

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة 08 ماي 1945 قالمة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم علوم التسيير



مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر
فرع علوم التسيير
تخصص إدارة أعمال مالية

الموضوع:

مقومات الابتكار التكنولوجي في المؤسسة الاقتصادية

دراسة ميدانية - مصبات عم بن عم "CAR" -

تحت إشراف

سوداني أحلام

من إعداد الطالبتين:

الأستاذة:

- غرمول أميرة

- شوابية ليلى

السنة الجامعية: 2012- 2013



شكر و عرفان

الحمد لله حمدا كثيرا طيبا مباركا فيه الذي وفقنا لإكمال هذه المذكرة، والصلاة والسلام على من لا نبي بعده.

نتقدم بخالص الشكر والتقدير للأستاذة المشرفة

"سوداني أحلام"

عرفانا بالفضل والجميل

كما نتقدم بالشكر الجزيل لكل الأساتذة على مدهم يد المساعدة، ونخص بالذكر

الأستاذ "ملايكية عامر"

والحمد لله من قبل ومن بعد.

إهداء

إلى أمي وأبي تعبيرا عن حبي لهما وتقديرا لما قدماه لي

إلى إخوتي و أهلي

إلى زملائي وزميلاتي

إلى كل من علمني حرفا

إلى بلد المليون ونصف المليون شهيد "الجزائر"

أهدي هذه المذكرة المتواضعة راجيتاً من المولى

عز وجل أن تجد القبول والنجاح.

الصفحة	المحتويات
III-I	فهرس المحتويات
VI-IV	قائمة الجداول
IX-VII	قائمة الأشكال
أ- ث	المقدمة العامة
ب	إشكالية الدراسة
ب	فرضيات الدراسة
ب	أهمية الدراسة
ت	دوافع اختيار الموضوع
ت	منهجية الدراسة
ث	هيكل الدراسة
ث	صعوبات الدراسة
35-01	I- مفاهيم أساسية حول الابتكار، التكنولوجيا و الابتكار التكنولوجي
01	تمهيد
02	I-1- المؤسسة الاقتصادية و البحث و التطوير
02	I-1-1- ماهية المؤسسة الاقتصادية
05	I-1-2- ماهية البحث و التطوير
09	I-1-3- تخطيط نشاط البحث و التطوير و إعداد موازنته
11	I-1-4- الإنفاق على البحث و التطوير و قياس نشاطه
12	I-2- الإطار المفاهيمي للتكنولوجيا
12	I-2-1- مفهوم التكنولوجيا و مجالاتها
14	I-2-2- أنواع التكنولوجيا
16	I-2-3- نظريات تكنولوجيا
17	I-2-4- إدارة التكنولوجيا
18	I-3- الإطار المفاهيمي للابتكار
18	I-3-1- إشكالية تعريف الابتكار
22	I-3-2- مراحل العملية الابتكارية
24	I-3-3- إدارة الابتكار
24	I-3-4- أنواع الابتكار
26	I-4- ماهية الابتكار التكنولوجي
26	I-4-1- مفهوم الابتكار التكنولوجي و خصائصه
28	I-4-2- سيرورة الابتكار التكنولوجي
29	I-4-3- درجة الابتكار التكنولوجي
31	I-4-4- الابتكار التكنولوجي في المنتجات و العمليات

35	خاتمة الفصل
67-36	II- مقومات الابتكار التكنولوجي ومعوقاته
36	تمهيد
37	II-1- النظام الوطني للابتكار وتجارب بعض الدول حول الابتكار
37	II-1-1- التطور التاريخي لنظام الوطني للابتكار
38	II-1-2- مفهوم النظام الوطني للابتكار
39	II-1-3- خصائص النظام الوطني للابتكار وأهميته
40	II-1-4- تجارب بعض الدول حول الابتكار
42	II-3- مقومات الابتكار التكنولوجي
42	II-3-1- مقومات إدارة الموارد البشرية
45	II-3-2- المقومات القيادية في المنظمات الابتكارية
46	II-3-3- مقومات تكنولوجيا المعلومات
49	II-3-4- مقومات الثقافة التنظيمية
52	II-3- حماية الابتكارات التكنولوجية
52	II-3-1- براءة الاختراع
55	II-3-2- العلامة التجارية
55	II-3-3- النموذج الصناعي
56	II-3-4- حماية المعلومات السرية
56	II-4- الابتكار التكنولوجي (تجارب أهم الشركات الابتكارية، قياسية ومعوقاته)
56	II-4-1- الشركات الأكثر ابتكارية في العالم
60	II-4-2- قياس الابتكار التكنولوجي
65	II-4-3- معوقات الابتكار التكنولوجي
67	خاتمة الفصل
107-68	III- واقع مقومات الابتكار التكنولوجي في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية
68	تمهيد
69	III-1- تقديم عام لمؤسسة عمر بن عمر
69	III-1-1- التعريف بمؤسسة عمر بن عمر
70	III-1-2- أهداف المؤسسة
70	III-1-3- الهيكل التنظيمي
72	III-1-4- مراحل العملية الإنتاجية
73	III-2- الإطار المنهجي للدراسة الميدانية
73	III-2-1- أسباب اختيار ميدان الدراسة

73	III-2-2- مجالات الدراسة الميدانية
73	III-2-3- العينة وطريقة اختبارها
74	III-2-4- الأدوات المستخدمة في جمع البيانات والأساليب الإحصائية المتبعة
75	III-3- واقع الابتكار التكنولوجي في مؤسسة عمر بن عمر للمصبرات
75	III-3-1- تصنيف التكنولوجيا الموجودة في المؤسسة
77	III-3-2- واقع نشاط البحث والتطوير في المؤسسة
78	III-3-3- الحصة السوقية لمؤسسة عمر بن عمر "CAB"
80	III-4- عرض نتائج الدراسة الميدانية
80	III-4-1- عرض البيانات المتعلقة بالخصائص الشخصية
85	III-4-2- عرض البيانات المتعلقة بمقومات الابتكار التكنولوجي
102	III-4-3- عرض البيانات المتعلقة بمعوقات الابتكار التكنولوجي
105	III-4-3- تفسير النتائج وتوصيات الدراسة
105	خاتمة الفصل
108	الخاتمة العامة
	قائمة المراجع
	الملاحق

المقدمة العامة:

أحدثت التغيرات و التطورات العصرية انقلابا حقيقيا في هياكل النشاط الاقتصادي ، فالتوجه العالمي نحو العولمة و اقتصاديات المعرفة قلبت مراكز الثقل و أعادت تشكيل معادلة القوى الاقتصادية عالميا ، وأحدث تعديلات جذرية على توجهات الدول و المنظمات ، و التي أصبح لزاما عليها التكيف مع تحديات القرن الحالي ، و البحث عن منهج جديد لمواكبة التطور ، لأجل ضمان الاستمرارية و البقاء ، و تحقيق التنمية الاقتصادية .

فعصر العولمة غيّر المفاهيم التقليدية و أدخل الاقتصاديات حقبة جديدة نتيجة للثورة التي أحدثتها الاختراعات و الآلات في فترة الثورة الصناعية ، متجاوزة بذلك عهد الزراعة و الصناعة و الجانب المادي ، و ارتكازها على الجانب اللامادي ، وهذا ما أوصل العالم اليوم إلى قناعة مفادها أن الثروة لم تعد تعبر عن الأرض و رأس المال ، و إنما إمكانيات معرفية موجودة في أذهان القائمين عليها ، و هذا التغيير لم يكن وليد الصدفة، و إنما نتاج لمراحل متعاقبة من الانقلابات و التطورات التي شهدتها التاريخ الاقتصادي .

وقوة الدول و تطورها ونجاحها ، أصبح يقاس في عصرنا الحالي بمدى التقدم الذي تحرزته في مجال استعمال العلم و التكنولوجيا بهدف تحقيق الرخاء الاقتصادي و الرفاهية الاجتماعية ، ولذلك فإن المؤسسة عليها أن تكون يقظة باستمرار لمواكبة تلك التغيرات و التكيف معها . خصوصا أنها دخلت في القرن الحادي و العشرين فوجدت نفسها في تغير كبير عن ذلك الذي كان في الربع الأخير من القرن العشرين و من أبرز خصائصه :

✓ الانتقال من الأسواق المحلية إلى الأسواق العالمية التي أنشأتها التكتلات الإقليمية و من ثم التحول من المنافسة المحلية إلى الدولية .

✓ تحول العميل من عميل محلي إلى عميل عالمي بفعل الثورة التكنولوجية.

✓ اتساع الفجوة التكنولوجية و الإنتاجية بين مؤسسات الدول المتقدمة من جهة و الدول المتخلفة من جهة أخرى .

✓ التوجه نحو اقتصاد المعرفة .

و تحاول الدول المتقدمة إرساء قاعدة الابتكار التكنولوجي من خلال إعادة الاعتبار إلى العون الاقتصادي نظرا لكونه مفتاح و أساس هذا الأخير بما يمتلكه من طاقات فكرية تجعله قادرا على التكيف و التعامل مع أي جديد بكفاءة عالية من جهة ، و من جهة أخرى تسعى للمحافظة على ما تستحوذ عليه من اكتشافات بفضل براءات الاختراع التي توفر لها ميزة احتكارية على المدى القصير، وكذا من خلال الاستثمار في البحث العلمي و التطوير التكنولوجي وذلك بالاعتماد على السياسات و التشريعات الكفيلة بدعمه للاستفادة من المنافع التي يعود بها.

و على غرار المؤسسات العالمية فالمؤسسة الجزائرية معنية بالتكيف مع هذه المستجدات العالمية و مواكبة التطورات في ظل الاقتصاد المعرفي، لذلك من الضروري الوقوف على مقومات الابتكار التكنولوجي في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية و معرفة مدى تجاوبها مع المتغيرات التكنولوجية و المعرفية و الاستفادة منها خاصة و أن الجزائر تملك ثروة لا يستهان بها من القوى الفكرية الخلاقة.

● إشكالية الدراسة:



إن الانتقال إلى اقتصاد المعرفة جعل كل الدول تحشد قواها لمواكبة التطورات و التغيرات السريعة التي لا تقبل الاقصاديات الضعيفة على ساحة المنافسة ، خاصة وأن قوة البقاء تعتمد على ما تملكه الدول والمؤسسات من معرفة و تكنولوجيا عالية. وبناء على ما تقدم يمكن تحديد إشكالية الدراسة في التساؤل التالي :

ما مدى توافر مقومات الابتكار التكنولوجي في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية ؟

و هذا السؤال يقودنا إلى طرح مجموعة من الأسئلة الفرعية أهمها:

- ✓ ما مدى اهتمام المؤسسة الاقتصادية بالبحث و التطوير كمحرك لتعزيز الابتكار التكنولوجي ؟

- ✓ ما مدى مواكبة المؤسسة للتغيرات التكنولوجية ؟
- ✓ ما مدى توفر مقومات الابتكار التكنولوجي في مؤسسة عمر بن عمر و ما هي المعوقات التي تحول دون نجاحه؟

● **فرضيات الدراسة:**

يمكن أن تقوم الدراسة على الفرضيات الآتية لتفسير مشكلة البحث ومحاولة الإجابة عن الأسئلة المطروحة سابقا:

- ✓ البحث و التطوير هو المغذي الرئيسي للابتكارات التكنولوجية.
- ✓ نجاح الابتكار التكنولوجي مرتبط بالمقومات التي تمتلكها المؤسسة.
- ✓ إن العائق الأساسي لدعم الابتكار التكنولوجي في مؤسسة عمر بن عمر يكمن في تكلفة البحث والتطوير.

● **أهمية الدراسة:**

تستمد هذه الدراسة أهميتها من خلال :

- ✓ تساعد الدراسة على إدراك أهمية الابتكار التكنولوجي بالنسبة للمؤسسة الاقتصادية .
- ✓ موضوع الابتكار التكنولوجي من المواضيع التي لا تزال في حاجة إلى المزيد من الجهود لبلورة نظرية متكاملة و إمكانية تطبيقها في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية.
- ✓ الحاجة الماسة لدراسة الابتكار التكنولوجي لأن المؤسسة الاقتصادية في عصرنا الحالي تشهد العديد من التغيرات الجوهرية و التوجهات الجديدة وهذا ما يفرض عليها التركيز و العمل بأساليب وتكنولوجيات جديدة و إطلاق العنان لطاقتها و قدراتها الابتكارية.

● **دوافع اختيار الموضوع :**

- ✓ التغيرات العالمية نحو اقتصاد المعرفة ، وانقلاب المفاهيم التقليدية القائمة على العلم والابتكار.
- ✓ - إهمال مسؤولي المؤسسات لجانب الابتكار وخاصة في مجال التكنولوجيا واعتباره أمرا ثانويا، الشيء الذي جعل من المؤسسات تعاني من عدم قدرتها على المنافسة ، وبالتالي خطر الخروج من السوق.
- ✓ الصعوبات و التحديات المفروضة أمام المؤسسات و الدول للحاق بركب التطور ، و موقفها من الابتكار التكنولوجي و العناصر المساهمة في تطويره
- ✓ محاولة تسليط الضوء على اهتمام الدول بالابتكار التكنولوجي و تشجيعنا له.



✓ رغبة منا في دراسة المواضيع الحساسة و الجديدة المطروحة أمام المؤسسات و الدول و التي من شأنها تطويرها، بالإضافة إلى قلة الدراسات و الأبحاث التي تناولت هذا الموضوع سواء على مستوى جامعة قالمة أو على المستوى الوطني.

• منهجية الدراسة :

تبعاً لطبيعة الموضوع المراد معالجته وكذا طبيعة ونوع المعلومات المتوفرة عنه وطريقة تحليلها تفرض علينا استخدام مناهج معينة تنسجم مع هذه الدراسات، إذ يمكننا الاعتماد عليها في الإجابة على الإشكالية المطروحة والتساؤلات الفرعية، وتتمثل هذه المناهج في :

- ✓ المنهج الوصفي في الجزء النظري للدراسة، من خلال المراجع و الرسائل العلمية التي تناولت هذا المدخل سواء من الناحية الأكاديمية أو التطبيقات العملية لبعض المنظمات التي طبقت هذا المدخل بنجاح، وكذلك المواقع الإلكترونية و الأبحاث و أوراق العمل المقدمة في المؤتمرات ذات العلاقة بموضوع الدراسة بما يسهم في تشكيل خلفية علمية يمكن أن تفيد في إثراء الجوانب المختلفة للدراسة.
- ✓ استخدام منهج دراسة حالة للتعرف على مواقف العاملين بمؤسسة عمر بن عمر.
- ✓ واعتماد المنهج التحليلي لتحليل الأفكار و النتائج المتوصل إليها من استقراء الأشكال والجدول.

• هيكل الدراسة :

لدراسة الموضوع والإجابة عن التساؤلات المطروحة سابقاً، قسمت هذه الدراسة إلى ثلاث فصول رئيسية :

- ✓ الفصل الأول : تضمن إطاراً نظرياً ومفاهيمياً للابتكار والتكنولوجيا و الابتكار التكنولوجي، حيث قسم هذا الفصل إلى أربعة مباحث إذ تم التعرض في المبحث الأول إلى المؤسسة الاقتصادية و البحث و التطوير، تخطيط نشاط البحث و التطوير و إعداد موازنته ثم الإنفاق على البحث والتطوير.
- أما في المبحث الثاني تم التطرق إلى مفاهيم أساسية حول التكنولوجيا من مفهوم التكنولوجيا و مجالاتها مروراً بأنواعها ونظرياتها وصولاً إلى إدارتها . و يتناول المبحث الثالث الإطار المفاهيمي للابتكار . أما المبحث الرابع فقد تناولنا فيه ماهية الابتكار التكنولوجي من خلال التطرق لمفهومه و خصائصه مروراً بسيرورته و درجاته وصولاً إلى الابتكار التكنولوجي في المنتجات و العمليات .
- ✓ الفصل الثاني :فقد خصص لدراسة مقومات ومعوقات الابتكار التكنولوجي، و قد قسم إلى أربعة مباحث حيث تناولنا في الأول النظام الوطني للابتكار التكنولوجي و تجارب بعض الدول، كما ركزنا في المبحث الثاني على مقومات

الابتكار التكنولوجي من مقومات إدارة الموارد البشرية و القيادة و الثقافة التنظيمية و أخيرا مقومات تكنولوجيا المعلومات . أما في المبحث الثالث فقد تطرقنا إلى حماية الابتكار التكنولوجي وفي نهاية الفصل تعرضنا لقياس الابتكار التكنولوجي و تجارب أكثر الشركات الابتكارية في العالم وأهم معوقاته .

✓ الفصل الثالث : تضمن واقع الابتكار التكنولوجي في مؤسسة عمر بن عمر للمصبرات حيث تم إسقاط مختلف جوانب القسم النظري على المؤسسة وهذا من خلال تقديم المؤسسة إلى جانب التعرف على واقع البحث والتطوير فيها وأخيرا محاولة تقييم الابتكار التكنولوجي وأهم معوقاته في المؤسسة .

• صعوبات الدراسة :

- تتمثل أهم الصعوبات التي واجهتها أثناء إعداد هذه الدراسة في :
- ✓ ندرة المراجع المتخصصة في الابتكار التكنولوجي .
 - ✓ صعوبة إيجاد مؤسسة متخصصة للقيام بالدراسة الميدانية لتبني مفهوم الابتكار التكنولوجي.
 - ✓ كما واجهتنا صعوبة فهم العاملين لطبيعة الموضوع وعدم تقديم المعلومات الكافية

تمهيد :

إن التطورات الحاصلة عملت على خلق عصر أصبحت الأهمية فيه للعلم و التكنولوجيا . و لأجل ذلك تتسارع الدول بغرض اكتساب تكنولوجيا من خلال الاهتمام بمجال الابتكار التكنولوجي . و لقد أثبتت الدراسات الأهمية القصوى التي يتصف بها هذا الأخير في تحريك عجلة الاقتصاد . و من جعل الدول تتقلد الصدارة .

ويمكن مجال الاهتمام بالابتكار التكنولوجي بالاستثمار في البحث العلمي و التطوير التكنولوجي بالإضافة إلى تدريب الموارد البشرية لأجل الاستفادة من قدراتهم الفكرية . و لقد قامت الدول المتقدمة بسن القوانين و التشريعات للحفاظ عليه و ذلك من خلال براءة الاختراع .

I-1- المؤسسة الاقتصادية و البحث و التطوير:

I-1-1- ماهية المؤسسة الاقتصادية:

تعتبر المؤسسة الاقتصادية نواة أساسية في الاقتصاد تؤثر فيه بشتى الطرق و العوامل و في مختلف النواحي الاجتماعية و الحضارية و لا تعد المؤسسة الاقتصادية بمثابة عون اقتصادي فحسب بل تتعداه إلى كونها نتيجة و موزعة للدخل و اليد العاملة على تداول المنتجات .

1-1-1-1- مفهوم المؤسسة الاقتصادية :

لا يوجد تعريف و حيد و شامل للمؤسسة الاقتصادية ، نظرا لتعدد أنواعها و فروعها الاقتصادية . و يظهر ذلك من خلال تعدد التعاريف .

فقد عرفها FRANÇOIS PEROUX بأنها: " منظمة تجمع أشخاص ذوي كفاءات متنوعة ، و تستعمل رؤوس أموال و قدرات ، من أجل إنتاج سلعة ما والتي يمكن أن تباع بسعر أعلى مما تطلبته"¹.

كما عرفها مكتب العمل الدولي على أنها: " كل مكان لمزاولة نشاط اقتصادي ولهذا المكان سجلات مستقلة"².

من التعريفين السابقين يمكن استخلاص التعريف الآتي:

المؤسسة الاقتصادية هي كل تنظيم اقتصادي مستقل ،هدفه دمج عوامل الإنتاج و اتخاذ القرارات من أجل الإنتاج أو تبادل السلع أو الخدمات مع أعوان اقتصاديين آخرين ، بغية خلق قيمة مضافة أو تحقيق نتيجة ملائمة .

2-1-1-1- أهداف المؤسسة الاقتصادية:

يسعى أصحاب المؤسسات الاقتصادية العمومية منها والخاصة ، إلى تحقيق عدة أهداف تختلف وتتعدد حسب طبيعة ومدى نشاطها . ولهذا يمكن تلخيص أهداف المؤسسة الاقتصادية في البنود التالية :

1. تحقق المؤسسة هدفين في نفس الوقت ، هما تغطية طلب المجتمع و تحقيق الأرباح .
2. تلبية حاجات المجتمع من خلال تقديم السلع و المعدات و طرح منتجات في الأسواق بالإضافة إلى إشباع حاجات و رغبات العاملين.³
3. تدريب العاملين المبتدئين ورسكلة القدامى.
4. إدخال وسائل تكنولوجية للمؤسسة للتقليل من تكاليف الإنتاج.
5. الاعتماد على البحوث لتطوير و زيادة ربحية المنظمة.⁴

3-1-1-1- أنواع المؤسسات الاقتصادية:

1 - ناصر داداي عدون، "اقتصاد المؤسسة"، دار المحمدية، الجزائر، 1998، ص:50.
2 - عمر صخري، "اقتصاد المؤسسة"، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط1، دون سنة، ص:24.
3 - محفوظ جودة، "منظمات الأعمال: مفاهيم ووظائف"، دار حامد للنشر و التوزيع، عمان، 2004، ص:18.
4 - ناصر داداي عدون، مرجع سبق ذكره، ص:20.

نتيجة الظروف المحيطة بالمؤسسة فهي تتخذ عدة أشكال و أنواع ، نذكر من بين هذه الأسباب ظروف نشاط المؤسسة ونوع الخدمة المقدمة إلى الزبائن و حجم رأس المال . وكل هذه الأسباب أدت إلى ظهور عدة أنواع من المؤسسات :

1. أنواع المؤسسات الاقتصادية حسب الشكل القانوني:

يضم هذا النوع من المؤسسات نوعين أساسيين هما:

- ✓ المؤسسة الفردية: وهي التي تعود ملكيتها لشخص واحد هو المنظم و المسير و الممول.
- ✓ الشركات: الشركة عقد بمقتضاه يشترك شخصان أو أكثر لأجل القيام بمشروع مالي مشترك بغية اقتسام ما تبقى من الربح أو الخسارة.¹ وتتضمن الشركات الأنواع التالية:
 1. شركات التضامن: وهي عبارة عن شركة يتم فيها تعاقد بين شخصين أو أكثر وأيضا توفر شرط الأهلية والاحتراف التجاري ، حيث يقوم الأفراد بتقديم رؤوس الأموال ويحاولون منح اسم لهذه الشركة إما بوضع أسمائهم كلهم أو اسم أحدهم زائد كلمة شركائه.²
 2. شركات المساهمة: تتمتع بالشخصية القانونية ، تقوم على الاعتبار المالي ، يتكون رأسمالها من مجموع ما قدمه الشركاء من حصص.
 3. شركات التوصية: ونجد في هذه الشركة نوعين من الشركاء ، شركاء متضامنون وشركاء موصون فالنوع الأول يتحملون التزامات الشركة وذلك عن طريق دفع ديونها بينما النوع الثاني يقومون فقط بالمشاركة برؤوس الأموال وليس لهم علاقة بالتزامات الشركة و إدارتها.³
 4. شركات ذات المسؤولية المحدودة: وتتمثل تلك الشركة التي يكون شركائها مسؤولين إلا بحدود حصتهم وتتخذ الشركة اسما خاصا ويجوز أن يكون اسما مستمدا من غرضها ويمكن أن يتضمن عنوانها اسم شريك أو أكثر.⁴

2. أنواع المؤسسات الاقتصادية حسب الملكية: وتضم ثلاث أنواع هي:

- ✓ المؤسسة الخاصة: وهي مؤسسة تقوم على الملكية الفردية، وتهدف أساسا إلى الربح. ومنها ما يملكه شخص واحد بمفرده ، وتسمى بالمؤسسة الفاردة وما يملكه عدة أشخاص وتسمى بالمؤسسات الخاصة.
- ✓ المؤسسة العمومية: تعود ملكية رؤوس الأموال للدولة فهي تقوم بتمويلها والإشراف عليها وأيضا وضع الاستراتيجيات الملائمة من أجل تحقيق الأهداف.
- ✓ المؤسسات المختلطة: يتم دفع رأس المال في هذا النوع من المؤسسات جزء من طرف الدولة وجزء آخر من طرف الخواص، أو تقوم الدولة بشراء من أسهم المؤسسات الخاصة أو تنازل الدولة عن جزء من رأسمالها للخواص.¹

1 - عمار عمورة، "الوجيز في شرح القانون التجاري الجزائري"، دار المعرفة، الجزائر، دون سنة، ص:146.

2: زكي محمود هاشم، "أساليب الإدارة"، المكتبة العالمية للنشر والتوزيع، 2006، ص:256.

3: الطيب بلوط، "قانون الشركات: سلسلة القانون في الميدان"، دون دار النشر وبلد النشر، 2008، ص:229.

4: عمار عمورة، مرجع سبق ذكره، ص:250.

3. أنواع المؤسسات الاقتصادية حسب طبيعة النشاط :

وينقسم هذا النوع إلى أربعة أنواع رئيسية وهي كالتالي:

- ✓ المؤسسة المختصة في النشاط التقليدي: يعتمد هذا النشاط على وسائل بسيطة وعلى العماليدي حيث يتم القيام بعملية التصنيع تليها بعد ذلك عملية التسويق ومن أمثلتها صناعة الزرابي والأواني الفخارية.
- ✓ المؤسسة الزراعية: تقوم هذه المؤسسة بإنتاج مختلف المحاصيل يتحكم في نشاطها عدة عوامل طبيعية وموسمية.
- ✓ المؤسسة الصناعية: يكمن نشاطها الأساسي في العملية التحويلية أي تحويل المواد الأولية إلى منتجات مصنعة ثم تسويقها.
- ✓ المؤسسة التجارية: يقوم هذا النوع من المؤسسات بشراء المنتجات ثم إعادة بيعها.²

2-1-1-I- ماهية البحث و التطوير:

يعد نشاط البحث و التطوير داخل المؤسسات، اذ غذى الرئيسي للابتكارات التكنولوجية وخاصة في المؤسسات الكبيرة تتوفر على ابر وإمكانيات مادية و بشرية معتدلة. حيث كلما ك حجم المؤسسة، كلما أدى ذلك بالضرورة إلى تكوين وظيفة خاصة بالبحث و التطوير فيها.

2-1-1-I- مفهوم البحث و التطوير:

يعرف نشاط أو وظيفة البحث و التطوير بأنه: " كل الجهود المتضمنة في و ايل اعارف اصادق عليها ا حلول فنية، صورة أساليب أو طرق إنتاج ومنتجات مادية استهلاكية أو استثمارية. وتباشر هذه النشاطات إما ا ابر اامعات، أو مراكز البحث التطبيقي، أو ا اؤسسات الصناعية دون اعتبار خاص ا جمها.³"

1 - الطيب بلوط، مرجع سبق ذكره، ص: 253.

2 - محمد أكرم العدلوني، "العمل المؤسسي"، دار بن حزم للطباعة والنشر والتوزيع، عمان، 2000، ص: 14.

3 - عرابة ااج و جغدين نور الدين، "وظيفة البحث و التطوير كأساس لتحقيق ميزة تنافسية جديدة ا اؤسسات الاقتصادية"، ورقة مقدمة للملتقى العلمي الدولي حول ا ارفة ا ظل الاقتصاد الرقمي ومسا اتها ا تكوين ا ازايا التنافسية للبلدان العربية، جامعة الشلف، يومي 27-28 نوفمبر 2007، ص: 03.

وتعرفه منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية (OCDE) بأنه: "عمل إبداعي يتم على أساس نظامية لزيادة مخزون المعرفة بما في ذلك المعرفة بالإنسان والثقافة والمجتمع واستخدام ذلك المخزون لاستنباط تطبيقات جديدة".¹

ومن التعريفين السابقين نخلص أن البحث والتطوير يخدم مجالين أساسيين هما:

1. اكتساب المعرفة والتوسع فيها والزيادة من مخزونها ، وذلك بواسطة البحوث بمختلف أنواعها.
2. استخدام تلك المعارف المكتسبة واستخراج منها تطبيقات جديدة سواء منتجات أو أجهزة ووسائل ومعدات أو أنظمة مختلفة .

2-1-1-2- أنواع البحوث والتطوير :

يتم تقسيم البحوث والتطوير إلى ثلاث أقسام وهي : البحث الأساسي ، البحث التطبيقي والتطوير.

● البحث الأساسي:

يعرف بأنه : "كل مجهود فكري يرمي إلى إنتاج وإضافة معلومات علمية ونظرية إلى حجم المعلومات المتواجدة".

إذ ينحصر دور هذا النوع من البحوث في اكتشاف الحقائق العلمية للزيادة في المعارف واستنباط النظريات و القوانين العلمية الأساسية، يمكن من خلال البحوث الأساسية إنتاج المعرفة النظرية المطلقة.

● البحث التطبيقي:

هو : " تحقيق أصلي يتم انجازه لاكتساب معرفة جديدة موجهة أساسا إلى مجال أو هدف عملي محدد".

فالبحث التطبيقي يهدف إلى إيجاد الحلول للمشكلات وذلك من خلال الاستفادة من النتائج التي تم التوصل إليها في البحوث الأساسية ، وهذا بإجراء اختبارات لتحويلها إلى قيم مادية يمكن استغلالها لاحقا في تطوير منتج مثلا أو تحسين أساليب الإنتاجية.

● التطوير:

يمكننا تقسيم عملية التطوير إلى قسمين و هما:²

1 - مدوكي يوسف، "الإبداع التكنولوجي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة" ،رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2009، ص:49.

2 - أحمد علي عرفة وسمية إبراهيم شلبي، "التسويق والفراغ:القرارات والاستراتيجيات التسويقية"، القاهرة، 1992، ط2، ص:234.

1. تطوير المنتج : إن تطوير المنتج أساسا يتمثل في إعادة تصميم و اختيار المنتج الحالي وتقييمه ، أو في تصميم واختبار وتقييم منتج جديد يطرح لأول مرة ، ومن الجوانب الرئيسية لتطوير المنتج :

- تطوير المنتجات الحالية : و ذلك بإجراء تعديلات في تصميم المنتج ذاته أو تركيبه أو تغليفه أو ما يشبه ذلك، وهذا لمواجهة التغيرات التي تحدث في أذواق وسلوك المستهلكين بالإضافة إلى التغيرات المختلفة في السوق.

- تقديم منتجات جديدة : وهذا عن طريق تطوير منتجات جديدة وتقديمها للمستهلكين لإشباع رغباتهم المتزايدة، أو استهداف أسواق جديدة تسمح بنمو وتوسيع نشاط المؤسسة.

- حذف بعض المنتجات : ويتضمن ذلك مراجعة دورية للمنتجات من أجل حذف بعضها بسبب تقادمها ، أو لأنها لا تلائم حاجات ورغبات المستهلكين بالأسواق.

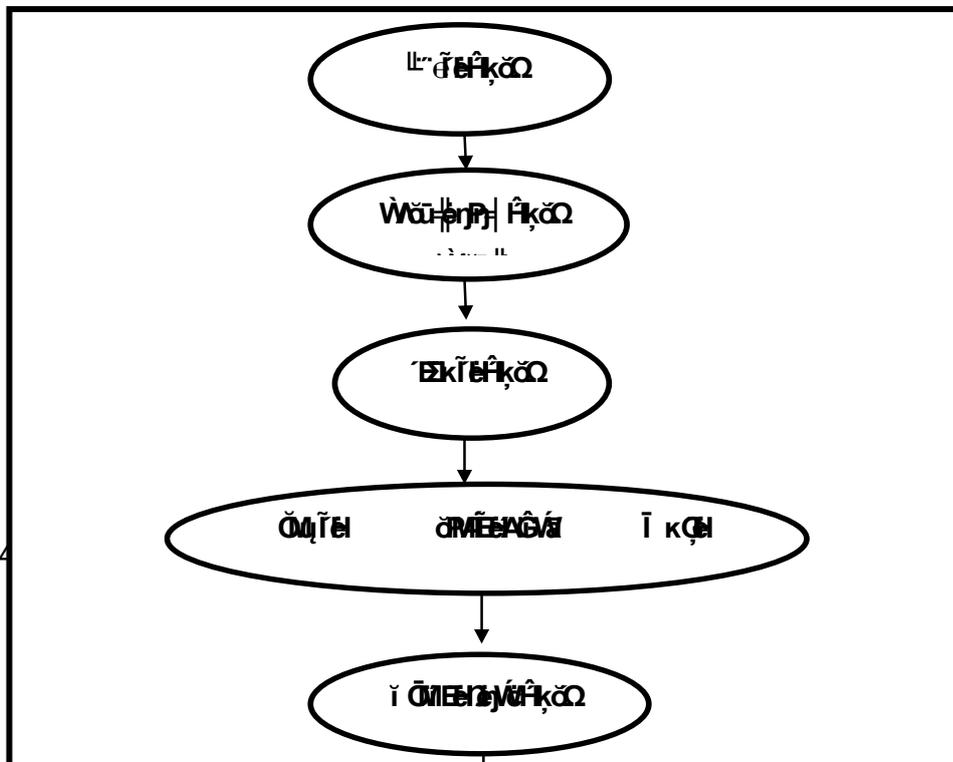
2. تطوير العمليات : إن تطوير العمليات يتعلق بجوانب عديدة بالمصنع منها الآلات والمعدات و المواد و الطرق وإجراءات العمل ، والتخطيط الداخلي للمصنع ، وتصميم الأجزاء التي تستخدم في الإنتاج .

ويجب إعطاء تطوير العمليات نفس أهمية تطوير المنتجات وذلك حتى يمكن تحقيق الفعالية المطلوبة من التطوير.

3-I-1-2- المراحل الأساسية لمشاريع البحث و التطوير:

يكن إظهار المراحل التي يمر بها نشاط البحث و التطوير باختلاف أنواعها وأحجامها في الشكل الموالي:¹

الشكل (01) : المراحل الأساسية لمشاريع البحث والتطوير.



المصدر: أوكيل محمد السعيد، "تسيير و اقتصاد الإبداع التكنولوجي"، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2004، ص:76.

- 1- المرحلة الأولى: وتتمثل في مرحلة التفكير بالقيام بمشروع البحث و التطوير نظرا لوجود أسباب و دوافع (مشاكل) تبرر ذلك كأن يكون هناك ارتفاع في تكاليف الإنتاج، أو انخفاض في رقم الأعمال نتيجة لتدني مستوى جودة المنتجات التي تصنعها المؤسسة مقارنة بمنافسيها... الخ ، و المهم هنا أن البحث و التطوير الذي تقوم به المؤسسة بدون وجود مبررات اقتصادية موضوعية يعتبر هدرا للموارد.
- 2- المرحلة الثانية: وهي المرحلة التي يحدد فيها الهدف أو المطلوب بشكل نهائي واضح و دقيق ، ويجب أن يكون متلائم مع نشاط المؤسسة و في حدود إمكانياتها و مواردها.
- 3- المرحلة الثالثة: وتتضمن هذه المرحلة عملية تجزئ المشروع (مضمون المرحلة الثانية) إلى مخطط مفصل بهدف تحليل و دراسة مجمل المعلومات و المعطيات المتعلقة بالمشروع بدون استثناء ، هذا من شأنه أن يؤدي إلى التأثير في تحقيق الأهداف ، وذلك أن عدم الإلمام بالتفاصيل تعرض للوقوع في أخطاء تقدير الاحتياجات ، و كذلك التدفقات (التكاليف و الإيرادات).
- 4- المرحلة الرابعة: ويتم فيها القيام بانجاز أعمال البحث و التطوير والتصور (التصميم الصناعي) ، ويجدر الإشارة هنا إلى أن مثل هذه العمليات يمكن اللجوء إليها كلها أو بعضها فقط وذلك تبعا لبساطة المشروع أو تعقده.
- 5- المرحلة الخامسة: في هذه المرحلة تصل أعمال و جهود فريق البحث و التطوير إلى وضع النموذج كما تم تصويره ، فإذا كان المشروع يهدف إلى إنتاج منتج جديد ، أو تحسين أو تعديل منتج موجود، فيتم في هذه المرحلة صناعته و تركيبه ليأخذ شكله المادي ولأول مرة . أما إذا كان المشروع يتعلق بطريقة فنية ، فيتم وضعها حسب التسلسل أو التركيبية النظرية المحددة.
- 6- المرحلة السادسة: في هذه المرحلة يتم القيام بكل التجارب الأزمة من أجل التأكد و إثبات صحة المنتج أو أسلوب الإنتاج ، و مطابقة مواصفاته لما تم

تصميمه و تخطيطه من قبل ، ولانجاز ذلك يتم الاستعانة بكل من قسم الإنتاج وكذلك اللجوء إلى عينة من المستهلكين المتطوعين لإبداء آرائهم في ذلك.

7- المرحلة السابعة : بعد انجاز مختلف المراحل السابقة الذكر نصل إلى المرحل الأخيرة التي يتم فيها تنفيذ عمليات الإنتاج المضبوطة ، يخرج المنتج في صورته الجاهزة ، ثم بعد ذلك يتم عملية تسويقه و توزيعه إلى الأسواق و إيصاله إلى المستهلكين النهائيين¹.

3-1-1- تخطيط نشاط البحث و التطوير و إعداد موازنته :

1-1-3-1- تخطيط نشاط البحث و التطوير :

تتم عملية تخطيط نشاط البحث و التطوير بالتأكد من أربعة مجموعات من المتغيرات وهي : تحليل الموارد المتاحة في المؤسسة ، تحليل التقسيم السوقي المستفيد من نتائج البحث و التطوير ، اتخاذ القرار ، ووضع الخطة النهائية و برمجتها.

1- تحليل الموارد المتاحة: تنطوي عملية تحليل الموارد المتاحة حالياً ومستقبلاً في المؤسسة (والتي تخصص لنشاط البحث و التطوير) على الأنواع الأربعة الرئيسية من: الموارد ، أي البشرية ، المادية و المالية ، و المعلوماتية.
أ- الموارد البشرية : يتطلب تخطيط الموارد البشرية تحديد الأفراد العاملين في هذا النشاط ومشروعاته حالياً ومستقبلاً ، بحسب التخصصات و إمكانات التنصيب المؤقت للعاملين من بقية أقسام المؤسسة للاستفادة منهم في تنفيذ فعاليات هذا النشاط.

ب- الموارد المالية : وتتكون من التخصصات التي ترصد في الخطط الإستراتيجية و التشغيلية ، التي تتوافق مع احتياجات نشاط البحث و التطوير ، و مراحل تقدم العمل في مشروعاته.

ت- المعلومات : وتتألف من أنواع المعلومات المتفاوتة في الحجم و النوع و التوقيت و المصادر و كيفية الجمع و التحليل ، وذلك خلال التخطيط الإستراتيجي للنشاط.

2- تحليل التقسيمات المستفيدة : تعتبر عملية تحليل التقسيمات المستفيدة من مخرجات نشاط البحث و التطوير ، و من أهم مقومات عملية التخطيط ، باعتبار البحث و التطوير نشاط يستهدف خدمة تقسيمات المؤسسة ، و يتطلب إنجاز هذه المهمات مايلي²:

أ- حجم المخرجات : أي حجم المنتجات التي يقدمها النشاط ، بحسب طبيعتها ، و كميتها التي تغطي احتياجات التقسيمات المستفيدة في ضوء توسعات أنشطة المؤسسة.

ب- نوع المخرجات: أي طبيعة المخرجات من حيث المواصفات و الاستخدامات، مبنية بحسب التقسيمات المستفيدة و خصوصيتها.

ت- التوقيت: وهي المدة الزمنية اللازمة للوفاء باحتياجات التقسيمات المستفيدة وتلبيتها بحسب متطلبات هذا النشاط ومشروعاته.

1 - نفس المرجع السابق، ص:80.

2 - مدوكي يوسف، مرجع سبق ذكره، ص:241.

3- اتخاذ القرار: تنطوي عملية تحديد أسبقيات نشاط البحث و التطوير و صياغة مشروعاته على المراحل متعاقبة ، تتوافق مع عملية اتخاذ القرار و يعتمد الحل المختار على ما تم تحليله من معلومات ، وهذا بعد تحديد موارد النشاط واختيار التقسيمات المستفيدة.

أ- تحديد الأهداف : تحديد أهداف هذا النشاط في ضوء ما يتوفر لديه ولدى المؤسسة من معرفة وتقنيات ، كما لا بد من صياغة الأهداف بشكل هرمي.

ب- تحديد المشكل : بعد تحديد ما يراد من نشاط البحث و التطوير و مشروعات تحقيقه ، لا بد من تحديد مستوى أدائه الحالي ، و إمكانات مشروعاته القائمة ، لكي يمكن تحديد الأسباب وراء عدم قدرة النشاط حالياً على عدم تحقيق الأهداف و الفرص المتاحة.

ت- تحديد البدائل : نظراً لصعوبة تحديد أهداف البحث و التطوير بشكل نهائي ، فإنه لا بد ان تتوفر بدائل تتيح مجالات أوسع لمتخذ القرار.

ث- تقديم البدائل : لا بد من فرز دقيق لما يتمتع به كل بديل من مواصفات وما يحققه من نتائج .

ج- اختيار البديل الأفضل : حيث يرجع البديل الذي يحقق الأهداف ، ويحل المشكلة¹.

4- حسن وضع الخطة النهائية و برمجتها :

وتتضمن تفصيل المراحل الواجب القيام بها في نشاط البحث و التطوير، والمهام وتوقيتاتها ، مخرجاتها على شكل تطوير مستهدف به التقسيمات المستفيدة، وما يلزم به هذا النشاط خلال مدة الخطة .

ثم تبرمج الخطة بتحديد أسبقيات التنفيذ وربطها بتوافر الموارد المطلوبة ، ويتوافق مع احتياجات المشروعات وبعدها تصاغ الكمية في موازنة لنشاط البحث و التطوير ، مصاغة بالوحدات الكمية والمبالغ النقدية.

2-3-1-I- إعداد موازنة البحث والتطوير:

من أجل تحديد تكاليف مشاريع البحث والتطوير يجب الأخذ في الحسبان المبادئ الثلاثة الآتية:

1- فتح حساب خاص بهذا النشاط من بين حسابات المؤسسة ، باعتبار أن

البحث والتطوير عملية استثمارية تقوم بها المؤسسة.

2- العمل على تحليل تكاليف مرتبطة بوظيفة البحث والتطوير بطريقة مفصلة

، كما يجب تحديد مركز مسؤولية مدير البحث والتطوير.

3- التمييز بين مختلف التكاليف والأعباء حيث يوجد أعباء يمكن تحميلها

مباشرة إلى نشاط و أخرى غير ذلك.

يعد تحضير ميزانية للبحث التطبيقي داخل المؤسسة مسؤولية جد حساسة ، ذلك لأن ارتكاب أي خطأ فيها يؤدي إلى ظهور مشاكل ونزاعات وعادة ما تخصص المؤسسة جزء من رقم أعمالها لتمويل نشاطات البحوث المستقبلية ، والمعيار الشائع الاستعمال في تحديد

1 - نفس المرجع السابق، ص:242.

I- مفاهيم أساسية حول الابتكار، التكنولوجيا والابتكار التكنولوجي

نفقات البحث التطبيقي هو نسبة هذه النفقات إلى قيمة رقم الأعمال في القاعدة الرياضية التالية:1

حجم النفقات المخصصة للبحث والتطوير

رقم الأعمال / المبيعات

ومن خلال ذلك تستطيع المؤسسة تحديد النسبة المخصصة لتمويل نشاطات البحث والتطوير ومن ثم إعداد جدول مفصل تسجل فيه تقديرات التكاليف والأعباء للمشروع.

4-1-1-I- الإنفاق على البحث والتطوير وقياس نشاطه:

1-4-1-I- الإنفاق على البحث:

يحتاج البحث العلمي والتطوير إلى رغبة جادة في توطيد العلم وتأسيس البنية التحتية اللازمة له ، وهو أمر يحتاج إلى مخصصات مالية عالية وهذه المخصصات نجد نسبتها تتفاوت من بلد إلى آخر، وللمقارنة نجد أن النسبة في البلدان المتقدمة اكبر بكثير من البلدان المتخلفة.

جدول(01): معدل الإنفاق من الدخل القومي الإجمالي على البحث و التطوير في عدد من دول العالم في 2002.

الدول	معدل الإنفاق من الدخل القومي الإجمالي	نصيب الجهات الممولة		
		الحكومة	الصناعة	أخرى
أمريكا+ اليابان + السويد	3.1%	20%-30%	55%-70%	4%-10%
ألمانيا + فرنسا + بريطانيا + استراليا + كندا	2.4%	38%	52%	10%
اليونان + البرتغال + اسبانيا	0.7%	54%	35%	11%
تركيا + المكسيك	0.4%	65%-73%	14%-31%	5%
الدول العربية	0.2%	89%	3%	8%

المصدر: داود درويش حلس ، " الإنفاق على البحث العلمي و دوره في جودة نوعية الإنتاج العلمي في الجامعة الفلسطينية " ، بحيث مقدم للمؤتمر التربوي الثالث ، دور التعليم العالي في التنمية الشاملة ، المنعقد في جامعة الأزهر بغزة ، كلية التربية يومي 18- 19 نوفمبر 2009 . www.search.handycafe.com (2013/03/07)

تدني تمويل البحث و التطوير من قبل القطاعات الإنتاجية والخدمية كما هو في البلدان العربية يفسر إلى حد ما محدودية النشاط الابتكاري خصوصا إذا أخذنا في الاعتبار أن التمويل الحكومي تصل قيمته إلى 89 % من مجمل التمويل ، يستهلك معظمه في تغطية رواتب العاملين وهو دليل غياب الوعي المجتمعي بضرورة العلم والعلماء

1 - محمد سعيد أوكيل، مرجع سبق ذكره، صص: 91-94.

وعلى وجود حاجة ملحة لتحفيز المجتمعات العربية للنهوض بمسؤولية تنموية لا غنى عنها في دعم أنشطة البحث و التطوير. وفي الدول المتقدمة يقوم الأغنياء والمؤسسات غير الربحية بتمويل هذه النشاطات كما يقوم القطاع الخاص بتمويل الجزء الأكبر من عمليات البحث و التطوير.¹

2- I-1-4- قياس نشاط البحث و التطوير:

إن الإنفاق على البحث و التطوير يعد استثمار بالغ الأهمية بالنسبة للمؤسسات الاقتصادية يمكن قياس نتائجه بالنسبة للمؤسسة الواحدة من خلال مقياسين هما : مقياس المدخلات ومقياس المخرجات .

1 - مقياس المدخلات : وذلك من خلال:

- ✓ نسبة البحث و التطوير إلى المبيعات: أي (نفقات البحث و التطوير / قيمة المبيعات) .
- ✓ نسبة الباحثين من الموارد البشرية: أي (عدد المهندسين و الباحثين / العدد الكلي للعاملين) .

2 - مقياس المخرجات: وذلك من خلال:

- ✓ عدد براءات الاختراع: أي العدد الكمي لبراءات الاختراع المسجلة من طرف المؤسسة في مدة زمنية معينة، هذا مع الأخذ بعين الاعتبار أن المؤسسات تتكلم على اختراعاتها ولا تصرح بها.
- ✓ كمية المبيعات من المنتج الجديد: تقاس أنشطة البحث و التطوير بكمية المبيعات من المنتج الجديد و بمعدل الزيادة فيها.²

I-2- الإطار المفاهيمي للتكنولوجيا:

I-2-1- مفهوم التكنولوجيا ومجالاتها:

I-2-1-1- مفهوم التكنولوجيا :

يرجع أصل كلمة التكنولوجيا إلى اليونانية التي تتكون من (Techno) تعني التشغيل الصناعي و (Logos) تعني العلم والمنهج ، لذا تعني التكنولوجيا : علم التشغيل الصناعي.³

فمصطلح التكنولوجيا (Technologie) يعني تطبيق الإجراءات المستمدة من البحث العلمي و الخبرات العملية لحل مشكلات واقعية.¹

1- داود درويش حلس ، " الإنفاق على البحث العلمي و دوره في جودة نوعية الإنتاج العلمي في الجامعة الفلسطينية" ، بحيث مقدم للمؤتمر التربوي الثالث ، دور التعليم العالي في التنمية الشاملة ، المنعقد في جامعة الأزهر بغزة ، كلية التربية يومي 18- 19 نوفمبر 2009 ،

www.search.handycafe.com (2013/03/07)

- عبد القادر محمد عبد القادر ، " الاقتصاد الصناعي بين النظرية و التطبيق " ، الدار الجامعية للطباعة و النشر ، 1998 ، ص: 217- 216

3 - غسان قاسم اللامي، "إدارة التكنولوجيا: مفاهيم ومدخلات، تقنيات، تطبيقات عملية"، دار المناهج للنشر والتوزيع

عمان، الأردن ، ط2007، ص: 1، 22

ويمكن تعريف التكنولوجيا على أنها: "حصيلة التفاعل المستمدة بين الإنسان والطبيعة تلك الحصيلة التي تزيد من كفاءة هذا التفاعل بهدف زيادة الإنتاج أو تحسين نوعيته أو تقليل الجهد المبذول".²

وتعرف أيضا بأنها: "العمليات، التقنيات والأعمال المستخدمة لتحويل المدخلات (الموارد، المعلومات، الأفكار) إلى مخرجات (المنتجات والخدمات)".³

من خلال هذين التعريفين الأخيرين نجد أنهما قد ركزا على التكنولوجيا المادية التي تتمثل في المعدات والتجهيزات في حيث أهمل الجزء الغير المادي والمتمثل في الطرق العلمية للتشغيل والاستخدام إن المفهوم الأكثر اتساعا ينطوي على النشطة والمعدات والمعرفة الضرورية إلى جانب ذلك (أي الحاسب الآلي أو الآلات المبرمجة) لتحويل المدخلات التنظيمية إلى مخرجات مرغوب فيها.⁴

وعرفت التكنولوجيا أيضا بأنها: "معرفة كيفية استخدام الأشياء المادية والإجراءات لإنتاج السلع والخدمات وتتعلق هذه المعرفة بالأحكام المتعلقة بكيف، متى ولماذا استخدمت المعدات والإجراءات فضلا عن تتضمنها من المعرفة الحرفية والخبرات الكافية".⁵

ومما سبق يمكننا القول أن التكنولوجيا هي علم الصناعة الذي لا يشمل فقط العتاد والتجهيزات والتقنيات التي يستخدمها الإنسان خدمة لحاجاته ورغباته، بل تحتوي حتى على التنظيم والإدارة وممارسة عملية العمل والقيادة في شتى النواحي التنظيمية، كما أنها نتاج اجتماعي وثقافي يشمل الأفكار، المعتقدات، السلوك وجميع التصورات والقيم التي يستخدمها الفرد من خلال تعامله مع الطبيعة والمجتمع لأن التكنولوجيا قبل أن تكون آلة أو جهازا معيناً فهي فكرة تولدت عن حاجات أو رغبة اجتماعية معينة.

2-1-2-1- أهمية التكنولوجيا:

تحتل التكنولوجيا دورا حيويا في مختلف المنظمات لمساهمتها في تحقيق الأداء المتميز وتحسين وتعزيز مراكزها التنافسية. وقد حققت التكنولوجيا عدة فوائد لعدد كبير من المؤسسات هي:⁶

- 1- تقليل تكاليف العمل المباشرة نتيجة تخفيض القوة العاملة للاستثمار العالي فهي أجهزة الإنسان الآلي.
- 2- زيادة المبيعات وارتفاع مستويات الأرباح بسبب استخدام تكنولوجيا متطورة في مجالات الإنتاج والعمليات.

1 - عبد الباري إبراهيم درة، "تكنولوجيا الاداء البشرى فى المنظمات"، منشورات المنظمة العربية للتنمية، القاهرة، مصر، 2003، ص:26.

2 - قرين علي وهبال عبد المالك، "تسيير الموارد التكنولوجية وتطوير الابداع التكنولوجي فى المؤسسة"، الملتقى الدولي الثالث حول تسيير المؤسسات: المعرفة الركيذة الجديدة والتحدى التنافسي للمؤسسات الاقتصادي، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 13 و15 نوفمبر 2005، ص:77.

3 - غسان قاسم اللامي، مرجع سبق ذكره، ص:23.

4 - ردينة عثمان يوسف وآخرون، "تكنولوجيا التسويق"، دار المناهج، عمان الأردن، ط2004، ص:1، ص:25.

5 - غسان قاسم اللامي، مرجع سبق ذكره، ص:28.

6 - نفس المرجع السابق، ص:41.

3- المساهمة الكبيرة للتكنولوجيا في تحسين الجودة وتقليل نسب الأخطاء في العمليان الإنتاجية.

4- تؤدي التكنولوجيا إلى سرعة أوقات تسليم المنتجات من خلال تقليل أوقات التشغيل والتأخيرات في العمل.

3-1-2-I- مجالات التكنولوجيا:

تتضمن التكنولوجيا ثلاث مجالات أساسية:

- تكنولوجيا المنتج : وتهتم بنقل الأفكار إلى منتجات وخدمات جديدة من خلال تقديم معارف و طرق جديدة لأداء العمل و الإنتاج و التي تتطلب التنسيق و التعاون بين مختلف عمليات المنظمة لتلبية رغبات و احتياجات الزبائن. وتتطلب عملية البحث عن تقنيات جديدة للمنتج إلى التعاون بين أقسام التسويق و العمليات لتحديد كيفية إنتاج السلع أو الخدمات بكفاءة عالية.
- تكنولوجيا العملية: تهتم بالطرق و الإجراءات التي تساهم في أداء الأعمال داخل المنظمة ، فهي عبارة من المكنن و الأجهزة التي تؤدي إلى إنتاج المنتجات أو تقديم الخدمات.
- تكنولوجيا المعلومة: تتركز على التقنيات المتعلقة باكتساب ونقل المعلومة بهدف حصول المنظمة على أفضل القرارات اللازمة لتقديم المنتجات و الخدمات الجديدة.

2-2-I- أنواع التكنولوجيا:

يتم تصنيف التكنولوجيا على أساس عدة معايير:¹

1-2-2-I- على أساس درجة التحكم: تصنيف إلى:

- تكنولوجيا أساسية: وهي تكنولوجيا شائعة كثيرا و تمتلكها كل المؤسسات الصناعية تقريبا و المسلم به أن درجة التحكم فيها كبيرة جدا.
- تكنولوجيا التمايز: وهي على عكس النوع السابق حيث تمتلكها مؤسسة واحدة أو عدد من المؤسسات الصناعية إذا أنها تكون مصدرا لتمييز تلك المؤسسة عن بقية منافسيها المباشرين.

2-2-2-I- على أساس موضوعها: تنقسم إلى:

- تكنولوجيا المنتج: وهي التكنولوجيا المحتواة في المنتج النهائي و المكونة له.
- تكنولوجيا أسلوب الإنتاج : وهي تلك المستخدمة في عمليات التصنيع و عمليات التركيب و المراقبة.

1 - محمد محسن، "التدبير الاقتصادي للمؤسسات"، منشورات الساحل، الجزائر، 2001، ص:40.

- تكنولوجيا التسيير : وهي المستخدمة في معالجة مشاكل التنظيم و تسيير تدفقات الموارد ومن أهم أمثلتها : البرامج و التطبيقات الإدارية ، نظم دعم القرارات ، دعم المديرين... الخ
- تكنولوجيا التصميم : تستخدم في نشاطات التصميم في المؤسسة كالتصميم بمساعدة الحاسوب.
- تكنولوجيا المعلومات والاتصالات: وهي التي تستخدم في معالجة المعلومات و المعطيات و نقلها وتزايد أهميتها باستمرار نظرا للدور الذي تلعبه في جزء من عملية التسيير الذي يعتمد على جمع و معالجة و بث المعلومات.

I-2-2-3- على أساس محل استخدامها: تصنف إلى:

- تكنولوجيا مستخدمة داخل المؤسسة: وتكون درجة التحكم فيها ذات مستوى عال من الكفاءة و الخبرة، و بفضلها تكون المؤسسة مستقلة عن المحيط الخارجي.
- تكنولوجيا مستخدمة خارج المؤسسة : حيث أن عدم توفير هذه التكنولوجيا داخل المؤسسة لأسباب الأخرى ، يجعلها ترتبط بالتبعية للمحيط الخارجي من موردي أو مقدمي تراخيص استغلالها.

I-2-2-4- على أساس درجة التعقيد: تتضمن ما يلي:

- تكنولوجيا ذات درجة عالية: وهي تكنولوجيا شديدة التعقيد ويكون من الصعب على المؤسسات تحقيق استغلالها إلا بطلب المعونة من صاحب البراءة.
- التكنولوجيا العادية : وهي أقل تعقيد من سابقتها ويمكن للفنيين أو المختصين استيعابها بسهولة ، إلا أنها تتميز بضخامة تكاليف الاستثمار.¹

I-2-3- نظريات التكنولوجيا:

يجب أن يكون لكل دولة قاعدة للتكنولوجيا وسياسة وطنية تحدد الأهداف و الموارد و الأولويات و الموازنات و المعايير التكنولوجية ، ومن الضروري التوفيق و التنسيق والتكامل بين التكنولوجيا الوطنية و التكنولوجيا الوافدة ، كما يجب تحديد مصادر تحويل التكنولوجيات من العالم الخارجي . ومن أهم النظريات المفسرة للتكنولوجيا وحرية الحصول عليها عالميا ما يلي:²

I-2-3-1- نظرية عالمية التكنولوجيا:

تؤمن هذه النظرية بأن التكنولوجيا ملك العالم أجمع ، و يجب توفيرها للبشرية جمعاء دون احتكار و تحقيق عولمة العلوم و التكنولوجيا و التعاون بين مراكز الأبحاث في العالم .

I-2-3-2- نظرية توطين التكنولوجيا:

¹ - نفس المرجع السابق، ص:41.

² - فريد النجار، "إدارة الجودة الشاملة"، الدار الجامعية، الاسكندرية، 2007، ص:373.

وتفسر هذه النظرية العلاقة بين التنمية المستدامة و القاعدة الوطنية للعلوم و التكنولوجيا وربطها بالصناعة المحلية بدلا من تصديرها أو تحويلها إلى الخارج . وتلعب الجامعات ومراكز الأبحاث دورا أساسيا في توظيف و تأصيل التكنولوجيا.

3-3-2-I- نظرية نقل التكنولوجيا من الخارج:

وتفترض هذه النظرية أنه من السهولة أن تقوم المؤسسات المحلية بالتعاون مع المؤسسات العابرة للقارات في عملية نقل و زراعة التكنولوجيا في الدولة المضيفة بالترخيص أو المشاركة المتعادلة أو غيرها ، ولكن يجب العمل على تحويل التكنولوجيا المناسبة لكل دولة.

4-3-2-I- نظرية التحالفات التكنولوجية الإستراتيجية:

حيث يتم التفاوض على عملية نقل التكنولوجيات من خلال التحالف الاستراتيجي بين الحكومات أو المؤسسات أو مراكز الأبحاث الخاصة مثلا : ما يتم بين شركات الأدوية والمستشفيات المحلية و العالمية للاتفاق على الأبحاث المشتركة و التجارب العلمية و الميدانية المختلفة و من الضروري التوافق و التنسيق و التكامل بين أطراف التحالف.

فالمنظمة بحاجة إلى اختيار نظرية تفسر أساليب و آليات تعاملها مع التكنولوجيا كما تحتاج إلى إدارة تكنولوجية تسيير وفق فلسفة و إستراتيجية علمية بعيدة عن التفكير غير العقلاني.

4-2-I- إدارة التكنولوجيا :

تعد إدارة التكنولوجيا إحدى قرارات التصميم في إدارة الإنتاج والعمليات التي تتعلق بنظام الإنتاج للمنظمة ، تتحدد في ضوءها طاقة النظام وإقرار المعدات و التكنولوجيا اللازمة و خطة الترتيب المادي للمكائن.

وتعرف إدارة التكنولوجيا بأنها الإدارة التي تتكون وترتبط بعدة فعاليات كالبحث و التطوير، الهندسة و الإدارة لتخطيط و تطوير و تنفيذ القدرات التكنولوجية الحديثة التي تمكن من انجاز الإستراتيجيات العامة للمنظمة، كما أنها تعنى بتحديد الإمكانيات التكنولوجية من خلال البحث و التطوير واختيار التكنولوجيا الملائمة لإنتاج السلع وتقديم الخدمات¹ . وتشمل إدارة التكنولوجيا خمسة أوجه مترابطة كما يلي:

- ✓ عمليات الإنتاج : تتضمن تصميم و ترتيب المكائن ونوع ومزيج المكائن ومعدات تدفق المعلومات و المواد ، والموارد البشرية وأجهزة الحاسب و الصيانة.
- ✓ تصميم المنتج والعملية : يتعلق هذا الجانب بتصميم المنتجات إذ يتضمن المواد والأجهزة والمكونات والخصائص، إضافة إلى تصميم المنتجات والعمليات معا بصيغة الهندسة المتزامنة التي توجه لتحقيق إنتاج ذي عيوب صغيرة.
- ✓ نظم المعلومات: تتضمن طرائق ونظم الاتصالات، والتكامل، ورقابة الإنتاج والتنسيق الشامل.

1 - غسان قاسم اللامي، مرجع سبق ذكره، ص:52.

- ✓ تكنولوجيا الدعم التنظيمي: يتعلق بنظام الإسناد أو الدعم التنظيمي الذي يسهل عملية التحويل وتتضمن الإدارة، الاتصالات، التنسيق، التعلم، والاكتساب والاحتفاظ بالمعلومات ونظم المكافآت و الحوافز.
- ✓ تكنولوجيا المواد: تتعلق بمعرفة واستخدام الخصائص أو الصفات المميزة للمواد، وترابط الأجزاء و الوظائف.

وتتفاعل هذه الأوجه لتحويل المواد إلى مخرجات، والإدارة التكنولوجية الفاعلة هي التي تضمن التحسينات المستمرة والتناسب والتنسيق للأوجه السابقة بالشكل الذي يؤدي إلى تعزيز المميز التنافسية للمنظمة¹.

I-3- الإطار المفاهيمي للابتكار:

يشهد ميدان إدارة الأعمال اليوم ثورة حقيقية في المفاهيم و الممارسات، فقد انتقل التفكير من التركيز على عوامل الإنتاج المادية إلى العوامل غير المادية، كما انتقل الاهتمام من تسيير الثبات و السكون إلى تسيير التغيير والابتكار، نتيجة هذه التطورات تولى المؤسسات الاقتصادية بالغ الاهتمام بالابتكار.

I-3-1- إشكالية تعريف الابتكار:

يعتبر الابتكار من المفاهيم الحديثة المتداولة في أدبيات التسيير، إلا أن أهم الصعوبات التي تواجه الباحثين في هذا المجال هو عدم وجود تعريف شامل ومحدد لمفهوم الابتكار. ولقد تداخلت التعاريف واختلطت بين ما هو إبداع، اختراع، تحسين، تغيير، وابتكار... فهناك من يعتبر هذه المفاهيم ذات معنى واحد وهناك من يميز بينها وسنحاول مناقشة هذه المفاهيم.

I-3-1-1- الاختراع و الابتكار:

ميز روبينز وكولتر (Robbins and Coulter) بين الاختراع والابتكار حيث أن الاختراع يشير إلى التوصل إلى فكرة جديدة بالكامل ترتبط بالتكنولوجيا وتؤثر على المؤسسات، في حين أن الابتكار فإنه يعني التجديد بوصفه إعادة تشكيل أو إعادة عمل الأفكار الجديدة لتأتي بشيء ما جديد².

I-3-1-2- الابتكار و التحسين :

لقد ميز العديد من الباحثين بين الابتكار و التحسين، حيث أن التحسين هو إدخال التعديلات أو تغييرات صغيرة أو كبيرة على العمليات والمنتجات الحالية بما يجعلها أكثر كفاءة أو تنوعا. والواقع أن تراكم التحسينات يحقق ابتكارا جذريا وهي قليلة تحدث في فترات

1 - نفس المرجع السابق، ص:53.

2 - نجم عبود نجم، "إدارة الابتكار: المفاهيم والتجارب الحديثة"، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط2003، ص:17.

I- مفاهيم أساسية حول الابتكار، التكنولوجيا والابتكار التكنولوجي

متباعدة وتتطلب جهود عظيمة واستثمارات ضخمة، لهذا فإن الابتكار التحسيني يقدم بديلا فعالا من أجل التطوير المستمر والمتنوع وملائمة الاستخدامات.¹

3-1-3-I- التغيير و الابتكار:

التغيير هو بديل عن الوضع الراهن أما الابتكار فهو فكرة جديدة تطبق لخلق أو تحسين سلعة أو عملية أو خدمة، إن جميع الابتكارات تؤدي إلى التغيير لكن ليس كل التغييرات ابتكارات باعتبار

أن التغيير يمكن أن لا يتطلب أفكار جديدة أو يقود إلى تحسينات هامة.²

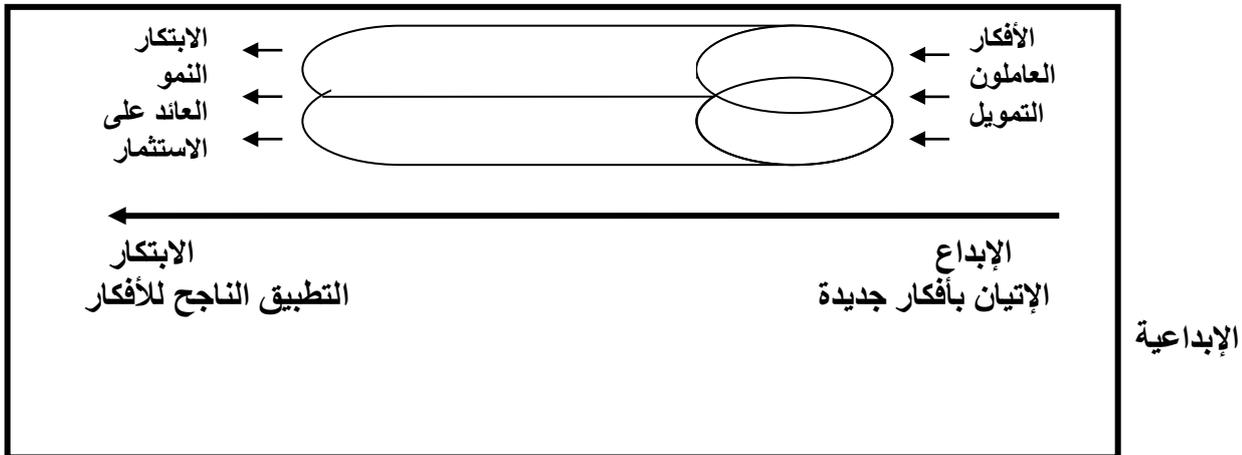
4-1-3-I- الإبداع والابتكار:

لدراسة العلاقة بين مفهومي الابتكار والإبداع نصادف تيارين أساسيين، التيار الأول يضم كل الذين يعتبرون الابتكار والإبداع مصطلحين يدلان على نفس الشيء ويصعب التفرقة بينهما، فالابتكار حسب هذا التيار يقوم على استغلال إبداع أو اختراع في مجال معين. أما التيار الثاني فيعتبر الإبداع والابتكار شيئين مختلفين يمكن أن يكون أحدهما مشتقا من الآخر .

وتبرز في ما يلي بعض الاختلافات بينهما كما جاء بها رواد الفكر الذين كتبوا في هذا المجال :

حيث أشار (cook.2000) إلى أن العلاقة بين الإبداع و الابتكار هي علاقة تكاملية كما يبينها الشكل حيث أن هناك مداخلات المنظمة المبدعة تشمل على الأفكار و العاملين و التمويل تؤدي للإتيان بأفكار غير مألوقة، ومخرجات تشمل على الإبداع و العائد على الاستثمار تؤدي إلى الابتكار من خلال التحسينات المستمرة في الإنتاج و تحقيق مكاسب مادية.

شكل (02): مدخلات ومخرجات المنظمة الإبداعية.



1 - نيجل كينغ ونيل أندرسون، "إدارة أنشطة الابتكار والتغيير: دليل انتقادي للمنظمات"، تعريب: محمود حسن حسني، دار المريخ للنشر، المملكة العربية السعودية، 2004، ص: 41.

2: مدحت أبو النصر، "تنمية القدرات الابتكارية لدى الفرد والمنظمات"، مجموعة النيل للنشر والتوزيع، مصر، 2004، ص: 20.

المصدر: عاكف لطفي خصاونة، "إدارة الإبداع والابتكار في منظمات الأعمال"، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2011، ص:36.

أما الباحثان (Wang and Ahmed , 2002) فقد عرفا الإبداع على أنه عملية التفكير الذهنية و الضمنية الخارجة عن الأنماط التقليدية و التي تعمل على إيجاد أفكار جديدة ذات أصالة وقيمة عالية ، وتعتبر المرحلة الأولى لعملية التحسين المستمرة، بينما يعتبر الابتكار أنه التطبيق لتلك الأفكار و الحلول في الواقع التنظيمي حتى تنتهي بمخرجات للمستفيدين.¹

الاختلاف الأهم بين الابتكار و الإبداع هو أن الابتكار يعمل على خلق قيمة قابلة لتسويق التجاري بينما لا تحدد استعمالات الإبداع بصفة مسبقة في كثير من الأحيان. كما يمكن أن نفرق أيضا بينهما من خلال أن الابتكار يكون سيرورة جماعية مرتبطة بالإنجاز بينما الإبداع هو عمل عادة ما يكون فرديا يتم في مخابر خاصة بصفة منعزلة.²

يمكن أن نعبر عن العلاقة بين الابتكار والإبداع بالمعادلة التالية:

الابتكار = الإبداع + التطبيق.

وبهذا فإن الإبداع هو الجزء المرتبط بالفكرة الجديدة في حين أن الابتكار هو الجزء الملموس المرتبط بتنفيذ أو التحويل من الفكرة إلى المنتج، وعليه فإنه ينظر إلى الإبداع والابتكار كمرحلتين متعاقبتين.³

• مفهوم الابتكار :

لتحديد مفهوم الابتكار تجدر الإشارة إلى ما جاء به أب الاقتصاد الصناعي شومبتير (Shumpeter) بخصوص الابتكار في الوسط الصناعي حيث حدد خمسة أنواع للابتكار هي⁴ : إنتاج سلعة (منتج) جديدة أو اعتماد طريقة جديدة أو إنشاء تنظيم جديد أو فتح سوق جديدة أو الحصول على مورد إنتاج جديد.

ويعرف الابتكار حسب OCDE على أنه : "عبارة عن مجموعة الخطوات العلمية و الفنية و التجارية و المالية اللازمة لنجاح تطوير وتسويق منتجات صناعية جديدة أو محسنة وللاستخدام التجاري لأساليب و عمليات أو معدات جديدة أو محسنة، أو إدخال طريقة جديدة في الخدمة الاجتماعية، وليس البحث و التطوير إلا خطوة واحدة من هذه الخطوات."

ويبدو أن هذا التعريف يتفق مع أفكار شومبتير في جانبين أساسيين:

- 1 - عاكف لطفي خصاونة، "إدارة الإبداع والابتكار في المنظمات"، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2011، ص:37.
- 2 - عامر ملايكية، "واقع وأهمية ابتكار المنتجات في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية"، رسالة ماجستير غير منشورة، تخصص الإستراتيجية والتسويق، جامعة باجي مختار، عنابة، 2006، ص:09.
- 3 - محمد سليمان، "الابتكار التسويقي وأثره على تحسين أداء المؤسسة"، مذكرة ماجستير منشورة، تخصص تسويق، 2007، جامعة المسيلة، ص:28.
- 4 - سهام بوفل، "دور الابتكار في خلق ميزة تنافسية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة"، رسالة ماجستير غير منشورة، تخصص تحليل قطاعي، جامعة قلمة، 2011، ص:10.

✓ الابتكار عن طريق التحسين و التطوير .

✓ الابتكار عن طريق الاختراع والاكتشافات الجديدة.¹

ويعرف الابتكار حسب مير هون على أنه: " عملية إنشاء أفكار جديدة ووضعها في المنافسة"².

وحسب المعجم الاقتصادي المتخصص: "الابتكار هو طرح منتجات و خدمات جديدة في السوق أو وسائل جديدة لإنتاجها، ويسبق هذا الابتكار أبحاث قد تؤدي إلى اختراع ما يطور فيما بعد لخدمة السوق".³

إذن يمكن بلورة تعريف الابتكار على أنه إنجاز وتحقيق أشياء جديدة من خلال تطوير أو ابتكار أفكار جديدة وتحويلها إلى قيمة قابلة للتسويق في شكل منتجات جديدة أو تقنيات جديدة أو طرق فعالة تحدث تغييرات في الوسط والمجال المستهدف مما يسمح بخلق ميزة منفردة .

• خصائص الابتكار:

1. ينبغي أن يمثل الابتكار شيئاً جديداً بالنسبة للمجتمع المراد تطبيقه فيه وجماعة العمل أو المنظمة ككل.
2. المنفعة: أي عمل جديد ومبتكر يجب أن يكون له منفعة أو قيمة
3. الجاذبية والقبول: الابتكار يجب أن يكون مقبولاً من طرف الفرد والمجتمع وأن لا يتعارض مع المعتقدات و الاتجاهات.
4. اختيار الوقت المناسب لتقديم المنتج الابتكاري .
5. أن يكون الابتكار شيئاً جديداً ومقصوداً وليس أمر عارضا.⁴
6. الابتكار بمثابة استعداد أو قدرة عقلية مركبة من أهم مكوناتها: (الطلاقة، المرونة، الأصالة).⁵

• أهمية الابتكار : للابتكار أهمية بالغة تتجلى فيما يلي :

- 1- يعود الابتكار بالنفع على الفرد المبتكر من حيث معنوياته و كذا زيادة ثقته بنفسه.
- 2- يؤدي الابتكار إلى إيجاد أساليب و طرق إنتاج أو منتجات جديدة تجعل المنتجات متميزة.
- 3- يقود الابتكار إلى التطوير المستمر، مما يساعد على مواكبت التغييرات.
- 4- تلبية رغبات و احتياجات المستهلك و لما لا التغلب عليها.

1 - عامر ملايكية، مرجع سبق ذكره، ص:10.

2 - زيد منير عبوي، وسليم بطرس جلدة، "إدارة الإبداع والابتكار"، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان، ط2002، ص:1، ص:20.

3 - نبيل جواد، "إدارة أنشطة الابتكار والتغيير"، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، ط2007، ص:1، ص:181.

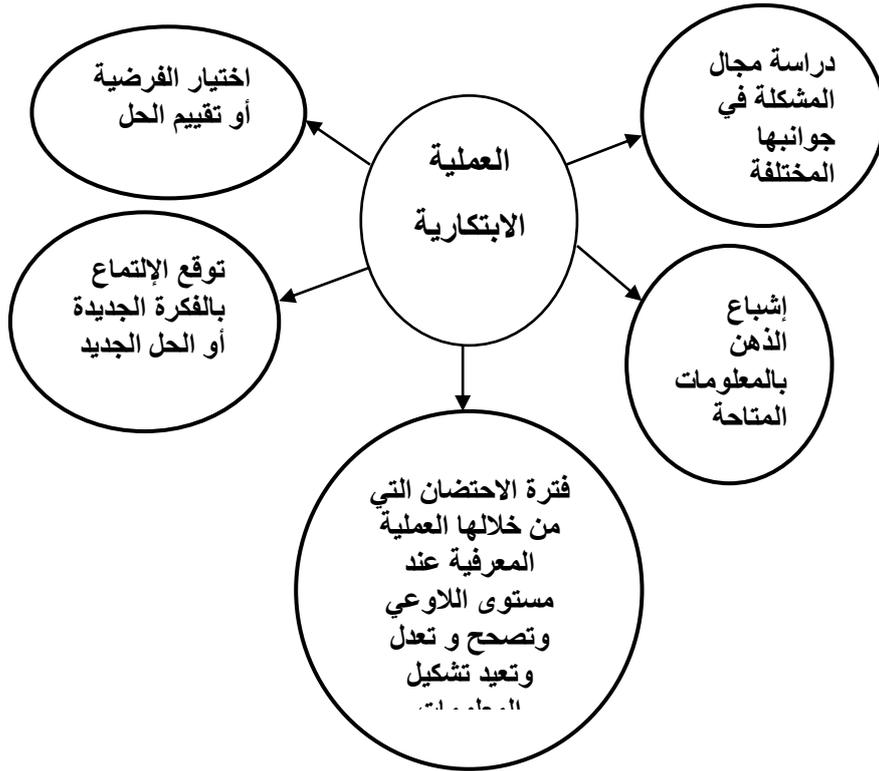
4 - نيجل كينغ ونيل أندرسون، مرجع سبق ذكره، ص:22.

5 - شريف شكيب أنور وبلال جمعة، "تفعيل عملية الابتكار والتطوير في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية: أمام التحديات الراهنة"، ورقة مقدمة إلى الملتقى الدولي حول المؤسسة الاقتصادية الجزائرية والابتكار في ظل الألفية الثالثة، جامعة جيجل، يومي 16-17 نوفمبر 2008، ص:95.

2-3-1- مراحل العملية الابتكارية :

ينظر إلى الابتكار كعملية ديناميكية تؤثر و تتأثر بالبيئة المحيطة بها، وهي كنظام متكامل له مدخلات متمثلة في توليد الأفكار و بلورتها و صياغتها الناشئة عن تفرد الفرد المبتكر لها. ومن ثم قدرته على نقل المعلومات وإيجاد نوع من الترابط بين العناصر المعرفية والملكية العقلية لديه، بعدها تجري العمليات التحويلية و التشغيلية لإخراجها إلى حيز التطبيق كمخرجات متمثلة في منتجات وخدمات.

شكل (03): يوضح العملية الابتكارية :



المصدر- سهام بوفلفل ، مرجع سبق ذكره ، ص 93

إن العملية الابتكارية تتكون من المراحل التالية :

1-2-3-1- إيجاد المشكلة: حيث يكتشف الفرد أن شيئاً ما له قيمة يمكن أن يعمل عليه أي أنه يسبب اضطراباً أو إزعاجاً لا بد من معالجته .

2-2-3-2- الانغمار: في التركيز على المشكلة و يصبح الفرد مغموراً فيها، فهو يطلب و يجمع المعلومات ذات العلاقة و يكون الخيارات بدون أي تنقيح أو تقييم.

3-2-3-3- الحضانة: بعد تجميع المعلومات فإن الفرد يحفظ في ذهنه و يقوم عقله اللاوعي في نشاط و تدوير المعلومات حتى عند عدم القيام بأي نشاط ، و هذا في العادة مبرر ليذهب الفرد بالتمشي أو السرحان خلال ساعات العمل ليهتم بالحل الخلاق للمشكلة ، و بينما المشكلة تتضح بهدوء مع جمع المزيد من المعلومات فإن اللاوعي يحاول ترتيب المعلومات و الوقائع نمط له دلالة أو معنى .

4-2-3-I- التبصر: و هذا هو الحدس الذي يومض في العقل بالحل أو الجديد غير المتوقع في وقت غير متوقع أيضا ، قيد يكون أثناء التمشي أو قبل النوم أو بعده أو عند الغسل.

و يمكن أن نضع وصفا ملائما لمراحل العملية الابتكارية المتكاملة من خلال ثلاث مجموعات من العوامل حيث كل مجموعة تمثل مرحلة من مراحل تطور العملية الابتكارية وهي كالتالي:¹

✓ عوامل التحسس: و تضم هذه المرحلة أن الإدراك و التميز لعمل شيء ما في مجال ما وجمع المعلومات و الحقائق و ثم إيجاد المشكلة، و يمكن أن نلاحظ أن الشركات الابتكارية تكون ذات إدراك مسبق بضرورة و أهمية الابتكار وبالتالي فإن باحثيها يبحثون عن المجالات التي تكون قابلة للبحث ، ومن ثم جمع المعلومات وإيجاد الموضوع للابتكار أو المشكلة للحل الخلاق. أما في الشركات التقليدية فإن المشكلات تستمر وتتفاقم ومن ثم يأتي الإدراك اللاحق لأهمية البحث عن الحل.

✓ عوامل الإلتماع: و هذه المرحلة تتضمن عوامل احتضان المشكلة وإيجاد الفكرة الجديدة أو الحل الجديد ، بطريقة مفاجئة غير متوقعة في الغالب، وفي الواقع أن ومضة الابتكار هذه لا تمثل نشاطا واعيا كليا و إنما هي ترتبط دون الوعي بالأنشطة الذهنية التي لا يمكن السيطرة عليها أو إدارتها بشكل واع من قبل الفرد المبتكر، وكلما كانت المعلومات والخبرات لدى الفرد حول الموضوع أو المشكلة أكبر زاد انغماره في الموضوع أو المشكلة، وكلما زادت فرصة ظهور ومضة الابتكار أو الإلتماع .

✓ عوامل الجني: وتتضمن هذه المرحلة عوامل قبول الفكرة الجديدة أو الحل الجديد والتطبيق (حصاد المنتج الجديد في الشركة) والتسويق التجاري (حصاد العوائد من المنتج الجديد في السوق) وكذلك التحسينات اللاحقة على المنتج الجديد حتى يصل إلى مرحلة النضوج ، وقد يكون مجديا للشركة الابتكارية أن تنظر نظرة طويلة الأمد للأفكار الجديدة ، حيث أن بعض الأفكار لا تنجح فقط في التحول إلى منتج ناجح تجاريا في السوق، وإنما أيضا تكون ذات إمكانيات كبيرة لتطوير منتجات لاحقة.

رغم هذا التطبيق للعوامل إلا أن العملية الابتكارية هي عملية متكاملة ومتداخلة ما بين هذه المراحل و عواملها ، دون أن يعني هذا عدم مراعاة هذه المراحل التي غالبا ما تكون مرشدا جيدا ومنهجيا في التقدم في إيجاد الحلول الخلاقة و توليد الأفكار الجديدة.²

3-3-I- إدارة الابتكار :

لقد أكدت المنافسة الشديدة خلال العقد الماضي على الابتكار في المؤسسات و اعتبرته أحد السمات المميزة للمؤسسات المتقدمة في البيئات المتغيرة ، لذلك يجب على المدراء في مختلف المستويات التنظيمية أن يكونوا مبتكرين أو تكون لهم مهارات إدارية و تحفيزية بهدف جذب الأفراد المبتكرين إلى المؤسسات، و مساعدة العاملين على القيام بعملية الابتكار و الاستفادة من مواهبهم الابتكارية و من أهم الخطوات المتبعة لوصول المؤسسة إلى مرحلة الابتكار هي ما يأتي :

1 - نجم عبود نجم، مرجع سبق ذكره، ص:39.

2 - نفس المرجع السابق، ص:40.

1- إيجاد ترابط قوي بين الإستراتيجية والابتكار وذلك من خلال صياغة رسالة المؤسسة بشكل يحدد نوعية الابتكار الذي تسعى إليه فيما إذا كان إنتاج منتج جديد أو تقديم خدمة مميزة ، أو إتباع طرق عمل مبتكرة .

2- توصيل رسالة المؤسسة إلى كافة العاملين وبشكل مستمر إذ تتضمن أهداف طموحة تتجاوز مجرد تحقيق معدلات الأداء المعروفة ، مما يجد نوعا من التحدي يمكنهم من الافتخار لاحقا بقدراتهم على مواجهته.

3- اتخاذ خطوات عملية لترجمة الأقوال إلى أفعال من خلال تخصيص موازنات لتنفيذ الأفكار الخلاقة التي تنسجم مع التوجيه الاستراتيجي مما يساعد على أخذ المخاطرة بالحسبان.

4- الاهتمام بالزبائن و مصالحهم.

5- تشكيل فرق عمل مما يسهل التنسيق ويشجع على التعاون ويرفع الحواجز بين التقسيمات الإدارية.

6- تشجيع التقييم المستمر للأداء.¹

وبالتالي فإن إدارة الابتكار الناجحة هي الإدارة التي لها القدرة على تحقيق التوافق و الترابط بين رؤيتها الإستراتيجية ، وإمكانياتها المعرفية والمادية بالشكل الذي يمكنها من تحديد نوع الابتكار الذي ستطبقه، ومن ثم إيجاد الوسائل والطرق المناسبة لإيصال رسالتها للعاملين فيه.

4-3-I- أنواع الابتكار:

يختلف الباحثون في وضع العديد من تصنيفات للابتكار، إلا أن أبرزها يتمثل في ثلاث مستويات وهي :

4-3-I-1- حسب درجة التأثير:

1- الابتكار الجذري: يحدث في حالة منتجات مسوقة حديثة، وتكون وظيفتها وبنائها الفني وخصائصها أو أدائها وتصميمها واستخدام مواردها وعناصرها ، إما جديدة أو خضعت لتغيير جذري.

2- الابتكار الجزئي: إن هذا النوع من الابتكار يقوم على إدخال تحسينات صغيرة نسبيا في المنتج والعمليات و الإجراءات التي تكون خصائصها تكنولوجية قد سبق تحسينها أو تحديثها و قيل عن التجديدات الجزئية أنها أفضل و أحسن و أقل تكلفة بعض الشيء ، و يحدث عادة الابتكار الجزئي في حالة منتجات مسوقة حديثا²، وتراكم التحسينات يؤدي إلى الابتكار جذري.

1 - سهام بوفلفل، مرجع سبق ذكره، ص:96-97.

2 - طرشي محمد وبرباري محمد أمين، "دور وأهمية الابتكار في تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة"، ورقة مقدمة إلى الملتقى الدولي حول المؤسسة الاقتصادية الجزائرية والابتكار في ظل الألفية الثالثة، جامعة قلمة، يومي 16-17 نوفمبر 2008، ص:156-157.

4-3-I-2- حسب المصدر و اتجاه الابتكار:

1- الابتكار من الأعلى إلى الأسفل :

يعبر ذلك عن الابتكار الناجم عن الأفكار الصادرة من المستويات العليا في المنظمة، سواء كان ابتكار على مستوى المنتج أو العمليات أو التنظيم ، وما يميز هذا النوع من الابتكار أنه يشمل جميع المستويات بالاعتماد على قسم البحث والتطوير. وما يعاب على المنظمات القائمة على هذا النوع من الابتكار أنها تقمع روح المبادرة لدى العاملين فيها و تتجاهل كل الأفكار.

2- الابتكار من الأسفل إلى الأعلى :

ويعبر عن ذلك الابتكار الناجم عن أفكار صادرة من مستويات دنيا في المنظمة. وما يغلب على هذا النوع مستوى المنتج والعمليات الإنتاجية، وذلك أن العاملين بالمنظمة هم الأكثر احتكاكا بالعمليات وتكون لهم القدرة على اقتراح أفكار أكثر فعالية لتطويرها. وتعتبر المنظمات المعتمدة على هذا النوع من الابتكار الأكثر فعالية لأنها تدعم روح المبادرة لدى جميع العاملين فيها.¹

4-3-I-3- حسب الطبيعة :

1- ابتكار تنظيمي:

وهو كل تحسين أو تطوير لتنظيم معين، وقد يكون بالاعتماد على طريقة عمل تسهل أداء المهام و النشاطات الوظيفية أو إيجاد آلية تساعد على الخلق والإبداع من طرف العاملين أو تغيير في الهيكل التنظيمي من أجل تسهيل القيادة والرقابة و تأدية المهام والأنشطة بطريقة مقنعة وجودة عالية.

ويشمل الابتكار التنظيمي كل مكونات النظام سواء تعلق الأمر بتقسيم العمل أو بآليات التنسيق و طبيعة العلاقة بين أعضاء التنظيم، ورغم أن معدلات الابتكار التنظيمي قليلة مقارنة بالأنواع الأخرى من الابتكار إلا أن المؤسسات الاقتصادية المعاصرة تشهد ابتكارات هائلة في نظم إدارة مواردها و أساليب إنجاز المهام داخلها.²

2- الابتكار التسويقي:

يعتبر كل ابتكار ناجح ابتكارا تسويقيا لأن الشرط الأول في الابتكار هو خلق قيم قابلة للتداول تجاريا ، وهو أيضا كل تطوير لأحد عناصر المزيج التسويقي، إذ نجد الابتكار في مجال المنتجات ذات الاستعمال الواحد أو تسهيل استعمال المنتج، وقد يشمل طرق توزيع وقنواته كخدمات إيصال المنتج إلى المنازل، ويمكن أن يشمل أيضا أنظمة الترويج و الدعاية كالابتكارات في الإشهار وطرقه و تقنياته.

3- الابتكار التكنولوجي :

¹ - نفس المرجع السابق،ص:157.

² :Jean Jaque chanran et André Massen, "économie et gestion des systèmes technique".Rebort le Duff,édit,Dalloz;1999,p:714.

هو ابتكار يشمل جانبيين أساسيين هما : الابتكار في المنتجات و الابتكار في سيرورة العمليات . ويقوم الابتكار التكنولوجي في الحالتين بالاعتماد على التكنولوجيا لإنتاج الجديد.

و هذا النوع من الابتكار هو ما ركزنا عليه في دارستنا و سنتطرق إليه بالتفصيل في المبحث الموالي.¹

I-4- ماهية الابتكار التكنولوجي:

I-4-1- مفهوم الابتكار التكنولوجي وخصائصه:

I-4-1-1- مفهوم الابتكار التكنولوجي:

عرف الاقتصادي مورين (J.MORIN) سنة 1986 الابتكار التكنولوجي على أنه: "وضع حيز التنفيذ أو الاستغلال تكنولوجيا موجود، والتي تترجم بنتيجة صناعية". و عرفته منظمة التعاون و التنمية الاقتصادية OCDE: "الابتكار التكنولوجي يغطي المنتجات الجديدة، والأساليب الفنية الجديدة، وأيضا التغيرات التكنولوجية المهمة للمنتجات وللأساليب الفنية. ويكتمل الابتكار التكنولوجي عندما يتم إدخاله إلى السوق، أو استعماله في أساليب الإنتاج. ومن هنا فالابتكارات التكنولوجية تدخل كل النشاطات العلمية، التكنولوجية، التنظيمية، المالية والتجارية"².

ويعرف أيضا بأنه: "المعارف النظرية والتقنية الأساسية والتطبيقية التي تهدف لتحويل فكرة إلى منتج جديد أو التي تؤدي إلى تطوير وتحسين منتج حالي أو التي تهدف إلى ابتكار سيرورة إنتاجية"³.

من خلال هذه التعاريف نستخلص التعريف التالي:

الابتكار التكنولوجي هو كل الابتكارات التي تشمل التكنولوجيا وتعمل على تغييرات عميقة في الإنتاجية، تمس دورة حياة المنتج و تحقق النمو الاقتصادي، وتعمل على تحسين الرفاهية الاجتماعية والاقتصادية.

I-4-1-2- خصائص الابتكار التكنولوجي:

للابتكار التكنولوجي خصائص نذكر منها ما يلي:

- 1- إن الابتكار التكنولوجي مرتبط بالإنتاج ورفع الإنتاجية، أي أن كل ابتكار لا يؤدي إلى تحسين عملية الإنتاج أو استخدام أفضل لعناصر الإنتاج لا يعتبر ابتكار بالمعنى الصحيح.
- 2- هو نتيجة تطبيق معارف فنية معترف بها. ومعنى هذا أن كل جديد يقوم على معلومات غير دقيقة و يؤدي إلى نتائج فعالة لا يمكن اعتباره ابتكار.⁴
- 3- إن المجهودات الإبداعية المبذولة لا تؤدي إلى التحكم أو التقليل في التكاليف ليست ابتكارا، فالنقطة الأساسية هنا هي أن الابتكار التكنولوجي يعمل في طياته المنافسة في التكلفة النهائية وسعر البيع.

1 - عامر ملايكية، مرجع سبق ذكره، ص: 16-19.

2 - عنان فاطمة الزهراء، الابتكار التكنولوجي ودوره في تحقيق التنمية الاقتصادية دراسة حالة الجزائر، رسالة ماجستير غير منشورة، تخصص اقتصاد المعرفة والعولمة، جامعة عنابة، 2007، ص: 66.

3 - Bert and Bellon, "I'innovation créatrice", édit, economica, paris, 2002, p: 16.

4 - محمد سعيد أوكيل، "وظائف ونشاطات المؤسسة الصناعية"، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1992، ص: 112.

- 4- إن الابتكار التكنولوجي بدون انتشاره في الأسواق يكون محدود الفعالية والكفاءة، فالابتكار عامل أساسي في المنافسة وبالتالي في ديناميكية السوق الحرة.¹
- I-4-1-3- أهمية الابتكار التكنولوجي:
- 1- للابتكار التكنولوجي القدرة على جعل الجهاز الإنتاجي مرنا لمواجهة الطلب المتغير، واستيعاب التحولات الجديدة في ظروف السوق.
 - 2- يضمن خلق قدرة صناعية جديدة أو إدخال نظام إنتاجي جديد معين، مع الحفاظ على استمرارية ديناميكية البعد الفكري (المعرفة)، والبعد المادي (الرأسمالي) لتوليد عملية الابتكار.
 - 3- يؤدي إلى زيادة الدخل الفردي، بفعل زيادة الإنتاجية وتحريك التطور الاقتصادي
 - 4- الشركات أو الدول الأكثر ابتكارا قادرة على خلق منافذ لأسواق جديدة، و فرص عمل إضافية، وتحقيق ربح ومبيعات أعلى، وبالتالي قدرة على تحقيق استثمارات أخرى من أجل الابتكارات.
 - 5- الابتكارات الجذرية خاصة التكنولوجية لها ميزة الهدم الإبداعي التي تؤدي إلى استبدال الصناعات والشركات القديمة بأخرى جديدة، وهذا ما يجعل الهيكل الاقتصادي في حيوية و تدفق المستثمرات.

I- 4-2- سيرورة الابتكار التكنولوجي:

يمر الابتكار التكنولوجي بجملة من المراحل والتي يمكن توضيحها كما يلي:

1- I- 4-2- المرحلة الأولى: ديناميكية الابتكار التكنولوجي:

في هذه المرحلة سوف نتطرق إلى ديناميكية الابتكار التكنولوجي في المؤسسة وذلك من خلال ما يلي:

- مصادر الابتكار: والمتمثلة في الأفراد والمخترعين، والشبكات والبحوث العامة.
 - أنواع ونماذج الابتكار: المعرفة الجيدة لأنواع ونماذج الابتكار وتحديد المشروع منها، اختيار التصميم المناسب والمهيمن من خلال تحديد النجاح التكنولوجي والتجاري للتصميم.
 - وقت الدخول إلى السوق: تحديد تأثير الوقت المختار للدخول إلى السوق. بهذا تتمكن المؤسسة من اختيار ديناميكية تضمن لها زيادة الفوائد، والاعتماد على تصميم مهيمن يحتل مركز الريادة في السوق من خلال تسليط الضوء على جميع العوامل التي تؤثر على التوقيت الأمثل لدخول.
- I- 4-2-2- المرحلة الثانية: صياغة إستراتيجية الابتكار التكنولوجي:
- في هذه المرحلة تقوم المؤسسة بتحديد موقعها الحالي والتوجه الإستراتيجي للمستقبل، و الطرق المتبعة لاختيار مشاريع الابتكار ويكون وفق المعايير التالية:
- التدفقات النقدية.

1 - عامر ملايكية، مرجع سبق ذكره، ص:18.

I- مفاهيم أساسية حول الابتكار، التكنولوجيا والابتكار التكنولوجي

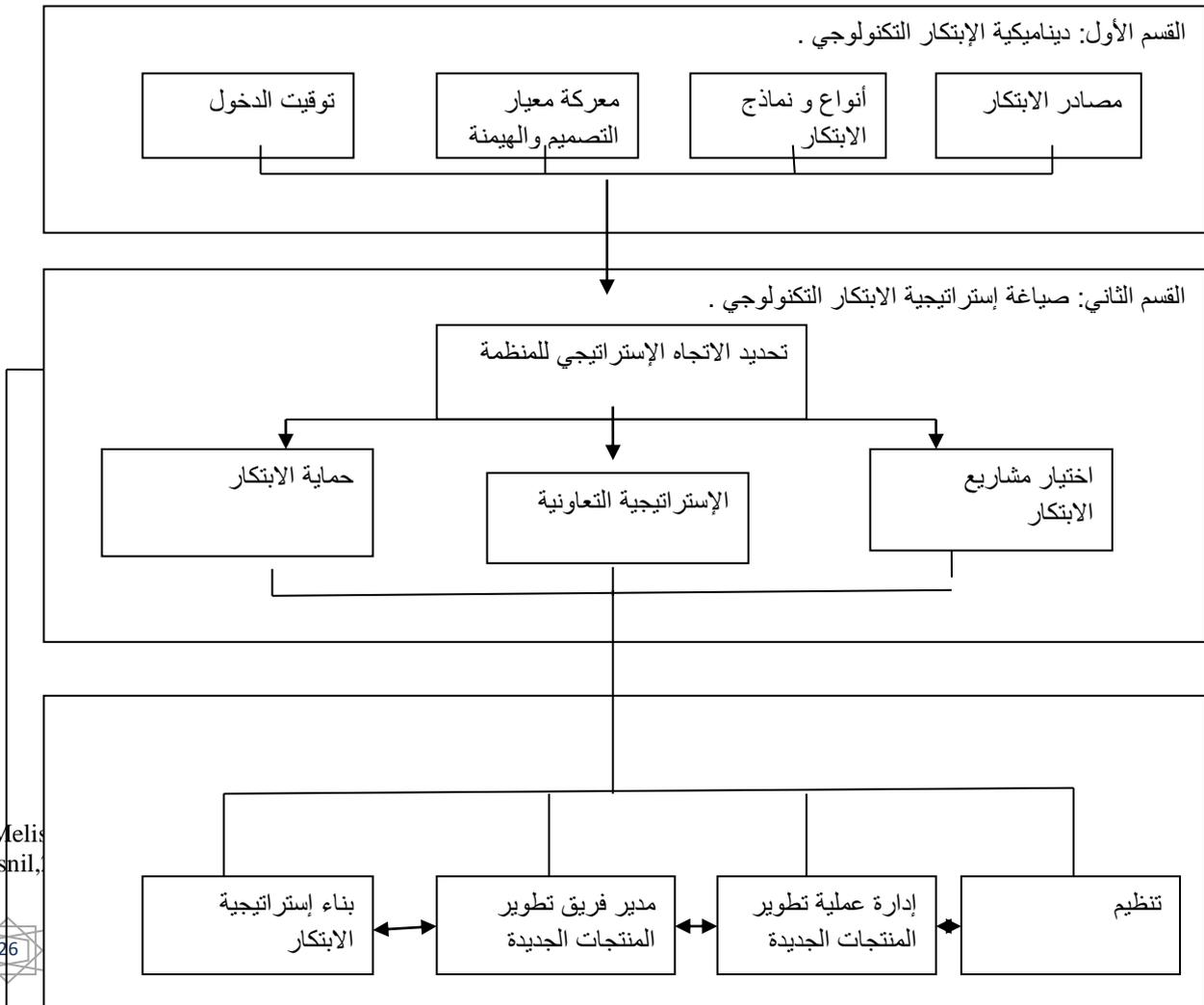
- تقييم محفظة البحث والتطوير.
 - دراسة جميع الخيارات المتاحة لحماية الشركة بالنظر في إستراتيجياتها في مجال الحماية.
- 3-2-4-I- المرحلة الثالثة: وضع إستراتيجية تنفيذ الابتكار التكنولوجي:
في هذه المرحلة تقوم المؤسسة بـ:
- تحديد تأثير حجم الشركة وهيكلها من المعدل العام للابتكار.
 - وكذا الممارسات الإدارية التي تم تحديدها في عملية تطوير المنتجات الجديدة. وذلك بالإجابة على الأسئلة التالية:

1- هل عملية تطوير منتجات جديدة تكون متتابعة أو موازية؟

2- ما هي الفوائد والمخاطر المرتبطة بإشراك العملاء وموزعين في عملية تطوير المنتجات؟

- ثم تقوم بتسليط الضوء على كيفية تكوين وبناء الفريق المسؤول على مشروع تطوير المنتجات الجديدة والذي يمكن أن يؤثر على نتائجه.
 - تحديد السياسة الحالية للتسويق والتوزيع والتسعير من خلال دراسة امكانية تطوير إستراتيجيتها لاستهداف احتياجات الابتكار¹.
- و الشكل التالي يوضح سيرورة الابتكار التكنولوجي.

الشكل رقم (04) : سيرورة الابتكار التكنولوجي.



التغذية العكسية

Source: Melissa Schiling et Francois Therin, "Gestion de l'innovation technologique", maxima, laurent du mesnil,2006,p:21.

I-3-4- درجة الابتكار التكنولوجي:

يعتبر الابتكار التكنولوجي أحد أنواع الابتكار، وهو يتميز بدرجة من الابتكار تتجزأ إلى فئتين هما :

الابتكار التكنولوجي الجذري و الابتكار التكنولوجي التحسي

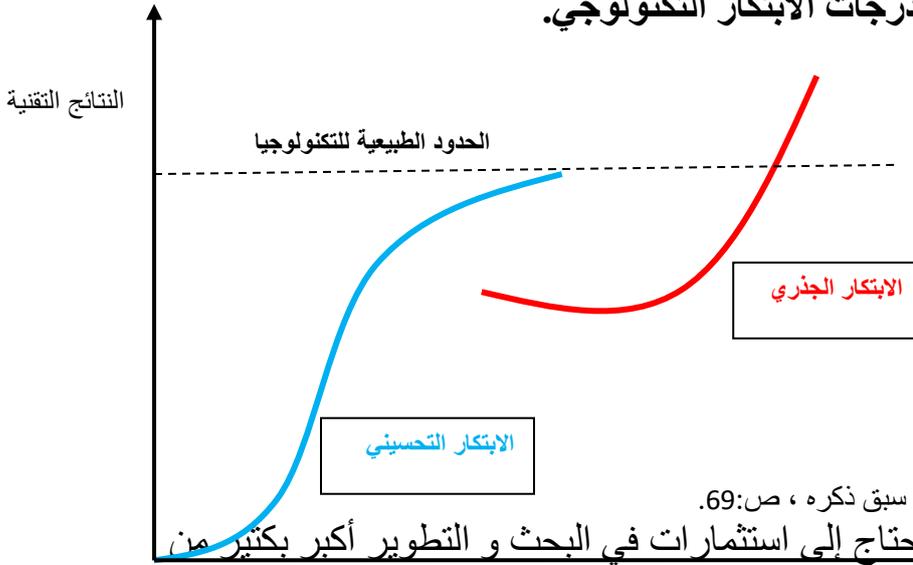
جدول (02) : مقارنة بين الابتكار التكنولوجي الجذري و الابتكار التكنولوجي التحسيني.

الابتكار التكنولوجي التحسيني	الابتكار التكنولوجي الجذري	
- لا يشترط أفكار جديدة.	- يمثل فكرة جديدة تظهر بالصدفة.	الظهور
- لا يتطلب مهارات جديدة.	- يتطلب إدخال مهارات جديدة.	المهارات
- لا يتميز بانقطاع تكنولوجي تحت هذه الابتكارات حسب التطورات الحاصلة في التكنولوجيا من أجل مواكبتها.	- يتغير بانقطاعات تكنولوجيا يمكن أن تكون لها آثار مذهلة في السوق.	السيرورة
من آثار نذكر : - الابتكارات التحسينية منفردة لها تأثيرات ضعيفة و لكن تراكمها له تأثير مهم . - يؤدي إلى تحريك و تنشيط الجهود باستمرار، و إلى التوعية و الحيوية و استمرارية التطورات في الاقتصاد.	من آثار يمكن ذكر : - دخول منتجين جدد يمكن أن يحتلوا مكانا في السوق. - وضعية الرائد في السوق يمكن أن تتزعزع . - يمكن أن تختفي مؤسسات. - الحصة النسبية في السوق يمكن أن تضطرب.	التأثير

المصدر: من إعداد الطالبتين.

و الرسم البياني التالي يبين الفرق بين الابتكار التكنولوجي الجذري و التحسيني.

شكل (05) : الفرق بين درجات الابتكار التكنولوجي.



المصدر: عنان فاطمة الزهراء ، مرجع سبق ذكره ، ص:69.

فالابتكار الجذري يحتاج إلى استثمارات في البحث و التطوير أكبر بكثير من

الابتكار التحسيني، وفي نفس الوقت المحقق لنتائج تقنية عالية.

I-4-4- الابتكار التكنولوجي في المنتجات والعمليات:

I-4-4-1- الابتكار التكنولوجي في المنتجات

إن ما يميز عصرنا الحالي هو الكم الهائل من المنتجات و التزايد المستمر في أنواعها، ففي كل يوم تتولد منتجات جديدة من أخرى قديمة، وفي كل فترة تبتكر منتجات جديدة لم يكن لها نظير في السابق. وأهم ما يمكن ملاحظته هو السرعة الكبيرة التي يتم بها تطوير المنتجات الموجودة وابتكار منتجات جديدة الشيء الذي يجعل دورة حياة المنتج تقل شيئاً فشيئاً.

• مفهوم الابتكار التكنولوجي في المنتجات:

يعرف الابتكار التكنولوجي للمنتجات بأنه: "منتجات أو خدمات جديدة مقدمة للوفاء باحتياجات مستخدم أو سوق خارجي".¹

ويعرف أيضا بأنه: "استنباط منتج وتسويقه تجارياً وبتيح اكتساب خصائص أداء جديدة أو محسنة للمستهلك، كما يشمل هذا الابتكار استخدام مواد أولية بديلة، أو مكونات جديدة، ويتضمن مفاهيم جديدة في التصميم".²

• دوافع الابتكار التكنولوجي للمنتجات:

الحديث عن ابتكار المنتجات تجعلنا نتساءل عن الحالات التي تقوم فيها المؤسسة بتقديم منتجات جديدة.

1. تعويض منتج حالي:

¹- نيجل كنج ونيل أندرسون، مرجع سبق ذكره ،ص: 220

² - مبروك محمد البشير ولواج منير، " الابتكار و التجديد التقني كأداة للتميز بمنظمات الأعمال المعاصرة"، ورقة بحثية مقدمة إلى الملتقى الدولي العلمي حول المؤسسة الاقتصادية الجزائرية و الابتكار، جامعة قلمة، يومي 16 - 17 نوفمبر 2008، ص: 255.

ابتكار منتجات جديدة لتعويض تلك القديمة هي إحدى محاور اهتمام سياسة المنتجات في المؤسسة فبمجرد ظهور المعالم الأولى لزوال المنتج الحالي يتم التفكير في تعويضه سواء بإعادة بعثه من جديد أو تعويضه بمنتج جديد.

2. اكتشاف حاجات غير مشبعة:

لقد وجدت المنتجات لإشباع الحاجات الإنسانية، أي أن كل حاجة غير مشبعة لدى الزبون تمثل فرصة للاجتهاد و العمل على إشباعها، لذا تحاول المؤسسات الاقتصادية إطلاق منتجات جديدة تكون أكثر توافقاً مع هذه الحاجات أو تقوم بتطوير منتجات حالية من أجل زيادة درجة الإشباع وذلك بإضافة بعض التعديلات أو بالابتكارات أخرى جديدة.

3. خلق منتجات جديدة :

ابتكار المنتجات لا يهدف فقط إلى إشباع الحاجات المعروفة إنما يخلق حاجات جديدة. قد لا تحدد الحاجات بصفة مسبقة و لا يتم التعرف عليها حتى من طرف الزبون نفسه إلا أنها تثار لديه من خلال منتج جديد لم يكن يتوقعه، لا يعني ذلك أن تكون هذه الحاجات جديدة و إنما قد تكون حاجات كامنة يتم إثارتها وتنشيطها من خلال المنتجات الجديدة.

4. التغيير في مصادر التمويل:

إن ابتكار المنتجات الجديدة لا يرتبط فقط بحاجات و رغبات الزبائن وإنما يرتبط أيضاً بالموارد المختلفة التي تدخل في إنتاجه، لهذا قد يكون ابتكار المنتجات مفروضاً بسبب التغييرات التي تطرأ على إحدى موارده فتلجأ المصادر المختصة داخل المؤسسة إلى تطوير صيغ إنتاجية جديدة لتفادي بعض الاختلالات في تدفق المواد الأولية.¹

• عوامل نجاح المنتجات الجديدة:

تفادي الفشل يعني النجاح هي الفكرة الأولى التي تعني تفادي كل العوامل التي من شأنها أن تؤدي إلى فشل المنتج الجديد، أما العوامل التي تزيد في احتمالات نجاح المنتجات الجديدة تتمثل في:

1. القيام بالدراسة السوقية مع بداية إطلاق المنتج.
 2. التكامل الجيد لوظيفتي التسويق و البحث و التطوير.
 3. التوجه الاستراتيجي نحو الابتكار.
 4. التنظيم المشجع على اللامركزية ومرونة العمل.
 5. ثقافة الابتكار و قيم المرونة في التعامل مع التغيير، الحوار، الاتصال الجيد،...
 6. الإدارة الجيدة و المحفزة للموارد البشرية.²
- I-4-4-2- الابتكار التكنولوجي في العمليات :

1- عامر ملايكية، مرجع سبق ذكره، ص ص: 57 - 58.

2- نفس المرجع السابق، ص: 65.

إن تحسين أساليب الإنتاج عن طريق استغلال الابتكارات التكنولوجية يؤدي إلى رفع فعالية الجهاز الإنتاجي وتحسين جودة المنتجات، وبالتالي تحقيق أرباح أكثر وضمان ميزة تنافسية دائمة للمؤسسة.

• مفهوم الابتكار التكنولوجي في العمليات :

عرف الابتكار التكنولوجي في العمليات على أنه: "استنباط طرق إنتاج أو تسليم جديدة أو محسنة، ويمكن أن تشمل تغييرات في المعدات أو في الموارد البشرية أو في أساليب العمل أو يكون مزيجا من كل ذلك".¹

وعرف أيضا بأنه: "استغلال و تطوير العمليات أو الأساليب في الإدارة أو الصناعة أو التوزيع و اعتماد طريقة جديدة للخدمة".²

كما يمكن تعريفه بأنه إنشاء عملية جديدة لتحقيق نتائج، كما أنه يعني وضع حيز التنفيذ تقنية عمل أو إنتاج جديدة وهذا يتضمن: التقنيات، التجهيزات، برامج الكمبيوتر وابتكار التقنيات التي تساعد على تطوير الأجهزة و الآلات و الأدوات وما يرافقها من ابتكار في طرائق النقل و التوزيع و التصنيع.³

• أثر إدارة المعرفة على الابتكار في العمليات:

من خلال تطبيقات الإدارة المعرفية يمكن أن تنجز المنظمة عملياتها الإنتاجية بشكل ملائم ومناسب ووفقا لقراراتها المخططة مسبقا كما يمكنها التطبيق المعرفي من انجاز هذه العمليات بسرعة و بأقل تكلفة ممكنة، وبالتأكيد أن انجاز هذه العمليات يمكن أن يتم بصورة مبدعة و حديثة بما يؤدي إلى تحسين الكفاءة والفعالية. إن إدارة المعرفة الفاعلة تساعد العاملين في المنظمة على اختيار المعلومات ذات القيمة العالية والضرورية في مراقبة الأحداث الخارجية، وهذا ينتج عن استخدام القاعدة المعرفية من قبل القادة الإداريين في المنظمة وبالتالي يؤدي إلى تقليل الحاجة إلى تحديث الخطط وجعل هذه الخطط أكثر استقرارا وبالمقابل فإن إدارة المعرفة الضعيفة تؤدي إلى حدوث الأخطاء في عمل المنظمة وإفشال خططها الإنتاجية و نستطيع أن نوجز أثر المعرفة على كفاءة العمليات من خلال الآتي:

- ✓ تحفيز العاملين على المشاركة في المعرفة والانفتاح أكثر في الاستفادة من هذه المشاركة في مواجهة تحديات السوق .
- ✓ تقليل التكلفة ذات العلاقة بالمنتجات و الوصول إلى الأنماط المختلفة من المعرفة القيمة.⁴

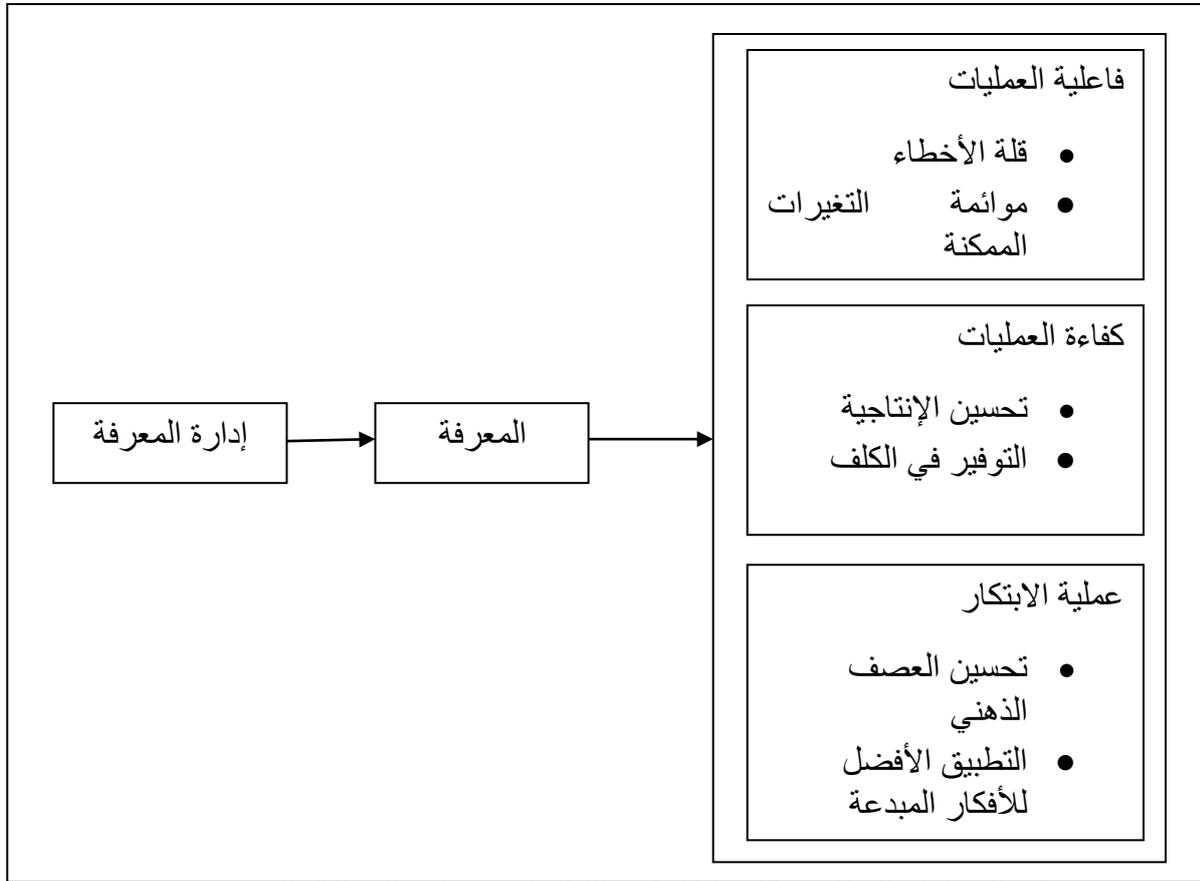
1 - مبروك محمد البشير ولواج منير، مرجع سبق ذكره، ص:255.

2 - نبيل جواد، مرجع سبق ذكره، ص:182.

3 - سهام بوفلفل، مرجع سبق ذكره، ص:104.

4 - <http://www.about-goal-setting.com/KM-library1/index.htm> , (01/04/2013)

شكل (06): أثر إدارة المعرفة على الابتكار في العمليات بالمنظمة.



● العوامل المؤثرة على الابتكار التكنولوجي في العمليات:

1. نشر التغيير الابتكاري هو حجر الزاوية في عملية ابتكار العمليات.
2. النفاذ إلى مصادر المعلومات عن هذه الابتكارات لها أهمية إستراتيجية.
3. تقوية التعاون بين الشركات عن طريق التشارك في البحث و التطوير ومنح التراخيص و المشاريع المشتركة.
4. عوائق الابتكار التكنولوجي وهي كثيرة ومتنوعة وخاصة في ابتكار العمليات التكنولوجية حيث يعيق التقدم مباشرة نقص المهارات، الافتقار إلى المؤهلات، عدم كفاية مصادر التمويل¹.

خاتمة الفصل:

1 - مبروك محمد البشير ولواج منير، مرجع سبق ذكره، ص:256.

في إطار التغيرات و التطورات الجديدة و اللامتناهية، وهي فترة تشهد تغير تكنولوجي متسارع ومنافسة حادة بين المؤسسات الاقتصادية. ينبغي على المؤسسات إذا أرادت أن تفرض نفسها، و تحافظ على دوامها و تغزو أكبر حصة من السوق ، أن تهتم بالابتكار التكنولوجي عن طريق إنتاج منتج جديد أو تحسين أو تغيير أساليب الإنتاج ، وأن تحسن اختيار نوع التكنولوجيا الذي يلائمها.

وكل ما سبق لا يقتصر على المؤسسات فقط بل يتعداه إلى الدول لأنها إذا أرادت تحقيق تنمية اقتصادية مستدامة عليها الاهتمام بالابتكار التكنولوجي و الاستثمار فيه.

تمهيد :

في ظل احتدام الصراع التنافسي في الأسواق تسارع المنظمات الاقتصادية اليوم لتبني مقومات تساعد على الابتكار التكنولوجي وبعبارة أخرى فهي تسارع لابتكار المنتجات أو طرق أو تكنولوجيا جديدة ، وذلك بتفعيل نشاط البحث والتطوير و الاستثمار في المورد البشري والتكنولوجيا وتوطيد أو اصر التعاون مع الأطراف الخارجية . وعلى الدول أن تساهم في تأهيل منظماتها ودعمها وحماية الابتكارات التكنولوجية.

ربما يكون الحديث عن الابتكار التكنولوجي أمرا سهلا إلا أن أحداثه هو شيء الصعب و نجاحه هو الأصعب حيث يثبت واقع الممارسات الميدانية والجهود الجبارة المبذولة و الميكانيزمات المعقدة والموارد الضخمة التي تخصصها المنظمات للابتكار التكنولوجي والتي لا تتوج في كل الأحوال بالنجاح .

II -1- النظام الوطني للابتكار وتجارب بعض الدول حول الابتكار :

II-1-1- التطور التاريخي لنظام الوطني للابتكار :

II - مقومات الابتكار التكنولوجي و معوقاته

تعد المساهمة المكتوبة الأولى التي استعملت مفهوم النظام الوطني للابتكار، ورقة غير منشورة من قبل

كرستوفر فريمان في 1982 ، عندما كان عضوا في مجموعة الخبراء حول العالم والتكنولوجيا والتنافسية التابعة لمنظمة التعاون و التنمية الاقتصادية. حيث كان عنوان الورقة: "البنية التحتية التكنولوجية والتنافسية الدولية"، متبنيا فيها بعض أفكار وآراء فريدريك، وملخصا وجهة نظره بالتركيز على أهمية الدور الفعال للحكومة في ترقية البنية التحتية التكنولوجية، وناقش أيضا الشروط الحرجة التي تسمح للتجارة الحرة بأن تسهم في التنمية الاقتصادية¹.

لقد انطلق فريمان في تحليله للنجاح الياباني في مجال الإنتاج والبحث والتطوير حيث لخص في كتابه "السياسة التكنولوجية والأداء الاقتصادي: دروس من اليابان" سنة 1987، أهم أسرار ذلك النجاح وبلورها في مصطلح النظام الوطني للابتكار، بينما ذهب Lun deval في كتابه " الأنظمة الوطنية للابتكار " الصادر سنة 1982 ، إلى وضع نقطتين أساسيتين عند الاستعانة بمدخل نظام الابتكار وهما : المورد الأساسي في الاقتصاد الجديد هو المعرفة ، والعملية الأكثر أهمية هي التعلم².

كما تطورت بالتبعية مستويات تحليل أنظمة الابتكار الوطنية وفقا لثلاثة مستويات متداخلة ومتكاملة ، فالمستوى الأول (الجزائي) يعبر عن القدرات الداخلية للمؤسسات الاقتصادية، العلاقات التي تتم بينها وبين بيئتها الخارجية فيما يخص تبادل المعارف .

أما المستوى الثاني (الوسيط) الذي يفحص العلاقات القائمة على المعرفة بين المؤسسات ذات الخصائص المشابهة. وأخيرا المستوى الكلي الذي يعتمد هو الآخر على شقين : الأول هو العناقد الكلية التي تعتبر الاقتصاد كشبكة من العناقد القطاعية المتفاعلة فيما بينها و الثاني هو التحليل الوظيفي الذي يرى الاقتصاد كشبكات و المؤسسات و الهيئات التي تتبادل المعارف فيما بينها³.

II-1-2- مفهوم النظام الوطني للابتكار :

يعد وضع تعريف محدد وواضح للنظام الوطني للابتكار تحديا في حد ذاته فقد تعددت التعاريف.

فقد عرفته OECD بأنه: "شبكة من الهيئات العمومية والخاصة التي تخلق عبر تفاعل أنشطتها، تراكم وتحول المعارف والكفاءات التي تعد أصل التكنولوجيا الحديثة، هذه الهيئات تشمل على: المؤسسات الاقتصادية، الجامعات، معاهد البحث العمومية و المختلطة، معاهد الملكية الفكرية... إلخ".

1 - بن مويزة مسعود وحساب محمد لمين ، "دور المؤسسة الاقتصادية في بناء نظام وطني للإبداع"، ورقة مقدمة للملتقى العلمي الدولي حول المؤسسة الاقتصادية الجزائرية و الابتكار في ظل الألفية الثالثة، يومي 16 و 17 نوفمبر 2008 ، جامعة قلمة ، ص : 265 .

2- بوفل ساهم، مرجع سبق ذكره ، ص : 198.

3 - بن مويزة مسعود و حساب محمد لمين ، مرجع سبق ذكره ، ص: 265.

II - مقومات الابتكار التكنولوجي و معوقاته

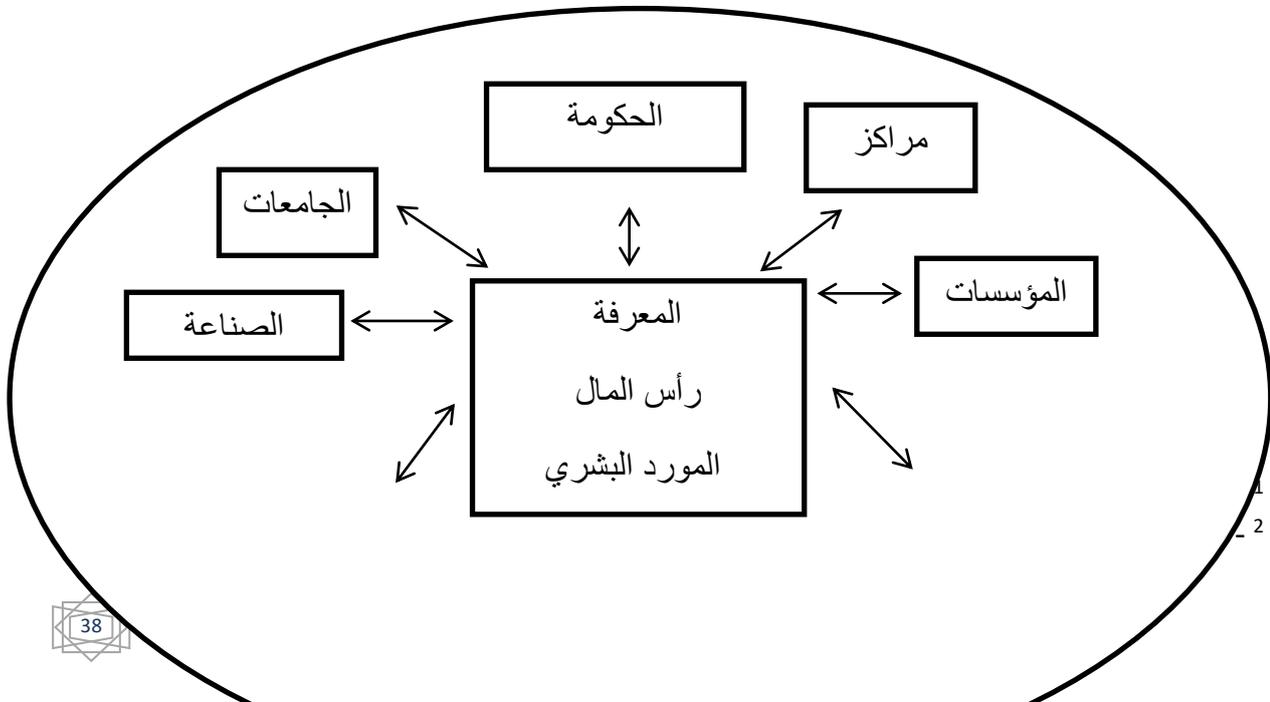
بينما يعرفه Edquist بشكل موسع، بأنه: "كل العوامل المهمة سواء كانت اقتصادية ، اجتماعية أو سياسية أو تنظيمية التي تؤثر على التطوير ، نشر واستعمال الابتكارات"¹.

ويعرفه أيضا (N. rosenberg&R.nelson) بمضمون عناصره الثلاثة، من حيث أنه:

"نظام ينصب على مجموعة المؤسسات (الجامعات والمنشآت الإنتاجية والمنظمات الحكومية وغير الحكومية). والتي يحدد فيما بينها الأداء الابتكاري للمنشآت الوطنية"².

ونستنتج من كل ذلك أن النظام الوطني للابتكار يشمل على مجموعة من المؤسسات المختلفة، التي تشترك في تطوير ونشر التكنولوجيا الحديثة، والتي توفر إطار العمل للحكومة بوضع السياسات للتأثير على عملية الابتكار.

شكل (07). صورة مبسطة عن النظام الوطني للابتكار



السوق

متعاملين

بيئة السياسة الكونية للعلم و التكنولوجيا

المصدر: بن مويزة مسعود و حساب محمد لمين، مرجع سبق ذكره، ص:267.

إن الشكل يبين صورة مبسطة عن النظام الوطني للابتكار، و الهدف هنا ليس تحديد كل العناصر و العلاقات بل هو إعطاء فكرة عن العلاقات الأساسية.

كما يبين الشكل أن هناك مجموعة من المتعاملين (الجامعات ، المؤسسات الاقتصادية ، مراكز البحث ، السوق ، وغيرهم من المتعاملين في داخل النظام) الذين يدخلون في تفاعل مع بعضهم من أجل تبادل المعلومات و المعارف و التمويل اللازم و المورد البشري المؤهل بهدف التلاحم من أجل تحقيق هدف النظام ككل . وهذا طبعاً في إطار السياسة الوطنية العامة للعلم و التكنولوجيا المحددة من طرف الدولة و بالتفاعل من جانباً آخر مع ما يحدث في المحيط الخارجي (بيئة السياسة الكونية للعلم و التكنولوجيا) من تغيرات تكنولوجية و تقنية مفيدة للبلد ، والتي يستفاد منها من خلال عدة آليات، مثل: نقل التكنولوجيا ، التراخيص إلخ¹.

II-1-3- خصائص النظام الوطني للابتكار وأهميته :

II-1-3-1- خصائصه :

على الرغم من الاختلاف حول المفاهيم التي تشكل العناصر الرئيسية لأي نظام ابتكار ، إلا أن هناك نوع من الاتفاق حول بعض تلك العناصر نذكر منها :

1- افتراض اختلاف الأنظمة الوطنية من ناحية التخصص في الإنتاج و التجارة و المعرفة، و الفكرة الأساسية هنا هي : التطوير المشترك بين ما تقوم به البلدان، و بين ما يعرف المؤسسات الصغيرة و المتوسطة و الأفراد فعلة بشكل جيد في تلك البلدان، و هذا ما يشير ضمناً إلى أن كلا من هيكل المعرفة و هيكل الإنتاج سيتغيران ببطء فقط .

2- يستخدم النظام الوطني للابتكار في تحليله المنظور التاريخي، و المنظور التطوري، فعمليات الابتكار تتطور مع مرور الوقت، و يتضمن تأثير العديد من العوامل، و عمليات التغذية العكسية المرتبطة ببعضها البعض، و يفيد هذا المنظور التطوري في إجراء مقارنات مفيدة بين أنظمة الابتكار الأخرى.

3- يتبنى النظام الوطني للابتكار منظور شمولي و متعدد ، فهو شمولي من حيث أنه يحاول الإحاطة بكل العوامل المحددة للابتكار سواء كانت اقتصادية ، اجتماعية ، تنظيمية أو سياسية ، و يأخذ في الحسبان عدد كبير من الابتكارات ، صغيرة كانت أم كبيرة، تقنية كانت أم

1 - بن مويزة مسعود و حساب محمد لمين ، مرجع سبق ذكره ، ص : 268.

II - مقومات الابتكار التكنولوجي و معوقاته

تنظيمية ، وهو متعدد من حيث أنه يهتم بالعديد من حقول الدراسة، بمعنى أن يجمع منظورات من مختلف العلوم الاجتماعية .

4- يقر النظام الوطني للابتكار بأن المؤسسات الصغيرة و المتوسطة لا يمكنها الابتكار بمعزل عن غيرها من

المؤسسات ، لأن الابتكار يحدث وفقا لعلاقات و ترابط كائنة بين هذه المؤسسات¹.
II-1-3-2 - أهمية النظام الوطني للابتكار:

باعتبار أن النظام الوطني للابتكار هو وليد لإطار متكامل يفعل العلاقات بين مركبات سياسة البحث العلمي و التطور التكنولوجي و يخضع لإستراتيجيات وسياسات واضحة لإدارته، فإنه باستطاعته أن يوفر المناخ الملائم لنمو و تطور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة المبتكرة، ففي ظل وجود نظام وطني للابتكار قوي و فعال تستطيع القدرات الابتكارية للأفراد و المؤسسات على حد سواء أن تنمو و تتطور و تتجسد ميدانيا في اختراعات و ابتكارات سواء كانت على شكل سلع أو خدمات².

II-1-4- تجارب بعض الدول حول الابتكار:

II-1-4-1- التجربة الأمريكية:

الإبداعات الجديدة خلال القرن العشرين كانت جُلها أمريكية ، ولعل هجرة الأوائل إلى أمريكا قادمين من قيود أوروبا ساهم في هذه العملية ، و اليوم لا تتميز فقط بأنها تملك أكبر ناتج قومي إجمالي في العالم يزيد عن (02) تريلون و إنما هي تتميز أيضا بأضخم ميزانية للبحث و التطوير حيث تصل نسبة ما يخصص 2,8 % من الناتج القومي³.
لقد كان الميل الأمريكي ولا يزال أثاره حتى الآن هو نحو الابتكار الجذري الذي يأتي بالتكنولوجيا الجديدة في دورة ابتكارية أولى تمتد إلى أكثر من 10-15 سنة ، ليأتي بعدها الانقطاع عن التكنولوجيا السابقة بالتكنولوجيا الجديدة في دورة تكنولوجية ثانية.
ومما يفسر هذا التوجه نحو الابتكار الجذري هو أنت الدخل الأمريكي كان منذ البداية مدخل تقني، كما يتصف الابتكار الجذري بأنه ذو طبيعة فنية.

إن اشتداد المنافسة و التنوع الكبير و المتسارع في السواق يجعل مثل هذا النوع من الابتكار مخاطرة كبيرة ليس فقط في الفشل و إنما أيضا قضية نجاحه خاصة في ظل عملية التقليد من المنافسين سواء تقليد استنساخي (أسهل) ، أو التقليد الابتكاري من خلال إدخال التحسينات المستمرة . ويمكن تحديد الاتجاهات العامة التي تواجه الشركات الأمريكية التي تميل إلى الابتكارات الجذرية فيمايلي:

*الاتجاه نحو الابتكار الجذري و المواصل: حتى يكون لهذا الابتكار ميزة تنافسية فعالة يجب عليها مواصله الابتكار، وهذا مالا يمكن ضمانه.

*الاتجاه نحو الابتكار التحسيني : لعل التحدي الثاني للشركات الأمريكية هو المنافسة الواسعة و السريعة جدا حيث الابتكار التحسيني لا يتطلب قواعد بحوث أساسية مقدمة، فإنه يجعل جميع المؤسسات قادرة على ممارسته.

1- بوفلر سهام ،مرجع سبق ذكره، ص ص 200 ، 201.

2 - نفس المرجع السابق ، ص :201.

3 - سليم بطرس جلدة و زيد منير عبوي ، "إدارة الإبداع والابتكار" ، دار كنوز المعرفة ، الأردن ، ط1 ، 2006، ص :

II - مقومات الابتكار التكنولوجي و معوقاته

II-1-4-2- الابتكار في التجربة اليابانية:

إن اليابان تعتبر معجزة كونها أكثر دولة إثارة الإعجاب ، إذ أنها من الدول مدمرة بعد الحرب العالمية

الثانية إلى أن تصبح في نهاية السبعينيات قوة اقتصادية عظيمة ، رغم أن العلاقات الخارجية لليابان بعد الحرب العالمية الثانية كانت سلبية خاصة في ظل الديون الكبيرة تجاه الولايات المتحدة الأمريكية و رداءة جودة منتجاتها.

إن الابتكار في التجربة اليابانية جدير بالاهتمام و الدراسة و الاستفادة منه. فالنموذج الابتكاري الياباني قائم على تحسين المستمر بشكل أساسي لمواجهة النموذج الأمريكي القائم على الابتكار الجذري . ويمكن

تفسير الميل للإبتكار التحسيني في اليابان فيما يلي :

*صغر الحجم وقلّة الموارد و البنية الجيولوجية للبلد كل هذا جعل اليابانيون يطورون رؤية جديدة هي

إزالة كل أشكال الهدر وإدخال التحسينات من أجل التفوق في السوق على المنافسين .

*اليابان رغم ميلها الكبير إلى التكنولوجيا الأحدث فإنها ذات مدخل إنساني في مقابل المدخل الأمريكي فهو مدخل تقني و يقول كارل أيبيل (K . H. EBEL) إن المدخل الياباني يفضل القيام بتحسينات تدريجية في مجال الابتكار التكنولوجي بدلا من التقدم بخطوات عملاقة .

*إن روح التعاون و الاحترام المتبادل داخل الشركة اليابانية يعمل لصالح التناغم و الانسجام " ثقافة الشركة اليابانية".

إن الطريقة اليابانية على مستوى الابتكار قامت بإدخال نمط جديد يتمثل في التحسين المستمر في مقابل المدخل الجذري الذي ساد في التجربة الأمريكية في مجال الابتكار.

أما أهم و أبرز خصائص التجربة اليابانية في المجال الابتكار تتمثل في :

- هذا النمط يمثل عملية مستمرة وهذه السمة هي التي تعطي للشركات حيوية مستمرة.

- كذلك هذا النوع من الابتكار يمثل عملية مركبة من مرحلتين التعليم و الإضافة الجديدة إذ أن الشركات اليابانية اعتمدت على الشركات الغربية في إدخال التكنولوجيا و الأساليب الحديثة في المرحلة الأولى و سرعان ما قفزت إلى المرحلة الإضافية و ذلك بتطوير نموذج خاص في التحسين.

- الثقافة اليابانية متعددة المركز فهي تتسم بالجماعية و عليه فإن ابتكار التحسين يتسم بالاعتماد على فرق التطوير.¹

II-2- مقومات الابتكار التكنولوجي :

1 - المرجع نفسه ، ص : 166 .

II-2-1- مقومات إدارة الموارد البشرية :

إن الاهتمام بالموارد البشرية ورعايتها يعد أهم ظاهرة تشغل بال المسؤولين بالدول النامية والمتقدمة على حد سواء في الوقت الحاضر ، ويرجع هذا الاهتمام إلى كون الموارد البشرية يمثل عنصرا هاما من عناصر عملية الابتكار التكنولوجي حيث من خلال هذه الأخيرة يمكن للمنظمة اكتساح الأسواق العالمية و تحقق الريادة .

II-2-1-1- ماهية إدارة الموارد البشرية :

قبل التطرق إلى مفهوم إدارة الموارد البشرية يجب أن نعرف الموارد البشرية.

*مفهوم الموارد البشرية :

تعرف الموارد البشرية بأنها: " مجموعة الأفراد المشاركة في رسم أهداف و سياسات و نشاطات و إنجاز الأعمال التي تقوم بها المؤسسة."¹

*مفهوم إدارة الموارد البشرية:

تعرف إدارة الموارد البشرية بأنها : " ذلك الجانب من الإدارة الذي يهتم بالناس كأفراد أو مجموعات و علاقاتهم داخل التنظيم ، وكذلك الطرق التي يستطيع بها الأفراد المساهمة في كفاءة التنظيم وهي تشمل الوظائف التالية : تحليل، تنظيم ، تخطيط القوى العاملة ، التنمية الإدارية ، العلاقات الصناعية ، مكافأة و تعويض العاملين ثم أخيرا المعلومات والسجلات الخاصة بالعاملين ."²

II -2-1-2- الإدارة الإستراتيجية للموارد البشرية و الابتكار التكنولوجي:

إن الابتكارات التكنولوجية تعد عاملا مهما في خضم التطورات الحالية وهذا ما يدفع بإدارة الموارد البشرية إلى تبني هذا العمل بدرجة أعلى من الرشد في ظل التنسيق مع الأهداف الإستراتيجية للمنظمة و هذا يقود إلى وجود علاقة بين إدارة الموارد البشرية و الابتكار التكنولوجي لتحقيق الأهداف التي تتوافق مع المنظمة . من خلال تحقيق التكامل بين إدارة الموارد البشرية و الابتكارات التكنولوجية المستحدثة.

1- نموذج توضيحي للإدارة الإستراتيجية للموارد البشرية و الابتكار التكنولوجي:

بالنسبة للمنظمات التي تنتظر للابتكارات التكنولوجية على أنها شيئا مهما للتكيف و التوافق مع البيئة فإن من أحد الإستراتيجيات التي يمكن أن تتبعها المنظمة هي تبنيها و تهيئة المناخ و المحيط الداعم للابتكار، و يقصد بذلك توفير الوسط المناسب للفرد للقيام بالبحث و

1 - حسن إبراهيم بلوط ، "إدارة الموارد البشرية من منظور إستراتيجي" ، دار النهضة العربية ، بيروت ، لبنان ، ط1 ، 2002 ، ص : 17.

2 - صلاح الدين عيد الباقي ، "الاتجاهات الحديثة في إدارة الموارد البشرية" ، دار الجامعة الجديدة للنشر ، الإسكندرية ، مصر ، 2002 ، ص : 16.

II - مقومات الابتكار التكنولوجي و معوقاته

التطوير وتنمية ابتكاراته التكنولوجية ، ولعل الطرق الحالية للتدريب يمكن أن تساعد في توفير المهارات ، القدرات ، والمعرفة والتغيير.

و يقترح النموذج التوضيحي التالي إطارا مفاهيميا يفسر العلاقة التفاعلية المتبادلة بين الإستراتيجية العامة طويلة الأجل و الخطط التكتيكية و التشغيلية قصيرة الأجل.

شكل (08): نموذج مفاهيمي للإدارة الإستراتيجية للموارد البشرية و الابتكار التكنولوجي.

<p>(2) *رؤية محدودة و جامدة للمستقبل *الأعداد للتغيرات محددة *مخاطرة انخفاض درجة الدقة * الفرص الضائعة</p>	<p>(1) * رؤية عامة رمزية للمستقبل *الأعداد للتغيير المستمر غير المتوقع * إدراك الفرص</p>	<p>طويل الأجل</p>
<p>(4) * التدريب المبادر * تنمية المهارات و المعرفة و القدرات المستهدفة * استخدام فعال</p>	<p>(3) * التدريب كرد فعل * التوافق الضعيف بين القدرات و متطلبات الوظيفة *الاستخدام غير الفعال</p>	<p>الإطار الزمني قصير الأجل</p>

عالي

منخفض

مستوى التحديد

المصدر: راوية حسن، "مدخل إستراتيجي لتخطيط و تنمية الموارد البشرية"، الدار الجامعية، الإسكندرية مصر 2002، ص:470

الإطار المفاهيمي المقترح يقدم نظرة أكثر تحديدا و إطارا زمنيا قصير الأجل، وعلى سبيل المثال يمكن أن يوضح برنامج لإعادة تدريب الأخصائيين و الفنيين بغية اكتساب مهارات وقدرات إضافية تتماشى و الحاجات التنظيمية الحالية وذلك قبل تطبيق بسنة مثلا. ثم يوضع برنامج التدريب على المهارات والقدرات المتخصصة التي يحتاجها أدوار المستقبل و عليه يظهر القرار المتعلق بالحصول على تكنولوجيا معينة، الحاجة الضرورية لتخصيص الموارد المالية و تنمية الخطط.¹

2- العلاقة بين الإدارة الإستراتيجية للموارد البشرية و الابتكار التكنولوجي:

تتميز النظرة الجديدة لإدارة الموارد البشرية على بعد استراتيجي هام يعطي اهتمام و انفتاح أكثر على البيئة الخارجية و يعتبر الابتكار التكنولوجي كأحد العناصر المكونة لتلك

1 - راوية حسن ، مرجع سبق ذكره، ص: 439 .

II - مقومات الابتكار التكنولوجي و معوقاته

البيئة وتكمن تلك العلاقة في نقطتين من شأنها تدعيم الفعل التكنولوجي الجديد وتوفير مناخ مناسب تجاه الابتكار.

- النقطة الأولى: تتمثل في الاهتمام بالتكنولوجيا الجديدة إذ يتعين على الإدارة تهيئة المناخ و الثقافة التنظيمية تساعد على الابتكار التكنولوجي، من شأنه أن يؤدي إلى تفتح الفرد على التغيير وتحقيق مستوى أعلى من الأداء و بعث روح التجديد فيه.

- النقطة الثانية: تتمثل في كيفية احتضان تلك التقنيات الجديدة. و تدريب الأفراد واكتسابهم معرفة جديدة تمكنهم من استخدام تلك التكنولوجيات الجديدة. وبالتالي على أي إدارة أن تقوم بصفة مستمرة بتأهيل الإطارات والعمال الموجودين في مصالحتها للتكيف مع مختلف الابتكارات الجديدة.¹

II -2-2- المقومات القيادية في المنظمات الابتكارية:

القائد له رؤية طويلة الأمد يعمل على ابتكارها لتغيير منظمته، خلافا عن المدير الذي يمتلك رؤية قصيرة الأمد. أما الإدارة فهي إنجاز الأعمال وفق القواعد المرسومة و المحددة مسبقا. وبهذا المعنى فإن الإدارة تعطي الأوامر من أجل التنفيذ حسب القواعد ، أما القيادة فإنها قبل كل شيء رؤية خلاقة ابتكارية من أجل تحفيز الأفراد لتحقيق النجاح و التميز للمنظمة.

II -2-2-1- مفهوم القيادة:

عرفت القيادة بأنها: " قدرة الفرد على تأثير على شخص أو مجموعة وتوجيههم و إرشادهم من أجل كسب تعاونهم و حفزهم على العمل بأعلى درجة من الكفاءة في سبيل تحقيق الأهداف الموضوعية."²

و عرفت أيضا بأنها: " فن التعامل مع الآخرين و القدرة على كسب احترامهم و طاعتهم و ثقتهم و تعاونهم."

II -2-2-2- السمات القيادية:

إن الدراسات التي تناولت تأثير القيادة على الابتكار ركزت بشكل كبير على الخصائص الشخصية: السمات الشخصية، القيم، المعتقدات، الخيرة و المعرفة... إلخ، ومن بين هذه السمات نذكر منها:

1- إعطاء حرية للأفراد على اقتراح أفكار مستحثة دون الخوف من اللوم.

2- يكون للقائد القدرة على تقديم رؤية تتعلق بمسار المنظمة وأي العناصر التي يمكن أن تلزم نفسها بها.

¹ - نفس المرجع السابق، ص ص: 463 ، 464 .

² - ماهر صالح حسن، "القيادة: أساسيات و نظريات و مفاهيم"، دار الكنوز للنشر و التوزيع ، الأردن ، ط 1 ، 2004، ص : 19 .

II - مقومات الابتكار التكنولوجي و معوقاته

- 3- القدرة على التأثير على الآخرين و إلهامهم، و الاستمالة الفكرية.
 - 4- تأييد و مناصرة الابتكار التكنولوجي.¹
 - 5- تشجيع الأداء الابتكاري، و دعم المبتكرين و تبني أفكارهم و دراستها بشكل جاد.
 - 6- بث الثقة بالنفس و بأن كل شخص قادر على الابتكار طالما توفرت له العوامل و المناخ المناسب.
 - 7- رفع شعار الابتكار ليس مجرد وسيلة ولكنه يعتبر هدف تسعى إليه المنظمة و الأفراد.²
- II-2-2-3- مهام القيادة الفعالة في المنظمات الابتكارية:

إن دور القيادة في المنظمة الابتكارية لا ينحصر في ابتكار الرؤية الخلاقة فقط و إنما تجاوز ذلك إلى تحقيق هذه الرؤية و تحويلها إلى بيئة تنظيمية محفزة للابتكار و المبتكرين و يمكن تحديد هذه المهام فيما يلي :

- 1- تغيير ثقافة المنظمة التقليدية ، و بناء الثقافة الابتكارية التي تشجع الابتكار التكنولوجي.
- 2- المحافظة على العاملين الأكفاء و الفعالين من ذوي المواهب بما يحافظ على قوة المنظمة الأساسية.
- 3- العمل على تطوير الرؤية لمستقبل المنظمة بمشاركة الجميع.
- 4- تبني مقاييس تقييم الابتكار التكنولوجي في المنظمة، و استخدامها بشكل دوري لتحديد مدى التقدم في القدرة الابتكارية.³

II-3-3- مقومات تكنولوجيا المعلومات :

II-3-3-1- مفهوم تكنولوجيا المعلومات:

تعرفها منظمة التعاون و التنمية الاقتصادية (OCDE): " هي جميع التكنولوجيات التي تسمح بجمع ، تخزين ، معالجة ، نقل المعلومات في شكل أصوات ، بيانات ، صور. فهي تشمل الإلكترونيك الدقيق ، علم بعديات الإلكترونيك و التكنولوجيا الملحقة".⁴ و تعرف كذلك بأنها : " التكنولوجيا التي تركز على استخدام المعلومات في أداء العمل و تتمثل في المعدات و البرمجيات و الشبكات و قواعد البيانات".⁵

1 - نيغل كنف و نيل اندرسون ، مرجع سبق ذكره ، ص ص: 199 ، 200 .

2 - ماهر صالح حسن ، مرجع سبق ذكره ، ص : 138 ،

3- [http:// forums.mawhiba.org/topic2066441-469-2.aspx32#bm2073793](http://forums.mawhiba.org/topic2066441-469-2.aspx32#bm2073793) (23/03/2013)

4 حناشي توفيق ، " دور تكنولوجيا المعلومات و الإتصال في تطوير إدارة الموارد البشرية" ، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير ، قسم علوم التسيير ، جامعة 08 ماي 1945 بقالمة، 2010، ص : 31 .

5 - محمد صالح الحناوي وآخرون ، " الأعمال في عصر التكنولوجيا " ، دار الجامعة للنشر ، مصر، ط1، 2004 ، ص : 21 .

II - مقومات الابتكار التكنولوجي و معوقاته

II-3-3-2- دوافع إدخال تكنولوجيا المعلومات في المؤسسة:

- 1- رغبة المسيرين ومدراء الأعمال الدائمة في التعريف بأعمالهم منتجاتهم والخدمات التي يقدمونها إلى العديد من الزبائن .
- 2- نشر كل المعلومات التي تخص المؤسسة والتي يريد الزبون معرفتها عن المنتجات والخدمات وكل مميزاتها..
- 3- نشر المعلومات في الوقت المناسب.
- 4- تقديم خدمات للزبون بأحسن طريقة من حيث السرعة و السهولة ¹.

II-3-3-3- استعمالات تكنولوجيا المعلومات:

تتعدد العوامل التي تجعل المؤسسة في حاجة ماسة إلى إدخال تكنولوجيا المعلومات من خلال مجال استعمال هذه الأخيرة من طرف المؤسسة، إما في المجال الداخلي أو الخارجي بالنسبة لمحيط المؤسسة كما يلي:

✓ الاستعمال الداخلي:

- من أهم استعمالات تكنولوجيا المعلومات على المستوى الداخلي في المؤسسة ما يلي ²:
- 1- تستعمل تكنولوجيا المعلومات كمصدر لكل المعلومات المؤسسة في بطاقة تعرض فيها التعريف بالمؤسسة، نشاطها، هيكلها التنظيمي، أهدافها.
 - 2- وضع دليل العاملين والذي يساعد فيما يخصهم من معلومات شخصية ، الوظيفة ، الترقيات ... الخ.
 - 3- ربط كل أجزاء المؤسسة مع بعضها البعض حتى وإن كانت في أكثر من مبنى.
 - 4- تتيح للموظفين الوصول للوثائق المعيارية للفحص و المعالجة .
 - 5- وضع معلومات عن المنتج ومواصفاته لتجنب تكرار الشروحات عدة مرات .

✓ الاستعمال الخارجي: من أهم استعمالاتها الخارجية ³:

¹- حمزة بعلي، "تكنولوجيا المعلومات و الاتصال كمدخل إستراتيجي لإدارة المعرفة"، رسالة ماجستير غير منشورة، تخصص إقتصاد تطبيقي و تسيير المنظمات، جامعة قلمة، 2010 ، ص : 41 .

² - حمزة بعلي ، نفس المرجع السابق ، ص : 41 .

³ - محيي محمد مسعد ، "ظاهرة العولمة: الأوهام و الحقائق"، مكتبة الإشعاع الفنية ، مصر ، ط1 ، 1999 ، ص : 192 .

II - مقومات الابتكار التكنولوجي و معوقاته

- 1- تزويد المؤسسة بمعلومات عن مواد تريد شرائها خاصة المواد ذات التمويل الكبير.
- 2- الإطلاع الدائم على السوق العمالة من أجل اختيار متطلباتها من الموظفين عند الحاجة .
- 3- اختيار المورد المناسب من خلال العروض المقدمة من طرف الموردين.

II-3-3-4- الابتكار التكنولوجي وتكنولوجيا المعلومات :

لقد أدخلت ثورة المعلومات وتقنيات المعلومات العديد من التأثيرات الإبداعية على أساليب ومحتوى الابتكار التكنولوجي ، وهي تعد اليوم محرضاً أساسياً للابتكار بفضل الأدوات التصميمية المتعددة التي توفرها ، وعلى رأس الإنترنت.

تعد المعلوماتية بحد ذاتها ذروة الابتكار المعاصرة ، وما زالت تحمل مزيداً من الفرص الابتكارية ، يعود الدور الهام لتكنولوجيا المعلومات في تحريض الابتكار التكنولوجي إلى الوظائف الأساسية التالية المتأصلة في هذه التقنيات :

1- تعد تكنولوجيا المعلومات أداة ابتكارية بامتياز ، حيث تمكن المؤسسة من تحقيق ابتكارات تكنولوجية جديدة وذلك من خلال:

- * تسريع الابتكار عن طريق توفير إمكانات إعداد الحساب و التصميم وتعديله بسرعة فائقة.
- * تمكين التعاون وتهيئة البيئة اللازمة لتبادل المشورة عن بعد لتنفيذ المشاريع.
- * المساعدة المؤسسات على إدارة البيانات و المعلومات رقمياً وبكفاءة كبيرة.
- * المساعدة في تحقيق نماذج تصميمية افتراضية و اختبارها عن طريق المحاكاة فيختصر بذلك الوقت و التكلفة.

2- تعد شبكة الإنترنت ملكة الابتكارات الحديثة و هي في ذات الوقت بيئة الابتكار التكنولوجي و يتجلى دورها في الآتي :

* تسرع الإنترنت إيصال المعلومات ونشرها وتبادلها و الولوج إليها من أي مكان، وكما أجمع

عليه العديد من المفكرين "المعلومات فيروس ينقل عدوى الابتكار".
*تسهل الإنترنت جلب المعلومات متخصصة إلى جمهور أوسع وتحريض أفكاراً وأساليب جديدة للابتكار التكنولوجي.

*تسهل الإنترنت في خلط وتفاعل المعلومات و الأفكار القادمة من مناطق وثقافات غير معتادة، وهذا يساعد على نمو الابتكار التكنولوجي و الاجتماعي والثقافي.
*وضع بيئة الأعمال الإلكترونية تحت تصرف المبتكرين¹.

II-2-4- مقومات الثقافة التنظيمية :

إن الثقافة المنظمة هي الاتجاه الغالب أو السائد في المنظمة، وهي الطريقة الخاصة لتصور الأشياء وعملها و التي تميز المنظمة عن غيرها ، وتعطي طابعاً ذا دلالة عن ماضي المنظمة وأحداثها الأساسية وتطويرها المحتمل.

¹ - محمد نجيب عبد الواحد ، " مجتمع المعرفة " ، <http://imormag.News.sg/index> ، (23/03/2013).

II - مقومات الابتكار التكنولوجي و معوقاته

II-2-4-1- مفهوم الثقافة التنظيمية :

(J.Retiz) بأنها: "مجموع الاعتقادات ، القيم ،الاتجاهات والفروض التي يشترك فيها أعضاء المؤسسة التي تحدد قواعد وأنماط سلوكهم التنظيمي وتساعدهم ويعرفها ريتز على التعامل مع البيئة الداخلية

والخارجية "1.

و عرفها طارق طه بأنها: "مجموعة القيم و المعاني المشتركة والمفاهيم الزائدة داخل التنظيم والتي تحدد بدرجة كبيرة سلوك أفرادها"2

II-2-4-2- خصائص الثقافة التنظيمية:

للثقافة التنظيمية مجموعة من المميزات تتصف بها وهي :

1- ثقافة المنظمة نظام مركب: تتكون ثقافة المنظمة من مجموعة من المكونات الفرعية التي تتفاعل

فيما بينها لتحقيق أهداف المنظمة وتشمل هذه المكونات جوانب معنوية كالأخلاق، القيم، ومعتقدات

وجوانب سلوكية من عادات ، تقاليد وجوانب مادية من أشياء ملموسة كالمباني والمعدات

2- ثقافة المنظمة نظام متصل (مستمر) ومتكامل: كونها نظام مستمر فنقصد بها أنه يسود الانسجام و الاتصال بين عناصرها المختلفة بالتالي إذ أحدث تغير في جانب من جوانب فإن الجوانب ستتأثر³، كما نقصد بنظام مستمر مدى تشجيع الوحدات في المنظمة على بشكل منسق⁴.

3- الثقافة لها خاصة التكيف : تتكيف ثقافة المنظمة استجابة لمطالب بيئتها وأهدافها واحتياجاتها

وأفرادها⁵.

II-2-4-3- أهداف الثقافة التنظيمية :

- 1 - جمال الدين محمد مرسي، "الثقافة التنظيمية و التغيير" ، الدار الجامعية ، الإسكندرية ، مصر ، 2006 ، ص : 436 .
- 2 - طارق طه ، " السلوك التنظيمي " ، الدار الجامعية ، الإسكندرية ، مصر ، 2007 ، ص : 80 .
- 3 - مصطفى محمود أبوبكر ، "دليل التفكير الاستراتيجي وإعداد الخطط الاستراتيجية " ، الدار الجامعية ، الإسكندرية ، مصر ، 2000 ، ص : 132 .
- 4 - حسن حريم ، " السلوك التنظيمي " ، دار حامد للنشر و التوزيع ، عمان ، الاردن ، ص : 328 .
- 5 - حمداوي وسبلة ، "إدارة الموارد البشرية " ، مديرية النشر الجامعية قالمة ، الجزائر ، 2004 ، ص : 45 .

II - مقومات الابتكار التكنولوجي و معوقاته

- 1- تحقيق الهوية التنظيمية من خلال تهيئة الإحساس بالكيان و الهوية لدى العاملين .
- 2- تسيير انسجام الأهداف الشخصية للعاملين مع أهداف المؤسسة.
- 3- الإسهام في توليد الالتزام وتنمية الولاء والانتماء المؤسسة .
- 4- إبراز الشخصية المميزة في المؤسسة عن غيرها من المؤسسات .
- 5- تمكين الأعضاء من الانتماء والانتماء إليها ومن التميز معها
- 6- تقليل من احتمال ترك العمل .¹

II-4-4-2- ثقافة

المنظمات الابتكارية :

5	4	3	2	1
الابتكاريون	المساندون	المحايدون	المقاومون	محطمو الابتكار

تتسم بالميل إلى

تأكيد روح المبادرة وأسبقية الأفراد على قواعد والإجراءات المحددة مع رؤية مفتوحة لتقبل أي فكرة جديدة بأقل قدر من الاعتراضات التي تحبط الابتكار التكنولوجي ومبادراته. ولكي تستطيع المنظمة تحقيق ذلك لابد من تقليص قواعد العمل الجاهزة.

وهناك نوعان من الثقافة التنظيمية الابتكارية :

- 1- ثقافة المنظمة المحافظة المتطرفة: يمثلها محطمو الابتكار بكل ما يعنيه ذلك من اتخاذ مواقف تصل إلى التحطيم و التخريب ضد الابتكار و المبتكرين.
- 2- ثقافة الابتكار المستمر: تمثلها المنظمات القائمة على الابتكار بكل ما يعنيه ذلك من اعتبار الابتكار استثمار وليس نفقة . وميزة تنافسية وليس مستدامة وليس من العوامل المساعدة عليها.²

والشكل التالي يوضح هذه السلسلة المتواصلة لثقافة المنظمة وعلاقتها بالابتكار:

شكل (09): السلسلة المتواصلة للثقافة التنظيمية حيال الابتكار.

ثقافة

الثقافة المحافظة الصارمة

الابتكار المستمر

العوامل	الثقافة المحافظة	الثقافة الابتكارية
العصر الذهبي للمنظمة	في الماضي	المستقبل
	الحالة القائمة	

1 - جمال الدين المرسي ، مرجع سبق ذكره ، ص : 441 .

2 - نجم عبود نجم ، مرجع سبق ذكره ، ص : 90 .

II - مقومات الابتكار التكنولوجي و معوقاته

الابتكار	مصدر خطر	مناسبة عرضية	ميزة مستدامة
الأسلوب	إداري - أمر	إداري - توجيهي	تشاروري - استشاري
القيم	متجذرة (راسخة)	ثابتة و لكن (وسطية)	عملية - تطبيقية
التغيير	ما يجب تجنبه	ممکن ضمن الحالة القائمة	ما يجب إنجازه
الفشل	غير مقبول و معاقب عليه	غير مرغوب إلا في بعض الحالات	مرغوب و مكافئ عليه
الفرصة	تأتي في حياتنا	يجب البحث عنها عند الضرورة	يجب إنشاؤها في كل حين

المصدر: نجم عبود نجم ، إدارة الابتكار المفاهيم ، والخصائص التجارب الحديثة ، دار وائل للنشر و التوزيع ، ط1، 2007، ص90.

II - 2 - 4 - 5- تعزيز ثقافة المنظمة الابتكارية:

تؤدي الثقافة دوار أساسيا في تطوير قدرة المنظمة على الابتكار : وهي تؤثر على الطريقة التي تعمل المنظمة من خلالها وعلى العلاقة فيما بين العاملين فيها . ويتطلب الابتكار ذهنية تتميز بروح المبادرة وحس الإبداع و قدرات تنظيمية ديناميكية ذهنية منفتحة على الأفكار الجديدة وثقافات أخرى. و إذا أريد للقدرة الابتكارية أن تتطور يجب على المبتكرين التمسك بقيم الشركة و أهدافها المشتركة. ويجب أن تكون القيم التي تدعم القدرة الابتكارية جزء لا يتجزأ من نسيج ثقافة المنظمة.¹

II - 3 - حماية الابتكارات التكنولوجية :

إن حماية الأفكار و المنتجات الجديدة تعتبر من أهم المراحل التي يتفكر فيها المبتكرون حتى من قبل تجسيدهم لاخترعاتهم و ابتكاراتهم . و إغفال المؤسسة لاستعمال الأدوات و الإجراءات القانونية لحماية ما تقوم به من ابتكارات يؤدي إلى ضياع كل الجهود التي تقوم بها من ظهور الأفكار الجديدة إلى غاية تجسيدها في الواقع.

إن الاستفادة من المزايا التنافسية للمنتجات الجديدة لا تكون إلا بإحاطتها بالحماية و الرعاية اللازمة أثناء مراحل تطورها و إنتاجها و تسويقها . وتزداد أهمية الحماية القانونية كلما زادت الإبداعات و الابتكارات التكنولوجية تعقيدا تقنيا أو علميا.

أهم المشاكل التي ستعاني منها مؤسسات الدولة النامية - و الجزائر واحدة منها - اثنا انضمامها للمنظمات العالمية كالمنظمة العالمية للتجارة وهي حماية منتجاتها، حيث إن تقاليد وممارسات الترخيص والحماية القانونية غير المرسخة و لا تحظى بالاهتمام اللازم في هذه الدولة.

1 - نبيل جواد ، مرجع سبق ذكره ، ص : 232 .

II - مقومات الابتكار التكنولوجي و معوقاته

فمثلا نجد (20) براءة اختراع (179) نموذج مبتكر فقط مسجلة من طرف الباحثين الجزائريين لدى المعهد الوطني للملكية الصناعية¹.

الأفكار الجديدة سواء خاصة بابتكار منتجات جديدة أو بمهارات أداء أو بموضوع آخر يمكن حمايتها ببراءة اختراع أو نموذج أو علامة تجارية .

II-3-1- براءة الاختراع:

قانون ويمكن إن يكون تطبيقا في شكل حل أو معالجة لمشكل معين وقد يكون في المجال الصناعي عبارة عن فكرة جديدة أو رسم لآلة أو تصميم لمنتج أو لعملية أو لنظام إنتاجي. عادة تحصل هذه الاختراعات على براءات اختراع ، و إن ما يجب الإشارة إليه أن تقييم الاختراعات من وجهة نظر اقتصادية لا يقوم على أساس العبقورية العلمية أو على مدى الدقة الفنية فيه وإنما على أساس النتائج المحققة من استخدامه وتطبيقه في عملية الإنتاج.²

II-3-1-1- مفهوم براءة الاختراع :

تعتبر براءة الاختراع من أهم صور حقوق الملكية الصناعية. فضلا عن أنها ترتبط ارتباطا وثيقا بالابتكار التكنولوجي في جميع المجالات .

وتعرف براءة الاختراع بأنها: " وثيقة رسمية تصدرها جهة حكومية مختصة ببراءة الاختراع ، تمنح الحق لصاحبها المتصرف في الشيء لعدد محدد من السنين"³.

وتعرف أيضا بأنها: "الشهادة أو السند الذي يبين و يحدد الاختراع ويرسم أوصافه و يمنح جائزة الحماية المرسومة قانونيا"⁴.

II-3-1-2- شروط منح براءة الاختراع:

هناك نوعان من الشروط التي يتطلب توفرها لمنح براءة الاختراع وهي:

1- الشروط الموضوعية :

- الجدة: ينبغي أن يكون الاختراع جديدا وغير معروف لدى المجتمع ولم يسبق نشره أو استعماله.
- الابتكارية: وهو إيجاد شئ لم يكن موجودا من قبل ، أو اكتشاف شيء كان موجودا ولم يكن معروفا.
- قابلية الاختراع للتطبيق الصناعي: ويقصد بذلك إن يكون الاختراع الجديد قابلا للتطبيق في مجال الصناعة من أجل إحداث تطور فيه، ويستلزم ذلك شيئا ماديا وملموسا وليس مجرد فكرة.

1 - ملايكية عامر ، مرجع سبق ذكره ، ص : 30 .

2 - نفس المرجع السابق ، ص: 31 .

3 - محيل لارم مسلم المالكي ، " براءة الاختراع و أهمية استثمارها مصدرا للمعلومات العلمية و التقنية " ، مؤسسة الوراق ، الأردن ، ط1 ، 2007 ، ص: 20 .

4 - ريم سعود السماوي ، " براءة الاختراع في الصناعة الدوائية " ، دار الثقافة للنشر و التوزيع ، عمان ، ط1 ، 2008 ، ص: 84 .

II - مقومات الابتكار التكنولوجي و معوقاته

- مشروعية الاختراع: أي عند فحصه لا بد من التأكد من مشروعيته. أي عند تنفيذ فكرته لا يكون متعارضاً وفكرة الآداب العامة أو مبادئ الشريعة ومصلحة المجتمع بشكل عام.¹
- 2- الشروط الشكلية:

- للحصول على براءة الاختراع هناك إجراءات شكلية تتخذ والتي تمثل فيما يلي:
1. إيداع طلب أو ملف لدى الهيئة المختصة محلياً و دولياً: ففي الجزائر مثلاً استندت المهمة إلى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية.
 2. دراسة الملف (الطلب) من قبل الهيئة المعنية: تقوم الهيئة بعملية بحث وتحلل للملف المعروض أخذاً بعين الاعتبار جانبيين أساسيين:
- الجانب الإداري : ويتم فيه التحقق من أسبقية الابتكار ، أي عدم وجود ابتكارات أخرى تخص موضوع الاختراع على مستوى الدول المودع لديها الطلب.
- الجانب التقني : ويخص التحقق من توافر الشروط الموضوعية التي تم ذكرها سابقاً.

II-3-1-3- إيجابيات و سلبيات براءة الاختراع:

تتمثل براءات الاختراع في نفس الوقت مدخلات و مخرجات نشاط الابتكار التكنولوجي، وعدد براءات المودعة كل سنة عبارة عن ثمرة الاستثمار في البحث و التطوير ، ونظراً للإيجابيات التي تتميز بها معطيات البراءة ، ولذا سوف نستعرض أهم الإيجابيات دون أن ننسى التعرض للسلبيات والانتقادات الموجهة لها.

• إيجابيات براءة الاختراع:

يمكن ذكر من أهم إيجابيات براءات الاختراع التالية:

- 1- كونها مصدر للمعلومات الزمنية و الجغرافية، القطاعية والتكنولوجية حول نشاط الاختراع و الابتكار التكنولوجي.
- 2- تسمح براءة الاختراع باسترجاع على الأقل جزء من المداخل الناتجة عن الابتكار التكنولوجي.
- 3- تسمح بكشف خصائص الابتكار التكنولوجي ، وهو الشرط الأساسي لتحويلها إلى سلعة لكن بضمان حماية.
- 4- براءة الاختراع تسمح بنشر الابتكار التكنولوجي.
- 5- تنشأ حقوق منقولة ، وهي تمثل وسيلة لكشف القيمة المستقبلية للجهد التكنولوجي للمؤسسة.

• سلبيات براءة الاختراع:

يمكن تعداد بعض السلبيات وكذا الانتقادات الموجهة لبراءة الاختراع:

1 - محيل لازم مسلم المالكي ، مرجع سبق ذكره ، ص ص : 54 ، 55 .

- 1- يشترط لمنح براءة الاختراع عنصر الجودة في الاختراع وهذا ما يستثنى الاختراعات و الابتكارات التكنولوجية الصغيرة.
- 2- يمكن أن تمثل التكاليف المرتبطة بإيداع طلب براءة الاختراع و الخاص باقتناء سند البراءة، وكذا المحافظة عليه، قيد مالي يصعب تحمله من طرف المؤسسات الصغيرة.
- 3- تنشأ براءة الاختراع احتكار لدى مالكيها.
- 4- نشر المعلومات التقنية المجمععة عند إيداع طلبات براءة الاختراع يمكن أن يؤثر على سلوك وإستراتيجية المؤسسة.¹

II- 2-3- العلامة التجارية :

يقصد بالعلامة التجارية كل إشارة أو دلالة يضعها التاجر أو الصانع على المنتجات التي تقوم ببيعها أو صنعها لتمييز هذه المنتجات عن غيرها من السلع المماثلة.

وهناك ثلاث صور للعلامة:

- 1- العلامة الصناعية: وهي التي يضعها الصانع لتمييز المنتجات التي يصنعها عن مثيلاتها من المنتجات الأخرى.
- 2- العلامة التجارية: وهي التي يستخدمها التاجر لتمييز المنتجات التي يقوم ببيعها بعد شراءها سواء من تجار الجملة أو من المنتج مباشرة.
- 3- علامة الخدمة: وهي التي تخصص لتمييز خدمة مثل العلامة التي تشير الى خدمات النقل و السياحة.²

تلجأ المنظمة لحماية منتجاتها وشهرتها التجارية من خلال تسجيل العلامة التجارية لدى الهيئات المختصة بذلك كالمعهد الوطني للملكية الصناعية بالجزائر ، وقد تكون في غرف التجارة أو غيرها من الهياكل في دول أخرى.³

إن العلامة التجارية هي نتاج تاريخ المؤسسة و نجاحاتها في الجودة (خصائص أفضل من المنافسين) أو خدمة (إيفاء متكرر أفضل لحاجات الزبون) ،الثقة (علاقات معول عليها ومخاطر شراء أقل) ، و التفوق (البقاء في المقدمة لفترة طويلة)... الخ . لذا يكون من حق المؤسسة أن تحقق منافع أو علاوة سعريه من علامتها بالاستخدام، ومنافع و عوائد مالية من ترخيص استخدام علامتها التجارية المحمية بالقانون كأحد الحقوق الرئيسية للملكية الفكرية.⁴

II- 3-3- النموذج الصناعي :

النموذج الصناعي هو كل رسم أو شكل أو تصميم متميز و مختلف خاص بالمؤسسة أو بمنتجاتها. وهو كذلك شكل المنتج أي الشكل الذي يتجسد فيه السلعة. وبصفة عامة فان النموذج الصناعي هو عبارة عن المظهر الزخرفي أو الجمالي لمنتج مفيد، سواء تعلق ذلك

1 - دويس محمد الطيب ، "براءة الاختراع مؤشر لقياس تنافسية المؤسسات و الدول " ، رسالة ماجستير منشورة ، تخصص دراسات اقتصادية، جامعة ورقلة ، 2005، ص : 83 .

2- ناصر أبو الفتوح و فريد حسن، " حماية الحقوق الملكية و الصناعات الدوائية " ، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية ، 2007 ، ص ص: 152-153 .

3 - ملايكية عامر ، مرجع سابق ، ص : 31 .

4 - نجم عبود نجم، " إدارة الابتكار: المفاهيم والتجارب الحديثة " ، دار وائل للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، ط2003، ص 1، ص 469: .

II - مقومات الابتكار التكنولوجي و معوقاته

بشكل السلعة أو بخطوطها أو بألوانها. وترتبط حماية النموذج بالخصائص الشكلية و الجمالية المميزة للمنتجات الجديدة.

ويمكن إثبات حق ملكية النموذج سواء بالتسجيل أو بأسبقية الاستعمال مع عدم إجبارية التسجيل. وحماية النموذج الصناعي تتمثل في إبراز اسم الشخص أو المؤسسة التي طورته مما يسمح لها من تحقيق أهداف معينة قد لا تكون مادية في كل الأحوال.¹

II-3-4- حماية المعلومات السرية :

إن المعرفة السرية و التي تعرف اصطلاحا في أحيان كثيرة بالسر التجاري أو سر الصناعة ، يعني بصفة عامة كافة أشكال المعلومات السرية بما قد تشمله من ابتكارات ، تركيبات، نماذج ، توليفة، برامج، آلات ، أساليب وطرق ووسائل صناعية ،والتي تكون لها قيمة اقتصادية حالية أو ممكنة.

وعلى مالك هذه المعلومات السرية اتخاذ الاحتياطات اللازمة و الكفيلة بصيانة السرية، لأن المعلومات السرية، لا يمكن حمايتها في ظل مبادئ الشريعة العامة وكذلك فإن الاتصاف في المعرفة الفنية السرية هذا لا يحول دون قيام مالكاها باستغلالها (كالقيام بترخيصها لمؤسسات أخرى أو إيجارها). وفي سبيل تأكيد هذه الحماية، عادة ما يضع المالك شرطا صريحا في العقود بالزام من يرتبط عمله به بالمحافظة على المعلومات السرية ، ويكون ذلك بوضع شرط في عقد العمل ذاته أو بوثيقة مستقلة تلحق بهذا العقد، أو قد يمتد العقد إلى التزام العامل بعدم دخول في أي علاقة عمل مع مؤسسته أخرى منافسة بعد انتهاء عقده الأول مع المؤسسة المالكة للمعرفة السرية.²

ومن الجدير بالذكر أن الكثير يعتقد أن براءة الاختراع فعالة لحماية الابتكار التكنولوجي ،حيث يمنع المنظمات المنافسة من التقليد السريع للابتكارات المتوصل إليها ، غير أن الدراسات الميدانية أكدت محدودية الفعالية لنظام براءة الاختراع في حماية الابتكارات التكنولوجية.

وبالتالي عدم اتخاذ المنظمة من براءة الاختراع الوسيلة الوحيدة للحماية بل هناك طرق قانونية أخرى كسرية المعلومات و النموذج الصناعي والعلامة التجارية... وكذلك عليها أن تختار الوسيلة القانونية المناسبة لنوع النشاط الصناعي المتبع من جهة ونوع الابتكار المتوصل إليه من جهة أخرى.

فمثلا براءة الاختراع تكون أفضل في حالة ابتكار منتج من سرية المعلومات، غير أن هذه الأخيرة أفضل فعالية في حالة الابتكار في طرق و أساليب الإنتاج.

II-4- الابتكار التكنولوجي (تجارب أهم الشركات الابتكارية ،قياسية ومعوقاته)

II-4-1- الشركات الأكثر ابتكارية في العالم:

قد تتنافس الشركات اليوم على أساس نتائج الأعمال في السوق، من حيث حجم العوائد وقيمة الأسهم، إلا أنها تتنافس قبل ذلك على قدرتها الابتكارية فيما تحقق من منتجات، وخدمات، وعمليات وتكنولوجيا. لذلك فإن ترتيب الشركات اعتمادا على قدرتها الابتكارية يمثل مؤشرا مهما بين الشركات في السوق، وعلى مدى قدرة هذه الشركات في المحافظة

1 - ملايكية عامر ، مرجع سبق ذكره ، ص : 32 .

2 - مدوكي يوسف ، مرجع سبق ذكره، ص : 102 .

II - مقومات الابتكار التكنولوجي و معوقاته

على مكانتها وسمعتها بوصفها شركة ابتكارية. والجدول الآتي يبين الشركات الثلاث الأولى الأكثر ابتكارية في العالم حسب مجلة بيزنس ويك (business week).

جدول (03): الشركات الثلاث الأولى الأكثر ابتكارية حسب مجلة (البيزنس ويك).

البلد	الشركات	2008	2009
الولايات المتحدة	ابل	1	1
الولايات المتحدة	جوجل	2	2
اليابان	تويوتا	3	3

المصدر: (19/04/2013), <http://www.mawhibatest.org>

II - 4-1-1- شركة ابل "Aple":

● نبذة عن الشركة:

هي شركة أمريكية متعددة الجنسيات تعمل على تصميم وتصنيع الالكترونيات الاستهلاكية ومنتجات برامج الكمبيوتر. تشمل منتجات الشركة الأكثر شهرة أجهزة حواسيب ماكينتوش، والجهاز الموسيقي آي باد، والجهاز المحمول آي فون وتتضمن برامج شركة ابل نظام التشغيل (Mac Os 10). ومتصفح وسائل الإعلام آي تونز (I tunes)، ومجموعة آي لايف (I life).

تدير شركة ابل أكثر من 250 متجرا من متاجر التجزئة في تسعة بلدان، ومتجرا على شبكة الانترنت تباع عليه الأجهزة و المنتجات البرمجية.

تأسست شركة ابل في 01 أبريل 1976. وللشركة ما يقارب 35000 موظف حول العالم، وكانت مبيعاتها السنوية عالميا 32,48 مليار دولار أمريكي في السنة المالية المنتهية ل2008. استطاعت شركة ابل أن تكتسب سمعة فريدة في صناعة الالكترونيات الاستهلاكية¹.

● منتجات شركة ابل الالكترونية:

يكون الابتكار في بعض المنظمات عملية موسمية تأتي في موسم معين، ولكن مع شركة ابل فإن الابتكار هو عملية مستمرة وفي كل المواسم، إذ أن حيوية الابتكار تضيف عليها بعدا متميزا يتمثل في ابتكار منتجات جديدة.

وهذا ما يجعل ابل تحصل على المرتبة الأولى لمرتين متتاليتين في الدليل الابتكاري للشركات الخمسين الأكثر الابتكارية في العالم و الذي تقوم به مجلة البيزنس ويك.

إن الشواهد على ابتكارية ابل تتمثل في سبل المنتجات التي تتميز بعضها بالابتكارية الاختراقية كما في الحواسيب الشخصية، ورقائق حاسوب ابل، ومنتجات أساسية ومهمة مثل الآي باد و الأجهزة المحمولة اليدوية،...

● عوامل تميز شركة ابل الابتكارية:

¹ - <https://ar.wikipedia.org> , (19/04/2013)

II - مقومات الابتكار التكنولوجي و معوقاته

1. أنها شركة ابتكارية على المدى الطويل أي تملك تراثا ابتكاريا معنويا كبيرا، وهذا يعني أن تاريخ المنظمة وسمعتها المميزة يمكن أن يكون الحافز الأكثر أهمية لقيادتها و العاملين فيها لكي تحافظ على مكانتها الابتكارية.
2. الثقافة الموجهة للمنتج: إن الابتكار مهما كان كبيرا في الأجزاء أو العمليات، فإنه يجب أن يترجم بالمحصلة الفعالة إلى منتج ناجح، لهذا فإن ابل ظلت تمثل سبلا من المنتجات المطورة و المحصلة.
3. الأفراد المتميزون: الذين تطلق عليهم قيادة ابل تسمية أفراد المنتجات العظيمة، إذ أن أي منتج مهما كان ناجحا، وأي احتكار سوقي مهما كان قويا، فإنه يوما ما سيفقد صلاحيته و قيمته و يذهب ولكن الأفراد و حدهم الذين يبقون و يتجددون.
4. الأسس الأربعة التي تكون طريقة ابل تتمثل في: اجعل المنتج سيذا، اجعل الزبون سيذا، و حطم هيكل السوق، وثبت قيادتك و خطتك و الواقع أن تجربة ابل متميزة قد أعطت لكل من هذه الأسس دالتها العميقة.¹

II - 4- 1- 2- شركة جوجل "Google":

• نبذة عن الشركة:

هي شركة عامة أمريكية تعمل في مجال الإعلان المرتبط بخدمات البحث على الانترنت و إرسال رسائل بريد الكتروني، واختير اسم جوجل الذي يعكس المهمة التي تقوم بها الشركة، وهو تنظيم ذلك الكم الهائل من المعلومات المتاحة على الويب.

يقع المقر الرئيسي للشركة و الذي يحمل اسم جوجل بليكس في مدينة ماونتن فيو بولاية كاليفورنيا وقد وصل عدد موظفيها الذين يعملون بدوام كامل في 31 مارس 2009 إلى 20164 موظف. تأسست الشركة على يد كل من لاري بايج و سيرجي برين عندما طالبين بجامعة ستانفورد في 04 سبتمبر 1998.

• تجربة شركة جوجل الابتكارية:

نشأة جوجل دلالة مهمة على أهمية الأفكار الجديدة و الحاجة التي تدفع الرياديين إلى ولوج آفاق جديدة. وضع فرص عظيمة للأعمال، لقد بدأت جوجل كمشروع عام 1996 من قبل لاري بيج كطالب دكتوراه يهتم بالبحث عن موضوع أطروحته على الانترنت وكان بيج قد التقى قبل ذلك بالمؤسس المشارك لجوجل سيرجي بيرن زميله طالب دكتوراه. فكان ظهور جوجل عام 1996 كنشاط على الانترنت، ليعلن تأسيسها رسميا 1998. وخلال سنوات قليلة حققت جوجل ما لم تحققه الشركات العملاقة التقليدية في عقود طويلة، فلقد أصبحت جوجل واحدة من المواقع العشرة الأكثر شعبية في العالم. وتميزت جوجل بالقدرة على التطور و الاستجابة السريعة لحاجات المستخدمين من خدماتها الابتكارية تجلت في أنها جاءت في المرتبة الثانية لسنتين متعاقبتين (2008 - 2009) في ترتيب الشركات الخمسين الأكثر ابتكارية في العالم حسب دليل الابتكار الذي تشرف عليه مجلة البنزنس ويك و مجموعة بوسطن الاستشارية.

¹ - <http://www.mawhibatest.org> (19/04/2013).

II - مقومات الابتكار التكنولوجي و معوقاته

كما تميزت جوجل بتنوع خدماتها و نشاطاتها على الانترنت بطريقة واسعة جعلت البعض يتحدث عن موسوعة جديدة هي موسوعة جوجل التي تغطي نطاقا واسعا من الخدمات الشبكة الالكترونية.¹

II - 4- 1- 3- شركة تويوتا "Toyota":

• نبذة عن شركة تويوتا:

هي شركة كبرى متعددة الجنسيات لصناعة السيارات يقع مقرها الرئيسي في اليابان، وتعتبر الآن المصنع الأول للسيارات بالعالم تتمركز الشركة في كل من ناغويا و تويوتا بمحافظة ايتشي، طوكيو. وللشركة 522 فرعا، تقوم الشركة بإنتاج الشاحنات و الحافلات ومركبات صناعية مختلفة إلى جانب تصنيعها السيارات، تقدم تويوتا خدمات مالية من خلال فرعها: تويوتا للخدمات المالية. ومن مشاطاتها أيضا صناعة الإنسان الآلي.

• منتجات شركة تويوتا الابتكارية :

لقد أصبحت شركة تويوتا في صناعة السيارات على المستوى العالم معيارا دوليا، سواء في مجال الابتكار أو في القدرة على استدامة هذا الابتكار لفترة طويلة. ومن أجل الوقوف على ما حققته هذه الشركة القائدة في مجالها نشير إلى أن تويوتا كانت حصتها من سوق السيارات في الولايات المتحدة 2% عام 1970. لتزداد هذه الحصة إلى 3% عام 1980 و 8% عام 1990 و 13% في عام 2006، واليوم تقف تويوتا كأكبر منتج للسيارات بحصة 40% من سوق السيارات اليابانية و 12% من السوق الأمريكية و 6% في السوق الأوروبية، ولكي تحصد تويوتا نتائج ما أنجزته فقد ازداد الطلب على سياراتها و مصانعها في العالم إذ ازداد عدد مصانعها حول العالم من 26 مصنع عام 1995 إلى 63 مصنع عام 2007. وشهد إنتاجها قفزة كبيرة لا يمكن تصورها، إذ ازداد عدد السيارات التي تنتجها في عام 2006 بثلاث ملايين سيارة ليصل إنتاجها عام 2007 إلى 9,34 مليون سيارة.

• عوامل تميز شركة تويوتا الابتكارية:

1. نظام تويوتا : هذا النظام يمثل جذور التميز في تويوتا، ففي عام 1952 كانت تويوتا على حافة من الافلاس، ولكن تايجي أوهنو وهو أحد مهندسيها البارزين استطاع في ذلك الوقت أن ينتشل تويوتا من محنتها بابتكار نظام الوقت المحدد(jit). و الواقع أن هذا النظام يعمل دون مخزون، و التبسيط مع أقصى مرونة، وهو الذي جعل خط الإنتاج في تويوتا ينتج 12 نموذجا من السيارات مقابل 3-4 في المنظمات الأخرى.
2. طريقة تويوتا : إن طريقة تويوتا تعبير متداول في أدبيات الأعمال ، إذ يستخدم هذا التعبير للإشارة للخصائص المميزة في إدارتها ورؤيتها ومواردها و عملياتها. وطريقة تويوتا تعبر عن شخصية الشركة الفريدة التي تميزها عن الشركات الأخرى في الأداء و النتائج.²

¹ -<http://www.mawhibatest.org> (19/04/2013).

² -<http://www.mawhibatest.org> (19/04/2013).

II - مقومات الابتكار التكنولوجي و معوقاته

II-4-2- قياس الابتكار التكنولوجي:

السؤال المطروح هنا، هو كيف يتسنى لنا قياس الابتكار التكنولوجي ، ففي الأعمال التجريبية حول الابتكار يستعمل دائما ثلاث أنواع من القياسات الكمية للنشاط الابتكاري، تؤدي في مجموعها إلى نفس النتائج تقريبا، وتتمثل هذه القياسات في¹:

II-4-2-1- نفقات البحث و التطوير:

تستعمل بشكل واسع قيمة نفقات البحث و التطوير كمقياس للاستثمارات في الابتكار التكنولوجي ، ففي الولايات المتحدة الأمريكية تجبر المؤسسات التي لها ميزانيات معتبرة في البحث و التطوير على إظهار هذه القيمة في الميزانيات السنوية ، بحيث تتوفر على فترات طويلة و الآلاف المؤسسات على المعطيات مهمة تبين مدى اهتمام المؤسسة بالابتكار و الإنفاق عليه وهل هو من الأولويات الإستراتيجية أم لا، وعند إنفاق المؤسسات مبالغ كبيرة في البحث و التطوير بصورة غير منتظرة أما في دول أخرى، فإن إظهار هذه القيم في الميزانية السنوية ليس إجباري، وهذا ما يسمح لبعض المؤسسات بإخفاء نفقات مهمة للبحث و التطوير على منافسيها، ونفس الشيء بالنسبة لبعض المؤسسات التي لا تنفق في مجال البحث و التطوير فتخفي ذلك عن نظر المستثمرين.

وتتفاوت الدول في حجم و أسلوب تمويل البحث و التطوير و الجدول التالي يوضح نسبة الإنفاق على البحث و التطوير في مجموعة من الدول .

جدول(04): قائمة العشر دول الأكثر إنفاقا على البحث و التطوير و مصادر التمويل و الجهات المتقدمة للبحث لعام 2007.

المرتبة	الدول	الإنفاق على البحث و التطوير		مصادر تمويل البحث %		الجهات المنفذة للبحث %		
		بليون دولار	الناتج المحلي الإجمالي %	الصناعة	الحكومة	الصناعة	الحكومة	الجامعات
1	الو.م.أ	363	2	67	26	72	10	13
2	اليابان	143	3.3	75	13	78	09	12
3	الصين	100	1.4	75	غ.م	75	17	7
4	ألمانيا	71	2.5	66	21	69	16	17
5	فرنسا	44	2.1	49	29	63	17	18
6	بريطانيا	38	1.8	40	23	58	10	27
7	كوريا الجنوبية	36	3.00	75	غ.م	78	12	09

1 - دريس محمد الطيب ن مرجع سبق ذكره ، ص : 46 .

II - مقومات الابتكار التكنولوجي و معوقاته

40	10	50	25	45	2.00	25	كندا	8
7	30	61	غ.م	62	1.1	23	روسيا	9
غ.م	غ.م	غ.م	غ.م	غ.م	0.7	21	الهند	10

المصدر: خالد بن صالح السلطان، "تجارب و مبادرات جامعة الملك فهد للبترول و المعادن لتعزيز التعاون و الشركات المجتمعة في مجال البحث العلمي"، جامعة الملك فهد للبترول و المعادن، الظهران، المملكة العربية السعودية، ص:46.

بالنسبة لتمويل و تنفيذ مشاريع البحث و التطوير يشير الجدول إلى إن قطاع الصناعة هو المصدر الرئيسي لتمويل و تنفيذ البحوث بنسبة تتراوح بين 40-75 % في الدول العشر الأولى، فيما تمول الحكومة من 09-30 % ، و يتراوح تنفيذ الجامعات من 7 % في الصين إلى 40 % في كندا، بينما تركز أنشطة البحث و التطوير في قطاع الصناعة على مشاريع التطوير و البحث التطبيقي.

وفي تقرير اليونسكو حول العلوم و التكنولوجيا لسنة 2008 تم تحديد نصيب الفرد من الإنفاق على البحث العلمي و التطوير لبعض الدول و الجدول التالي يوضح ذلك .

جدول (05) : نصيب الفرد من الإنفاق على البحث و التطوير لسنة 2008

الرتبة	الدول	نسبة الإنفاق %	قيمة الإنفاق بالدولار سنويا
1	إسرائيل	4.7%	1272.8
2	اليابان	3.4%	1153.3
3	أمريكا الشمالية	2.6%	1205.9
4	الدول الأوروبية	1.8%	531.00
5	أمريكا اللاتينية	0.6%	58.4
6	الدول العربية	0.2%	14.7

المصدر : خالد سعيد بايعة ، "دراسة مقارنة بين الدول العربية و إسرائيل في البحث العلمي و براءة الاختراع"،

(2013/04/09) <http://bohothe.blogspot.com/2010/04/blog-post2805.html>

من خلال البيانات نلاحظ أن الدول العربية قد جاءت مئة مرة أقل من إسرائيل من حيث نصيب الفرد

II - مقومات الابتكار التكنولوجي و معوقاته

من الإنفاق على البحث العلمي والتطوير ما معدل 14.7 دولار سنويا على الفرد و يعود ذلك لعدم اهتمام الدول العربية بهذا الجانب واعتبار الإنفاق على البحث و التطوير مجرد أعباء لا طائل منها .

II-4-2-2- عدد براءات الاختراع :

تعتبر قاعدة المعلومات المتعلقة بعدد طلبات براءات الاختراع وعددها الممنوح مصدر مهم للمعلومات من الابتكار التكنولوجي، ويمكن أن يمثل عدد براءات الاختراع مؤشر جيد له باعتباره منتج البحث و التطوير.¹

وفيما يتعلق بعدد براءات الاختراع العالمية لسنة 2012 للمؤسسات الثمانية الأولى عالميا التي تحصلت على أكبر عدد من براءات الاختراع، التي تم توضيحها في الجدول التالي :

جدول (06) : الشركات الثمانية الأولى عالميا في مجال تسجيل براءات الاختراع سنة 2012

الرتبة	الشركة	البلد	عدد براءات الاختراع
01	إي.بي.إم	الو.م.أ	6487
02	سامسونغ للإلكترونيات	كوريا الجنوبية	5081
03	كانون	اليابان	3141
04	سوني	اليابان	3031
05	بانا سونيك	اليابان	2613
06	مايكرو سوفت	الو.م.أ	2613
07	توشيبا	اليابان	2447
08	هون هاي بريسجين العسكري	تايوان	2013

المصدر: عبد الله المدني، "آسيا وبراءات الاختراع"، [http .www.alittihad.ae.wajhatdetails.php](http://www.alittihad.ae/wajhatdetails.php) (2013/04/09)

يبين الجدول أن دول شرق آسيا قد تحصلت على المراكز الأولى لاهتمامها بمجال البحث والتطوير لتحقيق أكبر النسب في الابتكار التكنولوجي. وبالنسبة للغياب العربي يعود ذلك إلى عدم توفر البيئة النموذجية والتشريعات المحكمة والدعم الرسمي وغيرها من متطلبات وحوافز الابتكار التكنولوجي مما يدفع الأدمغة العربية للهجرة إلى أوطان تستغل مواهبها وتنسب اختراعاتهم لنفسها.

¹- بن زويد زهرة، "اثر البحث و التطوير على الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية"، رسالة ماجستير غير منشورة، تخصص الإستراتيجية والتسويق، جامعة باجي مختار عنابة، 2006، ص : 76 .

II - مقومات الابتكار التكنولوجي و معوقاته

يمكن لمعلومات براءات الاختراع أن تعطي معلومات مفضلة في الجانب الاقتصادي، فأولا الابتكار يخص تطبيق الأفكار التكنولوجية الجديدة بهدف تحسين حياة البشرية، وليس فقط إنتاج الأفكار ، فعدد براءات الاختراع لا تعني بالضرورة مستوى عال من الابتكار التكنولوجي، وثانيا المؤسسات التي تملك تكنولوجيا جديدة ، وتخشى من منافسيها تقدم بتطبيق ما يسمى بتشويش براءات الاختراع .

• براءة الاختراع في الجزائر :

تم إيداع 900 طلب براءة اختراع لدى المعهد الجزائري للملكية الصناعية خلال سنة 2012 أي حوالي نفس العدد المسجل خلال 2011 (896) حسب حصيلة هذه الهيئة.

وجاء في الحصيلة : حسب قطاعات النشاط يحتل القطاع الكيميائي المرتبة الأولى بـ 280 طلب تم تليها الصيدلة بـ 208 طلب والتقنيات الصناعية 157 طلب والميكانيك 99 والبناء 95 طلب والكهرباء 30 طلب . ومن خلال هذه الطلبات نلاحظ الاهتمام الأكبر بقطاع الكيمياء و الصيدلة.

حسب الولايات : تحتل ولاية الجزائر صدارة القائمة بـ (34) عملية إيداع ثم تليها ورقلة بـ (12)

وتيارت بـ (07) وقسنطينة وبرج بوعريريج (06 لكل واحد) ووهران (05) والبلدية والبويرة وسطيف وسكيكدة (04 لكل ولاية).¹

II-4-2-3- عدد الباحثين:

لا يمكن إسناد نجاح الابتكار التكنولوجي إلى ضخامة الميزانية المخصصة للبحث و التطوير ، حيث أكدت دراسات على أنه لا يوجد أي ارتباط بين ضخامة موازنة البحث و التطوير ومعدلات الابتكار التكنولوجي، ما لم تتوفر الشروط البشرية والتنظيمية . فالبحث والتطوير لا يتم ممارستها بصفة عشوائية، لأنهما في صميم الابتكار التكنولوجي ، وبالتالي يؤثر ذلك على القدرات تطوير الميزة التنافسية في المدى البعيد .

إذن يعتبر المورد البشري عنصرا هاما في قياس الابتكار التكنولوجي وفيما يلي جدول يوضح تطور عدد الباحثين في الجزائر بين 1997 و 2002.

جدول (07) : تطور عدد الباحثين في الجزائر 1997-2002

عدد الباحثين	1997	1998	1999	2000	2001	2002

¹ - [http:// www.Eldjournhouria.dz/ar/artiche.php?](http://www.Eldjournhouria.dz/ar/artiche.php?) . (08 / 04 /2013).

II - مقومات الابتكار التكنولوجي و معوقاته

11994	10283	8540	6840	5096	3870	بدوام جزئي
3921	3516	3114	1714	2314	1914	بدوام كامل
15915	13799	11654	9554	7410	5784	المجموع
15.3%	18.4%	21.9%	28.9%	28.11%	/	التطور

المصدر: بن زويد زهرة . مرجع سبق ذكره. ص 79

نلاحظ من البيانات الواردة في الجدول أعلاه أن عدد الباحثين في الجزائر قد تزايد من 5784 باحث في عام 1997 إلى نحو 15915 باحث في عام 2002، ومع ذلك تظل هذه النسبة منخفضة بالمقارنة مع مثيلاتها في البلدان المتقدمة أو حتى في بعض البلدان النامية.

إن قلة الباحثين وضعف إنتاجيتهم ، معدم توفر الظروف الملائمة للعلماء والباحثين هو ما يؤدي إلى نشوء ظروف لا تساعد و لا تشجع على البحث العلمي ، إضافة إلى ذلك فإن الباحثين في الجزائر تواجههم صعوبات جمة منها مثلا أن العلاف المالي الذي تم استهلاكه سنة 2000 لم يتعدى 5 ملايين ، في حين قدر المبلغ الإجمالي المخصص لدعم البحث العلمي والتطوير التكنولوجي لنفس السنة بـ 31 مليار¹.

II-4-3- معوقات الابتكار التكنولوجي :

إن فهم معوقات الابتكار التكنولوجي يعزز دور الإدارة في كل منظمة لتبني مدخلا فعالا في مواجهة هذه

المعوقات ، للحد من تأثيراتها السلبية ومن بين هذه المعوقات نذكر :

II-4-3-1- التمويل غير ملائم :

كن مشروع ابتكاري جديد يتطلب تمويلا مناسباً يتم الحصول عليه في الوقت المناسب ، ويخصص بشكل ملائم كل مراحل تطوره المتعددة، فتجربة المنظمات الابتكارية الرائدة تشير إلى أن الابتكار التكنولوجي المميز يتطلب موارد إضافية تتجاوز التمويل الأولي المخصص للبرنامج ، وعدم توفر هذا التمويل يحد من فعالية الابتكار التكنولوجي .

II-4-3-2- تجنب المخاطر :

أغلب المنظمات لا ترغب في تحمل المخاطر . وتسعى على استقرارها ومع ذلك فإنه لا تقدم دون تحمل المخاطر والقبول بذلك. و الابتكار التكنولوجي يحمل مخاطر مرتبطة بالفشل في كل مرحلة بهذا فإن المنظمات التي تجتهد في تحديد المخاطر إنما هي تقتل الابتكار التكنولوجي ولا تنميه ..

¹ - بن زويد زهرة ، مرجع سبق ذكره ، ص : 79 .

II - مقومات الابتكار التكنولوجي و معوقاته

II-4-3-3- الالتزام بالوقت :

الوقت هو الأكثر قيمة في المنظمات ، وعمل الإدارة يتمثل في تقييم وقت العمل وكيف يمكن أن يكون ذات مردود مناسب. وهذا مالا يمكن عمله مع الابتكار إذ من الصعب إثبات أن الابتكار التكنولوجي ذو مردود مناسب في أغلب مراحلها قبل أن يصل المنتج الجديد إلى السوق.¹

وهناك معوقات أخرى تتمثل في:

1- يؤثر على المصالح الاقتصادية للشركات الكبرى ، والتي قد تتهدد كلياً عند إدخال ابتكارات جديدة .

2- تعطيل عدد كبير من القوى العاملة عند إدخال أنماط تتسم بكثافة أعلى لرأس المال في عمليات ظهور مراكز احتكارية بسبب منع تسرب المعلومات حول الابتكارات الجديدة. وهذا قد يؤدي بالمنظمات المبتكرة إلى صعوبة تغطية تكاليف الابتكارات المعنية ، كنشر المعلومات حولها.

3- توفر محزونات سلعية كبيرة يصعب تصريفها في فترة قصيرة ، مما يؤدي إلى إهماله في كثير من الحالات بسبب البديل المعتمد على الابتكار التكنولوجي الجديد.

4- خلق إضرابات في أسواق المستهلكين مما يدفع بتدخل جمعيات الدفاع عن حقوق المستهلكين على مقاومة التغيرات المتسارعة و المفاجئة مما يؤدي إلى تعقد إمكانيات الاختيار.

5- فشل الإنتاج تسويقياً في بعض الحالات خاصة عندما يكون البدائل الأخرى أدنى كلفة وأكثر قبولاً مقارنة

بالمنتج الجديد في الأسواق.²

¹ محمد عبد الهادي ، " معوقات الابتكار التكنولوجي " ،

[http://www.abegs.org/aportal/post/show?id=1950.&fourmid\(27/02/2013\)](http://www.abegs.org/aportal/post/show?id=1950.&fourmid(27/02/2013))

² عنان فاطمة الزهراء ، مرجع سبق ذكره ، ص ص : 100 ، 101 .

خاتمة الفصل:

إن التطورات الحاصلة تولى أهمية بالغة بالعلم والمعرفة اللذان هما أساس للابتكار بشتى أنواعه خاصة التكنولوجي منه ، هو ما دفع المنظمات والدول للبحث في مفهومه وأنواعه للإقتداء به وجعله هدفا تسعى إلى تحقيقه من خلال تنمية شاملة للeconomi وتوفر له كل المتطلبات الخلق والإبداع ، بالإضافة إلى توجيه الموارد المالية و البشرية للاستثمار في البحث والتطوير ، لاسيما أنه يدفع من معدلات الابتكار التكنولوجي التي تحاول المنظمات و الدول حمايتها بفضل ما تعتقده من اتفاقيات حول الملكية الفكرية بكل أنواعها ، خاصة براءة الاختراع التي تمنح للابتكار عوائد احتكارية على المدى الطويل .والابتكار التكنولوجي هو الركيزة الأساسية لنمو الاقتصاديات وازدهارها واستمرار المنظمة وتطورها .

تمهيد :

تم تخصيص هذا الفصل للدراسة الميدانية لمؤسسة عمر بن عمر للمصبرات تهدف هذه الدراسة لمعرفة مقومات الابتكار التكنولوجي على مستوى المؤسسة، وستكون محاولة لتجسيد ما تم دراسته نظريا من خلال معرفة أهم مقومات الابتكار التكنولوجي ومعوقاته على مستوى المؤسسة والإجابة على تساؤلات الدراسة واختبار فروضها . وسيتم التطرق إلى تعريف بالمؤسسة بإعطاء لمحة تاريخية عنها والنظرة التنظيمية للمؤسسة بالإضافة إلى الهيكل التنظيمي، كما يتم توظيف مختلف مراحل الاستثمار وكيفية اختيار مجتمع الدراسة بالإضافة إلى عرض وتحليل إجابات مفرداته، وفي الأخير يتم اختبار الفرضيات للتوصل إلى النتائج التي يمكن الخروج بها من هذه الدراسة .

III -1- قديم عام لمؤسسة عمر بن عمر :

تمت الدراسة الميدانية في مؤسسة مطاحن عمر بن عمر وهي مؤسسة اقتصادية ذات مسؤولية محدودة (مؤسسة خاصة) . وللتعرف أكثر على هذه الأخيرة ستحاول التطرق إلى مجموعة من النقاط التي من شأنها أن تعطي نظرة شاملة عنها من خلال التعرف على نشأتها وأهم الأهداف التي يسعى إليها، ثم يتم التطرق إلى هيكلها التنظيمي مع دراسة مختلف مهام مديرياتها ، دون أن ننسى التطرق إلى طبيعة أنشطتها ومنتجاتها بالتركيز على سيرورة العملية الإنتاجية .

III-1-1 - التعريف بمؤسسة عمر بن عمر :

III- واقع مقومات الابتكار التكنولوجي في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية

مجمع عمر بن عمر هو مؤسسة عائلية أنشأت عام 1984 على يد المرحوم الأب السيد عمر المسؤول عن الأسرة التجارية GROUPE BENAMOUR، حيث تعتبر هذه المؤسسة الرائدة في السوق الوطنية الزراعية والمواد الغذائية وذلك بفضل الجودة العالية لمنتجاتها وهي حاليا برئاسة أولاد السيد عمر بن عمر، ومازالت تنمو بنفس الجدية والإخلاص والالتزام الصارم بالمبادئ التي أرساها مؤسسها، حيث قدر رأس مالها بـ 500.000.000.00 دج وتضم 900 عامل. ويتكون هذا المجمع من المؤسسات التالية :

✓ مصبرات عمر بن عمر الموجودة ببلدية بو عاتي محمود.

✓ مطاحن عمر بن عمر الموجودة ببلدية الفجوج .

✓ مؤسسة التنمية الفلاحية ببلدية الفجوج.

✓ عجائن عمر بن عمر الموجودة ببلدية الفجوج.

سنركز دراستنا على مصبرات عمر بن عمر لأننا قمنا بالدراسة الميدانية في هذه المؤسسة .

• تعريف المؤسسة " CAB " :

أنشأت مصبرات عمر بن عمر في 1984 المعروفة بـ " CAB " حيث تقع في المنطقة الصناعية بو عاتي محمود (قالمة) والتي تتربع على مساحة قدرها 37000 م²، ويتمثل نشاطها الرئيسي في تحويل منتج الطماطم إلى معجون (مصبرات)، ويقدر إنتاجها بحوالي 1700 طن في اليوم، وتضم يد عاملة تقدر بـ 538 عامل منهم 443 تقني و95 إداري، إضافة إلى إنتاج معجون الطماطم فإنها تقدم منتجات أخرى مثل معجون الفلفل "الهريسة" ومربيات مختلفة مثل مربى المشمش والبرتقال.

III-1-2 - أهداف المؤسسة :

تسعى المؤسسة لتحقيق جملة من الأهداف وتتمثل فيما يلي :

- 1- تحقيق ميزة تنافسية محلية ووطنية والمحافظة عليها واستمرارها.
- 2- الاستحواذ والحفاظ على الحصة السوقية الحالية والتطلع إلى حصص سوقية أكبر.
- 3- تحسين مردودية المؤسسة بتعظيم حجم المبيعات من خلال خلق العلاقات متميزة مع جميع الفاعلين والمتعاملين معها (عملاء، موردين، منافسين... الخ).
- 4- تلبية الطلبات المتزايدة على منتجاتها ضمن السوق المحلية وتحقيق الجودة والتميز .
- 5- توسيع المؤسسة ونشاطاتها .
- 6- العمل على تحسين جودة منتجاتها وخدماتها ونيل رضى الزبون.
- 7- الوصول إلى أسواق إقليمية ودولية.

III-1-3 - الهيكل التنظيمية :

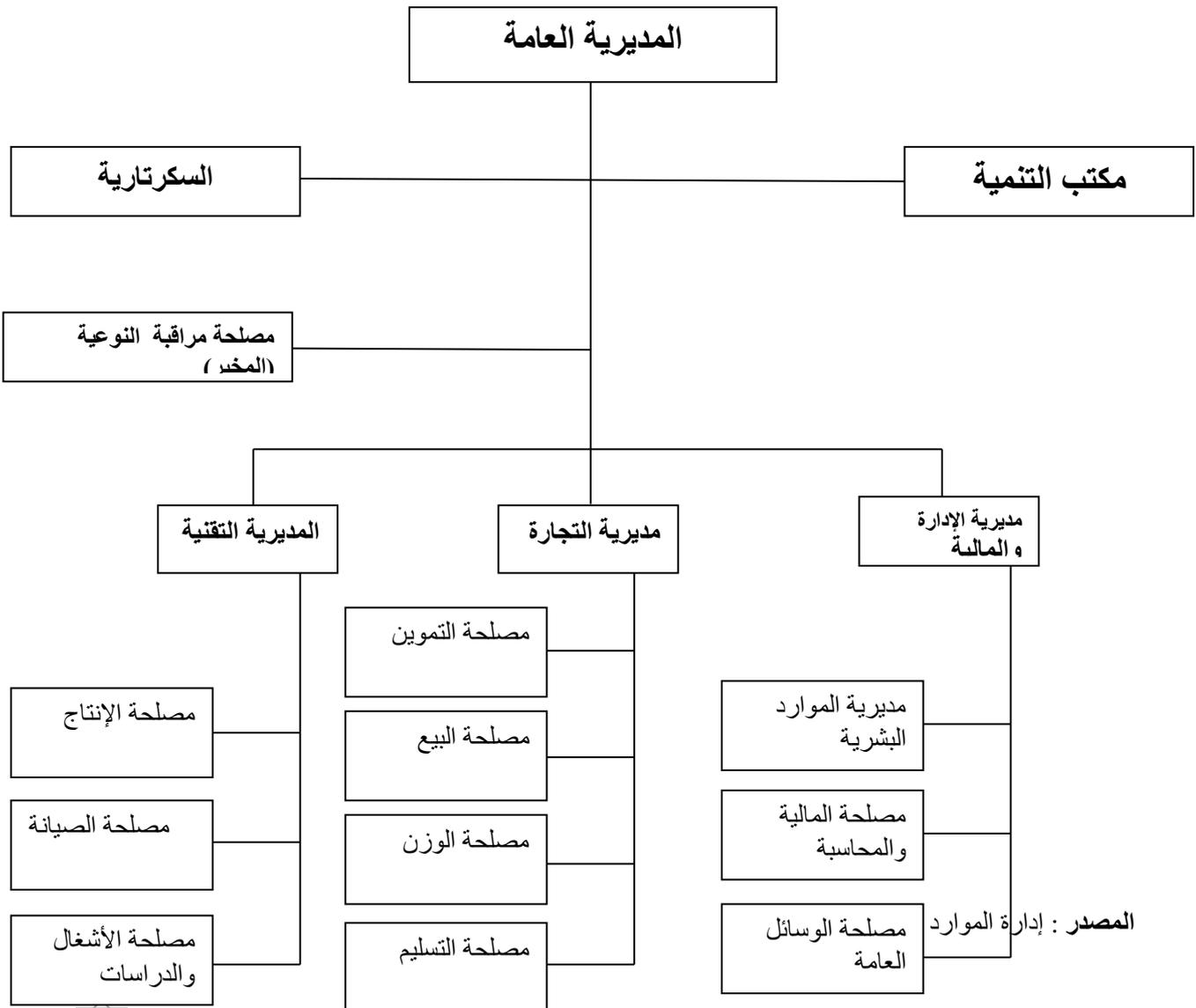
يتمثل الهيكل التنظيمي في ذلك الشكل الذي يوضح العلاقات بين مختلف المستويات الإدارية وكيفية الاتصال فيم بينها ويهدف إلى :

- 1- تحديد كل ما تضمه المؤسسة من علاقات السلطة الأمره بين الرؤساء والمرؤوسين.

III- واقع مقومات الابتكار التكنولوجي في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية

- 2- تأمين الترابط والتعاون والتنسيق بين الرؤساء والمرؤوسين للحفاظ على وحدة الهدف وتأمين التماسك بين مختلف الوظائف والأنشطة الموجودة في المؤسسة .
 - 3- مساعدة الإدارة العليا في إعداد سياساتها واستراتيجياتها .
 - 4- سهولة انتقال المعلومات وتدفعها أفقيا وعموديا وتعزيز اتخاذ القرارات وفعاليتها.
 - 5- تعزيز وظيفة الموارد البشرية بالمؤسسة .
- والشكل الآتي يوضح الهيكل التنظيمي للمؤسسة .

شكل رقم (10) : الهيكل التنظيمي لمؤسسة عمر بن عمر " CAB " .



ويتكون الهيكل التنظيمي من :

- 1- المديرية العامة : توجد في أعمال الهيكل التنظيمي للمؤسسة وتعمل على التنسيق بين مختلف المديريات واتخاذ القرارات في المديرات التالية والمهام المكلفة بها .
- 2- مديرية الإدارة المالية : تعمل على تسيير أموال المؤسسة وجلب الموارد الضرورية لتلبية حاجيات المؤسسة .
- 3- مديرية التجارة : تعمل على الإشراف على متابعة الأعمال التجارية مراقبتها ومتابعتها لمدى تحقيق الأهداف المسطرة، أي تحقيق الأعمال المطلوبة.
- 4- المديرية التقنية : تعمل على الإشراف على العملية الإنتاجية ومختلف النشاطات المتعلقة بها من صيانة وتدخلات تقنية تخص الآلاف كما تشرف على مختلف التحسينات الجديدة في المؤسسة .

III-1-4- مراحل العملية الإنتاجية :

III-1-4-1 - مرحلة الوزن:

وزن المادة الأولية "الطماطم" عند دخولها المؤسسة ،حيث تتم هذه العملية عن طريق وزن الشاحنة و هي محملة بالمادة الأولية ،ثم وزن الشاحنة و هي فارغة و بعدها يحدد الفارق بينهما و الذي يمثل وزن الطماطم الفعلي ،و يتم بعدها تحرير محضر يضع فيه جميع المعلومات و المتمثلة في :الاسم و اللقب ،وزن الشاحنة معبأة ،لوحة الترقيم ،نوع و كمية الطماطم ،وزن الشاحنة فارغة .

III-1-4-2 - مرحلة التنظيف:

تمر المادة الأولية في هذه المرحلة عبر مجموعتين من الآلات المجموعة الأولى تقوم بتنظيف أولي و ذلك بنزع الشوائب الكبيرة بينما المجموعة الثانية تعمل على نزع الشوائب الصغيرة جدا .

III-1-4-3 - مرحلة العصر:

تمر حبات الطماطم "المادة الأولية" عبر آلات تعمل على عصرها و لكن بطرق جد متطورة ،حيث تقسم إلى آلة تعمل على إزالة البذور الموجودة في حبات الطماطم تدريجيا ثم تعبر في آلة لتصفية العصير من قشور الطماطم،وبعدها ضبط تركيز معجون الطماطم و الذي يعادل 28% أو 22% حسب الطلبية وتليها إضافة المواد الحافظة ،حيث يتم في هذه المرحلة إدخال مختلف التحسينات على المنتج بإضافة عناصر جديدة على وصفة الطماطم .

III-1-4-4 - مرحلة الاختبار:

قبل وضع الطماطم في العلب فإنه يتم أخذ عينات إلى المخبر من أجل تحليلها و التأكد من مدى مطابقة المنتج للمواصفات المطلوبة ،أي معرفة نسبة الأملاح المعدنية ،التأكد من مطابقة التركيز ،وتحديد مدة الصلاحية ،و لا يقتصر دور المخبر على هذه المرحلة بل أن

III- واقع مقومات الابتكار التكنولوجي في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية

عملية التحليل هي عملية متواصلة منذ دخول المادة الأولية للمؤسسة و إلى غاية آخر مرحلة من العملية الإنتاجية .

III-1-4-5- مرحلة التجميد:

تحدد الكمية المراد وضعها في العلب المعدنية الحسب الطلبية، ثم تمرر هذه العلب على آلة تعمل على تجميدها، أما باقي العصير يحفظ إلى غاية استعماله في طلبيات أخرى.

III-1-4-6- مرحلة التغليف:

في هذه المرحلة يتم وضع علب الطماطم في كراتين بواسطة آلة تسمى ENCARTONEUSE، وبعدها يتم تغليف هذه الكراتين بواسطة آلة أخرى تدعى .PALITSEUSE.

III-2- الإطار المنهجي للدراسة الميدانية :

تعرض في هذا المبحث منهجية المبحث الميداني المنجز في مؤسسة عمر بن عمر للمصبرات بقائمة بتحديد أسباب اختيار الموضوع ومجال الدراسة وعينة الدراسة وأخيرًا الأدوات المستخدمة .

III-2-1- أسباب اختيار ميدان الدراسة :

بالتماشي مع أهداف هذا البحث فاختيارنا لميدان الدراسة ترافقه شروط معينة وهذا ما استلزم وقتا لإيجاد مؤسسة تستوفي كامل الشروط وتم اختيار مؤسسة مصبرات عمر بن عمر اعتبارها نموذجا لمؤسسة اقتصادية خاصة، تصنف من المؤسسات العامة في الجزائر، وطبيعة نشاطها جعلها تمثل مركزا حساسا بالإضافة إلى توفرها على بيئة تكنولوجية حديثة مما ساهم في تقديمها لمنتجات مبتكرة .

III-2-2- مجالات الدراسة الميدانية:

- المجال الجغرافي للدراسة الميدانية : تمت الدراسة الميدانية على مستوى ولاية قلمة بمؤسسة عمر بن عمر للمصبرات "CAB" الواقعة ببلدية بوعاتي محمود.
- المجال الزمني للدراسة الميدانية : تمت الدراسة خلال الفترة الممتدة بين شهري مارس و أفريل 2013 .

III-2-3- العينة وطريقة اختبارها:

انطلق البحث في تحديد أفراد العينة من مبادئ أساسية تحت أغراضه وأهدافه وفقا لإمكانية الباحث، وقد أصبح من الشائع استعمال العينات لدراسة ظاهرة ما دراسة علمية في مجال البحث العلمي، وذلك حتى يكون البحث ممكنا ودقيقا كما أن العينة لا تعد مجرد جزء من مجتمع البحث لكنها اختيار واعى تراعى فيه قواعد واعتبارات علمية معينة، " فالعينة هي جزء أو نسبة معينة من أفراد المجتمع الأصلي تم تعيين نتائج الدراسة على المجتمع كله ووحدات العينة قد تكون أشخاصا كما قد تكون أحياء أو شوارع أو مدن أو غير ذلك " ¹.
وبعد إطلاعنا على العديد من أنواع العينات التي تجرى عليها الدراسة وجدنا أن العينة العشوائية البسيطة هي أكثر ملاءمة لدراستنا ذلك لأنها تعتبر أصدق تمثيل لأفراد العينة، وقد تم اختيار العينة من المجتمع الكلي أي ما يعادل 60 مفردة تم اختيارها عشوائيا من مجموع وحدات الدراسة .

¹ - علي عبد الرزاق جليبي، "البحث الاجتماعي"، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2003، ص: 286.

III-2-4- الأدوات المستخدمة في جمع البيانات والأساليب الإحصائية المتبعة :

III-2-4-1- الأدوات المستخدمة في جميع البيانات :

للتغلب على إشكالية النقص في المعلومة وعدم قدرة الحصول عليها في بعض الأحيان ثم اعتماد مجموعة من الأدوات المختلفة بغرض الوصول لأكبر قدر ممكن من المعلومات، وفيما يلي استعراض لأهم الوسائل والأدوات التي تمت الاستعانة بها في إعداد الجزء التطبيقي من الدراسة ، وهي :

1- المقابلة :

تعد المقابلة أداة منهجية من أدوات البحث العلمي ذات أهمية بالغة في الحصول على المعلومات المطلوبة وهي " محادثة موجهة بين الباحث وشخص أو أشخاص آخرين وتشمل على أسئلة محددة للحصول على إجابات دقيقة ، بهدف الوصول إلى حقيقة أو موقف معين يسعى الباحث للتعرف عليه من أجل تحقيق أهداف الدراسة"¹.
تم اعتماد هذه الأداة من أجل الوصول للمعلومات الغير متاحة إلا لدى مسؤولين معينين ، والتي يتطلب الحصول عليها بعض إصرار وقد تم إجراء المقابلات مع مجموعة من إطارات ومسؤولي مصلحة مراقبة النوعية " المخبر " .

2- الملاحظة :

تعد الملاحظة من أقدم وسائل جمع البيانات في كافة مجالات العلوم المختلفة فلا يقتصر استخدامها على علم دون آخر فهي: " عملية مراقبة أو مشاهدة لسلوك الظواهر والمشكلات والأحداث ومكوناتها المادية والبيئية ، ومتابعة سيرها واتجاهاتها وعلاقتها بأسلوب علمي منظم ومخطط وهادف ، بقصد تفسير وتحديد العلاقات بين المتغيرات"².
وقد استخدمنا الملاحظة لكشف وفهم وإدراك كل ما هو غامض كما تم خلالها جمع البيانات والمعلومات المتعلقة بالبحث وكانت ملاحظتنا مركزة حول :

✓ كيفية سير العمل داخل مؤسسة عمر بن عمر .

✓ مستوى التكنولوجيا المستخدمة سواء في سيرورة الإنتاج أو المنتجات .

✓ العلاقات بين الرؤساء والمرؤوسين .

3- الاستثمار :

من المؤكد أن الاستثمار تعتبر من الوسائل المهمة إن لم تعد من أكثر ما أهمية بالنسبة لأغلب المهتمين والمختصين في البحوث الاقتصادية .

" فالاستثمار هي وسيلة لجمع البيانات اللازمة للبحث من خلال مجموعة الأسئلة

المطروحة في الاستثمار خاصة يطلب من المبحوث الإجابة عليها سواء سجلت هذه الإجابة بمعرفة المبحوث وحده دون تدخل من الباحث أو سجلت بمعرفة الباحث نفسه"³.

1 - ربحي مصطفى عليان وعثمان محمد غنيم، "مناهج وأساليب البحث العلمي"، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2000، ص:102.

2- نفس المرجع السابق، ص:112.

3 - عبد الله محمد عبد الرحمان وعلي البدوي، "مناهج وطرق البحث الاجتماعي"، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2000، ص:79.

III- واقع مقومات الابتكار التكنولوجي في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية

وقد تم مراعاة العديد من الجوانب خلال إعداد الاستمارة منها التدرج في الأسئلة وتسلسلها بهدف إثارة اهتمام المستجوبين وتنظيم أفكارهم وترتيبها وقد شملت الاستمارة الأقسام التالية:

- ✓ القسم الأول : بيانات شخصية للمستجوبين.
- ✓ القسم الثاني : بيانات حول مقومات الابتكار التكنولوجي في المؤسسة .
- ✓ القسم الثالث : بيانات حول معوقات الابتكار التكنولوجي في المؤسسة .

III-2-4-2- الأساليب الإحصائية المتبعة :

تستدعي الظروف في بعض الأبحاث العلمية استخدام بعض الأساليب الإحصائية لإيجاد حلول وإجابيات علمية دقيقة فقد استخدمنا في دراستنا الأساليب الإحصائية التالية :

✓ التكرار: وهو تعداد كل الإجابات المتكررة لأسئلة الاستمارة وتلخيصها في جدول وذلك عند عرض نتائج أفراد العينة.

✓ النسب المئوية : وهي الوسيلة الإحصائية التي اعتمدنا عليها لتفسير عرض نتائج الاستمارة .

النسبة المئوية = التكرار*100 على مجموع التكرار

✓ وقد استعملنا في عرض النتائج جداول ودوائر نسبية .

III-3- واقع الابتكار التكنولوجي في مؤسسة عمر بن عمر للمصبرات :

سنحاول في هذا المبحث التطرق إلى حالة الابتكار التكنولوجي في مؤسسة عمر بن عمر محاولين في ذلك الإلمام بالعناصر التالية : تصنيف التكنولوجيا الموجودة، البحث والتطوير، وحصصها السوقية .

III-3-1- تصنيف التكنولوجيا الموجودة في المؤسسة :

يمكن تقسيم التكنولوجيا التي بحوزة المؤسسة إلى :

✓ تكنولوجيا المنتج :

نظرا لحدثة مؤسسة عمر بن عمر فان التكنولوجيا التي بحوزتها تتميز بالحدثة وعدم

التقادم حيث تسعى المؤسسة دائما إلى للتحسين من أجل تقديم منتجات عالية الجودة

للمستهلكين من خلال محاولة عرض منتج ذو خصائص جيدة مثل :

- معجون الطماطم يكون عالي التركيز وقليل الحموضة.

- سهولة فتح العلبة.

و عليه فمؤسسة عمر بن عمر تفنقر بشكل نسبي لتكنولوجيا المنتج حيث أن المخبر في

المؤسسة يقتصر دوره على المراقبة في جميع مراحل الإنتاج حتى الوصول إلى المنتج

النهائي وليس البحث عن خصائص جديدة للمنتج .

✓ تكنولوجيا أساليب الإنتاج :

إن المؤسسة محل الدراسة تتحكم بصفة جيدة بنظم و أساليب الإنتاج وهذا نظرا

للخبرات والتكوينات التي تقوم بها من أجل إتقان استعمال الوسائل الحالية والتحكم في

التكنولوجيا بصفة جيدة وذلك من خلال ما يلي :

- الإنتاج : يحتوي قسم الإنتاج على وسائل تكنولوجية جد متطورة وحديثة على غرار

المؤسسات الأخرى والمتمثلة في الآلات التي تتطلبها عملية الإنتاج ، فمؤسسة عمر بن عمر

تعتمد في إنتاج منتجاتها المتمثل في الطماطم والمربى على أجهزة حديثة ومن بين هذه

الأجهزة جهاز ENCARTONEUSE تقوم بصنع العلب الكرتونية التي توضع بها علب الطماطم وجهاز أخر يتمثل في PALITSEUSE الذي يقوم بتغليف العلب الكرتونية ، وهذه الآلات مرتبطة بجهاز الإعلام الآلي يدعى PDSR حيث يتحكم في سيرها .
- المخبر : هو مكان جد حساس لوحدة الإنتاج من خلال تحديد طبيعة ونوعية المادة الأولية (الطماطم) وكذلك المنتج النهائي المتمثل في معجون الطماطم وذلك من خلال إجراء جملة من التحاليل بواسطة آلات خاصة وحديثة .

من خلال التحاليل التي أجراها المخبر على أنواع الطماطم التي تستعملها المؤسسة وجد أن طماطم قالمة ذات نوعية جيدة أحسن من الطماطم التي تحصل عليها من عنابة وسكيكدة...إلخ، وبذلك فالمؤسسة تخطط في تقديم معجون طماطم خاصة بالطماطم التي تحصل عليها من مزارعي قالمة.

✓ تكنولوجيا الإعلام الآلي :

تقريبا أغلب وحدات وأقسام إدارة المؤسسة مزودة بأجهزة الإعلام الآلي كما أن المؤسسة مزودة بشبكة الانترنت من أجل معرفة ما يجري من حولها وتعميق اتصالها من الموردين، وكذلك معرفة أسعار الطماطم إضافة لذلك تستعمل مؤسسة عمر بن عمر الانترنت في اختيار الموظفين عن طريق المسابقات واستعمالها في بحوث السوق والحصول على الإحصائيات كذلك توجد لدى المؤسسة شبكة داخلية لمراقبة عمل العمال ولمعرفة من أدائهم لمهامهم وكمية المخزون أما فيما يتعلق بالبرامج فهي تستخدم برامج (Easy bascule suivi du pont bauscule 2008) يحتوي على جداول في طياتها كل من :

رقم الفاتورة ، وزن الشاحنة وهي فارغة ووزنها وهي ممتلئة ويظهر الفرق بينهما أوتوماتيكيا ويكون ذلك أثناء عملية البيع والشراء ، فهذا البرنامج يسهل ويسرع عملية السير والحساب كما أنه يعطي الثقة والمصادقية لفاتورات المؤسسة مع تجنب الأخطاء في الحساب

✓ معرفة معلومات كثيرة في وقت ضيق .

✓ يحتوي على جميع المعلومات الخاصة بالعملاء المتعامل معهم .

والمؤسسة مزودة أيضا ببرنامج يسهل عليها تسجيل حضور العمال عن طريق بطاقة مغناطيسية حيث عند دخوله يمرر هذه الأخيرة على الجهاز فيسجل حضوره أوتوماتيكيا وكذلك عند خروجه.

وتلتزم التحكم الجيد للمؤسسة في تكنولوجيا الإعلام الآلي من خلال تزويدها ببرامج التحكم عن بعد في المشتلة التي تقوم فيها بإنتاج شتلات الطماطم والفلفل، حيث يقوم هذا البرنامج بالحفاظ على مستوى التهوية والحرارة والإضاءة المناسبة في هذه المشتلة.

III-3-2- واقع نشاط البحث والتطوير في المؤسسة :

على الرغم من أن المؤسسة تمتلك تجهيزات وتكنولوجيا جديدة من الخارج تستطيع

التحكم بها وتعمل على إكساب عمالها ثقافة تكنولوجية وتنظيمية تؤهلها لتسيير هذه التكنولوجيا، إلا أنها لا تعطي الأهمية اللازمة لنشاط البحث والتطوير إذ أنها لا تخصص له أي حصة مالية من ميزانيتها الخاصة وحتى المختبر الموجود في المؤسسة يقتصر دوره فقط على مراقبة نوعية المنتج إضافة إلى إدخال تحسينات في تركيبة المنتج وليس لغرض البحث عن خصائص وسمات جديدة للمنتج بداعي تمييزه عن غيره من المنتجات، أي لا

III- واقع مقومات الابتكار التكنولوجي في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية

يقوم بابتكار تركيبية جديدة للمنتوج أما في ما يخص الشكل المقدم فيه المنتوج فالملاحظ هنا عدم وجود ابتكار في العناصر أو الخصائص المقدم فيها هذا الأخير خاصة من ناحية التعليب المتمثل في العلب المعدنية منذ إنشائها باستثناء تسهيل عملية فتح هذه العلب.

وبالرغم من إهمال المؤسسة لتأسيس قسم خاص بنشاط البحث والتطوير، وعدم تخصيص ميزانية مالية خاصة به، إلا أنها تقوم به بطريقة عشوائية حيث عند ظهور أي فكرة جديدة تقوم بدراستها، فإذا كانت قابلة للتطبيق تعيين مختصين وتحدد ميزانية لانجازها ويتضح ذلك من خلال مشروعين قيد الدراسة من طرف المؤسسة.

حيث يتمثل المشروع الأول في ابتكار تكنولوجيا لمنتج جديد والمتمثل في مصبرات اللحم والفاصوليا والبازلاء الجاهزة للأكل المباشر بمجرد تسخينها.

والمشروع الثاني يتمثل في قيام أحد المهندسين في الإعلام الآلي بتقديم برنامج يقوم بصيانة الأجهزة أوتوماتيكيا، فقامت المؤسسة بدراسة المشروع وتأكدت من إمكانية تطبيقه، إذ قامت بتشجيع ذلك المهندس بتقديم له جهاز كمبيوتر محمول وتخطط لشراء التجهيزات اللازمة لتسيير ذلك البرنامج.

III-3-3- الحصة السوقية لمؤسسة عمر بن عمر "CAB":

وقد ساهم تدعيم المؤسسة بكل الإمكانيات والتجهيزات في تحسين نوعية منتجاتها ومن ثم زيادة حصتها السوقية لتغطي 21 ولاية مبنية في الجدول الآتي:

جدول (08) : عدد الولايات التي توزع بها المؤسسة منتجاتها

الولاية	النسبة (%)
قائمة	31.139
أم البواقي	14.334
سوق أهراس	12.013
قسنطينة	10.799
باتنة	9.141
عنابة	5.820
الوادي	2.289
ميلة	2.202
المسيلة	1.122
تبسة	1.223
سكيكدة	1.223
الطارف	0.969
خنشلة	0.894
برج بوعريرج	0.322
جيجل	0.076
أدرار	0.036

III- واقع مقومات الابتكار التكنولوجي في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية

0.026	الجلفة
0.018	سطيف
0.005	بسكرة
0.005	وهران
0.003	الأغواط
% 100	المجموع

المصدر : مديرية التجارة بالمؤسسة.

ولم يقتصر تواجد منتجات مؤسسة عمر بن عمر على السوق المحلية فقط بل تعداه إلى الأسواق الدولية العربية منها والأجنبية حيث تتمثل الدول العربية التي تصدر لها منتجات المؤسسة في : ليبيا ، العراق ، الأردن والسودان . أما فيما يخص الدول الأجنبية فقد دخلت منتجات عمر بن عمر السوق بمنتجاتها من المصبرات كالطماطم والمربي حيث اخترقت السوق الفرنسية التي تتواجد فيه الجالية الجزائرية ولقد حازت المؤسسة على حصة سوقية مهمة جدا في هذا السوق أمام منافسة المنتجات التونسية والمغربية وخاصة أن الجالية الجزائرية يمكن استقطابها بسهولة بعرض منتجات من أصول جزائرية وكذلك تم اختراق السوق البلجيكية.

ونظرا لجودة منتجات عمر بن عمر فان الطلب متزايد بصفة مستمرة أي الطلب أكبر من العرض حيث كل عام تختلف الكميات المنتجة لتغطية الطلب وأكثرها في تزايد مستمر والجدول التالي يوضح الكمية المنتجة من سنة 2002 إلى 2009 .

جدول (09) : تطور الإنتاج (طن)

السنة	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
المنتج	8500	17000	18000	21000	15924	22104	30829	39450
معجون الطماطم	8500	17000	18000	21000	15924	22104	30829	39450
الهريسة	2000	4000	5000	2000	5000	5159	5913	4661
المربي	البرتقال	2500	4000	4000	4000	3062	6266	5380
	المشمش	13000	2500	28000	27000	24924	43008	49491

المصدر : مديرية الإنتاج

III-4 - عرض نتائج الدراسة الميدانية:

III-4-1- عرض البيانات المتعلقة بالخصائص الشخصية :

من خلال الإجابة على أسئلة المحور الأول من الاستمارة ، أمكننا تحديد خصائص أفراد العينة ، و نبينها في الجداول التالية :

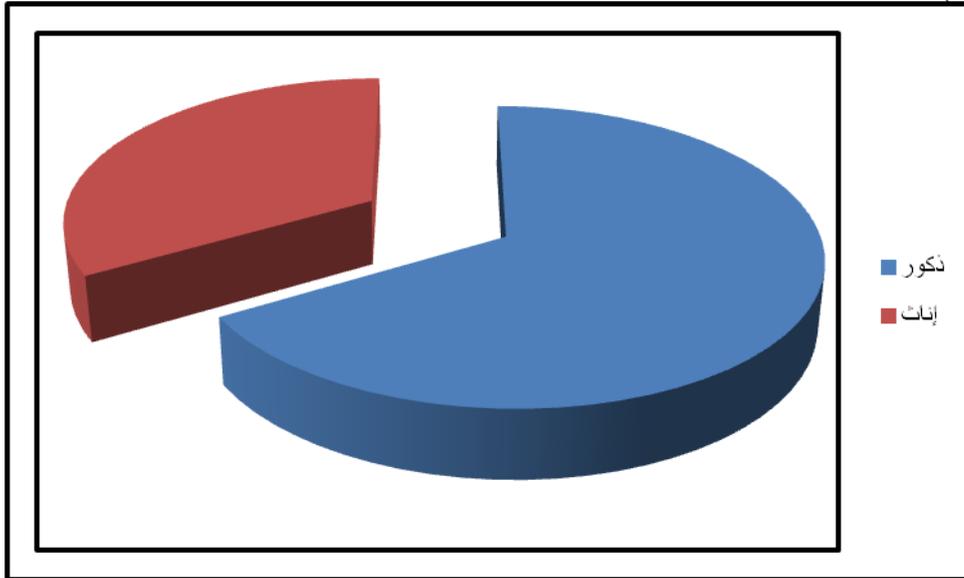
1- الجنس:

جدول رقم (10) : توزيع أفراد العينة حسب الجنس .

الجنس	التكرار	النسبة
ذكور	40	% 66,66
إناث	20	%33,33
المجموع	60	%100

المصدر : من إعداد الطالبين بناء على نتائج الاستمارة.

الشكل (11) : تمثيل عينة الدراسة حسب الجنس



المصدر : مستخرج من الجدول (10)

من ملاحظة النتائج يمثل عدد الذكور ما نسبته (66,66 %) من مجموع أفراد العينة ، أما الإناث فيمثلون (33,33%) ، حيث نسبة الذكور أكبر بمرتين من نسبة الإناث وهذا يدل على طبيعة نشاط المؤسسة والذي يعتمد على عنصر الذكور في إنجاز المهام لأن العمل على الآلات يتطلب جهد و قوة جسمية كبيرة والتي تتوفر لدى الذكور ، أما الإناث فتجدهم يتركزون في الأعمال الإدارية.

2- السن :

جدول (11) : توزيع أفراد العينة حسب السن.

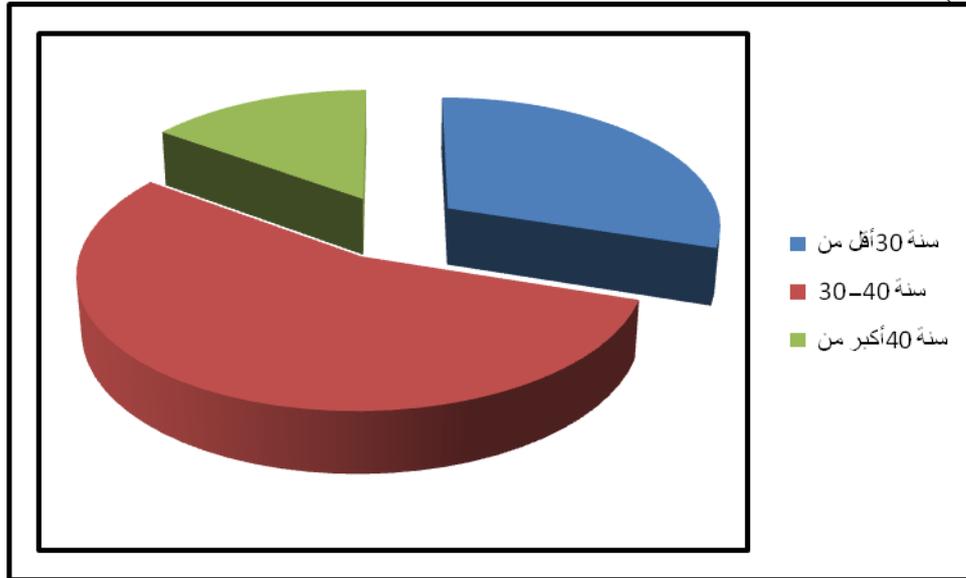
السن	التكرار	النسبة
أقل من 30 سنة	18	%30

III- واقع مقومات الابتكار التكنولوجي في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية

40-30 سنة	33	55%
أكبر من 40	09	15%
المجموع	60	100%

المصدر: من إعداد الطالبين بناء على نتائج الاستمارة.

الشكل (12): تمثيل عينة الدراسة حسب السن.



المصدر : مستخرج من الجدول رقم (11) .

تبين النتائج المتحصل عليها أن قرابة نصف أفراد العينة (55%) تتراوح أعمارهم ما بين (30 - 40 سنة)، تليها فئة الشباب الذين أعمارهم أقل من 30 سنة بـ (30%) و هي نسبة تعبر عن فئة شبابية تميز عينة الدراسة، أما الذين أعمارهم أكبر من 40 سنة نسبته (15%) و فيهم من هم على حافة التقاعد، وتدل هذه النسب على وجود خليط بين أفراد عينة الدراسة بين النضج و الشباب وبين الخبرة و الطموح، ويرجع كون أكبر نسبة للذين تتراوح أعمارهم بين (30-40 سنة) للإستراتيجية المتبعة من طرف المؤسسة وهي استقطاب الأفراد الذين يتمتعون بالشباب و في نفس الوقت لديهم خبرة.

4- المستوى التعليمي:

جدول رقم (12) : توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي .

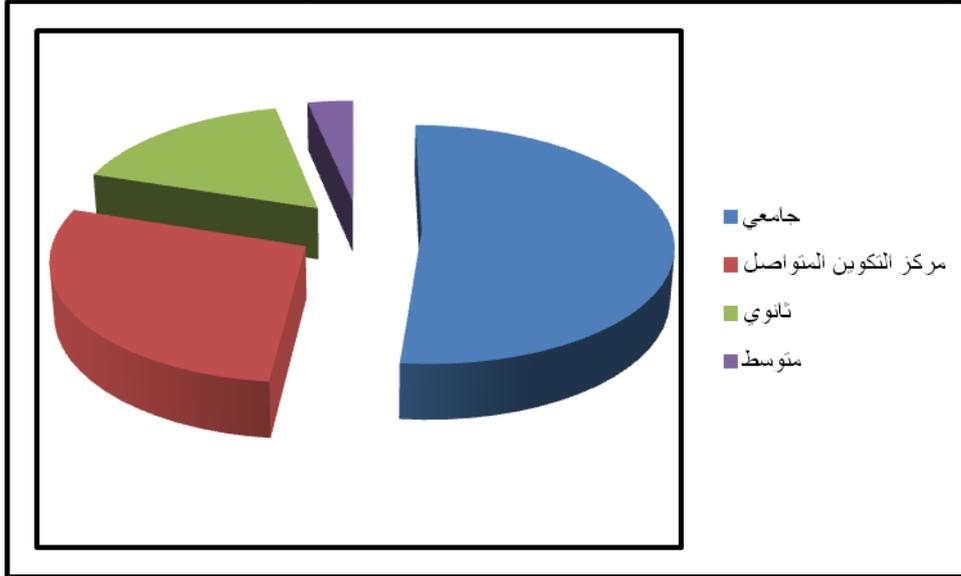
النسبة	التكرار	المستوى التعليمي
51,66%	31	جامعي
33,28%	17	مركز التكوين المتواصل
66,16%	10	ثانوي

III- واقع مقومات الابتكار التكنولوجي في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية

متوسط	02	%33,03
المجموع	60	% 100

المصدر: من إعداد الطالبين بناء على نتائج الاستمارة

الشكل (13): تمثيل عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي



المصدر: مستخرج من الجدول رقم (12).

نلاحظ من خلال الأرقام الواردة في الجدول أن أعلى نسبة تمثل المستوى الجامعي (51,66%) ، أما مستوى التكوين المتواصل فيمثل نسبة (28,33%) أما نسبة المستوى الثانوي فتمثل (16,66%) ، أما النسبة المنخفضة فنجدها في المستوى المتوسط بنسبة (3,33%) ، وهذا راجع إلى أن المؤسسة في الوقت الحالي تحتوي على أعداد كبيرة من الأفراد الذين واصلوا الدراسة حتى الجامعة ويمكن تفسير أن المؤسسة تسعى لتحسين أدائها و تعزيز رأس المال الفكري فيها للاستفادة منه وكذلك الابتكار في مجال عملهم و هو ما يكسبها ميزة تنافسية.

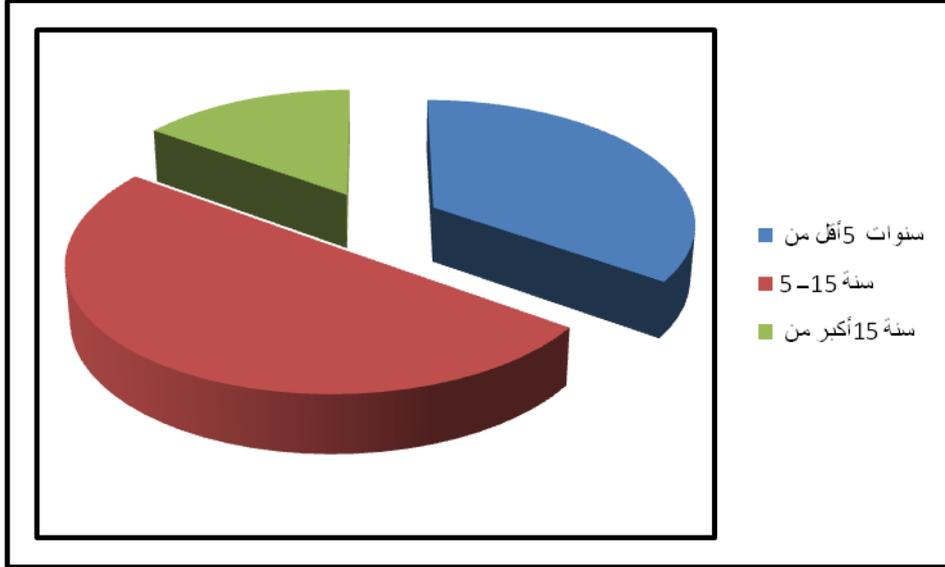
4- الأقدمية في الوظيفة:

الجدول (13) توزيع أفراد العينة حسب الأقدمية في الوظيفة.

الأقدمية في الوظيفة	في التكرار	النسبة
أقل من 5 سنوات	21	% 35
5 - 15 سنوات	30	%50
أكبر من 15 سنوات	18	%15
المجموع	60	% 100

المصدر : من إعداد الطالبتين بناء على نتائج الاستمارة.

الشكل (14) : تمثيل عينة الدراسة حسب الأقدمية في الوظيفة.



المصدر : مستخرج من نتائج الجدول رقم (13).

يتضح من الجدول السابق أن الغالبية من أفراد العينة تملك خبرة على العمل تفوق 5 سنوات بالمؤسسة مقسمة كما يلي (5 - 15 سنة) بنسبة (50%) و أكبر من 15 سنة بنسبة (15%) يعملون بالمؤسسة منذ أكثر من 15 سنة، أما الأقل خبرة فهم (أقل من 15 سنة) بنسبة 35 % ، هذه النسب إن دلت على شيء فهي تدل على وجود عنصر الخبرة في عدد سنوات العمل إلى جانب عنصر قلة الخبرة الذي يمكن معالجته بارتفاع المؤهل العلمي .

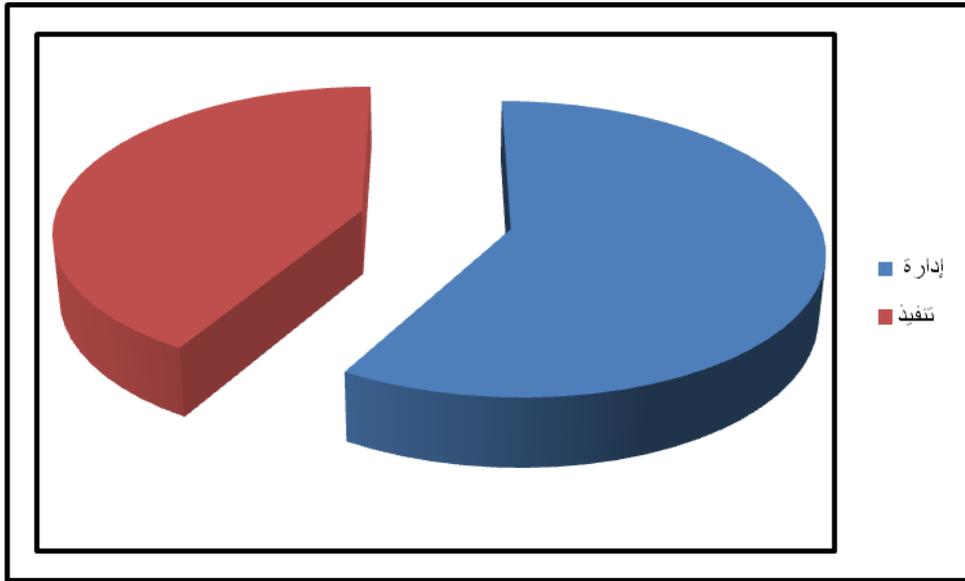
5- الدائر الوظيفية:

الجدول (14) : توزيع أفراد العينة حسب الدائرة الوظيفية .

النسبة	التكرار	
58,33%	35	إدارة
41,66%	25	تنفيذ
100%	60	المجموع

المصدر : من إعداد الطالبتين بناء على نتائج الاستمارة.

الشكل (15) : تمثيل عينة الدراسة حسب الدائرة الوظيفية .



المصدر : مستخرج من الجدول رقم (14).

نلاحظ من الجدول أن 60 عامل مستجوب 25 منهم تنفيذ بنسبة (41,66%) و 35 إداري بنسبة (58,33%) و يرجع سبب ذلك لكون الإداريين أكبر من التنفيذيين لخصوصية الموضوع المدروس حيث المعلومات المراد الحصول عليها تخص بالدرجة الأولى الإطارات وأعضاء الإدارة المسيرة ، فالابتكار التكنولوجي هو نشاط يتم تقريره من طرف هؤلاء و بالتالي فمصادقية المعاينة ترتبط بما يقدمه المستجوبين من الإدارة و لا ترتبط كثيرا بالأعمال التشغيلية التي لا تعد إلا تنفيذ لما يتم تقريره من طرف المسيرين .

III- 4-2- عرض البيانات المتعلقة بمقومات الابتكار التكنولوجي:

من خلال الإجابة على أسئلة المحور الثاني من الاستمارة ، أمكننا من تحديد مقومات الإبتكار التكنولوجي في مؤسسة عمر بن عمر "CAB".

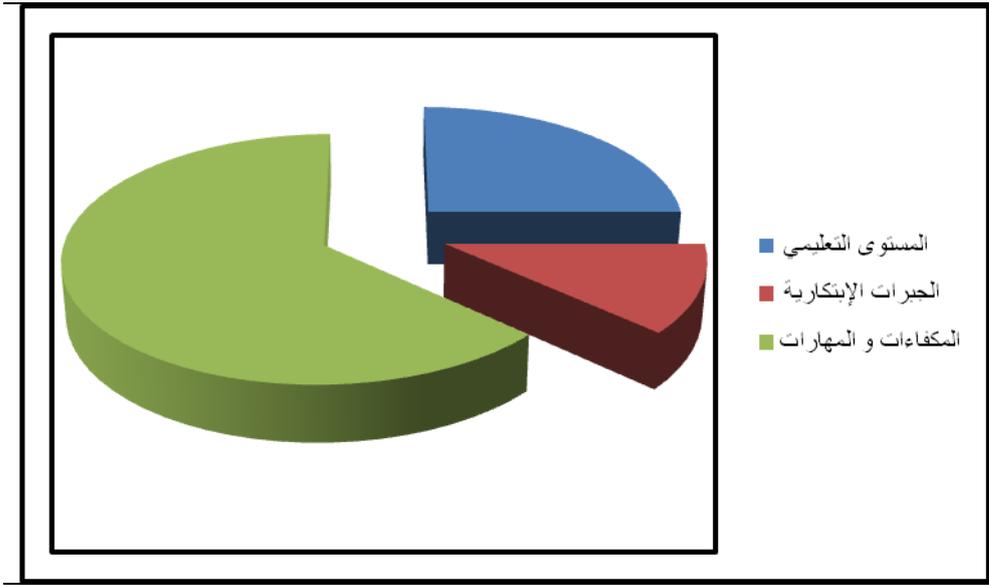
II- 4-2-1- مقومات إدارة الموارد البشرية :

الجدول (15) : إجابات الأفراد على السؤال (06) : هل يتم استقطاب أفضل الأفراد و اختيارهم وفقا؟

النسبة	التكرار	الجواب
25 %	15	المستوى التعليمي
11,66 %	07	الخبرات الابتكارية
63,33 %	38	الكفاءات و المهارات
100 %	60	المجموع

المصدر : من إعداد الطالبتين بناء على نتائج الاستمارة.

الشكل (16) : تمثيل النتائج من الجدول (15).



المصدر : مستخرج من الجدول (15).

من خلال الجدول نلاحظ أن أكبر نسبة من المستجوبين و التي تقدر ب (33,63%) ترى أنه يتم استقطاب الأفراد و اختيارهم بناء على الكفاءات و المهارات المتوفرة لدى الأفراد، في حين نجد نسبة (25%) ترى أن اختيارهم واستقطابهم يكون على أساس المستوى التعليمي ، و البعض الآخر ما نسبته (11,66%) يرون أن استقطاب الأفراد و اختيارهم يكون وفقا للخبرات الابتكارية . و يمكن تفسير ذلك بأن المؤسسة تتبنى إستراتيجية تقوم على استقطاب الأفراد الذين يكون لديهم مؤهل علمي عالي و خبرات ومهارات تسمح لهم بفهم و تشخيص المشكلات التي تواجه المؤسسة و كذلك خلق أساليب إنتاج و منتجات جديدة .

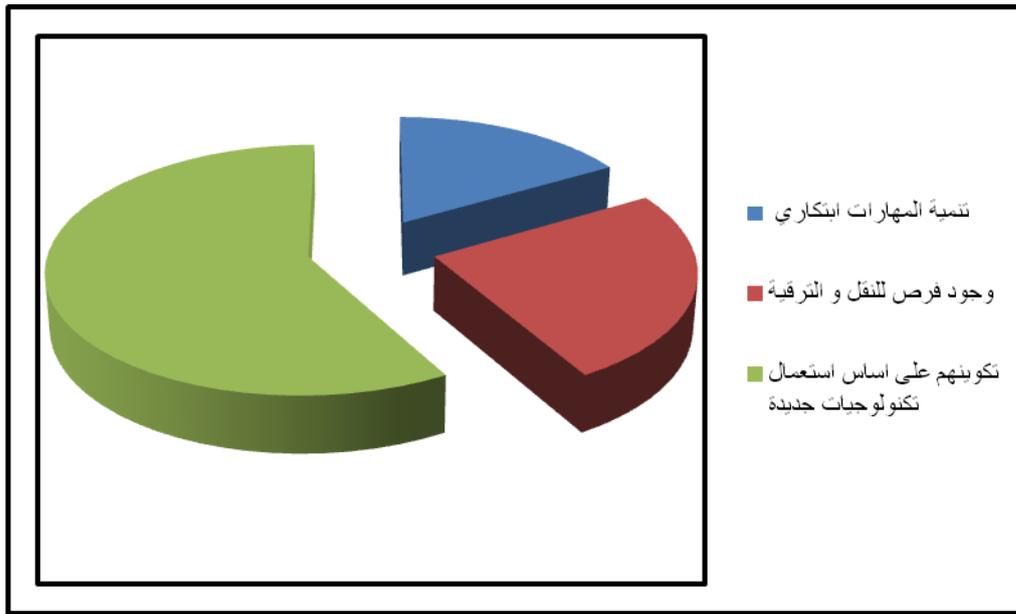
الجدول (16) : إجابات الأفراد على السؤال (07) : هل يتم تدريب الأفراد و تكوينهم على أساس ؟

النسبة	التكرار	الجواب
16,66%	10	تنمية المهارات الابتكارية
25%	15	وجود فرص للنقل و الترقية
58,33%	35	تكوينهم على أساس استعمال تكنولوجيات جديدة
100%	60	المجموع

المصدر : من إعداد الطالبتين بناء على نتائج الاستمارة.

الشكل (17) : تمثيل نتائج الجدول رقم (16).

III- واقع مقومات الابتكار التكنولوجي في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية



المصدر : مستخرج من الجدول رقم (16) .

نلاحظ من خلال الجدول أن أكبر نسبة و التي تقدر بـ (58,33%) أي ما يعادل 35 عامل يرون أن تدريب الأفراد و تكوينهم على أساس استعمال تكنولوجيا جديدة ، وبنسبة (25%) ما يعادل 15 عامل يرونه على أساس وجود فرص للنقل و الترقية ، أما الباقي أي بنسبة (16,66%) يرون أن التدريب و التكوين على أساس تنمية المهارات الابتكارية . و نفس ذلك بأن المؤسسة تقوم بإنتاج مواد غذائية وهذا يتطلب منها استعمال تكنولوجيا جديدة و متطورة ، وهذا يدفعها إلى تكوين الأفراد على استعمال هذه التكنولوجيا بهدف زيادة إنتاجها وبالتالي الاستحواذ على أكبر حصة سوقية .

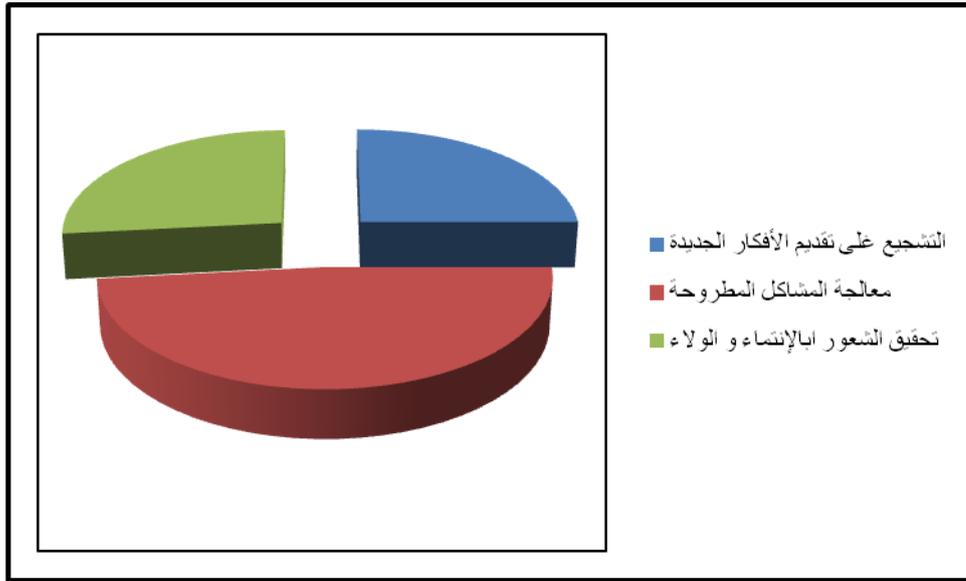
الجدول (17) : إجابات الأفراد على السؤال (08) : هل يتم الاستماع لشكاوي و اقتراحات العمال في المؤسسة من أجل :

النسبة	التكرار	الجواب
25%	15	التشجيع على تقديم الأفكار الجديدة
48,33%	29	معالجة المشاكل المطروحة
26,66%	16	تحقيق الشعور بالانتماء و الولاء
100%	60	المجموع

المصدر : من إعداد الطالبتين بناء على نتائج الاستمارة .

الشكل (18) : تمثيل نتائج الجدول رقم (17).

III- واقع مقومات الابتكار التكنولوجي في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية



المصدر : مستخرج من الجدول رقم (17)

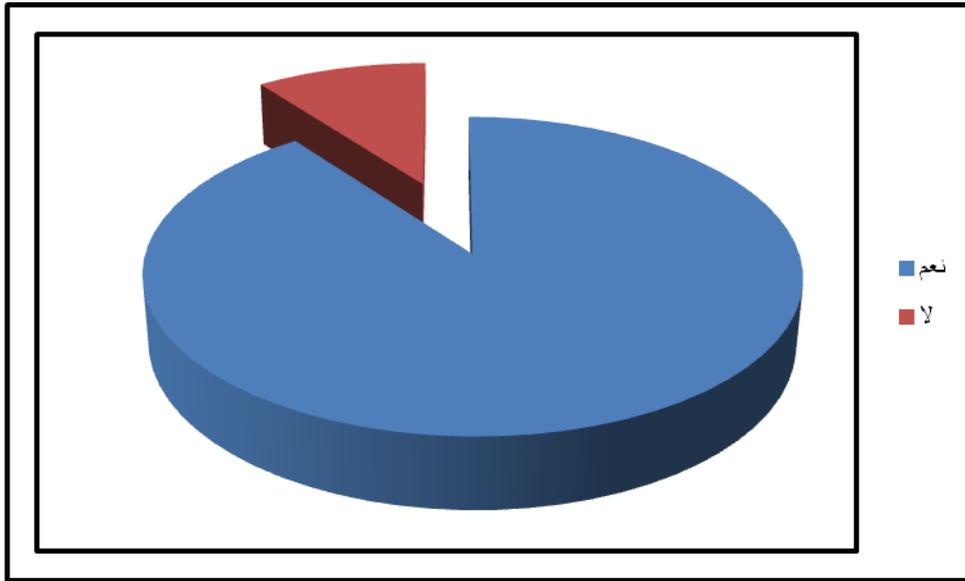
يتضح من خلال الجدول السابق أن 29 عاملا أو ما نسبته (48,33%) يرون الاستماع لشكاوي العمال يكون من أجل معالجة المشاكل المطروحة ، أما باقي المستجوبين فانقسموا بنسب متقاربة حول الإجابتين: تحقيق الشعور بالانتماء و الولاء و التشجيع على تقديم الأفكار الجديدة بنسبة 26,66 و 25 % على الترتيب. و نفس ذلك يكون المؤسسة تهدف إلى خلق الاستقرار و تحقيق الجو المناسب للعمل لتحقيق أكبر إنتاجية .

الجدول (18) : إجابات الأفراد على السؤال رقم (09) : هل يتم السماح للأفراد بالمشاركة في وضع أهداف الوظيفة ؟

الجواب	التكرار	النسبة
نعم	53	88,33%
لا	07	11,66%
المجموع	60	100%

المصدر : من إعداد الطالبتين بناء على نتائج الاستمارة .

الشكل (19) : تمثيل نتائج الجدول رقم (18).



المصدر : مستخرج من الجدول رقم (18)

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أكبر نسبة هي (88,33%) يرون أنه يسمح للأفراد بالمشاركة في وضع أهداف الوظيفة في المقابل ما نسبة (11,66%) يرون العكس أي عدم السماح لهم بالمشاركة في وضع أهداف الوظيفة .
و نفس ذلك يكون المدير يتمتع بمؤهل علمي وثقافة تسمح بمشاركة الأفراد في وضع أهداف الوظيفة بهدف خلق الشعور بالمسؤولية و الانتماء لديهم وبالتالي تحقيق أهداف المؤسسة .

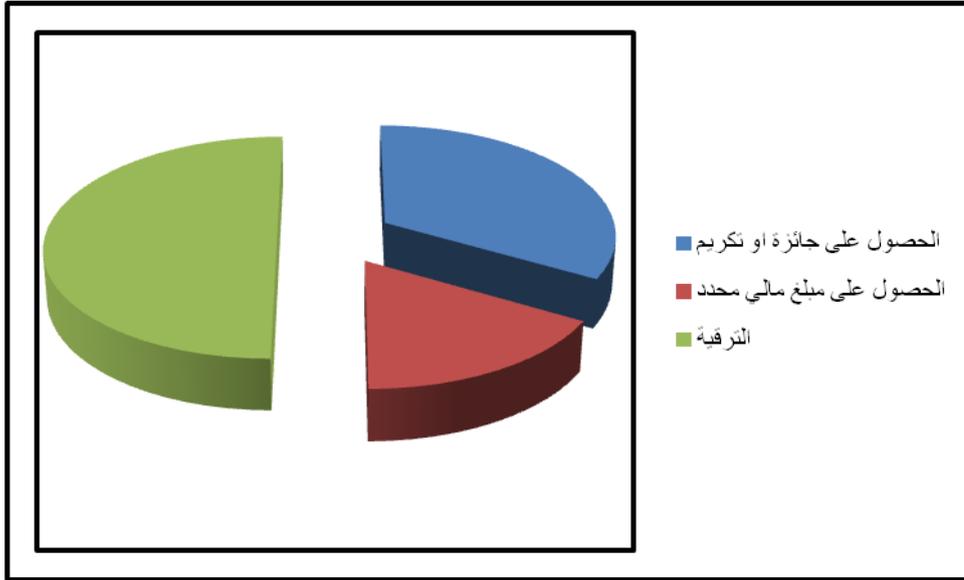
الجدول (19) : إجابات الأفراد على السؤال (10) : ما نوع التحفيز المقدم للأفراد على اقتراحاتهم و مبادراتهم التي يقدمونها ؟

النسبة	التكرار	الجواب
72%	20	الحصول على جوائز و تكريم
36%	10	الحصول على مبلغ مالي محدد
108%	30	الترقية

III- واقع مقومات الابتكار التكنولوجي في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية

المجموع	60	% 100
---------	----	-------

المصدر : من إعداد الطالبين بناء على نتائج الاستمارة.
الشكل (20) : تمثيل نتائج الجدول رقم (19) .



المصدر : مستخرج من الجدول رقم (19).

من خلال الجدول يتضح أن 30 عامل أي ما يعادل (108%) يرون أن التحفيز الذي تقدمه المؤسسة على اقتراحاتهم و مبادراتهم يتمثل في الترقية ، في حين أن 20 عاملا أي ما نسبته (72%) يرون أن التحفيز الممنوح لهم يكون بتكريمهم و تقديم جوائز ، والباقي أجابوا بأن التحفيز يكون بتقديم مبالغ مالية محددة وبنسبة (36%) ونفس ذلك يكون المؤسسة تهدف إلى تشجيع العاملين وخلق الدافعية و الرغبة في تقديم الأفضل سواء من خلال الأفكار أو الأداء .

III- 2-4-2- المقومات القيادية :

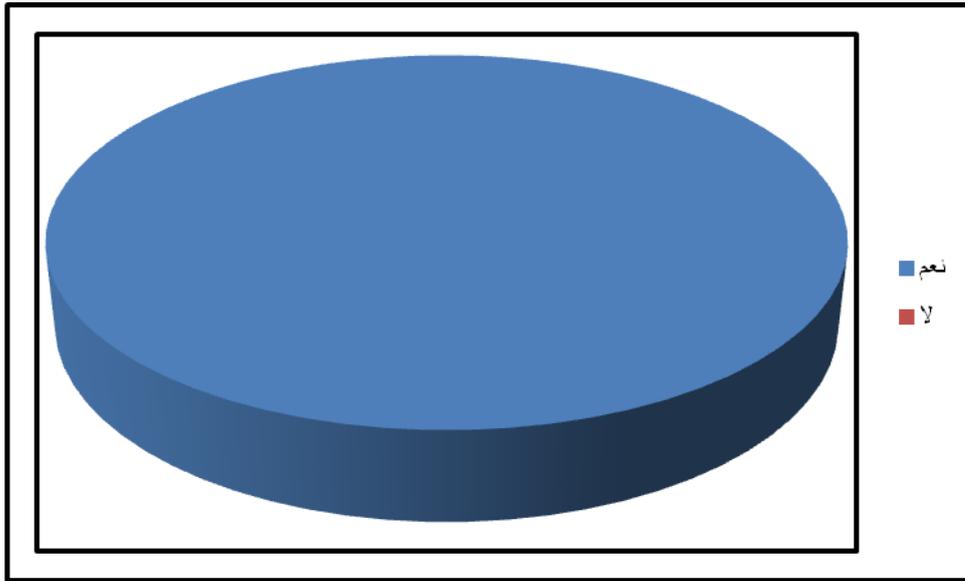
الجدول (20) : إجابات الأفراد على السؤال رقم (11) : هل يتسم النمط القيادي في مؤسستكم بالتعاون الديمقراطي ؟

الجواب	التكرار	النسبة
نعم	60	% 100
لا	00	% 00
المجموع	60	% 100

المصدر : من إعداد الطالبين بناء على الاستمارة .

الشكل (21) : تمثيل نتائج الجدول رقم (20) .

III- واقع مقومات الابتكار التكنولوجي في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية



المصدر : مستخرج من الجدول رقم (20).

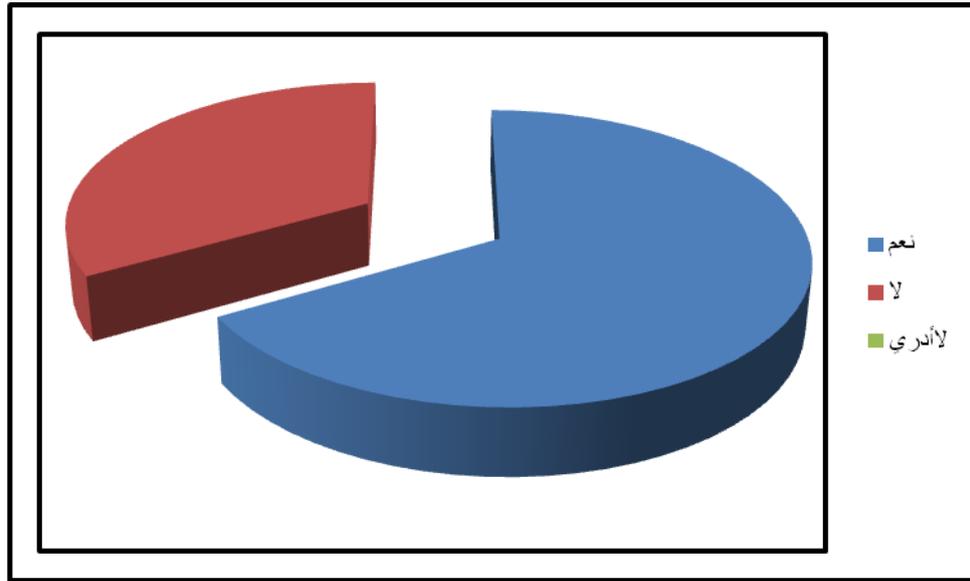
من خلال الجدول نلاحظ أن جميع المستجوبين أجمعوا على أن النمط القيادي في المؤسسة يتسم بالتعاون الديمقراطي و ذلك بنسبة 100% . ونفس ذلك يكون القائد واعي بأهمية التعاون بين الأفراد وذلك وترسيخ قيمه لتحقيق مصالح المؤسسة .

الجدول (21) : إجابات الأفراد على السؤال رقم (12) : هل يقوم القائد بتوفير الجو الملائم للابتكار التكنولوجي من مشاركة والحرية في التعبير ؟

الجواب	التكرار	النسبة
نعم	40	66,66%
لا	20	33,33%
لا أدري	00	00%
المجموع	60	100%

المصدر : من إعداد الطالبتين بناء على نتائج الاستمارة .

الشكل (22): تمثيل نتائج الجدول رقم (21).



المصدر : مستخرج من الجدول رقم (21).

من خلال الجدول نلاحظ انه من بين 60 عامل مستجوب 40 عامل منهم أي ما يعادل نسبة (66,66 %) يؤكدون أن القائد يوفر لهم الجو الملائم للابتكار التكنولوجي من مشاركة و حرية في التعبير ، في حين 20 عامل الباقية أي ما نسبته (33,33%) ينفون تماما ذلك ، و نفس ذلك بادراك القائد لأهمية توفير الجو الملائم للعمل و تأثيره على مردودية العامل .

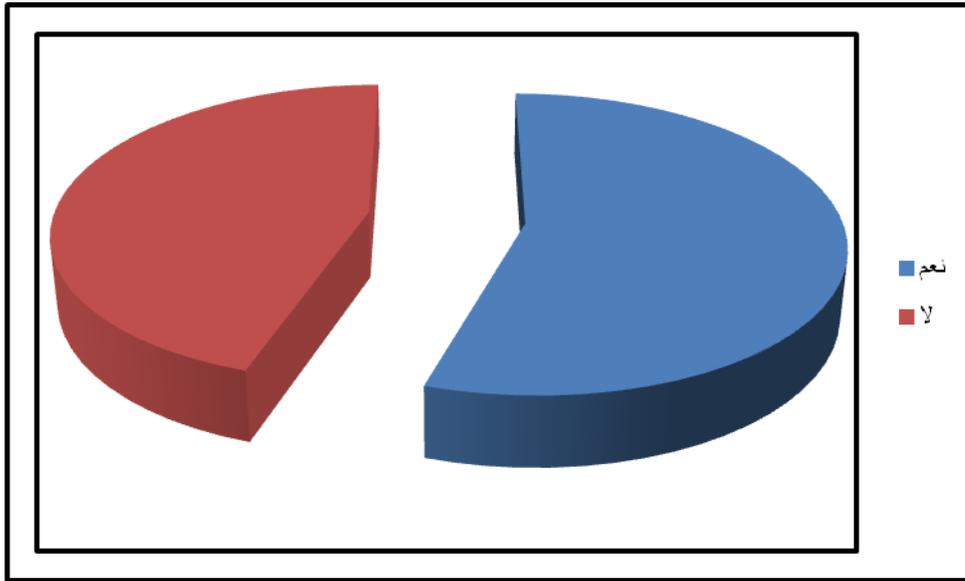
الجدول (22) : إجابات الأفراد على السؤال رقم (13) : هل هناك ثقة بالنفس و بالآخرين من قبل القائد ؟

الجواب	التكرار	النسبة
نعم	33	55%
لا	00	% 00
لا أدري	27	45%
المجموع	60	% 100

المصدر : من إعداد الطالبتين بناء على نتائج الاستمارة .

الشكل (23) : تمثيل نتائج الجدول رقم (22).

III- واقع مقومات الابتكار التكنولوجي في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية



المصدر : مستخرج من الجدول رقم (22) .

من خلال الجدول نلاحظ أن القائد يتمتع بثقة بالنفس و بالأخرين بنسبة (55%) ، في حين أن باقي الأفراد لا يعلمون و ذلك بنسبة (45%) ، و نفس تلك الثقة بالنفس و بالأخرين لدى القائد بكونه يهدف لتوليد عزيمة لدى العمال في كسب ثقته وذلك يحفزهم على تقديم الأفضل من أفكار و مقترحات مبتكرة .

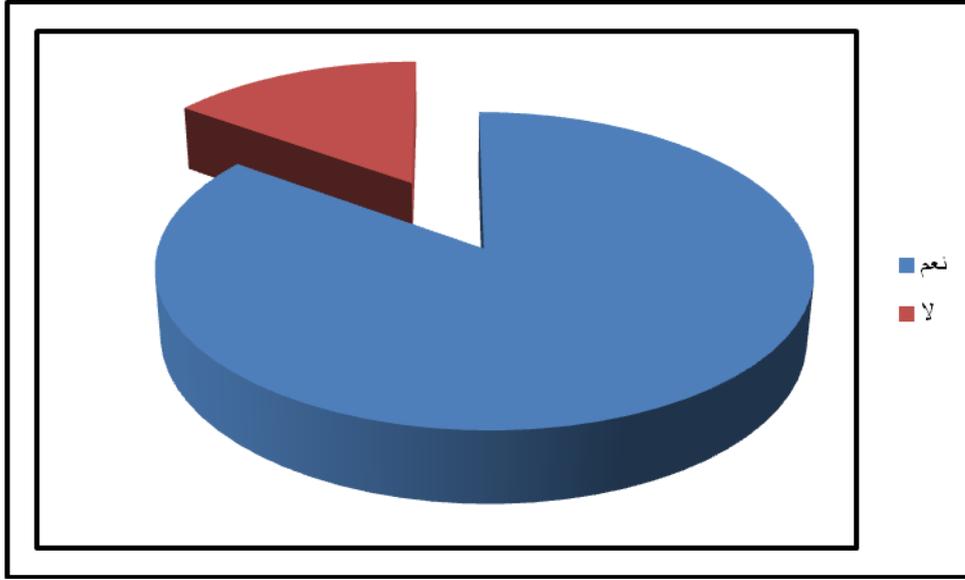
III-4-2-3- المقومات الثقافية:

الجدول (23) : إجابات الأفراد على السؤال (14) : هل تقوم ثقافة المنظمة على تعزيز مبدأ التعاون بدل المنافسة بين الأفراد ؟

الجواب	التكرار	النسبة
نعم	51	85%
لا	09	15%
المجموع	60	100%

المصدر : من إعداد الطالبتين بناء على نتائج الاستمارة .

الشكل (24): تمثيل نتائج الجدول رقم (23).



المصدر: مستخرج من الجدول رقم (23).

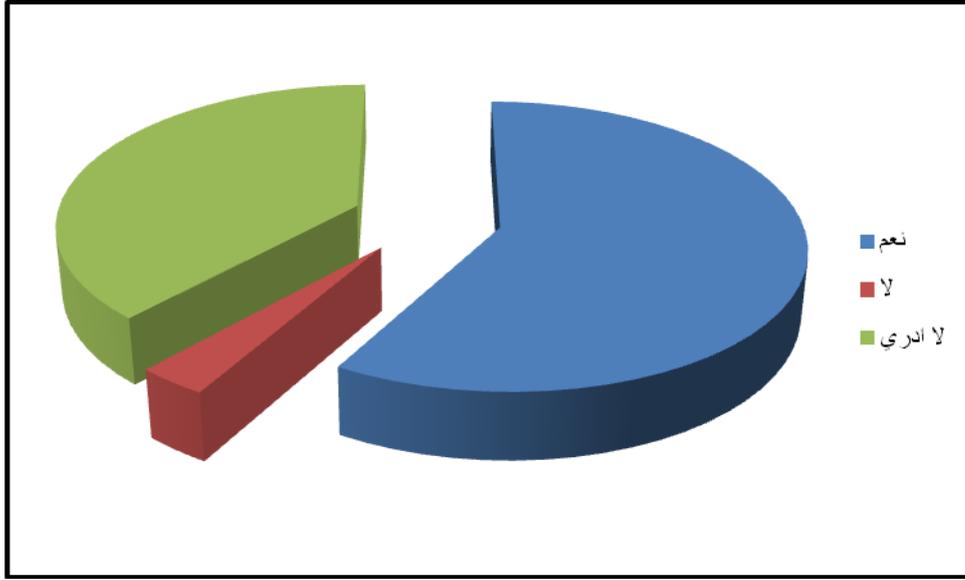
من خلال الجدول نلاحظ أن أكبر نسبة تقدر بـ (85%) يؤكدون أن ثقافة المنظمة تقوم على مبدأ على مبدأ التعاون بدل المنافسة ، في حين الآخرين و بنسبة 15% ينفون ذلك ، و نفسر بأن المؤسسة تهدف إلى نشر مبدأ التعاون بين الأفراد من حيث تبادل المعلومات و المعارف و المهارات و بذلك يكتسب الأفراد خبرات و معارف جديدة .

الجدول (24) : إجابات الأفراد على السؤال (15) : هل توجه ثقافة المنظمة نحو تنمية الحدس الابتكاري للأفراد العاملين ؟

الجواب	التكرار	النسبة
نعم	35	58,33%
لا	02	3,33%
لا أدري	24	38,33%
المجموع	60	100%

المصدر : من إعداد الطالبتين بناء على نتائج الاستمارة .

الشكل (25) : تمثيل نتائج الجدول رقم (24)



المصدر : مستخرج من الجدول رقم (24) .

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن ما نسبته (58,33%) يرون أن ثقافة المنظمة توجه نحو تنمية الحدس الابتكاري للأفراد العاملين ، و نسبة (38,33%) لا يدرون إن كانت ثقافة المنظمة تتوجه نحو تنمية الحدس الابتكاري كونهم يقومون بعملية تنفيذ الأعمال المقدمة من طرف الإداريين ، و الباقي ما نسبته (3,33%) لا يرون أن الثقافة التنظيمية توجه نحو تنمية الحدس الابتكاري للأفراد العاملين . ونفسر ذلك بأن المؤسسة تهتم بتنمية الجانب الفكري للأفراد و توفير كل الوسائل المساعد على ذلك.

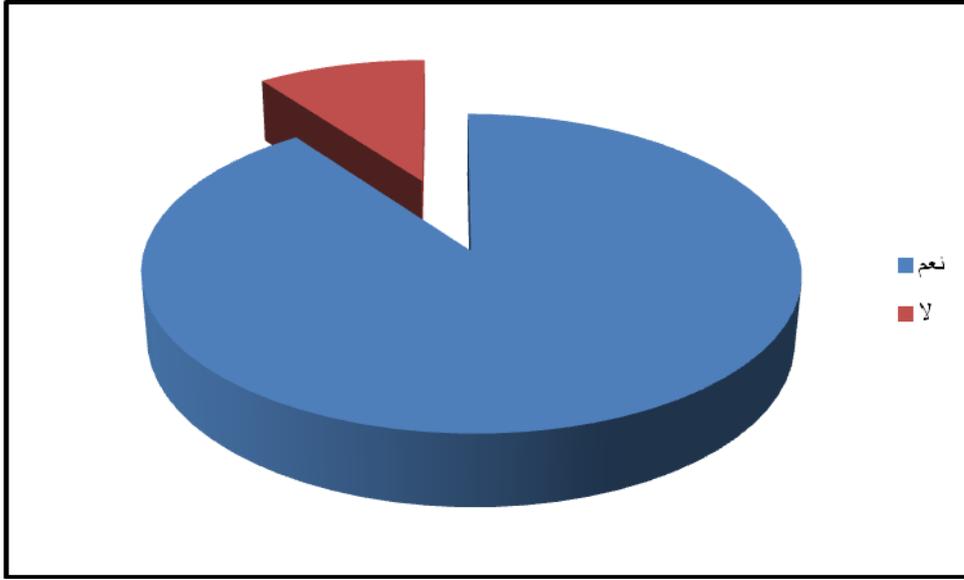
الجدول (25) : إجابات الأفراد على السؤال (16) : هل تسود في منظماتكم قيم و معتقدات حول حرية تبادل المعلومة و قبول الأفكار الجديدة ؟

الجواب	التكرار	النسبة
نعم	54	90%
لا	06	10%
المجموع	60	100%

المصدر : من إعداد الطالبتين بناء على نتائج الاستمارة .

الشكل (26) : تمثيل نتائج الجدول رقم (25)

III- واقع مقومات الابتكار التكنولوجي في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية



المصدر: مستخرج من نتائج الجدول رقم (25).

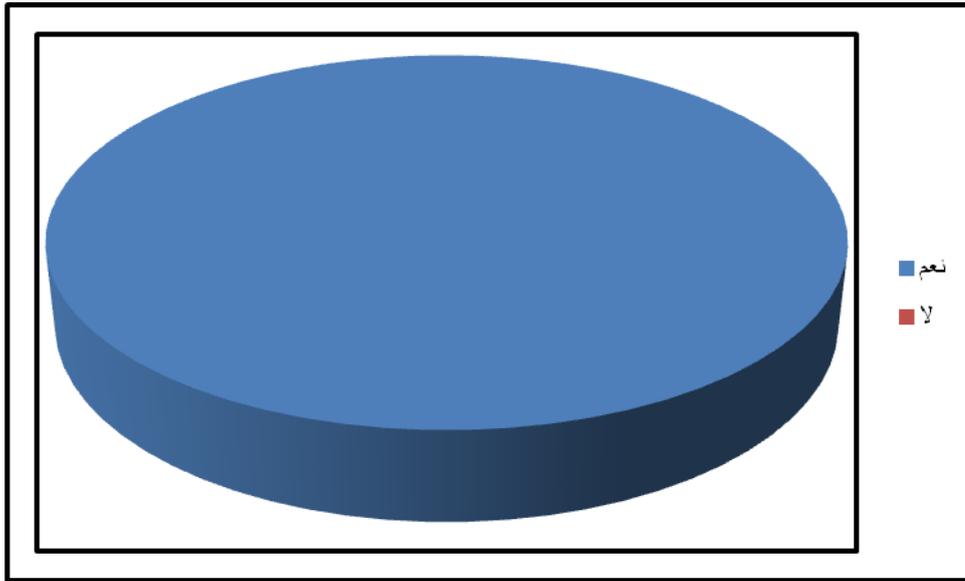
من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن أكبر نسبة (90%) ما يعادل 54 عامل يرون أنه تسود في المنظمة قيم و معتقدات حول حرية تبادل المعلومة و قبول الأفكار الجديدة ، في المقابل (10%) ينفون ذلك ، ونفسر بكون المؤسسة تهدف إلى ترسيخ قيم ومعتقدات حول تبادل المعلومات و قبول الأفكار الجديدة مما يؤدي إلى سهولة الاتصال بين مختلف المستويات و بالتالي يكون هناك توازن بينها .

الجدول (26) : إجابات الأفراد على السؤال رقم (17) : هل الثقافة السائدة في منطمتكم منفتحة على الابتكار التكنولوجي ؟

الجواب	التكرار	النسبة
نعم	60	% 100
لا	00	% 00
المجموع	60	% 100

المصدر : من إعداد الطالبتين بناء على نتائج الاستمارة.

الشكل (27): تمثيل نتائج الجدول رقم (26) .



المصدر : مستخرج من الجدول رقم (26) .

من خلال الجدول نلاحظ أن هناك إجماع من كل المستجوبين أي ما يعادل (100%) أن الثقافة السائدة في المنظمة منفتحة على الابتكار التكنولوجي ، و نفس ذلك يكون المؤسسة تسعى دائما لاقتناء الآلات و التجهيزات التكنولوجية الجديدة و تدريب العمال على استعمالها، وهذا ما يدل على أن المؤسسة تتمتع باليقظة التكنولوجية.

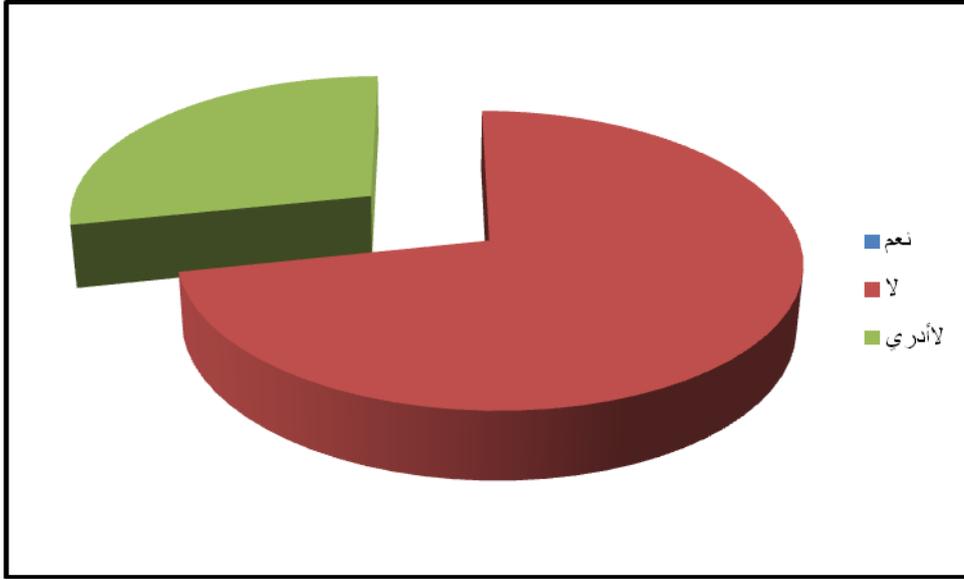
الجدول (27) : إجابات الأفراد على السؤال (18) : هل تشجع ثقافة منظماتكم على تنمية جب المخاطرة لدى الأفراد العاملين ؟

النسبة	التكرار	الجواب
00%	00	نعم
71,66%	43	لا
28,33%	17	لا أدري
100%	60	المجموع

المصدر : من إعداد الطالبتين بناء على نتائج الاستمارة.

الشكل (28) : تمثيل نتائج الجدول رقم (27) .

III- واقع مقومات الابتكار التكنولوجي في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية



المصدر : مستخرج من الجدول رقم (27) .

من خلال الجدول نلاحظ أن ما نسبة (71,66%) ينفون تشجيع ثقافة المنظمة على تنمية حب المخاطرة لدى العاملين ، وفي المقابل ما نسبته (28,33%) لا يدرون عن ذلك شيئا ، و نفس ذلك النفي يكون المؤسسة تتجنب كل ما ينجر عنه مخاطرة فهي تقوم بابتكارات تحسينية على منتجاتها .

III-4-2-4- مقومات تكنولوجيا و أنظمة المعلومات:

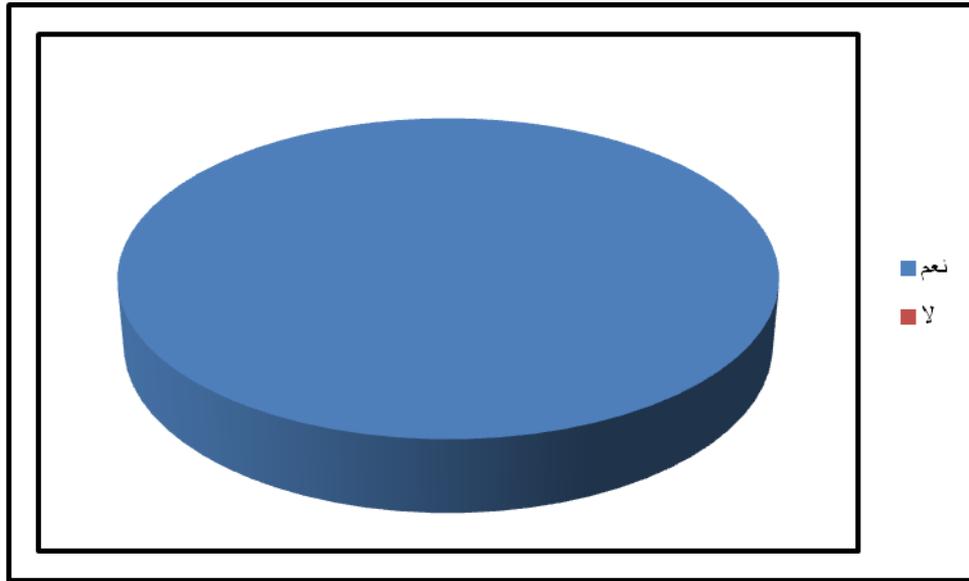
الجدول (28) : إجابات الأفراد على السؤال رقم (19) : هل تكنولوجيا المعلومات مهمة بالنسبة لعملك بالمؤسسة ؟

الجواب	التكرار	النسبة
نعم	60	% 100
لا	00	% 00
المجموع	60	% 100

المصدر : من إعداد الطالبتين بناء على نتائج الاستمارة .

الشكل (29) : تمثيل نتائج الجدول رقم (28)

III- واقع مقومات الابتكار التكنولوجي في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية



المصدر : مستخرج من الجدول رقم (28)

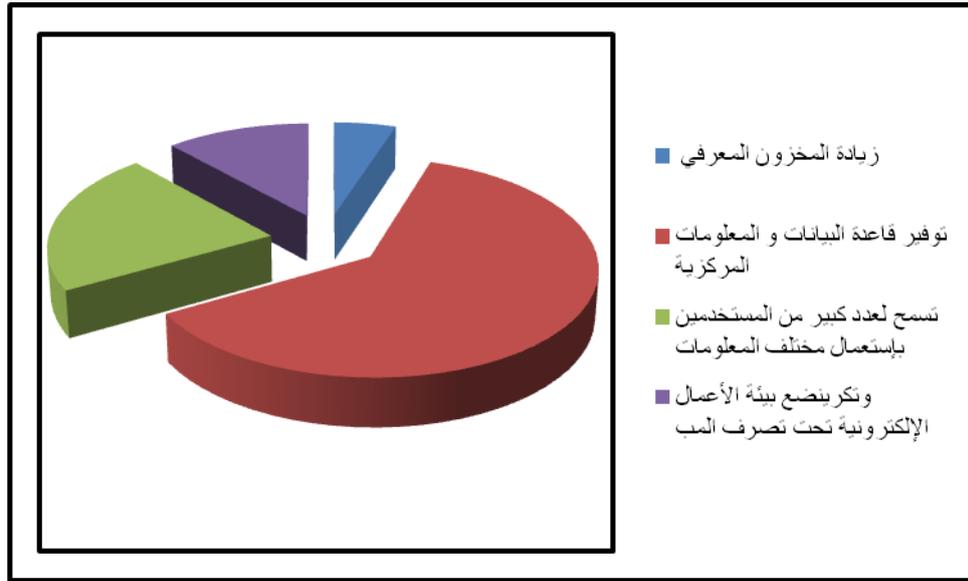
نلاحظ من خلال الجدول إجماع المستجوبين حول أهمية تكنولوجيا المعلومات لعملهم بالمؤسسة أي نسبة (100%)، و يعود ذلك لإدراك المؤسسة للأهمية الكبيرة التي أصبحت تلعبها تكنولوجيا المعلومات في منظمات الأعمال ، و استحالة الاستغناء عنها.

الجدول (29) : إجابات الأفراد على السؤال رقم (20) : كيف يساهم تكنولوجيا و أنظمة المعلومات في دعم الابتكار التكنولوجي داخل المؤسسة ؟

النسبة	التكرار	المصدر
5%	03	زيادة المخزون المعرفي .
61,66%	37	توفير قاعدة البيانات و المعلومات المركزية
21,66%	13	تسمح لعدد كبير من المستخدمين باستعمال مختلف المعلومات
11,66%	07	وضع بيئة الأعمال الإلكترونية تحت تصرف المبتكرين
100%	60	المجموع

المصدر : من إعداد الطالبتين بناء على نتائج الاستمارة .

الشكل (30): تمثيل نتائج الجدول رقم (29).



المصدر: مستخرج من الجدول رقم (29).

نلاحظ من خلال الجدول أن 37 عامل أي بنسبة (61,66%) يرون أن تكنولوجيا و

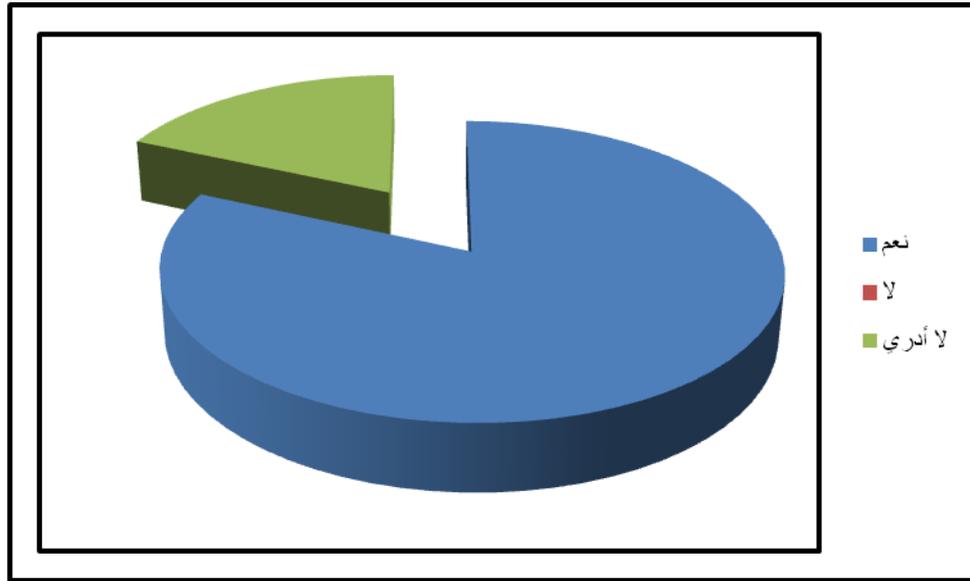
أنظمة المعلومات تساهم في دعم الابتكار التكنولوجي من خلال توفير قاعدة البيانات و المعلومات المركزية ، في حين 13 عامل ما نسبته (21,66%) يرونها تسمح لعدد كبير من المستخدمين باستخدام مختلف المعلومات ، و 7 عمال أي ما نسبته (11,66%) يرونها من خلال وضع بيئة الأعمال الإلكترونية تحت تصرف المبتكرين أخيرا ما نسبته (5%) يرونها تساهم في زيادة المخزون المعرفي . و نفس ذلك يكون تكنولوجيا و أنظمة المعلومات تحتل ذات استعمال واسع في المؤسسة .

الجدول (30) : إجابات الأفراد على السؤال وقم (21) : هل يتم الاستعانة بتكنولوجيا و أنظمة المعلومات في وضع معلومات عن الابتكار و مواصفاته لتجنب تكرار الشروحات ؟

النسبة	التكرار	الجواب
81,66%	49	نعم
00%	00	لا
18,33%	11	لا أدري
100%	60	المجموع

المصدر : من إعداد الطالبتين بناء على نتائج الاستمارة .

الشكل (31) : تمثيل نتائج الجدول رقم (30) .



المصدر : مستخرج من الجدول رقم (30) .

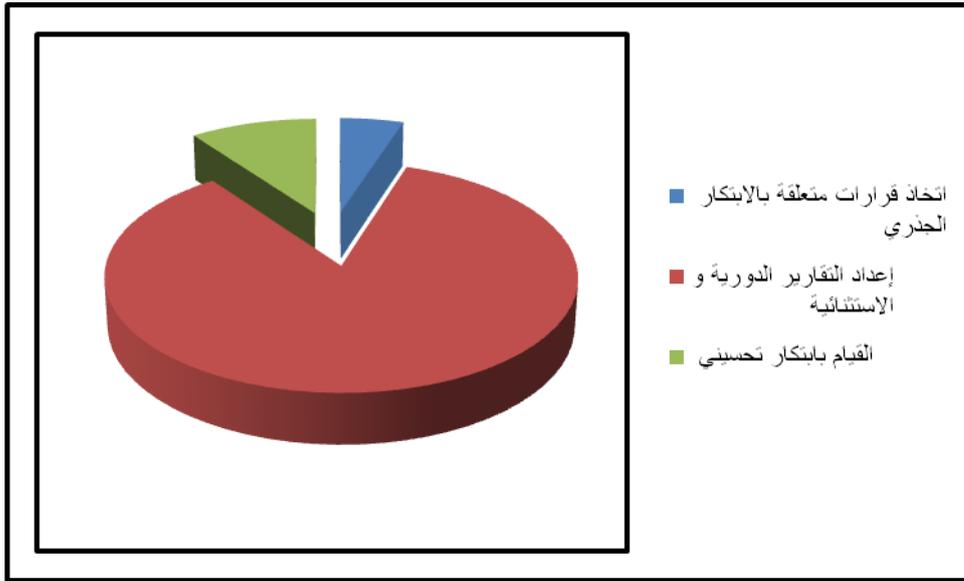
من خلال الجدول السابق نلاحظ أن أكبر نسبة و التي تقدر بـ (81,66%) يؤكدون على الاستعانة بتكنولوجيا و أنظمة المعلومات في وضع معلومات عن الابتكار و مواصفاته لتجنب تكرار الشروحات ، أما البقية ما نسبته (18,33%) ينفون ذلك .ونفسر ذلك باستغلالها الجيد لتكنولوجيا المتوفرة لديها لتجنب تضييع الوقت .

الجدول (31) : إجابات الأفراد على السؤال رقم (22) : هل تساعد تكنولوجيا و أنظمة المعلومات على تزويد المنظمة بالمعلومات من أجل ؟

النسبة	التكرار	الجواب
5%	03	اتخاذ قرارات متعلقة بالابتكار الجذري .
85%	51	إعداد التقارير الدورية و الاستثنائية
10%	06	القيام بابتكار تحسيني
100%	35	المجموع

المصدر : من إعداد الطاليتين بناء على الاستمارة .

الشكل (32) تمثيل نتائج الجدول (31) .



المصدر : مستخرج من الجدول (31).

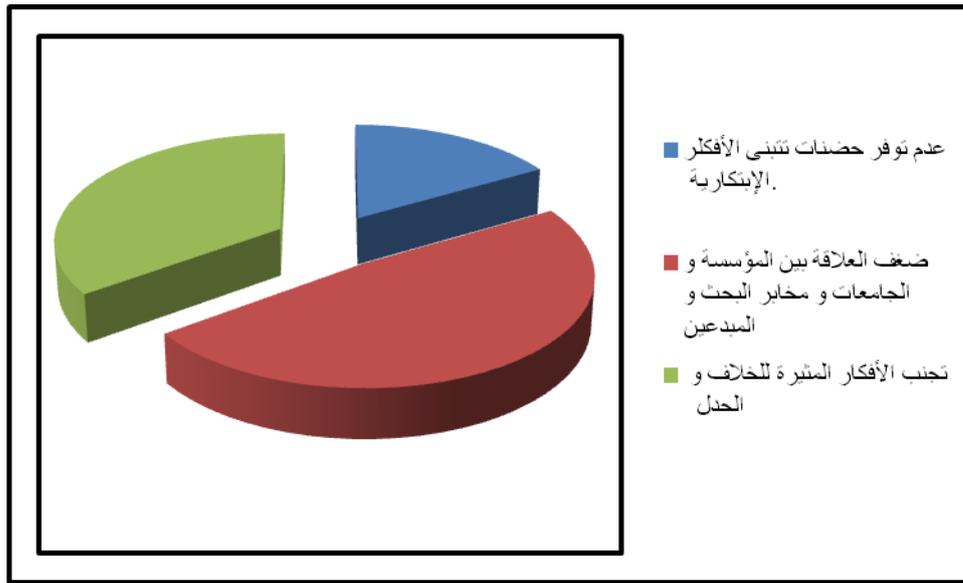
نلاحظ من خلال الجدول أن 51 عامل أي ما نسبته (85%) يرون أن تكنولوجيا و أنظمة المعلومات تساعد على تزويد المنظمة بالمعلومات من أجل إعداد التقارير الدورية و التقارير الاستثنائية ، في حين 06 عمال أي نسبة (10%) يرون أنها تساعد على القيام بابتكارات تحسينية ، أما الباقي وهم 3 عمال ما نسبته (5%) يرون أنها تساعد على اتخاذ القرارات المتعلقة بالابتكار الجذري، نفس ذلك يكون المؤسسة تستغل تكنولوجيا و أنظمة المعلومات في إعداد التقرير في ظروف قياسية ودون بذل جهد لتقييم أدائها.

III - 4 - 3- عرض البيانات المتعلقة بمعوقات الابتكار التكنولوجي :
الجدول (32) : إجابات الأفراد على السؤال رقم (23) : ما هو أهم عائق في إيجاد الأفكار الجديدة ؟

النسبة	التكرار	الجواب
16,66%	10	عدم توفير حاضنات أعمال مناسبة تتبنى الأفكار الابتكارية.
48,33%	29	ضعف العلاقة بين المؤسسة والجامعات ومخابر البحث و المبدعين.
35%	21	تجنب الإدارة للأفكار المثيرة للخلاف و الجدل
100%	60	المجموع

المصدر : من إعداد الطالبين بناء على نتائج الاستمارة .

الشكل (33) : تمثيل نتائج الجدول رقم (32) .



المصدر: مستخرج من الجدول رقم (32).

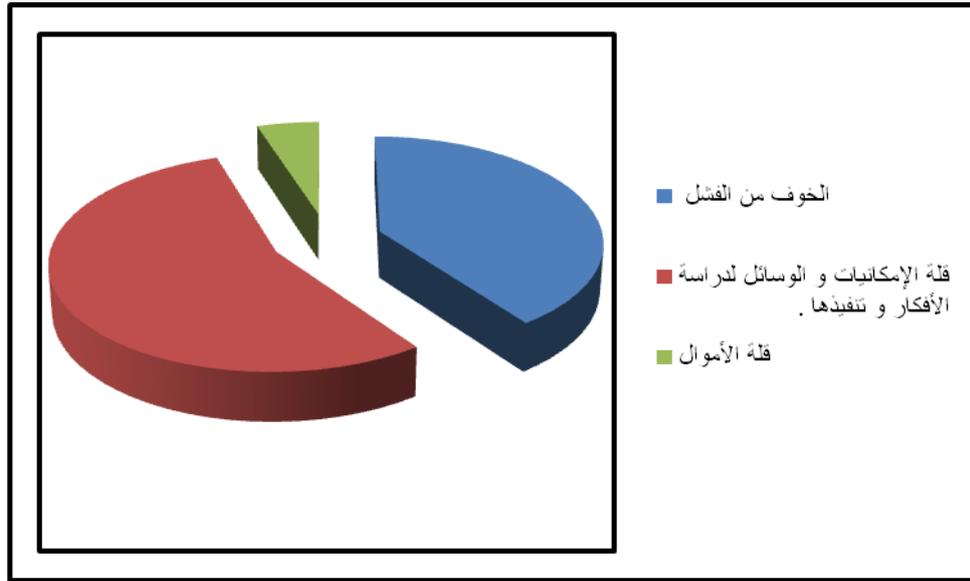
نلاحظ من خلال الجدول أن أكبر نسبة (48,33%) أي ما يعادل 29 عاملا يرون أن أكبر عائق في إيجاد الأفكار في المؤسسة هو ضعف العلاقة بين المؤسسة و الجامعات و مخابر البحث و المبدعين ، و 21 عامل منهم أي ما يعادل (35%) يرون أن العائق يتمثل في تجنب الإدارة للأفكار المثيرة للخلاف و الجدل ز باقي أفراد العينة أي ما يعادل (16,66%) أجابوا بان السبب هو عدم توقيير حضانات أعمال مناسبة لتبني الأفكار الإبتكارية .

الجدول (33) : إجابات الأفراد على السؤال رقم (24) : ما هو أهم عائق في تحويل الأفكار إلى منتجات في مؤسستكم ؟

النسبة	التكرار	الجواب
40%	24	الخوف من الفشل .
55%	33	قلة الإمكانيات و الوسائل لدراسة الأفكار و تنفيذها .
05%	03	قلة الأموال
100%	60	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على نتائج الاستمارة .

الشكل (34) : تمثيل نتائج الجدول رقم (33)



المصدر: مستخرج من الجدول رقم (33).

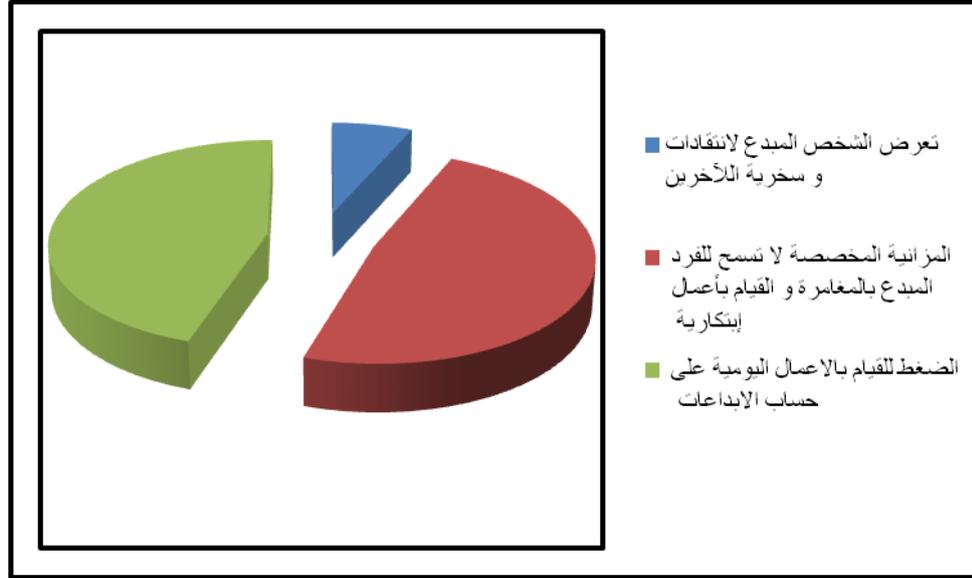
من خلال الجدول نلاحظ أن أكبر نسبة من المستجوبين و التي تقدر بـ (55%) ترى أن أهم عائق في تحويل الأفكار إلى منتجات هو قلة الإمكانيات و الوسائل لدراسة الأفكار و تنفيذها ، في حين نجد ما نسبته (40%) من الأفراد أجابوا بأن السبب هو الخوف من الفشل ، و في الأخير و بنسبة قليلة تقدر بـ (05%) يرون أن السبب هو قلة الأموال، و ذلك راجع لكون المؤسسة لديها ارتفاع في الطلب على منتجاتها مما اضطرها لاستغلال الكامل لإمكانياتها و الوسائل المتوفرة لديها من أجل توفير تلك الطلبات في الوقت المناسب.

الجدول(34): إجابات الأفراد على السؤال رقم (25): ما هو أهم عائق أمام الفرد المبدع ؟

النسبة	التكرار	الجواب
6,66%	04	تعرض الشخص المبدع لانتقادات و سخرية الآخرين
48,33%	29	الميزانية المخصصة لا تسمح للفرد المبدع بالمغامرة و القيام بأعمال ابتكارية .
45%	27	الضغط للقيام بالأعمال اليومية على حساب الإبداعات
100 %	60	المجموع

المصدر : من إعداد الطالبتين بناء على نتائج الاستمارة .

الشكل (35) : تمثيل نتائج الجدول رقم (34) .



المصدر : نستخرج من الجدول رقم (34) .

نلاحظ من خلال الجدول السابق أ، أكبر نسبة هي (48,33%) أي ما يعادل 29 عامل يرون أن أهم عائق أمام الفرد المبدع هو كون الميزانية المخصصة لا تسمح للفرد المبدع بالمغامرة و القيام بأعمال ابتكارية ، أما الفئة الثانية بعدد 27 عامل أي ما يعادل (45%) يرون بأن العائق هو الضغط الانشغال بالأعمال الروتينية ، أو الفئة الأخيرة أجابت نسبة 6,66% على كون العائق هو تعرض الشخص المبدع للانتقاد و سخرية الآخري

III - 4 - 3- تفسير النتائج وتوصيات الدراسة:

❖ تفسير النتائج وفقا لفرضيات الدراسة:

- تفسير النتائج وفقا للفرضية الأولى: "البحث و التطوير هو المغذي الرئيسي للابتكارات التكنولوجية".

البحث و التطوير أساس الابتكار التكنولوجي حيث يمثل المركز الرئيسي للحصول على الأفكار الجديدة التي يمكن بلورتها إلى منتجات جديدة أو طرق إنتاج جديدة. وقد تبين من الدراسة الميدانية أن المؤسسة لا تول الاهتمام الكافي بنشاط البحث و التطوير و يتضح ذلك في غياب القسم الخاص بنشاط البحث و التطوير في هيكلها التنظيمي وأيضا عدم تخصص ميزانية لهذا النشاط و اكتفائها بوجود مخبر يقوم بالرقابة على المنتجات لتصحيحها وتعديلها و الرقابة على المواد الأولية لاستلامها و قبولها و يؤكد كل ما سبق هو عدم امتلاك المؤسسة لأي براءة اختراع.

- تفسير النتائج وفقا للفرضية الثانية: " نجاح الابتكار التكنولوجي مرتبط بالمقومات التي تمتلكها المؤسسة".

اتضح جليا من التحليل الإحصائي للمحور الخاص بمقومات الابتكار التكنولوجي في مؤسسة عمر بن عمر أن المؤسسة تملك مقومات تؤهلها لإنجاح الابتكارات التكنولوجية لكنها لا تول اهتمام كبير بالابتكار التكنولوجي حتى وإن قامت به فهو يقتصر على التحسينات ، فهي موجهة كل مواردها لتلبية الطلبات. ولكي ترتقي المؤسسة للابتكار التكنولوجي لابد عليها من إرساء قيم ومعتقدات بين العمال المشجعة للابتكار من شأنها أن تحدث نقلة نوعية في المؤسسة.

- **تفسير النتائج وفقا للفرضية الثالثة:** " إن العائق الأساسي لدعم الابتكار التكنولوجي في مؤسسة عمر بن عمر يكمن في تكلفة البحث والتطوير".
- اتضح ثبوت هذه الفرضية حيث يؤكد غياب قسم خاص بنشاط البحث والتطوير وعدم تخصيص أي ميزانية للقيام به. كما تواجه المؤسسة عوائق أخرى نذكر منها:
- إن الابتكار التكنولوجي المؤسسة لم يرتق إلى ابتكار منتجات جديدة خاصة بها أو ابتكار أساليب عمل متطورة وذلك راجع لعدة معوقات خاصة بالمؤسسة نذكر منها ما يلي :
- ✓ أغلبية عمال المؤسسة لا يتلقون تدريباً له علاقة مباشرة بالابتكار التكنولوجي
 - ✓ ضعف العلاقة بين المؤسسة والجامعات وبينها وبين الأوساط العلمية بصفة عامة .
 - ✓ قلة الوسائل والإمكانيات لدراسة الأفكار .
 - ✓ الخوف من المخاطرة .

❖ التوصيات :

- 1- إعطاء المؤسسة الاقتصادية أهمية الابتكار التكنولوجي لان المنافسة العالمية تقتضي ذلك.
- 2- اهتمام المؤسسة بنشاط البحث والتطوير ودعمه مادياً ومعنوياً باعتبار الخلية الأولى لوجود الابتكار التكنولوجي في المؤسسة.
- 3- تخصيص اعتمادات مالية مباشرة لأنشطة البحث والتطوير والابتكار التكنولوجي من طرف الدولة للمؤسسات المبتكرة.
- 4- إعطاء فرص للطاقات البشرية المبدعة على تجسيد مشاريعها خلال إدماجها في مخابر البحث حيث تستفيد من نتائج هذه البحوث جميع المؤسسات.
- 5- إعفاء المؤسسات على الضريبة المستحقة من أجور الخبراء الذين تلجأ إليهم لتقديم إعانات تتعلق بأنشطة البحث والابتكار.
- 6- اعتقاد الآلات والتجهيزات والمنتجات والوثائق التقنية المستوردة لأغراض البحث والتطوير من حقوق والرسوم الجمركية.

وأخيراً يمكن القول أن الابتكار التكنولوجي هو الركيزة الأساسية لتطوير المؤسسات وقدرتها على المنافسة في السوق الشرسة وإعطائها مكانة مهمة فيه فهو يفتح أمامها آفاق واسعة في الانتشار والتوسيع خصوصاً بعد انضمام الجزائر للمنظمة العالمية للتجارة وبذلك ستجد المؤسسة الاقتصادية نفسها أمام منافسة المؤسسات الأجنبية القوية على جميع الأصعدة ومن ثم على المؤسسة الاقتصادية تبين الابتكار التكنولوجي لتستطيع الصمود أمام المنافسة .

خلاصة الفصل :

تنشط مؤسسة عمر بن عمر في محيط يتميز بالتغير الدائم والمنافسة فهي تسعى لطرح منتجات جديدة ولا يتم ذلك إلا باللجوء إلى الابتكار التكنولوجي، و من خلال الدراسة تبين أن المؤسسة رغم امتلاك كل المقومات التي تؤهلها لتبني الابتكار التكنولوجي من تكنولوجيات جد متطورة و عمال يمتلكون خبرة و مهارات عالية و كذا توفر المناخ التنظيمي الملائم، غير أن المؤسسة لم ترتقي بعد للابتكارات التكنولوجية جذرية سواء من ناحية المنتجات الجديدة أو أساليب الإنتاج، بل تقتصر ابتكاراتها على بعض التحسينات، ولكن المؤسسة حاليا تقوم بدراسة بعض المشاريع و التي تدخل في إطار الابتكار التكنولوجي لتطبيقها مستقبلا خصوصا أنها تنشط في السوق الدولية والذي يتميز بمنافسة قوية.

الخاتمة العامة :

إن الابتكار التكنولوجي بات من الخيارات النادرة والهامة أمام المؤسسات الاقتصادية الجزائرية لرفع أو تغذية قدراتها التنافسية في الظروف الراهنة وأن تسارع المؤسسات اليوم للتطوير والتحسين وابتكار كل ما هو جديد لا يدع مجالاً للشك على أن المبتكرين في قواعد الصراع الدائر على المستوى العالمي .

رغم المساعي الحقيقية التي تبذلها الدولة الجزائرية للنهوض بمؤسساتها الاقتصادية مازالت مشكلة رفع القدرات التنافسية لهذه المؤسسات حيث تتعقد وتتشابك لدرجة يصعب التكهن بمصيرها والمكانة الممكنة التي ستحتلها على خارطة المواقع التنافسية وفي ركب الأنظمة السائرة في طريق التفتح ورغم أن أدبيات التسيير والإدارة تطرح أمامنا العديد من الخيارات للبدء في تحديد معالم هذه المكانة أو الموقع إلا أن حقيقة الممارسات الميدانية تثبت أن المؤسسات الجزائرية لا تولي الاهتمام المطلوب بتطوير وتحسين منتجاتها وقلّة اهتمامها بتوفير مقومات الابتكار التكنولوجي من المورد البشري والثقافة التنظيمية الداعمة لذلك وتكنولوجيا وأنظمة المعلومات وكذا أنشطة البحث والتطوير وربما يكون الحكم ذاتيا وفق هذا المنظور إذا شمل جميع المؤسسات حيث لا يجب أن نغفل النتائج المحققة من طرف البعض منها.

❖ أفاق الدراسة :

إن المصادقية العلمية تقتضي التنويه بالجوانب النيرة للبحث والأفكار الواردة فيه، كما تقتضي أيضا مساعدة وتوجيه القراء والمهتمين إلى جوانب وأفكار أخرى لم ترد فيه والتي لم تكن محور اهتمام أساسي ألا أنها قد تمثل خطوة إضافية في مسار البناء العلمي لموضوع متشعب المجالات.

يمكن طرح بعض الاقتراحات عن موضوعات أخرى للبحث فيها:

- ✓ خصائص المؤسسات المبتكرة ومحاولة قياسها والتأكد من وجودها في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية.
- ✓ تسهيلات ودوافع الابتكار التكنولوجي في المؤسسة الجزائرية.
- ✓ عوائق الابتكار التكنولوجي في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية.
- ✓ دراسة مقارنة بين المؤسسة الاقتصادية الجزائرية والمؤسسات الأجنبية في مجال الابتكار التكنولوجي.

قائمة المراجع :

• مراجع باللغة العربية:

1. أحمد علي عرفة وسمية إبراهيم شلبي، "التسويق والفراغ: القرارات والاستراتيجيات التسويقية"، القاهرة، ط1، 1992، 2.
2. جمال الدين محمد مرسي، "الثقافة التنظيمية والتغيير"، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2006.
3. حسن إبراهيم بلوط، "إدارة الموارد البشرية من منظور إستراتيجي"، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، ط1، 2002.
4. حسن حريم، "السلوك التنظيمي"، دار حامد للنشر و التوزيع، عمان، الاردن.
5. حمداوي وسبله، "إدارة الموارد البشرية"، مديرية النشر الجامعية قامة، الجزائر، 2004.
6. خالد بن صالح السلطان، "تجارب و مبادرات جامعة الملك فهد للبترول و المعادن لتعزيز التعاون و الشركات المجتمعة في مجال البحث العلمي"، جامعة الملك فهد للبترول و المعادن، الظهران، المملكة العربية السعودية.
7. راوية حسن، "إدارة الموارد البشرية، رؤية مستقبلية"، الدار الجامعية للنشر الإسكندرية، مصر، 2004.
8. ردينة عثمان يوسف وآخرون، "تكنولوجيا التسويق"، دار المناهج، عمان الأردن، ط1، 2004.
9. ريم سعود السماوي، "براءة الاختراع في الصناعة الدوائية"، دار الثقافة للنشر و التوزيع، عمان، ط1، 2008.
10. زكي محمود هاشم، "أساليب الإدارة"، المكتبة العالمية للنشر والتوزيع، 2006.
11. زيد منير عبوي، وسليم بطرس جلدة، "إدارة الإبداع والابتكار"، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2002.
12. سليم بطرس جلدة و زيد منير عبوي، "إدارة الإبداع و الابتكار"، دار كنوز المعرفة، الأردن، ط1، 2006.
13. صلاح الدين عبد الباقي، "الاتجاهات الحديثة في إدارة الموارد البشرية"، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، مصر، 2002.
14. طارق طه، "السلوك التنظيمي"، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2007.
15. الطيب بلوط، "قانون الشركات: سلسلة القانون في الميدان"، دون دار النشر و بلد النشر، 2008.
16. عاكف لطفي خصاونة، "إدارة الإبداع والابتكار في منظمات الأعمال"، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2011.
17. عبد الباري إبراهيم درة، "تكنولوجيا الاداء البشري في المنظمات"، منشورات المنظمة العربية للتنمية، القاهرة، مصر، 2003.
18. دبع الستار العلي وآخرون، مدخل إلى إدارة المعرفة، دار الميسر للنشر والتوزيع، عمان، ط2، 2009.
19. عبد القادر محمد عبد القادر، الاقتصاد الصناعي بين النظرية و التطبيق، الدار الجامعية للطباعة و النشر، 1998.

20. عمار عمورة، "الوجيز في شرح القانون التجاري الجزائري"، دار المعرفة، الجزائر.
21. عمر صخري، "اقتصاد المؤسسة"، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط1، دون سنة .
22. غسان قاسم اللامي، "إدارة التكنولوجيا: مفاهيم ومداخل، تقنيات، تطبيقات عملية"، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2007.
23. فريد النجار، "إدارة الجودة الشاملة"، الدار الجامعية، الاسكندرية، 2007 .
24. ماهر صالح حسن، "القيادة: أساسيات ونظريات و مفاهيم"، دار الكنوز للنشر و التوزيع، الأردن، ط1، 2004.
25. محفوظ جودة، "منظمات الأعمال: مفاهيم ووظائف"، دار حامد للنشر و التوزيع، عمان، 2004.
26. محمد أكرم العدلوني، "العمل المؤسسي"، دار بن حزم للطباعة والنشر و التوزيع، عمان، 2000.
27. محمد السعيد أوكيل، "تسيير واقتصاد الابداع التكنولوجي"، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2004.
28. محمد سعيد أوكيل، "وظائف ونشاطات المؤسسة الصناعية"، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1992.
29. محمد صالح الحناوي وآخرون، "الأعمال في عصر التكنولوجيا"، دار الجامعة للنشر، مصر، ط1، 2004.
30. محمد محسن، "التدبير الاقتصادي للمؤسسات"، منشورات الساحل، الجزائر، 2001.
31. محيل لارم مسلم المالكي، "براءة الإحتراع و أهمية استثمارها مصدرا للمعلومات العلمية و التقنية"، مؤسسة الوراق، الأردن، ط1، 2007 .
32. محيي محمد مسعد، "ظاهرة العولمة: الأوهام و الحقائق"، مكتبة الإشعاع الفنية، مصر، ط1، 1999.
33. مدحت أبو النصر، "تنمية القدرات الابتكارية لـدالفرد والمنظمات"، مجموعة النيل للنشر و التوزيع، مصر، 2004.
34. مصطفى محمود أبوبكر، "دليل التفكير الإستراتيجي وإعداد الخطط الإستراتيجية"، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2000.
35. ناصر أبو الفتوح و فريد حسن، "حماية الحقوق الملكية و الصناعات الدوائية"، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2007.
36. ناصر دادي عدون، "اقتصاد المؤسسة"، دار المحمدية، الجزائر، 1998.
37. نبيل جواد، "إدارة أنشطة الابتكار والتغيير"، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر و التوزيع، بيروت، ط1، 2007.
38. نجم عبود نجم، "إدارة الابتكار المفاهيم، والخصائص التجارب الحديثة"، دار وائل للنشر و التوزيع، ط1، 2007.
39. نجم عبود نجم، "الإدارة الإلكترونية الإستراتيجية و الوظائف و المشكلات"، دار المريخ للنشر و التوزيع، الرياض، المملكة العربية السعودية، 2004 .

1. نيجل كينغ ونيل أندرسون، "إدارة أنشطة الابتكار والتغيير: دليل انتقادي للمنظمات"، تعريب: محمود حسن حسني، دار المريخ للنشر، المملكة العربية السعودية، 2004 .

• **لناسرنا:**

1. بن زويد زهرة، "أثر البحث و التطوير على الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية"، رسالة ماجستير غير منشورة ، تخصص الإستراتيجية والتسويق ،جامعة باجي مختار عنابة، 2006 .
2. حمزة بعلي، "تكنولوجيا المعلومات و الاتصال كمدخل إستراتيجي لإدارة المعرفة"، رسالة ماجستير غير منشورة ،تخصص اقتصاد تطبيقي و تسيير المنظمات ،جامعة قالمة، 2010 .
3. حناشي توفيق ، "دور تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في تطوير إدارة الموارد البشرية" ، رسالة ماجستير غير منشورة،كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير ،قسم علوم التسيير ،جامعة 08 ماي 1945بقالمة، 2010 .
4. دويس محمد الطيب ، "براءة الاختراع مؤشر لقياس تنافسية المؤسسات و الدول" ، رسالة ماجستير منشورة ، تخصص دراسات اقتصادية،جامعة ورقلة ، 2005 .
5. سهام بوقفل، "دور الابتكار في خلق ميزة تنافسية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة"،رسالة ماجستير غير منشورة ،تخصص تحليل قطاعي،جامعة قالمة،2011.
6. عامر ملايكية، "واقع وأهمية ابتكار المنتجات في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية"،رسالة ماجستير غير منشورة ، تخصص الإستراتيجية و التسويق ،جامعة عنابة ،2006.
7. عنان فاطمة الزهراء، "الابتكار التكنولوجي ودوره في تحقيق التنمية الاقتصادية دراسة حالة الجزائر"،رسالة ماجستير غير منشورة،تخصص اقتصاد المعرفة والعولمة،جامعة عنابة، 2007.
8. محمد سليمان، "الابتكار التسويقي وأثره على تحسين أداء المؤسسة"، مذكرة ماجستير منشورة،تخصص تسويق،2007، جامعة المسيلة.
9. مدوكي يوسف، "الإبداع التكنولوجي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة" ،رسالة ماجستير غير منشورة،جامعة محمد خيضر،بسكرة، 2009.

• **الملتقيات:**

1. بن مويزة مسعود و حساب محمد أمين ، دور المؤسسة في بناء نظام وطني للإبداع ، ورقة مقدمة للملتقى العلمي الدولي حول المؤسسة الاقتصادية الجزائرية و الابتكار في ظل الألفية الثالثة ، جامعة ورقلة ،يومي 16 و 17 نوفمبر 2008.
2. شريف شكيب أنور وبلال جمعة، "تفعيل عملية الابتكار والتطوير في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية: أمام التحديات الراهنة"،ورقة مقدمة إلى الملتقى الدولي حول المؤسسة الاقتصادية الجزائرية و الابتكار في ظل الألفية الثالثة ،جامعة جيجل،يومي 16-17 نوفمبر 2008.
3. طرشي محمد وبرباري محمد أمين، "دور وأهمية الابتكار في تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة" ، ورقة مقدمة إلى الملتقى الدولي حول المؤسسة

.
[http:// forums.mawhiba .org/topic2066441-4692.aspx32#bm2073793](http://forums.mawhiba.org/topic2066441-4692.aspx32#bm2073793)
(23/03/2013).

6 -[http : //imormag. News.sg/imdex](http://imormag.News.sg/imdex) (23/03/2013).

7 -<http://www.mawhibatest.org> (19/04/2013).

8 - <https://ar.wikipedia.org> , (19/04/2013)

9 - www.mawhibatest.org (19/04/2013).

10-[http:// www. Eldjournhouria.dz/ar/ artiche. php?](http://www.Eldjournhouria.dz/ar/artiche.php?), (08/04/2013).

قائمة الأشكال:

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
1	المراحل الأساسية لمشاريع البحث والتطوير	07
2	مدخلات ومخرجات المنظمة الإبداعية	19
3	العملية الابتكارية	22
4	سيرورة الابتكار التكنولوجي	29
5	الفرق بين درجات الابتكار التكنولوجي	30
6	أثر إدارة المعرفة على الابتكار في العمليات بالمنظمة	34
7	صورة مبسطة عن النظام الوطني للابتكار	39
8	نموذج مفاهيمي للإدارة الإستراتيجية للموارد البشرية و الابتكار التكنولوجي	44
9	السلسلة المتواصلة للثقافة التنظيمية حيال الابتكار	51
10	الهيكل التنظيمي لمؤسسة عمر بن عمر " CAB "	71
11	تمثيل عينة الدراسة حسب الجنس	80
12	تمثيل عينة الدراسة حسب السن	81
13	تمثيل عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي	82
14	تمثيل عينة الدراسة حسب الأقدمية في الوظيفة	83
15	تمثيل عينة الدراسة حسب الدائرة الوظيفية	84
16	تمثيل النتائج من الجدول (15)	85
17	تمثيل نتائج الجدول رقم (16)	86
18	تمثيل نتائج الجدول رقم (17)	87
19	تمثيل نتائج الجدول رقم(18).	88
20	تمثيل نتائج الجدول رقم (19)	89
21	تمثيل نتائج الجدول رقم (20)	90

قائمة الأشكال

91	تمثيل نتائج الجدول رقم (21)	22
92	تمثيل نتائج الجدول رقم (22)	23
93	تمثيل نتائج الجدول رقم (23)	24
94	تمثيل نتائج الجدول رقم (24)	25
95	تمثيل نتائج الجدول رقم (25)	26
96	تمثيل نتائج الجدول رقم (26)	27
97	تمثيل نتائج الجدول رقم (27)	28
98	تمثيل نتائج الجدول رقم (28)	29
99	تمثيل نتائج الجدول رقم (29)	30
100	تمثيل نتائج الجدول رقم (30)	31
101	تمثيل نتائج الجدول رقم (31)	32
102	تمثيل نتائج الجدول رقم (32)	33
103	تمثيل نتائج الجدول رقم (33)	34
104	تمثيل نتائج الجدول رقم (34)	35

قائمة الجداول:

الصفحة	العنوان	الرقم
11	معدل الإنفاق من الدخل القومي الإجمالي للبحث و التطوير في عدد من دول العالم في 2002	1
30	مقارنة بين الابتكار التكنولوجي الجذري و الابتكار التكنولوجي التحسيني	02
57	الشركات الثلاث الأولى الأكثر ابتكارية حسب مجلة (البنس ويك)	03
61	قائمة العشر دول الأكثر إنفاقا على البحث و التطوير و مصادر التمويل و الجهات المتقدمة للبحث لعام 2007	04
62	نصيب الفرد من الإنفاق على البحث و التطوير لسنة 2008	05
63	الشركات الثمانية الأولى عالميا في مجال تسجيل براءات الاختراع سنة 2012	06
64	تطور عدد الباحثين في الجزائر 1997-2002	07
78	عدد الولايات التي توزع بها المؤسسة منتجاتها	08
79	تطور الإنتاج	09
80	توزيع أفراد العينة حسب الجنس	10
81	توزيع أفراد العينة حسب السن	11
82	توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	12
83	توزيع أفراد العينة حسب الأقدمية في الوظيفة	13
84	توزيع أفراد العينة حسب الدائرة الوظيفية	14
85	إجابات الأفراد على السؤال (06)	15
86	إجابات الأفراد على السؤال (07)	16
87	إجابات الأفراد على السؤال (08)	17
88	إجابات الأفراد على السؤال (09)	18
89	إجابات الأفراد على السؤال (10)	19
90	إجابات الأفراد على السؤال (11)	20
91	إجابات الأفراد على السؤال (12)	21
92	إجابات الأفراد على السؤال (13)	22
93	إجابات الأفراد على السؤال (14)	23
94	إجابات الأفراد على السؤال (15)	24
95	إجابات الأفراد على السؤال (16)	25
96	إجابات الأفراد على السؤال (17)	26
97	إجابات الأفراد على السؤال (18)	27
98	إجابات الأفراد على السؤال (19)	28

99	إجابات الأفراد على السؤال (20)	29
100	إجابات الأفراد على السؤال (21)	30
101	إجابات الأفراد على السؤال (22)	31
102	إجابات الأفراد على السؤال (23)	32
103	إجابات الأفراد على السؤال (24)	33
104	إجابات الأفراد على السؤال (25)	34

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

المؤسسة الصناعية

جامعة 08 ماي 1945 - قالمة

عمر بن عمر

كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير

(CAB)

قسم علوم التسيير

تخصص : إدارة أعمال مالية

استمارة

تهدف هذه الاستمارة إلى التعرف على واقع ومقومات الابتكار التكنولوجي في
مؤسستكم ،

ونحيطكم علما أن كل المعلومات التي ستدلون بها ستبقى سرية و لن تستعمل إلا لأغراض
علمية بحتة.

فالرجاء منكم الإجابة على الأسئلة بوضع علامة (X) أمام الإجابة الصحيحة بكل صدق و
صراحة

الطالبان :

- غرمول أميرة

- شوابية ليلي

I. بيانات شخصية

1- الجنس :

ذكر

أنثى

2- السن :

أقل من 30 سنة

من 30 - 40 سنة

أكبر من 40 سنة

3- المستوى التعليمي :

جامعي

مركز التكوين المتواصل

ثانوي

موسط

4- الأقدمية في الوظيفة (الخبرة) :

أقل من 5 سنوات

من 5 - 15 سنة

أكبر من 15 سنة

5- الدائرة الوظيفية :

إدارة

تنفيذ

II. مقومات الابتكار التكنولوجي

1. مقومات إدارة الموارد البشرية

6- هل يتم استقطاب أفضل الأفراد و اختيارهم وفق :

المستوى التعليمي ؟

الخبرات الابتكارية؟

الكفاءات و المهارات؟

7- هل يتم تدريب الأفراد و تكوينهم على أساس :

تنمية مهاراتهم الابتكارية ؟

وجود فرص للنقل والترقية ؟

تكوينهم على أساس تكنولوجيات جديدة؟

8- هل يتم الاستماع لشكاوي و اقتراحات العمال في المؤسسة من أجل :

التشجيع على تقديم الأفكار الجديدة؟

معالجة المشاكل المطروحة ؟

تحقيق الشعور بالولاء ؟

9- هل يتم السماح للأفراد بالمشاركة في وضع أهداف الوظيفة ؟

نعم

لا

10- ما نوع التحفيز المقدم للأفراد على اقتراحاتهم ومبادراتهم التي تقدمونها ؟

المشاركة بنسبة من أرباح الإقتراح او الفكرة الجديدة .

الحصول على براءة اختراع .

الحصول على مبلغ مالي محدد .

الترقية .

2. المقومات القيادية :

11 - هل يتسم النمط القيادي في مؤسستكم بالتعاون الديمقراطي ؟

نعم

لا

12 - هل يقوم القائد بتوفير الجو الملائم ابتكار التكنولوجي من مشاركة و حرية التعبير ؟

نعم

لا

13-هل هناك ثقة بالنفس و بالأخر بن من قبل القائد ؟

نعم

لا

لا أدري

3. مقومات الثقافة التنظيمية :

14- هل تقوم ثقافة المنظمة على تعزيز مبدأ التعاون بدل من المنافسة بين الأفراد العاملين ؟

نعم

لا

15- هل توجه ثقافة المنظمة نحو تنمية الحدس الابتكاري للأفراد العاملين ؟.

نعم

لا

لا أدري

16 - هل تسود في منظماتكم قيم و معتقدات حول حرية تبادل المعلومة و قبول الأفكار الجديدة ؟.

نعم

لا

17- هل الثقافة السائدة في منظماتكم منفتحة على الابتكار التكنولوجي ؟.

نعم

لا

18- هل تشجع ثقافة منظماتكم على تنمية حب المخاطرة لدى الأفراد العاملين ؟.

نعم

لا

لا ادري

4. مقومات تكنولوجيا المعلومات:

19 - هل تكنولوجيا المعلومات مهمة بالنسبة اعملك في المؤسسة ؟

نعم

لا

20 - كيف تساهم تكنولوجيا المعلومات في دعم الابتكار التكنولوجي داخل المؤسسة ؟.

زيادة المخزون المعرفي

توفير قاعدة البيانات و المعلومات المركزية

تسمح لعدد كبير من المستخدمين باستعمال مختلف المعلومات

وضع بيئة الاعمال الإلكترونية تحت تصرف المبتكرين

21 - هل يتم الاستعانة بتكنولوجيا و أنظمة المعلومات في وضع معلومات عن الابتكار و

مواصفاته لتجنب تكرار الشروحات ؟

نعم

لا

لا أدري

22- هل تساعد تكنولوجيا و أنظمة المعلومات على تزويد المنظمة

بالمعلومات من أجل :

اتخاذ قرارات متعلقة بالابتكار التكنولوجي؟

إعداد التقارير الدورية و الاستثنائية ؟

تحسين العملية الابتكارية ؟

III. معوقات الابتكار التكنولوجي :

23 - ما هو أهم عائق في إيجاد الأفكار الجديدة ؟

- عدم توفير حاضنات أعمال مناسبة لتبنى الأفكار الابتكارية.
- ضعف العلاقة بين المؤسسة و الجامعات و مخابر البحث و المبدعين.
- تجنب الإدارة للأفكار المثيرة للخلاف و الجدل .

24 - ما هو أهم عائق في تحويل الأفكار إلى منتجات في مؤسساتكم ؟

- الخوف من الفشل .
- قلة الإمكانيات و الوسائل لدراسة الأفكار و تنفيذها .
- مركزية القرار.

25 - ما هو أهم عائق أمام الفرد المبدع ؟

- تعرض الشخص المبدع لانتقادات و سخرية الآخرين .
- الميزانية المخصصة لا تسمح للفرد المبدع بالمغامرة و القيام بأعمال ابتكارية .
- الضغط للقيام بالإعمال اليومية على حساب الإبداعية.

الملاحق :

الملخص:

إن العالم من حولنا يتطور بشكل مستمر، وفيه تتقلص الحواجز ، و تزيد شدة المنافسة والصراع بين الفكر المبدع الذي يقدم الإختراعات و الإبتكارات ، وبين أصحاب اليقظة و الذكاء الذين يترجمون تلك الإبتكارات التكنولوجية إلى وسائل و سلع و أساليب إنتاج جديدة ، وتستخدم تلك الأفكار و التكنولوجيات الحديثة إستخداما تجاريا يقدم السلعة أو الخدمة في أحسن جودة و بأقل تكلفة .

وبالنظر من زوايا عديدة يعتبر الإبتكار التكنولوجي أحد أهم الركائز الأساسية في بناء المؤسسات الإقتصادية ، وإذا أرادت تلك المؤسسات أن لا تتخلف عن السباق التنافسي لإنتاج سلع و خدمات جديدة فإنه يتعين عليها إتخاذ خطوات وإجراءات لتقديم منتجات أو تطوير تقنيات جديدة لإنتاج هذه المنتجات بكل ثقة .

وبالتالي على المؤسسة الاهتمام بالمقومات التي تدعم الإبتكار التكنولوجي فيها و الذي يضمن مواجهة مختلف التهديدات المحتملة من المحيط و التقليل من المعوقات التي تحد من الابتكار التكنولوجي .

Résumé:

Le monde qui nous connaît une évolution quasi permanente; les perrières sont démantelées et la concurrence devient acharnée .précisément dans le domaine intellectuel source de toutes les inventions et innovations ; cette concurrence se manifeste également entre les inventeurs et autres innovation d'idées qui clochent, à travers ces innovation technologiques; à promouvoir de nouveaux moyens de production et de nouvelles marchandises tout en assurant une meilleure qualité et moindres couts.

Dans tous cas on peut considères que l'innovation technologique est le fondement de tout développement économique des entreprises; ces dernières doivent impérativement faire face à la concurrence en prenant l'initiative de promouvoir les nouvelles technologies de manière à assurer une production en toute sécurité.

En conclusion, l'entreprise pour sauvegarder sa pérennité doit être informée de toutes les avancées technologique de manière à se prémunir de tous les dangers éventuels qui peuvent provenir de la concurrence.