

الإبداع في منظمات الأعمال الاقتصادية

الدكتورة: وسيلة حمداوي

قسم علوم التسيير

جامعة 8 ماي 1945 - قالمة

الملخص:

إن الإبداع في المؤسسة الاقتصادية هو عملية مستمرة تهدف إلى خلق أو تطبيق طرق وممارسات وتقنيات جديدة تمكنها من تحسين أدائها وتحقيق الريادية في مجال أعمالها. ويتطلب إدخال الإبداع تغيير تصرفات وسلوكيات الأفراد العاملين بالإضافة إلى تغيير الثقافة التنظيمية، والهيكل، والنظم والعلاقات داخل المؤسسة الاقتصادية وبين هذه المؤسسة والأطراف المتعاملة معها.

والمؤسسات الاقتصادية بحاجة دائمة إلى الاختراع و الإبداع فهو يعتبر من أولى الدعائم الإستراتيجية التي تؤدي إلى تحسين نتائجها وتحقيق التطور والتميز، وهي مضطرة من أجل ذلك للقيام بتغييرات جذرية أو جزئية لهيئة المناخ الملائم للإبداع وتشجيع دخول أفكار جديدة وثقافة قوية تمكنها من التلاؤم بسرعة مع ديناميكية المحيط الخارجي والاستجابة لمتطلبات العصر والمنافسة.

ويكمن الهدف الأساسي من هذه الدراسة التحليلية في توضيح أهمية الإبداع في منظمات الأعمال الاقتصادية المعاصرة وكيفية إدخاله وتطبيقه بفعالية في محيط يتميز بالتنافسية الشديدة والتغيير السريع في مختلف المجالات.

ومن أهم الاستنتاجات التي يمكن اعتمادها لإدخال الإبداع في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية هي العمل على إدخال الأساليب القيادية والإدارية الحديثة (كأسلوب الجودة الشاملة) عبر تطبيق النظم والطرق والتقنيات الحديثة في التسيير وحسن استغلال الموارد والكفاءات المتوفرة والعمل على تطويرها لمساعدة المؤسسة على التجدد والتطور باستمرار.

الكلمات المفتاحية: الإبداع الإداري، الاختراع، التميز والريادية، التغيير الإداري والتنظيمي، إدارة الجودة الشاملة.

مقدمة:

إن المؤسسات الاقتصادية بحاجة دائمة إلى تحسين مخرجاتها وأساليب عملها لزيادة أرباحها وإنتاجيتها وتحقيق التميز والريادية. ومن أجل ذلك هي مضطرة لتتبع مستجدات المحيط والتلاؤم معه وتغيير العناصر الأساسية التي تمكنها من تحقيق النجاح.

فهل يمكن اعتبار الإبداع أحد العناصر الهامة التي تؤدي إلى تحقيق التطور والتميز في المؤسسة الاقتصادية. وإذا كانت المؤسسة الاقتصادية مضطرة إلى إدخاله فما هي التغييرات اللازمة التي تمكنها من التلاؤم بسرعة وبسهولة مع ديناميكية المحيط المحلي والدولي.

1- متطلبات الإبداع في منظمات الأعمال الاقتصادية

اختلف الكتاب في تعريف الإبداع (innovation) فقد عرف على أنه الطريقة التي تلجأ إليها المؤسسة إلى الابتكار في تحقيق الربح حيث تسعى لخلق

أفكار ومفاهيم جديدة، ومنتجات وخدمات جديدة أو مطورة، أو عمليات أو إدارة بارعة ...⁽¹⁾.

ومن الملاحظ في إدارة الأعمال أنه غالباً ما يتم استعمال مفهومي الإبداع والابتكار كمترادفات إلا أن هناك اختلافات جوهرية بينهما. فالإبداع مفهوم شامل يشمل المنظمة وكافة عواملها وظروف بيئتها الداخلية والخارجية وحصيلة تفاعل هاتين البيئتين هو الذي يؤدي إلى حدوث عملية الإبداع أما الابتكار فهو جزء من عملية الإبداع⁽²⁾.

ويعتبر تطوير القيادة و الأساليب الإدارية والتنظيمية من خلال عملية الإبداع والابتكار من أهم العناصر التي تؤدي إلى الريادية في العصر الحالي، وتتطلب عملية الإبداع إدخال الثقافة التنظيمية المبدعة التي تمكنها من التلاؤم مع التغيرات، استعمال الطرق والتقنيات الفعالة التي تساعدها على تلبية احتياجات العملاء، وتوفير الموارد البشرية واللوجيستية واستغلالها بفعالية. ويمكن التركيز على ثلاث جوانب للإبداع:⁽³⁾

- الفرد المبدع: وهنا يتم التركيز على القدرات الإبداعية للأفراد في مجالات نشاطهم المختلفة.
- العملية الإبداعية: وهي تتمثل في مجموع الأعمال التي تقوم بها المؤسسة من أجل تحقيق الإبداع.

¹ جيمس م هيجنز: مئة طريقة إبداعية لحل المشكلات الإدارية، ص 21، مركز الخبرات المهنية للإدارة، القاهرة 2004.

² مأمون نديم عكروش وسهير نديم عكروش: تطوير المنتجات الجديدة، ص 10، دار وائل للنشر، الأردن 2004.

³ نيغل كينج ونيل أندرسون: إدارة أنشطة الابتكار والتغيير ص 40، دار المريخ للنشر، المملكة العربية السعودية 2004.

- المنتج أو الخدمة المبدعة: وهو المنتج الذي يتصف بالحدثة وبالاختلاف عن ما سبقه من منتجات.

1-1 توفير الموارد البشرية وحسن استغلالها:

تؤثر الابتكارات الجديدة على نظم وطرق وأساليب إدارة الموارد البشرية، مما يتطلب توفير الكفاءات والخبرات والطاقات البشرية اللازمة لدراسة انعكاسات هذه الابتكارات وتأثيرها على مستوى أداء الأفراد، ويمكن تحقيق ذلك عبر القيام بالعمليات التالية:⁽⁴⁾

- التوظيف المباشر أو تكوين وتطوير الأفراد الذين لديهم الكفاءات والقدرات الإبداعية اللازمة.

- توفير نظم الحوافز المادية والمعنوية الضرورية لتشجيع هؤلاء الأفراد.

- تسهيل مساهمة الأفراد في اتخاذ القرارات.

ويعتبر بعض المتخصصين عدم توفر التنظيم اللازم سبب في فشل المؤسسات الاقتصادية في استغلال قدرات وطاقات مواردها البشرية⁽⁵⁾. حيث يؤدي حسن تنظيم الموارد وتوزيعها على الوظائف إلى خلق القيمة المضافة المعترف بها من قبل الزبائن⁽⁶⁾.

⁴ Azoulay, E.Krieger et G.Poullain : de l'entreprise traditionnelle à la start-up; p. 103, éd. d'organisation 2001.

⁵ Das et Teng (2000) in L. ben Sahel: introduction à l'économie de service; presses universitaires de Grenoble 1997.

⁶ M. Porter : L'avantage concurrentiel ; p. 72, édition Dunod, Paris 1999.

وتعتبر عملية التكوين أساسية لتسهيل تنفيذ إستراتيجية الإبداع سواء لتحفيز أفراد المؤسسة على تحرير طاقاتهم الإبداعية أو لتوضيح أهداف ومراحل وأساليب البحث والتطوير المناسبة للمنظمة الاقتصادية.

وتعتبر علاقات المنظمة مع مراكز البحث والتطوير والجامعات أساسية باعتبارها توفر المعلومات الغنية التي يمكن تحويلها إلى معارف وتقنيات وطرق جديدة للعمل.

ويعتبر خلق الهياكل التنظيمية اللازمة للقيام بعملية البحث والتطوير داخل المؤسسة الاقتصادية وتسهيل الاتصال بينها وبين مراكز البحث الخارجية والجامعات أمراً ضرورياً⁽⁷⁾. حيث تبدأ المؤسسة بالتعرف على حاجات العملاء ومن ثم تعمل على تجميع المعلومات وتجنيدها الموارد اللازمة، أي أن المنظمة الرائدة هي تلك التي تتجح في تحقيق الربط بين العناصر الثلاث: المعارف- الخبرات - المواقف. كما أن تغيير أساليب الإدارة والقيادة لتحقيق الإبداع يتم عبر العلاقة الفعالة بين: المحيط الخارجي- الإستراتيجية - والهياكل.

ومن أهم الفلسفات التي تؤثر على إدارة الموارد البشرية وعلى إدارة الابتكار والإبداع والتغيير هي فلسفة إدارة الجودة الشاملة⁽⁸⁾ التي تعتبر الابتكار أحد السمات الأساسية لتصميم العمل في الإدارة. وتشجع البيئة والثقافة التنظيمية

⁷ A. Maciaszczyk : l'innovation dans les entreprises polonaises ; cahiers Franco-Polonais ; p7, Groupe de recherche et d'études en gestion : Grenoble 2007

⁸ سليم بطرس جلدة و زيد منير عبوي: إدارة الإبداع والابتكار، ص 89، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان- الأردن 2006.

المنتشرة في منظمة الأعمال الأفراد الذين تتوفر لديهم القدرة والكفاءة على الاختراع والإبداع في مجالات نشاطاتهم المختلفة.

1-2 عملية الإبداع

الإبداع هو عملية مستمرة وشاملة ناتجة عن القيام بعدة أعمال متكاملة في مختلف المجالات التي تعمل فيها المؤسسة، ويمكن تطبيقه أو إدخاله من خلال العمليات التالية:

- إدخال نظام اليقظة التكنولوجية عبر جمع المعلومات العلمية والتقنية والتكنولوجية⁽⁹⁾.

- خلق النظم والهيكل والطرق والإجراءات الجديدة التي تنظم العمليات الإنتاجية، وخاصة تلك المتعلقة باستعمال التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال⁽¹⁰⁾.

- خلق منتجات وخدمات، وعمليات، ومعارف جديدة أو تحسين تلك الموجودة.

- خلق أسواق جديدة.

ويتطلب الإبداع توافر العناصر الأساسية التالية:

- المعلومات المحصلة والمحللة الآتية من المصادر المختلفة الداخلية والخارجية، والمستعملة في اتخاذ القرارات والقيام بالعمليات المختلفة⁽¹¹⁾.

⁹ D. Autissier et J.M. Moutot : méthode de conduite du changement ; p. 81 ; éd. Dunod , Paris 2007

¹⁰ Chambaretaud : Construire une stratégie de service ; p. 203, Dunod- Paris 2003

¹¹ S. Fernex Walch, T. Gidel et autres : Le portefeuille de projets d'innovation ; RFG n°165-2006

- تجنيد المعارف والخبرات المكتسبة في المؤسسة الاقتصادية.
- الاعتماد على قسم أو وحدة البحث والتطوير.
- التسيير الفعال للموارد والكفاءات.

وترتبط درجة تحقيق الإبداع بإمكانية حصول المؤسسات على المعلومات، جودة شبكة المعلومات والاتصالات، وقدرة المؤسسة على تحليل المعلومات واستعمالها في اتخاذ القرارات وتصميم الاستراتيجيات المناسبة.

1-3 تطوير المنتجات والخدمات:

يعتبر تطوير وخلق المنتجات والخدمات الجديدة من أهم عناصر الإبداع في المؤسسة الاقتصادية المتطورة، حيث تؤدي هذه العملية إلى إشباع حاجات المستهلكين مباشرة عبر خلق القيمة المضافة المعترف بها من طرفهم. وترتبط مواصفات المنتج أو الخدمة الجديدة بكيفية تطويرها (12)، وتتم عملية التطوير والإبداع عبر التركيز على العناصر التالية: (13)

- تجديد وتطوير كفاءات المؤسسة الإنتاجية والإدارية والتسويقية بما يشبع المستخدمين الحالية والمستقبلية.
- اكتشاف بعض الفرص التسويقية وتطويرها لتقديم سلع معدلة أو جديدة بما يشبع أو يحل بعض المشاكل التي يعاني منها المستهلكون.
- التواصل المستمر مع المساهمين والموردين وسد حاجات المستهلكين بما يتفق مع إمكانياتهم المادية.

¹² R. Soparnot et E. Stevens : le développement des nouveaux services ; revue des sciences de gestion n°217-2006

¹³ محمد إبراهيم عبيدات: تطوير المنتجات الجديدة، دار وائل للنشر - عمان 2000.

وقد أضاف البعض المحاور الرئيسية التي يمكن الاعتماد عليها لتحقيق الإبداع وتتمثل فيما يلي⁽¹⁴⁾:

- تحديث التكنولوجيا المستعملة للحاق بما يجري من تطورات وإبداعات في مجال نشاط الم-مؤسسة.

- تطوير الإجراءات والخطوات و المراحل التي يمر بها العميل للحصول على الخدمة.

- تطوير المعاملة البشرية.

وتتطلب عملية تطوير المنتجات والخدمات إعادة نظر جذرية في مجموع الوظائف الإدارية في المؤسسة الاقتصادية لمواجهة العراقيل التي يمكن أن تظهر أثناء التطوير وتعتبر العراقيل التنظيمية من أهمها وهي تتمثل في:

- تعريف المسؤوليات لكل فرد معني بعملية التطوير أي تحديد علاقات العمل بوضوح.

- تحديد سير ونهج الاتصالات الإدارية بين مختلف أطراف العملية لتسهيل تدفق المعلومات والأفكار بينهم وبين مختلف المستويات الإدارية.

- تخفيض العوائق التنظيمية.

كما أن الهيكل التنظيمي لابد أن يتضمن صورا ايجابية واضحة لتشجيع الإبداع والابتكار كعملية مستمرة تساعد على تكيف المؤسسة المعاصرة مع بيئتها المتغيرة.

¹⁴ محسن أحمد الخضير: التسويق المصرفي، ايتراك للنشر و التوزيع- 1999.

ويتضمن الإبداع في المؤسسة الاقتصادية الخدمية تغيير العلاقات بين العمليات التي تؤدي إلى إرضاء العميل وذلك عبر تغيير التنظيم الذي ينتج هذه العمليات⁽¹⁵⁾.

ويكون العميل راضي أو غير راضي عن الخدمة المقدمة حسب علاقته مع العامل⁽¹⁶⁾ حيث تحدد العناصر التالية درجة رضا العميل:

- الاستقبال وجودة الاتصال بين العميل والعامل المقدم لهذه الخدمة.
- مناخ أو محيط العمل الذي تتم فيه العملية الإنتاجية.
- العلاقة بين العمال الذين يساهمون في أداء هذه الخدمة.

2- الإبداع والقيادة الإدارية

تلعب القيادة الإدارية دورا هاما ومركزيا في تحفيز أو إعاقة الإبداع، فالقيادة البيروقراطية مثلا لا تشجع التغيير ولا إدخال الإبداع الذي يتطلب تطبيق الأسلوب الديمقراطي، ومرونة الهياكل، وتكوين فرق العمل، وتشجيع نظم الاتصالات الشبكية لتسريع تبادل المعلومات، وتحرير طاقات العمل الفردية والجماعية... الخ.

ويرتبط الإبداع ارتباطا وثيقا بالقيادة ويؤدي وجودهما معا إلى تطوير القدرات التنظيمية والإدارية اللازمة لتحقيق الإبداع في المؤسسة الاقتصادية. وتتمثل العناصر الأساسية للإبداع في القدرة على التخطيط الاستراتيجي، وتصميم إستراتيجية الإبداع التي يجب أن يأخذ بعين الاعتبار تطور المحيط العلمي والتقني من جهة والقدرات الإدارية والتنظيمية للمؤسسة من جهة

¹⁵ M. Callon, P. Laredo et al. : Que signifie innover dans les services ; la recherche n° 282 ; 1995

¹⁶ B. Chaminade : Ressources humaines et compétences dans une démarche qualité ; p. 150 ; AFNOR- 2005

أخرى، ويتطلب وضع إستراتيجية الإبداع تطوير نوعين أساسيين من الكفاءات: كفاءات إدارية و كفاءات تقنية وبشرية.

كما يتطلب توفير الموارد المادية والمعلوماتية اللازمة لتحقيق هذه الإستراتيجية، ويعتبر نظام المعلومات استراتيجي سواء بالنسبة لتحقيق الفعالية التنظيمية أو للقيام بعملية الإبداع⁽¹⁷⁾.

ويعتبر الاتجاه الحديث الإبداع استراتيجي لأنه يركز على التغيير الجذري (هامال، 2000) الذي يتطلب التنبؤ بمستقبل المنظمة وبالأسواق الجديدة ويعمل على خلق الظروف والإمكانيات المناسبة لتشجيع الإبداع⁽¹⁸⁾.

ويعتبر البعض عملية الإبداع على أنها عملية التقليل من المخاطر لكونها تؤدي إلى إيجاد حلول لمشاكل المؤسسة الاقتصادية تدريجيا⁽¹⁹⁾. وتعتبر مساهمة الإدارة العليا للمؤسسة الاقتصادية وتشجيعها مهما جدا لضمان وضع إستراتيجية ديناميكية مستمرة للإبداع وتنفيذها عبر الخطط الواقعية والتنسيق بين مختلف المستويات. ويتطلب تنفيذ إستراتيجية الإبداع في المؤسسة الاقتصادية توفر العناصر التالية:

- التوافق مع أهداف المؤسسة الإستراتيجية.
- توفر الإمكانيات المختلفة (التقنية، المادية المالية، والبشرية).
- وجود حاجة إلى المنتج أو الخدمة المعنية بالاختراع.
- وجود توافق وتناسق مع مختلف النشاطات الأخرى.
- مدى ملائمة الأسلوب الإداري لمتطلبات الإبداع.

¹⁷ Sylvie Mira : Le rôle effectif du système d'information dans l'entreprise industrielle ; R.F.G, Sept-Oct 1993.

¹⁸ Hamel (2000) in O. Meier et al. Gestion du changement, p. 48 ; Dunod- Paris 2007.

¹⁹ J. Tidd, J. Bessant et K. Pavitt : management de l'innovation ; éd. De Boeck, Bruxelles 2006

ويعتبر تبني إستراتيجية مرنة للإبداع ملائم لاتجاهات الإدارة المعاصرة التي تدعو إلى الاستجابة الفعالة لحاجات ورغبات الزبائن المتغيرة باستمرار. و يترسخ دور الإدارة في عملية الإبداع في مرحلتين أساسيتين: (20)

- إدخال التقنية الإدارية الحديثة وتكييفها للظروف لتهيئة الإدارة تنظيميا وأسلوبا وسلوكا لدخول المرحلة الثانية.

- إدارة الإبداع في المجالات المختلفة انطلاقا من دورها في توجيه وتنفيذ السياسات والبرامج الوطنية.

وتركز الاتجاهات الحديثة في القيادة من جهة على المهارة باعتبارها تؤثر كثيرا على أداء العمال وسلوكياتهم، وعلى كيفية اختيار الأسلوب الإداري الملائم وفقا لعدة عوامل من أهمها: (21)

- عوامل تتعلق بالقائد: مثل كفاءة القائد ومهاراته، مستوى طاقته وجهده، ثقته بنفسه وبمروءوسيه، القيم والنمط والاتجاهات التي يؤمن بها...الخ.

- عوامل تتعلق بمجموعة العمل: مهاراتهم، مدى تنظيم مهامهم، وضوح أدوارهم، درجة تماسك أعضاء المجموعة، مدى احترامهم لقائدهم،...الخ.

- عوامل تتعلق ببيئة العمل: وتشمل طبيعة العمل، والتكنولوجيا المستخدمة والبيئة التنظيمية (الثقافة التنظيمية، الهيكلية، الاتصال، حجم المنظمة وأهدافها، مواردها...).

²⁰ C. Midler : L'auto qui n'existait pas : management des projets et transformation de l'entreprise ; Dunod- Paris 1993

²¹ سليم بطرس جلدة و زيد منير عبوي: مرجع سابق،

- عوامل تتعلق بالبيئة الخارجية: وتشمل النظم الاقتصادية والاجتماعية، التكنولوجية والإدارية،... الخ.

3- الإبداع وإدارة الجودة الشاملة

تعتمد إدارة الجودة الشاملة على الإبداع بصفة أساسية ويركز كلاهما على إحداث التغيير الجذري في المنظمة خاصة في الثقافة التنظيمية وتصرفات الأفراد. ويعتبر أسلوب الجودة الشاملة ملائم لإدخال الإبداع نظرا لتميزه واعتماده على مقومات تشجع على تبني التغيير بقوة وتحقيقه بفعالية، ومن أهم ركائز إدارة الجودة الشاملة ما يلي: (22)

- التخطيط التنبؤي والاستراتيجي.
 - النماذج والتقنيات الكمية والنوعية.
 - المقاييس لمتابعة تنفيذ التغيير.
 - اعتمادها على نظم المعلومات والاتصالات المعاصرة.
 - اعتمادها على طاقات ومهارات التفكير الإبداعي.
 - تشجيع العمل الجماعي (مجموعات العمل).
- وتعتبر المنظمات التي تعمل على تشجيع الأفراد والجماعات (تحرير طاقاتهم وتطويرها)، والحث على التفكير الإبداعي ونشر الثقافة الإبداعية، وتشجيع المواقف والسلوكيات المبدعة والتعليم الجماعي من المنظمات الرائدة في العصر الحالي.

²² وسيلة حمداوي، الجودة - ميزة تنافسية في البنوك التجارية، ص32، مديرية النشر

لجامعة قلمة- ديوان المطبوعات الجامعية، 2009

4- الإبداع في منظمات الأعمال الاقتصادية الجزائرية

تعتبر المنظمات الاقتصادية في الدول العربية والنامية (ومن بينها الجزائر) في أشد حاجة إلى الاختراع والإبداع في مجالات نشاطها المختلفة من أجل تحقيق النمو والتطور والريادية. ويتطلب إدخال الإبداع أن تتحول من منظمات تقليدية تركز على إدارة كلاسيكية ميكانيكية وعلى هيكل عمودية ونظم إعلام واتصال مركزة ومحدودة إلى منظمات رائدة تعتمد على المعرفة والمهارات، والمرونة في الهياكل والثقافة، والتحفيز والإبداع، والعمل الجماعي... الخ.

وقد ركزت الدراسات الحديثة في ميدان الإبداع على عملية خلق المعارف والتكوين المستمر في المؤسسات الاقتصادية⁽²³⁾ باعتبارها الاهتمامات الأساسية في إدارة الإبداع. وقد بدأت بعض الدول العربية (الأردن مثلا) بإدخال فكرة الحاضنات لتشجيع المؤسسات على تحفيز الخلق والإبداع في المؤسسة الاقتصادية وتأهيلها لجعلها منظمات رائدة قادرة على مواجهة المنظمات العالمية.

وقد اعتبر "شومبيتر" الإبداع التنظيمي والإداري مهما جدا بالنسبة لمنظمات الأعمال ويكفل هذا الإبداع بالنجاح إذا اعتمد على العمليات الجماعية الداخلية والخارجية، خاصة في المؤسسات الاقتصادية الصغيرة والمتوسطة التي تتصف بمحدودية مواردها وكفاءاتها.

23 A. Seddiki : management de la qualité, p 360, office des publications universitaires, Alger 2004

4- 1 أسباب وعراقيل الإبداع في المؤسسات الجزائرية:

من أهم العراقيل التي تواجهها المنظمات الاقتصادية منذ ثلاث سنوات ما يلي:

- مشاكل مرتبطة بالإنتاج: مثل اليد العاملة والتجهيزات الغير مؤهلة، ونقص المعلومات الخاصة بالتقنيات، ومشاكل التعرف على احتياجات العملاء.
- القدرة على الإنتاج ومحدودية السوق.
- المشاكل المالية: نقص الموارد المالية أو مشاكل الحصول على تمويل خارجي.

ومن أهم المواصفات التي تميز المؤسسات الاقتصادية المبدعة⁽²⁴⁾:

- لامركزية عملية اتخاذ القرارات ومساهمة العمال في المهام الإدارية والإبداعية.
- اختيار الموارد البشرية ذات المهارات العالية (باعتبار مقاييس الكفاءات الإبداعية).
- الاعتماد على التقنيات الحديثة لاكتشاف المشاكل وحلها، وتقنيات تبادل الأفكار وتوليدها.
- الحرص على أخذ العملاء بعين الاعتبار في عملية الإبداع.
- وجود اتصالات دائمة (رسمية وغير رسمية).

وتعمل المؤسسات الاقتصادية في الدول النامية، بما فيها المؤسسات الجزائرية، ضمن نظم اقتصادية وإدارية تقليدية لا تتناسب مع مفهوم الابتكار

²⁴ M. V. Grigornta : l'innovation dans les organisations de services roumaines, actes de la IX^o conférence internationale du réseau PGV, 24-26 sept.2003 ; Bulgarie.

والإبداع ولا مع ثقافته وأهدافه، ويمكن اعزاء ذلك إلى عدة أسباب من أهمها ما يلي:

- عدم توفر البنية التحتية اللازمة للقيام بعملية الإبداع.
 - عدم توفر شبكة اتصالات قوية للربط بينها وبين الهيئات المسؤولة على البحث والتطوير و المؤسسات الجامعية.
 - عدم توفر الآليات للكشف على الفرص والأفكار الجديدة ومتابعة التغيرات في أذواق المستهلكين وإمكانياتهم المادية أي تحليل السوق.
 - عدم توفر الإمكانيات والمعلومات للقيام بتحليل المنافسة.
- وقد اهتمت الجزائر منذ الاستقلال بوضع نظام وطني للإبداع التكنولوجي الخاص بالقطاع الإنتاجي و الذي يهتم باستيعاب التكنولوجيا المستوردة، ملائمتها مع المحيط الوطني، وتطويرها والإبداع فيها.
- ويلاحظ على هذا النظام عدة نقائص أهمها ما يلي:⁽²⁵⁾
- قلة الاتصال بين المؤسسات الاقتصادية، وبينها وبين مراكز البحث والتطوير و المؤسسات الجامعية.
 - نظام الحوافز غير مشجع ولا يحمس الأفراد للقيام بالإبداع.
 - تركيز إستراتيجية الإبداع على اكتساب الموارد والوسائل المتطورة عبر عملية الاستيراد دون الاهتمام بحل المشاكل المتعلقة بالمؤسسات الاقتصادية (الإنتاج، التكوين، الإعلام...).

²⁵ M.S.Oukil : économie et gestion de l'innovation technologique ; p. 78 ; office des publications universitaires ; Alger 1995

4-2 الهياكل المستعملة في الإبداع في الجزائر

ويمكن التمييز بين نوعين من الهياكل المستعملة في الإبداع في الجزائر⁽²⁶⁾: الهياكل العامة والهياكل الخاصة، ويمكن التفرقة بينهما على أساس الدوافع، التنظيم وطريقة التسيير وهذا ما يؤدي إلى الفرق في وظائفهما ونتائجهما، حيث أن:

- الهياكل العامة: هي مؤسسات البحث والتطوير التي تضعها الدولة مثل المخابر العلمية الموجودة في المؤسسات الجامعية ومراكز البحث والتطوير التابعة لوزارة التعليم العالي... الخ، وإدارات البحث التطبيقي المتواجدة في المؤسسات الاقتصادية وهي تخص الهياكل الموجودة في المؤسسات الاقتصادية.

- الهياكل الخاصة: وهي الهياكل والفروع الخاصة بالمؤسسات الخاصة والمبدعين الأحرار.

وتمكن الهياكل الخاصة المؤسسة الاقتصادية من الاستفادة مباشرة من البحث والتطوير سواء في تحسين العملية الإنتاجية أو في تحسين مخرجاتها أو الاثنين معا.

4-3 الجودة كتقنية لإدخال الإبداع في الجزائر

دخلت الدولة الجزائرية في المرحلة الأولى من التغيير منذ أكثر من 10 سنوات، حيث بدأت بتأهيل المؤسسات الاقتصادية عبر تصفية ديونها السابقة ومساعدتها على التخلص منها بإعطائها تسهيلات مالية. وقد عملت

²⁶ M.S.Oukil : op. cit p. 82.

بعد ذلك على تقييم قدرات مختلف المؤسسات لتحديد حاجاتها وتحفيزها على تحقيق التطور والتنمية المستدامة.

وقد تم اختيار الجودة، كأسلوب فعال أثبت تميزه ونجاحه في الكثير من منظمات الأعمال الدولية، حيث يهدف الى تحسين أداء المنظمات الاقتصادية عبر تحسين نتائجها من خلال إدخال التغيير، وقياس مدى تقدم المؤسسات وتطورها، وتحديد حاجاتها الأساسية للنمو والتميز.

ومن أجل ذلك تم إنشاء المعهد الجزائري للتقييس الذي يساعد المؤسسات الاقتصادية على إدخال التغيير عبر الكشف على نقائصها و مساعدتها على إيجاد الحلول لمعالجتها ومن ثم منحها شهادة الجودة بعد القيام بعمليات الإصلاح مع احترام المقاييس العالمية.

ويلعب المعهد الجزائري للتقييس دورا هاما في تنفيذ ومراقبة إدخال الجودة في المنظمات الاقتصادية الجزائرية، حيث يساهم في توجيه وتكوين وتقييم أداء هذه المؤسسات وتأهيلها. وقد حصلت في هذا الإطار أكثر من 150 مؤسسة اقتصادية جزائرية على شهادة الجودة وفق معايير الايزو 9000 المعروفة عالميا.

خاتمة:

تكمُن أهمية الإبداع في قدرته على جعل المنظمات الاقتصادية قادرة على تحقيق الاستمرارية والتميز على المدى الطويل، حيث تمتاز المنظمات التي اهتمت بالإبداع بالنجاح وبقدرتها على التكيف و تحقيق أهداف النمو والتطور والصمود تجاه المنافسة الشديدة.

وتهتم إدارة الإبداع بإدخال الأفكار، والتقنيات والأساليب التنظيمية والإدارية الجديدة، والتي لم تطبق بعد في المنظمات الاقتصادية بغرض تطويرها ورفع مستوى أدائها وجعلها منظمات معاصرة قادرة على تحقيق التميز والريادية. ويتطلب ذلك توفير الثقافة التنظيمية المشجعة، والكفاءات والتنظيمات الملائمة التي تحفز على الإبداع، وتساعد على إجراء التغيير الجذري الذي يقوم على إدخال الرؤية الإستراتيجية والتنبؤ بمستقبل المؤسسة ويعمل على تنفيذها باستعمال الأساليب الإدارية والقيادية الحديثة.

ويعتبر الإبداع من أنجع الطرق التي تؤدي إلى تحقيق مستوى أداء متميز للمنظمة الاقتصادية من خلال تحسين إنتاجيتها وجودة منتجاتها وخدماتها تحقيق الريادية في مجال عملها.

وتعتبر إدارة الجودة الشاملة أحد الأساليب الناجحة والمتميزة حيث تركز على جودة الإنتاج والعمليات بهدف تلبية احتياجات المستهلك عبر القيام بتنظيم الهياكل ووضع النظم الملائمة للمعلومات والاتصالات واختيار الأساليب والتقنيات المحفزة التي تسمح بالخلق والإبداع.

المصادر باللغة العربية

- محسن أحمد الخضيرى: التسويق المصرفى، إيتراك للنشر والتوزيع-
1999
- سليم بطرس جلدة و زيد منير عبوي: إدارة الإبداع والابتكار، دار كنوز
المعرفة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان 2006.
- وسيلة حمداوي: الجودة - ميزة تنافسية - مديرية النشر جامعة قلمة-
ديوان المطبوعات الجامعية، 2009.
- نيغل كينج ونيل أندرسون: إدارة أنشطة الابتكار والتغيير، دار المريخ
للنشر، المملكة العربية السعودية 2004.
- مأمون نديم عكروش، وسهير نديم عكروش: تطوير المنتجات الجديدة،
دار وائل للنشر، الأردن 2004.
- عبد البارى درة، موسى المدهون و ابراهيم الجزراوي: الإدارة الحديثة،
المركز العربى للخدمات الطلابية، الأردن 2002.
- محمد إبراهيم عبيدات: تطوير المنتجات الجديدة، دار وائل للنشر،
الأردن- عمان 2000.

المصادر الأجنبية:

- 1- H. Azoulay, E.Krieger et G.Poullain : de l'entreprise traditionnelle
à la start-up; éd. D'organisation 2001.
- 2- D . Autissier et J. M. Moutot : méthode de conduite du changement,
éd. Dunod, Paris 2007
- 3- B. Bellon, A.Ben youssef et H.M'Heni : les nouvelles technologies
et management dans les pays du sud de la méditerranée ; R.F.G n°166-
2006

- 4- M. Callon , P. Laredo et al. : que signifie innover dans les services ; la recherche n°82 ;1995
- 5- B. Chaminade : ressources humaines et compétences dans une démarche qualité ; AFNOR,2005
- 6- Chanbaretaud: construire une stratégie de service, Dunod, 2003
- 7- Das et Teng (2000) in L. ben Sahel: introduction à l'économie de service;presses universitaires de grenoble 1997
- 8- S. Fernex –Walch, T. Gidel et autres : le portefeuille de projets d'innovation, RFG n°165-2006
- 9- C. Midler: L'auto qui n'existait pas : management des projets et transformation de l'entreprise ; dunod 1993
- 10- Sylvie Mira : le rôle effectif du Sysèmes d'information dans l'entreprise industrielle ; R.F.G, Sept-oct 1993.
- 11- A. Maciaszczyk : l'innovation dans les entreprises polonaises ; Cahiers Franco-Polonais ; Groupe de recherche et d'études en gestion : Grenoble 2007
- 12- M.S. Oukil : économie et gestion de l'innovation technologique ; office des publications universitaires ; Alger 1995
- 13- PH. Porter : choix stratégique et concurrence ; éd. Economica, Paris 1982
- 14- A. Seddiki : management de la qualité ; office des publications universitaires ; Alger 2004.
- 15- R. Soparnot et E. Stevens : le développement des nouveaux services ; revue des sc. gestion n°217-2006
- J. Tidd, J. Bessant et K. Pavitt : management de l'innovation, éd. De Boeck, Bruxelles 2006