



**Tikrit Journal of Administrative
and Economics Sciences**
مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية

ISSN: 1813-1719 (Print)



**The Role of Technological Creativity in the Development of Iraqi
Companies: Applied Research in (Al-Narjis General Contracting
Company in Basra as a Model)**

Arafat Nasir Jasim al Yousuf *

College of Administration and Economics, University of Basrah

Keywords:

Creativity, technology, process development,
product development, process improvement,
product improvement, business development.

ARTICLE INFO

Article history:

Received 08 Apr. 2023
Accepted 02 May. 2023
Available online 30 Jun. 2023

©2023 College of Administration and Economy, Tikrit
University. THIS IS AN OPEN ACCESS ARTICLE
UNDER THE CC BY LICENSE

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



***Corresponding author:**

Arafat Nasir Jasim al Yousuf

College of Administration and Economics,
University of Basrah



Abstract: Technological innovation is one of the driving and basic tools for companies' growth strategies, and the main objective of this study is to clarify and understand the method of technological innovation that affects the growth and development of companies and increase their efficiency and potential, and many studies have been presented in this field to clarify the meaning of technological innovation in the field of product and process development As well as its improvement in a way that contributes to the improvement and development of the company. Al-Narjis Company was the focus of our study due to its importance in the level of business and its creativity in Basra Governorate, and a random sample consisting of (57) technicians was taken and tested with the SPSS.24 program, and results were reached that technological innovation is an important feature of the company and its development and it has a major role in its continuity. Then, a set of recommendations were made necessary for the company to continue with scientific research towards the development of operations and the product and its improvement in a way that enables the company to keep pace with developments in its field and the need to allocate sufficient money for that in a way that achieves quick and amazing results.

دور الابداع التكنولوجي في تطوير الشركات العراقية بحث تطبيقي في (شركة النرجس للمقاولات العامة في البصرة انموذجا)

عرفات ناصر جاسم اليوسف
كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة البصرة

المستخلص

يعد الابداع التكنولوجي هو أحد الأدوات الدافعة والأساسية لاستراتيجيات النمو للشركات، ويعد الهدف الأساسي لهذا البحث هو توضيح وفهم طريقة الابداع التكنولوجي التي تؤثر على نمو وتطور الشركات وزيادة كفاءتها وامكاناتها، وتم تقديم الكثير من الدراسات في هذا المجال، لتوضح معنى الابداع التكنولوجي في مجال تطوير المنتج والعملية وكذلك تحسينها بشكل يساهم بتحسين وتطوير الشركة. وكانت شركة النرجس هي محور دراستنا لأهميتها بمستوى الأعمال وابداعها في محافظة البصرة. وتم أخذ عينة عشوائية مكونة من (57) فردا من الفنيين وتم اختبارها ببرنامج SPSS.24، وتم الوصول إلى نتائج أن الابداع التكنولوجي سمة مهمة للشركة وتطويرها ولهو دور كبير في استمرارها، ومن ثم تم تقديم مجموعة توصيات ضرورة لاستمرار الشركة بالأبحاث العلمية نحو التطوير للعمليات والمنتج وتحسنه بشكل يمكن الشركة من مواكبة التطورات في مجالها وضرورة تخصيص المال الكافي لذلك بشكل يحقق نتائج سريعة ومذهلة.

الكلمات المفتاحية: الابداع، التكنولوجي، تطوير العمليات، تطوير المنتج، تحسين المنتج، تطوير الاعمال.

المقدمة

في عالم اليوم، تتطور التكنولوجيا بسرعة، وتصبح المنافسة عالمية، واحتياجات المستهلك أكثر صعوبة والتوقعات تزداد وتتغير باستمرار، وقصر بدورة حياة المنتج (جميلة وعبد القادر، 2012: 50)، لذلك يجب أن تتكيف الشركات مع ديناميكية هيكل السوق والاستجابة للمخرجات المبتكرة من أجل البقاء، والحفاظ على حصتها في السوق وزيادتها. وفي ظل هذه الظروف، يعد الابداع التكنولوجي أمراً حيوياً للشركات (Ince et al., 2016: 765)، وتتزايد معه الاهتمام في جميع أنحاء العالم بتعزيز نشاط الابداع التكنولوجي للمؤسسات بشكل خاص، إذ يهدف إلى الحفاظ على أو تعزيز القدرة التنافسية للاقتصاديات الوطنية، وبالتالي يزيد الوعي للأثار المترتبة على استهلاك الموارد والأثر البيئي للنشاط الاقتصادي (Diaconu, 2011: 128)، الذي يتطلب تصميم أنماط جديدة للإنتاج والاستهلاك أو تحسينها بشكل يجعلها مقبولة من قبل الزبون. ويشهد العالم تغيرات وتطورات كبيرة ومستمرة، مما أثر بشكل كبير على أداء المؤسسات وعلى هذا الأساس نشأت المنافسة الشديدة بين المؤسسات وانبثقت منها الابداع التكنولوجي للعمليات النابع من اتجاهات التكنولوجيا التي تأتي وتذهب مع انتظام مخيف (حماد، 2022: 34)، وبعضها له تأثير دائم على الأعمال، وبهذه تتغير الطريقة التي تعمل بها الشركات وتوفر تحسناً كبيراً لأولئك الذين يتبنونها، وتساعد هذه التقنيات المؤسسات على أن تصبح هزيلة من الناحية التشغيلية ورشيقة وسريعة الاستجابة (العامري، 2005: 147)، وتزيد من الفعالية وتحسين النتائج، ويعمل الابداع التكنولوجي على تمكين المديرين التنفيذيين والقوى العاملة من تشغيل ملفات الأعمال التجارية بشكل أكثر فعالية، ومواجهة الاستثمارات الكبرى به (عبد الغني، 2018: 8). ومن اكبر العقبات التي تواجه الشركات هي قيود

رأس المال، تخضع مشاريع الابداع التكنولوجي لقيود رأس المال، وفي النهاية يتم وضعها على الرف، إذ لم تتمكن الشركات بسهولة من جمع الأموال من سوق رأس المال، ومع ذلك، غالباً ما تكون هناك قيود تمويلية في سوق رأس المال الفعلي بسبب عدم تناسق المعلومات (Li et al., 2021: 6)، ومع تقدم التكنولوجيا والتوسع من حجم الإنتاج، سيكون هناك تحسين مستمر بعمليات الإنتاج ومواصفات المنتج أو تطوير منتجات جديدة (موسى، 2016). ولابد من الاستفادة من المراكز البحثية العلمية بمجال الابداع التكنولوجي أو ربما نقل فكرة من بيانات أخرى إلى بيتنا، ومن القضايا الحاسمة للتصنيع والحكومات في كل مكان الحاجة إلى تشجيع الابداع والتغيير بين أعضاء الصناعة من أجل زيادة الإنتاجية وتعزيزها للوضع التنافسي لها (حماد وآخرون، 2022). ومن أجل تحقيق هذا الهدف، من المهم المشاركة في اتخاذ القرارات التي تؤثر على تحسين الإنتاجية وتطوير الصناعة، وفهم العمليات الديناميكيات المعقدة التي تعمل داخل وبين المنظمات والأفراد الذين يشاركون أيضاً في سياق نظام الابداع (Azubuike, 2013)، من هنا نلاحظ حاجة المؤسسات لتكون قوية ومواجهة الاخطار، والتحرك السريع للبيئة من خلال الوعي بحاجة العملاء ومنهم سلع وخدمات ذات جودة عالية تلبي طلباتهم، وتنمية قدراتهم وكفاتهم نحو خدمة العملاء وبقاؤهم معها دوماً ويتم ذلك من خلال الابداع التكنولوجي الذي يسهم في منح المؤسسة القدرات التنافسية والتميز عن غيرها من المؤسسات الأخرى وإنتاج القيمة المضافة وتحقيق الربحية وهذا ما سوف نبحث به من خلال دراستنا الحالية وإعطاء مفاهيم واضحة للإبداع التكنولوجي وتأثيرها على الشركة وتطورها وتميزها عن المنافسين. تضمن البحث أربعة مباحث الأول منهجية الدراسة والمبحث الثاني الجانب النظري والمبحث الثالث الجانب التطبيقي والرابع الاستنتاجات والمقترحات.

المبحث الأول: منهجية البحث

1. مشكلة البحث: إن زيادة التعقيدات وندرة الموارد وتوقعات العملاء المتزايدة، لا تترك خياراً سوى تطوير قدرات الابداع التكنولوجي. الذي يعد عنصراً هاماً في المنافسة الحادة بين المنظمات العالمية بالأخص في مجال الصناعات والملكية الفكرية (العامري، 2005: 138)، واكتساب معرفة جديدة في عملية منهجية للبحث من أجل تطوير الإنتاج والعملية وتحسينها، في الواقع، يعد الابداع التكنولوجي مهم جداً في تحسين الوضع الاقتصادي للشركات ومكانتها السوقية (Pellissier, 2008: 67)، وهذا ما تطمح إليه شركة النرجس للمقاولات العامة في محافظة البصرة، إذ هي إحدى كبرى شركات المقاولات وهي تبحث دوماً على أن تكون متميزة عن غيرها. وهذا ما سوف يكون عبر استخدام الابداع التكنولوجي والمنافسة الشديدة، بتقليل الكلف والسرعة في التسليم، وإنتاج منتجات جديد وتحسين الحالي منها، مما يحقق لها دور كبير في رفع مستوى المؤسسة وزيادة الاستثمار (موسى، 2016: 3) ومجموعات جديدة من عوامل الإنتاج وتنظيم الأعمال، وإدخال عمليات جديدة للإنتاج والتسويق، كما ينظر إلى الابداع على أنه نتيجة لعملية تبدأ مع نشأة الفكرة والاستمرار في تجسيدها (عبد الغني، 2013: 7)، وطموح شركة النرجس أن تأخذ الابداع التكنولوجي محمل الجد كونها افتتحت معمل إنتاجي مكمل لمجموعة شركاتها ومساندة لبعضها البعض الآخر وهذا ما نلمحه في عملها. وشمل الابداع لمنتجات تكنولوجية جديدة أو تحسينات للعمليات بشكل كبير، إذ تظهر التكنولوجيا الجديدة، على عكس التحسينات، من خصائص أدائها (Diaconu, 2011: 129)، ويؤثر على الابداع أسلوب القيادة واستراتيجية المنظمة وفرق العمل وثقافة الشركة، كما يجب أن يكونوا في تواصل مع بيئتهم (الطيب، 2010: 60)، وبالتالي يمكن لشركة النرجس اكتساب المعرفة

واغتنام الفرصة (Ince et al., 2016: 765)، وتكمن غي القدرة الاستيعابية للمعلومات وإمكانية التعرف على القيمة لها وتطبيقها لأغراض تجارية، ونلاحظ أن زيادة التعقيدات، ندرة الموارد وتوقعات العملاء المتزايدة لا تترك خياراً سوى تطوير قدرات الابداع التكنولوجي (Pellissier, 2008: 68)، وتعد أحد أسباب البحث عن الابداع التكنولوجي هو المنافسة الحادة في الأسواق، الاستجابة لرغبات العميل ومواكبة التقدم التكنولوجي ومن هنا تبرز السؤال الرئيس للدراسة هي "مدى تأثير الابداع التكنولوجي في تحسين وتطوير أداء الشركة شركة النرجس للمقاولات نموذجاً؟))

الأسئلة الآتية:

أ. هل الأفراد العاملين والقيادة بشركة النرجس للمقاولات العامة يؤمنون بالإبداع التكنولوجي ودوره المفيد بتطوير العمل واغتنام الفرص السوقية للشركة؟

ب. ما حجم التقدم بالإبداع التكنولوجي في شركة النرجس للمقاولات العامة؟

ج. هل يمتلك الأفراد العاملين ابداع تكنولوجي ساهم في رفع مؤسسة؟

د. ماهي الأسس المعتمدة من قبل شركة النرجس لتطوير أو تحسين مواصفات المنتج أو العملية؟

2. أهمية البحث: تشمل الأهمية مقدار نطاق العلاقة بين الابداع التكنولوجي للشركة، وتحسين أداء وتطور المنتج الجديد وتأثيرها الكبير على أداء الشركة. لمناقشة جوانب الابداع التكنولوجي للشركة التي قد تؤثر على تطوير المنتج الجديد، تكمن الأهمية العلمية والتطبيقية للبحث في شركة النرجس للمقاولات وإلى مناقشة جوانب متعددة ومتنوعة تتمثل بالآتي:

أ. مدى التوعية بأهمية موضوع الابداع التكنولوجي في تطوير المنتج والعملية لشركة النرجس للمقاولات العامة في البصرة.

ب. معرفة مدى تبني شركة النرجس للمقاولات العامة في البصرة للإبداع التكنولوجي بمجال تحسين العملية ومواصفات المنتج.

ج. مدى الاهتمام بالبحث والتطوير في التحسن والتطوير للعملية والمنتج في شركة النرجس للمقاولات العامة في البصرة.

3. أهداف البحث:

أ. لفهم متطلبات الابداع التكنولوجي الناجح.

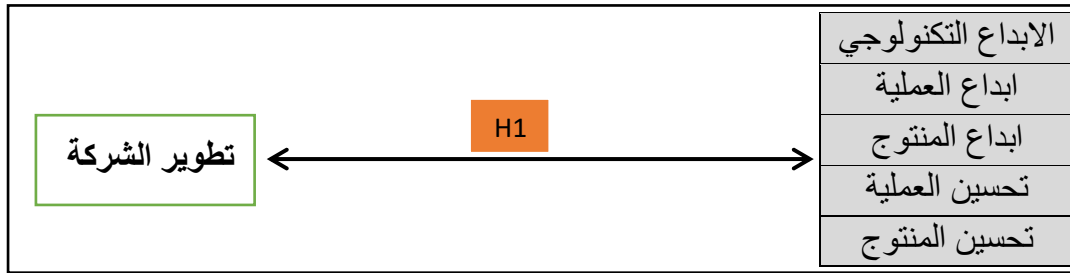
ب. نهدف إلى استكشاف الابداع التكنولوجي وتأثيراته على أداء الشركة وتطوير المنتج من خلال فحص المنتج والعملية والتسويق، والتطبيق على نطاق واسع أصبحت التكنولوجيا عاملاً مهماً في هيكلة الصناعة الذي يوفر ميزة تنافسية للشركة.

ج. التعرف على مدى اهتمام شركة النرجس للمقاولات العامة في البصرة بالإبداع التكنولوجي.

د. التعرف على دور الابداع التكنولوجي في تحسين وتطوير أداء شركة النرجس للمقاولات العامة في البصرة.

هـ. تقديم بعض المقترحات لشركة النرجس للمقاولات العامة في البصرة.

4. مخطط وفرضية البحث:



المصدر: من اعداد الباحثة

من أجل مناقشة العلاقة بين الابداع التكنولوجي على أداء الشركة وتطورها، نقترح الفرضيات الآتية للتحقق منها:

H1: هناك علاقة تأثير وارتباط إيجابية ذات دلالة إحصائية ومعنوية بين الابداع التكنولوجي والتطوير اعمال الشركة ومنها تنفرع الفرضيات الآتية:

H1a: هناك علاقة تأثير وارتباط إيجابية ذات دلالة معنوية بين ابداع العملية وتطوير الشركة.

H1b: هناك علاقة تأثير وارتباط إيجابية ذات دلالة معنوية بين تطوير العملية وتطوير الشركة.

H1c: هناك علاقة تأثير وارتباط إيجابية ذات دلالة إحصائية بين تحسين المنتج وتطوير الشركة.

H1d: هناك علاقة ارتباط إيجابية ذات دلالة إحصائية بين تحسين العملية وتطوير الشركة.

5. منهجية البحث العلمي: استندت البحث الحالي لعملية جمع المعلومات من مصادر مختلفة أساسية وثانوية، إذ جمع من المقالات البحثية والدراسات لإغناء الجانب النظري من كتب ومجالات ودورية الكترونية معتمدة ومواقع الانترنت المعتمدة رسمياً. أما الجانب العملي، فكان عبر جمع البيانات من أفراد العينة في شركة النرجس للمقاولات العامة في محافظة البصرة عبر استبانة معلومات، ومقابلات شخصية للتعرف على أسباب المشكلة، وتحليل إحصائي لإجابات أفراد العينة على تساؤلات الاستبانة. وقد تم استخدام مقياس ليكرت الخماسي (1) موافق بشدة، (2) موافق، (3) محايد، (4) غير موافق، (5) غير موافق بشدة، وتم استخدام برنامج SPSS.24. وتم اعتماد العينة العشوائية

1. الإطار الزمني: أجريت البحث الميدانية من تاريخ 2022/11/1 ولغاية 2023/1/1.

2. الإطار المكاني: تم اختيار شركة النرجس في العراق – فرع البصرة.

3. منهج الدراسة: تم اختيار المتغيرات هي الابداع التكنولوجي، وتطور الشركة.

المبحث الثاني: الجانب النظري

أولاً. مفهوم الابداع التكنولوجي: تعد منظمات اليوم الأكثر حاجة إلى الابداع وأهميته كبيرة بالنسبة لها نتيجة الاضطراب البني والتغير المستمر (حماد وآخرون، 2002: 60) انه يمثل قدرة الشركة على توليد الأفكار الجيدة وإيجاد طرق جديدة ومميزة لحل المشكلات، ينعكس الاقتصاد القائم على التكنولوجيا في عمليات التحول التكنولوجية إلى أشكال جديدة من خلق المعرفة التي يهيمن عليها بدرجة أقل عن طريق الابداع التكنولوجي (Hamsa, 2014: 52)، وان التقدم التكنولوجي ووقعه المتسارع والمستمر يدفع المنشآت على اختلاف أنواعها سواء كانت ذات انتاج سلمي أو خدمي إلى تطوير طرائق العمل وتركيب تجهيزات جديدة وتبني تكنولوجيا أكثر تقدماً (العامري، 2005: 147)، وإن الابداع التكنولوجي هو قضية رئيسية للتنمية الاقتصادية لا يوجد تطوير عالي الجودة ممكن

بدون الدور الداعم المهم للتكنولوجيا (Li et al., 2021: 2)، ولكي تصبح قوة دافعة للتنمية عالية الجودة في اقتصاد عالمي ومعقد وديناميكي للغاية، يجب على الشركات أن تولي اهتماماً أكبر لعدد متزايد من مصادر المعلومات لتكون مستعدة لتغيير الظروف في الأسواق (سليمان واحمد، 2021: 16)، وأن إطلاق منتجات جديدة بتقنيات وكفاءة متزايدة في جميع أنحاء العالم، ستشجع الإمكانات المبتكرة لأصحاب المشاريع لتبنيها ويعرف الابداع التكنولوجي "على أنه نتيجة من نتائج الاختراع للمنتجات الجديدة وأساليب فنية جديدة ويكتمل عند إدخاله الى السوق (الطيب، 2010: 73). ويعرفه (الموسوي، 2009: 61) وهو الابداع المتعلق بتكنولوجيا الانتاج والإنتاجية أي إن كل ابداع لا يؤدي الى تحسين عملية الإنتاج او استخدام عناصر الإنتاج، كي يوفر منتجات جديدة او تحسين الحالية ". ولكن الابداع هو يُفهم على أنه نتيجة تفاعل ديناميكي تراكمي وعمليات التعلم التي يشارك فيها العديد من أصحاب المصلحة. هنا يُنظر إليه على أنه تعلم اجتماعي متضمن مكانياً وتفاعلياً، العملية التي لا يمكن فهمها بشكل مستقل عن السياق المؤسسي والثقافة (Pellissier, 2008: 69)، ويمثل الابداع التكنولوجي مجموعة النشاطات المعدة لتحويل منتج من حالة إلى أخرى أكثر قبولاً عبر ادخال تحسينات بعمليات الإنتاج أو صفات المنتج نفسه أما القدرة على الابداع فإنها تعني وجود الإمكانات التي تسبب إيجاد شيء سواء كان عملاً فنياً أو منتجاً سلعياً جديداً، يقدم للجمهور لأول مرة، وله استعمالات تصب في خدمة الزبون وتحقق أرباح للمؤسسة (جميلة وعبد القادر، 2012: 52). ويمكن ان يكون عبر الافراد او المجموعات لتحسين الإجراءات الداخلية للعمل لتكون مجسدة بشكل أمثل، ان مفهوم ابداع الذي يعتمد في المقام الأول على التكنولوجيا المعرفة التي تؤدي بدورها إلى البحث الموجه نحو الهدف ويتكون من الأبعاد الآتية:

1. **الابداع التكنولوجي على مستوى تطور الإنتاج:** يعد الابداع التكنولوجي مهم بشكل كبير وله دور في التنافس على مستوى البلدان الاقتصادية، رغم القيود المالية التي تعد مؤثر مباشر عليه، جعل الأمر مهم لدراسة الابداع التكنولوجي بمجال تطوير المنتجات (العامي، 2005: 147). وتتم عملية الابداع التكنولوجي بتطوير المنتج عبر تطبيق معارف جديدة ناتجة من البحث والتطوير لتكن ملموسة (Hamsa, 2014: 52)، كما يقول رائد الإدارة "بيتر داركر" ((ان الابداع يعمل على انشاء مستقبل مغاير أو مختلف)) ويكون ذلك بتقديم هذه المنتجات الجديدة لأول مرة للسوق (جميلة وعبد القادر، 2012: 53). تساهم بزيادة الطاقة الإنتاجية لمقابلة الطلب، كما تقلل من الكلف او تزيد منها حسب المميزات المضافة للمنتج، مما يساهم بزيادة المبيعات وحدة المنافسة (الموسوي، 2009: 61)، كما تعد التكنولوجيا عامل مهم في نجاح الابداع ولا بد للشركات والمؤسسات من الاعتماد على نفسها في تطوير التكنولوجيا وتبنيها وعدم الاعتماد على التكنولوجيا الجاهزة والتطبيقات الجاهزة، كما يعد الابداع مصدر لنمو الإنتاجية من خلال الإضافات للأفكار الإبداعية (الموسوي، 2009: 63)، إن ابداعات المنتجات الجديدة، هي طرق إنتاج جديدة، واستغلال أسواق جديدة، وطرق جديدة لتقديمها المنتجات في السوق والطرق الجديدة لتنظيم الأعمال بدوره، معنى، ابداع التكنولوجي للمنتج هو نتيجة إنتاج وتسويق سلع جديدة (منتجات أو خدمات) أو مع تحسينها خصائص الأداء (Kandiri, 2014: 15). أو الابداعي الكلي للمنتج أي يمكن تقديم منتج جديد لم يسبق تواجده أو خدمة حديثة ومتطورة أو جزء من المنتج أو الخدمة مثل خفض كلف الإنتاج، وتحسين الأداء، وإيجاد أسواق جديدة ومتطورة، تنمية مهارات وخبرات، أو إن المنتج او الخدمة الجديدة تضيف قيمة تميزها عن باقي المنافسين (سليمان واحمد، 2021: 7). بعبارة أخرى

فإن ابداع المنتج هو تغيير في الخصائص المادية لمنتجات بحيث نحصل على منتجات جديدة أو أداء المنتجات (الموجودة حالياً) (سليمان واحمد، 2021: 17). مما تقدم نستخلص ان الابداع التكنولوجي هو عملية تحسين صفات المنتج لتكون الصفات ذات معايير وجودة أكبر من ذي قبل ويمكن يتميز عن غيره من منافسين ويكون أكثر قبولاً في الأسواق من ناحية البيع وبسعر ملائم يحقق أرباح للمنظمة ومن جهة أخرى يسهم في البقاء والاستمرار.

2. **الابداع التكنولوجي على مستوى تطوير العملية:** إن الابداع التكنولوجي على أساس تطوير العملية يتميز بأنه " سلسلة الأفكار المتميزة والجديدة التي تؤدي إلى انتاج فكري فريد وغير مسبوق والذي يغير الإجراءات المتبعة في حل المشكلات اليومية لتكون مميز (حماد وآخرون، 2022: 60)، والفكرة المركزية وراء هذا النهج هي أن محددات لا يمكن العثور على التغيير التكنولوجي في الشركات الفردية أو في المؤسسات البحثية (موسى، 2016: 19)، ويتمثل في استخدام الآلات ومعدات متطورة وغير مسبقة لإنتاج المنتج بشكل يجعله قليل الكلف من جهة وقليل العوادم من جهة أخرى مما يساهم في رفع كفاءته في الأداء وزيادة فاعليته العملية بالنسبة للزبون المستخدم، ولهذا دور كبير في تحسين الطاقة الإنتاجية، وقد يكون في البداية يلاقي قلة الطلبة كونه يحتاج وقت للقبول بالأسواق بالسعر الجديد المفروض على سعر الآلات والمعدات المتطورة. ويمكن أن يكون ذلك عبر هيكل مجتمعي واسع حيث يتم دمج الشركات المتطورة مع أخرى لكسب طرق الإنتاج ولديها سمعة بهذا المجال، على نطاق واسع /ويمثل عنصر مهم وأساسي للقدرة التنافسية، ويتمثل في تغير الهياكل التنظيمية والعمليات الإنتاجية للمنتجات والخدمات داخل الشركة (داود والحافظ، 2022: 77). وإن الابداع التكنولوجي على أساس تطوير العملية، هو أحد الأدوات الأساسية لاستراتيجيات النمو لدخول أسواق جديدة، لزيادة الحصة السوقية الحالية ومنح الشركة ميزة تنافسية (Azubuike, 2013: 45)، ويجب أن تحتوي جميع ابداعات على درجة حداثة معينة، سواء كانت تكنولوجية (منتج أو عملية) أو غير تقنية (تسويق وتنظيمي) ادخال تغييرات على العمليات الحالية بشكل جذري أو جزئي بحيث تكون أكثر تنوعاً وغنى بالاستخدام، ويعد الابداع التكنولوجي للسلع والمنتجات يعني تحديث للمنتج الحالي. (سليمان واحمد، 2021: 17)، وتبني تكنولوجيا حديثة يتم دمجها في انتاج السلع او الخدمات الإبداع التكنولوجي وفق وجهة النظر هذه هو الأصالة لتطوير أو تحسين لمنتج موجود أو إطلاق منتج جديد للسوق وتجدر الإشارة إلى أنه تحديد نوع الإبداع بفكرة أو ممارسة أو منتج مادي مع اشتراط أن تكون جديدة (العامري، 2005: 148)، وتوضح لنا أن عملية تطوير العمليات الداخلية سوف يساهم في انجاز الاعمال بالسرعة والدقة والكفاءة العالية هذا يحقق الرضا للزبائن وقبولهم المنتجات والخدمات لتميزها عن غيره من منافسين من نفس العمل وفي بيئة عمل موحدة.

3. **الابداع التكنولوجي في سبيل تحسين العملية:** وإن تحسين العملية يعرف بأنه تطوير عمليات جديدة في إنتاج المنتجات أو تحسين العمليات الحالية. وتحسين مستوى الأفراد بسماع لهم بطرح أفكارهم لحل مشكلة ما أو زيادة الإنتاجية أو تطوير المؤسسة (غفال وآخرون، 2017: 310)، وذلك من خلال اختيار أفراد ذو مميزات وصفات تساعد على أن يكونوا مبدعين، أو على مستوى المجموعات متمثلة بالأقسام التشغيلية بأداء العمل والعمل بروح الفريق والتعاون بينهم (Wang et al, 2022: 1). وابداع العملية يعني على مستوى المنظمة، أي إنه مخرجات الناتجة عما يحدث في الخطة الاستراتيجية والبناء التنظيمي والثقافة التنظيمية (موسى، 2016: 12). كما يتيح النجاح على مستوى السوق وتحقيق المزايا التنافسية، وأهم خصائصه هو تطبيق معارف جديدة معترف بها في السوق،

أن يكون مرتبط بالإننتاج والإنتاجية وتحسنه بشكل يحقق ميزة تنافسية للشركة في الأسواق (جميلة وعبد القادر، 2012: 53). ومن أهم دوافعه المنافسة الحادة والاكتشافات العلمية زيادة الإنتاج مع خفض الكلف والهدف منه هو زيارة الأرباح خفض الكلف، الحفاظ على الموارد، تحقيق أهداف الشركة من ناحية البقاء والاستمرار.

4. **الابداع التكنولوجي في مجال تحسين مواصفات المنتج:** إن المنافسة في العالم اليوم لا تقوم على الأسس التقليدية وإنما لابد من توفر مواصفات في المنتج الذي تنتجه (Wang et al, 2022: 3). وعلى هذا الأساس يجب على إدارة المنظمة أن توفر المناخ الملائم لنجاح مشاريع الإبداع التكنولوجي في مجال توفير مواصفات ومزايا على المنتج الحالي. وهذه ليست مهمة سهلة لأن نجاح الإبداع التكنولوجي تتداخل فيه عوامل كثيرة منها ما يتعلق بالمنظمة وثقافتها ومنها ما يكون ذاتيًا شخصيًا بالأفراد العاملين في المنظمة على اختلاف مستوياتهم الإدارية والفنية (غفال وآخرون، 2017: 306)، وهذا يقودنا إلى ضرورة تحديد المعايير المعتمدة في قياس مدى النجاح أو مدى الإخفاق في مواصفات المنتج، إذ يختلف هذا الأمر من صناعة إلى أخرى، وكذلك يختلف باختلاف درجة تعقد المشروع الإبداعي وضخامة رأس المال المستثمر فيه (Kandiri., 2014: 80) البحث والتطوير أكثر ملائمة هنا، إذ لابد للمنظمة أن تعتمد بشكل كبير على قسم البحث والتطوير أو مراكز أخرى محلية أو عالمية تعمل على بحوث تطوير مواصفات منتج المنظمة (Diaconu, 2011: 131)، الإبداع في مجال تحسين مواصفات المنتج أن نضيف بعض الصفات المميزة التي تجعل المنتج أكثر جاذبية من السابق، ويكون أكثر جودة بتوفير معايير مميزة تجعله مرغوب للزبون (Wang et al, 2022: 1). ويمكن أن تكون عملية الترويج للمنتج على الصفات التي تحسنت للمنتج أنه معروف سابقًا للزبون لكن بحاجة الزبون من معرفة فصناعة تحسين المنتج الحالي للشركة أمر ضروري (Kandiri, 2014: 14) وأكثر تأثيرًا هو لابد للشركة من أن توفر نفقات البحث والتطوير وموظفي البحث والتطوير (Shasha, 2021: 2). زيادة البحث والتطوير والاستثمار به وإلا لا تستطيع أن تقدم شيء جديد بالمواصفات ولو بشكل تدريجي خلال عمر المنتج (Shasha, 2021: 2). كما يجب أن نذكر الزبائن بهذه المواصفات بشكل مستمر عبر الترويج التذكيري. وأن تعمل المنظمات بشكل كبير في تطور الإبداع بالمواصفات من خلال البحث والتطوير والاستثمار به والاشادة بالكفاءة والتطوير للمهارات الفنية وكثيرا ما تتوفر أقسام متخصصة بها (الطيب، 2010: 57).

ثانياً. تطور الشركة: تعتمد الكثير من الشركات بتطوير أدائها عبر الاهتمام بتطوير كفاءة وفاعلية موظفيها في كافة المستويات منها التشارك في المعلومات والحلول المعرفية من خلال النشر عبر المواقع الالكترونية لشركة وتنمين الإنجازات بأسمائهم، ومن ثم حرية التفكير وطرح الأفكار والمفاهيم العلمية عبر مجموعات الكترونية لكل صنف أو قسم وظيفي لتزيد من منح المبدع التفكير الإيجابي والتفاؤل واغتنام الفرص المتوفرة (الطيب، 2010: 59)، كما على قادة الشركة استيعاب إمكانية التعرف على قيمة المعلومات الجديدة وتطبيقها لأغراض تجارية (Ince et al., 2016: 766)، بالتالي، فإن القدرة الاستيعابية هي قدرة تنظيمية ويسهل تطويرها. نظرًا لأنها تمثل قدرة ديناميكية تخلق موارد ثابتة جديدة من خلال البحث والاكتساب، بتحويلها واستغلالها للمعرفة الخارجية بالموارد الداخلية والعمل كإطار عمل للابتكار وتتأثر أيضًا بالمعرفة السابقة ذات الصلة والقدرات الاستيعابية للموظف مع تطويرها للحصول على ميزة تنافسية، هو مهم لزيادة المعرفة. بهذه الطريقة، ستكون هذه المعرفة فعالة في الاعتراف بقيمة الجديد المعرفة لاحقًا (حماد، 2022: 38). ويكون التطوير

لأداء الشركة عبر القدرة على اكتساب المعرفة الخارجية واستيعابها، واستغلالها، وتحسين الكفاءات الحالية وابتكار أشياء جديدة باستخدام المعرفة المحولة (عبد الغني، 2013: 8)، أو عبر الابداع التكنولوجي بإدخال منتجات أو خدمات متطورة، إن الابداع جزء من ثقافة الشركة وتحديد المصطلح على أنه الانفتاح على التغيير. في المنظور الكلي، أي قدرته على إنشاء نقلة نوعية في هيكل السوق في الصناعة"، وفي المنظور الجزئي، يمكن أن يُنظر إليه على أنه "قدرة ابتكار جديد على التأثير على موارد التسويق الحالية للشركة، والتكنولوجية الموارد أو المهارات أو المعرفة أو القدرات الإستراتيجية، وكلما استوعبتها أصبحت أكثر ابداعا (غفال وآخرون، 2013: 310)، فإن الشركات المتقدمة تمتلك قدرات إبداعية تكنولوجية تميزها عن غيرها من الشركات العاملة في نفس قطاع السوق أمام منافسيه (Ince et al., 2016: 769)، مضاف إلى ابداع الإداري المبني على أساس العلاقات الجديدة التي تفتح آفاق التعاون وسياسات وتنظيمات وطرق وأساليب جديدة تساهم في تطوير الأداء والتي تتوجه الى تطوير السلع والخدمات، اما ما يطلق عليه بأبداع التقني هو تحسين في المنتجات او العملية الإنتاجية وتحتاج هذه إلى مهارات عالية والا تفشل في الابداع (عبد الغني، 2013: 7). أو الابداع الإضافي ونقصد به تقديم تحسينات إضافية على المنتج لتلبية حاجات السوق ونعتمد هنا على قدرات المنظم في مجال البحث والتطوير وتقديم شيء يرغب به الزبون حتى يكون راضيا ومتفاعلا مع المنظمة (سليمان واحمد، 2021: 7)، زيادة الحصة السوقية وزيادة الانفاق والاستثمار في مجال البحث والتطوير. تعرف التنافسية على أنها القدرة على الصمود أمام المنافس بهدف تحقيق الأرباح، وتعرف بأنها مقدرة المنظمة على أداء أعمالها بشكل يصعب تقليده وتحقيق ميزة تنافسية وخلق القيمة في أعمالها بشكل متميز (سليمان واحمد، 2021: 10)، هناك نوعين من الابداعات المبرمجة لكي تتم هذه الابداعات على المنظمة ان تخطط وتبرمج وتقدم التخصيص المالي وتحديد الابداع يكون خارجيا أو داخليا وهل إن المنظمة على تواصل مع مراكز الابداع والبحث والتطوير الخاص أو في الجامعات من أجل احداث تغييرات متتالية، وغير المبرمجة تكون عفوية وتلقائية وغير مخطط لها، وذلك جراء المبادرات التي تأتي من الأفراد أثناء الراحة أو خارج النشاطات ولكنها تعتمد على إمكانات المؤسسة (غفال وآخرون، 2013: 311). ابداعات دفاعية تكون من أجل مواجهة تحديات المنافسة وتقلبات المحيط الخارجي والتكيف معها والاستفادة منها لصالح المنظمة، والابداع الهجومي هو الذي تقوم به المنظمة بشكل استباقي كي تكون متميزة والأولى في مجال اعمالها وتستحوذ على السوق ويتطلب منها يقظة تكنولوجية عالية ويحتاج تطوير الشركات إلى أدوات ووسائل خاصة تحيط به، أو بصور جدا مقبولة، وكذلك يرتبط الإنتاج الفعال به، بشروط وجود اجواء معينة تختلف من منظمة إلى آخر ومن بلد إلى آخر، مضاف إلى توفر صفة السلامة في استخدام المنتج أو الخدمة بعد تطويره من قبل الزبائن ولا تعرضهم الى الاخطار، التنافسية وهي القدرة التي تمتلكها المنظمة بوقت معين لمقاومة منافسيها، وأخرى أنها قدرة المنظمة على انتاج السلع والخدمات بشكل مميز وكلف أقل وسعر أعلى ومميزة عن منافسيها وترجع إلى الحكم الصادر ونظرة الزبون لها، وتفرد السلعة أو الخدمة بمجموعة من الصفات تميزه عن غيره، تنتج من امتلاك المنظمة لمجموعة من الموارد وتوظيفها لذلك (غفال وآخرون، 2017: 315). ويمكن الاعتماد على رأي العملاء حول عملية تطوير المنتج أو تحسين العمليات عبر أخذ رأيهم حول ما يرغبون به من مواصفات للمنتج. وبالتالي يساهم في زيادة المبيعات، نوع آخر من التطوير يكون عبر عملية التواصل المستمرة في تلبية حاجة العملاء وما هي رغباتهم (حماد، 2022: 30)، عقد

ندوات ومؤتمرات تعرف بالشركة وأعمالها مع السماح للموظفين بتقديم أفكارهم الجديدة وتكريمهم على ما قدموا من أعمال. مع إقامة شراكات مع شركات عالمية متطورة ومتقدمة في أعمالها المشابه لأعمال شركتنا مع متابعة كل التطورات بمجال الأعمال التي نقوم بها (داود والحافظ، 2022: 76)، والاهتمام بنفسية الموظف وتهيئة أجواء صحية للعمل من بيئة عمل ملائمة وجيدة.

المبحث الثالث: الجانب العملي

تعد شركة النرجس للمقاولات العامة العراقية، إحدى أفضل الشركات العاملة في محافظة البصرة إذ تأسست سنة 2005 وكانت أول أعمالها في مجال مشاريع البنى التحتية داخل المحافظة ومن ثم توسعت ودخلت بمجال المدن السكنية إذا بنت مدينة النرجس السكنية الاستثمارية داخل قضاء شط العرب مضاف إلى 6 مدن أخرى أكملت البعض والأخر قيد العمل حالياً، وأنشأت معامل لصناعة الانابيب ومد الغاز عبر الانابيب في داخل المدن السكنية وحاليا لديها بعض الفرص الاستثمارية بمجال بناء المدن السياحية داخل المحافظة، ووفرت الشركة فرص عمل لمئات الشباب البصري من عمال ومهندسين واداريين (ذكور واثاث). تم اختيار عينة البحث من ذوي الشهادة من مهندسين ومبرمجين يعملون بمجال التقنيات لتلائم مع مفهوم البحث.

1. عينة البحث:

الجدول (1): عينة البحث

عدد افراد العينة	عدد الاستبانات الموزعة	عدد الاستبانات المرجعة	عدد الاستبانات الصالحة
60	60	59	57

المصدر: اعداد الباحثة.

2. الإحصاء الوصفي استخراج الوسط الحسابي والانحراف المعياري والاهمية النسبية:

الجدول (2): يمثل استخراج الوسط الحسابي والانحراف المعياري والاهمية النسبية

ت	الأسئلة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية
الابداع التكنولوجي				
ابداع المنتج				
1	تسعى الشركة الى تقديم منتجات جديدة لم يسبق انتاجها	1.90	0.78	0.63
2	تتعاون الشركة مع خبراء خارجيين لتقديم منتجات جديدة	1.80	0.71	0.60
3	تعمل الشركة على تحسين المنتجات الحالية وزيادة أدائها	1.04	0.74	0.34
4	تهتم الشركة بالبحث والتطوير لغرض تطوير منتجاتها	0.95	0.76	0.31
5	تعمل الشركة على تطوير منتجاتها اعتمادا على دراسات وحاجات الزبون	0.98	0.83	0.32
ابداع العملية				
6	تعمل الشركة على تصميم عملية إنتاجية جديدة من خلال ادخال طرائق انتاج جديدة	1.01	0.60	0.33
7	يساهم استخدام الاجهزة المتطورة في السرعة والدقة والسرعة في العمل.	1.10	0.78	0.36
8	تمتلك الشركة القدرة اللازمة على تطوير معدات الإنتاج	0.79	0.72	0.26

ت	الأسئلة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية
9	تقوم الشركة بتصميم عمليات انتاج جديدة لغرض انتاج منتجات جديدة	1.04	0.70	0.34
10	تسعى الشركة لتحسين العمليات الإنتاجية بالاعتماد على الخبرات المتاحة في المنظمة	0.72	0.80	0.24
تحسين المنتج				
11	تسعى الشركة لتحسين العمليات الإنتاجية القائمة من خلال التغييرات المهمة في عملية الإنتاج الحالية	1.06	0.22	0.35
12	تضاهي منتجاتنا المنتجات التي تقدمها أفضل المنظمات العالمية	0.29	0.62	0.09
13	تستجيب الشركة لمقترحات مختلف الجهات في تطوير منتجاتها	0.83	0.57	0.27
14	تحضع جميع عمليات الشركة الانتاجية الى التحسين المستمر	0.75	0.76	0.25
15	تطور الشركة منتجاتها اعتمادا على ما تملكه من خبرات داخلية	1.01	0.72	0.33
تحسين العملية				
16	تحرص الشركة على زيادة عدد الفنين في مجال البحث والتطوير للعملية الإنتاجية	0.95	0.64	0.31
17	توفر الشركة تخصصات متعددة وهذا يتضح في الاعمال الإبداعية للشركة	0.85	0.84	0.28
18	تعمل الشركة بابحاث التطوير وبمخصصات مالية عالية	1.12	0.82	0.37
19	تستخدم الشركة في جل اعمالها أجهزة الحاسوب والبرامجيات لتطويرها بشكل كبير ومستمر للاعمال	1.09	0.82	0.36
20	هناك جهود كبيرة لتبادل المعلومات مع جهات ذات صلة باعمال الشركة ساهمت بشكل كبير في تطويرها	1.18	0.89	0.39
تطوير اعمال الشركة				
21	تهتم الشركة بتنويع خبرات الافراد العاملين لديها من خلال تعزيز مهاراتهم الحالية	1.02	0.77	0.34
22	تعزيز الوعي لدى الشركة بأهمية تطوير المنتجات لتكون بموقف تنافسي قوي	0.70	0.59	0.23
23	تشجع الشركة الموظفين على تقديم الجودة الشاملة	1.00	0.75	0.33
24	تسعى شركتنا الى خدمة المجتمع من خلال ما تقدمه من منتجات متطورة	0.79	0.60	0.26
25	تهتم الشركة بقضايا المجتمع وتعمل على حلها من خلال منتجاتها واعمالها المتطورة	0.99	0.75	0.33
26	أدخلت الشركة عمليات جديدة بعملها خلال الخمس سنوات السابقة	1.05	0.79	0.35

ت	الأسئلة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية
27	وطورت الشركة منتجاتها وهناك تغير كبير في المنتجات والعمليات عما سبق	0.90	0.68	0.30
28	توجد خطط ممنهجة للشركة لتطوير منتجاتها خلال الفترات القادمة	1.55	0.75	0.51
29	تعمل الشركة على تشجيع الابداع التكنولوجي من خلال تحفيز العاملين المبدعين بمنحهم مكافأة مالية وترقية	1.03	0.78	0.34
30	يتعاون العاملون مع الإدارة العليا في رسم مخطط للابداع التكنولوجي المستقبلي للشركة كونهم جزء مهم منها ونجاحها يعود عليهم بالخير	0.78	0.59	0.26

المصدر اعداد الباحثة بالاعتماد على استمارة الاستبيان.

بناء على ما جاء بالجدول أعلاه، إذ يوضح به الإحصاء الوصفي الذي يهدف إلى وصف مجموعة من البيانات وتصنيفها وتلخيصها وعرضها بصورة واضحة بشكل بيانات مجدولة ورسم بياني، الغرض منها إعطاء وصف كمي للأرقام بشكل يعطي معنى، منها المتوسط الحسابي والانحراف المعياري الذي يمثل مقدار التشتت عن المركزية والأهمية النسبية وأخيراً يحددنا نوع العلاقة بين متغيرات البحث

ومن خلال ما توصل إليه من أرقام نلاحظ أن المتغير المستقل (الابداع التكنولوجي) للبعد الأول (إبداع المنتج)، قد سجل متوسط حسابي مقداره (0.90-1.90)، وللانحراف المعياري بمقدار قيم (0.83-0.71)، وأخيراً الأهمية النسبية شكلت قيم ما بين (0.63-0.31)، إذ نلاحظ أن الأفراد العاملين بالشركة يجدون أنها تهتم بشكل كبير جداً بمجال تقديم منتجات جديدة ليس لها مثل في داخل البيئة المحيطة أو الشركات المنافسة لتكون متميزة عن غيرها. وليس اعتماداً على البحث والتطوير بل كان المعتمد الأساسي هو الخبراء الخارجيين، وتغذية الشركة من التجارب العالمية المتطورة، تركيزاً منها على السرعة وتري أن مراكز البحوث تأخذ وقت أطول من المعتاد ولا يناسبها هذا الأمر.

أما البعد الثاني (إبداع العملية) فنجد أن أفراد العينة سجلوا من خلال اجابتهم هذه النسبة للمتوسط الحسابي ما بين (1.10-0.75)، وسجلت للانحراف المعياري ما بين (0.80-0.60)، وأخيراً الأهمية النسبية كانت ما بين (0.36-0.24). ونلاحظ أن الشركة تعمل الشركة على تصميم عملية إنتاجية جديدة من خلال ادخال طرائق انتاج جديدة، وأدنى حالة سجلت لإدخال طرق متطورة للشركة ونوع هذا إلى البعد الأول الذي بين أن أعلى توجه للشركة سجل من خلال استيراد المنتج الجديد وليس صنعه للسرعة، وقلة البحث والتطوير، ويعود لتفكير الشركة باختصار الصنع نحو اكتساب المنتج المتطور واستخدامه عبر الابداع العملياتي المنقول أو المقلد مع تطويره داخل الشركة من خلال الأفراد العاملين.

أما البعد الثالث الذي تمثل بـ (تحسين العملية) فسجل المتوسط الحسابي (1.18-0.85)، أما الانحراف المعياري فسجل نسبة ما بين (0.89-0.64)، أما الأهمية النسبية (0.39-0.28). فكانت أعلى تسجيل للشركة يكون باتجاه الجهود الكبيرة لتبادل المعلومات مع جهات ذات صلة بأعمال الشركة ساهمت بشكل كبير في تطويرها، بمجال عملياتها اليومية وبالأخص الإنتاجية، لذلك لازالت

تسعة الشركة وبشكل دؤوب نحو الحصول عن موظفين يمتلكون مهارات كبيرة بمجال الأمور الفنية ف سجلت هذه النقطة أدنى مستوى لها.

والبعد الرابع لمتغير الأول فقد سجل (تحسين المنتج)، فقد سجلت العينة نسبة للمتوسط الحسابي بلغت ما بين (0.29-1.06)، بينما سجلت الانحراف المعياري نسبة (0.72-0.22)، والأهمية النسبية كانت ما بين (0.09-0.35)، ونلاحظ هنا أن أفراد العينة كانوا يميلون نحو أن الشركة تعمل جاهدة من خلال تحسين عملية صنع المنتج و اظهاره بشكل افضل من منافسيها ويكون بشكل مبدع ومقبول للزبائن والأقل ما تم تسجيله هو أن يكون المنتج الحالي يفوق المواصفات على مستوى العالم، لذلك نحن نرى لابد للشركة من زيادة الاهتمام بنوع العملية ومواصفات المنتج ليكن الأفضل دوما من خلال ما يمتلكه من مؤهلات تجعله الأكثر فائدة بالاستخدام ولأطول فترة ممكنة.

وأخيرا المتغير التابع (تطوير الشركة) فقد سجلت الوسط الحسابي ما مقداره (1.55-0.77)، بينما سجل الانحراف المعياري ما مقداره (0.59-0.79)، وأخيرا سجلت الأهمية النسبية (-0.32-0.51). وأكثر ما مالت إليه العينة هو توجد خطط ممنهجة للشركة لتطوير اعمالها الإنتاجية خلال الفترات القادمة، وحاجة الشركة لزيادة الوعي بأهمية عملية تطوير الأعمال بشكل مستمر وذلك لمقابلة المنافسة للشركات التي تعمل بنفس المجال.

1. اثبات فرضيات البحث:

❖ قيم الارتباط بين متغيرات البحث.

❖ تحليل التأثير لمتغيرات البحث باستخدام طريقة الانحدار الخطي البسيط.

تعد طريقة الانحدار المتعدد احدى الطرق الإحصائية التي يتم استخدامها لتحديد مقدار العلاقة والأثر، بين متغيرات البحث المستقل والآخر المعتمد أو التابع، كذلك اختيار معنوية كل متغير مستقل بعلاقة خطية كما مبين في الجدول أدناه.

الجدول (3): يمثل اثبات الفرضية عبر اختبار الارتباط ومستوى المعنوية واختبار T

اختبار t	المعنوية sig	معامل الارتباط r	معامل R2	F	Df	العلاقة بين المتغيرات		
11.735	.000	.252	20.035	1.040	56	← تطوير اعمال الشركة		الابداع التكنولوجي
	.545	.082	3.088		5			ابداع المنتج
	.058	.437	166.2		280			ابداع العملية
3.603	.001	.326	169.33		285			تحسين العملية
	.013	.555	189.36		341			تحسين المنتج
	.000	.437	170.44		3333			

المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.24.

من خلال الجدول رقم (3) نلاحظ أن المتضمن اختبار العلاقات بين متغيرات البحث واثبات الفرضية، إذ نلاحظ أن قيمة (F) بلغت (1.040) وهي قيمة مقبولة ودليل على قبول الفرضية والعلاقة بين متغيري البحث، وأبعادها، فإنها كانت إيجابية. وسجل معامل (R2) مقدار (20.03) للمتغير المستقل ومقدار (170.4) للمتغير التابع وهذا دليل واضح بأن الارتباط كبير بينهما، لأنه يتوضح من خلال معامل الارتباط r الذي سجل نسبة (0.555) وهي مقبولة ودليل علاقة الطردية بين المتغير التابع والمستقل وسجل مستوى المعنوية قيم مقبولة فهي أكبر من (0.01) وأقل من (0.05) ونلاحظ

ذلك من خلال قيم sig المسجلة في الجدول وأخيرا اختبار (t) سجل للمتغير المستقل (11.735)، وللمتغير التابع (3.603).

المبحث الرابع: الاستنتاجات والمقترحات

أولاً. الاستنتاجات:

1. توصل البحث إلى أن شركة النرجس للمقاولات العامة تهتم بمجال الابداع التكنولوجي من خلال ما تقدمه من خدمات أعمال البناء والاعمار ومصانعها الإنتاجية في محافظة البصرة.
2. إن الابداع التكنولوجي ساعد شركة النرجس بالنمو والبقاء في ظل بيئة تنافسية كبيرة في محافظة البصرة واستطاعت من خلاله أن تبقى وتستمر من سنة 2005 إلى 2022 موعد تقديم البحث الحالية.
3. يتحقق الابداع التكنولوجي من خلال تطوير منتجات الشركة التي افتتحت عدد من المعامل التي تصنع المواد الأولية التي تحتاجها الشركة للقيام بأعمالها في البنى التحتية للشركة داخل المحافظة.
4. لاحظنا من خلال افتتاح الشركة لعدد من المعامل الصناعية أنها تطور عملياتها الداخلية من خلال المكنائ المستوردة الحديثة التي تتميز بالجودة والمواصفات الادائية العالية.
5. ونجد أن الشركة أكملت مجهوداتها في مجال الخطط الاستراتيجية بتحسين منتوجاتها الحالية عبر انتاجها وفق مواصفات عالية واستخدام مكائن متقدمة ومتطورة خالية من العيوب أو أدنى مستوى من العيوب وتقدم فائدة للمشاريع القائمة حالياً، مضاف إلى نيل استحسان الزبائن من حكومات محلية ومواطنين عاديين استفادوا من منتجات الشركة.
6. إن ما تقوم به الشركة من عملية تحسين عملياتها واستخدامها افراد ذو كفاءة عالية من ناحية الشهادة وكذلك الخبرة والمعرفة العملية ساهم في رفع شأن العمليات اليومية وتسهيل إجراءات العمل اليومي، وساعد ذلك في تقليل حدة المنافسة مع اقرانها في المحافظة، ومن جهة أخرى جعلها بالمقدمة من ناحية اكتساب المشاريع بدون توقف.
7. إنها عملية تطوير ذوو خطط استراتيجية مستمرة منذ التأسيس لحد الآن، وهذا يدل على الرؤية المنطقية للعمل والمنافسة والتميز والبقاء والاستمرار في أعمالها.
8. إنها تواكب وتتابع التطورات العالمية بمجال أعمالها، ولا تتوقف عن اكتساب الخبرات الأحدث والأسرع، وتحاول الحصول عليها عبر علاقاتها الدولية مع الشركات العالمية.
9. لازالت الشركة مقلّة باعتمادها على مراكز البحث والتطوير المحلية وقلة بتخصيص المالي بمجال العمل بهذه المراكز البحثية، ويعود ذلك لرؤية الشركة أنها تتأخر بمجال الإنتاجية، ولا وقت لها لذلك في ظل أعمالها المتسارعة.
10. تعد الشركة من خلال اعمالها بالإبداع التكنولوجي والتطويرات المستمرة نجاحها الكبير بمجال امتصاص الطاقات الشبابية وذوي الخبرات بكافة المجالات ومن كلا الجنسين والشهادات المتعددة.

ثانياً. المقترحات:

1. نوصي الشركة بضرورة الاهتمام بمجال البحث والتطوير، وإنه بحاجة إلى وقت زمني طويل حتى تظهر النتائج في المجال البحثي والميداني.
2. ضروري على الشركة تبيان أعمالها في مجال تطوير الأفكار في العمليات اليومية والإجراءات، مضاف إلى استثمار الأفكار للشباب والخبراء من داخل المحافظة واستغلالها بشكل أفضل في خدمة الشركة، وأعمالها وتقليل نسبة البطالة.

3. أن تستمر الشركة بمجال التوسع وفتح أكبر نسبة من المعامل التي تساهم في عملية التشغيل من جهة، ومن زيادة الأفكار الإبداعية للشباب من جهة أخرى.
4. نوصي الشركة بأن تعتمد على الخطط الاستراتيجية طويلة الأجل من خلال محاكاة خبرتها مع الجامعات القريبة على التخصص الذي تعمل به وزيادة التركيز على قدرتها على التجديد في مجال منتجاتها.
5. على الشركة إقامة مؤتمرات وندوات مشتركة مع مؤسسات مجتمعية، لما له من دور كبير في توضيح توجهات الشركة بمجال تحسين الإنتاج والعمليات بشكل عملي بمشاركة المجتمع.
6. على الشركة أن تسعى في تفسير أسباب اهتمامها بمجال تطوير وتحسين العمليات في معاملها، ولما له من تأثير كبير في مجال خدمة المجتمع وتساهم بشكل كبير في مجال قبولها مجتمعياً من قبل المواطن العادي متلقي الخدمة منها، مضاف إلى ذلك الزبون الحكومي الذي يعطيها المشاريع.
7. على الشركة أن توضح نقاط تميزها عن غيرها من الشركات العاملة في البصرة، بمجال الأعمال والبناء والتطوير، وتحديد أسباب التي دفعته لاستخدام الابداع التكنولوجي في اعمالها.
8. لاحظنا ان الشركة لم تقدم شيء مختلف للمنافسة عالمياً، لذلك ندعو الشركة أن تبدع بمجالها بشكل يجعلها ليس فقط على مستوى العراق، البصرة بل على مستوى العراق واسم وعلامة تجارية مميزة.
9. نوجه الشركة بان التطوير مستمر يعني عمليات مستمرة بمجال الابداع العملياتي والانتاجي، الإفصاح او المشاركة بأفكارها مع المؤسسات التعليمية، ليكون هذا جهد واضح من الشركة لإمكانية اجراء البحوث العلمية على جهودها وابرازها بشكل إيجابي.
10. اخيراً نوجه الشركة ونوصيها بضرورة العمل من أجل الابتكار والابداع، وجعله هدف سامي وواضح أمام منافسيها وجمهورها المعتمد عليها بشكل يوضح توجهاتها بشكل شفافية عن نوعية عمليات التطوير، والتحسين المعتمدة بمجال الأعمال والتميز والبروز في عالم الأعمال.

المصادر

اولاً. المصادر العربية

1. الطيب، افنان، (2010)، دور الابداع التكنولوجي في تأهيل تنافسية الدول دراسة حالة –الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في إدارة الاعمال مقدمة الى مجلس كلية العلوم الاقتصادية –جامعة أبو بكر بلقايد-تلمسان –الجزائر.
2. العامري، صالح مهدي محسن، (2005)، العوامل التكنولوجية والتنظيمية المؤثرة في الإبداع التكنولوجي: دراسة ميدانية على عينة من الشركات الصناعية الأردنية، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية –المجلد 21 العدد (2)، ص-181-137.
3. الموسوي، بتول عطية خلف، (2009)، تأثير الابداع التكنولوجي في تطوير منتجات الشركة دراسة حالة في الشركة العامة للصناعات الكهربائية، المجلة الإدارية لجامعة بغداد، العدد (78)، ص-53-83.
4. جميلة، الجوزي وعبد القادر، لحسين، (2012)، واقع البنى التحتية للمؤسسة للنهوض بالابداع التكنولوجي في الوطن العربي (حالة الجزائر)، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد (4)، ص-80-49.
5. حماد، احمد جدعان، (2022)، دور التشارك المعرفي في الحد من مسببات الصمت التنظيمي بحث تطبيقي لعينة من الممرضين في مستشفى صلاح الدين، مجلة جامعة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد (18)، العدد (58)، الجزء (2)، ص-51-32.

6. حماد، تقية إبراهيم، عبدالله، محمد محمود ورشيد فراس حسن، دور القيادة الخادمة في تنمية الابداع الإداري بحث تطبيقي على عينة من المديرين فيمديرية تربية صلاح الدين، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد (18)، العدد (58)، الجزء (2)، ص52-70.
 7. داود، حيدر سلطان والحافظ، علي عبد الستار، (2022)، أثر مكونات تكنولوجيا المعلومات على قرارات تصميم العمليات دراسة ميدانية في شركة توزيع المنتجات النفطية / فرع كركوك، مجلة جامعة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد (18)، العدد (58)، الجزء (2)، ص71-91.
 8. سليمان قداري واحمد، باسيدي، (2021)، دور ابداع التكنولوجيا في تحقيق الميزة التنافسية لدى المؤسسات الصغيرة والكبيرة والمتوسطة دراسة حالة مجمع الهامل بادار-رسالة ماجستير في إدارة الاعمال مقدمة الى كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم تسيير، قسم علوم تجارية، تخصص مالية المؤسسة-جامعة احمد دارية- ادارار - الجزائر.
 9. عبد الغني، بوزناق، (2013)، مساهمة الابداع التكنولوجي في تعزيز تنافسية المنظمة الصناعية – دراسة حالة مؤسسة كوندوربرج بوعريريج، رسالة ماجستير في إدارة الاعمال مقدمة الى قسم العلوم الاقتصادية في كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير في جامعة محمد خيضر بسكرة -الجزائر
 10. غفال، الياس، مدركي، يوسف وزقير، عادل، (2017)، أهمية الابداع التكنولوجي كمصدر للميزة التنافسية في المؤسسات الصناعية" مجلة العلوم الإدارية والمالية، جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي الجزائر، المجلد (1)، العدد (1)، ص320-306.
 11. موسى، كوثر فضل يوسف، (2016)، "دور الابداع التكنولوجي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية، دراسة تطبيقية على شركات الاتصالات الفلسطينية، رسالة ماجستير في إدارة الاعمال مقدمة الى مجلس كلية الإسلامية جامعة غزة.
- ثانياً. المصادر الأجنبية:**

1. Azubuike, V., M., U., (2013), Technological Innovation Capability and Firm's
2. Bil,E., & Özdemir, E., (2021), The effect of technological innovation capabilities on companies' innovation and marketing performance: A field study on Technopark companies in Turkey, issue (8), N.(3), pp.361-378.
3. Diaconu, M., (2011), Technological Innovation: Concept, Process, Typology and Implications in the Economy, Theoretical and Applied Economics, Volume XVIII No. 10(563), pp. 127-144
4. Hamsa, s., (2014), Impact of Innovation and Managing Technology Based Business for Entrepreneurs, ISSN: 2230-9667 Chronicle of The Neville Wadia Institute of Management Studied and Research.
5. Ince, H., Imamoglua, S., Z., & Turkcana, H., (2016), The Effect of Technological Innovation Capabilities and Absorptive Capacity on Firm Innovativeness: A Conceptual Framework, Procedia - Social and Behavioral Sciences 235, 764-770.
6. Kandiri, J., M., (2014), Effective Implementation of Technology Innovations in Higher Education Institutions: A Survey of Selected Projects in Universities in Africa, Thesis Submitted to the School of Business in Partial Fulfillment of the Requirements for the

Award of the Doctor of Philosophy in Management Information Systems of Kenyatta University.

7. Li, w., Guo, x., & Cao, D., (2021), The Complexity of Technological Innovation Decision-Making in Emerging Industries, Hindawi Complexity, Volume 2021, Article ID 3611921, 14 ages, <https://doi.org/10.1155/2021/3611921>
8. Pellissier, P., (2008), A Conceptual Framework for The Alignment of Innovation and Technology, Technol. Manag. Innov., Volume 3, Issue 3.
9. Performance in New Product Development, Technological Innovation Capability and Firm's Performance in New Production Development, Communications of the IIMA, Volume 13 Issue 1, pp. 43-56.
10. Shasha, L., (2021), The Influence of Technological Innovation on the Profitability of Enterprises", E3S Web of Conferences 235, 02075 (2021), <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202123502075>.
11. Wang, Q., Chen, Y., Chen, O., & Pimonenko, T., (2022), Technological Innovation Efficiency in China: Dynamic Evaluation and Driving Factors. Sustainability 2022, 14, 8321. <https://doi.org/10.3390/su14148321>.