

دور الابتكار في تحسين أداء المؤسسات الصناعية- دراسة حالة مؤسسة اسمنت عين توتة، باتنة-
The role of innovation in improving the performance of industrial enterprises
- A case study of Ain Touta Cement Corporation, Batna -

محمد الهاشمي حجاج¹، محمد الخطيب نمر^{2*}، شريفة جعدي³

¹جامعة قاصدي مرباح، الجزائر (Hadjadjhicham@gmail.com)

²جامعة قاصدي مرباح، الجزائر (N.melkhatib@gmail.com)

³جامعة قاصدي مرباح، الجزائر (Cherifa2010@gmail.com)

تاريخ الاستلام: 2019-05-24؛ تاريخ القبول: 2021-08-14؛ تاريخ النشر: 2021-08-25

ملخص : تهدف هذه الدراسة إلى إبراز أهمية الابتكار في المؤسسات الصناعية والأثر الإيجابي للمنتجات المبتكرة على أداء شركة إسمنت عين التوتة (باتنة) ، وأثبتت النتائج المتحصل عليها في هذه الدراسة أن المنتجات الجديدة المبتكرة خاصة المنتج الجديد المبتكر المتمثل في الإسمنت المقاوم للأملاح (CPA-CEM I 42,5 ES) قد أسهم في رفع حجم الإنتاج وحجم المبيعات في هذه الشركة، ويرجع ذلك إلى زيادة الإقبال على هذا المنتج العالي الجودة من طرف المتعاملين لاسيما بمنطقة الجنوب بهدف توسيع المشاريع التنموية.
الكلمات المفتاحية : ابتكار، منتج مبتكر، جودة، أداء، مبيعات.

Abstract: This study aims to highlight the Importance of innovation in industrial enterprises enterprises and the positive impact of innovative products on the performance of the Ain Tuta cement company Batna, the results obtained in this study showed that the new innovative product of salt resistant cement (CDA-CEM42-5ES) has contributed in raising the volume in this company, this is du to the increase in the demand for this high quality product by the dealers, order to expand development projects.

Key words: Innovation, Innovative Product, The Quality Performance, Sales.

* المؤلف المرسل.

تمهيد :

تواجه المؤسسات الاقتصادية في الوقت الراهن تحديات كبيرة ومتغيرات اقتصادية معقدة، يتمثل أهمها في المنافسة الحادة، والتغير الدائم في أذواق المستهلكين وغط المعيشة، والتطور التكنولوجي في جميع الميادين، والجودة، وظهور المنتجات الجديدة. يعتبر الابتكار أحد أهم مصادر التميز حيث يتيح للمؤسسة في ظل التغيرات الحاصلة، من تحقيق ميزة تنافسية تمكنها من مواجهة التحديات التي تملبها الظروف البيئية، فاستراتيجية التحديث والتطوير هي الاستراتيجية الأكثر اتبعا من قبل المؤسسات الكبرى لمواجهة المنافسة الحادة في عالم يتميز بتغيرات عميقة، ويعتمد نجاح الابتكار في الإنتاج والخدمات على الابداع، إذ لن يصبح للمؤسسات وجود إذا لم تتوفر لها الأفكار بشكل مستمر وسليم، ويواجه مسيري المؤسسات تحديا رئيسا، ألا وهو كيفية تحقيق الاستفادة من القدرات الفردية وتعزيزها بهدف الوصول إلى الابتكار والتميز المؤسسي.

قمنا باختيار شركة الإسمنت عين التوتة كعينة للدراسة، نظرا لاعتبارها إحدى شركات الإسمنت الجزائرية التي تتميز بأداء مقبول في معظم جوانبه وهي تسير تطورات المحيط، وبناء على ما سبق يمكننا طرح الإشكالية في صيغة سؤال رئيسي كما يلي:

ما مدى مساهمة الابتكار في تحسين أداء مؤسسة الإسمنت عين توتة -باتنة- ؟

ولإجابة على هذه الإشكالية سيتم معالجة موضوع الدراسة من خلال محورين كما يلي :

I- الابتكار التسويقي وتحقيق الميزة التنافسية.

الابتكار في المؤسسات هو التوصل إلى دراسات جديدة قابلة للتحويل إلى سياسات وتنظيمات، أو منتج جديد يساهم في تطوير الأداء في الشركة، فالهدف النهائي لهذا الابتكار يتمثل في تحسين استخدام الموارد وتحقيق النتائج الأفضل مقارنة بالفترة الماضية، أو مقارنة بأفضل المنافسين.

نحاول في هذا المحور تقديم متطلبات الابتكار التسويقي، بالإضافة إلى إبراز استراتيجيات الابتكار والتطوير، وتوضيح دور الابتكار في تعزيز التنافسية.

1. متطلبات الابتكار التسويقي.

يخصى الابتكار التسويقي باهتمام الأكاديميين والممارسين في مجال التسويق، لما له من تأثير بالغ في تحقيق التميز للمؤسسة في ميدان التسويق، كما أن للإبتكار أهمية كبرى ودور لا يستهان به في التطوير الصناعي وفي تنافسية الصناعة الحديثة، الأمر الذي أدى بالدول المصنعة إلى التكفل الفعلي والجاد بعنصر الابتكار.

بحكم المعطيات الجديدة المتمثلة في التطورات التكنولوجية السريعة، يتعين على المؤسسات الأخذ بعين الإعتبار، أن المنتجات الجديدة ذات المضمون التكنولوجي القوي وذات القيمة المضافة العالية، ستسمح لصناعتها بالبقاء في السوق وضمان دوامها وهذا ما سيقى مرهونا بطاقتها الإبتكارية.

يهدف الابتكار التسويقي إلى إرضاء المستهلكين بشكل أفضل من المنافسين، وذلك من خلال البراعة في تحديد وتلبية حاجاتهم و رغباتهم بشكل دقيق، والمواءمة بينها وبين قدرات وإمكانيات المؤسسة، وأهم مجالات الابتكار التسويقي تتمثل في تحديد سلعة ذاتها أو خدمة، وإيجاد تموضع جديد للسلعة الحالية في السوق، وهناك عدد من المتطلبات يجب توفرها في المؤسسة من أجل تبني وتطبيق الابتكار التسويقي ويمكن تلخيصها فيما يلي:¹

- اقتناع الإدارة العليا للمؤسسة بضرورة وأهمية الابتكار في مجال التسويق.
- التنسيق والتكامل بين الإدارات المهتمة بالأنشطة الإبتكارية.
- وجود آلية أو نظام أمني داخل المؤسسة للمحافظة على سرية المعلومات المتعلقة بالابتكارات التسويقية.
- ضرورة توافر المعلومات المرتدة عن نتائج تطبيق الابتكارات التسويقية.
- وجود نظام معلومات تسويقي لتوفير كافة المعلومات المتعلقة بالابتكارات التسويقية.
- اعتبار القدرات الإبتكارية شرطا لشغل الوظائف.
- تقييم الابتكارات التسويقية من خلال القيام بدراسات جدوى للابتكارات قبل الشروع فيها.

2. استراتيجيات الابتكار والتطوير.

إن تبني الأسلوب الإبتكاري العلمي والموضوعي في مختلف وظائف الإدارة العامة من تخطيط، وتنظيم وتوجيه ورقابة واتخاذ قرارات معناه عدم التوقّع داخل الأطر التنظيمية التقليدية وإهمال المعايير الإبداعية الفعالة.

يعد الابتكار وتطوير المنتجات استراتيجية تعتمد على أغلب الشركات، فمع تنامي ظاهرة العولمة أصبحت قضية ضمان بقاء الحصة السوقية أو تنميتها مسألة محفوفة بالكثير من المخاطر، وبالتالي فإن وضع استراتيجية تتعلق بالابتكارات يعني التواصل الفعال مع البيئة ومكوناتها المتباينة، ويتم ذلك بانتهاج أسلوبين رئيسيين للتطوير والتحديث هما:²

أ- **الأسلوب التقني:** والذي تكون نتيجته، منتجات جديدة أصلية، لم يسبق لأي مؤسسة أن قدمتها في السوق، وبالتالي تكتسب المؤسسة المطورة ميزة تنافسية هامة، رغم ما تحمله هذه الطريقة من مخاطرة تقنية وتسويقية ومالية، بالإضافة إلى إمكانية رفض المنتج الجديد الأصلي وعدم تقبل المستهلكين المستهدفين له.

ب- **الأسلوب التسويقي:** والذي يعتمد على تغييرات وتحسينات تمس الجوانب المدركة للمنتج من قبل الزبائن، وذلك من خلال إيجاد مزيج ابتكاري عن طريق الربط بين شيئين لم يتم الربط بينهما سابقا، بالإضافة إلى إجراء تعديلات على ألوان وعبوة البضاعة، وتلجأ المؤسسة لهذا الأسلوب نتيجة التغيير الدائم لأذواق وميولات الزبائن وكذا لمسيرة التطور الحاصل.

3. دور الابتكار في تعزيز التنافسية.

تشير معظم الدراسات إلى أن المؤسسات الاقتصادية بصفة عامة والصناعية منها بشكل خاص عليها تفادي السكون، وأن أي مؤسسة مهما كانت إمكانيتها أو قدراتها لا تستطيع المحافظة على موقعها التنافسي في السوق، بالركون إلى ذات الأساليب والإستراتيجيات التقليدية في ظل عصر الثورة التكنولوجية، حتى ولو كانت ناجحة بل لا بد للمؤسسات لكي تبقى في ساحة التنافس أن تتميز بالتطوير والابتكار الذي يعتبر أحد أهم الركائز لبناء وتعزيز القدرة التنافسية لهذه المؤسسات، إذ أن الابتكار يمكن المؤسسات من:³

- تقديم تيارات مستمرة ومتدفقة من المنتجات الجديدة.
 - إنتاج منتجات عالية الجودة وبتكاليف منخفضة، وتسليمها في الآجال المحددة.
 - تطوير وسائل وآليات ونظم للإنتاج تتسم بالسرعة والمرونة ووفرة الإنتاج وارتفاع الجودة.
 - تطوير وسائل ومنافذ جديدة لتوزيع المنتجات والوصول بها إلى المستهلكين أينما كانوا وفي كل وقت.
 - تسيير المعاملات الاقتصادية في البيع والشراء وتبادل المعلومات وتكامل الخدمات وهذا كله من خلال شبكة الانترنت.
- وبالتالي يمكن القول بأن الابتكار يمنح للمؤسسات ميزة تنافسية طويلة المدى، ويجب القيام ببلورة سياسة حقيقية للإبداع التكنولوجي من أجل بلوغ المركز التنافسي الاستراتيجي المرموق.

II - الابتكار ودوره في تحسين أداء شركة الإسمنت عين التوتة .

يتطلب تطوير الإنتاج وتحسين نوعيته تبني استراتيجية الابتكار ودعمه وفق هيكل يساعد على تشجيع الإبداع وتطبيقه، ولاسيما ما يتعلق بالاستجابة لأحوال البيئة وتغيرات السوق ونوع الطلب فيه، ولابد من تجديد وتعديل الهيكل التنظيمي لهذا النوع من المؤسسات باستمرار وتأهيل كوادرها لمواكبة التطورات التكنولوجية استجابة للتغيرات البيئية والتقنية والتكيف معها، فيتم إعادة التنظيم والتدريب وإدخال التقنيات الإدارية كلما اقتضى مناخ الابتكار ذلك.

نحاول في هذا العنصر تقديم لمحة موجزة عن شركة الإسمنت عين التوتة (باتنة)، بالإضافة إلى التعريف بمنتجات الشركة وآلية الابتكار المتبعة من طرف هذه المنشأة، ونحاول أيضا إبراز آثار تطبيق نظام الإدارة البيئية بالشركة، وخصص آخر هذا المحور لدراسة تأثير إدراج منتج جديد ممثل في الإسمنت المقاوم للأملح (CPA-CEM I 42,5 ES) على أداء شركة الإسمنت عين التوتة، ومن أجل إبراز هذا الأثر كانت فترة الدراسة ممتدة من جانفي 2015 إلى ديسمبر 2017.

1. لمحة موجزة عن شركة الإسمنت عين التوتة (باتنة).

تم إنجاز شركة الإسمنت بعين التوتة بموجب عقد تم إبرامه بين المؤسسة الجهوية للإسمنت ومشتقاته للشرق مع الشركة الدانمركية FLS بتاريخ 25 ماي 1983، وقامت الشركة بإنجاز هذا المشروع بالتعاون مع شركتين بلجيكيتين:

- الشركة البلجيكية (SCI) المختصة في أشغال الهندسة المدنية.
- الشركة البلجيكية (BLI) المختصة في أشغال البناء الميكانيكية الكهربائية.

استغرق إنجاز المنشأة 32 شهرا، وكانت أول تجربة لها في الإنتاج بتاريخ 3 سبتمبر 1986، أما الدخول في الإنتاج الفعلي فكان بتاريخ: 30 سبتمبر 1989.

تعتبر شركة الإسمنت عين التوتة بباتنة فرعا من الجمع الصناعي التجاري بالمؤسسة الجهوية للإسمنت بالشرق الجزائري (-GIC ERCE)، فهي شركة مساهمة (EPE/SPA) وقدر رأس مال الشركة عند تأسيسها بـ 2.250.000.000 دج، وتسير الشركة من طرف مجلس إدارة، وتتكون شركة الإسمنت هذه من:⁴

- أ- مقر المديرية العامة للكائن بباتنة.
- ب- وحدة إنتاج الإسمنت ببلدية تيلاطو (دائرة سقانة) على مسافة 50 كلم غرب باتنة.
- ت- وحدة إنتاج الحصى ببلدية تيلاطو.
- ث- وحدة توزيع الإسمنت ببسكرة.
- ج- وحدة توزيع الإسمنت بتقوت (ولاية ورقلة).

1.1- موقع وأهمية الوحدة:

تقع وحدة الإسمنت عين التوتة ببلدية تيلاطو (دائرة سقانة) على مسافة 50 كلم غرب ولاية باتنة، على الطريق الوطني رقم 28 الرابط بين دائرة عين التوتة ودائرة بريكمة، وتبعد هذه الوحدة عن مقر دائرة عين التوتة بـ 15 كلم، ويمر بالمنشأة خط السكة الحديدية العابر للهضاب العليا الرابط بين دائرة عين التوتة وولاية المسيلة، وتقدر المساحة الإجمالية للوحدة بعشرين هكتارا على ارتفاع قدره 800 متر على سطح البحر.

تعتبر وحدة الإسمنت عين التوتة من أكبر الوحدات الوطنية من الناحية الإنتاجية حيث فاقت طاقتها الإنتاجية بحوالي 10%، حيث تعمل الوحدة على تخفيض الطلب السنوي على الإسمنت المقدر بحوالي 13 مليون طن بفضل طاقتها الإنتاجية المقدر بـ 13 مليون طن سنويا، وتساهم هذه الوحدة منذ إنشائها في تغطية العجز المسجل على المستوى الوطني خاصة بولايات الشرق والجنوب الشرقي للبلاد.⁵

2.1- الأداء التسويقي للوحدة:

يمكن تفعيل الأداء التسويقي من خلال الاعتماد على بعض الطرق الإحصائية، وذلك بتطبيق نماذج الانحدار والسلاسل الزمنية للتنبؤ والموازنات التقديرية، وكذا بعض طرق بحوث العمليات كسلاسل ماركوف للتنبؤ بسلوك المستهلك، ويتميز الأداء التسويقي للوحدة بمايلي:

- ارتفاع رقم الأعمال.
- بيع إسمنت ذي جودة عالية.
- محاولة دراسة شكاوي الزبائن.
- عدم الاهتمام بالإشهار ودراسات السوق.
- عدم تحديد سعر البيع وفقا لسعر التكلفة.

3.1- الأداء المالي للوحدة:

يتم تجديد وتعديل الإدارة المالية كلما اقتضت الحاجة باستخدام البرامج المعلوماتية في المحاسبة العامة والمحاسبة التحليلية، أما جانب الجودة فيتطلب دراسة تكاليف اللاجودة بغية تخفيضها، ويتميز الأداء المالي للوحدة بمايلي:⁶

- تحقيق التوازن المالي للشركة.
- ارتفاع تكاليف الشركة رغم تحقيقها للأرباح كل سنة.
- عدم تحديد سعر التكلفة بدقة بسبب عدم تطبيقها للمحاسبة التحليلية.
- عدم حسابها لتكاليف اللاجودة سواء قبل أو بعد تطبيقها لنظام الجودة.

وفقا لما هو موضح في الأعمدة البيانية للشكل رقم (02) نلاحظ تحقيق الشركة لنتائج قياسية عام 2017، يقابله تراجع في الأداء المالي سنة 2016 نتيجة توقف الإنتاج جزئيا من أجل تجديد نظام التحكم وتسيير المصنع إلى جانب تجديد نظام المصفاءة للعمل وفق الشروط البيئية.

4.1- استراتيجية التسويق:

تشرف شركة الإسمنت عين التوتة بموقعها الاستراتيجي المتميز على عدة ولايات وخاصة الجنوبية منها، ودفع ظهور منافسين جدد بالشركة إلى الاهتمام أكثر بتأهيل كوادرها مساندة لتطورات المحيط، بالإضافة إلى ابتكار منتج جديد استجابة للتغيرات الطارئة والتكيف معها.

ومن أجل المحافظة على المكانة السوقية للشركة وحب تقديم خدمات جيدة لكل الأطراف الفاعلة معها من فئة الزبائن (محول، مستثمر، مؤسسات الإنجاز، مرقي عقاري، معيد بيع عمومي، إلخ...). وذلك عن طريق تقديم منتج ذو جودة عالية مطابق للمواصفات العالمية، وسياسة تسيير موارد بشرية ديناميكية، مع عدم إهمال جانب الاستثمارات عن طريق إعادة إحلالها (الرفع من القدرات الإنتاجية، حماية البيئة والمحيط، تنوع الأنشطة والمنتجات).⁷

يوضح الشكل رقم (03) مجال الخبرة للشبكة التجارية لشركة الإسمنت عين التوتة، والتي تغطي العجز المسجل على مستوى بعض ولايات الشرق والجنوب الشرقي للبلاد، ففي إطار إعادة تنظيم النشاط التجاري وذلك لتغطية أكبر رقعة جغرافية ممكنة لتوزيع المنتج، فإن الشركة قامت بافتتاح نقاط بيع جديدة على مستوى المناطق الجنوبية للبلاد، وتشمل المواقع التالية: (بسكرة، تقرت، دبداب، عين أميناس، إيليزي، جانت).

2. منتجات الشركة وآلية الابتكار المتبعة من طرف المنشأة.

تعتبر صناعة الإسمنت من الصناعات الاستراتيجية، وهي مع ذلك صناعة بسيطة مقارنة بالصناعات الكبرى، وتعتمد على توفر المواد الخام اللازمة لذلك. تنتج وحدة الإسمنت عين التوتة منتج إسمنت ذو جودة عالية، والذي يمثل مادة مصنعة غير عضوية لها خاصية التفاعل مع الماء وتكوين عجينة لدنة قادرة عند تصلبها على ربط مكونات الخرسانة بعضها ببعض وتماسكها مع حديد التسليح.

تكون مادة الإسمنت على شكل جزيئات دقيقة مكونة من ثلاث مواد خام أساسية هي كربونات الكالسيوم الموجودة في الحجر الكلسي، والسيليكات الموجودة في الطين والرمل، والألومينا (أكسيد الألمنيوم)، وأهم استخدام للإسمنت هو الملاط والخرسانة حيث يربط المواد الاصطناعية أو الطبيعية لتشكيل مواد بناء قوية مقاومة للتأثيرات البيئية العادية.

يوضح الشكل رقم (04) المراحل التي تمر بها عملية إنتاج الإسمنت بالوحدة حيث يتم تحضير المواد الأولية (الكلس والطين) بواسطة الكسر للحصول على منتج نصف مصنع يسمى الخليط المتكون من 70% كلس و 30% طين، ثم يتحول هذا المنتج الأخير الخام من خلال عملية الطحن إلى منتج يدعى الفرينة، يلي ذلك عملية الطهي في فرن عند درجة حرارة تقدر بـ 1400°م والتي تعطي منتجاً نصف مصنع يدعى الكلنكر، وفي الأخير يطحن الكلنكر للحصول على منتج تام الصنع وهو الإسمنت.

1.2- أنواع المنتجات بالوحدة:

يتم اختيار الإسمنت عادة قبل الشروع في أعمال صب الخرسانة والملاط وفقاً لمعايير عدة تتعلق بنوع المنشأة وموقعها والمقاومة الميكانيكية المطلوبة ونوع تربة التأسيس، وتنتج وحدة عين التوتة نوعين من الإسمنت المتميز بالجودة، ويتم مراقبة المنتج بشكل دوري من طرف مركز الدراسات والخدمات التكنولوجية لصناعة مواد البناء وفقاً لنظام المراجع (ISO 17025)، ويتمثل المنتج الأول في الرمل والحصى، أما المنتج الثاني فهو الإسمنت البورتلاندي المركب، أما المنتج الثالث فهو منتج مبتكر وهو الإسمنت المقاوم للأملاح:⁸

أ- الرمل والحصى:

يتم إنتاج الرمل الحصى باستخدام الكسارات الفككية والكسارة العمودية والمطحن المخروط والكسارات التصادمية وغيرها من معدات التكسير، وتنتج وحدات إنتاج الرمل والحصى لعملائها الحصول على منتج وفق المعايير العالمية، وتضع الوحدة المنتج للرقابة الصارمة والمستمرة حفاظاً على الجودة والنوعية.

ب- الإسمنت البورتلاندي المركب (CPJ-CEM II/A 42,5):

الإسمنت البورتلاندي المركب مادة مركبة ناتجة عن خليط الكلنكر مع مواد مضافة بدقة، وتضاف إليه كبريتات الكالسيوم بكميات قليلة لضبط المسك، ويعد الإسمنت البورتلاندي الإسمنت الأكثر شيوعاً حول العالم حيث يستخدم في أعمال الإنشاءات بوجه عام.

ت- الإسمنت المقاوم للأملاح (CPA-CEM I 42,5 ES):

هو أحد منتجات الشركة والذي تم إنتاجه مؤخراً فهو منتج مبتكر، ويعد واحداً من أهم منتجات مصانع الإسمنت بالعالم، يحتوي هذا النوع من الإسمنت على نسبة منخفضة من ألومينات ثلاثي الكالسيوم، ويتصف بقدرة أكبر على مقاومة الأملاح بسبب مكوناته، وتكون قوة تماسكه تلك التي نجدها في الإسمنت البورتلاندي المركب، لذلك فهو يستخدم في الحالات التي تتطلب مقاومة عالية للأملاح.

2.2- الاستخدامات الرئيسية للإسمنت المبتكر:

ينصح باستخدام الإسمنت المقاوم للأملاح في الخرسانة المعرضة لتفاعلات الأملاح، ومن ثم ينصح باستخدامه عند احتواء التربة أو المياه الجوفية على نسبة عالية من الأملاح، كما أنه يتناسب مع الأساسات المبنية في جميع أنواع التربة، ترجع قدرة هذا المنتج على المقاومة العالية للملوحة إلى انخفاض نسبة مكون ألومينات ثلاثي الكالسيوم.

تم تصميم الإسمنت المقاوم للأملاح (CPA-CEM I 42,5 ES) للعمل في بيئات شديدة الملوحة والرطوبة، فهي بذلك مناسبة للاستخدام في البيئات التالية:

- الأنابيب الخرسانية المعرضة للمياه ذات النسبة العالية من الأملاح (مياه السبخات).
- السدود والأعمال البحرية.
- القواعد والأساسات.
- محطات الصرف الصحي.

3.2- آلية الابتكار المتبعة من طرف المنشأة:

للتخلص من التبعية التكنولوجية والتحكم في تصنيع المنتجات من حيث السعر، والتنوعية وأجال التسليم وطموح الشركة في تنوع قائمة المنتجات وتطويرها باستمرار، يتكفل فريق متعدد التخصصات ومسؤولية التطوير بالشركة من خلال القيام بالأنشطة المرتبطة بتحسين طرق الإنتاج، بالإضافة إلى تحسين وتطوير المنتجات وتحضير الدراسات التقنية للمشاريع المراد تنفيذها كما يقوم بمتابعة مراحل الإنجاز. إن تقديم منتجات جديدة يرتبط إلى حد كبير برغبة الرئيس العام للمؤسسة في التطوير، وهذا ما تم فعلا حيث تعود فكرة إدخال منتجات جديدة بالمؤسسة إلى الرئيس العام للشركة، كما أن ذلك ناتج عن التغيرات التي تحدث في السوق من طرف المنافسين، وتوكل مهمة ابتكار منتجات جديدة في الشركة إلى مديرية التطوير، في حين أن عملية ابتكار المنتجات الجديدة يجب أن تكون مسؤولية كل أقسام ومصالح المؤسسة وكل العاملين لديها بشكل أو بآخر، أما تقديم منتجات جديدة فهي مسؤولية مصلحة الإنتاج داخل المؤسسة، ويكون التطوير على وجهين:

* **تعديل وتحسين المنتجات:** رغم ما تعانيه الشركة من مشاكل عديدة، إلا أنها تسعى دائما إلى تكييف وتحسين منتجاتها ومن ثم التطوير فيها، حيث تستخدم المؤسسة ما يشبه نظام الاستخبارات التسويقية لمعرفة خطوات المنافسين القادمة.

* **منتجات جديدة أصلية:** رغم غياب سياسة واضحة لإنتاج منتجات جديدة أصلية خاصة بشركة الإسمنت، وذلك بسبب عدم تبني أبحاث ودراسات تثري الشركة بأفكار جديدة من جهة، ولعدم توفر المقدرة التقنية اللازمة، إلا أن الشركة قامت بابتكار منتج جديد يتمثل في الإسمنت المقاوم للأملاح (CPA-CEM I 42,5 ES) الموجه للاستخدام في بيئات شديدة الملوحة والرطوبة.

3. آثار تطبيق نظام الإدارة البيئية بالشركة.

تسعى شركة الإسمنت للعمل في ظل قواعد الهندسة البيئية المستدامة، وذلك على مستوى نشاطها الإنتاجي من جهة، ومن خلال منتجها المبتكر الموجه للقضاء على المشاكل البيئية من جهة أخرى.

3.1- نظام الإدارة البيئية الخاص بنشاط الشركة:

تحرص الكثير من الشركات الصناعية على تطبيق نظام إدارة البيئة (EMS) والذي يؤدي تطبيقه إلى الحصول على شهادة الجودة في الإدارة البيئية (ISO14001) حيث أن هذا النظام له تأثير إيجابي على اقتصاديات الإنتاج الصناعي، وقامت الشركة في سنة 2004، بتحضير نفسها للحصول على شهادة الإيزو 14001 بتطبيق مبادئ ومتطلبات هذا النظام، وتم الحصول على شهادة الجودة في الإدارة البيئية سنة 2005.

كانت عمليات التجديد التي قامت بها شركة الإسمنت مؤخرا نتاج السياسة العامة لمجمع الاسمنت الجزائر، وتدخل في إطار برنامج التنمية المستدامة، حيث استثمرت الشركة في الأربع سنوات الأخيرة ما قيمته 3 مليار دج لتجديد الوحدة التي أنشئت سنة 1983، حيث تم تجديد نظام التحكم وتسيير المصنع إلى جانب تجديد نظام المصفاة وفتح وحدة جديدة لإنتاج الرمل والحصى تعمل وفق الشروط البيئية وذلك بمحاذاة وحدة إنتاج الإسمنت.⁹

تقوم الشركة بمواصلة عمليات الاستثمار من أجل إحلال وسائل الانتاج القديمة، وذلك عن طريق إطلاق عدة عمليات مخططة، مع إنجاز مخطط خاص من أجل تكييف المحيط البيئي للشركة، وذلك عن طريق تجهيزها بنظام جديد لحماية البيئة، مما جعلها تضع حدا لمشاكل الإضرار بالمحيط والبيئة، تماشيا مع الإجراءات البيئية السارية المفعول والتي التزمت الشركة بتطبيقها.

3.2- دور المنتج المبتكر في الحفاظ على البيئة:

تعاين معظم مناطقنا في الجنوب الجزائري من ظاهرة صعود المياه نتيجة احتوائها على مخزون مائي هائل وقربه من السطح، ويجد التآكل في المنشآت بسبب وجود وسط مساعد (الحرارة، والرطوبة، والأملاح)، لكن الخسائر التي يسببها تفوق التصور، فمنها خسائر مادية واقتصادية، ومنها الصحية التي تتعلق بصحة الإنسان والتي تؤثر عليه مباشرة وعلى البيئة المحيطة به.

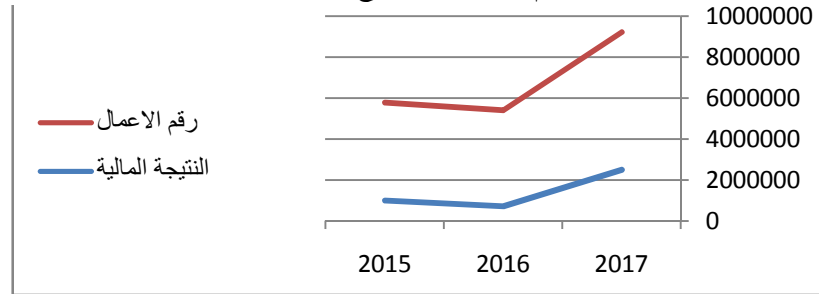
لذا قامت شركة الإسمنت عين التوتة بتصميم الإسمنت المقاوم للأملاح (CPA-CEM I 42,5 ES) للعمل في بيئات شديدة الملوحة والرطوبة، فهو بذلك مناسب للاستخدام في البيئات المتضررة من ظاهرة صعود المياه والتي تتطلب مقاومة عالية للأملاح والرطوبة، والهدف بذلك الحد من المشاكل البيئية والحفاظ على صحة الإنسان.

III- الخلاصة:

من خلال تناولنا للدراسة لأهمية الابتكار في شركة عين التوتة والمتمثلة في ابتكار منتجات جديدة خاصة المنتج الجديد والمتمثل في الإسمنت المقاوم للأملاح (CPA-CEM I 42,5 ES)، تبين لنا أن ابتكار هذا المنتج وتسويقه قد أسهم في رفع حجم المبيعات، وبالتالي تحسن الأداء المالي للشركة، وذلك ناتج عن زيادة الإقبال على هذا المنتج من طرف المتعاملين لاسيما بمنطقة الجنوب، وذلك لإمكانية استخدامه في بيئات شديدة الملوحة والرطوبة، فهو بذلك مناسب للاستخدام في البيئات المتضررة من ظاهرة صعود المياه والتي تتطلب مقاومة عالية للأملاح والرطوبة، والهدف بذلك الحد من المشاكل البيئية والحفاظ على صحة الإنسان.

الملاحق

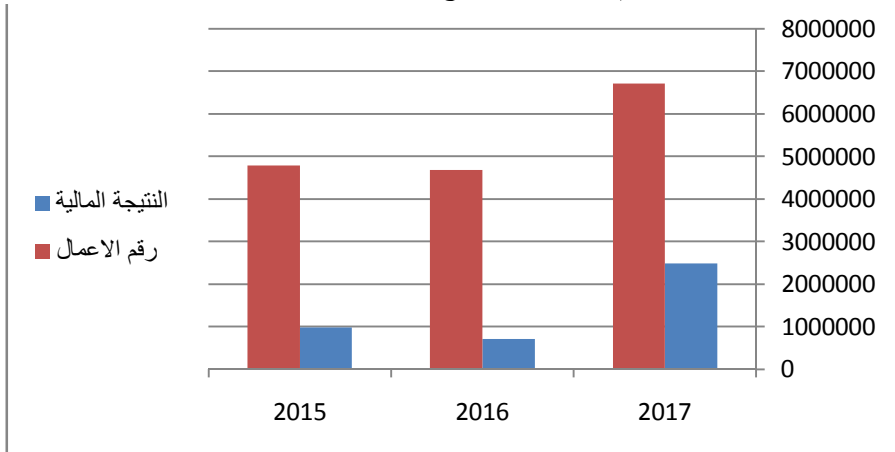
شكل رقم (01): وضعية إنتاج ومبيعات الإسمنت للشركة.



السنوات	2015	2016	2017
وضعية إنتاج الاسمنت	1072064	767686	1132324
وضعية المبيعات	1086830	1036381	1147047

المصدر: <http://www.scimat.dz/?action=presentation&lang=ar>

شكل رقم (02): وضعية إنتاج ومبيعات الإسمنت للشركة.



السنوات	2015	2016	2017
رقم الأعمال	4794117	4686414	6716022
النتيجة المالية	985378	720716	2491762

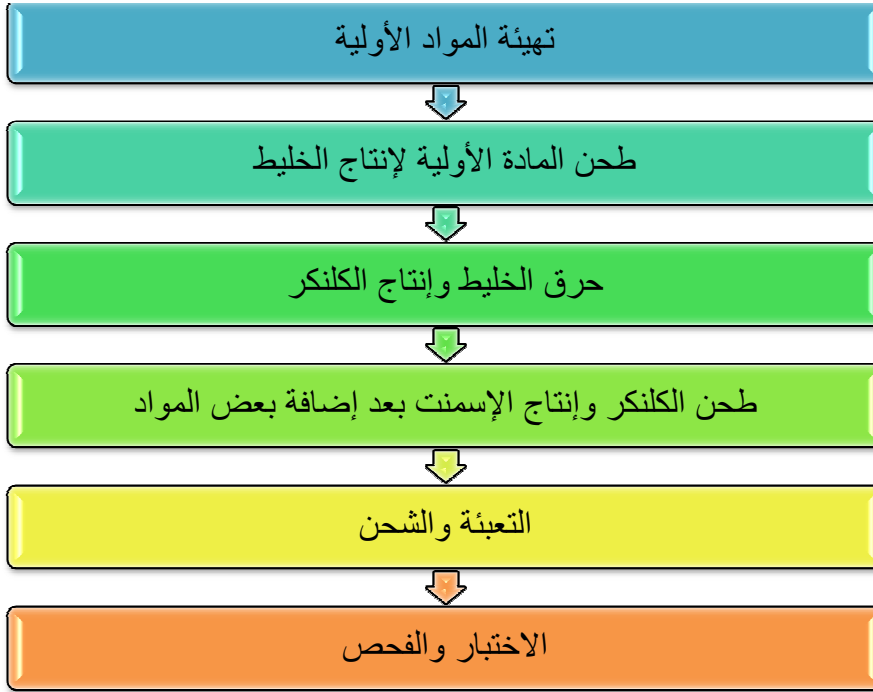
المصدر: <http://www.scimat.dz/?action=presentation&lang=ar>

شكل رقم (03): مجال الخيرة للشبكة التجارية لشركة الإسمنت عين التوتة.



المصدر: <http://www.scimat.dz/?action=reseau&lang=ar>

شكل رقم (04): المراحل التي تمر بها عملية إنتاج الإسمنت.



المصدر: وثائق وحدة الإنتاج.

الهوامش والمراجع :

- ¹ محمد سليمان، الابتكار التسويقي وأثره على تحسين أداء المؤسسة، رسالة ماجستير غير منشورة، تخصص تسويق، قسم علوم التسويق، (جامعة مسيلة، الجزائر، 2007) ص.ص 53-57.
- ² غنية فيلاي، أساليب تطوير المنتجات في المؤسسة الاقتصادية، رسالة ماجستير غير منشورة، تخصص تسويق، قسم العلوم التجارية، (جامعة قسنطينة، الجزائر، 2008) ص 120.
- ³ قريشي محمد، الإبداع التكنولوجي كمدخل لتعزيز تنافسية المؤسسات الاقتصادية، مقال منشور بمجلة العلوم الإنسانية جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2008، العدد 37.
- ⁴ Société des ciments d'Ain-Touta, Présentation, (02/02/2013, <http://www.scimat.dz/?lang=fr>).
- ⁵ فائزة بوراس، تخطيط المسار الوظيفي، رسالة ماجستير غير منشورة، تخصص إدارة الموارد البشرية، قسم علوم التسويق، (جامعة باتنة، الجزائر، 2008) ص 98.

- ⁶⁻ إلهام يحيوي ونجوى عبد الصمد، دور استخدام الأساليب الكمية في تحسين أداء المؤسسات الصناعية الجزائرية، مداخلة مقدمة للملتقى الوطني السادس حول " الأساليب الكمية ودورها في اتخاذ القرارات الإدارية"، جامعة سكيكدة، الجزائر، يومي 27 و 28 جانفي 2009.
- ⁷⁻ Société des ciments d'Ain-Touta, Stratégie commerciale, (04/02/2013, http://www.scimat.dz/?action=organisation_du_marche&lang=fr).
- ⁸⁻ Société des ciments d'Ain-Touta, Produits, (05/02/2013, <http://www.scimat.dz/?action=%20produit#>).
- ⁹⁻ عز الدين دعاس، آثار تطبيق نظام الإدارة البيئية من طرف المؤسسات الصناعية، رسالة ماجستير غير منشورة، تخصص اقتصاد تطبيقي وإدارة المنظمات، قسم علوم التسيير، (جامعة باتنة، الجزائر، 2011)، ص.ص. 78 – 79.

كيفية الاستشهاد بهذا المقال حسب أسلوب APA:

محمد الهاشمي حجاج، محمد الخطيب نمر، شريفة جعدي (2021) دور الابتكار في تحسين أداء المؤسسات الصناعية – دراسة حالة مؤسسة اسمنت عين توتة، باتنة-، المجلة الجزائرية للدراسات المحاسبية والمالية. المجلد 07 (العدد 01). الجزائر: جامعة قاصدي مرباح ورقلة. ص.ص. 79-87.



يتم الاحتفاظ بحقوق التأليف والنشر لجميع الأوراق المنشورة في هذه المجلة من قبل المؤلفين المعنيين وفقا لـ **رخصة المشاع الإبداعي نسب المُنصّف - غير تجاري - منع الاشتقاق 4.0 دولي (CC BY-NC 4.0)**.

المجلة الجزائرية للدراسات المحاسبية والمالية مرخصة بموجب **رخصة المشاع الإبداعي نسب المُنصّف - غير تجاري - منع الاشتقاق 4.0 دولي (CC BY-NC 4.0)**.



The copyrights of all papers published in this journal are retained by the respective authors as per the **Creative Commons Attribution License**.
Algerian Review of Studies in Accounting and Finance is licensed under a **Creative Commons Attribution-Non Commercial license (CC BY-NC 4.0)**.