

دور الابتكار في دعم وتنمية تنافسية منظمات الأعمال في الجزائر

أ.د.ن أحمد . جامعة الجلفة

أ. بن سالم عبد الحكيم . جامعة بشار

الملخص :

تعتبر المنافسة التي تزداد شراسة يوما بعد يوم خاصة في ظل تحرير التجارة الخارجية وازالة الحواجز والعوائق بين مختلف الدول من أهم التحديات التي تواجهها المنظمات والدول على حد سواء، وفي هذا الصدد هناك منظمات تبقى صامدة وتحقق النجاحات دون غيرها في عالم اعمال ذو تنافسية شديدة، وسر هذا الصمود تقف من ورائه عوامل عديدة، الا ان الابتكار يأتي في مقدمة هذه العوامل، فالابتكار سر من اسرار الريادة في مختلف ميادين الحياة على مستوى الافراد والمنظمات وكذا الدول . وبدورها منظمات الاعمال في الجزائر ليست في غنى عن الابتكار، وبالصورة في خضم التحولات التي شهدتها الاقتصاد الجزائري، ما يبرز الحاجة الملحة لتطوير قدراتها التنافسية بالاعتماد على الابتكار .

الكلمات المفتاحية : الابتكار، الميزة التنافسية، التميز .

Competition is increasing in ferocity that day after day, especially in light of the external trade liberalization and the removal of barriers and obstacles between the various countries of the most important challenges faced by organizations and nations alike. In this regard, there are organizations remain steadfast and achieve success without the other in the world of business is highly competitive. The mystery of this steadfastness stands behind many factors, but the innovation comes in the forefront of these factors. Innovation is secret of leadership in various fields of life at the level of individuals and organizations, as well as states.

In turn, business organizations in Algeria is not indispensable in innovation, especially in the midst of transformations of the Algerian economy, highlighting the urgent need to develop their competitiveness based on innovation.

Key words: innovation, competitive advantage, excellence.

مقدمة

ان اي منظمة مهما كانت امكانياتها او قدراتها لا تستطيع المحافظة على موقعها التنافسي في السوق اذا اعتمدت الاساليب والاستراتيجيات التقليدية في عصر الثورة التكنولوجية والعولمة الاقتصادية، اذ لابد للمنظمات لكي تبقى في ساحة التنافس ان تعتمد الابتكار الذي يعتبر احد اهم الركائز لبناء وتعزيز القدرة التنافسية لهذه المنظمات، حيث يمكن المنظمات من تقديم تيارات مستمرة ومتدفقة من المنتجات الجديدة وانتاج منتجات عالية الجودة وبتكاليف منخفضة، وتسليمها في الاجال المحددة وذلك بتطوير وسائل وآليات ونظم للإنتاج تتسم بالسرعة والمرونة ووفرة الانتاج وارتفاع الجودة، مما يتيح لإدارة المنظمات فرصا وامكانيات غير مسبوقة في تنوع الانتاج وتطوير خطوط المنتجات وادخال التنويعات اللاهائية في مواصفات المنتج التي تتقدم بها للسوق في اوقات قياسية . 250 .

وبالتالي يمكن القول بان الابتكار يمنح للمنظمات ميزة تنافسية طويلة المدى خاصة في ظل محيط شديد التغير.

وفي الجزائر نجد بان منظمات الاعمال تسعى جاهدة من اجل القيام بالابتكار وذلك من خلال لجوئها الى العديد من المصادر، لكن هذا يبقى قليل امام الثورة التكنولوجية المتسارعة، حيث لم تهتم منظمات الاعمال الجزائرية ببلورة سياسة حقيقية للابتكار تقوم على دراسة فعالة للإمكانيات اللازمة للبحث والتطوير.

مشكلة الدراسة

من هنا فان المشكلة الأساسية التي تطرحها هذه الدراسة
كيف يمكن للابتكار ان يساهم في تدعيم المركز التنافسي لمنظمات الاعمال في الجزائر ؟
وسنحاول تحقيق هذا الغرض من خلال التعرض الى العناصر التالية :
المحور الاول : الاطار المفاهيمي للابتكار، الميزة التنافسية
المحور الثاني : الابتكار كآلية لتعزيز تنافسية منظمات الاعمال
المحور الثالث : واقع الابتكار والتنافسية في منظمات الاعمال الجزائرية
اولا : اطار مفاهيم حول الابتكار والميزة التنافسية

1. مفهوم الابتكار، خصائصه واهميته

في العقود القليلة الماضية اصبح ينظر للابتكار على انه هو الذي ينشئ الثورة ويعطي للمنظمة القائمة على الابتكار القدرة على المنافسة والوصول الى المنتجات والى الزبائن والاسواق الجديدة في وقت اسرع وبما هو افضل من منافسيها، بل اكثر من ذلك فالابتكار عامل مهم ومحدد لاستمرارية وبقاء المنظمات. تعريف الابتكار

ان احد المشاكل التي نتلقاها عند تحليل الابتكار هو غياب اتفاق جامع حول معنى هذا المصطلح، فالبعض يؤكد على انه شيء جديد والبعض الاخر على انه شيء مختلف بالنسبة للمنظمة التي ادخل عليها، وقد اهتم كتاب الادارة خلال السنوات الاخيرة بمفهوم الابتكار، ولا شك ان هذا الاهتمام يعود الى اهمية موضوع الابتكار داخل المنظمات، لكونه ظاهرة معقدة المضامين ومتعددة الابعاد وتمس جميع الميادين .

واختلفت الآراء حول مصطلح الابتكار وبعض المصطلحات المشابهة وذات العلاقة به، كالإبداع، الاختراع، التطوير.

يعرف الابتكار على انه " هو تنمية وتطبيق الافكار الجديدة في المنظمة، وهنا كلمة تنمية شاملة فهي تغطي كل شيء من الفكرة الجديدة الى ادراك الفكرة الى جلبها للمنظمة ثم تطبيقها "(1).

اما "دراكر" فقد عرف الابتكار بانه " التخلي المنظم عن القديم مؤكدا على ما قاله "شومبيتر" من ان الابتكار هو هدم خلاق" (2).

ونجد ان منظمة التعاون والتنمية تعرف الابتكار على انه " مجموعة الخطوات العلمية والفنية والتجارية اللازمة لنجاح تطوير وتسويق منتجات جديدة او محسنة، والاستخدام التجاري لأساليب وعمليات او معدات جديدة او محسنة او ادخال طريقة جديدة في الخدمة الاجتماعية، وليس البحث والتطوير الا خطوة واحدة من هذه الخطوات "(3).

ويعرف الابتكار كذلك قدرة المنظمة على التوصل الى ما هو جديد يضيف قيمة اكبر واسرع من المنافسين في السوق (4)، وهذا يعني ان تكون المنظمة الابتكارية هي الاولى بالمقارنة مع المنافسين في التوصل الى الفكرة الجديدة او المفهوم الجديد، والأولى في التوصل الى المنتج الجديد والأولى في التوصل الى السوق.

1. صفات العمل الابتكاري

ولقد حاول بعض الكتاب وضع مجموعة من الصفات والخصائص والتي يمكن من خلالها معرفة فيما اذا كان تصرف معين ابتكارا ام لا، ومن بين هؤلاء " مايكل ويست " ورفقائه، حيث قاموا بوضع مجموعة من صفات للعمل او التصرف الابتكاري، واي عمل اذا توافرت فيه هذه الصفات يعتبر ابتكارا من وجهة نظرهم وهي كالتالي (5):

- ينبغي ان يمثل الابتكار شيئا جديدا بالنسبة للمجتمع المزمع تطبيقه فيه .
- يجب ان يكون الابتكار شيئا مقصودا وليس امرا عارضا .
- ينبغي ان لا يكون الابتكار مجرد تغيير روتيني .
- يجب ان يهدف الابتكار الى تحقيق فائدة للمنظمة او بعض اقسامها الفرعية او المجتمع الاوسع .

■ ينبغي ان يتسم الابتكار بعمومية آثاره .

2. أسباب الابتكار وأهميته

ان النظرة الى الابتكار قد تغيرت كثيرا في وقتنا الحاضر على مستوى المنظمات وعلى مستوى الدول، واصبح احد المؤشرات الهامة التي تساعد الى حد كبير في الاستدلال على مدى تطور المنظمات (6)، ومما يلاحظ اليوم على ما تبدله المنظمات المعاصرة من مجهودات على انشطة البحث والتطوير والتي قد تكلفها مبالغ كبيرة وقد تدوم للسنوات طويلة وبالرغم ما يكتنفها من مخاطرة عالية بسبب ارتفاع معدلات فشل الابتكار.

➤ اسباب الابتكار (7):

✚ المنافسة الحادة في السوق : ان البيئة التي تعمل فيها المنظمات على اختلاف اشكالها هي بيئة ديناميكية ومتحركة، ولا يكاد يمر يوم دون ان تكون هناك تغيرات، وعليه اصبح لزاما على المنظمات اللجوء الى الابتكار وتحمل مخاطره من اجل المحافظة على الحصة السوقية .

✚ الثورة العلمية التكنولوجية : بشكل عام والتي ادت الى التطبيق الفوري تقريبا لنتائج الابحاث والاكتشافات التي تتعلق بالإنتاج والتصميم وتحسين الجودة، لقد اصبحت الفترة المنصرمة بين التوصل الى النتائج او الاكتشافات وتجسيدها في شكل منتجات مادية قصيرة جدا، وهذا ما شجع على تطوير الابحاث .

✚ امكانية الانتاج بكميات كبيرة : وهذا يعني كميات كبيرة من الارباح وانخفاض اكر للتكاليف نتيجة لتقسيم التكاليف الثابتة على عدد اكبر من الوحدات ومن ثم لإمكانية البيع بأسعار منافسة .

✚ ازمة الطاقة : ان هذا العامل كان له الفضل الكبير في تطوير الكثير من المنتجات وتقديم عدد هائل من المنتجات الكهربائية والميكانيكية التي تساعد على الاقتصاد في استهلاك الطاقة .

✚ التسهيلات والمساعدات الحكومية: التي تقدم لدعم عمليات الابتكار سواء كانت في شكل مساعدات فنية او مالية، حيث لا يكاد يخلو بلد من بعض المنظمات التي ترعى المنظمات المبدعة خصوصا الصغيرة منها .

✚ تكنولوجيا المعلومات : ان التطور الهائل في هذا النوع من الوسائل قد ادى الى الكثير من الاضافات منها ما هو بشكل سلع وخدمات، كذلك التي تقدمها الانترنت .

➤ وللابتكار داخل المنظمات اهمية كبيرة، ويمكن ان نذكر بعضها فيما يلي⁽⁸⁾:

- ينمي ويراقب المهارات الشخصية في التفكير والتفاعل الجماعي من خلال فرق العصف الذهني .
- يزيد من جودة القرارات التي تصنع لمعالجة المشكلات على مستوى المنظمة .
- يساعد من تقليل الفترة بين تقديم منتج جديد وآخر مما يساهم في تميز المنظمة من حيث التنافس في الوقت .

• يساعد على خلق وتعزيز التنافسية للمنظمة

• يساعد على خلق وتعزيز صورة ذهنية طيبة على المنظمة لدى عملائها .

• يسمح للمنظمة باحتكار جزئي للسوق وذلك حسب درجة كثافة الابتكار .

3. خصائص الابتكار:

ان الابتكار يأخذ اشكالا متعددة تتواءم مع المخرجات التي تأتي من عملية الابتكار التي تكون ضمن اشكال متعددة كالآتي⁽⁹⁾:

✚ الابتكار يعني التمايز : اي الإتيان بما هو مختلف عن المنافسين، حيث ينشئ شريحة سوقية من خلال الاستجابة المتفردة لحاجاتها عن طريق الابتكار .

✚ الابتكار يمثل الجديد : اي الإتيان بالجديد كليا او جزئيا، وهو بذلك يمثل مصدرا من اجل المحافظة على حصة المنظمة السوقية وتطويرها .

الابتكار هو القدرة على اكتشاف الفرص : وهو نمط من انماط الابتكار الذي يستند على قراءة جديدة للحاجات والتوقعات، ورؤية خلاقة لاكتشافات قدرة المنتج الجديد في خلق طلب فعال ولاكتشاف السوق الجديدة الذي هو غير معروف لحد الآن .

الابتكار ان تكون المتحرك الاول في السوق : وفي هذا تمييز لصاحب الابتكار ان يكون الاول في التوصل الى الفكرة والمنتج والسوق عن الآخرين، وحتى في حالة صاحب التحسين يكون الاول بما ادخل على المنتج من تعديلات وهذه ميزة المنظمات المبتكرة، اي ان صاحب الابتكار اسرع من منافسيه في التوصل الى الفكرة وادخال ما هو جديد .

II. استراتيجيات التنافس والميزة التنافسية لمنظمات اليوم

تعرف بيئة الأعمال في الوقت الحاضر شدة منافسة وكثرة منافسين، في ظل اقتصاد السوق الذي من بين خصائصه إزالة القيود الجمركية ورفع حماية الدولة عن المنظمات، وبالتالي فإن المنظمة الاقتصادية ستجد نفسها مضطرة لمواجهة هذه المنافسة . ما يتحتم على المنظمة العمل في البقاء على الأقل في السوق، ولعل ما يساعدها على ذلك حصولها على ميزة التنافسية بمثابة صمام أمان لمواجهة المنافسين .

1. مفهوم الميزة التنافسية

تاريخيا يعتبر الكاتب "الدرسون" اول من اشار الى الميزة التنافسية وعرفها على انها "تعبير عن سعي المنظمة لإنشاء او امتلاك سمات فريدة عن غيرها من المنظمات العامل في ذات الصناعة لكي تحقق التميز عنهم" (10).

ويعتبر "بورتر" أشهر من كتب عن الإدارة الاستراتيجية والميزة التنافسية للمنظمة في فترة الثمانينيات، وهو يرى أن الميزة التنافسية تمكن المنظمة من ضمان استمراريتها في جو من المنافسة الكاملة وهي التي تحدد لها الاستراتيجيات المناسبة لذلك، فيعرفها كالتالي " تنشأ الميزة التنافسية بمجرد توصل المنظمة الى اكتشاف طرق جديدة أكثر فعالية من تلك المستعملة من قبل المنافسين حيث يكون بمقدورها تجسيد هذا الاكتشاف ميدانيا، بمعنى آخر بمجرد إحداث عملية إبداع بمفهومه الواسع" (11).

وتعرف الميزة التنافسية " بانها قدرة المنظمة على أداء أعمالها بالشكل الذي يصعب على منافسيها تقليده" (12).

ويشير مفهوم الميزة التنافسية الى قدرة المنظمة على صياغة وتطبيق الاستراتيجيات التي تجعلها في مركز أفضل بالنسبة الى المنظمات الاخرى العاملة في نفس النشاط، وتحقق الميزة التنافسية من خلال الاستغلال الافضل للإمكانيات والموارد الفنية والمادية والمالية والتنظيمية، بالإضافة الى القدرات والكفاءات والمعرفة وغيرها من الإمكانيات التي تتمتع بها المنظمة، والتي تمكنها من تصميم وتطبيق استراتيجيتها التنافسية (13).

ويعرف علي السلي الميزة التنافسية على انها " مجموعة المهارات والتكنولوجيات والقدرات التي تستطيع الادارة تنسيقها واستثمارها لتحقيق أمرين أساسيين⁽¹⁴⁾.
اذن نستنتج أن الميزة التنافسية هي ما تتميز أو تنفرد به منظمة ما خلافا عن المنافسين سواء في الجودة، السعر، المهارات، التكنولوجيات، وكل الموارد المتاحة لديه بهدف تحقيق بعدين هما رضا العميل والتميز.

2. الأنواع الرئيسية للميزة التنافسية

تختلف الكتابات حول أنواع الميزة التنافسية، فيرى Koufteros¹⁴ بأن هناك خمسة أنواع من الميزة التنافسية ويحددها في السعر، الجودة، القيمة لدى الزبائن، ضمان التسليم، الإبداع. اما أغلب الكتابات في إدارة الأعمال فإنها تصنف أنواع الميزة التنافسية الى نوعين رئيسيين وهما ميزة التكلفة الأقل، وميزة تميز المنتج .

➤ ميزة التكلفة الأقل

معناها ان المنظمة تعمل على تصميم، وتصنيع، وتسويق منتج أقل بالمقارنة مع المنظمات المنافسة ومما يؤدي في النهاية الى تحقيق عوائد أكبر. وتعتبر عملية خفض التكاليف من أحد المقومات الأساسية لزيادة التنافسية للمنتج واستمرار تزايد هذه القدرة، حيث أن تخفيض التكاليف ينجم عنه خفض الأسعار الى المدى الذي يتعدى قدرة المنافسين⁽¹⁵⁾.

➤ ميزة تميز المنتج

هو ان تتمكن المنظمة من تقديم منتجات او خدمات متميزة وفريدة من نوعها تلقى رضا المستهلك (جودة عالية، خدمات ما بعد البيع ...) لذلك يصبح من الضروري على المنظمة فهم وتحليل مصادر التميز من خلال أنشطة حلقة القيمة واستغلال الكفاءات والمهارات والتقنيات التكنولوجية العالية وانتاج طرق توسع فعالة وسياسات سعرية وترويجية تمكننا من زيادة الحصة السوقية للمنظمة⁽¹⁶⁾.

ثانيا :الابتكار كآلية لتعزيز تنافسية منظمات الاعمال

نظرا لاتسام بيئة الاعمال الحالية بعدم التأكد حيث اصبح المؤكد الوحيد هو عدم التأكد، والمبدأ الثابت هو التغير، وحيث القاعدة الوحيدة في النمو والتطور هي المنافسة وتنوع استراتيجيتها ومداخلها واساليبها ومع تزايد المنظمات بشكل لم يسبق له مثيل، وتغير الاسواق، وتطور التكنولوجيا، وبالتالي تقادم المنتجات والعمليات بشكل سريع، اصبح الابتكار الاداة الاساسية للمنافسة وبالتالي الوسيلة الوحيدة لضمان البقاء في بيئة مثل البيئة الحالية، وكما سبق واشرنا عند تعريف الابتكار فانه يقوم اساسا على وضع الافكار الجديدة حيز التنفيذ بشكل يعود بالنفع المادي او المعنوي على المنظمة، وهو ما يساهم في تنمية مزايا تنافسية لها، لكن المشكل هنا تكمن في سرعة تقادم الافكار مما يجعل المزايا التنافسية القائمة على هذه الافكار مزايا تنافسية منخفضة وسهلة التقليد او الاندثار .

1. عوامل التي تساعد اي ابتكار للوصول الى التنافسية

وحتى تتمكن المنظمة من تحقيق الميزة التنافسية من خلال الانشطة الابتكارية ينبغي توفر العوامل الاربعة التالية⁽¹⁷⁾:

✚ ينبغي ان لا يكون هذا الابتكار سهل التقليد: بحيث يصعب على المنظمات المنافسة الاستفادة منه وبالتالي تضمن المنظمة لنفسها التفرد والتميز الدائمين وتكمن الصعوبة هنا في مصدر الميزة التنافسية في حد ذاتها، اذ يمكن ان يكون الصعوبة نابعة من كون التقليد قد يتطلب استثمارات مالية كبيرة وبالتالي يصعب تقليده نظرا للتكاليف والمخاطر الكبيرة، او نظرا لاعتماده على تراكم خبرات ومعارف كثيرة عبر فترة طويلة من الزمن .

✚ ينبغي ان يكون هذا الابتكار انعكاسا او استجابة لحاجات واقعية : لدى المستهلكين مما يضمن استمراره وبقاءه نتيجة للعوائد المادية والمالية اللازمة لذلك، وهذا الامر يتطلب الدراسة المتأنية والسليمة لمتطلبات وحاجات المستهلكين، والانفاق على أنشطة البحث والتطوير بشكل سليم ايضا .

✚ ان يمكن الابتكار المنظمة من الاستفادة من عامل التوقيت المناسب: للدخول للسوق او لتطبيق العمليات او النظم الادارية المبتكرة، حتى تتمكن من الحصول على ميزة اما التكلفة الاقل اذا تمهلت في دخول السوق وانتظرت انخفاض تكاليف الدخول للقطاع وكذلك مخاطره.

✚ ان يكون الابتكار قائما على امكانات وقدرات مالية او تكنولوجية : متوفرة لدى المنظمة وغير متوفرة لدى المنافسين حتى تتمكن من التفرد بها، وبالخصوص يستحسن ان تكون هذه الامكانات معرفية حتى تكون الميزة التنافسية الناجمة عنها ميزة مرتفعة وصعبة التقليد على الاقل على المدى القصير.

2. تأثير الابتكار على عوامل المنافسة

تسعى المنظمات الى توفير عوامل النجاح والتميز من خلال ما تبتكره من منتجات او تكنولوجيات او طرق انتاجية وتنظيمية سواء لتحسين الجودة او لتقليل التكاليف او خلق صورة وموقع متميز او ايجاد تخصص فعال . وان ذلك بدوره يؤدي الى التأثير في القوى التنافسية في الاسواق⁽¹⁸⁾.

الابتكار وتحسين الجودة : يهدف الابتكار الى تحسين جودة المنتجات في اطار رغبة المنظمة في الحصول على شهادة المطابقة للمعايير الدولية للجودة ISO حيث اصبحت هذه الشهادة اليوم امرا حتميا لدخول الاسواق العالمية وللتأثير في الفئات السوقية، ورغم تعدد معايير المطابقة والتقييس تبقى جودة المنتجات هي الابتكار الذي يمس بصفة مباشرة او غير مباشرة المنتجات مهما كانت موضوع الترخيص .

تأثير الابتكار على التكاليف : ان البعد الحقيقي للابتكار هو تقليل التكاليف فمن اكثر المناورات الاستراتيجية استعمالا من طرف المنظمات هي التنافس على اساس الاسعار المنخفضة، مما

يعني التنافس على اساس تخفيض التكاليف وهو ما يتطلب الاهتمام بترشيد العملية الانتاجية التي تسمح بتحقيق هوامش اكبر، وبالتالي ضمان البقاء والنمو عن طريق اعادة استثمار هذه الهوامش والنتائج المحققة .

تأثير الابتكار على التميز : يمثل الابتكار مصدرا اساسيا للتميز حيث تعتبر الخصائص والتصاميم الابداعية والاساليب الفنية الجديدة مصدرا هاما للتميز المنتجات فإنتاج سلع بجودة عالية او تقديم خدمات سريعة او ابتكار منتجات جديدة تعطي مبررا ودافعا اضافيا للزبائن لشرائها حتى وان كانت بأسعار عالية .

تأثير الابتكار على التركيز : يمكن الابتكار المنظمات من التركيز على شريحة معينة من الزبائن من خلال الاعتماد على الابتكار المستمر في المنتجات المقدمة للزبائن، ويتوافق الابتكار مع استراتيجية التركيز خاصة اذا كانت المنتجات المقدمة ذات كثافة تقييمية عالية .

3. تأثير الابتكار على القوى الخمسة للتنافسية

يعمل الابتكار غالبا على التأثير في القوى التنافسية المختلفة، واهم هذه القوى هي تلك التي صنفها بوتر " في نموذجه الشهير بالقوى الخمس للتنافسية"⁽¹⁹⁾.

ا. التأثير على القوى التنافسية لمنافسي القطاع

يؤثر الابتكار على منافسي القطاع تأثيرا كبيرا، فعندما يؤدي الابتكار الى تخفيض تكلفة المنتجات داخل قطاع نشاط معين تزداد الضغوط على المنظمات المتنافسة لخفض اسعارها فتستطيع المنظمة الاقدر على خفض تكاليفها اللجوء الى استخدام سلاح الاسعار لجذب الزبائن بعيدا عن منافسيها، وتبقى المنظمة المبادرة تتمتع بميزة تنافسية عن غيرها بفعل عوامل الخبرة المكتسبة فتصبح رائدة داخل الصناعة من خلال فروقات السعر، قد تحاول المنظمات مرتفعة التكلفة الدفاع عن حصصها السوقية فتلجأ اما الى تقليدها فتخفف من اسعارها ولأنها اقل خبرة من المنظمة الرائدة، لكن اذا كان الابتكار تقنيا او من النوع الذي يمكن الحفاظ عليه بالسرية او بحقوق الاختراع يصبح من العسير جدا على المنافسين الحصول عليه او محاكاته بسهولة . اما اذا كان الابتكار يساهم في تدعيم الجودة والمزايا المرتبطة بأداء المنتج فان المنظمة التي تتبنى هذا النوع من الابتكار تستطيع كسب ولاء الزبائن باتباع استراتيجية قائمة على جاذبية منتجاتها . في حين اذا كان الابتكار من النوع الذي يركز جهود المنظمة في خدمة قطاعات ضيقة سيمكنها من ان تكون اكثر فعالية في تلبية حاجات زبائها واكثر كفاءة في استغلال مواردها، وتدعم هاتين الميزتين خاصة اذا كانت سباقة الى هذا الابتكار داخل الصناعة .

II. الابتكار وحواجز الدخول

يكون الابتكار حاجزا لدخول المنافسين الجدد في الحالات التالية :

- اذا كان من الممكن الانفراد بالمنتجات الجديدة او بأساليب الانتاج الجديدة او بالاستحواذ على حقوق ملكية الابتكارات التكنولوجية وبراءات الاختراع من طرف منافسي القطاع المستهدف .
- اذا كان من السهل الاستحواذ والتحكم في المعارف الفنية والخبرات التكنولوجية الخاصة بالابتكار من طرف منافسي القطاع .
- اذا كانت الابتكارات كثيفة رأس المال او كثيفة التكنولوجيا .
- اذا كانت الابتكارات تحتاج الى كثافة عالية من نشاط البحث والتطوير .
- اذا ادى الابتكار الى تنميط السوق او القطاع الصناعي بصفة تامة .

III. الابتكار وحواجز الخروج

- يؤدي الابتكار الى رفع حواجز الخروج في الحالات التالية :
- اعتماد الابتكار على التجهيزات وتكنولوجيات واصل وضخمة
 - زيادة الاستثمارات الثابتة الخاصة بموضوع الابتكار
 - في حالة الابتكار في قطاعات تتميز بالتنوع المرتبط فان التخلي عن بعض الابتكارات او نواتجه قد يؤدي الى التأثير على القطاعات الاخرى للمنظمة .
 - في حالة الابتكار القائم على التكامل العمودي مع منظمات اخرى فان الخروج من قطاع صناعي معين يعني فقدان سلسلة نشاطات بأكمله .
 - في حالة المنظمة المشغلة في قطاع نشاط واحد فان الخروج منه يعني الافلاس والتصفية

IV. تأثير الابتكار على قوى التفاوض بين الموردين والزبائن

- يستطيع عامل الابتكار ان يغير نطاق المفاوضة بين الموردين والزبائن في الحالات التالية :
- اذا ادى الابتكار الى تنميط سوق معين، اي كلما تمكن الزبائن من تحويل طلباتهم الى منتجين آخرين بسهولة وتكلفة اقل .
 - اذا ساهم الابتكار في اضافة خصائص اساسية جديدة للمنتجات تأثر في الدوافع الشرائية للزبائن وتؤدي الى سلوك تفضيل قوي من جانب المشتري، مما يسمح بتضييق نطاق المفاوضة بين المنتجين والزبائن .
 - اذا كان ابتكار المنتجات او اساليب الانتاج متاح امام عدد كبير من الموردين فان انتقال الزبائن من مورد لآخر يكون بمعدلات مرتفعة، الامر الذي يزيد من شدة المنافسة بين الموردين ويضعف قوتهم التفاوضية امام الزبائن .
 - اذا توفر لدى الموردين تكنولوجيات متصلة بأداء السلعة او بخصائصها فإنها تستطيع ان تغرم الزبائن على الشراء، وذلك يضعهم في قمة المنافسة ويمنحهم قوة تفاوضية كبيرة مع عملائهم .

V. تأثير الابتكار على القوى التنافسية للمنتجات البديلة

يؤثر الابتكار بدوره في درجة احلال المنتجات البديلة بأخرى خاصة في الحالات التالية :

- الابتكار الفعال في المنتجات البديلة
- التشابه الكبير بين المنتجات
- الفروقات المعتبرة في الاسعار
- عند انخفاض تكلفة الاحلال في حالة الشراء العقلاني
- حالات الندرة او حالات ضعف انخراط المشتري في عملية الشراء
- توفر الموارد والمدخلات وانخفاض اسعارها
- في حالة الابتكارات الطفيفة والثانوية في القطاعات الاصلية التي لا تؤدي الى التأثير في معدلات الشراء .

ثالثا : واقع الابتكار والتنافسية في المنظمات الجزائرية

لقد اصبح الابتكار يمثل الفيصل في نجاح ونمو وتطور المنظمات وتطوير قدراتها التنافسية، وهو ما يفرض على المنظمات الجزائرية ضرورة الاهتمام بالابتكار اذا ارادت السير على خطى المنظمات العالمية الرائدة، خاصة في ظل محاولة الجزائر المستمرة للدخول في المنظمة العالمية للتجارة، وزيادة التنافسية العالمية للمنظمات، وما يترتب عليها من نتائج قد يكون اهمها فتح الابواب على مصراعها امام المنظمات العالمية الرائدة، مما يجعل منظمات الاعمال الجزائرية، امام منظمات ذات قدرات ابتكارية وابداعية هائلة .

1. واقع النظام الوطني للابتكار في الجزائر

بناء على فكرة ان النظام الوطني للابتكار هو سلسلة من العمليات والمجهودات، التي تنصب اولاً على استيعاب ونقل التكنولوجيا ثم تكييفها مع الظروف المحلية للاقتصاد الوطني، فان هذا يتطلب تواجد هياكل استقبال ونشر ومتابعة، واذا نظرنا الى واقع هياكل ومؤسسات البحث العلمي والتطور التكنولوجي الوطنية، فإننا نجد متوفرة خصوصاً في السنوات الاخيرة في ظل الانتعاش الاقتصادي الذي شهدته الجزائر .

➤ هياكل ومؤسسات البحث العلمي والتطور التكنولوجي الوطنية

يمكن تلخيص هذه الهياكل فيما يلي⁽²⁰⁾:

- انشاء المنظمة الوطنية للبحث العلمي، والتي تهدف الى مراقبة الجامعات ومراكز البحث العلمي وترقية وتكوين الباحثين .
- انشاء وكالة البحث العلمي والتقني، والتي تنصب اهدافها في القطاعات ذات الاولوية الصحة، الفلاحة، المناجم .. الخ .

■ انشاء الوكالة العليا للبحث 1996 والتي اوكل اليها مهمة تطوير الطاقات الجديدة وتشجيع التعاون في مجال البحث فيما بين الفروع والقطاعات .

■ انشاء المعهد الوطني للملكية الصناعية .

■ انشاء المعهد الوطني للتقييس والتوحيد الصناعي .

وعرفت الفترة الخماسية 2008_2012 انجاز هياكل قاعدية وتجهيزات خاصة بالبحث وذلك بتسطين وانجاز ست اصناف من الهياكل القاعدية تتمثل في⁽²¹⁾:

● مجموعات مخابر، ومراكز ووحدات بحث .

● اقطاب علمية للتميز داخل مؤسسات التعليم العالي والمنشآت العلمية ما بين الجامعات والاقطاب التقنية .

الا ان هذه الهياكل تبقى عاجزة عن اداء مهامها خصوصا في توفير مناخ ملائم لتشجيع الابداع والابتكار ويمكن ارجاع ذلك الى :

● ضعف العلاقات الموجودة بين هذه الهياكل ومراكز البحث، مما جعلها غير متماشية مع واقع وظروف البلاد .

● ضعف الحوافز المادية والمعنوية التي تشجع الافراد والمؤسسات على الابداع .

● ضعف العلاقات الموجودة بين الدولة والمؤسسات الصناعية ومراكز البحث والابتكار .

● تركيز استراتيجية الابتكار على اكتساب الموارد والوسائل المتطورة عبر عملية الاستيراد دون الاهتمام بالمشاكل المتعلقة بالمؤسسات الاقتصادية، الانتاج التكويني، الاعلام ...

ان تمويل البحث العلمي والتطوير التكنولوجي 2012_2017 سيكون مرتبطا بالأهداف العلمية، وسيرفع الغلاف المالي المخصص للخمس سنوات القادمة الى ما يقارب 100 مليار دينار، مع اعفاء التجهيزات المخصصة للبحث العلمي والتطوير التكنولوجي من الرسوم الجمركية والرسم على القيمة المضافة .

➤ دعم الابتكار التكنولوجي في المنظمات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر

يهدف برنامج دعم الابتكار التكنولوجي الى تحسين تنافسية المنظمات الصغيرة والمتوسطة وذلك من خلال :

■ مراقبة ودعم الابتكار في المنظمات الصغيرة والمتوسطة

■ احداث جسور تبادل وشراكة بين عالم البحث وعالم المنظمات الصغيرة والمتوسطة .

■ ادماج قطاع المنظمات الصغيرة والمتوسطة في المحيط العلمي والتكنولوجي بتفعيل آليات

الدعم وتثمين نتائج البحث التطبيقي .

وقد قامت وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ب :

■ امضاء اتفاقية للتعاون مع وزارة التعليم العالي والبحث العلمي في 2001.

■ تدعيم الاتفاقية بمنشور وزاري في سنة 2007، بهدف انشاء محاضن للابتكار على مستوى الجامعات .

■ تنظيم منتديات جهوية متخصصة للتحسيس بضرورة التكامل بين المنظمات الاقتصادية ومخابر البحث .

■ المساهمة في اشغال الفوج الحكومي المكلف بإعداد استراتيجية لدعم البحث والتطوير في اطار الاستراتيجية الوطنية .

2. معضلات الابتكار وسبل تفعيله في منظمات الاعمال في الجزائر

معضلات الابتكار في الجزائر كأغلب مثيلاتها من الدول العربية كثيرة ومتنوعة، يمكن ان نوجز اهمها في ما يلي⁽²²⁾:

● تمارس الجامعات الجزائرية والعربية البحث العلمي المرتبط بالترقيات العلمية والذي يتسم بالطابع الاكاديمي دون ربطه باحتياجات المجتمع، ولا توجد نصوص واضحة في لوائح الجامعات ومعاهد التعليم العالي العربية بصفة عامة تؤكد على تخصيص وقت للبحث العلمي ضمن اعباء وواجبات اعضاء هيئة التدريس .

● معظم مراكز البحث والابتكار في الجزائر غير مهيئة لتحويل نتائج بحوثها الى منتجات استثمارية بسبب غياب الخبرات والامكانات اللازمة للقيام بالأنشطة الابتكارية المطلوبة .

● وحدات البحث والتطوير المرتبطة بالمنظمات الانتاجية محدودة وادائها دون مستوى الطموح ● رغم ان البحث العلمي هو من احد الاهداف المعلنة للتعليم العالي في الجزائر، الا ان الجامعات تركز اهتمامها بالتدريس، ولا يزال البحث العلمي بالنسبة اليها نشاطا هامشيا ن حيث يرتبط بدرجة كبيرة بالترقية، التي تكاد تكون الحافز الوحيد لأعضاء هيئة التدريس .

● ضعف الطلب الاجتماعي على الابتكار والبحث العلمي الجامعي، فالمنظمات الجزائرية تلجأ الى مراكز البحوث خارج الجزائر، عندما تحتاج الى مشورة علمية او حل لأحدى مشاكلها، ونادرا ما تلجأ الى الجامعة، وهذا ما ساهم بدوره الى عزل الجامعات .

● ضآلة تسهيلات البحث العلمي من مكنتات، مختبرات علمية، .. الخ . بصفة عامة في الجامعات الجزائرية .

ان ضعف الابتكار ليس معناه عدم وجود باحثين ومبتكرين نوابغ في الجزائر، او تخلف الباحث الجزائري وعجزه عن مواكبة التطورات العلمية الحديثة، بدليل ان الباحثين الجزائريين المهاجرين يحققون نتائج علمية جيدة، فالمشكل اذا يتمثل في عدم توفر البيئة الملائمة والبنية التحتية اللازمة للبحث .

3. سبل تفعيل الابداع بالمنظمات الجزائرية

تمتلك الجزائر كافة المؤهلات البشرية والمالية، التي تمكنها من النهوض بمنظمتها وتشجيع وتعميم وتطوير الابتكار، غير ان ذلك يتطلب القيام بالعديد من الجهود، ومن العوامل التي تدعم الابتكار في المنظمات الجزائرية نذكر:

✚ **الاستعانة بأفكار العمال :** يكون الابتكار في بعض الحالات في المنظمات بدون اجراءات بحث وتطوير رسمية فتصل بشكل تغييرات صغيرة، حيث تقاد نشاطات البحث والتطوير فيها بعفوية او فردية عندما يتحسس الاحتياج لها وتتحقق نشاطات البحث والتطوير فيما اذا توجهت المنظمة نحو العملية وتقييم ضرورة هذه النشاطات، وتشجيع العمال والاستماع لأفكارهم والاصغاء لاقتراحاتهم، فالمنظمات اليوم لم تعد تعتمد فقط على المديرين، بل على جميع العاملين فيها، ولذلك عليها ان تطلق العنان للموظفين للاستفادة مما لديهم من قدرات ابتكارية .

✚ **نظم المعلومات في ادارة الموارد البشرية :** لتساهم ادارة الموارد البشرية في الابتكار وتحقيق اهداف المنظمات بطريقة افضل ينبغي توافر قاعدة من المعلومات الاساسية المعتمدة على الحواسيب الآلية التي تضمن لها اتخاذ قرارات رشيدة بشأن مواردها البشرية لما تقدمه من بيانات ومعلومات تخص كافة العاملين بها⁽²³⁾.

✚ **انشاء صندوق للابتكار والتميز :** يجب على الجزائر العمل على انشاء صندوق لدعم الابتكار والابداع، بحيث يكون هدفه تنفيذ البرامج الابتكارية والمبادرات الهادفة للمنظمات لتقديم افضل الخدمات لزيائنها كما يجب ان يعمل هذا الصندوق على تحقيق مجموعة اهداف اخرى يمكن اجمالها في⁽²⁴⁾:

▪ تعزيز عمليات التطوير والتحسين المستمر خاصة في مؤسسات القطاع العام من خلال دعم مبادرات تحسين الأداء وبناء القدرات التنافسية .

▪ تعزيز مبادئ الشفافية والمساءلة والقياس بالنتائج المحققة للمواطنة.

▪ زيادة وعي المواطنين بأهمية تطوير القطاع العام من خلال تبادل الخبرات ونشر افضل الممارسات بين الدوائر والمؤسسات الحكومية وتعزيز مفاهيم التميز والابتكار فيما بينها .

✚ **مسايرة تطورات السوق :** بفضل مسايرة المنظمة لتطور السوق والاستمرارية في مواكبة الافكار الجديدة واتجاهات السوق تتمكن من الالمام والاطلاع على المناخ السائد في السوق، ومن ثم معرفة اذواق المستهلكين ورغباتهم وتوجيه الابتكار ليكون مناسباً للتغير الحاصل لدى الزبائن⁽²⁵⁾.

✚ **توفير المناخ المناسب للابتكار :** يساهم المناخ المناسب في رفع أداء المنظمات ويخلق الظروف المناسبة التي تشجع وتحفز المبتكرين، ومن اهم العوامل التي تعمل على ذلك:

• مرونة التنظيم وقدرته على التكيف مع المتغيرات البيئية .

• طبيعة العمل في الاعمال الروتينية تفضي الى الملل وعدم الابتكار والابداع، بينما الاعمال الحيوية تثير التحدي لدى الفرد وتدفعه للتفكير الخلاق .

خاتمة

رغم ان الابتكار عملية معقدة تحمل في طياتها الكثير من الخطر الا انه يعتبر عامل جيد في رفع القدرة التنافسية للمنظمة، وتكمن اهمية الابتكار في عملية تحويل الافكار الى قيم تجارية متميزة ومنتجات جديدة ناجحة نظرا لما تحمله من تحسين وابتكار.

ان اختيار الابتكار كأداة للتنافس يحتم على المنظمة الاهتمام بنشاطات البحث المنظم والعمل الجاد والارتكاز على قواعد علمية ومعرفية في المجال المستهدف لخلق الجديد، رغم ان ذلك يتطلب موارد تنظيمية ومادية وتكنولوجية وبشرية معتبرة .

بما ان المنتجات الجديدة هي أهم مخرجات عملية الابتكار باعتبارها وسائل التنافس الفعلية في الاسواق، فان ذلك يعني ان زيادة القدرة التنافسية للمنظمات مرتبط بدرجة ابتكارها في مجال المنتجات . بل لا يكفي ان تقوم المنظمة الاقتصادية بابتكار المنتجات الجديدة وانما يجب ان تكون سباقة ومستمرة في ذلك وحريصة على عدم تقليدها وضياع مزاياها .

اذا على المنظمة الجزائرية الرغبة في رفع او تعزيز مزاياها التنافسية ان تعمل في اقرب وقت ممكن على تهيئة المناخ وتوفير الامكانيات اللازمة والمتطلبات الضرورية لتحسين وتطوير منتجاتها بالكيفية التي تؤهلها للتعامل مع المعطيات الحالية والمتوقعة للسوق الذي اصبح يتخذ صفة العالمية . ولذلك يجب التأكيد في آخر هذه الدراسة على مايلي :

○ التأكيد على ضرورة التكامل والتنسيق مابين منظمات الاعمال في الجزائر والجامعات والمعاهد، للاستفادة من المعارف والكفاءات الموجودة ضمنها، ولتتكيف الجامعات مع الاحتياجات الحقيقية للمنظمات الاعمال .

○ تهيئة الظروف المناسبة والملائمة والسعي لتوفير الامكانيات المناسبة للابتكار.

○ الاهتمام بالعنصر البشري، وسماع المنظمات الاعمال الجزائرية لمواردها البشرية بإبداء آرائهم واقتراحاتهم، واخذها بعين الاعتبار.

○ ضرورة اقتناع الادارة العليا بأهمية الابتكار، والا سيكون الحديث عن هذا الاخير بالمنظمة امرا لا طائل منه .

○ التأكيد على ان الابتكار ليس عملا منفردا او مؤقتا، بل هو عملية متكاملة مستمرة ودائمة .

○ تفعيل دور مراكز البحث ومخابر البحث وتقديم المساعدات المالية لها .

مراجع البحث وإحالاته:

1.رواية حسن، سلوك المؤسسات، الدار الجامعية، الاسكندرية، 2001، ص 393.

2. نجم عبود نجم، ادارة الابتكار المفاهيم والخصائص والتجارب الحديثة، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2003، ص: 21.
3. طرشي محمد، بربري محمد الامين، دور واهمية الابتكار في تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية في ظل اقتصاد المعرفة، مداخلة قدمة في الملتقى الدولي، جامعة الشلف، 27_28 نوفمبر 2008، ص: 12.
4. نجم عبود نجم، مرجع سابق، ص: 22.
5. بويعة عبد الوهاب، دور الابتكار في دعم الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية، مذكرة ماجستير في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة قسنطينة، 2012، ص: 33_34.
6. محمد عبد الفتاح الصريفي، الادارة الرائدة، دار الصفاء، عمان، الاردن، 2003، ص: 38.
7. بهاز الجيلالي، خامرة الطاهر، دور الابداع التكنولوجي في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية الجزائرية، ملتقى الدولي حول المؤسسة الاقتصادية الجزائرية والابتكار، جامعة قالمة، 2008، ص: 135.
8. احمد سيد مصطفى، ادارة البشر الاصول والمهارات، بدون ذكر دار النشر، مصر، 2002، ص: 260.
9. بلال خلف السكارنة، الريادة وادارة منظمات الاعمال، دار المسيرة، 2008، ص: 48.
10. Gould, Marie **Sustainable Competitive Advantage**, Research Straters Business, 2008, P 04.
11. M. Porter ; **l'avantage concurrentiel des nations**: comment devances ses concurrent et maintenir son avancé édition ;dunod ;1998 ; paris ;p 48
12. فرحات غول، الميزة التنافسية الطريق لربح المعركة التنافسية، مقال نشر في مجلة الدراسات الاقتصادية، العدد 12، فيفري 2009، البصيرة للبحوث والاستشارات، الجزائر، ص: 33.
13. مصطفى محمود ابو بكر، التنظيم الاداري في المنظمات المعاصرة، الدار الجامعية، الاسكندرية، 2005، ص: 13.
14. احمد بلالي، استراتيجية التنافس كأساس لميزة تنافسية مستدامة، ورقة بحثية مقدمة في المؤتمر الدولي حول " الأداء المتميز للمنظمات والحكومات " جامعة ورقلة 08-09 مارس 2005، ص: 461.
15. سعيد يس عامر، الادارة وتحديات التغيير، مركز وايد سرفيس، القاهرة، 2001، ص: 541.
16. ابراهيم بورنان، يوسف بوخلخال، رأس المال الفكري ودوره في تحقيق الميزة التنافسية في منظمات الاعمال، ملتقى دولي حول رأس المال الفكري في منظمات الاعمال العربية، جامعة الشلف، 13-14 ديسمبر 2011.
17. منير نوري، فاتح مجاهدي، دور الابتكار في اكساب المنظمة العربية ميزة تنافسية والحفاظ عليها، ورقة مقدمة في الملتقى الدولي حول المؤسسة الاقتصادية الجزائرية والابتكار في ظل الالفية الثالثة، جامعة قالمة، 16_17 نوفمبر 2008.
18. بويعة عبد الوهاب، مرجع سابق، ص: 128.
19. بويعة عبد الوهاب، مرجع سابق، ص: 130.
20. زايدي عبد السلام، واقع الابداع التكنولوجي في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، ملتقى دولي حول المؤسسة الاقتصادية الجزائرية والابتكار في ظل الالفية الثالثة، جامعة قالمة، 2008، ص: 64.
21. الجريدة الرسمية، العدد العاشر، 2012، ص: 9.
- 264.