

التسيير الاستراتيجي وأثره على الابداع الخالق للميزة التنافسية في منظمات الأعمال

Strategic management and its impact on creativity that creates competitive advantage in organization; Business

جمال كفالي، جامعة الشاذلي بن جديد-الطارف، - d.kefali@univ-eltarf.dz

فارس مزوزي، جامعة الشاذلي بن جديد-الطارف، - mazouzi-faris@univ-eltarf.dz

تاريخ الارسال: 2023-03-17 تاريخ القبول: 2023-03-30 تاريخ النشر: 2023-04-25

Abstract

ملخص

Strategic management is considered one of the main entry points for the advancement and development of business organizations.

If it is adopted Based on a management methodology based on scientific

management based on planning, organizing, directing, controlling and managing.

With goals, and management by people and by people, it was a fertile field and an appropriate incubator for creativity and innovation, and as a result, improvement its profitability and the creation of a strong competitive advantage that contributes to the development of the national economy; This is if this process is successful

An effective one who makes the best use of the basic principles of management and its scientific theories and applies them in a manner commensurate with the practical reality

For the organization, because the manager is the cornerstone for any organization. Because it makes change and distinction and creates a difference.

Keywords:

strategic management, management, creativity, competitiveness, competitive advantage.

يعتبر التسيير الاستراتيجي من المداخل الرئيسية الكفيلة بالنهوض بمنظمات الأعمال وتطويرها؛ فإذا ما اعتمدت على منهجية تسييرية أساسها الإدارة العلمية المبنية على التخطيط، والتنظيم، والتوجيه، والمراقبة، والإدارة بالأهداف، والإدارة بالإنسان وللإنسان، كانت مجالا خصبا وحاضنة ملائمة للإبداع والابتكار، وبالنتيجة تحسين مردوديتها وخلق ميزة تنافسية قوية تساهم في تطوير الاقتصاد الوطني؛ هذا إذا ما تولى هذه العملية مسير ناجح وفعال يستغل المبادئ الأساسية للتسيير ونظرياته العلمية أحسن استغلال وتطبيقها بما يتناسب والواقع العملي للمنظمة، لأن المسير هو حجر الزاوية بالنسبة لأي منظمة كانت؛ كونه يصنع التغيير والتميز ويخلق الفارق.

الكلمات المفتاحية:

التسيير الاستراتيجي، المسير، الإبداع، التنافسية، الميزة التنافسية.

مقدمة:

تعتبر منظمات الأعمال بصفة عامة الأداة الرئيسة لإحداث التنمية في أي اقتصاد كان؛ انطلاقاً من دورها الهام في مختلف المجالات، وبذلك تصنف لدى علماء الاقتصاد والإدارة والقانون من أهم الأعوان الاقتصادية المساهمة في تحريك الدورة الاقتصادية لاقتصاديات الدول.

فمعظم الباحثين في مجال الإدارة يهتمون بها من جوانب مختلفة؛ سيما الجانب التنظيمي والتسييري، لما له من ميزة أساسية في تقديم الحلول للعراقيل التي تواجهها، والتي لا يمكن لها أن تؤدي وظائفها وتحقق أهدافها إلا على ضوء تسيير ناجح وفعال؛ الذي تظهر أهميته كعلم وفن قادر على تحقيق المعجزات للدول والمؤسسات في مجالات عديدة.

ومن ثم أصبح تغيير أنظمة وطرق التسيير أمراً لا مناص منه؛ بل من السمات المميزة لنجاح العديد من منظمات الأعمال؛ إذ أن الظروف الجديدة لعالم الأعمال وما صاحبها من ثورة تكنولوجية وتغيرات كبيرة في البيئة الداخلية والخارجية، فرضت البحث عن طرق وأساليب جديدة للتسيير؛ تمكن منظمات الأعمال من التأقلم مع محيطها المتغير، وسعيها منها إلى حسن استغلال مواردها المتاحة وتخفيض تكاليفها واكتسابها لميزة تنافسية تميزها عن غيرها من المنظمات (بليقيدوم، 2013، ص 29)، وهذا يعني بلوغ مستوى من الأداء في ظل محيط تنافسي توجهه مؤسسات محلية وأجنبية، تعتمد أساليب تنافسية مغايرة تركز أساساً على الجودة، الإبداع الإداري والتكنولوجي والاستثمارات الكبيرة، مما يفرض وجود نظام تسيير أكثر كفاءة وفعالية.

فالتسيير في العصر الحديث تعدى التسيير بالكفاءات إلى التسيير بالمهارات؛ الأمر الذي لا يتأتى إلا من خلال مسير ناجح وفعال، خاصة وأن هذا الأخير يعد القلب النابض لأي تنظيم كان مهماً كان شكله ووظيفته وأهدافه؛ وليس من قبيل المبالغة القول بأن أسباب نجاح وتفوق عديد المنظمات الرائدة- بل وحتى الدول المتقدمة- تعزى إلى مسؤوليتها ومسيرها، الذين أحسنوا

استغلال مواردها وتنظيم عملها وخلقوا التحدي والحافز لدى الأفراد؛ فأبدعوا وغيروا وحسنوا بأطقمهم الإدارية (جوال ويرقي، 2010 ص 02).

وبناء على ما سبق، يمكن طرح اشكالية أساسية مفادها:

- ماهي الآثار الاقتصادية للتسيير الاستراتيجي العلمي في منظمات الأعمال وانعكاساته على مستوى الإبداع والابتكار الذي ينعكس بالضرورة على تطوير إنتاجية وتنافسية المؤسسة؟.

ومن أجل الوقوف على كل ما يمكن أن يسלט الضوء على جزئيات هذه الدراسة، يتم تناول الموضوع وفق محورين أساسيين كمعالم كبرى للدراسة، تتخللها عناصر لبسط الفكرة وتحليلها.

- أولاً- مفهوم التسيير الاستراتيجي.
- ثانياً- مفهوم المسير.
- ثالثاً - التسيير الاستراتيجي كرافد من روافد الابداع والتنافسية في منظمات الأعمال.

1. ماهية التسيير الاستراتيجي:

تنبع أهمية التسيير الاستراتيجي من حقيقة مفادها أن كل منظمات الأعمال تحرص على تحسين وتطوير نشاطها للوصول إلى الأداء المتفوق، ومن هنا باتت ممارسة التسيير الاستراتيجي بشكل جدي من الضرورات المرعية لزيادة القدرة التنافسية وتطوير الأداء، وعاملا قويا للتنمية الاقتصادية والاجتماعية؛ بل أضفى السبيل الوحيد لبقائها واستمرارها في الأسواق الاقتصادية.

ونظرا لهذه الأهمية التي يتمتع بها التسيير الاستراتيجي تصدى عديد الباحثين والكتاب لتحديد معناه ومقصوده كل حسب مدخله الفكري المعتمد في دراسته وتحليله، ومع هذه الأهمية التي تحظى به هذه الوظيفة في منظمات الأعمال إلا أنه قد تعترضه تحديات وعقبات

إن لم يُتعامَل معها باستراتيجية محكمة ودقيقة قد تجعل هذه المنظمة أو المؤسسة عرضة لفشل مخططاتها وأهدافها.

1.1 معنى التسيير الاستراتيجي:

يعتبر التسيير الاستراتيجي أسلوب من أساليب الإدارة الذي يهدف إلى ضمان اقتران وثيق بين الاستراتيجيات والأعمال؛ فالقرارات الاستراتيجية تتم معالجتها بشكل منهجي ومن منظور استراتيجي توظف فيها أساليب وتقنيات وفرضيات علمية، تسمى عند علماء الإدارة والتسيير بالهندسة الاستراتيجية؛ ترمي في أساسها إلى قيادة المورد البشري بطريقة تسمح بتحسين كفاءة وفعالية استراتيجية المنظمة (BOUYOUD, 2010, p 16).

ولم يستقر الفقهاء على تعريف موحد لمصطلح التسيير الاستراتيجي نتيجة اختلاف أهداف استعمال المصطلح، وزوايا دراسته؛ هذا فضلا عن تغير توظيفه من مرحلة إلى أخرى.

فقد ذهب الفقيه (HIGGINGS) إلى أن التسيير الاستراتيجي يقصد به: «تلك العملية التي تهدف إلى تحقيق رسالة المنظمة من خلال إدارة العلاقة بينها وبين البيئة التي تعمل فيها»، في حين اعتبره كل من ديس (DESS) و أول (AL) بأنه: «مجموعة من القرارات والنشاطات التي تمارسها المنظمة لخلق الميزة التنافسية والمحافظة عليها» (عامر و أحسن، 2011 ص 12-13). ومن خلال ما سبق يتضح أنه لكي تكون عملية التسيير فعالة وناجعة، يستوجب على مسير منظمة الأعمال أن يضع استراتيجية محكمة لمنظمتها؛ لتصبح من خلالها مؤمنة ضد كل المتغيرات الداخلية والخارجية في ظل بيئة ديناميكية يحيط بها العديد من الضغوط والمواقف الصعبة اقتصاديا، وسياسيا، واجتماعيا، كما تهدف (الاستراتيجية) في الوقت ذاته إلى التحسين المستمر وتحقيق أهداف المنظمة ورسالتها وتطورها، وكذا الرتبة التي تسعى لتقمصها مستقبلا؛ بل صارت إحدى مداخل التسيير الفعال والآلية المفضلة؛ خاصة لدى منظمات الأعمال، لما لها من نظرة استشرافية نحو المستقبل، من حيث تحليل البيئة الداخلية والخارجية تحقيقا للمبادرة والريادة في مجالات نشاطها (مقري، 2007-2008، ص 41).

ومن أمثلة اعتماد الاستراتيجية التسييرية التي أدت إلى تحقيق معدلات نمو مرتفعة، ما قامت به السيدة (جيل باراد) لما تم تعيينها في 1996/08/22 كرئيس تنفيذي لشركة ماتيل الأمريكية لإنتاج الدمى، وكان من أبرز ما قامت به على مدار 15 سنة، هو تحويل خط إنتاج عرائس (دمى) باربي المتعثر إلى أكثر الماركات ربحية في العالم؛ إذ اضطلعت بوضع استراتيجية رائدة تتعلق بالتوسع في إنتاج هذا النوع من الدمى؛ فكانت النتيجة مضاعفة الإنتاج ثلاث (03) مرات بحجم مبيعات وصل إلى 1.4 بليون دولار، مع العلم أنه من أولى المهام المسندة إلى السيدة باراد حين توليها المنصب، هي صياغة استراتيجية من شأنها أن تمنح الشركة القدرة على تحقيق نمو في ربحية السهم تقدر بنسبة 15% سنويا، ومن أجل ذلك بنت السيدة باراد استراتيجيتها على أربعة عناصر أساسية (شارلزهل، 2001، ص ص 24-25):

- التوسع في الأنشطة المتعلقة بالماركات التي تقدمها: بإيجاد خطط لتطوير خط

تجميع عرائس باربي.

- تطوير فئات جديدة من المنتجات: وخصوصا في مجال لعب الأولاد وألعاب اللوحات

باعتبارهما من أكبر المجالات التي عانت منها الشركة وسجلت فيها تعثرا كبيرا، وتتم عملية التحسين إما بتطوير اللعب داخل وحدات الشركة، أو عن طريق الاندماج مع شركات أخرى من خلال توسيع مجال استثماراتها.

- زيادة مبيعات الشركة في الأسواق الخارجية: بتكثيف الجهود في هذا المجال، من

منطلق أن التواجد الخارجي لمنتجات الشركة قليل، وبالتالي أنتهاج سياسة غزو الأسواق الخارجية بمعدل يصل إلى 50% من إجمالي مبيعاتها.

- زيادة الأرباح في مقابل خفض التكاليف: باعتماد سياسة تقوم على نقل عمليات

الإنتاج إلى مصانع أجنبية منخفضة التكلفة كالصين وتايواند، الأمر الذي شكل منعطف كبير في أرباح الشركة.

2.1 أهمية وتحديات التسيير الاستراتيجي:

أصبح التسيير الاستراتيجي أو ما يعرف بالإدارة الاستراتيجية من العوامل الأساسية التي تساهم في تحسين أداء منظمات الأعمال، ومن ثم صار في العصر الحديث من الممارسات المتجذرة ومن المناهج المتبعة في كل المنظمات بمختلف وظائفها وعملياتها ومستوياتها التنظيمية، ليثبت مع مرور الزمن تصدره للعناصر التي تصنع سر تفوقها التنافسي ويضمن استمرارها، وفي ظل التحولات التي يشهدها كل من المحيط والمنظمة على حد سواء ازدادت أهمية التسيير ليكون محور ضمان التنافسية (مزهودة، 2006 ص 87).

ومما سبق يتبين أن التسيير الاستراتيجي من الدعائم الأساسية في منظمات الأعمال، لما له من أهمية تكمن في الآتي (براهمية، 2016 ص 122) (بلفيدوم، 2013 ص 63-64):

- وضوح الرؤية المستقبلية: حيث يساعد التسيير الاستراتيجي على التنبؤ بما ستكون عليه بيئة المنظمة وبالتالي اتخاذ قرارات ناجعة؛ فتضع استراتيجيتها بدقة للوصول إلى تطبيق هذه الاستراتيجية، وبالتالي تضمن بقاءها ونموها واستمرارها.

- وضع سياسة وقائية وعلاجية للمنظمة: عن طريق تمكينها من تحسين قدرتها على مواجهة مشاكلها، وذلك بسيطرتها على الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية السائدة، ثم معالجة المشاكل المستقبلية.

- تحقيق التفاعل البيئي على المدى الطويل: يساعد على توقع العديد من التغيرات المحتملة في بيئة المنظمة، وبالتالي تمكينها من تصميم الاستراتيجيات المناسبة لمواجهة هذه التغيرات، من خلال قراراتها الاستراتيجية، التي تساعدها على استغلال الفرص المتاحة والحد من أثر المخاطر البيئية في المدى الطويل.

- التخصيص الفعال للموارد والإمكانيات: عن طريق تحديد الأولويات، الأهداف المتعددة والمتداخلة، ومن ثم توجيه الموارد للأهداف الأهم والتي لها علاقة بمستقبل المنظمة بطريقة صحيحة وفعالة.

- تدعيم المركز التنافسي للمنظمة: وذلك بتحديد الفرص البيئية المختلفة والعمل

على استغلالها، بالموازاة مع عناصر القوة التي تمتلكها المنظمة، مع التقليل من آثار التهديدات البيئية ونقاط ضعف المنظمة نتيجة للفهم الصحيح لمحيطها، وبالتالي اكتساب مزايا تنافسية قوية.

- تحقيق الرضاء الوظيفي: باعتبار أن العمال تمنح لهم الفرصة للمشاركة في اتخاذ

القرارات وتصميم الاستراتيجيات والأهداف وبرامج العمل، وبالتالي ينشأ لديهم شعور بالرضاء ودافعية قوية من أجل تجسيد الاستراتيجيات وتحقيق الأهداف.

- تحقيق النتائج المرضية: يعمل على تحسين التنسيق والسيطرة على النشاطات

والعمل على مواءمتها مع البيئة المحيطة، وبالتالي يعتبر إحدى العوامل المؤثرة على الأداء، معبرا عنه بكمية المبيعات، أو الأرباح، أو العوائد على الأسهم... الخ، بالإضافة إلى التقليل من التكاليف.

- خلق روح العمل الجماعي الموحد: يحقق التكامل في سلوك الأفراد في إطار الفريق

الواحد، الذي يسعى إلى تجسيد الاستراتيجية المسطرة، سعيا لبلوغ الأهداف بكل فعالية وأداء أفضل من خلال التفاعل، التكامل، التعاون والجدية، الأمر الذي يؤدي إلى التقليل من حدة الصراع داخل منظمات الأعمال.

- إحداث التغيير والحد من مقاومة: عن طريق استغلال الكفاءات البشرية التي

تسعى إلى الإبداع والابتكار وصناعة التغيير؛ كونه شيئا مرغوبا يبعث على التميز وليس معوقا لتحقيق الأهداف، كما يؤدي التسيير الاستراتيجي إلى زيادة التزام العاملين في تحقيق الخطط، من خلال مشاركتهم في مناقشتها والموافقة عليها، ومن ثم التقليل من مقاومتهم للتغيير الذي قد يحدث.

- يعتبر كمدرسه لتكوين الكفاءات: حيث يمكن من إقامة قيادة كفأه تتخذ قرارات مسؤولة، لا مجرد رد فعل على قرارات المنافسين، وذلك بالاعتماد على تشخيص نقاط قوة وضعف المنظمة والفرص والتهديدات البيئية.

- تحديات المنظمات:

إن التسيير الاستراتيجي كغيره من المفاهيم التسييرية، مرهون بمدى قدرة مسيري منظمات الأعمال على تعاملهم مع التحديات الاستراتيجية المحتملة؛ فلا يخفى على أحد أن المنظمات تواجه عدة تحديات؛ فإن لم تقابلها باستراتيجية محكمة ودقيقة تكون عرضة لفشل مخططاتها وأهدافها، ولعل أهم هذه التحديات تتجلى في الآتي (حنفي وتبيدي، 2010 ص 39-40):

- التغيرات المتسارعة: بالنظر إلى تسارع معدل التغيرات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والتكنولوجية في الآونة الأخيرة، وكما هو معروف أن التغير من العوامل التي تحمل في طياتها جوانب مؤثرة في حياة المنظمة، إما بالإيجاب، أو بالسلب وذلك من خلال خلق الفرص والتهديدات، وبالتالي فإن التعامل مع الفرص والتهديدات أصبح أمراً هاماً وحيوياً في المنظمات المعاصرة، مقارنة بأهمية الاستراتيجيات فيها؛ التي كانت تنشط في محيط أكثر استقراراً وثباتاً.

- ازدياد حدة المنافسة: تغير مفهوم المنافسة لدى منظمات الأعمال عما كانت عليه سابقاً؛ فإذا كانت تقتصر في السابق على السعر وجودة المنتج فقط؛ فقد تعددت أسسها لتشمل كل عناصر ونشاطات المنظمة، ومن ثم أصبح من الضروري دراسة وتتبع الاستراتيجيات التي يعتمدها المنافسين ورغبات العملاء، حتى يمكن وضع استراتيجيات مضادة، ومما زاد من حدة المنافسة واتساع نطاقها، الاتجاه نحو العولمة ودخول الشركات العملاقة في غمار المنافسة.

- اليد العاملة الماهرة: إذا كان من المسلم به أن رأس المال البشري يعتبر أهم مدخل من مداخل تطور وازدهار منظمات الأعمال؛ فإن التوجهات والرهانات الحالية تسعى إلى الحصول على اليد العاملة الماهرة من خبراء ذوي معرفة متخصصة؛ فالعامل غير الماهر القادر فقط على القيام بأعمال بسيطة متكررة، والذي من السهل تدريبه ونقله من عمل لآخر، ليس له مكان في منظمات الأعمال الحديثة.

- الاهتمام بالبيئة: أصبح الاهتمام بالبيئة والمحافظة عليها من اهتمامات الدول والحكومات، ومع ازدياد قوة جماعات حماية البيئة وتأثيرها الظاهر بصورة واضحة على صانعي القرارات، أصبح من الصعب على كثير من منظمات الأعمال تحدى قوانين البيئة أو تجاهلها، بل بات ضروريا عليها صياغة ووضع استراتيجية تضمن عدم إثارة هذه الجماعات القوية التي تعد في أغلب الحالات تهديداً بالغاً لها.

- المؤسسة والمحيط: يمثل المحيط عوامل قوى مختلفة اقتصادية، اجتماعية سياسية، قانونية وتكنولوجية من الصعب على المنظمة التحكم فيها في كثير من الحالات، وإذا كان من المسلم به أن هذه العوامل تشكل أحيانا تهديدا للمنظمة؛ فإن ما يفرض اليوم على مسيرها كتحده هو آلية التعامل مع هذه العوامل، لأن مسألة الفصل بين الفرص والمخاطر لم تعد مجدية؛ إذ يمكن إدراك نفس العامل مرة كخطر ومرة كفرصة؛ فالمنافس الجديد الذي يظهر في السوق قد يشكل خطرا على المنظمة من باب المزاحمة على الحصة السوقية، وفي الوقت ذاته قد يمثل فرصة تتهمز لإقامة شراكة أو تحالف معه أو حتى شراء مؤسسته لتدعيم القدرات الإنتاجية، كما تفعل الشركات المتعددة الجنسيات مع مؤسسات البلدان المضيفة؛ فتضمن بذلك اندماجا اجتماعيا سهلا في المجتمعات، وفي نفس الوقت تتفادى العوائق الاجتماعية والتنافسية.

2. مفهوم المسير:

في البداية من الضروري الإشارة الى أنه لا يستقيم الأمر لمعالجة فكرة التسيير الاستراتيجي دون الوقوف على أهم متغير وفاعل أساسي في العملية التسييرية، ألا وهو المسير؛ خاصة أن تطبيق وتجسيد فكرة التسيير الاستراتيجي بحاجة إلى مسير ناجح وفعال، للقيام بدوره لبلورتها وانتقاء ما هو إيجابي يخدم منظمته ويضمن تكيفها بما يساهم في تقوية نقاط قوتها، والتقليل من جوانب ضعفها، والمساهمة في استغلال الفرص البيئية، والتقليل من مخاطر التهديدات المحتملة فيها.

ويعد مفهوم المسير من المفاهيم التي أثارت الكثير من النقاش والخلاف، وتباين تعريفه وفقا للمعالجات المختلفة التي عرضتها المدارس الفكرية، كما تداخل مفهومه مع بعض المفاهيم الأخرى المشابهة له، وبالتالي اختلفت تسمياته وتعددت مصطلحاته؛ كما أن المسير يلعب أدورا متعددة وله وظائف أساسية في العملية التسييرية الناجحة؛ إن تم التعاطي معها بصورة جيدة تحولت إلى مصدر للقوة الدافعة في تحرك الموارد الساكنة، وتفعيل المتحركة وتوجيهها نحو تحقيق الأهداف من خلال التكيف الإيجابي مع المحيط.

1.2 معنى المسير:

قبل التطرق إلى مختلف تعاريف الفقهاء لمصطلح المسير، ينبغي الإشارة إلى أن المسير في منظمات الأعمال يطلق عليه العديد من المصطلحات، غير أن المصطلح الذي يتم اختياره هو مصطلح المسير بغض النظر عما إذا كان شريكا، أو أجيرا، لأن الإطار مسير، والمدير مسير، والقائد مسير، فالقاسم المشترك بينهم هو التسيير واتخاذ القرارات التي يعود أثرها في النهاية على المؤسسة؛ إن كانت ناجحة فتمنح للمؤسسة ميزة تنافسية إضافية، أو تؤدي إلى فشلها وتراجعها؛ إن كانت بخلاف ذلك (العابد، 2013-2012، ص 106).

ولقد تصدى الفقهاء والباحثون لموضوع المسير بالدراسة والتحليل، ومن منطلق تعدد المصطلحات المتعلقة بالمسير واستعمالها بلغات مختلفة؛ فقد تعددت مفاهيمه ومعانيه ولذلك أعطيت له عدّة تعاريف أهمها:

ما ذهب إليه برازشتي (BRAZUCCHETTI) وأوزلوا (OUZILLEAU)؛ فقد عرفا المسير بالنظر إلى المهام التي يقوم بها؛ حيث يرون أنه: «كيف ما كان النسق والمؤسسة؛ فعلى المسير القيام بما يلي:

- التخطيط: أي تجديد الأهداف المتبعة والتنبؤ بمخطط عمل لتحقيقها؛

- التنظيم: بمعنى وضع الوسائل لتحقيق الأهداف؛

- المراقبة: مقارنة النتائج التي تحققت بالأهداف التي وضعت مسبقاً» (بزايد، 2011-

2012، ص 24-25).

واستخدم الدكتور محمد الصيرفي مصطلح المدير للتعبير عن المسير وعرفه بأنه: «ذلك الشخص الذي يستمد قوته من سلطات وظيفته التي يشغلها في التنظيم وينصاع له مرؤوسين طوعاً أو كرهاً، بمعنى الشخص الذي يحتل مركزاً رئيسياً في منظمة رسمية، ويكون مسؤولاً عن شخص واحد على الأقل، ويمتلك سلطات رسمية تجاه ذلك الشخص، ونطاق أحكامه قاصراً على البيئة الداخلية للمنظمة»

وقد حاول المشرع الفرنسي بموجب المادة 2-3111.L من قانون العمل الفرنسي إعطاء تعريف للمسير؛ باعتماد ثلاث معايير أساسية من خلالها تصبغ على الشخص الذي تتوفر فيه صفة المسير وهي: السلطة الممنوحة له من خلال توليه لمهام التسيير، والتي تعطيه إمكانية اتخاذ القرارات اللازمة لسير المؤسسة، التمتع بقسط من الاستقلالية في التسيير التي تمكنه من تحقيق أهداف المؤسسة، وفي مقابل ذلك تلقيه أجر ضمن الأجور المرتفعة في النظام التعويضي المعمول به في هيئته أو مؤسسته؛ حيث جاء نص المادة كما يلي:

« Sont considérés comme ayant la qualité de cadre dirigeant, les cadres auxquels sont confiées des responsabilités dont l'importance implique, une grande indépendance dans l'organisation de leur emploi du temps, qui sont habilités à prendre des décisions de façon largement autonome, et qui perçoivent une rémunération se situant dans les niveaux les plus élevés des systèmes de rémunération pratiqués dans leur Entreprise ou Etablissement »(Code de Travail Français).

أما بالنسبة للمشرع الجزائري؛ فلم يضع تعريفا واضحا وجليا للمسير، فعند استقراء النصوص المتفرقة من القانون التجاري؛ يتبين بأنه قد أوكل هذه المهمة - وبالتالي يأخذ صفة المسير- إلى رئيس المؤسسة، المديرين العامون، القائمون بالإدارة ومسيروها حسب الحالة؛ فمثلا نجد المادة 833 من ق.ت.ج تنص على أنه: «يعاقب... رئيس شركة المساهمة والقائمون بإدارتها ومديروها العامون أو مسيروها...».

وإجمالاً؛ فإن المسير نظرياً يؤخذ على معناه الواسع، ليشمل كل من حمله المشرع مسؤولية ما عن التصرف وإدارة المنظمة، وفقاً للمقتضيات القانونية والتنظيمية المعمول بها (العياري، 2011، ص 57)، وعليه يقصد بالمسير القانوني لأي منظمة أعمال: «كافة المسيرين الذين تم اعتمادهم وتنصيبهم قانوناً، أو بموجب القانون الأساسي ويمارسون التسيير والإدارة ويقومون بجميع التصرفات اللازمة لتحقيق غرض المؤسسة، وبعبارة أخرى؛ فالمسير هو ذلك الشخص الذي يتولى بصفة نظامية مهام الإدارة والتسيير في المؤسسة» (مرخوص، 2016-2017، ص 65).

2.2 مهام وأدوار المسير:

مهما يكن من أمر؛ فإن المسير يقوم في أي منظمة أعمال مهما كان نوعها بالعديد من

الأدوار العامة والرئيسية، يمكن تلخيصها فيما يلي:

- القدرة على التعامل الإيجابي مع القيود الاجتماعية وبمرونة دون التضحية بحق المنظمة في تحقيق أهدافها الأساسية، ذلك أن ظروف منظمات الأعمال من حيث مستوى تطورها الاجتماعي، ومن حيث ضرورة الإسراع بعملية التحول الاقتصادي فيها، ودرء الأخطار التي تهدد مستقبلها وإمكانات تنمية مجتمعاتها؛ تتطلب نباهة المسير وتبصره الكفيلين بتدعيم قدرته على التعامل مع الوضع الاجتماعي السائد، بشكل يحقق التزامه الأساسي بإنجاز أهداف منظمته (الكواري، 1981، ص 77).

- من الأدوار الأساسية للمسير المعاصر العمل على نشر ثقافة الابتكار والإبداع؛ فعليه أن يكون مسيرا مبتكرا يعلم ما هو الابتكار، ويعمل على تنمية قدراته وقدرات فريقه ليضم حلقة أخرى من حلقات التميز، وفي هذا السياق يقول المفكر الأمريكي ألفان توفلر (ALVIN TOFFLER) أحد العلماء في مجال دراسات المستقبل: «إن المديرين القادرين على التكيف عليهم اليوم بدلا من إقامة صروح دائمة أن يعيدوا بناء شركاتهم؛ بحيث يصلون بها إلى الحد الأقصى من القدرة على المناورة ...، عليهم أن يتكيفوا سريعا مع الضغوط المباشرة ويفكروا- في نفس الوقت - في إطار الأهداف بعيدة المدى؛ ففي الماضي كان بإمكان العديد من المديرين أن يحققوا نجاحهم بتقليد استراتيجيات الشركات الأخرى الناجحة، واستيحاء نماذجها التنظيمية، أما اليوم فعلى قادة المنظمات الاقتصادية أن يبتكروا ويخترعوا لا أن يقلدوا وينسخوا»، وهو ما نادى به الفرنسي هنري فايول في كتابه الإدارة الصناعية عندما وضع المبادئ الأربعة عشر (14) للمناجمنت؛ إذ وضع من بينها المبادرة التي تتجلى في اقتراح أشياء جديدة ومهمة؛ كالاكتشافات، والبرامج، والخطط التي تعود بالفائدة على منظمات الأعمال؛ باعتبارها من المهمات الأساسية في تطويرها.

- كذلك يرى منتزبرغ (MINTZBERG) أن للمسير أدوار إعلامية، وتقديرية، وعلائقية وكل دور عبارة عن مجموعة من الأنشطة والمهارات التي يقوم بها أثناء عمله؛ فالإعلامية تتمثل في الحصول على المعلومات المناسبة وإحالتها على الجهات المعنية لاستغلالها؛ ففي هذه الحالة

يلعب المسير ثلاثة أدوار فرعية في نفس الوقت، دور المنبه الذي يعمل على التقاط المعلومات التي تفيده في تسيير شؤون وحدته، ويقوم بحفظها وتحليلها؛ فيبحث دائما عن المعلومات التي تفيده في فهم ما يجري حوله في المنظمة، وما يجري في البيئة مما يساعده على التعرف على كل المشاكل، ودور المرسل الذي ينقل ويبتث المعلومات التي يريد أن يفصح عنها لأعضاء المنظمة؛ فيتمكن من إرسال المعلومات الخارجية لمؤوسيه والمعلومات الداخلية من مرؤوس إلى مرؤوس، وهذه المعلومات تتحقق بحقائق وضوابط تتعلق وترتبط بصناعة القرار وبأهميته بالإضافة إلى تمتعه بدور المتحدث؛ فهو كمركز للمعلومات من دون شك يقوم بإعطاء المعلومات عن منظمته وعن نشاطها وأهدافها وخططها، أما التقريرية ومن منطلق تحقيق الأهداف وحسن التنظيم والإشراف الجيد والمراقبة الصارمة؛ فإن كل هذه الوظائف متعلقة بعملية اتخاذ القرارات وليس أي قرار بل القرار الفعال؛ إذ يتعين على المسير في هذه الحالة أن تكون لديه سلطة معينة لاتخاذ القرارات في الوقت المناسب وفي المكان المناسب، وإلا سيفقد صفته كمسير ويصبح مجرد منفذ، في حين يعتبر الدور العلائقي، ذلك الدور البارز الذي يظهر فيه المسير قائدا، ورابطا، وواجهة المنظمة من خلال ظهوره أمام الآخرين، بأنه صاحب الأمر والموجه في الداخل والخارج في إطار مصلحة المنظمة (ذراع، 2007-2008، ص 95) (بزايد، 2011-2012، ص 28).

- إدارة التنافس، عن طريق إدارة العمليات المتعلقة بأنشطة المنظمة، وتجميع المعلومات وتنمية القدرة على استخدام تلك المعلومات لزيادة الميزة التنافسية (بوظرفة، 2015-2016، ص 39).

- العمل على تكييف منظمته مع التوجه العالمي حفاظا على مكانتها واستمرارها، في ظل العولمة وتلاشي الحدود بين الدول، فالمحيط الخارجي في تطور مستمر وعدم قدرة منظمة الأعمال على التأقلم معه يعني تضييعها لفرصة البقاء فيه.

3. التسيير الاستراتيجي كرافد من روافد الابداع والتنافسية في منظمات الاعمال:

أصبحت منظمات الأعمال الحديثة بحاجة إلى تطبيق طرق جديدة في الإدارة والتسيير؛ تستند فيها إلى إعادة تشكيلها لتعمل في اطار الإبداع الاستراتيجي، الذي أصبح - كما سبقت الإشارة - أكثر من ضرورة وكأداة محرّكة لتحقيق الأهداف، عن طريق البحث عن كل ما هو جديد على مستوى نشاط المنظمة؛ إذ أن الأداء العادي الروتيني لا يكفي لمواجهة التغيرات وتحقيق مزايا تنافسية تضمن البقاء والاستمرار مهما كانت الإمكانيات المتوفرة؛ بل أن الإبداع أصبح يمثل أحد المطالب الرئيسية لتقدم وتفوق منظمات الأعمال ومصدرا لتحقيق مزاياها التنافسية، لضمان تواجدها في السوق ومواكبة تغيراته والتصدي لتحدياته .

1.3 مدلول الإبداع (Innovation):

يعتبر مفهوم الإبداع من المفاهيم التي شغلت بال العديد من الباحثين والفقهاء قديما وحديثا؛ نتيجة لحاجة منظمات الأعمال إليه؛ فهو بالنسبة لها بمثابة الأكسجين للإنسان؛ كونه من المداخل الأساسية لاكتساب الميزة التنافسية أو الحفاظ عليها أو الزيادة فيها؛ خاصة في ظل بيئة تنافسية البقاء فيها للأجود، ولذلك أصبح فهم دلالات الإبداع وتشجيعه والبحث عليه أمرا في غاية الأهمية، مما أدى إلى اختلاف مفاهيمه لدى فقهاء الاقتصاد والإدارة نظرا لتداخل المصطلحات المكونة له؛ فمنهم من استند إلى السمات الشخصية للمبدع، ومنهم من استند إلى مراحل العملية الإبداعية والنتائج الإبداعي لها كأساس لمفهوم الإبداع.

فقد عرفه الفقيه الإداري إيفن (EVAN) بأنه: « تطبيق فكرة طورت من داخل المؤسسة أو خارجها؛ سواء كانت تتعلق بالمنتج أو النظام الداخلي أو العملية السياسية أو لبرنامج أو لخدمة، وهي جديدة للمؤسسة حينما طبقتها»، في حين ينظر إليه روبينس (ROUBBINS) بأنه: « يتمثل في تلك العملية التي تؤدي إلى خلق فكرة وإخراجها، من خلال منتج أو خدمة مفيدة أو طرق من العمليات» (سمسوم، 2016، ص 53).

أما الأمريكيان جيلفورد (GUILFORD) وفيلدهوزن (FELDHUSEN) رواد مدرسة تعليم الإبداع؛ فيذهبان إلى أن الإبداع يعني: « سمات استعدادية تضم الطلاقة في التفكير والمرونة والأصالة والحساسية للمشكلات وإعادة تعريفها وإيضاحها بالتفصيلات أو

الإسهاب»، كما أن التفكير الإبداعي عندهم: « نشاط معرفي، يتضمن تطويرا واستخداما لقاعدة ضخمة من المعرفة، ومهارات التفكير واتخاذ القرارات وضبط العمليات فوق المعرفية» (بوزيان، 2009-2010، ص 182).

ومن استقراء هذه التعاريف يمكن القول أن العملية الإبداعية لها مجموعة من الخصائص لعل أبرزها (بن سهلة، 2015-2016، ص 102):

- القدرة على اكتشاف أفكار جديدة؛ مع الربط بينها وبين الأفكار القديمة؛
- توظيف الأفكار الجديدة لتحقيق أهداف معينة؛
- يختلف الإبداع من فرد إلى فرد ومن مجال إلى آخر؛
- يعتمد الإبداع على التفكير الذي يقدم أكثر من حل للمشكلات؛
- يعني التمايز، وذلك بالإتيان بما هو مختلف عن المنافسين الآخرين؛
- يعبر عن الجودة؛ كونه يأتي دائما بالجديد بصفة كلية أو جزئية؛
- الإبداع عبارة عن توليفة جديدة، وهو بمثابة وضع أشياء معروفة وقديمة في توليفة جديدة في نفس المجال أو نقلها إلى مجال آخر لم تستخدم فيه.

وعليه فإن الإبداع يعني التجديد المرتكز على المبادرة والمبادرة، انطلاقاً من أفكار ومعارف متراكمة تتبلور من خلالها طرائق جديدة ومبتكرة غير موجودة سابقا، يتم إظهارها للوجود من خلال التفاعل والمزج، لذا؛ فالإبداع عملية يتميز بها الفرد عندما يواجه مواقف تمثل لديه مشكلات تستوجب الحلول؛ فيتعامل معها ويعايشها بعمق، ثم يستجيب لها بما يخدم منظمته؛ فتأتي استجابته منفردة ومتميزة عن استجابة الآخرين، ويكون ذلك في صورة منتجات أو خدمات أو تقنيات عمل جديدة، أو أدوات وعمليات إدارية جديدة، أو طرح أفكار جديدة (خضير، 2008، ص 150).

ويمثل المسير المبدع دور الريادي في المؤسسة؛ كونه يسعى دائما إلى المبادرة، والإصرار على النجاح رغم المخاطرة، ورؤية المتغيرات كفرص يجب اقتناصها، والمهارة في إدارة المخاطر، وغيرها من الخصائص التي يتمتع بها الريادي الذي يصنع القرارات لإدارة الموارد بطرائق غير مألوفة لاستثمار الفرص (عبد الرحيم، 2014، ص 51-52)، ومن ثم يتضح أن الرؤية الإبداعية لا يمكن أن تتناغم مع الثقافة التي لا تميل إلى تقبل المخاطرة، لأن المخاطرة والإبداع

وجهان لعملة واحدة من الصعب الفصل بينهما؛ فالأفكار الجديدة والطرق البديلة أساسها المخاطرة؛ كون كل الحلول والقرارات الإبداعية قد تنطوي على حدوث خسائر (مهديد، 2015-2016، ص 130)؛ فقد أثبتت دراسات عديدة أن أبرز سمات المؤسسات المبدعة هي تشجيع رؤسائها على المخاطرة وتسامحهم مع الأخطاء والفضل الناتج عنها؛ فقاعدة شركة (M3) مثلا هي: « أن المخاطرة هي أساس رفاهية المؤسسة وسرها الحقيقي... وتدعم قيمة أساسية هي (Echecs de Bonne Foi)، والتي تعني بأن الفضل مسموح به وهناك تقبل للخسائر؛ إذا كانت ناتجة عن محاولة تجريب أفكار جديدة عن حسن نية، وكان العامل صادقا وبرايعي مصلحة المؤسسة» (قبطان، 2015، ص 181).

2.3 دور الإبداع في تعزيز استراتيجيات تنافسية منظمات الأعمال:

يعتبر الاقتصادي النمساوي شومبيتر (SCHUMPETER) أول من ركز على هذا الموضوع هو في كتابه الشهير: «نظرية التطور الاقتصادي» سنة 1912، ثم في مؤلفه «الرأسمالية والاشتراكية والديمقراطية» سنة 1942؛ أين بين أهمية الابتكار كمغذي إيجابي في زيادة أرباح منظمات الأعمال؛ وخاصة الصناعية منها وبالتالي تنافسيها؛ حيث تتلخص نظريته في أنه: « بدون التطور- نتيجة الإبداع- لا يحصل الربح، وبدون الربح لا يحصل التطور»، ونظرا لأهمية الابتكار والإبداع داخل المؤسسة؛ فإنه لا بد من توفير الجو المناسب واعتماد سياسات دقيقة في مجال تنظيم وتخطيط نشاطات الابتكار والإبداع، وإعطاء الكفاءات البشرية الوسائل اللازمة والسهر على تكوينها ورسكلتها دوريا لبناء ميزة تنافسية مستدامة للمؤسسة أو الحفاظ عليها (رجراج، 2015، ص 80).

3.3 مدلول التنافسية (Compétitivité):

يرى عالم التسويق الدولي الأمريكي فليب كوتلر (PHILIP KOTLER) أن التنافسية هي: «قدرة المؤسسة على القيام بأنشطتها من خلال الأساليب التي تجعلها رائدة أمام المؤسسات الأخرى في الأمد القريب أو المستقبل» (حميدي، 2014، ص 281).

أما الاقتصادي الفرنسي مشيالي (MUCHIELLI) فقد ركز على أهمية اكتساب المؤسسة لحصص سوقية جديدة تنعكس على معدلات النمو والربحية، وهي أهداف تسعى المؤسسة إلى تحقيقها، وبذلك يرى أن تنافسية المؤسسة هي: « قدرتها على تحقيق نتائج تفوق

المعدل الذي تحققه نظيراتها في نفس القطاع؛ فهي تعكس قدرتها على الصراع من أجل الحصاص السوقية» (فراحتية، 2014-2015، ص 164).

في حين أورد الفريق الوطني الأردني للتنافسية التابع لوزارة التخطيط الأردنية، تعريفا للتنافسية بأنها: «القدرة على تزويد المستهلك بمنتجات وخدمات بشكل أكثر كفاءة وفعالية من المنافسين الآخرين في السوق الدولية، وقدرة قطاع شركات صناعية معينة على تحقيق نجاح مستمر في الأسواق الدولية دون الاعتماد على الدعم والحماية الحكومية» (النسور، الأداء التنافسي لشركات صناعة الأدوية الأردنية في ظل الانفتاح الاقتصادي، 2009، ص 16).

ومن استقراء التعاريف السابقة، يمكن القول بأن التعريف المناسب للتنافسية على صعيد منظمات الأعمال يتمثل في: القدرة على إنتاج السلع والخدمات بالتنوع الجيدة المتميزة عن منتجات منظمات الأعمال المنافسة والسعر المناسب وفي الوقت المناسب، وهذا يعني تلبية حاجات المستهلكين بشكل أكثر كفاءة من المنشآت الأخرى نتيجة جهود الإبداع والتطوير التي تقوم بها، مما يؤدي إلى نجاح مستمر لهذه المنظمة على الصعيدين المحلي والعالمي في ظل غياب دعم حكومي، وذلك من خلال رفع إنتاجية عوامل الإنتاج مما يكسبها القدرة على البقاء والاستمرارية (براهمية، 2016، ص 134).

4.3 الميزة التنافسية (L'avantage Concurrentiel):

حسب ما أجمعت عليه الأدبيات الاقتصادية: فإن مفهوم الميزة التنافسية يرجع إلى كتابات البريطاني شامبرلان (CHAMBERLAIN) سنة 1939، غير أنه ارتبط ارتباطا وثيقا بالمفكر الاقتصادي الأمريكي ميشال بورتر (MICHAEL PORTER)، الذي أثبت أن الميزة التنافسية ترتبط أساسا بمنظمة الأعمال لما تحققه من قيمة مضافة لزيائنها أساسا (طرطار، 2011، ص 356)، وما تخلقه من ثروة تزيد من نمو وتطور الدولة بصفة عامة.

وينظر بورتر إلى الميزة التنافسية على أنها: «مركز متميز تحققه المؤسسة على منافسها يساعدها على جذب الزبائن ويصعب تقليده ومجاراته، ويتحقق هذا المركز من خلال تقديم قيمة متفوقة أو رخيصة المستوى، وبأسعار أقل بالنسبة لأسعار المنافسين وبمنافع متساوية، أو بتقديم منافع مترادفة في المنتج تعوض بشكل واسع الزيادة السعرية المفروضة، وأضاف إلى

أن الميزة التنافسية تنشأ بمجرد توصل المؤسسة إلى اكتشاف طرائق جديدة أكثر فعالية من تلك المستعملة من قبل المنافسين؛ حيث يكون بمقدور المؤسسة تجسيد هذا الاكتشاف ميدانياً؛ أي بمجرد إحداث عملية الابتكار بمفهومه الواسع» (علاش، 2011، ص 438).

في حين يعرف عالم التسويق الدولي الأمريكي فليب كوتلر (PHILIP KOTLER)، الميزة التنافسية على أنها: « قدرة المؤسسة على أداء أعمالها بالشكل الذي يصعب على منافسها تقليدها، ويمكن تحقيقها بواسطة تنفيذ وظائف تعمل على خلق القيمة في مجالات تقليل التكاليف مقارنة بمنافسها، أو العمل على أدائها بأساليب تقود إلى التميز» (فلاق، 2013-2014، ص 102).

وبتحليل التعاريف السابقة يمكن تعريف الميزة التنافسية لمنظمات الأعمال بأنها: الخاصة التي تنفرد بها منظمة الأعمال في أحد أنشطتها الإنتاجية أو التسويقية أو التمويلية أو الإدارية دون غيرها من منظمات الأعمال، التي لها نفس النشاط وتستطيع المحافظة عليها وتنميتها وتطويرها، عن طريق إيجاد طرائق إبداعية جديدة تسمح لها بالتطور والتقدم؛ دون أن تتمكن مثيلاتها من تقليدها أو التفوق عليها، مما يجعلها تتبوأ مراكز ريادية في السوق، وبالتالي القدرة على البقاء والاستمرارية بغير أن تتأثر بالتقلبات التي تحدث في محيطها. ونستنتج من هذا التعريف أن للميزة التنافسية خصائص أساسية تتمثل في الآتي (قرش و عشي، 2014، ص 59):

- ميزة فريدة من نوعها (أصالة)؛

- أعلى بشكل كبير؛

- قابلة للتكيف مع مختلف الحالات؛

- من الصعب تقليدها؛ أي لا تستطيع المنظمات المنافسة مجاراتها وتقليدها على الأقل في المديين القصير أو المتوسط، نتيجة لعدم القدرة على تحديد العوامل التي بواسطتها يتم تحقيق الأداء المميز؛ كون منظمة الأعمال صاحبة الميزة التنافسية ابتكرت طرائق وعمليات إنتاجية فريدة من نوعها (حامدي، 2015-2016، ص 109).

كذلك من خصائص الميزة التنافسية (حامدي، 2015-2016، ص 108-109):

- القيمة: وتظهر خاصية التميز لدى منظمة الأعمال باكتساب منتجاتها لقيمة لا تنافسها قيمة المنظمات المنافسة، وبالتالي تتمكن من المحافظة على زبائنها لمدة طويلة عن طريق تعظيم القيمة المدركة لديهم، ويظهر هذا الشرط من خلال القدرة على إشباع حاجات ورغبات عملائها بشكل أفضل من المنافسين.

- الديمومة: يجب أن تمتاز الميزة التنافسية بالاستدامة وإلا فقدتها في مدة قصيرة؛ خاصة وأنه بالنظر لسرعة التطور التكنولوجي في عصرنا؛ فإن أي منتج أو ابتكار إلا ويتقادم بسرعة فائقة، ومن ثم يتعين على منظمة الأعمال تنمية وتطوير قدراتها وإمكانياتها المتوفرة، للمحافظة على ميزتها التنافسية قدر المستطاع.

- عدم الإحلال: والقصد بهذه الميزة هو كون المورد الذي يدخل في تحقيق الميزة التنافسية لا يمكن تعويضه بآخر، إلا إذا كان المورد الجديد له قيمة أكبر منه حيث لكل مورد قيمته.

4- العلاقة بين الإبداع واستراتيجية التميز لدى منظمات الأعمال:

يرتبط تطور منظمة الأعمال وقدرتها على التنافس ارتباطا وثيقا بقدرتها على البحث والإبداع؛ حيث يقول الاقتصادي الألماني روزنزويك (ROSENZWEIG): « لكي تستطيع منظمة الأعمال أن تعيش، لابد أن تلجأ إلى الإبداع واتباع نظام للتكيف مع البيئة وإبداع ما يتناسب معها » (قبطان، 2015، ص 178)؛ فالترزايد المذهل لعدد المنظمات الذي يغذيه تنافس عالمي كبير، أدى إلى تصاعد الاهتمام بالإبداع والتركيز عليه؛ إذ أن القدرة على الإبداع تحولت إلى مصدر أساسي وجوهري لاكتساب الميزة التنافسية، شأنه شأن التكلفة، الجودة... إلخ؛ بل أن المنظمات أصبحت تدرك أكثر من أي وقت مضى؛ بأن الإبداع هو المصدر الأكثر قوة في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة (الشايح و بن عمور، 2013، ص 11)، وأصبح دوره مهما في تدعيم استراتيجياتها وتعزيزها؛ فبواسطته تتمكن من تحسين جودة منتجاتها وتحصل على عوائد مالية معتبرة، لانفرادها بميزة المنتجات الجديدة (استراتيجية التميز).

ويمنح الإبداع القدرة على التكيف مع متغيرات البيئة الداخلية والخارجية ومواجهة ضغوطها وتحدياتها؛ إذ أن الأفكار الإبداعية تساعد منظمات الأعمال على الصمود أمام كل

ما من شأنه أن يؤثر في وجودها واستمرارها، عن طريق الاستغلال الأمثل للموارد المالية والبشرية والتكنولوجية؛ فأحيانا تكون للمنظمات المتنافسة نفس الإمكانيات المتاحة لاكتساب ميزة تنافسية واحدة، إلا أن أحدها تتفوق على باقي المتنافسين بعامل الوقت؛ فتختزل إنتاج وتقديم وتسليم المنتجات في زمن قصير وتتفوق في هذا المجال من خلال ما يسمى بالوقت الإبداعي، الذي يعتبر من أهم الثروات ليس فقط في مجال الأعمال؛ بل في حياة الإنسان ككل (واكلي، 2014-2015، ص ص 108-117) (حميدي، 2014، ص ص 283-284) وللإبداع أهمية كبيرة في تحقيق الميزة التنافسية لمنظمات الأعمال وتطوير عائداتها المالية؛ فقد كشفت دراسة اقتصادية متخصصة حديثة، صدرت عن الشركة العالمية المتخصصة في مجال الاستشارات الإدارية الاستراتيجية (BOOZ and COMPANY)، شملت الشركات الأولى عالميا في الإنفاق على البحث والتطوير في سنة 2011؛ حيث خلصت الدراسة إلى أن الشركات الأكثر ابتكارا دائما تكون متفوقة من حيث نمو الإيرادات ونسبة الأرباح المحققة، في حين أن الإنفاق على البحث والتطوير لا يضمن دائما ارتفاع الأرباح المالية، وما يؤكد ذلك هو أن شركات (3M, APPLLE et GOOGLE) التي احتلت المراكز الثلاثة الأولى في الابتكار قد احتلت المراتب على التوالي 86، 53 و 26 من حيث الإنفاق على البحث والتطوير بين شركات الابتكار الألف الأولى عالميا (علاش، 2011، ص 439)؛ أي أنها لم تكن في المراتب الأولى من حيث مخصصات الإنفاق ومع ذلك احتلت المراتب الثلاثة الأولى في الإبداع، الذي جعلها تحتل الصدارة والمكانة العالمية من حيث الشهرة والعائدات المالية.

5- خاتمة:

إجمالا، يمكن القول بأن التسيير لاستراتيجي يهدف إلى تحقيق الغاية التي وضع من أجلها، والمتمثلة أساسا في إيجاد منظمات أعمال منتجة للثروة وتسمى باستمرار إلى كسب ميزة تنافسية دائمة، ويكون لها موطأ قدم في الأسواق الوطنية والعالمية. ومن هذا المنطلق، يبرز الدور المهم للتسيير الاستراتيجي المبني على الأسس والقواعد العلمية الحديثة في تطوير أداء وكفاءة منظمات الأعمال؛ فالإدارة الاستراتيجية الحديثة القائمة على توظيف القواعد العلمية في عمليات التسيير واتخاذ القرارات، من شأنها أن تضمن

النجاح والاستمرارية وكسب مفهوم التميز لمنظمات الأعمال، وبالتالي تؤهلها لمواجهة كل التحولات المضطربة في بيئة الأعمال؛ ومن ثم فلا مجال لأساليب التسيير التقليدية القائمة على العشوائية والصدفة والروتين في عمليات التسيير واتخاذ القرارات .

كما أنه يمكن القول بأن التسيير الإداري الاستراتيجي المؤسس على قواعد علمية؛ لا يكفي لوحده لحل المشاكل التنظيمية والاقتصادية لمنظمات الأعمال، ما لم يتولى تنفيذه مسير قادر على الإبداع وخلق الأفكار، لإكساب منظمة الأعمال ميزة تنافسية، والعمل على ديمومتها والمحافظة عليها بالشكل الذي يساهم في خلق القيمة ورفع الكفاءة والفعالية، في ظل تحرر الأسواق نحو العالمية وثورة التقنية المتسارعة؛ فمن منطلق الرجل المناسب في المكان المناسب تظهر أهمية المسير ودوره الكبير داخل المنظمة في صنع الفارق والتميز، وكذا تأثيره على مستقبلها بالسلب أو بالإيجاب، في ظل سوق تحكمه قواعد المنافسة والبقاء للأقوى اقتصاديا.

6. الهوامش:

المصادر:

Code de Travail Français. (s.d.). Consulté le 12 25, 2021, sur <https://www.legifrance.gouv.fr>

الكتب:

شارلزهل جاريت جونز. (2001). الإدارة الاستراتيجية (مدخل متكامل). (محمد رفاعي رفاعي ، و محمد سيد أحمد عبد المتعال، المترجمون) الرياض، السعودية: دار المريخ للنشر.

العياري كمال. (2011). المسير في الشركات التجارية (الشركات خفية الاسم) (المجلد 2). تونس: منشورات مجمع الأطرش للكتاب المختص.

الكواري علي خليفة. (يونيو، 1981). دور المشروعات العامة في التنمية الاقتصادية (مدخل إلى دراسة كفاءة أداء المشروعات العامة في أقطار الجزيرة العربية المنتجة للنفط). عالم المعرفة. سلسلة كتب ثقافية شهرية يصدرها المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب.

المجلات:

- براهمية إبراهيم. (2016). التسيير الاستراتيجي للتكلفة مدخل لاتخاذ القرار وتحسين تنافسية المؤسسة الاقتصادية (دراسة حالة المؤسسة الصناعية للعتاد ENIEM فرع EIMS الصحي). *مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا*, 12 ، 15 . الشلف، مخبر العولمة واقتصاديات شمال إفريقيا، جامعة حسيبة بن بوعلي.
- حميدي عبد الرزاق. (03, 2014). الإبداع كمدخل لتطوير تنافسية المؤسسة الاقتصادية (مع الإشارة لحالة الجزائر). *مجلة العلوم الإنسانية* (34-35).
- خضير ارادن حاتم. (12, 2008). أثر الإبداع الاستراتيجي في الحد من مظاهر الفساد الإداري (دراسة تحليلية لآراء عينة من مدراء الشركة العامة لصناعة البطاريات). *مجلة رماح للبحوث والدراسات* (4).
- رجراج، ا. (2015). دور الإبداع في تحسين الأداء الصناعي للمؤسسة. *مجلة علوم الاقتصاد والتسيير والتجارة*. (31)
- سمسوم عائشة. (2016). تنمية الإبداع التنظيمي ضمن نموذج التخطيط الاستراتيجي للموارد البشرية في المؤسسة. *مجلة الاقتصاد الجديد*, 1 (14).
- الشايح علي، وسمير بن عمور. (06, 2013). الإبداع والابتكار كمدخل استراتيجي لتطوير المناولة الصناعية في الجزائر. *مجلة رماح للبحوث والدراسات* (11).
- طرطار أحمد. (06, 2011). الميزة التنافسية واستراتيجيات التنافس كمدخل لترشيد أداء المؤسسة الاقتصادية. *مجلة العلوم الإنسانية* (22).
- عامر أحمد عامر، وجميلة أحسن. (2011). أهمية التسيير الاستراتيجي في تحقيق الجودة الشاملة في المؤسسات التي لا تهدف للربح: مؤسسات التعليم العالي. *المجلة الجزائرية للعولمة والسياسات الاقتصادية (جامعة الجزائر3)*. 2 (1).
- علاش أحمد. (07, 2011). دور الابتكار المستمر في ضمان المركز التنافسي للمؤسسات الاقتصادية والدول. *مجلة العلوم الإنسانية* (31-32).
- قبطان شوقي. (06, 2015). ثلاث سمات محورية لأجواء عمل داعمة للإبداع في المؤسسة الصناعية (الاستقلالية في العمل، تقبل المخاطرة في العمل، ثقافة الاعتراف)، دراسة مقارنة بين وحدة إنتاج مواد التنظيف ووحدة إنتاج الحفظات بمؤسسة حياة (الجزائر). *مجلة البحوث والدراسات العليا*, 9 (1).
- قرش، ع., عشي، أ. (11, 2014). دور إدارة علاقة الزبون في تحقيق ميزة تنافسية للمؤسسة (مع أمثلة للمؤسسات الرائدة في هذا المجال). *مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية* 2، العدد الاقتصادي 20. (2)

مزهودة عبد المليك. (04, 2006). التسيير الاستراتيجي للمؤسسات (مقاربة مفهومية وتحديات التنافسية). مجلة الباحث كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة ورقلة، 04.
الرسائل والأطروحات:

بزايد نجاة. (2011-2012). التكوين واستراتيجية تسيير المهارات التسييرية لدى إطارات سوناطراك. أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في علم النفس العمل والتنظيم. وهران، كلية العلوم الاجتماعية، قسم علم النفس وعلوم التربية. جامعة وهران.

بلقيدوم صباح. (2013). أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة (NTIC) على التسيير الاستراتيجي للمؤسسات الاقتصادية. رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة دكتوراه علوم في علوم التسيير. شعبة علوم التسيير، جامعة قسنطينة 02، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير.

بن سهلة صباح. (2015-2016). دور التمكين الإداري في بناء المنظمة المتعلمة (دراسة حالة كليات جامعة محمد خيضر بسكرة). رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في علوم التسيير. تخصص تسيير المنظمات. بسكرة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير، جامعة محمد خيضر.

بوزيان عثمان. (2009-2010). اقتصاد المعرفة وإدارة الأصول الذكية والإبداع. رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص تسيير. تلمسان، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، جامعة أبي بكر بلقايد.

بوظرفة صورية. (2015-2016). القيادة التحولية ودورها في إدارة التغيير التنظيمي في المؤسسة الاقتصادية (دراسة مقارنة بين مجموعة من المؤسسات الاقتصادية الجزائرية). أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم، تخصص علوم التسيير. بسكرة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير، جامعة محمد خيضر.

حامدي محمد. (2015-2016). دور إدارة الجودة الشاملة في تحسين تنافسية المؤسسة الاقتصادية (دراسة حالة عينة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة). أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في علوم التسيير. بسكرة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير، جامعة محمد خيضر.

- حنفي محمد، و محمد نور تبيدي. (فبراير، 2010). أثر الإدارة الاستراتيجية على كفاءة وفعالية الأداء (دراسة قطاع الاتصالات السودانية). رسالة مقدمة إلى لنيل درجة دكتوراه الفلسفة في إدارة الأعمال. الخرطوم، مدرسة العلوم الإدارية، قسم إدارة الأعمال، جامعة الخرطوم.
- ذراع، ع. (2007-2008). دور الإطارات المسيرة في تحقيق الفعالية الاقتصادية للمؤسسة الصناعية في الجزائر (دراسة ميدانية بالمؤسسة الوطنية لعتاد الأشغال العمومية - عين أسمارة - قسنطينة فرع مركبي المجارف والرافعات والمضاغط والرصاصات). مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع، تخصص علم اجتماع التنمية.
- العابد لزهري. (2012-2013). إشكالية تحسين القدرة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر. ، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في علوم التسيير، ، 2012/2013. قسنطينة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير، جامعة قسنطينة 02.
- فراحتية العيد. (2014-2015). دور نظام المعلومات التسويقية في تعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية (دراسة حالة بعض المؤسسات لولاية المسيلة). أطروحة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة دكتوراه علوم، تخصص علوم اقتصادية. ، سطيف، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف 1.
- فلاق محمد. (2013-2014). مساهمة المسؤولية الاجتماعية في تحقيق ميزة تنافسية مستدامة في منظمات الأعمال (دراسة ميدانية في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية الحاصلة على شهادة الايزو 9000). أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير، تخصص إدارة أعمال. الشلف، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي.
- مقري زكية. (2007-2008). نحو تفكير جديد في إدارة الإنتاج في ظل هيمنة التسويق دراسة حالة مجموعة من المؤسسات الوطنية الجزائرية (ملبنة الأوراس بباتنة ووحدة قارورات الغاز بباتنة).. أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم، شعبة تسيير المؤسسات. كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير جامعة الحاج لخضر، باتنة.
- مهديد فاطمة الزهراء. (2015-2016). أثر الثقافة التنظيمية على فعالية صنع القرار بالمؤسسة الاقتصادية (دراسة حالة مجموعة بن حمادي بيج بوعريج). أطروحة مكملة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علوم التسيير، تخصص علوم التسيير. المسيلة، كلية العلوم الاقتصادية، قسم علوم التسيير، جامعة محمد بوضياف.

النسور عبد الحكيم عبد الله. (2009). الأداء التنافسي لشركات صناعة الأدوية الأردنية في ظل الانفتاح الاقتصادي. أطروحة لنيل درجة الدكتوراه في الاقتصاد والتخطيط. اللاذقية، سوريا، كلية الاقتصاد، قسم الاقتصاد والتخطيط، جامعة تشرين.

واكلي كلتوم. (2014-2015). دور الإدارة الفعالة للموارد البشرية في خلق الميزة التنافسية للمؤسسة (دراسة تطبيقية على المؤسسات الجزائرية، حالة مؤسسات المنطقة الصناعية أولاد يعيش، البليدة). رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير. تلمسان، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة أبو بكر بلقايد.

BOUYOUD, F. (2010). *le Management Stratégique de la Responsabilité Sociale des Entreprise*. thèse pour l'obtention du titre de docteur en sciences de gestion, Conservatoire National des Arts et Métiers (CNAM) LIPSOR laboratoire d'investigation en prospective stratégie et organisation.

المداخلات العلمية:

جوال محمد السعيد ، و حسين يرقى. (12-13, 05, 2010). المدير وضرورة التغيير نحو تحقيق الإدارة الفعالة للوقت. البليدة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة سعد دحلب.