

واقع الإبداع في المؤسسات الجزائرية الصغيرة والمتوسطة : دراسة ميدانية

نجمة عباس (*)

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير،
جامعة الحاج لخضر باتنة - الجزائر.

مقدمة

يتسم مجتمع اليوم بتدفق المعرفة الإنسانية، وتنوع الإنجازات الفكرية والعلمية والثقافية والاجتماعية، وتعاظم الإبداعات التكنولوجية والطموحات، ومدى توافر نظم المعلومات في مختلف أوجه النشاط الإنساني. بل أصبحت ملامح هذا العصر تتحدد بقدرة أعضائه على استخدام المعرفة، وما تتضمنه من أصول فكرية، وأساليب تقنية حديثة، ومدى قدرتهم على استيعاب كل من المعلومات والمعرفة واستخدامها. ومن ثم باتت الحصييلة المعرفية لمجتمع ما هي القوة التي تقود حاضره، وتؤسس لعدده، فالأمة القوية هي الأمة الأكثر معرفة، والأغنى بمفكرها ومبدعيها الذين يضيفون إلى المعرفة كل ما هو جديد.

منذ بداية ثمانينيات القرن التاسع عشر أوليت المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أهمية متزايدة، إذ أصبحت مركز الاهتمام في الدول المتقدمة والنامية على حد سواء، كونها تساهم في النمو الاقتصادي الوطني وتخلق فرصاً للعمل. لذلك سنت الدول المتقدمة تشريعات تستهدف تمكين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الوصول إلى الاعتماد، والدعم الفني، والحوافز الضريبية، والأسواق.

وفي الجزائر ظل التوجيه المركزي والتسيير الإداري الأحادي مهيمناً على الحياة الاقتصادية منذ الاستقلال، واهتمت الدولة طوال ثلاثة عقود من البناء الاقتصادي بالمؤسسات الكبرى تماشياً مع سياسة الصناعات المصنّعة وأقطاب النمو - التي حاولت اختصار المسافة نحو التقدم الصناعي والاقتصادي - فهُمشت المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، واعتُبرت مدة طويلة قطاعاً ثانوياً. غير أن الظروف الاقتصادية الصعبة التي مرت بها البلاد في السبعينيات، حتمت عليها إعادة النظر في سياستها المتبعة، باعتماد جملة من الإصلاحات التي كانت ممراً حتمياً للدخول في اقتصاد السوق والاندماج في حركة الاقتصاد العالمي.

١ - مشكلة الدراسة وأسئلتها المحورية: في ظل القوانين الجديدة المحددة للتجارة العالمية، ومع انضمام الجزائر لهذه الاتفاقية، سيكون عليها قبول القواعد المبنية على حرية المنافسة ورفع الحواجز الجمركية، لذا يجب على المؤسسات المحلية، وخصوصاً المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، أن تتكيف مع هذه المتغيرات لضمان بقائها واستمرارها المهدد في الأسواق من طرف المنافسة، والاحتفاظ بحصتها واختراق أسواق جديدة. ومن ثم، تنحصر مشكلة البحث في التساؤل الرئيس الآتي: ما هو واقع الإبداع في المؤسسات الجزائرية الصغيرة والمتوسطة؟ ولأجل معالجة هذه المشكلة وتحليلها، وبغية الوصول إلى فهم واضح، نقوم بطرح الأسئلة الفرعية الآتية والإجابة عنها:

- ما مدى توافر العوامل الداعمة للإبداع والمتمثلة في: تكنولوجيا المعلومات والاتصال، والموارد البشرية، ومصدر التمويل، من وجهة نظر المديرين ورؤساء الأقسام في المؤسسات موضوع الدراسة؟

- ما آراء أفراد عينة البحث حول مستوى مخرجات الإبداع (منتج وعملية إنتاجية) في المؤسسات موضوع الدراسة؟

٢ - أهمية البحث: تتجلى أهمية الإبداع بظهور نوع جديد من المنافسة تسمى «المنافسة بالإبداع»، وقوامها تقديم كل ما هو جديد مما يدعم تفوق المؤسسة ويضمن لها البقاء والنمو في بيئة التغيرات المتسارعة. كما تبرز أهمية الإبداع مع اندماج الاقتصاد الجزائري في الاقتصاد العالمي من طريق الشراكة والانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة، والحاجة إلى تحسين المنتجات القائمة وتصنيع منتجات جديدة للحفاظ على النوعية الجيدة.

٣ - أهداف البحث: انطلاقاً من تحديد طبيعة المشكلة، يستهدف البحث بشقيه النظري والميداني تحقيق الأهداف الآتية:

أ - إبراز أهمية الإبداع ومكانته في مواجهة التحديات، فضلاً عن المشاكل والعراقيل التي تواجهها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالجزائر.

ب - تحديد مختلف الإمكانيات التي يجب تطويرها في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالجزائر للوصول إلى تحقيق إبداعات.

٤ - فرضيات البحث: اعتمدت الدراسة على عدة فرضيات، جاءت من وحي المشكلة على النحو الآتي:

الفرضية الرئيسة الأولى: هناك علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين العوامل الداعمة للإبداع المتمثلة في تكنولوجيا المعلومات، والموارد البشرية، ومصدر التمويل، وبين أنواع الإبداع (منتج وعملية إنتاجية).

الفرضية الرئيسة الثانية: هناك علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين خصائص المؤسسات المبحوثة (العمر الزمني، الحجم، القطاع الصناعي) وبين أنواع الإبداع (منتج وعملية إنتاجية).

٥ - إجراءات الدراسة التطبيقية

أ - مجتمع وعينة البحث: يتكون مجتمع البحث من المؤسسات الصناعية الصغيرة والمتوسطة الحجم التي تزاول نشاطها بولاية باتنة بالجزائر، والتي تعمل في القطاعات الآتية: الغذائية، والكهربائية، ومواد البناء، والأثاث، والمواد البلاستيكية، والمواد الدوائية، والورق، والبالغ عددها ٢٢ مؤسسة. ومن مبررات اختيارها ما يأتي:

- ملكية المؤسسة لم تُشترَ، وهي غير معروضة للبيع.
- مؤسسات متخصصة في منتج واحد، وأخرى تعتمد على التنوع.
- مؤسسات تتمتع بهيكل تنظيمي بين وظائفها يحدد المسؤوليات.
- حجم المؤسسة: صغير ومتوسط.

وقد وُزِعَ الاستبيان على عينة قصدية^(١) شملت مديري الإدارة العليا من المديرين العاملين ومساعدتهم، ومديري جميع الأنشطة الوظيفية في المؤسسات المبحوثة. ويرجع اختيار هذه الفئة إلى كونهم أصحاب القرار في رسم الاستراتيجيات والسياسات، واختيار أسلوب الإدارة المتبع، إضافة إلى اطلاعهم ودرايتهم بالأمور الإدارية في المؤسسة. وُزِعَ ٨٨ استبياناً على أفراد عينة البحث، وتمكنت الباحثة من استعادة ٨٢ استبياناً، بمعدل استجابة بلغت ١٨, ٩٣ بالمئة.

ب - أداة جمع البيانات: اعتمد استبيان أُعدَّ خصيصاً لذلك، ويتكون من ثلاثة محاور: المحور الأول يحتوي على البيانات المتعلقة بخصائص المؤسسات موضوع الدراسة، والمحور الثاني يشتمل على متغيرات تتعلق بالعوامل الداعمة للإبداع، وأما المحور الثالث فخصص لمتغيرات مخرجات الإبداع (المتغير التابع).

ج - الأساليب الإحصائية المستخدمة: لتحقيق أهداف البحث وتحليل البيانات المجمعة، استخدمت الباحثة برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS. V. 17. وقد تعرضت إلى النسب المئوية والتكرارات والأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية وأسلوب الانحدار البسيط، لاختبار أثر المتغيرات والأبعاد المستقلة في التابع وتحليل الانحدار المتعدد التدريجي.

أولاً: الإطار النظري

ينسب مصطلح الإبداع (Innovation) إلى الاقتصادي الصناعي شومبيتر (Joseph Schumpeter) (الاقتصادي الأمريكي من أصل نمساوي) منذ ١٩١٢، والذي يُعدُّ المنظر الأول للإبداع، إذ يُعرِّفه

(١) العينة القصدية أو الهادفة (Purposive Sample): تستخدم للحصول على معلومات من شريحة محدّدة قادرة على توفير المعلومات، إما بسبب موقعها، أو لأن بعض المعايير التي وضعها الباحث تتوافر فيها؛ أو لأنها تشمل أفضل الأشخاص القادرين على توفير المعلومات. لمزيد من المعلومات، انظر: فايز جمعة [وآخرون]، أساليب البحث العلمي (عمّان: دار الحامد، ٢٠٠٨)، ص ١٠٠-١٠١.

بأنه «إنتاج سلعة جديدة، اعتماد طريقة عمل جديدة، إدخال هيكلية إنتاج جديدة، فتح سوق جديدة أو الحصول على مورد إنتاج جديد»^(٢). وأما بيتر دراكر (P. F. Drucker) فعرفه بأنه «تغير في ناتج الموارد، بلغة الاقتصاد تغيير في القيمة والرضا الناتج من الموارد المستخدمة من قبل المستهلك»^(٣).

إن النظرة المتأملة في ماهية الإبداع وفق ما تقدم من تعريفات تساعد على تحديد المفهوم الشامل الذي يتمحور حول النقاط الآتية:

- سلوك منظمي؛
- تبنى واستخدام أفكار وأساليب جديدة قابلة للتطبيق؛
- الإسهام في تحقيق المنظمة لأهدافها المتعددة؛
- منح المنظمة الاقتدار المتميز لمواجهة المنافسين.

وللإشارة، تختبئ خلف مصطلح الإبداع أفكار متعددة، الأولى أنه فعل إرادي هدفه التحسين وفقاً لما هو متوافر، إذ إن كل متعامل، مهما كان مستواه، يملك سلطة إبداعية؛ والثانية أنه مراهنة على المستقبل، فيمكنها أن تؤدي إلى النجاح أو الفشل ومن دون معرفة الفرصة مسبقاً، وتتميز بأنها جديدة ملموسة في نتائجها على المؤسسة وتؤدي إلى ديناميكية غير مألوفة^(٤).

أما في ما يتعلق بأنواعه فهو في تزايد مستمر، انطلاقاً من تقانات الإنتاج إلى المنتجات الجديدة، إلى طرائق التنظيم ومختلف العناصر التي تؤثر في سير المؤسسة. وتجتمع هذه الأنواع جميعها على منطلق «طبيعة الإبداع ودرجته»^(٥):

١ - طبيعة الإبداع: يقود تحديد أنواع الإبداعات على هذا الأساس إلى التمييز بين أربعة أنواع أساسية وهي: الإبداع في المنتج (ويخص محددات أو مكونات المنتج نفسه)، وإبداعات في طرائق الفن الإنتاجي (ويخص أساليب الإنتاج وجهازه)، وإبداعات تسويقية (ويتعلق بتطوير طرق جديدة في تسويق المنتجات)، وإبداعات تنظيمية (ويخص إدماج وتغيير إجراءات وطرائق التسيير). ويتجاوب كل نوع من هذه الأنواع مع خصائص وأهداف محددة^(٦):

أ- الإبداع في المنتج: ويقصد به «إدخال منتج (سلعة أو خدمة) جديد أو محسن إلى السوق مقارنة بخصائصه الأساسية، ومميزاته التقنية أو كل المكونات غير المادية، إضافة إلى الاستعمال المنتظر أو

(٢) Joseph A. Schumpeter, *Théorie de l'évolution économique* (Paris: Dalloz, 1935), p. 35.

(٣) بيتر دراكر، التجديد والمقاولة: ممارسات ومبادئ، ترجمة حسين عبد الفتاح (عمان: مركز الكتب الأردني، ١٩٨٨)، ص ١٨.

(٤) Gérard Dokou, *L'innovation en PME, «L'accompagnement managérial et industriel»*, Cahier de laboratoire (٤) de recherche sur l'industrie et l'innovation, université du LUTTURAL, Cote d'Alpe, France, no. 126 (mai 2006), p. 6.

(٥) Camille Carrier et Denis Jean Garand, *Le Concept d'innovation: débats et ambiguïtés*, 5^{ème} conférences internationale de management stratégique, Lille, 13-15 mai 1996, <http://www.ststrategie-aims.com/lille/com1102.pdf>.

(٦) Michel Marchesnay et Colette Fourcade, *gestion de la PME/PMI* (Paris: Nathan, 1997), p. 284.

سهولة الاستهلاك»^(٧). وبذلك يمكن التفضيل بين ثلاثة أنواع للإبداع في المنتج، إبداعات لها علاقة بالتركيبية الوظيفية للمنتج، وإبداعات تغير التركيبة التكنولوجية، وإبداعات تغير خصائص تقديم المنتج. ومع إمكانية تداخل هذه الإبداعات في ما بينها، أي يمكن الإبداعات الخاصة بالتركيبية الوظيفية للمنتج أن تستوجب إبداعات تغير التركيبة التكنولوجية له.

ب - الإبداع في طرائق الفن الإنتاجي: عبارة عن «إدخال طريقة إنتاج جديدة أو محسنة في المؤسسة أو تقديم الخدمات أو تسليم المنتجات، التي تؤدي إلى تحسين جودة المنتج، أو خفض تكلفة الإنتاج والتوزيع»^(٨). ومن ثم فالإبداع في طريقة الإنتاج يشمل تغييرات في المواد الأولية والأسلوب الفني للإنتاج من الناحيتين الفنية والاقتصادية، أو في المعدات الإنتاجية. وأما الهدف منها فهو تسهيل وتحصيل تكاليف أقل من أجل الحفاظ على تنافسية المؤسسة بزيادة كمية المخرجات أو تقويتها، غالباً المنتجات النهائية.

ج - الإبداعات التسويقية: ويقصد به وضع الأفكار الجديدة موضع التطبيق الفعلي في الممارسات التسويقية، وقد ينصب على عنصر المنتج، سواء أكان سلعة أم خدمة، أو على عنصر السعر، أو على عنصر الترويج، أو على عنصر التوزيع، أو جميع هذه العناصر في آن، بمعنى آخر فالإبداع التسويقي يوجه إلى عناصر المزيج التسويقي مجتمعة معاً^(٩). ويهدف إلى الزيادة في مبيعات المؤسسة، والتعريف بالعلامة التجارية لكسب ثقة الزبون، وتحقيق ولائه، باعتباره سبب وجود المؤسسة^(١٠).

د - إبداعات تنظيمية: ويخص إدماج وتغيير إجراءات التسيير وطرائقه. ويعتبر هذا النوع من الإبداع غير المادي الذي يهدف إلى تحويل وإعادة تنظيم طرائق التسيير وأساليبه، فضلاً عن المعارف المكتسبة من أجل جعل سلوك المنظمة والأفراد أكثر إيجابية وفعالية^(١١). وقد يتطلب استثمارات غير مادية في التكوين، بتوظيف أفراد أكفاء في الاتصال بهدف تقوية الكفايات الأساسية في المؤسسة، فضلاً عن إبداعات في التسيير، والتي غالباً ما يجد المسير صعوبة في تطبيق طريقة عمله. وبحسب الاختصاصيين في النوعية، فإن ٨٥ بالمائة من المشاكل التي تحدث في المؤسسات ناجمة عن سوء التسيير، ومن ثم فإن التحسينات التي تُجرى في هذه الوظيفة يمكن أن تنتج قيمة مضافة في غاية الأهمية للمؤسسات^(١٢).

Robert Boyer et Michel Didier, *Innovation et Croissance* (Paris: La Documentation française, 1998), p. (٧) 14.

Commission européenne, manuel d'OSLO, *La Mesure des activités scientifiques* (Eurostat: Edition (٨) OCDE, 1997), p. 28.

(٩) عطا الله فهد سرحان، «دور الابتكار والإبداع التسويقي في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك التجارية الأردنية»، (أطروحة دكتوراه، غير منشورة، جامعة عمان، ٢٠٠٥)، ص ١١.

Joël Broustail et Frédéric Fréry, *Le Management stratégique de l'innovation* (Paris: Dalloz, 1993), p. 8. (١٠)

Mohamed Said Oukil, *Recherche et développement, aspects théoriques et pratiques* (Alger: CERIST, (١١) 1999), p. 5.

HEC, *L'Art du management* (Paris: Dunod, 2005), p. 100.

(١٢)

٢ - درجة الإبداع: يمكن التمييز في أنواع الإبداع على أساس درجته بين الإبداع الجزئي أو الضعيف والإبداع النافذ أو الجذري، ولا تستعمل كقاعدة للتفرقة بين أنواع الإبداع، وإنما كتكملة للنوع الأول الذي يركز على الطبيعة الأولية للإبداعات.

نستنتج مما سبق أن الإبداع لا يقتصر فقط على حدوث إبداعات تكنولوجية، بل إن هناك أنواعاً متعددة يمكن أن تحدث، فقد يشمل أيضاً إحداث تطوير تكنولوجي هائل لأول مرة، أو تطوير تكنولوجي بسيط، أو تطوير سلع، أو خدمات جديدة، أو تطوير عمليات الإنتاج والأنشطة داخل المنظمة. وعموماً، فإن أي تطور جديد أو تحسين أو تطوير يحدث داخل المنظمة في أي جزء من أجزائها أو وظائفها أو أنشطتها أو عملياتها وعلى أي مستوى تنظيمي، يعتبر إبداعاً.

ثانياً: نتائج الدراسة واختبار الفرضيات

١ - خصائص عينة الدراسة: يوضح الجدول الرقم (١) نتائج متغيرات العمر الزمني والحجم والقطاع الصناعي الذي تعمل فيه المؤسسات المبحوثة.

الجدول الرقم (١)

خصائص المؤسسات المبحوثة

النسبة المئوية	التكرار (ن = ٨٢)	المتغير	
٦,١	٥	٥ سنوات	العمر الزمني
٢٨,٠٠	٢٣	٥ - ١٠ سنوات	
٢٩,٠٠	٣٢	١٠ - ١٥ سنة	
٢٦,٨	٢٢	أكثر من ١٥ سنة	
٦١,٠٠	٥٠	١٠ - ٤٩ عاملاً	عدد العاملين
٣٩,٠٠	٣٢	٥٠ - ٢٥٠ عاملاً	
٣٤,١	٢٨	غذائي	القطاع
١,٢	١	كهربائي	
٢٤,٤	٢٠	مواد البناء	
٩,٨	٨	أثاث	
٩,٨	٨	بلاستيك	
١٤,٦	١٢	ميكانيكي	
١,٢	١	دوائي	
٤,٩	٤	الورق	

المصدر: اعتمد على نتائج تحليل الاستبيان.

يتبين من الجدول أعلاه، أن نسبة ٣٩ بالمئة من أفراد عينة البحث يعملون في مؤسسات عمرها الزمني بين ١٠ - ١٥ سنة. في حين شكل من يعملون في مؤسسات عمرها بين ٥ - ١٠ سنوات نسبة ٢٨ بالمئة. وأما الذين يعملون في مؤسسات يزيد عمرها على ١٥ سنة، فبلغت نسبتهم ٢٦,٨ بالمئة. وأخيراً انتمت نسبة ٦,١ بالمئة من أفراد عينة البحث إلى مؤسسات حديثة نسبياً، عمرها أقل من ٥ سنوات.

كما يُظهر الجدول أن نسبة ٦١ بالمئة من أفراد عينة البحث يعملون في مؤسسات صغيرة الحجم، يتراوح عدد عاملها ما بين ١٠ - ٤٩ عاملاً، بينما ينتمي ٣٩ بالمئة إلى مؤسسات متوسطة الحجم ٥٠ - ٢٥٠ عاملاً. يشير الجدول ذاته إلى أن ٣٤,١ بالمئة من المبحوثين يعملون في القطاع الغذائي، تليها نسبة من ينتمون إلى قطاع مواد البناء، إذ شكّل هؤلاء ما نسبته ٤,٤ بالمئة. وأما الذين يعملون في القطاع الميكانيكي فبلغت نسبتهم ٦,١٤ بالمئة، بينما يمثل من يعملون في القطاع البلاستيكي وقطاع الأثاث نسبة ٨,٩ بالمئة. في حين شكلت نسبة من يعملون في قطاع الورق ٩,٤ بالمئة، وتبقى ١,٢ بالمئة من أفراد عينة البحث تنتمي إلى القطاعين: الدوائى والكهربائى.

٢- تحليل ومناقشة أسئلة البحث

للإجابة عن هذا السؤال استُخدمت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وترتيب العبارات، كما هو موضح في الجدول الآتي:

أ- آراء أفراد عينة البحث لفقرات بعد تكنولوجيا المعلومات: للإجابة عن هذا السؤال اعتمد على المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وترتيب العبارات كما هو موضح في الجدول الرقم (٢).

الجدول الرقم (٢)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات بعد تكنولوجيا المعلومات

رقم الفقرة	اسم الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب ^(*)	المستوى
١	أدخلت المؤسسة تعديلات جذرية على الآلات والمعدات	٢,٢٣	١,٤٤٣	٢	منخفض
٢	صيانة الآلات والمعدات تعتمد بشكل أساسي على العمال في المؤسسة	٢,٣٣	١,٤٢٣	١	منخفض
٣	لقد كان لوجود شبكة اتصالات داخلية (الإنترنت) أثر كبير في تحقيق الإبداع	٢,٠١	١,١٢٨	٤	منخفض
٤	إن وجود موقع إنترنت وبريد إلكتروني يؤديان إلى تحقيق الإبداع	٢,٠٦	١,١٨٠	٣	منخفض
٥	تستخدم المؤسسة وسائل وأساليب تكنولوجيا المعلومات في اتخاذ القرارات	١,٩١	٠,٩٨٤	٥	منخفض
المتوسط الحسابي ككل		٢,١٠	٠,٤٤٩		منخفض

(*) رُتبت الفقرات بحسب المتوسط الحسابي.

المصدر: نتائج تحليل الاستبيان.

كانت آراء المبحوثين حول بعد تكنولوجيا المعلومات والاتصال منخفضة بمتوسط حسابي عام بلغ ١,٠٢، وبانحراف معياري مقداره ٠,٤٤٩، حيث احتلت الفقرة رقم ٢ في الاستبيان، وهي «صيانة

الآلات والمعدات تعتمد بشكل أساسي على العمال في المؤسسة»، المرتبة الأولى بموافقة منخفضة، فبلغ متوسطها الحسابي ٣٣، ٢، وانحرافها المعياري مقداره ٤٢٣، ١، تلتها بالمرتبة الثانية الفقرة رقم ١، وهي «أدخلت المؤسسة تعديلات جذرية على الآلات والمعدات»، بمتوسط حسابي بلغ ٢٣، ٢، وانحراف معياري مقداره ٤٤٣، ١، ١٢٨، ١. واحتلت الفقرة رقم ٥ من الاستبيان، وهي «تستخدم المؤسسة وسائل وأساليب تكنولوجيا المعلومات في اتخاذ القرارات» المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي ٩١، ١، وانحراف معياري ٩٨٤، ٠.

ب - آراء أفراد عينة البحث لفقرات بُعد الموارد البشرية: للإجابة عن هذا السؤال، اعتمد على المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وترتيب الفقرات كما هو موضح في الجدول الآتي:

الجدول الرقم (٣)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات بُعد الموارد البشرية

رقم الفقرة	اسم الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب ^(٥)	المستوى
٦	تسعى المؤسسة باندفاع إلى جذب الأفراد المميزين والمبدعين	٢,٣٧	١,٣٨٣	٣	منخفض
٧	تتيح المؤسسة للعاملين فرصة المشاركة في اتخاذ القرارات	٤,١٧	١,٢٥٥	١	مرتفع
٨	لدى العاملين في المؤسسة إمكانية العمل بعيداً من القواعد والإجراءات	٢,٨٨	١,٥٦٧	٢	متوسط
٩	تقدم المؤسسة حوافز مادية ومعنوية فعالة للمبدعين	٢,٢٩	١,٣٥٦	٤	منخفض
١٠	تعقد المؤسسة دورات تدريبية داخلية وخارجية من أجل تعزيز القدرات الإبداعية	٢,٢٠	١,٣٦٥	٥	منخفض
المتوسط العام		٢,٧٨	٠,٣٣٧	متوسط	

(*) رُتبت الفقرات حسب المتوسط الحسابي.

المصدر: اعتمد على نتائج تحليل الاستبيان.

يتضح أن تصورات المبحوثين تجاه بُعد الموارد البشرية تتوافر بدرجة متوسطة بمتوسط حسابي عام بلغ ٧٨٢، ٢، وانحراف معياري مقداره ٣٣٧، ٠. وأما على مستوى العبارات فقد جاءت الفقرة رقم ٧ من الاستبيان، وهي «تتيح المؤسسة للعاملين فرصة المشاركة في اتخاذ القرارات»، في المرتبة الأولى بدرجة مرتفعة بمتوسط حسابي بلغ ٤، ١٧، وانحراف معياري مقداره ٢٥٥، ١.

وجاءت العبارة رقم ٨ من الاستبيان، وهي «لدى العاملين في المؤسسة إمكانية العمل بعيداً من القواعد والإجراءات» في المرتبة الثانية بدرجة متوسطة، حيث بلغ متوسطها الحسابي ٨٨، ٢، وانحرافها المعياري مقداره ٥٦٧، ١. وكانت العبارة «تسعى المؤسسة باندفاع إلى جذب الأفراد المميزين والمبدعين»، والتي تمثلها العبارة رقم ٦ من الاستبيان، في المرتبة الثالثة بدرجة منخفضة، وذلك بمتوسط حسابي بلغ ٣٧، ٢، وانحراف معياري ٣٨٣، ١.

ج - آراء أفراد عينة البحث لفقرات بُعد مصدر التمويل: للإجابة عن هذا السؤال، اعتمد على المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وترتيب الفقرات كما هو موضح في هذا الجدول:

الجدول الرقم (٤)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات بعد مصدر التمويل

رقم الفقرة	اسم الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب ^(*)	المستوى
١١	تمول المؤسسة إيداعاتها بالاعتماد على التمويل الذاتي	٢,٣٩	١,٤٢١	٣	منخفض
١٢	تلجأ المؤسسة إلى إدخال شريك جديد لتدعيمها مالياً	٢,١٢	١,٢٨٠	٤	منخفض
١٣	تمول المؤسسة إيداعاتها بالحصول على قروض من الأصدقاء (بناء على علاقات شخصية)	٢,٥٤	١,٣٤٤	٢	منخفض
١٤	حصلت المؤسسة على قروض بنكية لتمويل إيداعاتها	٢,٩٩	١,٤٧٨	١	متوسط
المتوسط الحسابي ككل		٢,٥١	١,٢٩٣	منخفض	

(*) رتبت الفقرات حسب المتوسط الحسابي.

المصدر: نتائج تحليل الاستبيان .

يتضح أن آراء أفراد عينة البحث حول بعد مصدر التمويل تتوافر بدرجة منخفضة بمتوسط حسابي عام بلغ ٥١, ٢، وانحراف معياري مقداره ٢٩٣, ١. وأما على مستوى الفقرات فقد جاءت العبارة رقم ١٤، وهي «حصلت المؤسسة على قروض بنكية لتمويل إيداعاتها»، في المرتبة الأولى بدرجة متوسطة وبمتوسط حسابي بلغ ٩٩, ٢، وانحراف معياري مقداره ٤٧٨, ١.

وجاءت العبارة «تمول المؤسسة إيداعاتها بالحصول على قروض من الأصدقاء (بناءً على علاقات شخصية) بدرجة منخفضة بمتوسط حسابي بلغ ٥٤, ٢، وانحراف معياري مقداره ٣٤٤, ١. وتلتها العبارة رقم ١١ من الاستبيان، وهي «تمول المؤسسة إيداعاتها بالاعتماد على التمويل الذاتي»، في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي بلغ ٣٩, ٢، وانحراف معياري مقداره ٤٢١, ١. واحتلت العبارة رقم ١٢ من الاستبيان، وهي «تلجأ المؤسسة إلى إدخال شريك جديد لتدعيمها مالياً»، المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي بلغ ١٢, ٢، وانحراف معياري مقداره ٢٨٠, ١.

الإجابة عن السؤال الثاني: ما هي آراء أفراد عينة البحث حول مستوى مخرجات الإبداع بأنواعه (منتج وعملية إنتاجية) في المؤسسات موضوع الدراسة؟ للإجابة عن هذا السؤال اعتمد على المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وترتيب الفقرات كما هو موضح في الجدول الرقم (٥).

الجدول الرقم (٥)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة البحث حول مستوى أنواع الإبداع

تسلسل الفقرة	اسم الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	المستوى
١	تسعى مؤسساتنا لتقديم منتجات جديدة لم يسبق إنتاجها	٢,٧٧	١,٥٢٦	٦	متوسط
٢	تعمل مؤسساتنا لتقديم منتجات جديدة بانتظام لكسب حصة سوقية إضافية	٢,٩٤	١,٦٢٨	٣	متوسط
٣	تعمل مؤسساتنا على تحسين منتجاتها اعتماداً على دراسات السوق	٣,٢١	١,٦٣٩	١	متوسط
٤	نُحسّن منتجات مؤسساتنا بالاعتماد على الخبرات والمهارات الموجودة في المؤسسة	٢,٩١	١,٤٩٢	٤	متوسط

يتبع

متوسط	٥	١,٥٩٠	٢,٨٠	تعمل مؤسساتنا على تصميم عمليات جديدة في ضوء متطلبات المنتج الجديد	٥
متوسط	٦	١,٥٨٢	٢,٧٧	تقوم مؤسساتنا بتصميم عمليات جديدة لغرض إنتاج منتجات جديدة	٦
منخفض	٧	١,٤٩٨	٢,٣٢	تسعى مؤسساتنا إلى تحسين العمليات الإنتاجية بمساعدة الحاسوب	٧
متوسط	٢	١,٥٥١	٣,٠٤	يشارك المهندسون المتخصصون بالإنتاج في تحسين العمليات الإنتاجية في المؤسسة	٨
متوسط		١,٠٦٦	٢,٨٤	المتوسط الحسابي العام	

المصدر: اعتمد على نتائج تحليل الاستبيان.

احتلت الفقرة رقم ٣ في الاستبيان، وهي «تعمل مؤسساتنا على تحسين منتجاتها بالاعتماد على دراسات السوق»، المرتبة الأولى بدرجة متوسطة وبمتوسط حسابي بلغ ٢١, ٣، وانحراف معياري مقداره ٦٣٩, ١، ثم تلتها العبارة ٨، وهي «يشارك المهندسون المتخصصون بالإنتاج في تحسين العمليات الإنتاجية»، بمتوسط حسابي بلغ ٣, ٠٤، وانحراف معياري مقداره ٥٥١, ١، وكما جاءت العبارة ٥، وهي الرقم ٢ «تعمل مؤسساتنا لتقديم منتجات جديدة بانتظام لكسب حصة سوقية إضافية»، في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي بلغ ٩٤, ٢، وانحراف معياري مقداره ٦٢٨, ١.

ثالثاً: نتائج اختبار فرضيات البحث

الفرضية الرئيسة الأولى: هناك علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين العوامل الداعمة للإبداع بأبعادها المتمثلة في خصائص المسير، وتكنولوجيا المعلومات، ومصدر التمويل، وبين مستوى الإبداع بأنواعه (منتج وعملية إنتاجية). ويندرج في هذه الفرضية الآتي:

الفرضية الفرعية الأولى: هناك علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات وأنواع الإبداع. وللوقوف على درجة وجود علاقة بين تكنولوجيا المعلومات وأنواع الإبداع، سيستخدم تحليل التباين الأحادي، كما هو موضح في الجدول الآتي:

الجدول الرقم (٦)

نتائج تحليل التباين لنموذج التأثير بين تكنولوجيا المعلومات وأنواع الإبداع

المصدر	درجات الحرية	مجموع المربعات	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	مستوى دلالة F
الانحدار	١	١٠,٨٣٠	١٠,٨٣٠	١٠,٦٥٥	٠,٠٠٢ (*)
الخطأ	٨٠	٨١,٣١٣	١,٠١٦		
الكلي	٨١	٩٢,١٤٣			

معامل الارتباط (R) = ٠,٣٤٣

معامل التحديد (R²) = ٠,١١٨

(*) مستوى الدلالة المعنوية (0.05 ≥ α).

المصدر: نتائج تحليل الاستبيان.

وفقاً لتحليل التباين، فإن النموذج معنوي تبعاً لقيمة F المحسوبة $F = 10.655$ عند مستوى معنوية $0,05$ أو أقل، وبدرجتي حرية (1، 80). وهذا يؤكد لنا قبول الفرضية البديلة القائلة: «هناك علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات وبين أنواع الإبداع».

وتعتبر العلاقة متوسطة بين المتغيرين لأن قيمة معامل الارتباط بلغت $R = 0.343$ ومعامل التحديد بلغ $R^2 = 0.118$ ، ما يؤثر إلى قدرة المتغير المستقل (تكنولوجيا المعلومات) على تفسير 11,8 بالمائة من الاختلافات الحاصلة في المتغير التابع (أنواع الإبداع)، وأن ما يقارب من 88,2 بالمائة من التغيرات تعود إلى المتغيرات العشوائية التي لا يمكن السيطرة عليها، والمتغيرات الأخرى المتضمنة في النموذج.

الفرضية الفرعية الثانية: هناك علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين الموارد البشرية وأنواع الإبداع (منتج وعملية إنتاجية). وللوقوف على درجة وجود علاقة بين الموارد البشرية وأنواع الإبداع (منتج وعملية إنتاجية)، سيتم استخدام تحليل التباين الأحادي، كما هو واضح في الجدول الرقم (7):

الجدول الرقم (7)

نتائج تحليل التباين لنموذج التأثير بين الموارد البشرية وأنواع الإبداع

المصدر	درجات الحرية	مجموع المربعات	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	مستوى دلالة F
الانحدار	1	38,007	38,007	56,165	0,000(*)
الخطأ	80	54,136	0,677		
الكلية	81	92,143			

معامل الارتباط $(R) = 0,641$

معامل التحديد $(R^2) = 0,412$

(*) مستوى الدلالة المعنوية $(\alpha \geq 0.05)$.

المصدر: تم الاعتماد على نتائج تحليل الاستبيان.

وفقاً لتحليل التباين فإن النموذج معنوي تبعاً لقيمة F المحسوبة $F = 56.165$ عند مستوى معنوية $0,05$ أو أقل، وبدرجتي حرية (1، 80). وهذا يؤكد لنا قبول الفرضية البديلة القائلة: «هناك علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين الموارد البشرية وأنواع الإبداع».

وتعتبر العلاقة عالية بين المتغيرين لأن معامل الارتباط بلغ $R = 0.641$. وأما معامل التحديد فقد بلغت قيمته $R^2 = 0.412$ ، وهو ما يؤثر إلى قدرة المتغير المستقل (الموارد البشرية) على تفسير 41,2 بالمائة من الاختلافات الحاصلة في المتغير التابع (أنواع الإبداع)، وأن ما يقارب من 58,8 بالمائة من التغيرات تعود إلى المتغيرات العشوائية التي لا يمكن السيطرة عليها، والمتغيرات الأخرى المتضمنة في النموذج.

الفرضية الفرعية الثالثة: هناك علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين مصدر التمويل وأنواع الإبداع. وللوقوف على درجة وجود علاقة بين مصدر التمويل وأنواع الإبداع، سيتم استخدام تحليل التباين الأحادي، كما هو موضح في الجدول الآتي:

الجدول الرقم (٨)

نتائج تحليل التباين لنموذج التأثير بين مصدر التمويل وأنواع الإبداع

المصدر	درجات الحرية	مجموع المربعات	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	مستوى دلالة F
الانحدار	١	٦٦,٣٤٤	٦٦,٣٤٤	٢٠٥,٧٣٥	٠,٠٠٠ (*)
الخطأ	٨٠	٢٥,٧٩٨	٠,٣٢٢		
الكلية	٨١	٩٢,١٤٣			

معامل الارتباط (R) = ٠,٨٤٨

معامل التحديد (R²) = ٠,٧٢٠

(*) مستوى الدلالة المعنوية (α ≥ 0.05).

المصدر: نتائج تحليل الاستبيان.

وفقاً لتحليل التباين فإن النموذج معنوي تبعاً لقيمة F المحسوبة $F = 205.735$ عند مستوى معنوية ٠,٠٥ أو أقل، وبدرجتي حرية (١, ٨٠). وهذا يؤكد لنا قبول الفرضية البديلة القائلة: «هناك علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين مصدر التمويل وبين أنواع الإبداع (منتج وعملية إنتاجية)».

وتعتبر العلاقة بين المتغيرين عالية جداً لأن معامل الارتباط بلغ $R = 0.848$ ، أما قيمة معامل التحديد بلغت $R^2 = 0.720$ وهو ما يؤشر قدرة المتغير المستقل (مصدر التمويل) على تفسير ٧٢,٢ بالمئة من الاختلافات الحاصلة في المتغير التابع (أنواع الإبداع) وأن ما يقارب ٢٧,٨ بالمئة من التغيرات تعود إلى المتغيرات العشوائية التي لا يمكن السيطرة عليها والمتغيرات الأخرى المتضمنة في النموذج.

الفرضية الرئيسية الثانية: هناك علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين خصائص المؤسسات المبحوثة (العمر الزمني، الحجم، القطاع الصناعي) وبين أنواع الإبداع (منتج وعملية إنتاجية). ويندرج عن هذه الفرضية الآتي:

الفرضية الفرعية الأولى: هناك علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين العمر الزمني للمؤسسات المبحوثة وبين أنواع الإبداع. لاختبار هذه الفرضية استخدمت الباحثة أسلوب تحليل الانحدار البسيط كما هو موضح في الجدول الآتي:

الجدول الرقم (٩)

نتائج تحليل الانحدار البسيط للعلاقة بين العمر الزمني للمؤسسات المبحوثة وأنواع الإبداع

البيان	(R)	(R ²)	F المحسوبة	معامل الانحدار β	Sig مستوى الدلالة
العمر الزمني	٠,٠٥٢	٠,٠٠٣	٠,٢١٥	٣,٠٢٣	٠,٦٤٤

المصدر: اعتمد على نتائج تحليل الاستبيان.

أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباط منخفضة بين العمر الزمني للمؤسسات محل الدراسة وأنواع الإبداع، إذ بلغ معامل الارتباط $R = 0.052$ وبمعامل تحديد بلغ $R^2 = 0.003$ ، وعند حساب قيمة F بلغت قيمتها ٠,٢١٥، وهي أقل من قيمتها الجدولية.

الفرضية الفرعية الثانية: هناك علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين حجم المؤسسات المبحوثة وأنواع الإبداع. واختبار هذه الفرضية استخدمت الباحثة أسلوب تحليل الانحدار البسيط، كما هو موضح في الجدول الآتي:

الجدول الرقم (١٠)

نتائج تحليل الانحدار البسيط للعلاقة بين حجم المؤسسات المبحوثة وأنواع الإبداع

البيان	(R)	(R ²)	F المحسوبة	معامل الانحدار β	Sig مستوى الدلالة
الحجم	٠,٩١٠	٠,٨٢٩	٣٨٧,١٤٦	٠,٠٩٤	٠,٠٠٠

المصدر: اعتمد على نتائج تحليل الاستبيان.

في ضوء نتائج التحليل الإحصائي لعينة بحثنا ظهرت علاقة ارتباط عالية جداً بين حجم المؤسسة وأنواع الإبداع، إذ بلغ معامل الارتباط $R = 0.910$ ، وأما معامل التحديد فقد بلغ $R^2 = 0.829$ ، ما يعني أن ما قيمته ٩, ٨٢ بالمئة من التغيرات في مستوى الإبداع بأنواعه ناتج من التغير في حجم المؤسسات، كما بلغت قيمة درجة التأثير ٠,٠٩٤.

الفرضية الفرعية الثالثة: هناك علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين قطاع المؤسسات المبحوثة وأنواع الإبداع. واختبار هذه الفرضية استخدمت الباحثة أسلوب تحليل الانحدار البسيط، كما هو موضح في الجدول الآتي:

الجدول الرقم (١١)

نتائج تحليل الانحدار البسيط للعلاقة بين قطاع المؤسسات المبحوثة وأنواع الإبداع

البيان	(R)	(R ²)	F المحسوبة	معامل الانحدار β	Sig مستوى الدلالة
القطاع	٠,٨٧٩	٠,٧٧٢	٢٧٠,٩٥٠	١,٣٨١	٠,٠٠٠

المصدر: اعتمد على نتائج تحليل الاستبيان.

في ضوء النتائج الواردة في الجدول أعلاه، يتضح أن هناك علاقة عالية جداً بين القطاع الصناعي وأنواع الإبداع إذ بلغ معامل الارتباط $R = 0.879$. وأما معامل التحديد فقد بلغت قيمته $R^2 = 0.772$ ، ما يعني أن القطاع الصناعي للمؤسسات محل الدراسة يفسر ما قيمته ٧٧,٢ بالمئة من التغيرات في مستوى الإبداع.

النتائج: يمكن تلخيص أهم النتائج المتوصل إليها في النقاط الآتية:

١ - ترى أفراد عينة البحث أن استخدام وسائل تكنولوجيا المعلومات تتوافر بدرجة منخفضة، وقد يفسر ذلك بتباين استخدامات التكنولوجيا في المؤسسات محل الدراسة، وهذا بحسب طبيعة عملها والقطاع الذي تتواجد فيه، فالمؤسسات الدوائية تستخدم تكنولوجيا متقدمة قياساً بالمؤسسات الميكانيكية والأثاث وغيرها من الصناعات التي ما زالت تستخدم أساليب وتكنولوجيا تقليدية.

٢ - تتيح المؤسسات المبحوثة للعاملين فرصة المشاركة في اتخاذ القرارات، إلا أن عناية الإدارة لاستقطاب الأفراد المتميزين والمبدعين، وتقديم حوافز ودورات تدريبية لهم تتوافر بدرجة منخفضة. وفي بيئة الأعمال المعاصرة التي تشتد فيها المنافسة وتندر فيها الموارد على اختلاف أشكالها، فإن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مطالبة بأن تجعل من الموارد البشرية التي توجد فيها تنوعاً عالياً.

٣ - يُعد التمويل من أهم المشاكل التي تواجه المؤسسات المبحوثة، والتي تعبر عن وضعية أقل ما يقال عنها معاناة حقيقية، فليس لها خيارات في تمويل الإبداع. فالمؤسسات التي تلجأ إلى تمويل إبداعاتها ذاتياً، لا يعني ذلك صحتها المالية، وإنما لانسداد المنافذ الأخرى في وجهها؛ والتي حصلت على قروض بنكية فلا يتحقق لها ذلك بسهولة بسبب ضعف الضمانات المقدمة كأول عائق وصدقية المعلومات المقدمة من جهة أخرى. فيما تتردد بعض المؤسسات بإدخال شريك جديد لتدعيمها مالياً وتحقيق إبداعها، وتلجأ أخرى إلى قروض من الأصدقاء (علاقة شخصية) من دون فوائد.

٤ - من المفترض أن يكون لخبرة المؤسسة انعكاسات إيجابية على قدرتها على تقديم منتجات جديدة وتحسين مستمر للعمليات في ضوء تجربتها السابقة وخبراتها المتراكمة. وفيما يخص عينة البحث، فإن النتائج الإحصائية أظهرت وجود علاقة ارتباط منخفضة بين العمر الزمني للمؤسسات محل الدراسة وأنواع الإبداع.

٥ - في ضوء نتائج التحليل الإحصائي يتضح وجود علاقة عالية بين القطاع الصناعي وأنواع الإبداع، وهذا ما يقودنا إلى قبول الفرضية الفرعية التي مفادها: «هناك علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين قطاع المؤسسات المبحوثة وأنواع الإبداع».

التوصيات: بناء على نتائج الدراسة نقترح الآتي:

١ - أن تتبني المؤسسات المبحوثة لأهمية البحث والتطوير وأن يكون عملها منظماً ومشاريعها محددة بدقة وبمخصصات مالية كافية، فعملية البحث والتطوير هي السبيل الأنجع الذي من خلاله يمكن المؤسسات الحصول على الأساليب التكنولوجية الحديثة في مجال الإنتاج العصري.

٢ - التركيز على أهمية الاتصال بين المستويات الإدارية المختلفة والبيئة الخارجية كأساس لتبادل الخبرات والمعارف، مع ضرورة الاستفادة في ذلك من تطبيقات تكنولوجيا المعلومات وتقنيات الاتصال الحديثة.

٣ - تأهيل القطاع المصرفي والجهاز المالي وتفعيل دوره في تمويل النشاط الاقتصادي من خلال تحسين خدماته وخلق ثقافة تعتمد معايير موضوعية في منح القروض البنكية والشفافية في الحصول على التمويل، بتقليص نسب الفوائد على القروض وإنشاء مؤسسات مالية متخصصة تعرض منتجات مالية جديدة (طريقة الإيجار، شركات رأس المال المخاطرة) ضرورة ملحة، لأن البنوك والمؤسسات المالية يعتبران الشريك الأساسي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

٤ - زيادة الاهتمام بالعنصر البشري والعمل على إكسابه المهارات المناسبة، والتي تتلاءم مع متطلبات العمل من خلال التدريب على الإبداع، وخصوصاً في مجال حلّ المشكلات. ومن الأمور التي تمكن المؤسسة التأكد من فاعلية ما تدرب عليه، هو ضرورة أن يتم تقييم أداء المتدربين بعد انتهاء الدورات التدريبية.

٥ - أهمية منح الحوافز المادية والمعنوية للعاملين المتميزين والمبدعين في عملهم بشكل خاص، للارتقاء بمستوى الرضا عن العمل، وبالتالي زيادة دافعيتهم للانتماء والإنجاز. فقلة الحوافز، وخاصة المادية، تجعل العاملين منشغلين بتدبير أمورهم الحياتية وتجنبهم العمل الإبداعي.

٦ - يمكن مواجهة المخاطر التي تحيط بنشاط الإبداع، والناجمة من ظروف عدم التأكد الكبير بسبب التطور المتسارع للمعارف بإنشاء نظام معلوماتي فعال يجنب المؤسسة العثرات ويوصلها إلى الهدف؛ فالمؤسسة التي تحوز أكبر قدر من المعلومات وأدقها، في الوقت المناسب، هي التي تضمن بقاءها واستمرارها.

٧ - يقترن تطوير قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر بزيادة الإنفاق العام على التعليم، ليس فقط لردم الهوة المعرفية الهائلة التي تفصل الجزائر عن كثير من الدول المتقدمة، بل لاعتمادها الشديد على الطرق العصرية في التسيير والتنظيم والإبداع، وهو ما لن يتم من دون تمتع الجزائريين، وخاصة النخب الجامعية، بقدر عال من التعليم.