

جامعة قاصدي مرياح - ورقلة -
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم التسيير



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي
الميدان : علوم اقتصادية، علوم التسيير و علوم تجارية
الشعبة : علوم تسيير
التخصص : تسيير مؤسسات صغيرة ومتوسطة
من إعداد الطالب : عيدان محمد سليم
بغنوان :

دور الابداع في تحسين الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة
والممتوسطة
-حالة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ولاية ورقلة-

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ: 2013/06/26
أمام اللجنة المكونة من السادة:

الأستاذ: بن عبد الهادي محمد منير (أستاذ مساعد جامعة قاصدي مرياح ورقلة) رئيسا -
الأستاذ: مايو عبد الله (أستاذ مساعد جامعة قاصدي مرياح ورقلة) مشرفا
الأستاذ: حجاج محمد الهاشمي (أستاذ مساعد جامعة قاصدي مرياح ورقلة) مناقشا -

السنة الجامعية 2012/ 2013

الإهداء

تبارك الذي أهدانا نعمة العقل و أنار سبلنا بنور العلم و مهدها لنا

طريق النجاح بكل تقدير و عرفان

أهدي عملي هذا المتواضع إلى روح جدي الطاهرة رحمه الله

وإلى اعز ما أملك و ما لدي في الوجود و أقرب الناس إلى قلبي

أطال الله في

عمرهما

والدتي الكريمة ووالدي العزيز وإلى إخوتي حفظهم الله

إلى الأستاذ المتصرف أسمى التحية و التقدير الجزيل

إلى كل من سجعني و لو بكلمة طيبة

إلى كل الأهل و الأقارب و الأصدقاء

جزاكم الله خيرا

وشكرا .

شكر وتقدير

الحمد لله الذي هدانا لهذا وما كنا لنهتدي لولا أن هدانا الله، فالحمد لله و
الشكر أولاً وأخيراً على فضله وكرمه وبركته الذي أنعم علي بالتوفيق بإنجاز
هذا العمل ليضاف إلى ميادين البحث العلمي، والصلاة والسلام على سيد
المرسلين وإمام المتقين سيدنا محمد وعلى آله وأصحابه أجمعين.
ويطيب لي عرفانا بالجميل أن أتقدم بجزيل الشكر والعرفان إلى أولئك الذين وقفوا
بجانبي طوال فترة دراستي ولم يخلوا علي بمساعدة أو إرشاد أو توجيه، وأخص
بالذكر أستاذي المشرف مايو عبد الله وشكفي ياسين وبايوسف محمد الذي قدم لي
الدعم والإرشاد مما دفع هذه الرسالة إلى النور.
وأتقدم بوافر التقدير وعظيم الامتنان للجنة المناقشة الأفاضل الذين شرفوني
بقبول مناقشة الدراسة ودورهم الكبير في إثراء الدراسة من عملهم وخبرتهم.
وكما أتقدم بالشكر الجزيل لكل من ساهم من قريب أو بعيد على إنجاح هذه
الدراسة.

الطالب: محمد سليم

المخلص:

شهد العالم مؤخرًا مجموعة من التغيرات السريعة والمتتالية سمّت مختلف المجالات: السياسي، الاقتصادي الاجتماعي الثقافي والتكنولوجي، والتي نذكر من أهمها: ظاهرة العولمة، الانفتاح العالمي للأسواق وتحرير التجارة الدولية إزالة كافة العوائق والقيود أمام انتقال السلع والخدمات ورؤوس الأموال، التطور التكنولوجي السريع وتعدد المنتجات المعروضة كمّاً ونوعاً.

إن دراسة دور الإبداع في تحسين الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، لا بد أن يكون على ضوء الخصوصية والعوائق التي تواجه هذا النوع من المؤسسات، وبالأخص دور المسير الذي يعتبر المحور الأساسي لتنافسية المؤسسة والمتحكم في التصرفات والقرارات التنظيمية والتكتيكية والإستراتيجية. يبقى في نظر الكثيرين أن الإبداع، هو الكفيل الأول بإخراج المؤسسات والدول من تخلفها، لكن في الحقيقة إذا لم تُصحب هذه التكنولوجيا بأبجديات التسيير والتنظيم والبحث والتطوير، تصبح بمثابة عبء أكثر مما تكون عائدًا أو ثروة.

الكلمات المفتاحية: إبداع، ميزة التنافسية، مؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

Résumé

Le monde a connu récemment une série de changements rapides et successifs touchée de différents domaines: politique, économique, social, culturel et technologique, économiques, parmi lesquels nous citons les plus importantes: le phénomène de la mondialisation, l'ouverture des marchés mondiaux et la libéralisation du commerce international pour lever tous les obstacles et contraintes à la circulation des biens, des services et des capitaux, le développement rapide de la technologie et de la multiplicité des produits offerts quantitativement et la qualitativement.

L'étude du rôle de l'innovation dans l'amélioration de la compétitivité des petites et moyennes entreprises, doit être selon la privatisation et les obstacles auxquels fait face ce genre d'institutions, et en particulier le rôle du gérant, qui est le thème principal de l'entreprise compétitive et le maître d'actions et de décisions réglementaires, stratégiques et tactiques.

Reste à l'avis de beaucoup de gens que la créativité, est le premier répondant pour sortir les institutions et les États de leurs rémanences, mais en fait, s'il n'est pas accompagné par cette technologie les initiales de la gestion, de l'organisation et de la recherche et développement, deviennent un fardeau plutôt que d'être de rendement ou la richesse.

Mots-clés: l'innovation, l'avantage concurrentiel, les petites et moyennes entreprises.

قائمة المحتويات

IIIالاهداء
IVشكر وتقدير
Vالملخص
VIقائمة المحتويات
VIIقائمة الجداول
VIIIقائمة الأشكال البيانية
IXقائمة الملاحق
أالمقدمة
1الفصل الأول: الابداع والميزة التنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
2المبحث الاول الإطار المفاهيمي للإبداع والميزة التنافسية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ...
11المبحث الثاني: دراسات سابقة واهم النتائج المستخلصة
14الفصل الثاني:دراسة حالة عينة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لولاية ورقلة
15المبحث الاول: ادوات الدراسة وتحديد حجم العينة المدروسة
20المبحث الثاني : وتحليل ومناقشة النتائج
31الخاتمة
35المراجع
39الملاحق
45الفهرس

قائمة الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
3	تصنيف المؤسسات الصغيرة و المتوسطة	1-1
16	توزيع المؤسسات حسب نوع المؤسسة	1-2
17	توزيع المؤسسات حسب حجم المؤسسة	2-2
18	توزيع المؤسسات حسب طبيعة النشاط	3-2
18	توزيع المؤسسات حسب نطاق النشاط	4-2
19	توزيع المؤسسات حسب طبيعة المسير	5-2
19	توزيع المؤسسات حسب الجنس	6-2
20	توزيع المؤسسات حسب المستوى التعليمي	7-2
21	تحليل فقرات الابداع	8-2
24	تحليل فقرات التكلفة	9-2
25	تحليل فقرات الجودة	10-2
27	تحليل فقرات المرونة	11-2
28	تحليل فقرات الاستجابة لرغبات العميل	12-2
29	تحليل فقرات التركيز والتميز	13-2

قائمة الأشكال البيانية

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
7	مصادر الافكار الابداعية في المؤسسات الصغيرة المتوسطة	1-1
9	مصادر الميزة التنافسية	2-1
10	تأثير الكفاءة والجودة والإبداع والاستجابة للعميل, على تكلفة والسعر	3-1
16	توزيع المؤسسات حسب نوع المؤسسة	1-2
17	توزيع المؤسسات حسب حجم المؤسسة	2-2
18	توزيع المؤسسات حسب طبيعة النشاط	3-2
18	توزيع المؤسسات حسب نطاق النشاط	4-2
19	توزيع المؤسسات حسب طبيعة المسير	5-2
19	توزيع المؤسسات حسب الجنس	6-2
20	توزيع المؤسسات حسب المستوى التعليمي	7-2

قائمة الملاحق

الصفحة	عنوان الملحق	رقم الملحق
44	استبيان	الملحق 1

الفهرس

IIIالاهداء
IVشكر وتقدير
Vالملخص
VIقائمة المحتويات
VIIقائمة الجداول
VIIIقائمة الأشكال البيانية
IXقائمة الملاحق
أالمقدمة
1الفصل الأول: الإبداع والميزة التنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
2تمهيد
2المبحث الأول: الإطار المفاهيمي للإبداع والميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة
2المطلب الأول: التعريف المعتمد للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر
3المطلب الثاني: تعريف الإبداع وأنواعه
6المطلب الثالث: مصادر الأفكار الإبداعية ومعوقات الإبداع في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
7المطلب الرابع: مفهوم وأنواع ومصادر الميزة التنافسية
9المطلب الخامس: تأثير الإبداع على الميزة التنافسية
11المبحث الثاني: دراسات سابقة وأهم النتائج المستخلصة
11المطلب الأول: دراسات سابقة
12المطلب الثاني: النتائج المستخلصة من الدراسات السابقة
13خلاصة الفصل
14الفصل الثاني: دراسة حالة عينة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لولاية ورقلة
15تمهيد
15المبحث الأول: أدوات الدراسة وتحديد حجم العينة المدروسة
15المطلب الأول: أدوات الدراسة (الاستبيان)
16المطلب الثاني: مجتمع الدراسة
20المبحث الثاني : وتحليل ومناقشة النتائج
20المطلب الأول: تحليل فقرات الاستبيان
29المطلب الثاني : مناقشة النتائج

30	خلاصة الفصل
31	الخاتمة
35	المراجع
39	قائمة الملاحق

أ - توطئة:

نظرا للتحويلات التي يشهدها العالم في مختلف المجالات الاقتصادية والتكنولوجية والثقافية والإعلامية نتيجة الانفجار المعرفي وثورة المعلومات والاتصالات, وهو ما يطلق عليه بالعمولة, مما جعل المؤسسات تواجه العديد من الصعوبات والتحديات في كيفية مواجهتها وطريقة التكيف معها. حيث فرض على هذه المؤسسات إتباع أساليب حديثة من اجل الوصول إلى معدلات عالية في الإنتاج والأداء حتى تستطيع تقديم خدمة بالجودة العالية وبالسعر المناسب والسرعة المناسبة من اجل إرضاء الزبائن واستمرار البقاء في السوق.

و لبلوغ المؤسسات الصغيرة والمتوسطة غايتها يتطلب ذلك منها التعامل بفكر جديد وأساليب مختلفة لتحرير الطاقات الإبداعية و من ثم تنمية القدرة على الإبداع و الابتكار لدى فرق العمل و الأفراد و توفير البيئة المشجعة و الملائمة من أجل توفير المنتجات و الخدمات أو الحلول التي تخدم العملاء و تلي احتياجاتهم ، و بذلك تضمن المؤسسة ولاء العميل مما يجعلها تكسب حصص سوقية إضافية و ميزة تنافسية

ب إشكالية البحث

في ظل هذا البحث يمكن طرح السؤال الرئيسي والمتمثل في:

كيف يساهم الإبداع في تحسين الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة؟

وتندرج تحت الإشكالية الرئيسي مجموعة من الإشكاليات الفرعية:

- 1 - هل تسعى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الى تحقيق التنمية الاقتصادية من خلال طاقتها الابداعية ؟
- 2 -هل نسعى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الى الاعتماد على مصادر الأفكار الإبداعية في انتاج منتجاتها؟
- 3 - هل يؤثر الابداع على الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة؟

ت-فرضيات البحث:

الفرضية الرئيسية: الإبداع موجود في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وذلك من اجل مواجهة المنافسين على المستوى المحلي والأجنبي.

أما الفرضيات الفرعية فكانت كالآتي :

- 1 -تتمتع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ولاية ورقلة على مجموعة من المصادر سواء كانت داخلية او خارجية في انتاج منتجات جديدة؛

المقدمة العامة

- 2 -تخلق المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ولاية ورقلة ميزة تنافسية من خلال الابداع التحكم في الجودة ،المرونة ،وتلبية رغبات الزبائن؛
 - 3 -يمكن للإبداع ان يؤثر على الميزة التنافسية من خلال مجموعة من العوامل اهمها التركيز ، التميز و التكلفة.
- ث -مبررات اختيار الموضوع:**

الدوافع التي جعلتنا نهتم بهذا الموضوع نجتمعها كالآتي :

- 1 -أهمية التجدد المستمر في موضوع الإبداع؛
- 2 -شعورنا بقيمة وأهمية هذا الموضوع في ظل هذه التحولات المتسارعة؛
- 3 -محاولة إبراز أهمية الإبداع و إعطاء طريقة صحيحة كوسيلة لتبني في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة؛
- 4 -نقص الدراسات والبحوث التي تناولت موضوع الإبداع.

ج -أهمية الموضوع

تبرز أهمية هذا الموضوع في كونه موضوع حديث لم تتحدد معالمه بصورة نهائية بعد، حيث اعتبرته جل المؤسسات الاقتصادية بأنه الوسيلة الناجعة للتوسع والنمو والحفاظ على مكائنتها في ظل تزايد حدة المنافسة في السوق. كما تبرز أهمية أخرى تتمثل في تطبيق احد النماذج التي من شأنها تحفيز المسؤولين داخل المؤسسة في تبني الإبداع من اجل تحقيق عوائد مهمة للمؤسسة , وهذا ما تصبوا إليه أي مؤسسة.

ح -أهداف الموضوع:

نهدف من خلال هذا الموضوع إلى:

- 1 -التعرف على ماهية الإبداع وإشكاله وعوائد بالنسبة للمؤسسات الاقتصادية؛
- 2 -إبراز أهمية الإبداع في المؤسسات الاقتصادية؛
- 3 -التعرف على ماهية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة؛
- 4 -إبراز اهم المزايا التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

خ -حدود الدراسة:

الحدود المكانية: فقد اقتصرنا على دراسة دور الابداع في تحسين الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة لولاية ورقلة.

الحدود الزمنية: لقد استغرقت مدة الدراسة ابتداء من 2 ماي 2013 الى غاية 10 جوان 2013.

د - المنهج المستخدم أدوات الدراسة:

من أجل إرساء دور الإبداع في تحسين الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة ارتأينا الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي لمعرفة مختلف المفاهيم النظرية التي تناولت هذا الموضوع. ولإسقاط الدراسة النظرية على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ولاية ورقلة، فاعتمدنا علي المنهج الاستقرائي لدراسة حالة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الولاية.

ذ - صعوبات الدراسة:

- لقد وجه الباحث عدت صعوبات اثناء القيام بالدراسة من بينها:
- ضيق الوقت المستغرق اثناء الدارسة؛
- قلة الكتب في مكتبة الجامعة خاصة في موضوع الابداع؛
- رفض بعض المؤسسات تلبية رغباتنا في ملئ استمارة الاستبيان؛
- عدم طرح منهجية محددة منذ بداية الموسم الجامعي.

ر - هيكل البحث:

لقد قسمنا هذه الدراسة إلى فصلين حسب منهجية IMRAD وهما كالآتي:

الفصل الأول: حيث قسمنا هذا الفصل الى مبحثين المبحث الاول تطرقنا فيه الى الابداع والميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، اما المبحث الثاني فكان عبارة عن دراسات سابقة واهم النتائج المستخلصة منها. الفصل الثاني: كانت دراسة ميدانية على مجموعة من المؤسسات من ولاية ورقلة حيث قمنا بتوزيع عليها مجموعة من الاستبيان حيث وصل عدد هذه المؤسسات الى 28 مؤسسة . حيث قسمنا هذا الفصل إلى مبحثين الأول يتعلق بأدوات الدراسة وتحديد حجم العينة المدروسة، أما المبحث الثاني فكان عبارة عن وتحليل ومناقشة النتائج المتحصل عليها. وأخيرا ختمنا هذا البحث ككل البحوث بخاتمة عامة خلصنا فيها إلى عدة نتائج مكنتنا من إبداء بعض التوصيات في هذا الموضوع وبغية فتح باب البحث من جديد قمنا بطرح بعض الأفاق المستقبلية في شكل عناوين تصلح لأن تكون إشكاليات مواضيع لبحوث مستقبلية.

تمهيد:

تعتبر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة عصب الاقتصاد الوطني لأي دولة وهذا مما أدى الى الاهتمام بها وتخصيص لها ميزانيات ضخمة من اجل تطويرها ومساعدتها من اجل النهوض بهذا القطاع ، حيث نجد ان هذا المؤسسات على سبيل المثال تخفف من حدة البطالة التي تعاني منها الدول وتساهم ايضا في الدخل الوطني وإنعاش الاقتصاد الوطني.

المبحث الاول: الإطار المفاهيمي للإبداع والميزة التنافسية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

أصبحت المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الآونة الأخيرة تلقى اهتماما عالمي نظرا لما تقدمه من فرص عمل وتحسين الدخل، وقد سعت كافة الجهات الحكومية والمنظمات غير الحكومية إلى توفير البنية التحتية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة كي تنمو وتزدهر.

المطلب الاول: التعريف المعتمد للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر

إن إيجاد تعريف موحد للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة ليس سهل المنال، وذلك لأن تحديد هذا المفهوم يختلف من دولة إلى أخرى تبعا للتوجهات والإمكانات والظروف الاقتصادية والاجتماعية ودرجة النمو الاقتصادي وطبيعة الأنشطة الاقتصادية وتنوع فروعها وغيرها¹. إلا انه يوجد معايير أساسية يتفق عليها الباحثين والاقتصاديين ويمكن الاعتماد عليها في التمييز بين المؤسسات المصغرة والصغيرة والمتوسطة عن بقية المؤسسات الأخرى وهذه المعايير تنقسم إلى قسمين معايير كمية وأخرى نوعية.

كما عرفها القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كما يلي : "تعرف المؤسسة الصغيرة والمتوسطة مهما كانت طبيعتها القانونية بأنها مؤسسه انتاج السلع او الخدمات حيث تشغل من 1 الى 250 شخصا ولا يتجاوز رقم اعمالها السنوي ملياري (2) دينار جزائري او لا يتجاوز مجموع حصيلتها السنوية خمسمائة (500) مليون دينار، وتستوفي معايير الاستقلالية².

و قد اعتمد المشرع الجزائري في تصنيفه للمؤسسات الصغيرة و المصغرة على ثلاث معايير و هي عدد العمال و يعتبر المعيار الأكثر استعمالا بالإضافة إلى رقم الأعمال و الحصيلة السنوية.

1 نجمة عباس، "محددات الإبداع في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة- دراسة ميدانية" ، الملتقى الوطني الثاني حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والتنمية المستدامة يومي 13 و14 نوفمبر 2012، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي الجزائر ص 4.

2الجريدة الرسمية الجزائرية قانون رقم 01-18 المؤرخ في 27 رمضان عام 1422هـ الموافق 12 ديسمبر سنة 2001، يتضمن القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة العدد 02 .

والجدول التالي يوضح تصنيف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب المشرع الجزائري

الجدول رقم (1-1) : تصنيف المؤسسات المصغرة والصغيرة والمتوسطة

المؤسسة المتوسطة	المؤسسة الصغيرة	المؤسسة المصغرة	
من 50 الى 250	من 10 الى 49	من 1 الى 9	عدد العمال
من 200 مليون دينار الى مليار(2) دينار جزائري	من 20 مليون دينار الى 200 مليون دينار جزائري	اقل من 20 مليون دينار جزائري	رقم الأعمال
من 100 مليون دينار الى 500 مليون دينار جزائري	من 10 ملايين الى 100 مليون دينار جزائري	10 ملايين دينار جزائري	الحصيلة السنوية

المصدر: الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية العدد 17 بتاريخ 2001/12/15

المطلب الثاني: تعريف الإبداع وأنواعه

اولا: تعريف الابداع:

-تعريف الابداع لغة: يعرف الإبداع في اللغة كما جاء في (لسان العرب)، من بدع الشيء وهو أنشأه، وجاء في (المعجم الوسيط) : بدعه بدعاً أي أنشأه على مثال سابق، وعرفه (القاموس العصري الحديث) بأنه :الإيجاد أو التكوين أو الابتكار¹

-وجاء في قوله تعالى " : بديع السماوات والأرض وإذا قضى أمراً فإنما يقول له كن فيكون"².

-تعريف الابداع اصطلاحا: ويمكن تعريف الإبداع بأنه " إنتاج أفكار جديدة ومفيدة"³ فنجد العالم الاقتصادي Schumpeter في عام 1934 عرف الابداع على انه(عملية ايجاد وتطور في كل الطرق التي تؤدي إلى أحداث تغييرات في المنتج أو الخدمة)⁴

¹-السعيد عواشيرة،"العوامل المؤثرة في الإبداع في المنظمات الحكومية وآليات تفعيل أثرها الإيجابي"، المؤتمر الدولي للتنمية الادارية نحو اداء متميز في القطاع الحكومي الرياض المملكة العربية السعودية الموافق ل1-4 نوفمبر 2009 ص 14.

²- القرآن الكريم، سورة البقرة، الآية 117

3- Leonie Baldacchino. "ENTREPRENEURIAL CREATIVITY AND INNOVATION" paper presented at the First International Conference on Strategic Innovation and Future Creation Monday 23 March 2009 Grand Hotel Excelsior, Floriana – MALTA. page 3 www.strategicfutures.eu/___.../leonie_baldacchino. 24/12/2012

⁴- ناجحة محمد طاهر،"الإبداع بالمزيج التسويقي وأثره في تحقيق التفوق التسويقي. دراسة حالة في شركة الوسام لمنتجات الألبان والمواد الغذائية المحدودة/كربلاء"، رسالة مقدمة إلى متطلبات نيل درجة الماجستير غير منشور، في علوم إدارة الأعمال جامعة الكوفة العراق 2006 ص 29 .

الإبداع " هو الميزة الأساسية لذكاء الإنسان بشكل عام"¹.

يعرف كل Sood و Tellis من الإبداع هو "ظهور تقنية جديدة مستندة على مبدأ علمي واضح, وتختلف عن التقنيات الحديثة"².

من خلال هذه التعريفات نستخلص أن الإبداع عملية يتم التفريق من خلالها بين العمل العادي والمميز فالإبداع يؤدي الى صنع التميز ويظهر هذا الإبداع من خلال الأعمال الهندسية وتصاميم الصناعية وتشكيل البلاستيك, وحتى في مجال الخدمات كما ان الإبداع يؤدي الى التجديد والتجديد يجعلنا متميزين عن غيرنا.
ثانياً- أنواع الإبداع:

نظرا لوجود سلسلة متعددة الحلقات حول الإبداع، فإننا لا نرى مانع من التركيز على البعض منها و قد يكون في اعتقادنا الأهم ألا وهو:

2-1 - تصنيف الإبداع وفق معيار التخصص (الوظائف)

-الإبداع التكنولوجي: حسب العديد من الدراسات العلمية في هذا المجال ، يعتبر هذا النوع من الإبداع واحداً من أهم أشكال الإبداع ، لاعتباره أهم الأسباب الداعية للنمو على المستويين الكلي و الجزئي، و من ثم فتعريفه لا يختلف عن التعريف العام للإبداع و من ضمن تعاريفه:
الإبداع التكنولوجي عبارة عن تحويل فكرة معينة إلى منتج قابل للتسويق أو بتحسين منتج في طريق التصنيع أو التسويق أو طريقة جديدة لخدمة معينة³

-الإبداع التنظيمي : تتوقف على تحويلات في تقسيم وتوزيع النشاطات بين الأفراد في المؤسسة وفي تركيب الوظائف داخل المؤسسة فيمكن أن تجلب هيكلية تجارية جديدة أو هيكلية توزيع جديدة، طريقة تسيير للمخزون جديدة...، وذلك بالاعتماد على إستراتيجية دولية أو إستراتيجية التخريج لبعض وظائفها من أجل الحفاظ على تقوية مرونتها التنظيمية. هذه التغييرات غالباً ما تتطلب استثمارات غير مادية في التكوين بتوظيف أفراد أكفاء في الاتصال بهدف تقوية الكفاءات الأساسية في المؤسسة فضلاً عن إبداعات في التسيير والتي غالباً ما يجد المسير صعوبة في تطبيق طريقة عمله، وحسب الاختصاصيين في النوعية، فإن 85 ٪ من المشاكل التي تحدث في

1 Dr Eleni Sefertzi. CREATIVITY .Report produced for the EC funded project J A N U A R Y 2 0 0 0 .page 2

2- مرزوقي مرزوقي، "دور الابتكار في تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة دراسة حالة الجزائر"، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية تخصص : تسيير مؤسسات صغيرة ومتوسطة، جامعة ورقلة الجزائر سنة 2008/2007 ص 4.

3- شريف غياط، أسماء زدوري، " تنمية وتدعيم الإبداع في المنظمات"، الملتقى العلمي الدولي: الإبداع والتغيير التنظيمي في المنظمات الحديثة أيام: 12- 13 ماي 2010 ص 5.

المؤسسات ناجمة عن سوء التسيير. ومن ثم فإن التحسينات التي تجرى في هذه الوظيفة يمكن أن تنتج قيمة مضافة في غاية الأهمية للمؤسسات¹

-الإبداع في المنتج :

ويقصد به «إحداث التغيير في مواصفاته أو خصائصه لكي تلي بعض الرغبات أو تشبع بعض الحاجيات بكيفية أحسن. » و يهدف إلى «عرض المنتجات في السوق تتصف بالتجديد بالنسبة للمعروضات من المنتجات المتواجدة في نفس السوق...ويمكن أن يحدث التغيير (الإبداع) في الوظائف التي يؤديها المنتج أو شروط استعماله أو توزيعه.²

2 2 - تصنيف الإبداع وفق معيار حجم التغيير³

ويوجد نوعين من الإبداع:

أ - **الإبداع المتزايد l'innovation incrémentale**: وهو ذلك التحسين الطفيف والتغيير الصغير الذي يمس السيوروات، الإجراءات، وسائل الإنتاج المنتجات والخدمات التي تقوم بها المؤسسة ففي كل مرة تقوم بإبداع في جزء منها فقط.

ب - **الإبداع الجذري l'innovation de rupture**: وهو ذلك التغيير الجذري والكلبي لمنتجات المؤسسة وإجراءاتها، والانقطاع والتخلي التام عن الممارسات الماضية، وهذا الإبداع يجعل المؤسسة أكثر قدرة على المنافسة فيتم خلق ميزة تنافسية في حالة ما إذا تطابق المنتج مع متطلبات السوق، ويعتمد هذا النوع على البحث بشكل كبير ويخص في أغلب الأحيان تطوير تكنولوجيا جديدة.

ويصنف سلومون و ستوارت Solomon and stwart يصنفان الإبداع إلى ثلاثة أنواع⁴:

أ. **الإبداعات المستمرة**: وهي التي تأتي بتغيرات صغيرة تدريجية كما في تغييرات مركز المنتج، توسعات الخط، تنويعات لتخفيف ضجر الزبون.

1-بن عنتر عبد الرحمان، " واقع الإبداع في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر دراسة ميدانية"، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية -المجلد - 24 العدد الأول - 2008 ص 151 .

2-نصرالدين بن نذير مصطفى بداوي، " الإبداع كأداة لتعزيز القدرة التنافسية لمنظمات الأعمال في ظل الاتجاهات الحديثة في الاقتصاد العالمي".

3-بلولة إيمان، لشهب صفاء، "الإبداع التنظيمي و دوره في تحسين أداء المؤسسات الصحية"، الملتقى الدولي حول الإبداع والتغيير التنظيمي في المنظمات الحديثة يومي 12-13 ماي 2010 جامعة سعد دحلب البليدة ص 13.

4-حراز الأخضر،"دور الإبداع في اكتساب المؤسسة ميزة تنافسية مركب حمام ربي) سعيده (نموذجا EGTT دراسة حالة مؤسسة"، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير مدرسة الدكتوراه، غير منشورة السنة 2011، جامعة تلمسان ص 49.

ب. الإبداعات المستمرة الديناميكية: و هي تغييرات أكبر في المنتج الحالي و تكون ذات تأثير معقول على طريقة الأشخاص في عمل الأشياء و تحقيق تغييرات سلوكية معينة كما في هواتف اللمسة - النبرة - Touch) TuneT آلات التصوير آلية التركيز... الخ .

ت. الإبداعات المتقطعة: و هي التي تنشئ تغييرات رئيسية فيما قبلها من تكنولوجيا أو منتجات وفي بعض الحالات تغير أسلوب الحياة الذي نعيشه مثل ابتكارات السيارة، الطائرة، الهاتف التلفزيون و الحاسوب. كما يوجد أنواع أخرى للإبداع نذكر منها الإبداعات العملية و هي الإبداعات الموجهة للتكنولوجيا و النظام التشغيلي و إبداعات المنتج التي تتجه نحو إدخال منتجات جديدة إلى السوق.

المطلب الثالث: مصادر الأفكار الإبداعية ومعوقات الإبداع في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

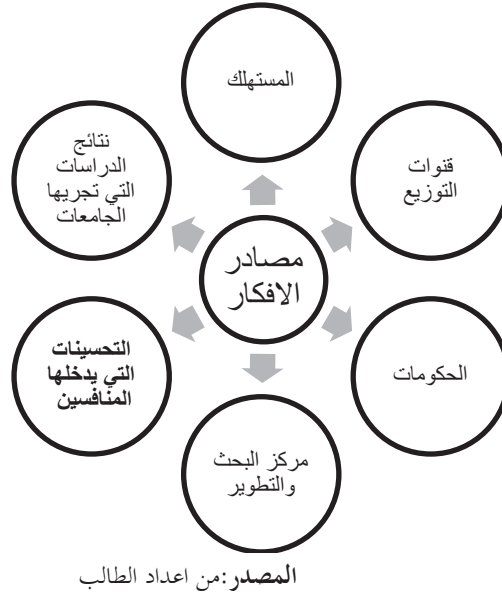
أولاً: مصادر الأفكار الإبداعية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

تأتي عملية الإبداع من خلال الاعتماد على مصادر داخلية وأخرى خارجية تساعد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على توليد افكار , ومن هذه المصادر هي:¹

- 1 -الزبون -المستهلك: يعتبر المستهلك من اهم العناصر الرئيسية في توليد الافكار ذات صلة بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وذلك من خلال الحاجات والمتطلبات التي يعبر عنها بطريقة مباشرة او غير مباشرة .
- 2 -العاملون: وذلك باعتبار ان العاملين يقترحون النظم التي تؤدي الى تطوير الافكار الجديدة فان اغلب الاقتراحات تأتي من العاملين وذلك من خلال تعاملهم المباشر مع الزبائن ومشاكلهم.
- 3 -قنوات التوزيع: تعتبر قنوات التوزيع من المصادر المهمة في توليد الافكار وذلك لمعرفة الموزعين بأحوال السوق واحتياجاته ومتطلباته, حيث يساهم الموزعين في تقديم اقتراحات جديدة التي تساعد المسؤولين على تطوير وتحسن المنتجات والخدمات الجديدة.
- 4 -الحكومات: تساهم الحكومات في توجيه أصحاب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بتقديم المشورة لهم نحو الافكار الإبداعية, وذلك من خلال بناء قاعدة معرفية متكاملة لاختراعات والابتكارات الجديدة.
- 5 -مراكز البحث والتطوير: تلعب دورا بارزا في عمليات البحث والدراسات المتعلقة بالفرد الريادي, وذلك من خلال البحوث التي يمكن ان تقدمها عن منتجات او اسواق او حاجات المستهلك.
- 6 -التحسينات التي يدخلها المنافسين على منتجاتهم وكذلك شكاوى العملاء بالنسبة للمنتجات الحالية.
- 7 -نتائج الدراسات التي تجريها الجامعات والمراكز المتخصصة.

¹سمية بروبي، "دور الإبداع والابتكار في إبراز الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة- دراسة حالة مؤسسة المشروبات الغازية مامي"، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية غير منشور، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2010-2011، ص،ص 95-96

شكل (1-1) يوضح مصادر الأفكار الابداعية في المؤسسات الصغيرة المتوسطة



ثانيا: معوقات الإبداع في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

لقد صنفت بعض الدراسات إن للإبداع داخل المؤسسات معوقات منها معوقات إدراكية ومعوقات وجدانية وشخصية ومعوقات ثقافية واجتماعية:¹

- 1 -معوقات إدراكية: و تتمثل في عدم إدراك الأفراد العاملين لجوانب المشكلة بالشكل الصحيح وذلك بسبب عزلها عن سياقها، أو تضيق نطاقها أو لصعوبة إدراك بعد العلاقات المتضمنة فيها.
- 2 -معوقات وجدانية و شخصية: و المتمثلة في الخوف من المبادرة و الخوف من الوقوع في الخطأ، و الجهود في التفكير و الرغبة في تحقيق النجاح السريع.
- 3 -معوقات ثقافية أو اجتماعية: وهي تلك التي تعود إلى الضغوط الاجتماعية المختلفة التي تتدخل في تشكيل حياة الأفراد و تصرفاتهم و تؤدي بهم إلى تبني اتجاه المجازاة لما هو شائع.

المطلب الرابع: مفهوم وأنواع ومصادر الميزة التنافسية

اولا: مفهوم الميزة التنافسية:

-تعريف الأول: بان الميزة التنافسية تعني إيجاد ميزة متفردة تتفوق الشركة على المنافسين، أي إن الميزة التنافسية تجعل الشركة فريدة ومتميزة عن المنافسين الآخرين.²

¹ -حراز الأخضر، "دور الإبداع في اكتساب المؤسسة ميزة تنافسية مركب حام ري) سعيدة (نموذجا EGTT دراسة حالة مؤسسة"، مرجع سبق ذكره ص 65.

² أكرم احمد الطويل، رغيد إبراهيم إسماعيل، " العلاقة بين أنواع الإبداع التقني وأبعاد الميزة التنافسية / دراسة ميدانية في مجموعة مُختارة من الشركات الصناعية في محافظة نينوى " eco.asu.edu.jo/ecofaculty/wp-content/uploads/2011/04/73.doc تاريخ الاطلاع 2013/03/16 ص 11.

-تعريف ثاني: تعرف الميزة التنافسية على أنها الميزة أو عنصر تفوق للمنظمة يتم تحقيقها في حالة إتباعها لإستراتيجية معينة للتنافس¹

-من خلال هاذين التعريف نستخلص ان الميزة التنافسية هي قدرة المؤسسة على التفوق على المنافسين من خلال إتباعها لإستراتيجية معينة للتنافس .

ثانيا:أنواع الميزة التنافسية ومصادرها

2-1- أنواع الميزة التنافسية:

بالنسبة لأنواع الميزة التنافسية هناك نوعين رئيسيين هما التكلفة الأقل و التمييز المنتج²

-**التكلفة الأقل:** معناه ان تكون المؤسسة قادرة على تصميم منتج وتصنيعه وتسويقه بتكلفة لأقل مقارنة مع المؤسسات المنافسة.

-**تمييز المنتج :** معناه قدرة المؤسسة على تقديم منتج متميزا و فريدا و له قيمة مرتفعة من وجهة نظر المستهلك (جودة أعلى - خصائص خاصة للمنتج -خدمات ما بعد البيع).

ثانيا:مصادر الميزة التنافسية:

تعدد مصادر الميزة التنافسية للمؤسسة و نذكر منها ما يلي:

1 -**الجودة:** تتضمن الجودة ثلاثة ابعاد هي المطابقة والاستجابة والصلاحية ،حيث تعتمد المؤسسة على الجودة

الشاملة كسلاح استراتيجي لحيازة على مزايا التنافسية ودخول سوق وكذا كسب ثقة العاملين.³

2 -**الكفاءة:** تعتبر انتاجية العامل من اهم مكونات الكفاءة لدى الع ديجي من المؤسسات والذي يقاس

بالمخرجات بالنسبة لكل عامل ،ومع الاخذ بعين الاعتبار كل الثوابت فإذا ما حققت المؤسسة مستوى عال من انتاجية العامل فسوف تحقق بالمقابل المستوى الأدنى من تكاليف الإنتاج وبهذا تكون المؤسسة قد حققت ميزة تنافسية مركزة على تخفيض التكلفة.

3 -**الإبداع:** ان إدخال الإبداع على المنتجات يساهم في تدعيم المزايا التنافسية للمؤسسة ، حيث يمكن

للمؤسسة من خلالها تفرض سعرا عاليا على منتج جديد وذلك كونها المورد الوحيد لذلك المنتج، وحينما يحين وقت نجاح المنافسين في محاكاة المنتج الجديد تكون المؤسسة المبدعة قد نجحت في ارساء منتجها وعلامتها لدى عملائها وبالتالي يصعب على المنافسين النيل منها.

1 بن عيشي بشير، بن عيشي عمار، " أثر المسؤولية الاجتماعية على الميزة التنافسية في مؤسسات الصناعية الجزائرية دراسة حالة ولاية بسكرة" <http://www.docstoc.com/docs/145254650> تاريخ الاطلاع 2013/03/16 ص 5.

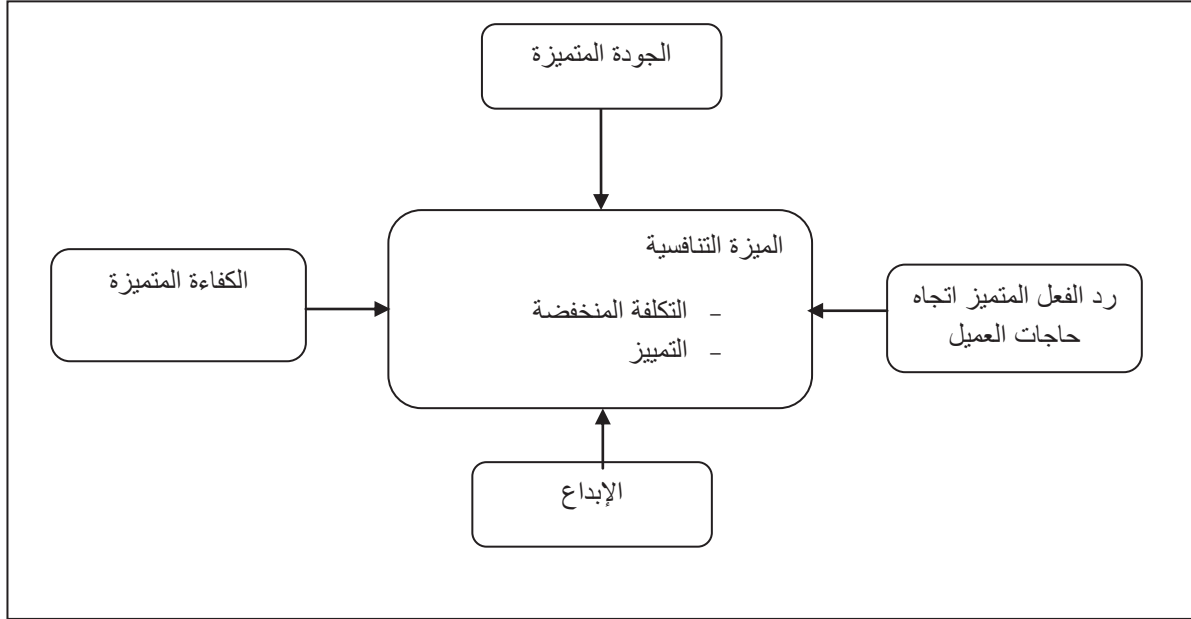
2 حراز الأخضر، "دور الإبداع في اكتساب المؤسسة ميزة تنافسية مركب حمام ربي) سعيدة (نموذجا EGTT دراسة حالة مؤسسة"، مرجع سبق ذكره ص 131

3نوري منيرة وقلش عبد الله، "دور الابداع والابتكار في تعزيز الميزة التنافسية - حالة المؤسسة الجزائرية-" الندوة الدولية حول الماولة والابداع في الدول النامية المركز الجامعي بخميس مليانة الجزائر ص. 336.

4- الاستجابة لحاجات العميل: حتى تمكن أي مؤسسة ان تحقق هذا العامل يتوجب عليها ان تكون قادرة على اداء المهام بشكل افضل من المنافسين في تحديد حاجات ورغبات عملائها، وبالتالي سيولي المستهلكون قيمة اكبر لمنتجاتها، الامر الذي يؤدي الى خلق التمييز القائم على الميزة التنافسية.¹

تعدد مصادر الميزة التنافسية للمؤسسة، كما هو مبين في الشكل رقم 1 و نذكر منها ما يلي:

الشكل رقم 1-2 : مصادر الميزة التنافسية



المصدر: زبير محمد: الإبداع التكنولوجي كمدخل لتعزيز تنافسية المؤسسات الصناعية" الملتقى الدولي الابع حول المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية ص5

المطلب الخامس: تأثير الابداع على الميزة التنافسية

في ما يلي سنتطرق الى تأثير الابداع على الميزة التنافسية من خلال التكلفة والتمييز والتركيز

1. التأثير على التكاليف:

يبرز تأثير الابداع على التكاليف من خلال الابداعات الجذرية او من خلال ما يسميه جوزيف شومبيتر بالهدم الخلاق حيث يؤدي مثلا الى وضع طريقة انتاج جديدة الى تحقيق المنظمة لميزة وتتفوق على منافسيها الحاليين، وخاصة اذا ما جلبت هذه الطريقة تخفيضات معتبرة في التكاليف، ومنه تحكم اكبر في الاسعار والهوامش.²

1 زبير محمد: "الابداع التكنولوجي كمدخل لتعزيز تنافسية المؤسسات الصناعية" الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية ص7 بدون تاريخ

2 بارك نعمة، "متطلبات الابداع والابتكار لتحقيق ميزة تنافسية لمنظمات الاعمال الصناعية بالاشارة الى المؤسسات الجزائرية"، الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية ص 9 بدون تاريخ.

2. التأثير على التمييز:

يتعين على المؤسسة لكي تبني إستراتيجية التمييز تطوير الكفاءة المتميزة خصوصا في مجال البحث والتطوير وذلك من اجل انتاج تشكيلة واسعة من المنتجات تخدم شرائح أكثر من السوق، اين تمثل الخصائص والتصاميم الابداعية والأساليب الفنية الجديدة مصدرا لتمييز المنتجات وإنتاج سلع مميزة وبجودة عالية وتقديم خدمات مميزة وسريعة تختلف عما يقدمه المنافسين، وهاته العوامل تعطي مبررا يدفع العملاء لدفع اسعار عالية ومميزة لهذه السلع او الخدمات تغطي التكاليف التي تتكبدها المؤسسة.¹

3. التأثير على التركيز: تصمم استراتيجية التركيز لمساعدة الشركة على استهداف فئة معينة داخل الصناعة،

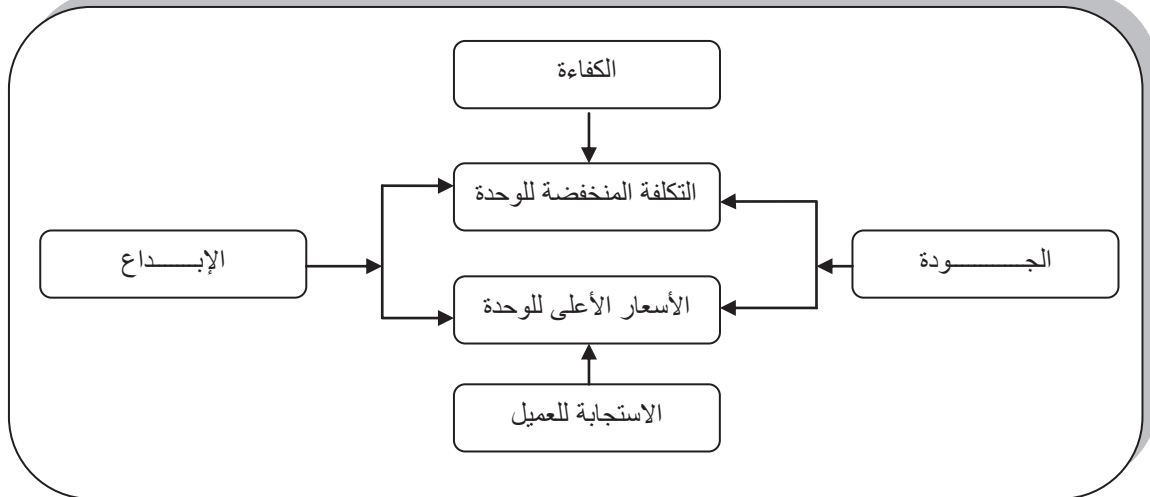
على عكس استراتيجية التكاليف المنخفضة والتمييز التي تصمم من اجل سوق اوسع او على مستوى الصناعة ككل فان استراتيجية التركيز تهدف الى فئة ذات وضع معين من العملاء وذلك من خلال:²

- التركيز على التكلفة الأقل وبالتالي تصبح في منافسة مع رائد التكلفة؛

- التركيز على التمييز حيث يصبح أمامها كل وسائل التمييز في المنتج.

كما تساهم المصادر المذكورة اعلاه (الجودة والإبداع وتلبية حاجات العميل والكفاءة) في تمكين المؤسسة من بناء مزايا تنافسية التي تعزز من خلالها في تحسين ميزتها التنافسية، الشكل رقم (1-3) يوضح التأثير هذه المصادر على التكلفة الوحدة والسعر:

الشكل رقم 1-3: تأثير الكفاءة والجودة والإبداع والاستجابة للعميل، على تكلفة والسعر



المصدر: زبير محمد مرجع سابق ذكره ص 9

1 زبير محمد، "الإبداع التكنولوجي كمدخل لتعزيز تنافسية المؤسسات الصناعية"، مرجع سبق ذكره ص 14.

2 بن بريكة عبد الوهاب وبن التركي زينب، "مساهمة الإبداع التكنولوجي في تدعيم المركز التنافسي للمنظمة"، الملتقى الدولي حول الإبداع والتغيير التنظيمي في المنظمات الحديثة، جامعة البليدة، 12 و13 ماي 2010، ص 18.

نلاحظ في الشكل أعلاه أن مصادر الأربعة للميزة التنافسية تساهم في تحسين الميزة التنافسية للمؤسسة حيث يمكن القول ان الكفاءة تساهم في تخفيض التكاليف للمؤسسة بالإضافة إلى أن الجودة العالية تسمح لها بفرض أسعار عالية ، كما أن الاستجابة السريعة للعملاء تفرض عليها أيضا الزيادة في الأسعار كما أن الإبداع المتفوق يسمح لها بتخفيض التكاليف الوحودية ورفع الأسعار .

المبحث الثاني: دراسات سابقة وأهم النتائج المستخلصة

سنعرض في هذا المبحث اهم الدراسات السابقة والحديثة التي تناولت موضوع الابداع والميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة ، حيث سنقوم بإسقاط النتائج التي توصلت اليها هذه الدراسات على الدراسة التي نقوم بها .

المطلب الاول: دراسات سابقة

تعدد الدراسات السابقة التي تطرق الى هذا الموضوع هناك دراسات سابقة عاجلت الإبداع والميزة التنافسية منها:

- الدراسة الاولى : عبد الوحيد صرامة: 13-14 نوفمبر 2012

عبد الوحيد صرامة: عنوان المداخلة: الإبداع في المؤسسات الصغيرة و المصغرة و دوره في الرفع من قدرتها التنافسية وذلك في الملتقى الوطني الثاني حول:المؤسسات الصغيرة و المتوسطة و التنمية المستدامة واقع و آفاق يومي 13-14 نوفمبر 2012 جامعة أم البواقي حيث تطرق الباحث إلى الإبداع بشكل سطحي دون التعمق فيه وهو ما يختلف عن دراستنا ، كما إن الباحث لم يقيم بإدراج المؤسسات المتوسطة في ورقته البحثية وركزة عن المؤسسات المصغرة والصغيرة في ما يخص بطريقة المعالجة قام البحث بالاعتماد الإحصائيات عن طريق المقارنة بين الجزائر ودول عربية وأجنبية في عدد براءات الاختراع .

- الدراسة الثانية: الباحث خراز لخضر جامعة تلمسان 2011

بحث بعنوان " دور الإبداع في اكتساب المؤسسة ميزة تنافسية دراسة حالة مؤسسة EGTت مركب حمام ربي (سعيدة) نموذجا " رسالة ماجستير في التسيير , من إعداد الباحث خراز لخضر جامعة تلمسان 2011 هدفت الدراسة إلى إبراز أهمية الإبداع في تحسين الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية ،وتوصلت الدراسة إلى أن الإبداع له دور فعال في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية إلا أن المؤسسة كانت غير مدركة لطبيعة الإبداع بسبب نقص عامل ثقافة الإبداع حين ان المؤسسة لا تملك ادارة ابداع ولكن لا يعني ان المؤسسة لين لها عمليات ابداعية كما ان الباحث استعانة ببرنامج spess من اجل تحليل وهو ما زاد من مصدقيه هذه الدراسة .

- الدراسة الثالثة: الباحثة سميرة بروبي جامعة فرحات عباس سطيف 2010-2011

بحث بعنوان "دور الابداع والابتكار في ابراز الميزة التنافسية للمؤسسات المتوسطة الصغيرة دراسة حالة مؤسسة المشروعات الغازية مامي" من اعداد الباحثة سميرة بروبي جامعة فرحات عباس سطيف 2010-2011 غير منشورة حيث كان الهدف من هذه الدراسة هو ابراز دور الابداع والابتكار في دعم وإبراز الميزة التنافسية للمؤسسات المتوسطة الصغيرة ، حيث توصل الباحث الى ان المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تمتلك مجموعة الخصائص كالتقرب من الزبائن ومرونة الهيكل التنظيمي . مما اوجد لها ارضية خصبة للابتكار والإبداع كما توصل الى ان جودة راس مال الفكري من اهم مصادر الميزة التنافسية وبالتالي وجب على المؤسسة استقطاب المبدعين وان توفر لهم بيئة عمل تحفز على الابداع والابتكار . كما اجري محور الدراسة على مؤسسة مامي للمشروعات الغازية وتوصل الى هذه المؤسسة تهتم بالابداع والابتكار من خلال تكوين لجنة إستراتيجية ، تعمل على تنمية الابداع والابتكار داخل المؤسسة.

-الدراسة الرابعة: الباحث حجاج عبد الرؤوف جامعة سكيكدة 2006-2007

بحث بعنوان "الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية : مصادرها ودور الإبداع التكنولوجي في تنميتها.دراسة ميدانية في شركة روائح الورود لصناعة العطور بالوادي" رسالة ماجستير في التسيير ، من إعداد الباحث حجاج عبد الرؤوف جامعة سكيكدة 2006-2007 هدفت الدراسة إلى إبراز أهمية العلاقة بين الميزة التنافسية و الإبداع التكنولوجي ، وذلك من خلال إبراز المصادر الداخلية والخارجية في التأثير على الميزة التنافسية . وخلصت الدراسة إلى إن للميزة التنافسية للمؤسسة مصدرا حاسما لتفوق المؤسسة عن بقية المنافسين في مجال الصناعة كما ان المؤسسة لا تحقق الميزة التنافسية عن طريق تقديم منتج متميز او بتكلفة اقل فقط ، وانما يتعدى الامر الى الاستغلال الامثل للمواردها والتي تمكنها من تصميم وتطبيق استراتيجيتها التنافسية كما الابداع التكنولوجي يؤدي الى تنمية الميزة التنافسية للمؤسسة وذلك حسب نوع الميزة التنافسية لها حيث توصل الباحث الى شركة روائح الورود لصناعة العطور ميزه التنافسية من نمط منتجات متميزة ساهم الابداع التكنولوجي في تنمية ميزتها التنافسية.

المطلب الثاني: النتائج المستخلصة من الدراسات السابقة

نستخلص من هذه الدراسات السابقة مايلي:

- الابداع يلعب دور مهم في دعم وتعزيز الميزة التنافسية للمؤسسات؛
- هناك بعض من المؤسسات ليس لديها ثقافة ابداعية لا تستطيع من خلالها تحسن ميزتها التنافسية من اجل تعزيز مكانتها في السوق؛
- ان المؤسسات الصغيرة والمتوسطة نتيجة قربها من الزبائن وكذلك مرونة هيكلها التنظيمي مما يوجد لها ارض خصبة للإبداع ؛
- ان المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ليس لها القدرة الكافية على المنافسة نتيجة صغر حجمها وقلة مواردها؛

كما نجد الفرق بين هذه الدراسة والدراسات السابقة أنهم لم يتطرقوا لأخذ عينة من مؤسسات الصغيرة والمتوسطة باستثناء دراسة واحدة حيث نجد ان الدراسات اخذت مؤسسة واحدة من اجل اسقاط الدراسة وكما لا يمكن لنا تطبيق نتائج على جميع المؤسسات وبالتالي وجب علينا اخذ عينة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من اجل اسقاط دراستنا عليها بشكل عام.

خلاصة الفصل:

أصبحت المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على قناعة تامة بأن بقائها مرهون بمدى ارتباطها بالزبون، ذلك الذي أصبح يتصف بتطور سريع في ميوله و اتجاهاته، وعي استهلاكي عالي و عقلانية في الاختيار لذلك كان عليها الاستجابة لكل هذا عن طريق اكتسابها المرونة اللازمة و القدرة على التكيف و اليقظة لكل ما يطرأ في السوق من جديد.

و عليه اتجهت المؤسسة نحو التفكير و العمل بأساليب جديدة، و إطلاق العنان لطاقتها و قدراتها الإبداعية من أجل الوصول إلى التميز الذي من شأنه فتح مجالاً واسعاً أمام نموها و ازدهارها.

تمهيد:

تعتبر الدراسات الميدانية من بين أهم الأدوات التي يستعملها الباحث من اجل الخروج بانطباع بان هذه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، قد تطور وارتفعت من سنة إلى أخرى وهذا راجع إلى عدة أسباب من بينها أن الدولة قامت بإنجاز عدة أجهزة داعمة لهذه المؤسسات حتى تستطيع ان تعتمد على نفسها في سوق يتميز بشدة المنافسة على المستوى المحلي أو على المستوى الوطني وحتى على مستوى الدولي، حيث نجد أن الجزائر مقبلة على عقد اتفاقيات من اجل أن انضمامها إلى المنظمة العالمية للتجارة.

سننطلق في هذا الفصل الى دراسة ميدانية حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لولاية ورقلة، وذلك من اجل الإجابة على الإشكالية: كيف يساهم الإبداع في تحسين الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة؟

المبحث الأول: أدوات الدراسة وتحديد حجم العينة المدروسة

سننطلق في هذا المبحث إلى وصف الأدوات المستخدمة في جمع البيانات، وكذلك استخدام الأساليب الإحصائية من اجل معالجه هذه البيانات

المطلب الأول: أدوات الدراسة (الاستبيان)

يتكون الاستبيان من مجموعة من الأسئلة المتنوعة والتي ترتبط فبعضها البعض بشكل يحقق الهدف الذي يسعى إليه الباحث من خلال المشكلة التي يطرحها بحثه. ويرسل الاستبيان بالبريد أو بأي طريقة أخرى إلى مجموعة من الأفراد أو المؤسسات التي اختارها الباحث لبحثه لكي يتم تعبئتها ثم إعادتها للباحث. ويكون عدد الأسئلة التي يحتوي عليها الاستبيان كافية ووافية لتحقيق هدف البحث بصرف النظر عن عددها¹.

حيث تم تقسيم أسئلة الاستبيان إلى ثلاثة أجزاء كالتالي:

القسم الأول: هي عبارة عن مجموعة من الأسئلة متعلقة بالمؤسسة وتتكون من 5 أسئلة ومجموعة ثانية تتعلق بالمسير وتتكون من 4 أسئلة العدد الإجمالي لهذه الأسئلة هو 9 أسئلة.

القسم الثاني: حيث يناقش هذا الجزء مدى تطبيق المؤسسة للإبداع ويتكون مجمل الأسئلة الموجهة للمسير أربعة عشر سؤال وذلك من اجل معرفة ان هذه المؤسسات تقوم بالإبداع.

القسم الثالث: ويناقش هذا القسم ابعاد الميزة التنافسية وكان العدد 17 سؤال وهو مقسم الى 5 اجزاء :

الجزء الاول: خصص للتكلفة ويتكون من 4 فقرات.

الجزء الثاني : مخصص للجودة ويتكون كذلك من 4 فقرات.

¹-إجد قاسم في 13-أفريل-2011 http://al3loom.com/?p=1349 تاريخ الاطلاع 2013/06/11

التصنيف	لا أوافق	محايد	أوافق
النقاط	1	2	3

الجزء الثالث خاص بالمرونة ويتكون من 3 فقرات.

الجزء الرابع مخصص مدى الاستجابة لرغبات العميل وتكون من 4 فقرات.

الجزء الخامس مخصص التركيز والتميز ومكون من فقرتين

و لتأكد من أن الأسئلة في الاستبيان تقيس ما وضعت من أجله، فقد تم عرضها على محكمين وطلب إليهم دراسة الاستبيان وتحكيم أسئلتها ما إذا كان قياس الإبعاد يحقق الغرض، وتقدير مدى شمولية كل سؤال للبعد الذي ينتمي إليه.

وقد كانت الإجابات لكل فقرة وفق مقياس ليكارت الثلاثي كالتالي:

- **طريقة جمع البيانات:** لقد عمد الطالب إلى توزيع الاستبيانات وجمعها بنفسه، مع التأكد التام لأفراد وحدة المعاينة بان إجاباتهم ستحظى بالسرية التامة، ولن تستخدم إلى لأغراض البحث العلمي.

المطلب الثاني: مجتمع الدراسة

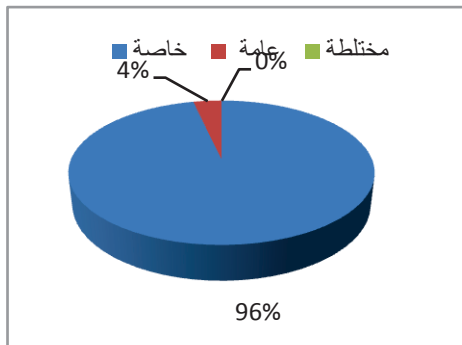
تم توزيع الاستبيان على عينة تتكون من 34 مؤسسة صغيرة ومتوسطة في ولاية ورقلة، حيث بلغ عدد المؤسسات التي إجابة على الاستبيان 28 مؤسسة فقط.

أولاً: من حيث نوع المؤسسة:

جل المؤسسات التي تم توزيع الاستبيان عليها هي مؤسسات خاصة حيث بلغت نسبتها 96.46% اما المؤسسات العامة فكانت نسبتها 3.57% اما المؤسسات المختلطة 0% والجدول الموالي يوضح ذلك:

الجدول رقم (1-2) توزيع المؤسسات حسب

نوع المؤسسة



المصدر: من إعداد الطالب

الجدول رقم (1-2) توزيع المؤسسات حسب

نوع المؤسسة

نوع المؤسسة	التكرار	النسبة المئوية (%)
خاصة	27	96%
عامة	1	4%
مختلطة	0	0%
المجموع	28	100%

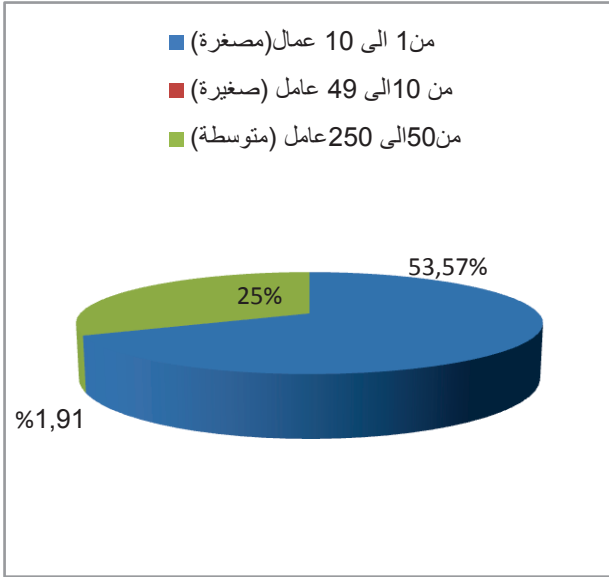
المصدر: من إعداد الطالب

الفصل الثاني دراسة حالة عينة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لولاية ورقلة

نلاحظ من خلال الجدول ان اغلب المؤسسات هي مؤسسات خاصة، وهذا بعد التوجه من النظام الاشتراكي الذي يدعو الى الملكية الجماعية لوسائل الانتاج الى النظام الرأسمالي الذي يدعو للملكية الفردية لوسائل الانتاج. ثانيا : من حيث حجم المؤسسة

الجدول رقم (2-2) توزيع المؤسسات الشكل رقم (2-2) توزيع المؤسسات

حسب حجم المؤسسة حسب حجم المؤسسة



المصدر: اعداد الطالب

حجم المؤسسة	التكرار	النسبة المئوية %
من 1 إلى 10 عمال (مصغرة)	15	53,57%
من 10 إلى 49 عامل (صغيرة)	6	1,91%
من 50 إلى 250 عامل (متوسطة)	7	25%
المجموع	28	100%

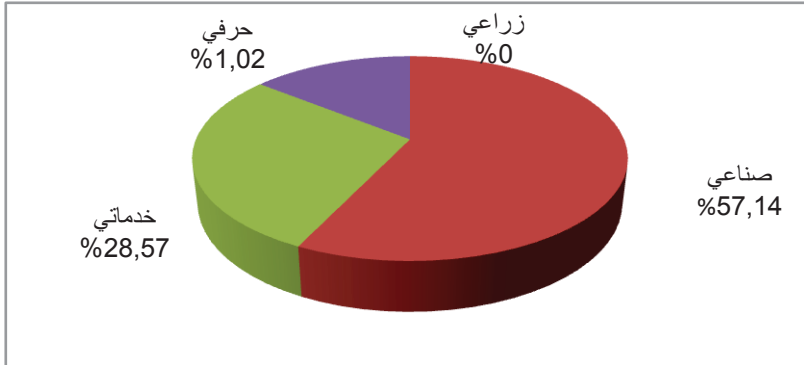
المصدر: اعداد الطالب

يعود تقسيم بالنسبة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب القانون الجزائري. والذي بدوره يقسم المؤسسات إلى مؤسسات مصغرة وصغيرة ومتوسطة. نجد أن اغلب المؤسسات المستجوبة، هي مؤسسات تشغل اقل من 10 عمال إي مؤسسات مصغرة بنسبة 53,57%، في حين أن نسبة 1,91% من المؤسسات المستجوبة، توظف عدد العمال ما بين 10 إلى 49 عامل وهي المؤسسات الصغيرة. وفي الأخير المؤسسات المتوسطة والتي تشغل ما بين 50 إلى 250 عامل قدرة نسبتها ب 25%. فنلاحظ أن المؤسسات المصغرة هي التي تأخذ أكبر نسبة ما بين المؤسسات.

ثالثا: من حيث طبيعة النشاط:

الجدول رقم (3-2) توزيع المؤسسات (الشكل رقم) توزيع (3-2)

حسب طبيعة النشاط حسب طبيعة النشاط



طبيعة النشاط	التكرار	النسبة المئوية
زراعي	0	0%
صناعي	16	57,14%
خدماتي	8	28,57%
حرفي	4	1,02%
المجموع	28	100%

المصدر: اعداد الطالب

المصدر: اعداد الطالب

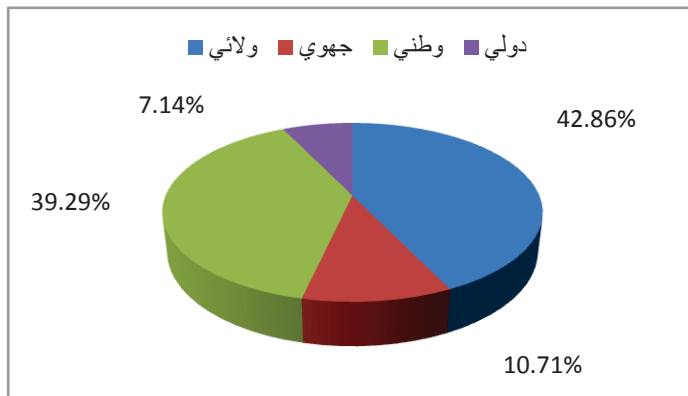
تم توزيع هذا الاستبيان على مجموعة من المؤسسات تنشط في قطاعات مختلفة , حيث نجد إن أغلبية المؤسسات المستجوبة هي مؤسسات صناعية حيث بلغت نسبتها 57,14% , أما المؤسسات الخدمائية فبلغت 28,57% , أما الحرفية فكانت نسبتها 1,02% , أما المؤسسات التي تنشط في القطاع الزراعي فكانت نسبتها 0% .

رابعا: من حيث نطاق النشاط:

الجدول رقم (4-2) شكل رقم (4-2)

توزيع المؤسسات حسب نطاق النشاط

توزيع المؤسسات حسب نطاق النشاط



نطاق النشاط	التكرار	النسبة المئوية
ولائي	12	42,86%
جهوي	3	10,71%
وطني	11	39,29%
دولي	2	7,14%
المجموع	28	100%

المصدر: إعداد الطالب

المصدر: إعداد الطالب

الفصل الثاني دراسة حالة عينة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لولاية ورقلة

حيث نجد أن اغلب المؤسسات تنشط على مستوى الولائي حيث بلغت نسبتها 42,86%، ثم تليها المؤسسات التي تنشط على المستوى الوطني وذلك بنسبة 39,29% بعدها المؤسسات التي تنشط على المستوى الجهوي، حيث بلغت نسبتها 10,71%، أما المؤسسات التي تنشط على المستوى الدولي فكانت نسبتها 7,14%.

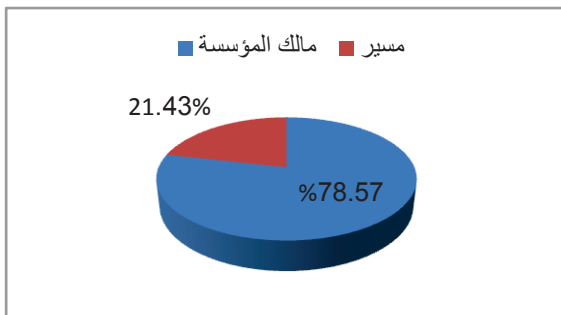
خامسا: من حيث المدير

الجدول رقم (5-2)

توزيع المؤسسات حسب طبيعة المسير

الشكل رقم (5-2) توزيع

المؤسسات حسب طبيعة المسير



المصدر: إعداد الطالب

طبيعة المسير	التكرار	النسبة %
مالك المؤسسة	22	78,57%
مسير	6	21,43%
المجموع	28	100%

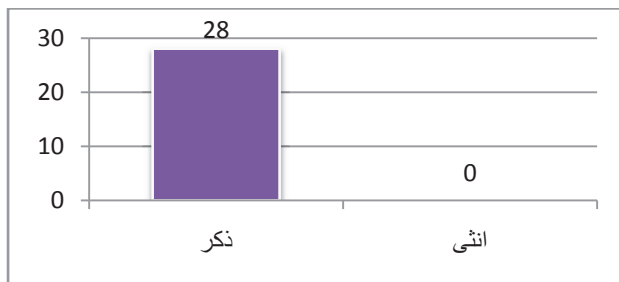
المصدر: إعداد الطالب

حيث نجد أن اغلب المؤسسات المدير فيها هو مالك المؤسسة حيث وصلت النسبة إلى 78,57%، أما نسبة الأشخاص الموكل لهم تسيير بقية المؤسسات فبلغت 21,43%.

سادسا: من حيث الجنس

الجدول رقم (6-2) التوزيع حسب الجنس

الشكل رقم (6-2) التوزيع حسب الجنس



المصدر: إعداد الطالب

الجنس	التكرار	النسبة %
ذكر	28	100%
انثى	0	0%
المجموع	28	100%

المصدر: إعداد الطالب

حيث وجدنا أن كل المؤسسات يتم تسيير من قبل الذكور وذلك بنسبة 100% لعدة أسباب من بينها طبيعة المنطقة حيث نجد أن الرجل هو صاحب القرار ولكن لا يعني انه لا توجد مؤسسات لا تسييرها المرأة لكن لسوء الحظ أن العينة كانت كلها ذكور حيث لم تتمكن من إيجاد العنصر الأنثوي.

سابعاً: من حيث المستوى التعليمي

الجدول رقم (2-7) توزيع المؤسسات

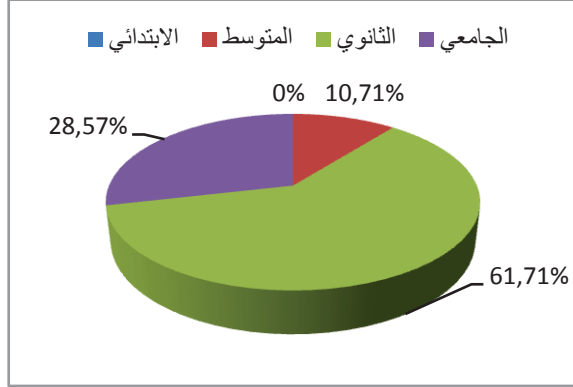
حسب المستوى التعليمي

النسبة	التكرار	المستوى التعليمي
0%	0	الابتدائي
10,71%	3	المتوسط
60,71%	17	الثانوي
28,57%	8	الجامعي
100%	28	المجموع

المصدر: إعداد الطالب

الشكل رقم (2-7) توزيع المؤسسات

حسب المستوى التعليمي



المصدر: إعداد الطالب

تعتبر النسبة الساحقة من الأشخاص الذي يملكون المؤسسات لديهم مستوى ثانوي حيث بلغت

النسبة 60,71% وهذا راجع إلى إن الأشخاص الذين ليس لديهم المستوى الجامعي يميلون إلى المخاطرة ثم تليها خريجي الجامعات حيث وصلت النسبة إلى 28,57% حيث تعتبر هذه النسبة ضعيفة مقارنة بسابقتها أما أصحاب المؤسسات الذين لديهم مستوى متوسط فقد بلغت النسبة 10,71%.

المبحث الثاني : وتحليل ومناقشة النتائج

المطلب الأول: تحليل فقرات الاستبيان

سنتطرق في المبحث إلى مدى تطبيق الإبداع في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وما هي الطرق والوسائل

المحفزة على الإبداع داخل المؤسسة، ومدى قدرة الإبداع على تحسين الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة

والمتوسطة. وحتى تتمكن من معالجة هذه البيانات وجب علينا حساب الوسط الحسابي والانحراف المعياري لكن

جزء وذلك عن طريق إنجاز مجموعة من الجداول

أولاً: تحليل فقرات الجزء الثاني الخاص بالإبداع :

تتكون الفقرات الخاصة بالإبداع والوسائل والطرق الداعمة لها داخل المؤسسة إلى 14 فقرة وقد استهدف

الباحث من خلالها التعرف على مدى تطبيق المؤسسة للإبداع.

الجدول رقم (2-8) تحليل فقرات الإبداع

م	البيان	أوافق %	محايد %	لا أوافق %	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب
12	تشجع المؤسسة المبادرات الإبداعية والمهارات الفردية	85,71	7,14	7,14	2,79	0,568	1
11	تمنح المؤسسة للعاملين بإبداء آرائهم في حل مشكلة ما	82,14	7,14	10,71	2,71	0,659	2
7	تسعى مؤسستكم لتحسين العمليات الإنتاجية بالاعتماد على الإمكانيات والخبرات المتاحة في المؤسسة	82,14	3,57	14,29	2,68	0,723	3
3	تعمل مؤسستكم على تطوير منتجاتها اعتماداً على دراسات السوق وتحديد حاجات ورغبات زبائنها	82,14	3,57	14,29	2,68	0,723	4
4	يتم تطوير منتجات مؤسستكم بالاعتماد على الخبرات والمهارات الموجودة في المؤسسة	78,57	14,29	7,14	2,71	0,600	5
14	تقوم مؤسستكم بتحفيز عمالها أو معاقبتهم	67,86	21,43	10,71	2,43	0,790	6
1	تسعى مؤسستكم لتقديم منتجات جديدة لم يسبق إنتاجها من قبل	60,71	7,14	35,71	2,25	0,967	7
5	تُخصّص مؤسستكم مبالغ من اجل تطوير منتجاتها	53,57	25,00	17,86	2,39	0,786	8
2	تتعاون مؤسستكم مع خبرات واستشارات خارجية من اجل تقديم منتجات جديدة	50,00	10,71	39,29	2,11	0,956	9
6	تعتمد مؤسستكم على خطة إنتاجية جديدة من اجل تصميم منتج جديد	42,86	32,14	25,00	2,18	0,819	10
8	تسعى مؤسستكم إلى إتباع الأساليب العلمية بتصميم وتحسين العمليات الإنتاجية بمساعدة الكمبيوتر	35,71	21,43	42,86	1,93	0,900	11
10	تستعمل المؤسسة تكنولوجيا متطورة	28,57	17,86	53,57	1,75	0,887	12

13	0,876	1,79	50,00	21,43	28,57	تقوم مؤسستكم بعقد دورات تكوينية لعمالها	13
14	0,742	1,43	71,43	14,29	14,29	تملك مؤسستكم تراخيص إنتاج من مؤسسات أخرى	9

المصدر: من اعداد الطالب

ويتضح من الجدول رقم (2-8) ، أن من عينة الدراسة قد أجابوا 85,71% بالموافقة على أن المؤسسة تسعى من خلال عملية الابداع تشجع المؤسسة المبادرات الإبداعية والمهارات الفردية , واحتلت هذه الفقرة من حيث الأهمية المرتبة الأولى وكانت قيمة المتوسط الحسابي 2,79 وبانحراف معياري قدره 0,568. وفي كون ان المؤسسة تمنح للعاملين بإبداء ارائهم حول مشكلة ما فقد كانت نسبة المجيبين بالموافقة فكانت مرتفعة وذلك نسبة 82,14% وبمتوسط حسابي قدره 2,71 وبانحراف معياري قدره 0,659 وبذلك احتلت هذه الفقرة المرتبة الثانية في مجموعة الفقرات.

- أما يكون المؤسسة تسعى لتحسين العمليات الإنتاجية بالاعتماد على الإمكانيات والخبرات المتاحة في المؤسسة فنجدها أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تعتمد على نفسها من اجل تطوير منتجاتها حيث بلغت هذه النسبة من المجيبين 82,14% وبمتوسط حسابي 2,68 وبانحراف معياري 0,723, حيث احتلت هذه الفقرة المرتبة الثالثة وهذا مما يدل على ان هذه المؤسسات تمنح للعاملين بإبداء ارائهم وتشجعهم على اكتشاف وتطوير المنتجات.

وعن ما اذا كانت المؤسسة تعمل على تطوير مُنتجاتها اعتماداً على دراسات السوق وتحديد حاجات ورغبات زبائنها فكانت نسبة المجيبين قدرها 82,14% وبمتوسط حسابي يقدر 2,68, وبانحراف معياري قدره 0,723, ويدل على هذه المؤسسات تعتمد على دراسة السوق والاهتمام بتلبية حاجات ورغبات زبائنها من اجل تطوير وتحسين منتجاتها وقد احتلت هذه الفقرة المرتبة الرابعة .

-كما أن نتائج التحليل بينت أن 78,57% من عينة الدراسة أبدوا موافقتهم على تطوير مُنتجات مؤسستهم تعتمد على الخبرات والمهارات الموجودة في المؤسسة ووفقا لقيمة المتوسط الحسابي 2,71, وانحراف معياري قدره 0,600 احتلت المرتبة الخامسة من حيث الأهمية.

أما بالنسبة للفقرة التي يتساءل فيها الباحث عن إذا ما كانت المؤسسة تقوم بتحفيز عمالها أو معاقبتهم فكانت فقد أبدى 67,86% من أفراد العينة موافقتهم على ذلك وهذا مما يدل على أن هذه المؤسسات تقوم بصرامة عالية تجاهها عاملها وهذا لا يخفى أن 96% من المؤسسات هي مؤسسات خاصة وقد احتلت هذه الفقرة المرتبة السادسة بمتوسط حسابي قدره 2,43 وانحراف معياري 0,790.

- وبكون أن المؤسسات تقوم بإنتاج منتجات لم يسبق إنتاجها من قبل فقد أبدى 60,71 % من أفراد العينة موافقتهم بخصوص هذه الفقرة إلا أن هذا السؤال احتل المرتبة السابعة من مجموع الفقرات بمتوسط حسابي يقدر 2,25 وانحراف معياري 0,967, حيث تعتبر هذه النسبة متدنية وهذا يعني أن هناك احتمالين الاحتمال الأول هذه المؤسسات تعتمد على الإبداع الجزئي أكثر مما تعتمد على الإبداع الجذري وذلك راجع إلى أن هذا النوع من الإبداع يتطلب أموال , ونحن نعلم أن من أهم المشاكل التي تعاني منها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة هو مشكل التمويل , والاحتمال الثاني أن هذه المؤسسات تقوم بتطبيق الإبداع دون دراية بذلك.

أما بخصوص تقوم مؤسستكم بتخصيص مبالغ من اجل تطوير منتجاتها فقد أبدى 53,57 % من أفراد العينة موافقتهم على ذلك وقد احتلت هذه الفقرة المرتبة الثامنة بمتوسط حسابي يقدر 2,39 وانحراف معياري يقدر 0,786 , وتعتبر هذه المرتبة متأخرة وهذا راجع إلى مشكل التمويل الذي تعني منه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

- وفيما يتعلق بكون المؤسسة تتعاون مع خبرات واستشارات خارجية من اجل تقديم منتجات جديدة فقد أبدى 50,00 % من أفراد العينة موافقتهم حيث تعتبر هذه النسبة متدنية وهذا مما يدل على أن هذه المؤسسات تعتمد على الخبرات الموجودة داخل المؤسسة وقد احتلت هذه الفقرة المرتبة التاسعة من حيث الأهمية بمتوسط حسابي 2,11, وانحراف معياري 0,956.

أما فيما يتعلق بكون أن المؤسسات تعتمد على خطة إنتاجية جديدة من اجل تصميم منتج جديد فقد أبدى 42,86 % من أفراد العينة وتعتبر هذه النسبة ضعيفة وهذا مما يدل على هذه المؤسسات تعاني من ضعف الإمكانيات المادية حيث أنها تعتمد على نفس المعدات من اجل تصميم منتج جديد وقد احتلت هذه الفقرة المرتبة العاشرة من حيث الأهمية وذلك بمتوسط حسابي يقدر 2,18 وانحراف معياري يقدر بـ 0,819.

أما بخصوص تسعى مؤسستكم إلى إتباع الأساليب العلمية بتصميم وتحسين العمليات الإنتاجية بمساعدة الكمبيوتر فقد كانت نسبة الإجابة عن هذه الفقرة من طرف أفراد العينة 35,71% هذا مما يدل على أن هذه المؤسسات تعتمد على الأساليب التقليدية في عملية تصميم المنتج دون الاعتماد على الكمبيوتر وقد احتلت هذه الفقرة المرتبة الحادية عشر بمتوسط حسابي يقدر 1,93 وانحراف معياري يقدر بـ 0,900.

أما فيما يتعلق بكون المؤسسة تستعمل تكنولوجيا متطورة فقد أبدى 28,57 % من أفراد العينة موافقتهم وهذا مما يؤكد على صحة الفقرة السابقة حيث أن هذه المؤسسات لا تسعى إلى مواكبة تكنولوجيا متطور وهذا راجع إلى عدة عوامل على رأسها ضعف الإمكانيات المالية وان اغلب أفراد العينة ليس لديهم مستوى تعليمي عالي وقد

الفصل الثاني دراسة حالة عينة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لولاية ورقلة

احتلت هذه الفقرة المرتبة الثانية عشر من حيث الأهمية بمتوسط حسابي يقدر 1,75، وانحراف معياري 0,887.

أما بخصوص قيام المؤسسة بعقد دورات تكوينية لعمالها فقد كانت نسبة إبداء الرأي 28,57% من أفراد العينة وهي متدنية جدا وهذا دليل على أن هذه المؤسسات لا تقوم استعمال تكنولوجيا حديثة مما لا يستدعي إجراء دورات تكوينية وقد احتلت هذه الفقرة المرتبة الثالثة عشر في مجمل ترتيب الفقرات بمتوسط حسابي يقدر 1,79 وانحراف معياري يقدر بـ 0,876.

أما بكون أن هذه المؤسسات تملك تراخيص فقد كانت نسبة إبداء الرأي كانت 71,43% من أفراد العينة لا يملكون تراخيص من مؤسسات أخرى وذلك إما هذه المؤسسات تقوم بالتقليد أو أن هذه المؤسسات تعتمد على نفسها في إنتاج منتجات جديدة وقد احتلت هذه الفقرة المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي قدره 1,43 وانحراف معياري 0,742.

ثانيا: تحليل فقرات القسم الثالث الخاص بالميزة التنافسية

يتكون هذا القسم من 5 أجزاء كل جزء يتكون من مجموعة من الفقرات الهدف من هذه الفقرات مدى معرفة الباحث من امتلاك هذه المؤسسات لميزة تنافسية تستطيع بذلك البقاء في السوق لمدة أطول 1-2 تحليل فقرات التكلفة تتكون هذه الجزء من 4 فقرات الهدف منها هو معرفة مدى تحكم هذه المؤسسات في التكلفة

الجدول رقم (2-9) حول تحليل فقرات التكلفة

م	البيان	أوافق %	محايد %	لا أوافق %	متوسط حسابي	انحراف معياري	الترتيب
3	يتم تخفيض التكاليف عن طريق تخفيض التكاليف المتعلقة بالمواد الأولية والتجهيزات	71,43	3,57	25,00	2,46	0,881	1
4	تسعى مؤسستكم إلى خفض تكاليف عمليات الصيانة باستمرار	64,29	14,29	21,43	2,43	0,836	2
1	تتسم كلفة المواد المستخدمة في إنتاج مُنتجات مؤسستكم بالانخفاض مُقارنة بالمؤسسات المنافسة.	46,43	10,71	42,86	1,96	0,962	3
2	يتم تخفيض التكاليف عن طريق تخفيض أجور العمال	10,71	14,29	75,00	1,43	0,742	4

--	--	--	--	--	--	--	--

المصدر: إعداد الطالب

- يتضح من الجدول رقم (2-9) أن 71,43 % من أفراد العينة ابدوا تأييدهم على أنهم يتحكمون في تكلفة المواد الأولية والتجهيزات حيث احتلت هذه الفقرة المرتبة الأولى في مجمل فقرات بمتوسط حسابي 2,46 وبانحراف معياري يقدر بـ 0,881.

- فما بخصوص تحكم المؤسسة إلى تخفيض تكاليف الصيانة باستمرار فقد أبدى 64,29 % من أفراد العينة موافقتهم على هذه الفقرة مما يدل على أن هذه المؤسسات تسعى دائما إلى تخفيض التكاليف وقد احتلت هذه الفقرة المرتبة الثانية من حيث الأهمية بمتوسط حسابي يقدر بـ 2,43 وانحراف معياري 0,836.

- أجاب 46,43 % من عينة الدراسة ان كلفة المواد الأولية المستخدمة في الإنتاج تتسم بالانخفاض مقارنة بالمنافسين وقد احتلت هذه الفقرة المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي يقدر بـ 1,96 ,وبانحراف معياري يقدر بـ 0,962.

- أما بخصوص تخفيض التكاليف عن طريق تخفيض أجور العمال فقد ابدى 75,00 % من أفراد العينة عدم موافقتهم على هذا السؤال والدليل على ذلك أن أصحاب هذه المؤسسات تقوم بتحفيز العامل من اجل إتمام عمله بكل إتقان ,وحتى يستطيع العامل اكتشاف أفكار جديدة تؤدي إلى تخفيض تكاليف المنتج وقد احتلت هذه الفقرة المرتبة الرابعة من حيث الأهمية بمتوسط حسابي يقدر بـ 1,43 وانحراف معياري يقدر بـ 0,742.

2-2 تحليل فقرات الجودة: لقد تم تقسيم فقرات الجودة إلى 4 فقرات حيث يهدف الباحث من خلال هذا التقسيم اثر الإبداع على جودة المنتج الذي تقدمه المؤسسة حيث كلما كانت المؤسسة تقوم بالإبداع كانت منتجاتها أكثر جودة.

الجدول رقم (2-10) تحليل فقرات الجودة

م	البيان	اوافق %	محايد %	لااوافق %	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب
2	تسعى مؤسساتكم إلى خفض نسب العيوب في منتجاتها باستمرار	89,29	3,57	7,14	2,82	0,548	1
1	لدى مؤسساتكم سياسة واضحة وموثقة للجودة	75,00	14,29	10,71	2,64	0,678	2
4	تسعى مؤسساتكم إلى تقديم خدماتها ذات ثقة عالية بالنسبة للمستهلك	71,43	7,14	7,14	2,79	0,568	3
3	تستقطب مؤسساتكم الأفراد ذو المهارات	53,57	14,29	32,14	2,21	0,917	4

م	البيان	أوافق %	محايد %	لا أوافق %	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب
3	تمتلك مؤسستكم مرونة عالية في حجم الاستجابة للتغيرات الحاصلة في حاجات ورغبات السوق	75,00	14,29	10,71	2,64	0,678	1
2	تمتلك مؤسستكم مرونة عالية في العمليات الإنتاجية من حيث استغلال المعدات والإمكانات المتوفرة	71,43	10,71	17,86	2,54	0,793	2
1	تمتلك مؤسستكم مرونة عالية في حجم الإنتاج بما يتناسب مع تقلبات الطلب	64,29	25,00	10,71	2,54	0,693	3

المصدر: من إعداد الطالب

يتضح من خلال الجدول (2-11) أعلاه أن 75% من أفراد العينة ابدوا موافقتهم على أن مؤسستهم تمتلك مرونة عالية في حجم الاستجابة للتغيرات الحاصلة في حاجات ورغبات السوق وهذا ما يدل على أن هذه المؤسسات أصبحت تواكب التطورات الحاصلة في تغيرات السوق وقد احتلت هذه الفقرة المرتبة الأولى من حيث الأهمية بمتوسط حسابي يقدر بـ 2,64 وانحراف معياري 0,678.

71,43% من أفراد العينة أجابوا بان مؤسستهم تمتلك مرونة عالية في العمليات الإنتاجية من حيث استغلال المعدات والإمكانات المتوفرة وقد احتلت هذه الفقرة الثانية بمتوسط حسابي يقدر بـ 2,54 وانحراف معياري يقدر بـ 0,793.

أما بخصوص امتلاك هذه المؤسسات لمرونة عالية في حجم الإنتاج بما يتناسب مع تقلبات الطلب فقد أبدى 64,29% من أفراد العينة موافقتهم على هذه الفقرة وقد احتلت هذه الفقرة الثالثة بمتوسط حسابي يقدر بـ 2,54 وانحراف معياري يقدر بـ 0,693.

2-4 تحليل فقرات الاستجابة لرغبات العميل يهدف الباحث من خلال هذه الفقرات الى معرفة مدى استجابة أفراد العينة لرغبات العميل وقد قسمناها الى 4 فقرات وهي موضحة في الجدول الآتي:

الجدول رقم (2-12) تحليل فقرات الاستجابة لرغبات العميل

م	البيان	اوافق %	محايد %	لاوافق %	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب
1	تقدم مؤسستكم منتجاتها في الوقت المناسب	82,1	0	17,9	2,64	0,780	1
4	تتقبل مؤسستكم الانتقادات الموجهة لها من طرف عملائها	78,6	10,7	10,7	2,60	0,670	2
2	تقوم مؤسستكم بخدمات ما بعد البيع	39,3	7,1	53,6	1,86	0,970	3
3	لمؤسستكم نقاط بيع في مناطق مختلفة	21,4	3,6	75	1,46	0,838	4

المصدر: إعداد الطالب

يتمتع من الجدول رقم (2-12) أن 82,1 % من أفراد العينة ابدوا موافقتهم على أن منتجاتهم تقدم في الوقت المناسب وهذا ان دل على شيء فإنما يدل على ان هذه المؤسسات اصبحت تزيد من ثقة الزبون لديها ,وقد احتلت هذه الفقرة المرتبة الاولى من حيث الاهمية وذلك بمتوسط حسابي يقدر بـ 2,64 وانحراف معياري يقدر بـ 0,780.

كما أبدى 78,6 % من أفراد العينة موافقتهم على مؤسساتهم تتقبل الانتقادات الموجهة لها من طرف عملائها وذلك من اجل تحسين منتجاتها وتقليل العيوب فيها وقد احتلت هذه الفقرة المرتبة الثانية من حيث الأهمية بمتوسط حسابي يقدر بـ 2,60 وانحراف معياري يقدر بـ 0,670.

39,3 % من أفراد العينة يقومون بخدمات ما بعد البيع وهذا دليل أن هذه المؤسسات ليست لها الإمكانيات على أن تقدم مثل هذه الخدمات وقد احتلت هذه الفقرة المرتبة الثالثة من حيث الأهمية بمتوسط حسابي يقدر بـ 1,86 وانحراف معياري 0,970.

كما أن معظم أفراد العينة ليس لديهم نقاط بين لعرض منتجاتهم وقد بلغت هذه النسبة 21,4 فقط من هذه المؤسسات لها نقاط بيع عبر مختلف نقاط الوطن وهذا دليل على أن هذه المؤسسات ليس لديها الإمكانيات المالية على أن تفتح فروعها على مستوى الوطن وان عدد عمالها صغير جدا وقد احتلت هذه الفقرة المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي يقدر بـ 1,46 وانحراف معياري يقدر بـ 0,838 .

2-5 تحليل فقرات التركيز والتميز حتى يتسنى للباحث مدى تأثير الإبداع على التركيز أو التمييز قدم خلالها فقرتين وكانت الإجابة في الجدول الموالي:

الجدول رقم (2-13) تحليل فقرات التركيز والتميز

م	البيان	اوافق%	محايد %	لا اوافق %	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب
2	تعتمد مؤسستكم على منتج واحد	60,7	32,1	28,6	2,25	0,967	1
1	تسعى مؤسستكم الى تقديم منتجات مختلفة	39,3	3,6	35,7	2,11	0,832	2

المصدر: إعداد الطالب

تبين نتائج الجدول رقم (2-13) من أفراد عينة الدراسة يعتمدون في إنتاجهم على منتج واحد فقد بلغت هذه النسبة 60,7 % وهذا ما يدل على أن هذه المؤسسات تسعى إلى الإبداع من خلال منتج واحد مما يزيد المستهلك في هذا المنتج وقد احتلت هذه الفقرة المرتبة الأولى حسب الأهمية بمتوسط حسابي يقدر بـ 2,25 وانحراف معياري يقدر بـ 0,967.

كما أن 39,3 % من أفراد العينة تسعى مؤسساتهم تسعى إلى تقديم منتجات مختلفة وتعتبر هذه النسبة منخفضة مما يدل على أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تكون متخصصة في إنتاج منتج ومعين، وقد احتلت هذه الفقرة المرتبة الثانية وذلك بمتوسط حسابي يقدر بـ 2,11 وانحراف معياري 0,832.

المطلب الثاني : مناقشة النتائج

من نتائج الدراسة تبين لنا أن 60,71 % من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تقوم بعملية الإبداع حيث أن اغلب المؤسسات المستجوبة غير مدركة لثقافة الإبداع التي تقوم به ، كما أصبحت هذه المؤسسات تقوم بتطوير منتجاتها اعتمادا على دراسة السوق وتحديد رغبات زبائنهم وذلك نظرا لشدة المنافسة الخارجية ، حيث أن هذه النتائج تجيب على الأولى.

اتضحنا لنا من خلال النتائج ان الإبداع مصدر من مصادر الميزة التنافسية حيث ان:

من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تتمتع بمرونة عالية ، وذلك لقرها من المستهلك بصفة مباشرة وكذا قرها من الاسواق ، حيث أصبحت هذه المؤسسات تنتج منتجاتها حسب الطلب وذلك من اجل تفادي تكاليف التخزين الذي يحمل المؤسسة تكاليف معتبرة .

نظرا لعلاقة المباشرة بين الزبون والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة تسعى دائما هذه المؤسسات الى تقديم منتجاتها في الوقت المناسب ، مما يمنحها مصداقية وتزاد ثقة الزبون في هذه المؤسسات ،إلا انها ونظرا لصغر حجمها وقلة رأس مالها لا تمتلك نقاط بيع مما يجعلها محصورة في منطقة معينة .

من اجل أن تكون هذه المؤسسات لديها ثقة عالية في منتجاتها بالنسبة للمستهلك أصبحت هذه المؤسسات تقلل من نسب العيوب في منتجاتها ، كما تستقطب الأفراد ذوي المهارات وخارجي الجامعات بنسب منخفضة وذلك لقلّة موردها المالية .

كما تبين لنا أيضا من خلال النتائج تأثير الإبداع على التركيز والتميز حيث وجدنا اغلب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تعتمد التركيز على منتج معين وهذا نظرا لقلّة موردها المالية مما يجعلها تبذل في هذا المنتج وذلك من اجل تخفيض التكاليف وكسب ثقة المستهلك .

خلاصة الفصل:

حاولنا من خلال هذا الفصل أن نسقط الجانب النظري على الدراسة الميدانية وذلك من خلال المعلومات التي تحصلنا عليها كما يمكننا تلخيص ما جاء في هذا الفصل في النقاط التالية:

المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لديها القدرة على الإبداع من خلال مصادرها الداخلية والخارجية ؛ تمتلك المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مرونة عالية ؛

رغم قلة موارد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تسعى إلى تقديم منتج ذو جودة عالية من اجل كسب ثقة الزبون؛ تسعى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة إلى تلبية رغبات العميل وذلك من خلال تسليم المنتج في الوقت المناسب؛ لعلب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تقوم بالتركيز على منتج واحد.

ملحق رقم 01



جامعة قاصدي مرباح ورقلة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم علوم التسيير

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم التسيير

تخصص: تسيير مؤسسات صغيرة ومتوسطة

عنوان الاستبيان

"دور الإبداع في تحسين الميزة التنافسية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة"

"في ظل التحضير لنيل شهادة الماستر نضع بين أيديكم هذا الاستبيان الخاص بدور الإبداع في تحسين الميزة التنافسية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة, ونرجو من سيادتكم أن تساعدونا على الإجابة عن هذه الأسئلة ونحيطكم علما بان هذه المعلومات ستكون في غاية السرية. وذلك من خلال وضع العلامة (X) في المكان المناسب وفي الأخير نرجوا منكم أن تلبوا رغباتنا هذه مع فائق الاحترام والتقدير"

الجزء الأول:

معلومات متعلقة بالمؤسسة

نوع المؤسسة:

خاصة عامة مختلطة

حجم المؤسسة:

9-1 عمال 10-49 عامل 50-250 عامل

طبيعة النشاط:

زراعي صناعي خدماتي حرفي

نطاق النشاط:

ولائي جهوي وطني دولي

مدة نشاط المؤسسة:

اقل من 5 سنوات 5-9 سنوات 10-20 سنة أكثر من 20 سنة

2 معلومات متعلقة المسير

المدير: مالك للمؤسسة مسير

الجنس: ذكر أنثى

الخبرة: اقل من 5 سنوات 5-10 سنوات 10-15 سنة أكثر من 15

المستوى التعليمي:

ابتدائي متوسط ثانوي جامعي دراسات عليا

الجزء الثاني:

الإبداع:

العبارة	أوافق	محايد	لا أوافق
تسعى مؤسستكم لتقديم منتجات جديدة لم يسبق إنتاجها من قبل			
تتعاون مؤسستكم مع خبرات واستشارات خارجية من أجل تقديم منتجات جديدة			
تعمل مؤسستكم على تطوير منتجاتها اعتماداً على دراسات السوق وتحديد حاجات ورغبات زبائنها			
يتم تطوير منتجات مؤسستكم بالاعتماد على الخبرات والمهارات الموجودة في المؤسسة			
تُخصص مؤسستكم مبالغ من أجل تطوير منتجاتها			
تعتمد مؤسستكم على خطة إنتاجية جديدة من أجل تصميم منتج جديد			
تسعى مؤسستكم لتحسين العمليات الإنتاجية بالاعتماد على الإمكانيات والخبرات المتاحة في المؤسسة			
تسعى مؤسستكم إلى إتباع الأساليب العلمية بتصميم وتحسين العمليات الإنتاجية بمساعدة الكمبيوتر			
تملك مؤسستكم تراخيص إنتاج من مؤسسات أخرى			
تستعمل المؤسسة تكنولوجيا متطورة			
تمنح المؤسسة للعاملين بإبداء آرائهم في حل مشكلة ما			
تشجع المؤسسة المبادرات الإبداعية والمهارات الفردية			
تقوم مؤسستكم بعقد دورات تكوينية لعمالها			
تقوم مؤسستكم بتحفيز عمالها أو معاقبتهم			

الجزء الثالث:

الميزة التنافسية

التكلفة	أوافق	لا أوافق	محايد
تتسم كلفة المواد المستخدمة في إنتاج مُنتجات مؤسستكم بالانخفاض مُقارنة بالمؤسسات المُنافسة.			
يتم تخفيض التكاليف عن طريق تخفيض أجور العمال			
يتم تخفيض التكاليف عن طريق تخفيض التكاليف المتعلقة بالمواد الأولية والتجهيزات			
تسعى مؤسستكم إلى خفض تكاليف عمليات الصيانة باستمرار			

الجودة	أوافق	لا أوافق	محايد
لدى مؤسستكم سياسة واضحة وموثقة للجودة			
تسعى مؤسستكم إلى خفض نسب العيوب في مُنتجاتها باستمرار			
تستقطب مؤسساتكم الأفراد ذو المهارات وخريجي الجامعات			
تسعى مؤسساتكم إلى تقديم خدماتها ذات ثقة عالية بالنسبة للمستهلك			

المرونة	أوافق	لا أوافق	محايد
تمتلك مؤسستكم مرونة عالية في حجم الإنتاج بما يتناسب مع تقلبات الطلب			
تمتلك مؤسستكم مرونة عالية في العمليات الإنتاجية من حيث استغلال المعدات والإمكانات المتوفرة			
تمتلك مؤسستكم مرونة عالية في حجم الاستجابة للتغيرات الحاصلة في حاجات ورغبات السوق			

الاستجابة لرغبات العميل	أوافق	لا أوافق	محايد
تقدم مؤسستكم منتجاتها في الوقت المناسب			
تقوم مؤسستكم بخدمات ما بعد البيع			
لمؤسستكم نقاط بيع في مناطق مختلفة			
تتقبل مؤسستكم الانتقادات الموجهة لها من طرف عملائها			

محايد	لا اوافق	اوافق	التركيز والتميز
			تسعى مؤسستكم الى تقديم منتجات مختلفة
			تعتمد مؤسستكم على منتج واحد

خاتمة:

من خلال هذا البحث الذي يعالج موضوع دور الإبداع في تحسين الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة و اعتمادا على إشكالية البحث التي تدور حول كيف يساهم الإبداع في تحسين الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة للإجابة على الإشكالية المطروحة و التأكد من صحة الفرضيات المطروحة التي انطلقنا منها:

الفرضية الرئيسية: الإبداع موجود في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وذلك من اجل مواجهة المنافسين على المستوى المحلي والأجنبي

اقتضت الحاجة إلى تقسيم بحثنا إلى قسمين وهي جامعة ما بين الجانب النظري و التطبيقي، حيث افتتحنا هذه الدراسة بمقدمة عامة ، و أنهيناها بخاتمة عامة تتضمن أهم النتائج المتحصل عليها في البحث. من خلال عرضنا للجانب النظري اتضح أنه:

إن الاهتمام المتزايد بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر كان سببا في تحول سياستها الاقتصادية، من النظام الاشتراكي إلى النظام الرأسمالي في بداية التسعينيات، والتي أعطت مجالا أوسع ودعما كبيرا لنمو وترقية هذا النوع من المؤسسات؛

- يعد الإبداع أفضل وسيلة لتحقيق مكانة جيدة في السوق مقارنة مع المنافس و أمثل أداة لضمان صورة جيدة للمؤسسة و منتجاتها، مع توفير هذه الأخيرة جو ملائم له و هذا بواسطة إدارة فعالة تسعى لتحقيقه مرتكزة بذلك على ثقافة إبداعية لتعزيز عملية الخلق و التحديد الخاصة بالمؤسسة فالدور الرئيسي للمؤسسة المبدعة يكمن في تحقيق عامل الإبداع على أرضية الواقع مع عدم تجاهلها لإستراتيجية المنافس و مختلف التقنيات المستعملة؛
- كما تعتمد المؤسسات المبدعة على مصادر أفكارها الإبداعية من خلال زبائنها، وقنوات التوزيع، و نتائج الدراسات الجامعية بالإضافة إلى الحكومة ومراكز البحث والتطوير والتحسينات التي يضيفها المنافس؛
- كما تعمل المؤسسات المتبنية للإبداع على تهيئة بيئات إبداعية مستندة إلى العوامل المؤثرة على الإبداع و الحد من المعوقات التي تواجهه انطلاقا من وعيها بأهمية الإبداع و دوره في الرفع من أدائها و حاجتها إليه في ظل المتغيرات المتسارعة و زيادة المنافسة فيما بينها؛

يعتبر الإبداع من أهم مصادر الميزة التنافسية للمؤسسة بالإضافة إلى كل من الجودة وتلبية حاجات العميل والكفاءة حيث كل هذه المصادر تسعى إلى تخفيض التكاليف ورفع الأسعار.

أما من ابرز النتائج المتوصل إليها في الدراسة الميدانية :

إن هذه المؤسسات تمنح للعامل الحرية في إبداء آراءه حول مشكلة مما يساعد العامل على التفكير في إنتاج منتجات جديدة ؛

كما أصبحت هذه المؤسسات تقوم بتطوير منتجاتها اعتمادا على دراسة السوق وتحديد رغبات زبائنها وذلك نظرا لشدة المنافسة الخارجية ؛

كما تبين لنا أن معظم مسيري هذه المؤسسات لهم مستوى ثانوي وهذا مما يدل على أن ثقافة الإبداع داخل هذه المؤسسات غير مدرك؛

من اجل أن تكون هذه المؤسسات لديها ثقة عالية في منتجاتها بالنسبة للمستهلك أصبحت هذه المؤسسات تقلل من نسب العيوب في منتجاتها، كما تستقطب الأفراد ذوي المهارات وخارجي الجامعات؛

لأن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تتمتع بمرونة عالية، وذلك لقربها من المستهلك بصفة مباشرة وكذا قربها من الأسواق، حيث أصبحت هذه المؤسسات تنتج منتجاتها حسب الطلب وذلك من اجل تفادي تكاليف التخزين الذي يحمل المؤسسة تكاليف معتبرة؛

نظرا لعلاقة المباشرة بين الزبون والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة تسعى دائما هذه المؤسسات إلى تقديم منتجاتها في الوقت المناسب ، مما يمنحها مصداقية وتزداد ثقة الزبون في هذه المؤسسات، إلا أنها ونظرا لصغر حجمها وقلة رأس مالها لا تمتلك نقاط بيع مما يجعلها محصورة في منطقة معينة.

لقد تبين جليا من الجانب النظري و التطبيقي مدى مساهمة الإبداع في تحسين الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة و لكن من الواضح أن عملية الإبداع ليست بالعملية العشوائية و إنما هي مرتكزة على مجموعة من المتغيرات المكونة لها أهمها ثقافة الإبداع فحضورها يؤكد على بناء إدارة فعالة تساهم في تسيير إبداعات هذه المؤسسات و أفكارها الجديدة.

وهذا ما يجعلنا نثبت الفرضية الأولى على إن الإبداع هو المصدر الأساسي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة والمحرك الرئيسي للعجلة الاقتصادية ،حيث من خلاله يمكن ان تعتمد على نفسها في إنتاج منتجات مختلفة ومتنوعة وتزيد من دخلها الوطني ، كما أيضا يمكننا إثبات الفرضية الثانية على أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تسعى إلى الإبداع في منتجاتها اعتمادا على مصادرها الداخلية والمتمثلة في العمال ومصادرها الخارجية والمتمثلة في العملاء أما بخصوص الفرضية الثانية حيث الهدف الأساسي والرئيسي في من الإبداع هو إنتاج منتجات ذو جودة بالنسبة للمستهلك ،وذلك من خلال قرب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من الزبون بصفة مباشرة مما يجعلها تلي له رغباته وهو ما يجعلنا نثبت هذه الفرضية ، كما إن الفرضية الثالثة والمتعلقة بتأثير الإبداع على الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة من خلال التركيز والتميز والتكلفة فهي أيضا مثبتة

وانطلاقا من النتائج السابقة نقترح مجموعة من التوصيات :

للعمل على بناء قنوات اتصال قوية لنقل الأفكار الإبداعية.

للعمل على تدريب الأفراد على حل المشكلات بطرق إبداعية.

محاولة المؤسسة خلق المزيد من الأفكار الإبداعية الجديدة و العمل على المحافظة عليها عن طريق اللجوء إلى هيئات مختصة في المحافظة على براءات الاختراع و الملكية الفكرية.

اهتمام الدولة بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وذلك من خلال توفير لها جميع الإمكانيات المادية والمالية.

أفاق الدراسة:

· الابتكار والإبداع في التسويق والمزيج التسويقي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية.
أهمية اعتماد اليقظة التكنولوجية لمسايرة التحديات التقنية العالمية بالنسبة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية.

- دراسة مقارنة الإبداع في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بين دولتين .

المراجع:

مراجع اللغة العربية:

- الكتب

1 - القرآن الكريم

- الرسائل الجامعية:

1 - حراز الأخضر، "دور الإبداع في اكتساب المؤسسة ميزة تنافسية مركب حمام ربي) سعيدة (نموذجاً EGTT دراسة حالة مؤسسة"، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير مدرسة الدكتوراه، غير منشورة السنة 2011، جامعة تلمسان الجزائر.

2 - مرزوقي مرزوقي، "دور الابتكار في تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة دراسة حالة الجزائر" مذكرة ماجستير تخصص تسيير مؤسسات صغيرة ومتوسطة غير منشور 2008/2007 جامعة ورقلة الجزائر.

3 - سمية بروبي، "دور الإبداع والابتكار في إبراز الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة- دراسة حالة مؤسسة المشروبات الغازية مامي"، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية غير منشورة، 2010-2011، جامعة فرحات عباس، سطيف الجزائر.

4 - ناجحة محمد طاهر، "الإبداع بالمزيج التسويقي وأثره في تحقيق التفوق التسويقي. دراسة حالة في شركة الوسام لمنتجات الألبان والمواد الغذائية المحدودة/كربلاء"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإدارة والاقتصاد- جامعة الكوفة. العراق 2006.

- الدراسات والمقالات والملتقيات:

1 - السعيد عواشيرة "العوامل المؤثرة في الإبداع في المنظمات الحكومية وآليات تفعيل أثرها الإيجابي" المؤتمر الدولي للتنمية الادارية نحو اداء متميز في القطاع الحكومي الرياض المملكة العربية السعودية الموافق ل1-4 نوفمبر 2009.

2 - أكرم احمد الطويل, رغيد إبراهيم إسماعيل، "العلاقة بين أنواع الإبداع التقني وأبعاد الميزة التنافسية

/دراسة ميدانية في مجموعة مُختارة من الشركات الصناعية في محافظة نينوى"

www.eco.asu.edu.jo/ecofaculty/wp-content/uploads/2011/04/73.doc تاريخ الاطلاع

2013/03/16

- 3 -بن عيشي بشير, بن عيشي عمار ، " أثر المسؤولية الاجتماعية على الميزة التنافسية في مؤسسات الصناعية الجزائرية دراسة حالة ولاية بسكرة"
http://www.docstoc.com/docs/145254650 تاريخ الاطلاع 2013/03/16
- 4 -بارك نعيمة، "متطلبات الابداع والابتكار لتحقيق ميزة تنافسية لمنظمات الاعمال الصناعية بالاشارة الى المؤسسات الجزائرية"، الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية ص 9 بدون تاريخ
- 5 -بن بريكة عبد الوهاب ، بن التركي زينب ، " مساهمة الإبداع التكنولوجي في تدعيم المركز التنافسي للمنظمة "، الملتقى الدولي حول الإبداع والتغيير التنظيمي في المنظمات الحديثة، جامعة البليدة، 12 و 13 ماي 2010
- 6 - ببلولة إيمان, لشهب صفاء ، "الإبداع التنظيمي و دوره في تحسين أداء المؤسسات الصحية" ، الملتقى الدولي حول الإبداع والتغيير التنظيمي في المنظمات الحديثة يومي 12-13 ماي 2010 جامعة سعد دحلب البليدة
- 7 -بن عنتر عبد الرحمان، " واقع الإبداع في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر دراسة ميدانية" مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية -المجلد - 24 العدد الأول 2008 -
- 8 -عبد الرزاق حميدي ،عبد القادر عوينان عنوان المداخلة ، " دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الحد من أزمة البطالة - مع الإشارة لبعض التجارب العالمية" -الملتقى الدولي الموسوم ب: إستراتيجية الحكومة في القضاء على البطالة وتحقيق التنمية المستدامة المنظم من قبل جامعة محمد بوضياف بالمسيلة الجزائر بدون تاريخ
- 9 -شريف غياط, أسماء زدوري ، " تنمية وتدعيم الإبداع في المنظمات"، الملتقى العلمي الدولي: الإبداع والتغيير التنظيمي في المنظمات الحديثة أيام: 12- 13 ماي 2010
- 10 - نجمة عباس ، " محددات الإبداع في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة- دراسة ميدانية" ، الملتقى الوطني الثاني حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والتنمية المستدامة يومي 13 و 14 نوفمبر 2012 جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي الجزائر
- 11 -نوري منيرة ،قلش عبد الله، " دور الابداع والابتكار في تعزيز الميزة التنافسية -حالة المؤسسة الجزائرية- " الندوة الدولية حول المقاوله والابداع في الدول النامية المركز الجامعي بخميس مليانة الجزائر بدون تاريخ

- 12 -نصرالدين بن نذير مصطفى بداوي، " الإبداع كأداة لتعزيز القدرة التنافسية لمنظمات الأعمال في ظل الاتجاهات الحديثة في الاقتصاد العالمي"، المؤتمر العلمي الثالث لكلية الاقتصاد والعلوم الادارية جامعة العلوم التطبيقية الخاصة 27 – 29 نيسان 2009
- 13 -زير محمد، "الابداع التكنولوجي كمدخل لتعزيز تنافسية المؤسسات الصناعية"، الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية ص 7 بدون تاريخ
- 14 -الجريدة الرسمية الجزائرية قانون رقم 01-18 المؤرخ في 27 رمضان عام 1422هـ الموافق 12 ديسمبر سنة 2001, يتضمن القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة العدد 02

باللغة الانجليزية:

الدراسات والمقالات والملتقيات:

- 1-Eleni Sefertzi . CREATIVITY .Report produced for the EC funded project J A N U A R Y 2000
- 2- Leonie Baldacchino. ENTREPRENEURIAL CREATIVITY AND INNOVATION" paper presented at the First International Conference on Strategic Innovation and Future Creation Monday 23 March 2009 Grand Hotel Excelsior, Floriana – MALTA.page 3

الانترنت:

- 1- <http://al3loom.com/?p=1349>