



جامعة قاصدي مرباح ورقلة
كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير



قسم: علوم التسيير
التخصص: إدارة أعمال

مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات شهادة ليسانس في إدارة أعمال

بعنوان:

أثر نظام معلومات البحث والتطوير في مستويات الإبداع داخل المؤسسة

دراسة حالة مؤسسة المياه المعدنية والمشروبات الغازية القولية -

تحت إشراف الأستاذ:
- بن زخروفة بوعلام

من إعداد الطالبة:
- بن عبد الرحمان دليلة

السنة الجامعية: 2013/2012

الإهداء

الحمد لله الذي أكرمني بفضله وأنار لي طريقي ودربي

لا يسعني في هذا الموقف إلا أن أتقدم بإهداء ثمرة هذا العمل إلى من

قال فيهما المولى عز وجل "... و بالوالدين إحسانا ..."

إلى الصدر الحنون التي كانت دوما تفتح ذراعيها لمواساتي

إلى القلب الرحيم التي تحملت وصبرت لأجل نجاحي

إلى أمي الحنونة

إلى روح والدي الطاهرة رحمه الله تعالى

إلى كل أفراد العائلة

وإلى كل زملائي وزميلاتي في الدراسة والعمل

إلى كل دفعة علوم التسيير 2013

دليلة

شكر وتقدير

"وَقَالَ رَبِّ أَوْزِعْنِي أَنْ أَشْكُرَ نِعْمَتَكَ الَّتِي أَنْعَمْتَ عَلَيَّ وَعَلَىٰ وَالِدَيَّ وَأَنْ أَعْمَلَ صَالِحًا تَرْضَاهُ وَأُدْخِلْنِي بِرَحْمَتِكَ فِي عِبَادِكَ الصَّالِحِينَ" سورة النمل الآية (١٩)

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على أشرف المرسلين سيدنا

"محمد صلى الله عليه وسلم" وعلى آله وصحبه أجمعين وبعد:

أشكر الله العلي القدير الذي منّ عليّ بالصبر والتوفيق على إتمام هذه الدراسة

ومن لا يشكر الناس لا يشكر الله

وأقدم بأجمل عبارات الشكر والتقدير "للأساتذة الأفاضل" اللذين تلقيت عليهم

العلم والمعرفة طيلة مرحلة الدراسة

ويسعدني أن أقدم بعظيم شكري وتقديري للأستاذ الفاضل "بن زخروفة"

على تفضله بقبول الإشراف على هذا البحث برحاب صدره

كما أقدم بجزيل الشكر إلى أستاذي الفاضل "مناصرة رشيد" الذي لم يخل عليّ بتوجيهاته في

إنجاز هذا البحث

وتركت خاتمة العرفان لكل من رئيس قسم علوم التسيير الدكتور: بن مالك ونائب رئيس القسم

الأستاذ: مزهودة نور الدين على المساعدات والتسهيلات المقدمة لنا طيلة المشوار الدراسي.

وختاماً أدعو الله أن يتقبل عملي هذا خالصاً لوجهه الكريم.

دليّة

الملخص:

يؤدي نظام المعلومات البحث والتطوير دورا محوريا في تنافسية المؤسسات، إذ من خلاله يمكن للمنظمة أن تحقق ميزة تنافسية عالية، خصوصا عندما ينظر إلى المعلومات بأنها موردا أساسيا من موارد المنظمة ، لذا حاولت الطالبة التعرف على تأثير نظام المعلومات البحث والتطوير في مستويات الإبداع في شركة المياه المعدنية والمشروبات الغازية بالمنطقة ولاية غرداية، حيث تمثل نظام المعلومات في البحث والتطوير، في حين تمثلت مستويات الإبداع في الإبداع على المستوى الفردي والإبداع على مستوى الجماعات والإبداع على مستوى المنظمة.

وقد تشكلت عينة الدراسة من بعض من عمال الإدارة وعمال وحدة الإنتاج البالغ عددهم (21) فردا.

وقد توصلت الدراسة إلى الإستنتاجات التالية:

تبين أن مستويات الإبداع جميعها في مؤسسة المياه المعدنية والمشروبات الغازية قد تأثرت بنظام المعلومات البحث والتطوير، وعليه نقبل بوجود تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($P \leq 0.01$) لنظام المعلومات البحث والتطوير في مستويات الإبداع داخل المؤسسة، إذ فسر نظام المعلومات (68.4%) من التباين في الإبداع على المستوى الفردي، و(65.1%) من التباين في الإبداع على المستوى الجماعات، كما فسر (54.3%) من التباين في الإبداع على المستوى المنظمة ، وإتمادا على نتائج البحث قدمت الطالبة عددا من التوصيات الخاصة بمؤسسة المياه المعدنية والمشروبات الغازية بالمنطقة.

الْفَقِيرِينَ

الفهرس

العنوان	الصفحة
الإهداء	III
التشكرات	IV
قائمة الجداول	V
قائمة الأشكال	VI
الملخص	VII
المقدم	(أ،هـ)
ة	
الفصل الأول: الإطار المفاهيمي لإبداع وظيففة البحث والتطوير في المؤسسة	
تمهيد	15
المبحث الأول: ماهية الإبداع	17
المطلب الأول: تعريف الإبداع	17
المطلب الثاني: مراحل الإبداع	21
مرحلة الإعداد	21
مرحلة الإختمار أو التفريخ	21
مرحلة الظهور	22
مرحلة التحقق	22
المطلب الثالث: مستويات الإبداع	22
الإبداع على مستوى الفرد	22
الإبداع على مستوى الجماعة	23
الإبداع على مستوى المؤسسة	25
المطلب الرابع: العوامل المؤثرة في الإبداع	28
العوامل الفردية	28
العوامل الإجتماعية والثقافية	28
العوامل السياسية	29

29	العوامل الإدارية والتنظيمية
29	العوامل الاقتصادية
30	المبحث الثاني: البحث والتطوير وأهميته الاقتصادية
30	المطلب الأول: مفهوم البحث والتطوير
30	مفهوم البحث
31	مفهوم التطوير
31	مفهوم البحث والتطوير
32	المطلب الثاني: أهداف وأهمية البحث والتطوير
32	الأهداف
33	الأهمية
34	المطلب الثالث: المراحل الأساسية لمشاريع البحث والتطوير
34	المرحلة الأولى
35	المرحلة الثانية
35	المرحلة الثالثة
35	المرحلة الرابعة
35	المرحلة الخامسة
35	المرحلة السادسة
36	المطلب الرابع: تنظيم وظيفة البحث والتطوير
36	التنظيم الوظيفي
37	التنظيم حسب المشاريع
37	التنظيم الشبكي أو المصفوفي لنشاطات البحث والتطوير

39 المبحث الثالث: الإبداع التكنولوجي
39 المطلب الأول: تعريف الإبداع التكنولوجي
40 المطلب الثاني: أنواع الإبداع التكنولوجي
40 الفئة الأولى: حسب طبيعة الإبداع
40 الفئة الثانية: حسب معايير التخطيط
40 الفئة الثالثة: حسب معايير نتائج الإبداع
41 المطلب الثالث: مصادر وعوائق الإبداع التكنولوجي
41 مصادر الإبداع التكنولوجي
42 عوائق الإبداع التكنولوجي
44 المطلب الرابع: شروط الإنتاج الفعال للإبداع التكنولوجي
44 الظروف والمحيط
44 الإعلام والتسيير الفعال
45 الإدارة الفعالة
45 الحوافز بمختلف أنواعها
46 خلاصة
 الفصل الثاني: دور نظام المعلومات البحث والتطوير في تحسين مستويات الإبداع
48 تمهيد
49 المبحث الأول: مفاهيم عامة حول المعلومة ونظام المعلومات في المؤسسة
49 المطلب الأول: المعلومة
50 المطلب الثاني: أهمية ومصادر المعلومة
50 أهمية المعلومات
51 مصادر

		المعلومات
52	المطلب الثالث: نظام المعلومات المفهوم والأهمية
52	مفهوم نظام المعلومات
53	أهمية نظم المعلومات
54	المطلب الرابع: أنواع نظم المعلومات
54	نظم معالجة المعلومات
54	نظم أتمة المكاتب
55	نظم المعلومات الإدارية
55	نظم دعم القرار
55	نظم مشغلي المعرفة
55	نظم معلومات المديرين التنفيذيين
56	المبحث الثاني: نظام المعلومات البحث والتطوير
56	المطلب الأول: مفهومه ومكوناته
56	مفهوم نظام المعلومات البحث والتطوير
56	مكوناته
59	منظومة الابتكار والتجديد والإختراع
60	المطلب الثاني: قياس نشاطات البحث والتطوير
60	مقياس المدخلات
60	مقياس المخرجات
61	المطلب الثالث: تسيير نشاطات البحث والتطوير
62	المطلب الرابع: سياسات البحث والتطوير

62	سياسات على المستوى الكلي (الدولة)
63	سياسات على المستوى الجزئي "المؤسسة"
64	مقارنة بين نظام المعلومات البحث والتطوير على المستويين الكلي والجزئي
65	المبحث الثالث: أثر نظام المعلومات البحث والتطوير والإبداع في تسيير مشاريع المؤسسة
65	المطلب الأول: آثار الإبداع في المؤسسة
65	تحسين أداء المؤسسة
65	تحسين التنظيم الإداري في المؤسسة
66	تدعيم تنافسية المؤسسة
66	مواكبة التطور التكنولوجي
66	المطلب الثاني: دفع الإبداع التكنولوجي وتنمية نقل التكنولوجية
67	الملكية الصناعية
67	الإحاطة بالباعثين الجدد والعمل على بعث صناعات تفرض استخدام تكنولوجيا حديثة
68	المطلب الثالث: واقع الإبداع التكنولوجي والبحث والتطوير في المؤسسة الصناعية الجزائرية
68	البعد التسييري والتنظيمي
69	الإهتمام بالعنصر البشري
69	الإهتمام بنظام المعلومات
69	المطلب الرابع: أفاق البحث والتطوير في الجزائر
71	خلاصة

73	تمهيد
74	المبحث الأول: البطاقة الفنية للمؤسسة
74	المطلب الأول: لمحة عن المؤسسة
74	أولاً: تعريف
75	ثانياً: أهداف المؤسسة
76	ثالثاً: المهام الموكلة للمؤسسة
76	رابعاً: تحليل الهيكل التنظيمي للمؤسسة
80	المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي للمؤسسة
81	المطلب الثالث: تحليل مجال نشاط المؤسسة
81	أولاً: تشكيلة المنتجات
81	ثانياً: الطاقة الإنتاجية للمؤسسة
84	المبحث الثاني: تحليل الفرضيات المطروحة
84	المطلب الأول: إختبار نموذج الدراسة/ الصدق والثبات
85	الأساليب الإحصائية المستخدمة
86	الخصائص التعريفية للأفراد عينة الدراسة
87	المطلب الثاني: مناقشة فرضيات الدراسة
87	الفرضية الفرعية الأولى
88	الفرضية الفرعية الثانية
90	الفرضية الفرعية الثالثة

92	المطلب الثالث: الإستنتاجات والتوصيات
92	الإستنتاجات
93	التوصيات
94	خلاصة
96	الخاتم ة
98	المراج ع
103	الملاح ق
	الفهرس

الْفَقْدَانَةُ

إن قوة الأمم تقاس في عصرنا الحاضر بمدى التقدم الذي تحرزته في مجال إستعمال العلم والتكنولوجيا بهدف تحقيق الرخاء الاقتصادي والرفاهية الإجتماعية. كما أن إشتداد المنافسة والتحديات التي تواجه منظمات اليوم أصبحت كثيرة وهذا ما أدى بالمنظمات إلى التسارع في تطوير نظم المعلومات والتركيز عليه لأنه يعتبر ركيزة هامة لإدارة المنظمة ومصدرا يعزز قدرتها التنافسية ويحقق فرصا جديدة للمنظمات تحاول عن طريقها تحقيق مزايا تنافسية والحصول على حصص سوقية جديدة.

بحيث يشهد القرن الحالي تحديات كبيرة تواجه المنظمات عموما، منها التغيرات المتسارعة في تكنولوجيا المعلومات والإتصال وتطورها وحدثت الأزمة المالية العالمية عام 2009، والتي عصفت بالعديد من المنشآت العالمية، وعليه أصبحت نظم المعلومات منها البحث والتطوير ذات أهمية واسعة في المجالات كلها وباتت موردا أساسيا من موارد المنظمات بمختلف أشكالها، وأصبحت الوسيلة المناسبة لتحقيق الميزة التنافسية للمنظمة التي تنعكس إيجابيا على المنظمة واستمرارها في القطاع.

كما أن تنمية أي اقتصاد يتوقف على المكانة التي يحتلها البحث والتطوير في الأنشطة التي تمارسها مختلف القطاعات المكونة للمجتمع ، لهذا يتعين على كل إستراتيجية تنموية الإرتكاز كليا على البحث العلمي والتطوير التكنولوجي لبناء إقتصاد تنافسي قوي.

ولبلوغ هذه الغاية ، أصبح من الضروري على كل مؤسسة رسم سياسة إستراتيجية جديدة للبحث العلمي والتطوير التكنولوجي تهدف بالدرجة الأولى إلى إعادة الاعتبار لوظيفة البحث والتطوير ، وجعلها المحرك الأساسي للنمو الاقتصادي ، وذلك بتشجيع مشاريع البحث والتطوير والتي من ضمنها مشاريع الإبداع، فالإبداع هو حالة إرتقاء وصلة تفاعل بين الماضي والحاضر والمستقبل ويمكن التعبير عنه بأنه كل

المقدمة

جديد وغير مألوف يقدمه أفراد لهم سمات وصفات متميزة بإستخدام طرق لم يسبق إستخدامها وذلك لإحداث تغييرات جذرية على النتائج النهائية وتأسيسا على ذلك يأتي البحث ليسلط الضوء على نظام المعلومات البحث والتطوير ومدى تأثيره في مستويات الإبداع داخل المؤسسة.

ومنه فإن المنظمات عموما وشركة المياه المعدنية والمشروبات الغازية خصوصا تأمل على إضافة قيمة عالية إلى أعمالها من خلال الحصول على مخرجات إبداعية مختلفة سواء على المستوى الفردي أو على مستوى الجماعات أو على مستوى المنظمة.

أهمية الدراسة:

تعد شركة المياه المعدنية والمشروبات الغازية من أكثر القطاعات حاجة وإستخداما لنظم المعلومات لتعزيز مستويات الإبداع المختلفة إذ يؤدي الإقتصاد المعرفي دورا بارزا في الإقتصاد بشكل عام، ومن ثم فإن الإهتمام بنظم المعلومات وربطها بمستويات الإبداع يعد أمرا جوهريا ومهما في نجاح هذه الشركة ، وعليه يتبادر في أذهاننا الإشكال التالي:

- ما مدى استخدام نظام المعلومات البحث والتطوير في تعزيز مستويات الإبداع المختلفة ؟

أهداف الدراسة:

- التعرف على تأثير نظام المعلومات البحث والتطوير في مستويات الإبداع المختلفة في شركة المياه المعدنية والمشروبات الغازية، وتتفرع منها الأهداف الآتية:

- التعرف على تأثير نظام المعلومات البحث والتطوير في الإبداع على المستوى الفردي في شركة المياه المعدنية والمشروبات الغازية القولية.

- التعرف على تأثير نظام المعلومات البحث والتطوير في الإبداع على مستوى الجماعات في شركة المياه المعدنية والمشروبات الغازية القولية.

المقدمة

- التعرف على تأثير نظام المعلومات البحث والتطوير في الإبداع على مستوى المنظمة في شركة المياه المعدنية والمشروبات الغازية القولية.

مشكلة الدراسة:

تكمن مشكلة الدراسة في الإجابة عن التساؤل الرئيسي الآتي:

- ما تأثير نظام المعلومات البحث والتطوير في دعم مستويات الإبداع المختلفة في شركة المياه المعدنية والمشروبات الغازية القولية؟

سواء على المستوى الفردي أو على مستوى الجماعات أو على مستوى المنظمة ككل؟

فرضيات الدراسة :

الفرضية الرئيسية: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لنظام المعلومات البحث والتطوير في مستويات الإبداع

المختلفة في شركة المياه المعدنية والمشروبات الغازية القولية، وتتفرع منها الفرضيات الفرعية الآتية:

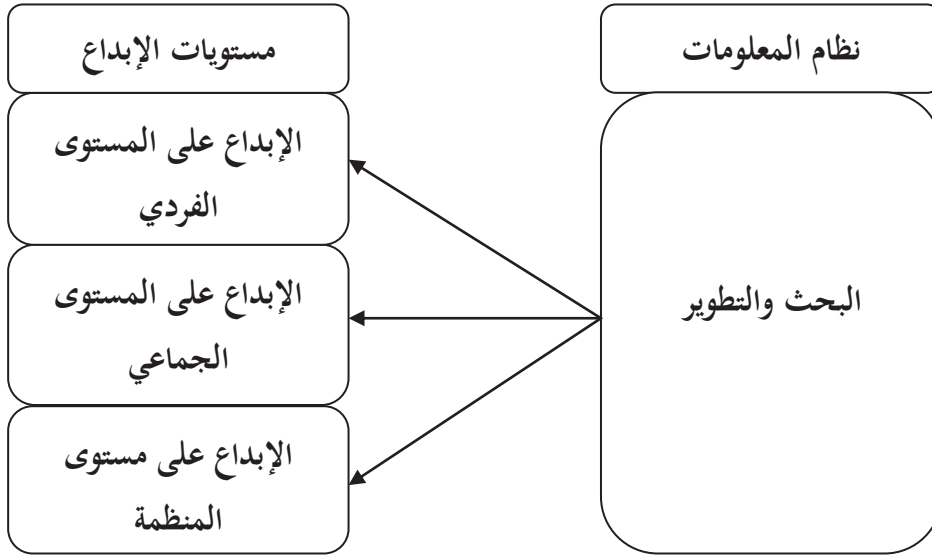
- يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لنظام المعلومات البحث والتطوير في الإبداع على المستوى الفردي.

- يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لنظام المعلومات البحث والتطوير في الإبداع على مستوى الجماعات.

- يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لنظام المعلومات البحث والتطوير في الإبداع على مستوى المنظمة.

يبين الشكل (1) نموذج الدراسة المقترح.

الشكل (1) نموذج الدراسة



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على الفرضيات.

أسلوب جمع البيانات:

لقد تم الإعتماد في جمع المعلومات النظرية على الكتب والرسائل والمقالات العربية والتي لها علاقة بموضوع البحث، وفي الجانب التطبيقي تم إعداد إستمارة إستبيان تناولت 3 أجزاء لقياس أثر نظام معلومات البحث والتطوير في مستويات الإبداع داخل المؤسسة، يتعلق الجزء الأول بالمعلومات العامة عن عينة البحث أما الجزء الثاني خاص بقياس نظام المعلومات البحث والتطوير، فيما إختص الجزء الثالث بقياس مستويات الإبداع حيث تناول 3 متغيرات فرعية (الفرد، الجماعات، المنظمة)، وكان مجموع الأسئلة (30 سؤال) وقد إستخدم مقياس ليكرت الخماسي في تقييم الإستمارة بسهولة وثبات نتائجه، فضلا عن موضوعية المقياس لإتاحة الفرصة أمام الفرد لكي يعبر عن رأيه بالنسبة لكل متغير من المتغيرات في الإستبيان.

المقدمة

مجتمع وعينة الدراسة:

تم إختيار شركة المياه المعدنية والمشروبات الغازية مجتمعا للبحث كونها من المؤسسات التي تشكل جزءا فعالا في القطاع الإنتاجي الجزائري، أما عينة البحث فقد إحتوت على عمال الإدارة وعمال وحدة الإنتاج، حيث بلغت عدد الإستثمارات الموزعة (30) إستمارة أستلمت (25) منها، تم إلغاء (04) إستثمارات لعدم مصداقية الأجوبة، وقد تم توزيع الإستمارة بالأسلوب المباشر.

متغيرات الدراسة:

المتغير التابع:

مستويات الإبداع والتي تشمل (الإبداع على المستوى الفردي، الإبداع على مستوى الجماعات، الإبداع على مستوى المنظمة).

المتغير المستقل:

نظام المعلومات البحث والتطوير:

❖ التطور المستمر ومواكبة ما يستجد.

❖ التدريب المستمر للموظفين في مجال نظم المعلومات.

الفصل الأول

الإطار المفاهيمي لإبداع وظيفية

البحث والتطوير في المؤسسة

تمهيد:

في ظل التحولات الإقتصادية الدولية التي تتبنى السوق الموحدة، تعيش المؤسسة في بيئة متغيرة ومعقدة يسودها عدم التأكد، تفرض عليها تحديات عديدة وكبيرة لم تشهدها من قبل ينبغي عليها مواجهتها بسرعة وبكفاءة عالية، لاستباق التغيرات الفجائية فيها، ولتأمين مستقبلها على الأقل في المدى القصير، خاصة بتشجيع معظم الأسواق بسلع وخدمات تتناقص دورة حياتها بسرعة فائقة إضافة إلى البطء الملاحظ في النمو الإقتصادي العالمي في بعض القطاعات وكذلك في النمو الديمغرافي الذي يتزايد بوتيرة مستقرة وبالتالي فإن التحدي الأكبر الذي تواجهه المؤسسات هو قدرتها على تبني آلية مناسبة وفق أطر ونظم علمية، لتنمية وتحفيز ودعم القرارات الإبداعية، التي تمكنها من تطوير وخلق حلول وأفكار للوضعية التي تعيشها وللمشاكل التي تواجهها، تنظيمية كانت أو تقنية (تكنولوجيا).

ولقد تناول الكثير من الكتاب والباحثين موضوع الابداع على اختلافهم، من اقتصاديين والذين يعتبروا أولى المنظرين في الميدان، إداريين وعلماء النفس وغيرهم، كما نشرت الكثير من الأبحاث والمقالات وعقدت عشرات المؤتمرات والندوات منذ أول دراسة المنسوبة للاقتصادي النمساوي " Joseph Schumpeter " سعيًا لإظهار الأهمية في الرد على المتطلبات الجديدة في البيئة الحالية وكسب للميزة التنافسية. شملت هذه الأبحاث كيفية تطبيقه في المؤسسات، الوسائل والموارد اللازمة لتحقيقه، المعوقات التي تؤول دون الوصول إليه وغيرها.

وسعيًا في تأمين مستقبلها تبحث هذه المؤسسات على الرفع من أدائها، من خلال النمو النوعي الذي يجمع بين خدمات مقدمة للزبائن، صورة المؤسسة نوعية المنتجات (الجودة)، جودة الموارد البشرية، جودة الخدمات المالية، تطوير المعارف التفوق التجاري، تشكل هذه الأهداف النوعية الدور الرئيسي لتوجيه النمو

في المؤسسة، إضافة إلى النمو النوعي النمو الكمي بالنظر إلى حجم المؤسسة رقم أعمالها، القيمة المضافة، القدرة الإنتاجية، الرفع من المردودية، حصة السوق، حصة الأرباح الصافية والرفع من الأداء بصفة عامة. وذلك ليتجاوز عقباتها بالإبداع المستمر، داخليا بالبحث والتطوير أو خارجيا بأشكال مختلفة وبالاعتماد على كل مواردها وإمكاناتها، تتحمل بذلك أخطار عدم الوصول إلى أهدافها.

المبحث الأول: ماهية الإبداع

يقول الإقتصاديون أن مصطلحات الإبداع، الإنتاجية، التنافسية تخص الأنظمة الديناميكية، لأنه كلما كان السوق يسير بطريقة جيدة كلما كان في حالة خطر وبالتالي لا توجد ضرورة للإبداع، ولذلك يرى على أن الإبداع قوة تحافظ على إنفتاح الأنظمة التي تتجه نحو الإنغلاق.

لكن ماذا يعني الإبداع، فداثما يقع خلط في مصطلحات الإكتشاف، الإختراع، البحث والتطوير والإبداع، إذا كيف نفرق بين هذه المصطلحات؟¹

المطلب الأول: تعريف الإبداع

مفهوم الإبداع في اللغة: الإبداع في اللغة من الفعل أبداع أي: أتى البديع أو البدعة.

وأبداع الشيء: أي أبداعه واستخرجه، وأحدثه، وأنشأه، وبدأه أولا قال تعالى {قُلْ مَا كُنْتُ بِدَعًا مِنَ الرُّسُلِ وَمَا أَدْرِي مَا يُفَعَّلُ بِي وَلَا بَكُمْ ۗ إِنِّ اتَّبِعُ إِلَّا مَا يُوحَىٰ إِلَيَّ وَمَا أَنَا إِلَّا نَذِيرٌ مُّبِينٌ} (الأحقاف 9)، أي ما كنت أول من أرسل ، وأبداعت الشيء اخترعته على غير مثال سابق، قال تعالى : {تَبْدِيعِ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَإِذَا قَضَىٰ أَمْرًا فَإِنَّمَا يَقُولُ لَهُ كُنْ فَيَكُونُ} (البقرة 117).

وعرف معجم ويبستر الإبداع في اللغة بأنه: مصطلح يشير إلى القدرة على الإيجاد. وهذا يشير إلى أن المعاجم العربية والاجنبية تتفق من الناحية اللغوية على أن الإبداع يعني القدرة على إيجاد الشيء على غير مثال سابق.

1- دويس محمد الطيب، براءة الإختراع مؤشر لقياس تنافسية المؤسسات والدول، مذكرة ماجستير، ورقة، 2005، ص 33.

مفهوم الإبداع إصطلاحاً: على الرغم من كثرة تداول مصطلح الإبداع في العقد الأخير من القرن العشرين، باعتباره أحد الخصائص المهمة التي تؤثر في حاضر المنظمات الإنتاجية والخدمية المعاصرة ومستقبلها، إلا أنه تعددت و تباينت مفاهيم الإبداع، نظراً لإختلاف الكتاب والباحثين وأيضاً لاستخدام مفهوم الإبداع بوصفه مرادفاً لبعض المفاهيم كالإبتكار والموهبة والذكاء لذلك ليس من السهل الإجماع على مفهوم واحد يحدد العناصر المهمة للإبداع، إلا أنه يمكن حصر المفاهيم المختلفة للإبداع في خمسة مداخل تعكس إلى حد كبير مفاهيم الإبداع عند الكتاب و الباحثين وهي:

أ- المدخل المبني على أساس أن الإبداع نوع من أنواع النشاط الإنساني: يحدد هذا المدخل الإبداع من حيث كونه نوعاً من أنواع النشاط الإنساني، الذي يميز الإنسان عن غيره من بقية المخلوقات حيث عرف الإبداع بأنه العملية التي يمر بها الفرد عندما يواجه مواقف ينفعل بها ويعيشها بعمق، ثم يستجيب لها بما يتفق وذاته، مما يؤدي إلى تحسين أدائه وتطويره، ويعبر عن تفرد.

كما عرف بأنه: نوع من التصرف أو السلوك المغاير غير المتوقع النافع والملائم لمقتضى الحال والإقتصادي في الوقت نفسه .

ب- المدخل المبني على أساس أن الإبداع ناتج جديد: يحدد هذا المدخل الإبداع في ضوء ما ينتج عنه من ناتج جديد وأصيل في مكان وزمان محددين.

فقد عرف الإبداع بأنه: إنتاج روابط جديدة بين الأشياء ذات قيمة ملحوظة على مستوى الفرد أو المنظمة أو المجتمع والقدرة على رؤية إمكانات جديدة وغير عادية

وعرف الإبداع بأنه : إنتاج وأفكار جديدة وغير مألوفة، ووضع هذه الأفكار موضع التنفيذ.

- ج- المدخل المبني على أساس عملية عقلية: يحدد هذا المدخل الإبداع في ضوء العملية التي يتم من خلالها، والتي ينتج عنه ناتج إبتكاري ويحاول أن يصف نوع العملية ومراحلها المختلفة.
- ويرى (جيلفورد) رائد هذه المجموعة أن الإبداع تنظيم لعدد من القدرات العقلية البسيطة التي تختلف فيما بينها باختلاف مجال الإبداع وتتمثل هذه القدرات في الطلاقة والمرونة والأصالة.
- كما عرفه هيجان) بأنه قدرة عقلية تظهر على مستوى الفرد او الجماعة أو المنظمة، تتمثل في عملية ذات مراحل متعددة تنتج عنها فكرة أو عمل جديد تتميز بأكبر قدر من التحسس للمشكلات والطلاقة والمرونة والأصالة ومواصلة الإتجاه نحو الهدف والقدرة على تكوين ترابطات، واكتشاف علاقة جديدة. هذه القدرات الإبداعية يمكن تنميتها وتطويرها حسب قدرات الأفراد وأمكاناتهم.
- د- المدخل المبني على أساس أن الإبداع علاقة تفاعلية بين القدرات العقلية والعوامل البيئية المحيطة: يحدد هذا المدخل الإبداع في ضوء التفاعل بين الفرد والعوامل البيئية المحيطة به .
- فيرى أن الإبداع هو مجموعة من العمليات التي يستخدمها الفرد بما يتوفر لديه من قدرات عقلية وفكرية وما يحيط به من مؤثرات مختلفة لينتج إنتاجا نافعا له أو للمنظمة التي يعمل فيها أو للمجتمع الذي يعيش فيه.
- كما عرف بأنه عملية إنبثاق أو إيجاد علاقة جديدة بين الفرد والظروف والمواقف والأشخاص.
- هـ- المدخل المبني على أساس النظرة التكاملية للإبداع: يعد هذا المدخل من أهم المداخل في تحديد مفهوم الإبداع لأنه ينظر إليه نظرة تكاملية دون إهمال لأي مدخل.
- فعرف الإبداع بأنه عملية تشير إلى مجموعة من السمات والقدرات والعوامل التي تظهر في سلوك الشخص المبدع بدرجة عالية.

كما عرفه بأنه مزيج من القدرات والإستعدادات والخصائص الشخصية التي إن وجدت في بيئة مناسبة فإنها تجعل الفرد أكثر إحساسا بالمشكلات ومرونة في التفكير وإنتاجاً للأفكار التي تتميز بالغرارة والأصالة مقارنة بخراته الشخصية أو خبرات أقرانه.¹

وعرف josephe schumpter على أنه إستخدام الموارد المتواجدة بطريقة جديدة بهدف خلق

سلع وخدمات جديدة وميز بين 5 أنواع للإبداع:

- منتج جديد.

- إدماج طريقة جديدة للإنتاج.

- تنظيم جديد للإنتاج.

- غزو سوق جديد.

- الحصول على مصادر جديدة للمواد الأولية.

وضمن نفس المفهوم عرف **black** الإبداع بأنه التطبيق الإقتصادي للأفكار الجديدة.

وطرح جيمس هينجنز فكرة جديدة للإبداع وعرفه على أنه العملية التي يتم فيه خلق شيء جديد له

قيمة ملحوظة للفرد أو المجموعة أو المنشأة أو المجتمع، فقد أشار على أن الإبداع له قيمة.²

ومما سبق نستنتج أن الإبداع هو:

- حالة ذهنية.

- التردد لأحداث المستقبل.

1- أجبودة شحادة بلواني، دور الإدارة المدرسية في تنمية الإبداع في المدارس الحكومية في محافظات شمال فلسطين ومعيقاتها من وجهة نظر مديريها، جامعة النجاح، فلسطين، 2008، ص 12.

2- إيمان بلبولة، المؤثرات البيئية على الإبداع التكنولوجي، مذكره ماجستير، البلدة، 2006، ص 23.

- هو خلق قيمة للزبون والمتعاملين.

- هو الإتيان بالجديد والتطور.

- إستعمال الخبرة والمعرفة.

- هو أن نكون خلاقين.¹

المطلب الثاني: مراحل الإبداع

بالرغم من تنوع الإتجاهات حول ما يعنيه تعبير العملية الإبداعية فإن الإتجاه التقليدي يصف هـ ذه

العملية بدلالة مجموعة من الخطوات أو المراحل التي تختلف من باحث لآخر.

إن عملية الإبداع تبدأ بإحساس المبدع بمشكلة ما تسبب له نوعا من عدم التوازن وتعتبر عملية الإبداع

مظهرا نفسيا داخليا للنشاط الذي يشمل التأملات والآليات والتفاعلات النفسية بدءا من ولادة المشكلة

وإنتهاء بتحقيق الإنتاج الإبداعي، وتندرج في إطار هذه العملية نشاطات التفكير ونقل المعلومات وإيجاد

العلاقات بين العناصر المعرفية، كما تندرج أيضا العواطف والإنفعالات والعوامل الشخصية بكاملها.

إن عملية الإبداع تعبر عن كافة التفاعلات التي تدور داخل شخصية المبدع وبينه وبين محيطه إلى أن

تنتهي بتحقيق الناتج الإبداعي وتتم هذه العملية بأربع مراحل وهي:

1- مرحلة الإعداد preparation stage:

تتمثل في جميع المعلومات بعد الإحساس بالمشكلة و التي تمثل محور إهتمام المبدع.

2- مرحلة الإختمار أو التفريخ incubation stage:

1- نفس المرجع، ص 26.

وهي أهم مراحل الإبداع وأدقها لأنها المرحلة التي تشهد عمليات التفاعل والتداخل والترابط، وتحدث خلالها محاولات هائلة لمعرفة الحقيقة والبحث عنها أي أنها مرحلة تفاعل بين شخص صريح المبدع ومعلوماته وموضوع البحث ومرحلة تفريخ الحلول وبدائلها.

3- مرحلة الظهور illumination stage:

تتجسد في هذه المرحلة خصائص الإبداع الذاتية ولا يمر في هذه المرحلة إلا المبدعون وتمثل فيها عملية البزوغ المفاجئ للفكرة الجوهرية أو العمل النموذجي وتبدوا مادة الفكرة أو الحل وكأنها قد نظمت ورتبت دون تخطيط.

4- مرحلة التحقق vérification stage:

وتشمل عملية التبصر بالعقل الظاهر، وبالإستعانة بأدوات البحث المتاحة في الفكرة التي نتجت خلال المرحلة السابقة وذلك للتحقق من صحتها ، يقدم المبدع الفكرة الإبداعية ولا ينتهي عندها بل أن الناتج الإبداعي لا يتحقق إلا إذا مر في مرحلة التحقق والتنفيذ.¹

المطلب الثالث: مستويات الإبداع

يمكن التمييز بين ثلاث مستويات للإبداع في المنظمة:

1- محمد عجيلة، الإبداع في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، مذكره ماجستير البلدية، 2005، ص 55.

1- الإبداع على مستوى الفرد : هو مجمل ما يملكه الفرد من قدرات على الإبداع، يختلف الباحثون في هذا المستوى من الإبداع حول ما كان كل فرد مبدع إذا ما توفرت لديه مجموعة من الظروف المساعدة أو أن الإبداع حكرا على بعض الأفراد الذين يمتلكون قدرات وسميات إبداعية دون غيرهم. ومن بين خصائص الفرد المبدع:

- **المعرفة:** وهو ما يجمع الفرد من معارف من خلال قراءاته، ممارساته، معاشاته للأحداث والأعمال.
- **التعليم:** وخاصة إكتساب القدرة على مواجهة مسائل ومناهج حلها.
- **الذكاء:** وهو التمتع بالقدرات التفكيرية على تكوين علاقات مرنة بين الأشياء.
- **الشخصية:** تتسم شخصية المبدع بروح المخاطرة وقوة المثابرة والانفتاح على الآراء الجديدة وكذا الفضول.

1- الإبداع على مستوى الجماعة : وهو الإبداع الذي يتم القيام به من طرف الجماعة (فريق عمل مثلا)، أظهرت الدراسات أن الإبداع على مستوى الجماعة يفوق بكثير مجموع الإبداعات الفردية لأعضاء الجماعة وذلك بسبب التفاعل الذي ينتج من مختلف الأفكار، في هذا الإطار يمكن ذكر النتائج الجيدة التي توصلت إليها ما تسمى بحلقات الجودة خاصة بإستخـ دام العصف الذهني، هذا ويتأثر إبداع الجماعة بالعوامل التالية:

- **القيادة:** أشارت جل الدراسات أن نمط القيادة له تأثير مباشر في الكفاءة الإبداعية للجماعة، فنمط القيادة القائم على الديمقراطية والمشاركة أكثر الأنماط تشجيعا للإبتكار والإبداع إذا قاموا بالمشاركة في

صدور القرارات المتعلقة بها¹، كما لا ننسى دور القائد ولو كان غير رسمي في تحريك القدرات الإبداعية للجماعة من خلال ما بكسبه من مهارات قيادية.

– **تكوين الجماعة:** يتعلق الأمر هنا بالعلاقة الموجودة بين تماسك الجماعة والمردود الإبداعي لها، فبعض

الدراسات أكدت على أن كلما كان الفريق متجانسا كلما نمت قدراته الإبداعية، بينما البعض منها ذو مستوى عال من التجانس (حسب الجنس أو السن أو المنصب...) قد يعوق للإبداع، ولذلك فإن مهمة المدير في عملية تشكيل الجماعة تتمثل في إتخاذ قرار بشأن درجة التجانس الملائمة وذلك في ضوء المتطلبات المحددة والسياق التنظيمي الذي يواجهه الجماعة.

– **هيكل الجماعة:** يميز علم النفس الاجتماعي بين نوعين من هياكل الجماعات (هيكل عضوي، وهيكل

ميكانيكلي) فالهيكل العضوي متواجد بكثافة لدى الجماعات غير الرسمية ويمتاز بتماسك أكثر، فيميل مثل هذا النوع من الجماعات للقيام بالمهام بطريقة تكاملية بدلا من تجزئتها إلى مهام فرعية يقوم بتنفيذها الأفراد بصفة فردية، فالعلاقات بين الأفراد يطغى عليها طابع المشاركة ولها طابعا أفقيا مما يسهل عملية الإتصال بين الأعضاء، أما جماعة العمل الميكانيكية فهي جماعة رسمية تقوم على مجموعة من القواعد والإجراءات تخضع لتنظيم هرمي يكون فيها الإلتزام بالمنظمة والولاء لها أمرا أساسيا على عكس الجماعة العضوية التي تلتزم أكثر بمهارات الأعضاء والقيم التي تحكم مهمتهم، تعرف الجماعة العضوية بالجماعة المستقلة في المنظمة.

رغم عدم دقة نتائج الدراسات فإن الجماعة ذات الهيكل العضوي أكثر إستعدادا للإبداع من الجماعة الميكانيكية.

- إستمرارية الجماعة: إن الجماعة كائن ديناميكي، يتغير (ببطء أو بسرعة) عبر الزمن من حيث النوع (في تجانسه، في هيكله....) أو من حيث الكم (حجم الجماعة) رغم قلتها فإن الدراسات أكدت وجود تأثير واضح لإستمرارية الجماعة على قدرتها الإبداعية، من المؤكد أن جماعات العمل تستمر لفترات طويلة ويمكن أن يصيبها الملل فتقل قدراتها الإبداعية وفي المقابل قد تميل الجماعات التي تمنح وقتا غير كافي لإنهاء مهامها إلى التركيز على السرعة أكثر من الجودة وإنتاج الإبداع.¹

إن التوصل إلى تكوين جماعة فعالة مرهون بدقة المهام المنوطة بها ويفضل أن تكون هذه المهام في شكل مشروع محدود الأهداف، والوسائل والبعد الزمني، أما في حالة الفرق المستمر لا بد من الإشارة إلى ضرورة إدخال نوع من الدينامكية من خلال إضافة أعضاء جدد أو التعديل في المهام حتى تتفادى جمود عادات التفكير والسلوك الإبداعي.

ولقد أثبتت الدراسات التي أجريت على جماعات العمل من مناجم Longwall ببريطانيا أن ترابط الجماعة يؤدي إلى إرتفاع مستوى رضا الفرد عن العمل.

جدول رقم (1) المراحل التي تمر بها المؤسسة حتى تصل إلى مرحلة الترابط.

المرحلة	العلاقات داخل الجماعة	المهام المفروضة على الجماعة
التكوين	في هذه المرحلة يعتري القلق أفراد الجماعة، ويزداد اعتمادهم على القائد ويقوم كل فرد بمحاولات استكشافية للتعرف على المقبول والمرفوض من أنواع السلوك الانساني داخل الجماعة.	يحاول الأفراد التعرف على طبيعة المهام المطلوبة والطرق المناسبة لإنجاز هذه المهام والقواعد المكتوبة الخاصة بالعمل.
الأزمات	في هذه المرحلة تحدث تكتلات صغيرة وعمليات استقطاب داخل الجماعة وتحدث صراعات بين	مقاومة انفعالية لمتطلبات العمل.

	هذه التكتلات ومقاومات للمحاولات الرامية إلى احتواء الصراع.	
الترابط	في هذه المرحلة تسوى الصراعات بين التكتلات المختلفة ويعاون الأفراد بعضهم بعضا ويتولد ما يسمى بالشعور الجماعي وتظهر للجماعة تقاليد مشتركة ويتضح ترابط الجماعة.	يتم تبادل الآراء والمشاعر حول متطلبات العمل وتبدأ روح التعاون تحل محل الانفعالات ويتفرغ الأفراد للعمل وتظهر المحاولات المخلصة لإنجاز المهام المطلوبة في الوقت المطلوب.

إلا أن ترابط الجماعة قد لا يكون دائما في صالح المؤسسة، خاصة إذا ما كان هناك نزاعا بين الجماعة والمؤسسة، فقد تقوم الجماعة بتخفيض الانتاج أو بيع بعض أعمال التخريب لإرغام الإدارة على الاستجابة لمطالبها.

2- الإبداع على مستوى المؤسسة: تمتاز عملية الإبداع في المؤسسة بمجموعة من العوامل يمكن ترتيبها

في أربع مجموعات:

(أ) - **القادة:** تعتبر خصائص العنصر البشري من العوامل الأولى التي تؤثر في القدرة الإبداعية في للمنظمة،

لا يقتصر الإهتمام بالقادة فقط بل أيضا بالأفراد المؤثرين (ذوي النفوذ) في العملية الإبداعية.

إن جل الدراسات تؤكد أن المؤسسات التي على رأسها قادة يتمتعون بالصفات القيادية المتعارف عليها

(الشخصية المهنية، الإدارية السلوكية والتنظيمية....) مصحوبة بتطبيق نمط قيادي يترك المجال واسعا

للمشاركة تكون فيها القدرة على الإبداع أكثر.¹

(ب) - **الهيكل التنظيمي:** تعتبر أهمية الهيكل التنظيمي من أبرز النقاط التي تناولتها الدراسات بسبب

تأثيرها المباشر على زيادة القدرة على الإبداع في المؤسسة ، يجسد الهيكل التنظيمي تقسيم العمل داخل

المؤسسة أو هو التوزيع الرسمي لأدوار العمل والأليات الإدارية للتحكم فيه وتحقيق تكامل أنشطة العمل.

1- مرجع سابق، ص 53.

توجد عدة أنماط للهياكل التنظيمية المعروفة في علم الإدارة ولكن سوف نقوم بالتمييز بين نوعين من

الهياكل، هياكل تقليدية وأخرى حديثة.

ومن خصائص الهياكل التقليدية:¹

- هيكل هرمي مع وجود أقسام وإدارات مستقرة طبقاً للوظائف.

- علة الإتصال الأفقية العمودية.

- تعريف صارم (غير قابل للنقاش) للوظيفة موضع الإدارة العليا.

- القوة والسلطة مبنية على الأقدمية الهرمية.

بينما تمتاز الهياكل الحديثة بالخصائص التالية:

- هيكل أفقي منبسط مع وجود جماعات وفرق عمل مؤقتة طبقاً لمشروعات محددة.

- سيطرت الإتصالات الجانبية.

- تعريف مرن للوظيفة ثم تحديدها من طرف الأفراد المنفذين للمهام.

- تغيير القوة والتناوب على السلطة مبني على قدرات الأفراد ومهاراتهم.

يلاحظ في السنوات الأخيرة ابتعاد الإهتمام حول هيكل تنظيمي وإعطاء الإعتبار أكثر للتنظيم القائم

على عمل الجماعات المستقلة، المنظمة المبنية على المشروع خاصة بعد بروز أشكال جديدة للمنظمات

المتداخلة في الإقتصاد الجديد.

(ج) - **المناخ التنظيمي والثقافة** : يلاحظ في السنوات الأخيرة تركيز الإهتمام أكثر فأكثر على ثقافة

المؤسسة والمناخ السائد فيها كمؤثر على القدرة الإبداعية بإعتباره المكان الملائم لمساعدة الأفراد على تقديم

1- إيمان بلبولة، مرجع سبق ذكره، ص 33.

ما لديهم من أفكار ومقترحات ينبغي أن تكون دائما محل إهتمام وتقدير أصحاب القرار في المؤسسة وفضلا عن ذلك فإن توفير المناخ الملائم للإبداع سوف يوفر بلا شك للأفراد البيئة الملائمة للتطبيق مباشرة، والتي قد لا تتوفر في مراكز أو قاعات التدريب كالعصف الذهني، والتعاون الذهني والمضاهاة، الوصول إلى الأفكار أو الحلول الإبداعية للمشكلات التي تواجههم في بيئة العمل.

د- المحيط: بدون شك لا تكفي المؤثرات الداخلية بل للمحيط المختلف الجوانب تأثير أكيد على قدرة المؤسسة على الإبداع، فالإنفتاح على المحيط الخارجي ودخول الشبكات الرسمية وغير الرسمية يعطي الفرصة للتعرف على الأفكار الجديدة في المحيط.¹

نظرا لعدة إعتبارات (وضعية المؤسسة في السوق، سرعة التغير التكنولوجي للفرع.....) تتبع المؤسسات إستراتيجية متباينة نذكر منها:

أ- إستراتيجية الدفاع: تتبع هذه الإستراتيجية من طرف المؤسسات التي تعتقد أن المحيط قار وكل ما يمكن فعله من حيث الإبداع هو الحفاظ على مكاسب المؤسسة.

ب- التنقيب: ترى المؤسسات التي تتبع هذه الإستراتيجية أن المحيط سريع التغير وغير مؤكد مما يجعلها تدعم الإبداع بكثافة مسايرة لسرعة التغير الجارية في المحيط.

المطلب الرابع: العوامل المؤثرة في الإبداع²

1- العوامل الفردية: هناك حد أدنى من الصفات الشخصية التي يجب أن تتوفر في الفرد كالقدرة العقلية (الذكاء)، الثقة بالنفس، الطموح، حب الإطلاع، الإستقلالية ويرى هؤلاء الباحثون أن هذه الصفات

1- نفس المرجع، ص 34.

2- محمد عجيلة، مرجع سبق ذكره، ص 58.

فطرية، ولكن على الفرد أن يطورها إلى أن ترقى إلى درجة الإبداع، ويعتمد نجاح الفرد في هذا الصدد على مدى قدرته على التفاعل والتكيف مع الظروف البيئية المحيطة، والإبداع كفاءة وطاقة وإستعداد يكسبه الإنسان من خلال تركيز منظم لقدرته العقلية وإرادته وخياله وتجاربه ومعلوماته....

2- العوامل الإجتماعية والثقافية: إن التفاعل بين الفرد والمجتمع وما يحتويه من عوامل ومتغيرات هو

الذي يجد شخصية الفرد وسلوكه وإستعداداته للتمييز والإبداع، ويبدأ هذا التفاعل في نطاق الأسرة التي تشكل التنشئة الإجتماعية الأولى للفرد، فمن الأسرة يتعلم الفرد كيف يكون مبدعا وكيف يستطيع تنمية خصائصه الذاتية وحب الإستطلاع عن طريق تنمية عادة القراءة والإطلاع مثلا.

يأتي بعد ذلك دور المؤسسات التعليمية والثقافية الأخرى كأجهزة الإعلام ووسائله والمؤسسات البحثية والثقافية والمهنية في تحفيز الفرد على الإهتمام بالإبداع من خلال وسائل التربية والتوجيه الثقافي والحوافز التي تمنحها لتشجيعهم على التنافس والإبداع كما أن للعادات والتقاليد الإجتماعية دور فعال في تنمية أو جمود الإبداع فالعادات والتقاليد التي تعارض التجديد والتحديث تجعل المجتمع يميل إلى الجمود رافضا أي تغيير بينما العادات والتقاليد التي تتبنى التغيير والتطوير تسهم في تنمية الإبداع.

3- العوامل السياسية: تعتبر العوامل السياسية كذلك عنصرا حاسما وضروريا في الإبداع ذلك في أن

الدعم المستمر من القيادات السياسية وإقتناعها بأهمية الإبداع في المجتمع يؤدي إلى تفجير الطاقات الإبداعية وتشجيع مسار العملية الإبداعية ونقلها من مستوى الفرد إلى مستوى المنظمة والمجتمع، ويتمثل الدعم السياسي لعمليات الإبداع في إنشاء وتشجيع المنظمات والبرامج البحثية في مختلف المجالات وفي تخصيص الحوافز المادية والمعنوية اللازمة وكذلك في وضع المناهج التعليمية والتربوية التي تساعد على نمو

القدرات الإبداعية والظروف الأمنية والإستقرار السياسي الذي يساعد على التطور التنظيمي وقدرات الإبداع.

4- العوامل الإدارية والتنظيمية: وفي هذا المجال نجد أن كفاءة وفعالية الجهاز الإداري ونمط القيادة

الإدارية والإشراف والإجراءات والأنظمة المنبثقة تعتبر من أهم العوامل التي تشكل المناخ التنظيمي والسلوكي الذي يشجع على الإبداع، قد تكون الإدارة إبداعية المنهج والتفكير والأساليب، كما قد تكون أحد معوقات الإبداع الحقيقي.

وعلى ذلك فإن تكوين مناخ إداري وتنظيمي صحي يستلزم ضرورة تغيير ووظائف تقليدية وإحلال

الوسائل والأساليب الإدارية الحديثة مكانها.¹

5- العوامل الاقتصادية: وتتضمن السياسات التنموية والفقرة البطالة والتلوث البيئي والوعي الثقافي نحو

السلامة والصحة العامة وأوجه النشاط الإقتصادي المقيدة و قد تسهم تلك العوامل في الإبداع ، إن توافر

الموارد الاقتصادية تعتبر أحد العناصر الهامة في إستشارة التغيير والإبداع، فالمنظمات التي تتوفر لها الموارد

الإقتصادية الكافية تستطيع أن توفر الحوافز المادية والأجور التي تجعل الفرد يركز كل وقته وجهده على عمله

كي يتقنه ولا يفكر في البحث عن وسائل أخرى يمكن من خلالها تلبية حاجاته المادية الأساسية في ذات

الوقت، فإن نقص الموارد الاقتصادية يكون له تأثير سلبي للإبداع.²

المبحث الثاني: البحث والتطوير وأهميته الاقتصادية

1- مرجع سابق، ص 60.

2- مرجع سابق، ص 63.

المطلب الأول: مفهوم البحث والتطوير

1- مفهوم البحث: يقصد بالبحث Recherche متابعة Pursuit لقلة التكنولوجيا، رئيسية في

ميدان حديث مثل بيوتكنولوجي.¹

وهو طريق للإستقصاء والتتبع المنظم والدقيق والموضوعي للكشف عن المعلومات والحقائق والعلاقات الجديدة، فضلا عن تطوير وتعديل وتحليل المعلومات القائمة على أن يكون الأسلوب العلمي أداة وتنظيما وتحليلا هو المميز للباحث.²

والبحث العلمي هو الإستعلام عن صورة المستقبل من خلال اكتشاف الحقائق والعلاقات الجديدة والتحقق من صحتها، أو هو وسيلة للدراسة يمكن الوصول من خلالها لحل المشكلات المختلفة عن طريق الإستقصاء الشامل والدقيق للظواهر والمتغيرات والأدلة التي ترتبط بمشكلة البحث. فالبحث هو تعمق في المعرفة.

2- مفهوم التطوير: يتعلق التطوير بالإستثمارات الضرورية التي تسمح بالوصول إلى تنفيذ التطبيقات

الجديدة (في طرق الإنتاج أو في المنتج).³

- التطوير Développement هو تطبيق للمعارف التكنولوجية في مجال معروف مسبقا وبالتالي فهو توسع في المعرفة.

1- طالب قويدر، بوطيبة فيصل، مداخلة بعنوان الإدماج في إقتصاد المعرفة الفرص والتحديات، ورقة بحث ضمن الملتقى الدولي حول التنمية البشرية وفرص الإدماج في إقتصاد المعرفة والكفاءات، مارس 2004، ورقة، ص 257.

2- إيمان بلبولة، مرجع سبق ذكره، ص 33.

3- عمار بوشناق عن S.Aitel – Hadj، مذكرة ماجستير، 2002، ص 77.

- التطوير كذلك هو أي نشاط منهجي يعتمد على المعارف العلمية الموجودة والتي تم التوصل إليها عن طريق البحث أو الخبرة العلمية، والذي يهدف إلى إنتاج مواد جديدة أو إدخال التحسينات المطلوبة على المنتجات والألات والأنظمة المستعملة.¹

أما التطور الصناعي فهو التبنى للتكنولوجيا العلمية، وتتم على مستوى المؤسسات، المنظمات العمومية، الهيئات المختلطة (الترابط بين القطاع العام والخاص).²

- التطوير هو إستخدام نتائج البحث الأساسي منه والتطبيقي.³

مفهوم البحث والتطوير: هناك عدة تعاريف للبحث والتطوير نذكر منها:

هو نشاط مقترن بالإبداع وإضافة للمعرفة وتحويل النتائج التي تتم التوصل إليها إلى سلع وخدمات مع العمل على تطوير العمليات والمنتجات بالشكل الذي يكسب المؤسسات ميزات تنافسية ولذلك فإن المنظمات أخذت توظف الموارد البشرية والمادية والمعلوماتية بإتجاه الإستفادة من البحث والتطوير في مجال زيادة عدد ونوع وتشكيلة السلع والخدمات وزيادة الكفاءة والفعالية لتحقيق المردود المناسب، كما يمكن إعتبار البحث والتطوير ذلك النشاط المنهجي والمبدع الذي يهدف إلى زيادة المعرفة في جميع حقول العلم بما في ذلك الحقول الإنسانية والثقافية.⁴

كما يمكن أن نعرف البحث والتطوير على أنه نشاط علمي تكنولوجي مؤسسي يقوم على توجيه مخطط للإنفاق الإستثماري وفق معايير الجدوى التكنولوجية الإقتصادية نحو تعزيز المعرفة العلمية بم ختلف

1- قويدري محمد، دوافع وأنشطة البحث والتطوير في بعض البلدان المغاربية، ورقة بحث ضمن الملتقى الدولي حول التنمية البشرية وفرص الإدماج في إقتصاد المعرفة والكفاءات البشرية، ورقلة، 2004.

2- إيمان بلبولة، مرجع سبق ذكره، ص 36.

3- شيخي محمد، تمجدين نور الدين، عرابة الحاج، الخيارات الإستراتيجية لتفعيل دور البحث والتطوير، ملتقى بعنوان الإقتصاد والسياسات الصناعية، جامعة بسكرة، 2/ 3 ديسمبر 2008.

4- قويدري محمد، مرجع سبق ذكره، ص 162.

إختصاصاتها الكيميائية والفيزيائية والبيولوجيا والهندسية... ، وربطها بوسائل الإختبار والتطبيق والإنتاج وذلك بما يضمن تطويع أو تطوير أو إبتكار الإختراعات والأفكار الأخرى الموجهة لتوليد أجهزة أو مواد أو أساليب أو منتجات جديدة أو محسنة أو لرفع الكفاءة الإنتاجية.¹

- ويقصد بالبحث والتطوير النشاط الذي يهدف إلى إضافة معرفة أو تقنية جديدة في مجال الإنتاج والعمليات.²

- وهو الجهود المنظمة لتحويل المعارف المصادق عليها إلى حلول فنية في صور وأساليب أو طرق إنتاج منتجات مادية، إستهلاكية أو إستثمارية.³

المطلب الثاني: أهداف وأهمية البحث والتطوير

وتتمثل في:⁴

(1)- الأهداف:

- تحسين وتطوير عمليات الإنتاج.

- إكتشاف وتعزيز المعرفة، وتوليد الأفكار والمفاهيم الجديدة.

- تطوير وإبداع منتجات جديدة وتحسين المنتجات الحالية.

- إيجاد إستخدامات جديدة للمنتجات الحالية.

(2)- الأهمية:

1- هويشار معروف، تحليل الإقتصاد التكنولوجي، طبعة 2، الأردن 2006، ص 242.

2- شيخي محمد، عرابة الحاج، تمجدين بن نور الدين، مرجع سبق ذكره.

3- محمد سعيد أوكيل، وظائف ونشاطات المؤسسة الصناعية، ديوان المطبوعات الجامعية، 1992، ص 113.

4- قويدر محمد، مرجع سبق ذكره، ص 163.

بصورة تدريجية أصبح البحث والتطوير خاصة في البلدان الصناعية يشكل أهم جوانب التطور التكنولوجي، وذلك لأنه يمثل وسيلة لتوسيع المعارف التكنولوجية التي تعتمد عليها عملية الإبداع، كما يؤدي إلى زيادة عائد الاستثمارات المادية والبشرية، وتأكيدا لذلك كتب الإقتصادي (روبرت سولو) عن العوامل التي كانت أساسا في زيادة النمو الإقتصادي في الوم أ ما بين 1949/1909 حيث وجد أن سبعة أثمان 8/7 النمو الإقتصادي كان يعزى إلى التغير التكنولوجي بمفهومه الواسع، وأثبت أن ثمنا واحدا من النمو الإقتصادي كان يعزى إلى ضخ رأسمال في الإنتاج وما كان لأي من التغيرات المعيارية الإقتصادية الأخرى التي درسها، مثل معدل نمو القوى العاملة أي دور في ذلك، من هنا إستنتج (سولو) بأن أهم عامل في عملية التنمية الإقتصادية إنما يعود إلى التطوير التكنولوجي الذي يعود بدوره إلى البحوث الأساسية ثم البحوث التطبيقية.

ونتيجة الدور الذي تلعبه نشاطات البحث والتطوير في رفع كفاءة المؤسسات الإقتصادية وزيادة قدراتها التنافسية فقد أقدمت البلدان المتقدمة على تخصيص موارد متعاضمة لتغطية تكاليف هـ ذه النشاطات، إذ تقدر ما تنفقه هذه البلدان على أنشطة البحث والتطوير ما بين 3.5 بالمئة إلى 5 بالمئة من إجمالي الدخل الوطني فيها، وهناك بعض المؤسسات الصناعية التي تصل مصروفاتها على التجديد التكنولوجي إلى أكثر من 15 بالمئة من مبيعاتها، كما هو الحال في صناعة الإللكترونية الدقيقة وتطبيقاتها.

كما تنشأ علاقة قوية بين نظم البحث والتطوير ومنظومة التعليم، حيث أن المرحلة الأخيرة وبوجه خاص مرحلة التعليم العالي هي المصدر الأساسي لإنتاج الكفاءات.

وإجمالا فإن أهم المنافع التي تحقق للمؤسسات نتيجة الإنفاق على البحث والتطوير وتجميع رأسمال

الفكري يمكن إيجازها فيما يلي:

- حل مشاكل الإنتاج وزيادة حجمه دون زيادة مماثلة في التكاليف.
- تحسين نوعية المنتجات لتصبح أكثر قدرة على التنافس.
- تقليص تكاليف الإنتاج من خلال تحقيق معدلات أفضل من العمل ألى رأسمال.
- تغيير أو إحلال تقنيات تساعد على إستخدام مواد أكثر وفرة أو أرخص سعرا.
- تنوع مخرجات الإنتاج.¹

المطلب الثالث: المراحل الأساسية لمشاريع البحث والتطوير²

المرحلة الأولى: مرحلة التفكير والتبرير: وتتمثل في إعتبار الدوافع التي يمكن أن تبرر القيام بالمشروع، كأن يكون هناك إرتفاع في تكاليف الإنتاج، إنخفاض في رقم الأعمال أو ضرورة الرفع من مستوى جودة السلع أو المنتجات التي تصنعها المؤسسة ، الفكرة الأساسية هنا هي أن كل نشاطات البحث والتطوير التي لا تزال بمبررات إقتصادية تعتبر هدرا للموارد.

المرحلة الثانية: مرحلة تحديد المشروع هي التي يتم فيها تحديد الهدف أو المطلوب، ويجب أن يكون ذلك واضحا ودقيقا بقدر الإمكان وأيضاً متلائما مع طبيعة نشاط المؤسسة وفي حدود الإمكان.

المرحلة الثالثة: مرحلة التحليل هي تلك التي تنطوي على تجزئة المشروع أو مضمون المرحلة الثانية إلى مخطط تفصيلي حتى يتم تحليل المتطلبات بعمق وتبسيط ولعل الحكمة في ذلك هي دراسة كل العناصر والمعطيات دون إستثناء الأمر الذي من شأنه التأثير على تحقيق الأهداف، ثم إن المعرفة غير المفصلة تؤدي إلى أخطاء في تقدير الإحتياجات وكذا التدفقات، أي التكاليف والإيرادات.

1- قويدر محمد، مرجع سبق ذكره، ص 163.

2- محمد سعيد أوكيل، إقتصاد وتسيير الإبداع التكنولوجي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1994، ص 76 - 81.

المرحلة الرابعة: مرحلة إعداد النموذج وهي التي يجري فيها القيام بالأعمال الفعلية أي عملية التصور ثم البحث والتطوير.

المرحلة الخامسة: مرحلة التجارب والتعديلات وتصل الجهود إلى وضع أو إعداد النموذج كما تم تصوره من طرف مستخدمي البحث والتطوير والتطبيق، فإذا كان المشروع ينطوي على منتج جديد تماما أو تم تعديله في هذه المرحلة تتم صناعته وتركيبه ليأخذ شكله المادي لأول مرة وإذا كان موضوع المشروع طريقة فنية فيتم وضعها حسب التسلسل أو التركيبية النظرية المحددة.

في كلتا الحالتين يجري كل ذلك في المرحلة السادسة بهدف أولي هام يتمثل في إجراء كل التجارب اللازمة بغية إثبات كيان المنتج أو أسلوب الإنتاج وصحة مواصفاتها وما تجدر الإشارة إليه هنا هو ضرورة الإشتراك الفعلي لطريقتين هامتين هما قسم الإنتاج وعينة من المستهلكين (المتطوعين).

دور قسم الإنتاج هو الإلمام الكلي والشامل بالجوانب الفنية المتعلقة بالمنتج أو طريقة الصنع التي يتضمنها مشروع البحث والتطوير، أما دور المستهلكين فهو تقديم الآراء والإنطباعات وعلى أساس ردود أفعالهم وإقتراحاتهم تتم التعديلات الممكنة خاصة على المنتج ايصل المشروع عندئذ إلى مرحلته الأخيرة.

المرحلة السادسة: مرحلة الإنتاج الصناعي بعد كل مراحل البحث والتطوير، التصور، وضع النموذج، إجراء مختلف التجارب وإدخال التعديلات المناسبة تأتي المرحلة الأخيرة وفي هذه المرحلة يبدأ تنفيذ عملية الإنتاج المضبوطة ويخرج المنتج في صورته الجاهزة لينتقل بعد ذلك إلى أماكن التخزين ومن هناك إلى الأسواق.

المطلب الرابع: تنظيم وظيفة البحث والتطوير¹

ويمكن تمييز الأشكال التالية:

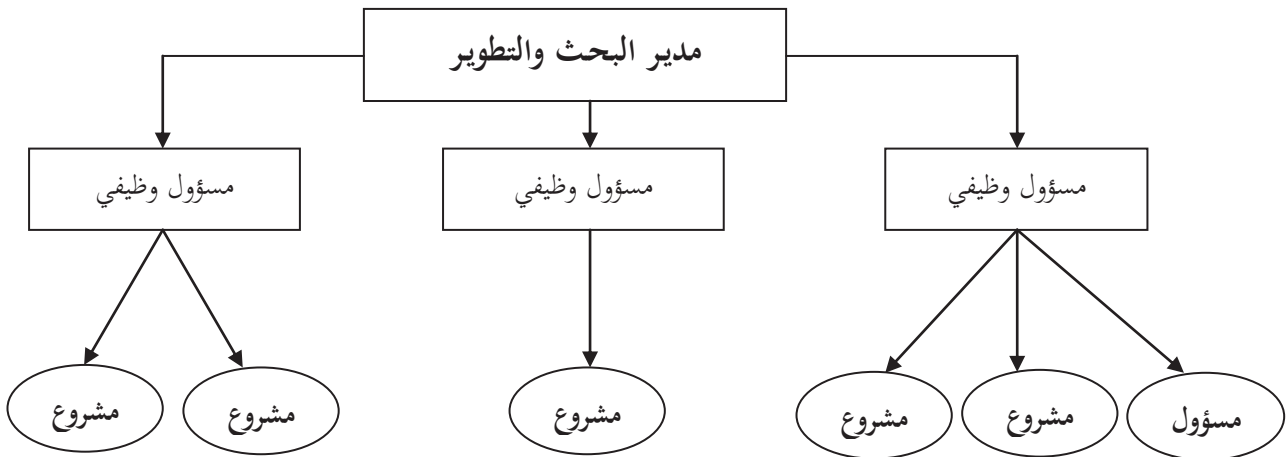
(1) - التنظيم الوظيفي: في هذا التنظيم يتم تقسيم كل مشروع بحث أو تطوير إلى أجزاء يستند من جزء

إلى وحدة تنفيذ خاصة، حيث يتحمل مسؤولية العمليات التي من إختصاصها ويشرف عليها مسؤول ويتم

التنسيق بين الأجزاء والعمليات المنفذة عبر العلاقات مباشرة بين مسؤولي الوحدات التنفيذية والشكل التالي

يوضح ذلك:

الشكل رقم 02: التنظيم الوظيفي



المصدر: نذير نصر الدين، الإبداع التكنولوجي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مذكرة ماجستير،

2001، ص 69.

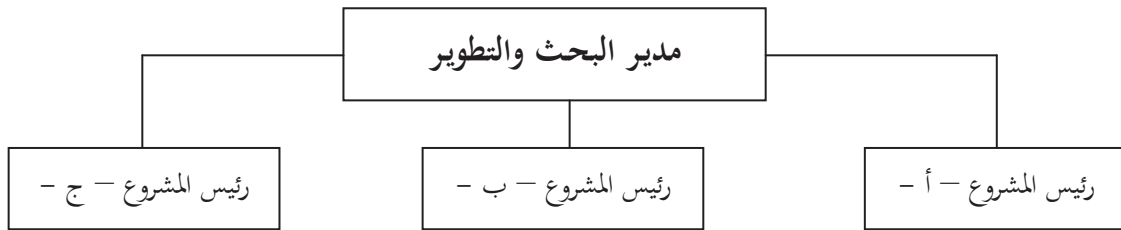
(2) - التنظيم حسب المشاريع: يقوم التنظيم حسب المشاريع على أساس تكوين فريق موحد، يضم

مختلف المهندسين أو التقنيين الضروريين لإنجاز مشروع البحث والتطوير، كما تخصص لكل مشروع كافة

1- نذير نصر الدين، الإبداع التكنولوجي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مذكرة ماجستير، 2001، ص 69 - 71.

الإمكانيات البشرية والمادية المحددة له، ويتم تجزئة عمال البحث والتطوير على أساس المشاريع المراد تنفيذها من قبل المؤسسة، ويكلف رئيس كل مشروع إنجازَه حسب التقديرات المحددة مسبقاً، كالتكلفة، الوقت، وتعمل بسهولة الإتصال بين فرق العمل على حل مشاكله المجابهة لهم ويمكن توضيح هذا النوع في الشكل التالي:

الشكل رقم 03: التنظيم حسب مشاريع البحث والتطوير

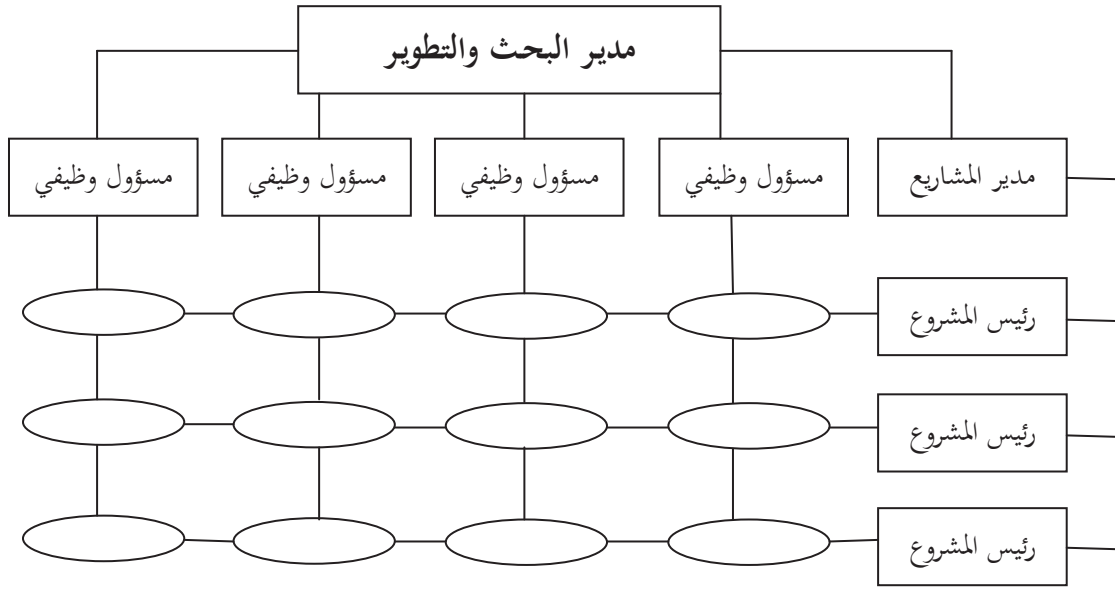


المصدر: نذير نصر الدين، الابداع التكنولوجي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مذكرة ماجستير، 2001، ص 70.

3- التنظيم الشبكي أو المصفوفي لنشاطات البحث والتطوير: يتم الجمع في التنظيم المصفوفي بين

التنظيم الوظيفي والتنظيم حسب المشاريع حسب الشكل رقم 04.

الشكل رقم 04: التنظيم المصفوفي لنشاطات البحث والتطوير



المصدر: نذير نصر الدين، المرجع السابق، ص 71.

ويتم جمع مختلف عمال البحث والتطوير وتجزئتهم على أساس تخصصهم (المسؤوليات الوظيفية) ويتم تكليف رئيس لكل مشروع البحث التطبيقي المراد إنجازه، بحيث يشرف على فريق العمل الذي يضم عمالا يشتغلون بكيفية دائمة ويضمن عملية التنسيق بين المشاريع مدير خاص بها، ومن بين إيجابيات هذا التنظيم هي الاستفادة من كلا التنظيمين السابقين الذكر وتقديم عمل جماعي أفضل وإستغلال المعارف، القدرات المتاحة وفرصا لتبادل المعلومات التقنية، وتمنح لكل مشروع إمكانية اللجوء إلى جميع القدرات والكفاءات البشرية المتاحة.

المطلب الأول: تعريف الإبداع التكنولوجي

تستعمل كثيرا كلمة الإبداع التكنولوجي للدلالة على شيء جديد، بارع أو مدهش أو فريد من نوعه حتى عند الحديث حول الأفكار البارة والفنون دون التمييز بين تلك الأشياء، خاصة من حيث طبيعتها، وحقيقة الأمر أنه ليس كل شيء بارع، رائع أو جديد هو إبداع تكنولوجي يمكن من تقوية قدرات المؤسسة الصناعية والإقتصاد ككل.

استعمل مصطلح الإبداع التكنولوجي بالمعنى الحديث لأول مرة من طرف الإقتصادي Josef Schumpeter سنة 1939، بقوله أن الإبداع التكنولوجي هو التغيير المنشأ أو الضروري وقد ورد هذا التعريف في القاموس الإنجليزي لأكسفورد.

- وعرف في قاموس Petit Robert طبعة 1992 على أن "الإبداع التكنولوجي هو إدخال شيء معد من شيء جديد غير معروف".¹

- ومنه فإن الإبداع التكنولوجي هو تلك العملية التي تتعلق بالمستجدات الإيجابية والتي تخص المنتجات بمختلف أنواعها وكذا أساليب الإنتاج.²

1- دويس محمد الطيب، مرجع سبق ذكره، ص 34.

2- إيمان بلبولة، مرجع سبق ذكره، ص 50.

المطلب الثاني: أنواع الإبداع التكنولوجي¹

يقترح "كاريتي" حصر أنواع الإبداع إلى 3 فئات هي:

الفئة الأولى: حسب طبيعة الإبداع: الإبداع التجاري، الإبداع التنظيمي، الإبداع التكنولوجي، الإبداع

المؤسسي، كما يمكن دمج هذه الأنواع في الإبداع الإداري والإبداع التكنولوجي الفني.

(1) - الإبداع الإداري: يحتوي على التغيرات في الهيكل التنظيمي وتصميم الوظائف، سياسات

وإستراتيجيات عديدة.....إلخ.

(2) - الإبداع التكنولوجي أو الفني: تطوير منتجات أو خدمات جديدة أو تغيير في التقنيات التي

تستخدمها المنظمة وكذا التغيير في فنون وأساليب الإنتاج وهناك من يعطي تصنيف لآخر ويقسم الإبداع

إلى إبداع خاص بالمنتج وإبداع خاص بالعمليات.

الفئة الثانية: حسب معايير التخطيط: ويتم التمييز بين إبداعات مبرمجة وأخرى غير مبرمجة.

(1) - الإبداعات المبرمجة: هي تلك التي تم الإعداد لها وتخطيطها من طرف المنظمة وغالب ما تكون

مستمرة.

(2) - الإبداعات الغير مبرمجة: هي التي تحدث من حين إلى آخر عند الضرورة فقط.

الفئة الثالثة: حسب معايير نتائج الإبداع:

(1) - الإبداع السطحي أو الجزئي: يتمثل في تحسين كفاءة العمليات الإنتاجية والمنتجات الموجودة

(إستعمال تكنولوجيا جديدة تكنولوجية موجودة) ومتحكم فيها هذا الإبداع لا يعطي للمؤسسة إمتياز

1- سعاد خنوس، فاطمة سافوه الإبداع التكنولوجي كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية لمؤسسة إقتصادية، حالة مجمع صيدال، مذكرة ليسانس، ورقة، 2007، ص 25.

تنافسي وإنما فقط يساعد على تحسين وضعيتها في السوق أمام منافسيها ولا يتطلب مجهودات كبيرة من حيث الوسائل المادية والبشرية.

(2) - الإبداع الجذري أو النافذ: ويتمثل في إستعمال معارف جديدة سواء على مستوى العمليات

الإنتاجية أو في خلق منتجات جديدة لم تكن موجودة من قبل وعادة ما تسمى هـ ذه الأخيرة ببراءات الاختراع، ومن خصائص هذا الإبداع أنه يحدث في فترات متباعدة نسبيا خلافا للإبداع الجزئي الذي يتصف بالاستمرارية كما يتطلب وسائل ومجهودات كبيرة ومعلومات معمقة وكثيرة وأحيانا جد حديثة.

المطلب الثالث: مصادر وعوائق الإبداع التكنولوجي

(1) - مصادر الإبداع التكنولوجي:¹ تعتمد إمكانيات المؤسسة في إبقاء مستوى تنافسيها على عدة

عوامل محددة لهذه التنافسية، منها اليقظة التكنولوجية وتمثل في مراقبة المؤسسة لمحيطها والبحث وإستخدام بعض المعلومات ذات الطابع الإستراتيجي، ويمكن لها إنخاذ قرارات جيدة، هذه المعلومات تمثل أحد المصادر لخطوات الإبداع التكنولوجي ، إنتباه المؤسسة لمحيطها ضروري إذا كانت تريد زيادة فعاليتها مقارنة بالمنافسين.

ويمكن حصر مصادر المعارف المرتبطة بالإبداع التكنولوجي تقليديا في أربع:

- البحث والتطوير.
- إقتناء تكنولوجيات متطورة من الخارج.
- التعاون مع مؤسسات أخرى ومنظمات بحث.

1- دويس محمد الطيب، مرجع سبق ذكره، ص 43.

- نشاطات أخرى مرتبطة بزيادة المعارف.

فالبحث والتطوير يتضمن جميع أعمال الإنشاء المهيكلة بهدف توسيع المعارف وإستعمالها بغية تطوير

تطبيقات جديدة، فحسب الجرد الدائم للإمكانيات العلمية البلجيكية والمعد بتاريخ 1994/06/14

يتبين أن:

البحث يتضمن نشاطات الإنشاء المعدة بهدف تعظيم المعارف العلمية والفهم العلمي، التطوير يتضمن

أيضا أعمال الخلق المعدة دوريا (مهيكلة) بهدف إستغلال نتائج البحث لإنتاج مواد أو منتجات جديدة أو

محسنة بقوة، نفس الشيء لتطوير تطبيقات، أساليب أو أنظمة جديدة ، المعايير الأساسية تسمح بتمييز

البحث والتطوير عن النشاطات الأخرى المرتبطة بزيادة مخزون المعارف، وإرادة إيجاد حل لعدم التأكد

العلمي والتكنولوجي، ويعتبر جديد للمؤسسة بإستثناء المعارف التي يصل إليها العامة.

يمكن دعم الإبداع التكنولوجي بإقتناء تكنولوجيات متطورة من الخارج تشمل:

- إقتناء تجهيزات تكنولوجية متقدمة.

- إقتناء براءات الإختراع، تراخيص، علامات وخدمات تكنولوجية.

- إقتناء برامج متقدمة أو برامج معدة خصيصا.

(2) - عوائق الإبداع التكنولوجي:¹ يمكن تقسيم العوائق التي تواجه الإبداع التكنولوجي إلى ثلاث فئات

إقتصادية، إجتماعية وتقنية:

أ- على المستوى الإقتصادي: يمثل عائق قلة الموارد المالية أهم العوائق الإقتصادية التي تواجه عملية

الإبداع التكنولوجي سواء على مستوى المؤسسات، الهيئات الحكومية أو الهيئات العلمية، فضعف

1- دويس محمد الطيب، مرجع سبق ذكره، 45.

المخصصات المالية لا تسمح بالقيام ببحوث متقدمة بغية تحقيق إبداعات تكنولوجية، عادة ما تكون هذه الإبداعات ذات مردودية غير كافية، خاصة إذا تمت على مستوى الهيئات العلمية (جامعات، مراكز البحث) بحيث لا تجد من يجسدها في الواقع الإقتصادي ، تعتبر نقص المعلومات على مستوى المخاطر الإقتصادية والمالية من أهم العوائق التي تقف في وجه الإبداع التكنولوجي.

(ب) - على المستوى الإجتماعي: الإتصال السيء بين أقطاب المؤسسة (الإدارة، مساهمين، عمال، نقابة) يعتبر أهم العوائق التي تحد أو تقف في وجه الإبداع التكنولوجي بحيث لا تتضافر جهودهم في إتجاه واحد مساعد على الإبداع التكنولوجي، بالإضافة إلى مدى تقبل المستخدمين لفكرة جديدة في الإنتاج لأنهم يرون فيها لمناصبهم أو تخفيض في الأجور لذلك يجب توعيتهم بضرورة الإبداع التكنولوجي لضمان مستقبل المؤسسة ومستقبلهم أيضا.

و يمثل مستوى الإستعداد لدى إطارات المؤسسة للقيام بهذه المهمة وإحتضانها عامل حاسم لنجاح الإبداع التكنولوجي في المؤسسة، وترجم مخاوف المستخدمين بصفة عامة في نوعية عقود العمل التي تطبقها المؤسسات الإقتصادية والتي لا تضمن مستقبلهم في حالة وقوع أزمات للمؤسسة أو في حالة تحقيقها لأرباح كبيرة ويمثل إصلاح هذه العقود أحد أهم الحوافز التي تشجع المستخدمين والإطارات خاصة على القيام بالإختراعات والإبداع التكنولوجي.

(ج) - على المستوى التقني: يمثل القيام بإبداع تكنولوجي مجازفة كبيرة تنطوي على عدة مخاطر سواء على المستوى التجاري، المالي أو التقني لذلك فهذه المخاطر خاصة التقنية تعتبر أحد العوائق التي تقف في وجه الإبداع التكنولوجي، إضافة إلى القيام بها يحتاج إلى يد عاملة تقنية مؤهلة بحيث يعتبر أحد العوامل التي

يتوقف نجاح الإبداع التكنولوجي عليها إضافة لتوفير تكوين ملائم ، وتعتبر تركيبة التجهيزات الجديدة عائق

يحد من عملية الإبداع التكنولوجي نظرا لنقص الخبرة.¹

المطلب الرابع: شروط الإنتاج الفعال للإبداع التكنولوجي²

إن تحقيق الإبداع مرهون بتوفير شروط وأجواء معينة قد لا تكون هي نفسها في كل من القطاعين العام

والخاص وأهم هذه الشروط هي:

1- الظروف والمحيط: بالنسبة للأعمال العادية يمكن إتمامها حتى لو كانت الظروف قاسية وتحت إدارة

مشددة إلا أنه لا بد من توفير عاملين أساسيين هما الحد الأدنى للوسائل والحد الأدنى من الإعتبار والتقدير

للمستخدمين فإذا كان الأمر كذلك بالنسبة للأعمال العادية فإن نشاطات الإبداع والبحث يستلزم علاقة

من نوع خاص مع الإدارة بالفعل، فطالما أن نشاط المستخدم في قسم الإنتاج مثلا محدد بمواصفات معينة،

فعمل المهندسين في هياكل الإبداع ليس كذلك ومنه إذا اختلفت مستلزمات بالنسبة لعملية البحث

والتطوير.

2- الإعلام والتسيير الفعال: يعتبر الإعلام وأسلوب الإتصال وسهولة إنتقال المعلومات محدد رئيسي

لنجاح الإبداع في المؤسسات وهناك عدة مصادر يمكن أن توفر المعلومات المفيدة سواء بالنسبة للمؤسسات

أو بالنسبة للمبدعين منها:

1- دويس محمد الطيب، مرجع سبق ذكره، ص 46.

2- عزوي أعمار، عجيلة محمد، الإبداع كأسلوب لتحقيق الميزة التنافسية، ورقة بحث ضمن المؤتمر الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، جامعة سعد دحلب، البلدة، 9 مارس 2005، ص 481.

أ- المجالات المتخصصة: إذ تحتوي على مساهمات ومستجدات في الميدانين النظري والتطبيقي ضمن

مجالات المعالجة التي تتبناها المجلة، من تلك تنشر نماذج وأشكال وشروحات حول الإبداعات

والإختراعات.¹

ب- براءات الإختراع: فالبراءات المودعة في المؤسسات المتخصصة كمعهد التوحيد والملكية الصناعية في

الجزائر تحتوي في حد ذاتها على معلومات مفصلة عن موضوع الإختراع والإبداع، سواء كان منتجا أو

أسلوبا للإنتاج والإطلاع عليه له أهمية عظمى بالنسبة للمؤسسات.

ج- اللقاءات والندوات العلمية: منها الوطنية والدولية وتقوم عادة بصورة منظمة كل سنة، إحدى مزايا

مثل هذه المنتقيات تتمثل في إمكانية المناقشة المباشرة ومنها إحتمال إثراء الأفكار وتبادلها بأسرع وقت.

3- الإدارة الفعالة: تركز الإدارة للإبداعات على مجموعة من القواعد وأسس معينة يمكنك حصرها فيما

يلي:

- توظيف الأفراد على أساس قدراتهم ومهاراتهم.

- تعيينهم لمهام ونشاطات ليست فقط بالنظر لإحتياجات المؤسسة، وإنما كذلك الإستناد إلى ميولاتهم

الشخصية.

- إشراكهم في القرارات المرتبطة بمهامهم.

- إدارتهم والإشراف عليهم بطريقة مرنة دون أن تخلو من الجدية اللازمة.

1- محمد سعيد أوكيل، مرجع سابق، ص 57.

4- الحوافز بمختلف أنواعها: تلعب الحوافز دورا مهما وشرطا أساسيا لرفع قدرات الإبداع وتمثل

الحوافز في كل التشجيعات المادية وغيرها والمضبوطة وفقا لمعايير معينة، ويمكن أن تمنح هذه الحوافز إما

بصفة مضمونة ومسبقا أو بصفة موابية زمنيا للإختراعات والإبداعات.¹

خلاصة:

تعرفنا من خلال هذا الفصل على التحولات السريعة التي تفرضها مجموعة من التغيرات كالتسارع التكنولوجي، البحث والتطوير والتي بفضلها أخذ الإبداع مكانة معتبرة في سياسات المؤسسة المعاصرة، ولقد إنصب إهتمامنا حول تعريف مصطلح الإبداع، لكونه مصطلحا يثير عدة إلتباسات وخلصنا أن الإبداع هو التطبيق الفعلي للأفكار الجديدة (مستغلة، مستعملة وموزعة).

كما أن الإبداع في الوقت الراهن لا يمكن أن يقتصر على المنتجات والتقنيات فقط بل هو أشمل من

ذلك حيث يتطلب تدخل كل من الأفراد والمؤسسة، الذكاء الفردي والجماعي، تطور الثقافات

والسلوكات...ألخ.

وأن الممارسة الداخلية لنشاطات البحث والتطوير ليست الوسيلة الوحيدة لإحداث الإبداع، بل هناك

طرق وأساليب أخرى يمكن للمؤسسة اللجوء إليها، وتبقى المفاضلة قائمة على أساس الجهد والمال والوقت

والمجازفة ولكنها لا تتم بمعزل عن متطلبات واحتياجات الوظيفة الداخلية للبحث والتطوير للمؤسسة.

1- محمد سعيد أوكيل، مرجع السابق، ص 59.

في هذا الشأن قدمنا مجموعة من المفاهيم تخص الإبداع ومراحله وكذا مستوياته، ثم عرجنا على نشاط

البحث والتطوير وماهيته وعلاقته بالإبداع.

الفصل الثاني

دور نظام المعلومات البحث والتطوير

في تحسين مستويات الإبداع

الفصل الثاني دور نظام المعلومات البحث والتطوير في تحسين مستويات الإبداع

تمهيد:

لقد إعتد الإنسان منذ زمن بعيد على مختلف الموارد المادية، البشرية، الطبيعية... إلخ قصد تحقيق إحتياجاته وكذا خلق منفعة له، فكانت في البداية تلك الإحتياجات قاعدية وبسيطة، وذلك باعتماده على الموارد المستمدة من الطبيعة بصفة عامة والأرض بصفة خاصة، ثم تطورت تلك الإحتياجات نتيجة زيادة طلبات الإنسان مع تعاقب مختلف الثورات العلمية، أين كانت لكل واحدة منها تأثير كبير على الأخرى، وبالتالي تغير نظرة الإنسان الذي أصبح يبحث عن الأسرع والأصغر نتيجة تلك الإختراعات والإكتشافات المذهلة.

ونتيجة لزيادة حجم المؤسسة، درجة تعقدها وتخصصها، وكذا التعقد التكنولوجي للمجتمعات وبالتالي زيادة ندرة بعض الموارد الطبيعية، جعل من المجتمعات عامة والمؤسسات خاصة أن تنتقل إحتياجاتها من موارد طبيعية، مادية، بشرية... إلخ إلى البحث عن إحتياجات أخرى تعتمد على مورد آخر يتمثل في المعلومات، ويمكن القول أننا نعيش فعلا عصر المعلومات أو الثورة المعلوماتية، والجدير بالملاحظة أن هناك إنفجار في المعلومات حيث تزايد الطلب عليها بمعدلات كبيرة نتيجة التطورات التكنولوجية والإقتصادية، ومع ظهور مدخل النظم أصبح يستخدم مصطلح "نظام المعلومات" كأسلوب معاصر من الأساليب الإدارية الحديثة التي تساعد في ترشيد العملية الإدارية لمواجهة التحديات في عصر يتسم بالتغيير المستمر تسيره المعلومة باعتبارها موردا أساسيا.

حيث أن الوظائف المتعلقة بالمعلومات من أهم الوظائف التنافسية بالنسبة للمؤسسة، لذلك أضحي لمفهومي المعلومات ونظم المعلومات دورا جوهريا وحيويا في الفكر الإداري والمعلوماتي المعاصر يجب الإلمام بهما والتعرف على سماتهما.

المبحث الأول: مفاهيم عامة حول المعلومة ونظام المعلومات في المؤسسةالمطلب الأول: المعلومة

يتوقف نجاح التنظيمات الإدارية على مقدار ما يتوفر لدى المنظمة وصانع القرار من معلومات دقيقة وصحيحة وواضحة، لهذا تعد قدرة المنظمة على توفير المعلومات الضرورية مطلباً أساسياً لترشيد عمليتي صنع القرارات والتخطيط بشكل يساعد على تحقيق الأهداف المنشودة بسهولة ويسر، فالمعلومات مورد مهم للمنظمات الإدارية بسبب الحاجة لها خاصة في العمليات الإدارية، إذ أن توفرها بصورة صحيحة يساعد على إتخاذ القرارات الصائبة والإبتعاد عن الإرتجالية والعشوائية ونظراً لأهمية المعلومات ودورها المتزايد في الحياة الإقتصادية والإجتماعية والثقافية والسياسية فإن العديد من المراقبين يرون أن مجتمع المعلومات هو البديل الجديد للمجتمع الصناعي، وأن العالم يتجه نحو التكتلات المعلوماتية، أو ما يسمى بالثورة المعلوماتية كما برز إلى جانب الإدارة بالأهداف والإدارة بالإستثناء إتجاه جديد هو الإدارة بالمعلومات.¹

ووردت عدة تعاريف للمعلومة منها:

1- عماد أحمد إسماعيل، خصائص نظم المعلومات وأثرها في تحديد خيار المنافسة الإستراتيجية، مذكرة ماجستير، الجامعة الإسلامية، غزة، 2011، ص 22.

تعريف (1): "المعلومات هي عبارة عن بيانات تم تشغيلها لتصبح ذات دلالة وقيمة معينة لدى فرد معين"¹.

تعريف (2): "المعلومات هي المعرفة التي تنتج عن عمليات معالجة البيانات وتساعد متخذي القرارات في أي منظمة على اتخاذ القرارات اللازمة لهم من خلال الإعتماد على طريقة التخمين أو الحكم الحدسي"².

تعريف (3): "المعلومات هي تعتبر بمثابة بيانات قد قومت ونظمت وفسرت بغية الإستخدام أي أنها ببساطة بيانات قد تم معالجتها من خلالها عمليات الفرز والتصنيف والفهرسة"³.

تعريف (4): "المعلومات هي البيانات التي تم إعدادها لتصبح في شكل أكثر نفعاً للفرد والتي لها إما قيمة مدركة في الإستخدام الحالي أو المتوقع أو في القرارات التي يتم اتخاذها"⁴.

المطلب الثاني: أهمية ومصادر المعلومة⁵

(1) - أهمية المعلومات: وتتمثل أهمية المعلومات في كونها:

- 1- معالي فهمي حيدر: نظم المعلومات مدخل لتحقيق ميزة التنافسية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2002، ص 12.
- 2- علاء عبد الرزاق السالمي، نظم إدارة المعلومات، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، 2003، ص 8.
- 3- محمد الصيرفي، نظم المعلومات الإدارية، مؤسسة حورس الدولية، الإسكندرية، ط 1، 2007، ص 127.
- 4- بول جامبل، جون بلاكويل، إدارة المعلومات، دار الفاروق، القاهرة، ص 53.
- 5- عماد أحمد إسماعيل، مرجع سبق ذكره، ص 22.

الفصل الثاني دور نظام المعلومات البحث والتطوير في تحسين مستويات الإبداع

- تعتبر موردا أساسيا في أي نشاط بشري، أيا كانت طبيعته وأيا كان مجاله.
- المعلومات موردا إستثماريا وأساسيا يمكن توفيره وإحتزانه والإفادة منه.
- تحتل ركننا هما في البناء الإداري المعاصر لأنها أداة الربط الأساسية بين أجزاء التنظيم.
- المعلومات وسيلة رئيسية للإدارة في التخطيط والتنسيق والمتابعة.
- هي أساس أي قرار يتخذه كل مسؤول في موقعه، و تعتمد عليها دقة القرار وصحته.
- تتوقف نوعية القرارات على نوعية المعلومات المتصلة بالمشكلة المطروحة وعلى مدى صلاحية هذه المعلومات.

2- مصادر المعلومات: تنقسم مصادر المعلومات إلى قسمين رئيسيين:

- أ- مصادر خارجية: وتتمثل في:
 - معلومات صادرة عن منظمات محلية ودولية.
 - معلومات صادرة عن الأفراد والجماعات الذين تعایشهم إدارة المنظمة في أي مجتمع، والذين تتفاعل معهم بالتعامل أو التبادل المباشر وغير المباشر.
 - معلومات صادرة عن نظم علني في المجتمع، لها سلطة التشريع والتصريح مثل الحكومة.
 - معلومات صادرة عن النظم المادية والطبيعية المحيطة بالإدارة.
- ب- مصادر داخلية: وتتمثل في:
 - مصادر وثائقية مدونة أو مسجلة: وتكون على شكل أوراق أو سمعيات أو مرئيات ومغنطات وسائط ليزيرية، وقام Kotler بتقسيم المصادر الوثائقية إلى قسمين رئيسيين هما:

1/ المصادر الأولية: هي البيانات التي تجمع لأغراض خاصة من خلال أدوات البحث مثل الإستبيان والمقابلات الشخصية والملاحظات والمسوحات والتجارب والأدوات الميكانيكية مثل معدات قياس الصوت وغيرها.

2/ المصادر الثانوية: وهي بيانات جمعت لغرض ما وما زال يحتفظ بها في مكان ما مثل الدوريات العلمية، وقائع المؤتمرات، الأطروحات الجامعية، الموصفات، المطبوعات الرسمية، الدراسات الإحصائية، الدراسات والبحوث الميدانية، القوانين التشريعات، الوثائق الإدارية من مراسلات ومذكرات داخلية ومنشورات أو تعميمات وقوارات وسجلات... إلخ.

- مصادر شفوية: (سؤال أحد الزملاء في نفس المؤسسة والمناقشات بين الزملاء واللقاءات الجانبية في المؤتمرات والاجتماعات).

المطلب الثالث: نظام المعلومات المفهوم والأهمية

1- مفهوم نظام المعلومات: تعددت التعاريف التي قدمت لنظام المعلومات واختلفت باختلاف الخلفية

العلمية والعملية لمقدميها، مما يبين أنه لا يوجد إجماع على محتوى هذا التعريف، فهناك من عرف نظام المعلومات على أنه:

"إطار يتم من خلاله تنسيق الموارد البشرية والألية لتحويل المدخلات (البيانات) إلى مخرجات (المعلومات) لتحقيق أهداف المؤسسة".¹

1- كمال الدين مصطفى الظهراوي، نظم المعلومات المحاسبية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2000، ص 15.

وعرف آخرون نظام المعلومات على أنه "ذلك النظام الفرعي الذي يوجد داخل النظام الكلي للمؤسسة، والذي يختص بتحديد وتجميع وتشغيل وتحليل وإرسال المعلومات إلى مراكز إتخاذ القرارات ، بحيث تتفق مع إحتياجات المديرين من حيث الشكل والشمول والتنوعية المطلوبة وبالتوقيت المناسب".¹ كما عرفه آخرون بأنه مجموعة المكونات المتداخلة والإجراءات النمطية التي تعمل معا لتجميع المعلومات التي تحتاجها المنظمة وتخزينها وتوزيعها ونشرها وإسترجاعها بهدف دعم العمليات والإدارة والتعاون والتحليل والتصور والرقابة داخل المنظمة.²

- كما عرفه London and Laudon بأنه "مجموعة من العناصر المترابطة والتي تعمل معا على جمع وإسترجاع ومعالجة وتخزين ونشر المعلومات لدعم عملية صنع القرار والتنسيق والرقابة والتحليل والملاحظة في المنظمة.

أما Jessup and Valacich فقد عرفا نظام المعلومات على أنه مجموعة من الأفراد والتجهيزات والإجراءات والبرمجيات والإتصالات وقواعد البيانات والتي تعمل بشكل يدوي أو آلي أو ميكانيكي على جمع المعلومات وتخزينها ومعالجتها ثم نشرها للمستفيد.³

(2) - أهمية نظم المعلومات:⁴

- التشارك بالمصادر المختلفة للمعلومات والمعرفة.
- الحاجة إلى طاقة معالجة عالية لتقديم إبداعات جديدة.
- الحاجة إلى التنوع والمرونة لتنظيم العمل ضمن التعقيدات والمتغيرات المختلفة.

1- محمد علي شيهب، نظم المعلومات لأغراض الإدارة في المنشآت الصناعية والخدماتية، دار الفكر العربي، مصر، 1981، ص 182.
2- فايز النجار، نازم ملكاوي، مجلة جامعة دمشق للعلوم الإقتصادية والقانونية، المجلد 26، العدد الثاني، 2006، ص 261.
3- عماد أحمد إسماعيل، مرجع سبق ذكره، ص 27.
4- فايز النجار، نازم ملكاوي، مرجع سابق، ص 262.

المطلب الرابع: أنواع نظم المعلومات¹

تتعد تقسيمات نظم المعلومات والشكل 05 يبين الأنواع المختلفة لنظم المعلومات

المستوى	التشغيلي المعرفي الإداري الاستراتيجي
قرارات مهيكلية	نظم TPS معالجة المعاملات
قرارات شبه مهيكلية	نظم MIS المعلومات الإدارية
قرارات غير مهيكلية	نظم OAS أتمتة المكاتب
	نظم DSS دعم القرار
	نظم ESS المديرون التنفيذيون
	نظم KWS مشغلو المعرفة

1- فايز النجار، نازم ملكاوي، نفس المرجع، ص 261 - 263.

Source: Landon, kenneth C. & Landon, Jane P. (1999). Management Information Systems: New Approach To Organization And Technology (5th ed). New Jersey: Prentice-Hall, Inc.

- 1- **نظم معالجة المعلومات: (TPS)** هي نظم محسوبة تقوم بتشكيل وتسجيل المبادلات الروتينية اليومية الضرورية لإدارة العمل وتسييره وتستفيد منها المنظمة بوظائفها المختلفة من تسويق وإنتاج وتصنيع ومحاسبة ومالية وموارد بشرية عن طريق الدعم الذي تقدمه إلى القرارات الهيكلية في المستوى التشغيلي.
- 2- **نظم أئمة المكاتب: (OAS)** هي النظم الذي تعمل على الإستفادة من التكنولوجيا لأئمة المكاتب بالوسائل التقنية التي من شأنها مساعدة العاملين على إنجاز أعمالهم ، إن إستعمال نظم أئمة المكاتب يعمل على توفير الوقت والجهد والوصول إلى الدقة المناسبة ومن النظم المستخدمة فيها نظم معالجة الكلمات ونظام البريد الإلكتروني ونظام إدارة الوثائق.
- 3- **نظم المعلومات الإدارية: (MIS)** نظم تخدم القرارات شبه الهيكلية على مستوى الإدارة المكتبية، وعلى المستوى الإداري في المنظمة خاصة فيما يتعلق بأمر العمل الأسبوعية، الشهرية، السنوية لتمكينها من القيام بالوظائف الإدارية المختلفة، من تخطيط وتنظيم وتوجيه ورقابة، إذ تتمكن المديرين من الوصول المباشر إلى البيانات والمعلومات عن أداء المنظمة الحالي.
- 4- **نظم دعم القرار: (DSS)** هو عبارة عن مجموعة متكاملة من البرمجيات والحزم الجاهزة والنماذج وأدوات المعالجة تتفاعل مع المعطيات لتقديم الحلول المقترحة، كما يمكنها دمج عدة نماذج لتكوين نموذج متكامل، وتقديم برامج الحوار المختلفة لخدمة القرارات شبه الهيكلية في المستوى الإداري، أما نظم دعم القرارات الجماعية فهي منظومات معلومات حسابية وتفاعلية تدعم عمل الفريق لحل المشاكل غير الهيكلية وشبه الهيكلية.

- (5) - نظم مشغلي المعرفة: هي نظم معلومات مبنية على المعرفة تخدم القرارات غير المهيكلة في المستوى المعرفي إذ يساعد مشغلي المعرفة على تأمين المعارف الجديدة وتكاملها في المنظمة.
- (6) - نظم معلومات المديرين التنفيذيين : هي نظم معلومات محسوبة تملك تحليلات وقدرات خاصة تعمل على تلبية إحتياجات الإدارة العليا من المعلومات الضرورية لأغراض إتخاذ القرارات غير المهيكلة في المستوى الإستراتيجي وتعتمد في الغالب على معلومات البيئة الخارجية بما يمكنها من إستشراق الفرص والتهديدات وتحليل قدرة المنظمة التنافسية التي تبنى عليها إستراتيجية الإبداع.

المبحث الثاني: نظام المعلومات البحث والتطوير¹

المطلب الأول: مفهومه ومكوناته

- (1) - مفهوم نظام المعلومات البحث والتطوير: هو ذلك النظام الذي يهدف إلى جمع المعارف النظرية والتطبيقية والمعلومات المتعلقة بغرض البحث الأساسي والتطبيقي للمؤسسة من خلال عمليات المعالجة لدراسة الإمكانيات والإستفادة العلمية من برامج البحث والتطوير للوصول إلى مخرجات في شكل معلومات تسمح بتحقيق أهداف وظيفة البحث والتطوير.
- (2) - مكوناته: تتمثل في:

1- عمار بوشناق، مرجع سبق ذكره، ص 75 - 77.

أ- البحث الأساسي: يهتم في الأعمال التجريدية أو النظرية الموجهة أساسا إلى الحيازة على معارف

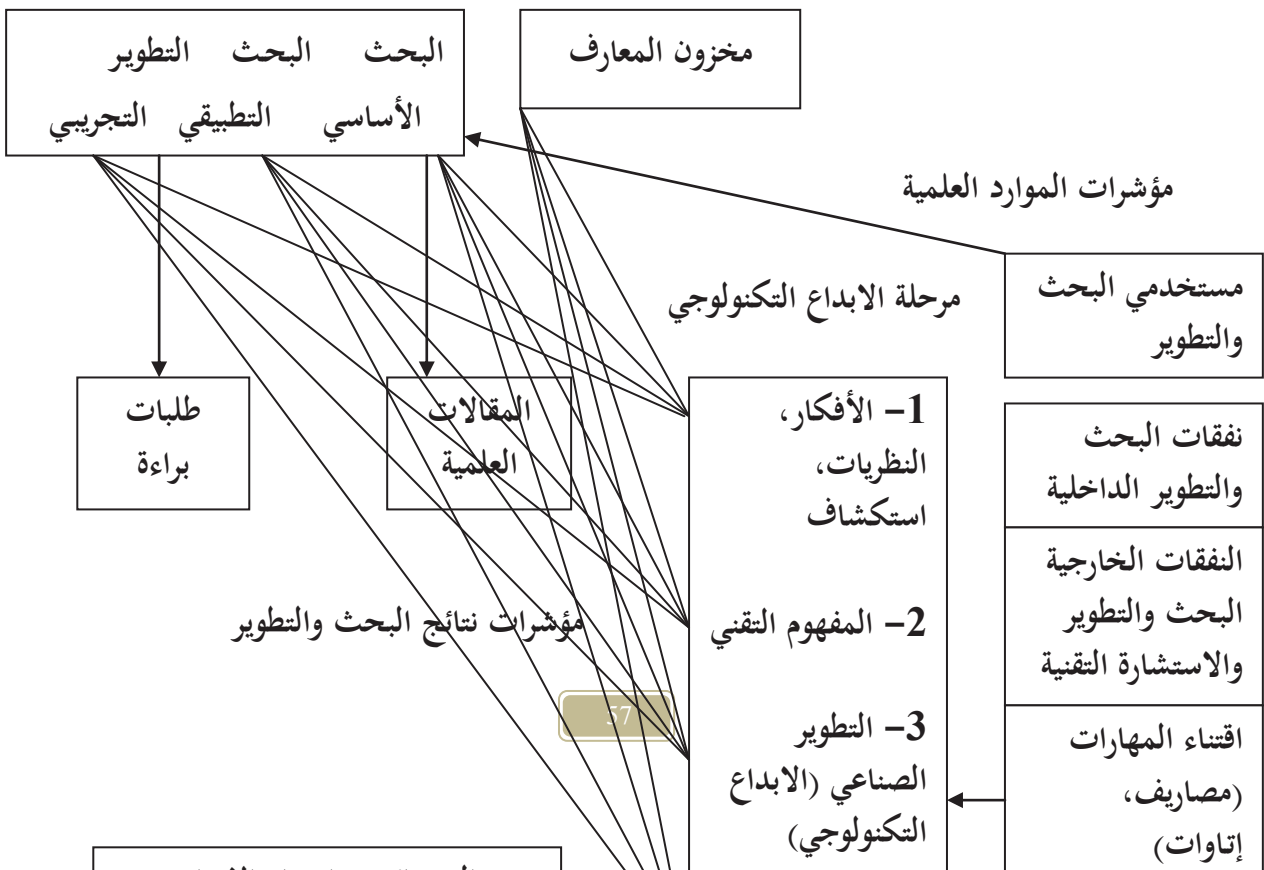
تتعلق بظواهر وأحداث تم ملاحظتها دون أية نية في تطبيقها أو إستعمالها إستعمال خاص.

ب- البحث التطبيقي: يتمثل في الأعمال الأصلية المنحزة لحصر التطبيقات الممكنة والناجمة عن البحث

الأساسي، أو من أجل إيجاد حلول جديدة تسمح بالوصول إلى هدف محدد سلفا، ويتطلب البحث

التطبيقي الأخذ بعين الإعتبار المعارف الموجودة وتوسيعها لحل مشاكل بعينها.

الشكل 06: نظام المعلومات البحث والتطوير



مؤشرات أثر العلم والتكنولوجيا

المصدر: OCDE (Schmoch et Autres), « Les donnés sur brevets d'iventon et leur utilisation comme indicateurs de la technologie », paris, 1994, P14.

- تعليق على الشكل 06 نظام المعلزومات البحث والتطوير.

المدخلات:

- معلومات حول مستخدمى البحث والتطوير.
- معلومات حول نشاط قطاع المؤسسة.
- معلومات حول منتجات المنافسين.
- معلومات حول طرق البحث العلمى (أساسى أو تطبيقى).
- معلومات حول الإدارات والتكاليف المتوقعة.

الفصل الثاني دور نظام المعلومات البحث والتطوير في تحسين مستويات الإبداع

- معلومات حول أدوات البحث والتطوير.

- معالجة، ترتيب، تبويب، فرز، معالج.

المخرجات:

- معلومات جاهزة في شكل مقالات علمية وطلبات براءة الاختراع لتساعد في إتخاذ القرارات.

- إكتشاف طريقة إنتاج جديدة.

- إكتشاف مواد أولية جديدة.

- إكتشاف إستعمالات جديدة للمنتج.

- إكتشاف شريحة سوقية جديدة.

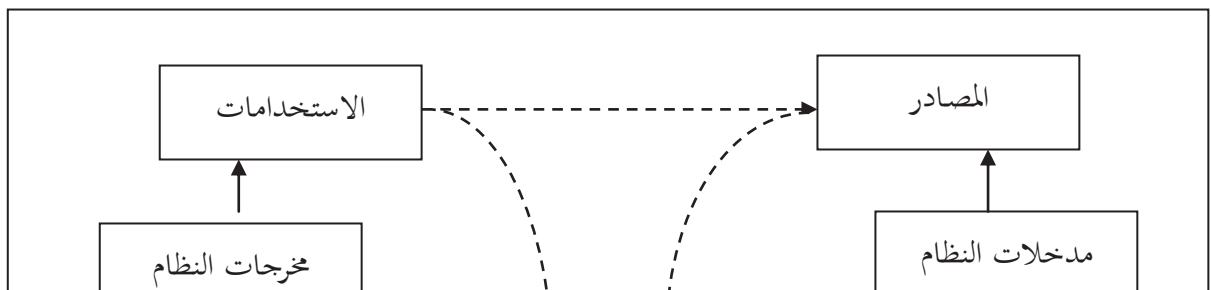
منظومة الابتكار والتجديد والاختراع:

تعتبر إدارة البحوث والتطوير المحرك العقلي للشركات لذلك يجب إدارة هذا النشاط الهام بطريقة نموذجية،

ويتم ذلك بالنظر لعملية الابتكار كنظام نحدد مدخلاته وكيفية تشغيله ومخرجاته، وكيفية الرقابة عليه

والإفادة من البيئة المحيطة، ونوضح ذلك في الشكل التالي:

الشكل رقم 07: منظومة الابتكار والتجديد والاختراع



المصدر: هوشيار معروف، تحليل الاقتصاد التكنولوجي 2006، ص 531-532.

المطلب الثاني: قياس نشاطات البحث والتطوير¹

على إعتبار أن الإنفاق على البحث والتطوير يعد إستثمار بالغ الأهمية بالنسبة للمؤسسات الإقتصادية،

لذلك عادة ما يلجأ المسؤولون لقياس نتائجه تبعا لمرحلتين أساسيتين هما:

1- مقياس المدخلات: ويتمثل في مقياسين هما:

1- قويدري محمد، مرجع سابق، ص 164.

الفصل الثاني دور نظام المعلومات البحث والتطوير في تحسين مستويات الإبداع

أ- نسبة البحث والتطوير إلى المبيعات: إذا كانت نسبة الإنفاق على البحث والتطوير أكثر من قيمة

المبيعات فهذا يدل على نجاح المؤسسة ويمكننا التعبير عن ذلك بالصيغة التالية:

$$\frac{\text{الإنفاق الكلي على البحث والتطوير}}{\text{قيمة المبيعات}}$$

ب- نسبة عدد الموارد البشرية: حيث يتم قياس عدد المهندسين والباحثين في المؤسسة مع بقية

العاملين، ويمكننا التعبير عن ذلك بالصيغة التالية:

$$\frac{\text{عدد المهندسين والباحثين والعلماء في البحث والتطوير}}{\text{عدد العاملين بالمؤسسة}}$$

2- مقياس المخرجات: ويشمل معظم نتائج البحث والتطوير المطبقة والمتمثلة أساساً في:

أ- عدد براءات الاختراع: أي العدد الكمي لبراءات الاختراع الممنوحة للمؤسسة في مدة زمنية معينة،

خاصة تلك الاختراعات الأساسية مع تقييم نسبة تنفيذها وتلجأ بعض المؤسسات لعدم التصريح

بإختراعاتها لفرض سيطرتها، لذلك يكون عددها أقل من تلك التي في المراكز الحكومية.

ب- كمية المبيعات من المنتج الجديد: تقاس أنشطة البحث والتطوير بكمية المبيعات من المنتج ومعدل

الزيادة فيها، كما توجد تجديرات على تخفيض تكاليف الإنتاج دون التأثير على نوعية المنتج، بالإضافة إلى

ذلك تعد مقارنة نتائج النشر العلمي نسبة للفرد مؤشراً على أداء الأمم، ويمثل متوسط الناتج في العالم

العربي لكل مليون ساكن 2 بالمئة تقريبا من نظيره في بلد صناعي و رغم أن الناتج العلمي العربي إزداد من

11 ورقة بحثية لكل مليون عام 1985 إلى 26 ورقة بحثية لكل مليون عام 1995.

المطلب الثالث: تسيير نشاطات البحث والتطوير¹

وهي:

- (1) - أساليب تسيير عمال البحث والتطوير: يمكن التمييز بين أسلوبين رئيسيين في تسيير عمال البحث والتطوير هما أسلوب الإشراف اللين وأسلوب الإشراف المباشر.
- (2) - رفع فعالية البحث والتطوير: للرفع من فعالية نشاطات البحث والتطوير يستلزم توفر شروط ومميزات يتصف بها مدير البحث والتطوير من جهة وتوفر الكفاءة الفنية لعمال الوظيفة ، وأخيرا الدقة في إختيار مشاريع البحث والتطوير.
- (3) - نفقات البحث والتطوير: يعتبر الإنفاق على نشاطات البحث والتطوير بمثابة إستثمار يدر عائد فهو يحتاج إلى تخطيط وفقا لأساليب علمية دقيقة، كما أن القسم الأول من وظيفة "البحث" أقل تكلفة من "التطوير" ومعرفة التكاليف أمر جد هام بالنسبة للمؤسسة في عملية تقييم الأداء وذلك بتخصيص مواردها للإنفاق على هذه النشاطات.

* مبادئ حساب تكاليف البحث والتطوير:

- فتح حساب خاص بالنشاطات ضمن حسابات المؤسسة.
- القيام بتحليل التكاليف المرتبطة بالوظيفة بالتفصيل وتحديد مسؤولية مدير البحث والتطوير.

1- عزوي أعمر، عجيلة محمد، الإبداع كأسلوب لتحقيق الميزة التنافسية، المؤتمر العلمي الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، 9 مارس 2005، ص 482.

- التمييز بين مختلف التكاليف والأعباء، إذا كان هناك أعباء يمكن تقسيمها مباشرة على النشاط وهناك أعباء أخرى غير ذلك.

* موازنة البحث والتطوير:

- تجديد التقديرات بكل عناية، وإستثمار الأطراف المعنية.
- تحضير موازنات تفصيلية خاصة بالأقسام، حسب عددها وعلى أسس زمنية مختلفة.
- إظهار النفقات الفعلية والمعيارية عند كل مرحلة من المراحل، لغرض إستخراج الفروقات والإنحرافات.

المطلب الرابع: سياسات البحث والتطوير¹

وتتمثل في:

- 1- سياسات على المستوى الكلي (الدولة): ومن بين هذه السياسات نذكر:
 - سياسات مالية وضريبية وهذا من جانب التخفيض أو الإعفاء من الضرائب أو التمويل بالقروض.
 - سياسات تصنيعية وترتكز تعزيز جهاز الإنتاج من خلال إستثمارات فيه، إما بإقامة وحدة إنتاجية جديدة أو التوسيع في وحدة صناعية فعلية.
 - إنشاء مراكز البحث والتطوير بغرض تركيز الجهود والموارد لحل المشاكل التي تصادف المؤسسات الإقتصادية في تأدية نشاطاتها.
 - توفير الحماية القانونية للإختراعات ومن أشكال الحماية القانونية نجد براءة الإختراع والعلامة والنموذج.

2- سياسات على المستوى الجزئي "المؤسسة":

1- محمد سعيد أوكيل، مرجع سابق، ص 135.

الفصل الثاني الإبداع

دور نظام المعلومات البحث والتطوير في تحسين مستويات

أ- الحوافز: ويمكن حصر الحوافز في مختلف الهدايا والجوائز التي تمنح للمخترعين والمبدعين بعد إثبات صحة أعمالهم، وذلك بمراعاة الإحتياجات الشخصية والعائلية للأفراد مثل السكن، السيارات، التجهيزات، الترقية في الوظيفة هذا من جهة ومن جهة أخرى ربط الحوافز بالقيمة التقديرية لأعمالهم ومدى إنتفاع المؤسسة من الإختراعات والإبداعات المحققة.

ب- الإرتباطات: ونقصد بها جملة العلاقات التي تنشئها المؤسسة مع المؤسسات الإقتصادية الأخرى، وكذا المؤسسات العلمية ومراكز البحث التطبيقي، ومن الأسباب التي تلجأ إلى قيام مثل هذه الإرتباطات نذكر:

- سد الإحتياجات والفراغات الناتجة عن نقص قدرات وإمكانيات المؤسسة وجعلها أكثر فعالية.
- الحاجة غلى التعاون مع الأطراف الأخرى (مؤسسات علمية، مراكز بحث، قطاعات ...) والتغلب على الصعاب، وتقوية علاقات العمل وتبادل الخبرات.
- الإستفادة من المعلومات بكل ما يتعلق بالنصح والرشد، المعلومات التقنية، المعارف الجديدة والدقيقة والإقتراحات والتوجيهات حول كيفية تحسين التسيير والأداء.
- ضمان نوع من الأفكار، المعارف والحلول.
- إبرام إتفاقيات تعاقدية لفترات زمنية محددة.

3- مقارنة بين نظام المعلومات البحث والتطوير على المستويين الكلي "الدولة"

والجزئي "المؤسسة":

الجدول رقم (2) مقارنة بين نظام المعلومات البحث والتطوير على المستويين الكلي والجزئي

من حيث	نظام المعلومات البحث والتطوير على مستوى	نظام المعلومات البحث والتطوير على مستوى
--------	---	---

المؤسسة	الدولة	
تخصص له ميزانية حسب استراتيجية وقدرات المؤسسة	تخصص نسبة مئوية من إجمالي الناتج الوطني الخام	الانفاق
<ul style="list-style-type: none"> - لتحسين وتطوير عمليات الانتاج - تطوير منتجات جديدة وتحسين منتجات حالية - زيادة تنافسية المؤسسة ونموها وبقائها في السوق 	لتحريك عجلة التنمية وتنشيط الاقتصاد الوطني	الهدف
يتعلق بوظيفة تتميز بدرجة عالية من الخصوصية مع درجة كبيرة من عدم التأكد	يتعلق باستثمار مهم في القطاع الصناعي ويمكن أن يؤثر في نمو صادرات الدولة	الخصوصية
التنسيق بين مصلحة البحث والتطوير والمبدع والمؤسسة وزيادة الانفاق	التنسيق وربط العلاقة بين نظم معلومات البحث والتطوير ومنظومة التعليم العالي بصفتها المصدر الأساسي لانتا الكفاءات هذا من جهة والمؤسسات الصناعية من جهة أخرى	لضمان فعاليته
الحوافز، الارتباطات مع المؤسسات الاقتصادية الأخرى والمؤسسات العلمية ومراكز البحث	السياسات المالية والضريبية، التمويل بالقروض، إنشاء مراكز بحث، توفير الحماية للاختراعات	السياسات
حسب ارتباطات المؤسسة	يساهم كل من القطاع العام والخاص في تمويل مشاريع البحث والتطوير	مصدر التمويل
يؤثر في نمو المؤسسة	يؤثر في النمو التراكمي لدخل الفرد	نتائج البحث والتطوير
تركز على المنتجات أو الأساليب أو طرف العمل	تركز على بعض القطاعات	الاهتمام
<p>العامل المؤسسي والتنظيمي:</p> <ul style="list-style-type: none"> - إنشاء هيكل متخصصة في نقل وتوزيع الابتكارات - إنشاء علاقة بين الجامعة والشركات الصناعية جلب الكفاءات العلمية والتكنولوجية ذات التأهيل العالي 	<p>العامل التشريعي والقانوني:</p> <ul style="list-style-type: none"> - تشريع نصوص مسهلة للابتكار والاختراع - تسريع النصوص حول وضعية البحث والباحث 	سياسات تفعيل الشراكة العلمية الصناعية

المصدر: من إعداد الطالبة

المبحث الثالث: أثر نظام المعلومات البحث والتطوير والإبداع في تسيير مشاريع المؤسسة

المطلب الأول: أثار الإبداع في المؤسسة

يسمح الإبداع في المؤسسة من زيادة قدرتها على مواجهة تهديدات المحيط الخارجي وإستغلال الفرص المتاحة، مما يمكنها من التفوق على منافسيها والبقاء في السوق.

في هذا المجال يوجد عدة أثار إيجابية للإبداع في المؤسسة نلخصها فيما يلي:

1- تحسين أداء المؤسسة: يؤدي الإبداع التكنولوجي من خلال تفعيل البحث والتطوير وإستخدام

تقنيات متطورة إلى زيادة القدرة الإنتاجية للمؤسسة، كما يعمل على الإستعمال العقلاني لمواردها المادية والمالية والبشرية والتكنولوجية، مما يعمل على تحقيق الكفاءة والفعالية في الأداء.

وقد بينت إحدى الدراسات التي شملت 1300 مؤسسة في أوروبا واليابان وأمريكا الشمالية، أن هناك

إرتباط قوي بين الأداء الحالي والإبداع التكنولوجي إذا كانت مستويات أداء تلك المؤسسات عالية وأرباحها متميزة بسبب التكنولوجيا المتطورة في الإنتاج والعمليات.¹

2- تحسين التنظيم الإداري في المؤسسة: يعمل الإبداع على ترسيخ العمل الجماعي بين أفراد

المؤسسة أي تنشيط العمل بالفريق، كما يعمل على تشجيع الديمقراطية والمشاركة، مما يشكل حافزا ل طرح

المبادرات وظهور القدرات الإبداعية، كما يسمح الإبداع من التحول من الإنتاج الواسع للمنتجات النمطية

إلى منتجات وفقا لطلبات الزبائن التي تتطلب الإعتماد على نظم الإنتاج ذات المرونة العالية لتساعد في

تقديم منتجات متميزة.

3- تدعيم تنافسية المؤسسة: يعمل الإبداع على إكتساب المؤسسة مزايا تنافسية تعزز مركزها التنافسي

في السوق، وهذا من خلال تحسين جودة المنتجات وتقليل التكاليف أي تخفيض الأسعار، كما يعمل

1- بورنان إبراهيم، بورنان مصطفى، نشاطات الإبداع في منظمات الأعمال، مجلة دراسات، عدد 12، الأغواط، 2009، ص 81.

الفصل الثاني دور نظام المعلومات البحث والتطوير في تحسين مستويات الإبداع

الإبداع على زيادة القدرات التنافسية للمؤسسة من خلال سرعة تقديمها للمنتجات الجديدة وتغيير العمليات الإنتاجية، بالإضافة إلى الإستجابة لحاجات ورغبات المستهلكين من خلال تجديد المنتجات وتطوير أساليب الإنتاج وسرعة تسليم المنتجات من خلال تقليل أوقات التصنيع والتأخيرات في العمل والذي يؤدي إلى تحسين صورة المؤسسة ومكانتها وإيجاد فرص جديدة لزيادة مبيعاتها وأرباحها مما يعمل على إرتفاع الحصة السوقية.

4- مواكبة التطور التكنولوجي: يؤدي الإبداع التكنولوجي إلى قدرة المؤسسة على مواكبة التطور التكنولوجي، وذلك من خلال تكثيف نشاطات البحث والتطوير قصد التحسين المستمر لمنتجاتها، وبالتالي تمديد دورة حياتها، فالمؤسسات تعتمد على إدخال التحسينات والتعديلات على منتجاتها أكثر من لجوئها إلى طرح منتجات جديدة، نظرا لما تتطلبه هذه الأخيرة من إمكانيات كبيرة قد لا تتوفر لدى كل المؤسسات.¹

المطلب الثاني: دفع الإبداع التكنولوجي وتنمية نقل التكنولوجيا²

تكتسي المنتجات والأساليب الجديدة أهمية بالغة بالنسبة لإحياء وتعويض الصناعات المتقادمة وكذلك تنوع المنتوجات وفي هذا الإطار تم تشجيع الأعمال التي تساهم في دفع الإبداع التكنولوجي وتنمية نقل التكنولوجيا وبثها لمالكي المعلومات التقنية ومستعملها.

1- الملكية الصناعية: هي التي تشجع حماية حقوق الملكية الصناعية وإحترامها على الإبداع والإبتكار وتهيأ أيضا مناخا ملائما لنقل التكنولوجيا بفضل ما تضمنه من أمان.

1- الداوي الشيخ، الإبداع كمدخل لتحقيق تنافسية المؤسسة، مجلة الإقتصاد والتسيير والتجارة، العدد 17، الجزائر، 2008، ص 30.
2- عجيل محمد، بن نوي مصطفى، دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق الميزة التنافسية، الملتقى الدولي، الإبداع والتغير التنظيمي في المنظمات المدنية، البلدة، 2010.

الفصل الثاني دور نظام المعلومات البحث والتطوير في تحسين مستويات الإبداع

وقد تم في هذا الإطار تعديل القوانين الوطنية وملائمتها مع إتفاقية المنظمة العالمية للتجارة حول الملكية

الأدبية المعروفة ب"تريس" وتتعلق هذه القوانين بـ

- براءات الاختراع.
- علامات الصنع والتجارة والخدمات.
- الرسوم والنماذج.
- التصميمات الشكلية للدوائر المتكاملة.

وتم كذلك إعداد برنامج عمل يهدف إلى دعم الهياكل المكلفة بالتصرف في الملكية الصناعية في تونس وتكوين كل الأطراف المتدخلة والنهوض بالملكية الصناعية بصفة عامة.

2- الإحاطة بالباعثين الجدد والعمل على بعث صناعات تفرض استخدام تكنولوجيا حديثة: إن

بعث المؤسسات ذات الصيغة المضافة العالية لم يعد نتيجة تفكير تلقائي للباعث وإنما هو نتيجة سياسية إقتصادية تطوعية تؤمن المتابعة المرافقة وتعمل على توفير أليات تكوين وتأطير الباحثين خلال مختلف مراحل المشروع وكذلك تحقيق التناسق بين المؤسسات الكبرى والصغرى والمتوسطة ومخابر البحث الأساسي والتطبيقي والجامعات وغيرها من مؤسسات التعليم العالي وخاصة منها المدارس العليا لتكوين المهندسين وإعتبارا لذلك تم إنجاز:

- عدة أقطاب تكنولوجية في ميدان النسيج والصناعات الغذائية.
- عدة محاضن مؤسسات بالفضاءات الجامعية.
- عدة مراكز مساندة وبعث المؤسسات¹.

1- عجيلة محمد، بن نوي مصطفى، المرجع السابق.

المطلب الثالث: واقع الإبداع التكنولوجي والبحث والتطوير في المؤسسة الصناعية الجزائرية¹

على الرغم من الأهمية البالغة التي تأخذها التكنولوجيا كعامل لتنمية وتطوير المؤسسة وضرورة الإهتمام بتسيير الموارد التكنولوجية وتطوير سياسة الإبداع التكنولوجي وكذا الإهتمام بوظيفة البحث والتطوير إلا أن ذلك يبقى بعيدا كل البعد عن واقع المؤسسة الصناعية الجزائرية.

وقصد تهيئة ظروف تشجيعية لترقية كل محاولات ومشاريع الإبداع التكنولوجي في المؤسسة الصناعية

الجزائرية لا بد من الأخذ بعين الإعتبار ثلاث أبعاد:

1- البعد التسييري والتنظيمي: من خلال:

- إدماج البعد التكنولوجي كإتجاه رئيسي في المخطط الإستراتيجي للمؤسسة والسعي وتنمية مواردها التكنولوجية بتشجيع سياسة إبداعية في المؤسسة.

- وعي المؤسسة بأهمية الإبداع كعامل جوهري في تطوير مواردها التكنولوجية.

- إعتبار البحث والتطوير والإبداع التكنولوجي كأنشطة جوهريّة في المؤسسة لأنها مصدر إنتاج وتطبيق

المعارف العلمية والتقنية، ومحرك للإستثمار والإنتاج، لهذا يجب أن تحظى بالتسيير الفعال والجددي.

- بعد أن تهتم المؤسسة بأهمية البحث والتطوير، فإنها تهتم بإعطائها المرتبة التي تشجعها في الهيكل

التنظيمي وجعل هذا الأخير أكثر مرونة ليتماشى مع مشاريع الإبداع التكنولوجي.

2- الإهتمام بالعنصر البشري: من خلال:

¹- عجيلة محمد، بن نوي مصطفى، المرجع السابق.

الفصل الثاني دور نظام المعلومات البحث والتطوير في تحسين مستويات الإبداع

- تنمية روح الإبداع لدى الأفراد وغرس حب التغيير التكنولوجي داخل المؤسسة.
- تشجيع كل الأفكار والإقتراحات مهما كان مصدرها في المؤسسة.
- توفر المسيرين على ثقافة تكنولوجية واسعة، مما يساعد على إدارة وقيادة جهود المؤسسة وإمكانياتها الواسعة.
- تشجيع علاقات التبادل الرسمية أو غير الرسمية للباحثين التابعين للمؤسسة وباقي الباحثين حتى من خارج المؤسسة فمثل هذه اللقاءات تساعد على تبادل المعلومات والأفكار.
- تشجيع القائمين على وظيفة البحث والتطوير بأهميتهم وذلك بإدماجهم في عملية إتخاذ القرارات وتحفيزهم ماديا ومعنويا.

3- الإهتمام بنظام المعلومات: من خلال:

- تبادل المعلومات خارجيا: بين المؤسسة ومراكز البحث العلمي والتكنولوجي من جهة وبين المؤسسات الإقتصادية الأخرى.
- تبادل المعلومات داخليا: بين وظائف البحث والتطوير، التسويق، الإنتاج... ، من أجل تشجيع فرص الإبداع.

المطلب الرابع: أفاق البحث والتطوير في الجزائر¹

من أجل ترقية أنشطة البحث والتطوير وجعلها في خدمة المصالح الإقتصادية والإجتماعية يجب:

¹- عجيلة محمد، بن نوي مصطفى، المرجع السابق.

الفصل الثاني دور نظام المعلومات البحث والتطوير في تحسين مستويات الإبداع

- إعادة تنشيط المجلس الوطني للبحث العلمي والتقني بصفته الهيئة المكلفة بتحديد التوجهات الكبرى للبحث العلمي والتطوير التكنولوجي، والتشجيع على إنشاء وحدات ومخابر للبحث في المؤسسات المنتجة عمومية كانت أم خاصة.
- مساعدة الوكالة الوطنية على ترمين نتائج البحث للدخول في المرحلة العملية، والإنطلاق الفعلي في أداء مهامها، إضافة إلى الدعوة إلى إنشاء مخابر وفرق بحث مختلطة مع القطاعات الأخرى للإقتصاد قصد تشجيع عملي لترمين نتائج البحث العلمي، كما يتعين رفع مستوى التمويل المخصص لأنشطة البحث من أجل:
- تجهيز مراكز ومخابر البحث بالمعدات العلمية والتقنية المتخصصة، تشجيع العاملين في قطاع البحث والتطوير عن طريق منح الحوفز المالية.
- إنشاء هياكل جهوية لإحتضان وتسيير التجهيزات العلمية الكبرى الممكن إستعمالها جماعيا من طرف مختلف المؤسسات البحثية، وتمويل المشاريع المتبقية التي تحتوي عليها البرامج الوطنية للبحث. غير أن كل هذا سيبقى غير كاف دون الإهتمام بالباحث وإستغلال وترمين نتائج الأبحاث وذلك من خلال:
- الإسراع في إصدار قانون خاص بالباحث، وإتخاذ إجراءات تحفيزية ذات طابع مادي ومعنوي لتشجيع أساتذة التعليم العالي، إضافة إلى تحسين الظروف المهنية والإجتماعية للباحثين وتقديم المساعدة المعنوية لهم من أجل نشر بحوثهم.

- وضع الإطار الملائم لمساعدة هيئات البحث والباحثين على إنشاء المؤسسات المبدعة، وإتخاذ إجراءات تحفيزية ذات طابع جبائي لصالح المؤسسات الإقتصادية التي تستثمر في أنشطة البحث، مع دعم الوكالة الوطنية لتثمين نتائج البحث، وإصدار تشريعات حول الملكية الصناعية ضمن البحث العمومي.

خلاصة:

لقد تناولنا في هذا الفصل دور نظام المعلومات البحث والتطوير والإبداع في تحسين أداء المؤسسة عن طريق تحسين نوعية منتجاتها، وعليه فإن إدخال الآليات الحديثة في نظم المعلومات من معلوماتية ووسائل إتصال حديثة وغيرها شيء ضروري، حتى تزيد من فعالية هذه الأنظمة، وتقود المؤسسة إلى الفوز بهانات المنافسة التي تفرض عليها، زيادة على السعر المناسب، إرضاء الزبون، يشترط أن تكون منتجاتها ذات نوعية جيدة لكي تحافظ على صورتها في السوق.

إن لعب ورقة النوعية ليس بالأمر الهين، فهو يتطلب الأخذ بالطرق الحديثة للتسيير من أجل تحسين صورة المنتج والخدمات التي تقدمها المؤسسة، وكذا كسب المزيد من الزبائن، وهو ما تحاول المؤسسات الجزائرية فعله من خلال تسابقها نحو الحصول على الكفاءة والفعالية من خلال عملية البحث والتطوير، بحيث تتفق كل الدراسات والبحوث على أهمية نشاط البحث والتطوير للمؤسسات بشكل عام، أيا كان مجال العمل الذي تمارسه، إذ يقترن هذا النشاط بالإبداع، وإمكانية اكتشاف معارف ومهارات وأساليب ومنتجات جديدة، والقدرة على تطبيقها في مجال التصنيع وتحقيقها للميزة التنافسية.

الفصل الثالث

دراسة حالة شركة المياه المعدنية

والمشروبات الغازية القولية

تمهيد:

بعد أن بينا في الجزء النظري المبادئ الأولية لنظام المعلومات ووظيفة البحث والتطوير وتأثيره على الإبداع وذلك من خلال ثلاث جوانب وهي المستوى الفردي ومستوى الجماعات ومستوى المنظمة، كما بينا أن نظام المعلومات يعتبر من أهم العناصر الفعالة، والذي تعتمد عليه المؤسسة بشكل مباشر من أجل الحصول على مكانة عالية في السوق والحصول على مركز تنافسي عالي يمكنها من البقاء.

وبعد أن كانت دراستنا للعلاقة بين نظام المعلومات ومستويات الإبداع نظرية فتكمله له وللإجابة على الفرضيات المطروحة وتبيان صحتها من عدمه، إرتأينا أن نقوم بدراسة ميدانية لإحدى المؤسسات الجزائرية المتمثلة في مؤسسة المياه المعدنية والمشروبات الغازية "القولية" بالمنطقة ولاية غرداية وتم تقسيم هذه الدراسة إلى مبحثين في الأول منها سوف نتعرف على البطاقة الفنية للمؤسسة من خلال أخذ لمحة عنها وعن الهيكل التنظيمي لها، مهامها ثم عن مجال نشاطها، أما في المبحث الثاني فسوف نقوم بتحليل الفرضيات المطروحة وإثبات صحتها من عدمه وكذا وضع إستنتاجات وتوصيات كخلاصة للدراسة.

المبحث الأول: البطاقة الفنية للمؤسسة

سوف نتعرف في هذا المبحث إلى مؤسسة "القولية" للمشروبات الغازية والمياه المعدنية وسنلقي نظرة على الهيكل التنظيمي العام لها ومهامها ووظائفها والأهداف التي تسعى إلى تحقيقها من خلال عملية البحث والتطوير.

المطلب الأول: لمحة عن المؤسسة

أولاً: تعريف

مؤسسة القولية مؤسسة لإنتاج وتوزيع المشروبات الغازية والمياه المعدنية تقع في المنطقة الصناعية بالمنطقة ولاية غرداية على بعد 870 كلم من العاصمة وهي مؤسسة ذات مسؤولية محدودة تطمح إلى تحقيق أهدافها المسطرة والسمو بإنتاجها إلى المراتب العليا.

أنشأت المؤسسة في 5/مارس/1996 برأس مال قدره 5000000 دينار جزائري وهي مسجلة في

السجل التجاري تحت رقم 97B0862367، تتربع المؤسسة على مساحة إجمالية تقدر بـ 22500

كلم² أما المساحة المستغلة فهي: 9000 كلم².

في سنة 1997 باشرت المؤسسة عملها في مجال إنتاج وبيع المشروبات الغازية والمياه المعدنية وهو مجال

النشاط الذي تشتهر به.

وهي تقوم بتوزيع منتجاتها إلى الأسواق الجزائرية ككل ولكنها تركز بشكل خاص على المناطق الجنوبية نظرا لإرتفاع درجة الحرارة فيها من جهة، ومن جهة أخرى قصر المسافة بينها وبين المؤسسات البترولية الكبيرة والمتمركزة في الجنوب والتي تعد أكبر مستهلك للمياه المعدنية خاصة والمشروبات الغازية. تتكون تشكيلة الإنتاج بالنسبة للمياه المعدنية من المياه المعدنية والمياه الغازية أما بالنسبة للمشروبات الغازية فتتكون من المشروبات الغازية بمختلف الأذواق، والعصائر المختلفة الأذواق والأحجام.

ثانيا: أهداف المؤسسة:

للمؤسسة جملة من الأهداف تسعى إلى تحقيقها منها:

1. زيادة الحصة السوقية وإيصال المنتج على كل المناطق الجزائرية.
2. إستعمال الآلات العالية التقنية في عملية الإنتاج.
3. إيصال المنتج للمستهلك بأعلى جودة وأقل تكلفة.
4. توفير مناصب الشغل.
5. رفع القدرة الإنتاجية للإستجابة إلى حجم الطلب المتزايد.
6. كسب رضا ووفاء العملاء.
7. الرفع من ربحية المؤسسة عن طريق تخفيض السعر وتحسين الجودة.
8. تنويع الإنتاج بالإضافة إلى المنتج الرئيسي (سياسة التنويع).
9. التحسين المستمر لجودة المنتجات.
10. تنظيم دورات تكوينية لرفع القدرات المهنية للعمال وتجهيزهم لرفع الكفاءة داخل المؤسسة.
11. المساهمة في تنمية القطاع الإنتاجي للبلاد في مجال إنتاج المياه المعدنية والمشروبات الغازية.

12. إختراق المحيط من خلال تحقيق منافسة عالية تضمن لها حصة سوقية مناسبة.

13. التواجد على المستوى الوطني بتوسيع وتوفير منتج أكثر وبسعر ملائم.

ثالثا: المهام الموكلة للمؤسسة:

تختص مؤسسة "القولية" في القيام بمجموعة من المهام تتمثل فيما يلي:

1. إنتاج المشروبات الغازية بمختلف الأصناف.

2. إنتاج المياه المعدنية بمختلف التشكيلات والأصناف.

3. توزيع الإنتاج في مختلف المناطق خاصة الجنوبية.

4. البيع والمتاجرة.

5. التعبئة والتغليف.

رابعا: تحليل الهيكل التنظيمي للمؤسسة:

يشكل الهيكل التنظيمي للمؤسسة أداة إعلام وتوجيه لمختلف المصالح والفروع، من أجل تحقيق

الأهداف الرئيسية والمسطرة حيث يتم فيه توزيع وتحديد المسؤوليات بين مختلف الوحدات، الأقسام قصد

تنظيم وتسهيل العمل والإتصال داخل المؤسسة.

وفيما يلي شرح لبعض مصالح وفروع الهيكل التنظيمي:

1. المدير العام:

يعتبر المسير والموجه الأول للمؤسسة ويتميز بالأسبقية في تمثيل المؤسسة والإشراف العام عليها وهذا

بالتنسيق والتشاور مع مختلف الدوائر والمصالح.

وتتلخص أهم المهام الموكلة إليه فيما يلي:

- إصدار التعليمات والأمر بالتنفيذ.
- إقامة إجتماعات وندوات تهم أمر المؤسسة.
- إبرام العقود والصفقات بين مختلف المتعاملين الإقتصاديين والماليين الذين لهم صلة مباشرة بالمؤسسة.

2. المدير المساعد:

وهو يعتبر المستشار الرئيسي الأول للمدير العام ويقوم بالإشراف على كل المصالح والوحدات.

3. مدير الوحدة:

هو المكلف بالإشراف على وحدات المؤسسة، الوحدات التجارية، الوحدات الإنتاجية.

4. الأمانة (السكرتارية):

تمثل حلقة الوصل في المؤسسة فهي مصلحة تربط المديرات بمختلف الوحدات وكذا المؤسسة بالمحيط

الخارجي وتختص في:

- إستقبال البريد والمكالمات الهاتفية وتحويلها إلى المصالح المعنية.

- إستقبال وتوجيه الزبائن.

- الإتصال بالمؤسسات المتعاملة مع المؤسسة والوحدات.

5. مصلحة المحاسبة:

لهذه المصلحة إرتباط وثيق بمختلف دوائر المؤسسة وتتلخص أبرز مهامها فيما يلي:

- القيام بمختلف العمليات الحسابية والمالية.
- تسيير وسائل الإنتاج وذلك بتوفير المنتجات للموزعين، إدارة وتسيير الملفات المتعلقة بطلبات الترخيص للموزعين.
- ضمان التسيير الجيد للأموال والإستثمارات وكل الوسائل المرتبطة بالخزينة.
- إعداد الميزانيات العامة للوحدات.
- العمل على تحقيق الأهداف المالية المحددة من طرف المؤسسة كرقم الأعمال.
- توفير الوثائق اللازمة للموزعين مع ضمان المعلومات.
- ضمان الإتصال بين مديرية المبيعات ومديرية الإنتاج.

6. وحدة البيع والتجارة:

من أهم المصالح الموجودة في المؤسسة التي تضمن عملية تسويق المنتجات في أحسن الظروف، وبالتنظيم المحكم، كما تقوم بتقديم التسهيلات اللازمة لعملية البيع. وهي تتكون من ثلاثة فروع:

- قسم الفواتير: يقوم بإستلام الطلبات من الزبائن وتحرير الفواتير.
- قسم الموظفون والعمال: وهذا القسم مسؤول عن شؤون العمال ومتابعة مساهم المهني، كما يتكفل بتنظيم وتوزيع الموارد البشرية بالطريقة التي تتماشى ومتطلبات العمل، وعلى حسب الكفاءات والمهارات المهنية من أجل الوصول إلى الطريقة المثلى لتكريس جهود العمال.
- قسم التموين: وهو المسؤول عن الإمدادات بالمواد الأولية، والآلات اللازمة للإنتاج.

7. وحدة الإنتاج:

تصنف كأهم مصلحة على مستوى المؤسسة فهي الضامن الوحيد لبقاء المؤسسة ومواجهة المنافسة ،
وتتضم ثلاثة فروع وهي:

- فرع الإنتاج: المسؤول عن العمليات الإنتاجية (تحويل المدخلات إلى مخرجات).

- فرع الصيانة: هو المسؤول عن صيانة وإصلاح آلات الإنتاج والمراقبة عليها.

- المخبر: حيث يتم فيه الكشف إذ ما كانت المنتجات مطابقة للمواصفات والقياسات الموضوعية.

ومن المهام التي تسهر عليها وحدة الإنتاج ما يلي:

. السهر على تحقيق الأهداف الموضوعية من طرف إدارة المؤسسة.

. تحديد كل المتطلبات الجديدة من المواد الأولية.

. ضمان السير الحسن للإنتاج.

. السهر على أن يكون المنتج في أحسن نوعية وموافقة للنظم المطلوبة منه.

. إحترام برنامج الإنتاج الخاص بالمؤسسة وإعداد التقديرات عن النشاطات التي تشرف عليها.

. صيانة وسائل الإنتاج وذلك بإنجاز برامج سنوية، وإحترام معايير الأمن داخل الوحدات الإنتاجية.

وفيما يلي نموذج تمثيلي للهيكل التنظيمي الخاص بمؤسسة "القولية".

المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي للمؤسسة

شكل: الهيكل التنظيمي العام لمؤسسة القولية



المصدر: وثائق من المؤسسة

المطلب الثالث: تحليل مجال نشاط المؤسسة

إن مؤسسة القولية للمشروبات الغازية والمياه المعدنية تتنافس معتمدة على تشكيلة من المنتجات، وهي تقوم بعرضها في السوق المحلي حيث تكسبها حصة سوقية ما بين 25% إلى 30% من إجمالي المنتجات بالنسبة للمياه المعدنية أما الحصة السوقية للمشروبات الغازية فهي تمثل حوالي 49%.

أولاً: تشكيلة المنتجات:

تنقسم كل من منتجات المياه المعدنية والمشروبات الغازية إلى عدة أصناف حسب الأحجام والجدول

الموالي يبين ذلك:

الجدول رقم (3): تشكيلة منتجات مؤسسة المشروبات الغازية والمياه المعدنية "EL-goléa"

المنتجات	الأحجام
----------	---------

المياه المعدنية	5 لتر 1.5 لتر 0.5 لتر 0.33 لتر
المشروبات الغازية	1.5 لتر 0.33 لتر
العصائر المختلفة الأذواق	1.5 لتر 0.33 لتر

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على الأسئلة المباشرة.

ثانيا: الطاقة الإنتاجية للمؤسسة:

بفضل مجموعة التحسينات التي قامت بها المؤسسة ولا زالت تقوم بها فإن الطاقة الإنتاجية دوما في

تطور وتحسن مستمر.

1. في أواخر سنة 1998 كانت الطاقة الإنتاجية المتوسطة تبلغ حوالي 2400 قارورة في الساعة بواسطة

الآلات المختصة في صنع قارورات ذات الحجم 0.5 لتر.

2. في أكتوبر 1999 أصبحت القدرة الإنتاجية للمؤسسة 7200 قارورة في الساعة بسعة 1.5 لتر،

حيث تم إنشاء وحدة جديدة للإنتاج بغرض زيادة الإنتاج وتحقيق ربحية أعلى.

3. في سنة 2001 ولغرض سياسة تنويع المنتجات تم إنشاء وحدة إنتاج المشروبات الغازية والعصائر في

قارورات ذات سعة 1.5 لتر و0.33 لتر بطاقة إنتاجية تصل إلى 6000 قارورة في الساعة ليتطور الإنتاج

بعد ذلك ويضاف إليه إنتاج قارورات بسعة 1 لتر وبطاقة إنتاجية بلغت 4800 قارورة في الساعة.

4. في سبتمبر 2004 تم إقتناء آلات جديدة لإنتاج قارورات بسعة 1.5 لتر بلغت طاقتها الإنتاجية

21300 قارورة في الساعة.

بالإضافة إلى ذلك كله تم إقتناء آلات جديدة لإنتاج قارورات بسعة 5 لتر ووصلت قدرتها الإنتاجية إلى

16000 قارورة في الساعة.

أما أحدث آلة تم إقتناؤها سنة 2012 وذلك من أجل إدخال وترويج منتجات جديدة في السوق

الوطنية للمشروبات الغازية والمياه المعدنية ، حيث قامت المؤسسة بإنشاء وحدة جديدة للإنتاج كلفتها

14000000 دج تقوم بإنتاج العصائر بمختلف الأذواق بسعة (1 لتر، 0.33 لتر) بطاقتها الإنتاجية

12000 و 32000 علبة في الساعة على الترتيب.

ومن هنا عملت المؤسسة على توسيع مجال نشاطها من أجل مواكبة المنافسة وتلبية إحتياجات العملاء.

والمؤسسة لا زالت تعمل جاهدة لتنويع منتجاتها وذلك بالتخطيط لإنتاج منتجات بالأحجام التالية:

علب العصير بسعة 1.5 لتر و 20 سل.

والجدول التالي يبين أهم المناطق التي توزع إليها منتجات المؤسسة.

الجدول رقم (4) نسب توزيع المنتجات لأهم المناطق

المجموع %	آخرون	تجار الجملة	الفنادق	مؤسسات أجنبية	مؤسسات وطنية	مؤسسات خاصة وعمومية	
72.32	2.34	0.26	0.35	53.60	1.47	14.30	ورقلة
1.88	1.88	إليزي
0.22	.	.	0.22	.	.	.	أدرار
0.96	0.86	.	0.10	.	.	.	تمراست
0.43	.	0.43	بسكرة
1.04	1.04	.	الجزائر

0.17	0.17	.	تيزي وزو
0.19	0.19	.	سطيف
0.64	.	0.25	0.39	.	.	.	غرداية (المنبوعة)
1.55	1.55	سكيكدة
0.69	0.17	.	.	.	0.52	.	وهران
%80	3.37	0.94	1.06	53.60	3.39	17.73	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على الأسئلة المباشرة.

نلاحظ من الجدول أن 76% من الإنتاج الإجمالي يتم توزيعه في المناطق الجنوبية وخاصة العملاء

المتواجدين على مستوى ولاية ورقلة حيث أنها تستهلك نسبة 72% من الإنتاج الإجمالي أما الباقي فيوزع

على مختلف المناطق مثل (الجزائر، وهران، سكيكدة، تمنراست، بسكرة...).

المبحث الثاني: تحليل الفرضيات المطروحة

المطلب الأول: إختبار نموذج الدراسة/ الصدق والثبات

صدق الأداة: عرضت الإستبانة على عدد من المحكمين للوصول إلى الصدق الظاهري.

ثبات الأداة: تم إختيار ثبات النموذج باستخراج معامل (كرومباخ-ألفا) لمتغيرات نموذج الدراسة المختلفة،

وبيين الجدول () نتائج التحليلات الإحصائية لاختبار (كرونباخ-ألفا) لمتغيرات نموذج الدراسة التي تم

الموصل إليها.

الجدول () نتائج إختبار (كرونباخ-ألفا) لمتغيرات نموذج الدراسة.

إسم المجال	عدد الفقرات	قيمة ألفا
المتغير المستقل: نظم المعلومات البحث والتطوير	18	0.9589
الإبداع على المستوى الفردي	4	0.7768
الإبداع على مستوى الجماعات	4	0.7196
الإبداع على مستوى المنظمة	4	0.6082
المتغير التابع: مستويات الإبداع	12	0.8644

المصدر: من إعداد الطالبة إعتامدا على نتائج التحليل الإحصائي (SPSS)

يتبين من الجدول () أن معامل الثبات للنموذج في إختبار (كرونباخ-ألفا) في فقرات المتغير المستقل

نظام المعلومات البحث والتطوير (0.9589)، وفي فقرات المتغير التابع مستويات الإبداع مجتمعة

(0.8644)، أما الإبداع على المستوى الفردي فقد بلغ (0.7768)، وقد بلغ الإبداع على مستوى

المنظمة (0.6082)، ومما سبق نلاحظ أن الفقرات جميعها قد حصلت على قيم أعلى من (0.60) وهو

الحد الأدنى المتفق عليه للإعتمادية، لذلك نستطيع القول: إن فقرات نموذج الدراسة جميعها تمتلك قيمة جيدة للثبات ومقبولة لأغراض التحليل الإحصائي.

الأساليب الإحصائية المستخدمة:

استخدم برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الإجتماعية (Statistical Package for Sosial)

(Sciences-SPSS) إذ تم إعتداد التكرارات والنسب المئوية لإجابات الباحثين في الخصائص

التعريفية، كما استخدم داء الإحصاء الإستدلالي لإختبار الفرضية الرئيسية بفروعها المختلفة، وقد استخدم

أسلوب تحليل الإنحدار للوصول إلى أثر نظام المعلومات البحث والتطوير في مستويات الإبداع المختلفة.

الخصائص التعريفية للأفراد عينة الدراسة:

حددت مجموعة من المتغيرات التعريفية لتعرف الخصائص المختلفة لعينة الدراسة، وقد قيست هذه

المتغيرات من خلال أسئلة المعلومات العامة الواردة في أسئلة الإستبيان.

وبيين الجدول () الخصائص التعريفية لعينة الدراسة (ن=21)

المتغيرات	الفئات	التكرار	النسبة المئوية
العمر	أقل من 30 سنة	13	61.90
	من 30 إلى 40 سنة	6	28.57
	من 40 إلى 50 سنة	1	4.76
	50 سنة فأكثر	1	4.76
المؤهل الدراسي	الثانوية العامة	6	28.57
	خريج معهد	2	9.52
	الليسانس	11	52.38
	مهندس	2	9.52

76.19	16	أقل من 5 سنوات	مدة الخدمة
19.04	4	من 5 إلى 10 سنوات	
4.76	1	أكثر من 10 سنوات	
%100	21	المجموع	

المطلب الثاني: مناقشة فرضيات الدراسة

الفرضية الفرعية الأولى: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لنظام المعلومات البحث والتطوير في الإبداع على المستوى الفردي.

يتبين من الجداول التالية نتائج تحليل الإنحدار (ANOVA)، وتحليل معاملات الإنحدار

(Coefficient) اللازمة لاختبار الفرضية الفرعية الأولى.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.827 ^a	.684	.681	.35656

a. Predictors: (Constant), نظم المعلومات البحث والتطوير

ANOVA^b

Sum of				

Model	Squares	df	Mean Square	F	Sig
1 Regression	28.042	1	28.042	220.566	.000 ^a
Residual	12.968	20	.127		
Total	41.010	21			

a. Predictors: (Constant), نظام المعلومات البحث والتطوير

b. Dependent Variable: الإبداع على المستوى الفردي

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.696	.222	.827	3.134	.002
نظام المعلومات البحث والتطوير	.829	.056		14.851	.000

a. Dependent Variable: الإبداع على المستوى الفردي

يتبين من نتائج تحليل الإنحدار أن نظام المعلومات البحث والتطوير قد أثر في الإبداع على المستوى الفردي، إذ يتبين أن نظام المعلومات البحث والتطوير يؤثر بشكل مباشر ($\beta=0.827$ ، $P \leq 0.01$) في الإبداع على المستوى الفردي، كما تبين أن معامل التحديد ($R^2=0.684$) وهذا يعني أن نظام المعلومات البحث والتطوير قد فسر (68.4%) من التباين في الإبداع على المستوى الفردي، كما يلاحظ من تباين تحليل الإنحدار أن قيمة الاختبار الإحصائي ($F=220.566$) وهي ذات دلالة إحصائية عند مستوى

معنوية ($P \leq 0.01$)، إن ما سبق تحليل يستدعي قبول الفرضية الأولى القائلة: "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($P \leq 0.01$) لنظام المعلومات البحث والتطوير في الإبداع على المستوى الفردي".

الفرضية الفرعية الثانية: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لنظام المعلومات البحث والتطوير في الإبداع على مستوى الجماعات.

تبين من الجداول التالية نتائج تحليل الإنحدار (ANOVA)، وتحليل معاملات الإنحدار (Coefficient) اللازمة لإختبار الفرضية الفرعية الثانية.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std.Error of the Estimate
1	.809 ^a	.654	.651	.34237

a. Predictors: (Constant), نظم المعلومات البحث والتطوير

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
1 Regression	22.630	1	22.630	193.061	.000 ^a
Residual	11.956	20	.117		
Total	34.587	21			

a. Predictors: (Constant), نظم المعلومات البحث والتطوير

b. Dependent Variable: الإبداع على المستوى الجماعات

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.931	.213	.809	4.366	.002
نظام المعلومات البحث والتطوير	.745	.054		13.895	.000

a. Dependent Variable: الإبداع على المستوى الجماعات

يتبين من نتائج تحليل الانحدار أن نظام المعلومات البحث والتطوير قد أثر في الإبداع على المستوى الجماعات، إذ يتبين أن نظام المعلومات البحث والتطوير يؤثر بشكل مباشر ($\beta=0.809$, $P \leq 0.01$) في الإبداع على المستوى الجماعات، كما تبين أن معامل التحديد ($R^2=0.651$) وهذا يعني أن نظام المعلومات البحث والتطوير قد فسر (65.1%) من التباين في الإبداع على المستوى الجماعات ، كما يلاحظ من تباين تحليل الانحدار أن قيمة الاختبار الإحصائي ($F=193.061$) وهي ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($P \leq 0.01$)، إن ما سبق من تحليل يستدعي قبول الفرضية الثانية القائلة: "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($P \leq 0.05$) لنظام المعلومات البحث والتطوير في الإبداع على المستوى الجماعات".

الفرضية الفرعية الثالثة: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لنظام المعلومات البحث والتطوير في الإبداع على مستوى المنظمة.

تبين من الجداول التالية نتائج تحليل الانحدار (ANOVA)، وتحليل معاملات الانحدار

(Coefficient) اللازمة لإختبار الفرضية الفرعية الثالثة.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.740 ^a	.548	.543	34488.

a. Predictors: (Constant), نظم المعلومات البحث والتطوير

ANOVA^b

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	14.702	1	14.702	123.605	.000 ^a
	Residual	12.132	20	.119		
	Total	26.834	21			

a. Predictors: (Constant), نظام المعلومات البحث والتطوير

b. Dependent Variable: الإبداع على المستوى المنظمة

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.339	.215		6.238	.000
	نظام المعلومات البحث والتطوير	.601	.054	.740	11.118	.000

a. Dependent Variable: الإبداع على المستوى المنظمة

يتبين من نتائج تحليل الانحدار أن نظام المعلومات البحث والتطوير قد أثر في الإبداع على المستوى

المنظمة، إذ يتبين أن نظام المعلومات البحث والتطوير يؤثر بشكل مباشر ($\beta=0.740$, $P \leq 0.01$) في

الإبداع على مستوى المنظمة، كما تبين أن معامل التحديد ($R^2=0.543$) وهذا يعني أن نظام

المعلومات البحث والتطوير قد فسر (54.3%) من التباين في الإبداع على المستوى المنظمة ، كما يلاحظ من تباين تحليل الإنحدار أن قيمة الاختبار الإحصائي ($F=123.605$) وهي ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($P \leq 0.01$)، إن ما سبق من تحليل يستدعي قبول الفرضية الفرعية البديلة الثالثة القائلة: "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($P \leq 0.05$) لنظام المعلومات البحث والتطوير في الإبداع على المستوى المنظمة".

واعتمادا على ما سبق من تحليل يتبين أن نظام المعلومات البحث والتطوير يؤثر في مستويات الإبداع جميعها في مؤسسة المياه المعدنية والمشروبات الغازية، إذ تبين أنه يؤثر بشكل مباشر ($P \leq 0.01$)، $\beta=0.827$ في الإبداع على المستوى الفردي، وقد فسر (68.4%) من التباين في الإبداع على المستوى الفردي، وتبين أنه يؤثر بشكل مباشر ($P \leq 0.01$ ، $\beta=0.809$) في الإبداع على المستوى الجماعات، وقد فسر (65.1%) من التباين في الإبداع على المستوى الجماعات ، كما تبين أيضا أنه يؤثر بشكل مباشر ($P \leq 0.01$ ، $\beta=0.740$) في الإبداع على المستوى المنظمة وقد فسر (54.3%) من التباين في الإبداع على المستوى المنظمة ، وعليه فإننا نقبل الفرضية البديلة الرئيسية القائلة "يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($P \leq 0.01$) لنظام المعلومات البحث والتطوير في مستويات الإبداع في مؤسسة المياه المعدنية والمشروبات الغازية بالمنية".

المطلب الثالث: الإستنتاجات والتوصيات

الإستنتاجات:

- 1- تبين من نتائج الدراسة أن نظام المعلومات البحث والتطوير قد فسّر (68.4%) من التباين في الإبداع على المستوى الفردي، إذ يتبين أن نظام المعلومات البحث والتطوير يؤثر بشكل مباشر ($P \leq 0.01$, $\beta=0.827$) في الإبداع على المستوى الفردي.
- 2- تبين من نتائج الدراسة أن نظام المعلومات البحث والتطوير قد فسّر (65.1%) من التباين في الإبداع على المستوى الجماعات، إذ يتبين أن نظام المعلومات البحث والتطوير يؤثر بشكل مباشر ($P \leq 0.01$, $\beta=0.809$) في الإبداع على المستوى الجماعات.
- 3 - تبين من نتائج الدراسة أن نظام المعلومات البحث والتطوير قد فسّر (54.3%) من التباين في الإبداع على المستوى المنظمة، إذ يتبين أن نظام المعلومات البحث والتطوير يؤثر بشكل مباشر ($P \leq 0.01$, $\beta=0.740$) في الإبداع على المستوى المنظمة.
- 4- تبين أن نظام المعلومات البحث والتطوير تؤثر في مستويات الإبداع جميعها في مؤسسة المياه المعدنية والمشروبات الغازية بالمنطقة، إذ فسّرت (68.4%) من التباين في الإبداع على المستوى الفردي، وفسّرت (65.1%) من التباين في الإبداع على المستوى الجماعات، كما فسّرت (54.3%) من التباين في الإبداع على المستوى المنظمة.

التوصيات:

- 1- تقديم الحوافز المادية والمعنوية للعاملين في مؤسسة المياه المعدنية والمشروبات الغازية لتشجيع العاملين على الإبداع في العمل، مع ضرورة تبني إستراتيجيات لرعاية المبدعين.

- 2- ترسيخ القناعة لدى الإدارة العليا في مؤسسة المياه المعدنية والمشروبات الغازية بضرورة الإهتمام بالنظم التي تحقق الإبداع على مستوى المنظمة ولاسيما الإستراتيجية منها، والعمل على تحقيق التكامل بين الإبداع على المستوى الفردي والإبداع على مستوى الجماعات لضمان الوصول إلى الإبداع على مستوى المنظمة.
- 3- العمل على توفير موارد النظم المختلفة لزيادة كفاءة نظام المعلومات البحث والتطوير وفعاليته.
- 4- العمل على جعل الإبداع عملية متكاملة ومستمرة ومتجددة تحقق التكامل بين الإبداع الفردي والإبداع على مستوى الجماعات والإبداع على مستوى المنظمة، لإضافة كل ما هو جديد في البيئة العملية.
- 5- تقوية الإتصالات بين المسؤولين والعاملين للعمل على إيصال أفكار العمال وإقتراحاتهم مما يتيح لهم فرصة تقديم المبادرات الإبداعية في إطار عملهم.
- 6- وضع سياسة عمل داخل المؤسسة لإختيار الأفكار الجديدة والعمل على تطويرها.
- 7- مشاركة العمال في حلول المشاكل العالقة من أجل تفجير القدرات الإبداعية لدى العامل.

خلاصة:

من خلال الدراسة الميدانية لمؤسسة "القولية" للمشروبات الغازية والمياه المعدنية يمكن القول بأن المؤسسة إستطاعت من خلال عمليات البحث والتطوير من تحقيق مستوى جيد من رضا المستهلكين مما أدى إلى ولاء بعضهم لمنتجاتها كما تمكنت من رفع ربحيتها وتخفيض التكاليف، خاصة تكاليف الإنتاج المعيب، ومن

خلال تحليل تنافسية المؤسسة بصفة عامة وجودة منتجاتها بصفة خاصة تبين أن المؤسسة تمتلك قدرات ومزايا جيدة تمكنها من التوسع في الأسواق المحلية والوطنية وما ينقصها إلا إعادة هيكلة هذه القدرات من خلال عمليات الإبداع بشكل يزيد من فرص نجاحها ويعطي لها مزايا قوية للمنافسة في سوق المشروبات الغازية والمياه المعدنية.

قائمة الجداول

فهرس الجداول:

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
25	المراحل التي تمر بها المؤسسة حتى تصل إلى مرحلة الترابط	01
64	مقارنة بين نظام المعلومات البحث والتطوير على المستويين الكلي والجزئي	02
80	الهيكل التنظيمي العام لمؤسسة القولية	03

قائمة الأشكال

فهرس الأشكال:

رقم الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
د	نموذج الدراسة	01
36	التنظيم الوظيفي	02
37	التنظيم حسب مشاريع البحث والتطوير	03
37	التنظيم المصنوعي لنشاطات البحث والتطوير	04
54	الأنواع المختلفة لنظم المعلومات	05
57	نظام المعلومات البحث والتطوير	06
59	منظومة الابتكار والتجديد والإختراع	07

الفتمة

الخاتمة:

في ظل التغيرات والتطورات الجديدة واللامتناهية وفي فترة تشهد تغيير تكنولوجي متسارع ومنافسة حادة بين المؤسسات الاقتصادية، ينبغي على المؤسسات إذا أرادت أن تفرض نفسها وتحافظ على دوامها وتغزو أكبر حصة من الأسواق، أن تهتم بوظيفة البحث والتطوير داخل المؤسسة لكل ماله علاقة بالإبداع التكنولوجي سواء عن طريق إنتاج منتج جديد أو تحسينه أو عن طريق تغيير أساليب الإنتاج.

كما يجب عليها أن تحسن إختيار نوع التكنولوجيا التي تلائمها ، وهذا الكلام لا يقتصر على المؤسسات فقط، بل الدول أيضا إذا أرادت تحقيق التنمية المستدامة، عليها الإهتمام بالميدان التكنولوجي والإستثمار فيه وذلك من خلال إعتمادها على سياسات من شأنها أن تدفع بعجلة التنمية الإقتصادية، كبناء مراكز البحث التطبيقي وتوفير الحماية القانونية وتمويل مشاريع البحث والتطوير.

ومن خلال التوضيحات التي قمت بها في مذكرتي هذه والتي أرجوا أن تفيد كل قارئ يطمح للإستكشاف والمعرفة تبين لي أن أي مؤسسة حتى تحقق أهدافها وتضمن إستمراريتها وتحسن علاقتها مع المؤسسات الأخرى يجب أن تدخل سلسلة مترابطة وذلك من خلال نظام المعلومات الجيد.

ويعد نظام المعلومات البحث والتطوير موردا مهما للمؤسسة والمحرك الأساسي لها، فمن خلاله يمكن معرفة إتخاذ القرارات الرشيدة والتنبؤ بما سيجري مستقبلا، ومن خلال هذه الدراسة حاولت دراسة مدى تأثير نظام المعلومات البحث والتطوير في مستويات الإبداع داخل المؤسسة، وذلك في ظل التحولات المستمرة التي تفرض على المؤسسات التجديد المستمر في أساليب وأنظمة تسيير مواردها المادية والبشرية لمواجهة المنافسة.

وهذا التحول فرض الحاجة للحصول على المعلومة كمورد إستراتيجي يؤدي ويساعد على عملية

الإبداع، لأن من يملك معلومات أكثر وأدق هو الأقوى والقادر على الإبداع.

الملاحق

جامعة قاصدي مرباح ورقلة

كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم علوم التسيير

تخصص إدارة أعمال

إستمارة إستبيان عن تأثير نظام
معلومات البحث و التطوير
في مستويات الإبداع في المؤسسة

إنطلاقا من تيقننا بخبرتكم العلمية والعملية ورغبتنا في مشاركتكم في إنجاز بحثنا "أثر نظام
معلومات البحث والتطوير في مستويات الإبداع داخل المؤسسة" نرجوا إجابتكم حول الإستبيان من
خلال بيان مدى إتفاقم من عدمه مع منطق كل فقرة وعلى مقياس ليكرت الخماسي. تملؤنا الثقة بدقة
إجابتكم شاكرين تعاونكم .

أولاً: المعلومات العامة

السن : سنة

المستوى العلمي والشهادات: مستوى ثانوي خريج معهد تكوين خريج جامعة

الشهادة المتحصل عليها: التخصص:

الأقدمية في العمل: سنة

الأجر الذي تتقاضاه: أقل من 25 ألف دج من 25 إلى 30 ألف دج أكثر من 30 ألف دج

الفقرات	أتفق تماما	أتفق بين بين	لا أتفق إطلاقا
ثانيا			
قياس نظام المعلومات البحث والتطوير			
أعتمد على نظام المعلومات في إنجاز عملي			
أعتمد على البحث والتطوير في تصميم المنتجات الجديدة			
لدي رغبة في عملية البحث والتطوير في مجال عملي			
أعتمد على نظام المعلومات لإيجاد الحلول العالقة في العمل			
أعتمد على البحث والتطوير في تحسين المنتجات			
أعتمد على الشركة في عملية البحث و التطوير			
نجاح نظام معلومات البحث والتطوير يرجع إلى البساطة والوضوح			
يمكنك إستخدام نظام المعلومات بكل سهولة			
تعتمد على الدقة في إستخدام نظام معلومات البحث والتطوير			
ترجع إلى نظام المعلومات على تحليل المشاكل			

				لا تعتمد على نظام المعلومات نظرا لتعقيده وتشعبه
				تفضل عدم استخدام النظام في حل المشاكل
				وجود عملية البحث والتطوير داخل الشركة تزيد من فعالية الإدارة
				يؤثر وجود نظام معلومات البحث والتطوير على ربحية المنشأة
				وجود نظام المعلومات داخل المؤسسة غير كاف ولا يتصف بفاعلية أفضل
				عند حدوث مشكل في العمل تفضل التعاقد مع مبرمج خارجي لتصميم النظام
				التكلفة المرتفعة تنقص من فاعلية نظام معلومات البحث والتطوير في الشركة
				ترغب الشركة في الحصول على تكنولوجيا متطورة
				قياس مستويات الإبداع
				ثالثا
				متغير الفرد
				توجد لدي ثقة كبيرة في نفسي نتيجة لموضوعية وجراءة حكمي وتقديري للأمور
				أمتلك القدرة على حلول للمشكلات المعقدة
				لدي الرغبة في تصميم عمليات جديدة وتحسينها
				أمتلك القدرة على التجربة والخوض في مجالات جديدة غير مألوفاً من قبل الآخرين
				متغير الجماعات
				أفضل العمل الجماعي
				روح الجماعة تحفزني وتزيد في دمي
				دعم الجماعة يشعرني بالمسؤولية إتجاه مهام في العمل
				العمل الجماعي يساهم في تنويع مهاراتي الإبداعية
				متغير المنظمة
				يتطلب إبداع الأفكار الجديدة إلى تغيير إستراتيجية شركتك ومجال عملها التقليدي
				هناك سياسة عمل في شركتك لإختيار الأفكار الجديدة
				وجود اتصال بين المسؤولين والعاملين في العمل لإيصال أفكارك ومقترحاتك
				يتم مكافئة السلوك الإبداعي وتحفيزه ماديا ومعنويا

المسرح

المصادر:

القرءان الكريم: سورة البقرة الآية (117)، سورة الأحقاف الآية (9).

المراجع:

أ- الكتب:

01- محمد سعيد أوكيل إقتصاد وتسيير الإبداع التكنولوجي، ديوان المطبوعات الجامعية، معهد العلوم الإقتصادية، جامعة الجزائر، 06-1994.

02- هوشيار معروف، تحليل الإقتصاد التكنولوجي، جامعة البلقاء التطبيقية، الأردن الطبعة الثانية، 2006.

03- محمد سعيد أوكيل ، وظائف ونشاطات المؤسسة الصناعية ، ديوان المطبوعات الجامعية ، جامعة الجزائر ، 1992.

04- كمال الدين مصطفى الدهراوي، نظم المعلومات المحاسبية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2000.

05- محمد علي شهيب ، نظم المعلومات لأغراض الإدارة في المنشآت الصناعية والخدماتية ، دار الفكر العربي ، مصر، 1981.

06- علاء عبد الرزاق السالمي، نظم إدارة المعلومات، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، 2003.

07- معالي فهمي حيدر، نظم المعلومات مدخل لتحقيق الميزة التنافسية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2002.

08- محمد الصريفي، نظم المعلومات الإدارية، مؤسسة حورس الدولية، الإسكندرية، الطبعة الأولى، 2007.

المراجع

09- بول جامبل، جون بلاكويل، إدارة المعلومات، دار الفاروق، القاهرة.

ب- الرسائل:

- 01- عماد أحمد إسماعيل ، خصائص نظم المعلومات وأثرها في تحديد خيار المنافسة الإستراتيجي في الإدارتين العليا والوسطى مذكرة لنيل شهادة الماجستير، الجامعة الإسلامية، غزة، 2011.
- 02- إيمان بلبولة ، المؤثرات البيئية على الإبداع التكنولوجي ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير ، جامعة البليدة ، 2006.
- 03- محمد عجيلة، الإبداع في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية ، دراسة لصفات ومعوقات ومحفزات الإبداع ، مذكرة ماجستير، البليدة، 2005.
- 04- دويس محمد الطيب، براءة الإختراع مؤشر لقياس تنافسية المؤسسات والدول حالة الجزائر، مذكرة ماجستير، ورقلة، 2005.
- 05- عمار بوشناق، الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية، مذكرة ماجستير، الجزائر، 2002.
- 06- نذير نصر الدين، الإبداع التكنولوجي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ، مذكرة ماجستير، جامعة البليدة، 2001.
- 07- سعاد خنوس ، فاطمة سافو، الإبداع التكنولوجي كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية ، مذكرة ليسانس، جامعة، ورقلة، 2007.
- 08- أنجودة شحادة بلواني، دور الإدارة المدرسية في تنمية الإبداع في المدارس الحكومية في محافظة شمال فلسطين ومعيقاتها من وجهة نظر مديريها، جامعة النجاح فلسطين، 2008.

ج- الملتقيات والمجلات:

01- طالب قويدر، بوطيبة فيصل، مداخلة بعنوان الإندماج في إقتصاد المعرفة ، الفرص والتحديات، ورقة بحث ضمن الملتقى الدولي حول التنمية البشرية وفرص الإندماج في إقتصاد المعرفة والكفاءات ، جامعة ورقلة 09 مارس 2004.

02- قويدري محمد، دوافع أنشطة البحث والتطوير في الدول المغاربية ، ورقة بحث ضمن الملتقى الدولي حول التنمية البشرية وفرص الإندماج في إقتصاد المعرفة والكفاءات البشرية، جامعة ورقلة، 10/09 مارس 2004.

03- شيخي محمد، تمجدين نور الدين، عرابة الحاج، الخيارات الإستراتيجية لتفعيل دور البحث والتطوير، ملتقى بعنوان الإقتصاد والسياسات الصناعية، جامعة بسكرة، 03/02 ديسمبر 2008.

04- عزاوي عمر، عجيلة محمد، الإبداع كأسلوب لتحقيق الميزة التنافسية ، ورقة بحث ضمن المؤتمر الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، 09/08 مارس 2005.

05- عجيلة محمد، بن نوي مصطفى، دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق الميزة التنافسية ، أفكار ومناهج، ورقة بحث ضمن الملتقى الدولي حول الإبداع والتغيير التنظيمي في المنظمات الحديثة ، البلدة، يومي 13/12 ماي 2010.

06- فايز النجار، نازم ملكاوي، مجلة جامعة دمشق للعلوم الإقتصادية والقانونية ، مجلد 26، العدد الثاني، 2010.

07- بورنان إبراهيم، بورنان مصطفى، نشاطات الإبداع في منظمات الأعمال ، مجلة الدراسات، العدد 12، جامعة الأغواط، 2009.

المراجع

- 08- الداوي الشيخ، الإبداع كمدخل لتحقيق تنافسية المؤسسة ، مجلة الإقتصاد والتسيير والتجارة ، العدد 17،
جامعة الجزائر 03، 2008.