

الإبداع والنمو الاقتصادي للمؤسسات

أ.محمد زعلاني جامعة - باتنة -

ملخص:

يعتبر الإبداع من العوامل الأساسية للنمو الاقتصادي على مستوى المؤسسات بغض النظر عن حجمها ، وأكثر من ذلك أضحى العامل المهم مقارنة بالعوامل الأخرى، مثل زيادة الاستثمارات والإنفاق على البحث والتنمية...، حسب ما تشير إليه العديد من الدراسات في العقود الأربعة الأخيرة.

Résumé :

L'innovation est considérée comme composante essentielle de la croissance économique au niveau des entreprises quelque soit sa taille, en plus elle est devenue un facteur important par rapport à d'autres facteurs tel que l'augmentation des investissements et les dépenses en R/D Selon les études dans le domaine de l'innovation parues ces quatre dernières décennies.

المقدمة :

تعد المواظبة على الإبداع مسألة مهمة للغاية لتحسين الإنتاجية والقدرة الوطنية على المنافسة ومنه النمو الاقتصادي. والمدخل السليم لضمان استمرارية جهود الإبداع هو الارتقاء بمستوى إنفاق المؤسسات أو الاقتصاد ككل (الدولة) على أعمال البحث والتطوير في المقام الأول.

لقد بينت الدراسات الوفيرة في مجال علاقة الارتباط بين البحث /التنمية والإبداع أن نمو الإنتاجية مرتبط بشدة بحجم الاستثمارات في البحث والتنمية التي تؤدي إلى الابتكارات التكنولوجية كاستجابة لقوى السوق خاصة بازدياد وتناقص الطلب . كما أكدت ذات الدراسات أن البحث والتنمية يضمن بالإضافة إلى دوره التقليدي الذي يسمح بالحث على الإبداع - في حدود معينة - زيادة التحويل التكنولوجي عن طريق تحسين طاقات المؤسسات لتصبح ذات تقدم عال بفضل الدور الذي يلعبه الرأس مال البشري في نمو الإنتاجية . وعلى هذا الأساس تندرج إشكالية هذا المقال في السؤالين المتلازمين التاليين : هل الإبداع مصدر أساسي للنمو الاقتصادي؟، وهل يقتصر هذا الإبداع على حجم معين للمؤسسات دون سواها لضمان النمو وديمومته؟ ذلك ما سنحاول الإجابة عنه في المتن من خلال المبحثين التاليين.

المبحث الأول: المقاربة التطورية لعملية الإبداع.

في نطاق مفهوم التغيير التكنولوجي ، عادة ما يلجأ إلى توضيح الفرق بين التغيير المتضمن والتغير غير المتضمن . فالأول يعني استيعاب عتادا أو تجهيزات جديدة (العنصر الصلب) لجعلها موضع التطبيق بينما يستشف من الثاني أنه بإمكانه الرفع من فعالية التجهيزات القائمة فعلا بفعل تطبيق الأفكار الجديدة¹(العنصر الناعم) التي تؤدي مجتمعة إلى الإبداع الذي يأخذ شكل التغير التكنولوجي غير المتضمن وحينها سيصبح قياسه وتكميمه معقدان جدا .

1- الإبداع وأمطاه :

من القراءات العديدة حول موضوع الإبداع تبين لنا بداية من أنه من المفيد التنبيه إلى استنتاج عرضي يتعلق بعدم التمييز بوضوح لدى الكثير من الكتاب بين ثلاثة مصطلحات دقيقة هي: الابتكار ، الإبداع ،التجديد حيث عند توظيفها من الناحية الاقتصادية يستشف عادة التداخل بين الإبداع (innovation) والابتكار (invention) من جهة وإحلال التجديد في مقابل الإبداع من جهة أخرى. بمعنى واحد. وهذا التوظيف غير دقيق في نظرنا، ذلك أن كلمة الإبداع تستعمل من الناحية اللغوية للدلالة على شيء جديد وبارع، أو هي تجاوز المألوف، في حين أن الإبداع عند الاستعمال من الناحية الاقتصادية هو بالأساس موضوع لتجديد وتحسين المنتجات وأساليب الإنتاج بالاعتماد على الأفكار الجديدة. بينما الابتكار الذي تعددت واختلفت حول معناه كثير من الرؤى، نظر إليه البعض على أنه فرصة فنية (تكنولوجيا أو منتج جديد) يتم التوصل إليه في مخابر البحث والتطوير في الأصل، وإنما كفرصة سوقية.

ووفقا لمساهمة جوزيف شومبيتر، الاقتصادي الرائد في هذا المجال فمفهوم الابتكار يلخص في أنه " قدرة الشركة في التوصل إلى ما هو جديد يضيف قيمة أكبر و أسرع من المنافسين في السوق"². أو هو من ناحية أخرى " فكرة لتطبيق جديد العلم "³. وفي علاقة الابتكار بالبراءة فإن هذه الأخيرة هي وثيقة قانونية تمثل الابتكار وتسمح للمالكها احتكار واستغلال هذا الابتكار لمدة زمنية معينة تختلف من بلد لآخر.

ورغم ما كتب عن الإبداع ودوره في النمو الاقتصادي ، ورغم اتساق أفق المحاولات العديدة للتعريف بأهميته في تعميق أساليب عمل خلاقة تستند عليها المنظمات الصناعية لتشخيص مستويات التغير التكنولوجي في عملياتها الإنتاجية بهدف تحسين أدائها والحفاظ على ميزتها التنافسية ، فالفضل كل الفضل ، يعود دائما إلى جوزيف شومبيتر وما طرحه من أفكار حول الإبداع لأول مرة سنة 1935 ، بتعريفه للإبداع على أنه " إدخال منتج جديد للسوق

وطرق إنتاج جديدة أو إيجاد أشكال جديدة للتنظيمات الإدارية للمؤسسة⁴ الذي يجيله ضمنا إلى نتائج مقولته الشهيرة : "الهدم الخلاق".

وبمعنى آخر فالإبداع في معناه الأول ، هو التطبيق الاقتصادي للابتكارات الذي يصل إلى خلق "منتجات وخدمات " جديدة وكذا أسواق جديدة .والإبداع من جهة أخرى ليس فقط وضع الابتكارات التكنولوجية موضع التطبيق⁵، بل يمكن أن يفسر كل فكرة جديدة حتى ولو لم تكن تقنية تسمح بعرض منتجات وخدمات جديدة. وبهذا المعنى فالإبداع أخيرا هو توظيف الخلق *Créativité* في كل عنصر من العملية الاقتصادية . ويتعلق الأمر بالتنظيم والهياكل المالية ، والموارد البشرية ، والبحث والتطوير ، والتمويل ، والإمداد ، والعلاقات مع السلطة العمومية ، والعلاقات مع الموردين والمنافسين ، وأيضا بنماذج التسيير والإعلام والاتصال ، وكذلك بالإبداعات المرفقية التي تخص الأطر التشريعية أو القانونية، والإبداعات التنظيمية...

وبشكل عام يفرق جوزيف شومبيتر بين خمسة أنماط للإبداع⁶ هي:

- A. خلق منتجات جديدة.
- B. ادخال طرق جديدة في الإنتاج.
- C. خلق أشكال جديدة للتنظيم الصناعي.
- D. تنمية أسواق جديدة على المستوى الجغرافي والاقتصادي.
- E. تنمية موارد جديدة.

إلا أن قائمة الأنماط هذه عادة ما تقلص من طرف الباحثين الاقتصاديين إلى نوعين أساسيين للإبداع عند تناول موضوعه.

- من جهة " إبداعات المنتجات - الأسواق".
- من جهة أخرى " إبداعات العملية أو الطريقة".

الذدان يترجمان بارتفاع الإنتاجية وتخفيض التكاليف.

2- مصادر الإبداع :

مصادر الإبداع التكنولوجي متعددة وكثيرة جدا ولا تنحصر في إحداها تحديدا أو بشكل حاسم ، وإنما ترتبط دائما بالقدرة الخلاقة للمتعاملين الاقتصاديين ودوافعهم للإبداع وتحفيزاتهم على القيام به .

ولتحديد هذه المصادر إجمالاً، وجدنا في تطبيق أفكار⁷ K. Pavitt الشهيرة حول تحليل مصادر الإبداع ، أحسن طريقة للتعبير عن هذه المصادر وتحديدها. وكانت أكثر التطبيقات في هذا المجال ركزت على الحالة الفنلندية، البلد الذي تميز بجهود تكنولوجية معتبرة وأكثر ديناميكية.

فبناء على تحليل واقع عدد معتبر من المؤسسات التكنولوجية المبدعة (587) الملتزمة بالبحث والتطوير على امتداد عشر سنوات 1980-1990، خلص إلى تبيان مساهمة ثلاث مجموعات لمصادر إبداع المنتجات بالترتيب:

- البحث والتطوير.
- ديناميكية الأسواق وطلبات المستهلكين.
- القيود البيئية (المحيط) " وفق منطق التنمية المستدامة.

هذه المصادر جزئت إلى مصادر أخرى للإبداعات هي : الفجوة التكنولوجية ، التكنولوجيا الجديدة ، برامج البحث العمومي ، حدود السوق ، طلب المستهلكين ، عرض الموردين ، المنافسة بالأسعار ، المنافسة بالإبداعات، تطوير المحيط . إلى جانب تعاون المنتجين مع متعاملين آخرين الذي يعتبر كذلك من مصادر الإبداع: زبائن ، موردين، مستشارين، منافسين، جامعات ، هيئات البحث.

أما فيما يخص الإبداع غير التكنولوجي ، فالمرّة الأولى التي أخذ فيها بعين الاعتبار كانت سنتي 2003-2004 من طرف اللجنة الأوروبية حول الإبداع من خلال تقاريرها السنوية ،

مثل التغيير التنظيمي وتطبيق الطرق الحديثة للمناجمت "Management" حيث تم ترتيب مجموعة من البلدان التي تناولتها دراسة اللجنة المذكورة على أساس النسبة المئوية لمؤسساتها الصغيرة والمتوسطة التي أنجزت هذه الإبداعات ، حسب ما يتضح من المعاينة التالية في الجدول الموالي:

جدول (01): ترتيب البلدان على أساس الإبداعات غير التكنولوجية

التي أنجزتها م.ص.م

تطبيق الطرق الحديثة للمناجمت	تغيرات الهيكل	الإبداعات غير التكنولوجية: ترتيب عام	الأساس / البلد
36%	49%	65%	ألمانيا
	39%	49%	بلجيكا
		47%	فنلندا
		38%	اسبانيا
17%	25%	38%	هولندا
17%		38%	ج. تشيك
17%	7%	23%	فرنسا
31%	32%		بريطانيا
17%			ايطاليا
7%			المجر
7%			الدانمارك

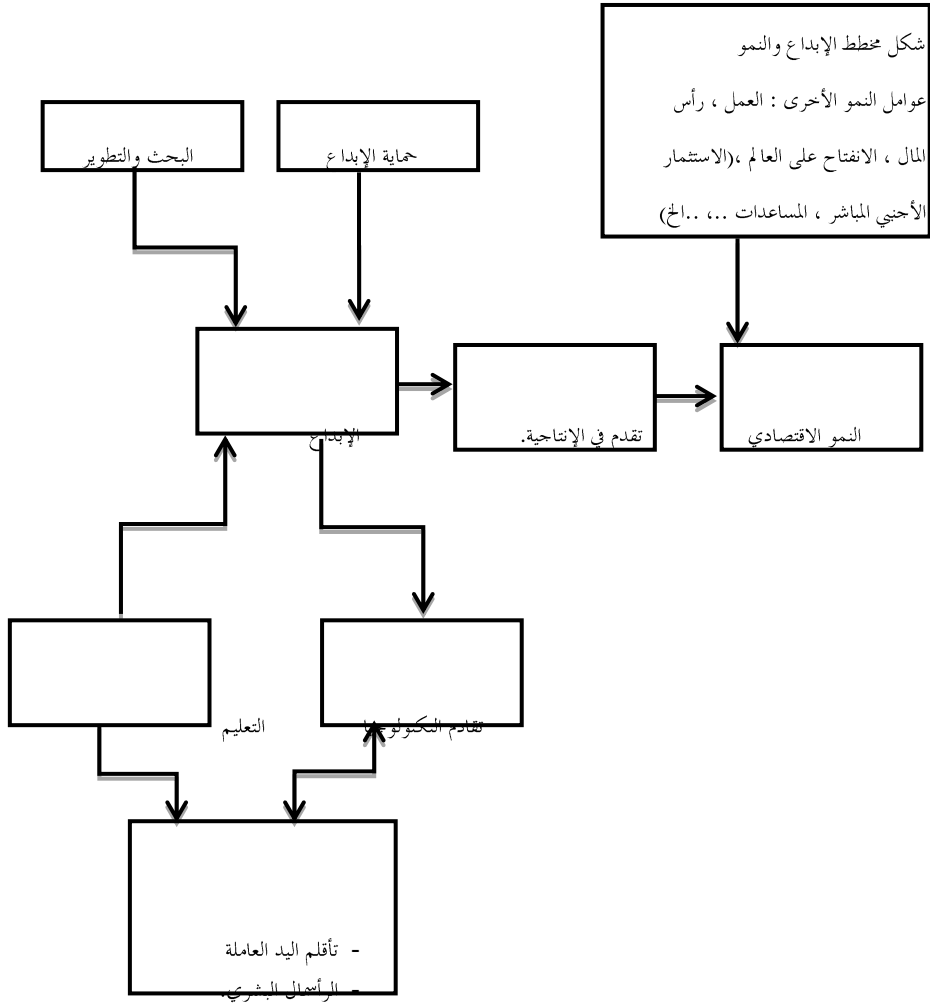
المصدر : من إعدادنا بناء على قراءات في الإحصائيات والتحليل الواردة في :

Rapport de la commission européenne, tableau de bord de l'innovation 2004, P25

التي تبين أن ألمانيا التي أنجزت 49% بالنسبة لتغير الهيكل ، ويرجع ذلك إلى جهودها الجبارة في إعادة الهيكلة في المنطقة الشرقية (ألمانيا الشرقية سابقا) . لكن إذا أخذنا في الحسبان معنى الترتيب فلا نعتقد وجود ارتباط ذي مدلول بين المؤشر العام للإبداع وهذه المؤشرات كما في الإبداع التكنولوجي، بالإضافة إلى ذلك يبدو أن مؤسسات البلدان التي أنجزت الإبداعات غير التكنولوجية تكون قد جددت منتجاتها أو عدلتها (مغيرة للتكنولوجيا) بدون أن تمارس البحث والتطوير بانتظام ، أو أنها قد تكون راضية بتبني تكنولوجيا خارجية . وهذا ما يعزز الاعتقاد لدينا بان تفكير مسؤوليها انصب على ترقية المعرفة بدلا من تغذية الإبداع.

3- محفزات الإبداع:

قد لا يكفي اعتبار العلاقة التداخلية بين البحث / التنمية والإبداع كافية لوحدها لتفسير دور الإبداع (كعملية معقدة) في النمو الاقتصادي، إلا إذا عرّجنا على العوامل الأخرى التي تشترك في ترقية الإبداع والنمو في آن معا موجزة في الشكل التالي:



المصدر من إعدادنا

الذي يتبين منه أن لمخصصات التعليم والتكوين⁸ آثارا أكثر استدامة على النمو إذا كان الإبداع مواجهها بمستوى عال من التأهيل والتكوين مسرعا هكذا للتقدم التكنولوجي. أو إذا تواجدت يد عاملة أكثر تأهيلا لتسهيل تبني وأقلمة تكنولوجيات جديدة، ذلك أن التقدم

التكنولوجي عادة ما يرتبط بالتعليم ، خاصة في حالة التعليم العالي الذي يساهم في النمو ليس فقط بتحسين نوعية اليد العاملة ، ولكن من خلال الإبداع كذلك.

كما يتبين منه من جهة أخرى الأهمية التي يكتسبها الرأسمال البشري باعتباره من المحددات الأساسية أو المشجعة على الإبداع والتغير التكنولوجي من خلال القيمة المزدوجة للرابطة القائمة بينه وبين الإبداع، حيث الرأسمال البشري يمكن أن يكشف عن وجاهته في خلق المنتجات الجديدة ، وأيضا في عملية نشر وتبني الإبداع الحالي . لذلك فغياب أو نقص الرأسمال البشري بالنسبة للإبداع يستطيع أن يخلق عائقا له.

وفي المحصلة يمكن تلخيص ما سبق عن التحفيز المباشر على الإبداع والدور الكبير الذي يلعبه في نمو الإنتاجية التي ترفع من معدل النمو الاقتصادي في ما يلي:

- البحث/ التنمية يزيد من الإبداع والقدرة على استيعاب إبداعات الآخرين.
- التكوين المرتكز على الكفاءات والمرتبط بالتعليم العالي يرفع وبشكل معتبر من قدرة المؤسسات على الإبداع.

4. مؤشرات الإبداع:

لقد كشفت مفارقات التطور التكنولوجي على الصعيد العالمي عن تحول النقاش المتعلق بالمنظومة التكنولوجية إلى الإبداع الوطني بما تحمله من عناصر مدمجة "Agrégés" كدافع لترقية القدرة الإبداعية لتحقيق النمو إن على المستوى المؤسسي أو الوطني أو الجهوي .

فعلى المستوى الوطني أو الجهوي يمكن اعتماد هذه العناصر المدمجة كمؤشرات رغم أنها معقدة جدا وتقريبية لقياس استيعاب الإبداع في مختلف البلدان ولتسهيل المقارنات بينها ، وتبقى التعاليق المعمقة⁹ بشأنها هي التي تسمح بتوضيح صورة كل التأثيرات المتبادلة بين العوامل المتنوعة التي تحدد تطور هذه القدرة الإبداعية المحتملة.

وفي هذا الإطار تقترح مجلة الاقتصادي "The economist" كل سنة مؤشر خلق "Créativité" للمؤسسات والبحث الذي يأخذ بعين الاعتبار قدرات الموارد البشرية

وتحفييزات الأسواق والتأثيرات المتبادلة بين قطاعات المؤسسات وقطاع التعليم والتكنولوجيا...
وجاء ترتيبه المنشور سنة 2004 كما يلي في الجدول التالي:

جدول رقم (02): مؤشرات دليل إبداع المؤسسات والبحث في مجموعة من البلدان.

3.68	البرتغال	4.82	الدنمارك	5.19	بلجيكا	6.51	كندا
3.30	المجر	4.72	اليابان	5.17	السويد	6.50	و.م.أ.
3.24	ج.التشيك	4.48	اليابان	5.02	بريطانيا	6.37	تايوان
2.98	بولونيا	4.47	اسبانيا	5.01	فرنسا	6.12	فنلندا
2.77	سلوفاكيا	4.44	سويسرا	4.98	ألمانيا	6.46	كوريا.ج
		3.95	اليونان	4.88	هولندا	5.27	النرويج

Source : the economist, pocket world in figures 2003 ,p58 in Pierre tabatoni,innovation, op.cit,23

الذي يبين إن الإبداع يعتمد على عدد كبير جدا من المؤشرات ويفسر بما المقارنة مع ترجيح المساهم منها بقوة في تحسين مستويات الأداء في كل بلد على سبيل المقارنة كما يتضح من الآتي :

جدول (03): مساهمة أفضل المؤشرات في الإبداع والأداء لمجموعة من البلدان الأوروبية

البلدان	مساهمة المؤشر
السويد، الدنمارك، بريطانيا	مساهمة اليد العاملة في التكوين المستمر
ألمانيا، سويسرا، التشيك	شغل الوظائف في النشاطات الصناعية العالية التكنولوجيا
السويد، فنلندا، الدنمارك	البحث والتنمية في المؤسسات
فرنسا، السويد، فنلندا	الإنتفاق العمومي على البحث والتنمية
فنلندا، هولندا، السويد	عدد البراءات الأوروبية المحلية في التكنولوجيا الراقية/ساكن
فنلندا، السويد، الدنمارك	عدد البراءات الأمريكية المسجلة في التكنولوجيا الراقية/ساكن
سلوفاكيا، ألمانيا، بلجيكا	النصيب المنفق على الإبداع من رقم الأعمال %
الدنمارك، ألمانيا، فرنسا	نصيب رأس المال المخاطر في التمويل %

الدخول في شبكة الانترنت	السويد، الدنمارك، ألمانيا
المؤسسات الصغيرة والمتوسطة النشطة في الإبداع المحلي	الدنمارك، بلجيكا، لوكسمبورغ

المصدر: من إعدادنا بناء على معطيات مخطط مؤشرات حوصلة الإبداع المعروف بـ:

Summary Innovation Index(S.I.I)

1-Pierre Tabatoni /Innovation – Désordre –Progrès –Economica –Paris
-2005-Pp23-28

2-Robert Boyer ,Michel Didier, Innovation Et Croissance, La
Documentation Française, Paris 1998 P42.

المبحث الثاني: الإبداع وحجم المؤسسات

تجدر الإشارة إلى أن قدرا كبيرا من الصعوبات التي تعترض الباحثين الاقتصاديين عند الحسم في ماهية حجم المؤسسات المبدعة، ترجع إلى عدم توفر مؤشرات ذات مصداقية (محددة) للإبداع التكنولوجي، بالرغم من إنحاز تقدم كبير خلال كل السنوات الأخيرة في ميدان التحقيقات المباشرة حول الإبداع. ولذلك يجب طرح السؤال الذي شغل المختصين في الاقتصاد الصناعي للإبداع منذ أربعة عقود تقريبا في صيغته العامة التالية:

ماهي المؤسسات (المنظمات) التي تحمل هم الإبداع أكثر من غيرها بترعة قوية كعامل لنموها؟ أهي الكبرى أم المتوسطة والصغيرة؟ الإجابة عن السؤال سوف لن تكون حاسمة بالنسبة لأي حجم ابتداء، ولكنها بالتأكيد ستربط بين المقدرة على الإبداع وحجم المؤسسات وتقرر حتما عبر مسألتين في غاية الأهمية: تقسيم المؤسسات إلى فئات وهيكل السوق.

تتجاذب الأطروحات التقابلية حول حجم المؤسسات ودورها في خلق الإبداعات التكنولوجية، انطلاقا من المؤشرات التقليدية¹⁰ كنفقات البحث والتنمية (مدخلات عملية الإبداع) أو إيداع البراءات (مخرجات نظام البحث)، رغم اللبس الكبير الذي يشوب المعلومات التي تقدمها هذه المؤشرات. وفي هذا الإطار يرى أنصار الأطروحة المنحازة لقدرة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على ترقية الإبداع التكنولوجي، أن حافز المنافسة في الصناعة التي تحتوي هذه المؤسسات هو الذي يدفع إلى إنتاج وترقية الإبداع. وفي إطار المنافسة هذه يشير (k.Arrow

1962) في نموذجه الرائد إلى أن هيكل السوق التنافسي¹¹ يحث على الاستثمار في البحث والتنمية (بمعنى على الإبداع) أكثر من هيكل السوق الاحتكاري ذلك أن المردود سيصبح أكثر ارتفاعا. فضلا عن ذلك توجد مزايا هيكلية معروفة ألها في صالح الإبداع في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مثل: تنظيم أقل ثقلا (أكثر مرونة) إمكانية القبول بالسوق الضيقة في ميادين كثيرة، اعتماد ألحسن التحفيزات¹² (F.M.Scherer)

كما جاءت تأكيدات¹³ أخرى تفيد في تدعيم هذه الأطروحة مستوحاة من النتائج التي توصل إليها كل من (A.N. Link, J. Rees 1991) وتشدد القول على أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تبدو فيها عملية الإبداع أقل بيروقراطية تميل إلى الاستغلال أكثر فأكثر للعلاقات التي تربطها بالجامعات ومراكز البحث وتكون قادرة على تطوير خدماتها في مجال البحث والتنمية بفعالية.

ونظرا لكون هذه الصناعات تكون في أغلب الأحيان عاجزة عن مواجهة النفقات الباهظة لكثير من أعمال البحث والتنمية للوصول إلى إبداعات، ولتواضع ومحدودية عوائد هذه الأعمال بالنسبة للصناعات الصغيرة خاصة، يكون من الصعب على هذه الصناعات التفكير مستقبلا في الاستثمار الذي يقود إلى تغيرات جوهرية في التكنولوجيا، ولهذا بإمكان الصناعات الصغيرة وبإمكاناتها أن تتبنى جهودا متميزة في البحث والتنمية تعتمد على قدراتها في تشكيل مجموعة¹⁴ متخصصة (أو قطاعية) أو موقعية لتفادي العائق المالي.

وفي مقابل ماسبق من طرح ورؤى حول الإبداع وترقيته في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، يرى أنصار قدرة المؤسسات الصناعية الكبيرة على الإبداع أكثر من غيرها من المؤسسات الأخرى، كونها ذات أصول تكنولوجية متقدمة تتطلب عمليات تصميمها وتطويرها تكاليف استثمارية باهظة وعددا كبيرا من العلميين والمهندسين والتقنيين وأنظمة إدارية متطورة، وهي بالفعل قادرة على تحمل هذه التكاليف نظرا لتمتع هذا النوع من المؤسسات بميزة توفر المالية قياسا بالمؤسسات الصغيرة.

وفي نفس الاتجاه أوضح مؤيدو هذا الطرح في أكثر من موقع أن المؤسسات الصناعية ذات الحجم الكبير أكثر كفاءة في البحث والتنمية من المنشآت الصغيرة والمتوسطة وذلك بسبب ديناميكية الطلب على منتجاتها في الأسواق الدولية والوفورات التي تحققها هذه المؤسسات، مما يزيد من قدرتها على الإنفاق بكفاءة أعلى وخاصة بالنسبة للبحوث التي تتطلب تكاليف عالية والتي يمكن تغطيتها من خلال العوائد الكبيرة التي تستحوذ عليها عادة المؤسسات المذكورة من أسبقيتها للتحويلات التكنولوجية مميزة تنافسية في الأسواق الدولية وذلك حيث تستمر هي في الحفاظ على أسرارها لأطول فترة ممكنة¹⁵.

لكن ما يعاب على أنصار هذا الطرح المنحاز لأسبقية المؤسسات ذات الحجم الكبير في الإبداع على غيرها من المؤسسات الصغيرة ، هو عدم الانتباه إلى تركيز الإنتاج الذي يرافقه تعاضم دور المؤسسات الكبيرة قد يساهم في بروز تنظيمات احتكارية، والاحتكار يجعل البحث والتنمية في الغالب أقل أهمية حيث تمثل المؤسسة المحتكرة شراء نتائج البحث والتنمية من السلع الرأسمالية، كما قد يؤدي التركيز إلى زيادة التخصص في الإنتاج بدلا من التنوع وهذا ما يزيد في التقليل من أهمية البحث والتنمية أيضا ، وبالتالي انحسار التغيرات التكنولوجية والعزوف عن الإبداع كما يعتقد كل من (Scherer, Mansfield, Arrow) أصحاب الطرح الأول.

وغنى عن القول، فالإتجاه السائد حاليا حمل عناصر أخرى جديرة بالاهتمام لإثراء هذا النقاش الذي لم يحسم بعد، منها:

- أن تكثيف البحث والتنمية (نسبة البحث والتنمية إلى رقم الأعمال) ينمو مع حجم المؤسسات تناسبيا، أي مرتبط إيجابيا بحجمها (L. Soete)
- أن محددات الاستثمار في البحث والتنمية تبدو مختلفة حسب حجم المؤسسات. ففي المؤسسات الكبيرة تكون نفقات البحث والتنمية مدفوعة بالربح ورقم الأعمال أما في المؤسسات الصغيرة فتكون هذه النفقات مدفوعة بالمبيعات (Helpmen)

• أن عدد الإبداعات التي قادت إلى براءات تنمو بكل تأكيد مع حجم المؤسسات المدونة (F.M.Scherer). علما بأن إبداع الإبداعات كقياس (تقريبي) لقدرة المؤسسات على الإبداع يشوبه هو الآخر كثير من اللبس تماما مثل البحث والتنمية. ويبقى القول في النهاية أن المسح السريع للآراء المتقابلة حول الإبداع وحجم المؤسسات تميل في الغالب نحو ترجيح الكفة لصالح مبررات ميل المؤسسات ذات الحجم الكبير للإبداع أكثر من المؤسسات الصغيرة، وهي معاناة ليست صحيحة إلا بشكل عام، ذلك أن الدراسات القطاعية أظهرت تميزا قويا بين الصناعات. وعليه كقاعدة عامة يوجد بكل تأكيد ربط بين القدرة على الإبداع التكنولوجي وحجم المؤسسات، هذا الربط لا يمكن تحليله بدون الأخذ بعين الاعتبار النضج التكنولوجي للقطاع الذي يقصد به الطاقة التكنولوجية القائمة في لحظة زمنية معينة.

خاتمة:

حاولنا من خلال هذا المقال تسليط الضوء على احد أهم مكونات النمو الاقتصادي للمؤسسات ألا وهو الإبداع بشقية التكنولوجي وغير التكنولوجي. وبصرف النظر عن أشكال وأنماط الإبداع نفسه، وبصرف النظر كذلك عن حجم المؤسسات التي تقوم بالإبداع حسب التحليل المقدم في هذا المقال، كانت المنافسة حافزا على إنتاج وترقية الإبداع في النظرية الني وكلاسيكية بطبيعة الحال - أكثر من السوق الاحتكاري الذي يقلل بطبيعته من أهمية البحث/التنمية التي تقود إلى الإحجام عن الإبداع ومنه تقليص النمو. وللخروج من مأزق ثنائية المنافسة -الاحتكار الناتج عن الجوانب المتناقضة للإبداع بالمنافسة، يقتضى الأمر تنظيم الأسواق وتأثير هذا التنظيم على وتيرة الإبداع والاسترشاد بسياسة المنافسة النشطة على مستوى الفضاءات الوطنية، والقيام بالدراسات القطاعية التفصيلية التي تسمح بالتشخيص الفعلي للقطاعات التي تحتوى أفضل تأطير للمنافسة تبين أنها مواتية للإبداع.

مراجع وهوامش

- 1- د. محمد عبد الشفيق عيسى، التأهيل التكنولوجي-الابتكاري للمؤسسات الاقتصادية الوطنية في إطار الاقتصاد الدولي (مراجعة نظرية، ورؤية تطبيقية- نقدية)، مجلة العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة فرحات عباس-سطيف- العدد01 سنة 2001،ص86 -.
- 2- نجم عبود نجم، الابتكار- المفاهيم والخصائص والتجارب الحديثة، جامعة الزيتونة الأردنية، دار وائل للنشر، طبعة أولى سنة 2003، ص22 .
- 3 – Abdelaziz salem ,exportation et innovation , les cahiers. du C.R.E.A.D, N =431er trimestre 1998 ,p 67.
- 4 – boukhalfa ben amar , innovation et économie de marché En Algérie , cas des I . A . A , les cahiers du C.R.E.A.O , N=72-2005 ,p33.
- 5 – المقصود بذلك أنه ليس بالضرورة أن تكون كل الإبداعات مصدرها تكنولوجي.
- 6 – pierre tabatoni, innovation des ordre – progrès ,Economica, paris ,2005 p13.
- 7 -idem p19
- 8 – ليس مقالنا هذا البحث والتدقيق في(أثر التعلم و التكوين على الإبداع النمو)، و لكن من حيث دوره في الرأس مال البشري الذي يسرع بالتعبئة في عملية الإبداع .
- 09- مصدر هذه المؤشرات و تنوعها يرجع بالأساس إلى ما ورد في ملاحق تقارير اللجنة الأوروبية حول الإبداع لسنة 2004 بناء على اعتماد مخطط مؤشرات حوصلة الإبداع الموسوم ب: (S.I.I) أو «Summary innovation index» الذي يسمح بعقد مقارنات بين البلدان الأوروبية و الولايات المتحدة الأمريكية واليابان.
- و لتوضيح ذلك اعتبر أن الإبداع يعتمد على 20 مؤشرا متداخلا:
- مؤشرات للموارد البشرية الموجهة للإبداع (05)
- لخلق المعارف الجديدة (04)
- لنقل و تطبيق المعارف (04)
- الإبداع المالي،السوق والإنتاج (07)
- و لمزيد من التوضيح حول هذه النقطة أنظر:
- Pierre tabatoni, innovation. désordre- progrès, op cit pp 22-28
- 10 – لأن البحث و التنمية ليس هو العامل الوحيد للإبداع ، أو المدخل الوحيد رغم أهميته و ضرورته ، بل هو جزء فقط من المجاميع الكلية للإبداع ، بدليل أن الصناعات بإمكانها أن تقوم بعملية الإبداع حتى في غياب

البحث /التنمية .و على هذا الأساس فالإبداع و البحث /التنمية ميدانين مختلفين بالرغم أن الثاني ينتج الأول في جزء منه .

11- Christian le bas, Économie de l'innovation, Edition Economica,
paris 1995, P32

12 –idem P33

13 –idem P35

14- هوشيار معروف، تحليل الاقتصاد التكنولوجي، دار حرير للنشر والتوزيع ، طبعة ثانية ،عمان -الأردن
،سنة 2006 ص 283 .

15 – نفسه ص 283.