



جامعة قاصدي مرباح، ورقلة - الجزائر
كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير
قسم علوم التسيير

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي

الميدان : علوم اقتصادية، علوم التسيير وعلوم تجارية

الفرع : علوم التسيير

التخصص : تسيير مؤسسات صغيرة ومتوسطة

من إعداد الطالب : زقوني عبد السلام

بعنوان :

أثر الابتكار على مردودية المؤسسات
الصغيرة والمتوسطة
دراسة حالة المؤسسة الصحية الضياء بورقلة

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ: 2016/05/23

أمام اللجنة المكونة من السادة:

الأستاذ خامرة الطاهر.....أستاذ مساعد بجامعة قاصدي مرباح ورقلة رئيسا

الدكتور بن جروة حكيم..... أستاذ محاضر بجامعة قاصدي مرباح ورقلة مشرفا ومقررا

الأستاذ لشهب الصادقأستاذ مساعد بجامعة قاصدي مرباح ورقلةمناقشا

السنة الجامعية: 2016/2015



جامعة قاصدي مرباح، ورقلة - الجزائر
كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير
قسم علوم التسيير

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي

الميدان : علوم اقتصادية، علوم التسيير وعلوم تجارية

الفرع : علوم التسيير

التخصص : تسيير مؤسسات صغيرة ومتوسطة

من إعداد الطالب : زقوني عبد السلام

بعنوان :

أثر الابتكار على مردودية المؤسسات
الصغيرة والمتوسطة
دراسة حالة المؤسسة الصحية الضياء بورقلة

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ: 2016/05/23

أمام اللجنة المكونة من السادة:

الأستاذ خامرة الطاهر.....أستاذ مساعد بجامعة قاصدي مرباح ورقلة رئيسا

الدكتور بن جروة حكيم..... أستاذ محاضر بجامعة قاصدي مرباح ورقلة مشرفا ومقررا

الأستاذ لشهب الصادقأستاذ مساعد بجامعة قاصدي مرباح ورقلةمناقشا

السنة الجامعية: 2016/2015

الإهداء

أهدي هذا العمل المتواضع إلى من تعاهداني بالتربية في الصغر وكان لي نبأها

يضيء فكري بالنصح والتوجيه في الكبر أمي وأبي حفظهما الله

إلى من شملوني بالعطف وأمدوني بالعون وحفزوني للتقدم إختومي وأختوتي

رعاهم الله

إلى الأستاذ المشرف أسمي التحية والتقدير الجزيل

إلى كل من علمني حرفاً وأخذ بيدي في سبيل تحصيل العلم والمعرفة

إلى جميع الأهل والأقارب والأحباب والأصدقاء

إليهم جميعاً أهدي ثمرة جهدي

جزاكم الله خيراً وشكراً.

الشكر و العرفان

أشكر الله عز وجل على نعمة التي لا تعد ولا تحصى على توفيقه لي في انجاز هذا العمل وتسيير
خطانا في سبيل تحصيل العلم

كما أتقدم ببالغ الامتنان وجزيل العرفان إلى كل من وجهني وعلمني وأخذ بيدي في سبيل
انجاز هذا البحث ، إلى الأستاذ المشرف بن جروة حكيم على مساعدته لي وتوجيهاته
كما أتقدم بشكر الخاص إلى جميع الأساتذة والدكاترة قسم علوم التسيير على وقوفهم معي في
انجاز هذا البحث

كما اشكر جميع الأساتذة الكرام اللذين تفضلوا بتكريم الاستبيان

كما أجمل الشكر والعرفان إلى كل من أمدني بالعلم ، والمعرفة ، وأسدي لي النصح ، والتوجيه ،
وإلى ذلك الصرح العلمي الشامخ متمثلاً في جامعة ورقلة ، وأخص بالذكر كلية العلوم الاقتصادية
والتجارية وعلوم التسيير

وفي الأخير نشكر كل من أمدني بيد العون من قريب أو بعيد

لهم هؤلاء كل التقدير والامتنان

وأتمنى من الله عز وجل أن يجعل ذلك في موازين حسناتهم

الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة مدى تأثير الابتكار على المردودية في عيادة الضياء الصحية بورقلة، وذلك في ضوء بعض المتغيرات والتي هي أبعاد الابتكار (الابتكار الإداري، الابتكار التقني، الابتكار الإضافي)، وأبعاد المردودية (التكلفة الأقل، المرونة) وذلك باستخدام المنهج الوصفي التحليلي، للتحقق من تأثير المتغير المستقل على المتغير التابع من خلال الدراسة الميدانية، وقد تمثل مجتمع الدراسة في العاملين بعيادة الضياء والبالغ عددهم 52 عامل، إلا أن عينة الدراسة التي تم الاعتماد عليها قدرت بـ: 33 عامل، ولقد استخدم الباحث إستبانة لغرض دراسة ومعرفة مدى تأثير الابتكار على مردودية عيادة الضياء، كما اعتمد الباحث في تحليل البيانات الواردة في الاستبيانات على برنامج ال: SPSS من خلال استخدام بعض الأساليب الإحصائية المناسبة لفرضيات الدراسة وتساؤلاتها ومنها حساب المتوسطات والانحرافات المعيارية، حساب صدق الإستبانة وذلك من خلال معامل ألفا، تحليل الانحدار، حساب معامل الارتباط بيرسون، وقد توصلت الدراسة إلى أنه توجد توجهات مرتفعة نحو أبعاد الابتكار السائد في عيادة الضياء من وجهة نظر العاملين فيها ويوجد توجه إيجابي نحو المردودية في عيادة الضياء من وجهة نظر العاملين.

الكلمات المفتاحية: ابتكار، مردودية، مؤسسات صغيرة ومتوسطة....

Summary :

The aim of this study leads us to know how far is the influence of the Innovation on profitability at Diao clinicHealth ouargla, and thus faces some changes which is the Innovation dimensions (management innovation, technical innovation, additional innovation), and the dimensions of cost-effectiveness (cost less, flexibility), by using the analytical descriptive method

Our study represented a set of workers at Diao clinic totaling about 52 worker , However, the study sample that has been estimated to be reliable 33, Researcher has used the questionnaire for the purpose of study and determine the effect of innovation on the cost-effectiveness of photophobia Clinic, also he adopted the incoming data analysis in questionnaire depending on the program of Spss by using a suitable statistical methods for the hypotheses and its questions of study, in the other hand accounting the average and standard deviations ; account how far the questionnaire is true and thus through out Alfa coefficient, regression analysis, calculating the correlation coefficient Pearson .

The study reached that there is some high orientation over innovation prevailing dimension at Diao clinic from the point of view of its workers also there is some kind of a positive trend towards profitability as a total agreement of its workers.

Key Words :Innovation- Profitability, small and medium companies, Diao clinic

قائمة المحتويات

الصفحة	المحتويات
	الإهداء
	الشكر
V	الملخص
VI	قائمة المحتويات
VII	قائمة الجداول
VIII	قائمة الأشكال
IX	قائمة الملاحق
ب- هـ	المقدمة
25-2	الفصل الأول: الأدبيات النظرية والتطبيقية للابتكار
3	المبحث الأول: المدخل النظري للابتكار
13	المبحث الثاني: الابتكار في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
20	المبحث الثالث : الأدبيات التطبيقية السابقة لموضوع الدراسة
51-27	الفصل الثاني: دراسة حالة المؤسسة الصحية الضياء
28	المبحث الأول: منهجية الدراسة
31	المبحث الثاني : نتائج الدراسة واختبار الفرضيات
53	الخاتمة

56	قائمة المراجع
60	الملاحق
65	الفهرس

قائمة الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
15	التمييز بين المؤسسات المصغرة، الصغيرة، المتوسطة	(1-1)
23	أوجه الاختلاف و التشابه بين الدراسات السابقة و الحالية	(2-1)
29	مقياس ليكرت الخماسي	(1-2)
29	طريقة توزيع متوسطات حسب جدول ليكرت الخماسي	(2-2)
30	معامل ألفا كرونباخ إجمالي معامل الصدق والثبات لمحاور الاستبيان	(3-2)
30	ثبات وصدق محور الابتكار	(4-2)
30	ثبات وصدق محور المردودية	(5-2)
31	توزيع العينة حسب الجنس	(6-2)
32	عينة الدراسة حسب متغير السن	(7-2)
33	عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي	(8-2)
34	عينة الدراسة حسب متغير سنوات الخبرة	(9-2)
35	عينة الدراسة حسب متغير الوظيفة	(10-2)
36	توجهات أفراد العينة نحو الابتكار الإداري	(11-2)
37	توجهات أفراد العينة نحو الابتكار التقني	(12-2)
32	توجهات أفراد العينة نحو الابتكار التقني الإضافي	(13-2)
38	توجهات أفراد العينة نحو التكلفة الأقل	(14-2)
39	توجهات أفراد العينة نحو المرونة	(15-2)
40	مصفوفة الارتباطات لبيرسون بين أبعاد الابتكار أبعاد والمردودية	(16-2)
41	اختبار التباين للانحدار المتعدد لاختبار العلاقة بين الابتكار و المردودية	(17-2)
41	اختبار صحة الفرضيات	(18-2)
42	نتائج إختبار t-test، لفروقات متغير الجنس	(19-2)
43	نتائج اختبار تحليل التباين لمتغير السن	(20-2)

44	نتائج اختبار تحليل التباين لمتغير المستوى التعليمي	(21-2)
45	نتائج اختبار تحليل التباين لمتغير السنوات الخبرة	(22-2)
46	نتائج اختبار تحليل التباين لمتغير الوظيفة	(23-2)

قائمة الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
8	العوامل المؤثرة في الابتكار	(1-1)
28	نموذج متغيرات الدراسة	(1-2)
32	توزيع العينة حسب الجنس	(2-2)
33	توزيع العينة حسب السن	(3-2)
34	توزيع العينة حسب المستوى التعليمي	(4-2)
35	توزيع العينة حسب سنوات الخبرة	(5-2)
36	عينة الدراسة حسب متغير الوظيفة	(6-2)

قائمة الملاحق

الصفحة	عنوان الملحق	رقم الملحق
60	قائمة الأساتذة المحكمين	01
60	الاستبيان	02
63	ألغا كرونباخ الإجمالي	03

مقدمة

أ. توطئة:

إنما يميز بيئة الأعمال الحالية لأغلب المؤسسات مبدأ ثابت ووحيد وهو التغيير، حيث القاعدة الوحيدة في النمو والتطور هي المنافسة، وفي هذه البيئة التي تزداد فيها المؤسسات وخاصة منها الصغيرة والمتوسطة بشكل كبير، حيث الأسواق تتحول، التكنولوجيا تتطور، المنتجات تتقدم، والعمليات تتغير بسرعة، والخدمات تتحسن فإنه من الصعب على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أن تحقق أهم أهدافها، وهو البقاء والاستمرار في السوق بالتميز على المؤسسات المنافسة في عدة مجالات إدارية، تسويقية، إنتاجية... إلخ.

غير أن للتميز عدة مصادر، ويعتبر الابتكار أحد أهم مصادر التميز حيث يسمح للمؤسسة في ظل هذه التغيرات من تحقيق ميزة تنافسية تمكنها من مواجهة التحديات وظروف بيئة الأعمال الحالية، ففي ظل هذه الظروف أصبح الزبون سيد الموقف، وصاحب الكلمة الأخيرة، مما جعل من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تتسابق نحو إرضائه بشتى الطرق.

هذا الوضع الجديد جعل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في سباق حقيقي نحو إيجاد طرق جديدة لإرضاء الزبون وجلب ولاءهم بأكبر قدر ممكن، ومن يحقق ذلك هو الرائدة، في ظل هذا التنافس الشديد لا يمكن كسب رضا الزبون من دون التميز.

وفي الجزائر نجد بأن المؤسسات الصغيرة منها والمتوسطة تسعى جاهدة من أجل القيام بالابتكار، وذلك من خلال لجوئها إلى العديد من المصادر، إذ تمكنت هذه المؤسسات من تكوين إرث تكنولوجي معتبر، وإنشاء العديد من القواعد التكنولوجية، والعلمية، لكن هذا يبقى قليل أمام الثورة التكنولوجية المتسارعة، حيث لم تهتم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ببلورة سياسة حقيقية للابتكار تقوم على دراسة فعالة للإمكانيات اللازمة للبحث والتطوير، كما أنها لم تقم بالتمويل الكافي للهياكل والمؤسسات التي تقوم بنشاطات البحث والتطوير.

فعلى الرغم ما يشهده قطاع الصحة في الجزائر من تطور كبير، خاصة فيما يتعلق بالعيادات الصحية الخاصة، حيث يعتبر هذا القطاع من البنية التحتية الضرورية لتحريك عجلة النمو الاقتصادية، إلا أنه ما زال بحاجة إلى تدعيمه أكثر فأكثر لجعله قطاعا محركا لباقي القطاعات الأخرى.

ب. طرح الإشكالية :

من خلال ما تقدم تتبلور الإشكالية التي سنحاول الإجابة عليها من خلال الدراسة، والتي يمكن صياغتها على النحو التالي:

ما هو أثر الابتكار على مردودية المؤسسة الصحية الضياء ؟

وللإحاطة بالموضوع أكثر تمت تجزئة الإشكالية الرئيسية إلى الأسئلة الفرعية التالية:

أ - فيما تكمن أهمية الابتكار للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة. ؟

ب - هل يساهم الابتكار في تطوير وتحسين المردودية بعيادة الضياء الصحية.؟

ج - هل يوجد تأثير بين أبعاد الابتكار والمردودية لدى عيادة الضياء بورقلة؟

ت. الفرضيات الدراسة :

بغية الإجابة على الإشكالية الرئيسية المطروحة تم القيام بطرح وصياغة الفرضيات التالية:

الفرضية الرئيسية:

هناك علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين العلاقة بين الابتكار والمردودية في المؤسسة الصحية الضياء.

وقد اندرج عن هاته الفرضية مجموعة من الفرضيات الفرعية نوجزها في الآتي:

الفرضيات الفرعية:

الفرضية الأولى : لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الابتكار الإداري و التكلفة الأقل و المرونة في المؤسسة الصحية الضياء؛

الفرضية الثانية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الابتكار التقني والتكلفة الأقل والمرونة في المؤسسة الصحية الضياء؛

الفرضية الثالثة: توجد ارتباط إيجابي ذا دلالة إحصائية بين في الابتكار الإضافي والتكلفة الأقل والمرونة في المؤسسة الصحية الضياء.

الفرضية الرابعة: يوجد فروقات ذات دلالة إحصائية للمتغيرات الديمغرافية لعينة الدراسة (الجنس، السن، المستوى التعليمي، سنوات الخبرة، الوظيفة) تعزى الفروقات بين أبعاد الابتكار و أبعاد المردودية.

ومن هذه الفرضية يمكن صياغة فرضيات التالية:

- 1 - لا توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة تعزى لمتغير الجنس؛
- 2 - لا توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة تعزى لمتغير السن؛
- 3 - توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة تعزى لمتغير مستوى التعليمي؛
- 4 - لا توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة تعزى لمتغير سنوات الخبرة.
- 5 - لا توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة تعزى لمتغير الوظيفة.

ث. مبررات اختيار الموضوع :

إن من أسباب اختيار موضوع اثر الابتكار على مردودية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

- 1- تخصصي في مجال المؤسسات الصغيرة والمتوسطة؛
- 2- أهمية الموضوع بخصوص المؤسسات الاقتصادية الجزائرية ؛
- 3- الاهتمام بهذا الموضوع أصبح على عاتق الأسرة العلمية من أساتذة والخبراء وطلبة من أجل إبراز أهميته في مدى نجاح المؤسسات؛

ج. أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى :

إن لهذا الموضوع عدة أهداف وهي كما يلي :

- 1- إبراز دور الابتكار كخيار استراتيجي فعال بالنسبة عيادة الضياء الصحية في نشر ثقافة الابتكار بين المؤسسات الاقتصادية؛
- 2- معرفة وضعية الابتكار في عيادة الضياء الصحية ظل التغيرات التي تحدث في السوق الوطنية؛

3- محاولة إثبات أن الابتكار له دور فعال في تطوير عيادة الضياء الصحية بورقلة؛

4- تحديد أي هذه الأبعاد لها تأثير كبير على الابتكار في عيادة الضياء؛

5- التعرف على العلاقة بين أبعاد الابتكار وأبعاد المردودية؛

6- التوصل إلى بعض النتائج والاقتراحات التي ستساعد العيادة على تحسين وتطوير خدماتها.

ح. أهمية الدراسة :

و تكمن أهمية البحث خصوصا في :

1- أهمية موضوع الابتكار ودوره في تطوير وزيادة مردودية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة؛

2- أهمية القطاع محل الدراسة التطبيقية حيث يعتبر قطاع الصحة من الهياكل القاعدية الضرورية لتنمية وتطور الاقتصاد بصفة عامة، وتنمية القطاعات الحيوية الأخرى بصفة خاصة؛

3- توعية عيادة الضياء الصحية بالدور الذي يلعبه الابتكار في تحقيق النمو، والبقاء في السوق، ومواجهة التحولات التي تحدث فيه؛

خ. حدود الدراسة:

تتمثل حدود الدراسة في الحدود المكانية والزمانية والمفاهيمية، وسوف نتكلم عن هذه الحدود في النقاط التالية:

1- الحدود المكانية : تقتصر الدراسة التطبيقية على مؤسسة خدمية والتي هي عيادة الضياء الصحية بورقلة نأخذها نموذج لقياس الابتكار وتأثيره على المردودية، باستعمال عدة أسلوب لتحليل المعلومات المجمعة خلال هذا العمل؛

2- الحدود الزمنية : فالجانب النظري بست معالجته، الجانب التطبيقي فكان من بداية مارس 2016 إلى غاية ماي 2016 .

د. منهج البحث والأدوات المستخدمة:

تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي في الجانب النظري للبحث ، وهو ما يساهم في تشكيل خلفية علمية يمكن أن تفيد في إثراء الجوانب المختلفة للبحث ، أما فيما يتعلق بالجانب التطبيقي فقد تم الاعتماد على أسلوب دراسة الحالة والمنهج الإحصائي باستعمال برنامج الخدمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية spss20 أما أداة جمع البيانات التي اعتمدت في دراستنا هذه تمثلت في استمارة الاستبيان موجهة لموظفي العيادة للإجابة عليها.

ذ. مرجعية الدراسة:

تم الاعتماد على نوعين من المصادر لجمع المعلومات هي:

- جانب النظري : ويشتمل على المؤلفات، المجلات والمذكرات ومدخلات الملتقيات؛

- جانب التطبيقي : ويشتمل على الاستبيان الموجه لموظفي عيادة الضياء الصحية .

هـ. هيكل البحث :

بغية معالجة الإشكالية المطروحة واختبار الفرضيات قمنا بتقسيم البحث الذي يبدأ بمقدمة وينتهي بخاتمة إلى فصلين:

خصصنا الفصل الأول الموسم ب : الجانب النظري بأثر الابتكار على المردودية في دراسة الجانب النظري الذي يتضمن ثلاث

مباحث في المبحث الأول عاجلنا فيه مجموعة من المفاهيم المتمثلة في مدخل عام للابتكار ، وأشكاله ، وأنوعه ، العوامل المؤثرة

في الابتكار، وقياسه، والأساليب الداعمة ، وبعدها تتطرقنا إلى المبحث الثاني والذي يتمثل في الابتكار في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ، ثم تطرقنا في المبحث الثالث إلى الدراسات السابقة التي عالجت موضوع البحث ومقارنتها بالدراسة الحالية واستخلاص أوجه التشابه والاختلاف من حيث الهدف والعينة وطريقة المعالجة والاستنتاجات.

لنعرض في **الفصل الثاني** الموسم ب : أثر الابتكار على مردودية عيادة الضياء الصحية بورقلة الدراسة التطبيقية التي قمنا بها فتطرقنا في المبحث الأول للإجراءات المنهجية المتبعة في دراستنا الميدانية ، من خلال توضيح الطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة الميدانية ، أما بالنسبة للمبحث الثاني حاولنا فيه عرض ومناقشة نتائج الدراسة المتوصل إليها؛

الفصل الأول: الأدبيات النظرية والتطبيقية للإبتكار

تمهيد:

في الوقت الحاضر نلاحظ أن المؤسسات في تسارع من أجل تحسين منتجاتها الحالية وإدخال منتجات جديدة، وهذا راجع إلى التطور الحاصل في رؤية المؤسسة إلى الابتكار، والاستثمار فيه بوصف النشاط الذي يحقق قيمة مضافة عالية والسلاح التنافسي في السوق الحالية التي من أبرز سماتها عدم وجود ضمانات أكيدة في المحافظة على الحصة السوقية، لأن المؤسسة التي لا تقوم بتطوير منتجاتها سوف تقوم المؤسسة المنافسة بذلك، مما يهدد حصتها في السوق، وإن المؤسسة الناجحة اليوم هي التي تطور منتجاتها بوتيرة أسرع من المؤسسات المنافسة، نجد الأسواق تتحول، التكنولوجيا تتطور، المنتجات تتجدد، والعمليات تتغير بسرعة، أو تكون المؤسسة أكثر قدرة على الاستجابة لحاجات الزبائن، و في كل هذه الحالات أصبح الابتكار أحد مقاييس الأداء التنافسي للمؤسسة من أجل الزيادة في المردودية و البقاء والنمو في السوق .

وعليه سنحاول من خلال هذا الفصل بيان مفهوم الابتكار وإبراز أهميته وأشكاله وأنواعه بالإضافة إلى العوامل المؤثرة في الابتكار ومؤشرات قياسه والأساليب الداعمة له. وهذا ضمن **المبحث الأول**. أما **المبحث الثاني** فيحتوي على الابتكار في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وبيان عوامل نجاح الابتكار في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وأثر الابتكار على تحسين مردودية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة. أما **المبحث الثالث** فنحاول من خلاله عرض لأهم الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة والتعليق عليها، فكان تقسيم الفصل كالتالي :

المبحث الأول: المدخل النظري للابتكار .**المبحث الثاني: الابتكار في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة****المبحث الثاني : الأدبيات التطبيقية السابقة لموضوع الدراسة**

المبحث الأول : المدخل النظري للإبتكار

أصبح ينظر إلى الإبتكار منذ عقود قليلة ماضية أنه هو الذي ينشئ الثروة ويعطي للمؤسسة القائمة على الإبتكار القدرة على الاستمرار والوصول إلى المنتجات الجديدة و إلى الزبائن و الأسواق الجديدة في وقت أسرع ، و بما هو أفضل من منافسيها، بل أكثر من ذلك فهو عامل محدد لاستمرارية و بقاء المؤسسات، وهو قانون المنافسة الأساسي الذي يسود عالم الأعمال في الوقت الحاضر و يكتنف هذا المفهوم الكثير من الغموض والتداخل مع بعض المصطلحات ذات العلاقة الشديدة كالإبداع و الاختراع، مما ترتب عنه وجود تصنيفات لمفهوم الإبتكار غير أنه كظاهرة معقدة يخضع لتأثير مجموعة من العوامل التي تلعب دور المحفز لقيامه أو عدمه.

المطلب الأول : الإبتكار و أهميته

الفرع الأول: تعريف الإبتكار: قبل التطرق إلى تعريف الإبتكار نقوم بتعريف بعض المصطلحات المشابهة ، أو المتعلقة بالإبتكار وهي:

1. الإبداع:

هناك عدة تعريفات للإبداع تتقارب في مضمونها وتختلف في توسعها وإبعادها ومجالاته كما سيوضح لنا:¹

- و تعني " جديد " وتدل على ظهور شيء يتميز بالتجديد " novus " . يعود أصل كلمة الإبداع إلى اللاتينية؛
- اصطلاحا فقد ظهر مصطلح الإبداع في الثلاثينيات من القرن الماضي على يد الاقتصادي " Joserhsh umpeter " ؛
- هذا ويعتبر المفكر شومبيتر من الأوائل الذين تطرقوا إلى موضوع الإبداع حيث تطرق إلى مفهومه الذي يقول عنه: " الإبداع هو الحصييلة الناتجة عن إنشاء طريقة أو نظام جديد في الإنتاج يؤدي إلى التغير في مكونات المنتج وكيفية تصميمه " .

من خلال التعريف سنستخلص أن الإبداع هو الإنشاء أو الخلق لمنتج جديد، لم يسبق إنتاجه من قبل أو على الأقل عرضه في السوق، كما يمكن اعتبار التنظيم والأساليب الجديدة إبداعا إذا أدت إلى التغير في مكونات المنتج، هذه التغيرات يجب أن تلقى القبول والرضا من طرف المستهلك، سواء من الناحية الإستعمالية أو من الناحية الشكلية، أما الناحية الإستعمالية ، فتشمل جانب التكلفة، أي تكلفة شرائها أو تكاليف استخدامها ومن ناحية الجودة والنوعية ومستوى أداء الخدمة أو من ناحية الأضرار البيئية...، أما من الناحية الشكلية فالمقصود بها المظهر الجمالي للمنتج حجمه ووزنه، سهولة نقله... كما يمكن تعريف الإبداع حسب Tellis و Sood " : هو ظهور تقنية جديدة مستندة على مبدأ علمي واضح، وتختلف عن التقنيات الحالية"².

¹ La chman jean, **Le financement des stratégies de l'innovation**- Economica - paris – 1993- p 110.

² مرزوقي مرزوقي، دور الإبتكار في تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية 2007، 2008

ص، 4: نقلا عن: Ashish Sood and Gerardj. Tellies -**Total Market Returns to Innovation** , **National Science Board 2004** -Ashish Sood and Gerard. Tellies -**Total Market Returns to Innovation** -http://www.rcf.usc.edu/~tellis/returns.pdf- National Science Board 2004- P 5.

هذا التعريف يفسح المجال إلى كل ما هو جديد ويختلف عن الموجود حاليا أو سابقا، ويميز الكاتبان في تعريف المشروع الإبداعي " يعرف المشروع الإبداعي أنه مجموع نشاطات المؤسسة في بحث متطور، يقدم منتج جديد يستند إلى قاعدة تقنية جديدة"¹، ومنه يمكن اعتبار أي نشاط تقوم به المؤسسة من اجل إنتاج منتج جديد أنه نشاط إبداعي.

2. الاختراع:

كثيرا ما يرتبط استخدام مصطلحي الابتكار والاختراع كمترادفين بالتكنولوجيا ، وذلك بوصفهما التوصل إلى فكرة جديدة ومن ثم إلى منتج جديد ، كما أشار إلى ذلك كل من (Mealiea and Latham) ميليا ولاثام حيث اعتبروا أن الابتكار والاختراع يمكن أن يستخدمما بشكل متبادل،² بينما يرى البعض الآخر أنه يجب التفريق بينهما، حيث يعرف أوكيل سعيد الاختراع على أنه: " كل جديد في المعلومات العلمية" ، ويرى بأن" الاختراع يمكن أن يكون نظريا، في شكل قاعدة أو قانون علمي أو يكون تطبيقا في شكل طريقة حل أو معالجة مشكل معين"³.

و يمكن تعريفه كما يلي : الاختراع هو كل جديد في المعلومات العلمية ، ويمكن أن يكون نظريا في شكل قاعدة قانونية علمية أو يكون تطبيقا في شكل طريقة، أو حل، أو معالجة ظاهرة بشكل معين.⁴

حسب هذا التعريف يمكن فهم الاختراع على أنه كل شيء مستحدث وجديد لكن في شكل نظري.

3. الابتكار :

يربط هذا المصطلح إما بالإبداع من جهة أو من جهة أخرى بالاختراع، فهناك من يعتبر مصطلح الابتكار مرادفا لمصطلح الاختراع وهناك من يعتبره مرادفا لمصطلح الإبداع، لكن من الناحية الإستعمالية فنجد أن الابتكار في غالب الأمر يستعمل لنفس مفهوم الإبداع خاصة إذ تعلق الأمر بالبحوث العلمية المنشورة باللغات الأجنبية (الفرنسية، الإنجليزية) إذ يستعمل مصطلح واحد في الغالب هو " innovation".

ويعرف الابتكار حسب المعجم الاقتصادي المتخصص على أنه" طرح منتجات وخدمات جديدة في السوق أو وسائل جديدة لإنتاجها ، وتسبق الابتكار أبحاث قد تؤدي إلى اختراع ما يطور فيما بعد لخدمة السوق"⁵.

و تعرف منظمة التعاون والتنمية الابتكار على أنه " هو مجموعة الخطوات العلمية و الفنية و التجارية و المالية اللازمة لنجاح تطوير منتجات صناعية جديدة أو حسنة الاستخدام التجاري و الأساليب و عمليات أو معدات أو جديدة حسنة أو إدخال أو طريقة جديدة في الخدمة الاجتماعية ، و ليس البحث التطوير إلا خطوة واحدة من هذه الخطوات"⁶.

من خلال التعريفين نلاحظ أن الابتكار خرج من التنظير إلى التطبيق، ومنه فهو يدل على مفهوم الإبداع، وليس الاختراع و هو

¹ - Idem.

² -نجم عبود نجم، إدارة الابتكار (المفاهيم والخصائص والتجارب الحديث)، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة 01، 2003، ص17.

³ -محمد سعيد أوكيل، وظائف ونشاطات المؤسسة الصناعية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1992 ، ص 112 .

⁴ -المرجع السابق، ص 110 .

⁵ -مرزوقي مرزوقي، دور الابتكار في تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية 2008، 2007، ص4:4. نقلا اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا -قدرة المشروعات الصغيرة والمتوسطة على الابتكار في بلدان مختارة من منطقة الاسكوا - الأمم المتحدة -نيويورك 2002 - أوت - 2006 ص www.escwa.org /Doc - 02 .

⁶ -المرجع السابق، ص 10.

ما ختم تعريف به منظمة التعاون والتنمية.

تجدر الإشارة إلى أن الابتكار لا يقتصر على اختراع منتجات جديدة واستغلالها بل يشتمل تطبيق أفكار وتصورات جديدة ، ومن العناصر الأساسية لنجاح الابتكار القدرة على التعلم والاستعداد للتغيير . كما يعرف الابتكار على أنه حلول أو أفكار خارقة جديدة تتعامل مع المشكلات الحالية، وتخلق مخرجات إيجابية جديدة وهذا يمكن أن يتضمن خليط من العمليات، والخدمات، أو براءات الاختراع، أو التراخيص، أو التقنيات جديدة، أو أدوات الإدارية¹.

ومن خلال التعريف السابقة نستخلص أن الابتكار هو عبارة عن طرح فكرة جديدة أو منتج جديد في أسواق من أجل تحقيق ميزة للمؤسسة .

الفرع الثاني: أهمية الابتكار

إن النظرة إلى الابتكار قد تغيرت كثيرا في وقتنا الحاضر على مستوى المؤسسات وأيضا على مستوى الدول، فقد أصبح الابتكار معيارا يحدد على ضوئه درجة تقدم الدول والأمم ورفيها، بل أكثر من ذلك أصبح ينظر إليه على أنه مصدر لتحقيق الثروة وعامل مهم في دفع عجلة التنمية الاجتماعية و الاقتصادية، ويأتي في مقدمة هذه الظروف والعوامل التغير المذهل في التكنولوجيا والتغير السريع في أذواق المستهلكين والزيادة الهائلة في حجم المعرفة، وفي هذا السياق هناك مجموعة من العوامل والتي جعلت من الابتكار ذو أهمية خاصة أكثر من أي وقت مضى ومن بين هذه العوامل:²

1- ازدياد المنافسة بين المؤسسات؛

2- كبر حجم منظمات الأعمال؛

3- ارتفاع توقعات المستهلكين؛

4- نقص الموارد؛

5- الزيادة في الأرباح و المردودية؛

6- تزايد الطلب على الأفكار الجديدة؛

7- الابتكار أحد المؤشرات الهامة التي تساعد في الاستدلال على مدى تقدم المؤسسات .

حيث أن كل هذه العوامل وأخرى غيرها تضع الكثير من الضغوطات على المؤسسة لتكون أكثر تميزا، وأكثر سعيا لتحقيق ميزة تنافسية والزيادة في المردودية باعتبار أن هذه الأخيرة الورقة الراجعة للمؤسسة في ظل هذه العوامل والظروف.

¹-حسن الشيخ عمر، "دور رأس المال المعرفي في تحقيق الابتكار لدى عمداء الكليات في الجامعات السورية" ، دراسة ميدانية ،مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الاقتصادية والإدارية ، دمشق ، مجلد 21 ، العدد 2 ، 2013م ، ص 368 .

²-بوعبة عبد الوهاب، "دور الابتكار في دعم الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية" ،(دراسة حالة اتصالات الجزائر للهاتف النقال - موبيليس)، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل درجة الماجستير، غير نشورة ،جامعة منتوري (قسنطينة)، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير ، 2012، ص35.

المطلب الثاني: أشكال و أنواع الابتكار

الفرع الأول: أشكال الابتكار

بصفة عامة قد تأخذ الابتكارات ثلاث أشكال هي :

1- الابتكار الإداري:

إن الابتكار الإداري هو « مجال من المجالات التي يغطيها الابتكار » ، وأشار في نفس السياق (al West et) بأنها: « تحتم بالعلاقات التفاعلية لإنجاز المهام، وأهداف العمل، وتلك القواعد والإجراءات التي تعمل بالاتصال والتبادل بين العاملين والبيئة المحيطة بالمؤسسة » وقد عرف الابتكار الإداري Innovation Managerial « بأنه: « التوصل إلى المفاهيم الجديدة القابلة للتحويل إلى سياسات وتنظيمات وطرق تساهم في تطور الأداء في المؤسسة » ، نلاحظ أن هذا المفهوم لم يقتصر على الابتكار الإداري بل تعداه ليوضح مدى مساهمته في تطوير عملية الابتكار وتنظيمه وإجراءات نقل الأفكار الجديدة إلى منتجات ومن ثم الإبداع في إنشاء الأسواق الجديدة ، أما (كنيت) فقد عرفه بأنه: « تبنى عملية التغيير في المؤسسة والبيئة المحيطة بها» حيث أضاف إلى أن الابتكار الإداري لا يقتصر على التغييرات التي تجري داخل المؤسسة بل إلى أبعد من ذلك، حيث أشار إلى عملية امتدادها حتى البيئة المحيطة بالمؤسسة¹.

2-الابتكار التقني:

يعرف الابتكار التقني أو التكنولوجي وفقاً لتقرير المجلس الاستشاري المركزي للعلوم والتكنولوجيا في الولايات المتحدة الأمريكية بطرائق متعددة، ولكن الابتكار أخذ في هذا التقرير معنى عام مشيراً إلى الخطوات التجارية والصناعية والفنية، التي تقود لتسويق السلع الجديدة والمصنعة، والاستعمال التجاري للتجهيزات والعمليات الفنية الجديدة، وأكد ذلك (West et al) بأنه تحدث تغيرات بإدخال التقنية الجديدة للمؤسسة المتعلقة بنشاط العمل الرئيس، والتي تتضمن العناصر الأساسية مثل المنتجات الجديدة والخدمات وعناصر جديد في العمليات وعرف (Dardess et al) الابتكار بأنه : « تقدم الأفكار الجديدة طرق أدوات في أغلب الأحيان على شكل تقنيات جديدة »².

3-الابتكار الإضافي:

يعرف الابتكار الإضافي بأنه: « الابتكار الذي يذهب إلى ما وراء الوظائف التقليدية » يقوم محترفو التسويق بتطوير برنامج تسويقي بمساعدة الزبائن، وتعزيز برنامج خدمة عامة فريدة ، يعد هذان ابتكارا إضافيا، ويعرف (Damanpour) الابتكار الإضافي أو المساعد بأنه الابتكارات التي تشكل حدود البيئة التنظيمية، والتي تذهب إلى أبعد من الوظائف الابتدائية للعمل بالمؤسسة وفي نفس السياق أشار (Alas, et al) إلى أن الابتكار الإضافي هو: « ابتكارات مساعدة وإتاحتها تمتد حدود البيئة التنظيمية وتتجاوز وظائف العمل الأساسية للمؤسسة » ، وأضاف (Dangayach et al) على أن الابتكارات: « تحدف

¹-المرجع السابق، ص38.

² - رعد حسن، الصرن، ، إدارة الإبداع والابتكار، دار الرضا، أب، عدن، الجزء الأول، 2000 ، ص 30 .

إلى تقديم تحسينات في المنتجات كخدمات إضافية، لتلبية حاجات السوق والاستعانة بقدرات المؤسسة في مجال البحث والتطوير والتدريب»¹.

الفرع الثاني: أنواع الابتكار

لقد اختلف الباحثين في وضع أنواع الابتكار لكن مهما تعددت الجوانب التي يشملها الابتكار فإنه يمكن حصرها في الأنواع التالية:²

1. الابتكار التكنولوجي: ويشمل مختلف العمليات والأنشطة الهادفة إلى إحداث ابتكار في المنتجات في سيرورة العمل الإنتاجية وهو كل المعارف النظرية والتقنية الأساسية والتطبيقية التي تهدف إلى تحويل فكرة إلى منتج جديد أو تؤدي إلى تطوير وتحسين منتج حالي أو التي تهدف إلى ابتكار وتحسين سيرورة إنتاجية؛
2. الابتكار التسويقي: يهدف إلى إحداث عمليات الابتكار في أي عنصر من العناصر المزيج التسويقي في مجال المنتجات (في مكونات، طريقة الاستعمال، التعبئة، العلامة التجارية...)، في تحديد الأسعار وطرق التوزيع وقنواته (تسليم المنتجات للبيع، تنوع القنوات...) وكذا أنظمة الترويج والإشهار وطرقه تقنياته؛
3. الابتكار التنظيمي: هو كل إبداع أو تحسين أو تقليد لتنظيم معين، قد يكون في اعتماد طريقة عمل تسهل أداء المهام والنشاطات الوظيفية، أو إيجاد آلية تساعد على الخلق والإبداع من طرف العاملين، أو تغيير في الهيكل التنظيمي، فهو يشمل كل مكونات التنظيم سواء تعلق الأمر بتقسيم العمل أو بآليات التنسيق وطبيعة العلاقات بين أعضاء التنظيم.
4. ابتكارات العملية: تعرف على أنها ابتكارات موجهة نحو التكنولوجيا والنظام التشغيلي.
5. ابتكارات المنتجات: "تعرف بأنها تتوجه نحو إدخال منتجات جديدة إلى السوق"⁴

المطلب الثالث: العوامل المؤثرة في الابتكار وقياسه و الأساليب الداعمة

الفرع الأول: العوامل المؤثرة في الابتكار

إن الدراسات الكثيرة التي تناولت الابتكار والنشاط الابتكاري، قد ساهمت في تحديد الكثير من هذه العوامل المؤثرة في، وعموماً هناك ثلاث مجموعات من العوامل المترابطة وذات التأثير المتبادل المؤثرة في الابتكار والتي نوضحها في الشكل التالي:

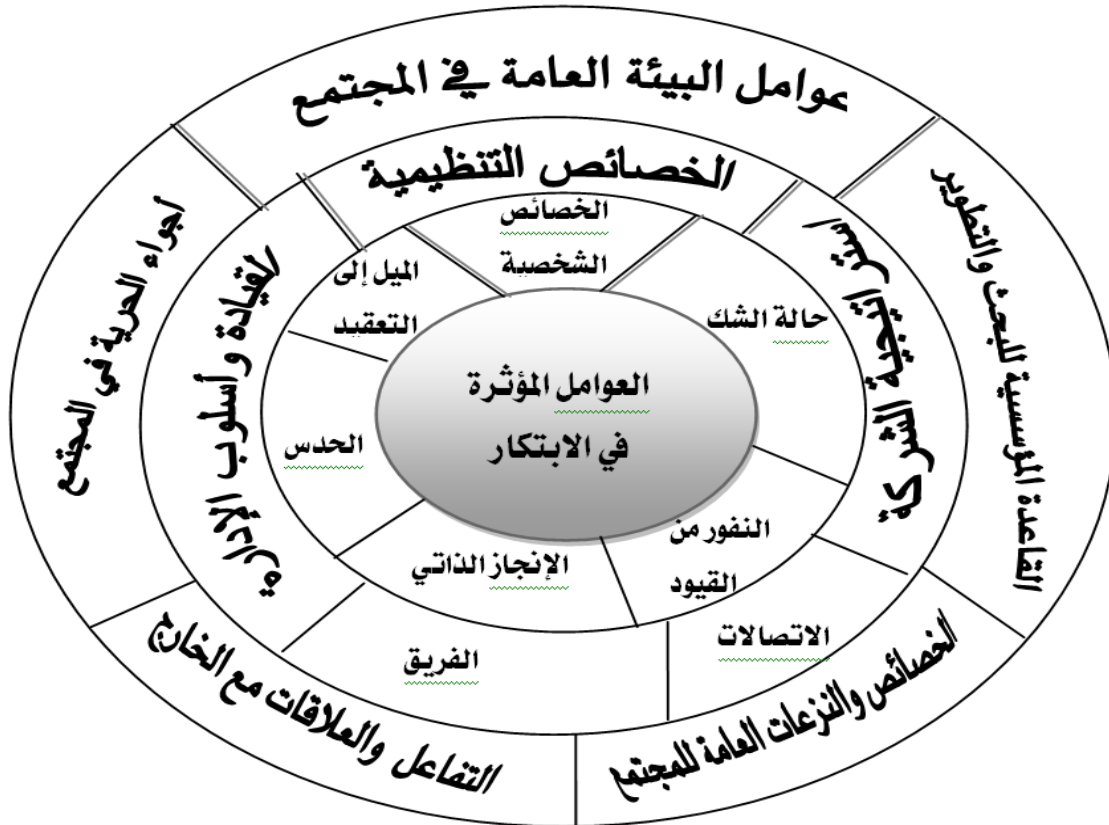
¹ - تيقاوي العربي، مداخلة قدمت في الملتقى الوطني حول دور التغيير التنظيمي في تطوير الابتكار في المؤسسات الحديثة، جامعة البليدة 15 ماي، 2011 ص 13-14

² - غفان بن ساحة، أثر إدارة التغيير التنظيمي على الابتكار في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، (دراسة حالة بعض المؤسسات الصناعية)، مذكرة للاستكمال متطلبات شهادة الماستر أكاديمي، غير منشورة، جامعة ورقلة، قسم علوم التسيير، 2012م-2013م، ص 8.

³ - محمد سليمان، "الابتكار التسويقي وأثره على تحسين أداء المؤسسة"، (دراسة حالة مؤسسة ملبنة الحضنة بالمسيلة)، مذكرة للاستكمال متطلبات شهادة الماجستير في علوم التسيير، قسم علوم التسيير، غير منشورة، 2006م-2007م، ص 37.

⁴ - محمد سليمان، المرجع السابق، ص 37.

الشكل رقم (01-01): العوامل المؤثرة في الابتكار



المصدر: رعد حسن الصرن، إدارة الإبداع والابتكار، دار الرضا للنشر والتوزيع، عدن، الجزء الأول، 2000، ص130 .

من الشكل السابق يتضح لنا أن العوامل المؤثرة في الابتكار تتلخص في العناصر التالية:

أولاً : مجموعة الخصائص الشخصية: لقد قام العديد من الباحثين بدراسة سلوك الأشخاص المبتكرين في محاولة منهم لتحديد صفات الأفراد المبتكرين ومن بين هؤلاء شارلز، حيث وجد بأن الأشخاص المبتكرين لهم عدد من السمات المهمة، بما في ذلك المقدرة على التركيز على ما يمكن أن يكون، بدلا من ماذا يكون، كما أنهم يتميزون ب¹:

1- حب الاستطلاع، والإتيان بأسئلة مرتفعة عن العمل؛

2- يتحدون الطرق التقليدية لأداء الأشياء؛

3- يفضلون النظر لأبعد من الإطارات المرجعية والتفكير خارج الصندوق؛

4- يأتون بتصورات جديدة في طرق مواجهة المشاكل والفرص.

و يلاحظ عدم الإجماع بين الكتاب والباحثين على قائمة واحدة حول سمات الفرد المبتكر، غير أن هناك مجموعة من السمات

والخصائص التي تظهر في حالات كثيرة على الأفراد المبتكرين وهي²:

أ - الميل إلى التعقيد؛

ب- حالة الشك؛

¹ - مدحت أبو النصر، مرجع سابق، ص73 .

² - نجم عبود نجم، مرجع سابق، ص129 .

ج-الحدس؛

د- الإنجاز الذاتي؛

هـ - النفور من المحددات و القيود.

ثانياً: مجموعة العوامل التنظيمية : لقد أثبتت الدراسات بأن الظروف التنظيمية داخل المؤسسات تؤثر على الجهد الابتكاري

من خلال تأثيرها على الأفراد ذوي الخصائص الابتكارية، وتتمثل أهم العوامل التنظيمية المؤثرة في الابتكار¹:

1- إستراتيجية المؤسسة: وهنا يمكن أن نميز بين نمطين من المؤسسات، مؤسسات تتبع إستراتيجية ابتكارية، وهي المؤسسات التي تجعل من الابتكار مصدر لميزة التنافسية في السوق، وأحد أبعاد أداؤها الإستراتيجي فيه، والنمط الثاني يتبع إستراتيجية موجهة نحو الحالة القائمة أي التكنولوجيا والمنتجات والخدمات الحالية، وبالطبع فإن النمط الأول يبحث عن المبتكرين، ويوجد لهم مجالات وفرص كثيرة من أجل أن يقوموا بما عليهم في تكوين وتطوير قاعدة المؤسسة من الابتكارات، أما النمط الثاني فيواجه النشاط الابتكاري للحفاظ على الحالة القائمة.

2- القيادة وأسلوب الإدارة: القيادة الابتكارية في المؤسسة هي التي تشجع جو الابتكار وتوجد الحوافز، في حين أن القيادة البيروقراطية المحافظة على الحالة القائمة تجرد من التغيير الخطر الذي يشيع الفوضى، وإذا كان نمط القيادة الأول يتسم بالأسلوب الديمقراطي، المرنة، التحرر من الهرمية وجمود الهياكل والقواعد، والميل إلى فرق العمل، والوحدات المستقلة فإن النمط الثاني البيروقراطي يتسم بالمركزية، عدم المرونة، الهرمية، الروتينات القوية، واتصالات أسفل - أعلى .

3- الفريق: يعرف الفريق على أنه " : تجمع لفردين أو أكثر في تفاعل منتظم مستقر على مدى فترة زمنية معينة لتجسيد إهتمام مشترك وتحقيق هدف مشترك"² .

4- ثقافة المؤسسة: تعرف ثقافة المؤسسة على أنها " : مجموعة القيم والعادات والمفاهيم والطقوس التي تكونت عبر الفترة الماضية التي تعطي للمؤسسة تميزاً معيناً في عمل الأشياء"³، ونجد أن المؤسسات ذات النمط البيروقراطي تميل إلى المحافظة على ثقافتها الحالية، مما يجعلها غير ملائمة للإبتكار، وما يأتي به من مفاهيم وتقاليدها وعادات جديدة، بخلاف المؤسسات القائمة على الابتكار والتي يفترض أنها تتسم بقدرة عالية على الابتكار الثقافي الذي يدخل تغييرات مهمة على الهياكل والسياسات والمفاهيم الحالية لصالح التغيير الثقافي وما يتناسب مع التوجه نحو الابتكار.

6- الاتصالات : الاتصالات تحافظ على تدفق وانسياب العمل داخلها، فكلما كانت هناك أنظمة جيدة للاتصالات كلما زادت كفاءة الأداء⁴ .

¹ - نجم عبود نجم، مرجع سابق، ص 135-139.

² - أحمد سيد مصطفى، إدارة البشر (الأصول والمهارات)، بدون ذكر دار النشر، مصر، 2002، ص 419 .

³ - نجم عبود نجم، مرجع سابق، ص 137 .

⁴ - صالح بن سليمان الرشيد، نحو بناء إطاراً منهجياً للإبداع وتميز الأعمال في المؤسسات العربية، بحث مقدم ضمن المؤتمر العربي السنوي الخامس، الإدارة "الإبداع والتجديد"، المؤسسة العربية للتنمية الإدارية، شرم الشيخ، مصر، أيام في 28. نوفمبر 2004 ص 39.

ثالثا : مجموعة عوامل البيئة العامة في المجتمع

إن الفرد المبتكر يولد في مجتمع يولي أهمية كبيرة بالابتكار ويعززه، فالإنسان ابن بيئته وبمعنى آخر فإن البيئة المحيطة بالشخص إما أن تساعد على ظهور الابتكار وتعمل على بقائه واستمراره، و نشير فيما يأتي إلى عوامل البيئة العامة في المجتمع.

1 - الخصائص والنزعات السائدة في المجتمع: وتتمثل الخصائص والنزعات السائدة في المجتمع فيما يلي¹:

أ- العوامل الاجتماعية والثقافية: إن تفاعل الفرد و المجتمع من العوامل والمتغيرات التي تحدد شخصية المبتكر وسلوكه، ويبدأ هذا التفاعل على مستوى الأسرة والتي تشكل البيئة الاجتماعية الأولى للفرد المبتكر، ثم يأتي بعد ذلك دور المؤسسات التعليمية والثقافية في تحفيز الفرد على الاهتمام بالإبداع والابتكار من خلال وسائل التربية والتوجيه الثقافي والحوافز.

ب- العوامل السياسية: تعتبر عنصرا حاسما في عملية الابتكار، وذلك أن الدعم المستمر من القيادات السياسية للابتكار في المجتمع ، يؤدي إلى تفجير الطاقات الابتكارية من مستوى الفرد إلى مستوى المؤسسة والمجتمع، وهذا من خلال تشجيع المؤسسات والبرامج البحثية وتخصيص الحوافز المادية والمعنوية ووضع المناهج التربوية والتعليمية التي تساعد على نمو القدرات الابتكارية والإبداعية².

2 - القاعدة المؤسسية للبحث والتطوير في المجتمع: إن المجتمعات الموجهة نحو الابتكار عادة ما تستكمل بنيتها التحتية الضرورية من أجل الابتكارات وتعزيزها لصالح الأفراد المبتكرين، والمؤسسات الابتكارية، ومن بين العوامل المؤثرة في هذه القاعدة مراكز البحث والجامعات و نظام البراءة.

الفرع الثاني: مؤشرات قياس الابتكار

رغم صعوبة قياس الابتكار فإننا نقدم مؤشرات قابلة للاستخدام في هذا المجال فالابتكار، كما تعرضنا له فيما سبق هو أن تكون المؤسسة الأولى في التوصل إلى المفهوم أو الفكرة، الأولى في الوصول إلى المنتج، والأولى في الوصول إلى السوق، وعلى أساس هذا التحديد يمكن أن نعرض المؤشرات التالية³:

1- مؤشرات الأولى إلى الفكرة؛

2- مؤشرات الأولى إلى المنتج؛

3- المؤشرات الأولى إلى السوق.

إن هذه الاتجاهات و المؤشرات البارزة في مجال الابتكار تكشف عن التطورات العميقة التي حدثت خلال العقود الماضية والتي أثرت في تعجيل الابتكار وزيادة فاعليته وكفاءته، وكذلك في تطوير صيغ وأساليب المنافسة في المؤسسات القائمة على الابتكار، ومن أجل تقديم تلخيصا لهذه الاتجاهات والخصائص⁴.

¹- بويعة عبد الوهاب، مرجع سابق، 2012، ص46.

²- سعيد يس عامر، الإدارة وتحديات التغيير مركز وايد سيفيس، القاهرة، مصر، 2001، ص 60.

³- أنظر مذكرة بويعة عبد الوهاب، "دور الابتكار في دعم الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية" (دراسة حالة اتصالات الجزائر للهاتف النقال -موبيليس-)، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل درجة الماجستير، غير منشورة، جامعة منتوري (قسنطينة)، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير، 2012، ص54-58، نقلا عن: نيجل كنج

ونيل أندرسون، إدارة أنشطة الابتكار والتغيير) دليل انتقادي للمنظمات(، ترجمة: محمود حسن حسني، دار المريخ للنشر، الرياض، المملكة العربية السعودية، 2004 ص165

⁴- نجم عبود نجم، مرجع سابق، ص ص 207-208.

الفرع الثالث: الأساليب الداعمة للابتكار

توجد العديد من الأساليب والطرق التي تمكن المؤسسة من إيجاد الأفكار الجديدة، وتسهل عملية الإبداع، والابتكار داخلها وتصنف هذه الطرق حسب عدة معايير، حيث قسمها J.choffray et F.dorey حسب بعدين هما مصدر التصنيفات الأفكار والمعلومات وطريقة الحصول عليها¹.

أولا : تصنيف الطرق حسب السوق

كشفت الدراسات أن هذه الأساليب تتباين في قدرتها على تحقيق أهداف المؤسسات في تطوير وتحسين المنتجات الحالية والتوصل إلى منتجات جديدة، ويوجد عدد كبير ومتنوع من هذه الأساليب حسب تجارب الشركات ومن بينها:

1- فرق الحوار: هي طريقة مستخدمة لمعرفة احتياجات السوق ومنها يتم اقتراح أفكار منتجات جديدة، في هذه الطريقة يتم جمع عدد قليل من المستعملين الحاليين والمحتملين للسلعة في فريق يقوده منشط من أجل دراسة احتياجاتهم وتوقعاتهم وتطلعاتهم وإحساسهم تجاه فئة المنتجات الحالية، ثم يتم ربط الأفكار وردود الأفعال فيما بينها، ويحاول المعنيون تكوين قاعدة بيانات أو تصور عام حول دوافع المستهلكين، هذه القاعدة من المعطيات يمكنها أن تعطي أفكار جديدة لتطوير منتجات جديدة.

2- تحليل انتقادات واقتراحات الزبائن : المصدر الآخر الهام هو تلك الانتقادات المقدمة من طرف الزبائن أو المستهلكين، والتي عادة ما تكون على شكل احتجاجات أو اقتراحات يرغب الزبائن إضافتها في المنتج، تحليل هذه الانتقادات والاقتراحات يسمح للمؤسسة بإيجاد الأفكار التي من شأنها أن تؤدي إلى تطوير منتجات حسب رغبات زبائنها.

3 -القيام باستجوابات: القيام باستجوابات كذلك التي يقوم بها الصحفيون في البحث حول مشكل معين، وقد تكون بصفة رسمية باستعمال استمارة خاصة بهذا الغرض أو غير رسمية يتم إنجازها من طرف رجال البيع وممثلي المؤسسة في الأسواق.

4 -تحليل هيكل السوق: الطريقة الجيدة للحصول على الأفكار الجديدة هي تلك التي تأخذ بعين الاعتبار فئات المنتجات المتشابهة التي لها نفس الخصائص التكنولوجية، أو التجارية، أو نفس معدل النمو، بعبارة أخرى تحليل هيكل السوق.

5-تحليل إدراك الزبائن وتفضيلاتهم: من المعلوم أن الزبون أو المشتري يمر بسعة مراحل قبل إقدامه على شراء المنتجات، وهناك العديد من النماذج النظرية التي حاولت تصميم وهيكلية سيرورة الشراء التي يقوم بها الزبون، وتتفق كل النماذج على أن مفهوم الإدراك عنصر محوري في أي عملية شراء، وتستطيع المؤسسة تحديد، وتحليل الصورة المدركة من طرف الزبائن من خلال عدة تقنيات من بينها سلاسل الاتجاهات والخريطة الإدراكية، والمهم أن التحليل المستمر لإدراكات الزبائن يمكن أن تؤدي إلى اكتشاف فرص تطوير منتجات جديدة².

ثانيا : تصنيف الطرق حسب الخبراء: وتصنف هذه الطرق حسب هذا المعيار إلى ما يلي:

1- حلقات العصف الذهني (Brainstorming): تعني عصف العقل أو الذهن بالأفكار الجديدة، وهي تقنية تعتمد على تكوين فرق من عدة أعضاء يجتمعون من أجل إيجاد حلول لمشاكل معينة حيث يتداولون النقاش حول موضوع ما بكل حرية³ بعد

¹ Jean Marie et Françoise Dorey « **développement et gestion des produit nouveaux**», édit McGraw-Hill , 1983,p34 .

² Jean Brillman « **les meilleurs de management** » .2eme tirage .edit. organisation, .1998, p153.

³ Yves chirouze :« **le marketing: de l'étude de marche au lancement d'un produit nouveau** », T1 ,4eme edit.chotard et associes, 1991, pp130-131.

تحديد الموضوع يطلب منشط الحلقة من أفرادها إبداء آرائهم بكل حرية وبدون تخوف من النقد أو التقييم الأولي للفكرة فتطرح العديد من الأفكار¹ ، ويتم تقبل وجمع كل الأفكار مهما كانت بسيطة لتدرس، وتقيم ويستخرج منها الأفكار القابلة للإنتاج.

2 - أسلوب الترابطات: وتعتمد على أسلوب الترابطات هي تقنية تم ابتكارها من طرف² William J.Gordon محاكاة الحالات المتشابهة ، حيث يتم حل المشاكل على ضوء حلول مشابهة لمشاكل سابقة، ويمكن تطبيقها على فرد واحد لكن من الأفضل أن تطبق على فريق أو مجموعة من الأفراد تتكون من 5 إلى 8 أعضاء ذوي كفاءات مختلفة يقومون بدراسة المشكل ومقارنته بوضعية مشابهة تم حلها في الماضي بطريقة فعالة ويحاولون إسقاط وتكييف هذا الحل على المشكل المدروس.

3 - نظام اقتراح الابتكارات " علبة الأفكار " : هو نظام قائم على جمع اقتراحات العمال داخل المؤسسة، وذلك بتكوين آلية خاصة بذلك، حيث يستطيع أي عامل تقديم أي اقتراحات كل اقتراح يثبت نجاحه يؤجر صاحبه على شكل علاوات، أو ترقية أو نسبة من أرباحه أو على شكل آخر يتم الاتفاق عليه³.

4 - تتبع البيئة الخارجية والتنبؤات: المؤسسات المبتكرة هي التي تقوم بتتبع بيئتها بصفة مستمرة، ورغم أنه لا توجد طريقة مثالية للتوقع بتغيرات البيئة إلا أن المحاولات التي تقوم بها المؤسسة لمعرفة كل ما يدور في بيئتها قد يمكنها من ابتكار بعض الأفكار والحلول للمشاكل المتوقعة.

5 - طريقة (Delphi): طورت هذه الطريقة من Utterback (1982)⁴ ، وتتمثل في محاولة تحويل آراء طرف وتوقعات مجموعة من الخبراء إلى قيم كمية قابلة للقياس واعتمادها كمعايير أو كسب مرجعية في حل المشاكل، وتستعمل خاصة لتحديد ومعرفة التطورات التي يمكن أن تحدث في البيئة الخارجية للمؤسسة.

6- طريقة الوضع الأمثل: طريقة الوضع الأمثل تتمثل في دراسة خصائص ومزايا منتوجين على الأقل ومحاولة تخيل واقتراح المنتج الجديد الذي يجمع بين مزايا المنتوجين في نفس الوقت.

7 - حلقات الجودة: حلقة الجودة هي فريق يتكون من 6 إلى 12 فرد يجتمعون بصفة دورية على فترات عادة ما تكون متقاربة لتداول كل الأمور المتعلقة بجودة المنتج أو النظام، واقتراح التعديلات والتعديلات على ضوء النتائج الفعلية المحققة، وتعتبر حلقات الجودة من أهم تقنيات التحسين المتواصل التي مثلت إحدى أسباب نجاح المؤسسات اليابانية.

ثالثا : تصنيف الطرق حسب نشاط البحث والتطوير

تعتبر وظيفة البحث والتطوير من أهم الوظائف الداخلية للمؤسسات المبتكرة للمنتجات الجديدة، فهي تخصص مصالحي خاصة بالإبداع والابتكار، مهمتها الأولى إيجاد الأفكار وتنفيذها، إلا أن الطرق التنظيمية لإيجاد هذه الأفكار تختلف حسب تنظيم كل مؤسسة⁵.

¹ Jean Marie et Françoise Dorey, Op.Cit .p41 .

² نجم عبود نجم، مرجع سابق، ص91.

³ - Slaimi Ahmed « **pratique et étude comparative des systèmes de suggestion a l'innovation dans le secteur industriel** » (revue perspective), URTSD Université d'Annaba, N° 2 Décembre 1996, p30.

⁴ Jean Marie et Françoise Dorey Op.Cit .p43.

⁵ -Ibid. p43.

المبحث الثاني: الابتكار في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة

تشكل المؤسسة الصغيرة والمتوسطة حيزا كبيرا سواء في الدول النامية أو في الدول المتقدمة، حيث تعتبر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة قطاعا مكتملا لقطاع المؤسسات الكبيرة ، بالإضافة إلى أنها تشغل نسبة كبيرة من اليد العاملة وتساهم بنسبة أكبر في الناتج المحلي الخام، حيث تصل نسبة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الولايات المتحدة الأمريكية إلى 90 % من مجموع المؤسسات الاقتصادية، وتشغل ما لا يقل عن 45 % من اليد العاملة في القطاع الخاص، بينما تشكل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في فرنسا في نهاية سنة 1980 ما نسبته 42.1 % ، رغم هذه الأهمية إلا أن المؤسسة الصغيرة والمتوسطة لم تحظى بمفهوم موحد، وستتطرق في هذا المبحث إلى تحديد مفهوم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والتعريفات المختلفة لها، وإلى أهميتها وأشكالها.

المطلب الأول: مفهوم وأشكال وأهمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

الفرع الأول : التعريفات المختلفة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

يصعب الحصول على تعريف موحد للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة نظرا لاختلاف آراء الباحثين في تحديد معيار موحد سواء من الناحية الكمية أو النوعية لعملية التصنيف، حيث نجد أن لكل بلد تعريف خاص به، بالإضافة إلى التعريفات التي تقدمها المجموعات والهيئات الدولية المختلفة.

المعايير المستخدمة في تحديد مفهوم المؤسسات الصغيرة و المتوسطة:

رغم أن مصطلح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة يستخدم بشكل واسع، سواء في الدول أو المنظمات العالمية إلا أنه لا يوجد تعريف دقيق متفق عليه حيث تم إحصاء أكثر 50 تعريفا في 70 دولة¹، وتختلف هذه التعريفات من حيث الاستناد إلى المعيار الذي تم على أساسه التعريف، وهناك معيارين أساسيين هما المعيار الكمي والمعيار النوعي².

1-1 المعيار الكمي:

وهو المعيار الأكثر استعمالا في تحديد مفهوم المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، ولهذا المعيار عدة جوانب تشمل العمالة ورأس المال والحصيلة السنوية للميزانية والمبيعات ... إلا أن هذه المعايير تبقى غير كافية للتفرقة بين مختلف المنشآت الاقتصادية سيما الصغيرة و المتوسطة منها.

يوجد هذا المعيار في حد ذاته نوعا من التباين الكبير، فكثير من المؤسسات التي تشغل نسبة عمالة صغيرة لها رأس مال وحصيلة سنوية أكبر من مؤسسات أخرى تشغل نسبة عمالة كبيرة، فما هو المعيار الأساسي وهل المعيار الأكثر شيوعا له فعاليته في ضبط مفهوم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ؟ ... ولذلك يصعب تطبيق معيار واحد لتحديد المفهوم.

¹ سحنون سمير، بونوة شعيب -المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومشاكل تمويلها :حالة الجزائر -مداخلة في ملتقى دولي تحت عنوان : متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة .

والمتوسطة في الدول العربية -الشلف أبريل 2006 ، ص 423 .

² -المرجع نفسه -ص 424 .

1-2 المعيار النوعي:

ويشمل هذا المعيار الفروقات النوعية ويشمل المعيار القانوني وطبيعة النشاط و الحجم ، ومستوى التكنولوجيا المستخدمة، الهيكل التنظيمي، بالإضافة إلى طبيعة العلاقة بين المالك والمسير .
من خلال النظر لهذه المعايير نلاحظ أنه إذا كان تحديد المفهوم من خلال الجمع بين المعايير الكمية صعبا فيمكن اعتبار تحديد المفهوم من الناحية النوعية يميل إلى الصعوبة القسوى نظرا لعدم وجود مقياس لقياس درجة تدخل المالك في التسيير القيام ببحث يحدد الخصائص والعناصر مثلا، ونظرا لهذه الصعوبة طلبت الحكومة البريطانية من البروفيسور J.E balton النوعية الأساسية التي يمكن من خلالها التمييز بين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة عن غيرها، فقدم balton تقريرا سنة 1971 يحدد فيه العناصر النوعية وتمثلت في:1:

1- المالك هو المسير الشخصي للمؤسسة؛

2- حجم النشاط الذي ينحصر في الأسواق المحلية فقط؛

3- الاستقلالية.

إلا أن هذه المعايير وخاصة الأول والثاني، منافية لما هو موجود في الواقع، فكثير من المؤسسات التي تعد صغيرة لا تسيير من طرف مالكيها، يتعدى نشاطها الأسواق المحلية.

2- التعريفات المختلفة للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة:

1-2 تعريفات الهيئات والمنظمات والمجموعات الدولية : ونورد منها:

1-1-2 تعريف الإتحاد الأوربي : المؤسسات الصغيرة والمتوسطة هي تلك المؤسسات التي تشغل أقل من 250 أجيورا، ويقل رقم أعمالها عن 40 مليون وحدة نقدية أوروبية، على أن لا يتجاوز حصيلتها السنوية 27 مليون وحدة نقدية أوروبية (بيورو)، بالإضافة أن لا تكون تابعة لمؤسسة أخرى بنسبة تزيد عن 25% .

2-1-2 تعريف اتحاد بلاد جنوب شرق آسيا: هي المؤسسات التي توظف أقل من 100 عامل، وتعتبر عند مستوى أقل من 10 عمال (مصغرة) ، وأكثر من 10 وأقل من 50 عامل (صغيرة) ومن 50 وأقل من 100 عامل (متوسطة)، وأكثر من 100 عامل (كبيرة)³.

2-1-3 تعريف البنك الدولي للإنشاء والتعمير: ويقتصر هذا التعريف على المؤسسات الصغيرة والتي اعتبرها البنك الدولي كل مؤسسة تشغل أقل من 50 عاملا ولا يزيد رأس مالها عن 500 ألف دولار بعد استبعاد الأراضي والمباني⁴.

¹ -المرجع السابق - ص424 .

² - بين طلحة صليحة، بلغرس عبد اللطيف ، إشكالية تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بين معوقات المعمول ومتطلبات الموجود ، مداخلة في ملتقى دولي تحت عنوان: متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية -الشلف أفريل 2006 ، ص 322 .

³ - الطيب خليح ، دور الممؤسسات المتوسطة والصغيرة في تنمية اقتصاديات دول المغرب العربي ، مداخلة في ملتقى دولي تحت عنوان: متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية -الشلف أفريل - 2006 ص162 .

⁴ - نعيمة بارودي ، التحديات التي تواجه م ص م في الدول العربية و متطلبات التكيف مع المستجدات العالمية ، مداخلة في ملتقى دولي تحت عنوان : متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية- جامعة الشلف-أفريل- 2006 ص116 .

تعريف الجزائر: لم يكن للمؤسسات الصغيرة المتوسطة في الجزائر أي تعريف إلى غاية 12 ديسمبر 2001 تاريخ صدور القانون التوجيهي الخاص بترقية المؤسسة الصغيرة والمتوسطة، حيث أعطي التعريف التالي :

"المؤسسات الصغيرة والمتوسطة هي كل مؤسسة تشغل ما يقل عن 250 عامل ولا يتعدى رقم أعمالها السنوي 2 مليار دج ولا تزيد حصيلتها السنوية عن 500 مليون دج، بالإضافة أن لا تكون تابعة بنسبة أكبر من 25 % لأي مؤسسة أخرى".¹

من خلال التعريف نلاحظ أن الجزائر أخذت بالمعايير الأوروبية في تحديد مفهوم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالإضافة إلى أن التعريف فرق بين المؤسسات المصغرة والصغيرة والمتوسطة كما في الجدول التالي:

الجدول رقم (1-1) التمييز بين المؤسسات المصغرة، الصغيرة، المتوسطة

الصف	عدد الأجزاء	رقم الأعمال	مجموع الميزانية
- مؤسسة مصغرة	09-01	أقل من 20 مليون دج	- أقل من 10 مليون دج
- مؤسسة صغيرة	49-10	من 20 إلى 200 مليون دج	- من 10 إلى 100 مليون دج
- مؤسسة متوسطة	250-50	من 200 مليون إلى 2 مليار دج	من 100 إلى 500 مليون دج

المصدر : وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والصناعات التقليدية 2006.

الفرع الثاني: أشكال المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

هناك عدة أشكال للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، على حسب المعيار المتبع ومن أهم هذه المعايير نجد:

1- معيار التوجه : على حسب هذا المعيار يمكن أن نعين الأشكال التالية² :

- 1 - 1 المؤسسات العائلية: تتميز هذه المؤسسات بكون مكان إقامتها هو المنزل وتشغل أصحاب المنزل فقط الذين يملكون هذه المؤسسة، وتنتج سلع تستهلك محليا وبكميات محدودة، كما أن معظمها تعمل بشكل غير قانوني خاصة في البلدان النامية.
- 1 - 2 المؤسسات التقليدية: وهي تشبه الشكل الأول لأنها عادة ما تستخدم أفراد العائلة، لكنها تنتج منتجات تقليدية أو قطع لصالح مؤسسات صناعية عن طريق التعاقد، مع الإشارة أن هذا النوع من المؤسسات يلجأ في الكثير من الأحيان إلى العمال الأجراء كما أن لها محل مستقل عن المنزل مع الاعتماد على آلات يدوية بسيطة.
- 1 - 3 المؤسسات المتطورة وشبه المتطورة: تعتمد هذه المؤسسات على ميزة الإنتاج بوسائل حديثة، كما أن الإنتاج يتم بطريقة منظمة ومنتظمة بطريقة عصرية وتستخدم تكنولوجيا عالية بالمقارنة مع النوعين السابقين.

¹ - ضحاك نجية، المؤسسات الصغيرة و المتوسطة بين الأمس و اليوم، آفاق تجرية الجزائر، مداخلة في ملتقى دولي تحت عنوان : متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية- جامعة الشلف -أفريل - 2006 ص ص 137 - 138 .

² - لخلف عثمان -واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وسبل دعمها وتمييزها، دراسة حالة الجزائر -أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة الجزائر 2003/2004. ص ص 32-43.

2 - معيار طبيعة الإنتاج : ويضم الأشكال التالية:

1-2 مؤسسات إنتاج السلع الاستهلاكية: وهي المؤسسات التي تنتج سلعا توجه للاستهلاك المباشر، مثل المنتجات الغذائية تحويل المنتجات الفلاحية، الجلود، النسيج، الورق...

2-2 مؤسسات إنتاج السلع الوسيطة: وهي المؤسسات التي تنتج سلعا توجه لمؤسسات أخرى من أجل إتمام عملية تصنيع منتجات أخرى في شكل آخر، مثل إنتاج الأدوات الميكانيكية، الكيماوية، البلاستيكية، مواد البناء...

2-3 مؤسسات إنتاج سلع التجهيز: تعتمد هذه المؤسسات على التكنولوجيا، ويشمل إنتاج هذه المؤسسات بعض الفروع البسيطة كإنتاج وتركيب بعض المنتجات التي تحتاجها الصناعات الكبيرة أو تركيب السيارات الآلات...

3 - المعيار القانوني: يختلف هذا المعيار على حسب الدول، وعلى حسب النظام السياسي والاقتصادي المتبع، ومن أهم أشكاله:

1-3 التعاونيات: وهي مشاريع تؤسس من قبل مجموعة من الأشخاص الطبيعيين، من أجل تأمين احتياجاتهم المادية والمعنوية الضرورية بأقل التكاليف.

2-3 المؤسسات العمومية: وهي مؤسسات الدولة وتخضع للقانون العام، وتدعم من طرفها كما أنها تحت حمايتها، وتستفيد من التسهيلات القانونية، والإدارية، والإعفاءات.

3-3 المؤسسات الخاصة: هي مؤسسات تخضع للقانون الخاص وتأخذ شكلين هما:

1-3-3 المؤسسة الفردية: ويملكها شخص واحد يشرف على الأعمال الإدارية والإنتاجية بطريقة مباشرة، أو غير مباشرة وتمتاز ببساطة التأسيس وسهولة الرقابة والمرونة في التسيير.

2-3-3 الشركات: يملكها شخصان فأكثر، يشتركون في الأعباء ويتقاسمون الأرباح على حسب الحصة التي يشارك بها كل شخص ولها ثلاثة أنواع:

أ - شركات الأشخاص : وتقوم على أساس الاعتبار الشخصي والثقة المتبادلة وتأخذ أشكال هي: شركات التضامن، شركات المحاصة، شركات التوصية البسيطة .

ب - شركة ذات مسؤولية محدودة: في هذا النوع كل شريك مسؤول حسب مساهمته في رأس المال، الذي يوزع بحصص متساوية يمكن لأي شريك شراء أكثر من حصة، كما يمكن له بيعها ويجب أن يكون الشركاء أشخاصا طبيعيين يحددون مدير الشركة الذي قد يكون من غير الشركاء، هناك باحثين اعتبروا هذا النوع من شركات الأشخاص ومنهم من اعتبرها من شركات الأموال.

ج /شركات الأموال : ولها عدة أشكال منها:

*شركات المساهمة :حيث يقسم رأس المال إلى حصص متساوية تطرح للاكتتاب في البورصة، ويمكن أن ترتفع قيمة السهم الحقيقية أو تنخفض عن قيمته الاسمية المدونة عليه على حسب درجة نجاح المؤسسة، ويتحصل صاحب السهم على الأرباح التي توزع دوريا، أما الخسارة فعلى حسب نوعية السهم.

3-4 معيار المقاوله من الباطن: وهي من أهم أشكال التعاون الصناعي، وهو عبارة عن نوع من الترابط الهيكلي، والخلفي بين مؤسسة رئيسية،(غالبا ما تكون كبيرة) ، ومؤسسة أخرى مقاوله تكون صغيرة، وديناميكية، ومرنة، ولها عدة أشكال هي:

3-4-1 تنفيذ الأشغال: عن طريق تحمل المؤسسة المقاوله مسؤولية تنفيذ أشغال لصالح مؤسسة أخرى في وقت محدد، مثل تعبيد الطرق أو بناء هياكل معينة .

3-4-2 الإنتاج: عن طريق إنتاج وصناعة قطع ومكونات تطلبها مؤسسات أخرى بمواصفات معينة، مثل إنتاج قطع غيار لوسائل النقل أو إنتاج وحدات لآلات صناعية...

3-4-3 تقديم الخدمات: مثل تقديم الاستشارات الفنية والاقتصادية أو الرقابة أو الصيانة أو خدمات أخرى، تحتاج إليها المؤسسات المتعاقدة مع المؤسسة المقاوله.

الفرع الثالث: أهمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

وتكمن أهمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في النقاط التالية :

- 1- التقليل من نسبة البطالة؛¹
- 2- الرفع من مستوى المعيشة؛
- 3- مكمل ومساعدة للمؤسسات الكبيرة؛
- 4- دعم الميزان التجاري وميزان المدفوعات³؛
- 5- فك العزلة وإحياء المناطق الريفية؛
- 6- مرونة التكيف مع التقلبات الاقتصادية
- 7- مجال خصب للتطوير والإبداع؛
- 8- دعم مالية الدولة⁴؛
- 9- دور على المستوى السياسي⁵؛
- 10- آلية لدمج المرأة في النشاط الاقتصادي⁶.

¹ - جمال بلخياط، جميلة معلم -متطلبات تأهيل م ص م الجزائرية في ظل التحولات الاقتصادية الراهنة ، مداخلة في ملتقى دولي تحت عنوان : متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية- جامعة الشلف-أفريل 2006 ص 635-636.

² Halimi Wahiba-Benkhalidi Nawal- **Le scultage de la PME dans le contexte des mutations récentesl'exigences de mise à niveau. de PME dans l'états arabe** -Cheliff - avril 2006 - P 1134.

³ - جمال بلخياط، جميلة معلم - مرجع سابق - ص 635 .

⁴ - يعقوبي محمد ،مكانة و واقع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الدول العربية : عرض بعض التجارب ، مداخلة في ملتقى دولي تحت عنوان : متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية- جامعة الشلف-أفريل - 2006 ص 45.

5- Halimi Wahiba ,Benkhalidi Nawal - OP cit -P 1134.

⁶ عماد محمد أبو رضوان - **التحديات التي تواجه المشاريع الصغيرة** - مداخلة في ملتقى دولي تحت عنوان :متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية- جامعة الشلف -أفريل - 2006 ص 629.

المطلب الثاني: عوامل نجاح الابتكار في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

استنادا إلى دراسة قامت بها اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا "الايسكوا" حول قدرة المشروعات الصغيرة والمتوسطة على الابتكار في بلدان مختارة من منطقة "الايسكوا" منها لبنان ومصر، توصلت إلى تحديث جملة من العوامل المساعدة على انتشار الابتكار التكنولوجي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، يمكن تلخيص أهمها في النقاط الآتية:

- ✓ إطلاق إستراتيجية تسويقية سليمة وطموحة، تشمل جوانب مختلفة من تقنيات التسويق، حيث ساعد اعتماد إستراتيجية مماثلة مؤسسات كثيرة على النجاح رغم المخاطرة، في تجاوز تحديات كبيرة في السوق المحلية كما في السوق الدولية.
- ✓ اعتماد منهجا علميا للحصول على معلومات حول الأسواق من أجل الابتكار، والحصول على المعلومات الجيدة حول السوق، وإجراء أبحاث حول السوق من بين أهم العوامل التي ساعدت المؤسسات كثيرا في الفوز في أسواق جديدة واكتساب الابتكار واستحداث طلب جديد.
- ✓ مواكبة تطورات السوق، والبقاء على علم بالأفكار الجديدة واتجاهات السوق، حيث بفضل هذا الأسلوب تمكنت المؤسسات من تحسين اطلاعها على ظروف السوق، وتلبية الاحتياجات البارزة، وتحسين إلمامها بأذواق المستهلكين وأنماط حياتهم، والتكيف مع ميولهم والاستجابة بسرعة بظروف السوق واتجاهاته المتغيرة.
- ✓ اعتماد إستراتيجية متخصصة، حيث أغلب المؤسسات التي شملتها الدراسة اعتمدت إستراتيجية أساسية، تمثلت في تحديد شرائح المنتجات والأسواق المتخصصة، وقد ساهمت هذه الإستراتيجية في نجاح هذه المؤسسات في تحديد ثغرات السوق و النفاذ منها، لذلك تميل المؤسسات إلى التركيز على منافذ في سوق أو منتج متخصص يتطلب شكلا من أشكال الخبرة و التقنية، وتركيز جهودها في المحافظة على حصصها في السوق وتوسيعها.
- ✓ اعتماد التكنولوجيا الحديثة المناسبة وتحديث المعدات بغية تحسين قدرة المؤسسة على الابتكار.
- ✓ تنمية الموارد البشرية، حيث يستلزم استحداث مؤسسة مبتكرة استقطاب المهارات المناسبة من القوة العاملة، وتعزيز قدرات العاملين من خلال خطة لتنمية الموارد البشرية، وتنمية الموظفين الأكفاء داخل المؤسسة والحفاظ عليهم من خلال خطة حوافز ومكافآت.

تعزيز الثقافة الابتكارية، حيث تؤدي دورا أساسيا في تطوير قدرة المؤسسة على الابتكار، وهي تؤثر على الطريقة التي تعمل من خلالها المؤسسة، وعلى العلاقة فيما بين العاملين فيها ، و يتطلب الابتكار ذهنية تتميز بروح المبادرة، وحسن الخلق، وقدرات تنظيمية، وذهنية منفتحة على الأفكار الجديدة وثقافات أخرى، وتعزيز بيئة التعلم، وإذا أريد للقدرة الإبتكارية أن تتطور، يجب على المبدعين التمسك بالقيم والأهداف المشتركة للمؤسسة، ويجب أن تكون القيم التي تدعم القدرة الإبتكارية جزءا لا يتجزأ من نسيج ثقافة المؤسسة.¹

¹ - وزناق عبد الغني، مساهمة الإبداع التكنولوجي في تعزيز تنافسية المؤسسة الصناعية، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد صناعي 2013، ص: 187-188.

المطلب الثالث: أثر الابتكار على تحسين مردودية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

هناك علاقة جد مهمة بين المردودية والابتكار، حيث يعتبر الابتكار أحد العوامل المؤثرة على مردودية المؤسسة، ولقد تبين أن المردودية أو الربح الابتكاري يأتي من كل جوانب عمل المؤسسة أكان إنتاجيا أو ماليا أو تسويقيا أو متعلق بوظائف الإدارة، أي أن جميع نشاطات المؤسسة من الممكن أن تساهم في تحقيق الربح الابتكاري، وبصفة عامة فإن نجاح المؤسسة في زيادة كفاءتها في كل الجوانب السابقة أو في بعضها خلال الفترة الزمنية موضوع البحث، سيساهم في زيادة المردودية وتنمية الربح الابتكاري الذي تحققه المؤسسة¹، حيث يؤثر الابتكار على مردودية المؤسسة، وذلك بنجاح المنتج من خلال قدرته في الاستجابة لحاجات ورغبات المستهلكين بشكل أفضل من المنافسين، وتحقيق ما يسمى بميزة السعر الأعلى والتكلفة الأدنى وهاتين الميزتين مترابطتين كما هو موضح فيما يلي²:

1 - ميزة السعر الأعلى:

إن قيام المؤسسة بابتكار منتجات جديدة بشكل جذري أو إدخال تحسينات عليها (ابتكار التحسين) تتوافق مع ما يريده الزبون، قد ينجم عنه احتكار المؤسسة للسوق أو جزء من السوق بشكل مؤقت، وذلك بسبب عنصر الجودة الذي يتولد عن الابتكار وعنصر الموائمة المتولد عن التسويق، وبالتالي فإن الجمع بين هذين العنصرين لا يكون إلا من خلال تبني الابتكار التسويقي، كما أن درجة الاحتكار تتوقف على درجة كثافة الابتكار من جهة، وقدرت المنافسين على اللحاق بالمؤسسة سواء من خلال التقليد أو تقديم ابتكار أفضل من ابتكار الذي قدمته المؤسسة من جهة أخرى، لكن ما يجب أن نشير إليه هو أن المؤسسة ليست وحدها في السوق، هناك منافسين يراقبونها وستكون ردة فعلهم سريعة إما بتقليد منتج المؤسسة، أو قوية من خلال الوصول إلى منتج جديد أفضل من منتج المؤسسة، وفي هذه الحالة ستجد المؤسسة نفسها في دائرة المنافسة من جديد، وبالتالي فإن الأرباح المحققة تكون مؤقتة، وهنا فإن المؤسسة الابتكارية في جميع الحالات تكون، قد استغلت الفترة الزمنية في التوصل إلى منتج جديد آخر، وبالتالي تحقق ميزة السبق من جديد، كما أن المؤسسة في الفترة التي يأخذها المنافسين للاحاق بها تكون قد استفادة من ميزة تكلفة الوحدة الأقل من خلال التعلم الناتج عن قانون الخبرة وهذا يقودنا إلى الحديث عن ميزة التكلفة الأدنى.

2 - ميزة التكلفة الأدنى:

لقد رأينا أنه في ميزة السعر الأعلى أن المؤسسة يمكنها أن تحقق احتكار للسوق، ودرجة الاحتكار مرتبطة بدرجة كثافة الابتكار ومدى ملائمة للحاجات والرغبات، غير أنه في سوق المنافسة هناك بعض المنافسين الذين طورو أساليب خاصة بهم تمكنهم من تقليد المنتجات الجديدة، وبالتالي فإنهم سيقومون بتقليد منتج المؤسسة، ومن ثم اللحاق بها بسرعة مما قد يفوض قدرة المؤسسة في استرجاع استثماراتها والانتفاع بشكل مرضي بما قدمته إلى السوق، وهنا يمكن الإشارة إلى أن المؤسسة الابتكارية والتي تمكنت من الحصول على ميزة السبق يمكنها أن تستفيد مرة ثانية من هذا الابتكار لكن بشكل أحر وهو ميزة التكلفة الأدنى، ففي الفترة التي يكون المنافسون فيها يحاولون الالتحاق بالمؤسسة من خلال التقليد تكون هي قد استغلت هذه الفترة من أجل تحقيق ميزة التكلفة

¹ - مؤيد عبد الحسين الفضل، رضا صاحب أبو محمد: أساسيات اقتصاديات الأعمال، الطبعة الأولى، دار المناهج، عمان، الأردن، 2003، ص 366.

² - نجم عبود نجم، مرجع سابق، ص 91. ص 226.

الأدنى من خلال التعلم أو ما يسمى بمنحنى الخبرة الذي يخفض من تكاليف إنتاجها، وهذا ما يؤدي إلى انخفاض السعر بالنسبة إلى سعر السوق الاعتيادي.

المبحث الثالث : الأدبيات التطبيقية السابقة لموضوع الدراسة

لقد تم تناول موضوع الابتكار من الباحثين والدارسين في مجال التسيير، من خلال جوانب مختلفة، وهذا نظرا لأهميته في اتخاذ القرارات، وعليه سنحاول عرض موجز لأهم الدراسات والأبحاث ذات الصلة بموضوع الدراسة، وذلك حسب التسلسل التاريخي لها من الأحدث إلى الأقدم، وتقسيمها حسب الدراسات العربية، والدراسات الأجنبية.

المطلب الأول: الدراسات العربية

1- دراسة (فردوس محمود عباس، بعنوان: دور الإبداع التقني في تحسين جودة المنتج) مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة العدد السابع والثلاثون 2013، ، هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر الإبداع التقني بوصفه متغير مستقل والمتمثل بتقديم منتج جديد، تحسين منتج حالي أو قديم، تصميم عملية إنتاجية جديدة، تحسين عملية إنتاجية قائمة (والجودة بوصفها متغير معتمد في الشركة المبحوثة، وقد تم جمع البيانات باعتماد استبانة صممت لهذا الغرض، ووزعت على (25) مديرا ذوي الاختصاص في الإدارات العليا، والوسطى، والتشغيلية.

توصل البحث ومن خلال استخدام الأساليب الإحصائية في تحليل استجابات عينة البحث إلى جملة من الاستنتاجات كان من أبرزها ضرورة اعتماد الإبداع التقني في إنتاج، وتحسين المنتجات القائمة، والجديدة مع توفير الدعم الكبير، والمستمر لمشاريع البحث والتطوير كونها القناة الرئيسية للإبداع التقني، وقد برهنت النتائج بشكل عام صحة العلاقة والتأثير المتوقع بين الإبداع التقني وتحسين جودة المنتج في الشركة العامة لصناعة الزيوت النباتية.

2- دراسة (بويعة عبد الوهاب، بعنوان: دور الابتكار في دعم الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية) ماجستير في علوم التسيير 2011.2012، حيث هدفت الدراسة إلى إبراز دور الابتكار كخيار استراتيجي فعال بالنسبة للمؤسسة الاقتصادية خاصة في تنمية مزاياها التنافسية، وكذا في نشر ثقافة الابتكار بين المؤسسات الاقتصادية، تم الاعتماد على استمارة الاستبيان كأداة من أدوات جمع المعلومات ثم إخضاعها للتحليل الإحصائي.

عرض نتائج الدراسة:

- 1- إن الابتكار يمكن تحقيقه من خلال توفير مجموعة من المتطلبات، ويمكن لأي مؤسسة أن توفر هذه المتطلبات إذا أرادت ذلك؛
- 2- إن الابتكار في الغالب لا يتطلب تكنولوجيا جديدة لتحقيقه بقدر ما يتطلب أفكار جديدة أو غير مألوفة؛
- 3- إن الابتكار يحقق ميزة تنافسية للمؤسسة وفيما يتعلق بكونها مستدامة أو مؤقتة فإن ذلك يبقى بحسب درجة كثافة الابتكار؛
- 4- إن المنتج المبتكر (الجديد (ليس بالضرورة أن يكون منتج معقد ناتج عن ابتكار تكنولوجي، وإنما يكون منتجا بسيطا لكن وراءه فكرة مبتكرة أو غير مألوفة؛

5- إن الابتكار أصبح أهم وسيلة في يد المؤسسة من أجل البقاء في بيئة دائمة التغير، حيث المشكلة لا تكمن في كيفية خلق العميل وإنما في كيفية المحافظة عليه في ظل الظروف المتغيرة، حيث يلعب الابتكار دور مهم في حل هذه المشكلة من خلال البحث عن الفرص، وتحويل التهديدات إلى فرص جديدة، واكتشافه لحاجات كامنة، وإيجاد استخدامات جديدة للمنتج الحالي.

3-دراسة (مرزوقي مرزوقي، بعنوان: دور الابتكار في تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة)، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية 2008، 2007، يكتسي موضوع البحث في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أهمية بالغة خاصة في تحديد توجهات المؤسسات الصناعية، فقد أصبح الإبداع وخاصة التكنولوجيا منه، احد أهم عوامل خلق الميزة التنافسية، وضمان البقاء في السوق، وكذا في نشر ثقافة الابتكار بين المؤسسات الاقتصادية، تم الاعتماد على استمارة الاستبيان كأداة من أدوات جمع المعلومات ثم إخضاعها للتحليل الإحصائي.

عرض نتائج الدراسة:

- إمكانية ممارسة وظيفة البحث والتطوير من طرف المؤسسات المتوسطة، عن طريق اتفاقيات التعاون، وتشجيع المبادرات الفردية في المؤسسات الصغيرة والصغيرة، من اجل القيام بعملية التحسين والتطوير؛
- الإبداع التكنولوجي ليس المحدد الأساسي للقدرة التنافسية لأنه يوجد في كثير من المؤسسات التي تملك تكنولوجيا عالية إلا انه ليس لها قدرة تنافسية بحجم تكنولوجيتها؛
- الإبداع التنظيمي هو الضامن الأكبر لنجاح واستمرار الإبداع التكنولوجي، سواء مرحلة الإنتاج أو التسويق، وهو ما يعطينا فكرة عن أهمية الإبداع والإداري، والإبداع في مجال تسير الموارد البشرية وهي عناصر الإبداع التنظيمي؛
- نظام اليقظة التكنولوجية قد يشكل عبا ماليا على المؤسسة، لكنه يعمل على الحفاظ على زيادة التكنولوجيا في المؤسسة، ومن ثم تنافسيا؛
- لا يمكن للمؤسسة الصغيرة والمتوسطة انتهاز أي إستراتيجية تكنولوجية، خاصة في ظل وجود مؤسسات كبيرة منافسة في السوق، وبالتالي يجب اختيار الإستراتيجية التي تتوافق مع خصوصياتها من جهة، وإمكانيتها من جهة أخرى؛

المطلب الثاني: الدراسات الأجنبية

1-دراسة (Pang And Qu, 2010) بعنوان: "تنفيذ الابتكار التسويقي - دراسة حالة شركة الأدوية الصينية"، حيث هدفت الدراسة إلى تعميق المعرفة حول الابتكار التسويقي، وخاصة تنفيذه وتطبيقه، وإعطاء اقتراح حول كيفية تحسينه، وقد تم جمع بيانات الدراسة بالاعتماد المقابلة بتوزيع أسئلتها عن طريق الانترنت باستخدام (Skype,MSN,e-mail)، واستبيان مكون من 40 سؤالاً، حيث تم توزيع 20 نسخة منه على موظفي شركة الأدوية الصينية (YiBai)، وقد توصلت هذه الدراسة إلى أن هناك نقص في نظريات الابتكار سواء بالنسبة للابتكار التسويقي بصفة عامة أو بالنسبة لتنفيذ الابتكار التسويقي بصفة خاصة، وذلك في ما يخص حالة الصين، حيث أن معظم نظريات الابتكار في الصين تنقل من الدول الغربية، إلا أن هناك نقص في النظريات الملائمة لتوجيه عملية التطبيق، والتي تركز على جعل المدراء يعتمدون بشكل كبير على الخبرة في مشاريع الابتكار التسويقي، كما توصلت الدراسة إلى أنه عندما يتم تنفيذ الابتكار التسويقي فإن على الشركات التركيز الكبير على المحيط الخارجي،

وأن التكنولوجيا تمثل عنصرا مهما في الابتكار التسويقي، كما توصل إلى العناصر الرئيسية للإبتكار التسويقي والتي من بينها قنوات التسويق، والتي تبين في هذه الدراسة أنه لم يتم دعمها والتركيز عليها من قبل، ولأجل تحسين الابتكار التسويقي تم اقتراح التركيز على الاستفادة من التجارب في مشاريع الابتكار، وتحفيز المدراء للاعتماد على المدراء للاعتماد على الخبرات والتجارب وليس على النظريات من أجل تطوير النظريات الملائمة لحالة الصين والتي يمكن استخدامها كموجه لتنفيذ مشاريع الابتكار التسويقي.

2- دراسة (Efi,2009) بعنوان: "قياس الابتكار التسويقي"، هدفت الدراسة إلى تعريف الابتكار التسويقي باعتباره شكلا منفصلا عن الابتكار واقتراح مقارنة لقياسه، من خلال المقارنة بين المداخل المختلفة لقياس الابتكار، حيث قدمت هذه الدراسة مجموعة من المؤشرات المقترحة لقياس الابتكار التسويقي، تمثلت في مجموعة من الأبعاد المقترحة، وهي المدخلات (الموارد البشرية، الدعم والتمويل، قوى الشراء)، الإنتاجية (الملكية الفكرية)، أنشطة الابتكار الأخرى (التعاون مع الشركات و عدة جهات فاعلة (الموردون، الزبائن والمنافسين) شراء الترتيبات التنظيمية الجديدة للمعرفة)، المخرجات (المبتكرون التسويقيون، آثار الابتكار التسويقي)، حيث أن آثار الابتكار التسويقي تشمل تصميم المنتج وترويجه، توزيعه وتسعيه، وعلى أساسها تم بناء استبيان الدراسة، الذي على أساس فقراته تم جمع البيانات من المصدر CIS4، من خلال قاعدة بيانات Eurostat، وبالاعتماد على تصنيف NACE، تم تصنيف البيانات على أساس قطاعي الصناعة والخدمات، كما تم جمعها من 25 دولة من الدول الأعضاء في الاتحاد الأوروبي بالإضافة إلى أيسلندا، النرويج، بلغاريا ورومانيا، ومن المؤسسات سواء المطبقة للإبتكار التكنولوجي بما أنه قادر على إنتاج قيمة ما فإن قياسه يمثل جزءا ضروريا من إدارة التسويق، ومع ذلك فإن حقيقة الابتكار التسويقي هو أنه مفهوم جديد سواء بالنسبة للمنظرين أو المطبقين له، هذا ويشير قياس الابتكار التسويقي إلى اتجاهين لمزيد من التحسين هما: الفهم الأفضل لأنواع الابتكار التسويقي حتى يمكن التمييز بينها، إنشاء البيانات التاريخية الموثوق بها.

3-دراسة Cécile Patris ، بعنوان:

L’Innovation technologique au service de développement durable Gérard Valenduc,

Françoise Warrant 2001.

بطرس سيسيل بعنوان: (الابتكار التكنولوجي في خدمة التنمية المستدامة)، جيرار فالندوك، فرانسواز أمر سنة 2001.

وقد أجريت الدراسة على مجموعة من المؤسسات البلجيكية، كما هدفت إلى أربعة نقاط أساسية هي:

أ-دراسة الدور المتناقض للإبداع التكنولوجي، وتحليله على حد سواء باعتباره من أسباب التنمية غير المستدامة، وكمفتاح لنمط من أنماط الإنتاج المتوافقة مع التنمية المستدامة.

ب- وصف تكنولوجيات وعمليات الإبداع الملائمة للتنمية المستدامة، مع الأخذ في الاعتبار ليس فقط الجوانب البيئية ولكن جوانب أخرى للتنمية المستدامة.

ج- دراسة الجوانب الاجتماعية والاقتصادية لهذه التكنولوجيات وعمليات الإبداع الملائمة للتنمية المستدامة وتعزيزها من خلال دراسات ميدانية.

د- وضع الإبداع مع الأدوات الأخرى في خدمة التنمية المستدامة.

وقد أظهرت نتائج الدراسة أن الإبداع التكنولوجي الملائم للتنمية المستدامة هو تحد معقد، لأن مفاهيم الإبداع والتنمية المستدامة على حد سواء يكون لها طابع متعدد الأبعاد، لهذا حاول هذا التقرير البحث عن جميع الأبعاد، وتحديد تلك التي تبدو الأكثر أهمية.

المطلب الثالث: موقع الدراسة الحالية من الدراسات السابقة

ومن خلال استعراض الدراسات السابقة المتعلقة بأثر الابتكار على المردودية يلاحظ ما يأتي:

1- عدم توافر دراسات سابقة تناولت موضوع الابتكار على المردودية معاً، وهذا ما تختلف به هذه الدراسة عن الدراسات السابقة.

تختلف الدراسات السابقة فيما بينها من حيث الأبعاد والمتغيرات التي تم التركيز عليها من جانب كل دراسة، مما يجعل الباب مفتوحاً لأي باحث لسد هذه الثغرة البحثية، والإسهام في إثراء الجانب المعرفي أو التطبيقي في موضوع أثر الابتكار على المردودية، كما أن ذلك التنوع أو الاختلاف يثري المعرفة في جوانب الموضوع، مما أتاح الفرصة للباحث في اختيار أكثر المتغيرات مناسبة لمشكلة الدراسة، كما كان للدراسات السابقة فائدة كبيرة في مساعدة الباحث في تكوين تصور شامل لموضوع الدراسة الأمر الذي أسهم في صياغة مشكلة الدراسة وفرضياتها.

الجدول رقم (1-2) يوضح أوجه التشابه الاختلاف بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية

اسم الدراسة	أوجه الشبه	أوجه الاختلاف
دراسة (فردوس محمود عباس، بعنوان: دور الإبداع التقني في تحسين جودة المنتج)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ من حيث الهدف: تشترك الدراستين من حيث التحسين أو التجديد؛ ✓ استخدمت أداة الاستبيان . 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ الدراسة الحالية تحسن مردودية المؤسسة؛ ✓ الدراسة السابقة تحسن المنتجات القائمة وتحسين الجودة المنتج.
دراسة (بويعة عبد الوهاب، بعنوان: دور الابتكار في دعم الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ تشترك مع الدراسة الحالية في دراسة الابتكار؛ ✓ كلا الدراستين كانتا في نفس البيئة (البيئة الداخلية)؛ ✓ الدراسة الحالية كانت العينة من مؤسسة واحدة؛ ✓ استخدمت أداة الاستبيان. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ الدراسة الحالية درست الابتكار و المردودية والسابقة درست الابتكار و الميزة التنافسية؛ ✓ الاختلاف في دراسة حالة محل الدراسة

<p>✓ الدراسة الحالية درست تأثير الابتكار على المردودية ؛ الدراسة السابقة على دور الابتكار في تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة) .</p>	<p>✓ تشترك الدراستين في مدى تأثير الابتكار؛ كلا الدراستين كانتا في نفس البيئة(البيئة الداخلية)؛ ✓ استخدمت أداة الاستبيان .</p>	<p>3-دراسة (مرزوقي مرزوقي، بعنوان: دور الابتكار في تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة)</p>
<p>✓ تهدف الدراسة الحالية لمعرفة تأثير الابتكار على المردودية ؛ ✓ تهدف الدراسة الحالية لمعرفة تأثير الابتكار التكنولوجي.</p>	<p>✓ تشترك الدراستين في بُعد الابتكار ✓ استخدمت أداة الاستبيان.</p>	<p>بطرس سيسيل بعنوان:) الابتكار التكنولوجي في خدمة التنمية المستدامة)</p>
<p>✓ تناولت الدراسة الحالية دراسة حالة في الجزائر، و الابتكار بصفة عامة. ✓ تناولت الدراسة الحالية دراسة حالة في الصين، والابتكار التسويقي.</p>	<p>✓ استخدمت أداة الاستبيان</p>	<p>دراسة (Pang And Qu,2010) بعنوان: " تنفيذ الابتكار التسويقي - دراسة حالة شركة الأدوية الصينية".</p>
<p>✓ تناولت الدراسة الحالية الابتكار بصفة عامة؛ ✓ تناولت الدراسة الحالية والابتكار التسويقي.</p>	<p>✓ تشترك الدراستين في متغير الابتكار ✓ استخدمت أداة الاستبيان</p>	<p>دراسة (Efi,2009) بعنوان: " قياس الابتكار التسويقي"،</p>

✓ أهم ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة: تعد هذه الدراسة الأولى الدراسات في البيئة المحلي على حد علم الباحث التي تناول أثر الابتكار على مردودية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وطبيعتها، في المؤسسة محل الدراسة باعتبار أنه لا توجد دراسة سابقة في المجال نفسه، لذا تأتي هذه الدراسة استكمالاً لجهود الباحثين في هذا المجال، ولسد النقص في هذا الحقل الدراسي إذ حاولت الربط الابتكار والمردودية، لهذا تعد من الدراسات النادرة في هذا المجال، فقد كانت الدراسة الوحيدة بحسب علم الباحث التي ستربط بين الابتكار والمردودية لدى المؤسسات، وهذا ما يميزها عن سابقاتها من الدراسات.

خلاصة الفصل:

بعد التطرق لمختلف المفاهيم الأساسية للإبتكار يمكن القول أن الإبتكار يعني التوصل إلى ذلك الجديد الذي يمكن أن يكون فكرة، منتج، عملية أو حتى مؤسسة، ولا يشترط أن يكون هذا الجديد جديدا تماما لنقول عنه ابتكارا، فأى تغيير على الحالة القائمة حتى، وإن كان صغيرا فإنه يعتبر ابتكارا.

إن للإبتكار عدة أشكال وأنواع مما يتيح للمؤسسات المبتكرة تميزا حسب كل شكل أو نوع، إلا أنها لا يجب أن تقتيد نوع واحد أو تفضل نوع معين عن آخر، بل إن كل شكل أو نوع من الإبتكار يكمل شكلا آخر، أو يؤدي إليه ، لهذا لا بد من تامين سيورة الإبتكار بالانتقال من مستوى التحسينات البسيطة إلى الإبتكارات الجذرية من أجل فرض قواعد اللعبة التنافسية في الأسواق.

يعتبر الإبتكار نشاطا معقدا تتداخل في تكوينه مجموعة من العوامل التي تعمل على تحفيزه أو تثبيطه في بعض الأحيان، حيث تنقسم إلى ثلاث مجموعات من العوامل المترابطة وذات التأثير المتبادل، وهي مجموعة الخصائص الشخصية على مستوى الفرد المبتكر ومجموعة الخصائص التنظيمية في المؤسسة ومجموعة عوامل البيئة العامة في المجتمع.

الفصل الثاني:

دراسة حالة المؤسسة الصحية الضياء

تمهيد:

إن جمع المعلومات الإحصائية يتم بطرق مختلفة، وذلك حسب الهدف من الدراسة ، وأسلوب التحليل المتبع، وبقدر ما تكون المعلومات الإحصائية التي نحصل عليها دقيقة، كاملة وممثلة للمجتمع المدروس بقدر ما تكون النتائج المتوصل إليها والمتوقعة صحيحة ، وذات دلالة علمية، ويعد جمع المعلومات بواسطة الاستبيان من الطرق المباشرة للجمع، حيث نتحصل من خلالها على معلومات من مصادرها الأولية.

يهدف الاستبيان الموزع على المؤسسة الصحية الضياء إلى التعرف على مدى مساهمة الابتكار في زيادة مردودية المؤسسة الصحية الضياء وذلك من خلال إجابات أفراد عينة الدراسة ويتناول هذا الفصل:

المبحث الأول: منهجية الدراسة الميدانية.

المبحث الثاني: نتائج الدراسة واختبار الفرضيات.

المبحث الأول: منهجية الدراسة الميدانية

يتناول هذا المبحث توضيحا لنموذج الدراسة الذي سوف يتم تطبيقه، وكذلك تحديد مجتمع وعينة الدراسة، ثم عرض كيفية بناء أداة الدراسة والتأكد من صدقها، والكيفية التي طبقت بها .

المطلب الأول: الطريقة المستخدمة في الدراسة الميدانية

سنتعرف في هذا المطلب التعرف على منهج الدراسة المستخدم ومجتمع الدراسة.

الفرع الأول : مجتمع الدراسة واختيار العينة

يتمثل مجتمع الدراسة من موظفي المؤسسة الصحية الضياء بورقلة، ونظرا لضيق الوقت قمنا بالتوزيع المباشر الاستمارات على هذه المؤسسة حيث تم توزيع الاستبيان على العينة، وقد قدر عدد الاستبيانات الموزعة 33 استبيان على الموظفين، وتم استرجاعهم بصفة كلية وأثناء المعالجة الأولية للاستبيانات المسترجعة تبين لنا بأنها صالحة للتحليل والمعالجة، وعليه فإن نسبة الاستجابة تقدر (100) % الاستبيانات المقبولة لإجراء الدراسة والتحليل.

الفرع الثاني: نموذج ومتغيرات الدراسة

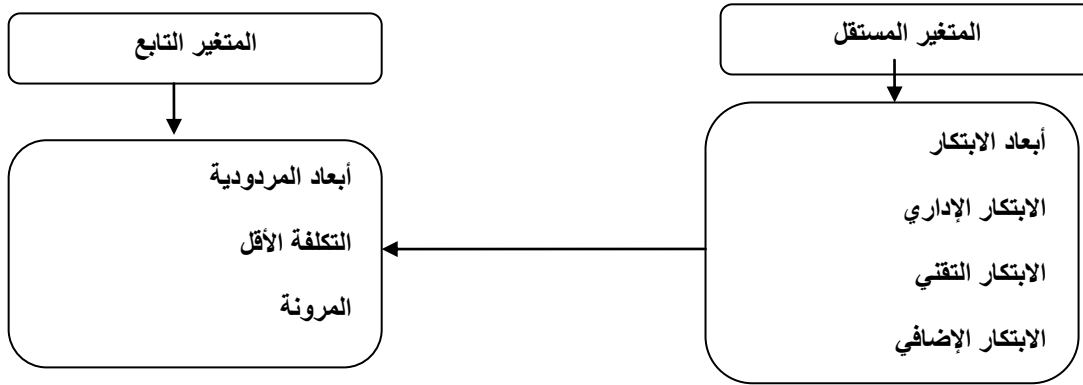
يتكون نموذج الدراسة من متغيرين اثنين، متغير مستقل الابتكار ومتغير تابع المردودية، و الذي يساند الافتراض كون أن الابتكار له علاقة وتأثير على المردودية، العلاقة الظاهرة في هذه الدراسة تنعكس في كون أن: الابتكار تأثير المردودية ويمكن تمثيل نموذج الدراسة بالمعادلة التالية:

$$(Y) = f (X)$$

متغير تابع (Y): المردودية

متغير مستقل (X): الابتكار

الشكل رقم: (1-2) يوضح نموذج متغيرات الدراسة.



من إعداد الطالب

الفرع الثالث: تلخيص معطيات الدراسة

لتلخيص البيانات المعطيات المجمعة بالاعتماد على مقياس ليكرت الخماسي، وبالاعتماد على حساب التكرارات النسبية والنسب المئوية، والمتوسطات الحسابية المرجحة، والانحرافات المعيارية.

المطلب الثاني: الأدوات المستعملة في الدراسة الميدانية

الفرع الأول: أداة الدراسة

لتأكد من فرضيات البحث تم القيام بالاعتماد على الاستبيان كأداة لجمع البيانات والمعلومات المتعلقة بالدراسة حيث اشتمل الاستبيان على 26 سؤالاً موجه لأفراد العينة والذي تم تقسيمه إلى ثلاثة أجزاء وهي:

الجزء الأول: ويتكون من تسعة عشرة سؤال متعلق الابتكار لقياس الابتكار في العيادة الصحية من وجهة نظر الموظفين وفق سلم ليكرت (موافق تماماً، موافق، محايد، غير موافق، غير موافق تماماً). ويقوم الموظف بمألاً الاستمارة من على الخانة المناسبة خلال وضع العلامة، وينقسم هذا الجزء إلى ثلاثة أبعاد وهي:

الابتكار الإداري: وتتكون من ثمانية عبارات حيث من 1 إلى غاية 8 تشير لبعدها الابتكار الإداري؛

الابتكار التقني: وتتكون من خمسة عبارات حيث من 9 إلى غاية 13 تشير لبعدها الابتكار التقني؛

الابتكار الإضافي: وتتكون من ستة عبارات حيث من 14 إلى غاية 19 تشير لبعدها الابتكار الإضافي.

الجزء الثاني: خصصناه لدراسة المردودية ويتكون من سبعة أسئلة، وينقسم هذا الجزء إلى بعدين هما:

التكلفة الأقل: وتتكون من أربعة عبارات حيث من 20 إلى غاية 23 تشير لبعدها التكلفة الأقل؛

المرونة: وتتكون من ثلاثة عبارات حيث من 24 إلى غاية 26 تشير لبعدها المرونة.

الجزء الثالث: يتمثل في البيانات الشخصية للموظفين (الجنس، السن، الوظيفة، المستوى التعليمي، سنوات الخدمة).

وكان استخدام سلم ليكرت على الشكل التالي :

الجدول رقم (2-1) يوضح درجات الموافقة حسب مقياس ليكرت الخماسي.

موافق تماماً	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق تماماً
5	4	3	2	1

المصدر من إعداد الطالب

الجدول رقم (2-2) يوضح طريقة توزيع متوسطات حسب جدول ليكرت الخماسي

المتوسط المرجح	1 إلى 1.79	1.80 إلى 2.59	2.60 إلى 3.39	3.40 إلى 4.19	4.20 إلى 5
الاتجاه	غير موافق تماماً	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماماً

المصدر من إعداد الطالب

الفرع الثاني: ثبات أداة الدراسة

تم عرض الاستبيان على ثلاث أساتذة محكمين مختصين للتحقق من مدى وضوح عباراتها، وقد أجرى المحكمين ملاحظات مختلفة، وتم أخذها بعين الاعتبار ولاختبار أداة القياس تم استخدام معامل المصدقية ألفا كرونباخ لقياس درجة مصداقية الإجابات على الفقرات الاستبيان حيث يعتمد هذا المعامل على قياس مدى الثبات الداخلي للفقرات الاستبيان ولقدرته على إعطاء نتائج متوافقة مع ردود المستجوبين تجاه فقرات الاستبيان حيث تم حساب معامل الصدق و الثبات ألفا كرونباخ

1- إجمالي معامل الصدق والثبات لمحاور الاستبيان

الجدول رقم(2-3) : يبين معامل ألفا كرونباخ إجمالي معامل الصدق والثبات لمحاور الاستبيان.

المجال	معامل ألفا كرونباخ	الصدق
26	0.831	0.911

المصدر: من إعداد الطالب بناء على تحليل بيانات الاستبيان

يوضح الجدول نتائج معامل الارتباط ألفا كرونباخ بأبعاد الابتكار وأبعاد المردودية، حيث يوضح درجة الاتساق الداخلي بين محتويات الجزء الأول والجزء الثاني، حيث بلغ في الثبات 0,831، في حين بلغت درجت الصدق 0,911 ، وهي مرتفعة وموجبة وهو ما يدل على مصداقية الاستبيان.

2- صدق وثبات محور الابتكار

الجدول رقم(2-4) : ثبات وصدق محور الابتكار

محور الابتكار	ألفا كرونباخ ثبات	الصدق
الإجمالي	0.669	0.81

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على تحليل بيانات الإستبيان

من خلال جدول محور الابتكار يتضح لنا أن معامل ألفا كرونباخ بلغت قيمته (0.669) كلها قيم مرتفعة، نوعا ما وأعلى نسبة هي الابتكار التقني، ويمكن القول أن هناك مصداقية في الإجابات، مما يشير أن فقرات الاستبيان تتمتع بالاتساق الداخلي، ومن الممكن إجراء الدراسة وتعميم نتائجها على جميع مجتمع الدراسة.

3- ثبات وصدق محور المردودية

جدول رقم(2-5) : ثبات وصدق محور المردودية

محور المردودية	ألفا كرونباخ ثبات	الصدق
الإجمالي	0.879	0.89

المصدر : من إعداد الطالب بناء على تحليل بيانات الاستبيان

من خلال الجدول محور أبعاد المردودية، يتضح لنا أن معامل ألفا كرونباخ بلغت قيمته (0.879) ، وبذلك يعني أن فقرات الاستبيان تتمتع بالاتساق الداخلي جيد وموجب، وهو ما يدل على مصداقية الاستبيان ومن الممكن إجراء الدراسة.

المطلب الثالث : الأدوات والبرامج الإحصائية المستخدمة الدراسة

- لتحليل نتائج الاستبيان فقد تم الاستعانة ببرنامج الحزمة الإحصائية ال: spss 20 لتفريغ وترميز الإجابات والتحليل الإحصائي للبيانات ومن خلاله اعتمدنا على الأساليب الإحصائية التالية:
- معامل الثبات ألفا لقياس درجة مصداقية الإجابات على فقرات الاستبيان؛
 - المتوسط الحسابي والانحراف المعياري بهدف الكشف على اتجاه أفراد العينة تجاه أسئلة الدراسة؛
 - معامل الارتباط بيرسون للكشف العلاقة بين المتغيرات؛
 - الانحدار الخطي البسيط لمعرفة تأثير أبعاد المتغير المستقل في أبعاد المتغير التابع؛
 - اختبار (T-TEST) لمعرفة ما إذا كان هناك فروقات ذات دلالة إحصائية بين متغيرات الظاهرة المدروسة
 - اختبار تحليل التباين (ANOVA)، لقياس فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديمغرافية.

المبحث الثاني : نتائج الدراسة واختبار الفرضيات

سنقوم في هذا المبحث بالتطرق إلى نتائج الدراسة وتفسير النتائج وفقا للفرضيات الموضحة، حيث يتم دراسة خصائص العينة من حيث البيانات الأولية، إلى جانب إجابات العينة على العبارات التي تضمنها الاستبيان، للوصول أخيرا إلى اختبار الفرضيات.

المطلب الأول: عرض نتائج الدراسة

الفرع الأول: النتائج المتعلقة بالخصائص الديمغرافية للعينة

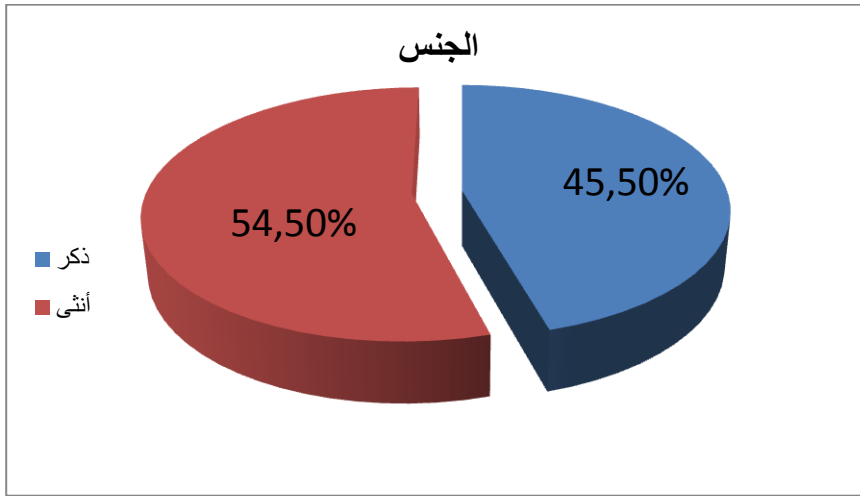
1- فئات العينة حسب الجنس

الجدول (2-6) توزيع العينة حسب الجنس

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	15	%45.5
أنثى	18	%54.5
المجموع	33	%100

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على نتائج spss

الشكل (2-2) توزيع العينة حسب الجنس



المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على نتائج spss

نلاحظ من الجدول (2-6)، ومن الشكل (2-1) أعلاه أن (54.5%) من عينة الدراسة من الإناث، وأن (45.5%) من عينة الدراسة من الذكور، ونلاحظ أن نسبة الإناث أكثر من نسبة الذكور، ويعود إلى أساس النشاط في القطاع الصحي.

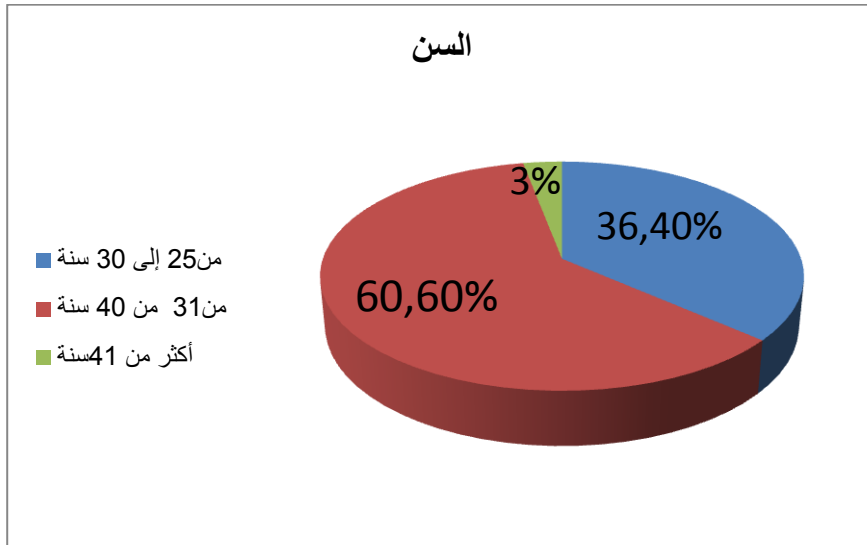
2- فئات العينة حسب السن:

الجدول (2-7) عينة الدراسة حسب متغير السن

السن	التكرار	النسبة
من 25 إلى 30 سنة	12	36.4%
من 31 من 40 سنة	20	60.6%
أكثر من 41 سنة	1	3%
المجموع	33	100%

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على نتائج spss

الشكل (2-3) توزيع العينة حسب السن



المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على نتائج spss

من خلال الجدول رقم (2-7) ، والشكل رقم (2-2) نلاحظ أن الفئة العمرية الأكثر تعاملًا مع العيادة هي الفئة التي تتراوح أعمارهم ما بين 31 و 40 سنة بنسبة (60.6%) ، ثم تليها الفئة العمرية التي يتراوح أعمارهم من 25 إلى 30 سنة بنسبة (36.4%) ، ثم تأتي في المرتبة الثالثة الفئة العمرية التي يتراوح أعمارهم أكثر من 41 سنة، بنسبة 3% ، يعني وجود فئة شبابية معتبرة تعمل في العيادة .

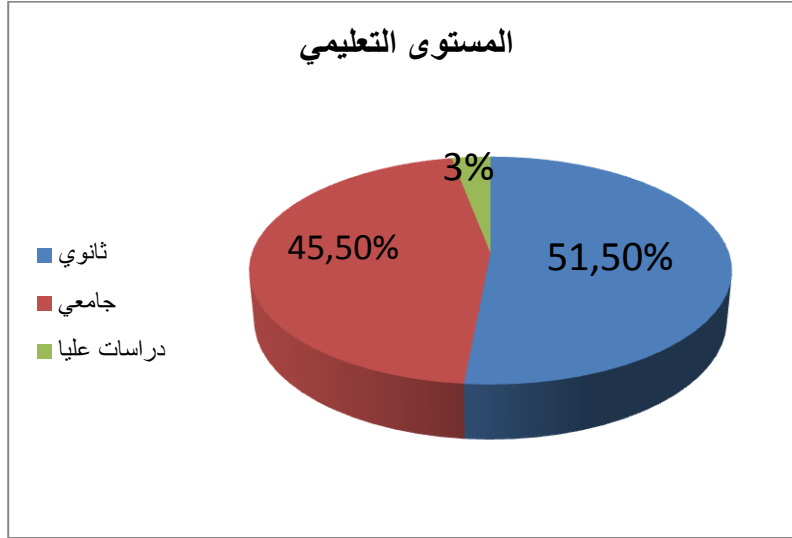
3- فئات العينة حسب المستوى التعليمي:

الجدول (2-8) عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي

النسبة	التكرار	المستوى التعليمي
51.5%	17	ثانوي
45.5%	15	جامعي
3%	1	دراسات عليا
100%	33	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على نتائج spss

الشكل (2-4) توزيع العينة حسب المستوى التعليمي



المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على نتائج spss

نلاحظ من الجدول رقم (2-8)، والشكل رقم (2-3) أعلاه أن المستوى التعليمي السائد هو الثانوي بنسبة 51.5% أي ما يعادل 17 فردا، ويليه المستوى الجامعي بنسبة 45.5% أي ما يعادل 15 أفراد، ويأتي أخيراً مستوى دراسات عليا بنسبة 20% أي ما يعادل فرد واحد، ويفسر على ازدياد في التحصيل العلمي.

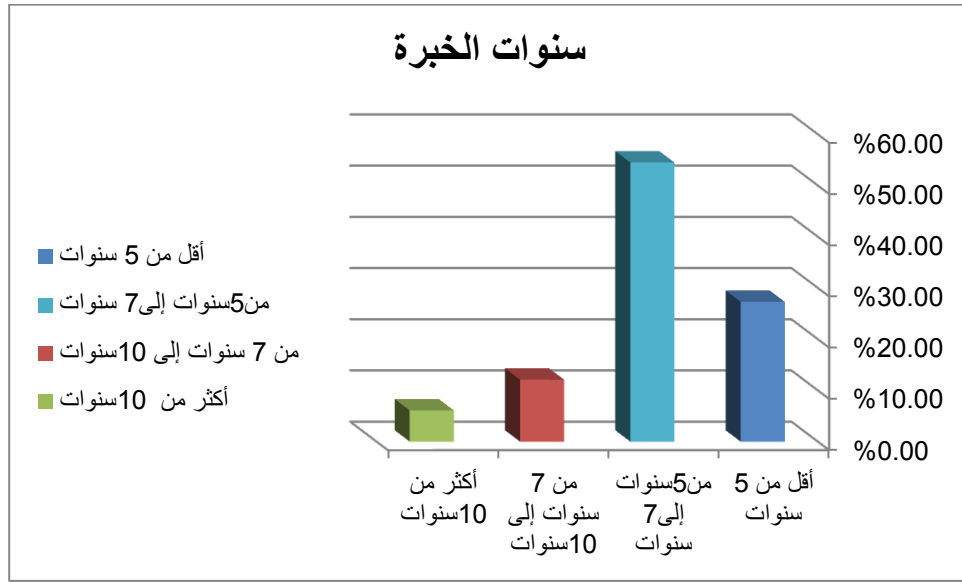
4- فئات العينة حسب الخبرة:

الجدول (2-9) عينة الدراسة حسب متغير سنوات الخبرة

النسبة	التكرار	سنوات الخبرة
27.3%	9	أقل من 5 سنوات
54.5%	18	من 5 سنوات إلى 7 سنوات
12.1%	4	من 7 سنوات إلى 10 سنوات
6.1%	2	أكثر من 10 سنوات
100%	33	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على نتائج spss

الشكل (2-5) توزيع العينة حسب الخبرة



المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على نتائج spss

من خلال الجدول رقم (2-9) و الشكل البياني رقم (2-4) أن نسبة 54,5% بتعداد 18 فرد كانت للفئة من 5 إلى 7 سنوات، حيث تعد الأكثر، لتأتي بعدها نسبة 27.3% بتعداد 9 أفراد كانت للفئة أقل من 5 سنوات، ثم تأتي بعدها نسبة 12.1% بتعداد 4 أفراد للفئة من 7 سنوات إلى 10 سنوات، وأخيرا الفئة أكثر من 10 سنوات بنسبة 6.1% بتعداد فردين، ومنه تتوافق إلى حد كبير مع أعمار أفراد العينة.

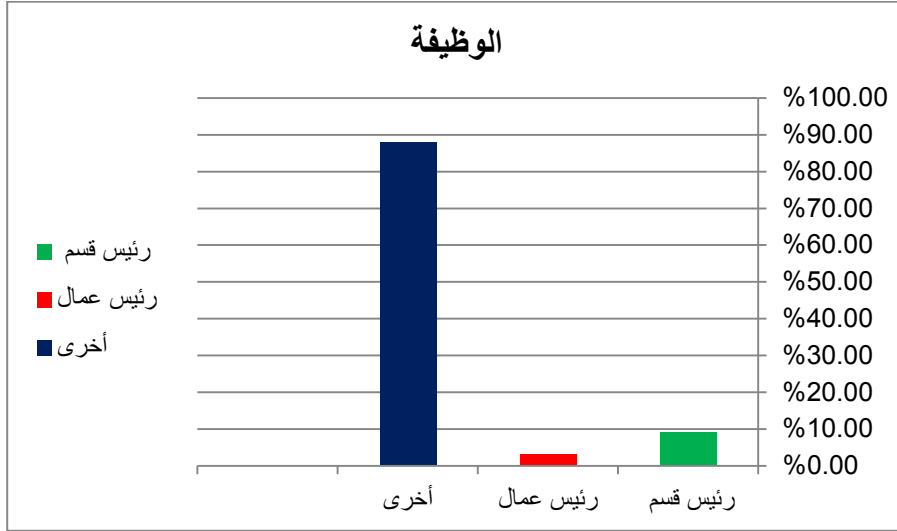
5- فئات العينة حسب الوظيفة:

الجدول (2-10) عينة الدراسة حسب متغير الوظيفة

الوظيفة	التكرار	النسبة
رئيس قسم	3	9.1%
رئيس عمال	1	3%
أخرى	29	87.9%
المجموع	33	100%

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على نتائج spss

الشكل(2-6) توزيع العينة حسب الوظيفة



المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على نتائج spss

من خلال الجدول رقم(2-10)، والشكل البياني رقم (2-5) أن نسبة 87.9 % بتعداد 29 فرد كانت للفئة الأخرى حيث تعد الأكثر، لتأتي بعدها نسبة 9.1% بتعداد 3 أفراد كانت للفئة رئيس قسم، وأخيرا الفئة رئيس عمال بنسبة 3% بتعداد فرد واحد، يعني أن أفراد العينة أغلبيتهم تتمثل في وظائف أخرى.

الفرع الثاني : عرض نتائج اختبار الفرضيات

أولا: اتجاه آراء أفراد العينة حول متغيرات الدراسة

نقوم هنا بحساب المتوسطات والغرض من حساب هذه المتوسطات، هو معرفة توجهات المستجوبين لمعرفة هل هناك تطبيق لأبعاد الابتكار في عيادة الضياء لعينة الدراسة.

1- اتجاه آراء أفراد العينة فيما يخص بُعد الابتكار الإداري

الجدول(2-11) توجهات أفراد العينة نحو الابتكار الإداري

العبارات	المقياس	موافق تماما	موافق	محايد	غير الموافق	غير الموافق تماما	المتوسط المرجح	الانحراف المعياري	الاتجاه
العبارة 1	النسبة	9.1%	84.8%	6.1%	0	0	3.96	0.39	موافق
العبارة 2	النسبة	0	90.9%	9.1%	0	0	3.90	0.29	موافق
العبارة 3	النسبة	12.1%	72.7%	15.2%	0	0	3.96	0.52	موافق
العبارة 4	النسبة	6.1%	66.7%	24.2%	3%	0	3.75	0.61	موافق
العبارة 5	النسبة	6.1%	30.3%	57.6%	6.1%	0	3.36	0.69	محايد
العبارة 6	النسبة	6.1%	66.7%	27.3%	0	0	3.78	0.54	موافق

العبارة 7	النسبة	%12.1	%66.7	%18.2	%3	0	3.87	0.64	موافق	
العبارة 8	النسبة	%9.1	%81.8	%9.1	0	0	4	0.55	موافق	
المجموع	إجمالي بُعد الابتكار الإداري								0.31	3.98

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على نتائج spss

يتبين من الجدول (2-11) أن المتوسطات الحسابية لأغلبية العبارات تفوق المتوسط الحسابي النظري لبعد الابتكار الإداري حيث المتوسط حسابي إجمالي قدر ب(3.98)، وبانحراف معياري(0.31) حيث العبارات (8 و 1 و 3) بمتوسط حسابي يقدر ب (4؛3.96؛3.96)، وبانحراف معياري قدر ب (0.55؛0.39؛0.52) على التوالي، ثم تليها العبارات (2 و 7 و 6) بمتوسط حسابي يقدر ب(3.90؛3.87؛3.78) وبانحراف معياري(0.29؛0.64؛0.54) على التوالي، أما العبارتين المتبقيتين (4 و 5) بمتوسط حسابي يقدر(3.75؛3.36) وبانحراف معياري(0.61؛0.96)، وكانت كل العبارات على نحو اتجاه موافق باستثناء العبارة 5.

2- اتجاه آراء أفراد العينة فيما يخص بُعد الابتكار التقني

الجدول(2-12) توجهات أفراد العينة نحو الابتكار التقني

العبارات	المقياس	موافق تماما	موافق	محايد	غير الموافق	غير الموافق تماما	المتوسط المرجح	الانحراف المعياري	الاتجاه	
العبارة 1	النسبة	%9.1	%81.8	%9.1	0	0	4	0.43	موافق	
العبارة 2	النسبة	%9.1	%81.8	%9.1	0	0	4	0.43	موافق	
العبارة 3	النسبة	%9.1	%81.8	%9.1	0	0	4	0.43	موافق	
العبارة 4	النسبة	%12.1	%63.6	%24.2	0	0	3.87	0.59	موافق	
العبارة 5	النسبة	%12.1	%60.6	%24.2	%3	0	3.81	0.68	موافق	
المجموع	إجمالي بعد الابتكار التقني								0.40	3.90

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على نتائج spss

نلاحظ من الجدول (2-12) أن المتوسطات الحسابية لأغلبية العبارات تفوق المتوسط الحسابي النظري لبعد الابتكار التقني حيث المتوسط حسابي إجمالي قدر ب(3.90) ، وبانحراف معياري(0.40) حيث العبارات (1 و 2 و 3) بمتوسط حسابي يقدر ب (4؛4؛4) وبانحراف معياري قدر ب (0.43؛0.43؛0.43) على التوالي، أما العبارتين المتبقيتين (4 و 5) بمتوسط حسابي يقدر(3.87؛3.81)، وبانحراف معياري(0.59؛0.68)، وكانت كل العبارات على نحو اتجاه موافق.

3- اتجاه آراء أفراد العينة فيما يخص بُعد الابتكار الإضافي

الجدول (2-13) توجهات أفراد العينة نحو الابتكار الإضافي

العبارات	المقياس	موافق تماما	موافق	محايد	غير الموافق	غير الموافق تماما	المتوسط المرجح	الانحراف المعياري	الاتجاه
العبارة 1	النسبة	%72.7	%24.3	%3	0	0	3.69	0.52	موافق
العبارة 2	النسبة	%3	%72.7	%21.3	%3	0	3.75	0.65	موافق
العبارة 3	النسبة	%6.1	%63.5	%27.2	0	%3	3.69	0.72	موافق
العبارة 4	النسبة	%6.1	%48.4	%39.4	%6.1	0	3.54	0.71	موافق
العبارة 5	النسبة	%9.1	%69.7	%18.2	%3	0	3.84	0.61	موافق
العبارة 6	النسبة	%6.1	%87.8	%6.1	0	0	4	0.35	موافق
المجموع							3.84	0.36	

إجمالي بُعد الابتكار الإضافي

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على نتائج spss

يتبين من الجدول (2-13) أن المتوسطات الحسابية لأغلبية العبارات تفوق المتوسط الحسابي النظري لبعد الابتكار الإضافي حيث المتوسط حسابي إجمالي قدر ب(3.84)، وانحراف معياري(0.36) حيث العبارتين (6 و 5) بمتوسط حسابي يقدر ب (4؛3.84)، وانحراف معياري قدر ب (0.61؛0.35) على التوالي، ثم تليها العبارات (2 و 1 و 3) بمتوسط حسابي يقدر ب(3.69؛3.69؛3.75) وانحراف معياري(0.65؛0.52؛0.72) على التوالي، أما العبارة المتبقية (4) بمتوسط حسابي يقدر(3.54) وانحراف معياري (0.71)، وكانت كل العبارات على نحو اتجاه موافق .

4- اتجاه آراء أفراد العينة فيما يخص بُعد التكلفة الأقل

الجدول (2-14) توجهات أفراد العينة نحو التكلفة الأقل

العبارات	المقياس	موافق تماما	موافق	محايد	غير الموافق	غير الموافق تماما	المتوسط المرجح	الانحراف المعياري	الاتجاه
العبارة 1	النسبة	%6.1	%54.5	%36.4	%3	0	3.63	0.65	موافق
العبارة 2	النسبة	%3	%18.2	%78.8	0	0	3.24	0.50	محايد
العبارة 3	النسبة	%6.1	%24.2	%66.7	0	%3	3.30	0.72	محايد
العبارة 4	النسبة	%33.3	%57.6	%6.1	0	0	4.24	0.61	موافق تماما
المجموع							3.93	0.51	

إجمالي بعد التكلفة الأقل

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على نتائج spss

يتبين من الجدول (2-14) أن المتوسطات الحسابية لبُعد الابتكار التكلفة الأقل، حيث المتوسط حسابي إجمالي قدر ب(3.93)، وبانحراف معياري(0.51) حيث العبارة (4) بمتوسط حسابي يقدر ب (4.24)، وبانحراف معياري قدر ب(0.61)، والاتجاه موافق تماما ، ثم تليها العبارة (1) بمتوسط حسابي يقدر ب(3.63) وبانحراف معياري (0.65) والاتجاه موافق، أما العبارتين المتبقية (2 و 3) بمتوسط حسابي يقدر ب(3.30؛3.24)، وبانحراف معياري(0.50؛0.72)، على التوالي وباتجاه محايد .

5- اتجاه آراء أفراد العينة فيما يخص بُعد المرونة

الجدول(2-15) توجهات أفراد العينة نحو المرونة

العبارات	المقياس	موافق تماما	موافق	محايد	غير الموافق	غير الموافق تماما	المتوسط المرجح	الانحراف المعياري	الاتجاه
العبارة 1	النسبة	%39.4	%39.4	%21.2			4.18	0.76	موافق
العبارة 2	النسبة	%36.4	%60.6	%3			4.33	0.54	موافق تماما
العبارة 3	النسبة	%36.4	%60.6	%3			4.33	0.54	موافق تماما
المجموع		إجمالي بعد المرونة					4.25	0.61	

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على نتائج spss

يتبين من الجدول (2-15) أن المتوسطات الحسابية لبُعد الابتكار المرونة، حيث المتوسط حسابي إجمالي قدر ب(4.25) وبانحراف معياري(0.61)، حيث العبارتين (2 و 3) بمتوسط حسابي يقدر ب (4.33؛4.33) وبانحراف معياري قدر ب(0.54؛0.54) على التوالي والاتجاه موافق تماما ، ثم العبارة المتبقية (1) بمتوسط حسابي يقدر ب(4.18) وبانحراف معياري (0.76) والاتجاه موافق.

ثانيا: اختبار صحة الفرضيات

الفرضية الرئيسية:

هناك علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين العلاقة بين الابتكار والمردودية في المؤسسة الصحية الضياء.

الفرضيات الفرعية:

- 1- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الابتكار الإداري والتكلفة الأقل والمرونة في المؤسسة الصحية الضياء؛
- 2- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الابتكار التقني والتكلفة الأقل والمرونة في المؤسسة الصحية الضياء؛
- 3- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الابتكار الإضافي والتكلفة الأقل والمرونة في المؤسسة الصحية الضياء؛

4- يوجد فروقات ذات دلالة إحصائية للمتغيرات الديمغرافية لعينة الدراسة (الجنس، السن، المستوى التعليمي، سنوات الخبرة، الوظيفة) تعزى الفروقات بين أبعاد الابتكار وأبعاد المردودية؛

ومن هذه الفرضية يمكن صياغة فرضيات التالية:

1 - لا توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة تعزى لمتغير الجنس؛

2 - لا توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة تعزى لمتغير السن؛

3 - توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة تعزى لمتغير لمستوى التعليمي؛

4 - لا توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة تعزى لمتغير سنوات الخبرة.

وللتحقق من صحة هذا الفرضيات، قام الباحث بحساب المعاملات الارتباطية بين أبعاد الابتكار وأبعاد المردودية

المؤسسة الصحية الضياء وفق معادلة بيرسون، من خلال برنامج SPSS كما يوضحها الجدول التالي:

الجدول(2-16) مصفوفة الارتباطات لبيرسون بين أبعاد الابتكار وأبعاد المردودية

الابتكار الإضافي	الابتكار التقني	الابتكار الإداري	معامل الارتباط	التكلفة الأقل
0.542**	0.349*	0.001	معامل الارتباط	
0.001	0.046	0.995	الدلالة	
1	2	3	الترتيب	
0.594**	0.394*	0.031	معامل الارتباط	المرونة
0.000	0.023	0.864	الدلالة	
1	2	3	الترتيب	

معامل ارتباط دال إحصائياً عند مستوى (0.01) .
معامل ارتباط دال إحصائياً عند مستوى (0.05).

المصدر: من إعداد الطالب اعتماداً على نتائج spss

يتضح من الجدول السابق أن جميع أبعاد الابتكار وأبعاد المردودية ترتبطها علاقة ارتباطية موجبة وذات دلالة إحصائية، وحيث كانت قيم الارتباطات جميعها موجبة وذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.000)، فيما عدا بُعد الابتكار الإضافي

فكانت تربطه علاقة إحصائية قوية بالتكلفة الأقل والمرونة، وتشير الارتباطات بشكل عام إلى العلاقة التأثيرية التي قد يحدثها الابتكار زيادة المردودية في المؤسسة الصحية الضياء.

وكانت أعلى قيم معاملات الارتباط كما هو واضح من ترتيب القيم، بين أبعاد الابتكار وأبعاد المردودية، هي العلاقة الارتباطية بين الابتكار الإضافي التكلفة الأقل والمرونة، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط للتكلفة الأقل والمرونة (0.542) و(0.594) على التوالي، وهو معامل ارتباط مرتفع ودال إحصائياً عند مستوى (0.001) و(0.000)، مما يشير إلى أن بعدي المردودية للعاملين في عيادة الضياء يتأثر بشكل كبير بنوع الابتكار الإضافي الذي تمارسه المؤسسة إذا ما قُورنت هذه القيمة بباقي أبعاد الابتكار.

بينما كانت أقل قيم معاملات الارتباط بين بُعد الابتكار الإداري والبعدين التكلفة الأقل والمرونة والذي بلغت قيمته (0.001) و(0.031)، وهو معامل ارتباط ضعيف مما يشير إلى أن التكلفة الأقل والمرونة في عيادة الضياء لا تتأثر إلا قليلاً بالابتكار الإداري السائد بها.

وتأتي بعد الابتكار التقني بارتباطه ببعدي المردودية تتوسط الابتكار كأقل ارتباط، حيث بلغت قيمته (0.349) و(0.394) وهو معامل وهو معامل ارتباط ضعيف نوعاً مما يشير إلى أن التكلفة الأقل والمرونة في المؤسسة الصحية الضياء لديها تأثير بالابتكار التقني السائد في المؤسسة.

الجدول (2-17) اختبار التباين للانحدار المتعدد لاختبار العلاقة بين الابتكار والمردودية

المتغير المستقل	المصادر	درجات الحرية	معدل المربعات	مجموع المربعات	قيمة T	مستوى الدلالة	R	R ²
الابتكار	الانحدار	1	0.000	0.000	2.172	0.990*	0.002*	0.000
	الخطأ المعياري	31	0.266	8.242				

المصدر من إعداد الطالب اعتماداً على نتائج spss

يتضح من الجدول أن معامل الارتباط $R=0.002^*$ وبأن مستوى الدلالة sig قيمته ب (0.990) أقل من درجة الحرية وهذا يعني وجود علاقة مقبولة بين المتغير المستقل (الابتكار) والمتغير التابع (المردودية).

الجدول (2-18) يوضح اختبار صحة الفرضيات

نموذج العلاقة	القيمة الاحتمالية sig	معامل التحديد	المتغير التابع Y1.Y2	المتغيرات المستقلة X1.X2
$Y1=0.722+0.29X1$	0.995	%01	التكلفة الأقل	الابتكار الإداري
$Y2=0.234+0.13X2$	0.864	%03.1	المرونة	
$Y1=0.28+0.16X1$	0.046	%34.9	التكلفة الأقل	

$Y_2=0.988+0.28X_2$	0.023	%39.4	المرونة	الابتكار التقني
$Y_1=2.801+0.57X_1$	0.001	%54.2	التكلفة الأقل	الابتكار الإضافي
$Y_2=3.843+0.56X_2$	0.000	%59.4	المرونة	
المعادلة الإجمالية هي : $Y=0.000+0.002X$				

المصدر من إعداد الطالب اعتمادا على نتائج spss

يتبين من الجدول السابق أن بالنسبة للمعادلات ، في معادلة الابتكار الإداري كلما تغير بوحدة واحدة يتغير المتغير التابع التكلفة الأقل ب: (0.28) والمتغير المرونة ب:(0.988)، أما معادلة الابتكار التقني لما تغير بوحدة واحدة يتغير المتغير التابع التكلفة الأقل ب: (0.722) والمتغير المرونة ب:(0.234)، ثم معادلة الابتكار الإضافي كلما تغير بوحدة واحدة يتغير المتغير التابع التكلفة الأقل ب: (2.801) والمتغير المرونة ب:(3.834).

1- لا توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة تعزى لمتغير الجنس:

لتحديد فيما إذا كانت هناك فروق بين متوسطين إجابات الذكور والإناث من العينة، قمنا بإجراء اختبار فرق المتوسطين independent samples test، وذلك لمعرفة ما إذا كان مستوى الدلالة لجميع الأبعاد أكبر من 5% نقول أنه لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في الإجابات الذكور والإناث.

الجدول رقم (2-19): نتائج اختبار t-test، لفروقات متغير الجنس

المجال	المتوسط المرجح		قيمة T	مستوى المعنوية sig
	ذكر	أنثى		
الابتكار الإداري	4.06	3.91	1.36	0.180
الابتكار التقني	4	3.83	1.18	0.244
الابتكار الإضافي	3.8	3.88	-0.693	0.94
التكلفة الأقل	4.03	3.86	0.962	0.34
المرونة	4.4	4.13	1.22	0.22

المصدر من إعداد الطالب اعتمادا على نتائج spss

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن مستوى الدلالة لكل الأبعاد كانت أكبر من 5%، هذا ما يدل على وجود دلالة إحصائية، ومن خلالها نستنتج قبول الفرضية.

2 - لا توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة تعزى لمتغير السن:

من أجل اختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار تحليل التباين One Way ANOVA لمعرفة الفروقات ذات الدلالة الإحصائية بين إجابات عينة الدراسة والتي تعزى للمتغير الديموغرافي السن و الجدول الموالي بين ذلك :

الجدول رقم (2-20): نتائج اختبار تحليل التباين لمتغير السن

المجال	مصادر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	مستوى الدلالة Sig
الابتكار الإداري	بين المجموعات	0.005	2	0.002	0.023	0.977
	داخل المجموعات	3.238	30	0.108		
	المجموع	3.242	32			
الابتكار التقني	بين المجموعات	0.027	2	0.014	0.079	0.925
	داخل المجموعات	5.200	30	0.173		
	المجموع	5.227	32			
الابتكار الإضافي	بين المجموعات	0.026	2	0.013	0.092	0.913
	داخل المجموعات	4.217	30	0.141		
	المجموع	4.242	32			
التكلفة الأقل	بين المجموعات	0.212	2	0.106	0.39	0.681
	داخل المجموعات	8.167	30	0.272		
	المجموع	8.379	32			
المرونة	بين المجموعات	0.581	2	0.291	0.76	0.477
	داخل المجموعات	11.479	30	0.383		
	المجموع	12.061	32			

المصدر من إعداد الطالب اعتمادا على نتائج spss

من خلال الجدول أدناه نلاحظ أن مستوى المعنوية لجميع الأبعاد أكبر من 5% ، وهذا ما يدل على وجود تجانس في الإجابات أفراد العينة أي(عدم وجود فروقات تعزى المتغير العمر) ، ومن خلالها نستنتج قبول الفرضية.

3- توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة تعزى المتغير لمستوى التعليمي:

من أجل اختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار تحليل التباين One Way ANOVA ، لمعرفة الفروقات ذات الدلالة

الإحصائية بين إجابات عينة الدراسة، والتي تعزى للمتغير الديموغرافي المستوى التعليمي والجدول الموالي بين ذلك:

الجدول رقم (2-21): نتائج اختبار تحليل التباين لمتغير المستوى التعليمي

المجال	مصادر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	مستوى الدلالة Sig
الابتكار الإداري	بين المجموعات	1.068	2	0.534	7.367	0.002
	داخل المجموعات	2.175	30	0.072		
	المجموع	3.242	32			
الابتكار التقني	بين المجموعات	0.853	2	0.426	2.924	0.069
	داخل المجموعات	4.375	30	0.146		
	المجموع	5.227	32			
الابتكار الإضافي	بين المجموعات	0.191	2	0.096	0.709	0.500
	داخل المجموعات	4.051	30	0.135		
	المجموع	4.242	32			
التكلفة الأقل	بين المجموعات	1.181	2	0.590	2.461	0.102
	داخل المجموعات	7.198	30	0.240		
	المجموع	8.379	32			
المرونة	بين المجموعات	0.698	2	0.349	0.921	0.409
	داخل المجموعات	11.363	30	0.379		
	المجموع	12.061	32			

المصدر من إعداد الطالب اعتمادا على نتائج spss

من خلال الجدول نلاحظ أن مستوى المعنوية بالنسبة لجميع الأبعاد كلها أكبر من 5 % ، وهذا يدل على وجود تجانس في إجابات أفراد العينة (عدم وجود فروقات تعزى للمتغير المستوى التعليمي)، بينما يُعد الابتكار الإداري كان أقل من 5% وهذا يدل على وجود فرق يعزى للمتغير المستوى التعليمي .

4- لا توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة تعزى المتغير سنوات الخبرة:

من أجل اختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار تحليل التباين ANOVA، لمعرفة الفروقات ذات الدلالة الإحصائية بين

إجابات عينة الدراسة، والتي تعزى للمتغير الديموغرافي سنوات الخبرة والجدول التالي بين ذلك:

الجدول رقم (2-22): نتائج اختبار تحليل التباين لمتغير السنوات الخبرة

المجال	مصادر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	مستوى الدلالة Sig
الابتكار الإداري	بين المجموعات	0.610	3	0.203	2.242	0.105
	داخل المجموعات	2.632	29	0.091		
	المجموع	3.242	32			
الابتكار التقني	بين المجموعات	0.547	3	0.182	1.129	0.354
	داخل المجموعات	4.681	29	0.161		
	المجموع	5.227	32			
الابتكار الإضافي	بين المجموعات	0.090	3	0.030	0.209	0.890
	داخل المجموعات	4.153	29	0.143		
	المجموع	4.242	32			
التكلفة الأقل	بين المجموعات	1.198	3	0.399	1.613	0.208
	داخل المجموعات	7.181	29	0.248		
	المجموع	8.379	32			
المرونة	بين المجموعات	3.415	3	1.138	3.818	0.020
	داخل المجموعات	8.646	29	0.298		
	المجموع	12.061	32			

المصدر من إعداد الطالب اعتمادا على نتائج spss

من خلال الجدول نلاحظ أن مستوى المعنوية لجميع الأبعاد كانت أكبر من 5%، يعني وجود تجانس في إجابات أفراد العينة أي (عدم وجود فروقات تعزى لمتغير سنوات الخبرة)، ما عدى بعد المرونة كانت قيمته أقل من 5% وبذلك لا يوجد فرق يعزى لمتغير سنوات الخبرة، ومنه قبول الفرضية.

5- لا توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة تعزى لمتغير الوظيفة:

من أجل اختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار تحليل التباين ANOVA ، لمعرفة الفروقات ذات الدلالة الإحصائية بين

إجابات عينة الدراسة، والتي تعزى للمتغير الديموغرافي الوظيفة والجدول التالي بين ذلك:

الجدول رقم (2-23): نتائج اختبار تحليل التباين لمتغير الوظيفة

المجال	مصادر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	مستوى الدلالة Sig
الابتكار الإداري	بين المجموعات	0.777	2	0.388	4.727	0.16
	داخل المجموعات	2.466	30	0.082		
	المجموع	3.242	32			
الابتكار التقني	بين المجموعات	0.555	2	0.277	1.781	0.186
	داخل المجموعات	4.672	30	0.156		
	المجموع	5.227	32			
الابتكار الإضافي	بين المجموعات	0.127	2	0.064	0.465	0.633
	داخل المجموعات	4.115	30	0.137		
	المجموع	4.242	32			
التكلفة الأقل	بين المجموعات	1.051	2	0.526	2.152	0.134
	داخل المجموعات	7.328	30	0.244		
	المجموع	8.379	32			
المرونة	بين المجموعات	1.187	2	0.594	1.638	0.211
	داخل المجموعات	10.874	30	0.362		
	المجموع	12.061	32			

المصدر من إعداد الطالب اعتماداً على نتائج spss

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن مستوى المعنوية لجميع الأبعاد كانت أكبر من 5%، يعني وجود تجانس في إجابات أفراد العينة أي (عدم وجود فروقات تعزى لمتغير الوظيفة)، ما عدى بعد المرونة كانت قيمته أقل من 5% وبذلك لا يوجد فرق يعزى لمتغير سنوات الخبرة، ومنه قبول الفرضية.

المطلب الثاني: عرض مناقشة والنتائج

الفرع الأول: نتائج تحليل البيانات الشخصية لأفراد العينة

تحليل رقم (1) طبيعة الجنس في عينة الدراسة:

أظهرت نتائج الجدول (2-6)، أن نسبة (54.5%) من عينة الدراسة إناث، وأن (45.5%) من عينة الدراسة من الذكور ونلاحظ أن نسبة الإناث أكبر من نسبة الذكور، ويرجع ذلك نظرا لطبيعة توجه النساء إلى خدمات التمريض أكثر من الرجال.

تحليل رقم (2) لعينة الدراسة حسب متغير السن:

من خلال نتائج الجدول رقم (2-7)، نلاحظ أن الفئة العمرية الأكثر تعاملًا مع العيادة هي الفئة التي تتراوح أعمارهم ما بين 31 و 40 سنة بنسبة (60.6%)، ثم تليها الفئة العمرية التي يتراوح أعمارهم من 25 إلى 30 سنة بنسبة (36.4%)، ثم تأتي في المرتبة الثالثة الفئة العمرية التي يتراوح أعمارهم أكثر من 41 سنة، بنسبة 3%. وتفسر هذه النتيجة إلى وجود فئة شبابية معتبرة تعمل في العيادة.

تحليل رقم (3) لعينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي:

من خلال نتائج الجدول رقم (2-8)، أعلاه أن المستوى التعليمي السائد هو الثانوي بنسبة 51.5% أي ما يعادل 17 فردا، ويليه المستوى الجامعي بنسبة 45.5% أي ما يعادل 15 أفراد، ويأتي أخيراً مستوى دراسات عليا بنسبة 20% أي ما يعادل فرد واحد، وهذا يعد مؤشر جيد وهام على أن جميع أفراد العينة لديهم القدرة للإجابة على أسئلة الاستبيان بشكل جيد وهو ما نعتقد أنه يعزز الثقة في إجاباتهم والاعتماد عليها في التحليل، وكذلك يفسر على ازدياد في التحصيل العلمي.

تحليل رقم (4) توزيع عينة الدراسة حسب متغير سنوات الخبرة:

من خلال الجدول رقم (2-9) أن نسبة 54.5% بتعداد 18 فرد كانت للفئة من 5 إلى 7 سنوات، حيث تعد الأكثر، لتأتي بعدها نسبة 27.3% بتعداد 9 أفراد كانت للفئة أقل من 5 سنوات، ثم تأتي بعدها نسبة 12.1% بتعداد 4 أفراد للفئة من 7 سنوات إلى 10 سنوات، وأخيرا الفئة أكثر من 10 سنوات بنسبة 6.1% بتعداد فردين، وبالتالي يمكن أن نفسر من خلال هذه النتائج أن خبرة أفراد العينة تتوافق إلى حد كبير مع أعمارهم.

تحليل رقم (5) توزيع عينة الدراسة حسب متغير الوظيفة:

من خلال نتائج الجدول رقم (2-10)، أن نسبة 87.9% بتعداد 29 فرد كانت للفئة الأخرى حيث تعد الأكثر، لتأتي بعدها نسبة 9.1% بتعداد 3 أفراد كانت للفئة رئيس قسم، وأخيرا الفئة رئيس عمال بنسبة 3% بتعداد فرد واحد، وبالتالي

يمكن أن نفسر من خلال هذه الأرقام أن أفراد العينة أغلبيتهم غير رؤساء أقسام ولا رؤساء أعمال، أن أغلبيتهم ، وظائف أخرى تتمثل في ممرضين وممرضات وعمال آخرين وغيرها.

الفرع الثاني : نتائج تحليل اتجاهات آراء العينة حول متغيرات الدراسة
تحليل رقم (6) لاتجاهات أفراد العينة فيما يخص بعد الابتكار الإداري:

يتبين من الجدول (17) والشكل (24) أن المتوسطات الحسابية لأغلبية العبارات تفوق المتوسط الحسابي النظري وهذا يدل على وجود اتفاق بين أفراد عينة الدراسة، حيث تحتل العبارة 08 المرتبة الأولى بمتوسط حسابي يقدر ب (4) وبانحراف معياري (0.55). الاتجاه موافق، وهذا يدل على أن المؤسسة تقوم باستحداث في إستراتيجيتها وتصميم خدماتها، ونظم الرقابة عليها، والتي تليها العبارتين 01 و 03 ذات المتوسط الحسابي (3.96) (3.96) وبانحراف معياري (0.39) (0.52) الاتجاهين موافق، ويعني هذا أن المؤسسة المدروسة أجرت تغييرات جذرية في هيكلها التنظيمية وفي عملياتها الإدارية، وتليها العبارة 02 ذات المتوسط الحسابي المقدر ب (3.90) و(0.64)، وبانحراف معياري (0.29) وذات الاتجاهين موافق، وهذا يعني أن المؤسسة أجرت تغييرات جذرية في استعمال نظم الحاسوب في عملياتها الإدارية ، وتليها العبارتين 06 و 07 ذات المتوسط الحسابي المقدر ب (3.87) و(3.78)، وبانحراف معياري (0.54) و(0.64) ، وذات الاتجاهين موافق، وهذا يعني أن المؤسسة أعطت نسبة من الحرية للعاملين في حل المشكلات الفورية المتعلقة بتقديم الخدمات، وقامت المؤسسة في اتخاذ إجراءات تساعد على تفعيل الاتصال، وتبادل المعارف بين العاملين، التي تليها العبارتين 04 و 05 بمتوسط حسابي يقدر ب (3.75) و(3.36) وبانحراف معياري يقدر ب(0.61) و(0.69)، والاتجاه وموافق محايد، يعني أن المؤسسة قامت باتخاذ بعض سياسات، وإجراءات لتطوير خدماتها، وانتهاجها لسياسات جديدة في مجال التعيين والمكافآت والحوافز.

تحليل رقم (7) لاتجاهات أفراد العينة فيما يخص بعد الابتكار التقني:

يبين الجدول (2-12) أن المتوسطات الحسابية لأغلبية العبارات في مجال المتوسط الحسابي النظري، وهذا يدل على وجود اتفاق بين أفراد عينة الدراسة، حيث تحتل العبارات 01 و 02 و 03 المرتبة الأولى بمتوسط حسابي يقدر ب (4) و(4) و(4)، وبانحراف معياري (0.43) و(0.34) و(0.43) على الترتيب وهذا يدل على أن المؤسسة بإدخال أساليب وطرق جديدة لعملياتها الخدمية المقدمة للزبائن، وصممت في تقديم خدماتها تماشياً مع نوعية التقنيات الحديثة من أجل البناء، والتطوير والتحسين عملياتها الخدمية، وتليها العبارة 04 بمتوسط حسابي (3.87)، وبانحراف معياري (0.59) واتجاه موافق، يمكن القول أن المؤسسة توصلت إلى براءات اختراع تزيد من ابتكاراتها الخدمية، ثم العبارة 05 بمتوسط حسابي (3.81)، وبانحراف معياري (0.68) والاتجاه موافق، هذا يعني أن المؤسسة تقوم بإدخال تقنيات جديدة لتحسين خدماتها مقارنة بالمنافسين.

تحليل رقم (8) لاتجاهات أفراد العينة فيما يخص بعد الابتكار الإضافي:

يبين الجدول (2-13) أن المتوسطات الحسابية لأغلبية العبارات في مجال المتوسط الحسابي النظري، وهذا يدل على وجود اتفاق بين أفراد عينة الدراسة، حيث تحتل العبارة 06 المرتبة الأولى بالمتوسط الحسابي المقدر ب (4) وبانحراف معياري يقدر ب (0.35)، وباتجاه موافق، ويعني أن المؤسسة قدمت خدمات إضافية متميزة ومبتكرة مقارنة بالمنافسين، ثم تليها العبارة 05 ذات

المتوسط الحسابي (3.81)، وبانحراف معياري (0.61) وباتجاه موافق، هذا يدل على أن المؤسسة تقوم بمتابعة شكاوي وأراء الزبائن كقاعدة تركز عليها في تطوير خدماتها، وتليها العبارة 02 ذات المتوسط الحسابي (3.75)، وبانحراف معياري (0.65) واتجاه موافق، يعني أن المؤسسة تخصص برامج لتحسين وتطوير خدماتها لزيادة ولاء زبائنها، ثم تليها العبارتين 01 و 03 المتوسط الحسابي (3.69) و (3.69)، وبانحراف معياري (0.52) و (0.72)، وبنفس الاتجاه موافق، يعني أن المؤسسة تقوم بتعديلات على طريقة الخدمات المقدمة بناء على المعرفة المكتسبة لحاجيات الزبائن، ولقد لجأت المؤسسة إلى جهات خارجية مراكز استشارية ومخنية لتحديد التوجهات المستقبلية للمستهلكين، والعبارة الأخيرة هي 04 ذات المتوسط الحسابي (3.54)، وبانحراف معياري (0.71)، وباتجاه موافق هذا يعني أن المؤسسة تسعى إلى تقديم عروض مجانية بغية زيادة عدد المشتركين في خدماتها.

تحليل رقم (9) لاتجاهات أفراد العينة فيما يخص بعد التكلفة الأقل:

يبين الجدول (2-14) أن وجود بعض الإختلات المتوسطات الحسابية، وهذا يدل على عدم وجود اتفاق بين أفراد عينة الدراسة في الإجابة، حيث تحتل العبارة 04 المرتبة الأولى بمتوسط حسابي يقدر ب (4.24) وبانحراف معياري (0.61)، وباتجاه موافق تماما، وهذا يعني أن المؤسسة تسعى إلى إنتاج خدمات ذات بجودة للسيطرة على حصتها السوقية، والتي تليها العبارة 01 ذات المتوسط الحسابي (3.63) وبانحراف معياري يقدر ب (0.65)، وباتجاه موافق، يمكن القول أن المؤسسة تسعى بالاحتفاظ بالعناصر الكفوءة لتخفيض من حجم التكاليف، والتي تليها العبارتين 02 و 03 ومتوسط حسابي (3.24) و (3.30)، وبانحراف معياري (0.50) و (0.72) على الترتيب، وهذا يعني أن المؤسسة تسيطر على سياسة التخزين بإتباع سياسة لتخفيض التكاليف بشكل نسبي، وأنها تستفيد من الكم الكبير للمواد الأولية عند اقتناءها.

تحليل رقم (10) لاتجاهات أفراد العينة فيما يخص بعد المرونة :

يبين الجدول (2-15) أن المتوسطات الحسابية لكل العبارات في مجال المتوسط الحسابي النظري، وهذا يدل على وجود اتفاق كامل بين أفراد عينة الدراسة، حيث تأتي في المرتبة الأولى العبارتين 02 و 03 بمتوسط حسابي (4.33) و (4.33)، وبانحراف معياري (0.54) و (0.54) على التوالي، وباتجاه موافق تماما، ويعني أن المؤسسة تمتلك القدرات اللازمة لمواكبة مستوى جودة خدماتها، وكذلك لديها مرونة عالية في حجم الاستجابة للتغيرات الحاصلة في حاجات ورغبات الزبائن، وتليها العبارة 01 ذات المتوسط الحسابي (4.18)، وبانحراف معياري (0.76)، وباتجاه موافق، يعني أن المؤسسة تتميز بمرونة عالية في العمليات الإنتاجية.

ثالثا: نتائج اختبار الفرضيات

الفرضية الرئيسية: من خلال الجدول (2-17) نستنتج أن ($R=0.002 < 0.05$) معامل الارتباط $R=0.002^*$ وبأن مستوى الدلالة sig قيمته ب (0.990) أقل من درجة الحرية، وهذا يعني وجود علاقة مقبولة بين المتغير المستقل (الابتكار) والمتغير التابع (المردودية). وبالتالي يمكننا أن نستنتج أن هناك علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين الابتكار و المردودية عند مستوى المعنوية (5%)، كما أن أكثر الأبعاد تأثيرا على مردودية المؤسسة هو بُعد الابتكار الإضافي.

الفرضية الأولى: من خلال الجدول (2-18) نلاحظ أن ($\text{sig}=0.05 < 0.995$) و ($\text{sig}=0.05 < 0.864$) وبالتالي نقبل الفرضية أنها لا توجد علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين الابتكار الإداري والتكلفة الأقل والمرونة عند مستوى المعنوية (5%)، وهذا يعني أن وجود تغيرات حدثت على المتغيرات التابعة (التكلفة الأقل والمرونة) خلال فترة الدراسة يعود سببها إلى الابتكارات التنظيمية، أي وجود علاقة طردية بين المتغيرين.

الفرضية الثانية: من خلال الجدول (2-18) نلاحظ أن ($\text{sig}=0.046 < 0.05$) و ($\text{sig}=0.023 < 0.05$) بالتالي نقبل الفرضية توجد علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين الابتكار التقني والتكلفة الأقل والمرونة عند مستوى المعنوية (5%)، وهذا يعني أن الابتكار التقني يساهم بنسبة كبيرة في مساعدة المؤسسة محل الدراسة في التأقلم مع المستجدات البيئية بسرعة بافتراض ثبات العوامل الأخرى .

الفرضية الثالثة: من خلال الجدول (2-18) نلاحظ أن ($\text{sig}=0.001 < 0.05$) و ($\text{sig}=0.000 < 0.05$) بالتالي نقبل الفرضية توجد علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين الابتكار الإضافي والتكلفة الأقل والمرونة عند مستوى المعنوية (5%)، وهذا يعني أن الابتكار الإضافي يساهم بنسبة كبيرة جدا في مساعدة المؤسسة محل الدراسة في التأقلم مع المستجدات البيئية بسرعة بافتراض ثبات العوامل الأخرى .

الفرضية الرابعة وفروعها: يوجد فروقات ذات دلالة إحصائية للمتغيرات الديمغرافية لعينة الدراسة (الجنس، السن، المستوى التعليمي، سنوات الخبرة، الوظيفة) تعزى الفروقات بين أبعاد الابتكار وأبعاد المردودية؛ من خلال الجداول التالية: (2-19)، (2-20)، (2-21)، (2-22)، (2-22) إذ تبين لأن قيمة (sig) أكبر من قيمتها المطلوبة (0.05)، وهي غير دالة إحصائيا وعليه نقبل الفرضية الرابعة التي تقر بعدم وجود فروقات ذات دلالة إحصائية تعزى الفروقات بين الابتكار والمردودية لدى عيادة الضياء، وما بين المتغيرات الديمغرافية باستثناء المتغير المستوى التعليمي، فهو له فروقات ذات دلالة إحصائية.

ومنه يتم رفض هذه الفرضيات الفرعية الثلاثة المتعلقة بالفرضية الرابعة، ويمكن القول بأن المتغيرات الديمغرافية ليس لها تأثير على الابتكار والمردودية باستثناء المتغير المستوى التعليمي.

خلاصة الفصل:

تم من خلال هذا الفصل عرض نتائج الدراسة الميدانية المتعلقة بأبعاد الابتكار، وأثره على أبعاد المردودية من قبل المؤسسة الصحية الضياء بمدينة ورقلة، وقد اقتصرَت الدراسة على 33 استبيان صالح للتحليل الإحصائي من أصل 33 استبيان، تم استخدام الأساليب الإحصائية، كالأستعانة ببرنامج Spss 20 من اجل اختبار الفرضيات الدراسة، وهذا من أجل جمع البيانات الخاصة بالدراسة، وتحليلها بهدف الوصول إلى النتائج التي مكنتنا من استنتاج قبول كل الفرضيات .

خاتمة

خاتمة

لقد تم القيام من خلال هذه الدراسة بالبحث عن أثر الابتكار على مردودية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، كما حاولنا تحديد ضرورة الابتكار في المؤسسة الصحية الضياء التي كانت محل الدراسة الميدانية التي قمنا بها من أجل إسقاط الجانب النظري على الجانب التطبيقي، وكان الغرض من ذلك هو الإجابة على الأسئلة المطروحة في إشكالية بحثنا بطريقة تجعلنا نتعرف بنوع من الدقة على ماهية الابتكار وما أشكاله، وأنواعه والكشف عن مختلف العوامل المؤثرة فيه، والأساليب الداعمة للابتكار، وكذا عوامل نجاحه في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ودوره في تحسين مردودية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وقد تم اختيار المؤسسة الصحية الضياء كميدان للدراسة باعتبارها من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تعمل في قطاع يتميز بمنافسة شديدة أين تهتم بتقديم ما يتناسب مع ما يريده الزبائن وبشكل أفضل من المنافسين، وبتحسين مردودية المؤسسة، وهذا هو جوهر الابتكار.

وقد تم طرح الإشكالية الرئيسية: ما هو أثر الابتكار على مردودية المؤسسة الصحية الضياء.؟

"بموازاة مع اختبار صحة الفرضية الرئيسية التالية: يوجد تأثير ايجابي ذا دلالة إحصائية بين الابتكار والمردودية المؤسسة الصحية الضياء.

هذا وقد كان الجانب التطبيقي عبارة عن دراسة حالة المؤسسة الصحية الضياء بورقلة، حيث تم التطرق في هذا الجانب إلى استعراض مجموعة من الأدوات والطرق من الأساليب الإحصائية المناسبة لغرض معالجة وتحليل معطيات الاستبيان، بالإضافة إلى تحديد اتجاه آراء أفراد العينة من خلال تحليل معطيات SPSS لمعرفة توجهات المستجوبين هل هناك تطبيق لمفاهيم الابتكار في عيادة عينة الدراسة.

من خلال الدراسة التي قمنا بها خروج بالنتائج التالية:

النتائج التطبيقية للدراسة:

- ✓ تعطي عينة الدراسة الأولوية لأبعاد المتغير المستقل (الابتكار) ، للابتكار الإضافي ثم الابتكار التقني ثم الابتكار الإداري؛
- ✓ يوجد ارتباط إيجابي ذا دلالة إحصائية بين أبعاد الابتكار وأبعاد المردودية؛
- ✓ يوجد تأثير إيجابي ذا دلالة إحصائية بين أبعاد الابتكار وأبعاد المردودية، والفرضية صحيحة؛
- ✓ لا يوجد اختلاف ذا دلالة في إجابات عينة الدراسة تعزى للمتغيرات الديمغرافية:
- 1 - لا توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة تعزى لمتغير الجنس؛
- 2 - لا توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة تعزى لمتغير السن؛
- 3 - توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة تعزى لمتغير مستوى التعليمي؛
- 4 - لا توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة تعزى لمتغير سنوات الخبرة؛
- 5 - لا توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة تعزى لمتغير الوظيفة.

توصيات الدراسة:

من خلال هذه الدراسة يمكن الاستخلاص التوصيات التالية:

- 1- وضع صندوق للأفكار يمكن جميع عمال العيادة المساهمة فيه، بالاعتبار أن كل ابتكار يبدأ بفكرة؛
- 2- القيام برسم خطط من شأنها أن تهيئ المديرين على ضرورة التجاوب السريع مع المتغيرات الجديدة باستحداث، أو إلغاء في هيكلها التنظيمية، وإجراء تغييرات جذرية في استعمال التقنية في كافة المستويات الإدارية، مع منح الحرية الكاملة في حل المشكلات الفورية المتعلقة بتقديم الخدمات للزبائن، تهدف ضمان المحافظة على الرأس المال الزبوني للمؤسسة؛
- 3- ينبغي على المؤسسات المبحوثة أن تشجع وتدعم حالات الابتكار بمختلف أنواعها من خلال اعتمادها منهجية معينة، نظراً لمساهمتها في إخراج المعرفة إلى واقع ملموس من جهة، وبناءها قاعدة معرفية حقيقية تقود إلى زيادة النشاط الابتكاري بمختلف مجالاته؛
- 4- زيادة الاهتمام من قبل المؤسسة المدروسة بالاستماع إلى مقترحات العاملين لإحداث التغيير، بوضع سياسات تشجيعية إزاء مقترحاتهم للابتكار، مع تقديم الدعم التشجيعي لهم عند تقديمهم مقترحات إيجابية للابتكار؛
- 6- إيجاد قسم خاص بالابتكار داخل المؤسسة يأخذ على عاتقه مسؤولية تطوير وابتكار منتجات جديدة، ويعمل به أفراد من ذوي التخصصات العالية في مجال الخدمات وتتوفر لديهم سمات الأفراد المبدعين؛
- 7- إنشاء نظام للحوافز والمكافآت خاص بالأفراد الذين يساهمون في العملية الابتكارية من أجل تحفيز العاملين لديها بالابتكار.

آفاق الدراسة:

من خلال فترة الدراسة تبين للباحث عدة مواضيع تحتاج إلى دراسات منها:

- 1- دور الابتكار في تطوير وتحسين الخدمات في عيادة الضياء؛
- 2- أهمية نظام المعلومات في دعم الابتكار داخل العيادة؛
- 3- الابتكار في مجال التسعير وأثره في تحسين أداء العيادة.

قائمة المصادر

والمراجع

قائمة المصادر والمرجع:

الكتب باللغة العربية:

- 1- أحمد سيد مصطفى، إدارة البشر (الأصول والمهارات)، بدون ذكر دار النشر، مصر، 2002 م
- 2- سعيد يس عامر، الإدارة وتحديات التغيير مركز وايد سيرفيس، القاهرة، مصر، 2001 م؛
- 3- الصرن، رعد حسن، إدارة الإبداع والابتكار، دار الرضا، أب، عدن، الجزء الأول، 2000 م؛
- 4- مؤيد عبد الحسين الفضل، رضا صاحب أبو محمد: أساسيات اقتصاديات الأعمال، الطبعة الأولى، دار المناهج، عمان، الأردن، 2003 م ؛
- 5- نجم عبود نجم، إدارة الابتكار (المفاهيم والخصائص والتجارب الحديث) ، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة 01، 2003 م ؛

المذكرات البحوث العلمية:

- 1- بوبعة عبد الوهاب، "دور الابتكار في دعم الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية" ،(دراسة حالة اتصالات الجزائر للهاتف النقال - موبيليس)، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل درجة الماجستير، غير منشورة ،جامعة منتوري (قسنطينة)، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير ، 2012م؛
- 2- عفاف بن ساحة، أثر إدارة التغيير التنظيمي على الابتكار في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة،(دراسة حالة بعض المؤسسات الصناعية) ، مذكرة للاستكمال متطلبات شهادة الماجستير أكاديمي ،غير منشورة ،جامعة ورقلة ، ،قسم علوم التسيير، 2012م-2013م ؛
- 3- لخلف عثمان -واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وسبل دعمها وتنميتها، دراسة حالة الجزائر -أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه ، جامعة الجزائر 2003/2004.م؛
- 4- محمد سليمان، "الابتكار التسويقي وأثره على تحسين أداء المؤسسة" ،(دراسة حالة مؤسسة ملبنة الحضنة بالمسيلة)، مذكرة للاستكمال متطلبات شهادة الماجستير في علوم التسيير ،قسم علوم التسيير ،غير منشورة ،2006م 2007م ؛
- 5- محمد سعيد أوكيل، وظائف ونشاطات المؤسسة الصناعية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1992 م ؛
- 6- مرزوقي مرزوقي، دور الابتكار في تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة-مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية 2008، 2007؛
- 7- وزناق عبد الغني، مساهمة الإبداع التكنولوجي في تعزيز تنافسية المؤسسة الصناعية، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد صناعي 2013 م ؛

المجلات و المقالات:

-حسن الشيخ عمر، "دور رأس المال المعرفي في تحقيق الابتكار لدى عمداء الكليات في الجامعات السورية"، دراسة ميدانية، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الاقتصادية والإدارية، دمشق، المجلد 21، العدد 2، 2013م؛

2- صالح بن سليمان الرشيد، نحو بناء إطارا منهجيا للإبداع وتميز الأعمال في المؤسسات العربية، بحث مقدم ضمن المؤتمر العربي السنوي الخامس، "الإدارة" الإبداع والتجديد"، المؤسسة العربية للتنمية الإدارية، شرم الشيخ، مصر، أيام في 28 نوفمبر 2004م؛

الملتقيات:

1- تيقاوي العربي، مداخلة قدمت في الملتقى الوطني حول دور التغيير التنظيمي في تطوير الابتكار في المؤسسات الحديثة، جامعة البليدة 15 ماي، 2011 م؛

2- جمال بلخياط، جميلة معلم - متطلبات تأهيل م ص م الجزائرية في ظل التحولات الاقتصادية الراهنة، مداخلة في ملتقى دولي تحت عنوان: متطلبات تأهيل المؤسسات، الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية - جامعة الشلف - أبريل 2006 م؛

3- سحنون سمير، بونوة شعيب - المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومشاكل تمويلها: حالة الجزائر، مداخلة في ملتقى دولي تحت عنوان: متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية، الشلف أبريل 2006 م؛

4- ضحاك نجية، المؤسسات الصغيرة و المتوسطة بين الأمس و اليوم، آفاق تجربة الجزائر، مداخلة في ملتقى دولي تحت عنوان: متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية - جامعة الشلف، أبريل 2006 م؛

5- الطيب لخليح، دور المؤسسات المتوسطة والصغيرة في تنمية اقتصاديات دول المغرب العربي، مداخلة في ملتقى دولي تحت عنوان: متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية - الشلف، أبريل 2006 م؛

6- نعيمة بارودي، التحديات التي تواجه م ص م في الدول العربية و متطلبات التكيف مع المستجدات العالمية،

مداخلة في ملتقى دولي تحت عنوان: متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية - جامعة الشلف، أبريل 2006م؛

7- عماد محمد أبو رضوان - التحديات التي تواجه المشاريع الصغيرة - مداخلة في ملتقى دولي تحت عنوان: متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية - جامعة الشلف، أبريل 2006 م؛

8- فردوس محمود عباس، دور الإبداع التقني في تحسين جودة المنتج، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة العدد السابع والثلاثون 2013.

- يعقوبي محمد، مكانة و واقع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الدول العربية : عرض بعض التجارب ، مداخلة في ملتقى دولي تحت عنوان : متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية- جامعة الشلف،أفريل 2006 م ؛
- 10-ين طلحة صليحة، بلغرة عبد اللطيف ، إشكالية تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بين معوقات المعمول
- ومتطلبات الموجود ، مداخلة في ملتقى دولي تحت عنوان: متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية - الشلف أفريل 2006 م .

المصادر و المراجع بالأجنبية:

- 1-La chman jean, **Le financement des stratégiés de l'innovation**- Economica - paris – 1993.
- 2- Ashish Sood and Gerardj. Tellies -**Total Market Returns to Innovation , National Science Board 2004** -Ashish Sood and Gerard. Tellies -Total Market Returns to Innovation - usc.edu/~tellis/returns.pdf- National Science Board2004.
- 3- Jean Marie et Françoise Dorey « développement et gestion des produit nouveaux», édit McGraw-Hill , 1983.
- 4- Jean Brillman « les meilleurs de management » .2eme tirage .edit. organisation, 1998.
- 5- Yves chirouze :« le marketing: de l'étude de marche au lancement d'un produit nouveau» ,T1 ,4eme edit.chotard et associes, 1991.
- 6- Slaimi Ahmed :« pratique et étude comparative des systèmes de suggestion a l'innovation dans le secteur industriel» (revue perspective),URTSD Université d'Annaba, N° 2 Décembre 1996.
- 7- Halimi Wahiba-Benkhalidi Nawal- Le scultage de la PME dans le contexte des mutations récentesl'exigences de mise à niveau. de PME dans l'états arabe - Cheliff - avril 2006

ملاحق

الملحق رقم (1)

جدول يمثل الأساتذة المحكمين للاستبيان

اسم الأستاذ	التخصص	الدرجة العلمية
بن جروة حكيم	علوم تجارية	دكتور
مرزوقي مرزوقي	علوم اقتصادية	أستاذ مساعد أ
بن عبد الهادي محمد منير	علوم التسيير	أستاذ مساعد أ
رجم خالد	علوم التسيير	أستاذ مساعد أ

من إعداد الطالب

ملحق رقم (02)



جامعة قاصدي مرباح . ورقلة .

كلية العلوم الاقتصادية التجارية و علوم التسيير

قسم علوم التسيير

التخصص : تسيير المؤسسات الصغيرة و المتوسطة

استمارة الاستبيان

أخي العامل..... ، أختي العاملة.....

تحية طيبة وبعد: في إطار التحضير لإعداد مذكرة تدخل ضمن متطلبات الحصول على شهادة ماستر تخصص تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة و التي تحمل عنوان: "اثر الابتكار على مردودية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة" نضع بين يديك مجموعة من العبارات نرجو منك الإجابة بكل صراحة ومصداقية بما ينطبق عليك وذلك بوضع علامة (X) في الخانة المناسبة، والرجاء عدم ترك عبارة بدون إجابة، مع العلم أن إجاباتك ستحظى بالسرية التامة ولا تستعمل إلا لغرض البحث العلمي، ونشكرك مسبقا على تعاونك.

ثانياً: الابتكار: يرجى وضع العلامة (X) في الخانة المناسبة التي تعتقدها أكثر ملاءمة من وجهة نظرك.

غير موافق تماماً	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماماً	الفقرات الخاصة بالابتكارات بمؤسستكم
					أولاً: الابتكار الإداري. 1- قامت المؤسسة بإستحداث تعديلات جوهرية في هياكلها التنظيمية.
					2- أجرت المؤسسة تحديثات في استعمال أنظمة الكمبيوتر في عملياتها الإدارية.
					3- تساعد المؤسسة العاملين على فهم آليات عمل الإدارة بالاهتمام بوضع برامج كفاءة.
					4- اتخذت المؤسسة سياسات وإجراءات لتطوير خدماتها ومركزها التسويقي.
					5- استحدثت المؤسسة سياسات جديدة في مجال التعيين والمكافآت والحوافز.
					6- قامت المؤسسة بمنح العاملين الحرية في حل المشكلات الفورية المتعلقة بتقديم خدماتها.
					7- تتخذ المؤسسة إجراءات تساعد على تفعيل الاتصال وتبادل المعارف بين العاملين.
					8- تقوم المؤسسة بإتباع استراتيجيات في تصميم خدماتها ونظم الرقابة عليها.
					ثانياً: الابتكار التقني. 9- أدخلت المؤسسة أساليب وطرق جديدة لعملياتها الخدمية المقدمة للزبائن.
					10- أجرت المؤسسة تغييرات في تصميم وتقديم خدماتها تماشياً مع نوعية التقنيات الحديثة.
					11- قامت المؤسسة بابتكار طرق جديدة لبناء وتعديل وتحسين عملياتها الخدمية.

					12-توصلت المؤسسة الى براءات اختراع تزيد من ابتكاراتها الخدمائية.
					13-أدخلت المؤسسة تقنيات جديدة للعمل على تحسين خدماتها مقارنة بالمنافسين.
					ثالثاً: الابتكار الإضافي. 14-تحدثت المؤسسة تعديلات على طريقة الخدمات المقدمة بناء على المعرفة المكتسبة لحاجيات الزبائن.
					15-تخصصت المؤسسة برامج لتحسين وتطوير خدماتها لزيادة ولاء زبائنهم.
					16-لجأت المؤسسة إلى جهات خارجية مراكز استشارية وبحثية لتحديد التوجهات المستقبلية للمستهلكين.
					17-تسعى المؤسسة إلى تقديم عروض مجانية بغية زيادة عدد المشتركين في خدماتها.
					18-تقوم المؤسسة بمتابعة شكاوي وآراء الزبائن كقاعدة تركز عليها في تطوير خدماتها.
					19-قدمت المؤسسة خدمات إضافية متميزة ومبتكرة مقارنة بالمنافسين.

ثالثاً المردودية : يرجى وضع العلامة (X) في الخانة المناسبة التي تعتقدتها أكثر ملائمة من وجهة نظرك.

غير موافق تماماً	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماماً	الفقرات
التكلفة الأقل					
					01- تسعى المؤسسة بالاحتفاظ بالعناصر الكفوءة لتخفيض من حجم التكاليف.
					02- تستفيد المؤسسة من الكم الكبير للمواد الأولية عند اقتنائها
					03- تلجأ المؤسسة إلى السيطرة على سياسة التخزين

					باتباع سياسة لتخفيض التكاليف.
					04- تسعى المؤسسة إلى إنتاج خدمات ذات جودة للسيطرة على حصتها السوقية.
المرونة					
					05- تتميز المؤسسة بمرونة عالية في العمليات الإنتاجية.
					06- تمتلك المؤسسة القدرات اللازمة لمواكبة مستوى جودة المنتجات في السوق .
					07- تمتلك المؤسسة مرونة عالية في حجم الاستجابة للتغيرات الحاصلة في حاجات ورغبات الزبائن.

أولا : البيانات الشخصية

- 1- الجنس: ذكر: أنثى:
- 2- العمر: من 25 إلى 30 من 31 إلى 40 أكثر من 41
- 3- المستوى التعليمي: ثانوي جامعي دراسات عليا
- أخرى ما هي:

5- سنوات الخدمة:

- أقل من 5 سنوات - من 5 إلى أقل من 7 - من 7 إلى 10
- من 10 فما فوق
- 7- الوظيفة: مدير عام رئيس قسم نائب مدير نائب رئيس قسم
- رئيس عمال أخرى ما هي:

شكرا لتعاونكم

ملحق رقم (03)

معامل الفا كرونباخ الإجمالي

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,831	26

فہرِس

فهرس

الصفحة	العنوان
	الإهداء
	الشكر
V	الملخص
VI	قائمة المحتويات
VII	قائمة الجداول
VIII	قائمة الأشكال
IX	قائمة الملاحق
ب-هـ	المقدمة
25-2	الفصل الأول: الأدبيات النظرية والتطبيقية للابتكار
2	تمهيد
3	المبحث الأول: المدخل النظري للابتكار
3	المطلب الأول: الابتكار و أهميته
3	الفرع الأول: تعريف الابتكار
5	الفرع الثاني: أهمية الابتكار
6	المطلب الثاني: أشكال و أنواع الابتكار
6	الفرع الأول: أشكال الابتكار

7	الفرع الثاني: أنواع الابتكار
7	المطلب الثالث: العوامل المؤثرة في الابتكار وقياسه و الأساليب الداعمة
7	الفرع الأول: العوامل المؤثرة في الابتكار
10	الفرع الثاني: مؤشرات قياس الابتكار
11	الفرع الثالث: الأساليب الداعمة للابتكار
13	المبحث الثاني: الابتكار في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
13	المطلب الأول: مفهوم وأشكال وأهمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
13	الفرع الأول: التعريفات المختلفة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة
15	الفرع الثاني: أشكال المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
17	الفرع الثالث: أهمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
18	المطلب الثاني: عوامل نجاح الابتكار في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
19	المطلب الثالث: أثر الابتكار على تحسين مردودية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
20	المبحث الثالث: الأدبيات التطبيقية السابقة لموضوع الدراسة
20	المطلب الأول: الدراسات العربية
21	المطلب الثاني: الدراسات الأجنبية
23	المطلب الثالث: موقع الدراسة الحالية من الدراسات السابقة
25	خلاصة الفصل الأول
51-27	الفصل الثاني: الدراسة الميدانية
27	تمهيد

28	المبحث الأول :منهجية الدراسة
28	المطلب الأول: الطريقة المستخدمة في الدراسة الميدانية
28	الفرع الأول : مجتمع الدراسة واختيار العينة
28	الفرع الثاني :متغيرات الدراسة
29	الفرع الثالث :تلخيص معطيات الدراسة
29	المطلب الثاني: الأدوات المستعملة في الدراسة الميدانية
29	الفرع الأول: أداة الدراسة
30	الفرع الثاني: ثبات أداة الدراسة
31	المطلب الثالث : الأدوات والبرامج الإحصائية المستخدمة في الدراسة
31	المبحث الثاني : نتائج الدراسة واختبار الفرضيات
31	المطلب الأول: عرض نتائج الدراسة
31	الفرع الأول: النتائج المتعلقة بالخصائص الديمغرافية للعينة
36	الفرع الثاني : عرض نتائج اختبار الفرضيات
47	المطلب الثاني: عرض مناقشة والنتائج
47	الفرع الأول :نتائج تحليل البيانات الشخصية لأفراد العينة
48	الفرع الثاني : نتائج تحليل اتجاهات آراء العينة حول متغيرات الدراسة
51	خلاصة الفصل
53	الخاتمة
56	قائمة المراجع

60	الملاحق
65	الفهرس