

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة أبو بكر بلقايد - تلمسان -

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية

و علوم التسيير

قسم علوم التسيير

دور الإبداع التكنولوجي في تأهيل تنافسية الدول  
- حالة الجزائر -

مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في إدارة الأعمال

تحت إشراف:

- البروفيسور. بندي عبد الله عبد السلام

من إعداد الطالب:

فتان الطيب

لجنة المناقشة:

الدكتور كرزايي عبد اللطيف	أستاذ محاضر	جامعة تلمسان	رئيسا
أ.د بندي عبد الله عبد السلام	أستاذ محاضر	جامعة تلمسان	مشرفا
الدكتور بوهنة علي	أستاذ محاضر	جامعة تلمسان	ممتحنا
الدكتور شريف مصطفى	أستاذ محاضر	جامعة تلمسان	ممتحنا
الدكتور جناس مصطفى	أستاذ محاضر	جامعة تلمسان	ممتحنا

السنة الجامعية: 2009 - 2010



## تشكرات:

أتقدم بالشكر الجزيل إلى من تم هذا العمل تحت لواء إشرافه البروفيسور المحترم،

" بندي عبد الله عبد السلام "

كما لا أنسى الأساتذة الأفاضل الذين أفادوني بتوجيهاتهم القيمة:

" د. كرزاي عبد اللطيف، أ. فرواني بلقاسم ، د. بن بوزيان محمد،

د. شريف مصطفى ، د. بوهنة علي، د. جناس مصطفى "

إلى الأستاذ المتواضع جدا و المحترم جدا: عبد الرزاق معلاش.

إلى القائمين على مكتبة العلوم الاقتصادية.

## إهداء:

"إلى الروح السارية في الوجود، إليك يا سيدي يا رسول الله".

أهدي ثمرة جهدي المتواضع هذا:

... إلى من هدهدني رضيعا، و أسمعني لحن الحياة عذبا بديعا،

... إلى النور المتلألئ في عتمة الظلام...والذي الكريمة...

... إلى من حبيبي في العلم و أهله، إلى النسمة المنعشة في وقدة الصيف

...إلى من رأيت الكون بعينه...والذي الكرم.

إلى أغصان الشجرة الطيبة: أخي، أخواتي، و كل الأقارب.

إلى كل الطيبين الذين أحبونا بصدق:

أهدي إليهم مشاعر دافقة و حنونة...هي أجمل ما نملك و أجمل ما نهدى.

إلى من قضيت معهم أجمل الأوقات:

الأستاذ عبد الحميد عطار، الأستاذ محمد بلشير، كمال، هشام، عبد الحميد...

و خاصة إليك يا أحمد...و إليك يا عبد الرحيم.

## فهرس عام

08-01	.....	مقدمة عامة.
66-09	.....	<u>الفصل الأول: الإبداع، مقدمات منهجية.</u>
09	.....	مقدمة الفصل الأول
10	.....	المبحث الأول: الدراسات السابقة
34	.....	المبحث الثاني: ماهية الإبداع
54	.....	المبحث الثالث: العوامل المؤثرة في الإبداع
68	.....	خاتمة الفصل الأول
140-69	.....	<u>الفصل الثاني: الإبداع التكنولوجي و المنافسة</u>
69	.....	مقدمة الفصل الثاني
70	.....	المبحث الأول: الإبداع التكنولوجي
87	.....	المبحث الثاني: التنافسية و مؤشرات قياسها
114	.....	المبحث الثالث: أثر الإبداع التكنولوجي على المنافسة
134	.....	خاتمة الفصل الثاني
186-135	.....	<u>الفصل الثالث: دراسة حالة - حالة الجزائر -</u>
135	.....	مقدمة الفصل الثالث
136	.....	المبحث الأول: براءات الاختراع في الجزائر
161	.....	المبحث الثاني: الابداع التكنولوجي في الجزائر
171	.....	المبحث الثالث: الوضعية التنافسية للجزائر
186	.....	خاتمة الفصل الثالث
191-187	.....	خاتمة عامة

قائمة المراجع

# مقدمة عامة



## مقدمة عامة

## أولاً: تمهيد

يشهد العالم تحولات عميقة و سريعة، ازدادت حدتها مع مطلع التسعينيات في جميع المجالات و على المستوى الاقتصادي للمؤسسات و الدول خصوصا، كما أن بروز ظاهرة العولمة و كذا التطورات الهائلة في مجال المعلوماتية و دور التقنيات الحديثة للإعلام و الاتصال، و التحول التدريجي إلى ما يسمى باقتصاد المعرفة، بالإضافة إلى المنافسة الحادة على الصعيد الدولي في إطار التنافسية بين المؤسسات، جعلت هذه الأخيرة لا تكتفي بالتأقلم مع تغيرات المحيط بل تجاوزته إلى ضرورة توقع التغيرات قبل حدوثها و هذا ما يتطلب ليونة و يقظة اقتصادية و تكنولوجية تقوم أساسا على التحكم في آليات إدارة التغيير و الاستجابة السريعة و الذكية.

لذا اعتبر الإبداع في أي مجال و بالأخص الإبداع التكنولوجي أحد العوامل المهمة في نجاح المنظمات و استقرارها و تحقيق أهدافها الإستراتيجية، و ضمان بقائها و نموها، وذلك باستخدام أساليب و طرق حديثة في التسيير و الإنتاج و التسويق، تتماشى مع المتطلبات الجديدة.

و ضمن هذا الإطار و تسيرا مع الفكر العولمي يبرز الإبداع التكنولوجي كأحد سمات التطورات التكنولوجية الحديثة التي تساهم في تنافسية المؤسسات، سعيا منها إلى زيادة حصتها السوقية أو على الأقل المحافظة عليها من خلال اكتساب مزايا تنافسية.

أما بالنسبة للجزائر فإن سياستها نحو الانفتاح على السوق العالمية مع بداية التسعينات، وارتقاب انضمامها لاتفاقية منظمة التجارة العالمية (OMC)، بالإضافة إلى توقيعها اتفاقية الشراكة مع الاتحاد الأوروبي، تعتبر أحداثا اقتصادية مهمة من نتائجها رفع الحواجز الجمركية وفتح السوق الجزائرية تدريجيا في وجه المؤسسات الدولية، كما أن قبول قواعد التجارة العالمية الجديدة و المبنية على حرية المنافسة و عدم التمييز بين

الدول أو بين الإنتاج الوطني والأجنبي، والتخلي عن دعم الصادرات بالإضافة إلى الرفع التدريجي للقيود الجمركية في وجه المبادلات التجارية، سترتب عليه آثار خطيرة على تجارة السلع الوطنية وإنتاجها، بسبب عدم قدرتها على المنافسة أمام السلع الواردة من الخارج، ذات الجودة العالية والتكلفة المنخفضة، مما قد يؤدي إلى كساد المنتج الوطني وإفلاس الكثير من المؤسسات، أي أن هناك تهديدا قائما بزوال النسيج الصناعي الجزائري.

وفي ظل اقتصاد العولمة المتميز بسهولة وسرعة حركة السلع والموارد الطبيعية (مواد خام، مواد طاقوية) وانفتاح الأسواق العالمية في وجه السلع والخدمات مهما كان مصدرها، أصبحت المؤسسات الأجنبية والمستثمرين الأجانب بصفة عامة يبحثون عن سوق يحقق لهم أكبر هامش للربح في استثماراتهم، وبذلك تلاشت النظرية التي تعتبر أن أهم العوامل التي تسهم في جلب الاستثمارات الأجنبية المباشرة هي توفر اليد العاملة الرخيصة والموارد الطبيعية، لتحل مكانها معايير جديدة مبنية على جاذبية اقتصاد أي دولة في الأسواق العالمية، والمتمثلة أساسا في التطور التكنولوجي وتوفر التقنيات الحديثة للإعلام والاتصال، الحوافز الجمركية والجبائية المشجعة، دون أن ننسى فعالية قوانين الدولة في حماية الملكية الصناعية والفكرية.

في ظل هذه المعطيات استلزم على الجزائر مواجهة هذه المنافسة القوية و المنتظرة، والتي قد تؤثر على السوق الوطنية، إذا لم تتوفر لهذه الأخيرة قاعدة تكنولوجية متطورة لتتأقلم بسرعة مع المتغيرات الدولية، قدرة التأقلم هذه تبدأ بوضع إجراءات إنتاج فعالة، وتحسين نوعية المنتجات، وخلق منتجات وخدمات جديدة، في هذه الحالة تكون المؤسسات الجزائرية في رهان مع مدى قدرتها على الاختراع والإبداع التكنولوجي، ومدى استيعابها للتكنولوجيات الجديدة التي ينشئها منافسوها.

## ثانيا: الإشكالية

بعد إلقاءنا نظرة سريعة على وضع الاقتصاد الجزائري و ضعف هياكله المؤسساتية، يبرز لنا سؤال مهم حول الأسباب الحقيقية وراء هذه الوضعية، و لماذا المؤسسات الجزائرية سواء العمومية أو الخاصة مهددة في وجودها بعد الانفتاح على الاقتصاد العالمي؟ هل يمكن أن يكون الخلل في عدم اهتمامها بالبحث و التطوير! أم أنه نقص في الكفاءات العلمية المؤهلة و المتخصصة! أم هو عدم وضوح السياسات المتبعة! أم أن هناك مشكلا في التمويل!.

و لقد لاحظنا أن غالبية الدراسات الاقتصادية تركز على الإبداع التكنولوجي و تعتبره الوسيلة المثلى التي تمكن المؤسسات و اقتصاديات الدول من التأقلم مع المتغيرات المختلفة، و تساهم بفعالية في رفع القدرة التنافسية لها.

لذا ارتأينا ضرورة تقييم الوضعية الراهنة للإبداع التكنولوجي والبحث والتطوير في الجزائر، والسياسات المتبعة في هذا المجال من طرف الحكومات المتعاقبة، خاصة إذا علمنا أن معظم الدول المتقدمة أو الاقتصاديات الناشئة تولي اهتماما كبيرا لنشاط البحث والتطوير وكذا الإبداع التكنولوجي، و يتجلى ذلك في تخصيصها لمبالغ مالية كبيرة لهذه النشاطات تصل إلى حدود 3% من الناتج الداخلي الخام.

و على هذا الأساس سنحاول خلال هذه المذكرة الإجابة على الإشكالية التالية:

" ما هو أثر الإبداع التكنولوجي على تنافسية الدول؟"

للإجابة على هذه الإشكالية لابد لنا أن نتطرق إلى وضعية الإبداع التكنولوجي في الجزائر، و نربط ذلك بالقدرة التنافسية، و من خلال هذه الدراسة سنحاول استعمال براءة الاختراع، و نشاطات البحث والتطوير،



كأداة لتقييم وضعية الإبداع التكنولوجي في الجزائر، وتحديد قدراتها التنافسية، و ذلك عبر الإجابة على عدة

تساؤلات أهمها:

✓ ما هي وضعية الاختراع والإبداع التكنولوجي في الجزائر خلال الفترة 1975-2007؟

✓ هل تهم التشريعات الجزائرية بحماية الملكية الصناعية و الفكرية، و تشجع نشاط الإبداع

التكنولوجي؟

✓ هل تمتلك الجزائر سياسة واضحة في مجالي البحث و التطوير و الإبداع التكنولوجي؟

✓ كيف هي الوضعية التنافسية للجزائر؟

ثالثا : فرضيات الدراسة

قمنا بصياغة عدة فرضيات لهذه الدراسة، وسنحاول الإجابة عنها والتأكد من صحتها:

1. إن الاستخدام و التحكم في التكنولوجيات الحديثة هو شرط ضروري لتأهيل القدرة التنافسية للدول.

2. إن إرساء ديناميكية حقيقية للإبداع التكنولوجي تسمح بجيازة ميزات تنافسية في التصدير (إبداع المنتج) وكذا تحسين مستوى الإنتاجية (إبداع الأسلوب الفني).

3. يعتبر التوازن الكلي للاقتصاد كاف لتحسين الوضعية التنافسية للدولة.

4. نجحت السياسات المنتهجة من طرف الحكومات المتعاقبة في بلادنا بالنهوض بقطاع البحث و التطوير العلمي و كذا الإبداع التكنولوجي.

## رابعاً: أسباب اختيار الموضوع

وقع اختيارنا على هذا الموضوع لعدة أسباب نستطيع إيجازها فيما يلي:

1. حداثة موضوع التنافسية و الإبداع التكنولوجي واحتلاله لصدارة الأحداث على المستوى الاقتصادي، سواء على مستوى الكتابات العلمية أو الملتقيات الدولية، أو في التقارير التي تصدرها عدة هيئات دولية.
2. الرغبة في معالجة موضوع يشمل الجانب الكلي للاقتصاد والمتمثل في تنافسية الدولة و ضرورة تشجيع الإبداع التكنولوجي كميزة تنافسية.
3. قلة الكتابات والأعمال الأكاديمية التي تسلط الضوء على الإبداع التكنولوجي و نتائج البحث والتطوير في بلادنا.
4. محاولة تسليط الضوء على اهتمام الدول المتقدمة بحماية الملكية الصناعية، وتشجيعها للإبداع التكنولوجي.
5. محاولة تسليط الضوء على معادلة تضم الإبداع التكنولوجي كعملية، و القدرة التنافسية كنتيجة، و محاولة التنسيق بينهما.

## خامساً : أهمية الدراسة وأهدافها

تكمن أهمية هذه الدراسة في كونها محاولة جديدة لتسليط الضوء على عدة مجالات مترابطة فيما بينها، الإبداع التكنولوجي والبحث والتطوير و الاختراع، وتنتهي بالتنافسية، التي اختلف في تحديد مفهوم واضح لها، لكن توجد عدة مؤشرات يمكن من خلالها قياس مستوى تنافسية دولة ما، وقد اخترنا في

الجانب التطبيقي براءات الاختراع لتكون أداة نحاول من خلالها تقييم واقع البحث والتطوير والإبداع التكنولوجي في بلادنا، وفي نفس الوقت نقيس بها مستوى تنافسية الدولة.

أما من حيث المنهجية المتبعة في الدراسة، فتمثل في التحليل الكمي لنتائج البحث والتطوير، الإبداع التكنولوجي وللروابط الموجودة بينهما باعتبارها مجالات متداخلة.

#### سادسا : حدود الدراسة

حاولنا في الجانب النظري لهذا البحث تحديد مفهوم للإبداع و ماهية تنافسية المؤسسات والدول، وكذا أهم مؤشرات قياسها، وركزنا بالخصوص على الجانب التكنولوجي نظرا لأهميته، وبما أن الإبداع التكنولوجي هو أحد مرتكزات هذا الجانب قمنا بالتعرض له كبعد جديد للتنافسية، أما الجانب التطبيقي فقد حصرنا حدود الدراسة المكانية في الجزائر، أما الحدود الزمنية فتمثلت في الفترة الممتدة من سنة 1975 إلى غاية 2003 بالنسبة للإحصاءات التي تناولت تعداد براءات الاختراع في دراسة مقارنة مع مجموعة من الدول المختارة، وامتدت بالنسبة للجزائر حتى سنة 2007.

#### سابعا: المنهج وأدوات التحليل المستعملين في الدراسة

قصد الإجابة عن الإشكالية المطروحة في هذه الدراسة، وكذا اختبار فرضياتها المتبناة تم اختيار المنهج الوصفي تارة، وتارة أخرى المنهج التحليلي مستخدمين أسلوب دراسة حالة، والأدوات المستعملة تتمثل في أدوات الإحصاء الوصفي لتحليل المعطيات الإحصائية المتوفرة، وإجراء المقارنة في حالة الضرورة، وكذا برنامج معالج الجداول (MS-EXCEL) إصدار سنة 2007.

## ثامنا: هيكلية البحث

قمنا بتقسيم الدراسة إلى ثلاثة فصول، فصلان في الجانب النظري والثالث دراسة حالة، فخصصنا الفصل الأول للإبداع و ماهيته حيث احتوى المبحث الأول على الدراسات السابقة التي عالجت موضوع الإبداع، و تطرقنا في المبحث الثاني إلى مختلف مفاهيم و تعاريف الإبداع وكذا نظرياته و أنواعه و مستوياته، و احتوى المبحث الثالث على العوامل المؤثرة فيه.

أما الفصل الثاني فتمحور حول الإبداع التكنولوجي و المنافسة، ففي المبحث الأول منه تم التطرق فيه لتعاريف ومفاهيم الإبداع التكنولوجي، بينما المبحث الثاني احتوى على التنافسية و مؤشرات قياسها، وكذا أهم التقارير الدولية الصادرة في هذا الخصوص، بينما ضم المبحث الثالث العلاقة بين الإبداع التكنولوجي و المنافسة.

وتم تخصيص الفصل ثالث لدراسة حالة الجزائر عبر إجراء تحليل إحصائي لوضعية براءات الاختراع فيها ضمن المبحث الأول، أما في المبحث الثاني فتم استعراض واقع البحث والتطوير، الإبداع التكنولوجي في بلادنا، لنخلص في المبحث الثالث إلى تقييم وضعية الجزائر في التقارير الدولية للتنافسية، هذا مع إجراء مقارنة مع عينة من الدول المختارة.

## تاسعا : مرجعية الدراسة

أثناء حصر المراجع لإعداد هذا البحث، وجدنا أن هناك القليل منها تعرض بالدراسة للإبداع التكنولوجي، إضافة إلى أنها اقتصررت على الجانب الوصفي (كتاب أوكيل محمد سعيد بعنوان اقتصاد وتسيير الإبداع التكنولوجي، 1994) أو أنها تخصصت في الجانب القانوني لبراءات الاختراع فقط (كتاب حسنين محمد تحت عنوان الوجيز في الملكية الفكرية، 1985)، لذا حاولنا في هذا البحث الإلمام بهذه

المجالات مجتمعة (التنافسية، الإبداع التكنولوجي، براءات الاختراع) لكونها مترابطة فيما بينها، وقد اعتمدنا في غالب الأحيان على المراجع الإلكترونية المتوفرة على الشبكة العنكبوتية (الإنترنت) باللغة العربية و الفرنسية بسبب حداثة الموضوع، خاصة تلك المتواجدة في مواقع المنظمات الدولية المتخصصة في هذه الميادين، وكذا على مواقع حكومية جزائرية بغرض إضفاء صبغة رسمية على المعطيات المستعملة، وكذا بعض الكتب و المجالات المتوفرة.

### عاشرا: صعوبات البحث

تتمثل أهم الصعوبات التي واجهتنا أثناء إعداد هذا البحث في تشعب الموضوع وحدثته، لأن الإبداع و التنافسية مفهومان حديثان يشملان العديد من المجالات المختلفة، إضافة إلى صعوبة الحصول على معطيات دقيقة مثل نفقات البحث والتطوير، تعداد الباحثين في الجامعات والمؤسسات، تعداد الأعمال العلمية، نظرا للانعدام الجزئي أو الكلي للإحصائيات الرسمية وكذا لقلّة المراجع العلمية التي تتناول بالدراسة حالة الجزائر.

## مقدمة الفصل الأول:

إن موضوع الإبداع اليوم يحظى باهتمام واسع، لاسيما و أن المجتمعات الحديثة تسير في خطى حثيثة من أجل تقدمها في عالم شديد السرعة و التغيير، و أمام كثرة الإشكالات الاقتصادية و الاجتماعية و العلمية أصبحت الحاجة إليه ملحة في مختلف مجالات النشاط الإنساني...

و لقد حاولنا خلال هذا الفصل تقديم إطار نظري يسهل علينا فهم آلية الإبداع، و كذا تحديد ماهيته، وذلك بالتطرق إلى بعض الدراسات السابقة، و أهم النظريات، و المداخل الأساسية في دراسته.

و هذا ما يسمح لنا بتحديد معنى واضح للإبداع، و بعدها يمكننا تشكيل البناء النظري بعيدا عن إشكالات المفهوم و الخلط بين المصطلحات.

كما أننا حصرنا أهم العوامل المؤثرة في الإبداع، و المتمثلة في المحيط العام، و الجانب التنظيمي، و

الجانب الإداري

قسم هذا الفصل إلى ثلاثة مباحث:

المبحث الأول: حاولنا أن نلقي نظرة حول الدراسات السابقة التي تحدثت عن الإبداع.

المبحث الثاني: تحدثنا فيه عن أهم التعاريف و المفاهيم التي عاجلت الموضوع.

المبحث الثالث: تطرقنا فيه إلى العوامل المؤثرة في العملية الإبداعية.

## المبحث الأول: الدراسات السابقة

تناولت الكثير من الدراسات السابقة موضوع الإبداع من جوانب مختلفة، وكان أغلبها يتناول الإبداع في المنتج وعناصر المزيج التسويقي، ودراسات متفرقة لها صلة بتحديد السعر و طرق التوزيع و الترويج و الاتصال بالزبون، ولقد ارتأينا في بحثنا أن نركز على أثر الإبداع على تنافسية الدول، وسنذكر فيما يلي بعض المداخل الأساسية في دراسة الإبداع ، أهم الدراسات السابقة، و بعض النظريات الشهيرة.

### المطلب الأول: المداخل الأساسية في دراسة الإبداع

يعتبر موضوع الإبداع من المواضيع المعقدة، لهذا فضلنا أن نتطرق إلى المداخل الأساسية في دراسته حتى يسهل علينا فهم العملية الإبداعية، كما أنها توجد عدة مداخل للتعريف به أثناء دراسته، و توجد استراتيجيات كثيرة يمكن للمنظمات أن تتبناها لتحقيق الفعل الإبداعي، ويمكن أن نجمل هذه المداخل في النقاط التالية<sup>1</sup>:

**1\* التركيز على العملية الإبداعية أو آلية الإبداع:** حيث تبدأ العملية الإبداعية بإحساس الفرد أو المنظمة بمشكلة ما تسبب نوعا من عدم التوازن، و هذا ما يؤدي إلى البحث عن حل يعيد للمنظمة توازنها، و هذه العملية تمر بأربعة مراحل هي: الإعداد، الحضانة، الإضاءة، الحل.

<sup>1</sup> عبوي، زيد منير، " إدارة الإبداع و الابتكار"، عمان: دار كنوز المعرفة، ط1، 2006، ص53



**\*2 التركيز على نتيجة العملية الإبداعية:** حيث تكمن قيمة الإبداع في الفائدة المترتبة عليه، و قد تكون

الفائدة: زيادة في الإنتاجية، براعة في الأداء... الخ، وهكذا يتم الحكم على المحصلة أكثر من الآلية أو العملية التي يسير بها العمل.

**\*3 التركيز على الصفات الشخصية للمبدعين:** وتضم الصفات و الخصائص النفسية المتمثلة في المخاطرة، و

المرونة، و المثابرة، و الانفتاح على الخبرة الداخلية و الخارجية، وقوة الاتصال، وبشكل أكثر تحديدا فإن من بين الصفات الإبداعية نذكر ما يلي:

➤ يميل الفرد المبدع إلى الفضول و البحث و عدم الرضا بالوضع الراهن.

➤ الالتزام بهدف سامي و التفاني في العمل و القدرة على تقديم الأفكار.

➤ المرونة و التلقائية.

➤ الأصالة أي التحرر من الزعة التقليدية فالمبدعون يخرجون عن المألوف في التفكير و التعبير.

➤ المشاركة و تقبل الرأي الآخر، و النقد الذاتي.

➤ القدرة على فهم جذور المشكلة.

➤ وضوح الرؤية.

➤ توفر الإمكانيات الإبداعية عند الفرد أو المنظمة.

➤ التحلي بالقيم الإبداعية و تتمثل فيما يلي<sup>2</sup>:

**\*الإصلاح:** وترجم هذه القيمة إلى الإحساس المرهف لدى الفرد المبدع بحجم المشكلة كما لو أنه المسؤول

عنها، و التحلي بقوة واثقة و التزام عميق نحو حل المشكلة.

<sup>2</sup> مرجع سابق، ص 67

\*الاستقلال: حيث أن الفرد المبدع لا يمكن أن يكون منقادا، فهو إنسان يكره القيود وقد لا يكون نظاميا، و يؤدي به هذا مثلا إلى طرح التساؤلات باستمرار عن الواقع و إمكانية تغييره.

\*الاجتهاد في البحث عن الحقائق و الواقعية في طرحها.

\* الحاجة للإنجاز: لا يستطيع أن يعيش الفرد المبدع دون إنجازات، فالعمل الجاد بالنسبة إليه يعتبر متعة، و ذلك نظرا لقوة الشعور لديهم و قدرتهم على التنبؤ بالتغيرات.

\* الرؤية و الحكمة: حيث أن الشخصيات المبدعة تنظر للزمن كمورد إنتاجي يجب استثماره، كما أنها تنظر دائما إلى الأمام و إلى ما يجب فعله حتى تواجه المستقبل و متغيراته باستراتيجيات و بدائل معدة مسبقا.

و في الأخير كل هذه الصفات تنطبق على المنظمة المبدعة، لأنها نتاج أفرادها المبدعين، و في العصر الحديث نتكلم عن المنظمات المتعلمة، و ما دامت قادرة على التعلم مثل الأفراد فهي قادرة أيضا أن تكون مبدعة.

و من جهة أخرى هناك منهج آخر يعتبر كمدخل مهم في دراسة الإبداع و يتمثل في دراسة عنصره الأساسيين و هما: "القدرة على التخطيط الإستراتيجي" و "القدرة على بناء ثقافة في المنظمة" سنحاول فيما يلي شرحهما.

### 1/ التفكير الإستراتيجي:

يرتبط أساسا بقدرة المنظمة على وضع الخطط المستقبلية للتطوير و التغيير و التأقلم، و تركز في ذلك على برامج التنبؤ التي تعتمد على تقنيات متطورة و كذا الإحصاء...

إن التفكير الإستراتيجي ينبع من الرؤية الواضحة و المشتركة، وكذا وعي الأفراد برسالة المنظمة و دورها و أهدافها الرئيسية، بالإضافة إلى ذلك فهو يهتم بإيجاد قيم و أهداف مشتركة بين العاملين، وهو أمر ليس بالسهل، وقليل ما يوجد مثله في الدول النامية و منظماتها، حيث يلاحظ أن جهود العاملين مبعثرة نتيجة لانعدام المناخ التنظيمي الصحي، كما توجد فكرة لدى بعض المنظمات العربية تعتبر أن استمرار المدير في منصبه مرهون بوجود النزاع و التنافس غير التزيه، وكل هذا بسبب نقص الوعي التنظيمي و عدم وجود التوافق و الانسجام و التعاون بين أعضائها.

و يرى "محمد القريوتي"<sup>3</sup> أن هذا أحد أسباب عجز المنظمات في الدول النامية عموما والعربية خصوصا، ويرى أن مشكلة التخلف الإداري لا تكمن فقط في تقادم التشريعات و الهياكل التنظيمية، بل تكمن في تشتت الجهود و غياب الانتماء للمؤسسة، وكل هذا سببه ضعف التفكير الاستراتيجي الذي يجعل العاملين يعطون اهتماما بتحقيق أهداف المنظمة و استراتيجياتها.

و من هذا المنطلق كان الاهتمام بالجوانب السلوكية أمرا لا بد منه من أجل خلق و تكوين ثقافة تنظيمية مشتركة لتحقيق الاستقرار و النمو و بالتالي تحضير قاعدة صلبة للتفكير الإستراتيجي المحترف.

2/ بناء ثقافة المنظمة: تهتم أساسا بإيجاد قيم مشتركة بين العاملين من خلال التركيز على احتياجاتهم، و اعتبارهم شركاء حقيقيين يجب الاهتمام بهم و احترامهم و تدريبهم، و إتاحة المجال لهم لصناعة مستقبل المنظمة، و العمل على ترسيخ معايير أداء متميزة.

<sup>3</sup> القريوتي، محمد، "السلوك التنظيمي: دراسة للسلوك الإنساني الفردي و الجماعي في المنظمات المختلفة". عمان: الأردن، دار الشروق للنشر و التوزيع، 2000، ط3، ص 99.

إن هذا النوع من الثقافة هو ما يميز الإدارة اليابانية التي استطاعت أن تصبح قوة اقتصادية عالمية، حيث أنها تعتبر المنظمة كأ أسرة واحدة متكاملة و يمكن للمسؤول مثلا أن يكلف العاملين بالعمل الإضافي من دون الحصول على أجر، و هذا بسبب روح الانتماء، ولهذا تعتبر أقل الدول من ناحية الإضرابات العمالية.

إن التنظيم في المؤسسة يمكن أن يشمل إتباع نظام الإدارة بالأهداف، أو أساليب التطوير التنظيمية، و العمل على إدارة المشاريع بطريقة مرنة، بالإضافة إلى توفر دائرة لمراقبة النوعية و الجودة، و هذا يقودنا للحديث عن إستراتيجية الإبداع التنظيمي لكي نفهم أكثر آليات تطبيق و نشر الثقافة التنظيمية.

▲ إستراتيجية الإبداع التنظيمي: هناك العديد من استراتيجيات الإبداع التنظيمي التي يمكن أن تتبناها المنظمة، حتى تحقق الفعل الإبداعي و تجعل منه ظاهرة دائمة و متصلة، و يقصد بإستراتيجيات الإبداع السياسات التنظيمية التي تخطط العملية الإبداعية و توجد لها المناخ المناسب داخل المنظمة، و من هذه الإستراتيجيات:

**1) نموذج الإدارة بالأهداف:** تعرف الإدارة بالأهداف على أنها محاولة لتحقيق أهداف المنظمة من خلال زيادة الالتزام لدى العاملين و مشاركتهم الفعلية في تحقيق أهدافها و نشاطاتها<sup>4</sup>.

يركز نظام الإدارة بالأهداف على الرؤساء و الرؤوسين، حيث يزود النظام المديرين بالمعلومات عن الموظفين، و طريقة أدائهم بشكل دوري و مستمر، كما يساعد الرؤوسين على اتخاذ القرارات بشكل صحيح من خلال قاعدة معلومات صحيحة، و من خلال تركيز النظام على التحفيز الفردي فإن ذلك يؤدي إلى تحسين مستوى الأداء، و يتم قياسه عن طريق ربطه بالنتائج، و هكذا تتوفر الفرصة للإبداع و الابتكار.

<sup>4</sup> اللوزي، موسى، " التطوير التنظيمي: أساسيات و مفاهيم حديثة". عمان: الأردن، دار وائل للنشر و التوزيع، 2003، ط2، ص49.

التنمية الاقتصادية من خلال تحليل الحرية المتوفرة في الحصول على الموارد و الحوافز بهدف تأمين مناخ ملائم للإبداع.

و لا يتوقف اعتماد التنمية الاقتصادية على العلاقة بين المدخرات و الاستثمارات فقط، و لا على توافر الموارد أو على مسار التوازن، بل يعتمد أيضا و بصورة أساسية على الترتيبات التي تتخذها المنظمة لتوفير مناخ مناسب للإبداع، و من بين المشكلات الأساسية في التنمية الاقتصادية غياب الحرية و الحوافز و الضمانات و الحقوق للعملية الإبداعية خاصة في الدول النامية، و هكذا فإن وضع نظرية للتغيير الاقتصادي تربط بين الحرية في المنظمات و بيئة الإبداع فيها من شأنها أن تملأ فراغا مهما في التحليل الاقتصادي.

إن الإبداع و الابتكار شكل راق للنشاط الإنساني، و قد أصبح منذ الخمسينات من القرن العشرين مشكلة هامة من مشكلات البحث العلمي في العديد من الدول، فبعد أن حلت الآلة في إطار الثورة التقنية العلمية المعاصرة، و تكونت ظاهرة النشاط العقلي الذي يعيد العمل آليا و روتينيا، ازداد الطلب أكثر على النشاط الإبداعي الخلاق، و بات من الضرورة تطوير القدرات الإبداعية لدى الإنسان.

و لقد ركزت أغلب الأبحاث و الدراسات في النصف الثاني من القرن التاسع عشر و النصف الأول من القرن العشرين على دراسة الإنسان الذي يتصف بالعبقرية، و رأت أن أي اكتشاف أو إيجاد أي نظرية ما هو إلا نوع من الإبداع، و حصرت دور المجتمع في الحفاظ على تقاليده و أهملت دور الجماعة في العملية الإبداعية.

إلا أن الأبحاث و الدراسات في مجال الإبداع بدأت تعالج مختلف أنواع النشاط الإبداعي و مستوياته و درجاته، فمنذ الثلاثينات بدأ الاهتمام يزداد، حيث تم التعامل و البحث في موضوعات جديدة مثل خصائص

التفكير الإبداعي، الإبداع الفردي و الجماعي...، و نجد بعض العلماء و الباحثين ينظرون إلى الإبداع بمثابة الوحدة المتكاملة لمجموعة من العوامل الذاتية و الموضوعية، الفردية و الجماعية، التي تهدف إلى تحقيق إنتاج جديد و أصيل ذو قيمة.

أصبح الإبداع اليوم أحد مقاييس الأداء التنافسي للمنظمات من أجل البقاء و النمو في السوق، كما أن الشركات اليوم بدأت تهتم بشكل منظم و مكثف به، و ذلك بإعطاء الأولوية لبرامج التدريب، و حسب كل من L. Melia et <sup>7</sup>G. Latham فإن حوالي 25% من الشركات الأمريكية التي تستخدم أكثر من 100 عامل تقدم تدريباً في مجال الإبداع و الابتكار لعامليها.

و من جهة أخرى فإن الأدبيات المتخصصة في دراسة الإبداع قد أثارَت جملة من الموضوعات التي تعد أبعاداً و وجوهاً أخرى في دراسته، أهمها: عملية الابتكار المبدعة، الشخصية المبدعة، الوسط الاجتماعي الإبداعي، الإبداع الجماعي... الخ.

كل هذه المعطيات تعطينا لمحة موجزة عن التطور اللافت في دراسة الإبداع و الاهتمام المتزايد به، و فيما يلي سنذكر أشهر الدراسات التي تناولت موضوع الإبداع و الابتكار.

#### الدراسات السابقة:

في دراسة أجراها (Haiyang,2001)<sup>8</sup> عن "إستراتيجية الإبداع للمنتج وأداء التكنولوجيا الجديدة في الصين" فقد وجد أن هناك صلة بين مستوى الأداء و كل من العوامل البيئية والدعم التنظيمي من جهة،

<sup>7</sup> Reters, Toms ; and Waterman, Robert ; " search of excellence , lesson from America's best – run companies", Strategic Management Journal ; p 67

<sup>8</sup> محمد الصيرفي، الإدارة الرائدة، دار صفا للنشر والتوزيع. عمان: الأردن، 2003، ص 12

واستراتيجيات العلاقة للمشروع، مقترحاً الحاجة للمتابعة المستمرة للعوامل البيئية وعلاقات المنظمة بعوامل وسيطة لإستراتيجية الإبداع السلعية.

أما (Hadjimanolis and dicson2000)<sup>9</sup> فقد وجدوا في دراسة أجريها عن "استراتيجيات الإبداع في المشروعات الصغيرة في قبرص"، أن الخصائص الديموغرافية كحجم وعمر المنظمة ليست هي العناصر الرئيسية المحددة للإستراتيجية الإبداعية، بينما وجدت المواقف والدوافع والممارسة والإمكانات هي الأكثر تأثيراً على الإبداع، وهذا يؤكد النتائج التي توصل إليها (Miller Friesen 1984)<sup>10</sup> والتي أشارت إلى أن مستويات الإبداع هي نتيجة لعوامل تنظيمية وإستراتيجية وإجرائية.

وقد أكد (Song and morgan2002)<sup>11</sup> في دراستهما عن "المشاركة الإنتاجية والتسويقية في مراحل تطوير المنتج وأثرها في نجاح الإبداع" على أنه في كل مرحلة من مراحل مشروع التطوير الإبداعي للمنتج فإن الحاجة تتزايد للمشاركة الإنتاجية والتسويقية لضمان النجاح مع مراعاة الفرق بين المشاريع الإبداعية المتطرفة، والمشاريع المعتدلة.

و في مجال الإبداع ضمن محددات نقص المعرفة وعدم التأكد التكنولوجي فقد وجد (Ravichandran, 2001)<sup>12</sup> أن التقييم يقع على كاهل التعلم التنظيمي وأن منظمات التزويد يمكن أن تستخدم تقليص عبء عوائق نقص المعرفة كما أن استخدام النموذج الكلاسيكي يمكن أن يساعد في التمييز بين التعليم وفوائد الإبداع.

<sup>9</sup> سيد، هوارى، التنظيم والهيكل والسلوكيات والنظم، مكتبة عين شمس، 1992، ص 222

<sup>10</sup> محمد، عبد الغني حسن، مهارات التفكير الابتكاري، مركز تطوير الأداء والتنمية، ص 68-70

<sup>11</sup> محمد، قاسم القريوتي، السلوك التنظيمي دراسة للسلوك الإنساني الفردي والجماعي في المنظمات الإدارية، ب ن، عمان: الأردن، 1989، ص 195

<sup>12</sup> فيليب، اتكسون، إدارة الجودة الشاملة، مركز الخبرات المهنية للإدارة، القاهرة، 1996، ص 104



وفي دراسة (manu,1992)<sup>13</sup> فقد قارن موضوع التوجه الإبداعي من حيث البيئة والأداء في السوقين الأمريكية والخارجية، حيث وجد أن هناك تشابهاً في أشكال التوجه الإبداعي في كلا السوقين، مع اختلاف الظروف البيئية، وكذلك أشارت الدراسة إلى أن الدرجة العالية من الإبداع في مجال الابتكار السلعي تؤدي إلى أثر سلبي على الإمكانات المالية في كلا السوقين، ولكن بمعدلات نمو متزايدة في الحصة السوقية كما أن الريادة السوقية تؤدي إلى أداء فاعل، أما المتغيرات البيئية فقد كان تأثيرها متفاوتاً في كلا السوقين.

أما (Baer and Michael 2003)<sup>14</sup> فقد اقترحا أن إجراءات الإبداع والمعرفة كمحاولات تنظيمية مقصودة وحديثة لتغيير عمليات الإنتاج والخدمات بحاجة إلى أن يرافقها مناخ عمل يساعد على تبني العملية الإبداعية.

وقد وجد (Kim and Mauborgne 1997)<sup>15</sup> أن المدراء و في محاولة لبناء ميزة تنافسية يعتمدون لتقييم ما يفعله المنافسون ويحاولون عمله بطريقة أفضل، وبعد إنفاق مبالغ و جهود كبيرة فإنهم يجدون أن أدائهم قد تحسن بنسبة بسيطة وذلك كونهم يقلدون ولا يدعون، وفي مقال آخر لنفس الكاتبين وجدوا أن الإستراتيجية المتأثرة بالمنافسة تؤثر بطريقة غير مباشرة على المنظمة من ثلاث نواحي هي:

- التقليد وليس الإبداع.

- ردة فعل عن طريق إضاعة الوقت والموهبة في الاستجابة لتحركات المنافسين اليومية بدلاً من خلق فرص للنمو.

<sup>13</sup> كامل، المغربي، السلوك التنظيمي مفاهيم وأسس سلوك الفرد والجماعة في التنظيم، دار الفكر. عمان: الأردن، 1993، ص 206

<sup>14</sup> Li, Haiyang, Atuahene-Gima, Kwaku (2001), " product innovation strategy and the performance of new technology ventures in china", academy of management journal, Dec2001, p1123.

<sup>15</sup> Hadjimanolis, and dicson (2000), " innovation strategies of SME in Cyprus", international small business journal, july- spt.2000. P265.

- تساعد الشركة على فهم بروز أسواق كبيرة والتغير في طلبات المستهلكين.

إن ملاحظة بسيطة للشركات التي حافظت على معدلات نمو و أرباح عالية، مقارنة بالمنافسين الذين لم يحققوا مثل هذه المستويات، و بغض النظر عن الحجم و العمر الزمني وظروف الصناعة و البلد الذي تعمل به هذه الشركات، تشير إلى أن استراتيجياتها كانت تتمحور حول الإبداع القيمي ( value innovation)<sup>16</sup>.

فالشركات المتفوقة في الأداء كانت موحدة في إتباعها لإستراتيجية الإبداع خارج الإطار التقليدي، فهم يركزون على الإبداع ليس كونه شيئاً تكنولوجيا بل شيئاً قيمياً، ولذا فإن اهتمام هذه الشركات بالقيمة يعوق اهتمامها بالتكنولوجيا ولذا فإنها تدعى شركات إبداعية القيمة، فبدلاً من تركيز هذه الشركات على ظروف الصناعة ووقوعها ضحية لهذه الظروف فإنها (الشركات إبداعية القيمة) تركز على خلق الفرص في مجال عملها وتحاول الإجابة على التساؤل حول كيف يمكن لنا تقديم قيمة أكبر للمستهلك تؤدي إلى زيادة في الأرباح، و بغض النظر عن الظروف التنافسية، مما يؤدي إلى اختبارات إستراتيجية مختلفة عن المنافسين.

إن التركيز على القيمة يضع المشتري في مركز التفكير الاستراتيجي بدلاً من المنافسة، فالتركيز على الإبداع يدفع المدراء إلى ما وراء التطور النسبي إلى أساليب جديدة كلياً لأداء العمل، إن مستوى الإبداع للشركات التي تتبنى إبداع القيمة هو أفضل بكثير من تلك التي تعمل على تقليد المنافسة، مما يساعد الشركات الصغيرة التي تتبنى هذا المفهوم على النمو وزيادة الأرباح دون الدخول في منافسة مباشرة مع الشركات الكبيرة.

<sup>16</sup> Song, Michael, Swink, Morgan (2002); "marketing manufacturing joint involvement across stages of new product development", Academy of management proceedings, P22.

وقد أشار (nelson1991)<sup>17</sup> إلى أنه وتحت تأثير الاقتصاديات القديمة وخاصة في مجال التنظيم الصناعي فإن الاهتمام قد تركز على المنافسة وبالتالي بنيت الاستراتيجيات على هذا الأساس أي الإستراتيجيات التنافسية حيث تم التعامل مع الإبداع كصندوق أسود، و إن ما يمكن أن تفعله المنشآت هو رهن بالظروف السوقية كون هذه الظروف خارجة عن مدى تأثير الشركة وحدها، و الإبداع هو شيء عشوائي و غير منتظم، ولتحقيق الثروة فإن المعرفة تأخذ الأولوية الأولى مقارنة بالعوامل التقليدية الإنتاجية المادية والمالية، وعلى خلاف الأرض والعمل ورأس المال التي أبرزها الاقتصاديون التقليديون كعوامل هائية للإنتاج فإن المعرفة والأفكار هي سلع غير هائية وتساعد على الحصول على فوائد متزايدة، فالاقتصاديون الجدد يفترضون نظرية النمو المتفوقة مرتبطة بالإبداع المنبثق من خلال النظام.

ويرى (Hill, 1988)<sup>18</sup> أن المنظمة ليست ملزمة بالمنافسة على الطلب الموجود ولكنها تستطيع خلق طلب جديد، فالتكلفة المنخفضة والتمايز ليسا الخيار الوحيد، حيث أن الإبداع يمكن أن يكون إستراتيجية دائمة، فالشركات المبدعة في المعرفة الاقتصادية يمكن أن تستخدم إستراتيجية انخفاض التكلفة والتمايز بشكل متعاقب أو متزامن، و يجب إعطاء أهمية متساوية للقيمة والإبداع في نظرية الإبداع القيمي مع مراعاة أن إبداع القيمة ليس هو خلق القيمة.

<sup>17</sup> W.C. kim and R. Mauborgne, "when competitive advantage is neither," wall street journal, 21 April 1997, P122.

<sup>18</sup> Ibid. P145.

لقد ركزت معظم دراسات الإبداع والابتكار على تطوير حلول لمشاكل التكنولوجيا فقد حاول الباحثون بيان كيف يمكن للمنظمة تطوير حلول تكنولوجية لمشاكل الزبائن حيث ينظر للتكنولوجيا كحلول للمشاكل (Hardgon & sulton 1997)<sup>19</sup>.

وعلى خلاف الإبداع التكنولوجي فإن إبداع القيمة يركز على إعادة تعريف المشاكل ذاتها وهذا هو الذي يقلل من أهمية المنافسة، ومن خلال تقليل مشاكل الصناعة فإن إبداع القيمة ينقل معايير الأداء والتي تقيم الزبائن مما يؤدي إلى خلق فضاء سوقي جديد.

ولكي نعيد تعريف مشاكل الزبائن فإن النظرة الداخلية للسوق تكون أكثر إلحاحا لاكتشاف الفرص الموجودة وغير الظاهرة، أو لخلق طلب جديد، ولهذا فإن إبداع القيمة هو تابع للنظرة الداخلية للسوق والنتيجة عن التفكير الإبداعي الاستراتيجي (Kim & Mauborgne, 1999)<sup>20</sup>.

وبخلاف ما يراه قدامى الاقتصاديون الذين يروا أن القوة الاحتكارية هي عدو التقدم الاقتصادي فإن (Rome 1990)<sup>21</sup> يرى أهمية المبدعين الاحتكاريين وما يحققونه من أرباح لزيادة النمو الاقتصادي، وبالتالي فإنه يجب تحمل الحالة الاحتكارية إلى حد معين، مع مراعاة أن احتكار القيمة في اقتصاديات المعرفة هو مختلف عن الاحتكار التقليدي المعروف من قبل الاقتصاديين.

<sup>19</sup> R.R Nelson, "Why Do Firms Differ, and How Dose It Matter?" Strategic Management Journal, Winter 1991,p74.

<sup>20</sup> W.C. Kim and Mauborgne, "Value Knowledge or Pay the Price," Wall Street Journal Europe, 29 January 1998, P 6.

<sup>21</sup> G.M. Grossman and E. Helpman, "Innovation and Growth". (Cambridge, Massachusets: MIT Press, 1995). P68.

إن الانتقال من اقتصاد المنتج إلى اقتصاد المعرفة له بعض التبعات ومنها إتاحة الفرصة لزيادة العوائد، ومثاله ما حدث في قطاع صناعة البرمجيات **software industris**، وكذلك فإنه يؤدي إلى خلق الفرصة للاستفادة المجانية **free riding**، عن طريق الاستفادة من مخرجات المعرفة (Romer 1998)<sup>22</sup>.

ومن خلال دراسات إبداع القيمة فقد وجد أن هناك اختلافاً متميزاً لمنظور السوق مغايراً للمنظور التقليدي (Mauborgne & sloan 1998)<sup>23</sup> ويتكون هذا المنظور من عنصرين هما :

العنصر الأول: التسعير الاستراتيجي لخلق الطلب حيث يؤدي ذلك إلى زيادة الكمية المطلوبة وبناء سمعة جيدة للعلاقة وبوقت سريع.

أما العنصر الآخر فيتمثل في التكلفة المستخدمة لخلق الربح حيث يؤدي ذلك إلى زيادة هامش الربح و تغيير في هيكله التكلفة مما يؤدي إلى صعوبة تقليده من قبل المنافسين.

في اقتصاديات الإنتاج فإن المصانع ذات السيطرة السوقية نتيجة براءات الاختراع عادة ما تؤدي لخسارة ناحيتين مؤثرتين في الرفاه الاجتماعي، أولهما حرمان فئة كبيرة من المستهلكين من إمكانية شراء بعض المنتجات التي يحتاجونها نتيجة وضع أسعار عالية لها، وثانيهما الوضع الاحتكاري الذي تتمتع به هذه الشركات وضعف المنافسة يؤدي إلى عدم التركيز على الكفاءة وبالتالي هدر المصادر الاجتماعية المتاحة (Thurrow 1997)<sup>24</sup>.

<sup>22</sup> C.W.L. Hill, "Differentiation Versus Low Cost or Differentiation and Low Cost," Academy of Management Review, July 1988, P 401

<sup>23</sup> Rogers, "Diffusion of Innovations", (New York: Free press, 1995). P54.

<sup>24</sup> Kim and Mauborgne (1999). Ibid. P56.

من استعراض الدراسات السابقة والتي تم الإشارة إليها فإننا نجد أن جميع هذه الدراسات قد تمت في بيئة اجتماعية واقتصادية مختلفة عن بيئتنا العربية مما يجد من إمكانية الاستفادة من هذه النتائج لمنظمات الأعمال العربية، كما أننا نجد أن هذه الدراسات قد ركزت على النواحي التكنولوجية والإنتاجية والقيمية، كما أن بعض هذه الدراسات قد تناولت المدخل الاستراتيجي الخاص بالمنتوج وأغفلت الجوانب الأخرى ذات الصلة بالإبداع كالبحث والتطوير والتمويل والمخاطرة ومدى توفر قاعدة معلومات مساعدة على الإبداع.

و على هذا الأساس سنحاول في بحثنا هذا أن نركز على الجانب التكنولوجي في الإبداع، و نبحث عن طريقة لقياسه مقترحين براءات الاختراع و نشاطات البحث و التطوير كمؤشرين للدلالة على وجود الإبداع التكنولوجي في دولة ما، ثم نحلل أثره على تنافسية المؤسسات و الدول.

### المطلب الثالث: نظريات الإبداع

لقد تعددت نظريات الإبداع و الابتكار، وذلك نظرا لاختلاف المدارس و الاتجاهات، حيث أن أغلب البحوث قد احتلت مكانها في مجالات علم النفس، و القليل منها فقط تناولت تأثيرها على الهياكل و المستويات التنظيمية و عمليات الإنتاج و المزيج التسويقي للسلع و الخدمات و..... الخ.

و هناك أيضا عدد من النظريات التي حددت العمليات المبدئية التي تسهل عملية الابتكار و الإبداع، و قد ساعدت هذه الأخيرة على إيجاد معظم العوامل التي يمكن أن تساعد المؤسسات على الإبداع و الابتكار التنظيمي و هي تتعلق بالتحفيز.

و يجدر بنا أن نشير إلى أن هذه النظريات إنما تفسر كل منها جانبا واحدا للإبداع، و من ثم يستفاد من كل هذه النظريات ( وفق نظرة توفيقية) لتتكامل مع بعضها البعض "رعد الصرف"<sup>25</sup>.

لقد قام عدد من علماء الإدارة بطرح أفكار أصبحت تعرف فيما بعد بنظريات تحمل أسماءهم، كما أهما استعرضت موضوع المنظمات و العوامل المؤثرة، و من أهم هذه النظريات التي عاجلت موضوع الإبداع نذكر ما يلي:

### ➤ نظرية وترمان و بيترز<sup>26</sup>:

حيث يلخص الكاتبان في كتابهما " البحث عن التفوق " بعد دراسة تحليلية لنحو 40 من المنظمات الأمريكية المتفوقة، حيث وجدوا أن القيم و المبادئ المشتركة للمنظمات و الشركات المتفوقة التي تتسم بدرجة عالية من الإبداع و الابتكار هي:

❖ الرغبة و التحفيز للإنجاز و إعطاء الأسبقية دائما للفعل و الشروع في الأداء أكثر من مجرد إنفاق الكثير من الوقت في التحليل، و في الاجتماعات و التقارير التفصيلية للجان.

❖ تنمية العلاقات و الصلات مع المستفيدين من الخدمة أو الراغبين في السلعة المقدمة من المنظمة، وذلك بهدف التعرف عليهم و الاستفادة من مقترحاتهم.

❖ إعطاء استقلالية للوحدات و الأقسام و بما يشجعها على التفكير المستقل و الإبداع، و بما يحفزها على منافسة الوحدات و الأقسام الأخرى في الأداء المتميز.

<sup>25</sup> الصرف، رعد حسن، " إدارة الإبداع و الابتكار - المفاهيم و الخصائص و التجارب الحديثة -، دار الرضا للنشر و التوزيع، دمشق: سوريا، 2000، ط1، ص 47.  
<sup>26</sup> نفس المرجع، ص 55.



❖ تعزيز مفهوم الإنتاجية و تحقيقها و ذلك عن طريق تنمية قدرات جميع العاملين في المنظمة و تعميق المبادئ التي تجعل كل فرد فيها يقدم أفضل قدراته و جهوده، علما بأنه مشارك في كل النتائج الإيجابية المترتبة على تفوق المنظمة، أي بمعنى معاملة العاملين في المنظمة بكرامة و إنسانية و تشجيع روح المغامرة و الإبداع لديهم.

❖ تبسيط الإجراءات و المستويات الإدارية عن طريق الاعتماد على القليل منها.

❖ خلق و تطوير بيئة تنظيمية تؤمن بالانتماء للقيم الرئيسية للمنظمة و تحقق في الوقت ذاته المرونة المطلوبة.

❖ استمرار المنظمة في تقديم السلع أو الخدمات التي أثبتت فيها القدرة على التميز، و الحد من التوسع في مجالات ليس للمنظمة خبرة فيها.

❖ العمل على أن تظل القيادات التنفيذية للمنظمة ذات صلة دائمة و متصلة بالنشاطات الرئيسية و ذلك بهدف التعرف على مدى تطابق النشاطات مع القيم و المبادئ التي تعمل وفقها المنظمة.

### ➤ نظرية كليفورد و كافيني<sup>27</sup>:

توصل الكاتبان في دراستهما حول " الأداء الفائق " THE WINNING PERFORMANCE إلى أن

المنظمات الصغيرة المتميزة و ذات القدرات الإبداعية و الابتكارية العالية تتصف بسمات متعددة تميز بيئتها التنظيمية و هي:

<sup>27</sup> نفس المرجع، ص 59.

❖ وضع و تطوير رسالة MISSION محددة للمنظمة، و من الضروري أن تكون بمثابة القيم المشتركة للعاملين.

❖ من الضروري أن يتم تركيز الاهتمام على المقومات و المكونات الجوهرية للعمل.

❖ أن يتم النظر إلى المنهج البيروقراطي على أنه يعيق العمل السليم و المرن للمنظمة.

❖ تحفيز جميع العاملين للتدريب و التجريب.

❖ تطوير و تعزيز العلاقات الوثيقة مع المستفيدين من الخدمة أو مع الراغبين في السلطة، و ذلك بالقدر

الذي يجعل من جميع عمليات التطوير و الابتكار و الإبداع جهوداً موظفة في سبيل تحقيق رغبات المتعاملين مع المنظمة.

❖ إعطاء أسبقية متميزة لتنمية و تطوير قدرات العاملين و حفزهم على الأداء المتميز و الإبداع فيه.

ومن خلال تحليل النظريتين التي توصل إليها كل من بيترز و وترمان و الثانية التي وضعها كليفوردي و

كافيتي يظهر لنا بوضوح تام أنهما متماثلتين في المفاهيم و المبادئ، و هذا التماثل يدعم نتائج الدارسين، و

بالتالي فهي تؤكد على أهمية المفاهيم و المبادئ و يبقى الهدف الأساسي هو وضعها حيز التنفيذ الفعلي وفق

تكامل عضوي لمقومات البيئة التنظيمية للمنظمة.

➤ نظرية إدوارد دي بونو<sup>28</sup>:

يعد اسم دي بونو اسماً مشهوراً في دنيا الإدارة و الصناعة، و هو كذلك مرجع لشركات و منظمات

عملاقة مثل شركة IBM و غيرها من الأسماء الشهيرة في عالم الأعمال، ولقد ركزت نظريته على التفكير

<sup>28</sup> جوزيف، أو كونور- إيلن، ماكدرموت، "فن تفكير الأنظمة" مترجم- مكتبة جرير للنشر و التوزيع، 2005، ط1، ص 78.

الإبداعي و أساليبه، و يسمى أسلوبه أو طريقته المبتكرة للتفكير باسم " القبعات الست" و قد استخف بها الكثيرون في البداية، و لكن بعد فترة حازت إعجاب الكثير من المنظمات و الشركات العالمية بعد استخدامها. هذا الأسلوب يعتمد على مواقف عقلية تساعد صناع القرار على القيام بما يسمى بالتفكير المتوازي، أي أن الجميع يفكرون بطريقة واحدة أو منهج واحد و ذلك حتى تكون الطاقة العقلية المجتمعة قادرة على تحقيق أعلى قدرة تفكير ممكنة.

و هذه الطريقة تستعمل في الاجتماعات الإبتكارية إذ تساعد على التفكير الجمعي المتوازي و الذي يعتمد على ارتداء الجميع لنفس القبعة حتى يكون عندهم نفس طريقة التفكير.

قسم دي بونو ألون القبعات الست إلى الألوان التالية<sup>29</sup>:

- ✓ القبعة البيضاء: و هي مسؤولة عن جمع المعلومات و معرفة الوضع الحالي، و ما يحيط به من مشاكل و ملابسات، أي النظرة الموضوعية للأمر.
- ✓ القبعة الحمراء: و هي خاصة بالمشاعر، أي أن الشخص يلبسها يقول فقط ما يشعر به اتجاه اقتراح ما دون إبداء الأسباب، فهي خاصة بالانفعال و الحدس و التفكير الفطري.
- ✓ القبعة الخضراء: تزودنا بالأفكار الإبداعية و البدائل و الخيارات و الاحتمالات، و هي في الغالب تكون مسؤولة عن الاقتراحات إذ أنها قبعة الأفكار الجديدة و التفكير الخلاق.
- ✓ القبعة الزرقاء: مهمتها الأساسية هي مساعدتنا في التحكم و في الوصول إلى القرارات و توقع النتائج، أي بمعنى آخر توجيه و ضبط عملية التفكير.

<sup>29</sup> نفس المرجع، ص 81.

✓ القبعة الصفراء: مسؤولة عن المنطق و الفوائد المترتبة إظهار قيمة الأشياء، إنها قبعة الممكن و المنطق الإيجابي.

✓ القبعة السوداء: و هي قبعة التشاؤم و الحذر، و يتم التفكير بها بفرض معرفة مشاكل و نقاط الضعف في الموضوع الذي نعالجه، فهي إذن قبعة التفكير السلبي.

لقد لاقى أسلوب القبعات الست قبولا واسعا و ذلك نظرا لسهولة تطبيقه، و من ميزات هذه الطريقة

ما يلي:

- سهولة التعلم و الاستخدام و التأثير الفوري.
- توفير الوقت للجهد الابتكاري المنظم.
- تسمح بالتعبير عن المشاعر دون حرج.
- تسمح بالتفكير الحر غير المقيد.
- توفر أسلوبا للانتقال من نمط في التفكير إلى آخر دون إيذاء الآخرين أو جرح مشاعرهم.
- استعمل أنماط تفكير مختلفة دون الانصياع إلى نمط واحد.
- توفر أسلوبا عمليا في استخدام أنماط تفكير مختلفة و في أفضل تتابع ممكن.
- تبتعد عن أسلوب الجدل في الحوار، و تسمح للجميع بالتعاون على الكشف و الإبداع.
- تؤدي إلى فعالية و إنتاجية الاجتماعات.

لقد ذاعت نظرية دي بونو في العالم لدرجة أنه تم إنشاء مجمع للتفكير الإبداعي برأس مال يقدر ب

250 مليار دولار تشارك فيه أكبر الشركات و المنظمات في العالم.

➤ نظرية مارش و سايمون ( MARCH et SIMON ; 1958 )<sup>30</sup>:

فسرت هذه النظرية الإبداع من خلال معالجة المشكلات التي تعترض المنظمات، إذ تواجه بعض المنظمات فجوة بين ما تقوم به و بين ما يفترض أن تقوم به، فتحاول من خلال عملية البحث خلق البدائل، حيث أن عملية الإبداع وفق هذه النظرية تمر بعدة مراحل هي: فجوة الأداء، عدم الرضاء، بحث و وعي، و بدائل، ومن ثم إبداع، حيث عزى كل من مارش و سايمون الفجوة الأدائية إلى عوامل خارجية كالتغيير في الطلب أو التغييرات في البيئة الخارجية، بالإضافة إلى العوامل الداخلية.

➤ نظرية بيرنز و ستولكر ( BURNS et STALKER ; 1961 )<sup>31</sup>:

كانا أول من أكد على أن التراكيب و الهياكل التنظيمية المختلفة تكون فاعلة في حالات مختلفة، فمن خلال ما توصلا إليه من أن الهياكل الأكثر ملائمة هي التي تسهم في تطبيق الإبداع في المنظمات من خلال النمط أو التنظيم الآلي الذي يلاءم بيئة العمل المستقرة، و التنظيم العضوي الحيوي الذي يلائم البيئة سريعة التغيير، و هذا الأخير، يقوم على مشاركة أعضاء التنظيم باتخاذ القرارات إذ أنه يسهل عملية جمع البيانات و المعلومات و معالجتها.

➤ نظرية ولسون ( wilson<sup>32</sup> ; 1966 ):

لقد بين ولسون عملية الإبداع من خلال ثلاثة مراحل أساسية هدفت إلى إدخال تغييرات في المنظمة و هي: إدراك التغيير، اقتراح التغيير، تبني التغيير و تطبيقه، و يكون بإدراك الحاجة أو الوعي بالتغيير المطلوب ثم

<sup>30</sup> عبوي، زيد منير، مرجع سابق، ص38

<sup>31</sup> نفس المرجع، ص38.

<sup>32</sup> محمد عبد الشفيق عيسى، التأهيل التكنولوجي الابتكاري للمؤسسات الاقتصادية الوطنية في الإطار الاقتصادي الدولي، مجلة العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة سطيف، العدد 2002/01، ص78.

توليد المقترحات و تطبيقها، وذكر عوائق الإبداع منها: التعقيد في المهام بسبب البيروقراطية، تنوع نظام الحفظ، و كلما زاد عدد المهام المختلفة كلما ازدادت المهام غير الروتينية، مما يسهل إدراك عملية الإبداع بصورة جماعية و عدم ظهور صراعات، كما أن الخوافر لها تأثير إيجابي لتوليد الاقتراحات وهي تزيد من مساهمة أغلب أعضاء المنظمة.

### ➤ نظرية هارفي و ميل (Harvey et Mill ; 1970<sup>33</sup>):

لقد استفادا مما قدمه كل من "مارش و سيمون"، و "بيرنز و ستولكر"، فركزوا على فهم الإبداع من خلال مدى استخدام الأنظمة للحلول الروتينية، فقد وصفوا أنواع المشكلات التي تواجهها المنظمات و أنواع الحلول التي قد تطبقها من خلال إدراك المشكلة عن طريق ما تحتاجه من فعل لمواجهتها أو بلورتها أي "كيفية استجابة المنظمة" أو البحث بهدف تقدير الأفعال المحتملة التي قد تتخذها المنظمة أو اختيار الحل، أو إعادة التعريف بمعنى استلام معلومات ذات تغذية عكسية حول الحل الأمثل، إذ تسعى المنظمة إلى وضع حلول روتينية لمعالجة حالات أو مشكلات تم التصدي لها مسبقا - أي الخبرات السابقة -، بينما تسعى لاستحضار حلول إبداعية لم يتم استخدامها من قبل بهدف معالجة المشكلات غير الروتينية أو الاستثنائية بتبني الهياكل التنظيمية الآلية و العضوية.

فضلا عن ذلك فإن ميل و هارفي تناولوا أيضا العوامل التي تؤثر في الحلول الإبداعية و الروتينية مثل حجم المنظمة و عمرها، و درجة المنافسة، و التغير التكنولوجي، و درجة الرسمية في الاتصالات، حيث كلما زادت مثل هذه الضغوطات فإن الأمر يتطلب أسلوبا أكثر إبداعا لمواجهتها.

<sup>33</sup> بقة الشريف، "التكنولوجيا وإشكالية تطور أنماط تسييرها"، في المؤتمر العلمي السادس للجمعية العربية للبحوث الاقتصادية، بيروت، (19-30) جوان 2002، ص.06.

➤ نظرية هيچ و إيكن<sup>34</sup> ( Hage et Aiken ; 1970 ):

تعد من أكثر النظريات شمولية، إذ أنها تناولت المراحل المختلفة لعملية الإبداع فضلا عن العوامل المؤثرة فيه، كما فسرت الإبداع على أنه تغير حاصل في برامج المنظمة يتمثل في إضافة خدمات جديدة، و لقد حددت مراحل الإبداع كالتالي:

- ✓ مرحلة الإعداد: أي الحصول على المهارات الوظيفية المطلوبة و الدعم المالي.
- ✓ مرحلة التطبيق: البدء بإتمام الإبداع و احتمالية ظهور المقاومة.
- ✓ مرحلة التقييم: أي تقييم النظام و مدى تحقيقه لأهدافه.
- ✓ الروتينية: سلوكيات و معتقدات تنظيمية.

أما العوامل المؤثرة في الإبداع فهي مختلفة و معقدة جدا و منها:

- ✓ زيادة التخصصات المهنية و تنوعها.
- ✓ المركزية.
- ✓ الرسمية.
- ✓ الإنتاج.
- ✓ الكفاءة و الرضا عن العمل.

<sup>34</sup> عيوي، زيد منير، مرجع سابق، ص40.

➤ نظرية زالتمان<sup>35</sup> (Zaltman ; 1973):

حيث تنظر هذه النظرية إلى الإبداع كعملية تتكون من مرحلتين هما: مرحلة البدء و مرحلة التطبيق. و لهما مراحل جزئية، و يعتبر على انه فكرة أو ممارسة جديدة، و وصفوا الإبداع على انه عملية جماعية و ليست فردية، كما اعتمدوا على نظرية هيچ و إيكن إلا أنهم توسعوا في شرح المشكلة التنظيمية و أضافوا متغيرات أخرى و هي: العلاقات الشخصية و أسلوب التعامل مع الصراع.

ولقد حددوا أيضا مراحل تفصيلية للإبداع و هي:

- مرحلة البدء: وتشمل. \* مرحلة ثانوية لوعي المعرفة \* مرحلة ثانوية حول مراحل الإبداع \* مرحلة ثانوية للقرار.\*

- مرحلة التطبيق.

- تطبيق تجريبي.

- تطبيق متواصل.

<sup>35</sup> عبوي، زيد منير، مرجع سابق، ص41.



## المبحث الثاني: مفهوم الإبداع وأهميته

سوف نتطرق في هذا المبحث إلى التعاريف و المفاهيم التي تناولت مصطلح الإبداع و سنحاول حصر أنواعه و نبين أشكاله و مستوياته ثم نتحدث عن أهميته و الحاجة إليه في المؤسسات الحديثة.

### المطلب الأول: إشكالية المفهوم

الإبداع لغة من "بدع" و بدع الشيء أو ابتدعه أي أنشأه على غير مثال سابق، و حسب قاموس بنجوين السيكولوجي يعرف الإبداع على أنه: " عملية عقلية تؤدي إلى حلول و أفكار و مفاهيم و أشكال فنية و نظريات و منتجات تتصف بالتفرد و الحداثة"<sup>36</sup>.

إن مفاهيم الإبداع التي تعتبر أساسية للبدء في أي برنامج جديد في المنظمة يرتبط ارتباطا وثيقا بالعمليات الفكرية أو الذهنية المختلفة، و بالتالي فإن وضع تعريف واحد للإبداع أمر صعب جدا، فقد يكون الإبداع هو تبني فكرة جديدة موجودة، و بالتالي من الممكن وجود مبتكر أو مبدع دون خلق فكرة جديدة و يصبح بذلك تبني أو تجسيد الفكرة الجديدة في صورة منتج أو مشروع هو في حد ذاته إبداعا.

في البداية نود أن نبين أن الإبداع هو مرادف لـ "innovation" و هناك من يسميها بالتجديد أو الابتكار و هي تختلف عن الاكتشاف أو الاختراع "invention" التي تعني الاكتشاف الجديد.

<sup>36</sup> عماري عمار، "الإبداع التكنولوجي في الجزائر- واقع و آفاق"، مجلة العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة سطيف، العدد 03/2004. ص56.

لقد وجدنا في المراجع العربية خلطاً في المفاهيم بين الإبداع و الابتكار و التحسين و التجديد و غيرها من المصطلحات المتداولة، في حين وجدنا في المراجع باللغة الفرنسية و الإنجليزية شيوع استعمال مصطلح "innovation" للدلالة على الإبداع و الابتكار، و هذا ما سنتمده في باقي الفصول.

الإبداع هو تلك العملية التي تتعلق بالمستجدات الإيجابية و التي تخص المنتجات بمختلف أنواعها و كذلك أساليب الإنتاج<sup>37</sup>، فالإبداع حسب هذا التعريف تشترط فيه الإيجابية أي نعي بها تعديل مُهدف من ورائه إلى إيجاد تحسينات تعلقت بالمنتجات أو العمليات بهدف تحسين الأداء أي الكفاءة و الفعالية في استخدام الموارد.

كما يعرف بأنه إيجاد تطوير جديد أو تعديل على مادة أو عملية إنتاجية أو خدمة للحصول على عائد اقتصادي.

و في هذا الصدد نجد مصطلح الإبداع التكنولوجي الذي يعني تطوير و تعديل مستمر و تحسين لمخرجات الاختراع و الاكتشافات بهدف الوصول إلى أداء أحسن سواء كانت في العمليات أو المنتج.

يرى ( علي ماضي 1991 )<sup>38</sup> أن الإبداع هو كل عمل يتفوق عن طريقة جديدة و يتكشف عن رؤية شيء ما أو علاقة معينة و جعل الطريقة و الشيء ذات معان تأتلف مع الفكر و الروح و القلب، أي أن المقدرة على الإبداع تأتي من خلال إدراك العلاقات بين الأشياء و الأفكار و الأحداث و الربط بينهما و إنشاء علاقات منطقية جديدة بين الملاحظات المختلفة، و عليه فإن الإبداع هو الرغبة العارمة في استخدام ما يدرك العقل في تطبيقات عملية تحقق نتائج جديدة و متميزة.

<sup>37</sup> سعيد أوكيل، اقتصاد و تسبير الإبداع التكنولوجي، د م ج الجزائر، 1994، ص 54.  
<sup>38</sup> علي ماضي، النفس البشرية، دار النهضة العربية، بيروت، 1991، ص 197.

و يرى (الصيرفي 2003)<sup>39</sup> أن المقصود به هو أي فكرة جديدة أو ممارسة جديدة أو تعبير جديد بالنسبة للفرد الذي يتبناها، وبالتالي فإن التركيز ليس على درجة اختلاف الفكرة عن الأفكار المستقرة ولكن التركيز على تبنيها.

و يرى (سيد هواري 1992)<sup>40</sup> أن الإبداع هو تبني فكرة جديدة موجودة و بالتالي من الممكن وجود فرد مبتكر دون خلق فكرة جديدة.

### - المفاهيم الأساسية

طور الاقتصادي Joseph A. Schumpeter نظرية عن الكيفية التي تخلق بها الإبداعات تنمية حلقية، أو دورة cycle للأعمال من نمو وازدهار ثم تداعي.

ومن خلال ما يؤدي إليه الإبداع من تدمير لبعض البنى والمعطيات، فإن الاقتصاد الرأسمالي يتقدم ويتطور وفق حلقات النمو، فعملية التجديد تتحرك كذبذبات متتابعة عبر الاقتصاد، وطبقا لهذه النظرية فإن المستثمر يلعب دورا مركزيا في هذه العملية، فهو قادر على إيجاد منتجات جديدة، ومصانع جديدة من خلال تجميع و تطوير معلومات موجودة في معظمها.

وقد ميز Schumpeter بين الإبداع Innovation والاختراع invention، وعلى

الرغم من أن ذوي الخبرة مبتكرون، إلا أن المستثمرين نادرا ما يكونوا مخترعين<sup>41</sup>.

<sup>39</sup> محمد الصيرفي، الإدارة الرائدة، دار صفا للنشر والتوزيع، عمان، 2003، ص12.

<sup>40</sup> سيد هواري، التنظيم والهيكل والسلوكيات والنظم، مكتبة عين شمس 1992 ص 222

<sup>41</sup> ج. أفوليو، بروس، تنمية القيادة و بناء القوى الحيوية، ترجمة " عبد الحكم أحمد الخزامي"، دار الفجر للنشر و التوزيع. القاهرة، 2003، ط1، ص 232.

و أطلقت تسمية الإبداعات التقنية على العمليات التي تمتد بين الاختراع و المنتجات النهائية للتسويق، وما يعرف بالإبداع المنتج قد يكون منتجا جديدا بالكامل، أو تنوع لمنتج موجود أصلا، وتؤدي عملية الإبداع إلى زيادة في الإنتاجية من خلال السماح بإنتاج سلع بوقت و جهد و تكلفة أقل، وبأماكن و طرق جديدة لتنظيم الإنتاج.

ولا ينحصر مفهوم الإبداع الاقتصادي في إنتاج السلع، فقد طبق على أنواع الخدمات الجديدة ، و إجراءات التوزيع والإدارة ضمن القطاعين الخاص العام.

في السنوات الراهنة يرد سؤال عن الكيفية التي تؤثر بها علاقات المؤسسة على عمليات الإبداع و الابتكار، فالمصانع المعزولة ميكانيا، وغيرها من المنظمات نادرا ما تبتكر، فمعظم المعامل تجدد طرق إنتاجها و تطور منتجات و خدمات جديدة من خلال التفاعل مع المصانع الأخرى و المؤسسات و الزبائن و المنافسين و موزعي المواد و الخدمات، و تشكل القوانين و التعليمات و التغيرات في الأنماط الحضارية هيكل شبكة للتفاعل. و ضمن هذه الشبكة فإن دورات الإبداع تتطلب العلاقات و هذه تأخذ وقتا، وقد تكون صعبة التفاصيل، و حالما تظهر نتائج البحث و التقصي فإن الإبداعات تتطور إلى منتجات تجارية ناجحة.

طور هيكر ستراند<sup>42</sup> في جامعة لوند النظرية الجغرافية عن الابتكارات و انتشارها مستخدما مفهوم عملية الانتشار، كعملية مكانية تعرض الكيفية التي تنتشر بها الابتكارات بشكل ناجح بين الأفراد و المستوطنات و المعامل ضمن إقليم جغرافي محدد، وقد تكون هذه الابتكارات منتجات جديدة ، أو تكنولوجيا ، أو أزياء و غيرها.

<sup>42</sup> ج. أفوليو، بروم، مرجع سابق، ص 234.

باعتقاد هذا المدخل نكون قد تركنا خلفنا مفهوم الابتكار، و ركزنا الانتباه على الإبداع والتحديد، كما أن عمليات الإبداع هي التي قد تحدث قبل أو في أوائل عملية الابتكار أو عملية الانتشار، وطبقا لرأي Schumpeter فان الاختراع الأصلي أو الاكتشاف و الحالات المحيطة به هي التي يجب أن تدرس<sup>43</sup>.

### المطلب الثاني: أنواعه، مصادره، مستوياته

كان الإبداع يعتبر حتى عهد قريب وسيلة لتحويل نتائج البحث إلى منتجات ناجحة تجاريا، ولكن لا يؤدي كل البحث إلى إبداع وابتكار، وليس كل إبداع يعتمد على البحث بالضرورة، و لا شك أن البحوث تسهم مساهمة كبيرة في الإبداع وتولد تدفقا من الأفكار الفنية، و تجدد بصفة مستمرة مجموعة المهارات الفنية، ويعتبر هذا عنصرا حيويا في إستراتيجية المنظمة ، خاصة على المدى الطويل، إذا أرادت أن تحافظ على تدفق المنتجات التنافسية في السوق.

وعلى الرغم من أهمية البحوث كمصدر من مصادر الاختراع ، إلا أن الإبداع يشمل أكثر من التطبيق الناجح لنتائج البحوث، فمن الممكن أن يأتي الإبداع من استخدام تقنيات أو عمليات جديدة من ميادين أخرى، أو من طرق جديدة لممارسة العمل أو طرق جديدة لتسويق المنتجات والخدمات.

أ/ أنواعه: يصنف الإبداع إلى أنواع عديدة منها<sup>44</sup>:

✓ الإبداع المتعلق بالاختراع و التصميم: و يشمل:

<sup>43</sup> ج. أفوليو، بروس، مرجع سابق، ص 235.  
<sup>44</sup> عبوي، زيد منير، مرجع سابق، ص 53.

◆ الإبداع العلمي: يكون فيه الإنتاج عبارة عن وسيط بين الحاجيات و الأهداف المحددة خارجيا، و في هذا النوع يعالج المبدع مظاهر متعلقة بالحيط الذي يوجد فيه بهدف تحقيق نتائج أفضل، أو اقتراح حلول نظرية، و كمثال على ذلك إبداع الباحثين في مجالات الفيزياء و الهندسة و الطب و غيرها... الخ.

◆ الإبداع الفني: حيث يخرج المبدع ما في داخله في شكل رسومات أو نحت أو موسيقى.

◆ الإبداع المتعلق بالتأليف: مثل كتابة الشعر و الرواية و القصة و غيرها..... الخ.

✓ الإبداع المتعلق بالتخطيط: و يهتم بالشؤون الإدارية و وضع الخطط و البرامج و الاستراتيجيات و

يتمثل في :

- الإبداع و التخطيط في إنتاج السلع و الخدمات.

- الإبداع في عملية الإنتاج.

- الإبداع في الاتصال و هندسة العلاقات بين الناس.

✓ الإبداع العام و الخاص: يقصد بالعام الإبداع الجماعي مثل الفرق البحثية الطبية و العلمية، و الخاص

هو الإبداع الفردي.

✓ الإبداع متعدد الجوانب: حيث يكون إبداع الشخص في أكثر من مجال فيكون مثلا: رساما و مهندسا

و رياضيا و شاعرا في آن واحد.

وتتعدد أوجه الإبداع و تختلف أشكاله وهو يتضمن عادة أحد الأمور التالية:

- إبداع منتجات أو مواد جديدة وتصريفها في الأسواق بعد أن تتم حمايتها بالعلامات المميزة وبراءات الاختراع أو بمنح الامتيازات، وتظهر هذه الإبداعات نتيجة الاستجابة لتغيرات طبيعة الطلب ونوعيته في الأسواق وليس لكميته، كما تؤدي المنافسة إلى إبداع مواد ومنتجات جديدة.

- إبداع التقنيات التي تساعد على تطوير الأجهزة والآلات والأدوات وما يرافقها من إبداع في طرائق النقل والتوزيع والتجميع والتصنيع المؤدية إلى زيادة الإنتاجية.

- الإبداع التنظيمي وهو القدرة على إعادة الهياكل التنظيمية والإدارية والإجرائية والعمل بها، بحيث تستطيع هذه الهياكل الاستجابة لتغيرات البيئة المحيطة ولاسيما الإبداعات التقنية منها.

- الإبداع في الأداء والسلوك الإداري كما في إبداع تقنيات جديدة، وطرائق تدريب حديثة، وإبداع الحلول الفريدة لبعض المشكلات الإنسانية والمادية التي تعاني منها المؤسسة وتطبيق هذه الحلول.

و بالنسبة للمنظمات هناك نوعان أساسيان هما:

- الإبداع الفني: يهتم بالمنتج سواء السلعة أو الخدمة و التكنولوجيا المستعملة.

- الإبداع الإداري: يهتم بالهيكل التنظيمي و العملية الإدارية في المنظمة و نشاطاتها الأساسية.

أما تايلور فقد قسم الإبداع إلى خمسة أنواع<sup>45</sup>:

- الإبداع التعبيري: و يعني القدرة على الاتصال و طريقة التفاعل مع العمل.

<sup>45</sup> محمد، الصيرفي، مرجع سابق ص 64.

- الإبداع الإنتاجي: يرتبط بتطوير آلة أو منتج أو خدمة.
  - الإبداع الاختراعي: يهتم بتقديم أساليب وطرق جديدة.
  - الإبداع الابتكاري: يشير إلى التطوير المستمر للأفكار، و تنجم عنه اكتساب مهارات جديدة.
  - إبداع الانبثاق: و هو نادر الحدوث لما يتطلبه من وضع أفكار و افتراضات جديدة و غير مسبوقه.
- و بصفة عامة يمكن القول أن الإبداع هو استحداث شيء جديد أو أسلوب غير مألوف لإدارة نشاطات المنظمة، و رغم أنواعه الكثيرة إلا أنها تبقى بنفس المنطلقات و تختلف في بعض التفاصيل التي تحددها الوظيفة التي وجد من أجلها الإبداع.

و هناك أنواع أخرى من الإبداع نذكرها باختصار<sup>46</sup>:

#### ➤ إبداع الأعمال:

يشمل هذا الإبداع نطاقا واسعا من المفاهيم الأصلية بما فيها تطوير نماذج عمل جديدة وإبداع تنظيمي، تطبيق التكنولوجيا والاتصالات في الأعمال، أساليب جديدة للإدارة وكفاءة بيئية، وأشكال جديدة من مشاركة أصحاب المصلحة والنقل والمالية.

<sup>46</sup> ج. أفولايو، بروس، تنمية القيادة و بناء القوى الحيوية، مرجع سابق، ص 289.



➤ إبداع الإستراتيجية:

يتناول هذا الإبداع تجديد أساليب الصناعة بخلق قيمة للعميل لتلبية حاجاته التي ظهرت حديثا، وإضافة قيمة إضافية، وإيجاد أسواق جديدة ومجموعات عملاء جدد للشركة الراعية، ويهدف أيضا إلى مساعدة الشركة في تطوير خدمات قيمة مضافة جديدة ودخول أسواق جديدة، وخلق قطاعات/ فئات أسواق جديدة، وأساليب جديدة للتوزيع، وأشكال جديدة لخدمة العملاء وشراكة العملاء.

➤ إبداع المنتج/الخدمة:

إبداع المنتج/الخدمة أي إبداع طريقة جديدة لحل مشكلة العملاء - من خلال تطوير منتج جديد أو خدمة جديدة- تفيد العميل والشركة الراعية معا.

➤ إبداع العملية:

تعمل إبداعات العملية على زيادة الربحية الأساسية وخفض التكلفة، وهي ترفع الكفاءة والإنتاجية وتزيد من ارتياح الموظف في العمل، وهي تقدم للعميل قيمة معززة للمنتج أو الخدمة، وبالنسبة لشركات الصناعات التحويلية، يتضمن إبداع العملية أشياء مثل تطبيق أساليب وتقنيات إنتاج جديدة ترفع الكفاءة والجودة أو وقت - الوصول- إلى السوق، والخدمات التي تباع مع هذه المنتجات، وبالنسبة لشركات الخدمات فإن إبداعات العملية تساعد على إدخال تحسينات في " المكتب الأمامي " خدمة العملاء وإضافة خدمات جديدة.

➤ الإبداع التكنولوجي:

يشمل هذا الإبداع الابتكار الناجم عن تطورات البحوث والتكنولوجيا التي لا تتصل بمبادرة المنتج والخدمة، وتوجد لدى أفضل الشركات خرائط طريق تحدد التقنيات التالية التي سوف تتبعها والتوقيت اللازم لكل منها، وتتطابق خرائط طريق التكنولوجيا هذه مع خرائط طريق المنتج لهذه الشركات من أجل التأكد من التزامن فيما بينها، ونظرا لأن التطورات الأساسية للتكنولوجيا تستغرق وقتا أطول مقارنة مع مبادرات المنتج والخدمة، بالفصل بين البحوث والاختراع الخاصة بتطورات المنتج والخدمة، تستطيع الشركات أن تحقق تقدما (امتدادا) دون أن تتحمل الكثير من المخاطر.

➤ إبداع تنظيمي:

يعكس هذا الإبداع الاعتراف بأن الطرق الجديدة لتنظيم العمل في مجالات مثل إدارة قوة العمل (كتفويض - منح سلطة- للموظف، شراكة مع أشخاص جدد، أو عمل إيجابي لإشراك جميع العاملين بحيث تصبح منظمة العمل موردا جماعيا للإبداع) بحيث يمكن لإدارة المعرفة، وإدارة سلسلة القيمة، و شراكة العملاء، والتوزيع، والمالية، والصنع، وغيرها أن تحسن من القدرة على المنافسة، ويتضمن الإبداع التنظيمي أيضا ابتكار نموذج العمل.

**ب/ مصادره:** يعتبر النشاط الإبداعي ظاهرة معقدة بالنظر إلى العوامل العديدة التي تتداخل في تكوينه و تطوره، و مما يزيد في تعقيد هذا النشاط أن هذه العوامل تكون فعالة في تكوين وتحفيز النشاط الإبداعي في

ظروف معينة بينما لا تكون كذلك في ظروف أخرى، و للوقوف على جوهر الموضوع سنحاول أن نتطرق في ما يلي إلى مصادره المختلفة، حسب بيتر دريكر حيث لخصها في سبعة مصادر.

يشير الكاتب دريكر<sup>47</sup> (Drucker) إلى وجود عدد من مصادر الابتكار التي توفر للمنظمة فرصة للإبداع وابتكار ما هو جديد منها ما يتعلق بالبيئة الخاصة (بيئة الصناعة) ومنها ما يتعلق بالبيئة العامة، وهو بهذا يحاول إبراز دور البيئة في توفير فرص للإبداع ومدى قدرة المنظمة في الاستفادة من تلك الفرص التي توفرها البيئة الخاصة أو العامة، والبعض منها يمثل تحدياً للمنظمة يدفعها إلى التشخيص ومن ثم الانطلاق نحو التجديد والإبداع.

أ- مصادر الإبداع في البيئة الخاصة (الصناعة):

يؤكد الكاتب دريكر (Drucker) على أن سوق الصناعة وما يحيط بالمنظمة من ظروف و أحداث وما تواجهه من فرص و تهديدات توفر فرصة للمنظمة لأن تكون إبداعية ومتجددة، ويقترح عدد من مصادر الإبداع بهذا الخصوص:

### 1- مصادر الإبداع غير المتوقعة: The Unexpected Innovation

هذا المصدر يمثل حالة احتمالية أو غير محسوبة مسبقاً حيث تجد المنظمة نفسها أمام حالة تتطلب التجديد و الإبداع ولكنها لا تستطيع التوقع بنجاح أو فشل ما ستقوم به، وكذلك أنها لم تتوقع الحدث الخارجي وهو ما يمثل فرصة فردية، فقد تجد المنظمة نفسها أمام حالة غير متوقعة تدفعها إلى المبادرة في إبداع

<sup>47</sup> ج. أفوليو، بروس، مرجع سابق، ص 197.

طريقة جديدة لتسويق منتجاتها ولكنها غير متأكدة من نجاح أو فشل ما أقدمت عليه من تغيير مما يجعل فرص النجاح أو الفشل متساوية لديها.

2- **عدم الكفاية:** وهذا المصدر من مصادر الإبداع يشير إلى التناقض إلى ما بين الحقيقة أو الواقع وما يجب أن يكون، أي ما بين ما هو كائن وما يجب أن يكون، وما بين هذه وتلك يمكن خلق فرصة الإبداع، مثال شركة (Seal-Land) التي واجهت مشكلة الخسائر في شحن البضائع في الميناء مما دفعها إلى استخدام حاويات مغلقة تضمن عدم فقدان البضاعة والمحافظة عليها، مما قلل من التكاليف وتحسين مركز الربحية لديها.

### 3- الإبداع على أساس الحاجة للعملية ذاتها<sup>48</sup>: Innovation Based on Process Need

هذا المصدر يركز على أن العملية المراد القيام بها تتطلب القيام بشيء ما مفقود و أن الناس يقومون بالدوران حول هذه الحلقة المفقودة دون أن يقوموا بأي شيء إزاءها، فإن الفرصة قد تبدو لشخص ما أو شركة ترغب بعرض لهذه الحلقة المفقودة، حيث تكتشف بعض الشركات هذه الفرصة، و إيجاد الحلقة المفقودة وعرضها على الآخرين، مثل تطوير نوع من الأنزيم يقاوم التلف، والذي كانت العمليات الجراحية للعيون بأمس الحاجة إليه، و الذي كان بمثابة الحلقة المفقودة رغم أن الأنزيم كان موجوداً ولكنه يتلف بسرعة مما دفع إلى تطوير مكونات المنتج وتجاوز مشكلة التلف.

<sup>48</sup> نفس المرجع، ص 197.

#### 4-التغيرات في الصناعة وهيكل السوق<sup>49</sup>: Change in Industry Market Structure

المنظمة تكون مستعدة لإبداع السلعة أو الخدمة، فعندما تفرز الصناعة أو السوق مخرجات تجعل فرصة الإبداع متاحة، كما حصل لدى شركة جونسون عندما شخصت بوجود حاجة في السوق إلى منتج يعالج مشكلة الشعر المجعد لدى السود في أمريكا، حيث بادرت إلى تقديم مثل هذا المستحضر الذي يلائم حاجات واستعمالات هذه الفئة من الزبائن.

#### ب- مصادر الإبداع في البيئة العاملة:

التغيرات والعوامل التي تتصل بالبيئة العامة تعتبر مصادر تدفع المنظمة إلى الإبداع والتحديد ومن بينها:

#### 1-التغيرات السكانية Demographies

إن التغيرات الحاصلة في حجم وتركيب السكان تشجع المنظمة على التفكير الإبداعي، فالتغيرات في الفئات العمرية السكانية ومستوى التعليم والدخل يمكن أن تخلق فرصا للإبداع، حيث التغير سوف يحصل في حاجات وعادات السكانية الشرائية مما يجعل ما كان سائدا من منتجات غير ملائم مع ما يطلبه السكان الذين طرأت عليهم تغيرات لا بد من الاستجابة لها.

#### 2-التغيرات في الإدراك، الأنماط، والمعاني المتداولة في المجتمع<sup>50</sup>:

إن فرص الإبداع يمكن تطويرها عندما تتغير الافتراضات العامة للمجتمع، فالمواقف، المعتقدات، وغيرها يمكن أن تكون مصدر يشحذ همة المنظمة نحو الإبداع، فعلى سبيل المثال الشعور إزاء الأكل الذي

<sup>49</sup> نفس المرجع، ص 198.  
<sup>50</sup> نفس المرجع، ص 198.

تحول من التغذية البحتة والبساطة وطلب ما هو ضروري وبأيسر الطرق وأرخصها تحول إلى وجبات جاهزة في بعض المجتمعات وخاصة الغربية حيث يتم الحصول عليه من محلات السوبر ماركت والاستعانة بكتب الطهي ، وهذه العادات أصبحت أكثر شيوعاً من ذي قبل، إضافة إلى التغيير في حجم العائلة وعدد الأطفال وما يصاحبه من إعادة توزيع لدخل العائلة.

هذه التغيرات وغيرها من الأنماط الجديدة وعادات التسوق دفعت إلى الإبداع في طرق تقديم الخدمات والمنتجات الغذائية الجاهزة لأن الفرد أخذ يفكر بالوقت أكثر من ذي قبل.

3- المعرفة الجديدة **New Knowledge**: التقدم في المعرفة العلمية وغير العلمية خلقت منتجات جديدة و أسواق جديدة، فالتقدم الذي يحصل في مجالين مختلفين يدفع أحياناً إلى التكامل باتجاه تكوين قاعدة لمنتج جديد، مثال ذلك التقدم الذي حصل في مجال الحاسوب ومجال الاتصالات، كذلك الحال فيما يخص المنشآت العاملة في ميدان البرمجيات الجديدة حيث تسعى لإنتاج برامج جديدة أسبوعياً أحياناً، هذا الحال خلق الحاجة إلى تحقيق ميزة التقدم التكنولوجي في معدات الحاسوب.

ج/ مستوياته:

يظهر الإبداع في في العديد من المستويات و يمكن التمييز - عموماً - بين ثلاثة مستويات " على مستوى الفرد، على مستوى الجماعة، على مستوى المنظمة".

1) الإبداع على مستوى الفرد:

حيث يكون الفرد الذي يمتلك قدرات و سمات إبداعية هو صاحب هذا الإبداع، و لقد اشتغل الكثير من الباحثين حول هذه السمات، و نشرت العديد من الأبحاث و المقالات التي حاولت التعرف على قدرات و استعدادات و ميول الفرد المبدع، و خصائص و سمات شخصيته التي يتميز بها دون سواه.

و من بين الخصائص المنطقية و الأساسية في المبدع:

✓ المعرفة: يجب عليه أن يمتلك قدرا معتبرا و الماما مقبولا بعمله، بالإضافة إلى كونه مثقفا و صاحب روح علمية.

✓ التعليم: كثيرا ما يعيق المنطق المتواجد الإبداع في حد ذاته، خاصة إن كان يحمل ثورة و تغييرا للواقع.

✓ الذكاء: الإنسان المبدع ليس بالضرورة عالي الذكاء، و لكنه يتمتع بالقدرات التفكيرية القادرة على تكوين علاقات مرنة بين الأشياء.

✓ الشخصية: يتمتع بروح المخاطرة و المثابرة و حب الاستقلال، و هو عالي الدافعية، دائم التشكك، منفتح على الآراء الجديدة...

✓ الوضع الاجتماعي: هو ليس منطوي على نفسه، بل يميل إلى التفاعل و تبادل الآراء مع الآخرين.

و يشير الكاتب "روي" (Robey)<sup>51</sup> إلى السمات التالية في الإنسان المبدع و هي:

- الفضول و حب الاستطلاع، و عدم الرضا بالوضع الراهن.

<sup>51</sup> عارف، حسين ناجي، السلوك التنظيمي. عمان: الأردن، دار يا فا العلمية، ط1، 2003، ص97.

- الالتزام بهدف سام و التفاني في العمل و القدرة على تقديم الأفكار.
- التلقائية و المرونة.
- تشجيع تبادل الرأي و النقد الذاتي.
- الأصالة: و تعني التحرر من النزعة التقليدية و التصورات الشائعة، و الخروج عن المألوف في التفكير و التعبير.
- الموضوعية و الشفافية في التعامل مع المشكلات.
- كما أن هناك الكثير من الكتابات و البحوث حول هذه السمات لا يتسع المجال لذكرها، إلا أن هناك اتفاقاً مبدئياً على مجموعة من السمات مثل: حب الاستطلاع و المثابرة و الثقة بالنفس و الاستقلالية، تأكيد الذات، التلقائية، التنافس، المخاطرة، المرونة و غيرها.
- و من جهة أخرى فقد بينت عدة دراسات أن المنظمة تستطيع تدريب أفرادها لتغرس فيهم - إلى حد ما-

هذه السمات و بالتالي الوصول إلى الحالة الإبداعية الجماعية.

## (2) الإبداع على مستوى الجماعة:

و ذلك بالاعتماد على خاصية التناؤب (La synergie) بين الأفراد و تبادل الخبرات و المهارات المختلفة و تحويل الكفاءات الضمنية إلى كفاءات قابلة للتحويل و التعلم، بالإضافة إلى التكوين و التدريب.



إن إبداع الجماعة يفوق إبداع الفرد، و التحدي الكبير الذي تواجهه المنظمات اليوم يتطلب تكوين و تطوير جماعات العمل المبدعة.

### 3) الإبداع على مستوى المنظمة:

إن الإبداع في المنظمات المعاصرة يعتبر ضرورة ملحة لمسايرة ركب التطور التكنولوجي و سوق المنافسة شديد التغير، و هو أساسي لبقائها و ازدهارها، و عليه يجب أن تجعل أسلوب عملها و ممارستها اليومية بعيدا عن الروتين و الرتابة، و يمكن تحقيق ذلك بتوافر الشروط الأساسية التي اقترحها هارولد لافيت (HaroldLeavitt)<sup>52</sup>:

➤ إدراك المنظمة أن الإبداع يحتاج إلى أشخاص ذوي تفكير عميق، أي أنهم يقدرون القيمة العلمية للنظريات و لديهم الرغبة في الاستطلاع و التطور المستمر.

➤ ضرورة تعلم حل المشكلات بطرق إبداعية، و هذا يعني تكيف التفكير و تشجيعه ليكون أكثر مرونة، و الخروج من الأساليب التقليدية في التعامل مع المشكلات.

➤ ضرورة تنمية المهارات و القدرات الإبداعية في إيجاد حل للمشكلات و التنبؤ بها، و ذلك يساعد على تنمية المهارات الإبداعية و التعود على التفكير المطلق و الشامل.

➤ تنمية المهارات الإبداعية في وضع مشكلات من العدم و العمل على حلها، و هذا سيقود المنظمة إلى خلق صمام أمان ضد المفاجآت غير المتوقعة.

<sup>52</sup> العميان، محمود، السلوك التنظيمي في منظمات الأعمال. عمان : الأردن، دار وائل، ط2، 2004، ص104.

و لقد أشارت الدراسات و الأبحاث حول الإبداع على مستوى المنظمة إلى أن المنظمات المبدعة تتميز

بالصفات التالية:

- الاتجاه نحو الفعل و الإنجاز و التجربة المستمرة.
- الاتصال القوي مع حاجات و رغبات المستهلكين.
- وجود أنصار و مؤيدون للإبداع يقومون بتشجيع العملية الإبداعية داخل المنظمة.
- مشاركة العاملين في تقديم مقترحات و بدائل العمل.
- تطوير مبادئ و قيم و أخلاقيات للعمل يدركها الجميع و يتمسكون باحترامها و تطبيقها.
- الالتزام بالمهارة الأصلية للمنظمة المبدعة و عدم التحول إلى مجالات عمل ليس للمنظمة مهارة متأصلة فيها.
- البساطة و عدم التعقيد في الهيكل التنظيمي من حيث عدد المستويات و الوحدات الإدارية.
- الجمع بين الشدة و اللين معا، فهناك رقابة مركزية مشددة لحماية قيم و أهداف المنظمة، و في نفس الوقت هناك استقلالية و تفويض للسلطة بهدف تشجيع روح المبادرة و الإبداع.

### المطلب الثالث: أهمية الإبداع

في ظل اقتصاد المعرفة و تزايد الاهتمام أكثر بالمعارف و العلم و التكنولوجيا على وجه الخصوص و تماشيا مع التغيرات التي يشهدها العالم، زادت ملامح التنافسية أكثر - في جميع المجالات - على المؤسسات و

الدول، فتسابقت كل واحدة منها نحو إيجاد أفضل الاستراتيجيات التي تساعد على تعزيز و تحسين قدرتها التنافسية، فزاد الاهتمام بالموارد البشري الذي يملك القدرة على الإبداع و الابتكار، الاكتشاف، البحث و التطوير، حيث أثبتت دراسات أجريت في البلدان الصناعية المتطورة أنه من (60-80)% من التحسين في المستوى المعيشي يرجع إلى التقدم التكنولوجي و أن 20% يعود إلى تراكم رأس المال<sup>53</sup>.

إن الأهمية الجلية للإبداع في منظمات العصر الحديث يفرضها منطق المنافسة الشديدة و كذا التغيير المتسارع لهيكل الأسواق... كل هذه المعطيات و غيرها تجعل الإبداع عنصرا أساسيا في نشاط المنظمات حيث أن المنظمة التي لا تبذل دورها هامشيا و تكون مهددة دائما بالإفلاس.

و لهذا يتحتم على هذه المنظمات مواجهة مثل هذه التحديات بسرعة و كفاءة عالية، و هذا يتطلب قدرات إبداعية متميزة تستطيع من خلالها أن تطور حلولاً و أفكاراً جديدة تمكنها من الاستمرار و النمو. و يتزايد الاهتمام بالإبداع و بأهميته البالغة في ظل التحديات المتنامية التي تفرضها ظاهرة العولمة و التغييرات التقنية المتسارعة و المنافسة الشديدة و ثورة المعلومات و الاتفاقيات العالمية للتجارة و قيود نقل التكنولوجيا..... الخ.

لقد أكد الكثير من الباحثين على حاجة المنظمات إلى الإبداع من خلال تأكيدهم على أن الإبداع أصبح وظيفة رئيسية و أمراً ضرورياً و حيويًا في المنظمة، و لقد استجابت المنظمات للحاجة إلى الإبداع بطرق مختلفة و بدرجات اهتمام متفاوتة، فقد تبنت بعض سياسات شاملة لتشجيع الإبداع على المستوى الفردي و الجماعي و المنظمة ككل.

<sup>53</sup> محمد، علي حوات، "العرب و العولمة"، القاهرة: مكتبة مدبولي، 2002 ، ص54.

كما أنشأت بعض الشركات وحدات تنظيمية خاصة لتطوير الإبداع و تنميته مثل وحدات التطوير الإداري و التنظيمي، و البحوث و التطوير و غيرها، و قامت منظمات أخرى بتدريب الأفراد و الجماعات على السلوك و التفكير الإبداعي.

و أخذت المنظمات تتنافس فيما بينها في مجال الإبداع و تعتبره ميزة تنافسية، و من الملاحظ أن حدة المنافسة تؤدي بدورها إلى ظهور إبداعات كثيرة و متنوعة، مما لا يسمح بالاستفادة من الإبداع لفترة طويلة، لأن الإبداعات الجديدة تقضي نسبيا على الإبداعات القديمة، و بالتالي ينخفض مردود استثماره و تتزايد تكاليفه مع مرور الزمن.

أما في الوطن العربي فهناك حاجة ماسة إلى الإبداع على مستوى الأفراد و الجماعات و المنظمات بهدف تحقيق التنمية الشاملة بجميع أبعادها للصدوم في وجه التحديات الكبيرة الداخلية منها و الخارجية.

و حسب برنارد بور<sup>54</sup> (B.H.Boar) فيقول أن البشرية تطورت عبر خمسة عصور و كان سبب هذا التطور هو التفكير المبدع الذي أنتج العديد من الاكتشافات و الاختراعات التي خطت بالبشرية خطوات عظيمة نحو التطور و الازدهار و التغير و هذه العصور هي:

- العصر البدائي: حيث كانت البشرية تعتمد على الصيد.
- العصر الزراعي: كان اكتشاف الزراعة سببا في انتقال البشرية من مجتمع بدائي إلى مجتمع زراعي.
- العصر التجاري: حيث أبدع الإنسان طريقة المبادلة أو المقايضة، بدأت على مستوى الأفراد ثم نظمت في شكل شركات صغيرة ثم أكبر منه و هكذا...

<sup>54</sup> Bernard Boar < strategic thinking of information technology > ; John Wiley and sons ; 1997 ; p04.

➤ العصر الصناعي: حيث تكون هذا العصر باندماج ثلاث عوامل رئيسية هي: الأرض + العمل + رأس المال، وكانت أبرز إبداعاتها المحرك البخاري.

➤ عصر المعلومات: حيث أصبح مصدر القوة هو مدى التحكم في المعلومة و المعرفة و القدرة على تكوينها و تراكمها و استخدامها بكفاءة عالية، و من أبرز إبداعات هذا العصر: الحاسوب الآلي، الانترنت، NTIC، التزول على سطح القمر... الخ.

و هناك أيضا الباحث ستيفن كوفي<sup>55</sup> حيث يعطي تقسيما قريبا من هذا يشمل: العصر البدائي، العصر الزراعي، العصر الصناعي، عصر المعرفة، عصر الحكمة، و يقول أن الإنتاجية قد زادت بين كل عصر وآخر بحوالي 50 ضعفا، و هذا يؤكد على أهمية الإبداعات في رقي الحضارات و تطورها.

و يعلق على عصر الحكمة بأنه عصر يصل فيه الوعي الإنساني المكون من: " المعرفة + القيم + الآلة " إلى حالة اندماج فعال يوهل البشرية و المنظمات إلى اتخاذ القرارات الحكيمة و العقلانية ، لأنه يرى أن التحدي الكبير يكمن في اتخاذ القرار المناسب باستعمال و حشد كل ما لدينا من معارف و قيم و أخلاق.

### المبحث الثالث: العوامل المؤثرة في الإبداع

إن النشاط الإبداعي ظاهرة معقدة، و ذلك يعني أن هناك عوامل عديدة تتداخل في تكوينه و تطوره، و مما يزيد من درجة التعقيد في النشاط الإبداعي هو أن هذه العوامل قد تكون فعالة في تكوين و تحفيز هذا النشاط في ظروف معينة، بينما لا تكون كذلك في ظروف أخرى، و قد تكون فعالة أيضا في حل المشكلات

<sup>55</sup> ستيفن، كوفي، " العادة الثامنة: من الفعالية إلى العظمة"، ترجمة د. ياسر العيتي. دمشق: دار الفكر، 2006، ط1، ص40.

التي تواجه الأفراد أو الشركات، و لا تكون كذلك في التوصل إلى الجديد غير المؤلف الذي يعطي للمنظمة ميزة تنافسية، و خلال هذا المبحث سنحاول أن نرصد أهم العوامل المؤثرة في العملية الإبداعية، و التي ارتأينا أنها تضم ثلاث محاور كبرى هي: العوامل المتعلقة بالمحيط العام، العوامل التنظيمية، العوامل الشخصية أو الفردية.

### المطلب الأول: العوامل المتعلقة بالمحيط العام

إن العلاقة الموجودة بين الفعل الإبداعي و المحيط أو البيئة، لا تقتصر فقط على السمة المتعلقة بقبول الأفكار الجديدة، و المنتجات الفريدة، و إنما تتمثل في أسبقية معينة في النزعات الوطنية، و الاستعدادات المجتمعية و المؤسساتية، من أجل توفير الأجواء و الموارد المناسبة، للقيام بالتغيير الذي يأتي به الإبداع، إذ أن الأفراد المبتكرون، و المؤسسات المبدعة، تنشأ في وسط له تقاليده و معتقداته و تعاليمه و تطلعاته و ثقافته الخاصة التي تميزه عن باقي المجتمعات، و بالتالي فإنهم يعملون في إطار اجتماعي - ثقافي، اقتصادي - سياسي، كما يتأثرون بطريقة التفكير السائدة و نوع الاستجابة للتغيرات و المواقف المختلفة، و فيما يلي أهم عوامل المحيط العام التي يمكن أن تؤثر في إبداع الأفراد و المؤسسات.

### ❖ الخصائص و النزعات العامة في المجتمع أو ثقافة المجتمع:

حيث أن الثقافة السائدة في المجتمع هي البرمجة الجماعية للذهن و التراث الاجتماعي الذي يتكون من جيل إلى جيل، فالمجتمعات تختلف فيما بينها في تراثها و قيمها و في العوامل المؤثرة في خياراتها و مواقفها المختلفة خاصة ما يتعلق بالنشاط الإبداعي، و فيما يلي سنذكر أربعة عوامل تؤثر على الإبداع في هذا السياق.

أ/ مسافة السلطة أو القوة: وهي التي تقيس علاقة الأفراد في الحياة والعمل، حيث انه في بعض المجتمعات تكون المسافة أو تباعد السلطة واسعا ( هرمية طويلة )، بينما في مجتمعات أخرى تكون محدودة، و نجد أن الهرمية الاجتماعية تميل إلى احترام التسلسل و السن و الأقدمية و المحافظة على الحالة القائمة، مما يعيق النشاط الإبداعي في المؤسسات، في حين أن الإبداع ضمن السلطة الضيقة و المحدودة يخضع لاعتبارات فنية و مهنية متخصصة مما يساعد على تقبل الإبداع و تبنيه<sup>56</sup>.

ب/ الذكورة و الأنوثة: إن المجتمعات الأكثر أنوثة تميل إلى التأكيد على العلاقات و التشارك و تأكيد الأبعاد الاجتماعية، وهي أقرب إلى إعطاء الأولوية للأفراد على حساب العمل و إلى التعاون بينهم، و هذا ما يجعلها أكثر ميلا إلى الإبداع التحسيني دون الجذري، الذي يراعي الظروف الاجتماعية للأفراد و يختاط من التغيير الذي قد يسببه الإبداع<sup>57</sup>.

وفي المقابل فإن المجتمعات الأكثر ذكورة تميل إلى تأكيد الذات و التنافس، و إلى أولوية العمل على الأفراد في الغالب، و هي بذلك تكون أقرب إلى المغامرة، و تكون أكثر ميلا إلى الإبداع الجذري التغييري لإثبات الذات.

ج/ الجماعية و الفردية: إن العمل الجماعي يؤكد على العلاقات و أهمية الانسجام و مراعاة الفريق و التوافق في الأداء بين أعضائه، مما يشجع على الإبداع التحسيني أو التدريجي الذي يكون أكثر قبولا من قبل الجماعة ( المجتمع، العائلة، المؤسسة)، و ذلك من أجل الحصول على التقدير الاجتماعي و الإحساس العالي بالانتماء<sup>58</sup>.

<sup>56</sup> الصرف، رعد حسن، ادارة الابتكار، مرجع سابق، ص123.

<sup>57</sup> نفس المرجع، ص124

<sup>58</sup> نفس المرجع، ص124

و في المقابل فإن المجتمعات الأكثر فردية تميل إلى التأكيد على الانجاز الفردي الذاتي و التفرد في العمل و المغامرة من اجل الحصول على التقدير المهني ، و لذلك فإن الإبداع الجذري التغييرى يكون هو الأقرب إلى تأكيد الفردية و إشباع طموحها اللامحدود.

د/تجنب عدم التأكيد: حيث أن المجتمعات الأكثر تجنباً لعدم التأكيد - التي تخاف من التغيير الذي لا تعرف إلى حد ما نتائجه - تكون أكثر ميلاً إلى المحافظة على الحالة القائمة، و هي لا تميل إلى التغيير إلا في الحدود التي تحمل معها قدراً من اليقين، و لهذا تكون أكثر تشجيعاً للإبداع التدريجي الذي يستند على تجارب سابقة.

و بخلاف ذلك فإن المجتمعات الأكثر قبولاً للتغيير تسعى إلى التحكم في المستقبل بإقبالها على الإبداعات الجذرية، و لكن في إطار واضح من التخطيط كأسلوب للتحكم في المستقبل<sup>59</sup>.

#### ❖ القاعدة المؤسسية للبحث و التطوير:

إن المجتمعات المتوجهة نحو الإبداع عادة ما تستكمل بنيتها التحتية الضرورية من أجل تعزيز الإبداع، و يمكن في هذا المجال الإشارة إلى بعض العوامل المؤثرة في هذه القاعدة<sup>60</sup>:

أ/ مراكز البحث و التطوير و الجامعات: و هي التي توجد تقاليد و ثقافة البحث العلمي في إطاره المؤسسي المنظم ، مما يشجع المساهمات العلمية القيمة في التراث المعرفي الإنساني و البحث التطبيقي، و إثراء رصيد المجتمع من الإبداعات العلمية و العملية، إن مراكز البحث و التطوير و الجامعات تساعد على خلق و تعزيز

<sup>59</sup> نفس المرجع، ص126

<sup>60</sup> ابراهيم، عبد الستار، الإبداع، قضايا و تطبيقاته. القاهرة، مكتبة الانجلو، 2002، ط3، ص42.



الهيئة العلمية و الفنية، التي تسهم في إيجاد الكفاءات و تنميتها، كما توجد حوافرها و جوائزها، و مصادر تعزيز المكانة للباحثين المتميزين و المبدعين.

ب/ نظام البراءة: حيث أن نظام حماية الملكية الفكرية يلعب دورا فعلا في إيجاد البعد المؤسسي لحماية حقوق المبدعين و الشركات الإبداعية، و على الرغم من أن هذا النظام يحد من انتشار الإبداعات، لأن البراءة هي الاحتكار المحمي بالقانون، أو هي تحويل بالاحتكار القانوني المصمم لحماية المبدعين من المقلدين، و من جهة أخرى تدفع هذه الشركات إلى الاعتماد على هذه الحماية كضمانة لاستمرار التفوق في السوق، إن هذا النظام يعد ضروريا لحماية الإبداعات الموجودة من جهة، و لتشجيع الأفراد و المؤسسات على الإبداع ضمن شروط الحماية القانونية و الميزة التنافسية التي تمنحها هذه الإبداعات و التي تعتبر في حد ذاتها حافزا مهما لنشر ثقافة الإبداع و تطويرها.

ج/ قنوات التقاسم و التشارك في المعلومات و المعارف والحلول: لقد أصبح العالم اليوم أشبه ما يكون بمجتمع منتظم من أجل نشر و توزيع المعلومات و تقاسمها بكفاءة عالية، و تمثل قنوات التقاسم و التشارك التسهيلات و المكتبات الحديثة، التي تقوم بجمع و معالجة و توزيع المعلومات و استخدامها في الوقت المناسب و بالطريقة الصحيحة التي تزيد من فعاليتها، بالإضافة إلى الخدمات المختلفة للنشر العلمي بكل أنواعها: الكتب، الدوريات، الرسوم، البيانات، المكتبات الالكترونية... الخ، إن الثورة الرقمية التي شهدتها العالم الحديث، و مع تطور الإنترنت الذي كان بالأصل لأغراض البحث العلمي، أصبح القناة الأكثر أهمية و فعالية، ليس في الحصول على المعلومات فحسب، بل أيضا في تبادلها و تقاسمها و إنشائها و التحاور حولها على صعيد البلد و

الإقليم و العالم، مما جعل العالم قرية كونية تتجاوز الحدود، و تتميز بسرعة فائقة في انتقال المعلومات و الاستفادة منها، في إطار برامج أخرى معدة لذلك.

و في الواقع فإن الانترنت لا تمثل مجرد آليات و برمجيات، بل تمثل فعليا ملايين الأفراد و آلاف المؤسسات و الهيئات، يستخدمونها بكل ما لديهم من اهتمامات و معلومات و معارف و أفكار جديدة، و مشروعات و بحوث تتجاوز العشرين ألف بحث في الثانية، بالإضافة إلى أنها متاحة للجميع، و في كل الأوقات بكل مزايا الانترنت و خدماتها، مما يزيد من سرعة تقاسم المعلومات و مع الآخرين.

### ❖ الحرية:

تعتبر الحرية في التفكير، و طرح الأفكار و المفاهيم العلمية و الفنية الجديدة بحرية، أحد العناصر المهمة في تكوين مجتمع التفتح العلمي، كما تساعد على إثراء النشاط العلمي، و تمنح المبدع - فردا كان أو مؤسسة - الإحساس بالقوة و التفاؤل و الثقة و الانتماء، و تزوده بالقدرة على القيام بالكثير من أجل خدمة التطور الإنساني عموما و مجتمعه بصفة خاصة.

### المطلب الثاني: العوامل التنظيمية المؤثرة في الإبداع

إن الهيكل التنظيمي للمؤسسة يمثل عاملا بالغ التأثير على فعالية النشاط الإبداعي، فإذا كان يتسم بكثرة الروتين و القواعد التي تحدد كل شيء دون مرونة أو مراعاة للظروف المحيطة، فهذا يحد من التفكير الإبداعي و يعيق الأفراد المبدعين بل و يهملهم في أغلب الأحيان، و لقد كشفت دراسات عديدة على أن الشركات ذات الطابع البيروقراطي تكون غير ملائمة و غير فعالة في البيئة الديناميكية التي تتنافس على أساس

الإبداع، حيث أن الهرمية و القواعد المقيدة و الإجراءات المطولة، تعيق تدفق الجهد الإبداعي في المؤسسات، و تعمل على إبقاء الحالة القائمة و استمرارها و محاربة التغيير<sup>61</sup>.

باعتبار أن الإبداع يمثل - إلى حد ما - تفكيراً خارج الهيكل التنظيمي، و تغييراً للحالة القائمة، فلا بد أن يوجه مختلف أشكال الإعاقة التنظيمية في المؤسسات ذات الطابع البيروقراطي أو النمط الميكانيكي، الذي لا يكون ملائماً إلى في حدود ضيقة حين تكون البيئة الداخلية ( الإنتاج الواسع و النمطي، حيث لا تتغير العمليات الإنتاجية و لا المنتج، إلا في فترات طويلة ) مستقرة، و البيئة الخارجية ( الطلب في السوق ثابت، و المنافسة قليلة ) مستقرة كذلك.

إلا أن واقع المؤسسات اليوم لا تنطبق عليه هذه القاعدة، حيث أن البيئة الداخلية سريعة التغير ( الإنتاج حسب الطلب، ضرورة إتباع إستراتيجية التمييز في المنتجات )، و كذلك تكون البيئة الخارجية سريعة التغير أيضاً ( المنافسة الشديدة، و صعوبة التنبؤ بالمستقبل )، و لهذا فمن الضروري مراعاة العوامل التنظيمية و أثرها على تعزيز أو إعاقة الجهد الإبداعي في المنظمة، و فيما يلي أهم العوامل التنظيمية التي يمكن أن تؤثر في العملية الإبداعية:<sup>62</sup>

أ/ إستراتيجية الشركة:

عندما تكون إستراتيجية الشركة قائمة على أساس الإبداع كمصدر للميزة التنافسية في السوق، و أحد أبعاد أدائها الاستراتيجي، في هذه الحالة تتوجه الشركة نحو استقطاب المبدعين و البحث عنهم، و كذا

<sup>61</sup> عبوي، زيد منير، مرجع سابق، ص 89.

<sup>62</sup> إبراهيم، عبد الستار، مرجع سابق، ص 45.

إيجاد مجالات و فرص للقيام بالأعمال و البحوث الخاصة بتكوين و تطوير قاعدة الشركة في ما يخص الإبداع بمختلف أنواعه.

أما عندما تكون إستراتيجية الشركة موجهة نحو الحالة القائمة فيما يخص المنتجات و الخدمات و التكنولوجيا الحالية، فغن الشركة في هذه الحالة ستتوجه نحو استخدام الإبداع من اجل استمرارية النظام الحالي و تمديد منافع الميزة التنافسية الحالية عن طريق عمليات التحسين، و هذا قد يؤثر على فعالية أداء المنظمة لأنه كما سبق فالبيئة الخارجية شديدة التغير، و من الصعوبة التنبؤ بالمستقبل و بإبداعات المنظمات الأخرى.<sup>63</sup>

### ب/ القيادة و أسلوب الإدارة:

إن القيادة تلعب دورا فعالا في تحفيز أو إعاقة الفعل الإبداعي، حيث أن القيادة أو أسلوب الإدارة المتبع في الشركة التي تضع في أولوياتها تكوين الجو الملائم للإبداع توجد الحوافز من أجل التغيير في الهياكل و السياسات، و المنتجات، و أساليب العمل في السوق ..... الخ.

و في المقابل، فإن القيادة البيروقراطية يكون التغيير فيها خطرا، إذ يعتبرونه نشرا للفوضى و تهديدا للنظام، و استقرار المؤسسة، و نجد أن القيادة ذات النمط الإبتكاري تتسم بأسلوب ديمقراطي، تفويضي، مرن، متحرر من الهرمية و جمود الهياكل و القواعد، و هو يميل إلى تشكيل فرق العمل و تكوين الوحدات المستقلة التي تعتبر أكثر ملائمة للإبداع، كما يهتم بالاتصال في الاتجاهات بعيدا عن المركزية و القواعد الروتينية.

<sup>63</sup> حسين رحيم، نظم حاضنات، الأعمال كآلية لدعم التجديد التكنولوجي للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر، مجلة العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة سطيف، العدد 02/2003، ص 46.

و على هذا الأساس أكدت البحوث و الدراسات أن أسلوب الإدارة الذي يعتمد على المشاركة و الحرية و المرونة هو أكثر الأساليب التي أثبتت فعاليتها، و أكدت على نجاعتها في تكوين جو الابتكار و الإبداع<sup>64</sup>.

ج- الفريق:

لقد أصبحت الشركات الحديثة تلجأ إلى استخدام الفرق ، و خاصة الفرق المدارة ذاتيا ، و ذلك بهدف معالجة خطرين أساسيين :

\* خطر التخصص الذي يمكن أن يوجد وظائف متخصصة داخل الشركة، و منعزلة، مما يفقد الشركة وحدة الحركة و تكامل الجهود.

\*تتحور هذه الفرق من القواعد و الإجراءات المتبعة من أجل استمرار العمل و ضمان تدفق الموارد داخل الشركة .

إن الإبداعات في الشركة الحديثة قد أصبحت أكثر تعقيدا مما يتطلب تداخل النظم و الاختصاصات و الوظائف، و يمثل عمل الفرق داخل الشركة مناخا ملائما لتعزيز و دعم الإبداع و زيادة فعالية العمل الفكري و المهني<sup>65</sup>.

<sup>64</sup> جمال الدين محمد المرسي- الإدارة الإستراتيجية للموارد البشرية، الدار الجامعية الابراهيمية، مصر، 2003 ، ص65.

<sup>65</sup> إبراهيم، عبد الستار، مرجع سابق، ص47.

د- ثقافة الشركة:

إن العمل الإبداعي يؤدي إلى تغيير في القيم و المفاهيم لدى الشركة ، ذلك أن الصروف و الأشياء تتغير فتتغير ثقافة الشركة تبعاً لها .

و بشكل عام ، فإن الشركات القائمة على أساس الإبداع، يفترض أن تكون ذات قدرة عالية على ابتكار العملية و المنتج، و أن تتسم أيضا بقدرة عالية على الابتكار الثقافي، الذي يدخل تغييرات مهمة على الهياكل و السياسات و المفاهيم و التقاليد الحالية ، لصالح التغيير الثقافي الذي يأتي به الإبداع ، و على هذا الأساس تعتبر ثقافة الشركة القابلة للتطور و التغيير أساسا مهما في نجاح العملية الإبداعية ، و شرطا من شروط استمرارها<sup>66</sup>.

### المطلب الثالث: أثر العوامل الإدارية على الإبداع

إن أهمية الإدارة لا تقتصر فقط على إدارة الإبداع فحسب، بل من واقع دورها في إدارة الشؤون السياسية و الاقتصادية والاجتماعية التي تسهم في توفير المناخ الملائم للعملية الإبداعية، و ذلك لاعتبارات عدة منها: مركزية الحكم، و مسؤولية الإدارة العامة في وضع الخطط الإنمائية الوطنية و تنفيذها، و مرحلة التنفيذ هي النقطة الأكثر أهمية في معادلة التحديث الاقتصادي، و بالتالي فإن الإبداع هو أحد العناصر الهامة التي تؤثر في عملية التنمية.

إن السياسات و الأنظمة و الإجراءات التنفيذية و الرقابية هي عوامل أساسية ليس فقط في مجال الإدارة اليومية للشؤون العامة و الخاصة، بل هي أكثر أهمية في مجال الإبداع، فإما إن تكون الإدارة إبداعية

<sup>66</sup> جمال الدين محمد المرسي ، مرجع سابق، ص77.

المنهج و التفكير و الأساليب، و إما أن تكون عناصرها أداة إعاقة في وجه أية محاولات أو مبادرات لإحداث التغيير.

و عندما يصبح الإبداع هدفا سياسيا فان تحقيقه هو عمل إداري، و هو بالتالي إما إن يضع في حضم البيروقراطية و العقلية المعارضة للتغيير، لأنها تخافه أو تجهله أو تكون غير قادرة على التعامل معه، و إما أن يتحول إلى نهج بنيوي في العقل الإداري و الممارسات الإدارية.

و يتمثل دور الإدارة في الإبداع في مرحلتين أساسيتين<sup>67</sup>:

\* إدخال التقنية الإدارية الحديثة في مختلف المستويات، و تكييفها تمهيدا لتهيئة الإدارة تنظيميا و سلوكيا.

\* إدارة الإبداع في المجالات الوطنية المختلفة، و ذلك انطلاقا من دورها الأكثر أهمية في إدارة و توجيه و تنفيذ السياسات و البرامج الوطنية.

إن قدرة الأجهزة الإدارية على تحقيق درجة عالية من التوازن بين السياسات و البرامج الإنمائية من جهة، و بين الوسائل المادية و البشرية المتاحة من جهة أخرى، هو عبارة عن إبداع مرحلي مطلوب، و يترتب عن هذا إحداث تغيير في البنيات التنظيمية الإدارية و الإجرائية، و أيضا في الأنماط السلوكية، التي تشكلت في ظل ظروف و وظائف تقليدية، و هذا يعني ضرورة تكوين الإطارات و القيادات، و تحضير عمليات إعادة التنظيم و إدخال التقنية الإدارية الحديثة من اجل التحكم في التغيير المنتظر و ضمان فعاليته.

ومن بين الممارسات الإدارية التي تؤثر في إبداع الأفراد نذكر مايلي<sup>68</sup>:

<sup>67</sup> عبوي، زيد منير، مرجع سابق، ص 99.

1. الحرية : وتتمثل في إعطاء الموظف الفرصة لكي يقرر بنفسه كيف ينفذ المهمة المسندة إليه، فذلك ينمي الحافز الذاتي وحاسة الملكية لديه، وفي الواقع نجد بعض المديرين يغيرون الأهداف باستمرار، أو أنهم يفشلون في تحديد الأهداف، وآخرين يمنحون الحرية بالإسم فقط ويدعون أن الموظفين ليس لديهم المقدرة على التوصل لحلول إبداعية.

2. الموارد: أهم موردين يؤثران على الإبداع هما: الوقت والمال، وتوزيعهما يجب أن يكون بعناية فائقة لإطلاق شرارة الإبداع عند الجميع، وعلى العكس فإن توزيعهما بشكل غير عادل يؤدي إلى تثبيط الهمم، كما أن مساحة المكان الذي يعمل فيه الموظف كلما كانت واسعة كلما حركت الخيال المبدع أكثر.

3. ملامح فرق العمل: كلما كان فريق العمل متآلفا ومتكاملا كلما أدى ذلك إلى مزيد من صقل مهارات التفكير الإبداعي وتبادل الخبرات ويكون ذلك من خلال:

- \* الرغبة الأكيدة للعضو في تحقيق أهداف الفريق.
- \* مبادرة كل عضو إلى مساعدة الآخرين وخاصة في الظروف الصعبة.
- \* ضرورة تعرف كل عضو على المعلومات المتخصصة التي يحضرها الأعضاء الآخرون للنقاش.

5. تشجيع المشرفين: حيث أن معظم المديرين دائما مشغولون، وتحت ضغط النتائج يفوقهم تشجيع الجهود المبدعة الناجحة وغير الناجحة، فلا بد من تحفيز الدافع الذاتي حتى يتبنى الموظف المهمة ويحرص عليها ويبدع فيها، والمؤسسات الناجحة نادرا ما تربط بين الإبداع وبين مكافآت مالية محددة فقط، بل من المفترض

<sup>68</sup> الزهري، رندة، "الإبداع الإداري في ظل البيروقراطية"، عالم الفكر، العدد 3، 2002، ص64.



أن يقابل المدير أو المشرف الأفكار الإبداعية بعقل متفتح وليس بالنقد أو بتأخير الرد أو بإظهار رد فعل يحطم الإبداع.

6. **دعم المنظمة:** إن تشجيع المشرفين يبرز الإبداع، ولكن الإبداع حقيقة يدعم حينما يهتم به قادة المنظمة، الذين عليهم أن يضعوا نظاما لتقدير الجهود الإبداعية، واعتبار العمل المبدع هو قمة الأولويات، كما أن المشاركة في المعلومات وفي اتخاذ القرارات والتعاون من القيم التي ترعى الإبداع.

7. **التحديد:** عن طريق تعيين الشخص المناسب في الوظيفة المناسبة التي تتصل بخبراته ومهاراته، وذلك يؤدي إلى توقد شعلة الإبداع لديه<sup>69</sup>.

إن الانتقال إلى الإدارة الإبداعية يعتمد على توفر العديد من العوامل بدءا بالقرار السياسي و انتهاء بتطوير السلوك الفردي بما يلاءم هذا التوجه، و التركيز على البحوث و الدراسات و الجهد العلمي، مروراً بإعادة التنظيم و التدريب، و إدخال التقنية الإدارية الحديثة، و الدعم المالي و خلق مناخ اجتماعي يساعد على تحقيق الاستجابة اللازمة من المجتمع أفراداً و منظمات، و يعتبر دور القيادة الإدارية مركزياً في هذه العملية، حيث يعتمد التحول النوعي للإدارة على مدى مرونتهم و التزامهم للتغيير و القيام به.

إن الإبداع الإداري له علاقة وطيدة بالتغير التنظيمي، حيث يحدد من خلال الارتباط المستقبلي بين القدرة التنظيمية و التغيير التكنولوجي، و يكمن التحدي في كون التسارع التكنولوجي يفوق قدرة المنظمة من حيث تكوين الأفراد و استقطاب الكفاءات، و كذا الوصول إلى النموذج الإداري الذي يواكب أو يتحكم

<sup>69</sup> الزهري، ردة، مرجع سابق، ص 64.

نسبياً في التكنولوجيا الحديثة، وهذا ما يجعل الباحثين و مكاتب الدراسات الإستراتيجية يركزون على إدارة التغيير، و وضع خطط و برامج لتهيئة المنظمة للوضع الجديد.

و هكذا نجد مما تقدم أن الإبداع الإداري يتأثر بعدة عوامل: فردية، بيئية، تنظيمية، تكنولوجية، اجتماعية، سياسية، موضوعية، و يبقى التحدي قائماً حول كيفية تأهيل المؤسسات لتبني فكرة الإبداع و نشر ثقافة التغيير.

## خاتمة الفصل الأول

لقد تطرقنا في هذا الفصل إلى المفاهيم الأساسية للإبداع و إلى أهم نظرياته، و تحدثنا عن أهميته، و خلصنا إلى أن الإبداع مرتبط ارتباطا أساسيا بمجموعة من العوامل الداخلية و الخارجية، و أنه نتاج استراتيجيات و سياسات جديدة تعمل جنبا إلى جنب من أجل تهيئة أرضية سليمة تتلاءم مع النشاط الإبداعي.

و لابد في آخر هذا الفصل أن نصل إلى نتيجة منطقية، مفادها أن المنظمة التي لا تفكر بطرق إبداعية سيكون دورها هامشيا، و لن يكون لها مكان في سوق المنافسة العالمية، و إدارة الإبداع في حقيقة الأمر ما هي إلا خطوة أولى نحو التكيف مع المحيط العام، و حتى يتحقق معطى الإبداع في المنظمات لا بد أن ننظر إليه كأولوية ملحة، و أن يكون ضمن برنامج وطني مدروس، وذلك بتوفير المستلزمات و السياسات و البنية التحتية، و كذا الإطار القانوني، و تشجيع بحوث التنمية، و مراكز الدراسات، و الاحتكاك بالتجارب التي أثبتت نجاحها و تفوقها.

إن الهدف الأساسي من وراء الإبداع وخاصة الإبداع التكنولوجي هو تأهيل المنظمة إلى مستوى تنافسي مقبول، يضمن لها - إلى حد ما - استجابة ذكية للمتغيرات الاقتصادية و خاصة التكنولوجية، و هذا يؤدي بالمنظمة إلى التفكير المستمر في تجديد منتجاتها و تكثيف الدراسات و البحوث حول السوق و سلوك المستهلك و... الخ، و على هذا الأساس نطرح التساؤل التالي حول:

\* أثر الإبداع التكنولوجي على تنافسية الدول؟

و هذا ما سنحاول الإجابة عنه في الفصل الثاني.

## الفصل الثاني:

### الإبداع التكنولوجي و المنافسة

المبحث الأول: الإبداع التكنولوجي

المبحث الثاني: التنافسية و مؤشرات قياسها

المبحث الثالث: أثر الإبداع التكنولوجي على المنافسة.

## مقدمة الفصل الثاني:

إن الإصلاحات المالية و الهيكلية التي مست الهياكل التنظيمية للمؤسسة الجزائرية، غيرت إلى - حد ما - بعض ملامح الاتجاه الاشتراكي الذي طبع الجو العام بإيديولوجيته التي تعتمد أساسا على دعم الدولة، إن هذا المنطق الذي ساد البنية المؤسسية الجزائرية، جعل هذه الأخيرة لا تفكر بصفة جدية أو تتنبأ بالمتغيرات الدولية التي جاء بها الحدث العالمي المتمثل في سقوط الاتحاد السوفيتي، و هيمنة النظام الرأسمالي.

كما أن التحولات الاقتصادية المعاصرة، فرضت نظاما اقتصاديا عالميا جديدا يسوده منطق العولمة، و يقوم على آليات جديدة للتبادل الدولي، مما دفع باقتصاديات مختلف الدول النامية، ومنها الجزائر إلى محاولة مسطرة هذه التحولات، وتحقيق الاندماج الإيجابي ضمن حركية الاقتصاد العالمي، و تعظيم مكاسب مؤسساتها الاقتصادية و تعزيز تنافسيتها، لكنها في نفس الوقت لا زالت تعاني من نقص الكفاءة الإنتاجية نظرا لتقادم تكنولوجيات الإنتاج المستخدمة، و ضعف أجهزتها التنظيمية و الإدارية و الرقابية، التي أدت إلى سوء استغلال مواردها، و ضعف قدراتها على التجديد و الإبداع.

إذن، فالجزائر ملزمة بضرورة تأهيل مؤسساتها الاقتصادية، خاصة في ما يتعلق بإدارة التطوير التكنولوجي و الإبداعي داخلها، و تهيئة الظروف الملائمة لتطوير قدراتها التكنولوجية، وبالتالي الرفع من إنتاجيتها و تنافسيتها في ظل محيطها الجديد.

## المبحث الأول: الإبداع التكنولوجي

يعتبر الإبداع التكنولوجي أحد العوامل الأساسية في اكتساب الميزة التنافسية للمؤسسة، كما أن البيئة التي توجد فيها هذه الأخيرة تدفع المؤسسات إلى التحسين المستمر في أداءها، لكي تحتل موقعا مقبولا في السوق، و أسبقية على المنافسين، و بالتالي فعلى المؤسسة أن تفهم العلاقة الموجودة بين البيئة و الميزة التنافسية، قصد الاستفادة من الفرص التي تنتجها هذه العلاقة، و بناء على ذلك تم تقسيم هذا المبحث إلى ثلاثة مطالب، حيث يتناول المطلب الأول موضوع الإبداع التكنولوجي، و يتناول المطلب الثاني التنافسية كمفهوم من حيث تعريفها، أنواعها، و مؤشرات قياسها، أما المطلب الثالث فيتناول العلاقة بين الإبداع التكنولوجي و الميزة التنافسية.

### المطلب الأول: ماهية الإبداع التكنولوجي

#### 1/تعريف و مفاهيم:

تُستعمل 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، و حقيقة الأمر أنه ليس كل شيء بارع، رائع أو جديد هو إبداع تكنولوجي يُمكن من تقوية قدرات المؤسسة الصناعية والاقتصاد ككل.

تتداخل مصطلحات الاختراع و الإبداع في اللغة، فالاختراع يمكن أن يمثل بفكرة جديدة، و بالمقابل الإبداع التكنولوجي هو تجسيد هذه الفكرة في الواقع وهو النهاية التجارية أو الصناعية للاختراع، والذي يصبح إبداعاً عندما يظهر في السوق، وكذلك عندما ينشأ أو يستخدم في النسيج الصناعي؛ ونقصد بالتكنولوجيا " فن

## الفصل الثاني: الإبداع التكنولوجي و المنافسة

وضع حيز التنفيذ في سياق محلي ولهدف معين، كل العلوم، التقنيات والقواعد الأساسية التي تدخل سواء في تصميم منتجات أو في الأساليب الفنية للإنتاج في المؤسسة" وهو تعريف الاقتصادي Morin J.<sup>1</sup>

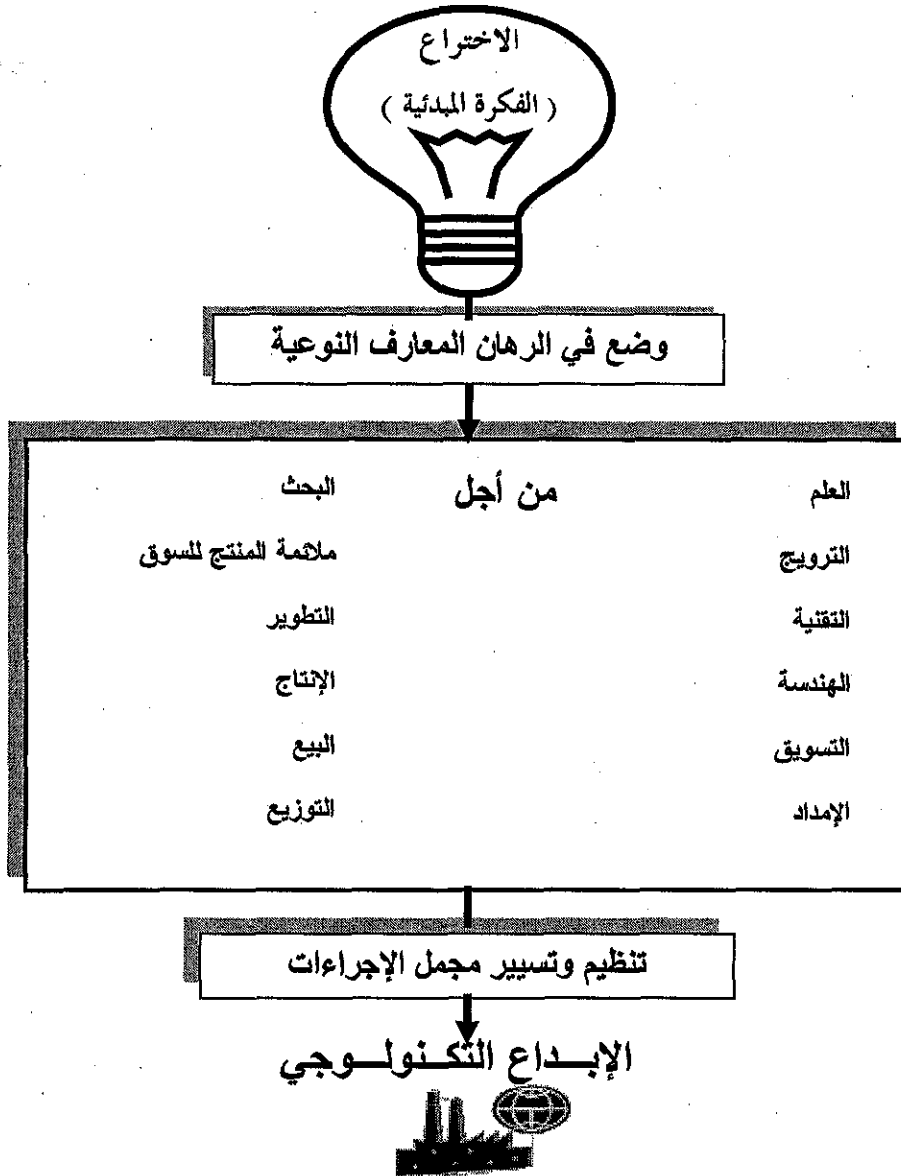
أستعمل مصطلح الإبداع التكنولوجي من طرف الاقتصادي Josef Schumpeter<sup>2</sup> سنة 1939، بقوله أن الإبداع التكنولوجي هو التغيير المنشأ أو الضروري، وقد ورد هذا التعريف في القاموس الإنكليزي لأكسفورد (OED : L'Oxford English Dictionary)، وعرف في قاموس Petit Robert طبعة سنة 1992 على أن " الإبداع التكنولوجي هو إدخال شيء معد من شيء جديد، وغير معروف".

كما أن الإبداع التكنولوجي يعتبر نتيجة من نتائج الاختراع، و المرور من الاختراع إلى الإبداع التكنولوجي مبين في الشكل رقم 1 الذي يشرح كيفية المرور من الاختراع (كفكرة أولية) والوسائل التي نستعملها في تطبيقه إلى غاية الوصول إلى الإبداع التكنولوجي.

<sup>1</sup> Randall morck et Yeung Bernard, "Les déterminants économiques de l'innovation", Ottawa :Industrie Canada, Janvier 2001, P1.

<sup>2</sup> الطيب، محمد دويس، " براءة الاختراع مؤشر لقياس تنافسية المؤسسات و الدول"، مذكرة ماجستير، جامعة ورقلة، 2008م، ص45

الشكل رقم 1 : من الاختراع إلى الإبداع التكنولوجي



المصدر: الطيب، محمد دويس، مرجع سابق، ص 43

لا تشترط ظاهرة الإبداع التكنولوجي بالضرورة الاختراع، فيمكن أن تعتمد على نقل التكنولوجيا،

بحيث تطبق تكنولوجيا موجودة على مجال جديد، ويمكن أن نبين مكونات الإبداع التكنولوجي في الشكل 2.



الشكل رقم 2 : مكونات الإبداع التكنولوجي

$$\begin{array}{c} \text{الإبداع التكنولوجي} \\ = \\ \text{ابتكار أو تحسين أو نقل التكنولوجيا} \\ + \\ \text{التطبيق الصناعي أو التجاري} \end{array}$$

المصدر: الطيب، محمد دويس، مرجع سابق 44

عرف الاقتصادي Morin J. سنة 1986 الإبداع التكنولوجي على أنه "وضع حيز التنفيذ أو استغلال تكنولوجيا موجودة، التي تتم في شروط جديدة وترجم بتنتيجة صناعية"<sup>3</sup>، وعرفته منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية (OCDE) بأن :

" الإبداعات التكنولوجية تعطي المنتجات الجديدة والأساليب الفنية الجديدة، وأيضا التغييرات التكنولوجية المهمة للمنتجات وللأساليب الفنية، ويكتمل الإبداع التكنولوجي عندما يتم إدخاله للسوق (إبداع المنتج) أو استعماله في أساليب الإنتاج (إبداع الأساليب)، إذا الإبداعات التكنولوجية تؤدي إلى تدخل كل أشكال النشاطات العلمية، التكنولوجية التنظيمية، المالية والتجارية"<sup>4</sup>.

وحسب أو كيل محمد السعيد فالإبداع التكنولوجي:

"يشير إلى تدرج يشمل التكنولوجيا في حد ذاتها وكذلك كل دورة حياتها : التصميم، النشر، السوق، التحسين والتدهور، فالإبداع هو تدرج اقتصادي يُدخل متغيرات مثل المردودية، التنافسية،

<sup>3</sup> الطيب، محمد دويس، نفس المرجع، ص 44

<sup>4</sup> OCDE, "Définitions et convention de base pour la mesure de la recherche et du développement expérimental (R-D)", Paris, 1994.P 57.

## الفصل الثاني: الإبداع التكنولوجي و المنافسة

الاستثمار... إلخ، وهو أيضا تدرج اجتماعي يُدخل ممثلين وفوائد تتباعد أو تتقارب، تمثيلات جماعية أو فردية، الإبداع هو كذلك تدرج مؤسسي يتم في برامج أو داخل تنظيمات عمومية أو خاصة، والذي يكون موضوع مفاوضات وأساليب قرار<sup>5</sup>.

بعد أن تطرقنا إلى مختلف تعاريف الإبداع التكنولوجي، يمكن أن نلخصها في تعريف عام يشمل

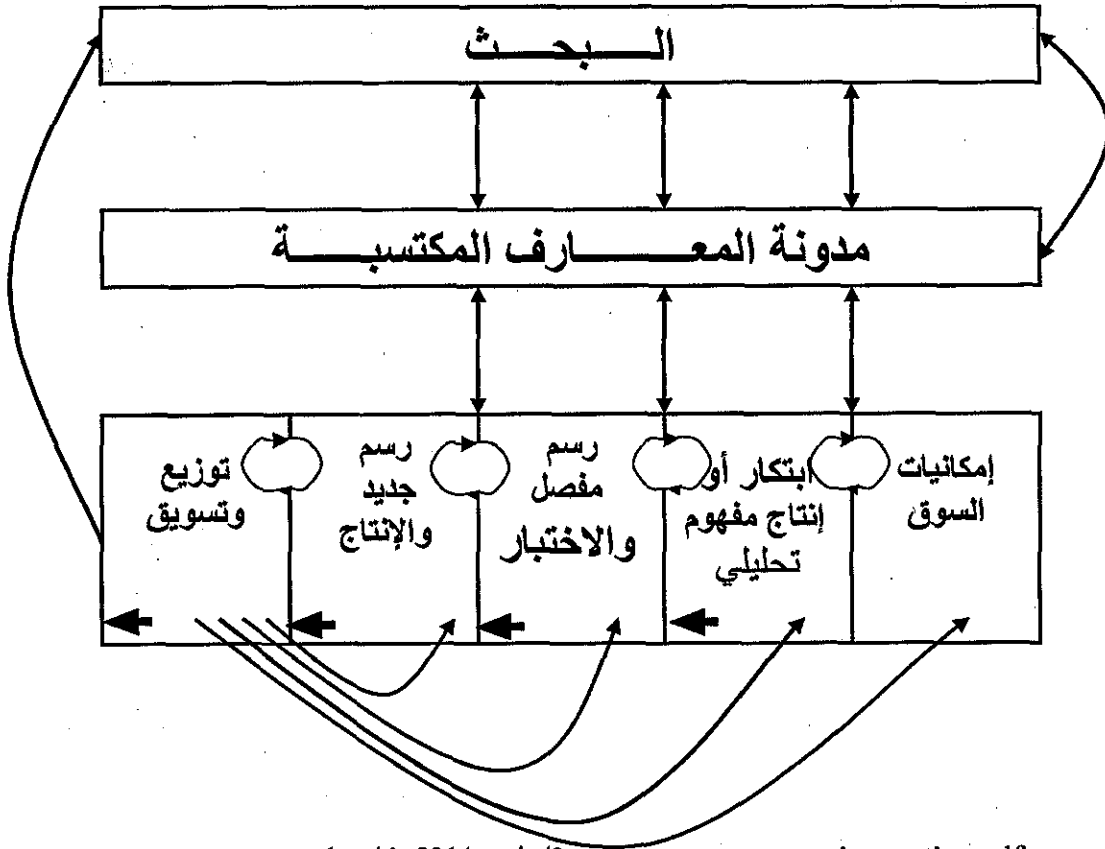
التكنولوجيا في مفهومها الواسع لكي لا نحصرها في المفهوم التكنولوجي للإبداع البحث، وهو ينص على :  
"نقصد بالتكنولوجيا فن وضع حيز التنفيذ في إطار محلي وهدف دقيق، كل العلوم، التقنيات والقواعد الأساسية التي تدخّل في تصميم المنتجات والخدمات، وكذا في أساليب التصنيع، طرائق التسيير أو نظم المعلومات في المؤسسة ؛ ونتحدث عن الإبداع التكنولوجي عندما يكون هذا التنفيذ، أو الاستغلال لتكنولوجيا موجودة يتم في شروط جديدة وترجم بنتائج اقتصادية مجدية"<sup>6</sup>.

ويمكن تلخيص الخطوات التي يمر بها الإبداع التكنولوجي في نموذج كما هو مبين في الشكل رقم 3 ويسمى النموذج الخطي للإبداع التكنولوجي، حيث يبين النظام الذي يتم فيه وضع تكنولوجيات جديدة حسب حلقات زمنية معرفة بدقة، فنقطة بدايته في البحوث تمر عبر مرحلة تطوير المنتج، وتؤدي إلى الإنتاج والتسويق.

<sup>5</sup> أوكيل محمد السعيد، "اقتصاد وتسيير الإبداع التكنولوجي"، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 1994، ص 143.

<sup>6</sup> الطيب، محمد دويس، نفس المرجع، ص 44

الشكل رقم 3 : نموذج سلسلة الإبداع التكنولوجي



[www.seg.etsmtl.ca/tin501/mario/9\\_contexte\\_processus\\_innovation.pdf](http://www.seg.etsmtl.ca/tin501/mario/9_contexte_processus_innovation.pdf)

Source : Monette Mario "Environnement, technologie et société", P11

و على العموم فإن المؤسسة تخلق فكرة جديدة، والإبداع التكنولوجي هو العنصر المحرك لقوم مؤسسة جديدة، والتي تأتي بأكثر من ما هو موجود، ولكي تستمر في العمل لا يجب أن تعتمد على هذه الفكرة ولكن يجب أن تمتلك خطوات إبداعية لتنفيذها، وهذا يتطلب منها دراسة دقيقة للمحيط الذي تعيش فيه.

## 2/ خصائص الإبداع التكنولوجي:

لتمييز الإبداعات التكنولوجية هنالك أكثر من طريقة نظراً لوجود عدة إمكانيات للنشاط الإنتاجي والتكنولوجي، ورغم ذلك توجد تعاريف لا يمكن إغفالها تعرف طبيعة ودرجة المستوى التكنولوجي للإبداع

## الفصل الثاني: الإبداع التكنولوجي و المنافسة

التكنولوجي، وسوف نستعرض فيما يتعلق بخصائص الإبداع التكنولوجي إلى عنصرين مهمين ألا وهما درجة الإبداع التكنولوجي و ثانيهما طبيعته.

### 1-2 طبيعة الإبداع التكنولوجي:

يمكن تصنيف الإبداع التكنولوجي حسب طبيعته إلى خمس أنواع أو فئات، وهو تصنيف للاقتصادي

: Shumpeter<sup>7</sup>

✓ المنتجات الجديدة.

✓ الأساليب الفنية الجديدة للإنتاج.

✓ الأسواق الجديدة.

✓ المصادر الجديدة للمواد الأولية.

✓ الأشكال الجديدة للتنظيم.

و بصفة عامة، الإبداع التكنولوجي يمكن أن يكون منتج، أسلوب فني، التنظيم أو السوق لمؤسسة ما،

وسوف نتم بأهم صنفين ألا وهما إبداع المنتج وإبداع الأسلوب.

### \*إبداع المنتج:

يخص تصميم منفعة (مواد، تجهيزات، أداة، منتج،...) و تعني وضع حيز التنفيذ أو تسويق جديد، أو

تحسينه على المستوى التكنولوجي (أو أقل خاصية من خصائصه).

<sup>7</sup> الطيب، محمد دويس، نفس المرجع، ص 47

## الفصل الثاني: الإبداع التكنولوجي و المنافسة

وبذلك فهو يخص كل ما يتعلق بالمنتج وتحسينه سواء تعلق بمفهوم المنتج وخصائصه التقنية، أو بطريقة تقديمه، ونستطيع أن نلخص في التعريف الذي ينص على أن: الإبداعات التكنولوجية للمنتج تهتم بكل خصائص المنتج، وتهدف بصفة عامة إلى تحسين الخدمات الموفرة للزبون.

ويشتمل على الجوانب التالية:

✓ إبداع المفهوم: تتمثل في إبداع مفهوم جديد أو التغيير العميق للمفهوم الوظيفي للمنتج.

✓ الإبداع التكنولوجي: وتخص الخصائص التقنية للمنتج وتحسينها.

✓ إبداع التقديم: هذه الإبداعات تخص خصائص تقديم منتج.

### \*إبداع الأسلوب الفني للتصنيع:

وهو معالجة أساليب الإنتاج والتوزيع للخدمة أو المنفعة، ويخص كل ما يتعلق بتحسين أساليب التصنيع

سواء تعلق بالعمليات المختلفة المرتبطة بالإنتاج أو بطبيعة الأسلوب التكنولوجي للتصنيع.

وهو يشتمل على الجوانب التالية:

✓ إبداع الإنتاج: وتمس عمليات الإنتاج وتسلسلها، كالتاليه الجزئية أو الكلية لنظام تصنيع معين.

✓ إبداع الأسلوب: وتخص طبيعة الأسلوب التكنولوجي للإنتاج بالضبط.

### 2-2 درجة الإبداع التكنولوجي :

بجانب طبيعة الإبداع التكنولوجي هناك خاصية أخرى له، وتتمثل في درجة الإبداع التكنولوجي

المختلفة ونستطيع تجزئته إلى فئتين<sup>8</sup> :

<sup>8</sup> Gorbel Pascal, "Innovation et propriété industrielle", université de Versailles Saint-Quentin en Yvelines, 2003, P3.

## 2-2-1- الإبداع التكنولوجي الجذري:

الإبداع التكنولوجي الجذري هو الذي يغير حرفياً المراجع المعتادة المرتبطة بالمنتج، ويحتاج إلى مهارات جديدة، وهو أيضاً يمثل قطيعة في تقويم الأساليب الفنية للإنتاج أو في المنتجات وتقتضي تحويل لطرائق الإنتاج أو التسويق، وكذلك تقوم للتأهيل المهني و يبقى بصفة مستمرة عبر الزمن.

ويتطلب إدخال مهارات جديدة خاصة في حالة تطبيق تكنولوجيا جديدة، ومن آثاره يمكن ذكر:

✓ ظهور انقطاعات تكنولوجية يمكن أن يكون لها آثار مذهلة على السوق.

✓ الحصص النسبية من السوق يمكن أن تضطرب.

✓ دخول منتجين جدد يمكن أن يحتلوا مكاناً في السوق.

✓ وضعية الرائد في السوق يمكن أن تززع.

✓ يمكن أن تختفي مؤسسات.

## 2-2-2 الإبداع التكنولوجي التدريجي:<sup>9</sup>

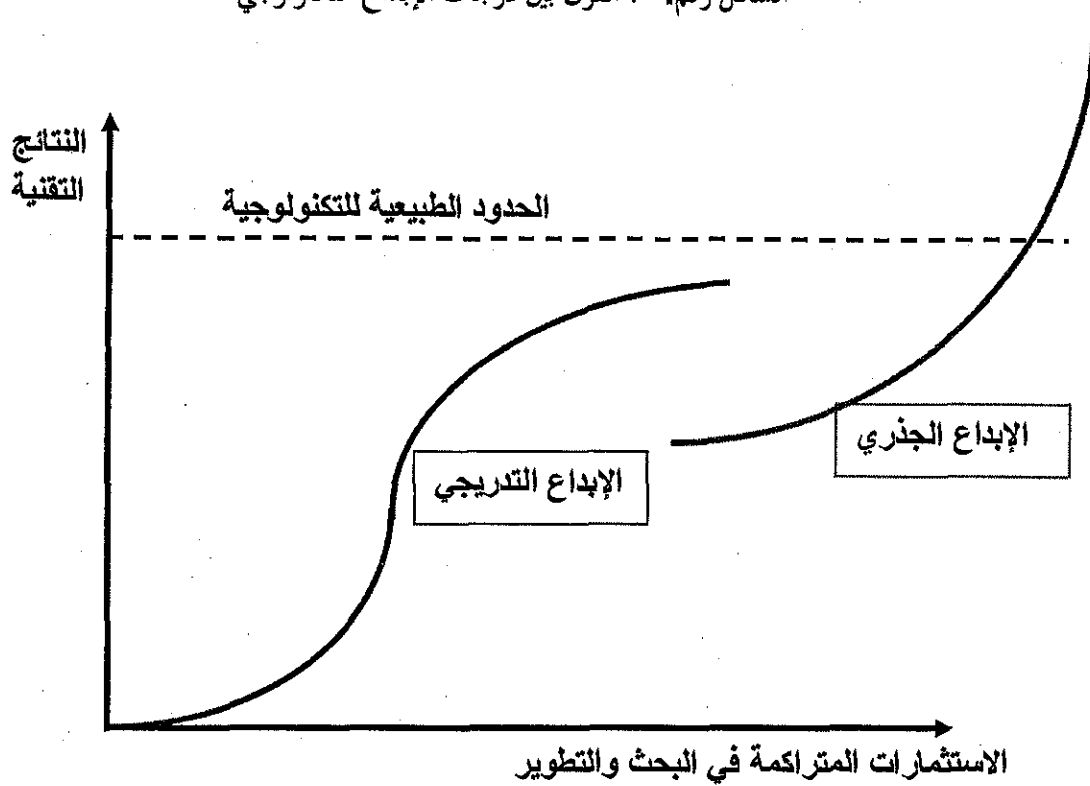
وهو يحدث تحسين تدريجي للمراجع (خدمات، تكلفة) ولا يشترط أفكار جديدة، إذاً الإبداع التكنولوجي التدريجي هو إبداع بالتحسين ولا يحتاج إلى مهارات جديدة، وهو عملية إتقان للمنتجات أو الأساليب الفنية للإنتاج، بطريقة تحسن النوعية، الإنتاجية والتنوع، ويكون بقاءه مستمر طوال تاريخ التقنية، وهذا النوع يتمثل عادة في تحسين جانب محدد للمنتج أو لنقطة من الأسلوب الفني للإنتاج.

<sup>9</sup> Gorbel Pascal, Idem, P4

## الفصل الثاني: الإبداع التكنولوجي و المنافسة

ويمكن التمييز بين درجات الإبداع التكنولوجي من جانبين أولهما هو النتائج التقنية المحققة وثانيهما هو حجم الاستثمارات المتراكمة في مجال البحث والتطوير، والشكل رقم 4 يبين الفرق الواضح بين الإبداع الجذري والإبداع التدريجي، فالأول يحتاج استثمارات في البحث والتطوير أكبر بكثير من الثاني، وفي نفس الوقت يحقق نتائج تقنية عالية.

الشكل رقم 4 : الفرق بين درجات الإبداع التكنولوجي



Source : Monette Mario (Balachandra R. F ) "Environnement, technologie et société", P7

## الفصل الثاني: الإبداع التكنولوجي و المنافسة

وقد لخص الاقتصادي Balachandra R. F.<sup>10</sup> عوامل نجاح مشاريع البحث والتطوير والإنتاج الجديد

للإبداع التكنولوجي، من خلال مدى أهمية عوامل السوق والعوامل التكنولوجية والعوامل التنظيمية بالنسبة

للإبداع التكنولوجي مقسم حسب درجاته (جذري، تدريجي) وهذا اعتماداً على عاملي التكنولوجيا والسوق في

جدول (رقم 1) بحيث تشير علامة +++ إلى أن هذا العامل مهم جداً أما العلامة ++ فإنها تشير إلى أهمية

متوسطة، أما العلامة + فمعناها أن هذا العامل ليس له أهمية في تحديد مصير الإبداع التكنولوجي.

جدول رقم 1 : العوامل المؤثرة في الإبداع التكنولوجي

العوامل التنظيمية	العوامل التكنولوجية	عوامل السوق	الإبداع		
			السوق	التكنولوجيا	الإبداع
+++	+	+++	موجود	ضعيفة	1 تدريجي
+++	+	+++	جديد	ضعيفة	2 تدريجي
++	+++	+++	موجود	عالية	3 تدريجي
++	+++	++	جديد	عالية	4 تدريجي
++	++	++	موجود	ضعيفة	5 جذري
++	++	+	جديد	ضعيفة	6 جذري
++	+++	++	موجود	عالية	7 جذري
+++	+++	+	جديد	عالية	8 جذري

Source : Monette Mario (Balachandra R. F) "Environnement, technologie et société" , P12

10 Monette Mario, "Environnement, technologie et société", (01/08/2004), P11.

[www.seg.etsmtl.ca/tin501/mario/9\\_contexte\\_processus\\_innovation.pdf](http://www.seg.etsmtl.ca/tin501/mario/9_contexte_processus_innovation.pdf)



## المطلب الثاني: مصادر وعوائق الإبداع التكنولوجي

### 1- مصادر الإبداع التكنولوجي:

تعتمد إمكانيات المؤسسة في إبقاء مستوى تنافسيتها على عدة عوامل محددة لهذه التنافسية، منها اليقظة التكنولوجية وتمثل في مراقبة المؤسسة لمحيطها والبحث واستخدام بعض المعلومات ذات الطابع الإستراتيجي، ويمكن لها اتخاذ قرارات جيدة، هذه المعلومات تمثل أحد المصادر لخطوات الإبداع التكنولوجي، انتباه المؤسسة لمحيطها ضروري إذا كانت تريد زيادة فاعليتها مقارنة بالمنافسين.

و يمكن حصر مصادر المعارف المرتبطة بالإبداع التكنولوجي تقليديا في أربع :

1. البحث والتطوير.

2. اقتناء تكنولوجيات متطورة من الخارج.

3. التعاون مع مؤسسات أخرى ومنظمات بحث.

4. نشاطات أخرى مرتبطة بزيادة المعارف.

فالبحث والتطوير يتضمن جميع أعمال الإنشاء المهيكلة بهدف توسيع المعارف واستعمالها وبغية تطوير

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

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

أيضا أعمال الخلق المعدة دوريا (مهيكلة) بهدف استغلال نتائج البحث لإنتاج مواد أو/و منتجات جديدة أو محسنة

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

البحث والتطوير عن النشاطات الأخرى المرتبطة بزيادة مخزون المعارف وحضور عنصر الجودة، وإرادة إيجاد حل

لعدم التأكد العلمي والتكنولوجي، ويعتبر جديد للمؤسسة باستثناء المعارف التي يصل إليها العامة (The state of

## الفصل الثاني: الإبداع التكنولوجي و المنافسة

(the art) النشاطات التي لا تنتمي إلى هذه الفئة وهي الرسومات الصناعية، الأدوات، الهندسة الصناعية، قبل الإنتاج، اختبار التوحيد<sup>11</sup>.

يمكن دعم الإبداع التكنولوجي باقتناء تكنولوجيات متطورة من الخارج تشمل:

- ✓ اقتناء تجهيزات تكنولوجية متقدمة.
- ✓ اقتناء براءات الاختراع، تراخيص، علامات وخدمات تكنولوجية.
- ✓ اقتناء برامج متقدمة أو البرامج المعدة خصيصاً.

### 2- عوائق الإبداع التكنولوجي :

يمكن تقسيم عوائق الإبداع التكنولوجي إلى ثلاث فئات: اقتصادية، اجتماعية و تقنية.

### 2-1- على المستوى الاقتصادي :

يمثل عائق قلة الموارد المالية أهم العوائق الاقتصادية التي تواجه عملية الإبداع التكنولوجي سواء على مستوى المؤسسات، الهيئات الحكومية أو الهيئات العلمية، فضعف المخصصات المالية لا يسمح بالقيام ببحوث متقدمة بغية تحقيق إبداعات تكنولوجية، إضافة إلى ذلك عادة ما تكون هذه الإبداعات ذات مردودية غير كافية، خاصة إذا تمت الإبداعات على مستوى الهيئات العلمية (جامعات، مراكز البحث) بحيث لا تجد من يجسدها في الواقع الاقتصادي، ويعتبر نقص المعلومات عن مستوى المخاطر الاقتصادية والمالية التي تمثلها إدخال إبداع تكنولوجي جديد إلى السوق، أو المخاطرة في الفرع الاقتصادي من أهم العوائق التي تقف في وجه الإبداع التكنولوجي.

<sup>11</sup> Valenduc Gérard et warrant Françoise, "L'innovation technologique au service du développement durable", Namur : fondation travail – université, février 2001, P4.

## الفصل الثاني: الإبداع التكنولوجي و المنافسة

يمكن إضافة عامل التكاليف العالية للتجهيزات المستعملة في الإنتاج أو البحث، والتي تحول أو تحد من الإبداع التكنولوجي.

### 2-2- على المستوى الاجتماعي :

تتمثل أهم العوائق التي تحد أو تقف في وجه الإبداع التكنولوجي على المستوى الاجتماعي، هو الاتصال السيئ بين أقطاب المؤسسة (الإدارة، مساهمين، عمال، نقابة)، بحيث لا تتضافر جهودهم في اتجاه واحد مساعد على الإبداع التكنولوجي، بالإضافة إلى مدى تقبل المستخدمين لفكرة جديدة في الإنتاج لأنهم يرون فيها تهديداً لمناصبهم أو تخفيض في الأجور، لذلك يجب توعيتهم بضرورة الإبداع التكنولوجي لضمان مستقبل المؤسسة ولهم أيضاً.

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

### 2-3- 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 أن القيام بها يحتاج إلى يد عاملة تقنية مؤهلة، بحيث تعتبر أحد العوامل التي يتوقف نجاح الإبداع التكنولوجي عليها إضافة لتوفر تكوين ملائم.

وتعتبر تركيبة التجهيزات الجديدة عائق يجد من عملية الإبداع التكنولوجي نظراً لنقص الخبرة.

### المطلب الثالث: قياس الإبداع التكنولوجي

خلال هذا المطلب نحاول الإجابة عن السؤال التالي: "كيف يتسنى لنا قياس الإبداع التكنولوجي"، ففي الأعمال التجريبية حول الإبداع يستعمل دائماً ثلاث أنواع من القياسات الكمية للنشاط الإبداعي، تؤدي في مجموعها إلى نفس النتائج تقريباً، وتمثل هذه القياسات في :

#### 1/ نفقات البحث والتطوير:

تستعمل بشكل واسع قيمة البحث والتطوير كمقياس للاستثمارات في الإبداع، ففي الولايات المتحدة الأمريكية تجبر المؤسسات التي لها ميزانيات معتبرة في البحث والتطوير على إظهار هذه القيمة في الميزانيات السنوية، بحيث تتوفر على فترات طويلة و لآلاف المؤسسات على معطيات مهمة تبين مدى اهتمام المؤسسات بالإبداع والإنفاق عليه وهل هو من الأولويات الإستراتيجية أم لا؛ وعند انفاق المؤسسات مبالغ كبيرة في البحث والتطوير بصورة غير منتظرة فسوف يؤدي ذلك إلى زيادة أسعار أسهمها بالبورصة.

أما في دول أخرى، فإن إظهار هذه القيم في الميزانية السنوية ليس إجباري، وهذا ما يسمح لبعض المؤسسات بإخفاء نفقات مهمة للبحث والتطوير على منافسيها، ونفس الشيء بالنسبة لبعض المؤسسات التي لا تنفق في مجال البحث والتطوير فتخفي ذلك عن نظر المستثمرين.

ويشير Gu et Whewell<sup>12</sup> سنة 1999 إلى أن القطاع الصناعي بكندا لم يخصص سوى 0.99% من

الناتج القومي الصافي للبحث والتطوير، بينما تخصص الولايات المتحدة الأمريكية 1.96% واليابان 2.01%،

<sup>12</sup> Randall Morck et Bernard young, Idem, P3.

## الفصل الثاني: الإبداع التكنولوجي و المنافسة

والانتقاد الوحيد لمنهجية هذا المقياس كونه قياس خارجي للإبداع، وليس تعداد أو قيمة للإبداعات الحقيقية الناتجة.

ويلاحظ أن معظم البحوث والتطوير تقوم بها المؤسسات، خاصة المؤسسات الكبيرة (تعداد مستخدميها أكثر من 1000 عامل) والتي تستحوذ على 80% من البحوث، وعند مقارنة إنفاق المؤسسات على البحث والتطوير نجد مفاجئات كبيرة، ف شركة جنرال موتورز وفورد تنفقان معاً أكثر مما تنفق فرنسا، ومن بين المؤسسات العشر الأولى في العالم التي تنفق على البحث والتطوير نجد أربع شركات أمريكية وثلاثة يابانية وشركتين ألمانيتين<sup>13</sup>، أما القطاعات الأكثر استثماراً في البحث والتطوير فهي قطاع الطيران، الفضاء، الكمبيوتر، الصيدلة، الاتصالات والسيارات.

### 2/ عدد براءات الاختراع :

تعتبر قاعدة المعلومات المتعلقة بعدد طلبات براءات الاختراع وعددها الممنوح مصدر مهم جداً للمعلومات عن الإبداع التكنولوجي، ويمكن أن يمثل عدد براءات الاختراع مؤشر جيد له باعتباره منتج البحث والتطوير.

يمكن لمعلومات براءات الاختراع أن تعطي معلومات مضملة في الجانب الاقتصادي، فأولا الإبداع التكنولوجي يخصص تطبيق الأفكار والتكنولوجيات الجديدة بهدف تحسين الحياة البشرية و ليس فقط إنتاج الأفكار، فعدد كبير من براءات الاختراع لا تعني بالضرورة مستوى عال من الإبداع التكنولوجي، وثانياً

<sup>13</sup> عبوي، زيد منير، " إدارة الإبداع و الابتكار"، عمان: دار كنوز المعرفة، 2006، ط1، ص121.

## الفصل الثاني: الإبداع التكنولوجي و المنافسة

المؤسسات التي تمتلك تكنولوجيا جديدة، وتخشى من منافسيها تقوم بتطبيق ما يسمى بتشويش براءات الاختراع.

### 3/ تعداد الإبداعات التكنولوجية:

تعداد الإبداعات التكنولوجية عبارة عن قائمة الإبداعات المتأتية من مختلف المؤسسات وتكون مستخلصة من تحقيق شامل، ويجب أن يمثل أحسن مصادر المعلومات لأنها تقيس بوضوح الإنتاج ويستطيع القائمون على التحقيق وضع قواعد إعداد لجمل المعطيات ويستهدفون المؤسسات، الصناعات و الدول.

وفي الواقع يوجه انتقاد لهذا التعداد، لعشوائية الطابع الذي يتميز به، فيجب على القائمين بالتحقيق أن يحددوا ماذا يمثل الإبداع التكنولوجي، وعادة ما يفصلون بين الإبداعات التكنولوجية المهمة وغير المهمة، ونشير في الأخير أن تعداد الإبداعات التكنولوجية معلومة غير متوفرة في معظم الدول.

## الفصل الثاني: الإبداع التكنولوجي و المنافسة

اختلف معظم الاقتصاديين والهيئات الاقتصادية الدولية على تحديد مفهوم محدد ودقيق للتنافسية ، فينطلق بعضهم من مفهوم ضيق ويختصرها في تنافسية السعر والتجارة، ويستعمل البعض الآخر مفهوم واسع يكاد يشمل جميع مناحي النشاط الاقتصادي، وهذا ما يظهر جليا في التعداد الكبير للمؤشرات المستعملة لقياس القدرة التنافسية.

وقد وقع تحول في المفاهيم، فمن مفهوم الميزة النسبية وتمثل في قدرات الدولة من "موارد طبيعية واليد العاملة الرخيصة، المناخ والموقع الجغرافي..." التي تسمح لها بإنتاج رخيص وتنافسي، إلى مفهوم الميزة التنافسية وتمثل في اعتماد الدولة على التكنولوجيا والعنصر الفكري في الإنتاج، نوعية الإنتاج وفهم احتياجات ورغبات المستهلك، مما جعل العناصر المكونة للميزة النسبية تصبح غير فاعلة وغير مهمة في تحديد التنافسية.

### ◀ تعاريف التنافسية

يوجد العديد من المقاربات المعتمدة لتعريف التنافسية، تشترك كلها في كون التنافسية يتم الحديث عليها دوماً على المستوى الدولي، أحد هذه المقاربات تقسم التعاريف إلى ثلاث مجموعات:

✓ المجموعة الأولى وتتضمن كل التعاريف التي تأخذ في عين الاعتبار حالة التجارة الخارجية للدول فقط.

✓ المجموعة الثانية وتتضمن كل التعاريف التي تأخذ في عين الاعتبار حالة التجارة الخارجية وكذا مستويات المعيشة للأفراد.

✓ المجموعة الثالثة وتتضمن كل التعاريف التي تأخذ في عين الاعتبار مستويات المعيشة للأفراد فقط.

## الفصل الثاني: الإبداع التكنولوجي و المنافسة

ويجب تحديد القطاع بدقة فمثلاً قطاع صناعة الموصلات لا يمكن خلطه مع قطاع الإلكترونيات، لأن مجالات وظروف الإنتاج تختلف.

### ❖ تعريف التنافسية على مستوى الدول:

أهتم الكتاب والاقتصاديين وكذا المنظمات والهيئات الدولية بتعريف التنافسية على مستوى الدول أكثر من تعريف التنافسية على مستوى المؤسسات وقطاع النشاط، لذلك نجد أن هناك العديد من التعاريف وتختلف حسب الزاوية التي ترى منها التنافسية وستطرق لأهم هذه التعاريف.

### ❖ تعريف المجلس الأمريكي للسياسة التنافسية:

يعرف التنافسية على أنها "قدرة الدولة على إنتاج سلع وخدمات تنافس في الأسواق العالمية وفي نفس الوقت تحقق مستويات معيشة مطردة في الأجل الطويل".<sup>16</sup>

### ❖ تعريف المجلس الأوروبي ببرشلونة:

عرف المجلس الأوروبي في اجتماعه ببرشلونة سنة 2000 تنافسية الأمة على أنها "القدرة على التحسين الدائم لمستوى المعيشة لمواطنيها وتوفير مستوى تشغيل عالي وتماسك اجتماعي وهي تغطي مجال واسع وتخص كل السياسة الاقتصادية"<sup>17</sup>.

### ❖ تعريف منظمة التعاون الاقتصادي و التنمية (OCDE):

تعرف منظمة التعاون الاقتصادي و التنمية (OCDE): "المدى الذي من خلاله تنتج الدولة وفي ظل شروط السوق الحرة والعادلة،

<sup>16</sup>نوير طارق، "دور الحكومة الداعم للتنافسية: حالة مصر"، المعهد العربي للتخطيط بالكويت، 2002، ص5.

<sup>17</sup> لستر نارو، "الصراع على القمة: مستقبل المنافسة الاقتصادية بين أمريكا واليابان"، عالم المعرفة، العدد 204، 1995، ص 61

<sup>18</sup>وديع محمد عدنان، "القدرة التنافسية وقياسها"، المعهد العربي للتخطيط، الكويت، العدد الرابع والعشرون، ديسمبر 2003، ص 45.



منتجات وخدمات تنافس في الأسواق العالمية، وفي نفس الوقت يتم تحقيق زيادة الدخل الحقيقي لأفرادها في الأجل الطويل".<sup>19</sup>

وتعرف (OCDE) كذلك التنافسية الدولية بأنها: "القدرة على إنتاج السلع و الخدمات التي تواجه اختبار المراجعة الخارجية في الوقت الذي تحافظ فيه على توسيع الدخل المحلي الحقيقي"<sup>20</sup>، كما يمكن تعريف التنافسية الدولية بأنها قدرة البلد على زيادة حصصها في الأسواق المحلية والدولية.

#### ❖ تعريف معهد التنافسية الدولية:

ويرى معهد التنافسية الدولية على أنها قدرة البلد على:

\* أن ينتج أكثر وأكفاً نسبياً، ويقصد بالكفاءة:

- تكلفة أقل: من خلال تحسينات في الإنتاجية و استعمال الموارد بما فيها التقنية والتنظيم.
  - ارتفاع الجودة: وفقاً لأفضل معلومات السوق و تقنيات الإنتاج.
  - الملائمة: و هي الصلة مع الحاجات العالمية، وليس فقط المحلية، في المكان والزمان ونظم التوريد، بالاستناد إلى معلومات حديثة عن السوق و مرونة كافية في الإنتاج و التخزين و الإدارة.
- \* أن يهتم أكثر ببيع السلع المصنعة، و التحول نحو السلع عالية التصنيع والتقنية، وبالتالي ذات القيمة المضافة العالية في السوقين الخارجي والمحلي، فيتحصل على عوائد أكبر متمثلة في دخل قومي أعلى للفرد، وذي نمو مطرد، وهو أحد عناصر التنمية البشرية.

\* أن يستقطب الاستثمارات الأجنبية المباشرة بما يوفره البلد من بيئة مناسبة.

<sup>19</sup>نوير طارق، مرجع سابق، ص.5.

<sup>20</sup>نوير طارق، مرجع سابق، ص.5.

## الفصل الثاني: الإبداع التكنولوجي و المنافسة

تشارك اغلب التعاريف المستعرضة آنفا في نقاط مشتركة تتمثل في قدرة المؤسسات على النفاذ إلى الأسواق الخارجية بمنتجات عالية الجودة وبأقل التكاليف، وأن يظهر أثر ذلك في تحسن الناتج الداخلي الخام والذي بدوره يزيد في تحسين الظروف المعيشية للمواطنين، لذلك فإننا نحاول إعطاء تعريف للتنافسية يتلخص في أن التنافسية هي قدرة الحكومات على توفير ظروف ملائمة تستطيع من خلالها المؤسسات العاملة في إقليمها النفاذ بمنتجاتها إلى الأسواق الخارجية، بغية زيادة نمو معدل الناتج الداخلي الخام.

### ➤ أنواع التنافسية

تميز العديد من الكتابات بين عدة أنواع من التنافسية هي:<sup>25</sup>

- ✓ تنافسية التكلفة أو السعر: فالبلد ذو التكاليف الأرخص يتمكن من تصدير السلع إلى الأسواق الخارجية بصورة أفضل ويدخل هنا أثر سعر الصرف.
- ✓ التنافسية غير السعرية: باعتبار أن حدود التنافسية معرفة بالعديد من العوامل غير التقنية و غير السعرية، فإن بعض الكتاب يتكلمون عن المكونات غير السعرية في التنافسية .
- ✓ التنافسية النوعية: و تشمل بالإضافة إلى النوعية و الملائمة عنصر الإبداع التكنولوجي، فالبلد ذو المنتجات المبتكرة وذات النوعية الجيدة، و الأكثر ملائمة للمستهلك و حيث المؤسسات المصدرة ذات السمعة الحسنة في السوق، يتمكن من تصدير سلعة حتى ولو كانت أعلى سعر من سلع منافسة.
- ✓ التنافسية التقنية: حيث تتنافس المشروعات من خلال النوعية في صناعات عالية التقنية.

<sup>25</sup> الطيب، محمد دويس، مرجع سابق، ص 18.

## الفصل الثاني: الإبداع التكنولوجي و المنافسة

و يركز تقرير التنافسية الكونية للمنتدى الاقتصادي العالمي على مناخ الأعمال وعمليات المؤسسات وإستراتيجياته، ويركز كذلك على الإبداع التكنولوجي ورأس المال البشري والفكري، و على عناصر مثل التعليم ورأس المال البشري و الإنتاجية، مؤسسات البحث و التطوير، الطاقة الإبداعية، الوضع المؤسسي، وقوى السوق. تدفع الأبعاد الأساسية في التنافسية إلى الاهتمام بجوانب عديدة منها<sup>26</sup> :

- 1) مستوى التحليل: اعتباراً من مستوى المشروع أو المنتج إلى مستوى القطاع ثم مستوى البلد وحتى على مستوى الإقليم.
- 2) الشمول: هي تحقيق الأهداف بأقل التكاليف، والفعالية و الاختيار الصحيح للغايات.
- 3) النسبية: حيث أن التنافسية في جوهرها تعني مقارنة نسبة بين الاقتصاديات سواء كانت بلدانا أو مؤسسات.

كما أنه توجد تصنيفات أخرى حيث تُصنف التنافسية إلى صنفين وهما:<sup>27</sup>

أولاً\_ التنافسية بحسب الموضوع: وتتضمن تنافسية المنتج وتنافسية المؤسسة.

### 1\_ تنافسية المنتج:

تعتبر تنافسية المنتج شرطاً لازماً لتنافسية المؤسسة، لكنه ليس كافي وكثيراً ما يُعتمد على سعر التكلفة كمعيار وحيد لتقوم تنافسية منتج معين، ويعدّ ذلك أمراً مضللاً، باعتبار أن هناك معايير أخرى قد تكون أكثر

<sup>26</sup> الطيب، محمد دويس، مرجع سابق، ص 18.

<sup>27</sup> خليل، نبيل مرسي، الميزة التنافسية في مجال الأعمال. - الإسكندرية: مركز الإسكندرية للكتاب، 1998. ص 76.

## الفصل الثاني: الإبداع التكنولوجي و المنافسة

دلالة، كالجودة وخدمات ما بعد البيع، وعليه يجب اختيار معايير معبرة تمكن من التعرف الدقيق على وضعية المنتج في السوق في وقت معين.

### 2\_ تنافسية المؤسسة:

يتم تقويمها على مستوى أشمل من تلك المتعلقة بالمنتج؛ حيث لا يتم حسابها من الناحية المالية في نفس المستوى من النتائج، في حين يتم التقويم المالي للمنتج بالاستناد إلى الهامش الذي ينتجه هذا الأخير، أما تنافسية المؤسسة، فيتم تقويمها آخذين بعين الاعتبار هامش كل المنتجات من جهة، والأعباء الإجمالية، التي نجد من بينها: تكاليف البنية؛ النفقات العامة، نفقات البحث والتطوير، والمصاريف المالية... إلخ من جهة أخرى. فإذا فاقت هذه المصاريف والنفقات الهوامش، واستمر ذلك مدة أطول، فإن ذلك يؤدي إلى خسائر كبيرة، يصعب على المؤسسة تحملها، ومن ثمة فالمؤسسة مطالبة بتقديم قيمة لزيائنها، ولا يتم ذلك إلا إذا كانت حققت قيمًا إضافية في كل مستوياتها.

### ثانياً \_ التنافسية وفق الزمن :

تتمثل في التنافسية الملحوظة والقدرة التنافسية.

### 1\_ التنافسية الملحوظة :

تعتمد هذه التنافسية على النتائج الإيجابية المحققة خلال دورة محاسبية، غير أنه يجب ألا نتفاعل بشأن هذه النتائج؛ لكونها قد تنجم عن فرصة عابرة في السوق، أو عن ظروف جعلت المؤسسة في وضعية احتكارية. فالنتائج الإيجابية في المدى القصير، قد لا تكون كذلك في المدى الطويل.

## 2\_ القدرة التنافسية :

إن القدرة التنافسية تستند إلى مجموعة من المعايير هي: " الموقع في السوق، المرونة، معرفة كيفية العمل، الجودة، الخدمات، التكليف، الإنتاجية، مردودية رأس المال المستثمر" ، حيث أن هذه الأخيرة تربطها علاقات متداخلة فيما بينها، فكل معيار يعتبر ضروري؛ لأنه يوضح جانباً من القدرة التنافسية، ويُقيي المؤسسة صامدة في بيئة مضطربة، ولكنه لا يكفي بمفرده.

وعلى خلاف التنافسية الملحوظة، فإن القدرة التنافسية تختص بالفرص المستقبلية، وبمنظرة طويلة المدى من خلال عدة دورات استغلال.

و عوضاً عن زيادة المخرج لمستوى معين من مدخل العمل، فإن جانباً من المنافع المحققة على مستوى المؤسسة يمكن أن يقابلها على مستوى الاقتصاد الوطني نقصاً في الدخل و الرفاه العام ينجم عن التخلص من العمالة ما لم يتم استيعاب تلك العمالة في منشآت أو مشاريع أخرى.

### المطلب الثاني: مؤشرات قياس تنافسية المؤسسات

إن مفهوم التنافسية الأكثر وضوحاً يبدو على مستوى المؤسسة، فالمؤسسة قليلة الربحية ليست تنافسية، و لا تكون تنافسية أيضاً عندما تكون تكلفة إنتاجها المتوسطة تتجاوز سعر منتجاتها في السوق، وهذا يعني أن موارد المؤسسة يساء تخصيصها وأن ثروتها تتضاءل أو تبتد، وضمن فرع نشاط معين ذي منتجات متجانسة يمكن للمؤسسة أن تكون قليلة الربحية لأن تكلفة إنتاجها المتوسطة أعلى من تكلفة منافسيها، وقد يعود ذلك إلى أن إنتاجيتها أضعف أو أن عناصر الإنتاج تكلفها أكثر أو للسببين معاً.

ويقدم أوستن Austin<sup>28</sup> نموذجاً لتحليل الصناعة وتنافسية المؤسسة من خلال القوى الخمس

المؤثرة على تلك التنافسية وهي :

✓ تهديد الداخلين المحتملين إلى السوق.

✓ قوة المساومة والتفاوض التي يمتلكها الموردون للمؤسسة.

✓ قوة المساومة والتفاوض التي يمتلكها المشترون لمنتجات المؤسسة.

✓ تهديد الإحلال أي البدائل على منتجات المؤسسة.

✓ المنافسون الحاليون للمؤسسة في صناعتها.

ويشكل هذا النموذج عنصراً هاماً في السياسة الصناعية والتنافسية على مستوى المؤسسة، إن جاذبية

منتجات مؤسسة ما يمكن أن تعكس الفاعلية في استعمال الموارد وعلى الأخص في مجال البحث والتطوير أو

الدعاية، لهذا فإن الربحية وتكلفة الصنع والإنتاجية والحصة من السوق تشكل جميعاً مؤشرات للتنافسية على مستوى

المؤسسة.

1- الربحية:

تشكل الربحية مؤشراً كافياً على التنافسية الحالية، وكذلك تشكل الحصة من السوق مؤشراً على التنافسية

إذا كانت المؤسسة تعظم أرباحها أي أنها لا تتنازل عن الربح لمجرد غرض رفع حصتها من السوق، ولكن يمكن أن

تكون تنافسية في سوق يتجه هو ذاته نحو التراجع، وبذلك فإن تنافسيته الحالية لن تكون ضامنة لربحيته

المستقبلية.

<sup>28</sup> وديع محمد عدنان، مرجع سابق، ص 11.

## الفصل الثاني: الإبداع التكنولوجي و المنافسة

وإذا كانت ربحية المؤسسة التي تريد البقاء في السوق ينبغي أن تمتد إلى فترة من الزمن، فإن القيمة الحالية لأرباح المؤسسة تتعلق بالقيمة السوقية لها.

تعتمد المنافع المستقبلية للمؤسسة على إنتاجيتها النسبية وتكلفة عوامل إنتاجها وكذلك على الجاذبية النسبية لمنتجاتها على امتداد فترة طويلة وعلى أنفاقها الحالي على البحث والتطوير أو براءات الاختراع التي تحصل عليها إضافة إلى العديد من العناصر الأخرى، إن النوعية عنصر هام لاكتساب الجاذبية ومن ثم النفاذ إلى الأسواق والمحافظة عليها.

### 2- تكلفة الصنع:

تكون المؤسسة غير تنافسية إذا كانت تكلفة الصنع المتوسطة تتجاوز سعر منتجاتها في الأسواق، ويعزى ذلك إما لانخفاض إنتاجيتها أو عوامل الإنتاج مكلفة كثيراً، أو السببين السابقين معاً، وإنتاجية ضعيفة يمكن أن تفسر على أنها تسيير غير فعال، كل هذا في حالة قطاع نشاط ذو منتجات متنوعة، أما إذا كان قطاع النشاط ذو منتجات متجانسة فيمكن أن يعزى ذلك إلى كون تكلفة الصنع المتوسطة ضعيفة مقارنة بالمنافسين.

إن تكلفة الصنع المتوسطة بالقياس إلى تكلفة المنافسين تمثل مؤشراً كافياً عن التنافسية في فرع نشاط ذي إنتاج متجانس ما لم يكن ضعف التكلفة على حساب الربحية المستقبلية للمشروع، ويمكن لتكلفة وحدة العمل أن تمثل بديلاً جيداً عن تكلفة الصنع المتوسطة عندما تكون تكلفة اليد العاملة تشكل النسبة الأكبر من التكلفة الإجمالية، ولكن هذه الوضعية يتناقض وجودها.

## الفصل الثاني: الإبداع التكنولوجي و المنافسة

عندما يكون هناك حالة توازن تعظم المنافع ضمن قطاع نشاط ما ذي إنتاج متجانس، فإنه كلما كانت التكلفة الحدية للمؤسسة ضعيفة بالقياس إلى تكاليف منافسيها، كلما كانت حصتها من السوق أكبر وكانت المؤسسة أكثر ربحية مع افتراض تساوي الأمور الأخرى، فالحصصة من السوق تترجم إذن المزايا في الإنتاجية أو في تكلفة عوامل الإنتاج.

و في قطاع نشاط ذي إنتاج غير متجانس، فإن ضعف ربحية المؤسسة يمكن أن يفسر بالأسباب أعلاه و لكن يضاف إليها سبب آخر هو أن المنتجات التي تقدمها قد تكون أقل جاذبية من منتجات المنافسين بافتراض تساوي الأمور الأخرى أيضا، إذ كلما كانت المنتجات التي تقدمها المؤسسة أقل جاذبية كلما ضعفت حصتها من السوق ذات التوازن.

لقد بينت دراسة<sup>30</sup> عدة مؤسسات وجود حزمة واسعة من المؤشرات على تنافسية المشروع، ومن هذه

### النتائج:

✓ في معظم الأنشطة الاقتصادية وفروع النشاط فإن التنافسية لا تتمركز ببساطة على الأسعار وتكلفة عوامل الإنتاج.

✓ ثمة عوامل عديدة ليست مرتبطة بالأسعار تعطي اختلافات عن مستوى إنتاجية اليد العاملة، رأس المال ( وفورات الحجم، سلسلة العمليات، حجم المخزون، الإدارة، علاقات العمل، ... الخ).

✓ يمكن للمشروعات أن تحسن أدائها من خلال التقليد والإبداع التكنولوجي و أن الوصفة الحسنة للمشروع يمكن أن تعطي نتائج حسنة لدى مشروعات ذات عوامل إنتاج قليلة التكلفة.

<sup>30</sup> وديع محمد عدنان، مرجع سابق، ص 13.



## الفصل الثاني: الإبداع التكنولوجي و المنافسة

✓ من الأهمية بمكان معرفة أن التركيز على تنافسية المشروع تعني دوراً محدوداً للدولة وتتطلب استعمال تقنيات إنتاج مرنة ورقابة مستمرة على النوعية والتكاليف والتطلع إلى الأمد الطويل أكثر من الأمد القصير.

✓ ضرورة إعطاء أهمية أكبر إلى تكوين وإعادة التأهيل والنظر إلى العامل كشريك وليس عامل إنتاج.  
✓ إذا كانت تنافسية البلد تقاس بتنافسية مشروعاته فإن تنافسية المشروع تعتمد على نوعية إدارته والدولة مدير غير ناجح للمشروعات وخصوصاً في مجالات القطاع الخاص.

✓ يمكن للدولة مع ذلك أن تسهم في إيجاد مناخ موات لممارسة إدارة جيدة من خلال: توفير استقرار الاقتصاد الوطني، خلق مناخ تنافسي وعلى الخصوص بإزالة العقبات أمام التجارة الوطنية والدولية، إزالة الحواجز أما التعاون بين المشروعات، تحسين ثلاثة أنماط من عوامل الإنتاج هي رأس المال البشري باعتبار الدولة المكون الأساسي له، التمويل لناحية التنظيم وحجم القروض، والخدمات العمومية.

### ➤ مؤشرات قياس تنافسية قطاع النشاط

يمكن حساب مقاييس التنافسية على مستوى فرع النشاط حينما تكون المعطيات عن المؤسسات التي تشكله كافية، وهذه المقاييس تمثل متوسطات وقد لا تعكس أوضاع مؤسسة معينة ضمن الفرع المدروس، إن إجراء تحليل التنافسية على مستوى قطاع النشاط أو العناقيد (تجمع أنشطة) يشترط أن تكون المتوسطات على هذا المستوى ذات معنى وفوارق مؤسسات القطاع محدودة، وتعود تلك الفوارق عادة إلى تفسيرات عديدة مثل توليفة المنتجات، عوامل الإنتاج، عمر المؤسسة، الحجم، الظروف التاريخية وعوامل أخرى.

وإذا كان من الممكن تقييم تنافسية المشروع في السوق المحلية أو الإقليمية بالقياس إلى المشروعات المحلية أو الإقليمية، فإن تقييم تنافسية فرع النشاط يتم بالمقارنة مع فرع النشاط المماثل لإقليم آخر أو بلد آخر الذي يتم معه

$R_{jt}$  تمثل معدل سعر الصرف للدولار الأمريكي بعملة البلد  $j$  في خلال الفترة  $t$ .

$q/L_{ijt}$  تمثل الإنتاج الساعي في فرع النشاط  $i$  والبلد  $j$  في خلال الفترة  $t$ .

و يصبح من الممكن التعبير من خلال المعادلة التالية عن " التكلفة الوحودية لليد العاملة النسبية" مع البلد  $K$

$$CUMO_{ijkt} \square CUMO_{ijt} / CUMO_{ikt}$$

ويمكن أن ترتفع  $CUMO$  للبلد  $j$  بالنسبة إلى مثيلاتها للبلدان الأجنبية لسبب أو أكثر مما يلي :

✓ أن يرتفع معدل الأجور والرواتب بشكل أسرع مما يجري في الخارج.

✓ أن ترتفع إنتاجية اليد العاملة بسرعة أقل من الخارج.

✓ ارتفاع قيمة العملة المحلية بالقياس لعملات البلدان الأخرى.

إن المشكلة الرئيسية لمقارنة التكلفة الوحودية تنجم عن غموضها، فإن ارتفاع التكلفة الوحودية النسبية

بسبب ارتفاع في الأجور أو في زيادة في سعر الصرف، يكون مرغوباً إن كان يعكس زيادة في جاذبية صادرات

البلد أو قيمتها في البلدان الأجنبية أو بزيادة في تكلفة "العدول" للعمال بالبلد، وإلا فالتكلفة الوحودية للبلد

ينبغي أن تهبط بالمقارنة مع تكلفة شركائه التجاريين، وهذا التراجع يمكن أن يستلزم تحسينات في الإنتاجية أو

هبوطاً في الأجور أو خفضاً للعملة.

تبني العديد من الاقتصاديين حتى منتصف الثمانينات فكرة أن التنافسية الدولية محددة بشكل وحيد بأسعار

التصدير التي هي دالة أساساً في تكلفة عوامل الإنتاج الصناعي الوحودية وعلى الخصوص الأجور، لذلك كانت

توصياتهم العملية حول السياسة الاقتصادية في ضوء هذه المقاربة للتنافسية الدولية تتناول :

✓ إجراءات مستندة أساساً على التكلفة الأجرية وإنتاجية القوى العاملة، وفي بعض الأحيان التكلفة

الأجرية فقط.

✓ إمكان تحقيق مكاسب في التنافسية من خلال خفض قيمة العملة.

لكن هذه الرؤية وجهت لها انتقادات بناء على تجربة ألمانيا واليابان فقد عرفنا ارتفاع في CUMO وتوسع في حصصهما من السوق الدولية في آن واحد بسبب أن تكلفة اليد العاملة لم تشكل القسم الأكبر من التكلفة الإجمالية، ولكن خبرة البلدين تتوافق مع تزايد الطلب الخارجي على صادراتهما وبذلك نشأ توازن جديد برفع سعر الصرف والكميات المخصصة للتصدير الدولي، والانتقاد الثاني كون تكلفة اليد العاملة يمكن ألا تشكل إلا جزءاً صغيراً من تكلفة السلع والخدمات التي يتم تبادلها وبذلك يمكن تحييد أثر تلك التكلفة بواسطة تغير ملحوظ في قطاعات أخرى أو في أسعار عوامل الإنتاج الأخرى وبذلك لن يكون لتغيرات CUMO أثراً على سعر الصرف.

## 2- مؤشرات التجارة والحصة من السوق الدولي :

يستخدم الميزان التجاري والحصة من السوق كمؤشر لقياس تنافسية قطاع نشاط معين، فالقطاع يخسر تنافسيته عندما تنخفض حصته من الصادرات الوطنية الكلية، أو حصته من الواردات تتزايد لسلعة معينة أخذاً في الاعتبار حصة تلك السلعة في الإنتاج أو الاستهلاك الوطني الكلي.

## 3- الميزة النسبية الظاهرة :

أنشأ بورتر (1990) مقياساً للتنافسية مستنداً على الميزة التنافسية الظاهرة ( RCA : Revealed

Comparative Advantage index) ويمكن حسابه لبلد ما  $j$  لمجموعة منتجات أو فرع نشاط  $i$

كالتالي<sup>32</sup> :

<sup>32</sup> Donald G. McFetridge, Idem, P17.

[الصادرات الكلية للبلد j] / [الصادرات المنتج i للبلد j]

$$RCA_{ij} = \frac{[الصادرات الكلية للبلد j]}{[الصادرات الدولية للمنتج i]}$$

[الصادرات الدولية الكلية] / [الصادرات الدولية للمنتج i]

عندما تكون  $RCA_{ij}$  أكبر من الواحد فإن البلد يمتلك ميزة تنافسية نسبية ظاهرة للمنتج i، و يجدر الاهتمام بالميزان التجاري لفرع النشاط، فإن فرعاً صناعياً تبلغ حصته 6% من الصادرات الدولية و 7% من الواردات الدولية لا يمكن اعتباره تنافسياً.

المطلب الثالث: مؤشرات قياس تنافسية الدول

أكد معظم الباحثين على ضرورة استعمال عدة مؤشرات لقياس تنافسية دولة ما، والبدائل المتوفرة لذلك تتمثل في ملاحظة تطور الدخل الحقيقي حسب الفرد أو الإنتاجية، أو على النتائج التجارية للدولة. تطور الدخل الحقيقي حسب الفرد و الإنتاجية مفاهيم مرتبطة ولكن ليست متشابهة، حيث يوضح Markusen<sup>33</sup> هذه النقطة بقوله أن الدخل الحقيقي حسب الفرد يرتبط بعوامل الإنتاج الكلية، التوفر على رأس المال والموارد الطبيعية وكميات التبادل، فزيادة عوامل الإنتاج الكلية (عادة متمثلة في التطورات التكنولوجية) تزيد الدخل حسب الفرد، مثل ما يفعل تطور التخصيص الوطني بالموارد الطبيعية ورأس المال المادي، أو تحسن في التبادلات.

<sup>33</sup> Donald G. McPetridge, Idem, P26.

## الفصل الثاني: الإبداع التكنولوجي و المنافسة

كميات التبادل لدولة ما تتحسن عندما تكون العملة الوطنية مثمنا أو سعر الصادرات للدولة ترتفع مقارنة لسعر الواردات، وهذا ما يؤدي لزيادة حجم الاستهلاك الداخلي الممكن انطلاقا من التخصيص المعطى من الثروات الطبيعية ومن تجارة متوازنة.

تزداد كميات التبادل لدولة ما ومنه الدخل حسب الفرد عندما يكون طلب عالمي إضافي على المنتجات والخدمات المصدرة من طرف هذه الدولة، أو عرض عالمي إضافي على المنتجات والخدمات التي تستوردها، ولهذا فإن مقاربات التنافسية الوطنية المبنية على التجارة والدخل حسب الفرد مرتبطة فيما بينها.

عندما تكون صادرات دولة ما مركزة على قطاعات النشاط ذات نمو كبير و الواردات مركزة على قطاعات نشاط ذات نمو ضعيف أو في حالة انحدار، فيمكن أن يكون مؤشر على تحسن كميات التبادل لهذه الدولة، وهذا يخضع لسرعة رد فعل الأسواق العالمية لشروط العرض والطلب الإضافيين، و يرتفع دخل الفرد تحت تأثير زيادة التخصيص الوطني من الثروات الطبيعية (تنقيب عن الثروات الطبيعية) أو من رأس المال المادي (نتيجة لاستثمارات سابقة).

تنشر العديد من المنظمات والهيئات الدولية (المعهد الدولي لتنمية الإدارة IMD، المنتدى الاقتصادي العالمي WEF، منظمة الأمم المتحدة...) تقارير سنوية، تتضمن مؤشرات تهدف إلى تصنيف دول العالم بدلالة معايير مختلفة مثل التنافسية، التطور البشري، الحرية الاقتصادية، تكلفة الأعمال... الخ.

وقد قام فابريك هاتم<sup>34</sup> بتلخيص معظم هذه التقارير ومؤشراتها في جدول (رقم 2) يبين فيه تعداد الدول التي يخصها كل تقرير وطريقة إعداد هذه المؤشرات.

<sup>34</sup>Fabric Hatem, "Les indicateur comparatifs de compétitivité et d'attractivité: une rapide revue de littérature", Agence

1- تقرير المعهد الدولي لتنمية الإدارة (IMD) :

يصدر هذا المعهد سنوياً ومقره سويسرا منذ بداية التسعينات، وهذا في إطار التحضير للمنتدى الاقتصادي العالمي كتاب عن التنافسية في العالم (WCY : World Competitiveness Yearbook)، والهدف منه جمع عناصر أساسية لمقارنة خصائص بيئة الأعمال وتلخص على شكل مؤشر وحيد يتم على أساسه تصنيف الدول بدلالة نوعية البيئة الموفرة للمؤسسات، حوالي 200 نوع من المعطيات الأساسية تجمع في مجالات مختلفة : تنافسية واستقرار الاقتصاد الكلي، نوعية وتكلفة عوامل الإنتاج، الهياكل القاعدية، البحث والتطوير، تسيير المؤسسة، البيئة الإدارية والجبابة.

بعض هذه المعطيات عبارة عن إحصائيات تجلب من المنظمات المنتجة (خاصة أو عمومية) والبعض الآخر مستخرج من استبيان منجز من المعهد (IMD) لدى أعضاء شبكته، والمؤشر يحسب على أساس متوسط المراتب التي تحصلت عليها دولة ما في كل مؤشر جزئي، ونشر هذا التقرير يؤدي كل سنة في العالم إلى نقاش وطني على تنافسية البلد، وصورته في الخارج، وكذا نقاش على طريقة إعداد المؤشر ومصادقته.

لخص هذا المعهد المؤشرات في ثمانية عوامل وردت في تقرير سنة 1997 وهي مبنية في الجدول 03، ليتم تجميعها سنة 2002 في أربع عوامل فقط: الإنجاز الاقتصادي، فاعلية الحكومة، فاعلية قطاع الأعمال، البنية التحتية، حيث يضم كل عامل عدة عناصر، وكل عنصر يشمل عدة مؤشرات أو متغيرات ذات طبيعة كمية مباشرة أو قياسات للرأي، بلغ تعدادها 244 مؤشر عام 1997 و 314 سنة 2000.

## الفصل الثاني: الإبداع التكنولوجي و المنافسة

و تضم عينة الدول موضع الدراسة العديد من دول العالم النامية، ودول منظمة التعاون الاقتصادي

والتنمية، وبلغ تعدادها 49 دولة ليس من بينها أي دولة عربية.

جدول رقم 2: ملخص للمؤشرات

الهيئة	المؤشر	السنة	الترتبة الأولى	عدد الدول	الطريقة
المنتدى الاقتصادي العالمي WEF	مؤشر تنافسية التجارة	2003	فلندا	93	مؤشر مركب يتكون من عشرات المقاييس التي تقيس شروط التنافسية للمؤسسة في دولة ما (تنظيم المؤسسة، بيئة الأعمال).
AT Kearney	المؤشر السري	2003	الصين	64	نتيجة لصبر آراء منخذي القرار الخواص حول صورة دولة ما.
تقرير الاستثمار العالمي FDI	FDI potential index	2003	USA	140	مؤشر مركب يتكون من عشرات مقاييس جاذبية دولة ما للاستثمارات الأجنبية.
AT Kearney	دليل العولمة	2004	أيرلندا	62	مؤشر مركب يتكون من عشرات المقاييس التي تقيس درجة انفتاح دولة ما للتدفقات من كل نوع (تجارية، رؤوس أموال، الأفكار، التكنولوجية).
منظمة الأمم المتحدة	مؤشر التنمية البشرية	2003	النرويج	175	مؤشر مركب يتكون من بضعة مقاييس تخص الصحة، التعليم والدخل حسب الفرد.
المنتدى الاقتصادي العالمي WEF	GCI	2003	فلندا	102	مؤشر مركب يتكون من عشرات المقاييس التي تقيس العوامل الكلية للنمو (البيئة الكلية للاقتصاد، السياسة، للتكنولوجية).
المعهد الدولي لتنمية الإدارة IMD	مؤشر التنافسية الإجمالية	2004	USA	52	مؤشر مركب مكون من 200 مؤشر كمي للتنافسية (النتائج الاقتصادية الكلية، الهياكل القاعدية، التكنولوجية، الإدارة).
Heritage Foundation	Economic Freedom Index	2004	هونغ كونغ	153	مؤشر مركب مكون من بضع عشرات المقاييس تقيس تدخل الدولة في الاقتصاد (الجباية، النفقات العمومية، الترخيلات لتنظيمية).
تقرير الاستثمار العالمي FDI	مؤشر الفعالية	2003	بلجيكا و لكسمبورغ	140	متوسط على ثلاث سنوات (1999-2001) لتدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر الداخلة ومقارنتها بالنتائج المحلي الصافي

Source : Fabric Hatem, "Les indicateur comparatifs de compétitivité et d'attractivité: une rapide revue de littérature",

Agence Française pour les investissements internationaux. 13/07/2004

جدول رقم 3 : تكوين عوامل مؤشر المعهد الدولي لتنمية الإدارة:

رقم	تسمية العامل	عدد المؤشرات
01	الاقتصاد الكلي	30
02	العملة	45
03	الحكومة	48
04	المالية	27
05	البنية التحتية	32
06	الإدارة	36
07	العلوم والتقنية	26
08	البشر	44

المصدر: تقرير المعهد الدولي لتنمية الإدارة بالتصرف

## 2- تقرير المنتدى الاقتصادي العالمي (WEF) :

يتخذ سويسرا مقرأً له، ويصدر سنوياً تقرير التنافسية العالمية (GCI) بالتعاون مع مركز التنمية الدولية (CID) التابع لجامعة هارفرد بالولايات المتحدة الأمريكية، وهذا تحت عنوان "تقرير التنافسية الكونية، Global Competitiveness Yearbook" ويستخدم عدد كبير من المؤشرات موزعة على ثمانية عوامل: الإنتاج، الحكومة، المالية، البنية التحتية، التقنية، الإدارة، العمل و المؤسسات، ويضم 102 دولة (تقرير سنة 2003) من بينها دول عربية هي مصر، الأردن، الجزائر، المغرب، تونس، ويقوم هذا التقرير بترتيب الدول بالاستناد على عدد كبير من المؤشرات بلغ عددها 175 مؤشراً سنة 2000 منها الكمي ومنها الكيفي ويخص آراء مديري الأعمال عبر العالم، ويعتمد المنتدى الاقتصادي العالمي في أعداده للتقرير على مقارنة أن ثروة الدول تتمثل في معدل الناتج المحلي الصافي حسب الفرد ومستوى نموه، والمؤشرين اللذين يعدهما المنتدى هما (GCI : Growth Competitiveness Index) و (CCI : Current Competitiveness Index) ويفترض أنهما يفسران نمو مستوى ثروة الأمم على المدى المتوسط.



## الفصل الثاني: الإبداع التكنولوجي و المنافسة

فالمؤشر الأول GCI يركز على التنافسية كونها مجموعة مؤسسات وسياسات اقتصادية تضمن معدلات نمو مرتفعة على المدى المتوسط، ويهدف إلى قياس إمكانيات النمو للخمسة سنوات القادمة، بينما المؤشر الثاني CCI يستعمل المؤشرات الاقتصادية الجزئية لقياس الهيئات وهياكل السوق والسياسة الاقتصادية، التي تضمن مستوى آني من الازدهار وهو يهدف لقياس القوة الإنتاجية الآنية لنفس الدول.

المؤشران يعتمدان على نفس الأسلوب وهو إعداد مؤشر التنافسية كمتوسط مرجح لمجموعة من المتغيرات المعيارية، يتم إعداد المؤشر GCI بناءً على مجموعة مقاييس كمية (متغيرات اقتصادية كلية معيارية)، وكذلك يعتمد على تحقيقات كيفية تتم مع مديري المؤسسات في 102 دولة (4600 مؤسسة خاصة وعمومية)، مواضيع الاستبيان منظمة. في عشر مواضيع<sup>35</sup>.

---

<sup>35</sup>Gregoir Stéphane et Maurel Françoise, "Les indices de compétitivité des pays : interprétation et limites", octobre 2002, p4-6.

الفصل الثاني: الإبداع التكنولوجي و المنافسة

جدول رقم 4 : تركيبة المؤشر GCI

وزن المركبة في المؤشر الإجمالي		وزن المتوسط الحسابي		عدد المتغيرات			المؤشرات الفرعية
دول	دول خارج	كثفي	كثفي	الاجموع	كثفي	كثفي	
4/1	3/1						بيئة الاقتصاد الكلي
4/1*2/1	3/1*2/1	7/2	7/5	7	2	5	الاستقرار
4/1*4/1	3/1*4/1	1	0	1	1	0	ترتيب خطر القروض
4/1*4/1	3/1*4/1	0	1	1	0	1	النفقات العمومية
4/1	3/1						الميزانيات العمومية
4/1*2/1	3/1*2/1	1	0	4	4	0	عقود وقوانين
4/1*2/1	3/1*2/1	1	0	3	3	0	الفساد
2/1	3/1						التكنولوجيا
2/1*2/1	3/1*8/1	4/1	3/4	6	4	2	الإبداع
2/1*2/1	3/1*2/1	3/1	3/2	10	5	5	التقنيات الجديدة للإعلام والاتصال
0	3/1*8/3	2/1	1/2	2	1	1	نقل التكنولوجيا
1	1			34	20	14	المجموع

Source : Gregoir stephane et Maurel française, " Les indices de compétitivité des pays: interprétation et limites, INSEE, Octobre 2002, P4.

3- مؤشرات البنك الدولي (WB) :

يقوم بإعداد مؤشرات عن التنافسية لعدد من الدول، وتنشر دورياً على شبكة الانترنت، وتشمل العديد من الدول العربية منها : الجزائر، مصر، الأردن، الكويت، موريتانيا، المغرب، عمان، السعودية، تونس، الإمارات واليمن، ويعتمد على 64 متغيراً في 5 عوامل وهي :

✓ الإنجاز الإجمالي ( الناتج القومي الإجمالي للفرد، معدل النمو السنوي المتوسط).

✓ الديناميكية الكلية وديناميكية السوق (النمو والاستثمار، الإنتاجية، حجم التجارة الإجمالي، تنافسية التصدير).

✓ البنية التحتية ومناخ الاستثمار (شبكة المعلومات والاتصالات، البنية التحتية المادية، الاستقرار السياسي الاجتماعي).

✓ رأس المال البشري والفكري.

✓ الديناميكية المالية.

4- مؤشرات صندوق النقد الدولي (IMF) :

يقوم بنشر عدد محدد من المؤشرات (أسعار الصرف الحقيقية المستندة إلى مؤشرات أسعار المستهلك، قيمة وحدة التصدير للسلع المصنعة، السعر النسبي للسلع المتداولة وغير المتداولة، تكلفة وحدة العمل في الصناعة التحويلية).

5- تصنيف حسب مؤشر الحرية الاقتصادية:

مؤشر طوره معهد HERITAGE بالولايات المتحدة الأمريكية وقد اعتمد لدراسة درجة الحرية على

عشرة عوامل وكل عامل يتكون من مجموعة من المتغيرات ( 50 متغير) وهذه العوامل هي :

## الفصل الثاني: الإبداع التكنولوجي و المنافسة

- ✓ حرية التجارة.
- ✓ العبء الضريبي للحكومة.
- ✓ تدخل الحكومة في الاقتصاد.
- ✓ السياسة النقدية.
- ✓ تدفقات رأس المال والاستثمار الأجنبي.
- ✓ الجهاز المصرفي.
- ✓ الأجور والأسعار.
- ✓ حقوق الملكية.
- ✓ الأنظمة.
- ✓ السوق السوداء.

تحتل الجزائر حسب تصنيف مؤشر الحرية الاقتصادية المرتبة 108.

## المبحث الثالث: أثر الإبداع التكنولوجي على المنافسة

إن العلاقة الوثيقة بين الإبداع و المنافسة تفرض على المؤسسات أن تتبنى استراتيجيات تنافسية في مختلف المجالات، ولقد بينا خلال الفصل الأول الحاجة الملحة إلى الإبداع التكنولوجي من أجل تحقيق ميزة تنافسية للمؤسسات، و في هذا المبحث سنذكر بعض الاستراتيجيات التي تتوافق مع منطق الإبداع التكنولوجي، و تتماشى مع معطيات المنافسة العالمية.

### المطلب الأول: الإبداع التكنولوجي كبعد جديد المنافسة

إن النظرية الكلاسيكية الجديدة التي تقول بفرضية المنافسة التامة بين المؤسسات التي تنتج سلع متشابهة انطلاقاً من مدخلات متشابهة، و أن المنافسة مهمة في هذا المجال لأنها تمنع أي مؤسسة من رفع أسعار منتجاتها منفردة من أجل تغطية تكاليف إنتاجها وزيادة الأرباح، غير أن هذه الفرضية تُحرق كلياً من طرف الإبداع التكنولوجي، فالمؤسسات التي تطبق طرق جديدة أقل تكلفة لإنتاج منتجات موجودة يمكنها من تخفيض تكاليف الإنتاج وتحقيق أرباح إضافية عند تصريف المنتجات بأسعار السوق الحالية، ويمكن أيضاً للمؤسسات التي تُنشأ منتجات جديدة ذات نوعية جيدة من كسب أرباح إضافية مقارنة بتكاليف المدخلات وهذا لانفرادها بميزة المنتجات الجديدة، في كلتا الحالتين منح الإبداع التكنولوجي للمؤسسة المبدعة شيء من السلطة الاحتكارية، ويمكن توضيح ذلك بالشكل رقم 5، الذي يبين أن هناك أربع حالات لتقاطع التكنولوجيا (موجودة، جديدة) مع السلع والخدمات (موجودة، جديدة).

## الفصل الثاني: الإبداع التكنولوجي و المنافسة

الشكل رقم 5: النظريات الاقتصادية والإبداع التكنولوجي

سلع وخدمات جديدة	سلع وخدمات موجودة	
2- تصنيع منتجات جديدة بتكنولوجيا معروفة	1- النظرية الاقتصادية الكلاسيكية الجديدة	تكنولوجيا موجودة
4- تصنيع منتجات جديدة بواسطة تكنولوجيا جديدة	3- صيغة أقل كلفة وأعلى لتصنيع منتجات جديدة	تكنولوجيا جديدة

Source: Randall Morck et Bernard Yeung, "Les déterminants économiques de l'innovation", Industrie Canada, Document hors série no 25, Janvier 2001, P8.

إن الإبداع التكنولوجي يمكن أن يكون إنتاج سلع وخدمات جديدة بتكنولوجيا موجودة أو إنتاج سلع وخدمات موجودة بتكنولوجيا جديدة، أو الإبداع في كليهما، أي إنتاج سلع وخدمات جديدة بتكنولوجيا جديدة، هذه الحالات الثلاثة تسمح للمؤسسة من ممارسة سياسة الاحتكار لمدة زمنية معينة، أي تحقيق أرباح إضافية مقارنة بالمنافسين.

أما الحالة الرابعة وهي إنتاج سلع وخدمات موجودة بتكنولوجيا موجودة، فهنا تكون في وضعية المنافسة التامة بين المؤسسات وهو ما تنص عليه النظرية الاقتصادية الكلاسيكية الجديدة.

بالرغم من أن السلطة الاحتكارية للمبدع لا تضر بالمستهلك بأي حال من الأحوال، فهي تسمح له في الحالات (الثانية، الثالثة والرابعة) بالحصول على منتج ذو نوعية جيدة وبنفس سعر السوق أو أقل، وهذا ما يسمح للمؤسسة المبدعة من توسيع حجم حصتها في السوق على حساب منافسيها غير المبدعين، ويوضح الاقتصادي

## الفصل الثاني: الإبداع التكنولوجي و المنافسة

Schumpeter<sup>36</sup> بأن المنافسة في النظرية الاقتصادية الكلاسيكية الجديدة تأخذ بعدا جديدا عند إدخال مصطلح الإبداع التكنولوجي، فالمؤسسات تتزاحم من أجل الإبداع التكنولوجي كما تتزاحم من أجل تخفيض الأسعار، والمنافسة على مستوى الإبداع التكنولوجي تسمح للمؤسسة المبدعة من تحقيق أرباح احتكارية. وأصبح الوضع تقليدي بالنسبة للمحتكر الكلاسيكي، الذي يحمي نفسه بعوائق دائمة عند المدخل، ونستطيع أن نطلق عليه تسمية المحتكر البيروقراطي مقارنة بالمحتكر المبدع.

تحدد النظرية الاقتصادية أثرين للعبة المنافسة بين المحتكر والداخلين الجدد:

- الأول وهو أثر الفعالية: فالمحتكر إذا أبدع يبقى محتكراً، أما إذا أبدع الداخل المحتمل فمن الممكن أن يكون في منافسة مع المحتكر، إذا كانت تكنولوجية هذا الأخير أقل بقليل من التكنولوجية الجديدة.
- الثاني وهو أثر التعويض: فالمحتكر إذا أبدع لا يربح شيء عن وضعيته الحالية، فيبقى محتكراً، و في المقابل الداخل الجديد ينتقل من ربح معدوم (إذا لم يبدع) إلى أرباح موجبة إذا أبدع.

✓ تجارب بعض الدول في تحسين تنافسيتها

لتوضيح دور الدول في دعم التنافسية، سنستعرض ثلاث تجارب ناجحة لدول من آسيا وأوروبا وأفريقيا حققت نجاح مهم في مجال التنافسية ألا وهي:

✓ سنغافورة: احتلت المرتبة الأولى في تقرير التنافسية العالمية ولعدة سنوات متتالية.

✓ أيرلندا: حسنت مرتبتها التنافسية من المرتبة السادسة والعشرون سنة 1996 إلى المرتبة العاشرة عام

1999.

<sup>36</sup> الطيب، محمد دويس، مرجع سابق، ص 48.

✓ تونس : احتلت المرتبة الثانية في تقرير تنافسية الدول الأفريقية.

تتميز هذه الدول الثلاث بصفات مشتركة وهي عدم امتلاكها للثروات الطبيعية وصغر مساحتها، ومرورها بفترة ركود اقتصادي خلال سنوات السبعينات والثمانينات، و تحقيقها لنمو اقتصادي في نفس فترة التسعينات وكذا تركيزها على تحسين التعليم وجذب الاستثمارات الأجنبية، وبذل جهود كبيرة لتوفير مناخ ملائم للأعمال التجارية بالإضافة إلى عامل مهم جداً وهو الدور الحكومي الواضح في دعم القدرات التنافسية لاقتصادياتها.

#### 1- تجربة سنغافورة<sup>37</sup> :

تربع على مساحة لا تتعدى 648 كلم<sup>2</sup> يقطنها حوالي أربعة ملايين نسمة، تقع جنوب شرق آسيا ويطلق عليها مع دول أخرى بالمنطقة تسمية "نمور آسيا"، ونالت استقلالها سنة 1965، وهي دولة تفتقر إلى الموارد الطبيعية خاصة المياه، وتعاني من ظاهرة البطالة، كل هذه العوائق لم تمنع من احتلالها المراتب الأولى في التنافسية العالمية كونها إحدى الدول الأكثر قدرة على التنافس في العالم.

لكن كيف حققت سنغافورة ذلك ؟

يعزى نجاح سنغافورة في تطوير اقتصادها والوصول به إلى مستوى تنافسية عالٍ، إلى السياسات التي أتبعتها

طوال السنوات الماضية ونخص بالذكر :

1. وجود رؤية قوية وفعالة وواقعية للقيادة، تركز على النتائج وليس على الشعارات؛

<sup>37</sup>نوير طارق، مرجع سابق، ص18.



## الفصل الثاني: الإبداع التكنولوجي و المنافسة

2. تبنت سياسة اقتصاد السوق، وشجعت التجارة والاستثمار مما أدى بها إلى تحقيق متوسط نمو للاقتصاد يقدر بـ 10% حتى عام 1980 ثم 7% بعد ذلك، ومتوسط دخل للفرد الواحد يبلغ 32 ألف دولار أمريكي سنوياً، وهو من أعلى متوسطات الدخل في العالم، ووصل حجم التجارة السنوي ثلاث أضعاف الناتج المحلي الإجمالي، فصادراتها ارتفعت من 19.7 مليار دولار أمريكي سنة 1980 إلى 120 مليار دولار أمريكي سنة 1995؛
3. تطبيق أسلوب مرن وتدرجي في التحول الاقتصادي، وإعادة صياغة السياسات كلما دعت الحاجة لذلك، وهذا تجاوبا مع تغيرات الظروف الدولية.
4. تضم الهيئات الحكومية الرئيسية والتي تقوم بتحديد الإستراتيجية الاقتصادية (مجلس التنمية الاقتصادية السنغافوري) ممثلين عن القطاع الخاص وممثلين للشركات الأجنبية المتعددة الجنسيات.
5. توفير مناخ اقتصادي تنافسي وحر، حيث نجد أن المؤسسات الحكومية تقوم بتسهيل الاستثمار وليس إعاقته. وذلك عبر تخفيض الضريبة على دخل المؤسسات من 40% سنة 1986 إلى 26% حالياً، وتتساوي المؤسسات الأجنبية مع المؤسسات المحلية في مستوى الضريبة المطبق، عدم تطبيق سياسة حد أدنى للأجور مما شجع على التوظيف وحقق معدلات عليا للأجور. بالإضافة إلى تطبيق صارم لقوانين الحماية الفكرية حيث تسجل سنغافورة أدنى مستوى للقرصنة في آسيا.
6. تركيز الدولة على التعليم المرن خاصة التعليم الفني ورعاية رأس المال الفكري مما جعل سنغافورة في ريادة الدول القائم اقتصادها على المعرفة.

## الفصل الثاني: الإبداع التكنولوجي و المنافسة

7. التحسين المستمر للبنية التحتية الأساسية والتكنولوجية (الموانئ، الطرق، المطارات، الاتصالات

السلكية واللاسلكية)، وتحتل سنغافورة المرتبة الأولى في آسيا من حيث استخدام الكمبيوتر

والبريد الإلكتروني.

8. تتوفر سنغافورة على شبكة اتصالات متقدمة للغاية خصوصا في مجال التجارة الإلكترونية.

### 2- تجربة أيرلندا<sup>38</sup>:

أيرلندا بلد صغير المساحة وتعداد سكانه 3.6 مليون نسمة، وعانت في العقود الماضية من بطالة كبيرة

وركود اقتصادي، وعرفت ظاهرة العنف والحروب الأهلية، لكنها في عقد التسعينات استطاعت الخروج من هذه

الوضعية، حيث حققت نمو اقتصادي بمعدل 8.9% سنويا خلال الفترة الممتدة من 1994 إلى غاية 1997، وانخفضت

نسبة البطالة من 16% سنة 1993 إلى 6.6% في الوقت الحالي، وارتفع دخل الفرد إلى حدود متوسط الدخل في

بريطانيا، كل هذا كان نتاج السياسات التي طبقتها أيرلندا خلال هذه الفترة ومن أبرزها :

1. أتسمت برؤية واضحة ومحددة لتشجيع الاستثمار الأجنبي، خاصة في مجال التكنولوجيا

المتقدمة.

2. سعت إلى الحد من البيروقراطية ورسخت بيئة تنظيمية واضحة لتشجيع التنافس.

3. خفضت العجز في الميزانية بإتباع رقابة صارمة على الأموال العامة، وكبحت جماح التضخم

وسعت من أجل ضمان الاستقرار للاقتصادي الكلي.

<sup>38</sup>نوير طارق، مرجع سابق، ص19.

## الفصل الثاني: الإبداع التكنولوجي و المنافسة

5. تخفيض الضغط على الخدمات الاجتماعية نتيجة لانخفاض معدل النمو السكاني مما أدى إلى تحسين دخل الفرد.

6. انضمام تونس إلى المنظمة العالمية للتجارة، وتوقيعها اتفاق شراكة مع الاتحاد الأوروبي هو الأول من نوعه في أفريقيا والشرق الأوسط.

7. حماية الاستثمارات من الازدواج الضريبي وتطبيق قوانين حماية الملكية الفكرية والصناعية.

8. الاهتمام الكبير بالتعليم من خلال تخصيص 25% من الميزانية السنوية.

## المطلب الثاني: مصفوفة النمو والإبداع التكنولوجي

أنشأ الباحث Igor ANSOFF مصفوفة للتحليل الإستراتيجي للسوق و المنتجات، وأخذت تسمية مصفوفة النمو لـ<sup>40</sup> ANSOFF، حيث يرى العديد من الاقتصاديين ضرورة استخدام المؤسسات للإستراتيجيات المتضمنة في هذه المصفوفة خطوة بخطوة وفقا للحرف Z (كما هو موضح في الشكل رقم 6)، كما يمكن لها تخطي بعضها إذا كانت المؤسسة تستند على دراسات وتحليلات مسبقة، والإستراتيجيات الأربعة هي :

إستراتيجية اختراق السوق : تتلاءم هذه الإستراتيجية لتنمية صناعة أو منتج معين في بداية عمر المؤسسة كون أن السوق يستطيع أن يستوعب ما يطرح به نظرا لكبر قاعدة الزبائن ، وهذا راجع لسهولة الاختيار وانعدام المخاطرة فيها، وتمثل هذه الحالة في مصفوفة النمو بالخانة رقم 1.

---

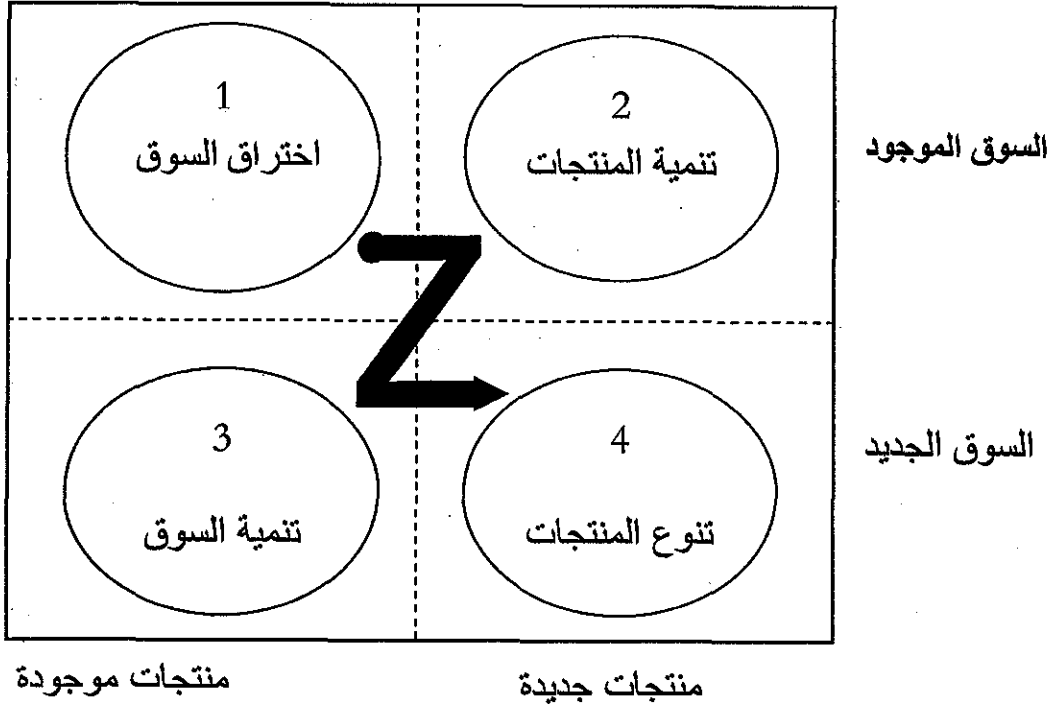
<sup>40</sup> إبراهيم بخيتي، "دور الإنترنت وتطبيقاته في مجال التسويق دراسة حالة الجزائر"، أطروحة دكتوراه دولة (غير منشورة)، جامعة الجزائر، 2002، ص51.

إستراتيجية تنمية السوق : تكون هذه الإستراتيجية ملائمة في حالة السوق القائم ذو قاعدة زبائن قوية وواسعة، تستطيع أن تستوعب ما يطرح لها من منتجات وخدمات جديدة، هذه الإستراتيجية تتطلب قدرا من تطوير وتنمية المنتجات أو بإمكان المؤسسة أن تجلب منتجات جديدة تحمل علامتها التجارية بالرغم من أنها صنعت من قبل مؤسسات أخرى لفائدتها ؛ وتمثل هذه الحالة في مصفوفة النمو بالخانة رقم 2.

إستراتيجية تنمية المنتجات: وتهدف للرفع من حصة المؤسسة في السوق، عبر البحث عن سوق جديد لتصريف سلعها وخدماتها الموجودة (القائمة)، ولو عن طريق التصدير نحو منطقة جغرافية جديدة، و تمثل هذه الحالة في مصفوفة النمو بالخانة رقم 3.

إستراتيجية تنوع المنتجات: تقوم المؤسسة وفق هذه الإستراتيجية بطرح منتجات أو خدمات جديدة في سوق جديد، و تعتبر بذلك مجازفة ومخاطرة، بسبب كون السوق الجديد لا توجد به قاعدة زبائن قوية للطلب، أو ليس للمؤسسة الخبرة الكافية اللازمة لمعرفة السوق و احتياجات الزبائن و توجهاتهم (تفضيلاتهم)، ولذلك يطلق عليها البعض إستراتيجية الانتحار، و تمثل هذه الحالة في مصفوفة النمو بالخانة رقم 4.

الشكل رقم 6 : مصفوفة النمو لـ ANSOFF



المصدر: إبراهيم بخسي، "دور الإنترنت وتطبيقاته في مجال التسويق

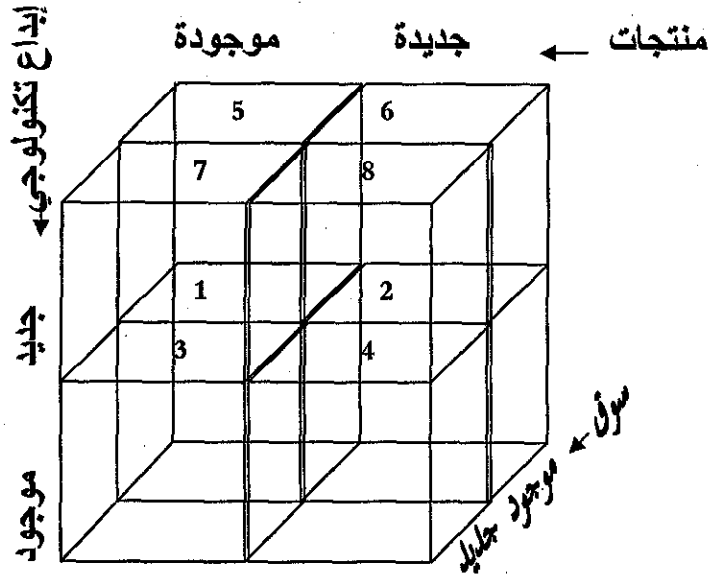
دراسة حالة الجزائر"، أطروحة دكتوراه دولة، جامعة الجزائر، 2002، ص51.

لكن إذا أدخلنا الإبداع التكنولوجي كبعد جديد على مصفوفة النمو لـ ANSOFF<sup>41</sup> فكيف سيكون تأثير ذلك على الإستراتيجيات المقترحة، حيث يصبح لدينا الإبداع التكنولوجي كمرحلة ثالثة (منتجات، سوق، إبداع تكنولوجي) في الفضاء الثلاثي 3D، و تتحول مصفوفة ANSOFF في ظل هذا الإبداع التكنولوجي إلى الشكل التالي:

<sup>41</sup> إبراهيم بختي (ANSOFF H. Igor)، مرجع سابق، ص 54.

## الفصل الثاني: الإبداع التكنولوجي و المنافسة

الشكل رقم 7 : مصفوفة النمو ثلاثية الأبعاد ( مصفوفة النمو التكنولوجي )



المصدر : إبراهيم بخيتي ، مرجع سابق، ص 54.

تتكون المصفوفة في الشكل رقم (7) لـ ANSOFF، من ثمانية مكعبات جزئية، تمثل المكعبات الأربعة في القاعدة 1،2،3،4، للتحليل الإستراتيجي لـ ANSOFF، بينما تمثل المكعبات الأربعة المتبقية في القمة 5،6،7،8 الإستراتيجيات المعتمدة على الإبداع التكنولوجي الجديد، وتعتبر هذه المكعبات إمتداد للمصفوفة التقليدية للنمو، وكل منها تمثل إستراتيجية معينة ؛ وسنطلق على هذه المصفوفة الثلاثية الأبعاد، مصفوفة النمو التكنولوجي، ونستعرضها في الآتي :

إستراتيجية اللامبالاة ( الاختراق ) : تنتج حالة اللامبالاة عندما لا يؤثر الإبداع التكنولوجي في السوق، ولا يؤثر أيضا في أنشطة المؤسسة، وكان التجديد التكنولوجي، لم يظهر أصلا، و لذلك تعتبر هذه الإستراتيجية نقطة البداية للمؤسسة ؛ وتمثل هذه الحالة في مصفوفة النمو التكنولوجي، بالخانة رقم 1.

## الفصل الثاني: الإبداع التكنولوجي و المنافسة

إستراتيجية التكيف (تنمية المنتجات) : تنتج هذه الإستراتيجية عندما تبحر المؤسسة على الاتجاه نحو تنمية منتجاتها أو نحو نشاط جديد أو نحو منتج جديد من طرف المحيط، لأن احتياجات السوق تأثرت بالإبداع التكنولوجي الموجود ؛ وتمثل هذه الحالة في مصفوفة النمو التكنولوجي، بالخانة رقم 2.

إستراتيجية تنمية السوق : إستراتيجية تنمية السوق نحصل عليها، عندما توسع المؤسسة سوق تصريف منتجاتها لتعظيم أرباحها ورفع حصتها، وذلك بالبحث عن سوق جديد بنفس المنطقة الجغرافية أو خارجها عن طريق التصدير ؛ وتمثل هذه الحالة في مصفوفة النمو التكنولوجي بالخانة رقم 3.

إستراتيجية التنوع في المنتجات: تظهر إستراتيجية التنوع في المنتجات، عند شروع المؤسسة في طرح منتجات أو خدمات جديدة بسوق جديد يستخدم التكنولوجيا الموجودة؛ وتمثل هذه الحالة في مصفوفة النمو التكنولوجي بالخانة رقم 4.

إستراتيجية الأمثلة: تسعى هذه الإستراتيجية إلى دفع المؤسسة إلى استغلال الإبداع التكنولوجي في ظل السوق الموجود من أجل تصريف منتجاتها أو خدماتها بصفة مثلى، وتمثل هذه الحالة في مصفوفة النمو بالخانة 5.

إستراتيجية التغيير: إستراتيجية تنتج عن طرح خدمة أو سلعة جديدة في ظل السوق الموجود (القائم)، نتيجة ظهور الإبداع التكنولوجي، وتمثل هذه الحالة في مصفوفة النمو التكنولوجي بالخانة رقم 6.

## الفصل الثاني: الإبداع التكنولوجي و المنافسة

إستراتيجية التوسع: تستخدم هذه الإستراتيجية لتستفيد المؤسسة من الإبداع التكنولوجي الجديد، بغية زيادة توزيع منتجاتها أو خدماتها الموجودة في أسواق جديدة؛ وتمثل هذه الحالة في مصفوفة النمو التكنولوجي بالخانة رقم 7.

إستراتيجية التجديد: تستخدم إستراتيجية التجديد عند استغلال الإبداع التكنولوجي الجديد في تنمية سلع و خدمات جديدة بغية التوسع في الأسواق أو الاستيلاء على السوق جديد، وتمثل هذه الحالة في مصفوفة النمو التكنولوجي بالخانة رقم 8.

### المطلب الثالث : محددات الإبداع التكنولوجي و آثاره الاقتصادية

نحاول في هذا المطلب دراسة رؤية الاقتصاديين للمعايير الاقتصادية التي تحدد الإبداع التكنولوجي، كما سنحاول أن نبين آثار التطورات التكنولوجية من خلال التركيز على الإبداع التكنولوجي باعتباره أحد الأوجه التي تأخذها هذه التطورات و تبيان آثارها على تنافسية المؤسسات.

#### 1/ محددات الإبداع التكنولوجي:

إن الدراسات الحديثة التي توصلت إلى تحديد العوامل التي هي مصدر وتيرة إبداع تكنولوجي، يتوجب الوقوف على الجوانب العديدة التي ترافق هذا الإبداع ، والتعرض لهذه العوامل واحدا بواحد لا يتسع المجال له نظرا لعمق هذه الدراسات التجريبية، لذلك سوف نكتفي بذكر أهم هذه العوامل<sup>42</sup>.

<sup>42</sup> الطيب، محمد دويس، مرجع سابق، ص 62.



## الفصل الثاني: الإبداع التكنولوجي و المنافسة

فأهم المحددات التي يظهر دورها جليا في تحديد وتيرة الإبداع التكنولوجي هي :

1- الإبداع التكنولوجي والعوامل الاقتصادية للإعلام.

2- صرامة قوانين الملكية الفكرية.

3- حجم المؤسسة وهيكلية السوق.

4- التوزيع الجغرافي للمؤسسات.

5- اتخاذ القرار داخل المؤسسات.

6- الثقافة الوطنية للدولة.

7- النظام المالي هل يحدد وتيرة الإبداع التكنولوجي ؟

8- تراكم رأس المال البشري.

9- الإجراءات التي تهدف إلى تقليص عدم المساواة.

10- السياسة الحكومية.

تم تبين أهمية السياسة الاقتصادية وصرامة قوانين حماية الملكية الفكرية، وكذا حجم السوق المستهدفة في تشجيع والتحفيز على الإبداع التكنولوجي، بالإضافة إلى دور السياسات الحكومية، التي يمكنها التأثير على وتيرة الإبداع التكنولوجي، بتطبيق سياسة السوق الحر حيث يمكن أن توجه رؤوس الأموال إلى الإبداع التكنولوجي، وهو ما يتطابق مع المنطق الاقتصادي، فمعظم الإبداعات التكنولوجية المهمة خلال القرن العشرين تمت بتمويل من رؤوس أموال خاصة، ولا يجب أن ننسى دور رأس المال البشري لوجود علاقة مهمة بين المخزون البشري لدولة ما والذي يقاس بتعليم المجتمع، والدخل الوطني لكل ساكن، وأكدت دراسات أن التطور الاقتصادي لأمة ما له علاقة معنوية مع مخزونها البشري السابق والمقاس بمستوى التعليم لمواطنيها.

## الفصل الثاني: الإبداع التكنولوجي و المنافسة

تشجع الأسواق المالية المشاريع ذات المخاطرة العالية، بحيث تسمح بتوزيع هذه المخاطر على عدة مستثمرين، فالتطور المالي يشجع على التطور والإبداع التكنولوجي والعكس صحيح، حيث التحسينات التكنولوجية تلعب دور مهم في تخفيض تكاليف التعاملات المالية، يجب الإشارة لإمكانية أن تكون بعض الثقافات مشجعة على الإبداع التكنولوجي دون غيرها، ويمكن أن يؤثر على التطور الاقتصادي.

### 2/ الآثار الاقتصادية للإبداع التكنولوجي

تنوع وتختلف الآثار الاقتصادية الناجمة عن القيام بالإبداعات التكنولوجية، وتعلق بالخصوص بالتنمية الاقتصادية أو النمو<sup>43</sup>، ونستطيع تقسيمها إلى خمس أنواع :

#### 1- الآثار على التكلفة النهائية :

تتعلق بآثار الإبداع التكنولوجي على التكلفة النهائية التي يخرج بها المنتج من المؤسسة، أي السعر الذي تباع به المؤسسة منجتها في الأسواق، ويمكن تلخيصها في حالتين:

#### حالة 1 : ارتفاع حجم المخرجات

تهدف المؤسسة من إدخال تقنيات جديدة للإنتاج إلى الرفع من قدرة الإنتاج، أي زيادة في عدد الوحدات المنتجة وهذا عبر تسريع عمل التجهيزات والآلات في معالجة أكبر كمية من المدخلات خلال فترة زمنية معينة، هذه الحالة هي أحد جوانب الإنتاجية ونسبته المرودية و من آثاره تقوية العرض ويمكن من إشباع حاجيات الطلب.

<sup>43</sup> أوكيل محمد سعيد، مرجع سابق، ص37.

## حالة 2: حالة تقليص التكلفة الأصلية للوحدة

إن الهدف الأساسي لعملية الإبداع التكنولوجي هو تقليص التكاليف بصفة عامة والتكلفة الوحيدة بصفة خاصة، بغية تمكين المؤسسة من المنافسة الحرة من خلال الإتيان بالتحسينات والتغييرات في المنتجات، وتكون نتيجتها ترشيد العملية الإنتاجية وتحقيق هوامش أكبر مما يضمن بقاء واستمرارية المؤسسة عن طريق استثمارات جديدة.

عندما يتم إدخال تقنيات جديدة في عملية الإنتاج يكون تأثيرها الأساسي على كمية الإنتاج، حيث ترفع هذه التقنيات من عدد الوحدات المنتجة، كما تمكن من الإسراع في عملية الإنتاج. و ذلك بمعالجة أكبر كمية من المدخلات ضمن فترة زمنية معينة و هذه الزيادة في الإنتاج غالباً ما تؤدي إلى التخفيض من تكاليف الإنتاج عامة و تكلفة الوحدة المنتجة خاصة، الأمر الذي يضمن للمؤسسة أحسن مردودية و بالتالي فإن البعد الحقيقي للإبداع التكنولوجي يتمثل في تخفيض التكاليف عن طريق ترشيد العملية الإنتاجية و الاستخدام الأمثل لعوامل الإنتاج<sup>44</sup>.

## 2- الآثار على الاستهلاك والاستعمال :

تتعلق بالمنتجات أكثر منها بالأساليب الفنية للإنتاج، والتحسين والتحديد في المنتجات يهدف إلى ضمان سلامة الاستهلاك أو الاستعمال حسب طبيعة السلعة، وكذا إلى سلامة العمال خلال عملية الإنتاج وسلامة المستهلك خلال عملية الاستهلاك، وتدرج كل هذه العوامل ضمن جودة المنتج.

تسعى المؤسسة دوماً لإرضاء رغبات المستهلكين عبر تحسين مستمر لنوعية منتجاتها، و ترتبط الجودة بالمفهوم التجاري بمجموعة معايير تختلف حسب طبيعة المنتج، ونستطيع إيجازها في النقاط التالية:

<sup>44</sup> Gaffrad.JL: économie industrielle et de l'innovation, édition Dalloz, 1990,p 224

✓ فترة ضمان المنتج الممنوحة من طرف المؤسسة للمستهلك.

✓ الفترة المقدرة لحياة المنتج.

✓ قابلية المنتج للصيانة.

✓ أداء المنتج للوظائف المنتظرة منه.

✓ سهولة استعمال المنتج من طرف المستهلك.

ويتجلى دور الإبداع التكنولوجي في محاولة تحقيق كل هذه المعايير باستخدام المعارف العلمية والتقنية في عملية الإنتاج، وهو بذلك يحقق مستوى جودة عال من مستوى الجودة في المنتج السابق، بالإضافة لاحتفاظه بتكاليف مماثلة للمنتج السابق مما يؤدي إلى نمو اقتصادي، إذا الإبداع التكنولوجي يضمن تنشيط عملية الاستهلاك عبر إدخال منتجات جديدة للسوق تتلاءم مع الرغبات المتزايدة للمستهلك، أو تحسين المنتجات الموجودة، وفي نفس الوقت يسعى لضمان سلامة المستهلك.

إن المؤسسة تسعى دائما للتحسين من نوعية منتجاتها بغية إرضاء رغبات المستهلكين بشكل مستمر. " و الجودة بالمفهوم التجاري ترتبط بمجموعة من المعايير التي لها علاقة بالحاجات، حيث تختلف أهميتها حسب طبيعة المنتج كالضمان، فترة الحياة، قابلية الصيانة، الأداء، سهولة الاستعمال وغير ذلك من المعايير<sup>45</sup>.

و هنا يبرز دور الإبداع في محاولة تحقيق كل المعايير باستخدام المعارف العلمية والتقنية في الإنتاج، إذ أن الإبداع الذي يحقق جودة أعلى من المنتج السابق مع الاحتفاظ بنفس التكاليف يؤدي مباشرة إلى النمو الاقتصادي. و بذلك يتعين أن التجديد والتحسين في السلع يضمن سلامة الاستهلاك، كما الإبداع التكنولوجي

<sup>45</sup> Gague .J.M: le déficit de la qualité, les éditions d'organisation, paris, 1978, p24.

## الفصل الثاني: الإبداع التكنولوجي و المنافسة

يساعد على تنشيط الاستهلاك. و من أمثلة ذلك التوحيد في المقاييس normalisation الذي يساهم إيجابيا في حل المشكلات الناتجة عن تعدد مصادر و مواصفات المنتج و ذلك بالاعتماد على نظم متكاملة لمواصفات قياسية عالمية تعمل على تحديد الخصائص و الأبعاد و معايير الجودة و طرق التشغيل و الأداء و من ثم توسيع نطاق الخدمات التي يقدمها المنتجون للمستهلكين.

### 3- الآثار على التصدير :

أهم عوامل نجاح المؤسسة في تحسين تنافسيتها هو قدرتها على زيادة صادراتها وتحقيق عائدات أكثر بالعملة الصعبة، وهذا من خلال سلسلة مترابطة، بداية من تحسين الجودة مما ينجر عنه تخفيض في تكاليف الإنتاج والتكلفة النهائية، مما يمكن المؤسسة من احتلال وضعية تنافسية أقوى، ويسمح لها بالاستحواذ على حصة أكبر من السوق وزيادة رقم أعمالها، وتحقيق أرباح أكبر ويتم توزيع هذه الأرباح على المساهمين وإعادة الاستثمار وتمويل البحث التطبيقي والإبداع التكنولوجي.

يعتبر التصدير من أهم المعايير التي يسند إليها قياس كفاءة الأداء للاقتصاد و مؤسساته على المستوى الخارجي و بالتالي، فإن التحدي الأكبر للتحديد و الإبداع هو القدرة على التسويق و على دخول أسواق جديدة من خلال التصدير، طالما أن زيادة الإنتاج تولد الحاجة لإيجاد حلول لتوزيع و تصريف هذا المنتج.

و في الواقع أن أوجه العملية الكلية مرتبطة ببعضها البعض، فانطلاقا من تحديد وسائل الإنتاج تتحسن جودة المنتج و تنخفض تكاليفه و تزداد قوته التنافسية و بالتالي، تزداد الحاجة لفتح و دخول أسواق جديدة.

التحدي الأكبر للإبداع التكنولوجي هو القدرة على التسويق و على دخول أسواق جديدة من خلال التصدير، طالما أن زيادة الإنتاج تولد الحاجة لإيجاد حلول لتوزيع تصريف هذا المنتج.

#### 4 - أثر الإبداع التكنولوجي على تنظيم العمل:

إن استخدام أسلوب جديد و مبتكر في الإنتاج لا يؤدي فقط إلى تحسين الطاقة الإنتاجية و الرفع من جودة المنتج، بل يؤدي أيضا إلى تغيير تنظيم العمل و أساليبه و بالتالي فإن التجديد في وسائل الإنتاج لا بد أن يصحبه تغيير في نوعية و كمية اليد العاملة المشتغلة بها، بتطويرها و تكوينها و تأهيلها لاستخدام هذه التجهيزات الحديثة. لقد أثبتت تجربة العديد من أكبر المؤسسات الصناعية الأمريكية أن التجديد على مستوى معدات و تجهيزات الإنتاج لا يكف لرفع الطاقة الإنتاجية ما لم يصحبه استثمار في اليد العاملة بتكوينها و تدريبها على استخدامها.

#### 5- أثر الإبداع التكنولوجي على انخفاض تكاليف النقل و الاتصالات:

خلال النصف الثاني من السبعينات و الثمانينات شهد العالم ثورة تكنولوجية عارمة و التي نتجت عنها ثورة أخرى في عالم الاتصالات و الإعلام الآلي و المعلومات و البرامج مما ساعد على تطوير الاندماج لأسواق المال الدولية و تسارع حركة العولمة، كما حدث انخفاض كبير في تكلفة النقل و الاتصالات، فانخفضت تكلفة المكالمات الهاتفية بحوالي 60 مرة منذ عام 1930. و كذلك انخفضت تكلفة النقل بين الدول المختلفة نتيجة للتطور التكنولوجي و كان لظهور الفاكس و شبكات الكمبيوتر المساهمة في تذليل عقبة الحدود الجغرافية<sup>46</sup> ، فأصبح بالإمكان لملايير الدولارات أو أي من العملات الأخرى أن تتجاوز الحدود في دقائق معدودة و هكذا فإن التطور التكنولوجي المذهل رفع من سيولة الأسواق المالية و سهولة تدفق رؤوس الأموال و الحصول عليها بسرعة كبيرة. و من خلال ما سبق يتبين لنا أن:

<sup>46</sup> عمر صقر: العولمة و قضايا اقتصادية معاصرة، الدار الجامعية، 2001، ص15

## الفصل الثاني: الإبداع التكنولوجي و المنافسة

- 1- الإبداع التكنولوجي هو محرك التطور و التقدم، فهو سلاح أساسي للمؤسسات الرائدة في هذا المجال.
- 2- الإبداع التكنولوجي و التحكم فيه أكثر من خلال التحسين المستمر و التطوير، يمكن المؤسسة من الحصول على مزايا تنافسية تدعم حصتها السوقية أو على الأقل المحافظة عليها في الإطار الدول.
- 3- الإبداع التكنولوجي هو تابع للمستوى المعرفي و العلمي و هو بذلك يعكس مدى مستوى الموارد البشرية و في هذا الإطار نتكلم عن المهارات أي التي تبذل و ما لها من آثار على اكتساب مزايا تنافسية خاصة في إطار

### العولمة

- 4- في ظل التحولات التي يشهدها العالم، في ظل اقتصاد المعرفة حيث أصبحت المعارف هي المصدر الأهم للميزة التنافسية بين المؤسسات، و يجب على المسيرين أن يعطوا أهمية بالغة لنشاطات البحث و التطوير و مسابرة التقنيات الحديثة للإعلام و الاتصال و ما لها من مزايا. و هذا من أجل التأقلم مع تغيرات المحيط و العمل حتى على التوقع للتكنولوجيات الحديثة. فالبقاء هو للأسرع و إلا سوف تتعرض للمنافسة الحادة و ما يفرضه العولمة ( بخصوصية معظم المؤسسات الجزائرية و تقهقرها حتى التي أفلست هائيا)
  - 5- و من بين أهم الآثار أيضا إعادة النظر في استراتيجيات المؤسسات في الإطار الدولي الجديد و ما يفرضه كإتباع إستراتيجية التحالف في إطار التكتلات و كذا مسابرة للاستثمارات الأجنبية(استثمارات الشراكة) و ما لها من تكنولوجية حديثة و تجديبات على مختلف المجالات.
- هذا ما يفرض علينا أيضا إعادة النظر في كيفية تسيير المؤسسات بالمنظور الدولي الجديد.

## خاتمة الفصل الثاني:

إن التحدي الذي يواجه المؤسسات و الدول هو مدى استجابتها للمتغيرات العالمية، عن طريق التحكم في آليات إدارة التغيير، و الاستفادة من الفرص و التعامل الذكي مع المخاطر و التحديات، كل هذه الأمور وجدنا أنها متعلقة باستراتيجيات و سياسات مرنة و مدروسة ذات طابع إبداعي.

تطرقنا في هذا الفصل إلى تعريف وأهمية الإبداع التكنولوجي في الحياة الاقتصادية، وكيف ينشئ الإبداع التكنولوجي بُعداً جديداً للمنافسة باعتباره عاملاً حاسماً يسمح للمؤسسة و الدولة التي تطبقه من استغلال الوضعية الاحتكارية، التي تجد نفسها فيها عند إخراج إبداع تكنولوجي جديد إلى السوق، وهي وضعية مغايرة تماماً للاحتكار الكلاسيكي، كذلك فإن الإبداع التكنولوجي يُعتبر مؤشر جيد لتنافسية المؤسسات و الدول ومرآة عاكسة لمدى إنفاقها على البحث و التطوير.

و يعتبر المستهلك أحد المستفيدين من عملية الإبداع التكنولوجي، فهي تسمح له بالحصول على منتج ذو نوعية جيدة و بنفس سعر السوق أو أقل، هذا نتيجة للآثار الاقتصادية التي يحدثها الإبداع التكنولوجي على التكلفة النهائية للمنتج.

و خلال الفصل الثالث سنحاول إسقاط ما تطرقنا إليه في الجانب النظري على الجزائر، و سنستعرض بعض الإحصاءات التي تتعلق بالمؤشرات المتفق عليها للتحكم على وضعية الإبداع التكنولوجي، و مدى فاعليته في تأهيل تنافسية الاقتصاد الجزائري



## الفصل الثالث: دراسة حالة

### - حالة الجزائر -

المبحث الأول: براءات الاختراع في الجزائر

المبحث الثاني: الإبداع التكنولوجي في الجزائر

المبحث الثالث: الوضعية التنافسية للجزائر

## مقدمة الفصل الثالث:

بعد تعرضنا في الجانب النظري المشتمل على فصلين، بالدراسة لمفهوم الإبداع و محدداته و مستوياته و مصادره و كذا العوامل المؤثرة فيه، ثم تطرقنا في الفصل الثاني للإبداع التكنولوجي وأثره على تنافسية المؤسسة، وقع اختيارنا على براءة الاختراع و بحوث التطوير لاستعمالها كأداة لتقييم الإبداع التكنولوجي و كذا كمؤشر لقياس تنافسية المؤسسات و هذا لعدة اعتبارات و مميزات تنفرد بها دون غيرها من المؤشرات الأخرى، و سنحاول في هذا الفصل تطبيق ما سبق ذكره على حالة الجزائر.

وبغية إجراء دراسة كمية لحالة الجزائر، ارتأينا في المبحث الأول استخدام قاعدة المعطيات الإحصائية المتعلقة ببراءات الاختراع في الجزائر والتي يمثل المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية الهيئة الرسمية المكلفة قانونا بإصدار و حفظ هذه البراءات، و سنقوم بتحليل وضعيتها إحصائيا لنخلص بنتائج و ملاحظات، ثم يجب علينا تفسير هذه النتائج و الملاحظات مهما كانت دون أن ننسى إجراء مقارنة مع عينة من الدول العربية و الآسيوية و دولة أوروبية واحدة، لذا و جب علينا دراسة و وضعية البحث و التطوير و كذا و وضعية الإبداع التكنولوجي و قد خصصنا له المبحث الثاني كاملا.

و قبل الحديث في المبحث الثالث عن الوضعية التنافسية للجزائر في أهم التقارير التي تصدرها الهيئات الدولية والتي اكتفينا بتقريرين فقط منها بسبب تعددها و كذا لعدم احتواء عينات الدراسة في بعض التقارير على الجزائر، يجب علينا إعطاء نظرة مقتضبة حول واقع الاقتصاد الجزائري من الناحية الكلية خاصة خلال هذه السنوات الأخيرة، و تشتمل على و وضعية المؤسسات الاقتصادية و تطور الاقتصاد الجزائري خلال ثلاثين السنة الماضية، ثم ندرس حالة التوازن الكلي للاقتصاد لنصل إلى تحديد مدى جاذبية الاقتصاد الجزائري للاستثمارات الأجنبية المباشرة.

## المبحث الأول: براءات الاختراع في الجزائر

سنقوم في هذا المبحث بدراسة وضعية براءات الاختراع في الجزائر، اعتمادا على المنهج الوصفي تارة، وتارة أخرى المنهج التحليلي مستعملين قاعدة المعطيات الخاصة ببراءات الاختراع المودعة والممنوحة في الجزائر، لكن قبل ذلك سنتطرق إلى المسار التاريخي الذي مرت به الهيئات المكلفة بتسيير الملكية الصناعية بالجزائر، دون أن ننسى إجراء مقارنة مع عينة من الدول المختارة.

### المطلب الأول: ماهية براءة الاختراع

#### 1- تعريف براءة الاختراع :

تعرف براءة الاختراع على أنها الشهادة التي تمنحها الدولة بواسطة هيئة عمومية مختصة، للمخترع كي يثبت له حق احتكار استغلال اختراعه مالياً ولمدة زمنية محدودة وفي ظروف معينة وبذلك فهي تمثل المقابل الذي تقدمه الدولة والمجتمع ككل للمخترع تقديراً لجهوده ويصبح له حق خاص ومطلق قانوناً على الاختراع ؛ ويستطيع الاستفادة منه مالياً بنفسه مباشرة أو يتنازل عنه لغيره، وبراءة الاختراع عبارة عن مال منقول معنوي يجوز التصرف فيه، لأنها آلية تمثل حق المخترع، ويتمثل المقابل الذي تقدمه الدولة والمجتمع إلى المخترع في حماية اختراعه عن طريق فرض عقوبات رادعة على من يقوم بنقل اختراعه، أو استخدامه بدون موافقة صاحبه ؛ والذي يتوجب عليه القيام بإجراءات ضرورية وفقاً للتشريعات المعمول بها في كل دولة، وأن يقوم بدفع رسوم نظير هذه الخدمة، للتأكد من جدية صاحب الاختراع في المحافظة والاستفادة من اختراعه، لكن هذا لا يمنع الدولة إذا ما اقتضت المصلحة الوطنية أن تستولي على الاختراع بغية استغلاله، وتستطيع أيضاً أن لا تمنح له أصلاً براءة الاختراع خاصة إذا كان الاختراع يدخل ضمن قطاع حساس واستراتيجي (الدفاع)، بشرط أن تحافظ للمخترع على حقه المالي نظير جهود البحث والتطوير التي قام بها.

ولا يعطى لأي مخترع الحق اتجاه الجميع ما لم يكن يملك شهادة براءة اختراعه، وفي هذه الحالة يستطيع أي شخص آخر استغلال هذا الاختراع مالياً وفي مقابل ذلك، فإن من مصلحة المجتمع العامة أن لا يملك المخترع حق دائم وأبدي على اختراعه، لذا أستوجب تقييده بفترة زمنية محددة، يتلاشى بعدها حق المخترع في استغلال اختراعه مالياً ويؤول بذلك إلى المصلحة العامة.

براءة الاختراع هي سند ملكية لاختراع تكنولوجي وتمنح لمؤسسة، شخص أو هيئة عمومية من طرف ديوان وطني، ولكي يقبل طلب براءة الاختراع يجب أن يحقق بعض الشروط تخص حدة الاختراع، طابعه الاختراعي (ليست مبتذلة) وتطبيقه الصناعي، والتي سوف نتعرض لها لاحقاً، وتعتبر براءة الاختراع صالحة في دولة ما لمدة محدودة (20 سنة بصفة عامة).

#### \*تعريف القانون الجزائري :

عرف المشرع الجزائري براءة الاختراع بأنها سند تخول لصاحبها صنع المنتج موضوع البراءة واستعماله وتسويقه أو حيازته لهذه الأغراض، واستعمال طريقة الصنع موضوع الاختراع الحاصلة على البراءة وتسويقها واستخدام المنتج الناجم مباشرة عن تطبيقها وتسويقه وحيازته لهذه الأغراض، مما يؤدي إلى منع أي شخص من استغلال الاختراع، موضوع البراءة صناعياً، دون رخصة من المخترع ؛ وأشترط المشرع كذلك أن تكون كافة هذه الأعمال مؤدية لأغراض صناعية أو تجارية لكي تشملها الحقوق المنجزة عن براءة الاختراع<sup>1</sup>.

#### \*تعريف المنظمة العالمية للملكية الفكرية :

تعرف المنظمة العالمية للملكية الفكرية OMPI البراءة على أنها "حق استثنائي" يمنح نظير اختراع يكون منتج أو عملية تتيح طريقة جديدة لإنجاز عمل ما، أو تقدم حلاً جديداً لمشكلة ما، وهي تكفل بذلك للمالكها

<sup>1</sup> المادة 17 من المرسوم التشريعي رقم 93/17 المؤرخ في 7 ديسمبر 1993 والمتعلق بحماية الاختراع، الجريدة الرسمية رقم 81، السنة 1993.

حماية اختراعه وتمنح لفترة محدودة (20 سنة على العموم)، وتمثل هذه الحماية بموجب البراءة في أنه لا يمكن صنع أو الانتفاع من الاختراع، أو توزيعه، أو بيعه لأغراض تجارية دون موافقة مالك البراءة.

ويحق للمالك البراءة تقرير من الذي يجوز له أو لا يجوز له الانتفاع بالاختراع المشمول بالبراءة خلال مدة حمايته، وكذلك يجوز له التصريح لأطراف أخرى أو الترخيص لها بالانتفاع بالاختراع وفقا لشروط متفق عليها، كما يجوز له بيع حقه في الاختراع لشخص آخر ويصبح بذلك المالك الجديد، وعند انتهاء مدة البراءة يؤول الاختراع إلى الملك العام، ويبطل بذلك الحق الاستثنائي للمخترع.

## 2- شروط منح براءة الاختراع :

نص القانون الجزائري في مادته الثالثة من المرسوم التشريعي رقم 93/17 المؤرخ في 7 ديسمبر 1993، والمتعلق بحماية الاختراعات على أنه "يمكن أن تقع تحت حماية براءة الاختراع، الاختراعات الجديدة الناتجة عن نشاط اختراعي والقابلة للتطبيق صناعياً"، وفي المادة السابعة من نفس المرسوم ذكر المواضيع التي لا تعتبر اختراعات، وهي :

✓ المبادئ والنظريات والاكتشافات ذات الطابع العلمي وكذلك المناهج الرياضية.

✓ الخطط والمبادئ والمناهج الرامية إلى القيام بأعمال ذات طابع ثقافي أو ترفيهي محض.

✓ المناهج ومنظومات التعليم والتنظيم والإدارة أو التسيير.

✓ طرق علاج الإنسان أو الحيوان بالجراحة أو المداواة وكذلك مناهج التشخيص.

✓ مجرد تقديم معلومات.

✓ الابتكارات ذات الطابع التزييني المحض.

نستنتج من المادتين الثالثة والسابعة، وجوب توفر شروط ثلاثة لمنح براءة الاختراع، ألا وهي :

✓ أن يكون ثمة اختراع أو ابتكار.

✓ أن يكون الاختراع جديداً.

✓ أن يكون هذا الاختراع قابلاً للاستغلال الصناعي.

تتطابق هذه الشروط مع تلك التي تحددها المنظمة العالمية للملكية الفكرية OMPI، فالشروط الواجب توفرها في الاختراع لكي يستفيد من الحماية لا بد أن تكون له فائدة عملية وأن يبين عنصر الجدة فيه، أي بعض الخصائص الجديدة غير المعروفة في مجموعة المعارف المتوافرة في مجاله التقني، ويطلق عليها أسم "حالة التقنية الصناعية السابقة"، ويجب أن يبين الاختراع نشاطاً ابتكاري لا يمكن لأي شخص له معرفة متوسطة في المجال التقني استنتاجه، وأخيراً يجب أن يكون "أهلاً للبراءة" بموجب القانون.

وقد أستثنى المشرع الجزائري أربع حالات<sup>2</sup> لا يمكن منح براءات الاختراع فيها مراعاة لعدة ظروف (أمنية، اجتماعية، إنسانية، أخلاقية) وحماية للمصلحة العامة، وهذه الحالات هي:

1. الأنواع النباتية أو الأجناس الحيوانية وكذلك الطرق البيولوجية المحضة للحصول على نباتات أو

حيوانات.

2. أصول العضويات الجهرية.

3. المواد الغذائية والصيدلانية والتزيينية والكيميائية، غير أن هذا الإجراء لا يطبق على طرق الحصول

على هذه المواد.

4. الاختراعات التي يكون نشرها أو تطبيقها مخالفاً بالأمن العام وبمسن الأخلاق.

أ- الشرط الأول : وجود اختراع "L'invention"

يشترط القانون الجزائري لمنح براءة الاختراع أن يكون الاختراع يتضمن ابتكاراً أو إبداعاً يضيف قدراً

جديداً إلى ما هو موجود من قبل، أي يأتي بشيء جديد لم يكن موجوداً من قبل، أو طريقة صناعية جديدة،

<sup>2</sup> المادة 8 من المرسوم التشريعي رقم 93/17 المؤرخ في 1993/12/7 والمتعلق بحماية الاختراعات، الجريدة الرسمية رقم 81.

أو تطبيقات جديدة لطرق صناعية معروفة، وقد يكون الاختراع متعلقا بنتائج صناعي جديد متميز عن غيره من الأشياء.

ولم تعطي معظم التشريعات تعريفاً واضحاً لماهية الاختراع أو الابتكار، أو تحديد معايير التمييز لما هو ابتكار وما ليس ابتكار، ونص القانون الجزائري في المادة 5 من المرسوم التشريعي رقم 93/17 بأن "يعتبر الاختراع ناتجاً عن نشاط اختراع إذا لم يكن ناجماً بداهة من الحالة التقنية..." وهو ما يتطابق مع المعنى الذي قدمه معهد القانون المقارن بميلانو<sup>3</sup>.

ويعتبر تعريف الابتكار ضروري بالنسبة للهيئة المكلفة بمنح سندات براءات الاختراع، بالإضافة إلى الجهاز القضائي في حالة رفع دعوى تخص براءات الاختراع.

### ب- الشرط الثاني : أن يكون الاختراع جديداً "Nouveauté"

يشترط في منح براءة الاختراع وجود عنصر الجدة، أي فيه بعض الخصائص الجديدة غير المعروفة في

مجموعة المعارف المتوافرة في مجاله التقني ويطلق على مجموعة المعارف تلك أسم "الحالة التقنية الصناعية

السابقة"، ويترجم هذا في أن الاختراع يجب أن يكون جديداً، لم يسبق نشره من قبل أو استعماله، أو منحت له براءة اختراع أخرى.

حدد المشرع الجزائري بوضوح هذا الشرط بقوله "يعتبر الاختراع جديداً إذا لم يكن مدرجاً في حالة

التقنية الصناعية، وتشمل هذه الحالة كل ما وضع في متناول الجمهور بواسطة وصف كتابي أو شفوي أو

استعمال أي وسيلة أخرى قبل يوم إيداع طلب البراءة"<sup>4</sup>، وأستثنى حالة عرض الاختراع في معرض دولي رسمي

بأنها لا تعتبر وضع في متناول الجمهور، غير أنه حدد فترة زمنية لذلك وهي ستة أشهر قبل تاريخ إيداع طلب

براءة الاختراع، وأتفق المشرع الجزائري مع معظم التشريعات (الفرنسي، الأمريكي، الألماني، السوري، اللبناني)

<sup>3</sup> فاضلي إدريس، "المدخل إلى الملكية الفكرية، الملكية الأدبية والفنية والصناعية"، الجزائر: دار هومة، 2003، ص 203.  
<sup>4</sup> المادة 4 من المرسوم التشريعي رقم 93/17، مرجع سابق.

على ضرورة وجود شرط الجدة المطلقة، ويقصد بها عدم إذاعة سر الاختراع في أي زمان من الأزمان أو في أي مكان.

### ت- الشرط الثالث : قابلية الاستغلال الصناعي للاختراع

يشترط في الاختراع أن تكون له فائدة عملية لكي يكون موضع طلب براءة اختراع، وهذه الفائدة العملية تتمثل في قابلية الاختراع للاستغلال الصناعي، أي يترتب على استعماله نتيجة صناعية تصلح للاستغلال في مجال الصناعة، لذا فالاختراع الذي تنطبق عليه هذه الخاصية هو كل اختراع عبارة عن تطبيقات صناعية للأفكار والنظريات العلمية وهو تطبيق للبحث العلمي، وقد حدد المشرع الجزائري بوضوح نوعية هذا الاستغلال الصناعي بقوله "يعتبر الاختراع قابلاً للتطبيق صناعياً إذا كان موضوعه قابلاً للصنع أو الاستخدام في أي نوع من الصناعة وحتى الفلاحة"<sup>5</sup>.

### 3/ المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية

يعود أول تأسيس لهيئة وطنية مكلفة بحماية الملكية الصناعية سنة 1963 بموجب الأمر<sup>6</sup> رقم 63/248 المؤرخ في 10 جويلية 1963، وقد كلف آنذاك بتسيير شؤون الملكية الصناعية والسجل التجاري، وأخذ تسمية المكتب الوطني للملكية الصناعية، ولكن لم تكن تمنح براءات الاختراع نظراً للفراغ القانوني، لذا كان يتم تسجيل الطلبات فقط وفقاً للقانون الفرنسي الصادر بتاريخ 23 جوان 1857، والذي أصبح ساري المفعول بالجزائر بمقتضى مرسوم صدر بتاريخ 1864/2/6<sup>7</sup>.

وقام المشرع الجزائري بإعداد قوانين مختصة في الملكية الصناعية خلال سنة 1966، حيث تم إصدار الأمر<sup>8</sup> رقم 66/54 المؤرخ في 3 مارس 1966 والمتعلق بشهادات المخترعين وبراءات الاختراع، تم تحويل مهام

<sup>5</sup> نفس المرجع، المادة 4.

<sup>6</sup> الأمر رقم 63/248 المؤرخ في 10 جويلية 1963 والمتضمن إنشاء المكتب الوطني للملكية الصناعية، الجريدة الرسمية، السنة 1963.

<sup>7</sup> حسنين محمد، "الوجيز في الملكية الفكرية"، الجزائر: المؤسسة الوطنية للكتاب، 1985، ص18.

<sup>8</sup> الأمر رقم 66/54 المؤرخ في 3 مارس 1966 والمتعلق بشهادات المخترعين وأجازات الاختراع، الجريدة الرسمية رقم 19، السنة 1966.



براءات الاختراع سنة 1969، بمفردها إلى صلاحيات وزارة البحث العلمي وبقية العلامات التجارية والسجل التجاري من صلاحيات وزارة التجارة.

تم تأسيس أول معهد جزائري مختص فقط في الملكية الصناعية والتوحيد الصناعي سنة 1973 بموجب الأمر رقم 73/62 المؤرخ في 21 نوفمبر 1973 الصادر بالجريدة الرسمية رقم 5 سنة 1973، وقد انتقلت إليه صلاحيات واختصاصات المكتب الوطني للملكية الصناعية ماعدا ما تعلق بالسجل المركزي للتجارة، وقسم فيما بعد المعهد إلى معهدين الأول تخصص فقط في الملكية الصناعية، وحمل تسمية المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية (INAPI : Institut National Algérien de Propriété Industrielle) وهذا بموجب المرسوم التنفيذي رقم 98/68 المؤرخ في 21 فبراير 1998 الصادر بالجريدة الرسمية رقم 11 سنة 1998، والثاني مختص في التوحيد الصناعي. بموجب المرسوم التنفيذي رقم 98/69 المؤرخ في 21 فبراير 1998 الصادر بالجريدة الرسمية رقم 11 سنة 1998، و المعهد تحت وصاية وزارة الصناعة وإعادة الهيكلة ويتمتع بالشخصية المدنية و الإستقلال المالي.

وكلف المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية بتمثيل الجزائر في المنظمات الدولية و الجهوية، و إعداد جميع الوثائق التي تم الملكية الصناعية و المحافظة عليها ووضعها تحت تصرف المصالح العمومية و الأفراد. و تتمثل صلاحيات المعهد في النقاط التالية :

✓ تطبيق أحكام النصوص المتعلقة بالملكية الصناعية.

✓ تطبيق أحكام الاتفاقيات الدولية التي تكون الجزائر عضوا فيها.

✓ الاشتراك في المنظمات الدولية للملكية الصناعية و تمثيل الجزائر عند الاقتضاء.

<sup>9</sup> الأمر رقم 73/62 المؤرخ في 21 نوفمبر 1973 والمتضمن إحداث المعهد الجزائري للتوحيد الصناعي والملكية الصناعية، الجريدة الرسمية رقم 95، السنة 1973.

أوكل للمعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية تنفيذ السياسة الوطنية المتعلقة بالملكية الصناعية، خاصة فيما يتعلق بحماية الحقوق المعنوية للمبدعين، التي تقرها التشريعات السارية المفعول، لذا فهو مكلف طبقاً للمادة السابعة من مرسوم إنشائه بما يلي:

✓ توفير حماية الحقوق في الملكية الصناعية.

✓ حفز ودعم القدرة الإبداعية والابتكارية، لاسيما تلك التي تتلاءم والضرورة التقنية

للمواطنين وذلك باتخاذ الإجراءات التشجيعية المادية والمعنوية.

✓ تسهيل الوصول إلى المعلومات التقنية الموجودة في وثائق البراءات بانتقائها وتوفيرها

والتي تمثل حلولا بديلة لتقنية معينة يبحث عنها المستعملون من المواطنين والصناعيين ومؤسسات البحث والتطوير والجامعات.

✓ تحسين ظروف استيراد التقنيات الأجنبية إلى الجزائر بالتحليل والرقابة وتحديد مسار

اقتناء التقنيات الأجنبية مع مراعاة حقوق الملكية الصناعية ودفع مصاريف هذه الحقوق في الخارج.

✓ ترقية وتنمية قدرة المؤسسات الجزائرية لتسهيل العلاقات التجارية البعيدة عن المنافسة

غير المشروعة مع حماية وإعلام الجمهور ضد الممارسات حول مصدر السلع والخدمات والمؤسسات المتاجرة التي من شأنها توقيعه في المغالطة.

وبخصوص الملكية الصناعية، فإن المادة الثامنة من المرسوم التنفيذي رقم 98/68 الصادر بالجريدة الرسمية

رقم 11 سنة 1998 تحدد بوضوح اختصاصات وصلاحيات المعهد على النحو التالي:

1. دراسة طلبات حماية الاختراعات وتسجيلها وعند الاقتضاء نشرها ومنح سندات الحماية طبقاً للتنظيم.
2. دراسة طلبات إيداع العلامات والرسومات والنماذج الصناعية وتسميات المنشأ ثم نشرها.
3. تسجيل العقود الخاصة بحقوق الملكية الصناعية وعقود التراخيص وعقود بيع الحقوق.

4. المشاركة في تطوير الإبداع ودعمه عن طريق تنمية نشاط الاختراع.

يجب الإشارة إلى أن هناك مهمات أخرى أوكلت للمعهد من بينها الرقابة على التراخيص، حيث أن جميع العقود المبرمة مع الجهات الأجنبية وتتضمن حقوق ملكية يجب على المعهد إبداء رأيه فيها، وكذا ضرورة قيامه بضمان توفير المعلومات التقنية للمؤسسات ومساعدتها في عمليات نقل التكنولوجيا.

وقد وقعت الجزائر على اتفاقية باريس للملكية الصناعية سنة 1883. بمقتضى الأمر رقم 66/46 المؤرخ في 25 فبراير 1966 الصادر بالجريدة الرسمية رقم 19 سنة 1966، وأعدت التصديق عليها بمقتضى الأمر رقم 75/02 المؤرخ في 9 يناير 1975.

**المطلب الثاني: إجراءات طلب الحصول على براءة الاختراع**

**1- إجراءات طلب الحصول على البراءة :**

يقدم دوما طلب الحصول على براءة الاختراع لدى الهيئة المكلفة بحماية الملكية الصناعية أو هيئة براءات الاختراع في كل دولة، وهذا طبقا للمادة 1/12 من اتفاقية باريس، أين التزمت كل الدول الموقعة على إنشاء مصلحة أو هيئة خاصة بالملكية الصناعية ومكتب يسمح للجمهور بالإطلاع على براءات الاختراع، ونماذج المنفعة، والرسوم والنماذج الصناعية، والعلامات التجارية أو الصناعية ؛ ويقوم بهذه المهام في الجزائر المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية (INAPI: Institut National Algérien de Propriété Industrielle).

وتتمثل الجهة التي تقوم بإيداع الطلب في المخترع نفسه، أو من آلت إليه حقوقه بطريق التنازل أو الميراث، ويمكن أن ينوب عنه أي شخص آخر، ويشترط في المنيب الإقامة في الدولة إذا كان المخترع مقيما، ويستطيع المخترع الاستفادة من المكاتب الخاصة بالقيام بإجراءات تسجيل الملكية الصناعية أمام الجهات الرسمية وتسمى بوكلاء البراءات.

تدل كلمة المخترع في المصطلحات القانونية على الشخص الطبيعي الذي قام بإنجاز الاختراع، في حين تدل كلمة المودع على الشخص الطبيعي أو الاعتباري المالك للاختراع، فمثلا حالة مؤسسة، المخترع هو

مستخدم في المؤسسة، أما المودع فهي المؤسسة ذاتها والمالكة للاختراع وسوف نستخدم الكلمتين بدون اختلاف.

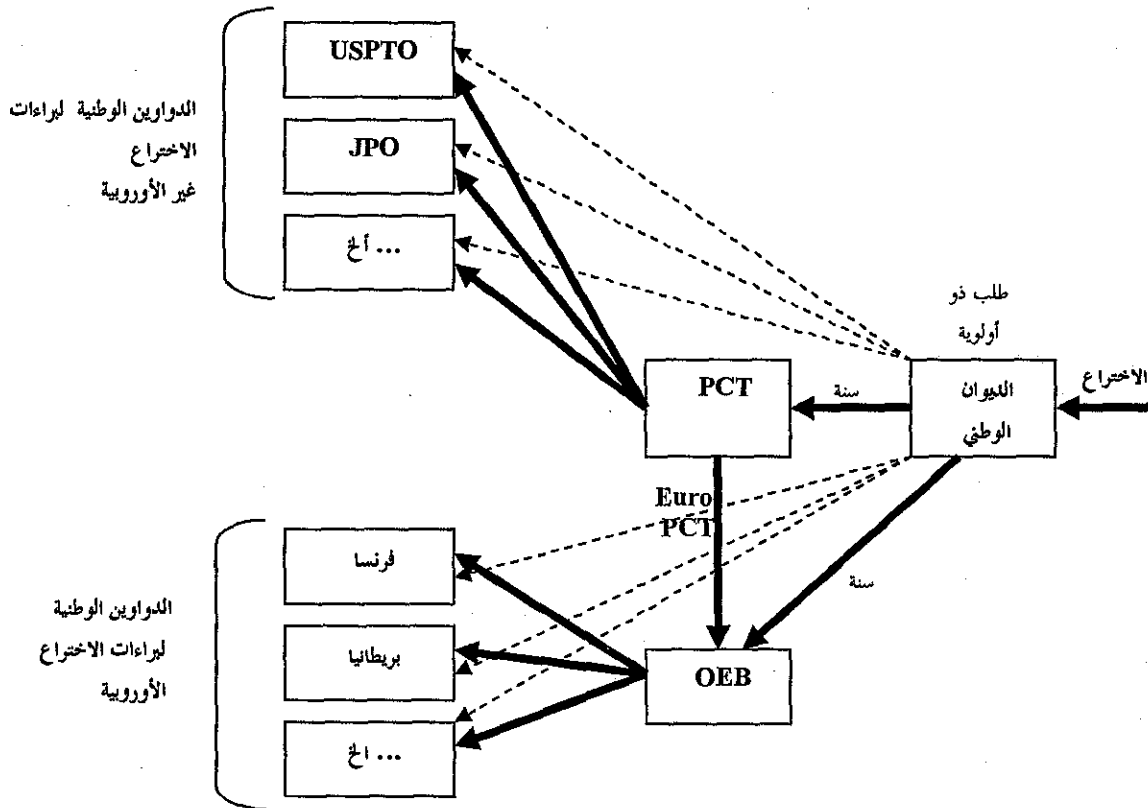
يتوجب على المخترع (شخص طبيعي، تنظيم، مؤسسة) الذي يريد حماية اختراعه ببراءة اختراع في دولة ما إيداع طلب لدى الهيئة المختصة في هذا البلد، ويأخذ الطلب شكل مطبوعة مكتوبة حسب المقاييس التي تفرضها هذه الهيئة، ويتضمن طلب براءة للاختراع، مطبوعة الطلب التي يجب أن يظهر فيها عدد من المعلومات تخص المودع والمخترع (أو المخترعين)، وصف تقني دقيق للاختراع بحيث يجب على المودع أن يبين الخصائص التي تميز أصالة اختراعه، ويبين المجالات التقنية التي يرى أن منتج أو الأسلوب التقني لاختراعه يمسه؛ ويمكن أيضا أن يشير إلى براءات أخرى أو منشورات علمية وتقنية، والتي يرى أن اختراعه يمثل جديدا بالنسبة إليها، كما يتضمن الطلب على إدعاء (أو مجموعة ادعاءات)، يحدد فيها النقاط التي يرى أنه أتى بالجديد مما يستوجب حمايته، بالإضافة إلى هذا كله يمكن أن يتضمن الطلب رسومات إذا اقتضت الضرورة ذلك.

تفصل عملية إيداع طلب براءة ومنحها، فترة (عادة 18 شهر) يتم خلالها دراسة الطلب في حالة نظام الفحص الموضوعي السابق، حيث يعرض الطلب على ممتحن أو عدة ممتحنين لإبداء آراءهما فيه، هؤلاء الممتحنون هم مختصون في المجالات التكنولوجية التي يتبعها الاختراع، وخضعوا إلى تكوين في مجال حقوق براءات الاختراع؛ ودور الممتحن يقتصر في الحكم على جودة الاختراع وعلى توفر ميزة الاختراعية في طلب الاختراع، وبمقارنة موضوع ادعاءات صاحب الطلب مع الحالة التقنية المنشورة إلى غاية يوم الإيداع، يتم بعد ذلك منح رموز التصنيف للاختراع كما هي مقدمة.

وبسبب غياب هيئة دولية حقيقية لبراءة الاختراع استلزم الأمر على أي مخترع إيداع طلب براءة اختراع لدى كل دولة يريد حماية اختراعه فيها، وعادة ما تكون أول دولة يودع فيها هي الدولة التي يقيم

فيها ولديه حق الأولوية خلال سنة كاملة بأن يقوم بإيداع طلباته في كل دول العالم المنضوية تحت هذه الاتفاقية. ونظرا للتكاليف المالية والتعقيدات الإدارية التي تعيق هذه العملية، فقد تم تيسير عملية الإيداع هذه عبر العالم، فإما أن يختار هيئة جهوية (الديوان الأوروبي لبراءات الاختراع OEB) ويودع طلبه فيها والتي تقوم بدورها بإيداعه لدى جميع أعضائها، أو يقوم بإيداع طلب عالمي لدى المنظمة العالمية للملكية الفكرية عبر نظام الإيداع الموحد (PCT)، والشكل التالي (رقم 8) يبين الخيارات الممنوحة لأي مخترع في العالم للقيام بإجراءات حماية اختراعه في دولته وفي جميع أنحاء العالم إذا كان يريد ذلك.

الشكل رقم 8 : الطرق المختلفة لطلب براءة اختراع



Source : OCDE, "Brevets et innovation : tendances et enjeux pour les pouvoirs

publics", 2004., P25.

ويجب الإشارة إلى أن قوانين أو أنظمة منح براءات الاختراع تختلف من دولة إلى أخرى، ويمكن

تصنيفها في ثلاثة أنظمة :

1. نظام الإيداع المطلق أو البسيط.

2. نظام الفحص الموضوعي السابق.

3. النظام المختلط.

بالإضافة إلى أن هذه البراءات يتم تصنيفها بعدة طرق أهمها التصنيف الدولي لبراءات الاختراع (CIB)

والتصنيف الأمريكي، ويستطيع المخترع الذي حصل على براءة اختراع أن يطلب شهادة إضافية إذا اقتضت  
الضرورة.

2- النظم المختلفة في إجراءات طلب الحصول على البراءة:

تختلف هذه النظم من دولة إلى أخرى، ويمكن تقسيمها إلى ثلاثة أنواع<sup>10</sup> :

2-1- نظام الإيداع المطلق أو الأسبقية الشكلية *Système de simple dépôts*

تمنح طبقا لهذا النظام براءة الاختراع بمجرد الإيداع ودون تحقيق أو فحص موضوعي سابق، وينص فيها

على أنها تصدر بغير ضمان من الحكومة، وهذا ما يؤدي إلى منح براءات اختراع عن أشياء لا تعتبر اختراعا

بالمعنى الذي يستوجب الحماية القانونية؛ ومن بين الدول التي تطبقه فرنسا والجزائر، حيث يشير المشرع

الجزائري إلى أنه " يتم تسليم براءة الاختراع، دون فحص قبلي تحت مسؤولية الطالبين ومن غير أي ضمان،

إما لواقع الاختراع أو جدته أو جدارته وإما لأمانة الوصف ودقته"<sup>11</sup>.

<sup>10</sup> فاضلي إدريس، مرجع سابق، ص 211.

<sup>11</sup> المادة 21 من المرسوم التشريعي رقم 93/17، مرجع سابق.

## 2-2- نظام الفحص الموضوعي السابق *Système d'examen préalable*

تطبقه معظم التشريعات الأنجلوسكسونية، ومبدأه ينص على تغليب حماية المخترع الأول على حساب من سارع بطلب البراءة، ويؤدي اليمين على ذلك، ووفقا لهذه القوانين لا يمكن لشخص اعتيادي أن يكون مخترعا وإنما الشخص الطبيعي هو الوحيد الذي يأخذ صفة المخترع وهو صاحب الحق في البراءة؛ وبموجب هذا النظام يستلزم قبل منح براءة الاختراع القيام بفحص سابق وتحقيق موضوعي دقيق تقوم بهما من تلقاء نفسها وبمجرد تقديم الطلب هيئة حكومية مختصة (تتوفر على الوسائل الفنية اللازمة للتحقق من أصالة الاختراع وجدته وصلاحيته)، ويعتبر النظام الإنجليزي نموذجا في هذا المجال نظرا للخبرة الكبيرة التي اكتسبها طوال السنين السابقة، ونظرا لاجابيات هذا النظام، فقد طبقت كل من الولايات المتحدة الأمريكية، ألمانيا وكندا.

## 2-3- النظام المختلط *Système de dépôts limité*

وهو نظام وسط بين النظامين السابقين ويسمى بنظام الإيداع المقيد، يسمح بفتح باب المعارضة لذوي المصلحة من الغير، وبذلك يفتح الباب لتحقيق الفحص موضوعيا، أي أن الفحص لا يتم إلا إذا تقدم أحد باعترض على منح البراءة، فإن لم يكن هناك معارضة فتمنح براءة الاختراع حسب النظام الأول أي نظام أسبقية الإيداع وتطبق هذا النظام عدة دول من بينها مصر، جنوب إفريقيا والمجر.

## 3- التصنيف الدولي لبراءات الاختراع : *CIB : Classification Internationale des*

### *Brevets*

نظرا لتوزيع ونشر المعلومات المتعلقة ببراءات الاختراع عبر العالم، استلزم توحيد المعطيات المتعلقة بمطبوعة براءات الاختراع، بغية تسهيل عملية استغلالها. ومن هنا جاءت فكرة إعداد تصنيف دولي موحد لبراءات الاختراع خلال تفاهم ستراسبورغ سنة 1971، وظهر للوجود أول تصنيف دولي سنة 1975 والذي يحدد المبادئ وطرق العمل، وكذا كيفية تطبيقها، ويتم مراجعتها كل خمس سنوات.

ارتكز مبدأ التصنيف الدولي على تصنيف منهجي للاختراعات المذكورة في مطبوعات براءات الاختراع ويقتصر على الجزء المخصص لوصف الاختراع، ويمكن تصنيف كل موضوع تقني من الاختراع، لذا يمكن أن تصادف اختراع له عدة رموز للتصنيف، ويجب تصنيف الاختراع حسب وظيفته أو حسب طبيعته الجوهرية.

والتصنيف الدولي لبراءات الاختراع عبارة عن تركيبة مرتبة توزع فيها مجمل التقنيات على كثير من المستويات: شعب، أقسام، أقسام جزئية، مجموعات ومجموعات جزئية وكل مجموعة جزئية يمكن تجزئتها بدقة إلى أجزاء أقل والتصنيف في مجمله يضم حوالي 64000 مدخلة، بحيث كل مدخل يمثل برمز يقابل التقسيمات المرتبة لمخطط الترتيب؛ والجدول التالي (رقم 5) يوضح كيفية التقسيم وتعداد كل من الشعب والأقسام، وكذلك المجموعات والمجموعات الجزئية ومثال يوضح عملية التقسيم بالإضافة إلى الرموز المستخدمة. وتوجد هناك عدة تصنيفات أخرى لبراءات الاختراع، من بينها تصنيف الديوان الأمريكي لبراءات الاختراع (US Patent Office Classification) USPOC وهو مقسم إلى ثلاث فئات أساسية (كيمياء، كهرباء وميكانيك) وتضم في مجموعها 127000 مجموعة جزئية.

جدول رقم 5: الخصائص الأساسية للتصنيف الدولي لبراءات الاختراع (CIB)

تسمية الرمز	مثال على الرمز	عدد الفئات	عنوان الفئة
الفيزياء	G	8	الشعبة
جهاز	GO	20	شعبة جزئية
حساب، تعداد	GO6	118	القسم
الحساب العددي	GO6F	616	قسم جزئي
أداة للتحكم بالبرمجة	GO6F-009/000	6871	مجموعة أساسية
أداة للبرمجة المتعددة	GO6F-009/000/046	57324	مجموعة جزئية

Source : OCDE, "Les données sur brevets d'invention et leur utilisation comme indicateurs de la science et de la technologie", Paris, 1994, P32.



#### 4- الشهادة الإضافية أو البراءة الإضافية : Certificat d'addition

تطلب حين يقوم مخترع متحصل على سند براءة الاختراع بتطوير أو تحسين الاختراع موضع البراءة، وفي هذه الحالة يخول له القانون الجزائري وفق المادة 15 من المرسوم التشريعي رقم 93/17 أن يطلب شهادة إضافية طوال مدة صلاحية البراءة، بشرط أن يستوفي الشكليات المطلوبة في إيداع الطلب وكذا دفع الرسوم المستحقة، وتنتهي صلاحية الشهادة الإضافية بانتهاء صلاحية براءة الاختراع في حد ذاتها، وعادة ما تكون التحسينات التي يتم إضافتها للاختراع تتمثل في وسيلة جديدة للوصول إلى نفس النتيجة، أو تغيير عنصر مكلف من عناصر الإنتاج.

وتعتبر الشهادة الإضافية جزء لا يتجزأ من البراءة الأصلية وتابعة لها، وتتمثل مظاهر التبعية في الجوانب

التالية<sup>12</sup>:

- ✓ لا يدفع حقوق سنوية إضافية، بل يكفي بحقوق الإيداع.
- ✓ مدة حماية الشهادة الإضافية، هي نفسها المدة المخصصة لبراءة الاختراع الأصلية.
- ✓ إذا تقرر إلغاء براءة الاختراع بسبب عدم دفع الرسوم مثلا، فإن الشهادة الإضافية تسقط بالتبعية أيضا.
- ✓ تتبع الشهادة الإضافية براءة الاختراع الأصلية في حالة التنازل.

<sup>12</sup> فاضلي إدريس، مرجع سلبق، ص 217.

## المطلب الثالث: دراسة وضعية براءات الاختراع في الجزائر

تشير المعطيات المتوفرة إلى أن طلبات براءات الاختراع المقدمة للمكتب الوطني للملكية الصناعية خلال سنوات الستينات بلغ 117 طلب في المجموع، منها 99 طلب تقدم به أجنب و 18 طلب تقدم به جزائريون<sup>13</sup>، أما عملية إيداع طلبات براءة الاختراع فلم تنتظم إلا بعد إنشاء المعهد الجزائري للتوحيد الصناعي والملكية الصناعية سنة 1973، لذلك نجد أن المعطيات المتوفرة حول تعداد براءات الاختراع وكذلك الممنوحة تعود إلى سنة 1975 وهي مرتبة في الجدول رقم 6.

يجب الإشارة إلى أن المنظمة العالمية للملكية الفكرية تتوفر على معطيات إحصائية تخص الجزائر من نفس السنة السابقة الذكر، لذا سوف نقتصر في دراستنا المقارنة على الفترة الممتدة من سنة 1975 إلى غاية 2003، مع الإشارة إلى أن الفترة 2003-2007 تكون خاصة بالجزائر فقط.

تفحص المعطيات الإحصائية والمتعلقة بطلبات براءة الاختراع المودعة لدى المعهد الجزائري للتوحيد الصناعي والملكية الصناعية خلال فترة تمتد على 29 سنة من 1975 وإلى غاية 2003، تبين أن معدل الإيداع السنوي يساوي 282 طلب كل سنة، الغالبية العظمى منها تقدم بها أجنب بمتوسط 267 طلب في السنة، أما الجزائريون فلا يتقدمون إلا بمتوسط 15 طلب في السنة، مع ضرورة الإشارة إلى أنه في العديد من السنوات لم يتم إيداع أي طلب من طرف الجزائريين (سنوات 77-81 و83).

الفترة ما بين (2003-2007) بالنسبة للجزائر تبين أن معدل الإيداع السنوي يساوي 549 طلب، معظمها تقدم بها أجنب بمتوسط 491 طلب في السنة، أما الجزائريون فيساهمون بمتوسط 58 طلب في السنة.

<sup>13</sup> حسنين محمد، مرجع سابق، ص 147.

## الفصل الثالث: دراسة حالة الجزائر

جدول رقم 6 : إحصائيات طلبات براءة الاختراع المسجلة في الجزائر وبعض الدول الأخرى

السنوات	الجزائر			المغرب			مصر			تونس		
	أجمالي	أجنبي	وطني	أجمالي	أجنبي	وطني	أجمالي	أجنبي	وطني	أجمالي	أجنبي	وطني
1975	579	578	1	335	316	19	775	714	61	244	207	37
1976	439	438	1	385	366	19	805	757	48	*	*	*
1977	422	422	0	383	366	18	728	670	58	249	232	17
1978	455	455	0	377	354	23	752	675	77	215	210	5
1979	419	419	0	391	362	29	784	723	61	261	235	26
1980	349	349	0	344	315	29	807	731	76	241	214	27
1981	340	340	0	340	299	36	797	738	59	211	183	28
1982	327	320	7	331	284	47	766	713	53	*	*	*
1983	295	295	0	316	300	16	815	727	88	216	197	19
1984	345	341	4	322	294	28	832	704	128	213	202	11
1985	278	276	2	290	255	35	839	671	168	216	202	14
1986	258	252	6	254	225	29	809	667	142	167	138	29
1987	234	227	7	306	234	72	766	596	170	146	121	25
1988	206	201	5	321	238	83	664	474	190	137	116	21
1989	204	200	4	264	204	60	648	462	186	144	120	24
1990	235	229	6	329	268	61	789	511	278	160	133	27
1991	176	170	6	356	301	55	787	479	308	130	103	27
1992	174	164	10	378	321	57	818	517	301	120	98	22
1993	146	138	8	298	256	42	831	503	328	143	99	44
1994	145	118	27	360	253	107	836	528	308	144	103	41
1995	162	134	28	381	292	89	1101	693	408	146	115	31
1996	200	150	50	327	237	90	1210	706	504	174	128	46
1997	241	207	34	467	350	117	*	*	*	215	174	41
1998	309	267	42	498	401	97	1633	1139	494	238	200	38
1999	284	248	36	464	371	93	1682	1146	536	257	190	67
2000	159	127	32	249	145	104	1615	1081	534	257	210	47
2001	145	94	51	333	217	116	1387	923	464	173	156	22
2002	334	291	43	528	398	130	1415	788	627	103	58	45
2003	326	296	30	483	363	120	*	*	*	155	120	35
الإجمالي	8186	7746	440	10405	8584	1821	25691	19036	6655	5080	4264	816
المتوسط	282	267	15	359	296	63	952	705	246	188	158	30
المخرفات معياري	109,3	117,5	17,28	71,28	63,41	36,71	313,53	187,02	183,3	48,46	49,75	13,25
%	100	94,62	5,38	100	82,5	17,5	100	74,10	25,9	100	83,94	16,06

المصدر: المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية و موقع WIPO

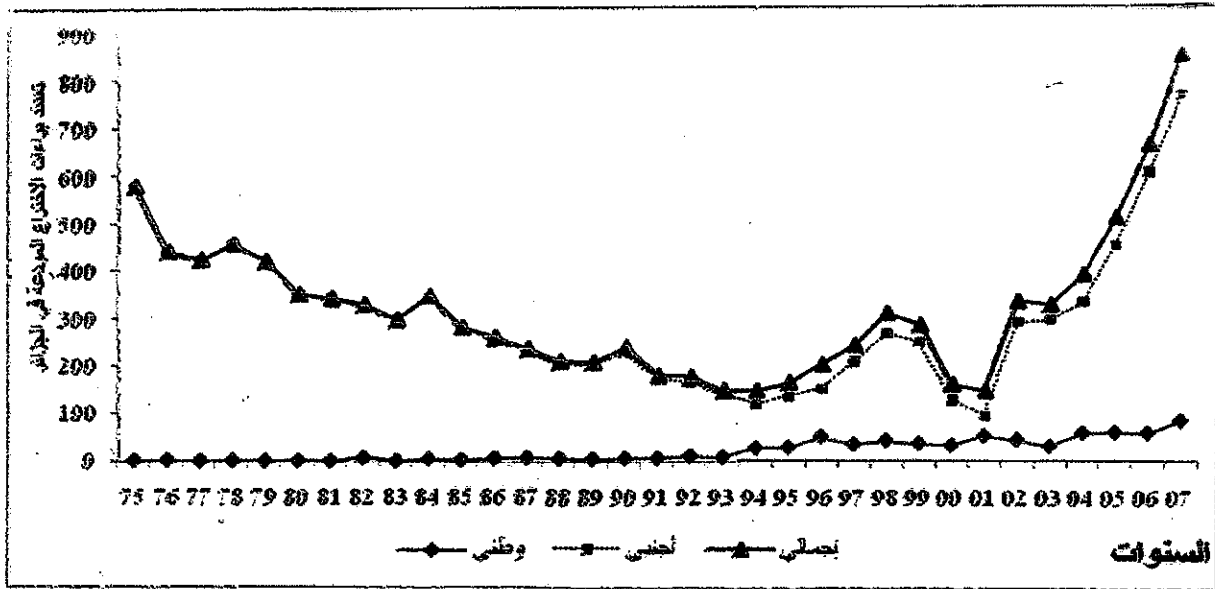
\* إحصائيات غير متوفرة.

إحصائيات طلبات براءة الاختراع المسجلة في الجزائر ما بين 2003-2007:

السنوات	إجمالي	أجنبي	وطني
2003	326	296	30
2004	392	334	58
2005	513	454	59
2006	665	607	58
2007	849	765	84
إجمالي	2745	2456	289

المصدر: المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية و موقع WIPO

الشكل رقم 9: منحى تغيرات طلبات براءات الاختراع في الجزائر (1975-2007).



المصدر: من إعداد الطالب

يشير الشكل رقم 9 إلى التراجع الزيادة الطفيفة التي سجلها الجزائريين في السنوات الأخيرة،

كما يمكن كذلك إبداء الملاحظات التالية:

✓ أكبر عدد من الطلبات سجل سنة 2007 بتعداد قدره 849 طلب، معظمه من طرف

أجانب.

✓ إيداع طلبات براءة الاختراع من طرف الجزائريين المقيمين لم يسجل انتعاش إلا مع

بداية سنوات التسعينات، و هذا رغم الظروف الأمنية السيئة، و تفسير هذا أن غالبية هذه البراءات كانت بسبب اهتمام الدولة و المستثمرين الأجانب بقطاع المحروقات.

✓ تقريبا إيداع طلبات براءة الاختراع من طرف الأجانب يمثل 93.4% من مجمل

الإيداعات وهي نسبة تبين ضعف إيداع المقيمين إن لم نقل انعدامه في بعض السنوات.

✓ إجمالي الطلبات المودعة في الجزائر خلال الفترة (1975-2007) الماضية بلغ 10605

طلب براءة اختراع، منها 699 فقط تعود لمتعاملين جزائريين، وهو عدد ضعيف جدا.

✓ إجمالي الطلبات المودعة في الجزائر خلال الفترة (2003-2007) الماضية بلغ 2745

طلب براءة اختراع، منها 289 فقط تعود لمتعاملين جزائريين، وهو عدد يوضح تزايد طلبات براءة

الاختراع بالنسبة للمتعاملين الجزائريين مقارنة مع السنوات السابقة، و يرجع هذا أساسا إلى

الاستقرار الأمني و اهتمام الدولة بالمشاريع الاستثمارية في هذه الفترة، خاصة مشروع الإنعاش

الاقتصادي.

✓ تحوز الفترة 75-85 على ما مجموعه 4248 طلب أي بنسبة مئوية 40 % تقريبا، رغم

أنها لا تمثل سوى ثلث الفترة موضع الدراسة (1975-2007)، و تفسير هذه الوضعية هو الانتعاش

الكبير الذي عرفه الاقتصاد الجزائري خلال هذه الفترة، حيث كان معدل نمو PIB يساوي

4.7%.

✓ نلاحظ أن الفترة (1994-2007) شهدت تطورا ملحوظا في طلبات براءة الاختراع

بالنسبة للجزائريين، حيث بلغت 632 أي ما يمثل نسبة 90.4%، وهذا يدل على التطور الملحوظ

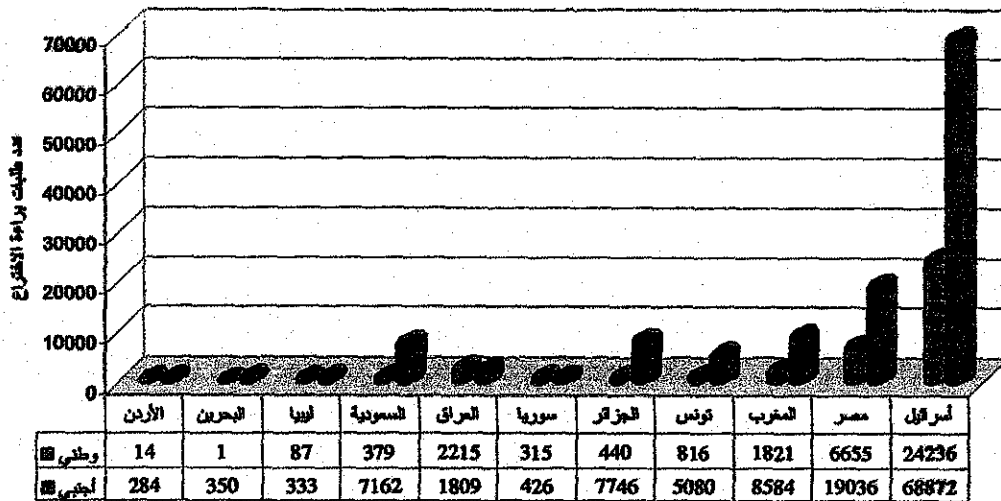
في عدد إيداعات طلبات براءات الاختراع مقارنة مع الفترة السابقة.

\* مقارنة مع بعض الدول (1975-2003):

سنجري مقارنة لوضعية براءات الاختراع في الجزائر مع مجموعة دول تم اختيارها على أساس تشابه الظروف الاقتصادية والسياسية والاجتماعية، وقد وقع الاختيار على الدول العربية مصر، تونس والمغرب؛ رغم تميز الجزائر عنهما بتوفرها على مصادر طاقة التي تدر عليها مبالغ مالية كبيرة بالعملة الصعبة، وبنية تحتية ملائمة خاصة في المجال الصناعي، لكن المفاجئة التي نصطدم بها عند إجراء مقارنة بسيطة هو التأخر الكبير والواضح مقارنة بهذه الدول في مجال براءات الاختراع كما يبينه الشكل رقم 10، فالتعداد الإجمالي لبراءات الاختراع في مصر بلغ 25691 طلب للفترة الممتدة من 1975 إلى 2002 (سنة 2003 لا تتوفر إحصائيتها)، وهو ما يمثل ثلاثة أضعاف ما سجل بالجزائر، أما إذا نظرنا إلى الطلبات التي يقوم المصريون بإيداعها فنجد أن عددها وصل إلى 6655 طلب أي ما يعادل 15 مرة ما يودعه الجزائريون.

المقارنة مع تونس تبين كذلك أن التونسيين يودعون تقريبا ضعف ما يودعه الجزائريون أي 816 طلب براءة، في حين أن الإيداع الأجنبي والبالغ 5080 طلب هو أقل من ما تم إيداعه في الجزائر والبالغ 8186 طلب.

الشكل رقم 10 : مقارنة إحصائيات الجزائر مع بعض الدول العربية



المصدر: من إعداد الطالب.

إجراء المقارنة مع إحصائيات المغرب يقودنا إلى نفس النتيجة المستخلصة مع مصر وتونس، فالتعداد الإجمالي بلغ 10405 طلب للفترة الممتدة من 1975 إلى 2003، وهو يفوق التعداد المسجل في الجزائر، أما المغاربة فقد قاموا بإيداع 1821 طلب أي أكثر من طلبات الجزائريين أربعة مرات.

إجراء المقارنة مع دول عربية لا تملك إمكانيات اقتصادية كبيرة يفضي إلى نتيجة واحدة تتمثل في تأخر الجزائر في مجال براءة الاختراع، وضعف إقبال المتعاملين الأجانب على حماية اختراعاتهم في الجزائر، أما إذا قمنا بإجراء مقارنة مع دول أوروبية أو آسيوية فإننا نصطدم بفوارق كبيرة جدا، فإسرائيل سجلت خلال نفس الفترة موضع الدراسة ما يقارب 93108 طلب، 24236 تقدم بها متعاملون إسرائيليون فقط، وهذا العدد يمثل أكثر من ضعف ما قام العرب بإيداعه مجتمعين.

ولتقييم الأهمية التكنولوجية، الصناعية والتجارية للإبداعات التكنولوجية التي قام الجزائريون بإيداع طلبات براءة الاختراع لها لدى المعهد الجزائري للملكية الصناعية (INAPI) بغية حمايتها، فإن أحسن معيار لذلك هو دراسة تعداد هذه البراءات المودعة لدى هيئات دولية أو دواوين دول أخرى كالديوان الأمريكي لبراءات الاختراع أو الديوان الأوربي لبراءات الاختراع، وقد وقع اختيارنا على المنظمة الدولية للملكية الفكرية (WIPO) من خلال نظام الإيداع الموحد (PCT) والذي انضمت إليه الجزائر بتاريخ 2000/03/08، حيث تشير إحصائيات هذه المنظمة الدولية بأن الجزائر قامت بإيداع 15 طلب خلال أربع سنوات (2000-2003) بمعدل 3.75 طلب في السنة وهو ما يمثل 9.62% من إجمالي الطلبات (156) المودعة في الجزائر خلال نفس الفترة، فيما أودعت إسرائيل 4532 طلب في نفس الفترة و 1131 طلب لسنغافورة.

تمثل طلبات براءة الاختراع الخمسة عشر المودعة لدى المنظمة الدولية للملكية الفكرية (WIPO) الإبداعات التكنولوجية التي قام بإنجازها جزائريون داخل الوطن وأرادوا حماية حقوقهم المعنوية والمادية المترتبة

عن هذه الابتكارات عبر دول العالم المنضوية تحت نظام الإيداع الموحد، وهذا ما يدل على جدبتهم وكذا على الأهمية التكنولوجية، الصناعية والتجارية لهذه الإبداعات.

**\* دراسة إحصائيات براءات الاختراع المودعة من طرف الأجانب**

تحليل براءات الاختراع المودعة من طرف أجانب لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية (INAPI) يمكن أن يركز على عدة معايير، وأهم هذه المعايير هي جنسية المودع حيث تبين مدى جاذبية الاقتصاد الجزائري وتوضح العلاقات التجارية الموجودة بين مختلف الدول، ولإجراء هذه الدراسة في حالة الجزائر قمنا باختيار الفترة الممتدة من 1997 إلى غاية 2000 نظرا لعدة اعتبارات :

1. توفر المعطيات بالتفصيل حسب الدول خلال هذه الفترة.
2. انطلاقا من سنة 1997 زاد إيداع الأجانب لطلبات براءات الاختراع وهذا بالتوازي مع تحسن الظروف الأمنية في البلاد.
3. بعد سنة 2000 يبدأ إيداع الأجانب بالتراجع وهذا عائد لانضمام الجزائر لنظام الإيداع الموحد (PCT) والذي استغنى بموجبه الأجانب عن الإيداع المباشر لطلباتهم لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية (INAPI).
4. تطبيق الإصلاحات من طرف الحكومة الجزائرية واعتماد مبدأ اقتصاد السوق.
5. دخول حيز التنفيذ المرسوم التشريعي رقم 93/17 والمتعلق بحماية الاختراعات.

الجدول رقم 7 يمثل مجمل ما قام بإيداعه الأجانب من طلبات براءات الاختراع في الفترة المختارة (1997-2000) لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية 845 طلب، حيث تستحوذ الولايات المتحدة الأمريكية لوحدها على 410 طلب أي 48.52% من مجمل الطلبات وهي نسبة معتبرة، تليها في المرتبة الثانية فرنسا 108 طلب ونسبة مئوية 12.78%، ثم 84 طلب لبريطانيا وتمثل 9.94% من كل الطلبات ؛ في حين أن



اليابان والذي يعتبر ثاني مودع لطلبات براءات الاختراع في العالم، لم يودع سوى نسبة ضعيفة 7 طلبات على مدار أربع سنوات.

جدول رقم 7 : توزيع طلبات براءات الاختراع للأجانب في الجزائر حسب الدول

الدول	1997		1998		1999		2000		المجموع	
	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد
النمسا	0,97	2	0,76	2	0,40	1	*	*	0,59	5
أستراليا	*	*	*	*	0,81	2	*	*	0,24	2
بلجيكا	5,34	11	1,52	4	2,82	7	3,15	4	3,08	26
كندا	1,46	3	0,38	1	0,81	2	1,57	2	0,95	8
سويسرا	0,97	2	2,27	6	0,40	1	0,79	1	1,18	10
الصين	*	*	*	*	0,40	1	*	*	0,12	1
ألمانيا	11,17	23	4,92	13	4,03	10	3,15	4	5,92	50
الدانمارك	*	*	1,89	5	*	*	*	*	0,59	5
أسبانيا	2,91	6	1,52	4	2,02	5	2,36	3	2,13	18
فرنسا	12,14	25	15,15	40	10,48	26	13,39	17	12,78	108
بريطانيا	10,19	21	12,12	32	8,87	22	7,09	9	9,94	84
البحر	*	*	0,76	2	*	*	*	*	0,24	2
أيرلندا	*	*	0,76	2	0,40	1	*	*	0,36	3
الهند	*	*	*	*	*	*	0,79	1	0,12	1
إيطاليا	1,94	4	3,41	9	0,81	2	7,09	9	2,84	24
اليابان	0,49	1	*	*	2,42	6	*	*	0,83	7
كوريا الجنوبية	0,49	1	0,38	1	*	*	*	*	0,24	2
اللكسمبورغ	*	*	*	*	0,81	2	*	*	0,24	2
هولندا	4,85	10	1,89	5	4,03	10	0,79	1	3,08	26
النرويج	0,97	2	*	*	*	*	*	*	0,24	2
السويد	1,46	3	3,03	8	1,21	3	1,57	2	1,89	16
الولايات المتحدة الأمريكية	37,86	78	45,08	119	56,85	141	56,69	72	48,52	410
جنوب أفريقيا	1,46	3	0,76	2	0,81	2	*	*	0,83	7
أخرى	5,34	11	4,13	9	1,61	4	57,1	2	08,3	26
المجموع	100	206	100	264	100	248	100	127	100	845

المصدر: موقع WIPO : <http://www.wipo.int>

\* لم يودع أي إيداع

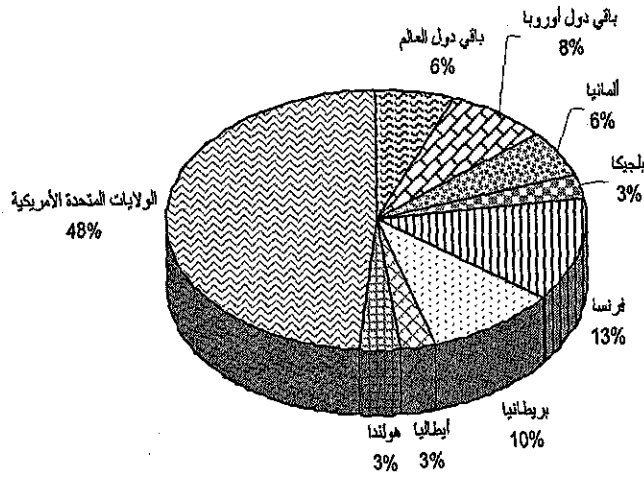
والتوزيع الكامل للأربع سنوات مجتمعة (1997-2000) مبين في الشكل رقم 11 حيث جمعت مختلف

دول العالم التي لها نسب إيداع ضعيفة في مجموعة واحدة تسمى باقي دول العالم (من بينها الصين، الهند،

### الفصل الثالث: دراسة حالة الجزائر

كندا، استراليا،... الخ)، ونفس الملاحظة بالنسبة لباقي الدول الأوروبية ذات نسب الإيداع الضعيفة والغير مذكور بمفردها تم تجميعها في مجموعة واحدة سميت باقي دول أوروبا.

الشكل التوضيحي رقم 11 : توزيع حسب الدول لطلبات براءات الاختراع المودعة في الجزائر من طرف الأجانب



المصدر: من إعداد الطالب

وحسب الأرقام الموضحة في الجدول رقم 7 يتبين أن جل طلبات الاختراع تأتي من الولايات المتحدة الأمريكية ثم تليها دول أوروبا مجتمعة فيما يبقى إقبال دول آسيا خاصة اليابان وكوريا ضعيف.

وللتأكد من صحة هذا التقسيم الجغرافي لمصدر طلبات براءات الاختراع الأجنبية، ارتأينا مقارنة وضعية الجزائر مع دول أخرى، فوقع الاختيار على مصر باعتبارها دولة عربية وإسرائيل باعتبارها اقتصاد صغير في قلب منطقة صراع، حيث تبين الإحصائيات المتعلقة بهاتين الدولتين أن 60% من الطلبات المودعة في إسرائيل والمقدرة 13658 مصدرها الولايات المتحدة الأمريكية ثم ألمانيا 9%، أما مصر فإن 53% من الطلبات المقدمة من طرف الأجانب والبالغ تعدادها 3366 طلب مصدرها كذلك الولايات المتحدة الأمريكية، ثم تليها ألمانيا 6% بينما يبقى إيداع المتعاملين من اليابان ضعيف في كلتا الدولتين.

نلاحظ أن نسب توزيع طلبات براءات الاختراع جغرافيا متطابقة تقريبا مع فارق بسيط يتمثل في كون فرنسا هي المصدر الثاني لطلبات الأجانب في الجزائر في حين أنها تحتل المرتبة الرابعة بالنسبة لمصر وإسرائيل، ويبقى الاختلاف الجوهرى يتمثل في العدد الإجمالى للطلبات المودعة في هذه الدول الثلاث، فنجد أن الجزائر تتأخر بكثير مقارنة بإسرائيل ومصر حيث استقبلت فقط حوالي 6% مقارنة بما استقبلته إسرائيل من طلبات، أما مقارنة بمصر فنجد أن طلبات المودعة في الجزائر من طرف الأجانب لا تمثل إلا 24% مما يودعه الأجانب في مصر.

لكن السؤال الذي يطرح نفسه بقوة هو ما سبب هذا التذبذب الكبير في الإقبال على حماية الملكية الصناعية في الجزائر، والإجابة عليه تتطلب منا التعرض بالدراسة وبالتفصيل لمختلف الجوانب المرتبطة بهذا المجال، فأولا نحاول دراسة العوامل التي أدت لقلة إقبال الجزائريين على حماية اختراعاتهم والتي يفترض أنها تنحصر في قلة الإبداعات التكنولوجية في حد ذاتها مما يحتم علينا البحث عن العوامل المؤدية إلى هذه الوضعية، وهو ما نحاول التعرض له في المبحث الثاني من هذا الفصل.

لذا سنستعرض لواقع الإبداع التكنولوجي في الجزائر ونحاول إعطاء نظرة تقييمية له.

أما الجانب الثاني فنحاول فيه الإلمام بالمسببات التي جعلت من المتعاملين الأجانب لا يقبلون على حماية إبداعاتهم في الجزائر، بالرغم من أن القوانين الجزائرية ليست معيقة للملكية الصناعية بل هي مشجعة لها باعتبار الجزائر عضو في المنظمة الدولية للملكية الفكرية وموقعة على اتفاقية باريس للملكية الصناعية لسنة 1883، ويبقى السبب الوحيد لتدني طلبات براءات الاختراع للأجانب في الجزائر هو عدم جاذبية الاقتصاد الجزائري بالنسبة لهم، لذا سوف نحاول في المبحث الثالث من هذا الفصل تقييم الوضعية الاقتصادية للجزائر.

## المبحث الثاني: الإبداع التكنولوجي في الجزائر

يُجمع معظم المختصين على أن المحددات الأساسية التي يمكن من خلالها تحديد نظام الإبداع التكنولوجي تتمثل في ثلاثة، عدد الباحثين مجال البحث والتطوير، عدد براءات الاختراع الممنوحة وكذا عدد المقالات العلمية المنشورة لكل مليون ساكن، هذه العناصر الثلاثة كفيلة بإعطاء نظرة على جهود الإبداع التكنولوجي المبذول في أي دولة، وكذا تحديد الإستراتيجية التي تعتمدها الدول في هذا المجال.

ونظرا لأهمية العنصر الثاني لكونه المؤشر الكمي الأكثر صدق، والذي سبق التعرض له بالتفصيل في الفصل الثالث، لذا قمنا بتخصيص المبحث الأول من هذا الفصل لتحليل وضعية براءات الاختراع في الجزائر، من خلال دراسة عدد طلبات براءة الاختراع التي تم إيداعها لدى المعهد الجزائري للتوحيد الصناعي والملكية الصناعية خلال الفترة الممتدة من سنة 1975 وإلى غاية 2007.

وسوف نحاول التطرق للعنصرين الباقيين بالدراسة، رغم الصعوبات التي واجهتنا في الحصول على معطيات تغطي فترة زمنية طويلة.

### المطلب الأول: وضعية البحث والتطوير في الجزائر

تتوفر الجزائر على العديد من الهياكل والهيئات المتخصصة في البحث والتطوير، سواء كانت مهمتها الأساسية البحث والتطوير (معاهد البحث والتطوير والمخابر)، أو الجامعات والمؤسسات الاقتصادية، ويبلغ مجموعها حوالي 200 هيئة شاركت في إصدار وإنتاج المقالات العلمية طوال عشر سنوات؛ وتتمركز أهم الأقطاب الكبرى في هذا المجال في الجامعات الكبرى (الجزائر، وهران، قسنطينة، عنابة بالترتيب)، ثم تليها الجامعات الصغرى (مثلا سطيف، تيزي وزو، تلمسان...)، و يبين الجدول التالي (رقم 8) أهم مراكز البحث وتعداد الباحثين الذين يقومون بعملية البحث والتطوير وتخص هذه المعطيات الفترة الممتدة من سنة 1991 إلى غاية 1997.

جدول رقم 8 : مراكز وهيئات البحث في الجزائر وتعداد الباحثين

عدد المشاركين	الهيئات ومراكز البحث	عدد المشاركين	الهيئات ومراكز البحث
52	معهد المحروقات	372	جامعة الجزائر للتكنولوجيا
38	مدارس المهندسين (مختلف)	169	جامعة قسنطينة
29	مدارس عادية	212	جامعة التكنولوجيا بوهرا
169	مراكز مختلفة للبحث	139	جامعة عنابة
48	مدارس البحوث الفلاحية	77	جامعة سيدي بلعاس
68	مناجم ومؤسسات	64	جامعة سطيف
114	المستشفيات الجامعية	64	جامعة تلمسان
20	CPMC	57	جامعة تيزي وزو
25	مدارس صحة (INSP)	60	جامعة البليدة
23	معهد باستور	103	جامعات أخرى
1947	المجموع	44	المدرسة الوطنية المتعددة التقنيات

Source : Khelfaoui Hocine, "La science en Algérie", Paris: La science en Afrique à l'aube du 21 siècle, 2001.

يبلغ تعداد هيكل البحث والتطوير في الجزائر 198 هيئة، معظمها يتبع لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي وكذا وزارة الفلاحة (133)، والتوزيع الكامل لمختلف هذه الهياكل على القطاعات حسب الوزارات الوصية موضح في الجدول التالي.

جدول رقم 9 : التوزيع القطاعي لهياكل البحث

عدد الهياكل	الوزارة الوصية	عدد الهياكل	الوزارة الوصية
3	الداخلية	60	التعليم العالي والبحث العلمي
15	الصحة والسكان	73	الفلاحة
5	الأشغال العمومية	20	الصناعة، المناجم والطاقة
19	باقي الوزارات مجتمعة	3	التجهيز وهيئة المحيط
198	المجموع		

Source : Khelfaoui Hocine, "La science en Algérie", Paris: La science en Afrique à l'aube du 21 siècle, 2001.

الملاحظة المستنتجة من تعداد هيئات البحث (جدول رقم 8) والتوزيع القطاعي لهذه الهيئات (جدول رقم 9) هو شبه الغياب الكلي للمؤسسات الصناعية بقطاعها العام والخاص، وهي التي كان من المفروض أن تقوم بالإنفاق على البحث والتطوير.

## المطلب الثاني : المقالات العلمية

يعتبر البحث والتطوير عملا مهما للاقتصاد والرقمي الاجتماعي، ويكون دوما نتاج هذا الجهد هو الاختراعات والتي تتوج بالإبداعات التكنولوجية، والتي سنتعرض لها في العنصر القادم، أما الشكل الثاني لإنتاج البحث والتطوير هو المقالات العلمية التي يتم نشرها في مجلات ودوريات متخصصة، ويعتبر تعداد هذه المقالات مهما لكونه مؤشر كمي ونوعي على عملية البحث والتطوير، ورغم قلة المجلات والدوريات المتخصصة في الجزائر طوال السنوات الماضية، إلا أنها بدأت في الظهور وهو مؤشر على أن هناك منتج علمي للبحث والتطوير لم يجد مكان للنشر.

ولا يعتبر رغم ذلك هذا عائقا، كون النشر في الخارج ممكنا شرط أن يستوفي المقال كل المقاييس العلمية المطلوبة، خاصة إذا كان المقال متخصصا، ويشير عبد القادر جلفات في بحثه عن ضرورة اقتصاد المعرفة للجزائر إلى أن عدد المقالات العلمية المنشورة لا يتعدى 5.41 لكل مليون ساكن وهي نسبة ضعيفة لا تبرز الطاقات البشرية من الباحثين المتوفرة في الجزائر.

تشير الإحصائيات المتوفرة إلى أنه تم نشر 1165<sup>14</sup> مقال وبحث علمي خلال الفترة الممتدة من 1991 إلى غاية 1997 بمعدل نشر 166.42 مقال في السنة، وتحتل بذلك الجزائر المرتبة السابعة في قارة أفريقيا حيث تستحوذ فقط على 2.5% من الإنتاج العلمي في القارة الإفريقية كاملة، وبمقارنتها مع دول المغرب العربي الأخرى، فتعتبر متأخرة جدا في مجال نشر المقالات العلمية.

ساهم في إعداد هذه المقالات 1613 باحث بمعدل 1.4 لكل مقال، ويعتبر عدد الباحثين هذا من أضعف النسب على مستوى أفريقيا (فالسنگال فقط هناك 1950 باحث يشاركون في المقالات العلمية)، وتوزع هذه المقالات على ثلاث فروع رئيسية :

✓ العلوم الفلاحية: 6%

<sup>14</sup> Khelifaoui Hocine, "La science en Algérie", Paris: La science en Afrique à l'aube du 21 siècle, 2001, P1.

✓ العلوم الطبية: 15%

✓ العلوم الدقيقة والتجريبية والهندسة الصناعية: 79%

يلاحظ أن أشهر الباحثين الجزائريين غادروا البلاد خلال سنوات التسعينات، نظرا للظروف الصعبة التي مرت بها الجزائر أو أحيلوا على التقاعد، ورغم وجود طاقات شابة جديدة لكنها تفتقد للتجربة والعلاقات العلمية مع الجامعات الأوروبية.

عند مقارنة عدد المقالات بالنسبة لعدد السكان نحصل على حوالي 41 مقال لكل مليون ساكن خلال سبعة سنوات (إذا أخذنا متوسط عدد السكان هو 28 مليون ساكن)، أما المعدل السنوي فهو 5.94 لكل مليون ساكن وهي من أضعف النسب تقريبا.

وتشير الإحصائيات المقدمة خلال منتدى الشرق الأوسط وشمال إفريقيا المنعقد في مرسيليا بتاريخ 9-12 سبتمبر 2002 إلى أن 26<sup>15</sup> مقال لكل مليون ساكن هو معدل نشر المقالات العلمية للدول العربية في المجلات والدوريات التي لها لجان قراءة، وتستحوذ دول المغرب العربي لوحدها على نسبة 20 مقال لكل مليون ساكن منها تقريبا 5 تخص الجزائر، هذه النسبة تعتبر ضعيفة مقارنة مع دول أخرى مثل سويسرا 1904 مقال لكل مليون ساكن، 144 لكوريا الجنوبية و42 للبرازيل.

### المطلب الثالث: وضعية الإبداع التكنولوجي في الجزائر

قامت الجزائر بمجهود كبير لإدماج العلم والتكنولوجيا في سياسة التنمية التي انتهجتها منذ بداية السبعينات بتوجيهها نحو الصناعات الثقيلة في إطار إستراتيجية التخطيط، لكنها لم تقم بوضع نظام طبيعي للإبداع التكنولوجي يتميز باللامركزية ويسمح للمؤسسات باللجوء إلى التطور العلمي والتكنولوجي.

<sup>15</sup> Reiffers Jean-Louis & Aubert Jean-Eric, "Le développement des économies fondées sur la connaissance dans la région Moyen-Orient et Afrique du nord: facteurs clés", Marseille: La connaissance au service du développement, 9-12 Septembre 2002, P31.

رغم قيام الجزائر بتطوير نظام هام لتكوين المهندسين والتقنيين ذوي الخبرة الكبيرة في المجال الصناعي، لكنها لم تستغل هذه الطاقة الفعالة نظرا لسياسة تسيير هاته المؤسسات، وكذا عدم ملائمة البيئة التنظيمية للقيام بأي عمل إبداعي، والتأخر في إعادة هيكلة وتنظيم المؤسسات العمومية لا يسمح بالاستعمال الكامل لهذه الطاقات أو تجديدها، مما جعل النظام الوطني للإبداع التكنولوجي في حالة ركود تام، وهو ما تبرزه النتائج المتوصل إليها في مجال محددات الإبداع التكنولوجي فمتوسط إيداع طلبات براءة الاختراع للجزائريين المقيمين لا يتعدى حدود 15 طلب في السنة أي 0.5 طلب في السنة لكل مليون ساكن (إحصائيات سنة 2003)، أما إذا أضفنا طلبات الأجانب فإن النسبة ترتفع قليلاً لتصل إلى 9.4 طلب في السنة لكل مليون ساكن، فمقابل 200 هيئة تنشط في البحث والتطوير إنتاجها العلمي يتمثل فقط في 1165 مقال وبحث علمي خلال سبعة سنوات أي ما معدله 166.42 مقال وبحث في السنة، وعند توزيع هذا الإنتاج حسب عدد السكان فسوف نتحصل على نتيجة ضعيفة تقدر بمعدل 5.94 مقال في السنة لكل مليون ساكن.

وترجم هذه الوضعية في ضعف النتائج المحققة في الاختراع والإبداع التكنولوجي، بحيث لم يبلغ عدد الإبداعات التكنولوجية التي أحصتها وزارة الصناعة وإعادة الهيكلة في تقريرها حول تطور الإبداعات التكنولوجية في الجزائر والصادر في شهر نوفمبر 1998 سوى 244 إبداعا، 50 منها أتت بحل جديد لمشكلة تقنية كانت قائمة، فيما تخص منتجات و 59 تخص الأساليب الفنية للإنتاج، والجدول رقم 10 بوضوح توزيع هذه الإبداعات حسب طبيعتها.



جدول رقم: 10 الإبداعات التكنولوجية المخصصة حسب طبيعتها

عدد الإبداعات	طبيعة الإبداع التكنولوجي
50	حل جديد لمشكلة تقنية
52	تحسين لمنتج موجود في المؤسسة
38	تحسين لأسلوب فني للإنتاج موجود في
75	إبداع منتج جديد لا يوجد في المؤسسة
21	إبداع أسلوب فني جديد لا يوجد في
08	أنواع أخرى من الإبداعات التكنولوجية
<b>244</b>	<b>المجموع</b>

Source : Khelfaoui Hocine, "La science en Algérie", Paris: La science en

Afrique à l'aube du 21 siècle, 2001.

تتطابق هذه الإحصائيات مع تلك المتعلقة بإبداع طلبات براءة الاختراع في نفس الفترة، حيث مجموع البراءات المودعة خلال الفترة الممتدة من 1975 إلى غاية 1998 يبلغ 248، وهو تقريبا نفس عدد الإبداعات التكنولوجية التي أحصتها وزارة الصناعة وإعادة الهيكلة.

تشير معظم الدراسات إلى أن معظم العلاقات التي تقيمها المؤسسات العمومية مع المؤسسات الأجنبية هي بغرض شراء تجهيزات أو خدمات فقط، وإذا وجدت علاقة فتأثيرها ضعيف على الحياة الاقتصادية، إضافة إلى أن 80% من نشاطات البحث تتم في الجامعات لا تجد طريقها إلى القطاع الصناعي، ومعظم الإبداعات التكنولوجية هي إبداعات هامشية وليست إبداعات مهمة تحدث تغير في حدود المعرفة، والجزائر لا تتوفر على ثقافة تقييم الإبداعات التكنولوجية وقياس التطور المسجل وآثاره الاجتماعية بغية توزيع أحسن للوسائل المركزة.

أدت هذه العوامل كلها إلى تأخر كبير في إنتاج الإبداع التكنولوجي، مما يعيق التطور ويهدد تنافسية

الاقتصاد الجزائري.

و يمكن حضر أسباب هذه النتائج المتواضعة في مجالي البحث و التطوير والإبداع التكنولوجي في الصعوبات والعوامل التالية، والتي وردت كذلك في التقرير النهائي للمؤتمر العربي الأول حول الجامعات والمؤسسات البحثية ودورها في أنشطة البحث والتطوير والمنعقد في الجزائر من 21-23 ماي 2000 :

✓ عدم وصول البنية الصناعية لمرحلة التنظيم المناسبة لاستيعاب أهمية استثمار نتائج البحث العلمي و مردوداته.

✓ ضعف أو عدم وجود حلقات وسيطة تربط مؤسسات التعليم العالي والمراكز البحثية بالقطاعات الاقتصادية وتعمل على إيصال نتائج البحث والتطوير إلى ميدان التطبيق العملي.

✓ قلة الدعم المادي للبحث العلمي والتمويل المخصص لعملية تسويق و توظيف نتائجه، وهو ما تبرزه نسبة 0.2% المخصصة من الناتج الداخلي الخام للدول العربية مجتمعة في حين نجد الولايات المتحدة واليابان وبعض الدول الأوروبية تخصص 3% وإسرائيل 1.8%.

✓ ضعف تمويل القطاع الخاص لأنشطة البحث والتطوير حيث لا يخصص سوى 3% في الدول العربية مجتمعة من إجمالي المبالغ المخصصة لهذا الغرض.

✓ قلة العاملين في هذه الأنشطة وضعف القدرات العلمية والبحثية للبعض منهم.

✓ تدني المستوى المعيشي لأساتذة الجامعات وهم المؤهلين أكثر للقيام بالبحث مما يدفعهم إلى البحث عن أعمال إضافية تصرفهم عن القيام بنشاط البحث.

✓ ضعف وغياب التنسيق في غالب الأحيان بين مراكز البحث والتطوير والجامعات ومراكز الأبحاث الأخرى، بينها وبين الجهات المكلفة بالتخطيط في القطاعات المعنية.

لكن ما هو الحل من أجل النهوض بنظام الإبداع التكنولوجي في الجزائر، فقد تضمن تقرير منتدى المعرفة من أجل التنمية للشرق الأوسط وشمال أفريقيا المنعقد بمدينة مرسيليا في الفترة الممتدة من 9 إلى 12 سبتمبر 2002 اقتراحات بغرض تطوير نظام الإبداع التكنولوجي في الدول العربية تتمثل في جانبين، الجانب الأول وهو الاعتماد على الإبداعية وتطبيقها، أما الجانب الثاني هو تكوين شبكة للهيئات التي تتعاون من أجل جعل سلسلة الإبداع التكنولوجي فعالة.

ولتغيير النظرة إلى الإبداع التكنولوجي يجب القيام:

✓ تطوير ثقافة علمية وتقنية لدى التلاميذ انطلاقا من مرحلة التعليم الابتدائي، ولدى

السكان ككل.

✓ تشجيع الإبداعية في السير الذاتية وفي التقييم الجامعي.

✓ خلق تحفيزات واضحة للبحث وتطبيقاته منها :

■ تسهيل الإعانات لإبداع طلب براءات الاختراع.

■ إعطاء قيمة كبيرة لنشاط البحث التطبيقي في عملية تقييم الباحثين.

■ منح إمكانية قانونية للباحثين لإنشاء مؤسسات مبدعة.

■ تسهيل تحرك الباحثين إلى القطاع الخاص.

■ خلق تحفيزات جبائية لصالح منتجات البحث التطبيقي.

■ تشجيع التعاون الدولي.

✓ إعطاء اهتمام وقيمة للإطار التقني مقارنة بالإطار الإداري في الإدارات والمؤسسات؛

✓ وبصفة عامة خلق بيئة تشجع على التطوير والبحث.

و لتدارك هذه الوضعية أعدت الجزائر برنامج<sup>16</sup> طموح لتطوير البحث العلمي في كافة القطاعات يمتد

على فترة خماسية 1998-2002، وجعلته أولوية وطنية بغية تحقيق العديد من الأهداف منها:

- ضمان ترقية البحث العلمي والتطوير التكنولوجي.

- تدعيم القواعد العلمية والتكنولوجية للبلاد.

- تحديد وتوفير الوسائل الضرورية للبحث العلمي والتطوير التكنولوجي.

- رد الاعتبار لوظيفة البحث داخل مؤسسات التعليم العالي والبحث العلمي والمؤسسات المعنية

بالبحث، وذلك عن طريق تسمين نتائج البحث بتمويل الدولة للنشاطات المتعلقة به.

كما أن الجزائر تسعى من خلال هذا القانون إلى تحقيق التنمية الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية والعلمية

والتكنولوجية للبلاد، ولذلك حددت هدف أساسي وهو رفع حصة الناتج الداخلي الخام المخصصة لنفقات

البحث العلمي والتطوير التكنولوجي من 0.2% في سنة 1997 إلى 1% في سنة 2002، وقررت إنشاء مؤسسة

عمومية خصوصية ذات طابع علمي وتكنولوجي لتحقيق نشاطات البحث العلمي والتطوير التكنولوجي، وهي

ذات صبغة مشتركة بين مختلف القطاعات وتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، وتمثل مهمتها

الأساسية في تنفيذ برامج البحث العلمي والتطوير التكنولوجي.

وتحسبا لتنفيذ هذا البرنامج الطموح كان ينبغي توفر 15915 باحث في سنة 2002، وتقدير تطور عدد

الباحثين الواجب توفرهم موضح في الجدول التالي:

جدول رقم 11 : تقدير عدد الباحثين (حسب قانون أوت 1998)

السنوات	1996	1998	1999	2000	2001	2002
عدد الباحثين	5784	7410	9555	1165	1379	1591
			4	4	9	5

المصدر: قانون رقم 98/11 المؤرخ في 22 أوت 1998.

<sup>16</sup> لمزيد من التوضيح أنظر قانون رقم 98/11 للمؤرخ في 22 أوت 1998 والمتضمن القانون التوجيهي والبرنامج الخماسي حول البحث العلمي والتطوير التكنولوجي 1998-2002، الجريدة الرسمية رقم 62، السنة 1998.

وبالفعل تم إنشاء الوكالة الوطنية لتثمين نتائج البحث والتطوير التكنولوجي<sup>17</sup> والمسماة اختصارا

ANVREDET<sup>18</sup>، وتمثلت أهم مهامها في :

✓ التعرف واختيار نتائج البحث الواجب تثمينها.

✓ المساهمة بفعالية أحسن لاستغلال نتائج البحث وفي تنظيم أنظمة وطرائق التثمين بغرض ترقية

وتطوير الإبداع التكنولوجي.

✓ تطوير وترقية التعاون والتبادل بين قطاعات البحث والقطاعات المستعملة لضمان تثمين ونقل

التقنيات، التكنولوجيات والمعارف الجديدة، بالخصوص في اتجاه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

✓ تشجيع ومساندة كل مبادرة تهدف لتطوير التكنولوجيا وإدخال أعمال إبداعية.

✓ مساعدة المخترعين بالتكفل بأعباء الخدمات لإنجاز نموذج، دراسة السوق، البحث عن شركاء

والحماية ببراءة الاختراع.

✓ اليقظة التكنولوجية، خاصة وضع حيز التنفيذ "مرصد وشبكة لنشر التكنولوجيا".

<sup>17</sup> المرسوم التنفيذي رقم 98/137 المؤرخ في 3 ماي 1998 المتعلق بإنشاء وتنظيم الوكالة الوطنية لتثمين نتائج البحث والتطوير التكنولوجي.  
<sup>18</sup> ANVREDET : Agence Nationale de Valorisation des Résultats de la Recherche et du Développement Technologique.

## المبحث الثالث : الوضعية التنافسية للجزائر

تحليل وضعية طلبات براءات الاختراع المودعة لدى المعهد الجزائري للتوحيد الصناعي والملكية الصناعية، بينت ضعف إقبال المتعاملين والمؤسسات الأجنبية على حماية مخترعاتها في الجزائر، بالإضافة إلى الضعف الشديد لنسبة الإيداع من طرف الجزائريين، والتي تم تفسيرها بضعف وتيرة الإبداع التكنولوجي في الجزائر، الناتجة بدورها عن قلة الإنفاق في مجال البحث والتطوير، وقلة فئة الباحثين العاملين في مجال الإبداع التكنولوجي، كل هذه العوامل لها تأثير على صورة الجزائر الخارجية، وتلعب دور أساسي في تحديد درجة تنافسية الاقتصاد الجزائري، إضافة إلى عوامل أخرى، و قبل التعرض إلى وضعية الجزائر التنافسية، يجدر بنا إلقاء نظرة إحصائية وجيزة على حالة الاقتصاد الجزائري.

### المطلب الأول : تحليل الاقتصاد الجزائري

قبل التعرض بالدراسة والتحليل لوضعية الجزائر التنافسية، يجدر بنا التعرض للوضعية الاقتصادية للجزائر، لذا حاولنا إعطاء نظرة على النسيج الصناعي في الجزائر من خلال تتبع تطور تعداد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومساهمتها في الناتج الداخلي الخام وفي عملية التصدير، ثم قمنا بتتبع التطور التاريخي للاقتصاد الجزائري باختصار، لنصل أخيرا بدراسة التوازن الكلي للاقتصاد الجزائري في هذه السنوات الأخيرة، دون أن ننسى تتبع حجم الاستثمارات الأجنبية المباشرة التي استقطبتها الجزائر.

#### 1- وضعية المؤسسات الاقتصادية الجزائرية :

عرف القطاع الصناعي الجزائري تغيرات كبيرة بعد عملية الإصلاحات التي تمت خلال سنوات التسعينات، فبعد أن كان القطاع العام يستحوذ على 80% من المؤسسات، والقطاع الخاص على 20% فقط، تراجعت هذه الوضعية، فالمؤسسات العمومية لم يبق منها إلا حوالي 598 من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، بينما ارتفع تعداد حجم القطاع الخاص ليصبح في حدود 335486، حسب إحصائيات سنة 2009.

ويلعب القطاع الخاص دورا مهما في الاقتصاد الجزائري، خاصة منذ منتصف التسعينات حيث سجل نمو بمعدل 6% إلى 8%، ففي سنة 2000 كانت مساهمة القطاع الخاص في القيمة المضافة في حدود 55% خارج قطاع المحروقات وهو ما يمثل رقم أعمال يساوي 12 مليار دولار، بعد أن كان القطاع العام يهيمن على النشاط الاقتصادي إلى غاية 1989 بعدها تراجع ماعدا في قطاع الحديد والصلب وقطاع الميكانيك أين بقيت هيمنته عليهما، فمنذ 1993 زادت وتيرة إنشاء المؤسسات في القطاع الخاص، حيث تم إحصاء 43000 مشروع استثمار 37% منها توجهت للقطاع الصناعي، والجدول التالي (رقم 17) يبين نمو عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر خلال السنوات الخمسة الأخيرة.

وأرتفع تعداد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من 159507 سنة 1999 ليصل إلى 189552 مؤسسة سنة 2003. بمعدل نمو بلغ 18%، بينما تعداد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في القطاع العام بلغ 788 مؤسسة وهو ما يمثل 0.04% من التعداد الإجمالي لمؤسسات هذا القطاع، ووصل حجم اليد العاملة في القطاع الخاص إلى 538055 عامل سنة 2003 في مقابل 74763 للقطاع العام.

جدول رقم 12 : تعداد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر

السنوات				حجم المؤسسات
2003	2002	2001	1999	
180188	177733	170258	148725	للمؤسسات الصغيرة جدا عدد العمال من 1 إلى 9
8042	9429	8363	9100	للمؤسسات الصغيرة عدد العمال من 10 إلى 49
1322	1402	1272	1682	للمؤسسات المتوسطة عدد العمال من 50 إلى 250
189552	188564	179893	159507	المجموع

المصدر: موقع وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والصناعات التقليدية 2004 (<http://www.pmeart-dz.org>).

توزيع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة للقطاع الخاص حسب القطاعات يبين أن القطاع الصناعي لا يشمل إلا على 7% من مجموع المؤسسات، بينما يبقى قطاع الأشغال العمومية هو الذي يضم أكبر عدد من

المؤسسات بنسبة مئوية في حدود 30.21%، يبين الجدول التالي توزيع المؤسسات حسب القطاعات مع

مقارنة بين سنة 1999 وسنة 2003.

جدول رقم 13 : توزيع تعداد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب القطاعات

2003		1999		القطاعات
%	العدد	%	العدد	
30.21	57255	26.76	42687	الأشغال العمومية
16.69	31568	16.35	26073	التجارة والتوزيع
9.19	17388	8.79	14018	النقل والاتصالات
7.92	15132	8.59	13702	الخدمات المقدمة
6.55	12410	/	/	الفنادق والمطاعم
6.52	12354	7.29	11640	الصناعات الغذائية
22.92	43445	32.22	51387	قطاعات أخرى مختلفة
100	189552	100	159507	المجموع

المصدر: موقع وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والصناعات التقليدية 2004 (http://www.pmeart-dz.org).

وقد أولينا اهتماما للقطاع الخاص لأنه أصبح قطاع يعتمد عليه في التنمية الاقتصادية، فمثل اليابان

يساهم القطاع الخاص (PME) بما يقدر بـ 57% في PIB، أما إسبانيا فالنسبة أعلى بـ 64.3% في مقابل 56%

بفرنسا، أما بالنسبة للجزائر فإن نسبة مساهمة القطاع الخاص في مجمله في الناتج القومي الخام فقد سجلت

سنة 2006 نسبة مئوية 79.56%، ويساهم في القيمة المضافة بنسبة تصل إلى 86.64% سنة 2006، والمعطيات

التالية (جدول رقم 14 و 15) تبين تطور مساهمة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الناتج القومي الخام،

وتطور القيمة المضافة في الفترة الممتدة بين (2002-2006).

جدول رقم 14 : تطور PIB حسب القطاع القانوني خلال الفترة 2002-2006

وحدة القياس: مليار دج

2006		2005		2004		2003		2002		السنوات القطاع القانوني
%	القيمة	%	القيمة	%	القيمة	%	القيمة	%	القيمة	
20.44	704.05	21.5	651	21.	598.65	22.	550.6	23.1	505	PIB قطاع عام
79.56	2740.06	78.4	2364.5	78.	2146.75	77.	1884.2	76.9	1679.1	قطاع PIB
100	3444.11	100	3015.5	100	2745.4	100	2434.8	100	2184.1	PIB الإجمالي

المصدر: موقع وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والصناعات التقليدية 2007 (http://www.pmeart-dz.org).



جدول رقم 15 : تطور القيمة المضافة حسب القطاع القانوني خلال الفترة 2002-2006

وحدة القياس :مليار دج

2006		2005		2004		2003		2002		السنوات
%	القيمة	%	القيمة	%	القيمة	%	القيمة	%	القيمة	القطاع القانوني
86.6	2605.8	85.9	2239.5	85.8	2038.84	85.09	1783.7	84.6	1585.3	خاص
13.3	401.86	14.1	367.54	14.1	335.89	14.91	312.47	15.3	286.79	عام
100	3007.5	100	2607.1	100	2374.73	100	2096.2	100	1872.09	المجموع

المصدر: موقع وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والصناعات التقليدية 2007 (http://www.pmeart-dz.org).

أما الصادرات خارج قطاع المحروقات فهي أهم المعطيات التي تعكس الوضعية التنافسية للمؤسسات الجزائرية بقطاعها العام والخاص، وقدرتها على النفاذ إلى الأسواق الخارجية، وتفحص النتائج المسجلة خلال سنتي 2001 و2002 والتي تظهر في الجدول رقم 16 يبين مدى ضعف حجمها سواء تعلق الأمر بالقطاع العام أو الخاص، فسنة 2002 لم تصدر الجزائر سوى 722 مليون دولار أمريكي من السلع، كان نصيب القطاع الخاص فيها ما يعادل 396 مليون دولار أمريكي أي ما مقداره 53.9%.

ويلاحظ أن حجم الصادرات الجزائرية خارج قطاع المحروقات ضعيفة مقارنة بدول أخرى مثل تونس، التي صدرت سلع بقيمة 9.217 مليار دولار أمريكي (7.5 مليار يورو) سنة 2002 في القطاع الصناعي فقط وهي تحتل المرتبة الأولى في أفريقيا من حيث صادرات القطاع الصناعي، الذي رفع حجم صادراته من 3.072 مليار الأورو سنة 1992 ليوصلها إلى المبلغ المذكور سابقا<sup>19</sup>.

إذا المؤسسات الجزائرية في مجملها (قطاع عام أو خاص) تتميز بضعف كبير في القدرة على التصدير مما يضاعف من تنافسيتها على المستوى الدولي، واستعمال سيء لقدرة الإنتاجية حيث يشير تقرير الأمم المتحدة حول دراسة الاستثمار في الجزائر إلى أن قدرة الإنتاج المستعملة للمؤسسات الجزائرية (PME) لا تتجاوز 60%<sup>20</sup> من القدرة الحقيقية لها.

<sup>19</sup> المعهد الوطني للمواصفات والملكية الصناعية (تونس) http://www.inorpi.ind.tn

<sup>20</sup> Nations Unies, "Examen de la politique de l'investissement : Algérie", Genève: conférence des nations unies sur le commerce et développement, 2004, P72.

التدقيق في تركيبة الصادرات الجزائرية خارج قطاع المحروقات يبين لنا أن المنتجات الخام و نصف مصنعة تستحوذ تقريبا على أكثر من 80% من حجم الصادرات، في حين تمثل نسبة أقل من 20% منتجات تامة استعملت التكنولوجيا في تصنيعها، مما يعني أن المؤسسات الجزائرية الخاصة أو العمومية والتي تصنع منتجات تامة سواء تعلق الأمر بمواد استهلاكية أو تجهيزات لم تستطع تصدير سوى ما مقداره 107 مليون دولار أمريكي سنة 2001 و 133 مليون دولار أمريكي سنة 2002، وهي أرقام تعكس عدم قدرة هاته المؤسسات على المنافسة في الأسواق الخارجية أو أنها تواجه صعوبات حقيقة تحد من قدراتها على التصدير، رغم أننا نرجح الاحتمال الأول لكون النفاذ إلى الأسواق الخارجية مبني أساسا على جودة المنتج وانخفاض التكلفة والتي لا يمكن التحكم فيهما دون التحكم في التكنولوجيا الحديثة وفي تقنيات الاتصال والإعلام.

جدول رقم 16: مقارنة بين حجم الصادرات خارج قطاع المحروقات موزعة حسب المنتجات

2002		2001		تسمية المجموعات
النسبة	القيمة	النسبة	القيمة	
%	مليون \$	%	مليون \$	
74,65	539	77,8	504	نصف منتجات
6,93	50	5,71	37	منتجات خام
6,79	49	6,94	45	تجهيزات صناعية
5,4	39	4,32	28	منتجات غذائية
3,46	25	3,4	22	منتجات الاستهلاك
2,77	20	1,85	12	تجهيزات فلاحية
<b>100</b>	<b>722</b>	<b>100</b>	<b>648</b>	المجموع

المصدر: موقع الجمارك الجزائرية (<http://www.douane.gov.dz>)

## 2- تطور الاقتصاد الجزائري :

عرف الاقتصاد الجزائري فترة ازدهار ونمو خلال الفترة الممتدة من 1975 إلى 1985، حيث كان معدل

نمو الناتج الداخلي الخام (PIB) هو 4.7%، ليستقر بعد ذلك في مستويات ضعيفة لمدة عشرين سنة الماضية.

أما بالنسبة للتجارة الخارجية فقد سجلت انخفاضا في الميزان التجاري حيث تراجعت من 19.7 مليار

دولار أمريكي سنة 2008، إلى 1 مليار دولار أمريكي سنة 2009، وهذا راجع إلى:

✓ القيمة الإجمالية للصادرات هي 20.71 مليار دولار أمريكي، أي انخفاض بنسبة 46.47 %

مقارنة بسنة 2008.

✓ القيمة الإجمالية للواردات هي 19.75 مليار دولار أمريكي، أي زيادة 4 % مقارنة مع سنة

2008.

جدول رقم 17 : معطيات حول الاقتصاد الجزائري خلال سنوات 2008 ، 2009 .

وحدة القياس :مليار دولار أمريكي

المجموعات الإنتاجية	2008	2009	نسبة التطور %
الاستيراد	18.939	19.704	4,04
التصدير	38.696	20.715	-46,47
الميزان التجاري	19.757	1.011	

المصدر: موقع وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والصناعات التقليدية 2007 ( <http://www.pmeart-dz.org> ).

كما تشير الإحصائيات إلى أن الجزائر حققت معدل استثمار يساوي 32% من PIB خلال الفترة 1971-2000، إذا المشكلة لا تتمثل في الاستثمار، ولا في الاستثمار في رأس المال البشري حيث تؤكد دراسة لصندوق النقد الدولي أن معدل الاستثمار في رأس المال البشري يعرف نفس وتيرة الاستثمار في الوسائل المادية للإنتاج، فمعنى هذا أن رأس المال البشري والمادي عرفا زيادة أكثر من زيادة الإنتاج، يبقى التفسير الوحيد هو ضعف نمو الإنتاجية الكلية لعوامل الإنتاج (PTF : Productivité Total des Facteurs)، بمعنى أن المشكلة تتمثل في اختيار وإنجاز الاستثمارات.

يؤكد صندوق النقد الدولي هذه النتيجة في دراسة<sup>21</sup> قام بها ، حيث تبين أن قيمة PTF في الجزائر أصبحت سالبة خلال سنوات السبعينات، وبقيت كذلك إلى غاية 1999 أين عرفت تحسنا لكنها بقيت تحت حدود الصفر، وهذه الفترة تقابل الفترة التي قامت بها الحكومة الجزائرية بإصلاحات.

<sup>21</sup> Confluences Méditerranée, Ibid, P5.

### 3- التوازن الكلي للاقتصاد الجزائري :

عرف الاقتصاد الجزائري انخفاض حاد في مستوى التضخم فمن معدل 32% سنة 1992 وصل سنة 2001 إلى معدل 4% فقط، بالإضافة إلى زيادة الاحتياطات النقدية الرسمية، وأن حجم الدين الخارجي عرف تراجع أيضا كبير فمن نسبة 80% من PIB سنة 1993 وصل إلى 21% من PIB سنة 2002، هذه العناصر تمثل دلائل على التوازن الكلي للاقتصاد، لكن هذا لم ينعكس تماما على التشغيل والنمو، فلم يتراجع مستوى الفقر ولا معدل البطالة، بالإضافة إلى أنه لم يدخل أي تغييرات هيكلية في الاقتصاد الجزائري.

يمثل توازن الاقتصاد الكلي شرط أولي وضروري لتحقيق النمو، وهي نقطة البداية ويجب توفير بيئة تشجع على الإبداع التكنولوجي والنمو بدل النشاطات ذات المدخيل السهلة، ويجب توفر إصلاحات هيكلية عميقة لتوفير هذه البيئة الملائمة.

### 4- الاستثمارات الأجنبية المباشرة:

يمثل مستوى الاستثمارات الأجنبية المباشرة مؤشر فعال لتقييم جاذبية الاقتصاد وتقييم المستثمرين الأجانب لنوعية مختلف هيئات الدولة. والجدول التالي (رقم 18) يبين حجم الاستثمارات الأجنبية المباشرة التي دخلت إلى مجموعة من الدول مقاسة بالنسبة المئوية من الناتج الداخلي الخام للفترة الممتدة من 1999-2001.

جدول رقم 18 : حجم تدفق الاستثمارات الأجنبية على مجموعة من الدول (بالنسبة المئوية من PIB)

الجزائر	المغرب	تونس	إسرائيل	تركيا	ماليزيا	البرتغال	
1.3	2.9	2.5	1.7	0.9	1.8	3.3	الإجمالي
0.2	2.8	1.5	1.7	0.9	1.5	3.3	خارج المحروقات

Source: Confluences Méditerranée, "Algérie – contre performances économiques et fragilité

institutionnelle", n°45, 2003, P9.

يبين الجدول السابق أن الجزائر لم تستقطب سوى نسبة متدنية من الاستثمارات الأجنبية المباشرة مقارنة بالدول المذكورة معها، أضف إلى ذلك أن هذه النسبة يستحوذ عليها قطاع المحروقات وعند

استثناءه نجد أن باقي القطاعات لم تستقطب سوى 0.2% من PIB وهي محصورة في بضعة مشاريع فقط، وهي أضعف نسبة من الاستثمارات الأجنبية المباشرة، ومقارنة فقط مع المغرب الذي استقطب 2.8% من مجموع 2.9% وتونس بنسبة 1.5% من 2.5% التي استقطبتها، ويعزى ضعف الإقبال على الاستثمار في الجزائر إلى أن أهم العناصر التي تؤثر في اتخاذ قرار المستثمرين الأجانب هي نوعية الهيئات الاقتصادية والسياسة، خاصة استقرار الوضع السياسي للبلاد.

### المطلب الثاني : الوضعية التنافسية للجزائر حسب مؤشر المنتدى الاقتصادي العالمي

تحتل الجزائر الرتبة 74 من بين 102 دولة شملها تقرير سنة 2003 والمتعلق بالتنافسية الدولية، والذي يصدره المنتدى الاقتصادي العالمي (WEF) وهذا بنتيجة تقدر ب 3.39 درجة ضمن سلم يحتوي على 7 درجات، و تحصلت على أسوأ الدرجات في مجال تقنيات الاتصال والإعلام (TIC) أين تحصلت على الرتبة 96، ومؤشر الإبداع التكنولوجي في الرتبة 74، وكل النتائج مفصلة في الجدول رقم 19، والذي يضم كذلك عينة مختارة من الدول.

يجب التذكير بأن مؤشر GCI مركب من ثلاثة مؤشرات جزئية هي :

✓ مؤشر بيئة الاقتصاد الكلية.

✓ مؤشر الهيئات العمومية.

✓ مؤشر التكنولوجيا.

وكل مؤشر من هذه المؤشرات الجزئية مركب بدوره من مؤشرات جزئية أخرى.

- مؤشر بيئة الاقتصاد الكلية يحتوي على :

\* مؤشر ضمان القروض

\* مستوى الانفاق الحكومي

\* مؤشر استقرار الاقتصاد الكلي

- مؤشر الهيئات العمومية يحتوي على:

\* مؤشر القوانين و العقود

\* مؤشر الفساد

- مؤشرات التكنولوجيا تحتوي على:

\* مؤشر نقل التكنولوجيا

\* مؤشر TIC

\* مؤشر الابداع التكنولوجي

جدول رقم 19 : مركبات مؤشر GCI

عينة الدول												
الجزائر	تونس	مصر	المغرب	الأردن	سنغافورة	إيرلندا	إسرائيل	ماليزيا				
68	45	53	50	59	17	15	39	35	رتبة	ضمان القروض		مؤشر بيئة الاقتصاد الكلي
2.6	3.83	3.34	3.51	2.97	6.31	6.4	4.22	4.44	نتيجة			
67	11	45	44	18	1	38	19	25	رتبة	مستوى الإنفاق الحكومي		
2.68	4.77	3.44	3.46	3.34	6.12	3.58	4.17	3.97	نتيجة			
51	29	74	28	41	42	31	97	35	رتبة	مؤشر جزئي لاستقرار الاقتصاد الكلي	مؤشر الهيئات	
3.88	4.27	3.53	4.27	4.05	4.04	4.25	2.76	4.21	نتيجة			مسح المعطيات
3	34	59	38	32	2	28	67	13	رتبة			hard
5.32	4.54	4.21	4.48	4.55	5.61	4.58	4.03	4.99	نتيجة			المعطيات
5	31	63	37	39	2	29	77	11	رتبة	الاجمالي		
4.91	4.46	4.02	4.42	4.4	5.16	4.49	3.67	4.77	نتيجة			
59	22	47	55	15	7	31	19	28	رتبة	القوانين والعقود		مؤشر المصومية
3.85	5.2	4.23	3.96	5.44	5.89	4.88	5.39	4.95	نتيجة			
72	42	67	85	33	5	22	14	39	رتبة	مؤشر الفساد		
3.98	5.18	4.14	3.76	5.72	6.68	6.03	6.26	5.28	نتيجة			
76	31	44	40	28	*	*	*	1	رتبة	نقل التكنولوجيا		مؤشر التكنولوجيا
3.04	4.85	4.63	4.69	4.89	*	*	*	5.69	نتيجة			
96	21	40	66	25	1	39	16	11	رتبة	مؤشر ICT	مؤشر الابداع التكنولوجي	
2.58	4.86	4.12	3.61	4.74	5.99	4.2	4.99	5.18	نتيجة			
85	71	76	75	57	12	22	21	41	رتبة			hard
2.04	2.92	2.63	2.68	3.6	6.21	5.79	5.81	4.67	نتيجة			المعطيات
91	59	69	71	46	6	27	21	32	رتبة	الاجمالي		
2.22	3.57	3.13	2.99	3.98	6.14	5.26	5.54	4.84	نتيجة			
88	33	56	49	51	6	17	5	21	رتبة	مسح المعطيات		
2.86	4.19	3.62	3.74	3.7	5.51	4.77	5.58	4.56	نتيجة	hard		
68	59	37	74	52	20	28	7	51	رتبة	المعطيات		
1.53	1.77	2.4	1.36	20.3	3.54	3.04	5.54	2.03	نتيجة	الاجمالي		
74	50	39	71	47	15	24	6	41	رتبة			
1.86	2.38	2.71	1.95	2.44	4.04	3.48	4.8	2.66	نتيجة			

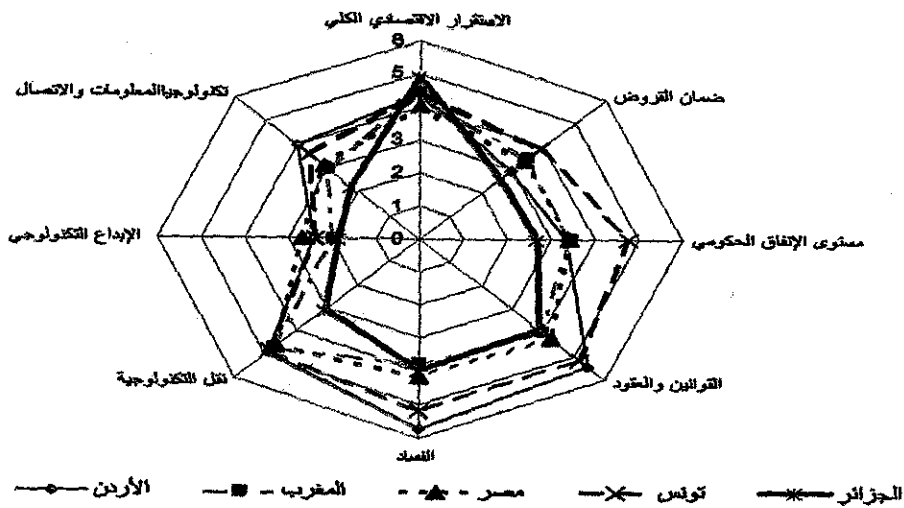
من حول القلب وهي غير معنية بنقل التكنولوجيا \*

المصدر: تقرير المنتدى الاقتصادي العالمي WEF 2003

إجراء مقارنة بسيطة بين الجزائر وتونس، وسنغافورة من خلال مقارنة النتائج المتحصل عليها بالنسبة لمؤشر GCI والمؤشرات الجزئية الثلاثة له، يبين تأخر الجزائر في كل المجالات سواء الجزئية التي تتعلق بمؤشر التكنولوجيا، أو مؤشر الهيئات العمومية أو مؤشر بيئة الاقتصاد الكلية لتكون النتائج على النحو التالي، الجزائر الرتبة 74، تونس الرتبة 38 وسنغافورة الرتبة 6.

عندما نأخذ بعين الاعتبار كل المؤشرات الجزئية بالقيمة المتحصل عليها من طرف كل دولة، فنستطيع إجراء مقارنة بين مجموعة الدول العربية المعنية بتقرير التنافسية الدولية وهي خمس (الجزائر، تونس، مصر، المغرب، الأردن)، نجد أن الجزائر تحتل ذيل الترتيب في كل المؤشرات الجزئية ماعدا مؤشر الاستقرار الاقتصادي الكلي، التي تتفوق فيه عن جميع الدول العربية، بل وتحتل المرتبة الخامسة من بين 102 دولة بنتيجة تساوي 4.91؛ وهذا ما تم تفسيره عند التطرق لوضعية الاقتصاد الجزائري في المطلب الأول من هذا البحث، رغم هذه النتيجة إلا أنها لم تساعد الجزائر على تحسين وضعيتها التنافسية بسبب تدهور وضعيتها في جميع المجالات الأخرى، والشكل رقم 12 يبين كيف أن الجزائر متخلفة عن جميع الدول العربية موضع الدراسة.

الشكل رقم 12 : الوضعية التنافسية للدول العربية ضمن مؤشر GCI



المصدر : الطيب، محمد دويس، مرجع سابق، ص 138

ويصدر المنتدى الاقتصادي العالمي مؤشر آخر حول التجارة الدولية تحت تسمية مؤشر التنافسية التجارية (BCI : Busines Commerce Index)، ويتكون من مؤشرين جزئيين هما مؤشر إستراتيجية وعمليات المؤسسات ومؤشر نوعية بيئة التجارة الوطنية، والذي يعطي وضعية متدهورة أكثر للاقتصاد الجزائري، فالرتبة 88 للجزائر بالنسبة لمؤشر BCI تضع الجزائر من بين آخر الدول من حيث التنافسية التجارية، والأرقام تدل على ذلك، فصادرات الجزائر خارج قطاع المحروقات لسنة 2002 بلغت 748 مليون دولار أمريكي فقط، وهي نتيجة لا تعكس النسيج الصناعي والإمكانات الاقتصادية للجزائر.

فيما يتعلق بإستراتيجية وعمليات المؤسسات الجزائرية فالوضعية أكثر تدهور، بحيث احتلت الجزائر ذيل الترتيب في المركز 93 من بين 102 دولة مقارنة بالرتبة 38 لتونس، و47 للأردن، وبخصوص نوعية بيئة التجارة الوطنية فإن الجزائر احتلت المركز 86 مقارنة بتونس 29 والأردن 42، والنتائج الكاملة لهذا المؤشر موضحة في الجدول رقم 20، والذي يضم كذلك نتائج مجموعة من الدول الأخرى.

جدول رقم 20 : مركبات مؤشر GCI و مؤشر BCI

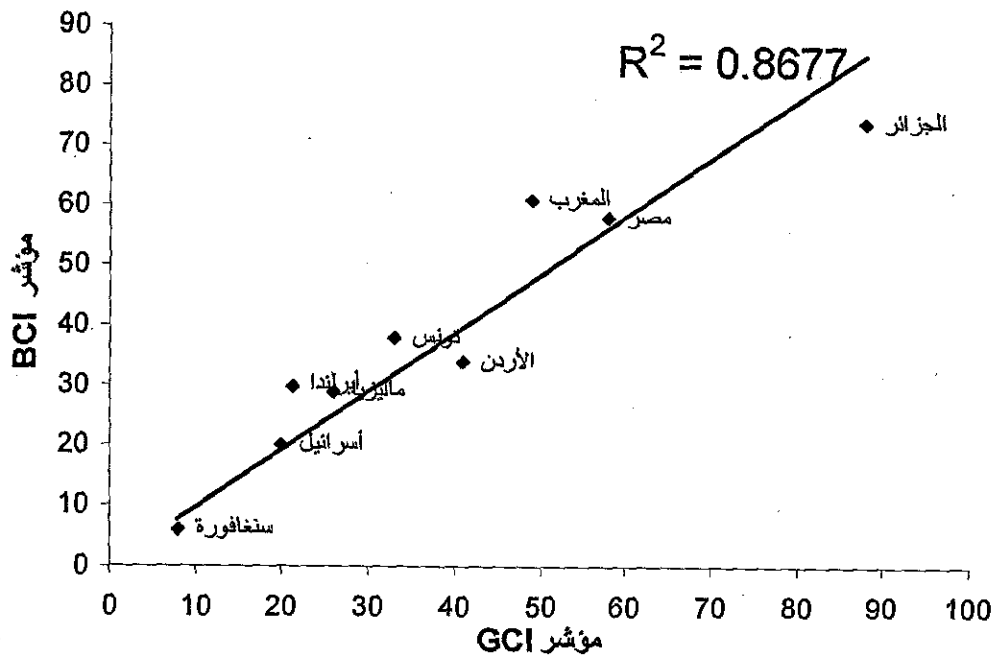
مؤشر التنافسية التجارية BCI			المؤشرات الجزئية لمؤشر GCI						مؤشر GCI		الدول
نوعية بيئة	إستراتيجية	مؤشر	مؤشر التكنولوجيا		مؤشر الهيئات العمومية		مؤشر بيئة الاقتصاد الكلية		الرتبة	النتيجة	
التجارة الوطنية	وعمليات المؤسسات	BCI	النتيجة	الرتبة	النتيجة	الرتبة	النتيجة	الرتبة			
الرتبة	الرتبة	الرتبة	النتيجة	الرتبة	النتيجة	الرتبة	النتيجة	الرتبة	النتيجة	الرتبة	النتيجة
86	93	88	2,48	96	3,92	66	3,78	51	3,39	74	الجزائر
29	38	33	3,9	57	5,19	32	4,38	32	4,49	38	تونس
62	55	58	3,64	68	4,18	57	3,7	56	3,84	58	مصر
49	49	49	3,5	71	3,86	68	3,95	43	3,77	61	المغرب
42	47	41	4,13	48	5,58	20	4,03	42	4,58	34	الأردن
4	12	8	5,09	12	6,28	6	5,69	1	5,54	6	سنغافورة
22	17	21	4,37	38	5,46	25	4,74	22	4,73	30	أيرلندا
19	20	20	5,17	9	5,82	15	3,93	44	5,02	20	إسرائيل
24	26	26	4,89	20	5,12	34	4,49	27	4,83	29	ماليزيا

المصدر : تقرير WEF 2003



ولتحديد وضعية الجزائر التنافسية ضمن مجموعة الدول المختارة لعدة اعتبارات، قمنا بتركيب وتمثيل بيانيا النتائج المتحصل عليها من طرف كل دولة بالنسبة لمؤشر GCI بالنسبة لمؤشر BCI، والنتيجة كانت تتمثل في الشكل رقم 13، والذي يبين بوضوح الفارق الكبير في نتائج الجزائر مقارنة مع هذه الدول، ومعامل التحديد يساوي 0.86 و هو قيمة جيدة تبين معنوية العلاقة الخطية بين نتائج المؤشرين، أي أن النتائج متطابقة بين المؤشرين.

الشكل رقم 13 : مقارنة بالنسبة لمؤشرات GCI و BCI



المصدر : من إعداد الطالب

### المطلب الثالث: وضعية الجزائر التنافسية حسب تقرير البنك الدولي

سنحاول الآن معرفة وضعية الجزائر التنافسية في تقرير آخر يستعمل مؤشرات مختلفة قليلا عن المؤشرات المستعملة من طرف تقرير المنتدى الاقتصادي العالمي (WEF)، هذه الدراسة تتطرق للوضعية التنافسية لمجموعة من الدول المختارة ويعدها البنك الدولي، بحيث يصدر تقرير سنوي حول التنافسية الدولية<sup>22</sup>، ويشمل بالدراسة 175 دولة تصنف اعتمادا على مجموعة من المؤشرات الجزئية تشمل:

✓ فعالية الحكومة و تخص نوعية الخدمة العمومية والبيروقراطية، مهارات الموظفين، استقلالية الوظيف العمومي وأخيرا مصداقية الحكومة.

✓ حالة الحقوق و مكونة من عدة مؤشرات تقيس مدى ثقة الفاعلين وفعالية جهاز القضاء ومدى احترام العقود والاتفاقات.

✓ حالة الفساد و تقيس درجة الفساد، التي تعرف على أنها استعمال السياسة لجمع الثروة.

✓ نوعية القوانين و تخص نوعية القوانين التي تتعارض مع اقتصاد السوق مثل مراقبة الأسعار والقيود المفروضة على التجارة الخارجية وكذا العوائق التي تقف في وجه تطور الأعمال.

والجدول رقم 21 يبين المراتب التي احتلتها كل دولة من العينة المختارة من بين كل الدول التي شملها التقرير، في كل مجال مع الإشارة إلى أن الترتيب عكس الترتيب الذي يعتمده المنتدى الاقتصادي العالمي، أي أن الذي يحصل على أسوأ النتائج يرتب أولا وهكذا دواليك، وقد صنفت الجزائر في الثلث الأخير، لأنه ينظر إليها على أنها دولة غير مستقرة سياسيا ويهيمن عليها الفساد، والمستثمرين يرون أنها تتميز بقوانين معيقة وهيئات اقتصادية عاجزة، وبيروقراطية وغياب ثقة في النظام القضائي في حالة نزاع تجاري، وهي تمثل بذلك عوائق في وجه الاستثمار في الجزائر.

<sup>22</sup> التقرير الذي أخذت منه هذه المعطيات هو تقرير سنة 2002.

النتائج  
 فنتائج الدراسة التي يقوم بها البنك الدولي لتقييم الدول من الجوانب الأربعة سالفه الذكر، أعطت الجزائر الرتبة 23 في مجال فعالية الحكومة، و المرتبة 16 في مجال نوعية القوانين و 14 بالنسبة لحالة الحقوق و 32 في الفساد.

جدول رقم 21 : نتائج تقييم البنك الدولي

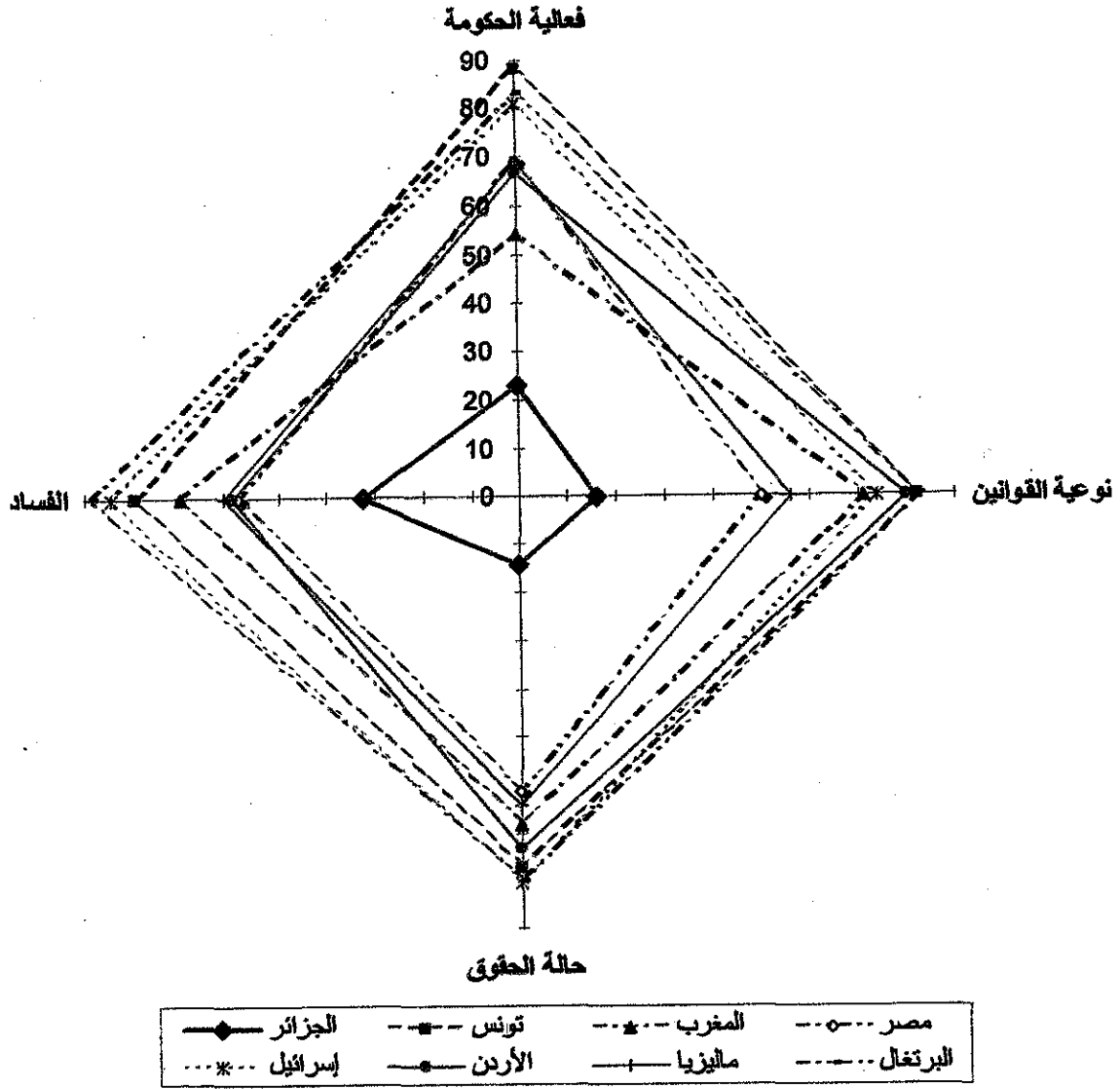
الدول	فعالية الحكومة	نوعية القوانين	حالة الحقوق	الفساد
الجزائر	23	16	14	32
تونس	88	82	77	79
المغرب	54	71	68	70
مصر	69	50	61	58
إسرائيل	81	74	80	84
الأردن	67	80	73	59
ماليزيا	69	56	64	61
البرتغال	83	82	80	88

Source : Confluences Méditerranée, "Algérie – contre performances économiques et fragilité institutionnelle", n°45, 2003.

وإجراء مقارنة لوضعية الجزائر مع عينة من الدول يبرز مدى تدهور وضعيتها التنافسية مع دول مثل تونس والمغرب، وهو ما يبرزه بوضوح الشكل رقم 14 باحتلالها مراتب بعيدة عن كل الدول المختارة في العينة، بل أن التقرير يشير إلى أن الجزائر تحتل آخر ترتيب الدول المطلة على حوض البحر الأبيض المتوسط ، وهي آخر دولة في هذه المنطقة من حيث حالة الحقوق.

يبقى أن نشير أن نتائج الجزائر في مجال التنافسية متطابقة سواء تعلق الأمر بتقرير التنافسية الدولية للبنك الدولي، أو تقرير التنافسية للمنتدى الاقتصادي العالمي، مما يعني أن أمام الجزائر مجهود كبير يجب بذله في مختلف المجالات وعلى جميع الأصعدة بغية تحسين وضعيتها التنافسية.

الشكل رقم 14 : مقارنة وضعية الجزائر مع مجموعة دول ضمن تقرير التنافسية الدولية للبنك الدولي



المصدر : الطيب، محمد دويس، مرجع سابق، ص 142

## خاتمة الفصل الثالث:

من خلال دراستنا لبراءات الاختراع و أهميتها بالنسبة للحياة الاقتصادية، باعتبارها أداة لحماية الملكية الصناعية، و التي اتفقت معظم المجتمعات على وجوب تنفيذها بغية مكافأة المخترعين والمبدعين، الذين يبذلون قصار جهدهم لإنتاج منتجات جديدة، أو أساليب فنية حديثة، كما تبين لنا الأثر الواضح للإبداع التكنولوجي على تنافسية الدول، وذلك بتلبية رغبات الزبائن و توفير أحسن السلع والخدمات و ضمان سلامة المستهلكين في آن واحد، و بالتالي زيادة الحصة السوقية.

وأصبحت بذلك براءة الاختراع تلعب دور مهما في التحفيز على الإبداع التكنولوجي، حيث عرفت إقبالا كبيرا عليها خاصة في السنوات الأخيرة، حيث تضاعف الطلب العالمي على براءات الاختراع عشرات المرات، حتى أصبح منحى تغيرها يتبع منحى الدالة الأسية.

و بعد إسقاط المعطيات و الإحصاءات الموجودة على الجزائر تبين لنا مدى التقهقر و الضعف الذي يطبع حالة الجزائر، بخصوص براءات الاختراع و الإبداع التكنولوجي، مما أدى إلى تدهور الوضعية التنافسية لها، كما أن الأرقام التي تعبر عن الإبداع التكنولوجي في الجزائر، تعتبر مرآة عاكسة لمدى إنفاقها على البحث والتطوير، و ينعكس هذا على استقطابها للاستثمارات الأجنبية التي شهدت تراجعا كبيرا. يبقى أن نشير في الأخير أن نتائج الجزائر في مجال التنافسية حسب التقارير الدولية متطابقة، مما يعني أن على الجزائر أن تركز على تطوير بنيتها التحتية و الاهتمام ببحوث التطوير و كذا بذل مجهود كبير في مختلف المجالات و على جميع الأصعدة بغية تحسين وضعيتها التنافسية.

خاتمة عامة

## خاتمة عامة

من خلال هذه الدراسة حاولنا التعرف على العلاقة التي تربط الإبداع التكنولوجي بتنافسية الدول، و هو موضوع يستقطب اهتمام الاقتصاديين والهيئات الاقتصادية الدولية، حيث أصبحت القدرة التنافسية الهدف الاستراتيجي الأول، و غاية تسعى إلى بلوغها معظم المؤسسات والدول، ففي ظل اقتصاد العولمة و انتشار ما يسمى باقتصاديات المعرفة، أصبح العالم في حالة انفتاح كبير بدأت ملامحه بفتح الحدود ورفع الحواجز الجمركية والجبائية أمام حركة السلع، عبر مختلف دول العالم خاصة تلك المنضوية تحت راية المنظمة العالمية للتجارة (OMC)، و أصبح اهتمام المؤسسات و الدول منصبا حول تحقيق تنافسية عالية، تسمح لها بالانفاذ إلى الأسواق الدولية لتصريف منتجاتها وتحقيق أرباح إضافية، أما بالنسبة للدول فإن التنافسية العالية تسمح لها باستقطاب استثمارات أجنبية متمثلة في رؤوس الأموال الباحثة عن هوامش ربح أكبر، وبيئة مساعدة ومشجعة على الاستثمار، و تسمح في نفس الوقت لمؤسساتها بالمنافسة في أسواقها الداخلية، و النفاذ إلى الأسواق الدولية، كل هذه العوامل تساهم في زيادة الناتج الداخلي الخام (PIB)، والذي بدوره يحسن مستوى المعيشة لأفراد الدولة.

و مهما كانت الفرص التي تقدمها اتفاقية التجارة العالمية والاتفاقات الثنائية (مثل الاتفاق مع الاتحاد الأوروبي) لمؤسسات الدول الصغيرة للتولوج إلى الأسواق العالمية، يبقى الرهان حول قدرتها على التحكم في التكنولوجيات والتقنيات الحديثة للاتصال والإعلام، وهي أهم العوامل المحددة للتنافسية.

في ظل هذه الظروف الحرجة يأتي الإبداع التكنولوجي - كما بينا آنفا - لكي يجمع أغلب العوامل الرئيسية المحددة للتنافسية، لذلك كان لزاما علينا التطرق إلى الإبداع التكنولوجي، و إبرازه كبعد جديد للمنافسة، و الإشكالية المطروحة في دراستنا هذه تتمثل في إمكانية استعمال نشاطات: "البحث والتطوير، الاختراع، الإبداع التكنولوجي" في تقييم الوضعية الاقتصادية للدول، وكذا تحديد مستوى تنافسيتها.

وقد توصلنا بأن هناك عدة أدوات تستعمل لهذه الغاية، كتحديد حجم نفقات البحث والتطوير أو تعداد المقالات والبحوث العلمية، أو تعداد الإبداعات التكنولوجية لكنها غير كافية لمحدوديتها وقصورها في بعض الجوانب، و بالمقابل وجدنا أن براءة الاختراع تمثل أحسن أداة يمكن استعمالها لهذه الغاية، باعتبارها سند للملكية الصناعية تخضع للتسجيل القانوني، واحتواءها على كم هائل من المعلومات، بالإضافة إلى صيغتها الرسمية.

### نتائج الدراسة:

حاولنا تطبيق هذه الدراسة على حالة الجزائر، وقد اخترنا لذلك معطيات إحصائية متعلقة ببراءات الاختراع للفترة الممتدة من سنة 1975 إلى غاية 2007، بالإضافة إلى معطيات أخرى تتعلق بالحالة الاقتصادية للجزائر وكذا البحث و التطوير، الإبداع التكنولوجي، وتوصلنا إلى النتائج التالية :

✓ إحصائيات براءات الاختراع والبالغ تعدادها 10605 طلب، حصة الجزائريين فيها لا تتعدى 699 طلب، أي ما نسبته 6.6% من العدد الإجمالي، ومعدل الإيداع السنوي المتمثل في 23 طلب/السنة يعكس ضعفا كبيرا للجزائر في هذا المجال مقارنة بدول أخرى.

✓ إجمالي الطلبات المودعة في الجزائر خلال الفترة (2003-2007) الماضية بلغ 2745 طلب براءة اختراع، منها 289 فقط تعود لمعاملين جزائريين، وهو عدد يوضح تزايد طلبات براءة الاختراع بالنسبة للمعاملين الجزائريين مقارنة مع السنوات السابقة، و يرجع هذا أساسا إلى الاستقرار الأمني و اهتمام الدولة بالمشاريع الاستثمارية في هذه الفترة، خاصة مشروع الإنعاش الاقتصادي.

✓ نلاحظ أن الفترة (1994-2007) شهدت تطورا ملحوظا في طلبات براءة الاختراع بالنسبة للجزائريين، حيث بلغت 632 أي ما يمثل نسبة 90.4%، وهذا يدل على التطور الملحوظ في عدد إبداعات طلبات براءات الاختراع مقارنة مع الفترة السابقة.



✓ وضعية البحث والتطوير في الجزائر متدهورة ودون الإمكانيات الموفرة، فهياكل البحث والتطوير المتمثلة في 200 هيئة موزعة حسب مختلف القطاعات لم تستطع إنتاج إلا ما معدله 5.92 مقال لكل مليون ساكن وهي نتيجة ضعيفة.

✓ وضعية الإبداع التكنولوجي متدهورة فتعداد 244 إبداع المحصاة إلى غاية 1998 لا تعكس مستوى المهارات المتوفرة أو النسيج الصناعي الذي تمتلكه الجزائر.

1. بعد خبرة أربعين سنة في التعليم، التكوين والبحث، و الإصلاحات الهيكلية... الخ، بقي دمج الاقتصاد الجزائري في التجارة العالمية مشكلة، وهو ما يفسر في جزء منه بمحدودية إنشاء ديناميكية حقيقية للإبداع التكنولوجي تسمح بامتلاك ميزات تنافسية في التصدير، و لقد خلاصنا إلى أن الوضعية معقدة، باعتبار أن التنافسية مبنية أكثر فأكثر على القدرة في التحكم التكنولوجيا والمعرفة، حيث أصبح الاستثمار في الأصول المادية غير كاف، بل بناء المهارات والاستثمار في الأصول المعنوية هي العوامل المحددة لديناميكية الإبداع التكنولوجي للمؤسسات و الدول، كل هذا يؤكد صحة الفرضية الأولى المتبناة في هذا البحث، التي تقول: "بأن الاستخدام والتحكم في التكنولوجيات الحديثة هو شرط ضروري لتأهيل القدرة التنافسية للدول".

2. الإنتاج خارج قطاع المحروقات يعاني نقص على المستوى الكمي والكيفي، فحجم الصادرات السنوية تقل عن 700 مليون دولار ولمعالجة هذه الوضعية يجب على المؤسسات الجزائرية العمومية و الخاصة التحكم في آليات الإبداع التكنولوجي، لحيازة ميزات تنافسية في التصدير على مستوى السلع و الخدمات، و هذا يتوافق مع الفرضية الثانية التي تقول: "بأن إرساء ديناميكية حقيقية للإبداع التكنولوجي يسمح بحيازة ميزات تنافسية في التصدير (إبداع المنتج) وكذا تحسين مستوى الإنتاجية (إبداع الأسلوب الفني)".

3. رغم التوازن الكلي للاقتصاد الجزائري خلال السنوات الأخيرة (انخفاض معدل التضخم، زيادة احتياطات الصرف، انخفاض حجم المديونية، زيادة الناتج الداخلي الخام)، إلا أن ذلك لم ينعكس على وضعية الجزائر التنافسية، بل بقيت في ذيل الترتيب متأخرة عن دول لا تملك الإمكانيات البشرية والمادية التي تتوفر عليها الجزائر، وهذا نفي لصحة الفرضية الثالثة، التي تقول: "بأن التوازن الكلي للاقتصاد يعتبر عاملا كافيا لتحسين الوضعية التنافسية لدولة ما".

4. نعتقد أن السياسات المتبعة من طرف مختلف الحكومات في مجال البحث والتطوير، الإبداع التكنولوجي لم تنجح في وضع القاطرة على السكة، والدليل على ذلك الإحصائيات والنتائج المسجلة، مما يعني نفي الفرضية الرابعة التي تقول: "بنجاح السياسات المتهجة من طرف الحكومات المتعاقبة في بلادنا بالنهوض بقطاع البحث والتطوير العلمي وكذا الإبداع التكنولوجي".

#### حدود البحث:

نشير إلى أن تشعب الموضوع و تضمينه لعدة متغيرات متداخلة فيما بينها، ربما يكون قد جعلنا نهمل بعض الجوانب المهمة فيه، ولم نعطي العناية الكافية بالتحليل لبعض المحاور، و يعود السبب إلى حداثة الموضوع أولا و نقص الدراسات المتخصصة التي عثرنا عليها، بالإضافة إلى نقص الإحصائيات، كل هذه الأسباب و غيرها جعلتنا لا نتعمق في الدراسة والتحليل.

#### آفاق البحث:

يمكن اعتبار هذا البحث عبارة عن دراسة بيننا من خلالها علاقة التأثير و التأثير بين الابداع التكنولوجي و تنافسية الدول من جهة، و ضرورة الاهتمام بالجانب العلمي و المعرفي و رأس المال البشري من جهة أخرى، و بسبب تشعب الموضوع وانعدام الإحصائيات الكاملة لبعض المعطيات لم نستطع أن نولي الاهتمام اللازم والدقيق لمسببات وظروف بعض الجوانب، لذا فإننا نرى أن هذه الدراسة هي خطوة متواضعة في سلسلة من

الخطوات الضرورية لدراسة وتقييم وضعية البحث والتطوير، الإبداع التكنولوجي في الجزائر، لذلك نقترح أن نخصص دراسات قادمة في المواضيع التالية:

✓ إعادة النظر في السياسات و القوانين التي تهتم بمتابعة و تمويل بحوث التطوير و كذا الهيئات المشرفة

عليها

✓ محاولة دراسة الموضوع بطريقة أخرى، بالتركيز على الاقتصاد الجزئي الذي يتناول المؤسسات بصفة

مباشرة.

✓ تقييم سياسة الجزائر في البحث العلمي منذ سنة 1962 والبحث عن العوائق والمشاكل التي حالت

دون النهوض بهذا القطاع رغم توفر الإمكانيات البشرية والهيكل المختلفة.

✓ محاولة الوقوف على الجوانب التي تتعلق بشخصية المبدع و الثقافة التي تنتج أفكارا إبداعية.

✓ دراسة الجوانب المتعلقة بالإبداع التسييري و الإداري، و تسليط الضوء على عملية التفكير الإبداعي و

دورها في صياغة الاستراتيجيات و السياسات العامة للمؤسسات و الدولة.

# قائمة المراجع

المراجع باللغة العربية:

- 1/ الصرف، رعد حسن، " إدارة الإبداع و الابتكار - المفاهيم و الخصائص و التجارب الحديثة -"، دار الرضا للنشر و التوزيع. دمشق: سوريا، ط1، 2000م.
- 2/ العميان، محمود، " السلوك التنظيمي في منظمات الأعمال". دار وائل، عمان: الأردن، ط2، 2004م.
- 3/ اللوزي، موسى، " التطوير التنظيمي: أساسيات و مفاهيم حديثة"، دار وائل للنشر و التوزيع. عمان: الأردن، ط2، 2003م.
- 4/ أوكيل، محمد سعيد، "اقتصاد و تسيير الإبداع التكنولوجي"، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1994.
- 5/ ج. أفوليو، بروس، "تنمية القيادة و بناء القوى الحيوية، ترجمة " عبد الحكيم أحمد الخزامي"، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة، ط1، 2003م.
- 6/ جمال الدين، محمد المرسي، " الإدارة الإستراتيجية للموارد البشرية"، الدار الجامعية الإبراهيمية، مصر، 2003م.
- 7/ جوزيف، أو كونور- أيان، ماكدرموت، " فن تفكير الأنظمة"- مترجم-، مكتبة جرير للنشر و التوزيع، ط1، 2005م.
- 8/ خليل، نبيل مرسي، "الميزة التنافسية في مجال الأعمال". مركز الإسكندرية للكتاب، الإسكندرية، 1998م.
- 9/ ستيفن، كوفي، " العادة الثامنة: من الفعالية إلى العظمة"، ترجمة د. ياسر العيتيدار الفكر، دمشق، ط1، 2006م.

- 10/ سيد، هواري، "التنظيم والهياكل والسلوكيات و النظم": مكتبة عين شمس، مصر، 1992 م.
- 11/ عارف، حسين ناجي، "السلوك التنظيمي". دار يا فا العلمية، عمان: الأردن، ط1، 2003م.
- 12/ عبوي، زيد منير، "إدارة الإبداع و الابتكار"، دار كنوز المعرفة، عمان: الأردن، ط1، 2006م.
- 13/ علي ماضي، "النفس البشرية"، دار النهضة العربية، بيروت، 1991م.
- 14/ محمد الصيرفي، "الإدارة الرائدة"، دار صفا للنشر والتوزيع. عمان: الأردن، 2003م.
- 15/ محمد، عبد الغني حسن، "مهارات التفكير الابتكاري"، دار النهضة العربية، بيروت، 2002 م.
- 16/ محمد، علي حوات، "العرب و العولمة"، مكتبة مدبولي، القاهرة، 2002م.
- 17/ إبراهيم، عبد الستار، "الإبداع؛ قضايا و تطبيقاته". مكتبة الانجلو، القاهرة، ط3، 2002م.
- 18/ حسنين محمد، "الوجيز في الملكية الفكرية"، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1985م.
- 19/ عمر صقر: "العولمة و قضايا اقتصادية معاصرة"، الدار الجامعية، الجزائر، 2001م.
- 20/ فاضلي إدريس، "المدخل إلى الملكية الفكرية، الملكية الأدبية والفنية والصناعية"، دار هومة، الجزائر، 2003م.
- 21/ فيليب، اتكستون، "إدارة الجودة الشاملة"، مركز الخبرات المهنية للإدارة، القاهرة، 1996م.
- 22/ كامل، المغربي، "السلوك التنظيمي مفاهيم وأسس سلوك الفرد والجماعة في التنظيم"، دار الشروق للنشر و التوزيع، عمان: الأردن، 1993م.
- 23/ محمد، قاسم القريوتي، "السلوك التنظيمي دراسة للسلوك الإنساني الفردي والجماعي في المنظمات الإدارية"، دار الشروق للنشر و التوزيع، عمان: الأردن، ط3، 1989 م.

مذكرات، مقالات، مجلات:

- 1/ الطيب، محمد دويس، "براءة الاختراع مؤشر لقياس تنافسية المؤسسات و الدول"، مذكرة ماجستير، جامعة ورقلة، 2008م.
- 2/ إبراهيم بخيت، "دور الإنترنت وتطبيقاته في مجال التسويق دراسة حالة الجزائر"، أطروحة دكتوراه دولة جامعة الجزائر، 2002م.
- 3/ الزهري، رندة، "الإبداع الإداري في ظل البيروقراطية"، عالم الفكر، العدد 3، 2002م.
- 4/ بقة الشريف، "التكنولوجيا وإشكالية تطور أنماط تسييرها"، في المؤتمر العلمي السادس للجمعية العربية للبحوث الاقتصادية، بيروت، (19-30) جوان 2002م.
- 5/ حسين رحيم، "نظم حاضنات، الأعمال كآلية لدعم التجديد التكنولوجي للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر"، مجلة العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة سطيف، العدد 02./2003
- 5/ عماري عمار و بوسعدة سعيدة، "الإبداع التكنولوجي في الجزائر: واقع وآفاق"، مقال في مجلة العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة سطيف، العدد 3، 2001.
- 6/ لستر، ثارو، "الصراع على القمة: مستقبل المنافسة الاقتصادية بين أمريكا واليابان"، عالم المعرفة، العدد 204، 1995م.
- 7/ محمد، عبد الشفيق عيسى، "التأهيل التكنولوجي الابتكاري للمؤسسات الاقتصادية الوطنية"، في إطار الملتقى الاقتصادي الدولي، مجلة العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة سطيف، العدد 01/2002م.

8/ نوير طارق، "دور الحكومة الداعم للتنافسية: حالة مصر"، المعهد العربي للتخطيط بالكويت، 2002م.

9/ وديع محمد عدنان، "محددات القدرة التنافسية للأقطار العربية في الأسواق الدولية، بحوث ومناقشات"،

تونس 21/19 جوان 2001م.

10/ وديع محمد عدنان، "القدرة التنافسية وقياسها"، المعهد العربي للتخطيط، الكويت، العدد الرابع

والعشرون، ديسمبر 2003م.

### القوانين والمراسيم:

1. الأمر رقم 63/248 المؤرخ في 10 جويلية 1963 والمتضمن إنشاء المكتب الوطني للملكية الصناعية، الجريدة الرسمية، السنة 1963.
2. الأمر رقم 66/54 المؤرخ في 3 مارس 1966 والمتعلق بشهادات المخترعين وأجازات الاختراع، الجريدة الرسمية رقم 19، السنة 1966.
3. الأمر رقم 66/57 المؤرخ في 19 مارس 1966 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية، الجريدة الرسمية رقم 19، السنة 1966.
4. الأمر رقم 73/62 المؤرخ في 21 نوفمبر 1973 والمتضمن إحداث المعهد الجزائري للتوحيد الصناعي والملكية الصناعية، الجريدة الرسمية رقم 95، السنة 1973.
5. قانون رقم 98/11 المؤرخ في 22 أوت 1998 والمتضمن القانون التوجيهي والبرنامج الخماسي حول البحث العلمي والتطوير التكنولوجي 1998-2002، الجريدة الرسمية رقم 62، السنة 1998.
6. المرسوم التشريعي رقم 93/17 المؤرخ في 7 ديسمبر 1993 والمتعلق بحماية الاختراع، الجريدة الرسمية رقم 81، السنة 1993.



7. المرسوم التنفيذي رقم 98/68 المؤرخ في 21 فبراير 1998 والمتضمن إنشاء المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية ويحدد قانونه الأساسي، الجريدة الرسمية رقم 11، السنة 1998.

8. المرسوم التنفيذي رقم 98/137 المؤرخ في 3 ماي 1998 المتعلق بإنشاء وتنظيم الوكالة الوطنية لثمين نتائج البحث والتطوير التكنولوجي، الجريدة الرسمية رقم 28، السنة 1998.

المراجع باللغة الفرنسية:

1/ Fabric Hatem, "Les indicateur comparatifs de compétitivité et d'attractivité: une rapide revue de littérature", Agence Française pour les investissements internationaux. 13/07/2004

[www.minefi.gouv.fr/notes\\_bleues/nbb/nbb273/indicateurs.pdf](http://www.minefi.gouv.fr/notes_bleues/nbb/nbb273/indicateurs.pdf)

2/ Gaffrad.JL: "économie industrielle et de l'innovation", édition Dalloz, 1990.

3/ Gague J.M: "le déficit de la qualité", les éditions d'organisation, paris, 1978.

4/ Gorbel Pascal, "Innovation et propriété industrielle", cours de LPI2, université de Versailles Saint-Quentin en Yvelines, 2003.

<http://www.ecogexport.com/uvsg/lpi2.pdf>

5/ Gregoir Stéphane et Maurel Françoise, "Les indices de compétitivité des pays : interprétation et limites", octobre 2002.

[www.webfarm.jrc.cec.eu.int/uasa/events/oced\\_12may03/Background/material/Paper\\_Gregoir\\_Maurel.htm](http://www.webfarm.jrc.cec.eu.int/uasa/events/oced_12may03/Background/material/Paper_Gregoir_Maurel.htm)

6/ Khelfaoui Hocine, "La science en Algérie", Paris: La science en Afrique à l'aube du 21 siècle, 2001. [www.ird.fr/fr/science/dss/sciences-afrique/pdf/algérie/ algerie6-table2.pdf](http://www.ird.fr/fr/science/dss/sciences-afrique/pdf/algérie/ algerie6-table2.pdf)

7/ Monette Mario, "Environnement, technologie et société". (01/08/2004) [www.seg.etsmtl.ca/tin501/mario/9\\_contexte\\_processus\\_innovation.pdf](http://www.seg.etsmtl.ca/tin501/mario/9_contexte_processus_innovation.pdf)

8/ Nations Unies, "Examen de la politique de l'investissement : Algérie", Genève: conférence des nations unies sur le commerce et développement, 2004.

<http://www.unctad.org/Templates/Download.asp?docid=4344&lang=3&intItemID=1397>

9/ OCDE, "Définitions et convention de base pour la mesure de la recherche et du développement expérimental (R-D)", Paris, 1994.

10/ Randall morck et Yeung Bernard, "Les déterminants économiques de l'innovation", Ottawa : Industrie Canada, Janvier 2001.

11/ Reiffers Jean-Louis & Aubert Jean-Eric, "Le développement des économies fondées sur la connaissance dans la région Moyen-Orient et Afrique du nord : facteurs clés", Marseille : La connaissance au service du développement, 9-12 Septembre 2002.

<http://www.femise.org/PDF/KBE-0209-FR.pdf>

12/ Valenduc Gérard et warrant Françoise, "L'innovation technologique au service du développement durable", Namur : fondation travail –université, février 2001.

المراجع باللغة الانجليزية:

1/ Bernard Boar; "strategic thinking of information technology"; john Wiley and sons; 1997.

2/ C.W.L. Hill, "Differentiation Versus Low Cost or Differentiation and Low Cost", Academy of Management Review, July 1988.

3/ G.M. Grossman and E. Helpman, "Innovation and Growth"; Cambridge, Massachusetts: MIT Press, 1995.

4/ Hadjimanolis, and dicson, "innovation strategies of SME in Cyprus", international small business journal, and July- spt.2000.

5/ Li, Haiyang, Atuahene-Gima, Kwaku, "product innovation strategy and the performance of new technology ventures in china", academy of management journal, Dec2001.

- 6/ Reters, Toms; and Waterman, Robert; "search of excellence", lesson from America's best – run companies.1998.
- 7/ Rogers, "Diffusion of Innovations", New York: Free press, 1995.
- 8/ R.R Nelson, "Why Do Firms Differ, and How Dose It Matter?" Strategic Management Journal, volume 12, winter 1991.
- 9/ Song, Michael, swink, Morgan "marketing manufacturing joint involvement across stages of new product development", Academy of management proceedings; 2002.
- 10/ W.C. Kim and Mauborgne, "Value Knowledge or Pay the Price," Wall Street Journal Europe, 29 January 1998.
- 11/ W.C. Kim and R. Mauborgne, "when competitive advantage is neither", wall street journal, 21 April 1997.

## مواقع الإنترنت :

1. وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والصناعات التقليدية <http://www.pmeart-dz.org>
2. وزارة الصناعة <http://www.mir-algeria.org>
3. الديوان الوطني للإحصائيات <http://www.ons.dz>
4. المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية <http://www.inapi.org>
5. الجمارك الجزائرية <http://www.douane.gov.dz>
6. المنظمة العالمية للملكية الفكرية <http://www.wipo.int>
7. منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية (OCDE) <http://www.oecd.org>
8. الديوان المغربي للملكية الصناعية والتجارية <http://www.ompic.org.ma>
9. المعهد الوطني للمواصفات والملكية الصناعية (تونس) <http://www.inorpi.ind.tn>
10. مكتب براءات الاختراع المصري <http://www.egypo.gov.eg>
11. <http://www.edara.com>
12. <http://www.scribd.com>
13. <http://www.gigapedia.org>

# قائمة الفهارس

## فهرس تفصلي

تشكرات

إهداء

فهرس عام

08-01	.....	مقدمة عامة.
66-09	.....	<u>الفصل الأول: الإبداع، مقدمات منهجية.</u>
09	.....	مقدمة الفصل الأول
10	.....	المبحث الأول: الدراسات السابقة
10	.....	المطلب الأول: المداخل الأساسية في دراسة الإبداع
15	.....	المطلب الثاني: تطور دراسات الإبداع
24	.....	المطلب الثالث: نظريات الإبداع
34	.....	المبحث الثاني: ماهية الإبداع
34	.....	المطلب الأول: إشكالية المفهوم
38	.....	المطلب الثاني: أنواعه، مصادره، مستوياته
51	.....	المطلب الثالث: أهمية الإبداع
54	.....	المبحث الثالث: العوامل المؤثرة في الإبداع
55	.....	المطلب الأول: العوامل المتعلقة بالمحيط العام
59	.....	المطلب الثاني: العوامل التنظيمية المؤثرة في الإبداع
63	.....	المطلب الثالث: أثر العوامل الإدارية على الإبداع
68	.....	خاتمة الفصل الأول
140-69	.....	<u>الفصل الثاني: الإبداع التكنولوجي و المنافسة</u>
69	.....	مقدمة الفصل الثاني
70	.....	المبحث الأول: الإبداع التكنولوجي

70	المطلب الأول: ماهية الإبداع التكنولوجي
81	المطلب الثاني: مصادر وعوائق الإبداع التكنولوجي
84	المطلب الثالث: قياس الإبداع التكنولوجي
87	المبحث الثاني: التنافسية و مؤشرات قياسها
87	المطلب الأول: ماهية التنافسية
96	المطلب الثاني: مؤشرات قياس تنافسية المؤسسات
105	المطلب الثالث: مؤشرات قياس تنافسية الدول
114	المبحث الثالث: أثر الإبداع التكنولوجي على المنافسة
114	المطلب الأول: الإبداع التكنولوجي كبعد جديد للمنافسة
121	المطلب الثاني: مصفوفة النمو والإبداع التكنولوجي
126	المطلب الثالث: محددات الإبداع التكنولوجي و آثاره الاقتصادية
134	خاتمة الفصل الثاني
186-135	<u>الفصل الثالث: دراسة حالة - حالة الجزائر -</u>
135	مقدمة الفصل الثالث
136	المبحث الأول: براءات الاختراع في الجزائر
136	المطلب الأول: ماهية براءة الاختراع
144	المطلب الثاني: إجراءات طلب الحصول على براءة الاختراع
151	المطلب الثاني: دراسة وضعية براءات الاختراع في الجزائر
161	المبحث الثاني: الإبداع التكنولوجي في الجزائر
161	المطلب الأول: وضعية البحث والتطوير في الجزائر
163	المطلب الثاني: المقالات العلمية
164	المطلب الثالث: وضعية الإبداع التكنولوجي في الجزائر
171	المبحث الثالث: الوضعية التنافسية للجزائر

المطلب الأول : تحليل الاقتصاد الجزائري.....	171
المطلب الثاني : الوضعية التنافسية للجزائر حسب مؤشر المنتدى الاقتصادي العالمي .....	178
المطلب الثالث: وضعية الجزائر التنافسية حسب تقرير البنك الدولي .....	183
خاتمة الفصل الثالث .....	186
خاتمة عامة.....	191-187

قائمة المراجع

فهرس تفصلي

فهرس الجداول

فهرس الأشكال

## قائمة الجداول

الرقم	عناوين الجداول	الصفحة
01	العوامل المؤثرة في الإبداع التكنولوجي	80
02	ملخص لمؤشرات قياس التنافسية	108
03	تكوين عوامل مؤشر المعهد الدولي لتنمية الإدارة	109
04	تركيبة المؤشر GCI	111
05	الخصائص الأساسية للتصنيف الدولي لبراءات الاختراع (CIB)	149
06	إحصائيات طلبات براءة الاختراع المسجلة في الجزائر وبعض الدول الأخرى	152
07	توزيع طلبات براءات الاختراع للأجانب في الجزائر حسب الدول	158
08	مراكز وهيئات البحث في الجزائر وتعداد الباحثين	162
09	التوزيع القطاعي لهياكل البحث	162
10	الإبداعات التكنولوجية المحصاة حسب طبيعتها	166
11	تقدير عدد الباحثين (حسب قانون أوت 1998)	169
12	تعداد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر	172
13	توزيع تعداد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب القطاعات	173
14	تطور PIB حسب القطاع القانوني خلال الفترة 2002-2006	173
15	تطور القيمة المضافة حسب القطاع القانوني خلال الفترة 2002-2006	174
16	مقارنة بين حجم الصادرات خارج قطاع المحروقات موزعة حسب المنتجات	175
17	معطيات حول الاقتصاد الجزائري خلال سنوات 2008-2009	176
18	حجم تدفق الاستثمارات الأجنبية على مجموعة من الدول (بالنسبة المئوية من PIB)	177
19	مركبات مؤشر GCI	179
20	مركبات مؤشر GCI و مؤشر BCI	181
21	نتائج تقييم البنك الدولي	184



## قائمة الأشكال

الصفحة	عناوين الأشكال	الرقم
72	من الاختراع إلى الإبداع التكنولوجي	01
73	مكونات الإبداع التكنولوجي	02
75	نموذج سلسلة الإبداع التكنولوجي	03
79	الفرق بين درجات الإبداع التكنولوجي	04
115	النظريات الاقتصادية والإبداع التكنولوجي	05
123	مصنوفة النمو لـ ANSOFF	06
124	مصنوفة النمو ثلاثية الأبعاد ( مصنوفة النمو التكنولوجي)	07
146	الطرق المختلفة لطلب براءة اختراع	08
153	منحنى تغيرات طلبات براءات الاختراع في الجزائر.	09
155	مقارنة إحصائيات الجزائر مع بعض الدول العربية	10
159	توزيع حسب الدول لطلبات براءات الاختراع المودعة في الجزائر من طرف الأجانب	11
180	الوضعية التنافسية للدول العربية ضمن مؤشر GCI	12
182	مقارنة بالنسبة لمؤشرات GCI و BCI	13
185	مقارنة وضعية الجزائر مع مجموعة دول ضمن تقرير التنافسية الدولية للبنك الدولي	14

## تلخيص:

تناول هذه المذكرة موضوع الإبداع التكنولوجي و أثره على تنافسية الدول، مع دراسة حالة الجزائر، حيث تطرقنا إلى العلاقة بين الإبداع التكنولوجي و المنافسة، و أهم مؤشرات قياس التنافسية، و استعملنا إحصائيات براءة الاختراع، البحث و التطوير، كأداة لتقييم وضعية الإبداع التكنولوجي، و إبراز دوره في تحقيق الميزة التنافسية.

توصلنا إلى أن الجزائر يجب عليها أن تنتبه إلى المعطيات الجديدة، و أن تستجيب بذكاء إلى الفرص و التحديات التي أمامها، بالاهتمام برأسمالها البشري و الإبداع التكنولوجي، تحديث البنية الصناعية، التركيز على تفعيل دور هيئات البحث و التطوير، كخطوة أولى نحو بناء قوتها التنافسية.

كلمات مفتاحية: الإبداع التكنولوجي، البحث و التطوير، براءة الاختراع، الميزة التنافسية.

## Résumé:

Cette étude traite de l'innovation technologique et son impact sur la compétitivité des pays, en prenant l'Algérie comme exemple.

On a abordé la relation entre l'innovation technologique et la concurrence, et les indicateurs les plus importants pour mesurer la compétitivité, nous avons utilisé les statistiques de brevets de l'invention, la recherche et le développement, afin d'évaluer l'état de l'innovation technologique, et son rôle dans la réalisation de l'avantage concurrentiel.

Notre étude aboutit des résultats montrant que l'Algérie aurait dû prêter attention à ces nouvelles données, et à réagir avec intelligence aux opportunités et aux défis à venir. C'est à dire: se préoccuper du capital humain, de l'innovation technologique, de la mise à jour de la structure industrielle, et se concentrer sur l'activation du rôle de la recherche et le développement, comme première étape vers la construction de sa compétitivité.

**Mots clé:** L'innovation technologique, R&D, Brevets de l'invention, L'avantage concurrentiel.

## Abstract:

This study focuses on technological innovation and its impact on the competitiveness of countries, taking Algeria as an example.

We addressed the relationship between technological innovation and competition, and the most important indicators to measure competitiveness; we used the statistics of patents of invention, research and development to assess the state of the technological innovation and its role in achieving competitive advantage.

Our study leads to results showing that Algeria would have had to pay attention to these new data, and respond intelligently to the opportunities and challenges ahead, that is worrying human capital, technological innovation, of upgrading of industrial structure, and focus on activating the role of research and development as a first step toward building its competitiveness.

**Keywords:** Technological innovation, R & D, patents, competitive advantage.