

## تقديم البحث:

يشهد العالم اليوم تحولات متسارعة وتطورات متداخلة تعود أساسا إلى عملية مركبة لها أبعادها ومظاهرها الاقتصادية والإعلامية و التكنولوجية والاجتماعية والثقافية و السياسية، وهي ما يطلق عليه بالعملة، التي تتحكم في مجرياتها الدول الصناعية المتقدمة وخاصة أمريكا وما يرتبط بها من كيانات اقتصادية وإعلامية.

ولقد فرضت هذه الظاهرة مجموعة من المتغيرات العاتية اقتلعت أسس النظام العالمي القديم وبدأت في ترسيخ كيان جديد، سمته التغيير المستمر في كل مجالات الحياة، وبذلك اختلفت ملامح وآليات ومعايير هذا العصر عن سابقه، مما يفرض على كل من يعاصره ضرورة الأخذ بالمفاهيم والآليات الجديدة والمتجددة.

ولعل من أهم ملامح وأثار هذه التحولات، المشروعات المتزايدة لتطبيق ميكانيزمات اقتصاديات السوق في معظم دول العالم، المشروعات المتزايدة لتكوين تجمعات اقتصادية إقليمية، الطفرات التكنولوجية في مختلف المجالات والسيطرة المتزايدة لتكنولوجيا المعلومات والاتصال، اشتداد المنافسة العالمية والاعتماد على البحث والتطوير كأساس لخلق الميزات التنافسية للمؤسسات الاقتصادية، حيث سيرتكز موضوع المذكرة على أحد أهم الجوانب التي من شأنها أن تساهم في بقاء المؤسسة أكبر وقت ممكن، فسيتناول الموضوع إبراز الدور الذي يلعبه الإبداع في إعطاء المؤسسة ميزة للحصول على رضا الزبون وضمان ولاءه لها، حيث نجد أن العديد من الشركات مازالت لا تهتم بالعميل، بل تتبع الطريقة التقليدية :اصنع المنتجات و انشرها في السوق ثم حاول إقناع الزبون بفائدة المنتج .

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

تنافسية، و يعتبر نموذج كانو Kano لتطوير المنتج و رضا العميل من أهم النماذج المقترحة في هذا السياق و التي توصلنا إلى فهم حاجات الزبون و تصنيف المنتجات وفقا لمتطلباته ، كما يتميز هذا النموذج بسهولة تطبيقه و التعامل به.

## 1- الاشكالية و الفرضيات:

ينبغي علينا ونحن كجزء من المنظومة العالمية أن نتأقلم ونستوعب ونمارس هذه التحولات الكبيرة التي تحدث من حولنا فما كان يمارس من النظم والمبادئ الإدارية بالأمس لم يعد الأكفأ أو الأصح ولا يتلاءم مع معطيات العصر، وبالتالي يجب على المؤسسات الجزائرية أن تبادر فوراً بإعادة النظر في جميع المفاهيم والأساليب الإدارية التي تمارسها، وهذا يتطلب الحرص على تطبيق وممارسة جميع الأساليب الابداعية الحديثة في جميع مؤسساتنا وشركاتنا و هيئاتنا، بحيث يكون الهدف الرئيس هو الوصول إلى معدلات عالية من الإنتاج والأداء حتى نستطيع تقديم الخدمة المطلوبة بالجودة العالية وبالسعر المنافس والسرعة المناسبة من أجل إرضاء العميل والاستمرار والبقاء في سوق مفتوحة معولة. وعلى هذا الأساس تتمثل اشكالية بحثنا في التساؤل الرئيسي التالي:

**كيف يمكن تحويل إبداعات الأفراد و المجموعات إلى ميزات تنافسية عبر المرور بإرضاء العميل؟**

ويندرج تحت هذه الاشكالية الأسئلة الفرعية التالية:

1. ما هي أهم محددات الإبداع في المؤسسة الاقتصادية

2. كيف يمكن استثمار الإبداع في المؤسسة

3. ما هي محددات استثمار الإبداع لخلق ميزات تنافسية

و للإجابة عن هذه الإشكالية تم الاستناد إلى الفرضية الرئيسية التالية:

**الفرضية الرئيسية :** يمكن للمؤسسة الجزائرية أن تخلق ابداعا ناجحا يحقق لها ميزة تنافسية يلي رغبات الزبون و يستجيب لتوقعاته.  
ويندرج تحت هذه الفرضية فرضيتين مفادهما:

### الفرضية الأولى:

لا يرضى الزبون بالمنتجات الجاذبة في مؤسسة حمام ربي .

### الفرضية الثانية :

لا يوجد فروق إحصائية بين المنتجات الجاذبة و متغير الجنس.

### 2- أسباب اختيار الموضوع:

إن الدوافع التي أدت بنا إلى معالجة هذا الموضوع دون غيره نحملها فيما يلي:

1. شعورنا بقيمة وأهمية هذا الموضوع في ظل هذه التحولات المتسارعة.
2. أهمية و التجدد المستمر في موضوع الإبداع.
3. نقص الدراسات والبحوث التي تناولت موضوع الإبداع من خلال محاولة تجربة وضع نموذج و محاولة تطبيقه داخل مؤسسة الجزائرية.

4- محاولة إبراز أهمية الإبداع و إعطاء طريقة صحيحة كوسيلة لتبني في المؤسسات الجزائرية.

### 3- أهمية الموضوع:

تبرز أهمية هذا الموضوع في كونه يتناول موضوع حديث لم تتحدد معالمه بعد بصورة نهائية، ولقد اعتبرته الكثير من المؤسسات الاقتصادية آلية ناجعة للتوسع والنمو والحفاظ على مكانتها في ظل تزايد حدة المنافسة.

كما تتجلى أهمية هذا البحث في تركيزه على تطبيق أحد النماذج التي من شأنها تحفيز مسؤولي المؤسسة في تبني الإبداع كأداة فعالة و ذات عوائد مهمة للمؤسسة، وهو الهدف الأسمى لأي مؤسسة.

#### 4- أهداف البحث:

تهدف من خلال هذا البحث إلى:

1. محاولة التعرف على ماهية الإبداع طبيعته، أشكاله، عوائده.
2. إبراز أهمية الإبداع بالنسبة للمؤسسة الاقتصادية خاصة الجزائرية .
3. استعمال أحد النماذج المقترحة و المتمثلة في نموذج كانو لرضا العميل و محاولة تطبيقه في مؤسسة الجزائرية .

#### 5-المنهج المستخدم :

سوف نعتمد في الجزء النظري من هذا البحث على المسح المكتبي لمجموعة من الكتب باللغة العربية و الفرنسية و الانجليزية و المجالات التي تناولت موضوع الإبداع بصفة عامة و الإبداع داخل المؤسسة بصفة خاصة، كما سنحاول الاعتماد على مواقع شبكة الانترنت للإطلاع على مختلف الدراسات الحديثة في هذا المجال.

أما في الجزء التطبيقي فسنعتمد على المقابلات الشخصية مع مسيري مؤسسة التسيير السياحي و مؤسسة حمام ربي نموذج الدراسة و مختلف الوثائق المتاحة لديهم و التي تسمح بالتعريف بالمؤسسة نموذج الدراسة و مختلف أنشطتها، إضافة الى عملية جمع البيانات الأولية من خلال اختيار طريقة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات الخاصة بهذه الدراسة، و المتمثلة في استمارة موجهة الى الجماهير الخارجية المتعاملة مع مؤسسة حمام ربي و هذا في محاولة منا لتطبيق نموذج كانو من جهة و كذا الاجابة عن الاشكالية و القدرة على اختبار صحة الفرضيات المقترحة من عدمها من جهة أخرى.

## 6- الصعوبات:

- ندرة المراجع المتعلقة بالإبداع في المؤسسة باللغة العربية و خاصة منها الاجنبية ما استدعى البحث عنها من مصادر أخرى .
- صعوبة ايجاد المؤسسة للقيام بالدراسة التطبيقية و إن وجدت فهي تسعى جاهدة إلى عدم اعطائنا البيانات و المعلومات الموثوق فيها من أجل استكمال خطوات البحث، يرجع هذا كما لا يخفى على أحد إلى ما تتميز به علاقة مؤسساتنا مع الجامعة من حيث الانغلاق و عدم التعاون.

## 7- تقسيم الدراسة:

لأجل معالجة هذا الموضوع اقتضت الحاجة إلى تقسيمه إلى أربعة فصول:

- تطرقنا في الفصل الأول الى تحديد مفهوم الإبداع و التدرج التاريخي له مع تبيان أهم التصنيفات المتعلقة به و النظريات التي تطرقت له و أهم مستوياته و أهم محدداته داخل المؤسسة و كيفية تشجيع الإبداع داخلها وصولا إلى أهم المعوقات التي تصادف عملية الإبداع.
- و في الفصل الثاني حاولنا توضيح كيفية الاستثمار في الإبداع و ذلك من خلال عرض المنظور الاقتصادي للإبداع و كيفية توجه المؤسسة نحو الإبداع و تبني العملية الابداعية مرورا بتطوير المنتجات ووصولا الى عملية الإبداع في الخدمات.

أما عن الفصل الثالث فتكلمنا فيه حول كيفية تحويل الإبداع الى ميزة تنافسية من خلال التطرق الى مفهوم الميزة التنافسية و أهم الاستراتيجيات المنتهجة لاكتساب المؤسسة ميزة تنافسية ، و حاولنا توضيح كيفية قياس الإبداع داخل المؤسسة و أهم أدواته من أجل تحقيق ميزات، كما قدمنا الشرح النظري لنموذج كانو بنوع من التفصيل و أهم التحسينات التي أوردت على هذا النموذج .

و الفصل الرابع هو عبارة عن دراسة تطبيقية لمؤسسة التسيير السياحي بتلمسان EGTT حيث أخذنا مؤسسة حمام ربي نموذجاً لدراستنا ، بداية قمنا بعرض مختصر للمؤسسة، مع اظهار واقع الخلق

و التجديد داخلها، و من أهم النقاط التي سنركز عليها في هذا الجانب من المذكرة هو محاولة تطبيق نموذج كانوا حيث أن هذا النموذج و ابراز امكانية تطبيقه في مؤسسة جزائرية و إظهار أهميته في تحفيز القدرات الإبداعية داخل المؤسسة و ذلك من خلال معالجتها لمتطلبات عملائها و تحديد مدى رضاهم عن المنتجات الجديدة و المقدمة من طرفها، مما يدفع المؤسسة إلى تشجيع الإبداعات الفردية و الجماعية داخلها و بالتالي ضمان البقاء و الاستمرارية و كذلك كسب ميزات تنافسية تستطيع من خلالها المنافسة و التميز.

كما ابتداءنا هذه الدراسة بمقدمة،أنهيناها بخاتمة تتضمن أهم النتائج المتحصل عليها في هذا البحث.