

الإبداع المنظمي وأثره في تحسين جودة المنتج

دراسة تحليلية لآراء عينة من العاملين في الشركة العامة
للصناعات الكهربائية \ الوزيرية

م.م. بشار محمد خليل العبيدي*
م.م. سحر احمد
كرجي العزاوي**

المستخلص

يتناول هذا البحث موضوع الإبداع المنظمي وأثره في تحسين جودة المنتج في الشركة العامة للصناعات الكهربائية / الوزيرية ، حيث تم تطبيق واختبار أنموذج البحث من خلال توزيع استبانته على عينة من مديري الشركة المذكورة، وقد وجدت علاقه ارتباط وتأثير ذات دلالة معنوية احصائية بين المتغيرين .

Abstract :

This research deals with the subject of organizational innovation and its impact in production quality improvement at public company for Electrical Industries \ AL - Waziriyah.

The research has been applied and test by a questionnaire of a sample from the company that mentioned above . Aconnection and effect relation has been found between the two variables.

* مدرس مساعد / الجامعة المستنصرية / كلية الإدارة والاقتصاد / قسم إدارة الأعمال

** مدرس مساعد / الجامعة المستنصرية / كلية الإدارة والاقتصاد / قسم إدارة الأعمال

مقبول للنشر بتاريخ 2010/7/20

المقدمة

يعد نجاح المنظمات وتقدمها اليوم مرتبط بالابداعات المنظرية بما يضمن رضا زبائنها عنها من خلال تحقيق اهدافهم في اشباع رغباتهم وبما يضمن تحقيق الاهداف التي انشأت من اجلها، اذ يعدان هذين الهدفين من الاساسيات التي تؤكد كفاءة وفاعلية المنظمة في عالم مليء بالمتغيرات والتحديات .

ان طبيعة مشكلة البحث تجسدت في ضعف ادراك المنظمات الصناعية لاهمية الابداع المنظمي في تحسين جودة المنتج بما يمكنها من ادامة وزيادة الحصة السوقية لمنتجاتها. ويكتسب هذا البحث اهمية بالغة وذلك لتزايد اهتمام المنظمات الصناعية بالابداع المنظمي مع تنامي ظاهرة التغيير السريع في بيئة الاعمال . ان الغرض من هذا البحث هو بيان تأثير الابداع المنظمي في تحسين جودة المنتج اذ تحتاج المنظمات الصناعية العراقية الى مثل هذه الاساليب الادارية بحيث تتمكن من التنافس مع كبريات الشركات والدخول الى الاسواق العالمية . ولجل ان يحقق البحث اهدافه تمت عليه تقسيمه الى اربعة مباحث، جاء في المبحث الاول منهجية البحث فيما اشتمل المبحث الثاني على الجانب النظري للبحث، وكرس المبحث الثالث لعرض النتائج واختيار فرضيات البحث ، اما المبحث الرابع فقد تعرض الى الاستنتاجات والتوصيات.

المبحث الاول : منهجية البحث

1- اهمية البحث :-

يمثل البحث دراسة لقدرة الشركة على الابداع ومدى كفاءتها وفعاليتها في تحسين جودة المنتج بوصفها احد السمات الرئيسية لمواجهة التحديات الداخلية والخارجية التي تواجهها المنظمات وتنبع اهمية البحث من ضرورة قدرة المنظمة على مواجهة تلك التحديات بابداع .

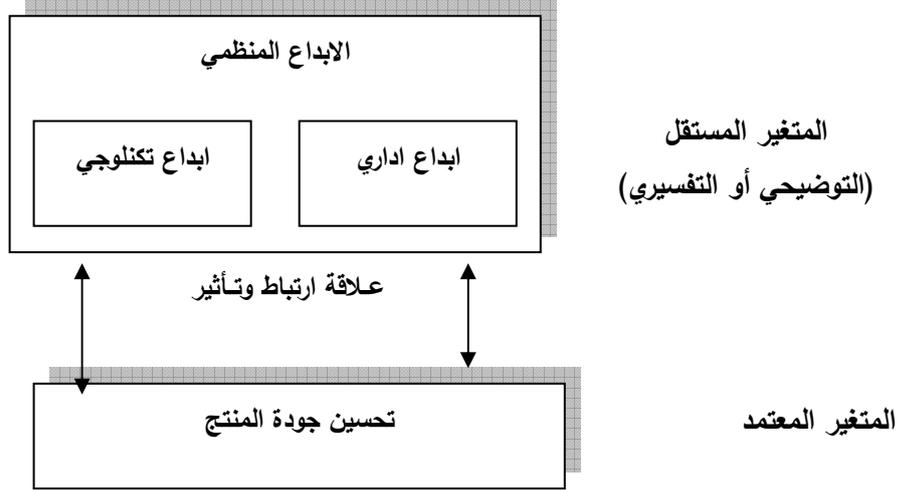
2- مشكلة البحث :-

تحدد مشكلة البحث باثارة السؤال التالي :- (هل يؤثر الابداع المنظمي في تحسين جودة المنتج في الشركة العامة للصناعات الكهربائية).

3- اهداف البحث :-

يهدف الباحثان من جراء عمليات البحث الحالي الى تسليط الضوء على الاثر الذي يحققه الابداع المنظمي في تحسين جودة المنتج , والذي يعد من اهم العوامل التي تتحكم في قرار الزبائن لاختيار منتج ما، وذلك لاشباع حاجاتهم ورغباتهم وتحسين الموقع التنافسي للمنظمة في الاسواق .

4- نموذج البحث :-



شكل (1)

انموذج البحث الافتراضي

المصدر :- المخطط من اعداد الباحثان

5- فرضيات البحث :-

يسعى الباحثان وفق انموذج البحث الى اختبار الفرضيات الاتية:-

الفرضية الرئيسية الاولى:- توجد علاقة ذات دلالة معنوية بين الابداع المنظمي وتحسين جودة المنتج.

الفرضية الفرعية الاولى:- توجد علاقة ذات دلالة معنوية بين الابداع التكنولوجي وتحسين جودة المنتج .

الفرضية الفرعية الثانية :- توجد علاقة ذات دلالة معنوية بين الابداع الاداري وتحسين جودة المنتج.

الفرضية الرئيسية الثانية :- هناك تأثير ذو دلالة معنوية بين الابداع المنظمي وتحسين جودة المنتج.

الفرضية الفرعية الاولى :- هناك تأثير ذو دلالة معنوية بين الابداع التكنولوجي وتحسين جودة المنتج.

الفرضية الفرعية الثانية :- هناك تأثير ذو دلالة معنوية بين الابداع الاداري وتحسين جودة المنتج.

6- مصادر واساليب جمع البيانات والمعلومات :-

لغرض الحصول على البيانات المطلوبة التي تساعد في تنفيذ اهداف البحث والوصول الى النتائج التي تم اعتماد الباحثان على المصادر والاساليب الاتية :-

أ- الجانب النظري :- استعان الباحثان في تغطية هذا الجانب من البحث بما هو متوافر من المصادر العربية والاجنبية التي تناولت موضوع البحث من كتب ودوريات ورسائل جامعية.

ب- الجانب العملي :- فقد تم اعتماد اسلوب الاستبانة (ملحق 1) كأداة الرئيسة لجمع البيانات المطلوبة التي تضمنت قسمين "القسم الاول معلومات شخصية/القسم الثاني اسئلة الاستبانة". وجري قياس ابعاد المتغير المستقل (الابداع المنظمي) :- الابداع التكنولوجي والابداع الاداري) من خلال (10 فقرات وابعاد المتغير المعتمد (تحسين جودة المنتج) من خلال 21) فقرة . وقد اعتمد في صياغة فقرات الاستبانة التي أعدها (طالب , 2004) في مجال الابداع المنظمي . وفي مجال تحسين جودة المنتج (السوداني , 2007).

7- مجتمع وعينة البحث :-

حدد مجتمع البحث في الشركة العامة للصناعات الكهربائية/الوزيرية في مستوى الادارة الوسطى والتنفيذية كما حددت عينة الدراسة من (مدراء ومهندسي وموظفي) الشركة المذكورة في هذين المستويين, وتم توزيع الاستبانات على مفردات عينة البحث بواقع (36) استبانة نسبة الاستجابة للاستبانة (100%) .

8- الوسائل الاحصائية المستخدمة :-

اعتمد في تحليل معالجة البيانات على مجموعة من الاساليب والادوات الاحصائية لغرض تحقيق اهداف البحث واختبار فرضياته والتحقق من انموذج البحث وهذه الادوات هي :-
*معامل ارتباط الرتب لـ (Spearman):- اداة احصاء لا معلمية تستخدم لقياس نوع ودرجة العلاقة بين متغيرات الدراسة.

***الميل الحدي**:- قيمة المعلمة التي من خلالها يتبين اتجاه علاقات ومتغيرات الانموذج اما عكسي او طردي ، وهو قيمة مساهمة وحدة واحدة من المتغير المستقل بتأثير على المتغير المعتمد.
***معامل التحديد**:- اداة لمعرفة مقدار التغييرات في المتغير المعتمد التي يمكن تفسيرها بواسطة المتغير المستقل او الوسط الحسابي.

***اختبار F (F-test)** : لقياس معنوية واثر العلاقة بين متغيرات الدراسة المختلفة، فاذا كانت قيمة (F) المحسوبة اكبر من قيمة (F) الجدولية فهذا يعني ان المتغيرات المستقلة ذو أثر معنوي على المتغيرات المعتمدة، اما اذا كانت قيمة (F) المحسوبة اقل من قيمة (F) الجدولية فهذا يعني ان المتغيرات المستقلة ليست ذو أثر معنوي على المتغيرات المعتمدة.

***الانحدار البسيط**:- لتحديد تأثير متغير مستقل في متغير معتمد ومعنوية ذلك التأثير للمتغير المستقل.

***اختبار t (t-test)** :- ويستخدم لاختيار معنوية المعلمات.

9- وصف الشركة مجتمع البحث الدراسة :-

- الشركة العامة للصناعات الكهربائية :
- سنة التأسيس 1965
- انواع منتجات الشركة : (محرك مبردة ، مضخة ماء، واتر بمب، مراوح، محركات صناعية ، ساحبات هواء ، قواعد مصابيح فلورسنت، مصابيح بانواعها ، مكيفات، برادات ماء) .

المبحث الثاني

مفهوم الابداع المنظمي :-

يعد الابداع ظاهرة قديمة، فمنذ بدء الخليقة والانسان يبدع ويخترع وكذلك الجماعة والمنظمة والمجتمع ، وقد دخل هذا الموضوع محوراً للتناول الفلسفي ، الا ان الاهتمام العلمي المنظم لم يبدأ به الا أوائل الخمسينات من القرن العشرين (فاضل، 2007: 46) وقد حفلت ادبيات ادارة الاعمال بكثير من الاجتهادات على الرغم من ان مصطلح الابداع يعد من بين اكثر المصطلحات شيوعاً في الوقت الراهن في الفكر الاداري ، الا انه يحمل في طياته مضامين وتفسيرات متعددة (الملا 2009 : 39) فالابداع في اللغة مأخوذ من الفعل بدع ، بدع الشيء اخترعه وصنعه لاعلى مثال ، وهو عند الحكماء ايجاد شيء غير مسبوق بمادة ولا زمان . وفي معاجم اللغة الانكليزية يوضح قاموس

اكسفورد بأن الابداع مأخوذ من الكلمة اللاتينية (Innovave) وان معناها الفاعل الاولي وهو التعبير الى شيء ما يكون جديدا وللتغيير والتجديد (المسعودي , 2007 : 29) .

وتستخدم مفاهيم الابداع (Innovation) , . الابتكار (Creativity) , والاختراع (Invention) كمترادفات وتعني جميعا ولادة شيء جديد غير مألوف او النظر الى الاشياء بطرق جديدة (الطالباني , 2005 : 32) . ويميل بعض الباحثين الى التمييز بين المفاهيم اعلاه اذ يرى (محمد , 2006 : 108 - 109) ان الابتكار هو مجرد توليد شيء جديد , لكن الابداع هو عملية او حتى تقنية او اسلوب تم تنفيذه على ارض الواقع . وبعبارة اخرى فإن الاول يتمثل في التوصل الى حل خلاق لمشكلة ما , في حين ان الاخير هو التطبيق الخلاق والملائم لها . وبذلك الابتكار يكون الجزء المرتبط بالفكرة الجديدة , بينما الابداع يكون الجزء الملموس المرتبط بتحويل الفكرة الى منتج وقد يتكامل المصطلحين في مجال اظهار الاشياء الى الوجود وتطوير الاشياء الموجودة . ويعتقد الباحث المذكور ان الاختراع يسبق الابداع وقد يمثل درجة من درجات الابداع وان سمة هذا الطرح فيه اقتراب الاختراع اكثر للابتكار منه للابداع . وقد تناول مفهوم الابداع العديد من الكتاب والباحثين ويمكن استعراض بعضا من تلك المفاهيم . فعرف الابداع المنظمي على انه اية سلعة او فكرة التي يتم ادراكها وفهمها من أي شخص على انها مفيدة وجديدة (Kotler , 2000:355) . وقد عرفه (الصرن , 2000 : 28) بأنه افكار تتصف بأنها جديدة ومفيدة ومتصلة بحل مشكلات معينة او تجميع او اعادة تركيب الانماط المعروفة من المعرفة في اشكال فريدة . ويرى (Hill & Jones,2001:130) الابداع بأنه أي شيء جديد (New) أو غريب (Novel) يتعلق بطريقة اداء المنظمات او المنتجات التي تنتجها ويشمل أي تقدم يطرأ على انواع المنتجات وعمليات الانتاج ونظم الادارة والهياكل التنظيمية والاستراتيجية التي تعتمدها المنظمة . وبحسب رأي (Hitt,etal,2001:525) هو الطريقة التي يمكن لاحد ارباب العمل الاخذ بموجبهها , اما على خلق موارد جديدة للثروة او تدعيم الموارد الحالية ذات الامكانية لخلق الثروة مستقبلا . في حين عرفه (Daft , 2001 : 357) بأنه تبني فكرة او سلوك جديد لصناعة المنظمة او سوقها او بيئتها العامة . ويعرف الابداع بأنه رؤية الافكار والامور , من خلال مضمون مختلف , وذلك اما عن طريق التعرف على الامكانات الخفية الكامنة , او التي يمكن استخدامها بشكل مختلف او عن طريق ربط الافكار المسبقة غير المترابطة مع بعضها البعض , لخلق فكرة او منظور جديد تماما (التفكير الابداعي , 2005) . ووفقا لـ (العامري والغالبي , 2007 : 408) هو الجهود المبذولة من قبل المنظمة لتطوير منتجاتها في شكل سلع وخدمات او تحسينها او تطوير استخدامات جديدة لها . واستناداً الى ما تقدم فإن الابداع المنظمي من منظور الباحثين والمتبنى في الدراسة الحالية كتعريف اجرائي بأنه أي جهد او فعل يهدف الى

تعديل او تحسين منتج المنظمة (سلعة , خدمة , معلومة) بشكل جديد ومختلف بما يحقق منفعة اقتصادية او اجتماعية للفرد والمنظمة والمجتمع .

مراحل عملية الابداع :-

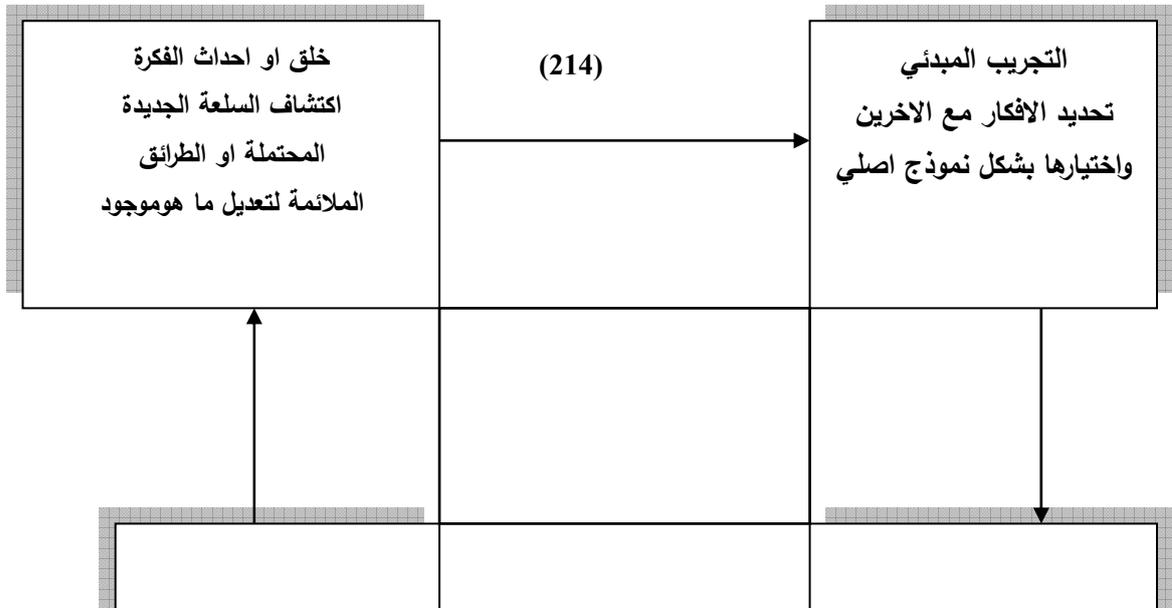
ان الابداع ليست عملية واحدة تتم في لحظة زمنية واحدة وسريعة، بل هو سلسلة من المراحل المتتابعة تعتمد بعضها البعض (العامري والغالبي ، 2007 : 409) الا ان الباحثين اختلفوا في تحديدهم لمراحل هذه العملية من حيث عددها وترتيبها. فقد بين (موسى، 1990: 125-128) ان للعملية الابداعية اربعة مراحل هي على النحو الاتي :

- 1- مرحلة التهيؤ والاعداد (Preparation) يتم دراسة المصادر التي لها علاقة بالفكرة وبذل جهد مركز يمكن من خلاله ايجاد اتجاه او نمط جديد من التفكير .
- 2- مرحلة الحضانة (Incubation) , اذ تعد بأنها فترة استرخاء (Relaxation) بعد الجهود المركزة حيث تترك المشكلة بصورة لارادية بهدف اتاحة الوقت لمناقشة الافكار والعقبات .
- 3- مرحلة التبصر (Insight) , يبدأ ادراك الافكار الابداعية والشعور بها, ويبدأ الفكر بالابتعاد عن المؤلف والتقاط الافكار الابداعية الفذة .
- 4- مرحلة التحقق (Verification) , اذ يجري فحص مدى صحة وفائدة الافكار الابداعية التي تم التوصل اليها لوضعها في صورة يمكن ان يستفيد منها المجتمع .

أما بالنسبة لـ (Kotler & Armstrong , 1999:275) فقد حددا ثمانية خطوات لعملية ابداع المنتج الجديد (ولادة الفكرة - عرض الفكرة - اختيار الفكرة - تطوير استراتيجية التسويق - تحليل العمل التجاري - تطوير المنتج - اختيار السوق) والتي غلب عليها الطابع التسويقي تبعا لخلفية الباحثين , اذ ان المراحل المذكورة تترايط بعلاقات وثيقة فيما بينها , فقد تصل الفكرة الى مرحلة العرض او مرحلة الاختيار او مرحلة السوق ثم تعود الى مرحلة ولادة الفكرة او عدم نجاحها تسويقيا .

اما (الصرن ، 2000 : 49-50) فقد اشار الى اربع مراحل لعملية الابداع يعكسها الشكل (

2).



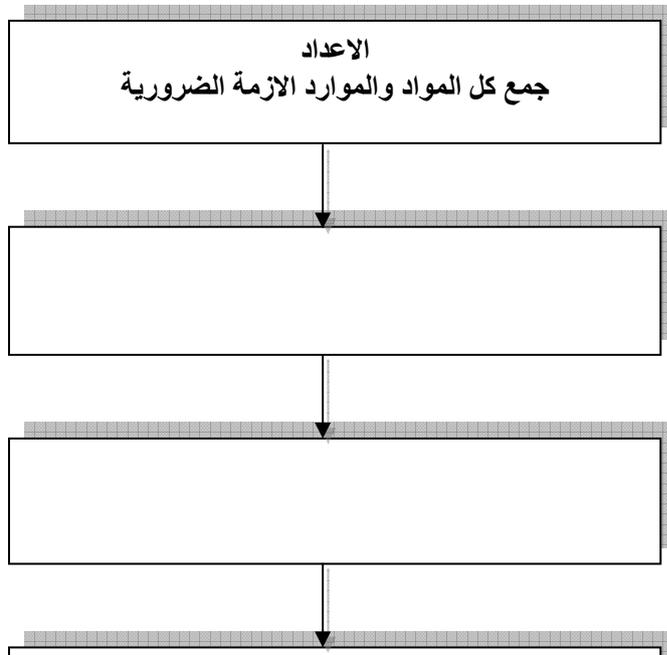
الشكل (2)

المصدر : (الصرن ، 2000 : 50)

ويشير (Schermerhorn et al,2000:402) الى اربع خطوات رئيسة لعملية الابداع وهي :-

- 1- صياغة الفكرة .
- 2- التجريب او الاختبار الاولي .
- 3- تحديد الجدوى الاقتصادية .
- 4- التطبيق النهائي .

وحددت العملية الابداعية بأربع خطوات يحددها الشكل (3) : (التفكير الابداعي 2005:40) .



الشكل (3)

المصدر: (التفكير الابداعي، 2005: 40)

شكل (3)

المصدر: (التفكير الابداعي، 2005)

ومن منظور (Daft, 2001: 358-359) فإن الابداع يتمثل بسلسلة من الخطوات هي:-

1- الافكار (Ideas).

2- الحاجة (Need).

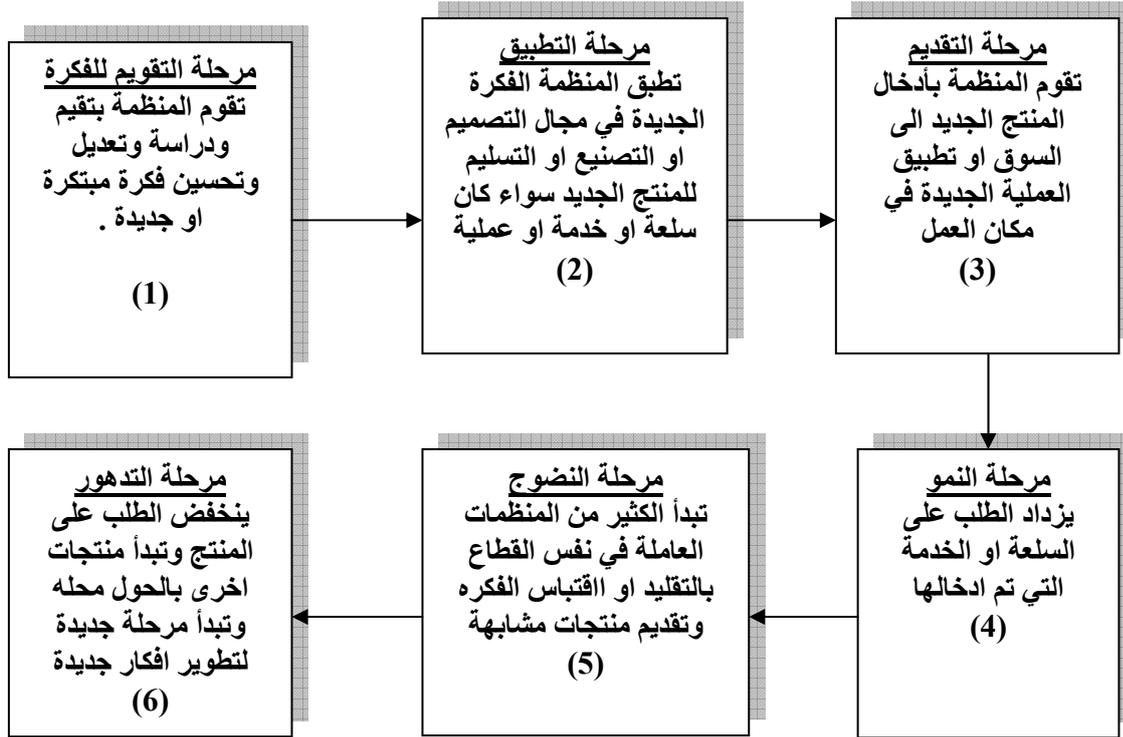
3- التبني (Adoption).

4- التنفيذ (Implementation).

5- الموارد (Resources).

ويتفق الباحثين مع (العامري والغالبي، 2007: 409) على ان مراحل عملية الابداع يمكن أن

تلخص في الشكل التالي :-



الشكل (4)

المصدر : (العامري والغالي 2007: 409)

ويرى الباحثان أن هناك اتفاق بين الباحثين وإن اختلفوا في عدد الخطوات وترتيبها بأن عملية الابداع تبدأ بولادة الفكرة وتنتهي بالتطبيق أو التنفيذ النهائي لها مروراً بمرحلة الحضانة أو التبني.

انواع الابداع المنظمي :-

تعددت تصنيفات الباحثين في مجال السلوك التنظيمي وعلم المنظمة لانواع الابداع المنظمي منطلقين بذلك من منطلقات مختلفة .

فهناك من صنفه وفقاً لاستعمالاته الى نوعين هما :-

1- ابداع المنتج (Product Innovation)، وهو تغيير بالخصائص المادية او الادائية للسلعةوالخدمةالحالية اوانتاج منتجات جديدة تماما(العامري والغالي، 2007 : 410).

2- ابداع العملية (Process Innovation) , وهو تغيير بطرق تصنيع السلع او تقديم الخدمات انتاجا وتوزيعا (العامري والغالي , 2007:410).
وغالبا ما يكون الحد الفاصل بين ابداع المنتج وابداع العملية غير واضح لتداخل لعلاقة بين النوعين (الحسيني, 2007:26) واحتمالية عمل النوعين معا كعلاج الطبيب للمرضى فإنه يستخدم التشخيص (كابداع عملية) وكفاءة الدواء (كابداع منتج) .(الكبيسي,2002:98)

وصنفه اخرون وفقا لمجالاته الى نوعين هما :-

- 1- ابداع اداري (Managerial Innovation) , فهو تغيير في العمليات الادارية والتي بواسطتها يمكن انجاز وتقديم وتسليم الخدمة او السلعة للمستهلكين (العامري والغالي , 2007:410) وتشمل الابداعات الادارية تغيير في هيكل المنظمة وانظمة ووظائف الموارد البشرية والاساليب الادارية (الكبيسي , 2002:98) .
- 2- ابداع تكنولوجي (Technological Innovation) , ويعني تغييرا في المظاهر المادية او الادائية للسلعة او الخدمة او تغييرا في العمليات الانتاجية (العامري والغالي , 2007:410) .
وقد اشار (Daft,2001:370) الى ان الابداع التكنولوجي يختلف عن الابداع الاداري بكون الاخير يحدث اقل تكرر منه .

وقد تم تقسيمه بحسب طبيعة تأثيره الى نوعين هما :-

- 1-الابداع الجذري (Radical Innovation) :- وهو عبارة عن انتاج منتجات بشكل سلع او خدمات جديدة او تكنولوجيا مطورة من قبل المنظمة لتحل محل سلع وخدمات وتكنولوجيا موجودة في القطاع الذي تعمل فيه المنظمة (العامري والغالي , 2007:410) وهذا النوع من الابداع يقدم قفزات اساسية (Major Breakthrough) ، والتي تعمل على احداث تغييرات او ابتكارات في صناعات واسعة (جويدة والجزراوي 2002:187)
وقد اشار (الكبيسي , 2002:98) الى ان الابداع لا يعد جذريا ما لم يحقق بعض او كل الشروط الاتية:-

- اشباع حاجات جديدة .
- اشباع حاجة قائمة للمشتريين ولكن بفاعلية (5) مرات عما اعتاد عليه هؤلاء .
- تخفيض تكاليف الانتاج بنسبة لا تقل عن 30% عن المنافسين .
- تحقيق ارقام مبيعات تفوق المتوقع مرتين على الاقل .

2-الابداع التدريجي (المتزايد) (**Incremental Innovation**) , فهو سلعة او خدمة او تكنولوجيا محسنة عن ما هو موجود ولكن متكرر وبتزايد باستمرار (العامري والغالبي , 410:2007) ويستند على اساس استمرارية التحسين وتوسيع التطبيقات الخاصة بالابداعات الجذرية , وهذا النوع من الابداع يجبر المنظمات على الاستمرار بالتحسينات الخاصة بالمنتج وبذلك تستطيع مواصلة التنافس مع بقية الشركات (جويده والجزراوي , 187:2002) . وقد اطلق بعض الباحثين على النوع الاول بالابداع الكلي او الرئيسي , والنوع الثاني بالابداع الجزئي او الثانوي (الملا , 45:2009) .

وهناك من صنفه وفقا لمصدره الى :

- 1- ابداع داخلي (**Internal Innovation**) ويعبر عن الابداعات التي تتبناها المنظمة ويكون مصدر الافكار فيها من داخل المنظمة كالادارة العليا والعاملين واقسام المنظمة كالبحث والتطوير وغيرها (الحسيني , 26:2007) , (الملا , 45:2009) .
- 2- ابداع خارجي (**External Innovation**) ويتمثل في حصول المنظمة على افكار من مصادر خارجية مثل المنظمات الاخرى التي لها نشاط مماثل او مراكز بحثية وغيرها (الحسيني , 26:2007) , (الملا , 45:2009) .

- وصنف الابداع المنظمي الى نوعين على اساس القرار المتخذ هما :

- ابداع بقرارات فردية تكون صادرة عن الادارة العليا , وابداعات جماعية تكون صادرة بمشاركة اعضاء المنظمة العاملين فيها (الحسيني , 25:2007) , (الملا , 64:2009) .
- وبناء على ما تقدم يجد الباحثان وجهات نظر مختلفة انطلق منها الباحثون لتصنيف الابداع لكنها لاتمثل كافة التصنيفات بل الاهم , وان انتقاء بعضاً منها في الدراسة فقد كان نتيجة التحسس بوجودها في الشركة المبحوثة .

العوامل المؤثرة في الابداع المنظمي :

- هناك مجموعتين من العوامل التي يمكن ان تؤثر على الابداع ,
- فالمجموعة الاولى هي عوامل تساعد على الابداع
- والمجموعة الثانية هي عوامل تعيق الابداع .
- اولاً - العوامل المعززة للابداع :

- لقد اشار اغلب الباحثين الى ان العوامل التي تعزز الابداع في المناخ السائد في المنظمات المبدعة بشكل عام هي (المعموري , 2004 : 48-49)
- 1- يجب ان تعمل المنظمة المبدعة على تقوية الصلة مع المنظمات الاجتماعية .
 - 2- ضرورة اللجوء الى اعتماد التحالفات والاتفاقات المشتركة مع منظمات اخرى كالدخول في مشاريع استثمارية خاصة بالابداع وكذلك اعتماد فرق العمل كاستراتيجية رئيسة ضمن استراتيجية الابداع , وايضا منح الابداع الاسبقية الاولى في اهتمامات المنظمة .
 - 3- الاهتمام بايصال الخبرات التكنولوجية المستحدثة الى منظمات المجتمع من خلال التدريب المستمر .
 - 4- صياغة الانظمة والتعليمات بطريقة مرنة تساعد على الابداع , وكذلك صياغة نظم منافسة داخلية بين تشكيلات المنظمة , للاستفادة من المدى الواسع للافكار التي تقدم مع التركيز على تكريم الخاسرين .
 - 5- زيادة الاتصال الفعال بين العاملين داخل المنظمة.
 - 6- رفع مستوى ووفرة المثبرات التي تساعد على توليد الافكار الجديدة المبدعة , وتشجيع جميع الممارسات الادارية , وتطوير المهارات الخاصة بالابداع .
 - 7- تشجيع المنظمة والعاملين على حضور الندوات المرتبطة بتطوير الافكار المبدعة وتخفيض حالات الغموض البيئي , بأعتماد الكثير من الاليات , ولاسيما ما اطلق عليه (الابداع الجذري) كي يكون مخزنا للمعلومات الخاصة بأدارة الابداع .
 - 8- منح الصلاحيات وتفويضها للاقسام المرتبطة بالمنظمة مما يشجعها على الابداع .
 - 9- مساهمة المنظمة بفاعلية في حل المشكلات الجديدة التي تواجه العاملين .
 - 10- التعامل مع جميع الافكار التي ترد , ولا سيما الجذرية منها وكذلك سعي المنظمة الى اشاعة قيم جديدة وتقبل التغيير وتشجيعه .

ثانيا - العوامل المعيقة للابداع :-

- تعددت آراء الباحثين في تصنيفاتهم لمعوقات الابداع. فقد اشار (موسى.1990: 128-129) الى معوقات متعددة تحول دون ازدهار الابداع وجني الفوائد المتوقعة وعلى النحو الآتي :-
- 1- المقاومة الاجتماعية للافكار الجديدة بسبب تعود افراد المجتمع على التفكير في اطار معين (مقاومة التغيير) .
 - 2- الخوف والقلق من فشل الافكار والاساليب الجديدة وهذا ما يسمى بخوف التفكير .

3- تكون قدرة المنظمة على الابداع في اقل مستوى وقد تكون معدومة اذا كانت خبرة وثقافة القيادة الادارية محدودة واذا كانت تميل الى اللاديمقراطية في التعامل مع الافكار الجديدة التي يتقدم بها العاملون .

4- عدم تقديم الحوافز المادية والمعنوية للمبدعين .

5- عدم توفير المستلزمات والتسهيلات المادية اللازمة للابداع .

6- هناك بعض المجتمعات ترفض المبدعين , وقد تفرض عليهم عقوبات .

اما (العامري والغالبي , 2007:410) فقد حددا أهم معوقات الابداع بالآتي:

1- نقص الموارد المكرسة لعملية الابداع , فعملية الابداع مكلفة من ناحية الموارد المالية والوقت والطاقة .

2- الفشل في ادراك الفرص الواعدة او توليد الافكار الجديدة والتي يمكن ان تطور الى منتجات .

3- مقاومة التغيير , حيث ان الافكار الجديدة عادة ما تجد الكثير من المعارضة وعدم القبول وبالتالي فأن عملية الابداع قد تموت وتندثر مبكرا .

اما على صعيد الفرد فهناك معوقات تنطلق بذات المبدع ومنها (فاضل , 2007 : 63-64)

1- ضعف الثقة بالنفس :- اذ الخوف من الاخفاق وتجنب المخاطرة .

2- الميل للمجاراة :- اذ الامتثال للمعايير السائدة التي تعيق استخدام التخيل والتوقع .

3- الحماس المفرط :- اذ يؤدي الى استعجال النتائج قبل نضوج الحالة .

4- التشبع :- اذ يؤدي الاستغراق الزائد الى نقص الوعي بحوثيات الوضع القائم , وعدم دقة المشاهدات .

5- التفكير النمطي :- وهو التفكير المقيد بالعادة (Habit Thinging Bound) , فأخفاق

الأفراد في الحصول الى الحلول الابداعية يؤدي الى التمسك بالاستعمالات المألوفة للأشياء ,

واستخدم في وصف هذا الميل تعبير " الجمود " أو " الثبات الوظيفي " (Functional

Fixedness) .

تحسين جودة المنتج

مفهوم الجودة Quality Concept

أحدث التطور العلمي والتقني الذي يشهده العالم في القرن الحادي والعشرين على العديد من التغيرات الجذرية في حياة الشعوب , مما أدى بدوره الى تطور مفهوم فلسفة الجودة التي تعد احد الاسبقيات التنافسية التي يسعى لتحقيقها المدير المعاصر في المنظمة . ولقد تطورت مفاهيم الجودة على مدى تقدم العصور , ابتداء من مفهوم جودة المنتج النهائي ووصولاً الى مفهوم جودة المنظمة ككل وتعد الجودة احد الاسبقيات التنافسية التي تسعى لتحقيقها الادارة اليوم في المنظمات وهي سلاح تنافسي مهم تستخدمه المنظمات لجذب الزبائن وتحقيق التميز والريادة في السوق . فكلما الجودة استعملت في اشكال مختلفة من اجل التعبير عن وجهات نظر متباينة حيث لا يوجد تعريف واضح ومحدد لها .

فعرف (Krajewski & Ritzman , 1993 :91) الجودة بأنها القيمة , أي كيف ان المنتج او الخدمة يؤديان هدفهم المقصود .

وأشار (Adam, JR, & Ebert, 1996 : 596) ان الجودة هي موائمة او مطابقة للاستخدام . كما يقترح جوران ان للجودة مفهومين (سعيد , 1997:45) :-

أ- ان الجودة تدل على فكرة التخلص من العيوب , أي ان معدل الاخطاء قليل جدا سواء في التصميم او اعادة العمل (الازدواجية) او تقليل معدلات التفتيش او تخفيض نسبة التلفيات وغيرها .

ب- تعرف الجودة من ناحية صفات وخصائص المنتج , بمعنى ان هناك بعض الصفات والخصائص في السلع او الخدمات تلبي احتياجات الزبون وتوقعاته.

وذكر (Evans, 1997:47) ان جودة المنتج او الخدمة يجب ان تلتقي (او تتفوق على) متطلبات وتوقعات الزبائن . وبين (Krazewski & Ritjman, 1999:215) الجودة في مدى تلبية توقعات الزبون او تجاوزها (التفوق عليها) . وعرف (البكري , 2000:110) الجودة هي قدرة المنتج او خدمه على الوفاء بتوقعات المستهلك او حتى تزيد توقعات المستهلك . وأشارت المنظمة الاوربية للسيطرة النوعية بأن الجودة هي مجموعة خصائص ومميزات منتج او خدمة ذات الصلة بمقدرته على الايفاء بحاجة معينه(العاني والقزاز وكوريل , 2001:7) . وذكرت الجمعية الامريكية للجودة بان الجودة هي مجموع الخصائص والصفات للمنتج او الخدمة التي تؤثر على قابليتها على ارضاء الاحتياجات المحددة او الضمنية (Hizer & Render, 2001:171) . ويرى (Juran) الجودة هي درجة الملائمة للاستخدام (عباس , 2002:193) . وعرف (العزاوي , 2002:18) الجودة هي مجموعة الخصائص الشمولية في السلع والخدمات المؤثرة في تلبية حاجات الزبون الظاهرية والضمنية . وأشار (محسن والنجار , 2004:447) الجودة

بأنها درجة مطابقة السمات والخصائص الكلية للمنتج (سلعة او خدمة) لحاجات الزبون في ظل السعر الملائم والتسليم في الوقت المحدد . وذكر (Stevenson,2005:381) الجودة بأنها قدرة المنتج او الخدمة على مقابلة متطلبات الزبائن وتجاوز (التفوق على) توقعاتهم . ويرى (Crosby,1999) الجودة بأنها المطابقة مع المتطلبات واكد بأنها تنشأ من الوقاية وليس من التصحيح وبأنه يمكن قياس مدى تحقق الجودة من خلال كلف عدم المطابقة (العزاوي 2006:153) . فالجودة تتمثل في المواصفات والاداء الجيد للمنتج والوظيفة التي تقدمها المنظمة للحصول على نوعية عالية لعمليات التصميم والانتاج (اللامي . 2007:75) .

واشار (Schroeder,2007:137) ان الجودة هي مقابلة او تجاوز (التفوق على) متطلبات الزبائن الحالية والمستقبلية . وذكرت المنظمة الدولية (ISO) الجودة بأنها الخصائص الكلية لكيان (نشاط او عملية او السلعة او خدمة او منظمة او نظام او فرد او مزيج منها التي تنعكس في قدرته على اشباع حاجات صريحه او ضمنية) . ويرى Deming (1986) : الجودة يجب ان ترضى حاجات الزبون الحالية والمستقبلية (الطائي وقداة , 2008:29) . ويتضح من التعريفات اعلاه ان الجودة هي عامل النجاح الحاسم للمنظمات لتحقيق اداءها المتميز وتعزيز ميزتها التنافسية واستمرار بقائها ونجاحها في ميادين العمل وذلك لاشباع حاجات ورغبات الزبائن الحالية والمستقبلية .

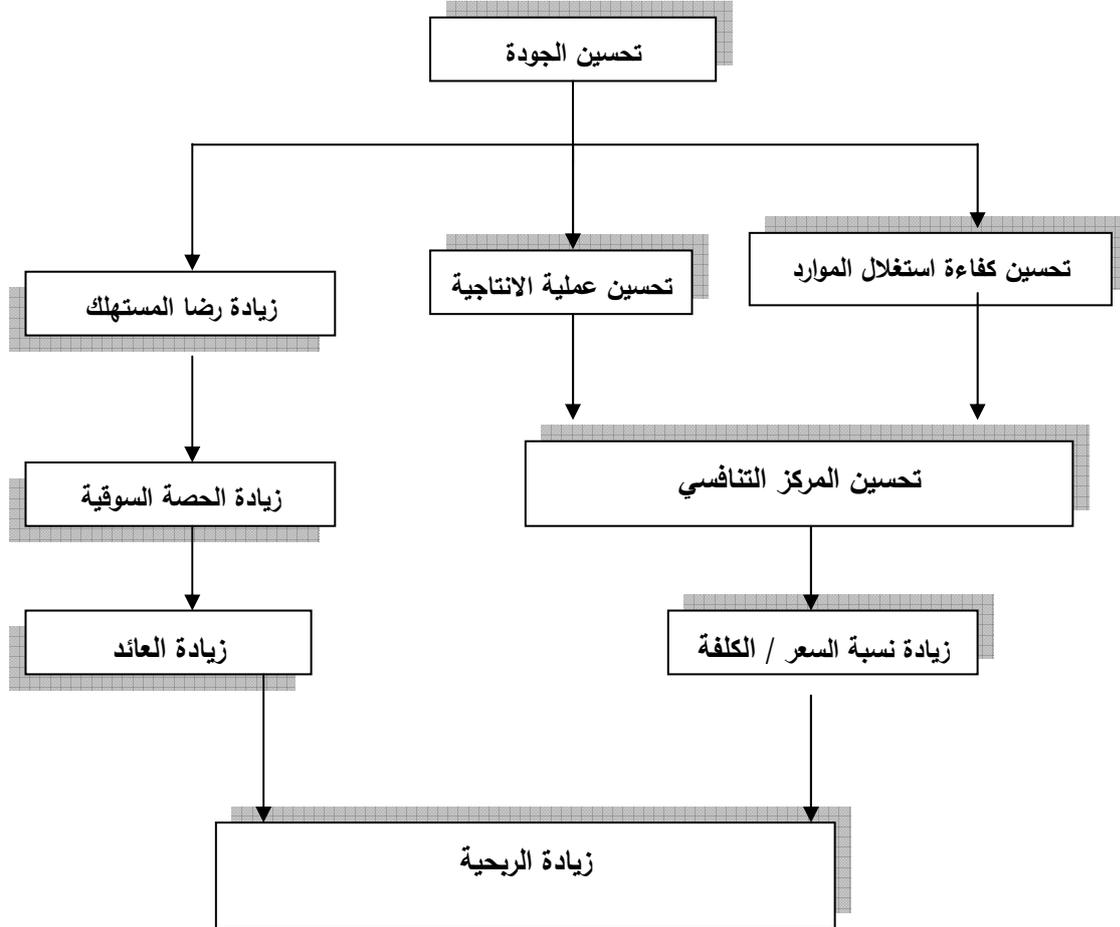
اهمية الجودة Quality Importance :

تعد الجودة اليوم القاسم المشترك لاهتمامات المديرين والمختصين من مهندسين واقتصاديين واداريين في كل انحاء العالم. ان الموقع الاستراتيجي المتقدم الذي وصلت اليه الجودة في منظمات الاعمال المعاصرة, كونها الوسيلة الرئيسية للمنظمات الانتاجية منها بشكل خاص والخدمية بشكل عام, ولا يمكن لاي منظمة صناعية ان تدخل سوق المنافسة الدولية في الوقت الحاضر الا ولديها مستوى مقبول عالميا من الجودة . فالعديد من المنظمات تنتج وتسوق منتجاتها في مختلف ارجاء العالم وتتصارع معظم المنظمات في العالم على الموارد والاسواق وتسعى كل منها الى تحقيق مزايا تنافسية من اجل البقاء. وللجودة متطلبات تنظمها منظمات دولية واقليمية وحكومية وتعد المنظمة الدولية للمواصفات والمقاييس (ISO) احدى اهم المنظمات الدولية في مجال الجودة. ويعد الاهتمام بجودة المنتجات مدخل اساسي للمنظمات لمواجهة التحديات الداخلية والخارجية التي تواجهها. تسعى المنظمات الى الاهتمام بالجودة الى زيادة رضا المستهلك وتعزيز المركز التنافسي للمنظمة من خلال استغلال موارها وتخفيض الكلف

وكما يوضحه الشكل (5)

والذي يتضح منه الاتي (العزاوي , 2002:25) :-

- 1- يؤدي تحسين الجودة الى تحسين كفاءة استغلال الموارد وتحسين كفاءة العملية الانتاجية .
- 2- يؤدي تحسين كفاءة الموارد والعملية الانتاجية الى تحسين المركز التنافسي الى زيادة نسبة السعر / الكلفة .
- 3- يؤدي تحسين الجودة الى زيادة رضا الزبون والى زيادة الحصة السوقية الذي بدوره يؤدي الى زيادة العائد .
- 4- يؤدي زيادة نسبة السعر / الكلفة وزيادة العائد الى زيادة الربحية .



شكل (5)

المصدر: (العزاوي، 2002: 27)

ابعاد الجودة Quality Dimensions

- يتملك المنتج او الخدمة ابعادا (خصائص) متعددة ترتبط بالجودة , وتكون مدركة من قبل الزبون في اشباعها لحاجاته ورغباته الحاضرة والمستقبلية ويتفق الباحثون بأن هناك اختلافا بين ابعاد جودة المنتج وابعاد جودة الخدمة , والاتي ابعاد جودة المنتج والخدمة :-
- 1- ابعاد جودة المنتج : - تمتلك جودة المنتج ثمانية ابعاد وهي :
- أ- الاداء Performance:-الخصائص الرئيسية للمنتج اوالخدمة(Stevenson,2005:386).
- ب- الهيئة/المظهر Appearance\Features:-الخصائص المحسوسة للمنتج وشكله والاحساس به ورونقه (العزاوي , 2006 : 157) .
- ج - المعولية Reliability :- ويعني بها قدرة المنتج على الاداء المرغوب فيه تحت اية ظروف وبدون تكرار الاعطال اكثر من اللازم (اللامي 2008 : 65) .
- ء - القابلية للخدمة Serviceability :- ويقصد بها توفير ادوات احتياطية بالسرعة والنوعية والكفاءة (Evans,1993) , (عباس 2002:199) .
- هـ - المتانة Durability : - العمر التشغيلي للمنتج (Chase & Aquilano & Jacobs , 2001:266) .
- و - المطابقة Conformance :- أي تطابق وتمائل التصميم مع المواصفات ويشمل ذلك عناصر داخلية واخرى خارجية ويمثل التطابق مع المعولية اهمية خاصة اذ ان أي تحسين فيهما يؤدي مباشرة الى ارتفاع في مستوى الجودة . (العاني والقرزاز وكوريل 2001:4) .
- ز - الجمالية Aesthetics : - مثل كيف يبدو المظهر الخارجي للمنتج (محسن والنجار 2004:448) .
- ح - الجودة المدركة Perceived Quality :- التقييم غير المباشر للجودة (Stevenson , 2005 :386) .
- 2- ابعاد جودة الخدمة :-تمتلك جودة الخدمة احدى عشر بعدا وهي :-
- أ- الوقت Time :- السرعة في تسليم الخدمة (Stevenson,2005,387) .
- ب- دقة التسليم Timeless :- التسليم في الموعد المحدد (العزاوي 2006:157) .
- ج- الاتمام Completeness :- مدى اكتمال كافة جوانب الخدمة(الطائي وقداة, 2008:38) .
- د- التعامل Courtesy :- مدى ترحيب العاملين بكل الزبائن اللذين على اتصال معهم (Stevenson,2005:387) .
- هـ - التناسق Consistency :- تسليم جميع الخدمات بنفس النمط للزبون (العزاوي 2006:157) .

- و- سهولة المنال **Convenience** :- امكانية الحصول على الخدمة بسهولة (العزاوي 2002: 22).
- ز- الدقة **Accuracy** :- انجاز الخدمة بصورة صحيحة منذ اول لحظة (العزاوي 2006: 158).
- ح- الاستجابة **Responsiveness** :- استعداد المنظمة لتزويد الخدمة بسرعة ومساعدة الزبائن (Schroeder,2007:140).
- ط- الملموسية **Tangibles** :- مدى توفر شواهد، سهولة مادية، ومعدات، وافراد في المنظمة (Schroeder,2007:140).
- ف- الالهية **Competence** :- مدى توفر المهارات والمعارف والمعدات لتقديم الخدمة (الطائي وقداة , 2008: 38).
- ل- الامان **Security** :- مدى خلو تقديم الخدمة من الاخطار (الطائي وقداة , 2008: 38).

مفهوم تحسين الجودة Quality Improvement Concept

تعد تحسين الجودة عملية مستمرة لمواجهة المنافسين في الاسواق المحلية والعالمية ، مما يتوجب تحديد الاجراءات بهدف الارتقاء بالجودة لتأخذ سياقاً للعاملين في كافة المستويات الادارية في المنظمة . ان اهم عنصر في تحسين الجودة هو اعتقاد الادارة العليا في المنظمة بأن النجاح يتصل اتصالاً مباشراً بالتحسين المستمر للجودة . وأشار (العلي , 2000: 526) ان المقصود بتحسين الجودة هو تحسين مواصفات المنتج وتتم من خلال اعداد خطط او مشاريع تهدف الى اجراء تحسينات محسنة على المنتج او الخدمة .

وذكر (Kuhn,2004) و (Montgomery,2005) تحسين الجودة بأنها تقليل التغيير في العمليات والمنتجات (السوداني, 2007: 57). وان تحسين الجودة يؤدي الى تخفيض الكلف من خلال تحسين الاداء وتقليل الكلف الناتجة عن رداءة المنتجات مما يخفض الكلفة الكلية ويزيد من هامش الربح وتحقيق الولاء الاعمق للزبون وهكذا تسهم الجودة الجيده في تمايز المنظمة من منافسيها (النجار , 2001: 34). ويعد التحسين المستمر عنصراً مهماً لتخفيض الانحرافات بأنواعها (العامة والخاصة) التي تحدث في العملية الانتاجية مما يساعد في الحفاظ على جودة الاداء وزيادة الانتاجية (سعيد , 1997: 94). يعني التحسين المستمر كل من التحسين الاضافي او التقدم المفاجيء في المعرفة والتقنية كجزء من العمليات اليومية وفي جميع وحدات العمل في المنظمة (Evans,1997:59).

ويرى (حاوي والسعد 2005:136) ان التحسين المستمر للجودة يعني :-

أ- الاستجابة لحالات التغيير في المنظمة والبيئة .

ب- التلائم مع حاجات الزبون وتوقعاته وتحقيق الرضا .

ج- عن طريق البحث عن وسائل واساليب جديدة في تحسين العمل وتطويره .

د- بما يضمن التحسين المستمر للجودة .

نستنتج مما سبق ذكره ان تحسين الجودة هو الاستجابة للتغيير في المنظمة والبيئة . بما يسهم في اشباع حاجات وتوقعات الزبائن الحالية والمستقبلية ومواجهة المنافسين في الاسواق المحلية والعالمية . وذكر (Stanton,1997) ان اختلاف برامج تحسين الجودة في المنظمات يفرض على

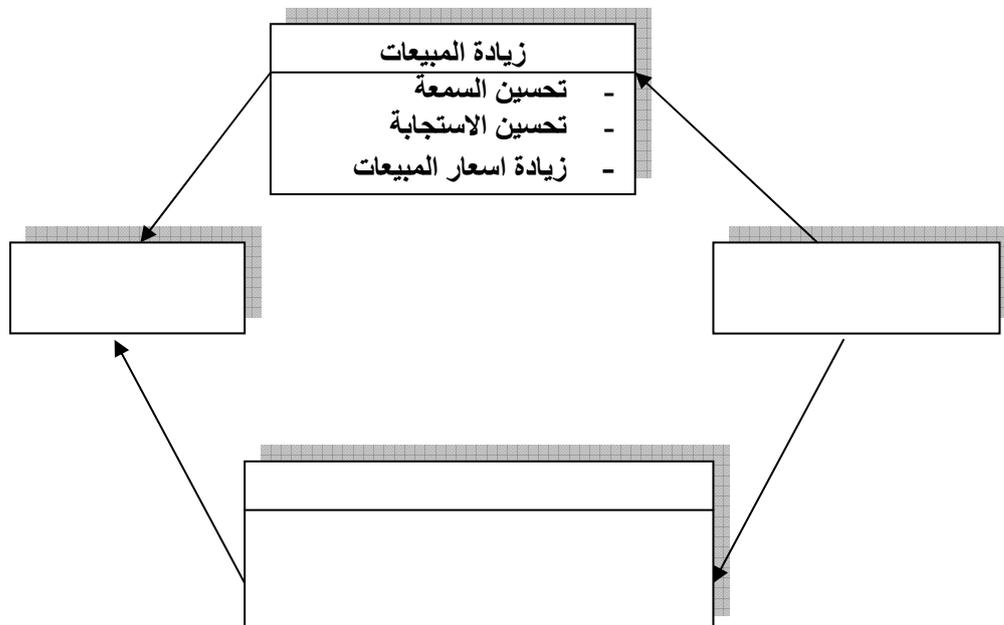
المديرين ان يأخذوا بنظر الاعتبار الملاحظات الاتية (السوداني 2007:57) :-

1- دراسة المنافسين وغير المنافسين لتحديد مستويات الادارة العليا في الانشطة مثل تقليل العيوب والتأخر بالتسليم .

2- الادارة يجب ان تقترب كثيرا من مكان العمل لتكوين بيئة من التنسيق لتحسين الاداء .

وبيين (الزركاني, 2009:70) ان تحسين الجودة في المنظمة يؤدي الى زيادة الايرادات

وتخفيض الكلف وبالتالي الى زيادة الارباح وكما يوضحه الشكل (6)



الشكل (6) زيادة الارباح عن طريق تحسين الجودة .

Source:(Heizer & Rende,2001)

واشار (Deming) ان هناك اربعة عشرة فقرة تعد مستلزمات لتنفيذ تحسين الجودة

(Heizer & Render , 2001 :175):-

- 1- تكوين ثبات الفرص .
- 2- يؤدي الى تشجيع التغيير .
- 3- يبني الجودة في المنتج ويوقف الاعتماد على الفحوصات لايجاد المشاكل .
- 4- يبني علاقات بعيدة الامد اعتمادا على الاداء بدلا من مكافأة الاعمال على اساس السعر.
- 5- التحسين المستمر للمنتج والجودة والخدمة .
- 6- البدء بالتدريب .
- 7- يؤكد على القيادة .
- 8- يزيل الخوف .
- 9- يحطم الحدود بين الاقسام .
- 10- التوقف عن القاء المحاضرات على العمال .
- 11- الدعم والمساعدة والتحسين .
- 12- ازالة حدود التكبر في العمل

- 13- تأسيس برنامج صارم للتعليم والتحسين الذاتي .
14- جعل الجميع في المنظمة يعمل على التحويل (التحول) .

- مداخل التحسين Approaches to improvement :-

يصنف مداخل تحسين الجودة الى مدخلين هما :-

أ- التحسين المتقطع Breakthrough Improvement :- وهو التحسين المستند الى الابداع والذي يفترض بأنه الوسيلة الأساسية للتحسين هو التغيير الدراماتيكي الاساسي في طريقة عمل العمليات , وان تأثير هذه التحسينات سيكون مفاجيء نسبيا , ويمثل خطوة للتغيير في التطبيق , ان مثل هذه التحسينات نادرا ما تكون غير مكلفة , وعادة ما يتطلب استثمارات عالية ويتضمن تغييرا متكررا في المنتج / الخدمة أو التكنولوجيا العمليات (Slack and others , 1998 : 692) .

ب- التحسين المستمر Continuous Improvement :- ان التحسين المستمر , اعتمادا على المفهوم الياباني المسمى (Kaizen) هو فلسفة البحث المستمر عن طرق لتحسين العمليات , يتضمن التحسين المستمر تحديد المقارنات المرجعية للممارسة الممتازة وغرس احساس ملكية الموظف في العملية , كما يمكن ان يركز التحسين المستمر على المشاكل مع الزبائن او المجهزين ان اساس فلسفة التحسين المستمر هو امكانية تحسين كل جانب من العملية , وان الافراد الاكثر ارتباطا بالعملية يكونون في موقع افضل لتحديد التغييرات التي يجب القيام بها . وهناك مجموعة من الخطوات الاساسية التي من شأنها العمل على انجاح هذه الفلسفة وتشمل ما يأتي:-

(Krajewski & Ritzman ,1999 : 218-219) .

- 1- تدريب العاملين في مناهج سيطرة العملية الاحصائية (SPC) والوسائل الاخرى لتحسين الجودة والاداء .
- 2- جعل مناهج (SPC) جانبا طبيعياً من العمليات اليومية .
- 3- بناء فرق العمل واشتراك العاملين .
- 4- الاستفادة من وسائل حل المشاكل ضمن فرق العمل .
- 5- تطوير احساس ملكية العاملين في العملية .

المبحث الثالث : عرض النتائج واختيار فرضيات البحث

اولاً- اختبار علاقات الارتباط بين متغيرات الدراسة :-

تسعى هذه الفقرة الى اختبار العلاقات بين متغيرات نموذج الدراسة الفرضي، للتعرف على مدى قبول او رفض الفرضيات، وقد تم استخدام معامل ارتباط الرتب لـ (Spearman) لتحقيق الهدف المذكور .

1- الفرضية الرئيسية الاولى:- اختبار علاقة الارتباط ما بين الابداع المنظمي وتحسين جودة المنتج : ويلاحظ من الجدول (1) وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية موجبة عند مستوى معنوية (0.01) (بين الابداع المنظمي وتحسين جودة المنتج، وبلغت قيمتها (0.646) للشركة المبحوثة، وهي قيمة عالية تؤثر قوة العلاقة بين المتغيرين .

كما جرى اختبار هذه العلاقة بمقياس (T) وظهرت ان قيمة (T) المحسوبة (4.93) اكبر من قيمة (T) الجدولية (2.7) .

وهذا ما يثبت تحقيق الفرضية والتي تنص على (توجد علاقة ذات دلالة معنوية بين الابداع المنظمي وتحسين جودة المنتج). ويؤكد ان الابداع المنظمي يعمل على تحقيق تحسين جودة المنتج للمنظمة .

جدول (1) يوضح نتائج الارتباط بين الابداع المنظمي وتحسين جودة المنتج

المتغير المستقل	المتغير المعتمد	الارتباط	قيمة (T) المحسوبة	قيمة (T) الجدولية
الابداع المنظمي	تحسين جودة المنتج	0.646**	4.93	2.7

**الارتباط ذات دلالة معنوية عند مستوى معنوية (0.01)، ودرجة حرية (34).

2- الفرضية الفرعية الاولى:- اختبار علاقة الارتباط ما بين الابداع التكنولوجي وتحسين جودة المنتج. ويلاحظ من الجدول (2) وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية موجبة عند مستوى معنوية (0.01) (بين الابداع التكنولوجي وتحسين جودة المنتج، وبلغت (0.573) للشركة المبحوثة، وهي قيمة عالية تؤثر قوة العلاقة بين المتغيرين .

كما جرى اختبار هذه العلاقة بمقياس (t)، وظهرت ان قيمة (t) المحسوبة (4.07) اكبر من قيمة (t) الجدولية (2.7). وهذا ما يثبت تحقق الفرضية والتي تنص على (توجد علاقة ذات دلالة معنوية بين الابداع التكنولوجي وتحسين جودة المنتج)، مما يشير ان الابداع التكنولوجي يؤدي الى تحسين جودة المنتج للمنظمة .

جدول (2) يوضح نتائج الارتباط بين الابداع التكنولوجي وتحسين جودة المنتج

المتغير المستقل	المتغير المعتمد	الارتباط	قيمة (t)	قيمة (t) الجدولية
الابداع التكنولوجي <td>تحسين جودة المنتج <td>0.573</td> <td>4.07</td> <td>2.7</td> </td>	تحسين جودة المنتج <td>0.573</td> <td>4.07</td> <td>2.7</td>	0.573	4.07	2.7

	المحسوبة			
2.7	4.07	**0.573	تحسين جودة المنتج	الابداع التكنولوجي

** الارتباط ذات دلالة معنوية عند مستوى معنوية (0.01)، ودرجة حرية (34).

3- الفرضية الفرعية الثانية :- اختبار علاقة الارتباط ما بين الابداع الاداري وتحسين جودة المنتج. ويلاحظ من الجدول (3) وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية موجبة عند مستوى معنوية (0.01) بين الابداع الاداري وتحسين جودة المنتج، وبلغت قيمتها (0.625) للشركة المبحوثة، وهي قيمة عالية تؤثر قوة العلاقة بين المتغيرين . كما جرى اختبار هذه العلاقة بمقياس (t)، وظهرت ان قيمة (t) المحسوبة (4.66) اكبر من قيمة (t) الجدولية (2.7) . وهذا ما يثبت تحقق الفرضية والتي تنص على (توجد علاقة ذات دلالة معنوية بين الابداع الاداري وتحسين جودة المنتج)، ويدل على ان الابداع الاداري يعمل على تحقيق تحسين جودة المنتج للمنظمة.

جدول (3) يوضح نتائج الارتباط بين الابداع الاداري وتحسين جودة المنتج

المتغير المستقل	المتغير المعتمد	الارتباط	قيمة (t) المحسوبة	قيمة (t) الجدولية
الابداع الاداري	تحسين جودة المنتج	**0.625	4.66	2.7

** الارتباط ذات دلالة معنوية عند مستوى معنوية (0.01)، ودرجة حرية (34) .

ثانياً- تحليل العلاقة التأثيرية للمتغيرات المستقلة في المتغير المعتمد باستخدام الانحدار

البسيط :-

ولغرض تحديد تأثير كل متغير مستقل (X) في المتغير المعتمد (Y) وقياس مستوى معنوية التأثير، تم استخدام الانحدار البسيط لتحقيق ذلك.

4- الفرضية الرئيسة الثانية:-

اختبار العلاقة التأثيرية ما بين الابداع المنظمي وتحسين جودة المنتج :-

ويلاحظ من الجدول (4) الخاص بتوضيح العلاقة التأثيرية بين الابداع المنظمي وتحسين جودة المنتج للشركة المبحوثة، ان العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير المعتمد فهي علاقة ذات تأثير معنوي، لان قيمة (f) المحسوبة (24.367) اكبر من قيمة (f) الجدولية (8.6) وكذلك قيمة (t) المحسوبة (4.936) اكبر من قيمة (t) الجدولية (2.7)، ويتضح من معامل التحديد (R^2) ان الابداع

المنظمي يفسر ويساهم وبنسبة (41.7%) في تحسين جودة المنتج وقد كان انموذج الانحدار البسيط كالاتي:

$$y=0.602+0.646x$$

أي ان زيادة وحدة واحدة في الابداع المنظمي (x) يؤدي الى زيادة مقدار (64.6%) في تحسين جودة المنتج (y)،

علماً ان هذا النموذج مقبول احصائياً بدرجة ثقة (99%)، وهذا ما يثبت تحقق الفرضية والتي تنص على (هناك تأثير ذو دلالة معنوية بين الابداع المنظمي وتحسين جودة المنتج)، ويؤكد على دور الابداع المنظمي في تحسين جودة المنتج للمنظمة.

جدول (4) يوضح نتائج الانحدار البسيط للعلاقة التأثيرية بين الابداع المنظمي وتحسين جودة المنتج

الدلالة	معامل التحديد (R ²)	قيمة (t) المحسوبة	قيمة (f) المحسوبة	الميل الحدي	الحد الثابت	المتغير المعتمد	المتغير المستقل
وجود تأثير ذا دلالة معنوية	%41.7	4.936	24.367	0.646	0.602	تحسين جودة المنتج	الابداع المنظمي

قيمة (f) الجدولية تحت مستوى معنوية (0.01)، ودرجة حرية (34) = (8.6)

قيمة (t) الجدولية = (2.7)

5- الفرضية الفرعية الاولى :- اختبار العلاقات التأثيرية ما بين الابداع التكنولوجي وتحسين جودة المنتج. ويلاحظ من الجدول (5) الخاص بتوضيح العلاقة التأثيرية بين الابداع التكنولوجي وتحسين جودة المنتج للشركة المبحوثة، ان العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير المعتمد فهي علاقة ذات تأثير معنوية، لأن قيمة (f) المحسوبة (16.657) اكبر من قيمة (f) الجدولية (8.6)، وكذلك قيمة (t) المحسوبة (4.081) اكبر من قيمة (t) الجدولية (2.7)، ويتضح من معامل التحديد (R²) ان الابداع التكنولوجي يفسر ويساهم وبنسبة (32.9%) في تحسين جودة المنتج وقد كان نموذج الانحدار البسيط كالاتي :-

$$y = 0.459 + 0.573 x$$

أي ان زيادة وحدة واحدة في الابداع التكنولوجي (x) يؤدي الى زيادة مقدارها (57.3%) في تحسين المنتج (y)، علماً ان هذا النموذج مقبول احصائياً بدرجة ثقة (99%)، وهذا ما يثبت تحقق الفرضية والتي تنص على (هناك تأثير ذو دلالة معنوية بين الابداع التكنولوجي وتحسين جودة المنتج)، أي الابداع التكنولوجي يؤدي الى تحسين جودة المنتج للمنظمة .

جدول (5) يبين نتائج الانحدار البسيط للعلاقة التأثيرية بين الابداع التكنولوجي وتحسين جودة المنتج .

المتغير المستقل	المتغير المعتمد	الحد الثابت	الميل الحدي	قيمة (f) المحسوبة	قيمة (t) المحسوبة	معامل التحديد (R ²)	الدلالة
الابداع التكنولوجي	تحسين جودة المنتج	0.459	0.573	16.657	4.081	32.9%	وجود تأثير ذا دلالة معنوية

قيمة (f) الجدولية تحت مستوى معنوية (0.01)، ودرجة حرية (34) = (8.6)

قيمة (t) الجدولية = (2.7)

6- الفرضية الفرعية الثانية :-

اختبار العلاقة التأثيرية ما بين الابداع الاداري وتحسين جودة المنتج :

يلاحظ من الجدول (6) الخاص بتوضيح العلاقة التأثيرية بين الابداع الاداري وتحسن جودة المنتج للشركة المبحوثة، ان العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير المعتمد فهي علاقة ذات تأثير معنوية، لان قيمة (f) المحسوبة (21.789) اكبر من قيمة (f) الجدولية (8.6)، وكذلك قيمة (t) المحسوبة (4.668) اكبر من قيمة (t) الجدولية (2.7)، ويتضح من معامل التحديد (R²) ان الابداع الاداري يفسر ويساهم وبنسبة (39.1%) في تحسين جودة المنتج وقد كان النموذج الانحدار البسيط كالآتي :-

$$y = 0.582 + 0.625 x$$

أي ان زيادة وحدة واحدة في الابداع الاداري (x) يؤدي الى زيادة مقدارها (62.5%) في تحسين جودة المنتج (y)، علماً ان هذا النموذج مقبول احصائياً بدرجة ثقة (99%)، وهذا ما يثبت تحقق الفرضية والتي تنص على (هناك تأثير ذو دلالة معنوية بين الابداع الاداري وتحسين جودة المنتج) ويؤكد على دور الابداع الاداري في تحسين جودة المنتج للمنظمة .

جدول (6) يبين نتائج الانحدار البسيط للعلاقة التأثيرية بين الابداع الاداري وتحسين جودة المنتج

المتغير المستقل	المتغير المعتمد	الحد الثابت	الميل الحدي	قيمة (f) المحسوبة	قيمة (t) المحسوبة	معامل التحديد	الدلالة
--------------------	--------------------	----------------	-------------	----------------------	----------------------	------------------	---------

	(R ²)						
وجود تأثير ذا دلالة معنوية	%39.1	4.668	21.789	0.625	0.582	تحسين جودة المنتج	الابداع الاداري

قيمة (f) الجدولية تحت مستوى معنوية (0.01)، ودرجة حرية (34) = (8.6)

قيمة (t) الجدولية = (2.7)

المبحث الرابع : الاستنتاجات والتوصيات - الاستنتاجات :-

- 1- يدرك المديرين في الشركة المبحوثة اهمية الابداع المنظمي بنوعيه (التكنولوجي والاداري) لانعكاسهما المباشر على مستوى اداء عملهم واهمية تحسين جودة المنتج في ضوء هذا الادراك ويمكن القول ان سعي اية شركة لتحسين جودة منتجاتها لا بد ان يرافقه اهتمام بالابداع المنظمي .
- 2- لقد بينت النتائج الاحصائية وجود علاقة تأثير احصائية ذات دلالة معنوية بين الابداع المنظمي وتحسين جودة المنتج وهو ما يؤكد من ان الابداع المنظمي يعد عامل ملازم لتحسين جودة المنتج.
- 3- أظهرت نتائج التحليلات الاحصائية وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين الابداع المنظمي وتحسين جودة المنتج وهذا يعني وجود حاجة الى الابداع في تحسين جودة المنتج.

- التوصيات :-

- 1- بما ان الدراسة اظهرت علاقة قوية (تأثير وارتباط) بين الابداع المنظمي وتحسين جودة المنتج يصبح من الضروري اهتمام الشركة عينة الدراسة باستثمار نتائج العملية الابداعية لتصبح قاعدة اساسية تنطلق من خلالها في تحسين جودة منتجاتها.
- 2- العمل على تحسين جودة المنتجات المطروحة للسوق سيما وان السوق المحلية تشهد انفتاح كبير للمنتجات الاجنبية مما يشير الى مواجهة الشركة المبحوثة لتحديات جديدة تتطلب منها تحشيد قدراتها لغرض الاستفادة القصوى من مواردها المتاحة وتقديم الافضل دائماً.

- 3- ضرورة قيام ادارة الشركة المبحوثة باستثمار نتائج العملية الابداعية بشكل جيد ومدروس استثمار جيد من اجل تحسين جودة منتجاتها تدعم مركزها التنافسي ويمكن تحقيق ذلك من خلال الآلية التالية :-
- أ- اجراء عمليات المناقلة والاحلال للعاملين بما يضمن وضع الشخص المناسب في المكان المناسب، أي ممارسة الاثراء الوظيفي لرفع مستويات الخبرة والمهارة والمعرفة .
- ب- الاهتمام بالكفاءات من حملة الشهادات العليا من خلال اسناد المواقع المهمة لهم من اجل الاستفادة من خبراتهم وافكارهم المبدعة.
- ج- زيادة مهمات ومسؤوليات بعض العاملين ممن يتمتعون بمستويات عالية من القدرات الابداعية
- 4- الاهتمام بتعلم وتدريب الموارد البشرية لزيادة فهمها لجودة المنتج وطرائق التحسين من خلال اشراكهم بدورات تدريبية وتطويرية مستمره وحضورهم المؤتمرات والندوات من اجل رفع مستوى الخبرة والمهارة لديهم مع ضرورة التعاون والتنسيق مع الشركات العالمية لايفاد ملاك الشركة الفني اليها .
- 5- تفعيل استخدام شبكة المعلومات (الانترنت) بما يمكن العاملين من الحصول على المعلومات ومعرفة التغيرات التي تحصل في مجال التقدم العلمي لمتغيرات الدراسة.

المصادر :

- المصادر العربية :-

أ - الكتب :

- 1- سعيد , خالد بن سعد عبد العزيز . " ادارة الجودة الشاملة : تطبيقات على القطاع الصحي " . الطبعة الاولى , الرياض , فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية , 1997 .
- 2- العلي , عبد الستار محمد . " ادارة الانتاج والعمليات :- مدخل كمي " . الطبعة الاولى , عمان : دار اوائل للنشر , 2006 .
- 3- البكري , سونيا محمد . " ادارة الانتاج والعمليات :- مدخل النظم " . الدار الجامعية , 2000
- 4- العاني , خليل ابراهيم محمود , والقزاز , اسماعيل ابراهيم , وكوريل , عادل عبد المالك . " ادارة الجودة الشاملة ومتطلبات الايزو 9001:2000 " . الطبعة الاولى , بغداد : مطبعة الاشقر , 2001 .
- 5- العزاوي , محمد عبد الوهاب , " انظمة ادارة الجودة والبيئة ISO 9000 & ISO 14000 " . الطبعة الاولى , عمان : دار وائل للنشر , 2002 .

- 6- التفكير الابداعي، سلسلة الادارة المثلى، الطبعة الاولى، مكتبة لبنان ناشرون، 2005.
- 7-الصرن، رعد حسن، " ادارة الابتكار والابداع:الاسس التكنولوجيا وطرائق التطبيق ".الطبعة الاولى، سلسلة الرضا للمعلومات، 2000.
- 8- الطائي ، رعد عبد الله ، وقداة ، عيسى . " ادارة الجودة الشاملة " . الطبعة العربية ، عمان - الاردن : دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ، 2008 .
- 9-العامري،مهدي محسن، والغالبي، طاهر محسن منصور، " الادارة والاعمال". الطبعة الاولى،دار وائل للنشر، 2007.
- 10-العزاوي ، محمد . " الانتاج وادارة العمليات : منهج كمي تحليلي " الطبعة العربية ، عمان - الاردن : دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع ، 2006 .
- 11-اللامي ، غسان قاسم . " تقنيات ونظم معاصرة في ادارة العمليات " ، مكتبة الجامعة ، الشارقة : اثناء للنشر والتوزيع ، 2008 .
- 12-اللامي ، غسان قاسم داود . " ادارة التكنولوجيا : مفاهيم ومدخل تقنيات تطبيقات عملية " . الطبعة الاولى ، عمان - الاردن : دار المناهج للنشر والتوزيع ، 2007 .
- 13-محسن ،عبد الكريم ، والنجار ، صباح مجيد . " ادارة الانتاج والعمليات " . الطبعة الاولى ، عمان - الاردن : دار وائل للطباعة والنشر ، 2004 .
- 14-موسى، غانم فنجان. "الاتجاهات الحديثة في ادارة الموارد البشرية"1990.

ب - الدوريات :-

- 1- حاوي ، ايمان عسكر ، السعد ، مسلم علاوي . " بناء فريق حلقة الجودة وعلاقته بتحسين الجودة : دراسة حالة في الشركة العامة للصناعات الورقية / المجلد 18 ، العدد 4، 2005 .
- 2- جويده، عدلي رامي، والجزراوي، رعد يوسف، " الابداع في ظل الظروف الاستشارية". مجلة الادارة والاقتصاد،الجامعة المستنصرية،العدد الثامن والثلاثون،2002 .
- 3- عباس ، خميس طلب . " العلاقة بين الانتاجية والجودة وفق فلسفة ادارة الجودة الشاملة " . مجلة الادارة والاقتصاد - الجامعة المستنصرية ، العدد الثامن والثلاثون ، 2002 .
- 4- طالب ،علاء فرحان،"دور المناخ التنظيمي في تحقيق الابداع المنظمي:دراسة ميدانية لعينة من المنظمات المساهمة في حملة الاعمار بعد عام 1991" المجلة العراقية للعلوم الادارية.جامعة كربلاء،المجلد الثاني، العدد السادس 2004.

ج - الرسائل الجامعية :

- 1- النجار , دجلة مهدي محمود . " اثر استراتيجية النمو في تحقيق المزايا التنافسية : دراسة تحليلية في الشركة العامة للصناعات القطنية / معمل حياكة الكوت " . رسالة ماجستير في ادارة الاعمال , كلية الادارة والاقتصاد , الجامعة المستنصرية , 2001 .
- 2- السوداني , اثير عبد الله محمد . " تأثير تصميم العمل في تحسين جودة المنتج : دراسة استطلاعية في الشركة العامة للصناعات الكهريائية " . رسالة ماجستير في الادارة الصناعية , كلية الادارة والاقتصاد , جامعة بغداد , 2007.
- 3- الزركاني , كاظم داود سلمان . " تأثير سلسلة التجهيز في جودة المنتجات . " دراسة حالة لعينة من منتجات الشركة العامة للصناعات القطنية " . رسالة ماجستير في ادارة الاعمال , كلية الادارة والاقتصاد , جامعة بغداد , 2009 .
- 4- الكبسي, صلاح الدين عواد كريم " ادارة المعرفة واثرها في الابداع التنظيمي: دراسة استطلاعية مقارنة لعينة من شركات القطاع الصناعي المختلط" . اطروحة دكتوراه في ادارة الاعمال, كلية الادارة والاقتصاد ,الجامعة المستنصرية,2002.
- 5- المسعودي,محمد اصبح بكال." العلاقة بين مقدرات الابداع الاستراتيجي وسلوكيات القيادة التحويلية واثرها في الميزة التنافسية المستدامة: دراسة تشخيصية تحليلية لاراء عينة من التدريسيين في الكليات الاهلية ببغداد", رسالة ماجستير في ادارة الاعمال, كلية الادارة والاقتصاد ,جامعة بغداد ,2007.
- 6- الملا, حميد علي احمد," العلاقة بين الابداع والتغير التنظيمين وتأثيرهما في فاعلية المنظمة: دراسة تطبيقية لاراء المديرين في شركتي المنصور وابن سينا العامتين". رسالة ماجستير في ادارة الاعمال, كلية الادارة والاقتصاد, جامعة بغداد, 2009 .
- 6- الحسيني,بشرى عباس محمد, "عملية التعلم المنظمي واثرها في الابداع المنظمي:دراسة استطلاعية في كليات الصيدلة ببغداد". رسالة ماجستير في ادارة الاعمال, كلية الادارة والاقتصاد, الجامعة المستنصرية , 2007.
- 7- المعموري, علية جسام محمد ناصر."اثر المناخ التنظيمي في عملية الابداع:دراسة تحليلية في الكليات الاهلية ببغداد". رسالة ماجستير في ادارة الاعمال,كلية الادارة والاقتصاد, جامعة بغداد ,2004.
- 8- الطالبناني, خولة عبد الحميد محمد ."اثر راس المال الفكري في الابداع المنظمي", رسالة ماجستير, كلية الادارة والاقتصاد, جامعة بغداد, 2005.

9- فاضل، فلاح تابه. "العقل الاستراتيجي للقيادات الادارية واثره في ادارة الابداع :دراسة تطبيقية في عينة من كليات الجامعة المستنصرية". رسالة ماجستير في ادارة الاعمال، كلية الادارة والاقتصاد، الجامعة المستنصرية، 2007.

10- محمد، خميس ناصر. "اثر ادارة المعرفة في الابداع والتنافسية:دراسة تشخيصية مقارنة في الشركة العامة للصناعات الجلدية والمركز الوطني للاستشارات والتطوير الادارة"، اطروحة دكتوراه، كلية الادارة والاقتصاد، جامعة بغداد، 2006.

- المصادر الاجنبية :

A-Books

1. Adam , JR , Everett E & Ebert , Ronald J . " Production and operation management : Concepts , Models , and Behavior . " 5th ed, india : Prentice – Hall , 1996 .
2. Chase , Richard B & Aquilano , Nicholas J & Jacobs , F. Robert . " Operations management for competitive Advntage ". U.S.A :Mc Graw – Hill companies , Inc , 2001 .
3. Daft, Richard .L., (2001), "Organization theory and Design " New Yourk "South Western.
4. Evans, James R. " Production \Operation management : Quality , performance , and value ". 5thed ,U.S.A : West publishing company , 1997 .
5. Heizer, Jay & Render, Barry. " Operations management " . 6th ed , U.S.A : Prentice – Hall inc , 2001 .
6. Hill, charles .W. & Jone, Gareth., R., (2001) "Strategic management theory: An Intecrated Approach". 5th , New Yourk.
7. Hitt,M.A.,Ireland,R.D.& Hooskisson,RE.(2001),'Strategic Management Competitiveness and Globalization ",4ed.,Austrlia,South Western.
- 8- Kotler, Philip & Armstrong, Gary., " principles of marketing".8th ed, U.S.A: Prentic, Hall , Inc , 1999.
- 9- Kotler, Philip." Marketing Management". The M.llennium ed , U.S.A: Perntic- Hall,International, 2000 .
- 10-Krajewski , Lee J & Ritzman ,Larry P . " Operations management : Strategy and Analysis " . 3th rd ed , U.S.A : Addison – Wesley publishing company , 1993 .
- 11-Krajewski , Lee J ,& Ritzman , Larry P. " operations management : strategy and Analysis" 5thed , U.S.A : Addison – Wesley Publishing company , inc , 1999.

- 12-Schermer horn , J.r., John, Hunt.J.,& Osborn, R.N.,(2000) " organization Behaior". 7th ed , New Yourk ,John wiley & sons, Inc .
- 13-Schroeder , Roger G . " Operations management : contempovary concepts and cases " . 3thed, U.S.A : The Mc Graw - Hill companies , Inc ,2007 .
- 14-Slack , Nigel & Chambers , Stuart , & Harland , Christine , & Harrison , Alan , & Johnston , Robert . " operation management " . 2th , Great Britain : Pitman Publishing , 1998.
- 15-Stevenson , William J . " Operations management " . 8th , U.S.A : The Mc Graw – Hill companies , Inc , 2005.

ملحق رقم (1)

الجامعة المستنصرية

كلية الإدارة والاقتصاد

م / استبانة

اخي الموظف اختي الموظفة

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته نضع بين ايديكم استبيان الدراسة (الابداع المنظمي وأثره في تحسين جودة المنتج) والتي تسعى من خلالها استطلاع ارائكم حول الفقرات التي تضمنتها نشكر تعاونكم معنا .

مدرس مساعد

سحر احمد كوجي

(239)

مدرس مساعد

بشار محمد خليل

تعليمات وملاحظات عامة :-

- الرجاء وضع علامة () على الخيار الذي تراه مناسباً .
- ليس هناك حاجة لكتابة اسمك على الاستبانة ضماناً لحرية الإجابة .
- نرجوا عدم ترك أي فقرة دون جواب لأن ذلك سيؤدي الى اهمال الاستبانة بكاملها .

القسم الأول :- المعلومات الشخصية :-

1- الجنس :- ذكر انثى

2- العمر :- سنة .

3- الشهادة :-

اعدادية فما دون دبلوم بكالوريوس دبلوم عالي

ماجستير دكتوراه

4- التخصص :- فني اداري

5- سنوات الخدمة الوظيفية :- سنة

6- عدد الدورات التي شاركت بها : داخل القطر خارج القطر

7- المركز الوظيفي :-

(240)

مدير قسم مدير معمل مدير وحدة فرعية
 او مسؤول خط انتاجي

القسم الثاني :- اسئلة الاستبانة

ت	الفقرة	لا اتفق اطلاقا	لا اتفق	بين بين	اتفق تماما
1.	- الابداع التكنولوجي استخدمت تكنولوجيا حديثة لتغيير المخرجات بما يتناسب وحاجة الزبائن				
2.	حصلت الشركة على براءات اختراع ساعدت على تقديم عمل جديد .				
3.	اجرت الشركة تعديلات في اداء العمليات الانتاجية .				
4.	اجرت الشركة تعديلات على تركيبة بعض المواد الاولية التي تدخل في العمل .				
5.	الابداع الاداري اعتمدت الشركة على تطور العمل بما يخدم المتغيرات الجديدة .				
6.	استعملت الشركة بدائل محلية للمواد الاولية التي تدخل في العمل .				
7.	قامت الشركة بتهيئة مخرجات عمل تتناسب وحاجة الزبائن .				
8.	اتبعت الشركة سياسات جديدة في ادارة مواردها البشرية .				
9.	ادخلت الشركة نظم معلومات ادارية حديثة في العمل .				
10.	ادخلت الشركة الانظمة الحاسوبية في العمليات الادارية .				
11.	تحسين جودة المنتج تتفوق منتجات الشركة على منتجات المنافسين في ادائها .				
12.	تختبر الشركة قدرة منتجاتها على الأداء الجيد .				
13.	يفضل الزبائن منتجات شركتنا لادائها عالي الجودة .				
14.	منتجات شركتنا على درجة عالية من الثقة عند الاستخدام .				
15.	يمكن الاعتماد على منتجات الشركة كونها تؤدي الوظائف المطلوبة منها .				
16.	احتمال عدم كفاءة منتجات الشركة ضئيل جدا .				
17.	تمتلك ادارة الشركة مواصفات مصنعية خاصة بها طورت في ضوء تجربتها بالعمل .				

					18. تعتمد ادارة الشركة سياسات واضحة لجعل المنتج مطابق للمواصفات.
					19. تسعى الشركة لتأهيل خطوطها لتقديم منتجات مطابقة للمواصفات العالمية
					20. تولي ادارة الشركة اهتماما بانتاج منتج متميز يثير الجذب والانتباه .
					21. هناك ارتياح للمظهر الخارجي الذي تتمتع به منتجات الشركة.
					22. التصاميم التي تعتمدها الشركة تراعي الموضة الجديدة.
					23. يمكن استخدام منتجات الشركة لفترة طويلة من الزمن .
					24. منتجات الشركة لها قدرة عالية على تحمل المؤثرات الخارجية .
					25. منتجات الشركة لها قدرة على تحمل الاستخدام الخاطيء.
					26. تقدم الشركة خدمات مابعد البيع
					27. تتميز منتجات الشركة بسهولة تصليحها .
					28. تلتزم ادارة الشركة باعداد وتنفيذ جداول تسليم دقيقة .
					29. تعتمد ادارة الشركة منهاج تدريبي يمنح العاملين وعي عام عن الجودة.
					30. تقوم ادارة الشركة بدعوة خبراء عالميين وعقد ندوات وحلقات دراسية للعاملين في الشركة التي ترمي الى تطوير قدراتها وامكانياتها في مجال الجودة .
					31. تواجه ادارة الشركة العاملين الى مخاطر الاهتمام بالكمية على حساب النوعية .

.....

.....

.....