



كلية العلوم الاقتصادية، العلوم التجارية وعلوم التسيير

قسم: علوم التسيير الرقم التسلسلي:/ 2018

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي (ل م د)

دفعلة: 2018

الميدان: علوم اقتصادية، علوم تجارية وعلوم التسيير

الشعبة: علوم التسيير

التخصص: إدارة أعمال

أثر الإبداع والإبتكار على جودة المنتجات

دراسة حالة: شركة السلام إلكترونيكس - تبسة

من إعداد الطالبتين: تحت إشراف الأستاذة

- وداد بن قيراط

✓ أحلام رمضاني

✓ مروؤة مشري

نوقشت أمام اللجنة المكونة من الأساتذة:

| الاسم واللقب | الرتبة العلمية | الصفة |
|---------------|------------------|--------------|
| عمر جنينة | أستاذ محاضر - أ- | رئيسا |
| وداد بن قيراط | أستاذ مساعد - أ- | مشرفا ومقررا |
| صالح محرز | أستاذ محاضر - ب- | عضوا مناقشا |

شكر وعرفان

تقدم بالشكر الجزيل لكل من قدم لنا يد المساعدة من قريب أو بعيد، ولكل من

أسدى لنا النصيح والمشورة في هذا العمل.

ونخص بالذكر الأستاذة المشرفة "بن قيراط ووداد" على الجهود المبذولة ونصائحها

القيمة وعلى تعاونها التام من أجل إتمام هذه المذكرة.

كل التقدير والاحترام للجنة المناقشة: الذين بتصويباتهم واقتراحاتهم سيتم عملنا.

الشكر والعرفان إلى كل من أشعل شمعة في دروب العلم إلى: كل أساتذة كلية

العلوم الإقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير وخاصة قسم علوم التسيير.

وإلى كل عمال جامعة العربي التبسي - تبسة -

إلى كل عمال وموظفي منظمة السلام إلكترونيكس - تبسة - وعلى مرأسهم

"صبرينة ونركباء".

كما نشكر كل من قدم لنا يد العون ولو بكلمة طيبة

الإهداء

اللهم انفعنا بما علمتنا، وعلمنا ما ينفعنا وزدنا علما

لابد لنا ونحن نخطو خطواتنا الأخيرة في الحياة الجامعية من وقفة إلى أعوام قضيناها في رحاب الجامعة مع أساتذتنا الكرام الذين قدموا لنا الكثير باذلين بذلك جهودا كبيرة في بناء جيل الغد لتبعث الأمة من جديد. ..

إلى الذين مهدوا لنا طريق العلم والمعرفة.....

إلى جميع أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية ونختص بالذكر الأستاذة الفاضلة المشرفة وداد بن قيراط ، أستاذة عثمان عثمانية ، إلى أستاذنا جينية الذي عودنا على تعلم اللغة الأجنبية ، إلى أستاذنا حناشي ، ومحرز

ونتقدم بالإهداء هذا العمل المتواضع إلى والدينا الكرام والى كافة دفعة 2018/2017 للإدارة الأعمال

وفي الأخير نهدي هذا العمل المتواضع إلى العاملين بمنظمة السلام الكترونيكس وبالأخص زكرياء ، صبرينة

فہر س الحرفیات

الفهرس العام

| الصفحة | المحتوى |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|
| - | شكر و عرفان |
| - | الإهداء |
| I | الفهرس العام |
| III | فهرس الجداول |
| VI | فهرس الأشكال |
| V | فهرس الملاحق |
| أ-هـ | مقدمة |
| الفصل الأول: الإطار النظري للجودة، الإبداع و الابتكار | |
| 02 | تمهيد |
| 03 | المبحث الأول: أساسيات حول الجودة، الإبداع والابتكار |
| 03 | المطلب الأول: ماهية الجودة وأبعادها، تكاليفها |
| 15 | المطلب الثاني: مفهوم الإبداع والابتكار ومعوقتهما |
| 29 | المطلب الثالث: الإبداع، الابتكار وجودة المنتجات |
| 31 | المبحث الثاني: الدراسات السابقة حول الإبداع، الابتكار والجودة |
| 31 | المطلب الأول: الدراسات العربية |
| 35 | المطلب الثاني: الدراسات الأجنبية |
| 39 | المطلب الثالث: الاختلاف بين الدراسات السابقة والدراسات الحالية |
| 42 | خلاصة الفصل |
| الفصل الثاني: انعكاس الإبداع والابتكار على جودة المنتجات في منظمة السلام إلكترونيكس -تبسة- | |
| 44 | تمهيد |
| 45 | المبحث الأول: منهجية الدراسة الميدانية |
| 46 | المطلب الأول: تقديم منظمة السلام إلكترونيكس تبسة |
| 52 | المطلب الثاني: الجودة والإبداع والابتكار في منظمة السلام إلكترونيكس |
| 57 | المطلب الثالث: مجتمع، عينة وأدوات الدراسة |
| 60 | المبحث الثاني: تحليل البيانات المتعلقة بجودة المنتجات و إختبار الفرضيات |

فهرس المحتويات

| | |
|----|-----------------------------------------------------------------|
| 60 | المطلب الأول : نموذج، ثبات وصدق أداة الدراسة |
| 65 | المطلب الثاني: تحليل البيانات الشخصية، الإبداع والابتكار |
| 71 | المطلب الثالث: تحليل البيانات المتعلقة بالجودة واختبار الفرضيات |
| 83 | خلاصة الفصل |
| 85 | الخاتمة |
| 88 | قائمة المراجع |
| 96 | الملاحق |

فهرس الجداول

| الصفحة | البيان | الرقم |
|--------|-----------------------------------------------------|-------|
| 13 | أنواع تكاليف الجودة وأخطاء التطبيق | 1-1 |
| 26 | مقارنة بين الإبداع والابتكار | 2-1 |
| 47 | تفرعات المصنع | 1-2 |
| 58 | عينة الدراسة | 2-2 |
| 63 | طول خلايا مقياس ليكارت الخماسي | 3-2 |
| 64 | مقاييس الاستبيان | 4-2 |
| 64 | اختبار ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبيان | 5-2 |
| 65 | توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا لمتغير الجنس | 6-2 |
| 66 | توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا للعمر | 7-2 |
| 66 | يبين توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا للمؤهل العلمي | 8-2 |
| 67 | توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا لسنوات الخبرة | 9-2 |
| 67 | توزيع أفراد مجتمع الدراسة وفق متغير الوظيفة الحالية | 10-2 |
| 68 | إجابة أفراد عينة الدراسة على الابتكار | 11-2 |
| 70 | إجابة أفراد عينة الدراسة على الإبداع | 12-2 |
| 71 | إجابة أفراد عينة الدراسة على أبعاد الجودة | 13-2 |
| 74 | نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الأولى | 14-2 |
| 75 | نتائج اختبار الفرضية الفرعية الأولى | 15-2 |
| 76 | نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثانية | 16-2 |
| 77 | نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثالثة | 17-2 |
| 78 | نتائج اختبار الفرضية الرئيسية | 18-2 |
| 79 | نتائج اختبار الفرضية الفرعية الأولى لمتغير الإبداع | 19-2 |
| 80 | نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثانية | 20-2 |
| 81 | نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثالثة | 21-2 |
| 82 | نتائج اختبار الفرضية الفرعية الرابعة | 22-2 |

فهرس الأشكال

| الصفحة | البيان | الرقم |
|--------|------------------------------------------------|-------|
| 07 | تطور مفهوم الجودة | 1-1 |
| 10 | أهداف الجودة | 2-1 |
| 22 | مفهوم الابتكار-الأول إلى الفكرة، المنتج والسوق | 3-1 |
| 28 | معوقات الإبداع | 4-1 |
| 49 | الميكال التنظيمي لمنظمة السلام الكترولنيكس | 1-2 |
| 53 | تعريف الجودة في منظمة السلام الكترولنيك | 2-2 |
| 61 | نموذج الدراسة | 3-2 |

فهرس الملاحق

| الصفحة | البيان | الرقم |
|--------|-------------------------------------------------------|-------|
| 96 | حصول المنظمة على شهادة الإيزو 9001 | 1 |
| 97 | أهم منتجات منظمة السلام إلكترونيكس | 02 |
| 99 | الإستبيان | 03 |
| 105 | نتائج spss لمحور الإبداع والإبتكار ومحور أبعاد الجودة | 04 |
| 108 | قائمة المحكمين | 05 |



تشهد الساحة العالمية تغيرات جذرية تركز أثارها الاقتصادية على العالم بصفة عامة وعلى المنظمات الاقتصادية بشكل خاص، حيث أصبح نظام أي منظمة يتميز بحركته السريعة التي تتابع فيها التغيرات بمعدلات سريعة مما للمنظمات تتخذ الترتيبات اللازمة لمواجهة مثل هذه التحديات ومن ثم تدعيم قدرتها التنافسية .

بمعنى آخر من أجل الصمود في سوق المنافسة العالمي توجهت مختلف المنظمات لتبني مدخل الجودة لتدعيم قدراتها التنافسية، حيث لم تعد الجودة في الوقت المعاصر تعني ببساطة إنتاج منتجات أفضل بدرجة كبيرة من نظيرتها المتاحة وإنما تعني رضا الزبائن عن المنتجات التي تقدمها لهم ، وبذلك تكون المنظمة في موقف مميز يبين أنها توظف إمكانياتها لمنتجات ذات جودة عالية وبسعر مناسب وأنها تفي بمتطلبات الزبائن في الأسواق المحلية أو الدولية.

كما أن تشابه وتنوع المنتجات وكذا الحاجات والسرعة في تغيرها، جعل بالمنظمات تدرك أهمية الابتكار والإبداع ودورهما كعمليات منظمة وممنهجة في الحصول على منتجات وتقنيات حديثة وأساليب جديدة تحقق للمنظمة ميزة تنافسية.

ومن هنا يحتم على أي منظمات أن تهتم بكل من الإبداع والابتكار وتحسين جودة منتجاتها حتى تسطي عان تبقى وتواكب العصرية في ظل بيئة الأعمال المتغيرة .

أولا : إشكالية البحث

تعرف منظمات الدول النامية نوعا من التأخر في مواكبة العصرية وإدماج كل من الإبداع والابتكار في شتى الميادين ، حيث ينطبق هذا الشيء على المنظمات الجزائرية التي تعاني من التأخر في مجال الإبداع والابتكار، وعلى غرار ذلك البحث عن سبل لتحقيق جودة عالية في المنتجات بإدخال الإبداع والابتكار كمصدران في نشاطات أي منظمة مهما كان نشاطها . وعلية يمكن طرح إشكالية الدراسة في الأسئلة الرئيسية التالية :

– السؤال الرئيسي الأول : إلى أي مدى يؤثر الابتكار على جودة المنتجات في منظمة السلام إلكترونيكس؟

للإجابة على السؤال الرئيسي يمكن تقسيمه إلى الأسئلة الجزئية التالية:

- ما مدى تأثير الإبتكار الإداري على جودة المنتجات على منظمة السلام؟
- ما مدى تأثير الابتكار التقني على جودة المنتجات في منظمة السلام الكرونيكس؟
- ما مدى تأثير الابتكار الإضافي على جودة المنتجات في منظمة السلام الكرونيكس؟
- السؤال الرئيسي الثاني: إلى أي مدى يؤثر الإبداع في جودة المنتجات في منظمة السلام الكرونيكس؟

وللايجابية على السؤال الرئيسي يجب الايجابية على الأسئلة الآتية :

- ما مدى تأثير الإبداع التكنولوجي على جودة المنتجات في منظمة السلام الكترونيكس ؟
- ما مدى تأثير الإبداع التنظيمي وجودة المنتجات في منظمة السلام الكترونيكس ؟
- ما مدى تأثير الإبداع في الخدمة وجودة المنتجات في منظمة السلام الكترونيكس ؟
- ما مدى تأثير الإبداع في مجال التسويق وجودة المنتجات في منظمة السلام الكترونيكس ؟

ثانيا: فرضيات البحث

من اجل الاجابة على الأسئلة الرئيسية والأسئلة الجزئية تم صياغة الفرضيات الآتية:

- الفرضية الرئيسية الأولى: والتي تنص على:

- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الابتكار وجودة المنتجات في منظمة السلام إلكترونيكس -
تبسة-. وللإجابة على الفرضية الرئيسية الأولى تم تجزئتها إلى فرضيات فرعية كما يلي :
- الفرضية الفرعية الأولى: والتي تنص على:

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الابتكار الإداري وجودة المنتجات في منظمة السلام إلكترونيكس -تبسة-

- الفرضية الفرعية الثانية: والتي تنص على:

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الابتكار التقني وجودة المنتجات في منظمة السلام إلكترونيكس -تبسة-

- الفرضية الفرعية الثالثة: والتي تنص على:

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الابتكار الإضافي وجودة المنتجات في منظمة السلام إلكترونيكس -تبسة-.

- الفرضية الرئيسية الثانية: والتي تنص على:

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإبداع وجودة المنتجات في منظمة السلام إلكترونيكس -تبسة-. أما بالنسبة لهته الفرضية تم تجزئتها إلى الفرضيات الفرعية الآتية:

- الفرضية الفرعية الأولى: سيتم اختبار الفرضية الآتية:

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإبداع التكنولوجي وجودة المنتجات في منظمة السلام إلكترونيكس -تبسة-

- الفرضية الفرعية الثانية: والتي تنص على

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإبداع التنظيمي وجودة المنتجات في منظمة السلام إلكترونيكس -تبسة-

- الفرضية الفرعية الثالثة: والتي تنص على

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإبداع في الخدمة وجودة المنتجات في منظمة السلام إلكترونيكس -تبسة-

- الفرضية الفرعية الرابعة : والتي تنص على

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإبداع في مجال التسويق وجودة المنتجات في منظمة السلام إلكترونيكس -تبسة-.

ثالثا : أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى:

- 1- توضيح مختلف المفاهيم الأساسية التي تتعلق بكل من الإبداع، الابتكار، جودة المنتجات؛
- 2- إبراز أهمية تأثير الإبداع والابتكار على جودة المنتجات؛
- 3- تسليط الضوء على مفهوم وأبعاد جودة المنتجات؛
- 4- محاولة التعرف على واقع الابتكار والإبداع، جودة المنتجات في منظمة السلام إلكترونيكس لولاية تبسة؛
- 5- تسليط الضوء على تأثير الإبداع والابتكار على جودة المنتجات في منظمة السلام إلكترونيكس تبسة.

رابعا: أهمية البحث

تنبع أهمية البحث من الاعتبارات الآتية:

- 1- الاهتمام المتزايد بالجودة لأنها تنظر في متطلبات الزبائن وتشبع رغباتهم؛
- 2- التطورات والتقدمات الهائلة في بيئة الأعمال الحالية يحتم على المنظمات إدماج الإبداع والابتكار اللذان يعتبران مصدر الثروة لأي منظمة ترغب في الاستمرار والبقاء؛
- 3- إبراز أهمية الإبداع والابتكار وتأثيرهما على جودة المنتجات.

خامسا : مبررات اختيار الموضوع

من أهم الأسباب التي تم الاعتماد عليها للاختيار الموضوع هي اعتبارات موضوعية وأخرى ذاتية ومن بينها مايلي:

- 1- موائمة الموضوع مع التغيرات الحاصلة في بيئة الأعمال الحالية التي تمتاز بالتجديد والتغير؛
- 2- موائمة الموضوع مع التخصص؛
- 3- ميول شخصي للموضوع، ومحاولة إثرائه .

سادسا: صعوبات الدراسة

من أهم الصعوبات التي واجهتنا في البحث:

- المعلومات المتعلقة بالإبداع و الابتكار وعدم إعطاؤها لنا من طرف المنظمة؛
- ندرة المراجع التي تربط بين متغيرات الدراسة الجودة، الإبداع و الإبتكار؛

سابعاً: منهج الدراسة

نظرا لطبيعة الموضوع ولصبوا إلى أهدافه والبلوغ إلى النتائج المرجوة لدراسة، والمضي وفق المنهج العلمي الصحيح ومحدد، وبما أن الدراسة تنفرع إلى شقين، شق نظري وأخر تطبيقي، فتم استخدام المنهج الوصفي في الجانب النظري ولتوضيح المفاهيم المتعلقة بالإبداع والابتكار وجودة المنتجات والعلاقة بينهما. أما في الجانب التطبيقي تم الاعتماد على منهج دراسة الحالة ، وباستخدام الاستبيان موجه إلى الإطارات العاملين في منظمة السلام الكترولنيكس لولاية تبسة لدراسة واقع الإبداع والابتكار وجودة المنتجات في المنظمة.

ثامنا: حدود الدراسة

- 1- الحدود الزمانية: تم إعداد الدراسة الميدانية خلال الفترة الممتدة من 2018/01/28 إلى 2018/05/03
- 2- الحدود المكانية : اقتصرته هته الدراسة على منظمة السلام الكترولنيكس – تبسة-
- 3- الحدود الموضوعية : يعتبر الإبداع والابتكار، جودة المنتجات من المواضيع التي لقيت اهتمام واسع، وبناءا عليه تم التركيز عليهم في الدراسة .

تاسعا: هيكل الدراسة

لمعالجة إشكالية البحث تم الاعتماد على فصلين أولهما نظر والآخر تطبيقي، حيث ضم الفصل الأول مبحثين، المبحث الأول تم التعرف فيه على الأساسيات المتعلقة بالجودة والإبداع والابتكار، تم تخصيص المطلب الأول فيه للجودة وكان يحمل في طياته التعريف بالجودة ونشأتها وأهميتها بالنسبة للمنظمة وللزبون. كما تم التعرف عن أهداف الجودة وفي آخره توضيح أنواع التكاليف المتعلقة بالجودة من بينها تكاليف الوقاية وتكاليف الأداء والتقدم، بالإضافة إلى تكلفتي الفشل الداخلي والخارجي، ويليه التعرف على أبعاد الجودة المتمثلة في الأداء مظهر المطابقة والصلاحية والخدمات المقدمة والاستجابة. أما بالنسبة للمطلب الثاني تضمن تعريف كل من الإبداع والابتكار، والتعرف على المصطلحات المتداخلة معهم كاتم التعرف على أنواع كل منهما وفي آخر المطلب تم الوقوف على المعوقات التي تقف أمام كل منهما . في حين المطلب الأخير تم عرض فيه أهم الواجهات التي تدل على انه يوجد علاقة بين الجودة، الإبداع والابتكار. أما المبحث الثاني تناول الدراسات السابقة سواء الدراسات العربية والأجنبية، وفي آخر هذا المبحث تم توضيح الاختلافات بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية .

أما الفصل الثاني تضمن مبحثين، اهتم المبحث الأول بالتعرف بالمنظمة محل الدراسة من حيث نشأتها وتطورها كما درس واقع الإبداع والابتكار وجودة المنتجات في منظمة السلام الكرتونيكس. كما تم تحديد عينة وأداة الدراسة في هذا المبحث. بينما المبحث الثاني تم تقسيمه من حيث صدق وثبات أداة الدراسة كما تضمن تحليل البيانات المتعلقة بالبيانات الشخصية بدراسة كل من الابتكار والإبداع كمتغيرين مستقلين. أما بالنسبة للمطلب الأخير ضم تحليل البيانات المتعلقة بالجودة كمتغير تابع واختبار فرضيات الدراسة.

الفصل الأول:

الإطار النظري للجودة، الإبداع والابتكار

تمهيد

شهد موضوع الجودة اهتماما وتطورا واسعا ويعود ذلك إلى عوامل عديدة لعل من أبرزها اشتداد المنافسة في بيئة الأعمال الحالية. فكان اتجاه منظمات الأعمال للخروج من دائرة المنافسة السعرية الحادة بالاتجاه للتميز من خلال الجودة التي تعتبر من المناهج الحديثة في منظمات الأعمال، لان تطبيقها حظي بانتشار واسعا في كل المجالات ، حتى تستطيع المنظمة أن تكون قادرة على مواصلة تطوير منتجاتها ومواجهة تحديات المنافسة وتضمن استمرارها في بيئة الأعمال، لجأت المنظمات إلى إدراج الإبداع والابتكار اللذان يعتبران لب التجديد والتميز حيث أصبح لا غنى عنهما في أية منظمة تطمح في الحصول على ولاء زبائنها وتم تقسيم هذا الفصل إلى:

المبحث الأول: أساسيات حول الجودة، الإبداع و الإبتكار؛

المبحث الثاني: الدراسات السابقة

المبحث الأول: أساسيات حول الجودة، الإبداع و الإبتكار

يعتبر الإبداع والابتكار من أهم الوسائل التي تعتمد عليها المنظمات في بيئة الأعمال الحالية التي تمتاز بالتغيير والتعقيد، في نفس الوقت للحفاظ على استمراريته وبقائها على المدى الطويل، في حين أن الجودة تسعى لتلبية متطلبات الزبائن وحاجاتهم شديدة التغيير هي الأخرى.

المطلب الأول: ماهية الجودة وأبعادها، تكاليفها

لقد استحوذت الجودة على اهتمام واسع من قبل العديد من الباحثين والمفكرين والممارسين لما لها من دور في تحقيق النجاح لمنظمات الأعمال، لما تحققه من منافع في تحسين سمعة المنظمة وزيادة حصتها السوقية ومن ثم كسب رضا الزبائن بالإضافة إلى زيادة الأرباح.

أولاً: مفهوم الجودة

يرجع أصل الجودة إلى المصطلح اللاتيني *qualitas* الذي تعني طبيعة الشيء¹، كانت قديماً تعني الدقة والإتقان لكن مع تطور علم الإدارة وظهور المؤسسات الكبرى وزيادة حدة المنافسة كل هذا أدى إلى تطور مفهوم الجودة التي أصبحت ذات أبعاد ومعاني².

كما يعرف معجم ابن منظور الجودة بأنها: " فالجودة من أجاد أي أتى بالجيد، والجيد: نقيض الرديء، وجاد الشيء بمعنى صار جيداً"³.

أما ديمينج Deming يعرف الجودة بأنها "ملائمة المنتج للعرض"⁴. من خلال هذا التعريف يتضح أن الجودة هي التي تخدم التوليفة الفعالة عن طريق عرض المنتج في السوق بما يتواءم ومتطلبات الزبائن ونظرتهم للمنتجات. كما أن هذا التعريف يدل على أن المنتج عالي الجودة يبيع نفسه وهذا الأسلوب يعتمد على الزبائن الذين يختارون المنتجات المتوفرة في الأسواق والتي يكون سعرها مناسب لهم أياً كانت وبالتالي فإنه ينبغي على المنظمات عرض المنتجات في السوق وفقاً لحاجات ورغبات الزبائن.

¹-Salami Fayrouz , «Condition Et Modes D'implication Des Ressources Humaines Dans Un Système De Management De La Qualité », mémoire en doctorat en management des organisations,"faculte sciences économique,science commerciales et sciences de Gestion,université Abou belkaid Tlemcen Algérie,2015 - 2016,p :04.

²- مأمون الدرادكة وطارق شلي ، "إدارة الجودة في المنظمات المعاصرة" ، دار الصفاء لنشر والتوزيع ، عمان ، 2002، ص ص: 15-16.

³- سوسن شاكر مجيد ،محمد عواد الزيادات ،"إدارة الجودة الشاملة "تطبيقات في الصناعة والتعليم" ، دار الصفا لنشر والتوزيع ، عمان،2008، ص: 15.

⁴- قاسم نايف علون ، "إدارة الجودة الشاملة ومتطلبات الأيزو 9001-2000" ، الطبعة الثانية ، دار الثقافة لنشر والتوزيع ، عمان ، 2009، ص: 23.

كما يرى جوران Juran الجودة على أنها "مدى ملائمة المنتج للاستخدام"¹. أما من هذا التعريف يتضح أن جودة المنتج تتجلى في صلابته أو ليونته أو نعومته، هذه الأشياء يقدرها الزبون من جراء استعماله هذا المنتج لأنه الوحيد الذي يقدر قيمة المنتج ذو جودة عالية.

أما المنظمة الدولية لقياس ISO* تعرف "قدرة مجموعة من الخصائص الجوهرية للمنتج أو نظام أو سيرورة ما على إرضاء متطلبات العملاء وباقي الأطراف المعنية".² من التعريف يمكن استنتاج أن الجودة هي مجموعة من الخصائص المنفردة والمميزة للمنتج، من خلالها تلبى وتشبع احتياجات ورغبات الزبائن لها سواء كانوا أفراداً أو منظمات بشكل يتوافق مع توقعاتهم.

بينما Garvin جارفين ينظر إلى الجودة وفق خمسة مداخل وهي:³

– **مدخل التفوق أو المتنامي:** ويقصد بالجودة وفق هذا المدخل بأنها ملائمة المنتج للاستخدام أي قدرة أداء المنتج للاستخدام وفقاً للمواصفات التي تحقق رضا الزبون من خلال تقديم أفضل وأدق صفات تشبع رغبات الزبائن.

– **مدخل يعتمد على المنتج:** حسب هذا المدخل ينظر للجودة على أنها الدقة والقدرة في قياس المفردات أو الخصائص المطلوبة للمنتج والتي هي قادرة على تحقيق رغبات الزبائن.

– **مدخل يعتمد على المستخدم:** ويقصد بالجودة وفق هذا المدخل بأنها ملائمة المنتج للاستخدام أي قدرة أداء المنتج للاستخدام وفقاً لمواصفات التي تحقق رضا الزبون من خلال تقديم أداء أفضل وأدق صفات تشبع رغبات الزبون.

– **مدخل يعتمد على القيمة:** يهدف هذا المدخل إلى تحقيق الجودة من خلال تحديد عناصر السعر، أي مدى إدراك الزبون لقيمة المنتج الذي يرغب فغي الحصول عليه من خلال مقارنة خصائص المنتج ومدى وملائمتها لحاجته مع السعر شراءه ومتى تحقق ذلك للزبون فان المنتج بنظره ذات قيمة عالية.

– **مدخل يعتمد على التصنيع:** تعني الجودة وفق لهذا المدخل صنع المنتجات خالية من النسب المعيبة من خلال مطابقتها للمواصفات التصميم المطلوبة. من التعريفات أعلاه يمكن القول إن الجودة هي مدى تطابق توقعات

¹ - نفسه، ص: 24.

* - ISO: المعايير الدولية للجودة.

² - بوحروود فتحية، "إدارة الجودة في منظمات الأعمال النظرية والتطبيق"، دار المسيرة لنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص: 27.

³ - قاسم نايف علوان، "إدارة الجودة الشاملة ومتطلبات الايزو 9001-2000"، دار الثقافة لنشر والتوزيع، عمان، 2005، ص: 23.

الزبون للجودة مع الأداء الفعلي لها، بحيث أصبح الزبون يطمح للجودة العالية وغير مبالي للسعر بقدر ما تممه القيمة التي تقدمها له الجودة.

ثانياً: نشأة الجودة

تطور مفهوم الجودة على شكل حقبات زمنية متعاقبة يمكن طرحها كما يلي:

1- مرحلة الفحص (التفتيش) من خلال 1900-1940: يشير الفحص إلى تلك الأنشطة المصممة

لتحديد أو إيجاد حالات عدم التطابق الموجودة فعلا في المنتجات أو الخدمات التامة.

أي إن عملية الفحص لأغراض الجودة كانت مجرد ضمان أن المنتج أو الخدمة المطابقة للمواصفات الموضوعه هي التي تنقل إلى خارج المنشأة بطريقتها إلى الزبائن أي إن الفحص يحول دون وصول الوحدات المعيبة التي لا تلي رغبات الزبائن إليها، فالفحص لا يمنع وقوع الخطأ بل ينحصر مهمته في اكتشاف الخطأ.

2- مرحلة مراقبة الجودة (السيطرة النوعية) من خلال 1940-1960: تشير إلى استعمال المواصفات

والفحص ليشمل جميع مراحل الإنتاج، إذ أن مراقبة الجودة ينبغي أن تكون ملازمة لعمل الإنتاجية بدا بطلب المواد الأولية واستلامها وفحصها ومطابقتها مع المواصفات المحددة من قبل الدائرة الفنية للمنشأة إلى حين اكتمال صناعة المنتج، وتقدمه إلى الزبون بشكل نهائي ولذلك فإن السيطرة على الجودة تبدأ من اختيار المواد الأولية للمواصفات الفنية المطلوبة ومرورا بوقاية العملية الإنتاجية والسيطرة على أنشطتها المختلفة مع رقابة المكائن والعمال لأقسام الإنتاج والى آخر نشاط يتعلق بالمنتج لينتج بحسب المواصفات المحددة.¹

3- مرحلة تأكيد ضمان الجودة من خلال 1960-1980: تعرف ضمان الجودة بأنها طريقة مثلى لضمان

جودة المنتج النهائي أو الخدمة .

وهي مجموعة من الأنشطة التنفيذية والمخططة والضرورية من اجل توفير ثقة كافية لان المنتج أو الخدمة يسحق الوفاء بمتطلبات المقدمة والتي تتعلق بالجودة وبمعنى آخر تأكيد الجودة، يعنى التركيز على عدم حدوث الأخطاء، وهذا ما أكده المفكر "بوشيوكوندو" حيث قال أن الجودة الجيدة هي التي تؤدي إلى الوفاء بمتطلبات الزبون وارضائه وقال أيضا إن الحصول الرضا لدى الزبون يدل على وجود ثقة في مصداقية المنتج والإحساس بالرضا أثناء الاستعمال.²

¹ - حيدر علي المسعودي، "إدارة تكاليف الجودة استراتيجيا"، دار البازوري لنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص ص: 37-38.

² - فريد كورتل، أمال كحيلة، "الجودة وأنظمة الايزو"، دار كنوز المعرفة العلمية لنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص ص: 22-23.

4- مرحلة التسيير الكلي للجودة (1980-1990): ظهر مفهوم إدارة الجودة الشاملة عام 1980 نتيجة للخسائر التي تكبدتها الأسواق والشركات الأمريكية في ذلك الوقت، واستخدمتها هذه الأخيرة كإستراتيجية دفاعية لصد غزو الصناعة اليابانية لكون إدارة الجودة الشاملة تحتوي على مفهوم واسع يشمل كل الوظائف داخل المنظمة يمكن تعريفها " التحسين المستمر لعملية المنظمة من اجل زيادة قدرتها على تحقيق توقعات العملاء بأقل تكلفة ممكنة"، كما يعتمد أسلوبها على إرضاء الزبون وتحسن الإدارة الإنتاجية.¹

لتصل في النهاية إلى الجودة الشاملة، إذ أن النظرة الحديثة للجودة تشتمل على الأبعاد الإستراتيجية، التنظيمية، التجارية، المالية. مما أدى إلى بروز ما يعرف بالجودة الشاملة المرتبطة بجميع وظائف المنظمة وليس بالمنتج فقط، بالإضافة إلى مفهوم الزبون أصبح واسعا ليشمل الزبون الداخلي والخارجي.² من خلال المراحل السابقة لتطور مفهوم الجودة يمكن قول مايلي:³

- إن مفهوم الجودة انتقل من السيطرة على العيوب إلى منع العيوب؛
- مفهوم ضبط الجودة تدرج من منظور المنتج إلى منظور العميل؛
- الانتقال من الاهتمام بالمنتج إلى الاهتمام بالعمليات.

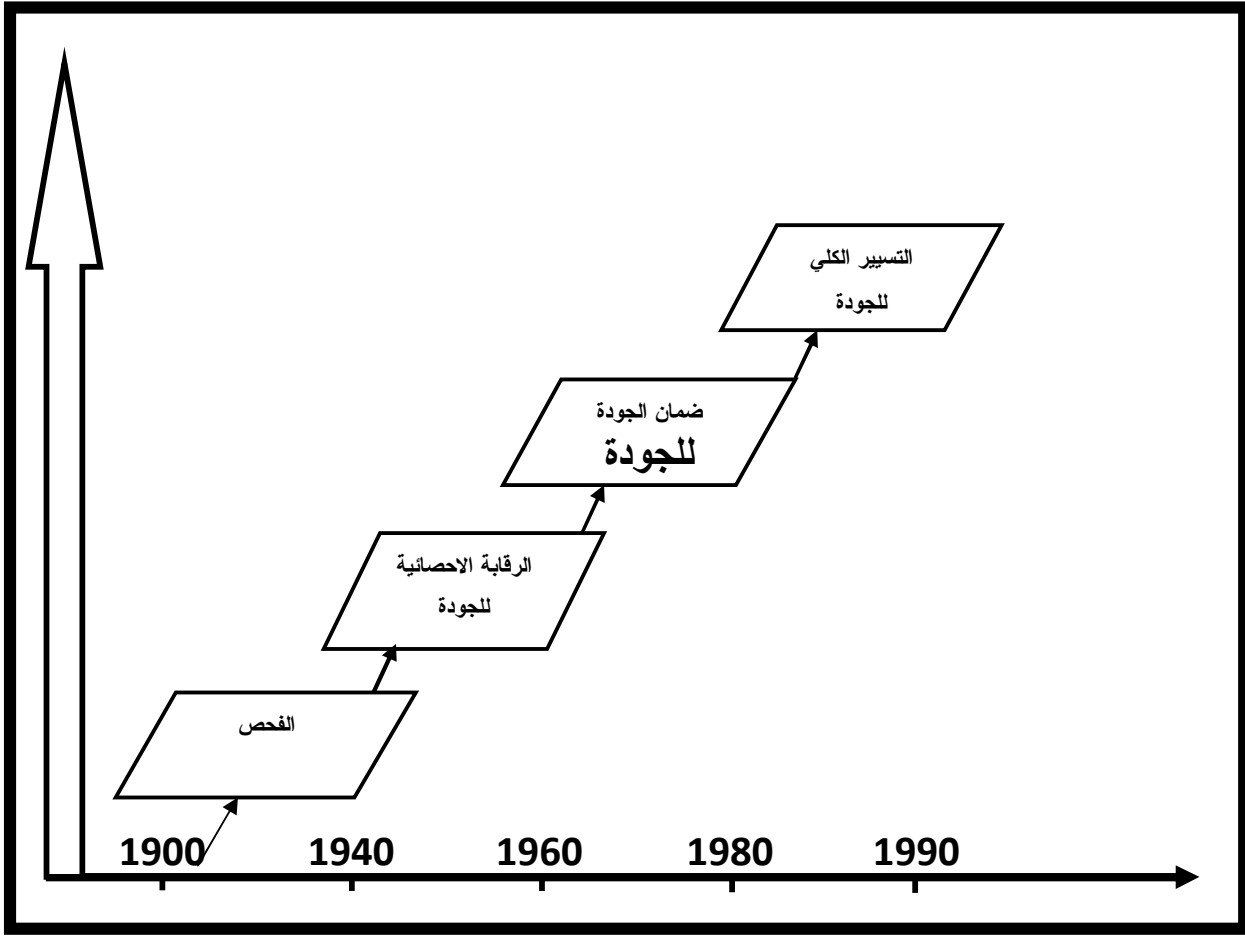
والشكل التالي يوضح مختلف المراحل التي مرت بها الجودة إلى أن أصبحت على ما هي عليه حاليا:

¹ - نفسه، ص: 24.

² - هدى بوحنيك، " إدارة الجودة الشاملة كأداة لتطوير الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية، دراسة حالة شركة الاسمنت تبسة"، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، تخصص تسيير الموارد البشرية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، 2008-2009، ص: 06.

³ - احمد بن عيشاوي، " إدارة الجودة الشاملة TQM: الأسس التطبيقية والنظرية والتنظيمية في المؤسسات السلعية والخدمية"، دار الحامد لنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص: 22.

الشكل رقم: (1-1): تطور مفهوم الجودة



المصدر: فريد كورتل، آمال كحيلة، "الجودة وأنظمة الإيزو"، دار كنوز المعرفة العلمية لنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص: 20.

من الشكل السابق يتضح أن مفهوم الجودة مر بفترات زمنية معينة، وكانت الفترة الأولى الممتدة من 1920-1940 هي فترة الفحص والتفتيش تم خلال هذه الحقبة هو اكتشاف الأخطاء المتواجدة في المنتجات. وبعدها الفترة الثانية المسماة بالرقابة الإحصائية للجودة من 1940-1950 كانت تهتم بالعملية الإنتاجية منذ اقتناء اللوازم إلى غاية تصنيع المنتجات بالموصفات المطلوبة، بعدها الفترة الثالثة من 1960-1980 تسمى بمرحلة ضمان الجودة تركز على عدم حدوث أي خطأ في المنتجات أو الخدمة مع كسب ثقة العاملين في المنظمة من جهة وكسب رضا الزبائن من جهة أخرى ، وأخيرا مرحلة التسيير الكلي للجودة من 1980-1990 في هذه الآونة لا تركز الجودة على المنتج قط بل على جميع وظائف المنظمة ، بالإضافة إلى اعتمادها على أسلوب تحسين الإدارة الإنتاجية مع إرضاء الزبون.

ثالثا: أهمية الجودة وأهداف الجودة

تم تقسيم هذا العنصر إلى جزئين كما يلي:

1- أهمية الجودة: سيتم إيجاز أهمية الجودة بالنسبة للمنظمة والزبون كما يلي:

1-1- سمعة المنظمة: حيث تستمد المنظمة سمعتها من مستوى جودة منتجات، ويتضح ذلك من خلال العلاقات التي تربط المنظمة بالمجهزين وخبيرة العاملين، والعمل على تقديم منتجات تلي رغبات وحاجات زبائن المنظمة. فإذا كانت منتجات المنظمة ذو جودة منخفضة فيمكن أن تحسن جودتها لكي تحقق المنظمة الشهرة الطيبة، والتي تمكنها من التنافس مع المنظمات في نفس القطاع.¹

1-2- المسؤولية القانونية للجودة: كل منظمة إنتاجية أو خدمية مسؤولة قانونا عن كل ضرر يصيب العميل من جراء استخدامه لهذه المنتجات.²

1-3- المنافسة العالمية: إن التغيرات السياسية والاقتصادية ستؤثر في كيفية وتوقيت تبادل المنتجات إلى درجة كبيرة في سوق دولي تنافسي، وفي عصر المعلومات والعولمة، تكتسب الجودة أهمية متميزة إذ تسعى كل منظمة والمجتمع إلى تحقيقها بهدف التمكن من تحقيق المنافسة العالمية وتحسين الاقتصاد بشكل عام والتوغل في الأسواق العالمية.³

1-4- جودة الأداء: تشير جودة الأداء إلى حسن أداء المنتج في السوق، أو مدى حسن أدراك وقبول المنتج من العميل عند استعماله، وهي تعبر عن درجة رضا العميل عن المنتج عند استعماله بعد شرائه، وتعتبر جودة الأداء دالة لكل من جودة التصميم وجودة المطابقة، من هنا فان توفر التغذية العكسية بين جوانب الجودة الثلاثة أمر ضروري، وقد ينتج عن جودة الأداء المدركة لدى العملاء بروز الحاجة إلى تعديل والتطوير في مستوى جودة التصميم وجودة المطابقة أو كلاهما.⁴

¹ - كريمة سلطان، "طرق تحسن جودة المنتج الصناعي وأثره في تخفيض التكاليف: دراسة حالة المؤسسة الوطنية للعصائر والمصبرات SIJICO وحدة رمضان جمال، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، تخصص: اقتصاد وتسيير المؤسسة، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة، 2006-2007، ص: 23.

² - مصطفى لعشاشي، "إدارة الجودة في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية: أفاق وتحديات دراسة حالة المؤسسة المواد الكاشطة والزجاج (ENAVA) بسعيدة"، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، تخصص المالية الدولية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان، 2010-2011، ص: 30.

³ - ريمة بن بايرة، "دراسة أثر الجودة على تكاليف المنتج (نموذج مقترح المؤسسة الصناعية الشركة العامة للإسمنت العراقية معمل اسمنت كركوك)"، مجلة الأبحاث الاقتصادية لجامعة البليدة 2، المجلد 44، العدد: 14، جوان 2016، ص: 05.

⁴ - فواد زكريا، "ضبط الجودة وحماية المستهلك"، دار أسامة لنشر والتوزيع، عمان، 2005، ص: 61.

1-5- حماية الزبون: تطبق الجودة في أنشطة المنظمة ووضع مواصفات قياسية محددة تساهم في حماية الزبون من الغش التجاري وتعزيز الثقة في منتجات المنظمة. عندما يكون مستوى الجودة منخفضا يؤدي ذلك إلى أحجام الزبون عن شراء منتجات المنظمة، وعدم رضا الزبون هو فشل المنتج الذي يقوم بشرائه من قيام بالوظيفة التي يتوقعها الزبون منه وفي اغلب الأحيان يترتب على ذلك أن يتحمل الزبون كلفة إضافية سواء كانت متمثلة بضياح الوقت اللازم لاستبدال المنتج أو إصلاحه بالخسارة الكاملة للمبالغ التي دفعها الزبون ثمنا باهظا، وبسبب انخفاض الجودة أو عدم جودة المواصفات الموضوعه ظهرت جامعات حماية الزبون لحمايته وإرشاده إلى أفضل المنتجات والأكثر جودة وآمانا.¹

2- أهداف الجودة: هناك نوعان من أهداف الجودة هما:²

- أهداف تخدم ضبط الجودة: وهي التي تتعلق بالمعايير التي ترغب المنظمة بالمحافظة عليها، وهي تصاغ على مستوى المنظمة كالكامل وذلك باستخدام متطلبات ذات مستوى ادني تتعلق بصفات مميزة مثل الأمان ورضا الزبائن؛

- أهداف تحسن الجودة: وهي غالبا ما تنحصر في الحد من الأخطاء وتطوير منتجات جديدة ترضي الزبائن بفاعلية أكبر.

ويمكن تصنيف أهداف الجودة بنوعيتها إلى خمس أهداف:³

- أهداف الأداء الخارجي للمنظمة: ويتضمن الأسواق والبيئة والمجتمع؛

- أهداف أداء المنتج: وتتناول حاجات الزبائن والمنافسة؛

- أهداف العمليات: وتتناول مقدرة العمليات وفعاليتها وقابليتها لضبط؛

- أهداف الأداء الداخلي: وتتناول مقدرة المنظمة وفعاليتها ومدى استجابتها لتغيرات ومحيط العمل؛

- أهداف الأداء للعاملين: وتتناول المهارات والقدرات والتحفيز وتطوير العاملين.

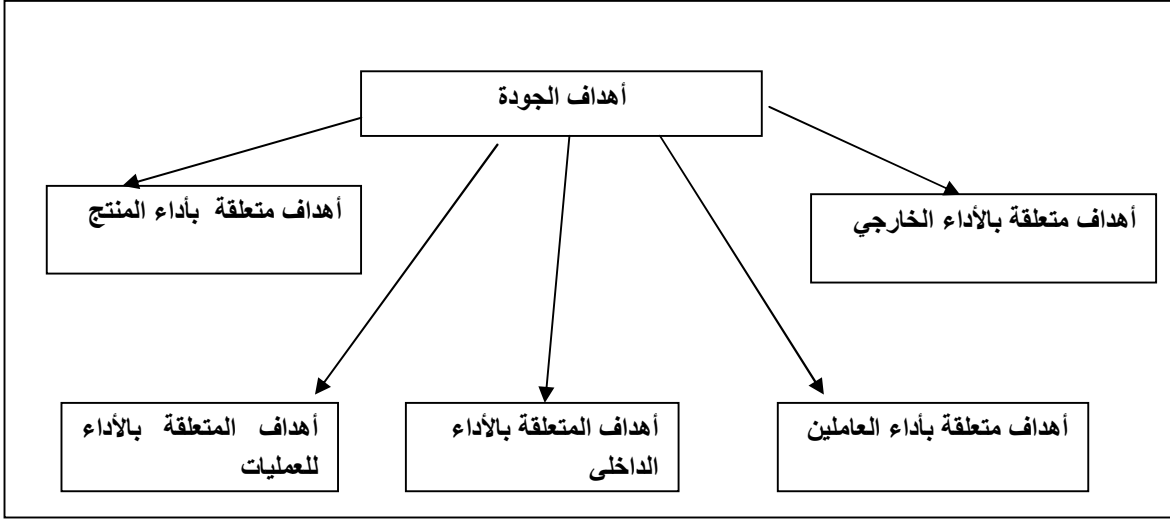
والشكل التالي يوضح الأهداف:

¹ - نوردن بوغان، "جودة الخدمات وأثرها على رضا العملاء: دراسة ميدانية في المؤسسة المينائية لسكيدكة"، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، تخصص علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2006-2007، ص: 7-8.

² - قاسم نايف علوان الحياوي، "إدارة الجودة في الخدمات: مفاهيم، عمليات، تطبيقات"، دار الشروق لنشر والتوزيع، عمان، 2006، ص: 38.

³ - نفس المرجع، ص: 39.

الشكل رقم (1-2): أهداف الجودة



المصدر: قاسم نايف علوان المحيوي، "إدارة الجودة في الخدمات: مفاهيم، عمليات، تطبيقات"، دار الشروق لنشر والتوزيع، عمان، 2006، ص: 39.

من الشكل السابق يتضح إن أهداف الجودة تنفرع إلى خمسة أهداف نذكر منها أهداف متعلقة بالمنتج وأخرى بالأداء الخارجي بالإضافة إلى أهداف متعلقة بأداء العاملين وأهداف تتعلق بالأداء الداخلي وأهداف متعلقة بالعمليات لتكون كيان لتؤدي بالمنظمة إلى البعيد من اجل استمرارها ورضاء زبائنها.

رابعاً: تكاليف الجودة

تنقسم تكاليف الجودة إلى أربعة أنواع:

1- تكاليف الوقاية: وتتمثل في تلك التكاليف المرتبطة بمنع حدوث انحرافات عن الجودة ويتم انفاقها عادة قبل أن يتم تقديم السلعة أو الخدمة.¹ أو هي تشمل كافة الأنشطة المصممة لمنع وقوع الخطأ ومن بينها:

1-1- تكاليف تخطيط الجودة: وهي تكاليف تطوير وتنفيذ برامج وعمليات إدارة الجودة التي تراعي احتياجات الزبون.

1-2- تكاليف التدريب: وهي تكلفة تدريب العاملين على أساليب الوقاية من الوقوع في الأخطاء وزيادة مهاراتهم وقدراتهم على نظام تطبيق الجودة.

¹ - هدى بوحنيك، مرجع سابق، ص: 10.

1-3- تكاليف معدات الفحص: وهي تكلفة شراء وتركيب معدات الفحص والتفتيش للمدخلات والعمليات والمخرجات.¹

2- تكاليف العمليات: التكاليف التي تدفع لضمان ملائمة العمليات الإنتاجية للمواصفات الجودة المطلوبة.²

3- تكاليف الأداء: وتتمثل في تلك التكاليف المترتبة عن محاولة معرفة إذا كانت المنتجات مطابقة للمواصفات المعتمدة وتفرع إلى مايلي:

3-1- تكاليف المشغلين: وتتمثل في تكاليف الزمن المستغرق من قبل المشغل في عمليات تجميع البيانات اللازمة لفحص الجودة والتي تستوجب عملية تنظيم الأجهزة والتحقق من الجودة.

3-2- تكاليف أجهزة الفحص: وهي تلك التكاليف المتعلقة بصيانة الأجهزة المستخدمة في عمليات الفحص والقياس والتحقق من المواصفات المطلوبة

3-4- تكاليف الفحص والتفتيش: وتتضمن تكاليف اختيار المواد الأولية المقدمة من طرف الموردين وكذا المواد النصف مصنعة والمنتجات التامة الصنع.³

4- تكاليف الفشل الداخلي: وهي التكاليف الناتجة عن الأنشطة المطلوبة لتصحيح العمليات والمنتجات المعيبة التي جرى تحديدها قبل الوصول إلى الزبائن، وأنشطة الفشل الداخلي أنشطة لا تضيف قيمة ويمكن أن تكون مكلفة جدا خاصة بخسارة وقت العملية.⁴ وتشمل تكاليف الفشل الداخلي على مايلي:⁵

4-1- تكاليف الخردة: وهي تكاليف المنتجات رديئة الجودة والتي يجب التخلص منها بما العمل والموارد والتكاليف الغير مباشرة

4-2- تكاليف العمل المعاد: وتشمل تكاليف إصلاح المنتجات أو تعديلها لتتوافق مع مواصفات الجودة.

4-3- تكاليف فشل العملية: هي تكاليف تحديد لماذا تؤدي عملية الإنتاج إلى منتجات معينة أو رديئة الجودة.

4-4- تكاليف توقف العملية: وتتمثل في تكاليف إيقاف العملية الإنتاجية لإصلاح مشكلة.

¹ - سلمان زيدان، "إدارة الجودة الشاملة: الفلسفة ومداخل العمل، الجزء الأول"، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، دون ذكر سنة نشر، ص-ص: 231-232.

² - مصطفى كمال السيد طايل، "معايير الجودة الشاملة: (إدارة الإحصاء والاقتصاد)"، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص: 59.

³ - هدى بوحنيك، مرجع سابق ص: 11.

⁴ - رعمة بن بايرة، مرجع سابق، ص: 238.

⁵ - مصطفى كمال السيد طايل، مرجع سابق، ص: 60.

4-5- تكاليف نقص سعر البيع: هي تكاليف الخصومات التي تقدم على سعر المنتجات الرديئة والمعيبة للجودة حيث سيتم بيعها بسعر اقل.

5- تكاليف الفشل الخارجية: وتشمل التكاليف المتعلقة باكتشاف العيوب بعد تسليم المنتجات إلى الزبائن ومن بين هذه التكاليف:¹

5-1- تكاليف شكاوى الزبائن: وهي تكاليف ناجمة عن شكاوى الزبون الناتجة عن الجودة الرديئة للمنتج أو الخدمة المقدمة له.

5-2- الكفالة: تشمل تكلفة استبدال أو إصلاح المنتجات المباعة إلى الزبائن أثناء الفترة التي تغطيها الكفالة.

5-3- المردودات: معالجة وإصلاح العيوب في المنتجات المباعة التي قام الزبائن بإرجاعها إلى المنظمة بسبب وجود عيوب في التصميم أو التشغيل

6- فقدان السمعة: حتى لو قامت المنظمة باستبدال المنتج المعيب أو إصلاحه وإرجاعه لزبون إلى أن المنظمة لا شأنها تنفق جزء من مصداقيتها وسمعتها بين الزبائن وكذلك بين الموزعين.

إن الفشل الداخلي أو الخارجي له آثار سلبية كبيرة على زيادة تكاليف المنظمة وبتالي على تكاليف الجودة الرديئة ومن ثم يؤديان إلى سوء استخدام المنظمة وفقدان الثقة بينها وبين زبائنها.²

تكاليف الجودة مجزأة إلى أربعة أنواع من ضمنها تكاليف الوقاية و التي تمنع حدوث الانحراف في الجودة وتتضمن بدورها ثلاثة أنواع من التكاليف وهي تكاليف تخطيط الجودة بالإضافة إلى تكلفتي التدريب ومعدات الفحص، التكلفة الأولى مختصة بالتكاليف التي تتحملها المنظمة بتدريب العاملين من الوقوع في الخطأ أثناء تطبيق نظام الجودة . أما الثانية فتختص بتكاليف الشراء والمعدات . في حين النوع الثاني من التكلفة هو يختص بتكلفة العمليات تضمن حدوث العمليات الإنتاجية وفقا للمواصفات الجودة. بينما تكاليف الأداء تحوي في طياتها ثلاث تكاليف وهم تكاليف المشغلين بالإضافة إلى تكلفتي أجهزة الفحص وتكاليف الفحص والتفتيش . أما النوع الأخير من التكاليف يتجزأ إلى تكاليف الفشل الداخلي وهي متضمنة تكاليف الخردة، العمل المعاد . وأيضا تكلفتي توقف العملية وفشلها. أما في ما يخص الفشل الخارجي تنفرع بدورها إلى التكاليف الناجمة عن شكاوى الزبائن والكفالة بالإضافة إلى تكلفتي المردودات وفقدان السمعة .

¹ -KennethH.Rose ; « Project Quality Mangement Why, What, And How », by j.RossePublishing USA,2005,p,:7-8.

²-Ibid,p:09

والجدول الموالي يوضح أنواع التكاليف وأخطاء التطبيق :

الجدول رقم (1-1): أنواع تكاليف الجودة وأخطاء التطبيق

| الهدف من تكلفة الجودة | تكلفة الجودة الثانوية | تكلفة الجودة الرئيسة | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|-------|
| وهي تكاليف الوقاية من حدوث عدم المطابقة مع المواصفات المحددة مسبقا وتكون قبل اكتشاف العيوب في المواصفات | 1- تكاليف تخطيط الجودة 2- تكاليف تصميم المنتج 3- تكاليف العمليات 4- تكاليف التدريب 5- تكاليف المعلومات | تكاليف الوقاية | أولا |
| التحقق من أن تنفيذ العمليات الإنتاجية مطابقة للمواصفات الموضوعه مسبقا. | 1- تكاليف الفحص والتنسيق. 2- تكاليف أجهزة الفحص. 3- تكاليف التشغيل. | تكاليف الأداء والتقديم | ثانيا |
| تهدف إلى عدم حصول الزبون للمنتجات غير مطابقة للمواصفات المطلوبة والمعدة مسبقا. | 1- تكاليف الجودة. 2- تكاليف العمل المعاد. 3- تكاليف توقف العمليات 4- تكاليف فشل العملية 5- تكاليف نقص سعر البيع | تكاليف الفشل الداخلي | ثالثا |
| تهدف إلى تقليل حالة عدم رضا الزبون عن المنتجات المعيبة والغير مطابقة لاحتياجاته. | 1- تكاليف اعتراض الزبون 2- تكاليف إعادة المنتج 3- تكاليف المساءلة القانونية 4- تكاليف الطلبات التحذيرية 5- تكاليف فقدان المبيعات | تكاليف الفشل الخارجي | رابعا |

المصدر: مأمون سليمان الدرادكة، "إدارة الجودة الشاملة وخدمة العملاء، دار صفاء لنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص:

يوضح الجدول المذكور أعلاه تكاليف الجودة التي تختلف من عنصر إلى آخر. منها تكاليف الوقاية تتحملها المنظمة لتكشف العيوب المتواجدة في مواصفات المنتج أو الخدمة. تليها تكاليف الأداء والتقييم تحرص على تنفيذ العملية الإنتاجية وفقا للمواصفات الموضوعة مسبقا، بالإضافة إلى تكلفتي الفشل الداخلي والخارجي تستعينوا بهما المنظمة من اجل تقليل حالة عدم رضا الزبون عن المنتجات المعيبة والغير مطابقة لاحتياجاته، فهما إن استثمرا جيدا قد يؤديان بالمنظمة إلى تدنية التكاليف الرديئة التي تتحملها.

خامسا: أبعاد الجودة

يمكن إيجاز أبعاد الجودة كما يلي:¹

- 1- الأداء: خصائص المنتج الأساسية مثل وضوح الألوان بالنسبة للصورة (أو السرعة بالنسبة للماكينة)؛
- 2- المظهر: خصائص المنتج الثانوية وتمثل الصفات المضافة إلى المنتج كجهاز التحكم عن بعد (أو الأمان في الاستعمال)؛
- 3- المطابقة: الإنتاج حسب المواصفات المطلوبة أو معايير الصناعة؛
- 4- الاعتمادية: مدى ثبات الأداء بمرور الوقت أو بمعنى آخر متوسط الوقت الذي يتعطل فيه المنتج عن العمل؛
- 5- الصلاحية: العمر التشغيلي المتوقع (حيث إن كل آلة أو منتج عمر تشغيلي محدد بشكل مسبق)؛
- 6- الخدمات المقدمة: حل المشكلات والاهتمام بالشكاوى بالإضافة إلى مدى سهولة التصحيح (ويمكن قياس هذه الخدمات على أساس سرعة وكفاءة التصحيح)؛
- 7- الاستجابة: مدى تجاوب البائع مع العميل مثل لطف البائع في التعامل مع العميل؛
- 8- الجمالية: إحساس الإنسان بالخصائص المفضلة لديه كالتشطيبات النهائية الخارجية (في مبنى أو شقة)؛
- 9- السمعة: الخبرة أو المعلومات السابقة عن المنتج كان يحمل العميل فكرة المنتج الذي يشتريه من أفضل المنتجات في السوق.

مما سبق يمكن القول بان مفهوم الجودة لم يكن في بدايته مثل الوقت الحالي نتيجة لتطوره عبر تعاقب فترات زمنية، بدا من مرحلة الفحص إلى نهاية مرحلة التيسير الكلي للجودة، هذا المفهوم ركز على المنتج

¹ - فاديه جباري ، "تأثير جودة الخدمات على رضا العميل: " دراسة حالة الوكالة التابعة جهوية لشركة الجزائرية للتأمينات SAA تلمسان " ، مذكرة مقدمة ضمن نيل متطلبات شهادة الماجستير، تخصص تسويق، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة أبو بكر بالقائد تلمسان، 2010-2011، ص: 11.

ومحاولة تفادي العيوب المتواجدة فيه والسيطرة عليها كلياً بالإضافة إلى تركيزه على العملية الإنتاجية والأداء، كما يمكن التعبير عنها من خلال جملة من الأبعاد التي تكون في ظاهرها التطلع إلى رغبات الزبون وإشباع حاجاته. كما أن عدم الحصول على الجودة يحدث تكاليف يطلق عليها تكاليف الجودة ولخفض هذه التكاليف يوجد سبل تحقيق ذلك من بينها الإبداع والابتكار.

المطلب الثاني: مفهوم الإبداع والابتكار ومعوقتهما

أصبح الاهتمام بالإبداع والابتكار يأخذ شكلاً متزايداً في عصرنا الحالي سواء من الباحثين أو المسيرين، وفي هذا السياق سيتم التعرف على مختلف المفاهيم المتعلقة بالإبداع والابتكار.

أولاً: مفهوم الإبداع

1- تعريف الإبداع وخصائصه

لا يوجد تعريف جامع لمفهوم الإبداع، يعود سبب في ذلك إلى أن الإبداع ظاهرة متعددة الجوانب ومعقدة، وكذلك إلى اختلاف وجهات نظر الباحثين للإبداع باختلاف مدارسهم الفكرية وأرائهم. حيث أورد ابن منظور تفسيراً لكلمة الإبداع "وهي بدع، وبدع الشيء، مبتدعه، وابتدعه أي أنشأه وأبدعه وابتدعه واستنبطه، والبدع الشيء الذي يكون أو لا يكون".¹ أما في قاموس Webster عام 1978 عرف الإبداع بأنه "الإنجاز ببراعة وتكوين القدرة والتفكير الإبداعي".²

وفيما يلي سيتم تعريف الإبداع من وجهات نظر مختلفة كما يلي:

كما يعرف جوزيف شومبيتر JOSEPH Schumpeter الإبداع بأنه "النتيجة الناجمة من إنشاء طريقة أو أسلوب جديد في الإنتاج، وكذا التغيير في جميع مكونات المنتج أو كيفية تصميمه".³ يمكن القول من هذا التعريف أن الإبداع هو عبارة عن أفكار جديدة ومفيدة تكون متصلة لحل مشكلات معينة بطريقة جديدة كما يتطلب الإبداع الإحساس بمشكلة من أجل معالجتها ومن ثم التفكير بشكل مختلف ومبدع.

1 - أسامة خيرى، "إدارة الإبداع والابتكارات"، دار الراجحة للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص: 39.

2 - عاكف لطفي خصاونة، "إدارة الإبداع والابتكار في منظمات الأعمال"، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص: 38.

3 - عبد الرحمن بن عنتر، "واقع الإبداع في المؤسسات المتوسطة والصغيرة والمتوسطة بالجزائر: دراسة ميدانية حول الإبداع في المنظمات الحديثة"، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والعلوم القانونية، المجلد 24، العدد 01، 2008، ص: 148.

كما عرف هافل Hafeel الإبداع بأنه "هو القدرة على تكوين تركيبات أو تنظيمات جديدة"¹. يمكن القول من هذا التعريف أن الإبداع هو رؤية ما لا يراه الآخرون بطريقة غير مألوفة ويتجلى ذلك في واقع المبدع الذي يفكر في الأعمال داخل المنظمة بطريقة مألوفة.

بينما الكسندر روشكا Alexander Roshk يرى الإبداع بأنه "عبارة عن الوحدة المتكاملة لمجموعة العوامل الذاتية والموضوعية التي تقود إلى تحقيق إنتاج جديد وأصيل ذو قيمة من الفرد والإبداع. بمعناه الواسع يعني إيجاد حلول للأفكار والمشكلات والمناهج.² من خلال التعريف يتضح أن الإبداع ناجم من الفرد الذي يتمتع بصفات تمكنه من التعامل مع المشكلات بإيجاد حلول وأفكار خلاقة.

من خلال حل التعريفات السابقة يمكن القول أن الإبداع هو عملية فكرية تسعى لتقديم حلول وأفكار غير متداولة وغير مألوفة، استنادا على قدرات فردية.

من خلال التعريفات السابقة، يمكن استنتاج عدة خصائص للإبداع كما يلي:³

- الجدية والحدادثة: حيث أن المنتج الإبداعي سواء كان منتج أو خدمة يجب أن يكون جديد من حيث الخصائص والاستعمال والمنفعة التي يمكن أن يقدمها المنتج الإبداعي.
- المنفعة أو القيمة: يجب أن يكون المنتج ذا منفعة وقيمة وليس هذا فحسب ولكن يجب أن يأتي بقيمة إضافية عن منتجات المنظمات الأخرى.
- التكامل أو الترابط: يجب أن يشترط في المنتج الإبداعي أن يتصف بوضوح في أبعاده ومكوناته والتكامل في ما بينهما حتى يكسب المنظمة ميزة تنافسية.
- التراكمية: يجب أن يكون الإبداع مؤسس على نتائج ومعطيات سابقة، ويكون خلاصة الجهود التراكمية التي تستعمل كمدخلات ومعطيات لعملية الإبداع.
- بالإضافة إلى جملة الخصائص التي تم ذكرها سلفا للإبداع يوجد هناك خصائص أخرى للإبداع وهي:⁴
- الإبداع ناتج عن العقل البشري المتفوق؛

¹ - طارق محمد السويديان، محمد أكرم العدلوني، "مبادئ الإبداع"، مهندسو الحياة، الطبعة الثالثة، دون بلد النشر، 2012، ص: 15.

²-Nicole Merle-Larmote, "Gilles Pannetier L'innovation Dans Les Entreprises Moteurs," moyenes et enjeux, François Magnien, 2011, p:35.

³ - احمد طرطار، سارة حليمي، "أثر تطبيق إدارة المعرفة على وظيفة الإبداع في منظمات الأعمال"، ملتقى دولي حول رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في الاقتصاديات الحديثة، جامعة الشلف، 13-14 ديسمبر، 2011، ص: 08.

⁴ - جمال خير الله، "الإبداع الإداري"، دار أسامة لنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص: 07.

- الإبداع عملية تفكير تنشأ عن نشاط عقلي تغييرى يتميز بالبحث والانطلاق بحرية في اتجاهات متعددة؛
- الإبداع هو القدرة على تكوين وإنشاء شيء جديد، أو دمج الآراء؛
- الإبداع عملية تثمر ناتجا جديدا وغير عادي يتقبله المجتمع لفائدته؛
- الإبداع هو الإتيان بجديد.

وعلى ذلك لابد من الفرقة بين مصطلح الإبداع ومصطلحات أخرى، يمكن إيضاح ذلك فيما يلي:¹

- **الإبداع والابتكار:** الإبداع هو عملية إنشاء أو تقديم فكرة جديدة لغرض تطوير سلعة أو خدمة أو طريقة عمل معينة، أما الابتكار فيشير إلى العملية التي يتم فيها نقل الفكرة الجديدة إلى الواقع العملي، **حيث** يؤدي ذلك إنتاج سلعة أو تقديم خدمة أو أي نشاط، حيث يمكن القول أن الابتكار هو الترجمة الفعلية لعملية الإبداع.

- **الإبداع والاختراع:** إن الإبداع والاختراع هما مفهومان مختلفان لكن العلاقة بينهما وثيقة في الإبداع، فالإبداع هو إنتاج وتطوير، نشر الأفكار الجديدة والمنتجات، أما الاختراع يشير إلى التوصل إلى فكرة جديدة بالكامل ترتبط بالتكنولوجيا أو منتج جديد بالكامل ويرتبط الاختراع بإنشاء شيء لم يسبق له مثيل.

- **الإبداع والاكتشاف:** الاكتشاف هو الفعل الذي يؤدي إلى معرفة ظاهرة طبيعية حتى تلك اللحظة لم تكن معروفة، بمعنى الكشف عن شيء كان موجود من قبل لكن غير معروف، أما الإبداع فهو عملية فكرية تسعى لإنشاء أفكار وطرق جديدة لم تكن موجودة من قبل.

- **الإبداع التجديد:** التجديد هو إعادة استعمال شيء قديم بطريقة حديثة، أما الإبداع يهدف لإيجاد حلول للمشكلات المختلفة بأساليب مميزة وجديدة انطلاقاً من عناصر موجودة أصلاً.

2- **التطور التاريخي للاهتمام الفكري بالإبداع:** الإبداع ظاهرة قديمة قدم هذه الحياة وحديثة حدثة هذا العصر وعليه تم تحديد ثلاثة مراحل تعكس التطور التاريخي لظهور مفهوم الإبداع على مدى العصور الماضية: **المرحلة الأولى:** تمتد هذه الفترة خلال الحقبة التي نقلت آثارها المكتوبة أو المنقولة والتي شملت العصر الروماني والإغريقي مروراً بالعصر الإسلامي وانتهاء بعصر النهضة الأوروبية وانتهاء العقود الأولى من القرن العشرين وتتميز سمات هذه المرحلة بما يلي:

- الخلط بين مفاهيم الإبداع والعبقرية والذكاء والنبوغ الكبير.

¹ - محمد زويد العتيبي، "الطريق إلى الإبداع والتميز الإداري"، دار الفجر لنشر والتوزيع، القاهرة، 2007، ص: 28.

- استخدام كلمتي مبدع وعبقري على وصف قلة قليلة من الذين يأتون بأعمال خارقة للعادة.
- الاعتقاد بان الإبداع والابتكار قوة خارقة تحركها قوة خارجة عن سيطرة حدود الإنسان.
- المرحلة الثانية:** بدأت هذه الفترة مع نهاية القرن 19 عندما بدء الحديث عن أثر العوامل البيئية في السلوك الإنساني، بحيث ظهرت المدرسة الأمريكية السيكولوجية، التي عكست المجتمع الأمريكي وربطته بعامل الوراثة، كما كان لها دور فعال في إبراز العوامل البيئية والاجتماعية ومن أهم ملامح هذه المرحلة مايلي:
- ظهور العديد من النظريات السيكولوجية المفسرة للعملية الإبداعية مثل نظرية التحليل النفسي والتحليل القياسي.
- المساواة بين مفاهيم الإبداع والذكاء والعبقرية.
- تطوير بعض أساليب أدوات قياس الإبداع وتكوين البرامج التعليمية ولاسيما في البرامج التعليمية الصناعية والتجارية.
- المرحلة الثالثة:** هذه الفترة امتدت منذ منتصف القرن 21 إلى اليوم، وأصبح ينظر للإبداع علة انه توليفة تندمج فيها العمليات العقلية و المعرفية¹، وتميزت هذه المرحلة بجملة من النقاط وهي:²
- تطوير عدد كبير من الأدوات والمقاييس الاختيارية لقياس الإبداع.
- ظهور نظريات جديدة للإبداع كنظريات القياس النفسي للإبداع والنظريات المعرفية للإبداع.
- تقديم البحوث والدراسات التجريبية التي تناولت مفهوم الإبداع وشمولية النظرة العامة للإبداع كمفهوم يشمل الفرد والبيئة والعمليات العقلية والأعمال والنتائج الإبداعية
- 3- أهمية الإبداع:** تظهر أهمية الإبداع في المجالات الآتية:
- يطور قدرة الفرد على استنباط الأفكار الجديدة، ويساعده في الوصول للحل الناجح للمشكلة بطريقة أصيلة؛
- يعد مهارة حياتية يمارسها الفرد يوميا، ويمكن تطويرها من خلال عملية التعلم والتدريب؛
- يسهم في تحقيق الذات الإبداعية، وتطوير المنتجات الإبداعية بالإضافة إلى تنمية المواهب وإدراك العالم بطريقة أفضل؛

¹ - محمد بن عبد الرحمان بن سعيد آل ناقرو، الإبداع مفهومه ووسائل تنميته، الملتقى الأول بناء معايير التدريب، جامعة الإمام محمد بن سعود الرياض،السعودية، دون ذكر سنة، ص ص: 10-11.

² - نفسه، ص: 12.

- يجعل الفرد يستمتع باكتشاف الأشياء بنفسه؛
 - يساهم في تحفيز المنظمات لتكون بيئة ملائمة لاكتشاف المواهب والعمل على تنميتها من خلال توفير برامج متخصصة؛
 - منح العاملين درجة عالية من الاستقلالية وتعزيز روح الريادة والإبداع؛
 - يؤدي بالفرد إلى الانفتاح على الأفكار الجديدة، والاستجابة بفاعلية للفرص والتحديات والمسؤوليات لإدارة المخاطر والتكيف مع المتغيرات.¹
 - كما يعد الإبداع الأداة أكثر قوة تجلب نجاح المنظمة في إنتاج وتسويق السلع ذات الجودة الأفضل وتساعد على توفير فرص وأسواق جديدة.²
 - 4- مستويات الإبداع:** هناك ثلاثة مستويات رئيسية للإبداع في المنظمات. هي الإبداع على مستوى الفرد والإبداع على مستوى الجماعة، وعلى مستوى المنظمة وهذه المستويات تتكامل مع بعضها البعض وهي ضرورية. ويجب أن تتكامل مع بعضها البعض .
 - 4-1- الإبداع على مستوى الفرد:** الركيزة الأساسية لأية منظمة هو العنصر البشري الذي تملكه، والذي إذا كان مؤهلاً وخبيراً وذا إمكانيات عقلية وذهنية وإبداعية جيدة فإنه يعتبر ميزة تنافسية لهذه المنظمة ويمكن أن يميز بين فردين في المنظمات:
 - **الفرد العادي:** الشخصية الغير مبدعة
 - **الفرد المبدع:** هو الذي يمتلك مجموعة من الصفات تمكنه من الإبداع واتفق عليه الكثير من العلماء على تحديد بعض الملامح الشخصية المبدعة التي أجازها العلماء كما يلي:
 - هو الشخص الذي يمتاز بحب المعرفة وحب التعلم، الذكاء، روح المخاطرة والاستقلالية.
 - كما انه طموح ويمتاز بتفاعل وتبادل الآراء مع الآخرين وشفافيته في التعامل مع الآخرين.³
 - 4-2- الإبداع على مستوى الجماعة:** هذا النوع من الإبداع يتم تحقيقه من خلال جماعة معينة في المنظمة قد تكون مديرية، دائرة، قسم، لجان... الخ، كما أن إبداع الجماعة يفوق بكثير مجموع الإبداعات الفردية
-
- ¹ - زهير رجراج، "دور الإبداع في تحسين الأداء الصناعي في المنظمات للمؤسسة"، مجلة البلدة للعلوم الاقتصادية والتجارية، جامعة البلدة، المجلد 30، العدد 31، مارس 2015، ص: 6.
- ² - حزار الأخضر، "دور الإبداع في اكتساب المؤسسة ميزة تنافسية"، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، تخصص مالية دولية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، 2010/2011، ص: 34.
- ³ - زاهد محمد ديربي، "السلوك التنظيمي"، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص: 300-311.

نتيجة لتبادل الرأي والخبرة بمساعدة بعضهم البعض، بحيث يتم الانسجام والتناسق بين أعضاء الجماعة ومدى التزامهم بالتميز في الأداء، ودعم ومؤازرة الإبداعات الذاتية.¹

3-4- الإبداع على مستوى المنظمة: وعبرة عن مجموعة الجهود الفردية والجماعية لجميع أعضاء المنظمة في مجال التطوير، وبالتالي يمكن أن يطلق صفة المنظمات المبدعة على المنظمات التي يكون فيها أعضاء المنظمة كأفراد وجماعات من الأشخاص المميزون في عملية الإبداع، كما تمتاز هذه المنظمة ببساطة في الهيكل التنظيمي والميل إلى التجربة بالإضافة إلى دراسة حاجات المستهلكين وكذلك التمتع بتأثير قوي من قبل الإدارة لعملية الإبداع.²

5- أنواع الإبداع: نظرا لوجود سلسلة متعددة الحلقات حول الإبداع، فإنه سيتم التركيز على البعض منها:³

5-1- الإبداع التكنولوجي: حسب العديد من الدراسات العلمية في هذا المجال، يعتبر هذا النوع من الإبداع واحدا من أهم أشكال الإبداع، لاعتباره أهم الأسباب المهمة للنمو على المستويين الكلي والجزئي، ومن ثم فتعريفه لا يختلف عن التعريف العام للإبداع، ومن ضمن تعاريفه:

- الإبداع التكنولوجي: يعرفه جوليان بيير وأندر ميشال Julien Pierre & Andr Michel Marchessnay على أنه: "عبرة عن تحويل ففكرة معينة إلى منتج قابل للتسويق، أو لتحسين منتج أو طريقة جديدة لخدمة معينة". من خلال هذا التعريف يتبين أن الإبداع التكنولوجي هو إتيان بفكرة جديدة يمكن أن تبقى على أرض الواقع وهذا التعريف لا يختلف كثيرا على التعريف العام للإبداع.

5-2- الإبداع التنظيمي: المقصود به إحداث التجديد في التنظيم، وإحلال نماذج تنظيمية جديدة تزيد من المرونة في أداء المهام وتحسين علاقات العمل، وهو ما يستدعي توفر مستوى معين من التفكير والخبرة لدى المسيرين. إن هذا النوع الإبداعي غير مادي، وهو يهدف إلى تنظيم طرائق وأساليب وأنماط التسيير، بغية تنظيم سلوك المنظمة وجعله أكثر فعالية.

زيادة على النوعين سالفين الذكر، هناك أنواع أخرى من بينها:

5-3- الإبداع في الخدمة: والمقصود به النشاط المتعلق بالخدمات المقدمة للغير أو الآخرين.

¹ - مؤيد عبد الحسين الفضل، "الإبداع في اتخاذ القرارات الإدارية"، دار إتراف لنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص ص: 16-15.

² - زاهد محمد ديري، مرجع سابق، ص: 302.

³ - شريف غياط، "الإبداع والتغير التنظيمي في المنظمات الحديثة"، ملتقى وطني حول تنمية وتدعيم الإبداع في المنظمات، جامعة 08 ماي 1945 - قالمة - 13، 12، 13 ماي 2010، ص: 16.

5-4- الإبداع في مجال التسويق: و يعنى به خلق منافذ و طرق جديدة للتسويق،... الخ.

ثانيا: مفهوم الابتكار

حظي الابتكار باهتمام كبير من قبل الباحثين والعلماء لكونه ظاهرة معقدة وتحمل في طياتها الكثير من الأبعاد، وبناءا عليه يمكن التطرق في هذا السياق إلى مفهوم الابتكار، أنواعه كالآتي:

1- تعريف الابتكار وخصائصه:

من أهم التعريفات التي تناولت الابتكار يتم إيجازها كما يلي:

عرف دين سيمونتن Dineet.simonton الابتكار على انه "كل شيء يخضع للتجربة"¹. يمكن القول من هذا التعريف أن الابتكار هو القيام بشيء جديد مختلف ومختلف بدلا من استخدام التفكير العشوائي في طريقة تصميم منتجات حديثة.

أما حسب توم بيترز الابتكار فهو "التعامل مع شيء جديد لم يسبق اختباره"². يمكن القول من هذا التعريف أن الابتكار هو اكتشاف فكرة جديدة مميزة لم يسبق أن ينظر إليها أحد من قبل، وهاته الفكرة قد تؤدي بالابتكار الجزئي أو مؤقت للسوق وذلك يعبر عن درجة الكفاءة للسوق باختبار كثافة الابتكار.

كما عرف الابتكار أنه: " تنمية وتطبيق الأفكار الجديدة في المنظمة، وهنا كلمة شاملة فهي تغطي كل شيء جديد من الفكرة الجديدة إلى إدراك الفكرة وجلبها للمنظمة ثم تطبيقها"³. من هذا التعريف يتضح أن الابتكار هو ان تعتمد المنظمة على تقبل فكرة جديدة وجذبها وتحويلها إلى واقع تطبيقي في سياق تنظيمي.

كما يعرف سيندر ودورث Synde&Dauter الابتكار هو: "التوصل إلى ماهو جديد بصيغة التطور المنظم والتطبيق العملي لفكرة جديدة"⁴. أما من التعريف السابق فيتضح أن الابتكار هو جلب فكرة جديدة وتجسيدها في واقع عملي ملموس يواكب التطورات الحاصلة وتكون الفكرة شيء (منتج أو خدمة).

¹ - مارك دودجسون وديفيد جان، ترجمة زينب عاطف سيد، مقدمة قصيرة جدا للابتكار، مؤسسة هنداوي للتعليم والثقافة، القاهرة، 2014، ص:15.

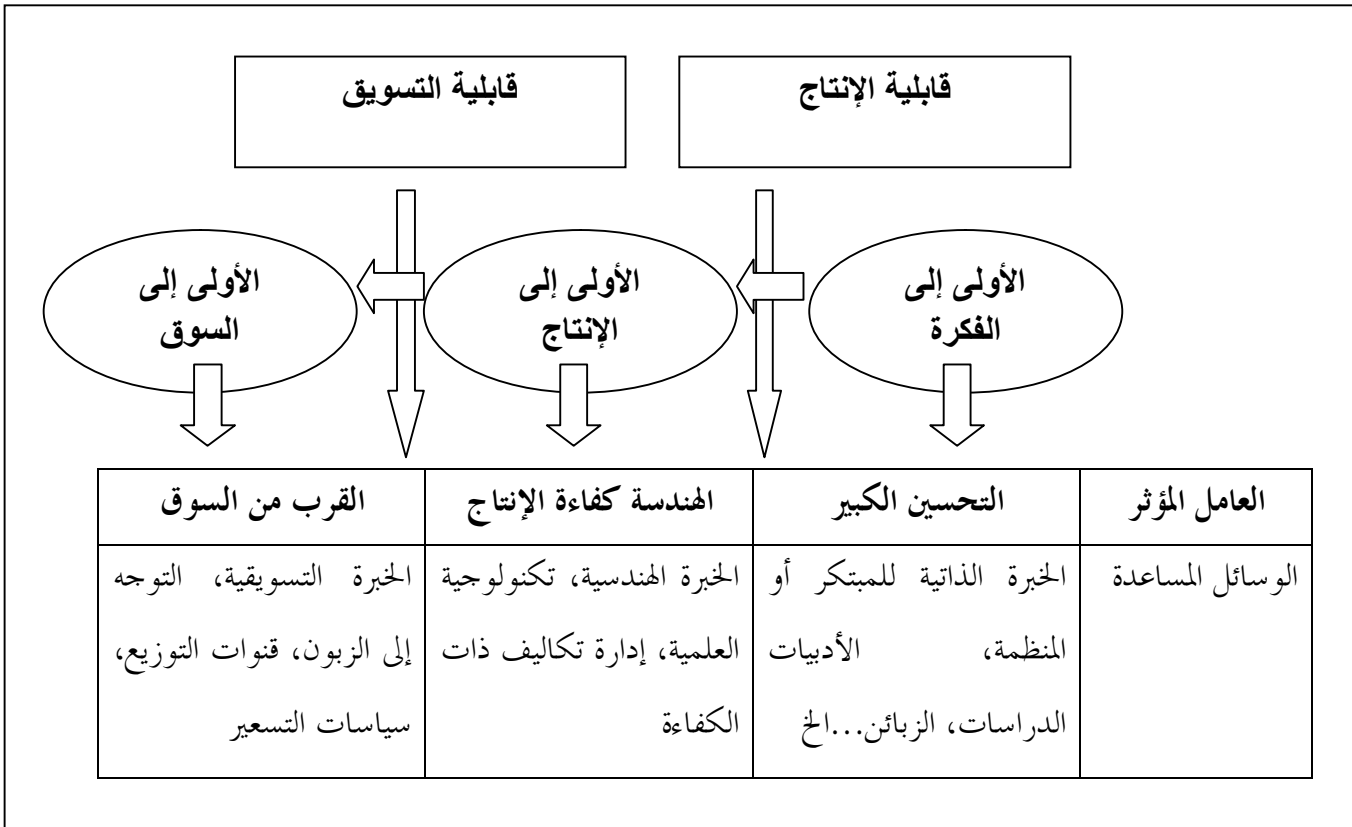
² - JEAN -REMAILA , "La Créativité Formation Théoriques Et Pratiques," Editon, paris, 2016, p: 13

³ - عبد الوهاب بوبعة، " دور الابتكار في دعم الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية: دراسة حالة للاتصالات الجزائر لهاتف النقال- موبيليس-"، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، تخصص إدارة الموارد البشرية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري قسنطينة، 2001-2012، ص: 31.

⁴ - نجم عبود نجم، "القيادة وإدارة الابتكار"، دار صفاء لنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص: 143.

في حين يرى جوزيف شومبيتر J.Schumpter الابتكار هو "الإتيان بتوفيقيات جديدة بأشكالها الخمسة : منتجات جديدة، طرق إنتاج جديدة وأسواق جديدة، ومصادر جديدة لتجهيز المواد".¹ بينما يرى هذا التعريف أن الابتكار هو الإتيان بكل ما هو جديد، عن طريق تحويل فكرة أصلية إلى منتج أصيل أو استخدام فيه مصادر وطرق فنية حديثة وطرحه في أسواق جديدة لأول مرة. والشكل التالي يوضح مفهوم الإبتكار من خلال عرض الفكرة لأول مرة بطرح المنتج في السوق كما يلي:

الشكل رقم (1-3): مفهوم الابتكار-الأول إلى الفكرة، المنتج والسوق



المصدر: نجم عبود نجم، إدارة الابتكار "المفاهيم والخصائص والتجارب الحديثة"، دار وائل لنشر والتوزيع، عمان، 2003، ص: 23.

من الشكل السابق يتضح مفهوم الابتكار وهو عبارة على قدرة المنظمة أو الفرد على القيام بدراسات وأبحاث من أجل إيجاد شيء جديد يحتاج إلى عمليات في الإنتاج وتكاليف تعبر عن الكفاءة ومن ثم طرح المنتج في السوق وهذا يؤكد بان الابتكار لا يكون قائما بحد ذاته في المنظمات.

¹ - ممدوح عبد العزيز الرفاعي، " إستراتيجية الابتكار: طريق الإدارة نحو الابتكار الجذري"، المؤتمر العلمي الدولي الأول حول: دعم وتنمية المشروعات الصغيرة، جامعة عين الشمس، القاهرة، 11-12 مارس، 2012، ص: 03.

- حتى يتم تحديد المفهوم الدقيق للابتكار يجب التمييز بينه وبين بعض المفاهيم المتعلقة بما كالاتي:¹
- الإبداع يتمثل في التوصل إلى حل خلاق لمشكلة ما أو فكرة جديدة، في حين نجد أن الابتكار هو التطبيق الخلاق للملائم لها.
 - كما يشير شاني ولو Shani and Lau يجب التمييز بين الاختراع الذي يشير إلى التوصل إلى فكرة جديدة بالكامل ترتبط بالتكنولوجيا لكونه فيه ومضة عبقرية والتقدم الكلي في العلم كما يهتم بالموارد الملموسة كالوقت، في حين الابتكار فانه يعني التجديد بوصفة إعادة تشكيل أو إعادة عمل الأفكار الجديدة لتأتي بشي ما جديد.
 - كما يجب التمييز بين الابتكار والتحسين: حيث نجد أن التحسين يعمل على إدخال تعديلات صغيرة أو كبيرة على العمليات أو المنتجات، بينما الابتكار يوجد له شكلان أولهما هو الابتكار الجذري(الاختراق) ويتمثل في التوصل إلى المنتج الجديد، أما الشكل الثاني للابتكار هو التحسيني (التدريجي) هو يفضي التوصل إلى المنتج الجديد من خلال إدخال بعض التحسينات على المنتجات الحالية.
 - من خلال ما سبق في عرض أهم التعريفات التي تناولت الابتكار والمصطلحات المتداخلة مع مفهومه ، هناك خصائص تدل على الابتكار يتم إيضاها كالاتي:²
 - الابتكار هو الإتيان بما هو مختلف عن الآخرين المنافسين أو غير المنافسين. فهو ينشأ شريحة سوقية من خلال الاستجابة المتفردة في حاجاتها عن طريق الابتكار؛
 - الابتكار هو الإتيان بالجديد كليا أو جزئيا في مقابل الحالة القائمة (العملية الحالية أو المنتج الحالي)؛
 - والابتكار بهذا يمثل مصدر التجدد من اجل المحافظة على حصة المنظمة السوقية وتطويرها وهذه الدلالة هي التي تجعل (الابتكار = الميزة التنافسية المستدامة)؛
 - إن الابتكار يمكن أن يكون بمثابة وضع أشياء معروفة وقديمة في توليفة جديدة في نفس المجال (توليفة الأشياء). أو نقلها إلى مجال آخر لم تستخدم فيه من قبل (توليفة الشيء-المجال الجديد).
- 2- أهمية الابتكار: يمكن أن نوجز أهمية الابتكار فيما يلي:³
- الابتكار ينمي ويراقب المهارات الشخصية في التفكير والتفاعل الجماعي من خلال فرق العصف الذهني؛

¹ - نجم عبود نجم ، "إدارة الابتكار: المفاهيم والخصائص والتجارب الحديثة" ، مرجع سابق، ص ص: 17-18.

² - نفسه، ص: 235.

³ - عبد الوهاب بوبعة، مرجع سابق، ص: 34.

- يزيد من جودة القرارات التي تصنع لمعالجة المشكلات على مستوى المنظمة أو على مستوى قطاعها وإدارتها في المجالات المختلفة الفنية، المالية والتسويقية وتلك الخاصة بيئة العمل الاجتماعية؛
 - يحسن من جودة المنتجات؛
 - يساعد على تقليل الفترة بتقديم منتج جديد وآخر مما يساهم في تمايز المنظمة من حيث التنافس بالوقت؛
 - يساعد على خلق وتعزيز القدرة التنافسية للمنظمة؛
 - يساعد على إيجاد سبل لتفعيل وزيادة حجم المبيعات؛
 - يساعد على خلق وتعزيز صورة ذهنية طيبة عن المنظمة لدى عملائها؛
- بالإضافة إلى ذلك فإن تقديم المنظمة للابتكار لم يسبقها إليه أحد من قبل قد يسمح لها بابتكار جزئي ومؤقت في السوق وذلك حسب درجة كثافة الابتكار.

3- أنواع الابتكار: إن مفهوم الابتكار الذي سبق تعريفه هو مفهوم شامل ولا يقتصر على الابتكار المرتبط بالمنتج أو الخدمة أو المكونات المادية أو الخصائص أو الجوانب التكنولوجي بل يتعدى كل ما هو جديد ومنفرد، وهناك عدة أشكال منها:

3-1-1- الابتكار وفقا لمجالاته: وفق هذا النوع يتم التمييز بين ثلاثة أنواع من الابتكار وهي:¹

3-1-1-1- الابتكار الإداري: يعرف بأنه: «التوصل إلى المفاهيم الجديدة القابلة للتحويل إلى سياسات وتنظيمات وطرق تساهم في تطور الأداء في المنظمة». يمكن القول أن هذا المفهوم لم يقتصر على الابتكار الإداري بل تعداه ليوضح مدى مساهمته في تطوير عملية الابتكار وتنظيمه وإجراءات نقل الأفكار الجديدة إلى منتجات، ومن ثم الإبداع في إنشاء الأسواق الجديدة.

3-1-1-2- الابتكار التقني: عرفه ديفت Daft على أنه «عملية فعالة من أسفل لأعلى حيث يتم توليد الإبداعات ودعمها من قبل طبقة الموظفين الدنيا ذوي الخبرة الفنية».²

كما أشار دانيال روبي Daniel Roby إلى أن الابتكار التقني هو تطوير منتجات أو خدمات جديدة، أو تغييرات في التقنيات التي تستخدمها المنظمة وتغييرات في أساليب إنتاج وإدخال الأسلوب في العمل وغيرها.

¹ - تيقاوي إبراهيم، "دور التغيير التنظيمي في تطوير المنظمات الحديثة من وجهة نظر العاملين في منظمات الاتصالات الجزائرية الحديثة"، المؤتمر الوطني حول الإبداع في المنظمات الحديثة، جامعة البليدة، 15-16 ماي، 2011، ص ص: 09-10.

² - نفسه، ص: 10.

3-1-3- الابتكار الإضافي: يعرف على انه "ابتكارات مساعدة وإنما تمتد عبر حدود البيئة التنظيمية وتتجاوز وظائف العمل الأساسية للمنظمة".¹ وخلاصة القول يمكن أن الابتكارات التقنية تركز على التقنية الجديدة، أما الابتكار التنظيمي يهتم بالجانب الإداري والأفكار في المنظمات، بينما الابتكار الإضافي فهو يهتم بالمحافظة على متطلبات الزبون.

3-2-2- الابتكار وفقا لاستعماله والغرض منه: يتم تقسيم الابتكار وفق هذا المنظور إلى:²

3-2-1- ابتكار المنتج: ويعني ذلك تقديم منتج أو خدمة جديدة أو إجراء تطوير أو تحسين جوهري لخصائص واستخدامات المنتج، وهذا يتضمن التحسينات الجوهرية والخصائص الفنية والمكونات والمواد الخام وبرامج الحاسب الآلي ووظائف المنتج. أي التي تؤثر على تحسين المنتج.

3-2-2- ابتكار العمليات: وهي الابتكارات المتعلقة بتطوير أو تطبيق طريقة جديدة ويعني بذلك أن الابتكار في العمليات يشمل كل عمليات تخفيض التكاليف وزيادة الجودة وابتكار طرق جديدة لتقديم منتج للعميل ويتضمن ذلك تطبيق الأساليب والمعدات وبرامج للإنتاج وتقديم المنتج بشكل جديد للعميل.

3-3- الابتكار وفقا لمدى تأثيره: ويتفرع هذا النوع وفقا شقين إلى تدريجي وآخر جذري كما يلي:³

3-3-1- الابتكار الجذري (الاختراق): يعمل هذا النوع من الابتكار على تحقيق تقدم علمي وفني، وقفزة إستراتيجية تؤدي إلى التغيير في مدى واسع من المنتجات والتكنولوجيا والصناعة، وهذا النوع من الابتكار يأتي بالجديد بالصيغة منتجات أو عمليات أو تكنولوجيا مبتكرة وفريدة حقيقة، تختلف عن كل ما قبلها من المنتجات أو العمليات في مجالها.

3-3-2- الابتكار التدريجي (التحسيني): يعمل التحسين التدريجي على إدخال تعديلات صغيرة، وإضافات محدودة على المنتج أو العملية، كما هو الحال في إدخال تحسينات على الخصائص، أو الحجم، أو طريقة استخدامه أو مجالات استخدامه أو دمجها مع خصائص منتج آخر.

بعد عرض أهم التعريفات والمفاهيم المتعلقة بكل من الإبداع والابتكار يجب إجراء مقارنة بينهما من خلال:

¹ - نفسه، ص: 13.

² - مرزوق مرزوقي، " دور الابتكار في تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة: دراسة حالة الجزائر"، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص: تسيير مؤسسات صغيرة ومتوسطة، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة قنطرة، ورقلة، 2007-2008، ص ص: 14-15.

³ - محمد منصور أبو جليل وآخرون، "سلوك المستهلك واتخاذ القرارات الشرائية"، دار الحامد لنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص: 329.

- التسمية: يختلف الإبداع والابتكار خلال لفظة المرادفات في اللغة فالإبداع يعني (innovation) أما الابتكار (creativity).¹

كما يوجد هناك اختلافات بين الإبداع والابتكار نوجزها في الجدول الموالي:

الجدول رقم (1-2): مقارنة بين الإبداع والابتكار

| أوجه المقارنة | الإبداع | الابتكار |
|--------------------|--------------------------------|----------------------------------------|
| كيفية التطبيق | الموضوع | الهدف |
| المحاولة | فردية | جماعية |
| السيرورة | متقطعة، لحظية | مستمرة، طويلة |
| الأثر | غير قابل للقياس، محتمل | قابل للقياس، مؤكد |
| الشرط | توفر المناخ | توفر الميثاق |
| التدريب | استعمال وتعلم طرق التفكير | استعمال الأدوات الإستراتيجية |
| نوع الاجتماع | العصف الذهني | تسيير المشروع |
| نوع التفكير | متباعد (تضارب الأفكار وتشتعها) | متقارب (تقارب الأفكار والاجتماع حولها) |
| دور المشرف | التوجه نحو التفكير | التوجه نحو العمل |
| أهميتها في المنظمة | مصدر | كفاءة |

المصدر: عمومة بن همامة، " دور إدارة رأس المال الفكري في تشجيع الإبداع على مستوى مؤسسات التعليم العالي"، رسالة مقدمة ضمن نيل متطلبات شهادة الدكتوراة، تخصص شعبة تسيير المنظمات، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة باتنة، 2016-2017، ص: 26.

من خلال الجدول يتضح لنا أن الإبداع عملية فردية نابعة من الفكر أما الابتكار هي عملية تفاعلية وجماعية يتدخل فيها العديد من متعاملين، كما أن للإبداع يكون في فترات زمنية متقطعة وانية بينما الابتكار يكون مستمر وعلى حقبات طويلة، بالإضافة إلى الإبداع يكون غير مؤكد وغير قابل للقياس في حين إن الابتكار يكون مؤكد وقابل للقياس، كما أن الإبداع يتطلب بيئة مناسبة، أما الابتكار يتطلب بيئة مشجعة

¹ - Peter Cook", "The Creativity Advantages Your Organisation The leader Of The Pack: Industriel And Commercial"Traning, vol,30,N:05,1998,p: 01

لعمل الابتكار. كما أن الإبداع يمتاز بتشعب الأفكار ويتبع فيه أسلوب العصف الذهني على عكس الابتكار الذي ينتهج أسلوب تسيير المشروع وتقارب الأفكار والاجتماع حولها وهذا الأخير يعتمد على الكفاءة بالنسبة للمنظمة والمشرّف فيها يوجه الأشخاص إلى العمل. كما أن الإبداع يكون مصدرا بالنسبة للمنظمة ويعتمد على اختلاف الأفكار.

ثالثا: معوقات الإبداع والابتكار

أشارت مراجع عديدة إلى حقيقة وجود معوقات أو عقبات كثيرة ومتنوعة تحول دون تنمية الإبداع والابتكار، بالنسبة للمنظمة فالإبداع هو عبارة عن قدرات مولودة تحتاج إلى بيئة مناسبة من أجل إظهارها وتجسيدها في شكل واقع عملي مناسب عن طريق الابتكار، ولذلك سيتم إبراز أهم العوامل التي تقف عائقا في سبل تنمية كل من الإبداع والابتكار كما يلي:

1-1- معوقات الإبداع: يوجد عدد كبير من العوامل التي تقف في سبيل الإبداع، وتقلل من اندفاع الفرد نحو التفكير الجديد أو تعطل بعض القدرات الفكرية ويمكن تصنيف هذه المعوقات إلى أربعة يتم إدراجها كما يلي:¹

- **المعوقات الإدراكية:** تحصيل المعلومات المتوفرة في البيئة المحيطة، وقد يتعرض الإدراك للمشكلات ومن بين هذه المشكلات:

- **خطأ الإدراك:** قد يرى في الشخص أو شيء صفة ليست فيه فعلا، بينما لا يكون الواقع كذلك.
- **خداع الإدراك:** ينتج عن أسباب نفسية وأخرى تقنية
- **ضييق الإدراك:** يعني أن ينحصر الإدراك في دائرة ضيقة، فيحجب عن صاحبه رؤية أبعاد، أو زوايا أو خصائص معينة.²

ويمكن القول إن المشكلات الثلاثة خطأ الإدراك، وخداع الإدراك ومحدوديته معوقا يحول دون الإبداع ويضع حاجزا ضد الأفكار الجديدة لأنها تحصر الفرد في الدائرة التي رسمها للإدراك.

¹ - سامح عبد المطلب عامر وعلاء محمد سيد قنديل، "القيادة الإدارية وإدارة الابتكار"، دار الفكر لنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص: 185.

² - نفسه، ص: 185.

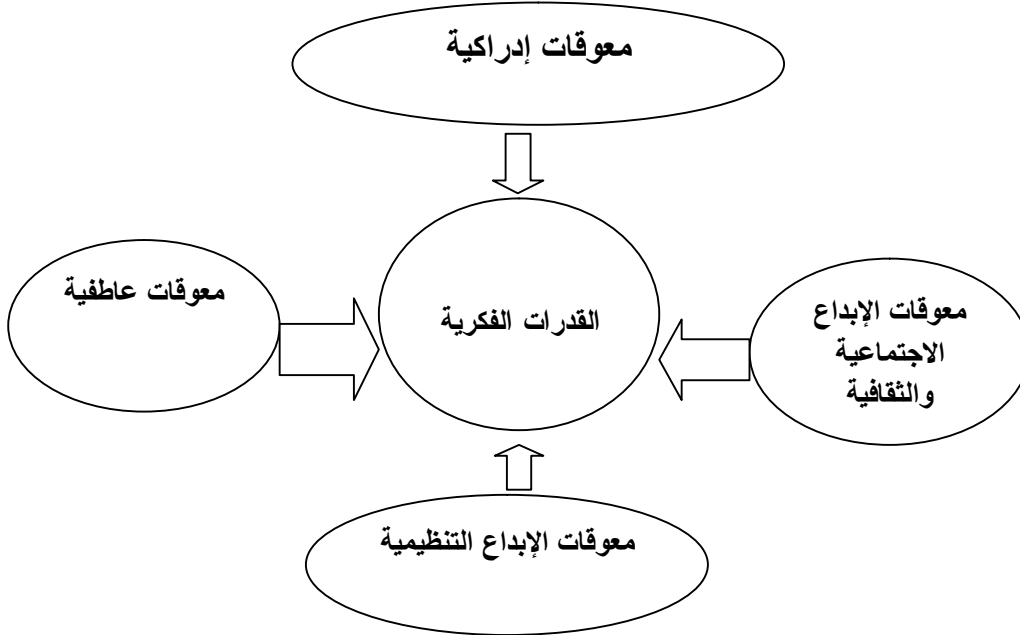
1-2- المعوقات الاجتماعية والمعوقات النفسية: تنقسم إلى:

- المعوقات الاجتماعية: يفرض المجتمع على أبنائه عادات وتقاليد وأعرافا معينة، وبناءا عليه يتجنب الفرد الأفكار التي يراها خارج عن نطاق توقعات الآخرين لأنه يعلم أن هناك رفضا لهذه الأفكار واستنكارا لها أو مقاومتها.

- المعوقات النفسية: وهنا يلعب الخوف دورا كبيرا في الحد من القدرات الإبداعية فالخوف يكبل الأفكار ويقيد حب الاستطلاع ويقاوم نزعة الاستكشاف.¹

- المعوقات التنظيمية: هي الأنظمة والقوانين الداخلية التي تعمل بموجبها المنظمة ويمكن أن تقف عائقا أمام عملية الإبداع فالسياسات والأهداف والإجراءات وفلسفة الإدارة وأيضا وجود القيادات الإدارية المتسلطة قد تكون عائقا أمام عملية الإبداع.² ويمكن إيجاز المعوقات التي تتعلق بالإبداع في الشكل الموالي:

الشكل رقم (1-4): معوقات الإبداع



المصدر: سامح عبد المطلب، علاء محمد السيد قنديل، "القيادة الإدارية وإدارة الابتكار"، دار الفكر، عمان، 2010، ص: 185.

إن عملية الإبداع في المنظمات تحتاج إلى بيئة مناسبة تشجع على الإبداع، وتؤيده وتسخر له كافة الإمكانيات البشرية والمادية من اجل تنمية الإبداع وإظهاره، لكن هناك جملة من المعوقات التي تكبح عملية

¹ - محمد زويد العتيبي، "الطريق إلى الإبداع والتميز الإداري"، دار الفجر لنشر والتوزيع، القاهرة، 2007، ص: 17.

² - سامح عبد المطلب، علاء محمد سيد قنديل، مرجع سابق، ص: 186.

الإبداع أو تضيق دائرة التعبير عن الأفكار وتجسدها في قالب يسمح للمنظمة الذهاب في الاستمرار. ومن أهم هذه المعوقات كما مجسدة في الشكل أعلاه هي: معوقات تنظيمية وأخرى اجتماعية وثقافية بالإضافة إلى المعوقات الفكرية والمعوقات الإدراكية.

1- **معوقات الابتكار:** جميع الأفراد يفكرون ولكن القليل منهم يبدعون في تفكيرهم وذلك لوجود بعض المعوقات التي قد تعيقه عن ابتكار الأفكار ومن أهمها مايلي:¹

- القدرة العقلية المحددة وعد التعود على التفكير والابتكار: يرجع ذلك إلى المناخ العائلي أو التعليمي؛
- **المعرفة المحدودة للمبتكر:** نظرا لعدم تشجيع الفرد على البحث وعدم تحصيله للمعرفة المطلوبة السلبية أو فتور الحماس؛
- غياب تشجيع الرؤساء أو الزملاء: تنمية الملكات والقدرات الابتكارية؛
- اهتمام المؤسسات بالروتين: الالتزام بلوائح والأساليب التقليدية دون الاهتمام بتقديم أفكار جديدة لتحسين الأداء؛
- التحيز لأفكار معينة: الحكم المسبق على الأمور؛
- السطحية: صعوبة الوقوف على الأسباب الحقيقية للمشكلة والحكم السريع على الأمور؛
- عدم وجود معايير الابتكار والتجديد: عدم تحفيز المبدعين والمبتكرين؛
- الخوف من الفشل: لدى بعض العاملين وكذلك الخوف من النقد؛
- عزلة ذوي الأفكار الخلاقة؛
- عدم الاتجاه لبعض المؤسسات إلى الأساليب والوسائل التكنولوجية ووسائل الاتصال التي توفر المعلومات.

المطلب الثالث: الإبداع، الابتكار وجودة المنتجات

في هذا المطلب سيتم التطرق إلى العلاقة بين الإبداع وجودة المنتجات وكذا بين الابتكار وجودة المنتجات .

1- **العلاقة بين الابتكار وجودة المنتجات:** تشير الأدبيات والأبحاث إلى وجود نزاعات متعارضة عن العلاقة بين الابتكار وجودة المنتجات لكونها متناقضة ومعقدة ، بينما بالنسبة لبعض الباحثين يوجد هناك علاقة إيجابية قوية بين الابتكار والجودة، لكون الجودة تحسن الابتكار بشكل مستمر ومباشر وهذا ما أكده اونتونيو

¹ - علاء محمد سيد قنديل، القيادة الإدارية وإدارة الابتكار، دار الفكر لنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص 141.

فيرنارد Antonio fernand عندما قال "جودة المنتجات ترتبط كل الارتباط بالابتكار لكونها تحسنه بشكل مباشر و دائم".¹ من خلال الاعتماد على رأي اونتونيو فيرناردAntonio fernand فان الابتكار وجودة المنتجات يعتبران مكملان لبعضهما البعض، بحيث أن الجودة تعتبر الركيزة الأساسية التي يستطيع للابتكار تقديم كل ماهو جديد وفعال ويجذب الزبائن.

2- العلاقة بين الابتكار والإبداع: اعتبر الكثير من الباحثين أن التمييز بين المصطلحين يرتبط بالتعبير عنهما أكثر من الاختلاف الجوهرى بينهما و يمكن أن نوضح العلاقة بين الإبداع والابتكار من خلال مايلي:

أشار الباحث "كوك" cook إلى أن العلاقة بين الإبداع و الابتكار هي علاقة تكاملية كل يرتكز على الآخر، فالمدخلات المنظمة تتمثل في الأفكار والعاملين والتمويلات تؤدي إلى قيام أفكار غير مألوفة تنتج عنها مخرجات تشمل على الإبداع والنمو والعائد على الاستثمارات ، تؤدي إلى ابتكارات من خلال التحسينات المستمرة.² فحسب كوك فان العلاقة بين الإبداع والابتكار تكاملية يكون الإبداع مصدرها والذي يتمثل في العمل الفكري الذي يحاول طرح أفكار جديدة، أما تطبيق الناجح والفعال للعملية الإبداعية يكون في شكل ابتكارات.

بينما نجد "أمبيللا" Ambilla تعتبر أيضا أن العلاقة بين الإبداع والابتكار هي علاقة تكاملية ولكن لكلا المفهومين تعبير مختلف حيث إن الإبداع يأتي في شكل أفكار جديدة ومفيدة و الابتكار هي ذلك التجسيد الفعلي لعملية الإبداع أي النتيجة التطبيقية للابتكار والتي عادة تأتي في شكل منتجات و سلع ، وإضافة أمبيللا على أن الإبداع هو الركيزة الأساسية في عملية الابتكار.³

كما يمكن القول إن الإبداع هو الوصول إلى حل خلاق لمشكلة ما أو إلى فكرة جديدة ، في حين أن الابتكار هو التطبيق الملائم له. ومنه فان الإبداع هو الجزء المرتبط بالفكرة الجديدة و الابتكار هو الملموس المرتبط بالتنفيذ و تحويلها إلى منتج.

3- العلاقة بين الجودة والإبداع: يظهر دور الإبداع في محاولة تحقيق كل المعايير باستخدام المعارف العلمية التي يبدعها الفرد والتقنية في الإنتاج، إذ أن الإبداع يحقق جودة المنتج أعلى من المنتج بحيث يخفض نسبة

¹ – Antonio Fernandes ; "Quality ; Innovation And Performace: An Exploration Study " ; Luise Lourenco University Of Beria Interior ;Department Of Management economic Nece –Nucleo De Estudos Em Ciencias Empresariais Estra Do Sineiro ;vol2 ;n09 ;2006 ; p02 .

² -لطفي عاكف خصاونة، مرجع سابق، ص،ص: 36،35.

³ -لطفي عاكف خصاونة، مرجع سابق، ص: 37.

تكاليف الجودة ويقلل من الأخطاء الناجمة عنها ، وبذلك يتعين أن التجديد والتحسين المستمر في المنتجات يساهم فيه الإبداع بدرجة ايجابية وجد عالية في حل المشكلات الناتجة عن تعدد مصادر ومواصفات المنتج وذلك بالاعتماد على نظم متكاملة لمواصفات قياسية عالمية تعمل على تحديد الخصائص والأبعاد ومعايير الجودة وكيفية تطبيقها ومن ثم توسيع خطوط المنتجات وتقديمها بشكل أفضل للزبائن.¹

وفي الأخير يمكن القول أن العلاقة بين الإبداع والابتكار هي علاقة تكاملية لان محور جودة المنتجات يعتبر الركيزة الأساسية التي يظهر فيها الإبداع بتوظيف الأفكار التي تكون حول المنتجات المتعلقة بزبائن ، كما تساعد جودة المنتجات الابتكار على التحسين المستمر لها وإضافة أشياء يتيح بالمنظمة إلى الاستمرار ومنافسة نظراتها من المنظمات .

مما سبق يمكن القول أن الإبداع والابتكار أصبح ضروريان ومحتمان على أية منظمة تود أن تبقى مستمرة، كما أنهما يعدان مفتاحان أساسيان لتحقيق أحسن أداء للجودة المنتجات، بحيث كل ما يتم تطبيقها جيدا يخفض ذلك التكاليف التي تعتمد عليها المنظمة من جراء إجراء تحسينات جودة المنتج وبالتالي إشباع رغبات ومتطلبات الزبائن.

المبحث الثاني: الدراسات السابقة حول الإبداع، الابتكار والجودة

في هذا المبحث سيتم التطرق إلى الدراسات السابقة العربية والأجنبية والاختلاف بينهم وبين الدراسة الحالية.

المطلب الأول: الدراسات العربية

01- عبد الوهاب بوبعة، "دور الابتكار في دعم الميزة التنافسية للمنظمة الاقتصادية: دراسة حالة اتصالات الجزائر للهاتف النقال"، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، قسم علوم التسيير، تخصص موارد بشرية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير جامعة قسنطينة، 2011-2012".

هدفت هذه الدراسة للتعرف على أثر الابتكار في تعزيز الميزة التنافسية للمنظمة الاقتصادية دراسة حالة الاتصالات موبيليس الجزائر. ولتحقيق أهداف البحث استخدم الباحث المقابلة للحصول على البيانات والمعلومات من خلال مقابلاته الشخصية معهم أو مراسلتهم، بالإضافة إلى استخدامه استبيان، وقد تمحور أهداف دراسته حول إبراز دور الابتكار كخيار استراتيجي فعال بالنسبة للمنظمة الاقتصادية، خاصة في تنمية

¹ عبد الوهاب بن بريكة ، زينب ابن تركي ، "مساهمة الإبداع في تدعيم المركز التنافسي للمنظمة": المؤتمر الوطني حول الإبداع في المنظمات الحديثة، جامعة محمد خضير بسكرة، 12-13 ماي، ص ص:14.

مزاياها التنافسية وكذا معرفة وضعية الابتكار في المنظمة الاقتصادية موبيليس في ظل التغيرات التي تهدف في السوق الوطنية، مع إثبات أن الابتكار له دور فعال في تطوير المنظمات الاقتصادية.

وتوصلت الدراسة في الأخير إلى أن هناك وجود علاقة تأثير قوية بين الابتكار والميزة التنافسية، بالإضافة إلى وجود علاقة طردية ضعيفة بين الابتكار الإضافي والميزة التنافسية، كما توصلت دراسته إلى أن الابتكار له أثر في تدعيم الميزة التنافسية لشركة موبيليس، بحيث تطبيق الابتكار في اتصالات الجزائر للهاتف النقال يمكنها من تدعيم الميزة التنافسية، وأيضا أن الإبداع الإداري لوحده يساهم بالنسبة عالية في مساعدة منظمة محل الدراسة في التأقلم مع المستجدات مع المتغيرات البيئية.

2- لخصر خراز ، " دور الإبداع في اكتساب المنظمة ميزة تنافسية، دراسة حالة منظمة EGTت مركب حمام ربي (سعيدة) نموذجا " أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، تخصص مالية دولية كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، قسم التسيير الدولي ،جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان - الجزائر - 2011.

سعت هذه الدراسة لمعرفة كيف يمكن تحويل إبداعات الأفراد والمجموعات إلى ميزات تنافسية عن طريق إرضاء الزبائن، ومعرفة أهم محددات الإبداع في المنظمة الاقتصادية وكيف يمكن استثمار الإبداع في المنظمة بالإضافة إلى معرفة محددات استثمار الإبداع لخلق ميزات تنافسية ، ولتحقيق أهداف هذا البحث استخدم الباحث المقابلات الشخصية مع مسيري المنظمة محل الدراسة ، استخدم الباحث استبيان مكون من 33 مفردة تم توزيعها من خلال الحوار المباشر مع مجموع الزبائن وذلك لضمان فهمهم الجيد للأسئلة الذين يقومون بالإجابة ، وكانت في شكل جداول واستناده أيضا على نموذج كانوا.

وتوصلت الدراسة في النهاية إلى أنه لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المنتجات ومتطلبات الزبائن ، لأنه لا يوجد اختلاف في متطلبات الزبائن سواء كانوا من نفس الجنس أو من جنسين متغيرين ولكن يوجد اختلاف في متطلبات الزبائن ، كما يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المنتجات الجاذبة ومتغير الجنس حيث كلاهما تحت مراعاة نوع الجنس في بعض الخدمات المقدمة ، حيث قد تختلف الرغبات ولو بنسبة قليلة ، بالإضافة إلى أنه يمكن للمنظمة الجزائرية ضمان نجاح منح المبدع إذا ما انطلقت من العميل نفسه في خلق هذا المنتج ، أي محاولة توقعات الزبائن وردود أفعالهم اتجاه هذا المنتج ، إذا ما قدم له ومعرفة الثقافة في الوقت المناسب وإضافة التحسينات له، التي توصل إليها البحث أيضا محاولة معرفة العوامل التي تعيق الإبداع وتنمية والاستفادة منها كالتغذية عكسية للمنظمة، وجعلها كثقافة عامة في المنظمة وليس لمواجهة المشاكل فقط.

3- عبد الرؤوف حجاج، "دور الإبداع في تنمية الميزة التنافسية للمنظمة الاقتصادية: دراسة مقارنة بين وحدات منظمة كوندور برج بوغريج، باستخدام أسلوب تحليل مغلف البيانات خلال الفترة 2004-2014"، تخصص اقتصاد وتسيير المؤسسات، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الدكتوراة، جامعة قصدي مباح، 2015.

هدفت هذه الدراسة إلى كيفية مساهمة الإبداع في تنمية الميزة التنافسية للمنظمة الاقتصادية وما هو مستوى كفاءتها في تنمية الميزة التنافسية للمنظمة كوندور، كما تهدف إلى معرفة محددات الإبداع التكنولوجي على مستوى المنظمة الاقتصادية ومحاولة الكشف عن الدور الذي يلعبه الإبداع في تنمية الميزة التنافسية، والتعرف على الوحدات الكفئة والغير كفئ للمنظمة كوندور ولتحقيق أهداف الدراسة قام الباحث باستخدام أداة (DEA) *، إضافة إلى استخدامه بعض المؤشرات الإحصائية.

وتوصلت الدراسة في الأخير إلى استخراج متوسط الكفاءة لكل وحدة من وحدات الإنتاج خلال السنة 2012-2013 وكان متوسط الكفاءة لوحدة الإنتاج للزبون في نموذج عوائد الحجم مقارنة مع نموذج الحجم المتغير قوية جدا، أما متوسط الكفاءة لوحدة الإنتاج للماكينات الهوائية تفوق المتوسط بعوائد الحجم المتغير، بالإضافة إلى متوسط الكفاءة في الثلاجات في نموذج عوائد الحجم تفوق المتوسط في وحدة الإنتاج وأجهزة الاتصال للأقمار الصناعية، كما أن نسبة التحسين خلال سنة 2009 فاقت الممتاز بإبداع العملية الإنتاجية، كما انه توصل أيضا لوجود علاقة بين الإبداع وتنمية الميزة التنافسية للمنظمة وان درجة الإبداع تختلف بتأثير إبداع المنتج خلال تسليمه، شكله، جودته، ودرجة تأثير الإبداع على أبعاد الميزة التنافسية تختلف باختلاف درجة تأثير إبداع المنتج كما يلي: أعلى تأثير التسليم أولا التكلفة، الجودة المرنة، كما ان عملية الإبداع لها علاقة تؤثر وتتأثر على بعد الجودة.

4- قاسم إبراهيم الشعار: فايز جمعة النجار، " تطبيقات إدارة الجودة وأثرها على الإبداع التكنولوجي: دراسة تطبيقية على المصارف العاملة في الأردن"، مجلة الأردن للدراسات والعلوم الإدارية، العدد 02، المجلد 42، السنة 2015.

هدفت هذه الدراسة إلى للتعرف على التطبيقات الجودة الشاملة وأثرها على الإبداع التكنولوجي للمصارف العاملة بالأردن، اختار الباحثان عينة من مجتمع الدراسة للمصارف العاملة وعددها (26) مصرفا، كما استخدموا الباحثان الأساليب الإحصائية التالية (الانحدار البسيط، الانحدار الخطي - المتعدد،

* - (DEA) هو أسلوب تنتهجه المنظمة لتغلف وتعلب به منتجاتها.

والانحدار المتدرج بالإضافة إلى المتوسطات المتحركة)، كما تهدف هذه الدراسة إلى إبراز توضيح أثر تطبيقات إدارة الجودة على الإبداع.

وتوصلت الدراسة في الأخير إلى أن مستوى تطبيقات إدارة الجودة الشاملة من حيث الأهمية النسبية كان مرتفعا أيضا، كما أظهرت نتائج الدراسة أن هناك أثر ذو دلالة إحصائية لتطبيقات إدارة الجودة على الإبداع التكنولوجي، حيث تبين أن التخطيط الاستراتيجي الشامل، مشاركة العاملين والتحسين المستمر لهما دور كبير وفعال في الإبداع من خلال العلاقة الممتازة ذات دلالة إحصائية بينهم التي تفوق المستوى الجيد، كما توصلت هذه الدراسة إلى تشجيع وتقديم الأفكار الإبداعية والاهتمام بها من خلال توفير البيئة المناسبة لتشجيع عملية الإبداع داخل المصارف.

5- منصف ملوك: "أثر إشهاد الجودة على أداء المؤسسات الجزائرية حالة (ISO9001;2000): دراسة إحصائية بالمنظمة الوطنية لأجهزة القياس والمراقبة، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، جامعة فرحات عباس "سطيف"، 2010، 2009.

هدفت هذه الدراسة إلى إبراز الظروف التي تؤدي بإشهاد الجودة إلى تحسين أداء المنظمة الجزائرية التي ترتبط بمدى التزام إدارتها بوضع وتطوير نظام إدارة الجودة وتحسن فعاليتها، ولتحقيق أهداف الدراسة استخدم الباحث استبيان بلغتين الفرنسية والعربية فيها (51 سؤال) موجهة إلى الإطارات المنظمة المختصين المثقفين والمدراء.

وتوصلت الدراسة في الختام إلى أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية تدل على الارتباط بين أداء المنظمة وإشهادها، وذلك لكون معظم المستجوبين كانوا يختلفوا في وظائفهم وأقسامهم، كما يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الوظائف وتأثير إشهاد الجودة، كما لا يوجد سياسية واضحة في المنظمة محل الدراسة على إرضاء الزبائن، كما أن تأثير طبيعة نشاط المنظمة على مشاركة الأفراد على الجانب التقني للعمل، لذا يلتمس الباحث من نتائج دراسته ان هناك علاقة ذات دلالة إحصائية قوية من جانب الإطارات في وضع وتطوير نظام إدارة الجودة وتحسين فعاليته باستمرار.

6- مصطفى لعشاشي، "إدارة الجودة في المنظمات الاقتصادية الجزائرية: أفاق لدراسة المنظمة الوطنية للمواد الكاشطة والزجاج بسعيدة، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، جامعة أبو بكر بلقايد بسعيدة، 2010-2011.

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة مدى ملائمة الثقافة التنظيمية في المنظمة الاقتصادية الجزائرية في تبني إدارة الجودة في إطار إستراتيجيتها ورفع الغموض عن الجودة ومحاولة التعرف على ما يدور حول تطبيق إدارة الجودة في المنظمة الاقتصادية. ولتحقيق أهداف البحث استخدم الباحث استبيان يتكون إلى مختلف العاملين في المنظمة محل الدراسة.

وتوصلت الدراسة في الأخير إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير العمر ومدى ملائمة الأبعاد الثقافية التنظيمية بمتطلبات الجودة، كما دلت نتائج الدراسة أيضا على وجود دلالة إحصائية بين كل من الجودة وإستراتيجية المنظمة محل الدراسة لكون الجودة هي إستراتيجية تتبعها المنظمة.

المطلب الثاني: الدراسات الأجنبية

توجد العديد من الدراسات الأجنبية التي تناولت موضوع الجودة والإبداع والابتكار ويمكن إيجازها على النحو التالي:

1- ماريا بوبسيسزو، ليديا ماندوري، "العلاقة بين تخطيط الجودة والابتكار".

Maria Popesecu, Lidia Manduru, Relationship Between Quality Planing And Innovation, ,university of brasov economic sciences ,Series OF VOL 09,N02,2016.

تهدف هذه الدراسة إلى توضيح العلاقة بين تخطيط الجودة وأهدافها ضمن إستراتيجية تنظيمية تنفذها المنظمة. كما توضح الدراسة أيضا العلاقة بين تخطيط الجودة والتخطيط الجيد للابتكار في ظل تنفيذ نظام إدارة ابتكار فعالة في المنظمة محل الدراسة. ولتحقيق أهداف البحث استخدمت الباحثتان الأدبيات النظرية التي تراعي متطلبات معيار ISO 9001، بالإضافة إلى استخدامهما استبيان موجهة إلى 45 موظفا يعمل في منظمة S.R.L وكانت صياغة الأسئلة متمحورة حول تخطيط الجودة والابتكار. كما قامت بجمع البيانات عن طريق الانترنت للموظفين العاملين في المنظمة محل الدراسة.

وفي الأخير توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج من بينها إن تحليل عملية تخطيط الجودة فعال في منظمة S.R.L* كما أنها تراعي متطلبات ISO*، وأيضا التوصيلات بين تخطيط الجودة والإستراتيجية كان فعال جدا. بالإضافة إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين تخطيط الجودة يتجلى ذلك في الابتكار، كما توصلت الباحثتان أن منظمة S.R.L تطبق إدارة الجودة في ظل سياق تنفيذ نظام إدارة الابتكار.

* S.R.L: مؤسسة رومانية مختصة بأجهزة التصنيع الكيماوي.

* ISO: معايير الجودة الشاملة العالمية.

2- دارا اسكليندجان، مارك شنايدرانج، "إدارة الجودة الشاملة والابتكار".

Dara Sclniedrjans , Marc Schniderjans ,Qualtiy ManagementAnd Innovation:New Insinerts On Structural Contingency Frame Work,schnie derjans and schniederjans international journal of quality innovation ,vol02,N01,2015 .

تهدف هذه الدراسة إلى معالجة العلاقة بين إدارة الجودة والابتكار وأيضا تقييم عوامل الطوارئ بما في ذلك حجم المنظمة والمهمة والأخلاقيات الإدارية التي تلعب دور في تحقيق العلاقة بين الجودة والابتكار . كما تكشف هذه الدراسة عن العلاقة بين الإدارة والابتكار المدعومة بالأثر التنظيمي. ولتحقيق أهداف هذه الدراسة استخدم الباحثان استبيان موجهة إلى المدراء في المستويات الأعلى للإدارة لأحد منظمات التصنيع ، كما استعانا الباحثان بإحدى منظمات التي تقوم بالمسح الشامل للبيانات عبر الانترنت من المستجوبين وتم استرجاع 58 ردا، في حين الأسئلة التي تم طرحها كانت متمحورة حول إدارة الجودة في المنظمة الممارسة للتصنيع وكيف يؤثر ذلك على الابتكار.

وفي الأخير توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج من بينها أن إدارة الجودة تعزز الابتكار ، والأخلاق الإدارية ترتبط بشكل ايجابي مع الجودة والابتكار . هذه النتائج توفر الدعم النظري للعلاقة بين الجودة والابتكار وأيضا أن إدارة الجودة تؤثر إيجابا على المنتج ،الابتكار الإداري ، حيث هذه النتيجة توفر للمنظمة تقنية عالية في منتجاتها. بالإضافة إلى أن الإدارة ترتبط بشكل ايجابي بإدارة الجودة وان المنظمة التي قدم إليها الاستبيان أنها تستخدم كل ممارسات الجودة ، لتعزيز بعضها البعض ومع ذلك ليس كل أنواع ممارسات إدارة الجودة وذلك لزيادة الابتكار التنظيمي لم يجد الباحثان العلاقة التي تدل دلالة إحصائية بين إدارة الجودة التقنية والتعاون . وعلاوة على ذلك لم توجد في هاته الدراسة أي علاقة معتدلة ملحوظة بين الحجم التنظيمي أو الأخلاقيات الإدارية .أو بين إدارة الجودة الاجتماعية والتعاون . كما تم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين إدارة الجودة الاجتماعية والابتكار.

3- دانيال برايجوجو، امريكس سوهال، "بحوث جديدة حول العلاقة بين تخطيط الجودة الشاملة وتخطيط الابتكار.

Daniel I.Prajogo, Amriks .Sohal , New Research The Relation Ship Between Tim practies Quality Performance And Innovation Performance An empirical exanination , International journal of Quality and Reliability Management, vol 20, N8, 2003.

تهدف هذه الدراسة إلى العلاقة بين إدارة الجودة الشاملة وأداء الابتكار وتقرن هذه العلاقة ضد جودة الأداء. ولتحقيق أهداف هته الدراسة استخدم الباحثان استبيان موجهة إلى 194 مدير في استراليا الذين ينشطون في مجال الصناعة التي تشمل كل من الصناعات التحويلية والغير صناعية ، كما استخدموا الباحثان تقنية نمذجة المعادلة لدراسة العلاقة بين إدارة الجودة الشاملة والأداء ، وبين الأداء والابتكار في وان واحد. وفي الأخير توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج ،من بين هذه النتائج أن إدارة الجودة الشاملة تساهم بشكل كبير وإيجابي في أداء الابتكار من حيث المنتج والعمليات ، بينما مساهمة أداء الابتكار يبدوا أقل شانا من أداء الجودة وهته النتيجة تبين رفض الحجج التي تشير إلى أن إدارة الجودة الشاملة يمكن أن تعرقل أداء الابتكار. بالإضافة إلى وجود علاقة ايجابية وهامة بين الجودة والأداء والابتكار،لاسيما عملية الابتكار،هاته النتيجة تدل على أن المنظمة محل الدراسة تحقق جودة الأداء نتيجة لتنفيذها للممارسات الإدارية للجودة الشاملة إلى حد معين ويؤدي ذلك إلى تحقيق أداء الابتكار.

4- دونغ يونغ كيم، فيناد كيمار ، اوما كيمار، "العلاقة بين ممارسات إدارة الجودة الشاملة والابتكار".

Dong – Young Kim ,Vinad Kumar,Uma Kumar,Relation Between QUALITY Management Practices And Innovation,journal of operation management, north florida vol30,N295,2012.

الغرض من هته الدراسة هو فحص الارتباط بين ممارسات إدارة الجودة الشاملة TQM. والتحقق من ممارسات إدارة الجودة التي ترتبط بشكل مباشر أو غير مباشر بخمسة أنواع من الابتكار المتمثلة في: ابتكار المنتج الجذري ، ابتكار العملية الإنتاجية ،ابتكار المنتج الإضافي،الابتكار الإداري،ابتكار العملية المتزايدة. ولتحقيق أهداف هته الدراسة استخدم الباحثون البيانات التحريبية من تصنيع شهادة ISO9001 للمنظمة MBNQAEFQA اللتان تنشطان في مجال الخدمات. وذلك بتقديم استبيان موجهة إلى مدراء العاملين في المنظمتين وتم استرجاع 62 مفردة .

وفي الأخير توصلت الدراسة إلى أن هناك ممارسات إدارة الجودة من خلال إدارة العمليات ترتبط إيجابا بالابتكار المنتج الجذري والابتكار الإداري في كلا المنظمتين. وان القدرة التنظيمية لإدارة الجودة تلعب دورا حيويا وفعال في إنشاء قاعدة تعلم وتدعم الأنشطة المبتكرة في المنظمتين.بالإضافة إلى أن قيمة ممارسة إدارة الجودة الفردية مرتبطة بممارسات إدارة الجودة الشاملة ، وقد لا ينتج ذلك على ممارسات أو تقنيات إدارة الجودة في حل المشكلات الابتكارية التي تعترض المنظمتين محل الدراسة.

5- دانيال براجوجو ، امريك شوهاال، "تكامل إدارة الجودة الشاملة والتكنولوجيا وإدارة الجودة والابتكار".

Daniel I.Prajogo,Amrik.Sohal : "The Integration Of technology And Management In Determininig Quality And Innovation Performance"; the inernational journal of management science ; vol 34 ;N296 ;2006 .

تهدف هاته الدراسة إلى البحث عن التنسيق بين إدارة الجودة الشاملة TQM وإدارة التكنولوجيا مع البحث والتطوير في التنبؤ بالأداء التنظيمي من حيث الجودة والتعاون . كما تهدف إلى العلاقة بين الابتكار والجودة الشاملة على اعتبار أساسين أولهما فهم التوافق المشترك بين إدارة التقنية والجودة الشاملة مع بعضهما البعض من اجل البحث والتطوير. أما الاعتبار الثاني هو البحث عن اثر الجودة على الابتكار والأداء الذي يتم من خلاله أهداف المنظمة. ولتحقيق أهداف الدراسة قاما الباحثان برسم البيانات التجريبية ل 194 منظمة استرالية وتحليلها باستخدام تقنية نمذجة المعادلات الهيكلية "SEM" *

وفي الأخير تناولت نتائج هته الدراسة إلى ثلاث نتائج رئيسية وهي وجود ارتباط ذات دلالة إحصائية تفوق المتوسط بين جودة المنتج وابتكار المنتج، كما أن الجودة الشاملة لديها علاقة ذات دلالة إحصائية عالية مع الأداء،بالإضافة إلى أن تنفيذ الجودة في المنظمات التي أجريت عليها الدراسة تحسن من أدائها ،كما تظهر نتائج الدراسة أن التكنولوجيا والبحث والتطوير على علاقة مهمة مع جودة الأداء لكن بمستوى اقل من إدارة الجودة الشاملة،وتظهر علاقة أقوى بكثير مع أداء الابتكار ،كما بينت نتائج الدراسة أن البحث والتطوير والتكنولوجيا والابتكار موارد مهمة فيتم تعزيز الأداء وتحقيق الجودة الشاملة.

6- جوهاني أنتيلتا، " الجودة والابتكار".

Juhani Anttila , Quality And Innovation ", Journal of the International Academy of Quality, vol. 03, N: 53, 2008.

تهدف هذه الدراسة إلى عرض المسائل المطروحة حول الجودة في الابتكار والابتكار في الجودة . ولتحقيق أهداف البحث استخدم الباحث الأدبيات النظرية المتعلقة بكلا المفهومين ، وأيضاً النظر في المنظمات التي تهتم بالقضايا العالقة بالابتكار والجودة.

وفي الأخير توصلت الدراسة إلى أن الكثير من المحترفون في المنظمات لا يقيمون الجودة بفعالية،وأيضاً أن جل الخبراء لا يعرفون إجراءات الابتكار،كما أن استمرار الأفراد في التفكير والتطوير لا يعيقان عملية الابتكار داخل المنظمات.

*-SESTHEME ECONOMICE MANAGEMENTE.

المطلب الثالث: الاختلاف بين الدراسات السابقة والدراسات الحالية

من خلال عرض الدراسات السابقة، يلاحظ انه يوجد اختلاف واضح بين طريقة معالجة كل دراسة ونتائجها، ولكن يمكن القول أن كل دراسة من الدراسات السابقة اتسمت بخاصية معينة حيث كل واحدة منها تناولت موضوعها من زاوية معينة، كما أن الربط بين مختلف هاته أفكار وأهداف الدراسات من اجل التوصل إلى إشكالية الدراسة الحالية والتي تهدف إلى معرفة مدى مساهمة تأثير الإبداع والابتكار في جودة المنتجات في منظمة السلام الكترونيكس -تبسة-.

اولا: أوجه التشابه : يمكن إيجاز أهم النقاط التي تتشابه فيها الدراسة الحالية بالدراسة في النقاط التالية :

- من بين التشابه بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية استخدام اداة الاستبيان التي كانت في معظم الدراسات ؛

- كانت بعض الدراسات تتفق مع الدراسة الحالية في أهم اخذوا عينة من مجتمع الدراسة وهي الإطارات ؛

- كما توصلت الدراسات السابقة أيضا إلى أن الابتكار يطبق بالنسبة عالية في المنظمات ، كما انه يسمح للمنظمة بالاستمرار؛

- إن الدراسات السابقة تتفق مع الدراسة الحالية في أن جلها تراعي متطلبات الايزو 9001؛

- من ضمن أوجه التشابه أيضا إن معظم المنظمات تستعين بالابتكار لتحسن جودة منتجاتها ؛

- تطابق الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية من خلال الدعم النظري الذي يعزز العلاقة الوطيدة بين الابتكار والجودة، بحيث إن الجودة تعزز من الابتكار ؛

- إن حل نتائج الدراسات السابقة توصلت إلى أن هناك علاقة ايجابية بين الابتكار وجودة المنتجات ؛

- الجودة تساهم بشكل كبير واثباتي في أداء الابتكار من حيث المنتج والعمليات؛

- أيضا أوجه التشابه يكمن في أن هناك ممارسات إدارة الجودة من خلال إدارة العمليات ترتبط إيجابا بالابتكار الإضافي والابتكار الإداري؛

- كما ركزت اغلب الدراسات على جودة المنتجات التي يفتتها الزبون من اجل ابتكار أساليب حديثة في تطوير المنتجات .

2- أوجه الدراسات الاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة:

- أوجه الاختلاف: هناك العديد من الاختلافات بين الدراسة الحالية والدراسة السابقة يتم التعبير عنها:
- من حيث الزمان: أجريت الدراسة الحالية في الفترة الممتدة ما بين 28-01-2018 إلى 19-04-2018، أما بالنسبة لدراسات السابقة تم إجرائها في فترات تختلف كلياً عن الدراسة الحالية؛
- من حيث المكان: أجريت على احد المنظمات الجزائرية التي تنشط في قطاع الأجهزة الكهربائية والكهرو منزلية وهي منظمة السلام الكترولنيكس لولاية تبسة، في حين أن الدراسات السابقة كانت ما بين المنظمات الجزائرية تختلف منها ما تم دراستها منظمة كوندور لبرج بوعريريج، منظمة موبليس، ومن ضمنها أيضا المصارف العربية المتواجدة بالأردن، منظمات يابانية؛
- اختلفت الدراسات السابقة مع الدراسات الحالية أيضا في طريقة جمع المعلومات، فيلاحظ أن بعض الدراسات استعانة بالانترنت، حيث قامت بالمسح الشامل للبيانات المتعلقة باستبياناتها؛
- أما بالنسبة للعينة: تم اختيار في الدراسة الحالية عينة جزئية من المجتمع الكلي للمنظمة السلام الكترولنيكس لولاية تبسة والتي تمثلت في الإطارات العاملة بالمنظمة، بينما الدراسات الأخرى خصصت في دراستها عينات معظمها ما بين المديرين، الزبائن،
- الاختلاف أيضا في أداة الدراسة، الدراسة الحالية أيضا كانت أداها الاستبيان بالإضافة إلى المقابلة، أما بالنسبة للدراسات السابقة استخدمت أسلوب DEA لمعرفة الأسلوب الذي تبتكره لتغليف منجتها، بالإضافة إلى استخدمها نموذج كانوا؛
- الاختلاف أيضا في طريقة مواضيع الدراسة، حيث سعت الدراسة الحالية للتعرف على اثر الإبداع والابتكار على جودة المنتجات أما الدراسات السابقة ربطت كل متغير من متغيرات الدراسة الحالية بمتغير آخر تابع آخر؛
- الاختلاف أيضا في النتائج الدراسات يلاحظ أن الدراسات كانت نتائجها هي العلاقة المتواجدة بين الإبداع والميزة التنافسية، بالإضافة إلى أن هناك دراسات توصلت إلى أن الإبداع يساهم الإبداع لوحده يساهم بالنسبة عالية في مساعدة منظمة في التأقلم مع المستجدات مع المتغيرات البيئية، كما أن هناك دراسات توصلت إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الابتكار الإضافي وجودة المنتجات، في حين أن الدراسة الحالية كانت نتائجها حول إن الإبداع والابتكار يؤثران على جودة المنتجات

3- مميزات الدراسة الحالية عن الدراسة السابقة : أن أهم ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة ما يلي:

- إبراز العلاقة المتواجدة بين الإبداع والابتكار وأثرها في تحقيق جودة المنتجات.
- إظهار واقع الإبداع والابتكار في المنظمات نظريا، وإثباته على أحد المنظمات الجزائرية
- التعرف على آراء الإطارات العاملين في المنظمة محل الدراسة من اجل اقتراح توصيات على المنظمة .
- محاولة التوفيق بين اثر الإبداع والابتكار على جودة المنتجات وذلك وفقا لرأي الأكاديمي وهل يتم تطبيقه فعليا في المنظمة محل الدراسة أم لا.
- نسقت الدراسة الحالية العلاقة المتواجدة بين الإبداع و الابتكار وعكسها على جودة المنتجات في منظمة السلام إلكترونيكس وتعميمها على باقي المنظمات.

ويمكن القول أن هذه الدراسة كغيرها من الدراسات، تتفق معها في بعض النواحي مثل توضيح المفاهيم المتعلقة بكل من الإبداع، والابتكار، جودة المنتجات ومعوقات كل من الإبداع والابتكار. وما هي تكاليف الجودة، وتبيان العلاقة وأهمية الإبداع في المنظمات الالكترونية مثل دراسة عبد الرؤوف حجاج - درست منظمة كوندور بيرج بوغريريج، أما صياغة الدراسة الحالية في منظمة السلام الكترونيكس، في حين أن مجمل الدراسات لم تقوم بربط العلاقة بين الإبداع والابتكار وجودة المنتجات منة خلال العلاقة بينهم نظريا وتطبيقيا.

خلاصة الفصل

مما سبق يمكن القول أن مفهوم الجودة اختلف مفهوم من باحث إلى آخر إلا أن مفاهيمها تصب في قالب واحد وهي النظر في متطلبات الزبائن وإشباع رغباتهم، كما أن مفهومها مر بفترات زمنية بدا بمرحلة الفحص والتفتيش ووصولاً إلى مرحلتى الضمان وإدارة الجودة الشاملة المتعلقة بكافة العمليات المتواجدة داخل المنظمة، حيث أن لديها أهمية بالنسبة للمنظمة من خلال تحسين سمعتها وبالنسبة للزبون كما تم ذكرها سالفاً. بالإضافة أن لديها أهداف تتعلق بالأداء وأهداف أخرى تتعلق بالعاملين، وأهداف متعلقة بالأداء الداخلي، وأهداف بأداء العمليات. كما تحتوي بين طياتها أبعاد ومتمثلة في الأداء، المظهر، المطابقة، الاعتمادية، الصلاحية والجمالية. السمعة، ولكي تتحقق الجودة وتكون فعالة يجب إن تتحمل المنظمة تكاليف تنتج أن الأخطاء الناجمة في عمليات التشغيل أو تنفيذها. أما بالنسبة للإبداع والابتكار تم التطرق إلى كلا المفهومين علا حدا والمفاهيم المشابهة لهما وأيضاً التفريق بينهما، بحيث تم استنتاج أن الإبداع هو الذي يأتي بالأفكار الفعالة ويتم تجسيدها في واقع عملي ملموس عن طريق الابتكار، كما إن الإبداع مر بمراحل ولديه مستويات، بالإضافة إلى أنواع كل من الإبداع والابتكار، وإن الكثير من الباحثين عبروا عن الاختلاف بين الإبداع والابتكار إلا في المصطلحات لكنهما يعبران عنصراً ضرورياً في أية منظمة ويتجلى ذلك في العلاقة التي تظهر بينهما، كما أن العلاقة بين الإبداع والابتكار والجودة تم إثباتها في هذا الفصل نظرياً، وذلك بان الإبداع والابتكار تعتبر الجودة المحور الرئيسي الذي يتحقق الابتكار فيه باستمرار وتتطور الإبداعات المنجزة لها. وفي الأخير يمكن القول بان الإبداع والابتكار أصبحا ضرورياً لاغني عنهما في أية منظمة تسعى لمواكبة تطوير منتجاتها بالنظر إلى زبائنها.

الفصل الثاني:

إنعكاس الإبداع والإبتكار على جودة

المنتجات في منظمة السلام إلكترونيكس -تبسة-

تمهيد

في هذا الفصل تم إسقاط موضوع البحث على الواقع العملي، من خلال اختيار أحد المنظمات الجزائرية التي تنشط في مجال الأجهزة الالكترونية الكهرومترلية، وهي منظمة السلام إلكترونيكس لولاية تبسة. وتم تخصيص هذا الفصل لتعريف بالمنظمة محل الدراسة، وإبراز واقع الإبداع، الابتكار، جودة المنتجات فيها، كما ضم تحليل البيانات الشخصية بالإضافة إلى تحليل البيانات المتعلقة بالإبداع والابتكار، في حين المبحث الثاني اختص بتحليل البيانات المتعلقة بالجودة و إختبار فرضيات الدراسة. وقد قسم هذا الفصل إلى:

المبحث الأول : منهجية الدراسة الميدانية؛

المبحث الثاني : تحليل البيانات المتعلقة بجودة المنتجات و إختبار الفرضيات.

المبحث الأول: منهجية الدراسة الميدانية

سيتم التطرق في هذا المبحث إلى تقديم المنظمة التي تم اختيارها في الجانب التطبيقي، بالإضافة إلى دراسة واقع كل من الإبداع والابتكار وجودة المنتجات فيها. كما يتم تحديد قيه مجتمع، عينة وأداة الدراسة التي تم اعتمادها .

المطلب الأول: تقديم منظمة السلام إلكترونيكس تبسة

في هذا المطلب سيتم التعرف على المنظمة محل الدراسة عن طريق نشأتها وتطورها والأسباب التي أنشئت من أجلها، بالإضافة إلى طابعها واختصاصها وتوضيح مصالحها من خلال هيكلها التنظيمي.

أولاً: نشأتها وتطورها

تعتبر السلام إلكترونيكس من بين المنظمات الوطنية الخاصة التي تساهم في خدمة الاقتصاد الوطني، وتطويره في مجال إنتاج المنتجات الالكترونية والكهرو منزلية. وتجدد الإشارة إلى أن السلام إلكترونيكس أقامت شراكة مع الشركة العالمية الكورية LG وهي اختصار لكلمتين *Light و **GOLD STAR - لصناعة المنتجات الالكترونية والكهرو منزلية حيث قامت هذه الأخيرة بعقد شراكة مع ستة وخمسين (56) دولة في العالم.

منظمة السلام إلكترونيكس -تبسة- هي منظمة ذات مسؤولية محدودة، أنشأت بمقتضى قرار رقم 5270 وقرار رقم: 69561 بتاريخ: 1999/10/06 وتقع هذه الأخيرة على بعد 05 كلم مدينة تبسة بمحاذاة الطريق الوطني رقم 16 (لاروكاد)-تبسة-وترتبع على مساحة 25000م² والتي تعود ملكيتها لأصحاب المصنع والمتمثلين في الشركاء الثلاثة هم السادة:

- جميعي محمد الصالح: رئيساً؛

- جميعي إبراهيم: مساهماً؛

- عزيزي مراد: مسيراً عاماً.

وأُنجزت الوحدة برأس مال اجتماعي قدر بـ: 10.400.00.00 دج، ولقد تم تمويل المشروع بتمويل ذاتي 70% وقروض 30% لتقوم بنشاط رئيسي وهو الصناعة التركيبية للمنتجات الالكترونية والكهرو منزلية. وقد تم إنشاء المصنع بولاية تبسة لأسباب عديدة من بينها:

* LIGHT: وتعني الضوء وهي شركة أمريكية.

** GOLD STAR: وتعني النجم الذهبي، وهي شركة كورية.

1- أسباب اقتصادية: تتمثل في ما يلي:

- كون الأرضية مهياً مسبقاً لإقامة المصنع؛
- توفر المساهمين في التنمية الاقتصادية وتشجيع الاستثمار الوطني.

2- أسباب اجتماعية: وتتمثل في مايلي:

- توفير مناصب الشغل؛
- استغلال القدرات والكفاءات العلمية المتوفرة،
- الاحتكاك بالخبرة الأجنبية

أما السبب السياسي الذي أنشأت من اجله المنظمة: ويتمثل في: مشروع انضمام الجزائر لمنظمة التجارة العالمية OMC، ورغبتها في التوجه لاقتصاد السوق، كما أن هذا المركز بلغت تكلفته 12.000.000 دج، والطاقة الإنتاجية 100 وحدة سنويا.

كما تجدر الإشارة في الدراسة إلى أن منظمة الكترولنيكس السلام قامت بفسخ عقد الشراكة مع المنظمة الكورية LG وذلك في تاريخ 27 جانفي 2009 وذلك لسببين وهما:¹

- رفض المنظمة LG المشاركة في إستراتيجية السلام الكترولنيكس التي تعتمد على الاستثمار واكتسب التكنولوجيا وحاولت جرها إلى مسaire سياساتها الرامية من ذلك التحكم في تقنيات الإنتاج.
- إن المنظمة الكورية LG قامت بإرغام منظمة السلام الكترولنيكس برفع أسعار مقننيات وقطع الغيار بما يسبب مباشرة في ارتفاع تكاليف الإنتاج.

والجدول التالي يوضح تفرعات المصنع لمنظمة السلام إلكترونيكس كما يلي:

¹ - معلومات مقدمة من طرف الإدارة.

الجدول رقم: (1-2): تفرعات المصنع

| تفرعات المصنع | المساحة - المتر المربع - |
|-----------------------|--------------------------|
| المساحة الغير مبنية | 3000 |
| المساحة المبنية | 12.000 |
| تفرعات الإدارة | 6000 |
| وحدة التركيب | 1.200 |
| مخزون المواد | 2.100 |
| مخزون المبيعات التامة | 2.100 |
| مساحة في طور الانجاز | 6.00 |

المصدر: ملصقات داخل المنظمة

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن مساحة المصنع فيها المبنية مقدرة بـ 3000 م² وأخرى غير مبنية تتمثل في 12.000 م²، كما أن الدارة تحتوي على 6000 م² وأيضاً وحدات التركيب تحتوي 1.200 م². بالإضافة إلى مخزون المواد يتربع على مساحة مقدرة بـ 2.100 م²، ومخزون المبيعات التامة تحتوي على مساحة تقدر بـ 2.100 م² أما المساحة التي في طور التجهيز تقدر بـ 6.00.

ثانيا: طبيعة نشاطها واختصاصها

يتجلى نشاطها واختصاصها في:

1- **طابعها النشاطي:** يتمثل طابعها النشاطي في تركيب الأجهزة الالكترونية والكهرو منزلية(منتجات بيضاء):ثلاجة،غسالة،مكنسة هوائية، ميكروند؛(منتجات بنية):تلفزة، الفيديو السمعي.

حيث أصبحت تضم حالياً تركيب فصائل من المنتج،التي تتجاوز أشكاله المتعددة 40منتجا من الجودة العالية مزودة بالتكنولوجيا المتطورة وبتقنيات تتناسب مع المقاييس العالمية.¹

2- **اختصاصاتها:** متخصصة في تركيب المنتجات الالكترونية والالكترومنزلية،موضوعها الاجتماعي يتمحور حول المهام التالية:

- ترقية وتطوير نشاطها القاعدي،الذي تقوم عليه صناعات تركيب منتجات الإلكترونيك والالكترومنزلية،في إطار أحكام المرسوم الوزاري رقم: 74-2012 المؤرخ في:02أفريل 2012 المتناولة

¹ - معلومات مقدمة من مصلحة الإنتاج

معاينة الصناعات المتعلقة بالتصنيع، انطلاقا من تشكيلات مخصصة لصناعات التركيب المعرفة بـ: CKD ؛SKD

- ترقية وتنمية سياسة تجارية، كفيلة بإحداث وتحفيز انبثاق علاقة جدلية، بين علامة الشركة والسوق الوطنية والدولية؛

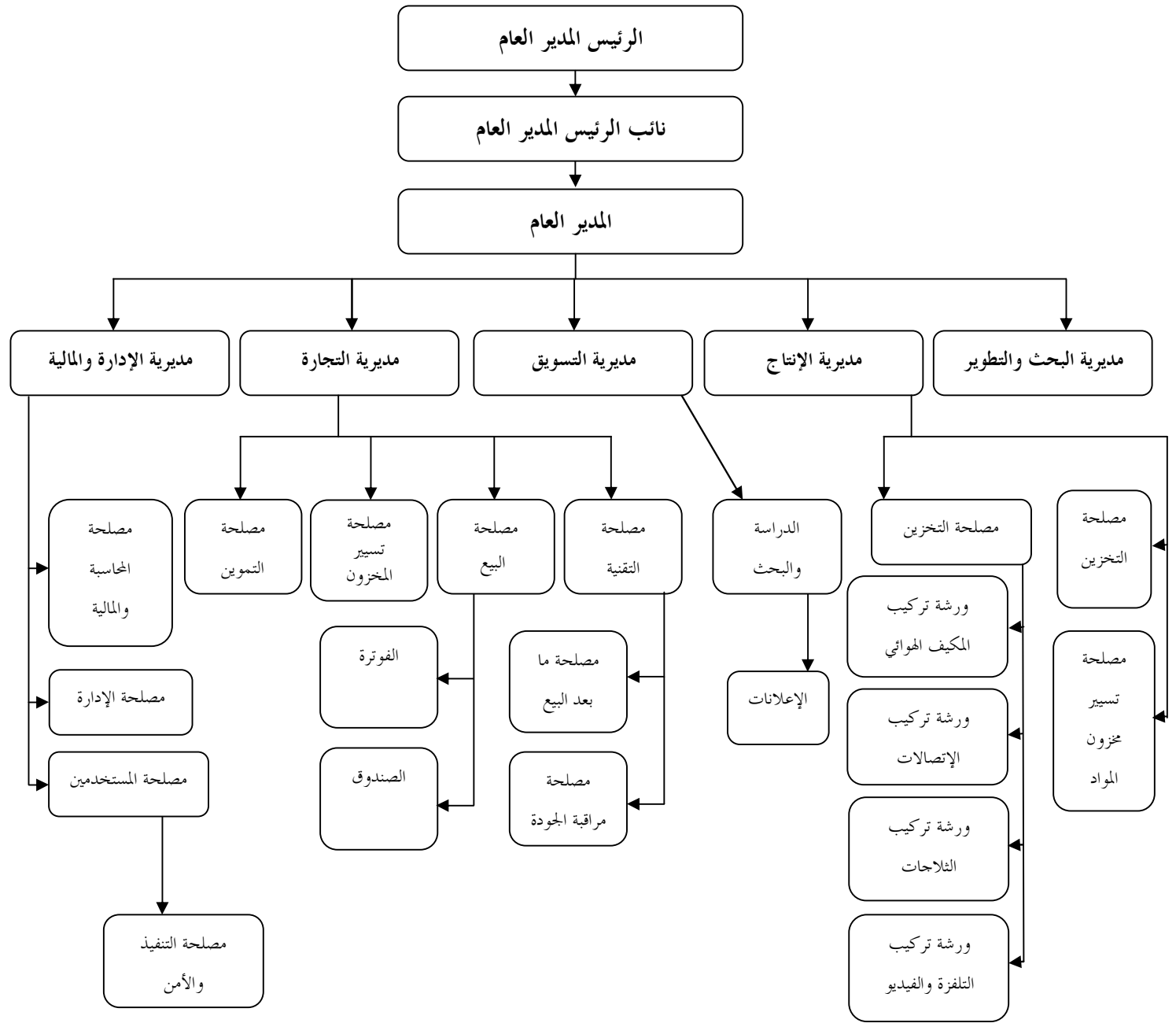
- ترقية وتطوير كل نشاط مرتبط بشكل مباشر أو غير مباشر بالنشاط القاعدي للمنظمة.¹

ثالثا: الهيكل التنظيمي

أي منظمة مهما كان نشاطها أو عملها أو حجمها لديها هيكل تنظيمي يعرف بالفروع التي تتواجد فيها وفي مايلي سيتم إعطاء صورة عامة على منظمة السلام إلكترونيكس من خلال إعطاء هيكلها التنظيمي وشرحه بصورة دقيقة والشكل الموالي يوضح ذلك:

¹ - معلومات مقدمة من طرف مصلحة الإنتاج

الشكل رقم (01-02): الهيكل التنظيمي لمنظمة السلام إلكترونيكس



المصدر: معلومات مقدمة من طرف مصلحة المستخدمين في منظمة السلام إلكترونيكس

لكل منظمة مهما كان نوعها أو حجمها أو طابعها هيكلًا تنظيميًا خاصًا بها والذي يحدد المهام والمسؤوليات بداخلها.

ومنظمة السلام الإلكترونيكس ككل المنظمات تتميز بوجود هيكل تنظيمي يحدد مختلف المهام والمسؤوليات الوظيفية ليسهل بذلك عمليات الرقابة والمتابعة للوصول إلى تحقيق الأهداف المسطرة وفي مايلي سيتم إيجاز الهيكل التنظيمي وشرحه بالتدقيق على النحو التالي:¹

1- المدير العام: من أهم مهامه

- تحديد الأهداف ورسم الإستراتيجية العامة للمنظمة؛
- السهر على تحقيق الأهداف الإستراتيجية؛
- كما يترأس لجنة المساهمة و أعضاء المنظمة المساهمين.

2- نائب الرئيس: من مهامه:

- نيابة المديرية إذا كان هذا الأخير تنقل داخل أو خارج التراب الوطني، بحيث تخول له كل صلاحيات لإدارة المنظمة.

3- المسير العام: من مهامه

- إدارة المصنع المتواجد في تبسة؛
- السهر على السير الحسن لنشاط المصنع؛

4- المديرية التجارية: تتمحور مهمة المديرية التجارية في تعريف المنتجات الالكترونية والكهرومترلية، وإبرام الصفقات مع الزبائن بمختلف أنواعهم، سواء كانوا تجار الجملة أو تجار المنظمات الوطنية، كما تدرج مهامها في إعداد إستراتيجية تجارية، وتضم الإدارة التجارية عدة مصالح أهمها:

- مصلحة التمويل: من مهامها إبرام عقود تمويل المنظمة بقطع غيار السيارات سواء من الموردين المحليين أو الأجانب؛

- مصلحة تسير المخزون تام الصنع: وهي مكلفة بتسيير مخزون الأجهزة الالكترونية و الكهرومترلية تامة الصنع، خاصة المباعه منها، حيث لا يسمح هذا الأخير بمغادرة المصنع إلا عن طريق وثائق تتصل في إذن استلام تقدمها المصلحة المعنية للعمل.

¹ - معلومات مقدمة من طرف مصلحة المستخدمين

- **مصلحة البيع:** وهي مكلفة بإعداد:
- الميزانية التقديرية للمبيعات؛
- التحقق من فواتير البيع؛
- متابعة التحصيلات الخاصة بفواتير البيع.
- **المصلحة التقنية:** تتجلى مهامها كما يلي:
- مساعدة الوظيفة التجارية في تحضير المبيعات؛
- الحضور مع المستهلك كجهاز مؤدي للخدمات أثناء البيع أو كجهاز خدمات ما بعد البيع تضم مصلحتين:
- **مصلحة ما بعد البيع:** مهمتها تتجلى في متابعة المنتجات بعد بيعها، فبالنسبة للمنظمة.
- **مصلحة مراقبة الجودة:** تشرف على تركيب ومراقبة الجودة للأجهزة الكترونية المصنعة بهذه المصلحة.
- 5- مديرية الإدارة والمالية:** يركز عملها في كل ما هو مالي ومحاسبي. وتضم ثلاثة مصالح وهي:
- **مصلحة المحاسبة والمالية:** وتظهر مهامها كالآتي:
- مراقبة جميع الفواتير الخاصة بعمليات البيع والشراء والمتعلقة بالمديرية التجارية، تعمل على تخزينها على جهاز الكمبيوتر؛
- تسجيل كافة المعاملات المحاسبية في الدفتر اليومي؛
- إعداد دفتر الإسناد وذلك بالتنسيق مع كافة الإدارات؛
- معالجة العمليات الخاصة بتحديد أجور العمال، أي إذا كان التسديد دفعة واحدة أو بالتقسيط أو بالتأجيل.
- **مصلحة الإدارة:** تهتم بالتنسيق وتسيير ومراقبة السياسة الإنتاجية للمنظمة ومن مهامها تحقيق الأهداف، التقارير، البرامج والميزانية، تحديد السياسة العامة للمنظمة، وذلك من خلال تحديد سياسة المنتج، البيع، الاتصال، وللبحث عن مخارج توزيعية، ومراقبة تسيير الاستثمار والمردودية أو تنظيم ومراقبة عمليات الاتصال مع الفروع والوكلاء في الداخل والخارج.
- **مصلحة المستخدمين:** من مهامها:
- الاهتمام بوضع أسس الانضباط داخل المنظمة؛
- ضبط قائمة المناصب الشاغرة داخل المنظمة؛
- تنظيم التقديرات داخل المنظمة فيما يخص التوظيف، التكوين وتوزيع العمال.

- 6- **مديرية الإنتاج:** المشرفة على الإنتاج وتركيب الأجهزة الالكترونية والكهرو منزلية وتضم 3مصالح:
- **مصلحة الإنتاج:** وهي المصلحة المشرفة على الإنتاج وتركيب الأجهزة الالكترونية حسب الو رشات المشار إليها في الهيكل التنظيمي للمنظمة الخاصة بكل نوع من الأجهزة.
 - **مصلحة التخزين:** تشرف على تخزين المنتجات وتسييرها.
 - **مصلحة تسيير مخزون المواد الأولية:** وهي مكملة بالإشراف على تسيير المواد الأولية للمنتجات الالكترونية والكهرو منزلية المتمثلة في قطع الغيار الخاصة بأجهزة التلفاز والثلاجة.
- 7- **مديرية التسويق:** وهي مديرية تشرف على تسويق المنتجات أي توزيعها وبالتالي إيصالها إلى المستهلك النهائي، وهذا حسب قنوات التوزيع التي تتبعها المنظمة وتضم هذه المديرية مصلحتين وهما:
- **مصلحة الدراسة والأبحاث:** ومن مهامها تكوين خبراء ومهندسين للقيام بتحديث وزيادة تقنيات جديدة على المنتجات الالكترونية والكهرو منزلية التي تنتجها المنظمة وبالتالي اكتساح أسواق جديدة وتروج أكبر عدد من المنتجات.
 - **مصلحة الإعلانات:** وهي مكملة بترقية صورة لمنظمة عن طريق الإشهار للمنظمة والمشاركة في التظاهرات والمعارض الدولية والجمعيات الخيرية، وإعداد بطاقات فنية لمختلف أصناف المنتجات.
- في هذا المطلب تم التعرف على منظمة السلام إلكترونيكس من خلال هيكلها التنظيمي وشرحه بصورة مفصلة مع معرفة واقع جودة منتجاتها والتي كانت تهدف إلى توفير طلبيات زبائنها عن طريق توفير احتياجاتهم لكل زبون حسب قدراته الشرائية، أما بالنسبة للإبداع والابتكار تبيّن أن المنظمة السلام إلكترونيكس تبادر بالابتكار في تركيب منتجاتها ولو بصفة جزئية نوعا ما. أما بالنسبة للمجتمع فتم الأخذ بالإطارات المتواجدة في مصلحة الإنتاج كما تم ذكرها سالفا لأن الإطارات هم على دراية كاملة بمجريات الابتكار داخل المنظمة.

المطلب الثاني: الجودة والإبداع والابتكار في منظمة السلام إلكترونيكس

سيتم في هذا المطلب تناول واقع الجودة والإبداع والابتكار في منظمة السلام إلكترونيكس على النحو الآتي:

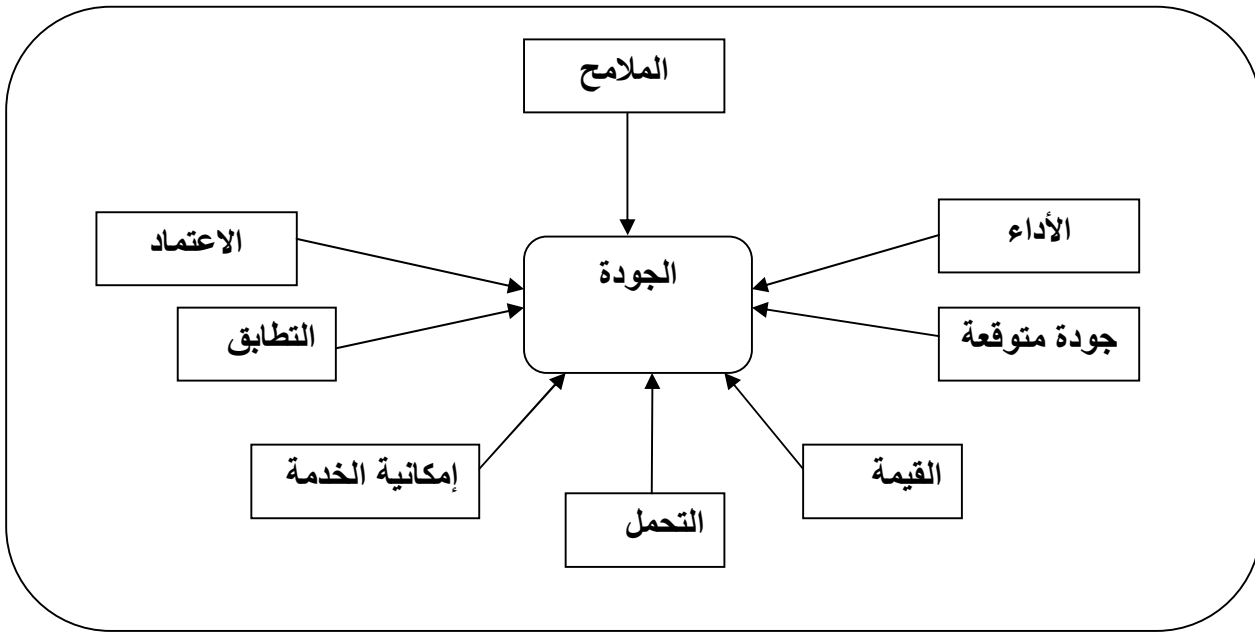
أولا: واقع الجودة في منظمة السلام إلكترونيكس

رغم بداية منظمة السلام إلكترونيكس كمنظمة فتية في السوق لا يتجاوز إنتاجها في سنة 2012 كمية 31766وحدة، إلا أنّها من بين المنظمات الأولى من حيث حجم الإنتاج وتنوعه وجودته، فمنظمة السلام

الالكترونيكس تعتمد على مجموعة من الخطوط الإنتاجية في إنتاجها، حيث بدأت نشاطها بخط واحد ابيض والممثل في المكيف الهوائي والآن هي تحتوي أكثر من ستة خطوط، وهذا ما ساعدها على تقديم مزيج متنوع لمنتجاتها*.

كما تراعي المنظمة في تصميم منتجاتها أو تركيبهم تقديم أفضل منتجات تختلف تماما عن منتجات المنظمات النشطة معها في نفس المجال مثل كوندور، حيث تقوم بتقديم منتجات فعالة فيها مزايا وخصائص إضافية تشبع وتبهر وتجذب الزبائن وهذا ما يوضحه الشكل الموالي:²

الشكل رقم (2-2): تعريف الجودة في منظمة السلام الكترونيك



المصدر: وثائق مقدمة من طرف مصلحة مراقبة الجودة

من خلال الشكل يتضح إن منظمة السلام الكترونيكس تهتم بجودة منتجاتها وذلك بالنظر في تقديم منتجاتها إلى العديد الجوانب قبل طرح منتجاتها في السوق إلى زبائنها، لكونها تراعي ملامح المنتج الذي تقدمه للزبون بالنظر في احتياجاته ورغباته فنجدها تراعي أيضا ملامح المنتجات التي تقدمها لهم وذلك بإجراء حملات توعية تعرف بها المنتج الذي تقدمه، ودرجة أدائها للمنفعة، الجودة المتوقعة منه، القيمة، درجة التحمل، إمكانية تقديم خدمات البيع وما بعده، مطابقة المنتج للمواصفات الموضوعية.

* - انظر الملحق رقم: (02).

²-معلومات مقدمة من طرف مصلحة الإنتاج.

1- المظاهر التي تركز عليها المنظمة في التعبير عن منتجاتها: ومن أهم المظاهر المعبرة عن جودة المنتجات لمنظمة السلام إلكترونيكس نوجزها في:¹

- **حقيقية:** وهذا بتغيير التصميم في المنتج بين فترة وأخرى، زيادة التشكيلة أو إضافة بعض الخصائص في المنتجات؛

- **نفسية:** وهذا بتغيير التصميم في المنتج أو زيادة التشكيلة من أجل إقناع الزبون.

2- مميزات جودة منتجات منظمة السلام إلكترونيكس: تعمل منظمة السلام إلكترونيكس على تمييز منتجاتها من خلال تحسين الجودة عن طريق بعدين وهما:²

- **المستوى:** جودة أدائها أكبر من جودة المنافسة السوقية؛

- **التجانس:** حيث تسعى منظمة السلام إلكترونيكس إلى تحقيق التجانس في الجودة، وهذا بسبب الاتجاه العالمي نحو الجودة للحصول على شهادة الأيزو، فمن خلال الهيكل التنظيمي للمنظمة وجد إن مصلحة الرقابة على الجودة صنف من بين سلطات أو مسؤوليات المدير التقني،

3- تطوير منظمة السلام جودة المنتجات: تعتمد منظمة السلام إلكترونيكس باهتمامها بتطوير منتجاتها قبل عرضهم في الأسواق وذلك لتحقيق ما يلي:³

- **التحسين المستمر:** تعمل المنظمة على اكتساب أكبر حصة سوقية، وهذا يتمحور حول سعيها لتحقيق أكبر عدد ممكن من المبيعات والمتعلق أساسا بإصدارها للمنتجات جذابة مطابقة للمواصفات والمقاييس الدولية، دون إهمال دورها في مراعاة الجانب التنافسي ومقارنة منتجاتها بالمنتجات المنافسة لعرض أحسن منتج على للزبائن. حيث يتم التحسين المتواصل بإعادة النظر في سياق العمل في نظام الجودة المطبقة في المنظمة والمقارنة الفعالة مع المنظمات الرائدة؛ كما تتعهد على استمرار ودوام نشاط المنظمة باستعمال نظام تسير الجودة.

كما تستخدم المنظمة هدف استراتيجي : والمتضمن إرضاء زبائنها. وكذلك طموحها في السيطرة على السوق الوطنية ودخولها الأسواق الدولية، وكذا مستوى الامتياز الذي تطمح له المنظمة في طليعة تركيب الأجهزة

¹ - معلومات مقدمة من مصلحة الإنتاج

² - معلومات مقدمة من طرف الإدارة

³ - معلومات مقدمة من طرف مصلحة مراقبة الجودة

الإلكترونية والكهرو منزلية، وذلك لحسن استغلال الموارد البشرية والمالية، وهدف هذه المنظمة في هذا المجال هو التطوير بصفة دائمة لمنتجاتها وذلك بوضع نظام تسيير الجودة حسب مواصفات الايزو 9001* ؛
كما تتخذ المنظمة تدابير أو إجراءات التسيير ولاسيما متابعة الأنشطة التجارية وتزويدها بكل الضروريات المتعلقة ب:²

- رصد الاحتياجات الخاصة باستقبال الزبائن والتكفل بها؛

- كفاءة ومهارة الموظفين؛

كما تعتمد منظمة السلام إلكترونيكس على تركيز مجهوداتها بشأن الإصغاء إلى زبائنها وتقدير درجة إرضائهم، على مظهر بين راجحين، منسويين إلى:

- النتائج الإيجابية المحققة من قبل مصلحة خدمات ما بعد البيع،

- الإجراءات المتخذة بشأن تدوين شكاوى الزبائن والتكفل بها (الإرضاء)، تقويم الإرضاء (درجة إرضاء الزبائن) والأعمال التصحيحية، وبالحدوث عن النتائج المراد تحقيقها من طرف مصلحة خدمات ما بعد البيع التي تعد أول طور للاستماع إلى زبائنها وتسجيل الشكاوى المتعلقة بالمعييات المتواجدة في المنتجات، كما تسمح بإعطاء كل الإجابات لمختلف اللمسات التي تقوم بها مصلحة مراقبة الجودة من خلال التصحيحات المتعلقة بالمنتجات وذلك في الوقت المناسب والمكان المناسب وذلك برصد احتياجات الزبائن، ذلك الأمر الذي يتعلق في الحقيقة بمنتجات في غاية الدقة من خلال التدابير الخاصة بضمان وتصميم جيد للمنتجات.

- تنظيم "قوافل عرض للمنتوج" (Road Show): تعد بمثابة دعوة لجميع الزبائن، من اجل محاضرة نقاش، عن جودة المنتجات التي يتم عرضها، وكيفية عرض الصورة الخارجية للمنتج (DESIGIN)، سياسة الأسعار... الخ مرة واحدة في العام.

- التكفل بكل اقتراح يصدر من الزبون: بشأن كيفية عرض الصورة الخارجية للمنتوج، صلاحيته وجودته.

ثانيا : واقع الإبداع والابتكار في منظمة السلام إلكترونيكس

إن منظمة السلام إلكترونيكس كغيرها من المنظمات التي تسعى جاهدة إلى مواكبة العصرنة وإدماج التكنولوجيا الحديثة في تركيب منتجاتها ولو بالنسبة جزئية نوعا ما، ولكي تستطيع أن تستمر وتبقى في السوق الوطنية وتأتي دائما بالجديد. فهي تعتمد على البحث والتطوير للمنتجات الذي تقوم به بصفة

* - انظر الملحق رقم (01)

² - معلومات مقدمة من قبل الإدارة.

مستمرة ودائمة، حيث تقوم الإدارة المركزية المتواجدة في العاصمة بالنظر في متطلبات زبائنها ببحث عن تفصيلاتهم وذلك ببعث أشخاص يقومون بالخروج إلى الأسواق والبحث والنظر في متطلبات الزبائن وكيف يردون منتجاتهم وبناء على ذلك ترسل مهندسين مختصين في التركيب للمنتجات الالكترونية الكهرومترية في بعثات تكوينية إلى دول الخارج لكي يتمنون على الأجهزة الحديثة التي تستغل لتركيب منتجات المنظمة، ومدة التكوين تكون ما بين الستة أشهر إلى السنتين ونصف.

- الملامح الدالة على الإبداع والابتكار: ومن أهم الملامح الدالة عليهما ما يلي:

- أنها تعتمد على تركيب الأجهزة الالكترونية بالدقة عالية في المصنع المتواجد بولاية تبسة؛

- أن طاقمها الإداري متناسق جدا في مصلحة الإنتاج؛

- أنها لا تعتمد على الروتين الذي تتعمده المنظمات الحكومية، بحيث يدقق مهندسوا المسؤولين عن تركيب منتجاتها بشكل فعال جدا يتجلى ذلك في أن وقتهم محدود جدا؛

- تضع أسس جديدة لتطوير تركيب منتجاتها، تماشيا مع آخر التطورات المعمول بها في كل المنظمات العالمية؛

- مراقبة التطوير الفعال لمنتجاتها وفق مبدأ *PDCA"إصدار المنتجات وفقا لمبدأ النتائج"؛

- تقوم بإجراء محاضرات في الجزائر العاصمة ودوريات تعرف بها عن صادرات منتجاتها التي ستصدرها.

- تتركب منتجاتها بطريقة تختلف في تركيب قطاع الغيارات وذلك باختلاف المناطق المتواجدة في البلاد، والدليل على ذلك أن تركيب قطاع غيارات المنتجات الأجهزة و الكهرومترية والكهربائية للمناطق الجنوبية يختلف تماما عن تركيب غيار القطاع للمنتجات الأجهزة و الكهرومترية المتواجد في المناطق الشرقية؛

- تدعم ابتكار التركيب في المنتجات لكي تمتص كل الضغوطات المتواجدة في السوق لان محيطها الخارجي يحتم عليها مواكبة العصرية وإلا ستزول.²

1- أهم منتجات منظمة السلام الكهرونيكس : من أهم المنتجات الدالة على الابتكار والإبداع ما يلي:

- **شاشة التلفزيون** : طورت منظمة السلام الكهرونيكس أجهزة التلفزيون حيث انه في القديم كان اسودا فقط. لكن في الوقت الراهن أدخلت عليه تعديلات إضافية، أصبح فيه الأحجام الألوان وأيضا تلعب على

* PDCA: هي أسلوب الإنتاج وفق نتائج البحث والتطوير..

²- معلومات مقدمة من طرف الإدارة.

* انظر الملحق رقم: (02)

الخصائص التي تغري بها زبائننا من حيث المميزات المتواجدة فيه جهاز التلفزيون كان عاديا، وأصبح تركيب قطاع غياره يختلف في بنية الشاشة مسطح مثل الورقة، وأجهزة تلفاز أخرى في شكل مقوس، بالإضافة إلى الإضافات التي أدخلت عليه مثل أجهزة التلفزيون المقاومة للكسر الشاشة، كما أن أجهزة التلفزيون الحديثة تمتاز بـ 3D " حجم التلفزيون ثلاثي الأبعاد" (WIC)، (انترنيت SMMART)، إطار التلفزيون بين الرمادي، ذهبي، اسود.

- **الثلاجة:** كانت في القدم تحمل إلا اللون الأبيض وكانت تبقى في مجدها مكعبات الثلج، لكن اليوم أصبحت بنوعية ممتازة وجيدة وانه تم إضافة الألوان فيها مثل اللون الرمادي، الأحمر، الأخضر، أما بالنسبة للحجم حسب احتياج الزبون من الصغير إلى الكبير، كما أن الثلاجة لاستظهر فيها مكعبات الجليد، كما تتوفر ثلاجات تخرج مكعبات الثلج.

- **المبرد الكهربائي:** أول ما قامت بتركيبه منظمة السلام إلكترونيكس مبردات العادية، التحكم فيها ليس بالهين لكن الآن أصبحت تحتوي على أحجام صغيرة وكبيرة وهذا بالنسبة للباقي المنتجات الأخرى.

- **المطلب الثالث: مجتمع، عينة وأدوات الدراسة**

لابد من تحديد نموذج الدراسة بالإضافة إلى تحديد مجتمعها وعينتها والأداة التي استخدمت فيها، المأخوذة منه لتطبق عليها الدراسة بغية الوصول إلى نتائج يمكن تعميمها

أولاً: مجتمع وعينة الدراسة

يقصد بمجتمع الدراسة "مجموعة العناصر أو الأفراد التي ينصب عليهم الاهتمام بمحور الدراسة".¹ يمكن القول إن مجتمع الدراسة هو جميع المفردات أو الأشياء التي تشترك في صفات معينة من أجل إجراء دراسة علمية.

يتمثل مجتمع الدراسة في الإطارات العاملين بمنظمة السلام إلكترونيكس لولاية تبسة لسنة 2018، حيث يقدر عدد العاملين فيها 50 إطاراً من مجمل العاملين في المنظمة 458 عاملاً.

أما عينة الدراسة هي "هي فئة جزئية من وحدات المجتمع لها نفس خصائص المجتمع الأصلي".² يمكن القول إن عينة الدراسة هي مجموعة من الأفراد يتم اختيارهم من مجتمع البحث بغرض تمثيل مجتمع البحث في

1 - لحسن عبد الله باشيو، الإحصاء وتطبيقات على الحزمة الإحصائية spss، دار الوراق لنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص: 62

2 - شفيق العتوم، طرق الإحصاء "تطبيقات اقتصادية وإدارية باستخدام spss"، دار المناهج لنشر والتوزيع، عمان، 2005، ص: 27.

دراسة معينة، ويجب أن تكون ممثلة للمجتمع الذي أخذت منه، حيث يستخدمها الباحث لتقليص الوقت والجهد والإجابة عن المعلومات تكون دقيقة.

أما في هذه الدراسة المجتمع محدود، تم دراسة المجتمع بأكمله والمتمثل في 50 إطار، والجدول التالي يوضح ذلك:

الجدول رقم (2-2): عينة الدراسة

| عدد الاستبيانات | عدد الاستبيانات | عدد الاستبيانات |
|-----------------|-----------------|-----------------|
| الصالحة | المسترجعة | الموزعة |
| 50 | 50 | 50 |

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج الاستبيان

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن عدد الاستبيانات الموزعة في المنظمة محل الدراسة هي 50 استبيان وتم استرجاعها بأكملها، ولم يستبعد أي واحدة منها لكونها صالحة للدراسة والإجابات فيها لم تكن متناقضة.

ثانيا: أدوات جمع معلومات البيانات

تعتمد نتائج الدراسة على المنهج المستخدم والأدوات المستخدمة لجمع البيانات، ونظرا لتعدد مصالح جمع البيانات فقد تم الاستعانة بمجموعة من الوسائل للحصول على البيانات العلمية والموضوعية ومن أهم الأدوات التي تم الاستناد إليها في جمع البيانات تتمثل في:

1- الوثائق والسجلات: تم الاعتماد على الوثائق والسجلات كوسيلة لجمع البيانات الخاصة بالعناصر الآتية:

- البيانات الخاصة بتعريف المنظمة وموقعها ؛

- البيانات الخاصة بالجودة في المنظمة ؛

- البيانات الخاصة بالإبداع والابتكار في المنظمة ؛

- تم الاستعانة بمجموعة من الوثائق المتعلقة بالجانب التاريخي للمنظمة وإمكاناتها والبيانات الخاصة (بهيكلها التنظيمي ووظائف الادرات فيها).

2- المقابلة: يقصد بالمقابلة أنها إحدى طرق جمع البيانات مع المستجوبين للحصول على معلومات حول قضاياهم الباحث.¹ ويكمن القول أن المقابلة هي بمثابة لقاء الباحث مع العاملين في المنظمة التي يجري فيها

¹ - لحسن عبد الله باشوية، مرجع سابق، ص: 80.

* أنظر الملحق (03).

موضوع بحثه وطرحه أسئلة تكون مبهمة لديه من اجل معرفة أشياء تتعلق بمحور دراسته. وقد تم الاعتماد على المقابلة مع العديد من الموظفين في منظمة السلام الكترونيكس لولاية تبسة من اجل معرفة واقع الإبداع والابتكار على جودة المنتجات وكيفية إرضاء زبائنها.

3- **الملاحظة:** وهي إحدى الأدوات المستعملة للتوصل إلى المعلومات، وتم الاعتماد عليها في حقبة بمنظمة محل الدراسة، إذ تم تسجيل عدة ملاحظات ذات أهمية بالغة في البحث.

4- **الاستبيان*:** تقتضي أهداف الدراسة وما طرحه من تساؤلات ضرورة الاستعانة باستبيان موجه إلى الإطارات في المنظمة محل الدراسة. حيث يعتبر الاستبيان أداة من أدوات جمع البيانات التي تضم مجموعة من العبارات والآراء المحتملة، والمجيب عليها يضع إشارة على ما يتوافق ورأيه. قصد تسهيل الدراسة تم إعداد استبيان بشكل يساعد على جمع البيانات ويمكن توضيح محتويات الاستبيان واختبار قياس ثباته وصدقه من خلال العناصر الموالية:

تم تصميم الاستبيان كأداة أساسية تساعد في الحصول على البيانات والمعلومات الضرورية لتحقيق أغراض البحث، وقد احتوى الاستبيان على محاور تتضمن متغيرات الدراسة وفي شكله النهائي ضم الاستبيان 36 سؤالاً مقسمة كما يلي :

البيانات الشخصية: خاص بالأسئلة المتعلقة بالوظيفية وتتمثل في (الجنس، العمر، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة، الوظيفة الحالية).

المحور الثاني: الإبداع والابتكار: حيث قسم بدوره إلى:

- **الابتكار:** وضم بدوره 12 عبارة كانت مقسمة إلى ثلاث أجزاء، الجزء الأول: ضم الابتكار الإداري، الذي يتكون من أربعة عبارات المتكونة من 4 عبارات مرقمة من 1 إلى 4 ويكس هذا البعد مدى اهتمام المنظمة باستحداث تغيرات في هيكلها التنظيمي. كما ضم أيضا مساندة المنظمة للعاملين بواسطة وضع برامج كفاءة للعمل، أما بالنسبة للابتكار التقني ضم 4 عبارات مرقمة من 6 إلى 9. تضمن هذه العبارات مدى اهتمام المنظمة بإدخال أساليب وطرق جديدة في عملياتها الإنتاجية. بالإضافة إلى معرفة التغيرات التي تحدثها المنظمة. أما الابتكار الإضافي يحتوي على 5 عبارات مرقمة من 9 إلى 11 تعكس مدى اهتمام المنظمة بإجراء تعديلات للمنتجات التي تقدمها بناء على الحاجات الكامنة لزبائنها عن طريق تخصيص برامج لتطوير منتجاتها من اجل الحصول على ولاء زبائنها

- الإبداع: وضم 10 عبارات وقد قسم بدوره إلى أربع أبعاد أولها الإبداع التكنولوجي، وقد احتوى 03 عبارات مرقمة من 12-14 هدفه كيفية سعي لمنظمة على تشجيع عمليات إبداع إنتاج جديدة، أما البعد الثاني للإبداع التنظيمي كان الهدف منه كيفية مساهمة المنظمة في تقديم منتجاتها بطريقة سهلة وبسيطة ، ضم أما البعد الثالث والمتمثل في الإبداع في الخدمة قد ضم عبارتين مرقمة من 18-19 هدفها كيفية تقديم المنظمة للخدمات ما بعد البيع ، أما في ما يتعلق بالبعد الرابع، احتوى أيضا على عبارتين هما 20-21 كان يهدف إلى معرفة المنظمة كيفية استخدامها للأساليب لفهم حاجات ورغبات زبائنها .

المحور الثاني: جودة المنتجات: وقد ضم هذا المحور 14 عبارة مرقمة من 22 إلى 36 تعكس مدى اهتمام المنظمة بجودة المنتجات وقد قسم هذا المحور إلى 8 أبعاد ، البعد الأول ضم عبارتان مرقمتان من 22-23 تعكسان مدى إهتمام المنظمة من تصميم منتجاتها وتقديمها إلى زبائنها ، أما بالنسبة للبعد المظهر فإنه ضم عبارتان مرقمتان من 24-25 تعكسان الأشياء التي تدجها المنظمة في تصميم منتجاتها من أجل إثراء رغبة الزبون في الإقتناء ، بينما المطابقة تتكون من العبارات 26-27 على التوالي لتبرز قيام المنظمة بوضع أساليب معروفة مسبقا لتقييم منتجاتها ، أما الصلاحية إحتوى هذا البعد عبارتان مرقمتان 28-29 حيث هذا البعد إهتم بسعي المنظمة على كيفية تركيزها في بنية تصميم منتجاتها، بينما لبعد الخدمات المقدمة ضمت العبارات المرقمة من 30-31 تهتم بكيفية تركيز المنظمة على زبائنها وأيضا على الجودة في تصميم منتجاتها. أما بالنسبة لبعد الإستجابة كانت عباراته من 32-33 وكان محور إهتمام هذا البعد الطريقة التي تتعامل بها المنظمة مع زبائنها، أما فيما يخص البعد الأخير الجمالية ضم العبارات 34-35 كان يعكس الأشياء الإضافية التي تجذب المنظمة بها زبائنها عن طريق هيكلة المنتجات أو الإضافات التي تطرحها على منتجاتها.

المبحث الثاني: تحليل البيانات واختبار الفرضيات

لكل بحث علمي منهجية التي يقوم الباحث من خلالها حصر جوانب البحث في مجموعة من المراحل لتسهيل تتبع هذه الدراسة ولعرض النتائج والتحليلات اللازمة والإجابة عن مختلف التساؤلات في البحث والتحقق من الفرضيات المقدمة.

المطلب الأول : نموذج، ثبات وصدق أداة الدراسة

في هذا المطلب سيتم استعراض نموذج الدراسة، بالإضافة إلى صدق وثبات أداة الدراسة.

أولاً: نموذج الدراسة

تتم الدراسة بالبحث عن العلاقة بين الإبداع والابتكار ودور كل منهما في تحقيق جودة المنتجات في المنظمة محل الدراسة، وبناءاً عليه يتم تحديد المتغير المستقل والتابع كالتالي :

1- المتغير المستقل: يوجد متغيران مستقلان وهما الإبداع والابتكار، ويمكن تحديدهما كما يلي:

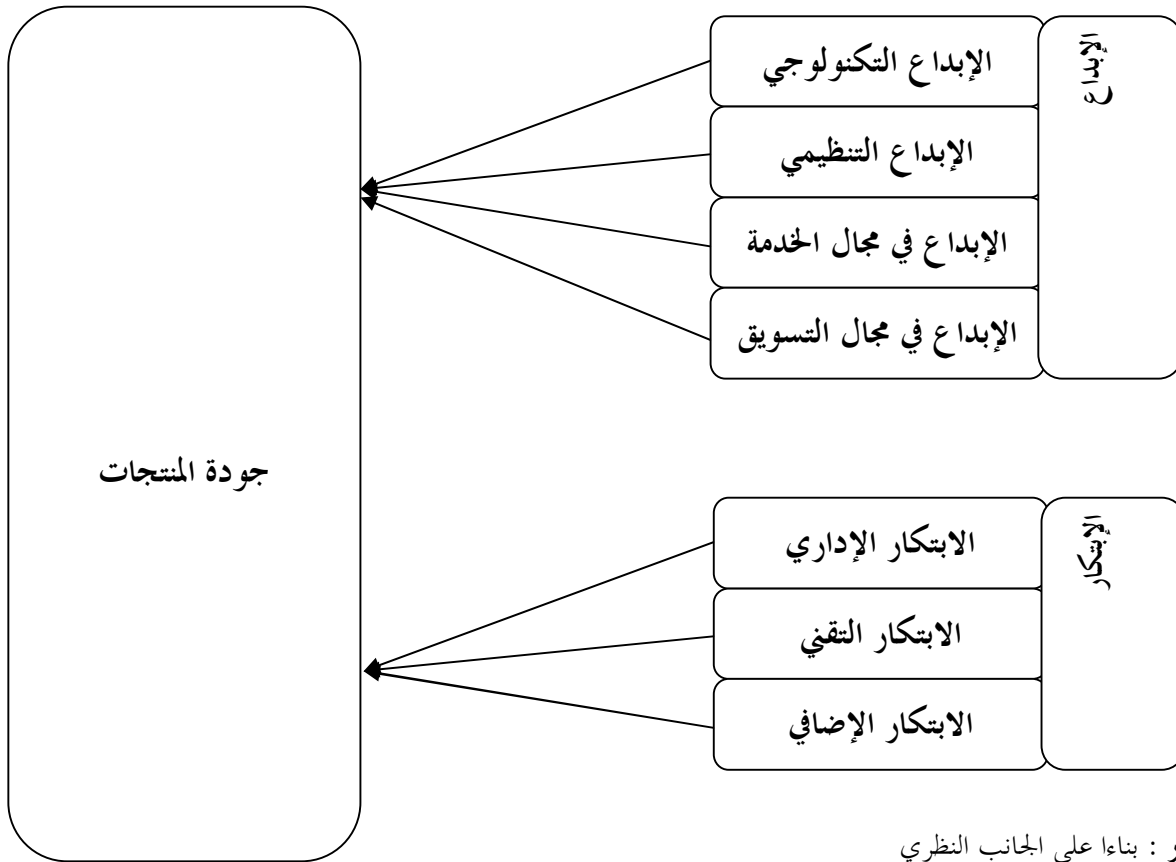
- المتغير المستقل الأول: الابتكار والذي عبر عنه ب X وقد قسم إلى ثلاثة أبعاد وهي الابتكار الإداري X1، الابتكار التقني X2، الابتكار الإضافي X3.

- المتغير المستقل الثاني: عبر عنه ب Y وقد قسم إلى الإبداع التكنولوجي Y1، الإبداع التنظيمي Y2، الإبداع في الخدمة Y3، الإبداع في مجال التسويق Y4.

- المتغير التابع: يتمحور حول جودة المنتجات ويمكن التعبير عنها ب Z .

ويمكن تمثل متغيرات الدراسة الميدانية في شكل يبين العلاقة بينهم المنتجات كما يلي:

الشكل رقم (2-3): نموذج الدراسة



المصدر : بناءاً على الجانب النظري

يوضح الشكل أعلاه نموذج الدراسة الميدانية بالإضافة إلى إظهار مختلف فرضيات الدراسة من حيث وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات عينة الدراسة وفقا للمتغيرين المستقلان اللذان يضمنان أنواع الإبداع وأنواع الابتكار والمتغير التابع جودة المنتجات. واحتمال وجود علاقة تأثير وتأثر بين المتغيرين المستقلين والمتغير التابع.

ثانيا: الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة

لتحقيق أهداف الدراسة وتحليل البيانات سيتم الاعتماد على طرق إحصائية يتم من خلالها وصف المتغيرات وتحديد نوعية العلاقة الموجودة بينها. بداية بجمع البيانات الموزعة وترميزها ثم إدخال البيانات بالحاسوب الآلي باستعمال برنامج الحزمة الإحصائية الاجتماعية "spss"، حيث تضمنت المعالجة الأساليب الإحصائية الموالية :

1- التكرارات والنسب المئوية

حيث استخدمت في وصف خصائص مجتمع الدراسة، ولتحديد الاستجابة اتجاه محاور أداة الدراسة وتحسب بالقانون الموالي:

$$\frac{\text{تكرار المجموعة} \times 100}{\text{المجموع الكلي التكرارات}} = \text{النسبة المئوية}$$

2- معامل ألفا كرونباخ

تم استخدامه لتحديد معامل ثبات أداة الدراسة، ويعبر عنه بالمعادلة الموالية :

$$a^2 = \frac{n}{n-1} \left(1 - \frac{\sum v_i^2}{vt} \right) \text{ حيث:}$$

A: يمثل ألفا كرونباخ.

N: يمثل عدد الأسئلة.

Vt: يمثل التباين في مجموع المحاور للاستمارة.

Vi: يمثل التباين لأسئلة المحاور

¹ - شفيق العتوم، مرجع سبق ذكره، ص: 120.

² - نفسه، ص: 122.

3- المتوسط الحسابي والانحراف المعياري

تم حسابها لتحديد استجابات أفراد الدراسة نحو محاور وأسئلة أداة الدراسة، حيث أن الانحراف المعياري عبارة عن مؤشر إحصائي يقيس مدى التشتت في التغيرات ويعبر عنه بالعلاقة الموالية :

$$\delta = \frac{\sqrt{\sum(X_i - \bar{X})^2}}{N}$$

4- معامل ارتباط بيرسون

يستخدم معامل الارتباط بيرسون لتحديد مدى ارتباط متغيرات الدراسة ببعضها، وتم حسابه انطلاقاً من برنامج الحزمة الإحصائية الاجتماعية "spss".

كما تم تحديد طول خلايا مقياس ليكارت للتدرج الخماسي (الحدود الدنيا والعليا) حيث تم حساب المدى (5-1=4) ومن ثم تقسيمه على أكبر قيمة في المقياس للحصول على طول الخلية أي (0.80=5/4) وبعد ذلك تم إضافة هذه القيمة إلى بداية المقياس وهي واحد وذلك لتحديد الحد الأعلى لهذه الخلية ويمكن توضيح طول الخلايا في الجدول الموالي:

الجدول رقم (2-3): طول خلايا مقياس ليكارت الخماسي

| المتوسط المرجح | 1 [79-1-] | [2.59-1.80] | [3.39-2.60] | [4.19-3.40] | [5-4.20] |
|----------------|------------------|-------------|-------------|-------------|--------------|
| اتجاه الإجابة | غير موافق تماماً | غير موافق | محايد | موافق | موافق تماماً |
| المستوى | منخفض جداً | منخفض | متوسط | مرتفع | مرتفع جداً |

، ندوة علمية، جامعة باجي مختار، عنابة، spss المصدر: بوقلقول الهادي، تحليل البيانات باستخدام 2013، ص: 24.

- كما يتم مقارنة إذا أصبح طول الخلايا التي من خلالها مقارنة المتوسط الحسابي المحسوب كما يلي من [2,6-1.8] دالا على مستوى ضعيف للموافقة؛
من [3.4-2.6] دالا على مستوى متوسط للموافقة
من [4.2-3.4] دالا على مستوى جيد للموافقة

ولتحويل إجابات الدراسة إلى بيانات كمية تم استخدام مقياس ليكارت الخماسي لكونه أكثر تعبيراً وتنوعاً وباعتباره يعطي مجالات أوسع للإجابة ويمكن توضيح الدرجات الخمس للموافقة في الجدول الموالي:

الجدول رقم (2-4): مقاييس الاستبيان

| الإجابات | غير موافق بشدة | غير موافق | محايد | موافق | موافق بشدة |
|----------|----------------|-----------|-------|-------|------------|
| الدرجة | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

المصدر : من إعداد الطالبتين بالاعتماد على سلم ليكارت الخماسي .

ثالثا: الصدق الظاهري وثبات أداة الدراسة

1- التحكيم* : يقصد بصدق الأداة قدرة الاستبيان على قياس المتغيرات التي وضعت لقياسها ولتحقق من ذلك تم صياغة الاستبيان وعرضه على الأستاذة المشرفة الفاضلة التي قامت بتصحيحه وتوجيه نصائح فيما يخصه ثم تم القيام عن طريق عرضه على عدد من المحكمين من أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير - تبسة-، وفي ضوء الملاحظات المطروحة تم تعديل الاستبيان حتى تكون عبارتها سهلة وسلسلة ومفهومة.

2- الثبات : معامل ألفا كرونباخ

كما تم التحقق من ثبات الاستبيان من خلال طريقة معامل ألفا كرونباخ ويمكن توضيحها من خلال الجدول الآتي :

الجدول رقم (2-5): اختبار ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبيان

| معامل الثبات | | |
|--------------|-----------------------|---------------------------------|
| 0.802 | الابتكار | المحور الأول: الإبداع والإبتكار |
| 0.857 | الإبداع | |
| 0.916 | جودة المنتجات | المحور الثاني: الجودة |
| 0.939 | معامل الاستبيان الكلي | |

المصدر من إعداد الطالبتين اعتمادا على نتائج spss .

يلاحظ من خلال نتائج الجدول أعلاه أن معامل الصدق والثبات للاستبيان مرتفع بنسبة جيدة، هذا بالنسبة للمعامل الكلي، وأيضا معامل المحاور (المحورين المستقلين، والمحور التابع)، حيث تشير مختلف المعاملات

* - أنظر الملحق رقم (05)

إلى نسب جيدة، وهي أكبر من مستوى الدلالة (60%)، وهذا يدل على أن الاستبيان يقيس ما وضع لقياسه إذن، يسمح باستعمال هذه الاستمارة والوثوق في النتائج المتوصل.

المطلب الثاني: تحليل البيانات الشخصية، الإبداع والابتكار

أولا : تحليل البيانات الشخصية

سيتم في هذا المطلب عرض وتحليل النتائج المتعلقة بالقسم الأول من الاستبيان، لتوضيح الخصائص الديموغرافية والمتمثلة في (الجنس، العمر، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة المهنية، الوضعية الحالية ، في منظمة السلام إلكترونيكس -تبسة- اتصالات الجزائر -تبسة* .

1- متغير الجنس

الجدول يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا لمتغير الجنس كما يلي:

الجدول رقم (2-6) : توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا لمتغير الجنس

| النسبة % | التكرار | البيان |
|-------------|-----------|----------------|
| 44 | 22 | ذكر |
| 56 | 28 | أنثى |
| 100% | 50 | المجموع |

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج تحليل spss

يوضح الجدول أعلاه أن نسبة الإناث أعلى من نسبة الذكور، حيث قدرت نسبتهن بـ 56% ، بعدد 28 عينة، في حين قدرت نسبة الذكور بـ 44% من إجمالي عينة الدراسة، حيث قدر عددهم بـ: 22 فردا.

2- متغير العمر

الجدول الموالي يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا للفئة العمرية كما يلي:

* - أنظر الملحق رقم (04).

الجدول رقم (2-7) : توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا للعمر

| النسبة % | التكرار | البيان |
|----------|-----------|------------------|
| 6 | 03 | أقل من 30 سنة |
| 42 | 21 | من 30 إلى 40 سنة |
| 38 | 19 | من 40 إلى 50 سنة |
| 14 | 07 | أكثر من 50 سنة |
| % 100 | 50 | المجموع |

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج تحليل spss

الملاحظ من الجدول 2-6 أن 42% من أفراد العينة المدروسة لمنظمة السلام إلكترونيكس يتراوح سنهم ما بين 30 إلى 40 سنة أي ما يمثل 21 إطار بنسبة 42%، تليها الفئة العمرية من 40 إلى 50 سنة بنسبة 38% ما يقابلها 19 إطار، بينما الفئة العمرية الأكبر من 50 سنة نسبتها كانت 14% بينما الفئة العمرية الأخيرة احتوت الإطارات الأقل من 30 سنة أعلاه أن معظم أفراد مجتمع الدراسة كانوا من فئة (من 30 سنة إلى 40 سنة)، حيث بلغت نسبة أفراد العينة في هذه الفئة 42% بعدد 21 مبحوث من إجمالي العينة، وقد جاءت باقي الفئات كما هو موضح في الجدول أعلاه.

3- متغير المؤهل العلمي

والجدول الموالي توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا للمؤهل العلمي كما يلي:

الجدول رقم (2-8) : يبين توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا للمؤهل العلمي

| النسبة % | التكرار | البيان |
|----------|-----------|----------------|
| 80 | 40 | جامعي |
| 20 | 10 | دراسات عليا |
| % 100 | 50 | المجموع |

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج تحليل spss

يتضح من الجدول أعلاه أن أغلبية أفراد مجتمع الدراسة وفقا لمتغير المؤهل العلمي كانت من المستوى الجامعي حيث بلغ عدد المبحوثين هنا 40 فردا بنسبة قدرت بـ: 80%، وجاء فئة الدراسات العليا منخفضة حيث قدر عدد المبحوثين فيها بـ 10 افراد مقابل 20% كما هو موضح في الجدول أعلاه.

4- متغير الخبرة المهنية

والجدول الموالي توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا لسنوات الخبرة كما يلي:

الجدول رقم (2-9): توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا لسنوات الخبرة

| النسبة % | التكرار | البيان |
|----------|---------|---------------------------|
| 04 | 02 | أقل من 05 سنوات |
| 32 | 16 | من 05 إلى أقل من 07 سنوات |
| 32 | 16 | من 07 إلى أقل من 10 سنوات |
| 32 | 16 | 10 سنوات فما فوق |
| 100 | 25 | المجموع |

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج تحليل spss.

الملاحظ من الجدول 2-8 وفق لسنوات الخبرة كانت بنسب متساوية قدرت بـ 32% كما تماثلت معها عدد الأفراد محيين عنها، في حين الفئة العمرية الأقل من 5 سنوات كانت نسبتها منخفضة جدا وبلغت 04% من إجمالي عينة الدراسة.

5- متغير الوظيفة الحالية

والجدول الموالي يبين توزيع أفراد مجتمع الدراسة وفق متغير الوظيفة الحالية

الجدول رقم (2-10): توزيع أفراد مجتمع الدراسة وفق متغير الوظيفة الحالية

| النسبة % | التكرار | البيان |
|----------|---------|-----------|
| 72 | 36 | إطار |
| 28 | 14 | إطار سامي |
| 100 | 50 | المجموع |

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج تحليل spss

فيما يخص متغير الوظيفة الحالية في المنظمة، يتضح من الجدول أعلاه أن النسبة الأعلى كانت لفئة (الإطارات)، حيث جاءت بنسبة مؤوية قدرت بـ: 72 % بما يقابلها 36 فردا، في حين أن عدد أفراد الإطارات السامية بلغ عددهم 14 فردا بالنسبة 28% وجاءت باقي الفئات كما هو موضح في الجدول أعلاه.

ثانيا: تحليل البيانات المتعلقة بالحوار الأول الابتكار والإبداع

في هذا السياق سيتم عرض البيانات الأساسية والتي تمثل إجابات مجتمع الدراسة نحو المتغير الرئيسي الأول لدراسة المتواجد في الاستبيان.

1- إجابات أفراد مجتمع الدراسة فيما يتعلق بالابتكار

يتم تحليل بيانات العبارات المتعلقة بالابتكار من حيث المتوسط الحسابي والانحراف المعياري، كما يوضحها الجدول الموالي

الجدول رقم(2-11): إجابة أفراد عينة الدراسة على الابتكار

| الرقم | العبارة | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الدرجة | الاتجاه | المستوى |
|-------|--------------------------------------------------------------------------|-----------------|-------------------|--------|------------|-----------|
| 1 | تقوم المنظمة باستحداث تغيرات في هيكلها التنظيمي يساعد على الابتكار | 4.20 | 0.881 | 3 | موافق بشدة | مرتفع جدا |
| 2 | تساعد المنظمة العاملين على فهم آليات عمل الإدارة بوضع برامج كفوءة | 4.02 | 0.742 | 9 | موافق | مرتفع |
| 3 | تتخذ المنظمة إجراءات تساعد على تفعيل الاتصال المتبادل بين العاملين | 4.02 | 0.622 | 8 | موافق | مرتفع |
| 4 | أدخلت المنظمة أساليب وطرق جديدة في عملياتها الإنتاجية تساعد على الابتكار | 4.30 | 0.814 | 2 | موافق | مرتفع |
| 5 | أجرت المنظمة تغيرات في تصميم منتجاتها تماشيا مع نوعية التقنيات الحديثة | 4.42 | 0.835 | 1 | موافق بشدة | مرتفع جدا |
| 6 | حصول المنظمة على براءات اختراع تزيد من ابتكارها الإنتاجية | 4.08 | 0.695 | 6 | موافق | مرتفع |
| 7 | أدخلت المنظمة تقنيات جديدة في منتجاتها | 4.18 | 0.691 | 4 | موافق | مرتفع |

| | | | | | | |
|-------|-------|----|-------|------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| مرتفع | موافق | 7 | 0.586 | 4.06 | تحدث المنظمة تعديلات على طريقة تقديم منتجاتها بناء على المعرفة المكتسبة من الحاجات الغير مشبعة للزبائن | 8 |
| مرتفع | موافق | 5 | 0.962 | 4.18 | تخصص المنظمة برامج لتحسين وتطور منتجاتها لزيادة ولاء زبائنها | 9 |
| مرتفع | موافق | 10 | 0.857 | 4.00 | تسعى المنظمة إلى تقديم عروض مجانية بغية زيادة عدد المشترين لمنتجاتها | 10 |
| مرتفع | موافق | 11 | 0.738 | 3.84 | تقوم المنظمة بمتابعة الشكاوى المعبرة عن عدم كفاءة التي تطرح من طرف زبائنها | 11 |
| مرتفع | موافق | 1 | 0.956 | 4.11 | إجمالي الابتكار | |

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على تحليل نتائج spss .

يتبين من الجدول 2-10 أن العبارة 1 حصلت على متوسط حسابي يقدر بـ 4.2 مما يعكس درجة موافقة بشدة وذلك بانحراف معياري يقدر بـ 0.881، بينما حصلت كل من العبارتين على نفس المتوسط الحسابي بلغت 4.02 وهذا ما يترجم موافقة مرتفعة بانحراف معياري يقدر بـ 0.742، 0.622 على التوالي، في حين أن العبارة الرابعة حصلت على متوسط حسابي يقدر بـ 4.3 مما يعكس درجة موافقة مرتفعة بانحراف معياري يقدر بـ 0.814، أما فيما يخص العبارة 5 يلاحظ أنها حصلت على متوسط حسابي بلغ 4.42 وهذا ما يترجم موافقة بشدة ومرتفعة جدا يؤكد الانحراف المعياري الذي بلغ 0.835، بينما العبارات 6، 7، 8، 9، 10، 11 تظهر متوسطات حسابية تقدر على التوالي بـ 4.08، 4.18، 4.06، 4.18، 4.00، 3.84 مما يترجم درجة موافقة مرتفعة للعبارات التي تم ذكرها أما إجمالي المتوسطات الحسابية يقدر بـ 4.11 مما يعكس درجة موافقة مرتفعة على الابتكار بانحراف معياري يقدر بـ 0.956، وبالتالي يستنتج من هذا الجدول أن منظمة السلام إلكترونيكس تهتم فعلا بالابتكار الإداري بحيث تقوم باستحداث تغييرا في هيكلها التنظيمي وهذا ما أكدته العبارة الأولى بدرجة الموافقة بشدة ومرتفعة. بالإضافة أن المنظمة تستخدم الإبتكار التقني لأن إجابات أفراد العينة كانت متجهة بالموافقة بشدة ومرتفعة وهذا ما أكدته العبارة 7 فعلا بان المنظمة تجري تغييرا في تصميم منتجاتها تماشيا مع نوعية التقنيات الحديثة، ومفاد ذلك أن الزبون يدرك المنتجات المقدمة في المنظمة

2- إجابات أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بالإبداع

يتم تحليل البيانات المتعلقة بالإبداع من حيث المتوسط الحسابي للانحراف المعياري بالإضافة إلى

مستوى موافقة أفراد العينة والجدول الموالي يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على الإبداع:

الجدول رقم (2-12): إجابة أفراد عينة الدراسة على الإبداع

| الرقم | العبرة | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الدرجة | الاتجاه | المستوى |
|-------|------------------------------------------------------------------------|-----------------|-------------------|--------|------------|-----------|
| 12 | الإبداع هو الذي يساعد المنظمة إلى تصنيع منتجاتها بطرق جديدة | 4.04 | 0.493 | 5 | موافق | مرتفع |
| 13 | المنظمة تهتم بتصميم عمليات إنتاج جديدة | 4.26 | 0.443 | 2 | موافق بشدة | مرتفع جدا |
| 14 | تسعى المنظمة على تشجيع عمليات إبداع إنتاج جديدة | 4.24 | 0.517 | 3 | موافق | مرتفع |
| 15 | تستخدم المنظمة أساليب تفكير متنوعة لحل المشكلات المتواجدة داخل المنظمة | 4.34 | 0.626 | 1 | موافق بشدة | مرتفع جدا |
| 16 | هناك قواعد عمل واضحة ومبدعة ومحددة داخل المنظمة | 3.82 | 0.873 | 10 | موافق | مرتفع |
| 17 | تمتلك المنظمة القدرة على اكتشاف المبدعين | 3.88 | 0.718 | 9 | موافق | مرتفع |
| 18 | تقدم المنظمة المنتجات لزيائنها بطريقة سهلة وراقية | 4.04 | 0.605 | 6 | موافق | مرتفع |
| 19 | تحسن المنظمة خدمات مابعد البيع بشكل مستمر | 4.16 | 0.792 | 4 | موافق | مرتفع |
| 20 | تبدع المنظمة في خلق منافذ توزيع لمنتجاتها | 4.00 | 0.904 | 8 | موافق | مرتفع |
| 21 | تستعمل المنظمة أساليب لفهم حاجات زبائنها الحالية والمستقبلية | 4.02 | 0.622 | 7 | موافق | مرتفع |
| | إجمالي الإبداع | 4.08 | 0.389 | 2 | موافق | مرتفع |

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على تحليل نتائج spss .

يبين الجدول رقم 2-11 أن اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارات 12 و 14 و 16 و 17 و 18 و 19 و 20 و 21 متوسطات حسابية تقدر ب 4.04، 4.24، 3.82، 3.88، 4.04، 4.16، 4.00، 4.02 تقريبا كلها متقاربة مما يترجم ذلك درجة موافقة مرتفعة بانحرافات معيارية تقدر ب 0.517، 0.493، 0.873، 0.718، 0.605، 0.792، 0.904، 0.622، أما بالنسبة للعبارات 13 و 15 كانت إجابات أفراد عينة الدراسة متجهة نحو الموافقة بشدة ومرتفعة جدا حيث بلغت متوسطاتها الحسابية 4.26، 4.24، أما بالنسبة لانحرافات المعيارية قدرت ب 0.443 و 0.715 على التوالي أما فيما يخص إجمالي الإبداع كانت جل إجابات أفراد عينة الدراسة متجهة نحو الموافقة وبصفة مرتفعة حيث بلغ المتوسط الحسابي للإبداع 4.08 مما يعكس ويترجم ذلك الانحراف المعياري الذي بلغ 0.389، و هذا ما يؤكد أن منظمة السلام إلكترونيكس تهتم فعلا بتصميم عمليات إنتاج جديدة وتستخدم أساليب تفكير متعددة لحل مشكلات المتواجدة داخل المنظمة وهذا ما أظهرته إجابات أفراد عينة الدراسة المتجهة نحو الموافقة بشدة مما يعكس مستواها المرتفع جدا في العبارتين 13 و 15 .

المطلب الثالث: تحليل البيانات المتعلقة بالجودة واختبار الفرضيات

في هذا المطلب سيتم تحليل البيانات المتعلقة بجودة المنتجات واختبار الفرضيات الرئيسية والفرعية لتأكيد ما أتت به الدراسة الحالية
 أولا: تحليل البيانات المتعلقة بالمحور الثاني أبعاد الجودة
 يتم تحليل بيانات هذا المحور من خلال العبارات المرقمة من (22- 36) من حيث المتوسط الحسابي والانحراف المعياري كما يوضحها الجدول الموالي:

الجدول رقم (2-13): إجابة أفراد عينة الدراسة على أبعاد الجودة

| الرقم | العبرة | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الدرجة | الاتجاه | المستوى |
|-------|--------------------------------------------------------------------------|-----------------|-------------------|--------|---------|---------|
| 22 | جميع الخصائص الأساسية متوفرة في المنتج الذي يتم اقتنائه من قبل الزبائن | 3.94 | 0.818 | 11 | موافق | مرتفع |
| 23 | تمتلك المنظمة مهندسين أكفاء يقومون بتصميم المنتجات التي يقدمونها للزبائن | 4.12 | 0.773 | 7 | موافق | مرتفع |
| 24 | يتم تصميم المنتج بألوان فعالة تثير رغبات الزبائن | 3.50 | 1.344 | 13 | موافق | مرتفع |

| | | | | | | |
|----|-----------------------------------------------------------------------------|------|-------|----|------------|-----------|
| 25 | تضيف المنظمة جوانب إضافية للمنتج لإثارة رغبة الزبائن | 4.04 | 1.261 | 10 | موافق | مرتفع |
| 26 | تقوم المنظمة بتصميم منتجاتها وفقا للمعايير محددة مسبقا من قبل إدارة المنظمة | 3.44 | 1.181 | 14 | موافق | مرتفع |
| 27 | تستعمل المنظمة أساليب إحصائية تزيد من جودة منتجاتها | 3.72 | 0.882 | 12 | موافق | مرتفع |
| 28 | تحدد المنظمة العمر التشغيلي للمنتج بطريقة مسبقة يزيد من صلاحيته | 3.39 | 1.057 | 15 | موافق | مرتفع |
| 29 | تقوم إدارة المنظمة بالتركيز في نشاطها على زبائنها لأنهم محور اهتمامهم | 4.42 | 0.883 | 1 | موافق بشدة | مرتفع جدا |
| 30 | تتم المنظمة بالنظر إلى الجودة في منتجاتها | 4.04 | 0.669 | 9 | موافق | مرتفع |
| 31 | تتم المنظمة بطريقة التعامل مع زبائنها | 4.10 | 0.678 | 8 | موافق | مرتفع |
| 32 | تستخدم المنظمة أساليب راقية في معاملتها مع زبائنها من اجل بيع منتجاتها | 4.34 | 0.823 | 3 | موافق بشدة | مرتفع جدا |
| 33 | تغير المنظمة هيكله منتجاتها بين فترة وأخرى لتحسين جمالية المنتج | 4.26 | 0.853 | 4 | موافق بشدة | مرتفع جدا |
| 34 | تركز المنظمة على الشكل الخارجي للمنتجات بما يوافق رغبات الزبائن | 4.20 | 0.670 | 5 | موافق بشدة | مرتفع جدا |
| 35 | الزبون يحمل فكرة على المنتج الذي يقتنيه وهو متأكد بأنه يشبع رغباته | 4.18 | 0.748 | 6 | موافق | مرتفع |
| 36 | تعرف المنظمة بمنتجاتها عن طريق إجراء دوريات وملتقيات | 4.36 | 0.749 | 2 | موافق بشدة | مرتفع جدا |
| | إجمالي درجة المحور الثاني جودة المنتجات | 4.00 | 0.622 | 2 | موافق | مرتفع |

المصدر: من أعداد الطالبتين بالاعتماد على تحليل نتائج spss .

من الجدول رقم 2-12 يتبين أن اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو الفقرة 22 كانت متضمنة موافقة مرتفعة قدرت بـ 3.94 وانحراف معياري يقدر بـ 0.181، أما العبارة 23 درجة الموافقة مرتفعة بمتوسط حسابي يقدر بـ 4.12 ويترجم ذلك بانحراف معيار بلغ 0.773، في حين العبارة 24 كان متوسطها

الحسابي يبلغ 3.50 مما يعكس درجة موافق مرتفعة تظهر في الانحراف المعياري الذي قدر بـ 0.134، في حين العبارات 25، 26، 28 كانت متوسطاتها الحسابية 4.04، 3.44، 3.72 متقاربة تعكس درجة موافقة مرتفعة ويترجم ذلك الانحرافات المعيارية لها 0.126، 0.118، 0.882، على التوالي، أما بالنسبة للعبارات 29، 33، 34، 36، كانت متوسطاتها الحسابية 4.42، 4.34، 4.20، 4.36 كانت متقاربة توحى بدرجة الموافقة بشدة والمرتفعة جدا تترجمها الانحرافات المعيارية الآتية 0.883، 0.669، 0.678، 0.823 على التوالي، أما بالنسبة للعبارات 30، 31، 35 كانت متوسطاتها الحسابية 4.04، 4.10، 4.34 كانت جل إجابات أفراد عينة الدراسة متضمنة درجة موافقة مرتفعة ويعكس هاته العبارات الانحرافات المعيارية الآتية 0.669، 0.678، 0.748، أما فيما يخص إجمالي المتوسط الحسابي للمحور الثاني أبعاد الجودة بلغ 0.622 ويقابله متوسط حسابي يبلغ 4.00، وهذا يدل على أن أفراد عينة الدراسة تؤكد بالفعل أن منظمة السلام إلكترونيكس تقوم بالتركيز في نشاطاتها الإنتاجية على زبائنها لأنهم محور اهتمامها، كما تستدم أساليب راقية في معاملتها مع زبائنها من أجل بيع منتجاتها وتغير المنظمة في هيكلتها منجها بلين فترة وأخرى لتحسن جمالية المنتج. كما تركز على الشكل الخارجي للمنتجات بما يتواءم مع رغبات زبائنها ويؤكد ذلك العبارات 29، 32، 33، 34، 36 لأن أغلب أفراد العينة أجابوا بموافقتهم بشدة على العبارات المذكورة سابقا .

ثانيا: اختيار فرضيات الدراسة

يتم اختبار الفرضيات المتعلقة بهذه الدراسة باستعمال معامل الارتباط، القيمة الحالية، مستوى المعنوية، ويتم رفض أو قبول الفرضية بناء على نتائج القيمة الاحتمالية، حيث يتم رفض الفرضية إذا كان مستوى الدلالة أكبر أو أصغر من مستوى الفرض.

1- الفرضية الرئيسية الأولى: والتي تنص على:

- H_0 : لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الابتكار وجودة المنتجات في منظمة السلام إلكترونيكس -تبسة-

H_1 : توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الابتكار وجودة المنتجات في منظمة السلام إلكترونيكس -تبسة-

الجدول الموالي يوضح نتائج اختبار الفرضية :

الجدول رقم (2-14): نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الأولى

| مستوى المعنوية F | معامل التحديد R ² | القيمة الاحتمالية (sig) | الابتكار | المتغير المستقل الأول المتغير التابع الرئيسي |
|------------------|------------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------------------------------|
| 80.323 | 0.626 | 0.000 | معامل الارتباط 0.791 | جودة المنتجات |

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج تحليل SPSS .

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن هناك علاقة ارتباط قوي بين الابتكار وجودة المنتجات في منظمة السلام إلكترونيكس -تبسة-، حيث تشير النتائج إلى أن معامل الارتباط يساوي 0.791 وهذا يشير إلى وجود علاقة ارتباط ايجابية طردية قوية جدا، كما جاءت نتائج معامل التحديد لتؤكد ذلك باعتبار أنها أشارت إلى أن 62.6% من التغيرات بالحاصلة في جودة المنتجات تعود إلى الابتكار، أما النسبة المتبقية فتعود لتغيرات أخرى، كما جاء مستوى الدلالة 0.00 وهو أقل من مستوى دالة الفرض. وعليه يتم رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرض البديل الذي ينص على أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الابتكار وجودة المنتجات في منظمة السلام إلكترونيكس -تبسة- وذلك حسب وجهة نظر أفراد عينة الدراسة.

2- الفرضيات الفرعية الخاصة بالمتغير المستقل الأول (الابتكار)

2-1- الفرضية الفرعية الأولى: والتي تنص على:

- H₀ : لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الابتكار الإداري وجودة المنتجات في منظمة السلام إلكترونيكس -تبسة-

- H₁ : توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الابتكار الإداري وجودة المنتجات في منظمة السلام إلكترونيكس -تبسة-

والجدول الموالي يوضح نتائج اختبار الفرضية الفرعية الأولى:

الجدول رقم (2-15): نتائج اختبار الفرضية الفرعية الأولى

| مستوى المعنوية F | معامل التحديد R ² | القيمة الاحتمالية (sig) | الابتكار الإداري | المتغير المستقل الأول المتغير التابع الرئيسي |
|------------------|------------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------------------------------|
| 18.007 | 0.273 | 0.000 | معامل الارتباط 0.522 | جودة المنتجات |

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج تحليل SPSS .

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن هناك علاقة ارتباط متوسطة بين الابتكار الإداري وجودة المنتجات في منظمة السلام إلكترونيكس -تبسة-، حيث تشير النتائج إلى أن معامل الارتباط يساوي 0.522 وهذا يشير إلى وجود علاقة ارتباط متوسطة، كما جاءت نتائج معامل التحديد لتؤكد ذلك باعتبار أنها أشارت إلى أن 0.273 من التغيرات الحاصلة على جودة المنتجات تعود لمتغير الابتكار الإداري، أما النسب الأخرى فتعود لتغيرات أخرى، بما أن القيمة الاحتمالية تساوي 0.00 وهي أقل من مستوى دلالة الفرض، وبالتالي يتم رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الابتكار الإداري وجودة المنتجات في منظمة السلام إلكترونيكس -تبسة- وذلك حسب وجهة نظر أفراد عينة الدراسة.

2-2- الفرضية الفرعية الثانية: والتي تنص على:

- H₀ : لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الابتكار التقني وجودة المنتجات في منظمة السلام إلكترونيكس -تبسة-

- H₁ : توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الابتكار التقني وجودة المنتجات في منظمة السلام إلكترونيكس -تبسة-

والجدول الموالي يوضح نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثانية:

الجدول رقم (2-16): نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثانية

| مستوى المعنوية F | معامل التحديد R ² | القيمة الاحتمالية (sig) | الابتكار التقني | المتغير المستقل الأول المتغير التابع الرئيسي |
|------------------|------------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------------------------------|
| 68.970 | 0.590 | 0.000 | معامل الارتباط 0.768 | جودة المنتجات |

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج تحليل SPSS .

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن هناك علاقة ارتباط قوية بين الابتكار التقني وجودة المنتجات في منظمة السلام إلكترونيكس -تبسة-، حيث تشير النتائج إلى أن معامل الارتباط يساوي 0.768 وهذا يشير إلى وجود علاقة ارتباط إيجابية قوية جدا، كما جاءت نتائج معامل التحديد لتؤكد ذلك باعتبار أنها أشارت إلى أن 0.59% من التغيرات الحاصلة على المتغير التابع جودة المنتجات تعود لمتغير الابتكار التقني، أما النسبة المتبقية فتعود لمتغيرات أخرى، وبالتالي تتأكد صحة الفرضية الفرعية الثانية أي أن هناك توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الابتكار التقني وجودة المنتجات في منظمة السلام إلكترونيكس -تبسة-، وذلك حسب وجهة نظر أفراد عينة الدراسة.

2-3- الفرضية الفرعية الثالثة: والتي تنص على:

H_0 - لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الابتكار الإضافي وجودة المنتجات في منظمة السلام إلكترونيكس -تبسة-

H_1 - توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الابتكار الإضافي وجودة المنتجات في منظمة السلام إلكترونيكس -تبسة-

والجدول الموالي يوضح نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثالثة:

الجدول رقم (2-17): نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثالثة

| مستوى المعنوية F | معامل التحديد R ² | القيمة الاحتمالية (sig) | الابتكار الإضافي | المتغير المستقل الأول المتغير التابع الرئيسي |
|------------------|------------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------------------------------|
| 23.035 | 0.234 | 0.000 | معامل الارتباط 0.569 | جودة المنتجات |

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج تحليل SPSS .

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن هناك علاقة ارتباط متوسطة بين الابتكار الإضافي وجودة المنتجات في منظمة السلام إلكترونيكس -تبسة-، حيث كان معامل الارتباط يساوي 0.569 وهذا يشير إلى وجود علاقة ارتباط متوسطة، كما جاءت نتائج معامل التحديد لتؤكد ذلك باعتبار أنها أشارت إلى أن 0.234 من التغيرات الحاصلة على متغير جودة المنتجات تعود لمتغير الابتكار الإضافي. أما النسبة المتبقية فتعود لمتغيرات أخرى، كما أن القيمة الاحتمالية تساوي 0.00 وهي أقل من مستوى دلالة الفرض 0.05 وعليه يتم رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرض البديل الذي ينص على أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الابتكار الإضافي وجودة المنتجات في منظمة السلام إلكترونيكس -تبسة- وذلك حسب وجهة نظر أفراد عينة الدراسة.

3- الفرضية الرئيسية الثانية: والتي تنص على :

- H₀ : لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإبداع وجودة المنتجات في منظمة السلام إلكترونيكس -تبسة-

H₁ : توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإبداع وجودة المنتجات في منظمة السلام إلكترونيكس -تبسة-

والجدول الموالي يوضح نتائج إختبار الفرضية الرئيسية الثانية:

الجدول رقم (2-18): نتائج اختبار الفرضية الرئيسية

| مستوى المعنوية F | معامل التحديد R ² | القيمة الاحتمالية (sig) | الإبداع | المتغير المستقل الأول المتغير التابع الرئيسي |
|------------------|------------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------------------------------|
| 39,496 | 0.451 | 0.000 | معامل الارتباط 0.672 | جودة المنتجات |

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج تحليل SPSS .

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن هناك علاقة ارتباط تفوق المتوسط بين الإبداع وجودة المنتجات في منظمة السلام إلكترونيكس -تبسة-، حيث تشير النتائج إلى أن معامل الارتباط يساوي 0.626، كما جاءت نتائج معامل التحديد لتؤكد ذلك باعتبار أنها أشارت إلى 0.451 من التغيرات الحاصلة على متغير جودة المنتجات تعود للمتغير الإبداع . أما النسبة المتبقية فتعود لمتغيرات أخرى، كما أن مستوى دلالة الفرض كانت تساوي 0.00 اقل من مستوى دلالة الفرض . وعليه يتم رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرض البديل الذي ينص على أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإبداع وجودة المنتجات في منظمة السلام إلكترونيكس -تبسة-، وذلك حسب وجهة نظر أفراد عينة الدراسة.

4- الفرضيات الفرعية الخاصة بالإبداع

4-1- الفرضية الفرعية الأولى : والتي تنص على:

H₀ - لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإبداع التكنولوجي وجودة المنتجات في منظمة السلام إلكترونيكس -تبسة-

H₁ : توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإبداع التكنولوجي وجودة المنتجات في منظمة السلام إلكترونيكس -تبسة-

والجدول الموالي يوضح نتائج اختبار الفرضية الفرعية الأولى:

الجدول رقم (2-19): نتائج اختبار الفرضية الفرعية الأولى لمتغير الإبداع

| مستوى المعنوية F | معامل التحديد R ² | القيمة الاحتمالية (sig) | الإبداع التكنولوجي | المتغير المستقل الأول المتغير التابع |
|------------------|------------------------------|-------------------------|-------------------------|-----------------------------------------|
| 3.206 | 0.063 | 0.080 | معامل الارتباط 0.250 | جودة المنتجات |

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج تحليل SPSS .

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن هناك علاقة ارتباط ضعيفة بين الإبداع التكنولوجي وجودة المنتجات في منظمة السلام إلكترونيكس -تبسة-، حيث تشير النتائج إلى أن معامل الارتباط يساوي 0.250 وهذا يشير إلى وجود علاقة ارتباط إيجابية لكنها ضعيفة، كما جاءت نتائج معامل التحديد لتؤكد ذلك باعتبار أنها أشارت إلى أن 0.063 فقط من التغيرات الحاصلة على متغير جودة المنتجات تعود لمتغير الإبداع التكنولوجي، أما النسبة المتبقية فتعود لمتغيرات أخرى، كما أن القيمة الاحتمالية تساوي 0.080 وهي أكبر من مستوى الدلالة 0.05، وعليه يتم قبول الفرضية الصفرية ورفض الفرضية البديلة التي تنص الفرض البديل على أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإبداع التكنولوجي وجودة المنتجات في منظمة السلام إلكترونيكس -تبسة-، وذلك حسب وجهة نظر أفراد عينة الدراسة.

4-2- الفرضية الفرعية الثانية : والتي تنص على :

H₀ : لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإبداع التنظيمي وجودة المنتجات في منظمة السلام إلكترونيكس -تبسة-

H₁ : توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإبداع التنظيمي وجودة المنتجات في منظمة السلام إلكترونيكس -تبسة-

والجدول الموالي يوضح نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثانية:

الجدول رقم (2-20): نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثانية

| مستوى المعنوية F | معامل التحديد R ² | القيمة الاحتمالية (sig) | الإبداع التنظيمي | المتغير المستقل الأول المتغير التابع الرئيسي |
|------------------|------------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------------------------------|
| 22.562 | 0.320 | 0.000 | معامل الارتباط 0.565 | جودة المنتجات |

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج تحليل SPSS .

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن هناك علاقة ارتباط متوسطة بين الإبداع التنظيمي وجودة المنتجات في منظمة السلام إلكترونيكس -تبسة-، حيث تشير النتائج إلى أن معامل الارتباط يساوي 0.565 وهذا يشير إلى وجود علاقة ارتباط متوسطة، كما جاءت نتائج معامل التحديد لتؤكد ذلك باعتبار أنها أشارت إلى أن 0.320 من التغيرات الحاصلة على متغير جودة المنتجات تعود لمتغير الإبداع التنظيمي. أما النسبة المتبقية فتعود لمتغيرات أخرى، كما أن القيمة الاحتمالية تساوي 0.00 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05، وعليه يتم رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرض البديل الذي ينص على أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإبداع التنظيمي وجودة المنتجات في منظمة السلام إلكترونيكس -تبسة-، وذلك حسب وجهة نظر أفراد عينة الدراسة.

4-3- الفرضية الفرعية الثالثة : والتي تنص على:

H_0 - لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإبداع في الخدمة وجودة المنتجات في منظمة السلام إلكترونيكس -تبسة-

H_1 : توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإبداع في الخدمة وجودة المنتجات في منظمة السلام إلكترونيكس -تبسة-

والجدول الموالي يوضح نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثالثة:

الجدول رقم (2-21): نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثالثة

| مستوى المعنوية F | معامل التحديد R ² | القيمة الاحتمالية (sig) | الإبداع في الخدمة | المتغير المستقل الأول المتغير التابع الرئيسي |
|------------------|------------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------------------------------|
| 26.754 | 0.358 | 0.000 | معامل الارتباط 0.598 | جودة المنتجات |

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج تحليل SPSS .

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن هناك علاقة ارتباط تفوق المتوسط بين الإبداع في الخدمة وجودة المنتجات في منظمة السلام إلكترونيكس -تبسة-، حيث تشير النتائج إلى أن معامل الارتباط يساوي 0.598 وهذا يشير إلى وجود علاقة ارتباط تفوق المتوسط، كما جاءت نتائج معامل التحديد لتؤكد ذلك باعتبار أنها أشارت إلى أن 0.358 من التغيرات الحاصلة على متغير جودة المنتجات تعود للمتغير الإبداع في الخدمة، أما النسبة المتبقية فتعود لمتغيرات أخرى، وذلك حسب وجهة نظر أفراد عينة الدراسة. كما أن القيمة الاحتمالية تساوي 0.00 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05، وعليه يتم رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرض البديل الذي ينص على أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإبداع في الخدمة وجودة المنتجات في منظمة السلام إلكترونيكس -تبسة-، وذلك حسب وجهة نظر أفراد عينة الدراسة.

4-4- الفرضية الفرعية الرابعة: والتي تنص على:

- H₀: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإبداع في مجال التسويق وجودة المنتجات في منظمة السلام إلكترونيكس -تبسة-

- H₁: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإبداع في مجال التسويق وجودة المنتجات في منظمة السلام إلكترونيكس -تبسة-

والجدول الموالي يوضح نتائج اختبار الفرضية الفرعية الرابعة:

الجدول رقم (2-22):- نتائج اختبار الفرضية الفرعية الرابعة

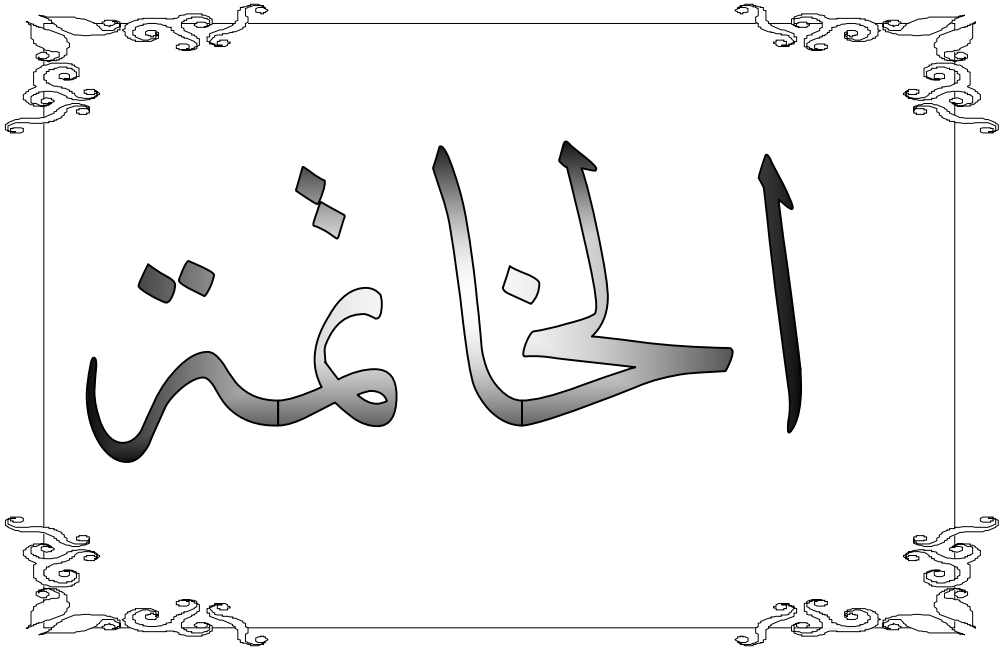
| مستوى المعنوية F | معامل التحديد R ² | القيمة الاحتمالية (sig) | الإبداع في مجال التسويق | المتغير المستقل الأول المتغير التابع الرئيسي |
|------------------|------------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------------------------------|
| 20.595 | 0.300 | 0.000 | معامل الارتباط 0.548 | جودة المنتجات |

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج تحليل SPSS .

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن هناك علاقة ارتباط تفوق المتوسط بين الإبداع في مجال التسويق وجودة المنتجات في منظمة السلام إلكترونيكس -تبسة-، حيث تشير النتائج إلى أن معامل الارتباط يساوي 0.548 وهذا يشير إلى وجود علاقة ارتباط تفوق المتوسط، كما جاءت نتائج معامل التحديد لتؤكد ذلك باعتبار أنها أشارت إلى أن 0.300 من التغيرات الحاصلة على جودة المنتجات تعود للمتغير الإبداع في مجال التسويق، أما النسبة المتبقية فتعود لمتغيرات أخرى، كما أن القيمة الاحتمالية تساوي 0.00 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05، وعليه يتم رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرض البديل الذي ينص على أنه توجد توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإبداع في مجال التسويق وجودة المنتجات في منظمة السلام إلكترونيكس -تبسة-، وذلك حسب وجهة نظر أفراد عينة الدراسة.

خلاصة الفصل

من خلال الدراسة الميدانية التي تم إجراؤها على منظمة السلام إلكترونيكس -تبسة- تبين أن إجابات أفراد عينة الدراسة كانت موافقة على الابتكار بدرجة مرتفعة ويبين ذلك أن المنظمة تستخدم الابتكار الإضافي والتقني، الإداري. ونتائج الجزء المتعلق بالابتكار توحى أن المنظمة تستحدث تغيرات في هيكلها التنظيمي ، أما فيما يخص الإبداع أظهرت إجابات الأفراد العينة أيضا أن المنظمة تدرج بطريقة نوعا ما استخدام أساليب متبعة لمواجهة المشاكل التي تعترضها منظمة السلام إلكترونيكس -تبسة-، وتختلف إجابات أفراد العينة المدروسة على الإبداع التكنولوجي كان نوعا ما ضعيفة، بينما بالنسبة للجودة أنها تعتمد المنظمة بشكل ممتاز جدا لأنها تنظر في الشكاوى التي يتم استقبالها من طرف زبائنهم، كما تصمم منتجاتها وفقا لرغباتهم، في حين أن المنظمة تسعى لإشباع احتياجاتهم، وفي الأخير مفاد هذه الدراسة يوضح وجود علاقة تأثير وتأثر بين الإبداع وجودة المنتجات من ناحية وبين الابتكار وجودة المنتجات من ناحية أخرى، وهذا ما يعكس معاملات الارتباطات بين المتوسط والقوي جدا. ومن هنا يمكن القول أن للإبداع والابتكار أثر على جودة المنتجات في منظمة السلام إلكترونيكس -تبسة-.



مسايرة للتحويلات والتطورات التكنولوجية التي تشهدها المنظمات الحديثة، اقتنعت هذه الأخيرة أن بقائها في ظل ديناميكية الظروف المحيطة بها، مرهون بمدى تطوير جودة منتجاتها، عن طريق توظيف الابتكارات من أجل تحسينها. وفي هذا السياق يمكن القول أن الجودة مرت بفترات زمنية مختلفة حيث كان مبدأها الأولي هو اكتشاف الأخطاء المعيبة المتواجدة في المنتجات إلى القضاء عليها نهائياً كما ان لديها أهمية بالنسبة للمنظمة من ناحية وأهمية بالنسبة للزبون من جراء المنفعة التي يتلقاها من استخدامه للمنتج من ناحية أخرى، وهناك أبعاد للجودة التي تكون في ظاهرها التطلع إلى رغبات الزبون وحاجاته كما إن عدم الحصول على الجودة يحدث تكاليف يطلق عليها تكاليف الجودة ولتخفيض هذه التكاليف يوجد سبل لتحقيق ذلك من بينها الإبداع والابتكار اللذان يتدخلان مع العديد من المصطلحات لكن الكثير من الكتاب اعتبارهما متماشيان مع بعضهما البعض، حيث الإبداع يقوم بتوظيف الأفكار التي يتم تجسيدها على أرض الواقع، وهما الركيزة الأساسية في أية منظمة تريد أن تواكب العصرنة في منتجاتها وتضمن استمرارها وبقائها، حيث أن للابتكار أنواع وهي وفقاً لمجالاته، ووفقاً لاستعماله والغرض منه، ووفقاً لمدى تأثيره، أما بالنسبة للإبداع فتتمثل أنواعه في الإبداع في مجال الخدمة، التسويق، التكنولوجي، التنظيمي، وباعتبار أن الإبداع يكون على مستوى الجماعة الأفراد، المنظمة، وحتى يتم استغلال كل من الإبداع والابتكار على أحسن وجه يجب إزالة المعوقات التي تعرقل مسارهما داخل المنظمة. بحيث لم يعد ينصب اهتمام المنظمة على كيفية الإنتاج بالحجم الكبير أو التحكم في الأسعار بقدر ما أصبحت تركز على البحث عن كل ما هو جديد مبدع ومبتكر في المنتجات.

أولاً: النتائج

من خلال الفصلين النظري والتطبيقي الذي تم التطرق إليهما تم التوصل إلى جملة من النتائج يمكن إيجازها في النقاط التالية:

- 1- الجودة مجموعة الخصائص المنفردة والمميزة للمنتج عن طريقها يتم إشباع رغبات وحاجيات زبائنها؛
- 2- أصبح ينظر للجودة المنتجات من خلال القيمة الفعلية للمنتج، حيث أصبح الزبون غير مبالي بالسعر قدر ما تهمه القيمة التي يقدمها المنتج من جراء استخدامها؛
- 3- إن الإبداع و الابتكار أصبحا ضروريان في أي منظمة تطمح للوصول إلى التميز وتضمن إستمرارها وبقائها، بحيث يجسد الإبداع الأفكار الجديدة بغرض تطوير سلعة أو خدمة معينة، بينما الابتكار يتم تجسيد هذه الأخيرة إلى واقع عملي ملموس. بمعنى أن الابتكار التركيبة الفعلية للإبداع؛

4- إن الجودة تعتبر الركيزة الأساسية التي يستطيع من خلالها الابتكار تقديم كل ما هو جديد ومتطور ويلفت انتباه الزبائن؛

5- أن المنظمة محل الدراسة تجري تغييرات في تصميم منتجاتها تماشياً مع نوعية التقنيات الحديثة ؛

6- تستخدم المنظمة فعلاً أساليب تفكير متطورة لحل المشكلات المتواجدة داخل المنظمة ؛

7- تستخدم المنظمة أساليب راقية في معاملتها مع زبائنها من اجل بيع منتوجاتها ؛

8- تغير المنظمة هيكله منتجاها بين فترة وأخرى لتحسين جمالية منتجاتها؛ كما تركز المنظمة أيضا على الشكل الخارجي للمنتجات بما يتوافق مع رغبات الزبائن؛

9- المنظمة تقوم بتعريف بمنتجاتها عن طريق إجراء ملتقيات ودوريات تعرف فيه بمنتجاتها؛

ثانيا: الاقتراحات

يمكن تقديم مجموعة من الاقتراحات كما يلي :

1- محاولة خلق منافذ توزيع منتجاتها حتى تضمن ولاء زبائنها ؛

2- جذب مبدعين أكفاء من اجل تطوير أساليب تفكيرها لحل المشكلات التي تعترضها ؛

3- تكوين المهندسون دائما على الأساليب الحديثة في تصميم المنتجات التي تقدمها لزبائنها ؛

4- تصميم منتجاتها بمواصفات قياسية من اجل تحسين المنتجات التي تحاول كسب هؤلاء زبائنها؛

5- زرع روح الإبداع والابتكار داخل محيط المنظمة حتى يجعلهم دائما يعلون بكفاءة عالية ؛

ثالثا: آفاق البحث

في نهاية البحث يمكن طرح بعض المواضيع يمكن أن تكون بحوث يتم الاستناد إليها مستقبلا ومن أهمها :

1- مساهمة الابتكار الإداري في تحسين جودة الخدمات المنظمات الخاصة؛

2- تأثير الإبداع التنظيمي على الميزة التنافسية في المنظمات الاقتصادية؛

3- الابتكار التقني في مجمع صيدال .

فائمتي المراجع

أولاً: المراجع باللغة العربية

1- الكتب

- 1- احمد بن عيشاوي، "إدارة الجودة الشاملة TQM: الأسس التطبيقية والنظرية والتنظيمية في المؤسسات السلعية والخدمية"، دار الحامد لنشر والتوزيع، عمان، 2013.
- 2- أسامة خير، "إدارة الإبداع والابتكارات"، دار الراية لنشر والتوزيع، عمان، 2012.
- 3- بوحروود فتحية، "إدارة الجودة في منظمات الأعمال النظرية والتطبيق"، دار الميسرة لنشر والتوزيع، عمان، 2015.
- 4- جمال خير الله، "الإبداع الإداري"، دار أسامة لنشر والتوزيع، عمان، 2009.
- 5- حيدر علي المسعودي، "إدارة تكاليف الجودة استراتيجياً"، دار اليازوري لنشر والتوزيع، عمان، 2010.
- 6- زاهد محمد ديري، "السلوك التنظيمي"، دار الميسرة للنشر والتوزيع، عمان، 2011.
- 7- سامح عبد المطلب عامر وعلاء محمد سيد قنديل، "القيادة الإدارية وإدارة الابتكار"، دار الفكر لنشر والتوزيع، عمان، 2010.
- 8- سلمان زيدان، "إدارة الجودة الشاملة: الفلسفة ومداخل العمل، الجزء الأول"، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، دون ذكر سنة نشر.
- 9- سوسن شاكر مجيد، محمد عواد الزبادات، "إدارة الجودة الشاملة "تطبيقات في الصناعة والتعليم"، دار الصفا لنشر والتوزيع، عمان، 2008.
- 10- شفيق العتوم، طرق الإحصاء "تطبيقات اقتصادية وإدارية باستخدام spss"، دار المناهج لنشر والتوزيع، عمان، 2005.
- 11- طارق محمد السويدان، محمد أكرم العد لوني، "مبادئ الإبداع"، مهندسو الحياة، الطبعة الثالثة، دون بلد النشر، 2012.
- 12- عاكف لطفي خصاونة، "إدارة الإبداع والابتكار في منظمات الأعمال"، دار الحامد لنشر والتوزيع، عمان، 2013.
- 13- علاء محمد سيد قنديل، القيادة الإدارية وإدارة الابتكار، دار الفكر لنشر والتوزيع، عمان، 2010.

- 14- فؤاد زكريا، "ضبط الجودة وحماية المستهلك"، دار أسامة لنشر والتوزيع، عمان، 2005.
- 15- فريد كورتل، أمال كحيله، "الجودة وأنظمة الايزو"، دار كنوز المعرفة العلمية لنشر والتوزيع، عمان، 2010.
- 16- قاسم نايف علوان، "إدارة الجودة الشاملة ومتطلبات الايزو 9001-2000"، دار الثقافة لنشر والتوزيع، عمان، 2005.
- 17- قاسم نايف علوان المياوي، "إدارة الجودة في الخدمات: مفاهيم، عمليات، تطبيقات"، دار الشروق لنشر والتوزيع، عمان، 2006.
- 18- قاسم نايف علون، "إدارة الجودة الشاملة ومتطلبات الإيزو 9001-2000"، الطبعة الثانية، دار الثقافة لنشر والتوزيع، عمان، 2009.
- 19- لحسن عبد الله باشيوة، الإحصاء وتطبيقات على الحزمة الإحصائية spss، دار الوراق لنشر والتوزيع، عمان، 2012.
- 20- مؤيد عبد الحسين الفضل، "الإبداع في اتخاذ القرارات الإدارية"، دار إثراء لنشر والتوزيع، عمان، 2009.
- 21- مارك دودجسون وديفيد جان، ترجمة زينب عاطف سيد، مقدمة قصيرة جدا للابتكار، منظمة هنداوي للتعليم والثقافة، القاهرة، 2014.
- 22- مأمون الدرادكة وطارق شليبي، "إدارة الجودة في المنظمات المعاصرة"، دار الصفاء لنشر والتوزيع، عمان، 2002.
- 23- محمد بن عبد الرحمان بن سعيد آل ناقرو، الإبداع مفهومه ووسائل تنميته، الملتقى الأول بناء معايير التدريب، جامعة الإمام محمد بن سعود الرياض، السعودية، دون ذكر سنة.
- 24- محمد زويد العتيبي، "الطريق إلى الإبداع والتميز الإداري"، دار الفجر لنشر والتوزيع، القاهرة، 2007.
- 25- محمد زويد العتيبي، "الطريق إلى الإبداع والتميز الإداري"، دار الفجر لنشر والتوزيع، القاهرة، 2007.

- 26- محمد منصور أبو جليل وآخرون، "سلوك المستهلك واتخاذ القرارات الشرائية"، دار الحامد لنشر والتوزيع، عمان، 2013.
- 27- مصطفى كمال السيد طایل، "معايير الجودة الشاملة: (إدارة الإحصاء والاقتصاد)"، دار أسامة لنشر والتوزيع، عمان، 2013.
- 28- نجم عبود نجم، "القيادة وإدارة الابتكار"، دار صفاء لنشر والتوزيع، عمان، 2012.
- 2- المذكرات والرسائل
- 1- بوبعة عبد الوهاب، "دور الابتكار في دعم الميزة التنافسية للمنظمة الاقتصادية: دراسة حالة اتصالات الجزائر للهاتف النقال -موبيليس-"، مذكرة ضمن نيل شهادة الماجستير، تخصص إدارة الموارد البشرية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة قسنطينة، 2011-2012.
- 2- عبد الرؤوف حجاج، "دور الإبداع في تنمية الميزة التنافسية للمنظمة الاقتصادية: دراسة مقارنة بين وحدات منظمة كوندور برج بوعريريج، باستخدام أسلوب تحليل مغلف البيانات خلال الفترة 2004-2014"، تخصص اقتصاد وتسيير المؤسسات، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الدكتوراة، جامعة قصدي مباح، 2015.
- 3- فاديه جباري، "تأثير جودة الخدمات على رضا العميل: دراسة حالة الوكالة التابعة جهوية لشركة الجزائرية للتأمينات SAA تلمسان"، مذكرة ضمن نيل شهادة الماجستير، تخصص تسويق، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان، 2010-2011.
- 4- كريمة سلطان، "طرق تحسن جودة المنتج الصناعي وأثره في تخفيض التكاليف: دراسة حالة المنظمة الوطنية للعصائر والمصبرات SIJICO وحدة رمضان جمال، مذكرة ضمن نيل شهادة الماجستير، تخصص: اقتصاد وتسيير المنظمة، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة، 2006-2007.
- 5- لخضر خراز، " دور الإبداع في اكتساب المنظمة ميزة تنافسية، دراسة حالة منظمة EGTت مركب حمام ربي (سعيدة) نموذجاً " أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، تخصص مالية دولية كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، قسم التسيير الدولي، جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان - الجزائر - 2011.

- 6- مرزوق مرزوقي ، " دور الابتكار في تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة: دراسة حالة الجزائر " ، مذكرة ضمن نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص: تسيير مؤسسات صغيرة ومتوسطة، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة قسدي مرياح ورقلة، 2007-2008.
- 7- مرزوق مرزوقي ، " دور الابتكار في تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة: دراسة حالة الجزائر " ، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص: تسيير مؤسسات صغيرة ومتوسطة، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة قسدي مرياح ورقلة، 2007-2008، ص ص: 14-15.
- 8- مصطفى لعشاشي، "إدارة الجودة في المنظمات الاقتصادية الجزائرية: أفاق لدراسة المنظمة الوطنية للمواد الكاشطة والزجاج بسعيدة، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، جامعة أبو بكر بلقايد بسعيدة، 2010-2011.
- 9- مصطفى لعشاشي، " إدارة الجودة في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية: أفاق وتحديات دراسة حالة المنظمة المواد الكاشطة والزجاج (ENAVA) بسعيدة"، مذكرة ضمن نيل شهادة الماجستير، تخصص المالية الدولية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان، 2010-2011.
- 10- منصف ملوك: "أثر إسهاد الجودة على أداء المؤسسات الجزائرية حالة (ISO9001; 2000): دراسة إحصائية بالمنظمة الوطنية لأجهزة القياس والمراقبة، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، جامعة فرحات عباس "سطيف"، 2010، 2009.
- 11- نوردين بوغان، " جودة الخدمات وأثرها على رضا العملاء: دراسة ميدانية في المنظمة المينائية لسكيكدة " ، مذكرة ضمن نيل الحصول على شهادة الماجستير، تخصص علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2006-2007.
- 12- هدى بوحنيك، " إدارة الجودة الشاملة كأداة لتطوير الميزة التنافسية للمنظمة الاقتصادية، دراسة حالة شركة الاسمنت تبسة " ، مذكرة ضمن نيل شهادة الماجستير، تخصص تسيير الموارد البشرية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، 2008-2009، ص: 06.

3- المجالات

- 1- زهير رجراج، "دور الإبداع في تحسين الأداء الصناعي في المنظمات للمؤسسة"، مجلة البليدة للعلوم الاقتصادية والتجارية، جامعة البليدة، المجلد 30، العدد 31، مارس 2015.
 - 2- زوهير رجراج، " دور الإبداع في تحسين الأداء الصناعي للمنظمة"، مجلة الجزائر للعلوم الاقتصاد والتسيير والتجارة، جامعة لو نيسي على البليدة، المجلد 30، العدد: 31، مارس 2015.
 - 3- عبد الرحمان بن عتتر، " واقع الإبداع في المؤسسات المتوسطة الصغيرة والمتوسطة بالجزائر: دراسة ميدانية حول الابداع في المنظمات الحديثة"، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والعلوم القانونية، المجلد 24، العدد 01، 2008.
 - 4- قاسم إبراهيم الشعار: فايز جمعة النجار، " تطبيقات إدارة الجودة وأثرها على في الإبداع التكنولوجي: دراسة تطبيقية على المصارف العاملة في الأردن"، مجلة الأردن للدراسات والعلوم الإدارية، العدد 02، المجلد 42، السنة 2015.
 - 5- مريم بن بايرة، "دراسة أثر الجودة على تكاليف المنتج (نموذج مقترح لمنظمة الصناعية الشركة العامة للإسمنت العراقية معمل اسمنت كركوك)"، مجلة الأبحاث الاقتصادية لجامعة البليدة 2، المجلد 44، العدد: 14، جوان 2016.
- #### 4- المؤتمرات
- 1- احمد طرطار، سارة حليمي، "أثر تطبيق إدارة المعرفة على وظيفة الإبداع في منظمات الأعمال"، ملتقى دولي حول رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في الاقتصاديات الحديثة، جامعة الشلف، 13-14 ديسمبر، 2011.
 - 2- تيقاوي إبراهيم، "دور التغيير التنظيمي في تطوير التنظيمات الحديثة من وجهة نظر العاملين في منظمات الاتصالات الجزائرية الحديثة"، المؤتمر الوطني حول الإبداع في المنظمات الحديثة، جامعة البليدة، 15-16 ماي، 2011، ص ص: 09-10.
 - 3- شريف غياط، "الإبداع والتغيير التنظيمي في المنظمات الحديثة: مداخلة بعنوان تنمية وتدعيم الإبداع المنظمات"، جامعة 08 ماي 1945 - قالة - 13، 12 ماي 2010.
 - 4- عبد الوهاب بن بريكة، زينب ابن تركي، "مساهمة الابداع في تدعيم المركز التنافسي للمنظمة": المؤتمر الوطني حول الإبداع في المنظمات الحديثة، جامعة محمد خضير بسكرة، 12-13 ماي.

5- مدوح عبد العزيز الرفاعي، " إستراتيجية الابتكار: طريق الإدارة نحو الابتكار الجذري"، المؤتمر العلمي الدولي الأول حول: دعم وتنمية المشروعات الصغيرة، جامعة عين الشمس، القاهرة، 11-12 مارس 2012،

ثانيا: المراجع باللغة الأجنبية

1- Livres

1- JEAN -REMAI LA ,**"La Créativité Formation Théoriques Et Pratiques,"**Editon,paris,2016,p: 13

2- *Kenneth H. Rose ; "Project Quality Management Why,What, And How, By J.Rosse Publishing," USA , 2005.*

3- *Nicole Merle-Lamote, "Gilles Pannetier L'innovation Dans Les Entreprises Moteurs " ,moyennes et enjeux, François Magnien ,2011.*

2- Mémoires

1- *Antonio Fernandes ; "Quality ; Innovation And Performance: An Exploration Study " ; luise lourenco university of beria interior ;department of management economic nece – nucleo de estudos em ciencias impresarios estra do sineiro ;vol2 ;n09 ;2006 .*

2- *Daniel I.Prajogo, Amriks .Sohal , New Research The Relation Ship Between Tim practies Quality Performance And Innovation Performance An empirical exanination , International journal of Quality and Reliability Management, vol 20, N8, 2003.*

3- *Daniel I.Prajogo,Amrik.Sohal : "The Integration Of technology And Management In Deterininig Quality And Innovation Performance " ; the inernational journal of management science ; vol 34 ;N296 ;2006 .*

4- *Dara Schniedrjans , Marc Schniderjans ,Quality ManagementAnd Innovation:New Insinerts On Structural Contingency Frame Work,schnie derjans and schniederjans international journal of quality innovation ,vol02,N01,2015 .*

5- *Dong – Young Kim ,Vinad Kumar,Uma Kumar,Relation Between QUALITY Management Practices And Innovation.journal of operation management, north florida vol30,N295,2012.*

6- *Innovation ,university of brasov economic sciences ,Series OF VOL 09,N02,2016.*

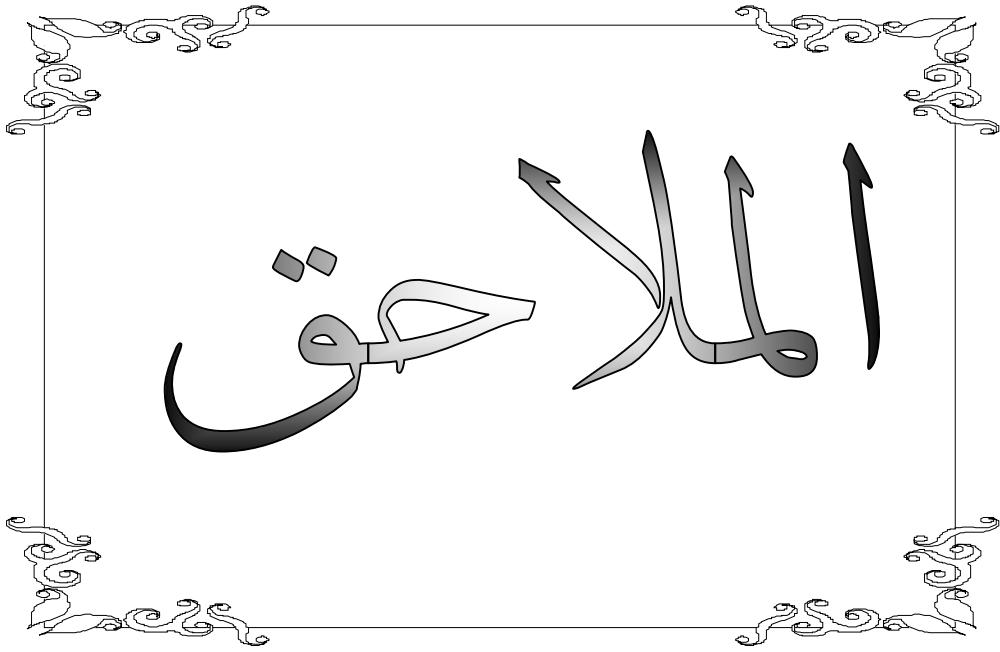
7- *Juhani Anttila , Quality And Innovation " , Journal of the International Academy of Quality, vol. 03, N: 53, 2008.*

8- **Magazines**

9- *Maria Popescu, Lidia Manduru, Relationship Between Quality Planing And*

10- *Peter Cook", "The Creativity Advantages Your Organisation The leader Of The Pack: Industriel And Commercial"Traning,vol,30,N:05,1998.*

11- *Salami Fayrouz",Condition Et modes D'implication Des Ressourcés Humainness Dans Un Système De Management De La Qualité, Mémoire En Doctorat En Management Des Organisations,"faculté sciences économique,science commerciales et sciences de Gestion,université Abou belkaid Tlemcen Algérie,2015 -2016.*



الملحق رقم (01): حصول المنظمة على شهادة الإيزو 9001

Certificat d'enregistrement



Le Système de Management de la Qualité de :

ESSALEM ELECTRONICS

STARLIGHT

Site principal : Zone d'Activité El Alia Bab Ezzouar Alger, ALGERIE.

Unité de Tébessa : RN N° 16 La Rocade Tébessa, ALGERIE.

a été audité par intertek Certification France et approuvé conforme à la norme :

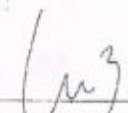
ISO 9001:2008

Le Système de Management de la Qualité est applicable à :

Fabrication et commercialisation de produits électroménagers et électroniques grand public.

| | |
|-------------------------------------------|-------------------|
| Numéro de certificat : | 0050820-00 |
| Date de certification initiale : | 19 Juillet 2013 |
| Date du dernier audit de renouvellement : | 11 Mai 2016 |
| Date du début du cycle de certification : | 21 Juillet 2016 |
| Date d'expiration du dernier certificat : | 18 juillet 2016 |
| Date d'émission du certificat : | 21 Juillet 2016 |
| Date d'expiration du certificat : | 14 Septembre 2018 |




Bernard Lesprie, Directeur Général
Intertek Certification France - 67, boulevard Bessières, 75017 Paris - FRANCE

L'émission de ce certificat engage la responsabilité d'Intertek envers ses clients ainsi que le client, et uniquement selon les termes définis par le contrat. La validité du présent certificat est soumise au maintien de la conformité du système de management en rapport aux règles de certification de système d'Intertek. Sa validité peut être confirmée par email sur demande.

الملحق رقم (02): أهم منتجات منظمة السلام إلكترونيكس

LISTING ESSALEM ELECTRONICS 2018

| Réf Article | Désignation | DETAIL |
|----------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| CHAUFFAGE | | |
| SL-145D | Chauffage à Gaz 14kw Dispositif de sécurité THERMOCOUPLE ALLUMAGE ELECTRIQUE VALVE AVEC THERMOSTAT DESIGN ELEGANT | 20 900,00 |
| SL-145CHD | Chauffage à Gaz 12kw FLAMME SFJET BUCHE Dispositif de sécurité THERMOCOUPLE ALLUMAGE ELECTRIQUE VALVE AVEC THERMOSTAT DESIGN RUSTIQUE | 31 500,00 |
| SL-145CHW | Chauffage à Gaz 12kw DESIGN CHEMINÉE MODERNE Dispositif de sécurité THERMOCOUPLE ALLUMAGE ELECTRIQUE VALVE AVEC THERMOSTAT BLANC | 32 500,00 |
| SL-145CHB | Chauffage à Gaz 12kw DESIGN CHEMINÉE MODERNE Dispositif de sécurité THERMOCOUPLE ALLUMAGE ELECTRIQUE VALVE AVEC THERMOSTAT NOIR | 32 500,00 |
| SL-160CHW | Chauffage à Gaz 14kw DESIGN CHEMINÉE MODERNE Dispositif de sécurité THERMOCOUPLE ALLUMAGE ELECTRIQUE VALVE AVEC THERMOSTAT BLANC | 37 900,00 |
| SL-160CHB | Chauffage à Gaz 14kw DESIGN CHEMINÉE MODERNE Dispositif de sécurité THERMOCOUPLE ALLUMAGE ELECTRIQUE VALVE AVEC THERMOSTAT NOIR | 37 900,00 |
| SL-70 | Chauffe Eau Ionisé 7 L | 10 500,00 |
| SL-120 | Chauffe eau Ionisé 12 L | 14 900,00 |
| CUISINIÈRE | | |
| SL-6600CBX | Cuisinière 4 feux 60*60 cm Double Four Inox | 34 700,00 |
| SL-6600XW | Cuisinière 4 feux 60*60 cm Blanche Tab Inox Garde Manger | 24 800,00 |
| SL-6600XX | Cuisinière 4 feux 60*60 cm Inox Garde Manger | 25 900,00 |
| SL-660DX | Cuisinière 60*60 4 Feux Inox | 29 600,00 |
| SL-660XW | Cuisinière 60*60 4 Feux Table en Acier Anti Tache Blanche | 28 100,00 |
| SL-960DX | Cuisinière à gaz 90*60, 5 Feux, Corps et Table en Acier Déco | 47 300,00 |
| FOUR ENCASTRABLE | | |
| SL-60FGE | Four Encastrable 60*60 cm Mixte Gaz Electricité | 33 600,00 |
| SL-60FGG | Four Encastrable 60*60 cm Gaz gaz | 32 500,00 |
| SL60-LMRI | Four Encas Mixte 60x60 64L, TB, Minuterie Meca, INOX | 31 000,00 |
| PLAQUE DE CUISSON | | |
| SL-T001X | Table de Cuisson 60*60 cm 4 bruleurs Inox | 13 200,00 |
| SL-T007X | Table de Cuisson 60*70 cm 5 bruleurs Inox | 18 700,00 |
| SL-640W | Table encastrable 60x60 allumage auto intégré Blanche | 9 600,00 |
| SL-640B | Table encastrable 60x60 allumage auto intégré Noir | 9 600,00 |
| SL1140-XGBP | Tab de Cuisson en céram 60x60, 4 feux, Allum Auto Pose Libre | 12 400,00 |
| HOTTE DE CUISINE | | |
| SL-CU60X | Hotte Cheminée, 60 cm, capacité 550M3/h, 2Filtres Alum | 17 100,00 |
| SL-DC60X | Hotte de Cuisine 60 cm Inox Type Vertical, Télécommande | 26 400,00 |
| SL-HC60W | Hotte 60 cm, Type cassette, Blanche, 3 vitesses, 1 Filtre | 6 600,00 |
| SL-HC60X | Hotte 60 cm, Type cassette, Inox, 3 vitesses, 1 Filtre Ca | 7 700,00 |
| SL-HC90W | Hotte 90 cm, Type cassette, Blanche, 3 vitesses, 1 Filtre Ca | 8 300,00 |
| SL-HC90X | Hotte 90 cm, Type cassette, Inox, 3 vitesses, 1 Filtre Car | 9 400,00 |
| PÉTRIN | | |
| SL-SM301 W | Pétrin à pâtes 6L, 800 W, Minut de Contrôle, Bol Inox Blanc | 21 500,00 |
| SL-SM301 S | Pétrin à pâtes 6L, 800 W, Minut de Contrôle, Bol Inox Gris | 22 000,00 |
| SL-SM301 Y | Pétrin à pâtes 6L, 800 W, Minut de Contrôle, Bol Inox Jaune | 21 500,00 |
| SL-SM301 R | Pétrin à pâtes 6L, 800 W, Minut de Contrôle, Bol Inox Rouge | 21 500,00 |
| TELEVISEUR | | |
| SL-24D1300B | LED 24" FHD, TNT, 1HDMI, 1USB, VGA, PC INPUT, ULTRA BRILLANT NOIR | 17 800,00 |
| SL-32D10GB | Téléviseur 32" DLED Cadre Doré et Noir | 27 500,00 |
| SL-32U200 | LED 32" INCURVE HDR, 2HDMI, 2USB, PC INPUT, AV NOIR | 28 600,00 |
| SL-32U300 | LED 32" INCURVE HDR, 2HDMI, 2USB, PC INPUT, AV NOIR | 28 600,00 |
| SL-43D17T | LED 43" FHD, 3HDMI, 1USB, VGA, PC INPUT, Cadre Ultra Brillaant | 45 700,00 |
| SL-43U17T2 | LED 43" Ultra Slim, TNT, 3HDMI, 1USB, 1PC VGA | 53 900,00 |
| SL-43U200S | LED 43" INCURVE FHD SMART ANDROID TNT 2HDMI | 52 300,00 |
| SL-43U300S | LED 43" INCURVE FHD SMART ANDROID TNT 2HDMI | 52 300,00 |
| SL-50D17T2S | LED 50" FHD Smart Android DVBT2, 3HDMI, 2USB, 1PC VGA, 1RJS | 61 100,00 |
| SL-55D17T2S | LED 55" FHD Smart Android DVBT2, 3HDMI, 2USB, 1 PC VGA | 71 000,00 |
| SL-55C17T2S | LED 55" Incurve Smart Android TV, Slim, FHD, TNT, 3HDMI | 76 900,00 |
| SL-55D10FBS | LED 55", UHD, SUPER SLIM, SMART ANDROID, 512M, 4GB, 3HDMI, 2USB | 75 900,00 |
| SL-55D18HGS | LED 55", FHD, SUP SLIM, SMART, ANDROID, DUAL CORE, 512M, 4GB ROM | 75 900,00 |
| SL-55D2200B | LED 55" FHD, 2HDMI, 2USB, PC VGA, AV, RF Noir | 70 400,00 |
| SL-65U18GBS | LED 65" ULTRA HD 4K 2HDMI PC INPUT ANDROID SMART GOLD BLAC | 136 400,00 |
| RÉCEPTEUR NUMÉRIQUE | | |
| SL-D3 | Récepteur Numérique | 5 400,00 |
| MACHINE À LAVER | | |
| SL-110PBG | M/L 11 Kg Twin Tub S, Auto Pompe Panel Noir Transp | 16 900,00 |
| SL-120PBG | M/L 12 Kg Twin Tub S, Auto Pompe Panel Noir Transp | 18 200,00 |
| SL-130PBG | M/L 13 Kg Twin Tub S, Auto Pompe Panel Noir Transp | 19 400,00 |
| SL-150PBG | M/L 15 Kg Twin Tub S, Auto Pompe Panel Noir Transp | 21 300,00 |
| XPB11500 | Machine à laver 11.5Kg TWIN-TUB Couvert en Verre | 16 500,00 |
| XPB11500P | Machine à laver 11.5Kg TWIN-TUB Couvert en Verre avec Pompe | 17 800,00 |
| XPB11500S | Machine à laver 11.5Kg TWIN-TUBE | 16 500,00 |

| | | |
|------------------------------------|--------------------------------------------------------------|------------|
| XPB11500SP | Machine à laver 11.5Kg TWIN-TUB Couvert en Verre avec Pompe | 17 800,00 |
| SL-MW4501R | Mini Washer 4,5 kg , Mono bac , Couvercle opaque Rose, lav | 5 000,00 |
| SL-MW4502R | Mini Washer 4,5 kg , Mono bac , Couv Transp Rose, lav | 5 000,00 |
| SL-WM4501B | Mini Washer 4,5 kg , Mono bac , Couvercle transparent Bleu, | 5 000,00 |
| SL-WM4502B | Mini Washer 4,5 kg , Mono bac , Couvercle opaque Bleu, lav | 5 000,00 |
| MICRO-ONDE | | |
| SL-70H20G-W | Four Micro-Onde 20L, 700W, chauffe, réchauffe et décon Blanc | 11 900,00 |
| SL-70H20P-G | Micro-Onde 20L, 700W, chauffe, réchauffe et décongèle - Vert | 11 300,00 |
| SL-70H20P-W | Micro-Onde 20L, 700W, chauffe, réchauffe et décongèle -Blanc | 10 600,00 |
| SL-70H20P-R | Micro-Onde 20L, 700W, chauffe, réchauffe et décongèle -Rouge | 11 300,00 |
| FOUR-ELECTRIQUE | | |
| M3200N | Four Electrique 32L ,Double Resist',2Plat',1 grille , | 7 300,00 |
| M3200W | Four Electrique 32L ,Double Resist',2Plat',1 grille , | 6 900,00 |
| M3200B | Four Electrique 32L ,Double Resist',2Plat',1 grille , Noir | 7 300,00 |
| M3200R | Four Electrique 32L ,Double Resist',2Plat',1 grille , Rouge | 7 300,00 |
| M3200X | Four Electrique 32L ,Double Resist',2Plat',1 grille ,Inox | 8 000,00 |
| ARMOIRE DE CLIMATISATION | | |
| SL-24HC | Armoire de Climatisation 24000 BTU | 98 800,00 |
| SL-36HC | Armoire de Climatisation 36000 BTU | 141 900,00 |
| SL-48HC | Armoire de Climatisation 48000 BTU | 187 600,00 |
| SL-60HC | Armoire de Climatisation 60000 BTU | 242 000,00 |
| CLIMATISEUR | | |
| SL-09HF1 | Climatiseur Spli System 9000 BTU | 33 000,00 |
| SL-12HF1 | Climatiseur Split System 12000 BTU | 39 600,00 |
| SL-18HF1 | Climatiseur Split System 18000 BTU | 58 900,00 |
| SL-24HF1 | Climatiseur Split System 24000 BTU | 72 600,00 |
| SL-24HM | Climatiseur Split System 24000 BTU | 72 600,00 |
| SL-12SPJ1 | Climatiseur Portable 12000 BTU | 38 500,00 |
| CONGELATEUR | | |
| SL-200DR | Congélateur Bahut 200 L Affich sur Poignée Haut Rouge | 26 000,00 |
| SL-200DW | Congélateur Bahut 200 L Affich sur Poignée Blanc | 25 500,00 |
| SL-200DX | Congélateur Bahut 200 L Affich sur Poignée Gris | 26 000,00 |
| SL-200G | Congélateur Bahut 200 L Green | 26 700,00 |
| SL-200R | Congélateur Bahut 200 L Rouge | 26 700,00 |
| SL-200W | Congélateur 200 L Bahut Blanc | 24 800,00 |
| SL-200X | Congélateur 200 L Bahut Gris | 26 000,00 |
| SL-250G | Congélateur Bahut 250 L Green | 30 100,00 |
| SL-250R | Congélateur Bahut 250 L Rouge | 30 100,00 |
| SL-250W | Congélateur 250 L Bahut Blanc | 27 800,00 |
| SL-250X | Congélateur 250 L Bahut Gris | 29 500,00 |
| SL-260DR | Congélateur Bahut 260 L Affich sur Poignée Rouge | 29 000,00 |
| SL-260DW | Congélateur Bahut 260 L Affich sur Poignée Blanc | 28 400,00 |
| SL-260DX | Congélateur Bahut 260 L Affich sur Poignée Gris | 29 000,00 |
| SL-300DR | Congélateur Bahut 300 L Affich sur Poignée Rouge | 33 000,00 |
| SL-300DW | Congélateur Bahut 300 L Affich sur Poignée Blanc | 32 400,00 |
| SL-300DX | Congélateur Bahut 300 L Affich sur Poignée Gris | 33 000,00 |
| SL-350G | Congélateur Bahut 350 L Green | 38 100,00 |
| SL-350R | Congélateur Bahut 350 L Rouge | 38 100,00 |
| SL-350W | Congélateur bahut 350 L Blanc | 33 600,00 |
| SL-350X | Congélateur bahut 350 L Gris | 37 700,00 |
| SL-360DR | Congélateur Bahut 360 L Affich sur Poignée Rouge | 37 700,00 |
| SL-360DW | CONGELATEUR BAHUT 360L , 2 Vitres coulissantes,1Porte, | 37 000,00 |
| SL-360DX | Congélateur Bahut 360 L Affich sur Poignée Gris | 37 700,00 |
| SL-460 | CONGELATEUR BAHUT 460L 2P,4 VITRE COULISSAN,CLEF,ROUES | 45 800,00 |
| SL-500W | Congélateur à Bahut 500 L/ 2 Portes,Double Vitres,Blanc | 51 200,00 |
| SL-500X | Congélateur à Bahut 500 L/ 2 Portes,Double Vitres,Gris | 51 300,00 |
| SL-P250 | Congélateur à Glace 250 L , 2 vitres | 39 900,00 |
| SL-P260 | Congélateur à Glaces vitré , 2 vitres coulis , Pan Lumineux | 48 600,00 |
| SL-P460 | Congélateur à Glaces vitré , 2 vitres coulis , Pan Lumineux | 61 900,00 |
| REFRIGERATEUR ET PRESENTOIR | | |
| SL-130P | Présentoir 130 L 2 Etagères | 27 800,00 |
| SL-360P | Présentoir Vertical ventilé 360 L,3Etag, Clé, habil Starligh | 42 300,00 |
| SL-420P | Présentoir Vertical ventilé 420 L,3Etag, Clé, habil Starligh | 46 800,00 |
| SL-530P | Présentoir Vertical ventilé 530 L,3Etag, Clé, habil Starligh | 49 500,00 |
| SL-80X | Réfrigérateur Mini bar 60 L/ 1 Porte, Silver | 13 600,00 |
| SL-90X | Réfrigérateur Mini bar 90 L/ 1 Porte, Silver | 16 800,00 |
| SL-130X | Réfrigérateur Mini-Bar 130L / 1P Gris Argent | 18 500,00 |
| SL-140X | Réfrigérateur 140 L/1 P Gris Argent | 22 400,00 |
| SL-240W | Congélateur Vertical 240L, 5 Tirroirs, 1P DeFrost Blanc | 33 000,00 |
| SL-240X | Congélateur Vertical 240L, 5 Tirroirs, 1P DeFrost Gris | 34 100,00 |



الملحق رقم (03): الإستبيان
الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي



- كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

- جامعة تبسة -

- تخصص إدارة الأعمال -

استمارة مذكرة ضمن نيل شهادة الماستر بعنوان:

"تأثير الإبداع والابتكار على جودة المنتجات في مؤسسة السلام الكترونيكس - تبسة"

إلى الإطارات العاملين بمنظمة السلام الكترونيكس: لكم اصدق التحية

في إطار إعداد الطالبين أطروحة لنيل متطلبات شهادة الماستر، يرجى من سيادتكم الموقرة التفضل بملء الاستمارة التالية، وتحييط الطالبين سيادتكم علما بان ماسيرد بهذه الاستمارة سرية ولا تستخدم إلا في أغراض علمية بحثية، والطالبين على يقين من عناية سيادتكم بالإجابة عن أسئلة الاستمارة .
المطلوب منكم قراءة كل عبارة جيدا ووضع علامة (X) أمام العبارة والاختيار الذي تضع ربانه يعبر عن رأيكم دون تردد. لاتترك أي عبارة دون إجابة عليها من فضلك.

ولكم جزيل الشكر والتقدير

إعداد الطالبتان:

مشري مروة

رمضاني أحلام

إشراف الدكتورة:

وداد بن قيراط

السنة الجامعية: 2018/2017

البيانات الشخصية:

يرجى وضع العلامة (X) في الخانة المناسبة :

1-الجنس :

أنثى

ذكر

2- العمر:

من 30 إلى أقل من 40 سنة

أقل من 30 سنة

من 50 سنة فأكثر

من 40 إلى أقل من 50 سنة

3- المؤهل العلمي:

دراسات عليا

جامعي

4- سنوات الخبرة المهنية:

من 5 إلى أقل من 7 سنوات

أقل من 5 سنوات

من 10 فما فوق

من 7 إلى أقل من 10 سنوات

5- الوظيفة الحالية:

إطار سامي

إطار

المحور الأول: الإبداع والابتكار

| موافق بشدة | موافق | محايد | غير موافق | غير موافق بشدة | الرقم | الفقرات الخاصة بأنواع الابتكار بمنظمتكم |
|------------|-------|-------|-----------|----------------|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | | | | 01 | تقوم المنظمة باستحداث تغيرات في هيكلها التنظيمي يساعد على الابتكار |
| | | | | | 02 | تساعد المنظمة العاملين على فهم آليات عمل الإدارة بوضع برامج كفوءة |
| | | | | | 03 | تتخذ المنظمة إجراءات تساعد على تفعيل الاتصال المتبادل بين العاملين |
| | | | | | 04 | أدخلت المنظمة أساليب وطرق جديدة في عملياتها الإنتاجية تساعد على الابتكار |
| | | | | | 05 | أجرت المنظمة تغيرات في تصميم منتجاتها تماشياً مع نوعية التقنيات الحديثة |
| | | | | | 06 | حصلت المنظمة على براءات اختراع تزيد من ابتكارها الإنتاجية |
| | | | | | 07 | أدخلت المنظمة تقنيات جديدة في منتجاتها |
| | | | | | 08 | تحدث المنظمة تعديلات على طريقة تقديم منتجاتها بناءً على المعرفة المكتسبة من الحاجات الغير مشبعة للزبائن |
| | | | | | 09 | تخصص المنظمة برامج لتحسين وتطوير منتجاتها لزيادة ولاء زبائنها |
| | | | | | 10 | تسعى المنظمة إلى تقديم عروض مجانية بغية زيادة عدد المشترين لمنتجاتها |
| | | | | | 11 | تقوم المنظمة بمتابعة الشكاوى المعبرة عن عدم كفاءة التي تطرح من طرف زبائنها |

| موافق بشدة | موافق | محايد | غير موافق | غير موافق بشدة | الفقرات الخاصة بأنواع الإبداع بمنظمتكم | الرقم | |
|------------|-------|-------|-----------|----------------|------------------------------------------------------------------------|-------|-------------------------|
| | | | | | الإبداع هو الذي يساعد المنظمة إلى تصنيع منتجاتها بطرق جديدة | 12 | الإبداع التكنولوجي |
| | | | | | المنظمة تهتم بتصميم عمليات إنتاج جديدة | 13 | |
| | | | | | تسعى المنظمة على تشجيع عمليات إبداع إنتاج جديدة | 14 | |
| | | | | | تستخدم المنظمة أساليب تفكير متنوعة لحل المشكلات المتواجدة داخل المنظمة | 15 | الإبداع التنظيمي |
| | | | | | هناك قواعد عمل واضحة ومبدعة ومحددة داخل المنظمة | 16 | |
| | | | | | تمتلك المنظمة القدرة على اكتشاف المبدعين | 17 | |
| | | | | | تقدم المنظمة المنتجات لزيائنها بطريقة سهلة وراقية | 18 | الإبداع في الخدمة |
| | | | | | تحسن المنظمة خدمات ما بعد البيع بشكل مستمر | 19 | |
| | | | | | تبدع المنظمة في خلق منافذ توزيع لمنتجاتها | 20 | الإبداع في مجال التسويق |
| | | | | | تستعمل المنظمة أساليب لفهم حاجات زيائنها الحالية والمستقبلية | 21 | |

المحور الثاني: أبعاد الجودة

| موافق بشدة | موافق | محايد | غير موافق | غير موافق بشدة | الفقرات التي تتعلق بأبعاد الجودة | الرقم | |
|------------|-------|-------|-----------|----------------|-----------------------------------------------------------------------------|-------|-----------------|
| | | | | | جميع الخصائص الأساسية متوفرة في المنتج الذي يتم اقتنائه من قبل الزبائن | 22 | الأداء |
| | | | | | تمتلك المنظمة مهندسين أكفاء يقومون بتصميم المنتجات التي يقدمونها للزبائن | 23 | |
| | | | | | يتم تصميم المنتج بألوان فعالة تثير رغبات الزبائن | 24 | المظهر |
| | | | | | تضيف المنظمة جوانب إضافية للمنتج لإثارة رغبة الزبائن | 25 | |
| | | | | | تقوم المنظمة بتصميم منتجاتها وفقا للمعايير محددة مسبقا من قبل ادارة المنظمة | 26 | المطابقة |
| | | | | | تستعمل المنظمة أساليب إحصائية تزيد من جودة منتجاتها | 27 | |
| | | | | | تحدد المنظمة العمر التشغيلي للمنتج بطريقة مسبقة يزيد من صلاحيته | 28 | الصلاحية |
| | | | | | تقوم ادارة المنظمة بالتركيز في نشاطها على زبائنها لأنهم محور اهتمامهم | 29 | الخدمات المقدمة |
| | | | | | تتم المنظمة بالنظر إلى الجودة في منتجاتها | 30 | |
| | | | | | تتم المنظمة بطريقة التعامل مع زبائنها | 31 | الاستجابة |
| | | | | | تستخدم المنظمة أساليب راقية في معاملتها مع زبائنها من اجل بيع منتجاتها | 32 | |
| | | | | | تغير المنظمة هيكله منتجاتها بين فترة وأخرى لتحسين جمالية المنتج | 33 | الجمالية |
| | | | | | تركز المنظمة على الشكل الخارجي للمنتجات بما يوافق رغبات الزبائن | 34 | |
| | | | | | الزبون يحمل فكرة على المنتج الذي يقتنيه وهو متأكد بأنه يشبع رغباته | 35 | السمعة |
| | | | | | تعرف المنظمة بمنتجاتها عن طريق إجراء دوريات وملتقيات | 36 | |

الملحق رقم (04): نتائج spss نحو الإبداع والابتكار، ومحور أبعاد الجودة

المتوسطات والانحرافات المعيارية للعبارات

المحور الاول الابداع والابتكار

1- النتائج المتعلقة بالابتكار

| Statistiques descriptives | | | | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|---------|------------|----|
| | N | Moyenne | Ecart type | |
| في تغييرات باستحداث المنظمة تقوم الابتكار على يساعد التنظيمي هيكلها | 50 | 4.20 | 0.881 | 3 |
| آليات فهم على العاملين المنظمة تساعد كفاءة برامج بوضع الإدارة عمل | 50 | 4.02 | 0.742 | 9 |
| على تساعد إجراءات المنظمة تتخذ العاملين بين المتبادل الاتصال تفعيل | 50 | 4.02 | 0.622 | 8 |
| جديدة وطرق أساليب المنظمة أدخلت على تساعد الإنتاجية عملياتها في الابتكار | 50 | 4.30 | 0.814 | 2 |
| تصميم في تغييرات المنظمة أجرت التقنيات نوعية مع تماشياً منتجاتها الحديثة | 50 | 4.42 | 0.835 | 1 |
| اختراع براءات على المنظمة حصول الإنتاجية ابتكاراتها من تزيد | 50 | 4.08 | 0.695 | 6 |
| في جديدة تقنيات المنظمة أدخلت منتجاتها | 50 | 4.18 | 0.691 | 4 |
| طريقة على تعديلات المنظمة تحدث المعرفة على بناء منتجاتها تقديم مشبعة الغير الحاجات من المكتسبة للزبائن | 50 | 4.06 | 0.586 | 7 |
| وتطور لتحسين برامج المنظمة تخصص زبائننا ولاء لزيادة منتجاتها | 50 | 4.18 | 0.962 | 5 |
| مجانية عروض تقديم إلى المنظمة تسعى لمنتجاتها المشترين عدد زيادة بغية | 50 | 4.00 | 0.857 | 10 |
| المعبرة الشكاوى بمتابعة المنظمة تقوم طرف من تطرح التي كفاءة عدم عن زبائننا | 50 | 3.84 | 0.738 | 11 |
| N valide (listwise) | 50 | | | |

المتوسطات والانحرافات المعيارية للعبارات

2- النتائج المتعلقة بالابداع

| Statistiques descriptives | | | | |
|---------------------------------------------------------------------------|----|---------|------------|----|
| | N | Moyenne | Ecart type | |
| إلى المنظمة يساعد الذي هو الإبداع جديدة بطرق منتجاتها تصنيع | 50 | 4.04 | 0.493 | 5 |
| إنتاج عمليات بتصميم تهتم المنظمة جديدة | 50 | 4.26 | 0.443 | 2 |
| عمليات تشجيع على المنظمة تسعى جديدة إنتاج إبداع | 50 | 4.24 | 0.517 | 3 |
| متنوعة تفكير أساليب المنظمة تستخدم المنظمة داخل المتواجدة المشكلات لحل | 50 | 4.34 | 0.626 | 1 |
| ومبدعة واضحة عمل قواعد هناك المنظمة داخل ومحددة | 50 | 3.82 | 0.873 | 10 |
| اكتشاف على القدرة المنظمة تمتلك المبدعين | 50 | 3.88 | 0.718 | 9 |
| بطريقة لزيائنها المنتجات المنظمة تقدم وراقية سهلة | 50 | 4.04 | 0.605 | 6 |
| بشكل البيع مابعد خدمات المنظمة تحسن مستمر | 50 | 4.16 | 0.792 | 4 |
| توزيع منافذ خلق في المنظمة تبدع لمنتجاتها | 50 | 4.00 | 0.904 | 8 |
| حاجات لفهم أساليب المنظمة تستعمل والمستقبلية الحالية زيائنها | 50 | 4.02 | 0.622 | 7 |
| N valide (listwise) | 50 | | | |

المتوسطات والانحرافات المعيارية لعبارات المحور الثاني ابعاد الجودة

| Statistiques descriptives | | | | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|---------|------------|----|
| | N | Moyenne | Ecart type | |
| في متوفرة الأساسية الخصائص جميع الزبائن قبل من اقتنائه يتم الذي المنتج | 50 | 3.94 | 0.818 | 11 |
| يقومون أكفاء مهندسين المنظمة تمتلك للزبائن يقدمونها التي المنتجات بتصميم | 50 | 4.12 | 0.773 | 7 |
| تثير فعالة بألوان المنتج تصميم يتم الزبائن رغبات | 50 | 3.50 | 1.344 | 13 |
| للمنتج إضافية جوانب المنظمة تضيف للزبائن رغبة لإثارة | 50 | 4.04 | 1.261 | 10 |
| وفقا منتجاتها بتصميم المنظمة تقوم ادارة قبل من مسبقا محددة للمعايير المنظمة | 50 | 3.44 | 1.181 | 14 |
| تزيد إحصائية أساليب المنظمة تستعمل منتجاتها جودة من | 50 | 3.72 | 0.882 | 12 |
| للمنتج التشغيلي العمر المنظمة تحدد صلاحيته من يزيد مسبقا بطريقة | 49 | 3.39 | 1.057 | 15 |
| نشاطها في بالتركيز المنظمة ادارة تقوم اهتمامهم محور لأنهم زبائنهم على | 50 | 4.42 | 0.883 | 1 |
| في الجودة إلى بالنظر المنظمة تهتم منتجاتها | 50 | 4.04 | 0.669 | 9 |
| زبائنهم مع التعامل بطريقة المنظمة تهتم في راقية أساليب المنظمة تستخدم بيع أجل من زبائنهم مع معاملتها منتجاتها | 50 | 4.34 | 0.823 | 3 |
| فترة بين منتجاتها هيكله المنظمة تغير المنتج جمالية لتحسين وأخرى | 50 | 4.26 | 0.853 | 4 |
| الخارجي الشكل على المنظمة تركز الزبائن رغبات يوافق بما للمنتجات | 50 | 4.20 | 0.670 | 5 |
| الذي المنتج على فكرة يحمل الزبون رغباته يشبع بأنه متأكد وهو يقتنيه | 50 | 4.18 | 0.748 | 6 |
| طريق عن بمنتجاتها المنظمة تعرف وملتقيات دوريات إجراء | 50 | 4.36 | 0.749 | 2 |
| N valide (listwise) | 49 | | | |

إجمالي المتوسطات والانحرافات المعيارية للعبارات الاسبين

Statistiques descriptives

| | N | Moyenne | Ecart type |
|---------------------|----|---------|------------|
| إجمالي | 50 | 4,0602 | ,45923 |
| N valide (listwise) | 50 | | |

إجمالي المتوسطات والانحرافات المعيارية للمحاور

Statistiques descriptives

| | N | Moyenne | Ecart type |
|-------------------------|----|---------|------------|
| الابتكار_محور | 50 | 4,1182 | ,44810 |
| الإداري_الابتكار | 50 | 4,0800 | ,52838 |
| التقني_الابتكار | 50 | 4,2450 | ,56354 |
| الإضافي_الابتكار | 50 | 4,0200 | ,58867 |
| الإبداع_محور | 50 | 4,0800 | ,38966 |
| التكنولوجي_الإبداع | 50 | 4,1800 | ,39389 |
| التنظيمي_الإبداع | 50 | 4,0133 | ,54694 |
| الخدمة_في_الإبداع | 50 | 4,1000 | ,56243 |
| التسويق_مجال_في_الإبداع | 50 | 4,0100 | ,65846 |
| المنتجات_جودة | 50 | 4,0045 | ,62208 |
| N valide (listwise) | 50 | | |

الملحق رقم 05: الأساتذة المحكمين للاستبيان

| رتبتهم العلمية | أسماء ولقب الأساتذة |
|--------------------|---------------------|
| أستاذ محاضر - أ- | يحيى دريس |
| أستاذة محاضرة - أ- | مديحة بخوش |
| أستاذ محاضر - ب- | عثمان عثمانية |
| أستاذ محاضر - ب- | عيسى بنشوري |

الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى البحث عن العلاقة بين الابتكار وجودة، والعلاقة بين الإبداع وجودة، الابتكار، من خلال دراسة عينة من الإطارات العاملين في منظمة السلام إلكترونيكس بولاية تبسة التي تنشط في مجال الأجهزة الكهرومترية والالكترونية باعتبار أن الإبداع والابتكار لديهم علاقة تأثير وتأثر على جودة المنتجات، كما أنهما أصبحان ضروريان في أية منظمة تريد البقاء والاستمرار. كما هدفت الدراسة إلى التعرف على واقع الإبداع والابتكار، جودة المنتجات في المنظمة محل الدراسة.

وتوصلت الدراسة إلى انه يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية مرتفعة بين الابتكار وجودة المنتجات في منظمة السلام إلكترونيكس تبسة، بالإضافة إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإبداع وجودة المنتجات تفوق المتوسط.

الكلمات المفتاحية: الإبداع، الابتكار، جودة المنتجات، منظمة السلام إلكترونيكس - تبسة، الابتكار الإداري، الابتكار التقني، الابتكار الإضافي، الإبداع في مجال الخدمة، الإبداع في مجال التسويق، الإبداع التنظيمي.

Summary:

The aim of this study is to investigate the relationship between innovation and quality, and the relationship between creativity and quality, innovation, by studying a sample of the frames working in the organization El Salam Electronics in the state of Tebesa, which is active in the field of electronic and electrical appliances, as creativity and innovation have an impact relationship on the quality of products, They are also essential in any organization that wants to survive and continue. The study aimed to identify the reality of creativity and innovation, the quality of products in the organization in question.

The study found that there is a significant statistical relationship between the innovation and quality of products in the organization of peace electronic tebesa, in addition to the existence of a relationship of statistical significance between creativity and product quality above average.

Keywords: Creativity, Innovation, Product Quality, E-Commerce, Administrative Innovation, Technical Innovation, Additional Innovation, Innovation in Service, Innovation in Marketing, Organizational Creativity