

تجسيد ثقافة الإبداع لدى المؤسسات الجزائرية وعوائق تفعيل دورها في تحقيق التنافسية

د. براهيمي بن حراث حياة – جامعة مستغانم-

أ. ودان بو عبدالله – جامعة مستغانم-

أ. حجار آسية – جامعة مستغانم-

الملخص:

يمكن اعتبار الإبداع على أنه شرط أساسي لبقاء المؤسسات النشطة العالم في ظل التحولات الراهنة في كافة المجالات الاقتصادية والاجتماعية والعلمية والتكنولوجية، إذ ينتج عن الإبداع معضلة إستراتيجية تبرز القدرة على التعامل مع توقعات السوق، لذلك فإنه يساعد المؤسسة على حيازة الميزة التنافسية فيما يتعلق التكاليف و/أو عرض المنتج، ودرجة الإبداع في قطاع معين وهذا ما يجعله يحدد مستوى العوائق أمام دخول المنافسين الجدد، ومع ذلك فالتعامل مع هذه التحديات والعوائق يفرض على كل مؤسسة اقتصادية أن تتميز بتجسيد ثقافة الإبداع والذكاء الاقتصادي، من أجل فهم وتحليل وتوقع هذه التغيرات وحماية قدرتها التنافسية ومعرفة الدور المهم الذي يجب أن تؤديه السلطات من خلال تحمل مسؤولياتها في عدة مجالات كتأمين بيئة اقتصادية وإعداد البرامج التي تؤهل لذلك ملائمة وتقاسم المخاطر المحتملة، ومن هذا المنطلق يمكن أن تصبح الدولة شريكا حقيقيا للمؤسسات عن طريق مشاركة الجهود على حد سواء.

الكلمات المفتاحية:

الإبداع – الفكر الإبداعي – طرق اعتماد الإبداع - عوائق الإبداع .

Résumé :

L'innovation est considéré comme une condition préalable à la survie des entreprises active mondiale dans le cadre des changements actuels dans tous les domaines de la vie économique, sociale, scientifique et technologique, met en évidence la capacité de traiter avec les prévisions du marché, de sorte qu'il aide l'entreprise à acquérir un avantage concurrentiel par rapport aux coûts et / ou l'offre du produit, et le degré de l'innovation dans un secteur particulier et c'est ce qui fait qu'elle détermine le niveau des barrières à l'entrée pour de nouveaux concurrents, cependant relever ces défis, et les contraintes imposées à chaque institution économique qui se caractérise pour incarner la culture de la créativité, de l'intelligence économique, afin de comprendre et d'analyser et de prévoir ces changements et à protéger leur capacité concurrentiel et connaissances ainsi que le rôle important que doivent jouer les autorités par le biais de leurs responsabilités dans plusieurs domaines tels que la sécurisation environnement économique et l'élaboration des programmes qui se qualifient pour le partage approprié des risques potentiels, et cet esprit peut devenir l'Etat un véritable partenaires en partageant les efforts semblables.

Mots-clés:

l'innovation - pensée créatrice - d'adopter l'innovation- difficultés d'innovation.

المقدمة:

في الوقت الراهن يشهد العالم عدة تحولات في كافة المجالات الاقتصادية والاجتماعية والعلمية والتكنولوجية ، بحيث أصبحت المؤسسة تواجه عدة تحديات بفعل البيئة التي تتميز بالمخاطرة و عدم التأكد، بالإضافة إلى شدة المنافسة و تغير في رغبات الزبائن و كثرة المعلومات و سرعة تقادم المنتجات الفكرية في هذا الإطار أصبح الإبداع يشكل أحد الأدوات الهامة التي يمكن أن تحد من هذه التحديات، وذلك من خلال الدور الذي يؤديه في التجديد و التطوير على الصعيد الإداري والإنتاجي والتسويقي. وعلى هذا الأساس يعتبر الإبداع عاملا ضروريا لخلق وتحقيق تنافسية المؤسسة و احتلال مركز الريادة. و عليه فمن خلال هذه المداخلة تتبلور الإشكالية كما يلي:

كيف يمكن تجسيد ثقافة الإبداع لدى المؤسسات الجزائرية وما هي العوائق التي تحد من ذلك؟

و لمعالجة هذه الإشكالية سيتم التطرق إلى العناصر التالية :

- ماهية الإبداع.
- بناء الفكر الإبداعي لدى المؤسسات.
- عوائق الإبداع.
- واقع النظام الوطني للإبداع التكنولوجي والابتكار.

أولا : ماهية الإبداع

يرجع استعمال مصطلح الإبداع بمفهومه الحديث في المجال الاقتصادي إلى المفكر الاقتصادي النيوكلاسيكي جوزيف شومبيتر في سنة 1912 و قد عرفه بأنه (الحصيلة الناتجة عن ابتكار طريقة أو نظام جديد في الإنتاج يؤدي إلى تغيير مكونات المنتج ، و كيفية تصميمه) ¹.

(1) تعريف الإبداع:

لم يتفق المفكرون حول تحديد تعريف واحد للإبداع لذلك توجد عدة تعريف أهمها:
- الإبداع عبارة عن الوحدة المتكاملة لمجموعة العوامل الذاتية و الموضوعية، التي تقود إلى تحقيق إنتاج جديد وأصيل ذو قيمة، و الإبداع بمعناه الواسع يعني إيجاد الحلول الجديدة للأفكار والمشكلات والمناهج. ²
- الإبداع هو تطبيق أفكار جديدة التي تؤدي إلى تحسين ملحوظ على المنتجات، طرق الإنتاج، التنظيم و التسويق داخل المؤسسة بكيفية تهدف إلى إحداث أثر إيجابي و ناجح على أداء و نتائج المؤسسة. ³
- الإبداع هو كل الأفكار التي تؤدي إلى تحسين مختلف تطبيقاتها ، سواء كان ذلك في ميدان الإقتصاد و الصناعة في الشؤون العامة أو الخاصة، أي كل شيء جديد مهما كانت بساطته ، فائدته و تأثيراته على الحياة بصفة عامة. ⁴

مما سبق يمكن تعريف الإبداع على أنه تطبيق للأفكار الجديدة أو إعادة مزج للأفكار السابقة على المنتجات والآلات والمعدات وطرق التصنيع ووضع تحسينات على مستوى وظيفة التنظيم و التسويق بشرط أن يكون لكل هذا تأثيرا إيجابيا على نتائج المؤسسة وأدائها من أجل تحقيق التنافسية ⁵ على الرغم من أن ذلك مرتبط بالمخاطرة في المستقبل.

وخلف مصطلح الإبداع يوجد أفكار متعددة، الأولى منها فعل إرادي هدفه التحسين وفقا لما هو متوفر والثانية أنها مراهنه على المستقبل حيث يمكن أن تؤدي الفكرة إلى النجاح أو الفشل وبدون معرفة الفرصة مسبقا كما أن للإبداع عدة خصائص تتمثل في: ⁶

- الجدية و الحدائة.
- المنفعة أو القيمة.
- القبول.
- المرجعية.
- المواءمة الزمنية.

(2) أنواع الإبداع:

تختلف أنواع الإبداع حسب اختلاف مجال استخدامها في تقنيات الإنتاج و المنتجات وطرق التنظيم أو بصفة عامة كل العناصر التي لها تأثير على سير المؤسسات ولقد حدد جوزيف شومبيتر إلى خمسة أشكال للإبداع وهي:

(¹) Jean Lachman, Le financement des stratégies de l'innovation, Economica, Paris, 1993, p 110.

(²) طارق محمد السويدي، محمد أكرم العدلوني، مبادئ الإبداع، شركة الإبداع الخليجي للاستثمارات و التدريب، الكويت، الطبعة الثانية، 2002، ص 18.

(³) بن نذير نصر الدين ، الإبداع و دوره في تعزيز تنافسية منظمات الأعمال ، مجلة الأبحاث الإقتصادية، العدد 04 ، كلية العلوم الإقتصادية و علوم التسبير ، جامعة البليدة ، 2010، ص 227.

(⁴) محمد سعيد أوكيل ، وظائف و نشاطات المؤسسة الصناعية ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 1992، ص 110.
(⁵) Gerard DOKOU, l'innovation en PME, l'accompagnement managerial et industriel, cahier du laboratoire de recherche sur l'industrie et l'innovation , univ LUTTORAL, France, n°126 , 2006, p 06

(⁶) نوري منير، قلش عبد الله، دور الإبداع و الابتكار في تعزيز تنافسية المؤسسة الإقتصادية - حالة المؤسسة الجزائرية - الندوة الدولية حول : المقالة و الإبداع في الدول النامية ، المنعقد في 13-14 نوفمبر 2007 ، معهد العلوم الإقتصادية بخميس مليانة، الجزائر، ص 324 .

- إنتاج منتوج جديد
 - إدماج طريقة إنتاج جديدة
 - تحقيق تنظيم جديد للصناعة
 - استخدام مصدر جديد للمواد الأولية
 - فتح منفذ جديد وغزو أسواق جديدة
- وعلى أساس هذه الأشكال يمكن التمييز بين عدة أنواع من الإبداع وكل نوع يتجاوب مع خصائص وأهداف محددة:¹

(1-2) الإبداع في المنتج:

- ويقصد به إدخال منتج جديد أو محسن في السوق سواء كان سلعة أو خدمة، مقارنة بخصائصه الأساسية المادية منها وغير المادية²، وينقسم هذا النوع إلى ثلاثة أنواع:
- إبداع له علاقة بالتركيبة الوظيفية للمنتج
 - إبداع يغير التركيبة التكنولوجية للمنتج
 - إبداع يغير خصائص تقديم المنتج

(2-2) الإبداع في طريقة الإنتاج:

وهو إدخال طريقة جديدة أو محسنة على مستوى الإنتاج في المؤسسة أو تقديم الخدمات أو تسليم المنتجات للحصول على منتجات جديدة، ذات جودة عالية وبتكلفة إنتاج وتوزيع متحكم فيها وتنافسية³.

(3-2) الإبداع على المستوى التجاري:

يضم هذا مختلف التغيرات التي تحصل على مستوى قنوات التوزيع و البيع و الإشهار أي كل ما يتعلق بالوظيفة التسويقية وذلك بهدف الزيادة في المبيعات والتعريف بالعلامة التجارية للمؤسسة وبالخصوص كسب ولاء وثقة الزبائن⁴.

(4-2) الإبداع على المستوى التنظيمي:

يتمثل في الساندة في خلق وتوزيع الأنشطة على الأفراد في المؤسسة وطريقة تركيب الوظائف حيث يمكن مثلا وضع هيكل توزيع جديد، بالإضافة إلى الإبداع في إدارة الأعمال (المناجمنت) لأن وجود تحسينات على المستوى يؤدي بالتأكيد إلى إنتاج قيمة مضافة للمؤسسات في غاية الأهمية وحسب دراسة قام بها أخصائيون في النوعية أن وظيفة التسيير مسؤولة بنسبة 85 بالمائة من المشاكل داخل وخارج المؤسسات⁵.

(3) فوائد الإبداع:

- يمكن حصر أهم فوائد الإبداع في العناصر التالية:⁶
- يعتبر الإبداع عامل أساسي في زيادة الإنتاج و المنتجات و المبيعات و بنسب مرتفعة
 - يساعد الإبداع على جذب المزيد من الاستثمارات وخاصة من الخارج جديدة و فتح أسواق جديدة على عكس المؤسسات التي لا تهتم بالإبداع
 - يمثل الإبداع الحافز الأساسي لخلق فرص عمل جديدة و دعم القدرة التنافسية ومن ثم تحقيق الريادة في المؤسسات المبدعة
 - يسمح الإبداع في المؤسسة إلى زيادة قدرتها على مواجهة تهديدات المحيط الخارجي و إستغلال الفرص المتاحة ، مما يمكنها التفوق على منافسيها و البقاء في السوق
- ونظرا لهذه الفوائد يوجد عدة آثار إيجابية للإبداع في المؤسسة نلخصها فيما يلي:
- #### (1-3) تحسين أداء المؤسسة :

(¹): Michel MARCHESNAY et Colette FOURCADE, gestion de la PME/PMI, ed NATHAN, 1997, p 284

²: - بورنان إبراهيم، بورنان مصطفى، نشاطات الإبداع في منظمات الأعمال مع إشارة لحالة المنظمات اليابانية، مجلة دراسات اقتصادية، العدد 12، جامعة عمار تليجي بالاغواط، 2009، ص 25

³: Robert BOYER et Michel DIDIER, le management stratégique de l'innovation, ed DALLOZ, 1998, p :07

(⁴): idem, p 09

(⁵): Michel MARCHESNAY et Colette FOURCADE, OP.CIT, p :289

(⁶): idem, p: 290

يؤدي الإبداع التكنولوجي من خلال تفعيل وظيفة البحث والتطوير واستخدام التقنيات المتطورة إلى زيادة القدرة الإنتاجية للمؤسسة كما يعمل على الاستعمال العقلاني للموارد المادية والمالية والبشرية مما يعمل على تحقيق الكفاءة والفعالية في الأداء وقد بينت إحدى الدراسات التي شملت 1300 مؤسسة في أوروبا واليابان وأمريكا الشمالية أن هناك ارتباط قوي بين الأداء والإبداع التكنولوجي، حيث خلصت الدراسة على أن مستويات أداء وأرباح تلك المؤسسات كانت عالية ومتميزة بسبب التكنولوجيا المتطورة على مستوى وظائف الإنتاج والعمليات¹

3-2) تحسين التنظيم الإداري في المؤسسة :

يعمل الإبداع على ترسيخ العمل الجماعي بين أفراد المؤسسة كما يعمل على تشجيع الديمقراطية والمشاركة مما يشكل حافزا لطرح المبادرات وإظهار القدرات الإبداعية، كما يسمح الإبداع بالتحول من الإنتاج الواسع للمنتجات النمطية إلى إنتاج منتجات وفقا لطلبات الزبائن، التي تتطلب الاعتماد على نظم إنتاج ذات مرونة تساعد على تقديم منتجات متميزة .

3-3) تدعيم تنافسية المؤسسة:

يعمل الإبداع على إكتساب المؤسسة مزايا تنافسية تعزز مركزها التنافسي في السوق وهذا من خلال تحسين جودة المنتجات والتحكم في التكاليف، كما يعمل الإبداع على زيادة القدرات التنافسية للمؤسسة من خلال سرعة تقديم منتجات جديدة وتغيير عمليات الإنتاج. بالإضافة إلى الإستجابة لحاجات ورغبات المستهلكين وسرعة تسليم المنتجات مما يؤدي إلى تحسين صورة المؤسسة ومكانتها وإيجاد فرص جديدة لزيادة مبيعاتها وأرباحها ورفع حصتها السوقية .

3-4) مواكبة التطور التكنولوجي :

يؤدي الإبداع التكنولوجي إلى جعل المؤسسة قادرة على مواكبة التطور التكنولوجي، وذلك من خلال تكثيف نشاطات البحث والتطوير قصد التحسين المستمر لمنتجاتها، وبالتالي تمديد دورة حياتها فالمؤسسات تعمل على إدخال التحسينات والتعديلات على منتجاتها أكثر من لجونها إلى طرح منتجات جديدة، نظرا لما تتطلبه هذه الأخيرة من إمكانات كبيرة قد لا تتوفر لدى كل المؤسسات²

ثانيا: بناء الفكر الإبداعي لدى المؤسسات:

تبحث المؤسسات بمختلف أنواعها على بناء فكر إبداعي معين لكن تعقد هذه الظاهرة وارتباطها بالمخاطرة ونتائجها غير المتوقعة يؤول إلى قلة الاهتمام بها وفي كل الحالات التخلي عن الفكرة والهروب منها، لأن عدم نجاح إبداع معين قد يؤدي إلى زوال المؤسسة كما أن التغيير الذي يجلبه الإبداع قد يقابل بالرغبات من طرف المحيط الداخلي أو الخارجي بغية الحفاظ على الوضع الحالي في أغلب الحالات، ولقد اعتبر المفكر دريك أن الإبداع وسيلة للنظر في المستقبل والحفاظ على استمرارية المؤسسة وعلى هذه الأخيرة البحث عن كيفية نمري هذا المشروع مع الأخذ في الحسبان الأخطار الناجمة عنه³.

1) لماذا تلجأ المؤسسات إلى النشاطات الإبداعية؟

تلجأ المؤسسات إلى ممارسة الإبداع بالنظر إلى مجموعة من الأسباب الهدف منها تحقيق نتائج إيجابية على مختلف المستويات: المنتج، الأسواق، النوعية، الاستعداد لتطبيق التغيير. ويوضح الجدول التالي تلخيصا لأهم الأهداف المنتظرة جراء القيام بالإبداع ونوع الإبداع الذي يسمح بتحقيق كل هدف.

(¹) بورنان إبراهيم، بوران مصطفى، مرجع سابق ، ص 81.

(²) الداوي الشيخ، الإبداع كمدخل لتحقيق تنافسية المؤسسة، مجلة الإقتصاد والتسيير والتجارة، العدد 17، جامعة الجزائر 3، 2008. ص 30 .

(³) Joel BROUSTAIL et Frederick FRERY, le management stratégique de l'innovation, ed dunod, 200, p: 07

إبداع لتجاري	إبداع في التنظيم	إبداع في طريقة الإنتاج	إبداع في المنتج	سبب الاهتمام
-	-	-	-	المنافسة، الطلب، الأسواق: - استبدال منتجات بالتدريج - رفع فعالية السلع والخدمات - استحداث منتجات مطابقة للمعايير الدولية - الرفع أو المحافظة على الحصة السوقية - دخول أسواق جديدة - تحسين عرض المنتجات - تخفيض مدة الرد على طلبات الزبائن
-	-	-	-	الإنتاج و التطبيق: - تحسين نوعية السلع والخدمات - الرفع من مرونة العملية الإنتاجية والخدمات - الرفع من مردودية العملية الإنتاجية - تخفيض التكاليف الوجودية للعمل - تخفيض استهلاك المادة الأولية - تخفيض مدة العملية الإنتاجية الوجودية - احترام المعايير التقنية - تخفيض تكاليف الإستغلال المرتبطة بالخدمات
-	-	-	-	تحسين بيئة العمل: - تحسين الإتصال و التواصل بين الوظائف - الحرص على التحكم في المعارف مع المؤسسات - الرفع من قدرة التلاؤم مع طلبات الزبائن - تحقيق علاقة متينة مع الزبائن - تحسين شروط العمل
-	-	-	-	ميادين مختلفة: - تخفيض التأثيرات على البيئة - تحسين أمن وسلامة العمال - احترام القوانين والتعديلات

Source : commission européenne, manuel sur :principe directeur pour le recueil et l'interprétation des données sur l'innovation, ed OCDE, 2005 ; p 122

(2) طرق اعتماد الإبداع:

تختلف طريقة اللجوء إلى الإبداع من مؤسسة إلى أخرى وذلك على أساس مجموعة من العوامل كإمكانيات المالية والبشرية خاصة إضافة إلى الأخطار التي يمكن أن تنجم من الاعتماد على إحدى هذه الطرق نظرا للتكاليف المرتفعة أو طول مدة الوصول إلى تحقيق الإبداع.

وتتمثل طرق اعتماد الإبداع في:¹

- التطوير الداخلي
- عقود التعاون
- النمو الخارجي
- المؤسسات الباطنية
- اقتناء الرخص

(¹): Joel BROUSTAIL et Frederick FRERY, OP.CIT, p: 146

1-2) التطوير من الداخل:

يعتبر تطوير الإبداع من داخل المؤسسة خاصة عن طريق وظيفة البحث و التطوير من الطرق الكلاسيكية المعتمدة لدى المؤسسات باعتبارها الطريقة التي توفر وتمد لها استقلالية أكثر في حالة نجاح الإبداع، لكنها تكون أكثر خطورة لطول مدة تحققها وتكلفتها المرتفعة إضافة إلى التقلد الذي يتعرض له المنتج من طرف المؤسسات المنافسة أو السوق غير الموازية.

ويتطلب نجاح هذه الطريقة لدى المؤسسات توفر مجموعة من الشروط وهي:

- أن تكون الاقتراحات والابتكارات صادرة من مبدع قادر على استغلال الأفكار والمعارف وجعلها متكيفة مع المؤسسة.
- أن تكون بيئة العمل محفزة ومشجعة للإبداع و التجديد.
- أن يسود المؤسسة روح التعاون و التنسيق الداخلي.

2-2) عقود التعاون:

تعتبر التحالفات والشراكة من أهم أشكال عقود التعاون و الحصول على إبداع ناجح خاصة من حيث التكاليف التي لا تقدر أن تتحملها وظيفة البحث والتطوير إن وجدت وكذلك الأخطار المستقبلية التي أصبحت عانقا في كثير من المؤسسات خاصة الصناعية منها، وفي أورا يتم الاعتماد على اتفاقيات التعاون لما تكرسه من تحقيق إبداعات قليلة الخطورة بتقاسمها مع شريك آخر وتخفيض عبء التمويل خاصة إذا كانت مؤسسة صغيرة أو متوسطة ولقد وصل اعتماد هذه الطريقة إلى نحو نسبة 30 بالمائة ومن أهم إيجابيات الناتجة عن اتفاقيات التعاون:

- تخفيض التكاليف المرتبطة بالبحث و التطوير
- تقليص مدة دوران الإبداعات
- رفع إنتاجية الإبداعات الداخلية في المؤسسة
- بعث نشاطات إبداعية جديدة لم تتمكن المؤسسة لوحدها من تحقيقها.

3-2) النمو الخارجي:

يمثل اعتماد الإبداع عن طريق النمو الخارجي تملك مؤسسة لمؤسسة أخرى مبدعة بطريقة جزئية وذلك بحيازة حصة من رأسمالها المخصص للإبداع و الاستفادة من النتائج المحصل عليها أو تملك كلي بشراء المؤسسة كاملة.

لكن في الحقيقة يعتبر هذا النوع ملفا خاصة إذا كانت المؤسسة المبدعة تقوم بالبحث برأسمال كبير مع العلم أن النتائج غير مؤكدة والأخطار مرتفعة.

4-2) المقاول الباطنية:

يخص هذا الاعتماد عقود بحث بين المؤسسة و الهيئات المختصة مثل مكاتب الدراسات، المستشارين، مراكز البحوث الخاصة والعمومية و الجامعات، حيث يمكن الاستفادة من الخبرات ذات المستوى العالي، وهي طريقة معتمدة بكثرة في الدول الصناعية و أمريكا وذلك من خلال التواصل و الترابط الموجود بين المؤسسات و مراكز البحوث على اختلافها.

5-2) اقتناء الرخص:

هي اقتناء رخصة من مؤسسة مبدعة أو من فرد مبدع، تتميز بالسرعة وقلة تكاليفها وخطورتها بالنظر إلى نتائجها لكن ما يعيبها التبعية للمؤسسة الأم وعدم استقلالية المؤسسة غير المبدعة وهذا ما جعل من هذه الطريقة أقل استعمالا في الدول المتقدمة وذات رواج في الدول النامية غير الصناعية. ومما سبق ذكره من إيجابيات وسلبيات لكل طريقة اعتماد يمكن للمؤسسة أن تختار بين هذه الطرق وفقا لما يلخصه الجدول التالي:

البيان	الوقت الضروري	التكلفة الكلية	الخطر المحتمل	التحكم المتواصل
التطوير من الداخل	طويلة	مرتفعة	مرتفعة	مرتفعة
عقود التعاون	غير مؤكدة	غير مؤكدة	ضعيفة	غير مؤكدة
النمو الخارجي	قصيرة	مرتفعة	مرتفعة	غير مؤكدة
المقاول الباطنية	غير مؤكدة	غير مؤكدة	ضعيفة	غير مؤكدة
اقتناء الرخص	قصيرة	ضعيفة	ضعيفة	ضعيفة

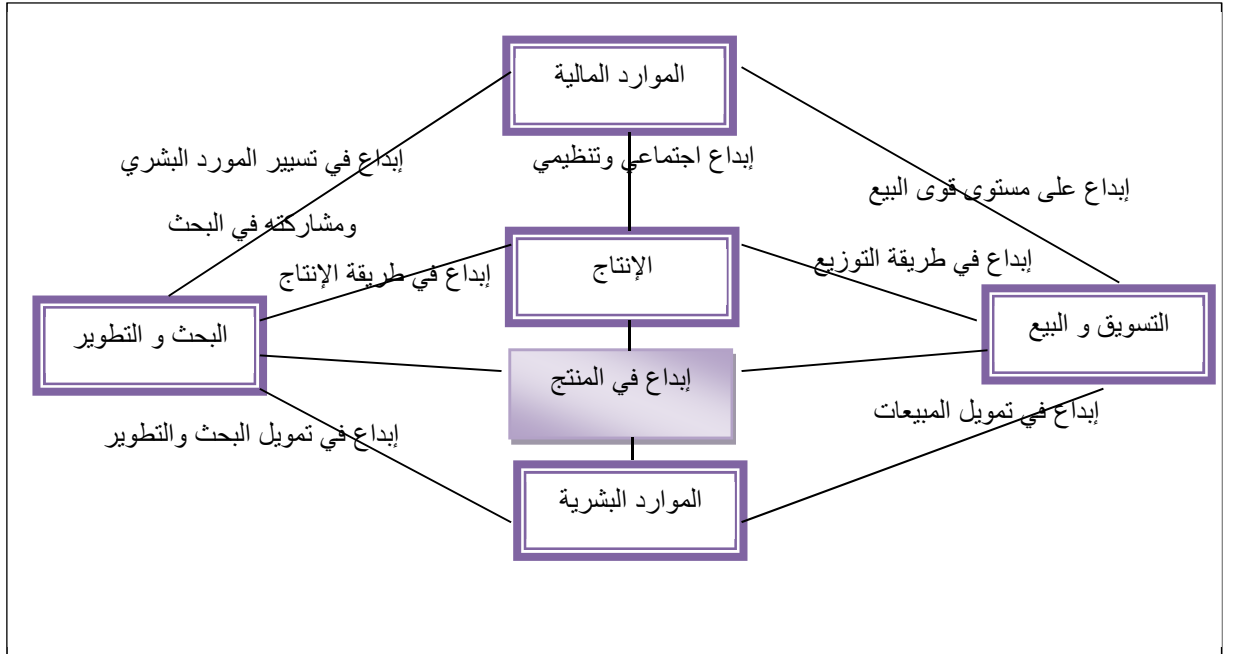
Source : ibid p : 15

يظهر الجدول أن:

- التطوير من الداخل هو طريقة تبقى مخصصة للمؤسسات ذات السيولة المالية المرتفعة والتي تهدف إلى المحافظة على الميزة التنافسية عن طريق إبداعها؛
- عقود التعاون واللجوء إلى المقاولات الباطنية يعتبران من أصعب طرق الاعتماد بالنسبة للمؤسسات وهذا لما يميزها عنصر عدم التأكد في تحديد التكلفة والمدة و التحكم فيه؛
- وبالنسبة للنمو الخارجي فيعتمد عليه في الحالات المستعجلة للمؤسسات التي تملك موارد مالية معتبرة تتحمل أخطار النتيجة و التكلفة؛
- أما اعتماد الإبداع من خلال اقتناء الرخص يعتبر ذو أهمية مقارنة بالطرق الأخرى فهو الأقل تكلفة و الأقل خطورة و الأسبق في التنفيذ عيبه الوحيد هو تقييد المؤسسة بالمؤسسة الأصلية وعدم استقلاليتها.

(3) تفعيل دور الإبداع في المؤسسة:

- يتطلب تطوير نظام إبداعي بشكل إيجابي داخل المؤسسة شروطا معينة وهي:¹
- تحمل خطر تكنولوجي معقول
- قدرة مالية كافية للمؤسسة
- التحكم في التكنولوجيا
- سلامة المؤسسة من الناحية الاجتماعية (كالنزاعات مثلا)
- سلامة المؤسسة على المستوى التجاري (سمعة جيدة، شبكة توزيع جيدة)
- امتلاك المؤسسة على كفاءات بشرية مؤهلة
- وجود هذه الإمكانيات أو عدمها يجبر المؤسسة على البحث عن ديناميكية للإبداع من أجل انتهاز الفرص وتعظيم المردودية، ومن أجل بعث سيرورة الإبداع يجب أن تهتم بكل إمكانياتها والتي تتمثل في:
- العناصر البشرية
- العناصر المالية
- العناصر الاجتماعية والثقافية
- العناصر الاقتصادية
- وللإحاطة بمختلف العناصر السابقة قام المفكر مارك جيغيت بتقديم ما سماه بلؤلؤة الإبداع² التي توضح العلاقة التي تربط وظائف المؤسسة بمراكز التطوير ومختلف الإمكانيات.



(¹): jean LACHMAN, financement de l'innovation dans les pme, ed economica, 1996, paris, p p: 23-24

(²): idem, p: 43

ثالثاً: معوقات الإبداع والعوامل التي تحد من تحققه:

إن تشجيع أساليب الإبداع في المؤسسة معناه التعرف على معوقاته التي تقلل من اندفاع الفرد نحو التفكير الجديد أو تعطل بعض القدرات الفكرية لديه و قد تتراكم معوقات الإبداع نتيجة ميل المؤسسات إلى وجود واعي جماعي يتقبل بعض الأفكار المعينة دون غيرها.

(1) معوقات الإبداع:

- وعموماً يمكن أن تصنف معوقات الإبداع لمعوقات داخلية وأخرى خارجية.
- تتمثل المعوقات الداخلية في الآتي¹:
- عدم ملائمة أسلوب القيادة ومن أمثلة ذلك القيادة الاستبدادية، التي لا تهتم إلا بأفكارها فقط، ولا تلقي بالأخرين.
- افتقار السلوك المناسب، ومن أمثلته عدم الاستماع الجيد أو سلوك الشك والريبة، الذي يعرقل تطوير أكثر الأفكار إبداعاً.
- سياسة الترهيب، والتي تنتشر التردد والخوف من التغيير.
- القيم التي تشجع على نمطية التفكير فعلى سبيل المثال إذا كان يتم التشجيع على استخدام العقل والمنطق والتطبيق العملي، فإنه من الناحية الأخرى لا يتم تشجيع الحدس، والأحكام الكيفية.
- الجدية المفرطة، ذكر أحد المتخصصين ثلاثة أبعاد للإبداع: الإبداع الفني، والاكتشاف العلمي، والإلهام الكوميدي. فإذا تم استبعاد المزاح والدعابة من جو العمل فسيعاني الإبداع كثيراً.
- أما معوقات الإبداع الخارجية فيمكن تحديدها في:
- العجز عن الحصول على التمويل اللازم لعرض الاقتراحات في السوق، ومثالا على ذلك عدم القدرة على إقناع المساهمين في عملية تمويل المؤسسة.
- عدم ملائمة المنتج، كأن تقوم المؤسسة بطرح المنتج أو الخدمة في المكان غير المناسب.
- الوقت غير المناسب حيث يطرح المنتج أو الخدمة في وقت مبكر أو في وقت متأخر.

(2) العوامل التي تعترض نجاح الإبداع لدى المؤسسات:

يرى بعض المفكرين أن هناك مجموعة من العوامل يمكن أن تؤدي إلى إفشال الإبداع بعد أن كانت ترى فيه النجاح وتحقيق نتائج إيجابية، وتتمثل هذه العوامل في:²

- عوامل التكاليف
 - عوامل مرتبطة بالمعرفة
 - عوامل السوق
 - عوامل تنظيمية وقانونية
- وعليه يمكن تلخيصها في الجدول التالي:

إبداع تجاري	إبداع تنظيمي	إبداع في الطريقة	إبداع في المنتج	التعقيدات
-	-	-	-	عوامل التكاليف:
-	-	-	-	- خطر مرتفع
-	-	-	-	- تكاليف مرتفعة
-	-	-	-	- نقص أو ضعف في مصادر التمويل الداخلية
-	-	-	-	- نقص في التمويل الخاص
-	-	-	-	- صعوبة إيجاد شركاء لتقاسم الأخطار
-	-	-	-	عوامل مرتبطة بالمعارف:
-	-	-	-	- قدرة البحث والتطوير ضعيفة
-	-	-	-	- نقص في الكفاءات البشرية لدى

(¹) عجيلة محمد، الإبداع في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية. دراسة لصفات ومعوقات ومحفزات الإبداع (المؤسسة الاقتصادية للأنابيب الناقلة للغاز بولاية غرداية، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة البليدة، 2005.

(²) Commission européenne, manuel d'Oslo, op.cit, p: 127

-	-	-	-	المؤسسة
-	-	-	-	- نقص في المعلومات حول التكنولوجيا
-	-	-	-	- نقص في المعلومات حول الأسواق
-	-	-	-	- نقص في توفر الخدمات الخارجية
-	-	-	-	عوامل تنظيمية:
-	-	-	-	- المقاومة الداخلية من طرف العمال
-	-	-	-	- رفض التغيير من طرف المسيرين
-	-	-	-	- تنظيم داخلي يعيق انتقال الأفكار
-	-	-	-	- عدم القدرة على توزيع العمال في
-	-	-	-	نشاطات الإبداع الجديدة
-	-	-	-	- نقص في الهياكل
-	-	-	-	عوامل مرتبطة بالمؤسسة:
-	-	-	-	- نقص التحفيزات
-	-	-	-	- انعدام سياسة داخلية للإبداع
-	-	-	-	عوامل السوق:
-	-	-	-	- طلب غير مؤكد وسلع وخدمات مبدعة
-	-	-	-	- سوق مهيمن عليه (مشبع)
-	-	-	-	- صعوبة إيجاد شركاء تجاريين
-	-	-	-	عوامل قانونية:
-	-	-	-	- ضعف الحماية الفكرية (حقوق الملكية)
-	-	-	-	- القوانين، المعايير، الجباية

3) الحد من عوائق الإبداع:

تسعى المؤسسة إلى القضاء على مصادر المعوقات حتى يتمكن الإبداع من أداء أدواره، وذلك بتنمية شعور المؤسسة بالحاجة إلى مهارات استماع عالية، وتعيين مديرين مبدعين يتمتعون بأساليب ملائمة للمجموعات التي سيعملون معها ومكافأة السلوك الذي يساعد على إثارة «الفكر الجماعي» ويضفي روح التعاون بين الأفراد والمؤسسات. إضافة إلى تطوير فرق العمل من خلال إسناد مهام مختلفة لها لزيادة مستوى الثقة والتخلص من كل النظم غير المجدية والاستعانة بالموظفين القادرين على تخطي العقبات الوظيفية للجمع بين الوظائف، كما يجب الاهتمام بتأسيس آليات لنقل المعلومات وجعل المشاركة في الأفكار من الأنشطة التي تستحق المكافأة وتوفير أماكن ابتكارية للتفكير مزودة بالوسائل المطلوبة مع توفير بيئات لعقد الاجتماعات غير الرسمية وتغيير المناخ والدقة في تحديد الوقت المناسب، الذي تقدم فيه خطوط المنتجات والخدمات الجديدة.

ومما سبق فالمؤسسات الممارسة لنشاطها في مجال من الطموح للإبداع بحاجة ماسة للإبداع والتميز لتحقيق التنافسية التي تعد أحد العناصر المحددة لمستقبل أي مؤسسة، فمن خلالها يمكن غرس ثقافة التقدم ومن خلالها يمكن للأفراد اكتساب المهارات اللازمة للتجديد والإبداع والتطوير، كما يمكنهم أيضا اكتساب مهارات القدرة على تنظيم الوقت والتكيف مع الجديد واستيعابه، وتنميته نحو الأفضل. وكلما ازداد الاهتمام بتطوير العملية الإبداعية من حيث محتواها وأساليبها وتقويم عوائدها، فإن المؤسسة تصبح أكثر قدرة على التعامل مع معطيات البيئة المتغيرة، التي تحيط بها لأنه في البيئة التي تتسارع فيها عملية التطور التكنولوجي فإن قدرة أي مؤسسة على الاستفادة من ناتج هذا التطور تتوقف على القدرات الإبداعية المتاحة لديها واستغلالها في شكل تخفيض للتكاليف والرفع من جودة المنتج، والرفع من قدرة الاستهلاك، وبالتالي يكون الإبداع مصدرا للنفوذ المؤسسي الذي يمتاز بالاختلاف والتميز وسرعة الاستجابة لرغبات وتوقعات المستهلكين مع انخفاض عامل الكلفة.

رابعا: واقع النظام الوطني للإبداع التكنولوجي والإبتكار

يعتبر النظام الوطني للإبداع التكنولوجي والابتكار سلسلة من العمليات و الجهود التي تهتم باستيعاب ونقل التكنولوجيا ثم تكيفها مع الظروف المحلية للاقتصاد الوطني مما يتطلب وجود هياكل الاستقبال والنشر والمتابعة. ومن أهم الهياكل والمنشآت المنجزة في هذا الإطار من طرف الدولة يوجد:¹

- وكالة البحث العلمي والتي يتمثل دورها في مراقبة الجامعات ومراكز البحث العلمي وترقية تكوين الباحثين؛
- الوكالة العليا للبحث التي أنشئت منذ سنة 1996 ومهمتها تطوير الطاقات المتجددة والمساهمة في وضع دعم وتطوير البنك الوطني للمعلومات بالإضافة إلى تشجيع التعاون في مجال البحث بين الفروع والقطاعات؛
- إنشاء المجلس الوطني للبحث العلمي والتقني ومفوضية ما بين القطاعات لبرمجة وتقييم البحث العلمي؛
- إنشاء المعهد الوطني للملكية الصناعية والمعهد الوطني للتقييس والتوحيد الصناعي؛

بالإضافة إلى برنامج دعم المؤسسات الصغيرة و المتوسطة و التحكم بتكنولوجيا الإعلام و الاتصال الذي تضمن تقديم دعم مباشر للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة و المتمثل في مساعدتها و مرافقتها لتكثيف استعمال تكنولوجيا الإعلام و الاتصال إلى جانب إرساء نظام للجودة و القياسة على مستوى هذه المؤسسات.²

يغطي هذا البرنامج ثلاثة أنشطة و المتمثلة في:³

- أ. **الدعم المباشر للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة:** من خلال نقل الممارسات و أساليب التسيير الحديثة، تقديم الدعم التقني، دعم و إرساء أنظمة الإبداع و اليقظة التكنولوجية؛
 - ب. **الدعم المؤسسي:** من خلال دعم الوزارة الوطنية و وزارة البريد و تكنولوجيا الإعلام و الاتصال و دعم هيئات تطوير المؤسسات الصغيرة و المتوسطة؛
 - ج. **دعم الجودة:** من خلال توحيد المقاييس، إصدار الشهادات، الاعتماد و التقييس، توعية المسيرين بمتطلبات الجودة، دعم هيئات تقييم المطابقة.
- و عليه فإن هذا البرنامج التأهيلي يساعد المؤسسات الجزائرية على تعزيز قدرتها التنافسية و تحسين أدائها و توسيع حصتها في السوق و يلعب فيه الاتحاد الأوربي دورا مركزيا باعتباره مموله الأساسي. غير أن هذه الهياكل تبقى عاجزة عن أداء مهامها خصوصا في توفير مناخ عام ملائم لتشجيع الإبداع التكنولوجي.

- ضعف العلاقة الموجودة بين الهياكل و الجامعات ومراكز البحث؛
- ضعف الحوافز المادية و المعنوية التي تشجع الأفراد و المؤسسات على الإبداع؛
- ضعف علاقة الدولة و المؤسسات الصناعية ومراكز البحث و الإبداع.

الخاتمة

في ظل العولمة و شدة المنافسة أصبح الإبداع أداة هامة بحيث يسمح للمؤسسة مواكبة المستجدات العالمية و مواجهة المخاطر التي تشهدها بيئة المؤسسة ، كما يؤدي تفعيل الإبداع إلى زيادة تنافسية المؤسسة من خلال تقديم منتجات جديدة و العمل على تحسين جودتها و تقليص أسعارها، مما يجعل المؤسسة متميزة في طرح منتجاتها ، و بالتالي تحقيق مزايا تنافسية تمكنها البقاء و النمو رغم المنافسة الشديدة التي يتميز بها السوق. و على هذا الأساس يجب على المؤسسة الإهتمام بالإبداع و توفير مختلف المقومات و الشروط الضرورية لتفعيله ، في هذا المال نقترح ما يلي :

- تخصيص إعتمادات مالية كافية للبحث و التطوير و الإبداع .
- تنمية و عي الأفراد بأهمية الإبداع

¹: مداخلة حول: الإبداع التكنولوجي كخيار استراتيجي لدعم القدرة التنافسية للمؤسسة الصناعية الجزائرية من إعداد: زايدى عبد السلام ومقران يزيد، الملتقى الدولي حول المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات، 2009، ص:16

²: رسالة دكتوراة: سياسات التمويل الموجهة لقطاع الم ص م في الجزائر، للأستاذة بن حراث حياة، 2013، جامعة تلمسان، ص: 154-155

³ - Programme d'appui au PME /PMI et à la maîtrise des TIC (PME II), dossier de presse, Atelier de visibilité, hôtel el-djazair, 02/2010/, Pro 5-07.

- تدعيم مبادرة الافراد نحو التجديد
- معالجة مختلف المعوقات التي تحد من المبادرة و الإبداع
- إيجاد برامج فعالة لتدعيم الإبداع على مستوى التربية و التعليم و التدريب
- الإستفادة من المعرفة العلمية و التطور التكنولوجي للدول المتقدمة .

المراجع:

- 1- الداوي الشيخ، الإبداع كمدخل لتحقيق تنافسية المؤسسة، مجلة الإقتصاد و التسيير و التجارة، العدد 17، جامعة الجزائر 3، 2008.
- 2- بن نذير نصر الدين، الإبداع و دوره في تعزيز تنافسية منظمات الأعمال، مجلة الأبحاث الإقتصادية، العدد 04، كلية العلوم الإقتصادية و علوم التسيير، جامعة البلدة، 2010
- 3- بورنان إبراهيم، بورنان مصطفى، نشاطات الإبداع في منظمات الأعمال مع إشارة لحالة المنظمات اليابانية، مجلة دراسات، العدد 12، جامعة عمار تليجي بالاغواط، 2009 .
- 4- طارق محمد السويديان، محمد أكرم العدلوني، مبادئ الإبداع، شركة الإبداع الخليجي للإستثمارات و التدريب، الكويت، الطبعة الثانية، 2002.
- 5- عجيلة محمد، الإبداع في المؤسسة الإقتصادية الجزائرية. دراسة لصفات و معوقات و محفزات الإبداع (المؤسسة الإقتصادية للأنابيب الناقلة للغاز بولاية غرداية، رسالة ماجستير، كلية العلوم الإقتصادية و علوم التسيير، جامعة البلدة، 2005.
- 8- محمد سعيد أوكيل، وظائف و نشاطات المؤسسة الصناعية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1992.
- 9- نوري منير، قلش عبد الله، دور الإبداع و الابتكار في تعزيز تنافسية المؤسسة الإقتصادية – حالة المؤسسة الجزائرية – الندوة الدولية حول: المقولة و الإبداع في الدول النامية، المنعقد في 13-14 نوفمبر 2007، بخميس مليانة،
- 10- مداخلة حول: الإبداع التكنولوجي كخيار استراتيجي لدعم القدرة التنافسية للمؤسسة الصناعية الجزائرية من إعداد: زايدى عيد السلام ومقران يزيد، الملتقى الدولي حول المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات، 2009
- 11- رسالة دكتوراة: سياسات التمويل الموجهة لقطاع الم ص م في الجزائر، للأستاذة بن حراث حياة، 2013، جامعة تلمسان
- 12- Programme d'appui au PME /PMI et à la maîtrise des TIC (PME II), dossier de presse, Atelier de visibilité, hôtel el-djazair, 02/2010/
- 13- Gerard DOKOU, l'innovation en PME, l'accompagnement managérial et industriel, cahier du laboratoire de recherche sur l'industrie et l'innovation, univ LUTTORAL, France, n°126, 2006
- 14- Michel MARCHESNAY et Colette FOURCADE, gestion de la PME/PMI, ed NATHAN, 1997
- 15- Robert BOYER et Michel DIDIER, le management stratégique de l'innovation, ed DALLOZ, 1998
- 16- Joel BROUSTAIL et Frederick FRERY, le management stratégique de l'innovation, ed dunod, 2000
- 17- jean LACHMAN, financement de l'innovation dans les pme, ed Economica, paris, 1996,