

دور الإبداع التكنولوجي في تحسين تنافسية المؤسسة الجزائرية – دراسة حالة مؤسسة كوندور إلكترونيكس بروج بوغيريج –

أ. ماجن مُجَدّ محفوظ
سنة ثانية دكتوراه علوم
المركز الجامعي تيسمسيلت – الجزائر
mahfoudh.mag@live.fr

أ. بركان مامة
سنة ثانية دكتوراه علوم
المركز الجامعي تيسمسيلت – الجزائر
mahfoudh.mag@live.fr

أ. مركان مُجَدّ البشير
سنة أولى دكتوراه ل م د
المركز الجامعي تيسمسيلت – الجزائر
mbfeco1@yahoo.fr

ملخص

يتناول هذا البحث أثر الإبداع التكنولوجي على تنافسية المؤسسة الجزائرية، حيث تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مستوى الاهتمام بالإبداع التكنولوجي والتنافسية بمؤسسة كوندور إلكترونيكس، وإلى قياس أثر الإبداع التكنولوجي على التنافسية وكيفية استغلالها وتطويرها لتحقيق أهداف المؤسسات الجزائرية. حيث طبقت الدراسة على عينة عشوائية مكونة من مجموعة من إطارات شركة كوندور إلكترونيكس، والتي تم من خلالها التوصل إلى مجموعة من النتائج الغير مرضية والتي تحتم على المؤسسة الجزائرية زيادة الاهتمام بالإبداع التكنولوجي كونه من الأدوات الأساسية التي تُساعد في تقديم منتجات جديدة وتحسين المنتجات الحالية، فضلاً عن تصميم عمليات إنتاج جديدة وتحسين عمليات أخرى موجودة حتى تتمكن من التكيف مع مُخرجات التطور التكنولوجي وظروف المنافسة الحادة بالأسواق الجزائرية و الدولية

كلمات مفتاحية: إبداع تكنولوجي، تنافسية، إبداع المنتج.

Résumé

Cette étude porte sur l'impact de l'innovation technologique sur la compétitivité des entreprises Algériennes, Cette étude vise à identifier le niveau d'intérêt pour l'innovation technologique et la compétitivité de l'entreprise Condor Electronics, et de mesurer l'impact de l'innovation technologique sur la compétitivité et la façon d'exploiter et de les développer pour atteindre les objectifs des entreprises algériennes. Lorsque l'étude a été appliquée à un échantillon aléatoire composé d'un groupe de cadres de la société Condor Electronics, à travers laquelle pour atteindre un groupe de résultats non satisfaisants, qui nécessitent l'institution algérienne à accroître l'intérêt pour l'innovation technologique est l'un des outils de base qui les aident à introduire de nouveaux produits et d'améliorer les produits existants, ainsi que pour la conception de nouveaux procédés de production et d'améliorer d'autres processus existants afin que vous puissiez adapter au développement technologique et les résultats des conditions de concurrence intense marchés algériens et internationaux.

Mots-clés: innovation technologique, compétitivité, innovation produit.

مقدمة

تواجه الجزائر الكثير من التحديات الخارجية الناشئة من ظروف العولمة والنظام العالمي الجديد، كما تواجه تحديات التنمية ومطالب التطور السياسي والاقتصادي والاجتماعي المحلي، خاصة بعد التغيرات الاقتصادية الجذرية التي عرفها الاقتصاد الوطني بتحوله من الاقتصاد الموجه إلى اقتصاد السوق، حيث شهدت قطاعاته الاقتصادية ديناميكية كبيرة لعل أهمها قطاع الإلكترونيات، ومع التطور التكنولوجي السريع والعظيم وتزايد الطلب على المنتجات الإلكترونية بكل أنواعها، بات من الضروري على المؤسسات الناشئة في هذا القطاع مواكبة هذا التطور ومواجهة هذا التحدي باغتنام الفرص والقضاء على التهديدات، وذلك باستيراد التكنولوجيا ونقلها بغية تحسين جودة ونوعية منتجاتها وترقية علامتها التجارية لضمان مكانتها في الأسواق المحلية وحتى العالمية في ظل المنافسة القوية التي تواجهها اقتصاديات الدول السائرة في طريق النمو أمام الدول المتطورة.

نما جعل الإبداع التكنولوجي سمة أساسية لعصرنا الحاضر، وأضحى الواجب الأساسي على الجميع أن يتدبروا هذا الواقع الجديد الذي يحيط بهم وأن يلتمسوا السبل الفعالة للتعامل مع هذا الواقع وشق طريقهم في خضم التغيرات المتصاعدة لاسيما المؤسسة الاقتصادية من أجل تحسين تنافسيتها.

ومما لا شك فيه أن نجاح المؤسسات الصناعية تقف ورائه عدة أسباب يأتي في مقدمتها الإبداع التكنولوجي، والذي يعد عاملا هاما في مجال المنافسة ويعطي المؤسسات قدرة تنافسية أكبر، كما يمكنها من القدرة على الاستمرار في السوق (مايكروسفت، تويوتا، جنرال إلكتريك، سوني، سامسونغ، ونوكيا، وغيرها).

وفي نفس السياق قمنا بدراسة معالم الإبداع التكنولوجي والتنافسية في المؤسسة الجزائرية، بأخذ مؤسسة كوندور إلكترونيكس بـرج بوعريـيج كنموذج ومثال حي في هذا المقال، مما جعلنا نطرح الإشكالية التالية:

هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للإبداع التكنولوجي ببعديه على تنافسية مؤسسة كوندور إلكترونيكس؟

ومن الإشكالية يمكن طرح الأسئلة الفرعية التالية:

- ما مستوى اهتمام مؤسسة كوندور إلكترونيكس بالإبداع التكنولوجي؟
- ما مستوى اهتمام مؤسسة كوندور إلكترونيكس بالتنافسية؟
- هل توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين الإبداع التكنولوجي والتنافسية لدى مؤسسة كوندور إلكترونيكس؟
- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للإبداع التكنولوجي (كمتغير مستقل) على تنافسية مؤسسة كوندور إلكترونيكس (كمتغير تابع)؟

أهداف الدراسة

- التعرف على مستوى الاهتمام بالإبداع التكنولوجي وبالتنافسية بمؤسسة كوندور إلكترونيكس.
- معرفة ما إذا كان هناك علاقة بين الإبداع التكنولوجي ببعديه والتنافسية لدى مؤسسة كوندور إلكترونيكس.
- التعرف على دور الإبداع التكنولوجي (إبداع المنتج - إبداع العملية الإنتاجية) في تحسين تنافسية المؤسسة (الكلفة - الجودة - المرونة - التسليم) لدى مؤسسة كوندور إلكترونيكس.

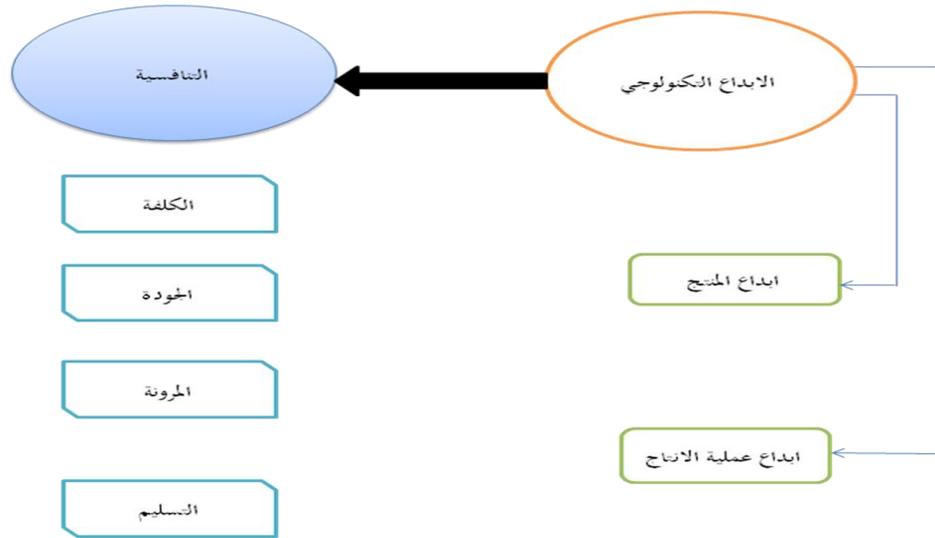
أهمية الدراسة

تكمن أهمية الدراسة من حيث تناولها لأهم المواضيع الاقتصادية المطروحة اليوم على الساحة الاقتصادية والمتداولة بين الباحثين والمفكرين الاقتصاديين في مختلف الدول المتقدمة أو النامية منها، وخاصة في الوقت الراهن الذي يتسم بتغيرات جذرية على مستوى التكنولوجيا والسوق، والتي تطرح العديد من التحديات كما الفرص، لما لها من أثر واضح ومباشر على مكانة المؤسسات الصغيرة أو المتوسطة في الحياة الاقتصادية والاجتماعية.

فرضيات الدراسة

- يوجد مستوى اهتمام عال بالإبداع التكنولوجي لدى إدارات شركة كوندور إلكترونيكس.
- يوجد مستوى اهتمام عال بالتنافسية لدى إدارات شركة كوندور إلكترونيكس.
- توجد علاقة إرتباطية ايجابية بين الإبداع التكنولوجي ببعديه والتنافسية بمؤسسة كوندور إلكترونيكس.
- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للإبداع التكنولوجي (كمتغير مستقل) (إبداع المنتج - إبداع العملية الإنتاجية) على تنافسية مؤسسة كوندور إلكترونيكس (كمتغير تابع) (الكلفة - الجودة - المرونة - التسليم).

نموذج الدراسة



المصدر: من تصميم أصحاب البحث.

منهج الدراسة

استخدم أصحاب البحث المنهج الوصفي التحليلي لأنه يتناسب وطبيعة موضوع الدراسة.

ولتوضيح ما سبق، تم تقسيم هذه الورقة البحثية إلى المحاور التالية:

المحور الأول: الإبداع التكنولوجي والتنافسية

المحور الثاني: إجراءات الدراسة ومنهجيتها

المحور الأول: الإبداع التكنولوجي والتنافسية

1- الإبداع التكنولوجي

في ظل الظروف الاقتصادية الوطنية، تحقيق التنمية المستدامة للاقتصاد الوطني متوقفة على مدى تبني الدولة لسياسة واضحة للإبداع التكنولوجي الذي يعتبر أحد أهم الدعائم الأساسية في بناء وتعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية وخاصة الصناعية منها، إذ يجب أن يأخذ الإبداع التكنولوجي في سياسة مختلف المنظمات حاليا مكانة معتبرة لأنه بمثابة مورد تسعى إلى حسن تنظيمه وإدارته، لما ينتج عنه من أفكار بارعة ونيرة وفنون رائعة.

1-1- تعريف الإبداع التكنولوجي

أستعمل مصطلح الإبداع التكنولوجي بالمعنى الحديث لأول مرة من طرف الاقتصادي Josef Schumpeter¹ سنة 1939، بقوله أن الإبداع التكنولوجي هو التغيير المنشأ أو الضروري، وقد ورد هذا التعريف في قاموس الإنكليزي لأكسفورد (OED : L'Oxford English Dictionary)، وعُرف في قاموس Petit Robert (طبعة سنة 1992) على أن "الإبداع التكنولوجي هو إدخال شيء معد من شيء جديد، وغير معروف".

ويمكن تعريف الإبداع التكنولوجي على أنه كل جديد على الإطلاق أو كل تحسين صغير أو كبير في المنتجات وأساليب الإنتاج الذي يحصل بمجهود فردي أو جماعي، والذي يثبت نجاحه من الناحية الفنية أو الناحية التكنولوجية، وكذلك فعاليته من الناحية الاقتصادية (تحسين الإنتاجية وتخفيض التكاليف).²

والإبداع التكنولوجي بصيغة أشمل "يشير إلى تدرج يشمل التكنولوجيا في حد ذاتها وكذلك كل دورة حياتها: التصميم، النشر، السوق، التحسين والتدهور، فالإبداع هو تدرج اقتصادي يُدخل متغيرات مثل المردودية، التنافسية، الاستثمار،... إلخ، وهو أيضا تدرج اجتماعي يُدخل ممثلين وفوائد تتباعد أو تتقارب، تمثيلات جماعية أو فردية، الإبداع هو كذلك تدرج مؤسسي يتم في برامج أو داخل تنظيمات عمومية أو خاصة، والتي يكون موضوع مفاوضات وأساليب قرار"³.

2-1- أنواع الإبداع التكنولوجي

انحصر تصنيفنا للإبداع التكنولوجي في هذا البحث حسب طبيعته لأننا اعتمدنا هذا التصنيف كمتغير مستقل لدراستنا:

- **إبداع المنتج:** فيظهر في صورة منتجات (سلع أو خدمات) جديدة أو محسنة على مستوى الخصائص الأساسية، التقنية، الاستعمالات المحتملة، تسهيل الاستخدام ومكونات أخرى غير مادية، ولا يأخذ بعين الاعتبار التحسينات الجمالية للمنتج.⁴
- **إبداع عملية الإنتاج:** فهو استحداث طريقة إنتاج جديدة أو تحسين طريقة قائمة، يجب أن تكون نتائج الطريقة مهمة بالنسبة لمستوى الإنتاج، الجودة، وتكلفة التصنيع ولا يأخذ بعين الاعتبار التحسينات التي تتم على مستوى التنظيم وتسيير المؤسسة.⁵

3-1- مصادر الإبداع التكنولوجي

تعتمد إمكانيات المؤسسة في إبقاء مستوى تنافسيتها على عدة عوامل، منها اليقظة التكنولوجية وتمثل في مراقبة المؤسسة لمحيطها والبحث واستخدام بعض المعلومات ذات الطابع الإستراتيجي، ويمكن لها اتخاذ قرارات جيدة، هذه المعلومات تمثل أحد المصادر للإبداع التكنولوجي:⁶

- البحث والتطوير.
- اقتناء تكنولوجيات متطورة من الخارج.
- التعاون مع مؤسسات أخرى ومنظمات بحث.

- نشاطات أخرى مرتبطة بزيادة المعارف.

2- التنافسية

يعد مصطلح التنافسية خاصة في أيامنا هذه من بين المصطلحات الأكثر تداولاً لدى المفكرين الاقتصاديين والسياسيين بل أكثر من ذلك لدى مختلف الأفراد مهما اختلفت مهنتهم، فالأهمية المتزايدة لهذا المصطلح لن تمر دون إثارة العديد من التساؤلات لدى الباحثين والكثير من الانشغالات والاهتمامات لدى كافة المجتمعات المدنية.

2-1- تعريف التنافسية

ما يجب الإشارة إليه هو أنه ليس هناك تعريف محدد ودقيق للتنافسية ويمكن توضيح ذلك من خلال العديد من الكتابات والنقاشات التي قام بها العديد من المفكرين حيث نجد:⁷

هناك من يعرف التنافسية على أنها: القدرة على تزويد المستهلك بمنتجات وخدمات بشكل أكثر كفاءة وفعالية من المنافسين الآخرين في السوق الدولية.

كما أنها تعرف أيضاً بأنها: القدرة على إنتاج السلع والخدمات بالتنوع الجيدة، والسعر المناسب، وفي الوقت المحدد، وهذا يعني تلبية حاجات المستهلكين بشكل أكثر كفاءة من المؤسسات الأخرى.

ومن بين تعريفات التنافسية الأكثر رواجاً نجد: التنافسية هي قدرتنا على إنتاج منتجات وخدمات تنجح في اختبار المنافسة الدولية في حين يتمتع مواطنونا بمستوى معيشة متنام ومستديم على حد سواء.⁸

2-2- أبعاد التنافسية

تعمل الإدارة العليا في الشركات خاصة الصناعية منها على تحقيق الميزة التنافسية للشركة من خلال ما تقدمه من منتجات تحقق حاجات ورغبات الزبائن، خاصة الدائمين منهم، أو القيمة التي يتمنى الحصول عليها الزبائن من تلك المنتجات، هذا ما يسمى بأبعاد التنافسية، ونظراً لأهمية هذه الأبعاد في تحقيق ميزة تنافسية للشركة فقد تم اعتمادها كأبعاد فرعية للمتغير التابع في البحث وهي:

- **بُعد الكلفة:** أية شركة عليها أن تُركز على بُعد الكلفة من أجل أن تجعل تكاليف إنتاج وتسويق منتجاتها أدنى من الشركات المنافسة لها.⁹

كما أن الشركات التي تسعى إلى الحصول على حصة سوقية أكبر كأساس لتحقيق نجاحها وتفوقها هي التي تقدم منتجاتها بكلفة أدنى من المنافسين لها.¹⁰

- **بُعد الجودة:** إن حصول الشركة على القيمة المتوقعة التي تتناسب مع رسالتها يتطلب منها تحديد توقعات الزبائن ورغباتهم عن الجودة والعمل على تحقيقها.¹¹

إن الجودة تعد من المزايا التنافسية المهمة والتي تشير إلى أداء الأشياء بصورة صحيحة لتقديم منتجات تتلاءم مع احتياجات الزبائن.¹²

- **بُعد المرونة:** المرونة تعني القدرة على إنتاج مجموعة واسعة من المنتجات وإدخال منتجات جديدة وتعديل المنتجات الموجودة بسرعة فضلاً عن الاستجابة لاحتياجات الزبون.¹³

بُعد المرونة يعد من الأبعاد المهمة وتعني قابلية الشركة على تقديم منتجات متنوعة في الوقت المطلوب، فضلاً عن قدرة الشركة من تطوير المنتجات القائمة وتحسين عملياتها لتقديم منتجات جديدة.¹⁴

- **بُعد التسليم:** بُعد التسليم هو بمثابة القاعدة الأساسية للمنافسة بين الشركات في الأسواق من خلال التركيز على خفض المهل الزمنية والسرعة في تصميم منتجات جديدة وتقديمها إلى الزبائن بأقصر وقت ممكن.¹⁵

عندما تريد أداء العمل بسرعة هذا يعني تخفيض الوقت الذي يستغرقه عند استلام طلبات الزبائن للمنتجات وتسليمهم تلك المنتجات بشكل نهائي.¹⁶

المحور الثاني: إجراءات الدراسة ومنهجيتها

1- الدراسة الاستطلاعية

تهدف إلى جمع البيانات الخاصة بموضوع الدراسة والعينة، كما استعملنا فيها إستبيان موجه لإطارات الشركة. تم توزيع استبيان على فئة من الإطارات الذين يعملون لدى شركة كوندور إلكترونيكس، وكان عددهم 13 إطارا. أجريت مقابلة لكل من مدير الموارد البشرية، مدير المشتريات والوسائل، وكذا مدير البحث والتطوير خلال الفترة من 18 مارس 2015 إلى 27 مارس 2016.

2- الدراسة الأساسية

● مجتمع الدراسة

جميع إطارات شركة كوندور والبالغ عددهم 261 إطارا حسب مدير الموارد البشرية.

● عينة لدراسة

عينة عشوائية بلغ مجموعها 117 إطارا بشركة كوندور إلكترونيكس، ما يمثل نسبة 44,82 % من مجتمع الدراسة، قمنا بتوزيع 130 استبيانا وتم استعمال 117 منها.

● أداة الدراسة

وجدنا أن الأداة الأكثر ملائمة لإجراء هذه الدراسة هي الإستبيان. حيث تتكوّن من قسمين:

القسم الأول: محور الإبداع التكنولوجي: ويتكون من (12) عبارة مقسمة على بعدين وهما:

بعد إبداع المنتج ويضم (7) عبارات، بعد إبداع عملية الإنتاج ويضم (5) عبارات.

القسم الثاني: محور التنافسية: ويتكون من (23) عبارة مقسمة على أربعة أبعاد وهي:

بعد التكلفة ويضم (03) عبارات، بعد الجودة ويضم (05) عبارة، بعد المرونة ويضم (03) عبارات، بعد التسليم ويضم (03) عبارات.

وقد اعتمد أصحاب البحث في إنجاز هذا الاستبيان على الشكل المغلق الذي يحدد الإجابات المحتملة لكل سؤال أي على مقياس ليكرت (Likert) الثلاثي، وقد طلب من المبحوثين تحديد مدى الموافقة أو عدم الموافقة على هذه العبارات.

● الشروط العلمية لأداة الدراسة

❖ الصدق الظاهري (تقديرات المحكمين):

قام أصحاب البحث بعرض الاستبيان على سبعة محكمين يحملون درجة دكتوراه في المناجمت، التسيير والاقتصاد، ولهم أكثر من خمس سنوات خبرة تدريس، منهم ثلاثة يحملون درجة أستاذ التعليم العالي وقد تم عرض الاستبيان على الأساتذة المحكمين ابتداء من 6 مارس 2016 إلى 14 مارس 2016.

❖ صدق الاتساق الداخلي:

وللتأكد من صدق الاتساق لعبارة ومحاور أداة الدراسة، تم حساب معامل الارتباط بين العبارة ومجموع المحور والمجموع الكلي للاستبيان، حيث جاءت معاملات الارتباط جميعها موجبة مما يدل على وجود تجانس داخلي بين عبارات هذه المحاور.

معامل الثبات ألفا كرونباخ (α Cronbach): حيث بلغ 0.975، وهو معامل ثبات مرتفع ودال إحصائيا عند مستوى الدلالة: 0.05 مما يدل على إمكانية ثبات النتائج التي سيتم التحصل عليها باستخدام الاستبيان.

• أدوات التحليل الإحصائي

اعتمد على الأساليب الإحصائية التالية:

- النسب المئوية والتكرارات لوصف العينة.
 - المتوسط الحسابي لقياس مدى مركزية الإجابات.
 - الانحراف المعياري لقياس مدى اتفاق وعدم تشتت الإجابات.
 - معامل الثبات ألفا كرونباخ لمعرفة ثبات فقرات الاستبيان.
 - تحليل التباين الأحادي (One Way Anova) لإيجاد الفروق بين متوسطات عدة فئات.
 - معامل الارتباط بيرسون (Pearson) للبحث في العلاقة بين متغيرات الدراسة.
 - معادلات الانحدار المتعدد والبسيط لقياس أثر الإبداع التكنولوجي على التنافسية.
- هذه الأساليب عولجت باستعمال البرنامج الإحصائي المسمى الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية الإصدار التاسع عشر (SPSS.V19).

• عرض نتائج الدراسة و مناقشتها

✓ الفرضية الأولى

وجدنا مستوى اهتمام مرتفع بالإبداع التكنولوجي لدى إطارات شركة كوندور إلكترونيكس بروج بوعريرج، حيث تم إيجاد مستوى اهتمام مرتفع لإبداع المنتج ومستوى اهتمام متوسط لإبداع العملية الإنتاجية، ومنه نقول أن الفرضية الأولى محققة.

✓ الفرضية الثانية

وجدنا مستوى اهتمام مرتفع بالتنافسية لدى إطارات شركة كوندور إلكترونيكس بروج بوعريرج، حيث تم إيجاد مستوى اهتمام مرتفع جدا بالتكلفة ويليه مستوى مرتفع بالمرونة، ثم يليه مستوى مرتفع بالجودة، ثم يليه مستوى مرتفع بالتسليم، ومنه نقول أن الفرضية الثانية محققة.

✓ الفرضية الثالثة

المتغيرات	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
المنتوج / التنافسية	0.779	0.01
العملية الإنتاجية / التنافسية	0.656	0.01
الإبداع التكنولوجي / التنافسية	0.795	0.01

المصدر: من البرنامج الإحصائي المسمى الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية الإصدار التاسع عشر (SPSS.V19).

الارتباط بين الإبداع التكنولوجي بجميع أبعاده والتنافسية دال عند مستوى دلالة 0.01 ، حيث بلغ معامل الارتباط بيرسون بين محور الإبداع التكنولوجي ومحور التنافسية 0.795، ومنه نقول أن الفرضية الثالثة محققة.

✓ الفرضية الرابعة

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للإبداع التكنولوجي (إبداع المنتج - إبداع عملية الإنتاج) على التكلفة في شركة كوندور إلكترونيكس بـرج بوغرييج عند مستوى الدلالة (0.05).
 - يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لإبداع المنتج على التكلفة في شركة كوندور إلكترونيكس بـرج بوغرييج عند مستوى الدلالة (0.05).
 - يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لإبداع العملية الإنتاجية على التكلفة في شركة كوندور إلكترونيكس بـرج بوغرييج عند مستوى الدلالة (0.05).
 - يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للإبداع التكنولوجي (إبداع المنتج - إبداع عملية الإنتاج) على الجودة في شركة كوندور إلكترونيكس بـرج بوغرييج عند مستوى الدلالة (0.05).
 - يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لإبداع المنتج على الجودة في شركة كوندور إلكترونيكس بـرج بوغرييج عند مستوى الدلالة (0.05).
 - يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لإبداع العملية الإنتاجية على الجودة في شركة كوندور إلكترونيكس بـرج بوغرييج عند مستوى الدلالة (0.05).
 - يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للإبداع التكنولوجي (إبداع المنتج - إبداع عملية الإنتاج) على المرونة في شركة كوندور إلكترونيكس بـرج بوغرييج عند مستوى الدلالة (0.05).
 - يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لإبداع المنتج على المرونة في شركة كوندور إلكترونيكس بـرج بوغرييج عند مستوى الدلالة (0.05).
 - لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لإبداع العملية الإنتاجية على المرونة في شركة كوندور إلكترونيكس بـرج بوغرييج عند مستوى الدلالة (0.05).
 - يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للإبداع التكنولوجي (إبداع المنتج - إبداع عملية الإنتاج) على التسليم في شركة كوندور إلكترونيكس بـرج بوغرييج عند مستوى الدلالة (0.05).
 - يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لإبداع المنتج على التسليم في شركة كوندور إلكترونيكس بـرج بوغرييج عند مستوى الدلالة (0.05).
 - يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لإبداع العملية الإنتاجية على التسليم في شركة كوندور إلكترونيكس بـرج بوغرييج عند مستوى الدلالة (0.05).
- ومنه نقول أن الفرضية الرابعة غير محققة وبذلك نقبل الفرض البديل.

✓ معادلات الانحدار البسيط والمتعدد الرياضية والمستخرجة من البرنامج الإحصائي

$$Y_{\text{Cost}} = 10.708 + 0.119X_{\text{Product}} + 0.566X_{\text{Process}}$$

$$Y_{\text{Cost}} = 13.382 + 0.400X_{\text{Product}}$$

$$Y_{\text{Cost}} = 12.029 + 0.671X_{\text{Process}}$$

$$Y_{\text{Quality}} = -1.641 + 0.693X_{\text{Product}} + 0.508X_{\text{Process}}$$

$$Y_{\text{Quality}} = 1.210 + 0.945X_{\text{Product}}$$

$$Y_{\text{Quality}} = 6.029 + 1.119X_{\text{Process}}$$

$$Y_{\text{Flexibility}} = 18.360 + 0.495X_{\text{Product}} - 0.399X_{\text{Process}}$$

$$Y_{\text{Flexibility}} = 16.123 + 0.297X_{\text{Product}}$$

$$Y_{\text{Flexibility}} = 23.834 + 0.037X_{\text{Process}}$$

$$Y_{\text{Delivery}} = 0.483 + 0.377X_{\text{Product}} + 0.241X_{\text{Process}}$$

$$Y_{\text{Delivery}} = 1.837 + 0.496X_{\text{Product}}$$

$$Y_{\text{Delivery}} = 4.648 + 0.573X_{\text{Process}}$$

خاتمة:

كان التصور في الماضي أن من يقدمون المساهمات المالية لتكوين الشركات ومنظمات الأعمال هم أصحاب رأس المال، ولكن الواقع الجديد يطرح حقيقة أخرى أهم، وهي أن من يملك المعرفة يملك المنظمة. إن رأس المال الفكري يقدمه أصحاب المعرفة، فهم أصحاب رأس المال الحقيقي والأهم.

في دراستنا هذه حاولنا تفسير العلاقة بين الإبداع التكنولوجي وتنافسية المؤسسة الجزائرية من خلال حالة مؤسسة كوندور إلكترونيكس بـرج بوعريـيج، وتوصلنا لما يلي:

- يوجد مستوى متوسط من الاهتمام بالإبداع التكنولوجي لدى إطارات شركة كوندور إلكترونيكس.
- يوجد مستوى مرتفع من الاهتمام بالتنافسية لدى إطارات شركة كوندور إلكترونيكس.
- توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين الإبداع التكنولوجي بجميع أبعاده والتنافسية لدى إطارات شركة كوندور إلكترونيكس.
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للإبداع التكنولوجي (إبداع المنتج - إبداع العملية الإنتاجية) على تنافسية المؤسسة (الكلفة - الجودة - المرونة - التسليم) عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$.
- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لإبداع العملية الإنتاجية على المرونة لدى شركة كوندور عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$.
- وعليه خلصنا للاستنتاجات التالية:
- حققت المؤسسة قيد الدراسة عدد من الإبداعات خلال الفترة (2010-2015) في مجال إبداع المنتج كتقديم مُنتجات جديدة وتحسين مُنتجات قائمة، فضلاً عن تصميم بعض العمليات الجديدة وتحسين العمليات القائمة.
- أوضحت نتائج علاقات الارتباط وجود علاقة ارتباط قوية وطردية بين أبعاد الإبداع التكنولوجي مُتجمعة وأبعاد التنافسية مجتمعة في الشركة قيد الدراسة، وهو ما يدل على أنه كل ما زاد الإبداع التكنولوجي في الشركة مكان الدراسة كلما زادت التنافسية.

- كشفت نتائج الانحدار وجود علاقة تأثير لأبعاد الإبداع التكنولوجي مُتجمعة في أبعاد التنافسية في الشركة، وهذا يدل على أن أفراد عينة الدراسة لهم إدراك واسع بأهمية عملية الإبداع التكنولوجي على القدرة التنافسية للشركة، إلا أنهم لا يدركون أهمية بُعد التسليم بصفة كافية وفي رأي أصحاب البحث يرجع ذلك لنقص التكوين في هذا المجال.
- يستشف من نتائج الدراسة أن للإدارة العليا لشركة كوندور وعي تام بأهمية الإبداع التكنولوجي.
- العنصر البشري المؤهل يتلقى تكوينات في الداخل وفي الخارج بهدف نقل التكنولوجيا لمواكبة التطورات الحاصلة في الأسواق.
- الشركة ولضمان تحكّمها في التكلفة والجودة تقوم باستيراد أحدث التقنيات والوسائل من أجل ضمان هامش ربح أكبر ومواكبة الاحتياجات اللامتناهية لربائنها.
- إن الشركة تتميز بالمرونة الكافية التي تمكنها من التكيف مع التغيرات الحاصلة في السوق وتلبية حاجات زبائنها وحتى خلق حاجات لزبائن آخرين.
- وعليه كالتوصيات نقترح ما يلي:
- ضرورة زيادة اهتمام إدارات الشركات بأنواع الإبداع التكنولوجي كونه من الأدوات الأساسية التي تُساعدُها في تقديم مُنتجات جديدة وتحسين المنتجات القائمة، فضلاً عن تصميم العمليات الجديدة وتحسين عمليات موجودة حتى تُتمكن من التكيف مع مُخرجات التطور التكنولوجي وظروف المنافسة الحادة بالأسواق.
- تعميق الوعي لدى المدراء والعاملين في الشركات حول العلاقة (علاقات الارتباط والتأثير) بين أنواع الإبداع التكنولوجي وأبعاد التنافسية.
- إبراز أهمية تقوية الجانب المعرفي لدى الأفراد في الشركات خاصة في ما يتعلق بأنواع الإبداع التكنولوجي والعمل على توفير جميع المتطلبات اللازمة لتحقيق الإبداع التكنولوجي.
- ضرورة زيادة اهتمام إدارات الشركات بأبعاد التنافسية والعمل على تحقيقها بكفاءة من أجل تحقيق التفوق على مُنافسيها في الأسواق التنافسية.
- على إدارات الشركات زيادة الاهتمام بإبداع العملية الإنتاجية والتي لم يظهر لها أثر معنوي في بُعد التسليم وهذا من خلال تلقين الأفراد العاملين تكوينات خاصة بهذا المجال.
- التأكيد على إدارات الشركات على تحديد ودراسة علاقة الارتباط والتأثير بصورة مُستمرة بين أنواع الإبداع التكنولوجي وأبعاد التنافسية بهدف تحسين وتطوير مُنتجاتها لتلبية مُتطلبات الزبائن المُتجددة باستمرار.
- زيادة اهتمام إدارات الشركات بأقسام البحث والتطوير وإعطاءها الأهمية المناسبة من أجل تقديم مُنتجات جديدة وتحسين المنتجات الموجودة (الحالية) لكي تتلاءم مع مُتطلبات الزبائن.
- تشجيع إدارات الشركات العاملين لديها في أقسام الإنتاج والتسويق والبحث والتطوير والتصميم وغيرها على تقديم الأفكار المبدعة في مجالي إبداع المنتج وإبداع العملية الإنتاجية.
- على الشركات تطوير مهارات ومعارف وقدرات العاملين لديها عن طريق دمجهم في دورات تكوينية في مجالات الإبداع التكنولوجي والتنافسية وكل ما هو جديد في هذين المجالين وبالتعاون مع الجامعات ومكاتب الدراسات المتخصصة.

ملاحق البحث

الملحق (1): الاستبيان

مؤسسة كوندور إلكترونيكس بيج بوغريج

الموضوع: استمارة استبيان

السيد المدير المحترم

نهديكم أجمل تحياتنا

تمثل هذه الاستمارة جزء من البحث الموسوم " دور الإبداع التكنولوجي في تحسين تنافسية المؤسسة الجزائرية - دراسة حالة مؤسسة

كوندور إلكترونيكس بيج بوغريج -"

يبالغ الاعتزاز نرجو تفضلكم مشكورين باختيار الإجابة التي ترونها مناسبة لكل سؤال علماً بأن المعلومات المدونة كافة ستتم بطابع

السرية والأمانة العلمية والتي ستستخدم لأغراض البحث العلمي فقط، نشكر لكم حسن استجابتكم.

1- البيانات الخاصة بالإبداع التكنولوجي:

لا أتفق (1)	محايد (2)	أتفق (3)	العبارة
			1. إبداع المنتج
			1 تسعى شركتنا لتقديم منتجات جديدة لم يسبق إنتاجها.
			2 تعمل شركتنا على تقديم منتجات جديدة بهدف كسب حصة سوقية إضافية.
			3 تتعاون شركتنا مع خبرات واستشارات خارجية من اجل تقديم منتجات جديدة.
			4 تعمل شركتنا على تطوير منتجاتها اعتماداً على دراسات السوق وتحديد حاجات ورغبات زبائننا.
			5 يتم تطوير منتجات شركتنا بالاعتماد على الخبرات والمهارات الموجودة في الشركة.
			6 تُخصص شركتنا مبالغ جيدة لجهود البحث والتطوير لتطوير منتجاتها.
			7 يتم التنسيق والتعاون بين أقسام الإنتاج والتطوير والبحث والتطوير لتطوير منتجات الشركة.
			2. إبداع العملية
			8 تعمل شركتنا على تصميم عمليات جديدة في ضوء متطلبات تصميم المنتج الجديد.
			9 تقوم شركتنا بتصميم عمليات جديدة لغرض إنتاج منتجات جديدة.
			10 تسعى شركتنا لتحسين العمليات الإنتاجية بالاعتماد على الإمكانيات والخبرات المتاحة في الشركة.
			11 تسعى شركتنا إلى إتباع الأساليب العلمية بتصميم وتحسين العمليات الإنتاجية بمساعدة الحاسوب.

لا أتفق (1)	محايد (2)	أتفق (3)	العبارة	
			يسعى المهندسين المتخصصين بالإنتاج بتحسين العمليات الإنتاجية في الشركة.	12

2- أبعاد التنافسية:

لا أتفق (1)	محايد (2)	أتفق (3)	العبارة	
			1. الكلفة	
			تسهم كلفة المواد المستخدمة في إنتاج مُنتجات شركتنا بالانخفاض مُقارنة بالشركات المنافسة.	13
			تسعى شركتنا إلى خفض التكاليف الصناعية المباشرة باستمرار.	14
			تسعى شركتنا إلى خفض تكاليف عمليات الصيانة باستمرار.	15
			2. الجودة	
			لدى شركتنا سياسة واضحة وموثقة للجودة.	16
			تسعى شركتنا إلى خفض نسب المعيب في مُنتجاتها باستمرار.	17
			تعمل شركتنا على تحسين الوعي النوعي للأفراد العاملين لديها باستمرار.	18
			تسعى شركتنا إلى جعل مواصفات مُنتجاتها مُطابقة مع المواصفات القياسية الوطنية.	19
			تعمل شركتنا على تصميم عملياتها الإنتاجية بشكل سليم لتحقيق أفضل مُستوى ممكن للوحدات المنتجة.	20
			3. المرونة	
			تتصف مكائن ومعدات شركتنا بأنها ذات أغراض مُتعددة.	21
			يملك العاملون في شركتنا مهارات مُتعددة تجعلهم قادرين على أداء أكثر من وظيفة أو عمل.	22
			لشركتنا القدرة على الاستجابة السريعة للتغيرات المطلوبة في تصاميم مُنتجاتها.	23
			4. التسليم	
			تلتزم شركتنا بالمواعيد المحددة عند تسليم المنتجات إلى الزبائن باستمرار.	24
			لشركتنا القدرة على تسليم طلبات الزبائن في وقتٍ أسرع من المنافسين.	25
			تستخدم منظمتنا سياسة مخزون الأمان لتأمين سرعة الاستجابة للطلبات المتغيرة	26

- ¹ Randall morck, Yeung Bernard, **Les déterminants économiques de l'innovation**, Ottawa: Industrie Canada, Canada, document hors-série n° 25, Janvier 2001, P 1.
- ² De Bresson, **Innovation et développement technologique, internet**, P 2. (20/03/2004). www.Seg.etstl.ca
- ³ أوكيل مُجَدّ السعيد، **اقتصاد وتسيير الإبداع التكنولوجي**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1994، ص 143.
- ⁴ Paul Crowley, **Sources et ressources d'innovation dans l'UE**, Science et technologies, Luxembourg, 2004, P 7.
- ⁵ Jean Bernard, Maurice Catin, **Les condition économiques du changement technologique**, Edition l'harmattan, Paris, 1998, P 75.
- ⁶ Valenduc Gérard, warrant Françoise, **L'innovation technologique au service du développement durable**, Namur: fondation travail – université, février 2001, P 4.
- ⁷ كمال رزيق، فارس مسدور، **مفهوم التنافسية**، ملتقى دولي حول تنافسية المؤسسات الاقتصادية وتحولات المحيط، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، قسم علوم التسيير، جامعة مُجَدّ خيضر، بسكرة، الجزائر، 29 و 30 أكتوبر 2002، ص 105.
- ⁸ أمال عياري، رجم نصيب، **الاستراتيجيات الحديثة للتغيير كمدخل لتعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات**، ملتقى دولي حول تنافسية المؤسسات الاقتصادية وتحولات المحيط، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، قسم علوم التسيير، جامعة مُجَدّ خيضر، بسكرة، الجزائر، 29 و 30 أكتوبر 2002، ص 13.
- ⁹ Dilworth, James, **Production and Operations Management**, 4rd Ed, Mc GRAW-Hill: New York, 1996, P 60.
- ¹⁰ Aquilano Nicolas, Chase Richared, Daves Mark, **Fundamentals of Operations**, 7th Ed, Mc GRAW-Irwin, INC, 1996, P 24.
- ¹¹ Heizer Jay, Render Barry, **Principles of Operations Management**, 4rd Ed, Prentice Hall: New Jersey, U.S.A, 2001, P 36.
- ¹² Slack Nigel, Chambers Stuart, Harland Christine, Harrston Alan, Johnston Robert, **Operations Management**, 4rd Ed, Prentice Hall: New York, 2004, P 45.
- ¹³ Russell Roberta, Taylor III, Bernard W, **Operations Management: Focusing on Quality and Competitiveness**, 2rd Ed, U.S.A, 1998, P 32.
- ¹⁴ Chase Richard, Aquilano Nicholas, Jacobs Robert, **Operations Management for Competitive Advantage**, Mc Graw- Hill Companies, U.S.A, P 36.
- ¹⁵ Bragman Audia H.L.T, **Purchase Concept For Reducing Lead Times in Time-Based Competition**, Business Horizons, Vol.39.No.4, Janaury, 1990, P 5.
- ¹⁶ Slack Nigel, Chambers Stuart, Harland Christine, Harrston Alan, Johnston Robert, **Operations Management**, 2rd Ed, Pitman Publishing, Great Britain, 1998, P 64.