذلك فقد مثلت الإناث (٢٠%) من عينة الدراسة، مما يوضح أن العنصر النسوي قد أتاحت له فرصة شغل مناصب في إدارة المعمل.

- أما الفئات العمرية لعينة الدراسة فقد اشر بان (٥٦%) من المبحوثين تزيد أعمارهم عن ٤١ سنة فيما كانت النسبة المثوية دون هذه الأعمار (٤٠ سنة فأكثر) (٥٤%) مما يشير إلى أن إدارة المعمل تجمع ما بين الشباب والخبرة وهي ضرورية في مجال أية إدارة.

ثانياً:- وصف وتشخيص متغيرات الدراسة.

يوضح الجدول (١ ملحق ١) التوزيعات التكرارية والأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغيرات الدراسة، ونعرض أدناه وصف وتشخيص المتغيرات المعتمدة في الدراسة اعتماداً على إجابات المبحوثين على وفق ورود هذه المتغيرات في استمارة الاستبيان.

١- عوامل البيئة الخارجية.

أ- الزبائن: يتفق ويتفق بشدة (٩٢%) من المجيبين على أن جودة منتجات المعمل ملبية لرغبات الزبائن، وقد بلغ الوسط الحسابي والانحراف المعياري لهذا العنصر (X2) (4,2) و (0,73) على التوالي، في حين يؤكد (٨٤%) منهم على أن المعمل يتابع باستمرار احتياجات الزبائن وبلغ الوسط الحسابي للعنصر (X1) (4,1) والانحراف المعياري (0,80)، أما بالنسبة للاتفاق حول تفضيل الزبائن لمنتجات المعمل على منتجات المعامل المشابهة فقط بلغت (٨٠%) وبوسط حسابي (4,1) وانحراف معياري (1,0) للعنصر (X4)، في حين تراوحت نسبة الاتفاق بين المجيبين حول ملائمة أسعار منتجات المعمل وقبولها من قبل الزبائن، وان للمعمل قدرة على الاستجابة لطلبات الزبائن فوراً، بين (٧٢% و ٧٦%) وبوسط حسابي للعنصرين (X3) و (X5) بلغ (3,9) وانحراف معياري بلغ (0,99) و (0,77) على التوالي مما يدل على تجانس الإجابات.

يلاحظ من الإجابات أعلاه بان إدارة المعمل قد أخذت احتياجات الزبائن وطلباتهم بنظر الاعتبار، وما يعزز ذلك الإقبال الشديد على منتجات المعمل والشركة عموماً.

ب- المجهزون: تشير نسبة (٧٦%) من إجابات المبحوثين حول الاتفاق والاتفاق بشدة على أن للمعمل مصادر تجهيز توفر الاحتياجات في الوقت المطلوب، وقد بلغ الوسط الحسابي والانحراف المعياري لهذا العنصر (X6) (3,6) و (0,85) على التوالي مما يؤشر تناسب إجابات المبحوثين.

أما بالنسبة إلى دور المجهزين في تحسين جودة منتجات المعمل فقد اتفق (٦٠%) فقط من المبحوثين على ذلك وبوسط حسابي للعنصر (X10) بلغ (4,5) وانحراف معياري (0,60)، في حين اتفق (٥٢%) من المجيبين على التزام المجهزين بالأوقات والمواعيد المحددة للتجهيز، وان المجهزين يوفر ما مطلوب بالجودة المناسبة، وقد بلغ الوسط الحسابي للعنصرين (X7) و (X9) (3,4) و (3,3) والانحراف المعياري (1,0) و (0,86) على التوالي.

وبلغت نسبة الاتفاق على اعتماد المعمل سياسة توفير مصادر بديلة للمجهزين فقد بلغت (٤٠%) فقط وبوسط حسابي (3,0) وانحراف معياري (0,88) للعنصر (X8).

تؤشر نسبة الإجابات أعلاه بان مصادر التجهيز محدودة وليس من السهولة إيجاد بدائل لها أو تغييرها، وهذا يتلائم مع طبيعة عمل المعمل ومنتجاته التي تكاد تكون مصادر التجهيز محدودة وأنشأ المعمل بالقرب منها كصناعة الاسمنت.

ج- المنافسون: يؤكد (٩٢%) من الأفراد المبحوثين بان منتجات المعمل ذات جودة أعلى من منتجات المنافسين، وقد بلغ الوسط الحسابي لهذا العنصر (X13) (4,2) والانحراف المعياري (0,59)، في حين اتفق (٦٨%) من المجيبين على أن المعمل يقدم منتجات أفضل من المنافسين، وان أسعار منتجات المعمل أدنى من أسعار المنافسين، وان منتجات المعمل الأفضل مقارنة بالمنافسين، وقد بلغ الوسط الحسابي للعناصر (X11) و (X12) و (X15) (4,0) و (3,6) و (3,9) على التوالي، وبلغ الانحراف المعياري لذات العناصر (1,0) و (0,85) و (0,88) على التوالي. وبذات الاتجاه اتفق (٧٢%) من المبحوثين بان المعمل يطور أساليب عمله أفضل من المنافسين، وقد بلغ الوسط الحسابي والانحراف المعياري للعنصر (X14) (3,8) و (0,91) على التوالي.

تبين مما سبق بان القناعة بجودة منتجات المعمل هي المعيار الأهم بالنسبة إلى الإقبال عليها وتفضيلها على المنافسين وهذا يمكن لمسه من خلال عدم سد منتجات المعمل لاحتياجات السوق في كثير من الأحيان.

د- التقانة ذات العلاقة: يتفق ويتفق بشدة (٨٠%) من الأفراد المبحوثين بأن المعمل يدخل التطورات التقنية إلى المعمل أول بأول، وقد بلغ الوسط الحسابي لهذا العنصر (X16) (3,6) والانحراف المعياري (0,92)، وبذات الاتجاه يتفق (٦٠% - ٦٤%) من المجيبين على أن لعامل المعمل القدرة على استخدام التقنية المتطورة، وأن المعمل يتنبأ بالتطورات التقنية ويستخدمها عند توفرها، وقد بلغ الوسط الحسابي والانحراف المعياري لهذين العنصرين (X19) و (X20) (3,4) و (0,86) على التوالي، في حين أكد (٥٢%) على أن المعمل يستجيب للتطورات التقنية أفضل من المنافسين وبوسط حسابي وانحراف معياري للعنصر (X17) (3,2) و (1,0) على التوالي، وكانت أدنى نسبة اتفاق حول تميز التقنية المستخدمة من قبل المعمل إذ بلغت (٤٤%) للعنصر (X18) وبوسط حسابي وانحراف معياري بلغا (3,2) و (1,0) على التوالي مما يدل على تجانس الإجابات.

يتبين مما سبق بأن المعمل يعاني من عدم تحديث التقنية المستخدمة وأن المعمل يعتمد على خبرة عامله في إجراء الصيانة وتصنيع قطع الغيار عند حدوث عطلات لعدم توفر معظم القطع في الأسواق المحلية وصعوبة استيرادها كما أكد ذلك رئيس المهندسين المسؤول عن الصيانة.

هـ- التشريعات الحكومية: يؤكد (٨٨%) من الأفراد المبحوثين على أن هناك تشريعات مستمرة تصدر لتنظيم عمل المعمل وقد بلغ الوسط الحسابي للعنصر (X22) (4,1) والانحراف المعياري (0,72)، في حين اتفق واتفق بشدة (٨٠%) منهم على أن المعمل يستجيب للقوانين والتشريعات النافذة، وأن هذه التشريعات والقوانين تسهل عمل المعمل، وقد بلغ الوسط الحسابي للعنصرين (X21) و (X23) (3,9) و (3,8) والانحراف المعياري لذات العنصرين (0,73) و (0,85) على التوالي. وبذات الاتجاه اتفق واتفق بشدة (٦٨%) من المبحوثين على أن التشريعات تؤكد على حماية العاملين وسلامتهم وبوسط حسابي للعنصر (X25) (3,6) وانحراف معياري (0,64).

أما بالنسبة إلى استعانة المعمل باستشاريين قانونيين عند الحاجة فقط أوضح (٥٦%) فقط من المجيبين ذلك وبلغ الوسط الحسابي للعنصر (X24) (3,5) وانحراف معياري (0,91).

تؤشر النسب أعلاه بأن المعمل يستجيب للتشريعات الحكومية وتؤخذ بنظر الاعتبار.

نلخص مما تقدم واعتماداً على إجابات المبحوثين بأن المعمل يأخذ عوامل البيئة الخارجية قيد الدراسة بنظر الاعتبار وحسب درجة تأثيرها وحسب قدرات وإمكانات المعمل، فعندما يكون تحديث تقانة المعمل من قبل الجهات العليا فإن ذلك يؤشر عدم إمكانية توفيرها بالدرجة المطلوبة من قبل إدارة المعمل.

٢- أسبقية الإبداع: يتفق ويتفق بشدة (٨٠% - ٨٨%) من المبحوثين بأن للمعمل وحدة خاصة بالبحث والتطوير، وأن لدى المعمل أفراد ذو قدرات مبدعة، وأن لعامله خبرة ومهارة لتقديم ما هو جديد ومتميز، وقد بلغ الوسط الحسابي للعناصر (X34) و (X40) و (X35) (3,7) و (3,9) و (3,9) على التوالي والانحراف المعياري (0,66) و (0,53) و (4,5) على التوالي مما يدل على تجانس الإجابات.

ويوضح (٦٤% - ٧٢%) من الأفراد عينة الدراسة بأن إدارة المعمل تشجع جهود البحث والتطوير، وأن لدى العاملين قدرة على تقديم بدائل متميزة عند الحاجة إلى ذلك، وأن المعمل يطور منتجاته باستمرار، وأن منتجات المعمل تصنع بطريقة مبدعة، وبذات الاتجاه تحفز إدارة المعمل عامله على الإبداع. وقد تراوح الوسط الحسابي للعناصر (X33) و (X39) و (X26) و (X36) و (X31) ما بين (3,4) و (3,7) وتراوح الانحراف المعياري بين (0,57) و (0,87).

في حين أكد (٦٠%) من المبحوثين بان المعمل يدخل أساليب جديدة للعمل، وبلغ الوسط الحسابي والانحراف المعياري لهذا العنصر (X27) (3,4) و (0,71) على التوالي. كما اتفق (٥٢% - ٥٦%) من العينة على أن لعاملي المعمل قدرة فائقة على الإبداع والابتكار، وان المعمل يقدم ما هو متميز وأفضل من المنافسين، وان المعمل يمارس مهامه الإدارية بأسلوب مبدع، وتراوح الوسط الحسابي والانحراف المعياري للعناصر (X30) و (X32) و (X37) ما بين (3,3) و (3,5)، و (0,71) و (1,0) على التوالي. وكانت نسبة الاتفاق دون (٥٠%) للعناصر (X28) و (X29) و (X38)، إذ تراوحت ما بين (٤٠% و ٤٨%) نسبة الاتفاق حول تقديم المعمل لمنتجات تفوق توقعات الزبائن في جودتها، واهتمام المعمل بالإبداع وتكريم المبدعين باستمرار، وان المعمل يخصص مبالغ للبحث والتطوير وبلغ الوسط الحسابي للعناصر أعلاه (3,2) و (3,1) و (3,3) والانحراف المعياري (0,96) و (1,0) و (0,74) على التوالي.

يتضح مما تقدم بان طبيعة تقديم المعمل لمنتجاته قد لا تتيح الفرصة أمام العاملين للإبداع في مجال تفوق المنتجات توقعات الزبائن لأنها نمطية ومعروفة والاهتمام ينصب على مطابقة المنتجات للمواصفات باعتبار المنتجات تخضع إلى مواصفات عالمية أكثر مما هي متغيرة وهذا لا يمنع أن يكون هناك إبداع في مجال قدرات الأفراد ومهاراتهم وتحفيز العاملين من قبل إدارة المعمل للإبداع وتحقيق المواصفات العالمية والتميز في مجال الإنتاج والصيانة والإصلاح وتوفير قطع غيار مفقودة في السوق العراقية وصعوبة توفيرها في الظرف الحالي.

ثالثاً:- تحليل علاقات الارتباط والأثر بين عوامل البيئة الخارجية وأسبقيات الإبداع.

من اجل اختبار فرضيات الدراسة الرئيسية والفرعية فان تحليل علاقات الارتباط والأثر يعد ضرورياً بين عوامل البيئة الخارجية وأسبقيات الإبداع وكما يلي:

١- تحليل علاقات الارتباط بين عوامل البيئة الخارجية وأسبقيات الإبداع

يؤشر الجدول الجدول (٢) نتائج علاقات الارتباط بين عوامل البيئة الخارجية وأسبقيات الإبداع، إذ تؤكد هذه النتائج وجود علاقة ارتباط معنوية موجبة بينهما، إذ بلغت قيمة الارتباط (المؤشر الكلي) (0,763) وهي قيمة معنوية موجبة بدرجة جيدة عند مستوى معنوية (0,05) ويبين ذلك بان اخذ إدارة المعمل عوامل البيئة الخارجية بنظر الاعتبار والاستجابة لها توفر فرص الإبداع والتطور والريادة في مجال عملها، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Daft, 2003) التي تؤكد على العلاقة بين العوامل البيئة وتبني أسبقيات الإبداع وعليه يمكن قبول الفرضية الرئيسية الأولى التي تنص على وجود علاقة ارتباط معنوية موجبة بين عوامل البيئة الخارجية وأسبقيات الإبداع .

جدول (٢)

نتائج علاقات الارتباط بين البيئة الخارجية وأسبقيات الإبداع

المؤشر الكلي	عوامل البيئة الخارجية					المتغير المستقل
	التشريعات الحكومية	الثقافة	المنافسون	المجهزون	الزبائن	المتغير المعتمد
						الإبداع
0,763*	0,618*	0,715*	0,664*	0,647*	0,602*	

* p < 0,05

N= 25

Ns= Not significant

وفيما يخص علاقات الارتباط وعلى مستوى كل عامل من عوامل البيئة الخارجية وأسبقيات الإبداع يتضح من الجدول أعلاه بان هناك علاقة ارتباط معنوية موجبة على مستوى كل عامل على انفراد مع أسبقيات الإبداع وبلغت أقوى علاقة ارتباط بين التقانة ذات العلاقة والإبداع إذ بلغت القيمة (0,715) مما يؤشر أهمية التقانة ذات العلاقة بالنسبة إلى توفير فرص الإبداع والتميز، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Stener & Miner, 1982) التي تؤكد على التطورات التكنولوجية باعتبارها عوامل مهمة ومؤثرة في إستراتيجية المنظمة مما يتطلب متابعتها والاهتمام بها باستمرار.

فيما بلغت قيمة الارتباط بين عامل المنافسين والإبداع (0,664) وهي تؤكد على أن المنافسة العالية تدفع المنظمة باتجاه التركيز على الإبداع والريادة في عملها لتحقيق النجاح المنشود. وفي نفس الوقت أشرت نتائج علاقات الارتباط بين المجهزين والإبداع وجود علاقة ارتباط معنوية موجبة بلغت (0,647) وكذلك وجود علاقة ارتباط معنوية موجبة بين التشريعات الحكومية والإبداع بقيمة (0,618).

وكان أدنى علاقة ارتباط على الرغم من معنويتها بين الزبائن والإبداع إذ بلغت (0,602) وهي علاقة واقعية حسب طبيعة العمل، إذ أن لمنتجات المعمل أسواق عديدة وهناك أعمار في البلد مما يجعل الإقبال على منتجاته دائماً ولا تحتاج إدارة المعمل للبحث عن أسواق وزبائن جدد فهي في بعض الأحيان لا تسد حاجة السوق المحلية بشكل كامل.

واتساقاً مع ما تقدم ذكره فإنه يمكن قبول الفرضيات الفرعية الأولى والثانية والثالثة والرابعة والخامسة والتي تنص على وجود علاقة ارتباط معنوية موجبة بين كل عامل من عوامل البيئة الخارجية بشكل منفرد وبين أسبقيات الإبداع، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (نجم، ٢٠٠٣) التي تؤكد على ضرورة اخذ عوامل البيئة الخارجية بنظر الاعتبار من أجل تحقيق النجاح المطلوب والريادة والإبداع في دنيا الأعمال.

٢- تحليل علاقات التأثير بين عوامل البيئة الخارجية وأسبقيات الإبداع.

توضح نتائج تحليل الانحدار المؤشرة في الجدول (٣) وجود تأثير معنوي وإيجابي لعوامل البيئة الخارجية مجتمعة في تحقيق أسبقيات الإبداع، إذ بلغت قيمة (F) المحسوبة (13,050) وهي اكبر من قيمتها الجدولية البالغة (4,279) عند درجتي حرية (5,19) وبمستوى معنوية (0,05)، أما معامل التحديد R² فقد بلغ (0,720)، وعند متابعة معاملات (B) واختيار (t) لها تبين أن قيمة (t) المحسوبة بلغت (0,970) وهي اكبر من قيمتها الجدولية عند مستوى معنوية (0,05) وتنسجم هذه النتيجة مع دراسة (الصرن، ٢٠٠٣) التي تؤكد على تأثير عوامل البيئة الخارجية وضرورة أخذها بنظر الاعتبار عند تبني الأسبقيات التنافسية ومنها أسبقيات الإبداع.

واعتماداً على ما تقدم يمكن قبول الفرضية الرئيسية الثانية التي تنص على وجود تأثير معنوي لعوامل البيئة الخارجية في أسبقيات الإبداع.

جدول (٣) نتائج تأثير عوامل البيئة الخارجية في أسبقيات الإبداع

المتغير المستقل	Bo	عوامل البيئة الخارجية					R2	F	
		الزبائن	المجهزون	المنافسون	التقانة	التشريعات الحكومية		المحسوبة	الجدولية
		B1	B2	B3	B4	B5			
أسبقيات الإبداع	1,20 3	-0,203 (0,875) *	-0,059 (0,377)	0,075 (0,455) *	0,294 (2,256) *	0,537 (1,824) *	0,67 9	8,0465	2,740

المؤشر الكلي	0,97 0							0,72 0	13,050	4,279
--------------	-----------	--	--	--	--	--	--	-----------	--------	-------

* $P < 0,05$, $N=25$, $d.f(5,19)$

قيم (t) المحسوبة

أما بالنسبة إلى علاقات تأثير كل عامل من عوامل البيئة الخارجية في أسبقية الإبداع فإن الجدول رقم (٣) يوضح وجود تأثير معنوي سالب لعامل الزبائن في أسبقية الإبداع، وذلك من خلال قيمة (B) البالغة (-0,203) والتي حكم على معنويتها من خلال قيمة (t) المحسوبة البالغة (0,875) وهي أكبر من قيمتها الجدولية، وبلغ معامل التحديد R^2 (0,679)، وقيمة (F) المحسوبة (8,046) وهي قيمة معنوية كونها أكبر من القيمة الجدولية البالغة (2,740) عند درجتي حرية (5,19) ومستوى معنوية (0,05)، وتفسر هذه النتيجة أنه على المنظمة قيد البحث الاتجاه نحو تقديم منتجات متميزة وبأسلوب مبدع كلما انخفض اقبال الزبائن على منتجاتها، وتنسجم هذه النتيجة مع دراسة (سلطان، ١٩٩٧) التي تؤكد على أهمية أخذ الزبائن بنظر الاعتبار وتصميم منتجات لإشباع حاجاتهم وبالتالي تحقيق النجاح المنشود.

وبذات الاتجاه يوضح الجدول (٣) تأثير عامل المنافسين بشكل ايجابي ومعنوي في أسبقية الإبداع، والتي حكم على معنويتها من خلال قيمة (B) البالغة (0,075) والتي أشرت معنويتها من خلال قيمة (t) المحسوبة البالغة (0,455) وهي أكبر من قيمتها الجدولية وبمعامل تحديد (0,679)، فيما بلغت قيمة (F) المحسوبة (8,046) وهي أكبر من قيمتها الجدولية البالغة (2,740) بمستوى معنوية (0,05) ودرجتي حرية (5,19) وتنسجم هذه النتيجة مع دراسة (Porter, 1980) التي حددت خمسة قوى تساومية ذات تأثير مباشر في استراتيجيات المنظمة ولا بد من مواجهتها لتحقيق النجاح والمركز التنافسي المتميز في تحقيق أسبقية الإبداع. ويتضح من معطيات ذات الجدول وجود تأثير ايجابي ومعنوي لعامل التقانة ذات العلاقة في تحقيق أسبقية الإبداع، اعتماداً على قيمة (B) البالغة (0,294) والتي أشرت معنويتها من خلال قيمة (t) المحسوبة البالغة (2,256) والأكبر من قيمتها الجدولية، أما معامل التحديد R^2 فقط بلغ (0,679)، وقيمة (F) المحسوبة (8,0465) وهي قيمة معنوية وأكبر من الجدولية البالغة (2,740)، بمستوى معنوية (0,05) ودرجتي حرية (5,19)، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (جواد، ٢٠٠٣) التي مثل التقانة بالمحدد الرئيسي للحالات المستقبلية للمنظمة مما يجبرها على إعادة النظر بأهدافها وأغراضها وطرق عملياتها إذا ما أرادت التفوق والنجاح.

كما يشير الجدول (٣) تأثير عامل التشريعات الحكومية ذات العلاقة ايجابياً ومعنوياً في أسبقية الإبداع بموجب معنوية قيمة (B) البالغة (0,537) والتي أشرت معنويتها من خلال قيمة (t) المحسوبة البالغة (1,824) وهي أكبر من قيمتها الجدولية وبمعامل تحديد (0,679)، فيما بلغت قيمة (F) المحسوبة (8,0465) والأكبر من قيمتها الجدولية البالغة (2,740) بمستوى معنوية (0,05) ودرجتي حرية (5,19)، وتأتي هذه النتيجة منسجمة مع دراسة (Schroeder, 1989) التي تؤكد على ضرورة تعديل المنظمة إستراتيجية عملياتها بما يحقق تنفيذ القوانين والالتزام بها والاستجابة للتغيرات الحاصلة فيها.

يلاحظ مما تقدم بان أعلى درجة تأثير اشر لعامل التقانة ذات العلاقة وهي نتيجة تظهر أثارها في صناعة مثل الاسمنت مما يتطلب استمرار الاهتمام بهذا العنصر وتحديث التقانة أول بأول لتحقيق معدلات الإنتاج المطلوبة إذ أن هناك طلب عالي على منتجات المعمل.

وفي المقابل تبين بان عامل المجهزين هو الأقل تأثيراً في تبني أسبقية الإبداع، ولعل السبب في ذلك يعود إلى قرب المعمل من المواد الأولية ويمكن تأمين الاحتياجات بشكل أسرع وهذا ما جعل الاهتمام بهذا العامل من قبل إدارة المعمل اقل.

يؤشر مما تقدم إمكانية قبول الفرضية الرئيسية الثانية والفرضيات الفرعية المنبثقة عنها الأولى والثالثة والرابعة والخامسة.

الاستنتاجات والتوصيات

اعتمادا على ما تقدم من عرض نظري ووصف وتحليل نتائج الجانب الميداني خلصت الدراسة إلى مجموعة استنتاجات أسست بموجبها التوصيات التي يراها الباحث ضرورية للمنظمة قيد الدراسة والمنظمات المشابهة نعرضها على وفق الآتي.

أولاً:- الاستنتاجات

- أشر في نهاية الدراسة مجموعة استنتاجات نظرية وميدانية وكما يلي.
- ١- تمثل البيئة الخارجية وبواملها المختلفة وبشكل أكثر تحديدا عوامل بيئة المهمة من المسلمات الضرورية والمؤثرة في رسم أهداف المنظمة واستراتيجياتها المتبناة مما يحتم إبداءها الاهتمام الكافي قبل تبني أي أسبقية أو اتخاذ أي قرار.
- ٢- تمثل الأسبقيات التنافسية سلاح مهم في نجاح المنظمة وتحقيق أهدافها وبشكل أكبر يمثل الإبداع الأسبقية الأكثر أهمية وتحتاج المنظمة إلى اعتمادها وحتى وإن اعتمدت أسبقيات أخرى لأن الإبداع هو أساس تحقيق أي نجاح في ظل التطورات المتزايدة والمنافسة الشديدة في عالم اليوم.
- ٣- أوضحت نتائج الوصف والتشخيص بأن إدارة المعمل المبحوث تأخذ عوامل البيئة الخارجية بنظر الاعتبار وتؤكد على أهميتها وجاءت التشريعات الحكومية أولا بالنسبة لإجابات المبحوثين إلا أن عامل المجهزين لم يولى الاهتمام الكافي، ولعل السبب في ذلك يعود لتوفر مصادر التجهيز بالقرب من المعمل وهذا ما تحتاجه مثل هذه الصناعات بما يدفع إدارة المعمل للتركيز على العوامل الأخرى.
- ٤- عامل التقانة ذات العلاقة يحتاج إلى اهتمام أكبر إذ لوحظ أن إدارة المعمل تؤكد على توفير قطع غيار محلية ومن إبداعات العاملين لتقادم الخطوط الإنتاجية وعدم تحديثها.
- ٥- أشرت نتائج علاقات الارتباط على المستوى الجزئي والكلّي وجود علاقة معنوية بين متغيرات الدراسة وهي ما تؤكد معظم الدراسات ذات العلاقة بين عوامل البيئة الخارجية وأسبقية الإبداع.
- ٦- أوضحت نتائج التأثير وجود تأثير معنوي لعوامل البيئة الخارجية في أسبقية الإبداع على المستوى الكلّي وعلى مستوى الجزئي باستثناء المجهزين. مما يؤكد أخذ إدارة المعمل لهذه العوامل بنظر الاعتبار.

ثانياً:- التوصيات

- اعتمادا على ما سبق من استنتاجات نرى ضرورة إيلاء التوصيات أدناه الاهتمام الكافي لخدمة أهداف المنظمة.
- ١- على الرغم من أخذ إدارة المعمل المبحوث عوامل البيئة الخارجية بنظر الاعتبار إلا أن هذا لا يقف عند حد بل يحتاج إلى ضرورة مواكبة كافة العوامل العامة والخاصة واستبقائها واخذ كافة الاحتمالات بنظر الاعتبار لضمان مواجهتها إيجابيا.
- ٢- اعتماد أسبقية الإبداع ركن أساسي لأي استراتيجية أو أسبقية باعتبارها الأداة المحركة لقدرات الأفراد والمنظمة على حد سواء .
- ٣- التأكيد على تحديث خطوط المعمل خاصة وإن المعمل يمر بفترة انتعاش انسجاما مع الحاجة الحقيقية لمخرجاته في الوقت الحاضر.
- ٤- على الرغم من توفير مصادر التجهيز القريبة من المعمل إلا أن ذلك لا يمنع من البحث عن مصادر تجهيز بديلة خاصة وإن هناك طلبات عالية على مخرجات المعمل.
- ٥- اعتماد مسابقة للمبدعين في المعمل ومنح المتميزين شهادة الإبداع والتميز كل حسب عمله والمهام المكلف بها.

٦- فتح دورات تدريبية للمتميزين وإيفادات المتفوقين منهم خارج القطر إلى شركات مماثلة لغرض اكتساب الخبرة الخارجية وليكون عامل حفز نحو الأفضل.

المصادر

المصادر العربية.

- ١- جاكسون وآخرون، (١٩٨٨) نظرية التنظيم، منظور كلي للإدارة، ترجمة د. خالد حسن رزوق، معهد الإدارة العامة، السعودية.
- ٢- جواد، شوقي ناجي، (١٩٩٤)، استراتيجيات الأعمال، بناءها وإدارتها، مطبعة دار الكتب، بغداد.
- ٣- حريم، حسين، (١٩٩٧)، السلوك التنظيمي، دار زهران للنشر عمان.
- ٤- سلطان، حكمت رشيد، (١٩٩٧)، الأثر ألتابعي لعوامل البيئة الخارجية وإبعاد محتوى إستراتيجية العمليات في الخيار الاستراتيجي. أطروحة دكتوراه غير منشودة، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الموصل.
- ٥- السالم، مؤيد سعيد، (٢٠٠٩)، إدارة الموارد البشرية مدخل استراتيجي تكاملي، إثراء للنشر والتوزيع، عمان.
- ٦- الشماع، خليل محمد حسن، (١٩٩٩)، مبادئ الإدارة مع التركيز على مبادئ إدارة الأعمال ط ٣ بغداد.
- ٧- الصرن، رعد حسن، (٢٠٠٠)، إدارة الإبداع والابتكار ج ١، دار الرضا للنشر، دمشق.
- ٨- صالح، ماجد محمد، (١٩٩٨)، العلاقة بين خصائص المعلومات البيئية والأسبقيات التنافسية وأثرها في اختبار قرارات الإنتاج والعمليات، أطروحة دكتوراه غير منشودة، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الموصل.
- ٩- الطائي، محمد عبد، الخفاجي، نعمة عباس، (٢٠٠٩)، نظام المعلومات الاستراتيجية، منظور الميزة التنافسية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان.
- ١٠- عسكر، سمير احمد، (١٩٨٧)، المدخل إلى إدارة الأعمال، اتجاه شرطي، دار النهضة العربية، الإمارات العربية.
- ١١- الغمري، إبراهيم (١٩٩٢)، السلوك الإنساني في الإدارة الحديثة، دار الجامعات المصرية، الإسكندرية.
- ١٢- نجم، نجم عبود، (٢٠٠٣)، إدارة الابتكار، المفاهيم والخصائص والتجارب الحديثة، دار وائل للنشر، عمان.
- ١٣- يونس، طارق شريف، (٢٠٠٥)، معجم المصطلحات الإدارية والاقتصادية، دار وائل للنشر، عمان.

المصادر الأجنبية

- 1- Barnard, chester, (1972), Functions, of the Executive, 4th, ed, printing canbridge, massachusetts, Harvard, University Press.
- 2- Bertalanfy L,(1957) Problems of Life, John Wiley & sons N.Y.
- 3- Belohlav, J., Quality Strateg 4 & competitiveness, California Management Review. Vol.711, No.12,1993.
- 4- Daft R,(2004), Management, 6th ed, South- we stern, Thomson,USA.
- 5- Dill,W., Environment as influence on managerial Autonomy Adminifratrative Sence Quarterly Vol.2 1958.
- 6- Evans, J(1993),Applied Production & Operations Management West publishing N.Y.

- 7- Glueck, W & Juch L, Business Policy & Strategic Management, 3rd ed, John Wiley & Sons, Inc, N.Y.
- 8- Jones, G, (1995), Organizational theory, Text & Eases, Addison Wesley.
- 9- Krajewski, L & Ritzman, L, (2005), Operations Management Strategy & Analysis, 6th ed, Wesley Publishing Inc, N.Y.
- 10- Kroll, D, Using Group Technology to Improve Quality & Response Time Industrial Management, Vol36, No,4, July- August, 1994.
- 11- Kotler, P, (2004), Marketing management Analysis planning implementation & Control, Prattice- Hill Inc, N.Y.
- 12- Meredith J, & Shafer, S, (2000) Operations Management For MBAS, 2nd ed, John Wiley & Sons, Inc, N.Y.
- 13- Porter, M, (1985), Competitive Advantage, The Free Press.
- 14- Russell R, & Taylor, (2000), Operations Management, Prentice- Hill. Inc N.Y.
- 15- Schroeder, R (1993), Operations Management Decision Making in the Operations Management, 4th ed, Mc Graw-Hill Inc London.
- 16- Steiner & Miner (1982).
- 17- Subramanian, A & Nilakant, S (1996) Organizational Innovative uses exploring the relationship between Organizational Performans, Omega, Vol,24. Co, USA.
- 18- Warner, M Internation Encyclopedia of Business & Management Vol.3. Routledge, London.
- 19- William, E.V. (1993), Organization Theory, Macmillan Publishing Co, N.Y.

بسم الله الرحمن الرحيم
استمارة استبيان

هيئة التعليم التقني
المعهد التقني الموصل

عزيزي المجيب المحترم...

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته...

تمثل هذه الاستمارة جزء من بحث تحت عنوان (اثر عوامل البيئة الخارجية في تحقيق أسبقية الإبداع دراسة استطلاعية لأراء المدراء في الشركة العامة للسمنت الشمالية/ نينوى)، وتعد مشاركتكم في تقديم الصورة الحقيقية ذات اثر ايجابي في إخراج البحث بالمستوى المطلوب لذا نرجو تفضلكم مشكورين باختبار الإجابة التي ترونها مناسبة لكل فقرة، علما بان البيانات المدونة تنسم بطابع السرية والأمانة العلمية ولا داعي لتثبيت الاسم، نشكر لكم حسن استجابتكم .

مع تمنياتنا لكم بالموفقية والنجاح الدائم في أعمالكم...

- أولاً:- بيانات عامة عن الشركة
- ١- اسم المعمل
 - ٢- تاريخ التأسيس
 - ٣- عدد العاملين
 - ٤- عدد وجبات العمل اليومية
 - ٥- منافذ التوزيع
- ثانياً:- بيانات عامة عن المجيب.
- ١- المنصب
 - ٢- الخدمة في المنصب الحالي
 - ٣- التحصيل الدراسي
 - ٤- التخصص العلمي
 - ٥- العمر
 - ٦- الجنس

٧- عدد سنوات الخدمة (٥-١)(٦-١٠)(١١-١٥)(١٦-٢٠)(٢١-٢٥)(٢٦- فأكثر)

ثالثاً:- عوامل البيئة الخارجية.

هي العوامل المحيطة بالمنظمة والتي تؤثر في نشاطاتها كالزبائن والمنافسين والمجهزين والتشريعات الحكومية والتكنولوجية ذات العلاقة، تقيس العبارات الآتية مدى تأثير العوامل أعلاه في تبني المنظمة إستراتيجية الإبداع، يرجى وضع علامة(صح) أمام العبارات التي تمثل وجهة نظرك.

ت	العبارات	اتفق بشدة	اتفق	غير متأكد	لا اتفق	لا اتفق بشدة
الزبائن						
X1	تتابع شركتنا احتياجات الزبائن باستمرار					
X2	جودة منتجات شركتنا ملبية لرغبات الزبائن					
X3	أسعار منتجاتنا ملائمة ومقبولة من قبل الزبائن					
X4	يفضل الزبائن منتجاتنا على المنتجات مماثلة					
X5	لشركتنا القدرة على الاستجابة لطلبات الزبائن فوراً					
المجهزون						
X6	لدينا مصادر تجهيز توفر احتياجاتنا في الوقت المطلوب					
X7	يلتزم مجهزوننا بالآوقات والمواعيد المحددة للتجهيز					
X8	تعتمد شركتنا سياسة توفير مصادر بديلة للتجهيز					
X9	يوفر المجهزون ما مطلوب بالجودة المناسبة					
X10	لمجهزيننا دور مهم في تحقيق جودة منتجاتنا					
المنافسون						
X11	تقدم شركتنا منتجات أفضل من المنافسين					
X12	أسعار منتجاتنا أدنى من أسعار منافسيها					
X13	منتجاتنا ذات جودة أعلى من منتجات منافسينا					
X14	تطور شركتنا أساليب عملها أفضل من المنافسين					
X15	منتجات شركتنا الأفضل مقارنة بالمنافسين					
التقانة ذات العلاقة						
X16	تدخل شركتنا التطورات التقنية الى عملها أول بأول					
X17	تستجيب شركتنا للتطورات التقنية افضل من المنافسين					
X18	التقانة المستخدمة في عمليات شركتنا متميزة					
X19	لعاملينا القدرة على استخدام التقانة المتطورة					
X20	تتنبأ شركتنا بالتطورات التقنية وتستخدمها عند توفرها					
التشريعات الحكومية						
X21	تستجيب شركتنا للقوانين والتشريعات النافذة					
X22	تصدر تشريعات مستمرة لتنظيم عمل شركتنا					

X23	التشريعات والقوانين النافذة تسهل عمل شركتنا				
X24	تستعين شركتنا باستشاريين قانونيين عند الحاجة				
X25	تؤكد التشريعات على حماية العاملين وسلامتهم				

رابعاً- أسبقية الإبداع
وتمثل قدرة الشركة على تقديم منتجات جديدة أو تطوير القائمة أو إدخال عناصر جديدة
للإنتاج أو تطوير العمليات القائمة.

ت	العمليات	اتفق بشدة	اتفق	غير متأكد	لا اتفق	لا اتفق بشدة
X26	تطور شركتنا منتجاتها باستمرار					
X27	تدخل شركتنا أساليب جديدة للعمل					
X28	تقدم شركتنا منتجات تفوق توقعات الزبائن في جودتها					
X29	تهتم شركتنا بالإبداع وتكرم المبدعين باستمرار					
X30	لعاملينا قدرة فائقة على الإبداع والابتكار					
X31	تحفز شركتنا عاملينا على الإبداع					
X32	تقدم شركتنا ما هو متميز أفضل من المنافسين					
X33	تشجع شركتنا جهود البحث والتطوير					
X34	لشركتنا وحدة خاصة بالبحث والتطوير					
X35	لعاملينا خبرة ومهارة لتقديم ما هو جديد ومتميز					
X36	تصنع شركتنا منتجاتها بطريقة مبدعة					
X37	تمارس شركتنا أعمالها الإدارية بأسلوب مبدع					
X38	تخصص شركتنا مبالغ خاصة للبحث والتطوير					
X39	لعاملينا القدرة على تقديم بدائل متميزة عند الحاجة إلى ذلك					
X40	لدى شركتنا أفراد ذات قدرات مبدعة					

جدول (١ملحق ١)
جدول التوزيعات التكرارية والنسب المئوية والأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	مقاييس الاستجابة										X	المتغيرات
		لا اتفق بشدة		لا اتفق		غير متأكد		اتفق		اتفق بشدة			الزبائن
		%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد		
0,80	4,1	-	-	4	1	12	3	48	12	36	9	X1	المجهزون
0,73	4,2	-	-	4	1	4	1	52	13	40	10	X2	
0,99	3,9	-	-	12	3	16	4	40	10	32	8	X3	
1,0	4,1	-	-	12	3	8	2	32	8	48	12	X4	
0,99	3,9	4	1	4	1	16	4	48	12	28	7	X5	
0,85	3,6	-	-	16	4	8	2	68	17	8	2	X6	المنافسون
1,0	3,4	-	-	20	5	28	7	36	9	16	4	X7	
0,88	3,0	-	-	36	9	24	6	40	10	-	-	X8	
0,86	3,3	-	-	20	5	28	7	48	12	4	1	X9	
0,60	4,5	8	2	24	6	8	2	40	10	20	5	X10	
1,0	4,0	-	-	8	2	24	6	28	7	40	10	X11	العلاقة ذات التقانة
0,85	3,6	-	-	12	3	20	5	56	14	12	3	X12	
0,59	4,2	-	-	-	-	8	2	60	15	32	8	X13	
0,91	3,8	-	-	12	3	16	4	52	13	20	5	X14	
0,86	3,9	-	-	4	1	28	7	40	10	28	7	X15	
0,92	3,6	4	1	4	1	12	3	60	15	20	5	X16	
1,1	3,4	8	2	8	2	32	8	32	8	20	5	X17	
1,0	3,2	4	1	24	6	28	7	36	9	8	2	X18	

0,82	3,4	-	-	16	4	24	6	56	14	4	1	X19	التشريعات الحكومية
0,86	3,4	4	1	12	3	20	5	64	16	-	-	X20	
0,73	3,9	-	-	4	1	16	4	60	15	20	5	X21	
0,72	4,1	-	-	4	1	8	2	60	15	28	7	X22	
0,85	3,8	-	-	12	3	8	2	64	16	16	4	X23	
0,91	3,5	-	-	16	4	28	7	44	11	12	3	X24	
0,64	3,6	-	-	8	2	24	6	68	17	-	-	X25	أسبقية الإبداع
0,87	3,4	4	1	12	3	16	4	68	17	-	-	X26	
0,71	3,4	-	-	12	3	28	7	60	15	-	-	X27	
0,96	3,2	4	1	16	4	40	10	32	8	8	2	X28	
1,1	3,1	-	-	36	9	24	6	32	8	8	2	X29	
0,86	3,3	-	-	20	5	28	7	48	12	4	1	X30	
0,77	3,7	-	-	8	2	20	5	60	15	12	3	X31	
1,0	3,5	4	1	12	3	28	7	36	9	20	5	X32	
0,86	3,6	-	-	12	3	24	6	52	13	12	3	X33	
0,66	3,7	-	-	8	2	12	3	76	19	4	1	X34	
0,45	3,9	-	-	-	-	12	3	80	20	8	2	X35	
0,67	3,7	-	-	4	1	28	7	60	15	8	2	X36	
0,71	3,4	-	-	12	3	23	8	56	14	-	-	X37	
0,74	3,3	-	-	16	4	36	9	48	12	-	-	X38	
0,57	3,6	-	-	4	1	32	8	64	16	-	-	X39	
0,53	3,9	-	-	-	-	16	4	72	18	12	3	X40	

This document was created with Win2PDF available at <http://www.win2pdf.com>.
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.
This page will not be added after purchasing Win2PDF.