

دور الموارد البشرية و العمل الجماعي في تحقيق الإبداع

- دراسة حالة المؤسسة الوطنية للأفرشة المغربية بتلمسان.

أ. قوراري مريم

الملخص:

لطالما اعتبرت المؤسسات المورد البشري من أهم الثروات التي تلجأ إليها المؤسسات في تحقيق أهدافها وغاياتها الإستراتيجية على المدى الطويل وهذا بالتنسيق ما بين جهود هذه الموارد في إطار العمل الجماعي والذي يسمح بتحقيق بعض العوامل المفتاحية الإستراتيجية كعامل الإبداع، ومن هذا المنطلق تتبادر لنا الإشكالية التالية : **ما مدى مساهمة العمل الجماعي في تحقيق إبداعات المؤسسة ؟** ومن أجل معالجة هذه الإشكالية اقتضت الحاجة إلى تقسيم هذه الدراسة إلى جزأين نظريين: فالأول تم التطرق فيه إلى الإطار النظري للإبداع، أما الثاني فتم التعرض فيه إلى حالات الإبداع المختلفة، كما تم تبيان أهمية الرأسمال البشري ومساهمته في تحقيق الخلق لدى المؤسسة. ومن أجل تدعيم الجزء النظري كان لابد لنا استكمال دراستنا بجانب تطبيقي متمثل في دراسة حالة المؤسسة الوطنية للأفرشة المغربية وذلك لمعرفة واقع العمل الجماعي، حيث تم استخلاص أهميته ودوره الكبير في تحقيق إبداعات المؤسسة.

الكلمات المفتاحية : العمل الجماعي، الموارد البشرية، الإبداع الجماعي، مؤسسة LIT MAG .

:Abstract

Have long been considered the human resource of the most important resources used by the institution in achieving its goals and objectives strategic long-term institutions, and this coordination between the efforts of these resources in the context of collective action which allows the achievement of some of the key factors strategic factor of creativity, and this spirit come to us the following problem: What the extent of the contribution of teamwork in achieving creations Foundation? in order to address this problem should the need arise to divide the study into two theoretical: the former is the address to the theoretical framework for creativity, while the second shoved exposure it to different cases of creativity, was also illustrate the importance of human capital and its contribution to achieve with the creation Almassh.omen in order to strengthen the theoretical part was necessary for us to complete our study next to the application represented in the National Foundation for mattresses Maghreb case study in order to know the reality of teamwork, where it was important to draw big role in achieving creations Foundation

Keywords: teamwork, human resources, collective creativity, LIT MAG Foundation

مقدمة:

إن حاجة المؤسسات إلى التطور في محيط يتسم بالتغيرات المستمرة جعل منها تفكر ببعض الطرق السامحة لها بتحقيق الديمومة ومن بينها قيام المؤسسة بنشر روح العمل الجماعي وذلك لأهميته البارزة وضرورته الملحة في تحقيق الأهداف الإستراتيجية العامة للمؤسسة كعامل الإبداع، ومن هذا المنطلق يمكن لنا طرح التساؤل الرئيسية التالية : ما مدى مساهمة المورد البشري وبالتحديد العمل الجماعي في تحقيق إبداعات المؤسسة ؟ ومن أجل الإجابة على هذه الإشكالية اقتضت الحاجة إلى الإلمام بالجانب النظري والتطبيقي وهذا ما سيتم التطرق إليه.

1- الإطار النظري للإبداع:

1-1- تعريف الإبداع وماهيته:

يعتبر الإبداع من الأمور الهامة بالنسبة لجميع المؤسسات التي تسعى لتحقيق الازدهار في محيط يشهد تذبذبات مستمرة.

1-1-1- ماهية الإبداع:

منذ الأزل البعيد اعتبر الإبداع من المعجزات السماوية والتي لا تمنح إلا من بركة الخالق عن طريق الإلهام الذي لا يأتي من العدم بل يمنح فقط إلى الشخص المنحدر من سلالات عريقة ومباركة.

إن أي جيل جديد يقوم بإدخال تحسينات بالمقارنة مع الأجيال السابقة كآلية للتجديد، وعلى هذا الأساس فإن هته الآلية تعتبر مصدر تطور مختلف الأجناس. إن هذه الفكرة مأخوذة من ملخص "نظرية نمو الأجناس" لـ "**Darwin**" وهو بذلك يضع قدرات التأهيل في محيط دائم التحول تحو فيه المنافسة وهي التي تحدد القدرة على الحياة لكل الأجناس، وبالمقابل فإن هذه الجملة يمكن تطبيقها على المؤسسة، واعتبار عامل التأهيل والمرونة والقدرة على التعلم وتنمية الملكات والقدرات الجديدة من الخصائص الضرورية السامحة بالدوام في السوق، حيث تغيب نهائيا الحدود وأين تفرض بحدة المنافسة العالمية¹.

إنّ النتائج المترتبة على الإبداع كانت لفترة طويلة معرّفة كعامل مهم من أجل البقاء و نجاح المؤسسة، وعليه فإنّ المؤسسة التي تريد أن تعظم أو تضمن نشاطاتها في القطاع السوقي يجب عليها أن تعرض منتجات تتماشى مع الرغبات السوقيّة، فالإبداع يعتبر الطريقة المثلى لإشباع هذه الرغبات².

يعتبر الإبداع من الأمور الهامة بالنسبة لجميع المؤسسات التي تسعى لتحقيق الازدهار في ظل بيانات مضطربة متغيرة وتنافسية، وقد ازدادت أهمية الإبداع عند المؤسسات في ظل ازدياد حدة المنافسة فيما بينها خاصة المنافسة الدولية والتي زادت من حاجة المؤسسة إلى الإبداع تجنباً لخطر التقهقر والزوال³.

2- تعريف الإبداع:

بعد التطرق باختصار إلى ماهية الإبداع، يمكن تقديم التساؤل التالي: ماذا نقصد بالإبداع؟.

إنّ مصطلح الإبداع من أكثر المصطلحات عصره ورواجاً وانتشاراً في جل المجالات وهذا نظراً لخصائصه الأخاذة ومخلفاته الإيجابية الأكيدة على هته المجالات والقطاعات في حد سواء. لقد موّ الإبداع على عدة تعريفات اختلفت من حيث تحديد المفهوم الدقيق له، وهذا نتيجة لاختلاف آراء الكتاب، إلّا أنّ التصادم ما بين هته التعريفات لم يخلق عنه إلّا الزيادة في الإضفاء على قيمته وإثراء مفهومه وزيادة جوهر قيمته، وفيما يلي سنقدم أهم التعريفات :

الإبداع قبل كلّ شيء حالة تنتج من الفكر، فهي عملية تجعل من الإدارة دائمة البحث في كل المستويات عن الطريقة التي تساعد على تحقيق الأداء بفعالية أكبر لتقديم أحسن وأجود منتج/خدمة للزبون⁴.

من المنظور الاقتصادي الكلي يعتبر الاقتصاديين الإبداع المحرك المساهم في تحقيق النموّ فبالنسبة للمؤسسة يعتبر الإبداع شرط من شروط البقاء فيجب الإبداع للعيش أو الزوال⁵.

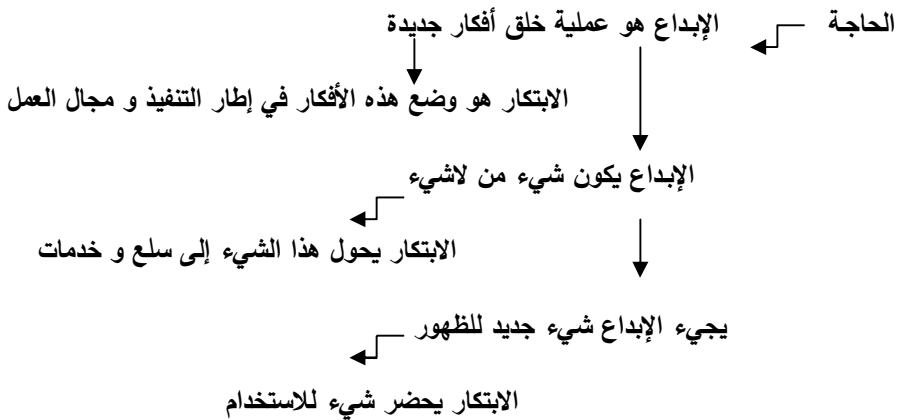
فمن مميزات الإبداع أنه يساهم في وضع أنشطة جديدة لوظائف إنتاجية جديدة، وهذا ما أكد عليه **SCHUMPETER** فحسبه عند قيام اقتصاد أو مؤسسة معينة بشيء خارج عن الممارسات العادية فإننا نستطيع التكلم عن عملية الخلق. هذا ما يساعد المؤسسة على توسيع دائرة أنشطتها الإنتاجية والتنظيمية وحتى الفكرية، بالإضافة إلى قدرتها على تحديد الفرص والتهديدات المستقبلية والعمل على توفير المناخ المناسب لاستغلال هته الفرص كنتيجة لتمكنها من بناء وتكوين الأفكار الإبداعية.

1-2 - مفاهيم أساسية للفرقة:

1-2-1- التفرقة ما بين الإبداع والابتكار:

اختلفت الرؤى والاتجاهات الفكرية في تحديد العلاقة ما بين الإبداع والابتكار خصوصا في تحديد الحدود الفاصلة ما بين هذين العنصرين، بالإضافة إلى التساؤلات المطروحة حول حقيقة وجود الترابط الكائن أو الانفصال المطلق بينهما ما دام أن الإبداع والابتكار كلاهما حالتان فكريتان نابعتان من العقل الإنساني، ويقول **JOHNMANN** أن بعض الكتاب يعتقدون بأن الإبداع يعتبر سببا في الابتكار ويرى آخرون أن الابتكار يولد أفكارا إبداعية⁶. للتوضيح الدقيق فإننا نستعرض البيان التالي:

شكل رقم (1.1) النموذج التفريقي للإبداع والابتكار



المصدر : من إعداد المؤلفين ، مستخلص من فقرات المرجع: رفعت عبد الحليم الفاعوري

بعد أن استعرضنا كل من الإبداع والابتكار يمكن القول أنهما مصطلحان مترابطان متداخلان، وإن كانت بعض الدراسات تشير إلى وجوب التفرقة بينهما في المفاهيم وتحديد الفروق من الناحية العملية فقط إذ أننا نجد ههما متلاحمين وهذا ما يبينه النموذج أعلاه، فالعمليات الإبداعية هي بداية العملية الذهنية التي تم تخيلها والمرتبطة بالمستوى الفردي و التي يتم تجسيدها إلا بدخول عامل الابتكار لارتباطه بالجانب العملي لتطبيق هته الأفكار الإبداعية.

1-2-2- التفرقة ما بين الذكاء والإبداع:

في الكثير من الحالات يتم الخلط ما بين الإبداع والذكاء نتيجة للتلاحم الشديد فيما بينهما وللتفرقة ما بينهما نتطرق إلى الجدول التالي⁷:

جدول رقم (1.1) الفرق ما بين الإبداع والذكاء

الإبداع	الذكاء
يتضمن توليد أو خلق أفكار جديدة أو إيجاد علاقات لم تكن معروفة أي إيجاد شيء لم يكن موجودا من قبل أو تقديم أفكار لم يتطرق إليها أحد من قبل والتي تساهم في تطوير الحياة و تحسينها.	الذكاء يعبر عن القدرات الذهنية والفكرية التي تساعد الإنسان على الفهم والتكيف والاستجابة السريعة مع المواقف الجديدة.
	يساعد على فهم القواعد والعلاقات في موضوع أو موقف معين
	تساعد على أداء المهمات بصورة أفضل مع مواجهة المشكلات بنجاح.
إن الذكاء ضروري للإبداع، و لكن ليس من الضروري أن يكون الأذكاء مبدعين	

II - حالات الإبداع المختلفة:

II - 1- الإبداع كعملية تدريب:

إن الخاصية الأساسية للنظرية التطورية أنها اعتبرت الإبداع كعملية تدريب أو عملية إدراك، فنجد عدد كبير من رواد النظرية التطورية كـ **Dosi، Freeman، Nelson، Winter** : قد عالجوا الإبداع كعملية إدراكية "عملية تمس الجانب الإدراكي والمعرفة" وهذا جانب من جوانب أعمال هؤلاء الرواد الذين عرفوا نجاح واعتبرت أعمالهم كمرجع لدراسات لاحقة⁸.

إن التعديلات الطارئة جراء إدخال عامل الإبداع من أجل تحسين الإنتاج هي في حقيقة الأمر تعديلات تتبعها تحسينات في وسائل العمل كالتأهيل أو إعادة التأهيل على مستوى اليد العاملة⁹.

هذه الرؤية تعتمد على الفكرة التي ترى بوجود تغيرات وتحولات في قلب المؤسسة المبدعة إضافة إلى النظر إلى عملية التدريب كعملية إدراكية.

من المعروف أن للتدريب أشكال مختلفة وهذا ما أشار إليه **Rosenberg** وآخرون، فنجد مثلا التدريب الداخلي والتدريب الخارجي والتدريب بالاستعمال والتدريب بالتعاون، في حين نجد أن نجاح المسار التكنولوجي لمؤسسة أو قطاع معين ينجم عن كثافة التدريبات المحققة في هته المؤسسة أو القطاع، كما أن عمليات التدريب هته تسمح أيضا للمؤسسات باختيار أفضل الاستراتيجيات التي تحمل في طياتها رغبات وأهداف هته المؤسسة.

II - 1- 1- رأسمال البشري و مساهمته في الإبداع :

لقد مر مفهوم إدارة الموارد البشرية بمراحل تطورية مختلفة فكرا وممارسة وتطبيقا إلى أن تبلورت بمفهومها الحالي: والذي يعتبر مفهوم إدارة الموارد البشرية أوسع من مفهوم إدارة الأفراد التي تعد كوظيفة تتكون من مجموعة من النشاطات للأفراد العاملين في المؤسسة بل هي أوسع من ذلك من كونها تلك الإدارة المهتمة في إدارة شؤون العاملين وعلاقاتهم في المؤسسة¹⁰.

أ - الإبداع والمعارف:

إنَّ المعارف الجديدة يمكن خلقها في ثلاثة حالات أساسية :

- مقارنة المعارف الحالية بالواقع وذلك بالقدرة على تطبيقها.

- بواسطة اكتساب معارف جديدة.

- بواسطة تبادل الأفكار والممارسات ما بين الأطراف.

ب - الإبداع (الجماعي):

ننطلق من مبدأ أن كل عامل ما هو إلا عبارة عن مبدع ولكن بدرجات متفاوتة، وفي حالة الانفصال في الجهود والأنشطة الإبداعية مابين الأفراد فهذا يؤثر سلبا على درجة الإبداع، أما في حالة قيام المؤسسة بالربط بين مختلف هته الحالات الإبداعية المتفاوتة وجعلها في إطار تفاعلي جماعي مهيكـل ومنظم فهذا يساهم في خلق إبداع فعال في إطار جماعي والذي يعرف "بالإبداع الجماعي".

II - 2-1 - تحليل الأنشطة الإبداعية إلى فحص المعارف والقدرات من أجل الإبداع:

إنَّ عملية تحليل الأنشطة وتسلسلها يقود إلى تساؤلات عدة متعلقة بالقدرات حول تطبيقاتها التنظيمية والتي تتطلب تداخل وتفاعل مختلف العوامل المساهمة في تنمية وتطوير القدرات، وعيه فإنَّ النقطة المتعلقة بالتكوين والعلاقات الاجتماعية تأخذ مكانتها في ما يخص تبادل وتطوير المعارف والقدرات فمثلا: عملية تعديل الهيكل أو إستراتيجية المؤسسة يمكن أن ينجر عنها إقصاء عينات من القدرات الحالية بمبـتـغي إعادة تنظيم علاقاتهم الاقتصادية-الاجتماعية أو العمل على خلق معارف وقدرات جديدة، ففي غالب الحالات لا تقوم المؤسسات بإقصاء العناصر الحالية المكوّنة للمؤسسة بل يتمّ الحفاظ على هته العناصر مع تدعيمها والعمل على تنمية وتطوير قدراتهم، كلّ هذا في سبيل قدرتهم على التحكم في العلاقة مابين الزبون/سوق من أجل إمكانية الخلق الجديد لـتلبية الرغبات المتنامية، وعليه فإنَّ الاهتمام بفكرة "إجبارية حضور عامـل الإبداع في المؤسسة" ينتـج عنها في

نفس الوقت فكرة الاهتمام بالجوانب التقنية والتكنولوجية، التجارية، التنظيمية، المالية للإبداع.

يجب الإشارة إلى أن الإبداع في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة **PME/ PMI** مرتبط بوظيفة البحث والتنمية والتي تعمل هذه الأخيرة على التركيز حول فعالية التداخلات التنظيمية فخاصية التداخل التي يشهدها الإبداع ترتبط بمختلف الحدود: الاجتماعية، والقانونية وعلى خاصية التحليل الداخلي والخارجي للمؤسسات، لأن الإبداع يقودها إلى معرفة ومعالجة ودراسة الحدود المصادفة بها، علاقات منتجاتها مع زبائنها مع مورديها، أو علاقاتها مع شركائها¹¹.

وعموما هناك بعض العوامل التي تعيق إبداع المؤسسة كالثقافة، التشريعات... والتي يمكن اعتبارها في بعض الأحيان عوامل محفزة للعملية الإبداعية في حين نجد المؤسسات التي تمتاز بالنفقات الكبيرة في مجال البحث والتنمية هي المؤسسات ذات القدرات المالية الكبيرة، وعليه فإن هدف المؤسسة للإبداع يكمن في رغبة هته الأخيرة في المحافظة على كيانها أو زيادة قدرتها التنافسية، فالمؤسسة تقرر الدخول في مجال الإبداع بمقتضى تحسين أدائها وبعبارة أخرى: زيادة المبيعات، تخفيض هيكله التكاليف وخاصة تعزيز قدرتها التنافسية¹².

وأخيرا، يمكن القول أن الإبداع عملية مستمرة من التحسينات والتوقعات المرتبطة بالسوق، إذ أن تطور المؤسسات يستند لمجموعة من التغيرات التنافسية، لذلك ليس هناك وصفة محددة لتحقيق الإبداع، فالمؤسسات الأكثر نجاعة وفعالية هي المؤسسات التي تبذل استراتيجيا واستعمالها للشبكات ودمج التطورات العلمية والتكنولوجية في مجال عملها، إضافة إلى وجود عنصر التحفيز الذي يساعد في خلق أفكار جديدة، مع تحديد فرق العمل ذات الوظائف المتعددة ورئيس المشروع الذي يسير الإبداع تماشيا مع السوق.

لقد اقترن مفهوم المعارف بمفهوم القدرات، فنجد أن مفهوم القدرات لاقى نجاحا وأهمية ما شهد انتقالا إلى مرحلة تسمى: بمرحلة تسيير المعارف أو التسيير بواسطة المعارف، ونتيجة

لهذه الأهمية قامت مختلف المدارس بدراساتها كالمدرسة الكلاسيكية والتي ربطت مستوى ارتفاع الإنتاجية بعملية التدريب وتكوين العمال، أما المدرسة النيوكلاسيكية التي يترأسها **Drucker** اعتبرتها كموارد مفتاحيه، كما أشار إلى أن المعرفة وحسن تطبيقها هي الأساس في تحقيق الإنتاجية ونجاح الجودة ورفع أداء المؤسسة وهذا ما أشار إليه **Taylor** ولكن بمصطلحات ومفاهيم مختلفة، أما بالنسبة لمدرسة العلاقات الإنسانية تستند إلى الفكرة الأساسية والمتجسدة في أن فكرة تشغيل الكفاءات والقدرات وتطوير الأفراد بواسطة التحسين المستمر لمعارفهم وقدراتهم كعوامل للتحفيز وعليه تحقيق الكفاءة في البيئة الاجتماعية المصغرة¹³.

II الإبداع كعملية تفاعلية معقدة:

كما يمكن اعتبار الإبداع كعملية تفاعلية معقدة مخالفة * للنموذج الخطي لـ **SCHUMPETER**، وعلى أساس هذا كثيرا ما نجد أن رواد النظرية التطورية يؤكدون بوجود اثر للرجوع العكسي في ما يخص تدفقات وتحولات المعلومات المعقدة والمتفاعلة داخل المؤسسة، وهذا ما أكد عليه كل من **Rosenberg** و **Kline** 1986 اللذان قدما نموذج الترابط المتسلسل "en chaine avec liaison" الذي يبين الرجوع العكسي ما بين مختلف الوظائف التي تتحكم في المنتج، في صنعه، في تسويقه، مع ضرورة خلق تفاعلات قوية ما بين البحث العلمي والأبعاد الأخرى للإبداع داخل المؤسسة فالمهندسين المتعلقين بالبحث والتنمية يجب أن يكونوا على علاقات متينة مع عمال وحدات التسويق والإنتاج وعليه يمكن القول أن رؤية الإبداع كعملية تفاعلية معقدة تؤكد على الدور الذي تلعبه مختلف العوامل في عمليات الإبداع والتي تتشارك وتتعاون بمبتغي تحقيق النظم المرحلية للإبداع¹⁴.

إن قدرة المؤسسة على الإبداع ترتكز على وجود عمليات إبداعية، والتي لا تسير إلا بوجود رأسمال بشري والذي يؤثر حقيقة على إبداع المؤسسة في المحيط الداخلي للمؤسسة المعتمد على عامل تحفيز العمال من أجل مساهمتهم في تقديم أفكار خلاقة ورفع مؤهلاتهم، وعليه من الضروري توفير المؤسسة على رأسمال البشري لصالح خدمة عمليات الإبداع¹⁵.

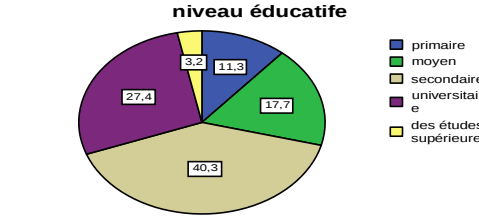
مما سبق وتحديدًا من الجانب النظري يمكن القول أنَّ الإبداع يعتبر من أهم العوامل المفتاحية لنجاح المؤسسات في عصر تسوده المنافسة الشرسة والتغيرات المستمرة في المحيط كأذواق المستهلكين..الخ وعلى هذا الأساس كان لابد على المؤسسة توفير العناصر والموارد الضرورية لتحقيقه على المدى الطويل ومن أهم هذه الموارد ما يعرف بالموارد البشرية المؤهلة وحثها على العمل في إطار العمل الجماعي الفعال وهذا ما تم الإشارة إليه سابقاً أنَّ الإبداعات حقيقة مصدرها الرئيسي هو الفرد ولكن تطبيقه وتجسيده في الواقع لقد مر مفهوم إدارة الموارد البشرية بمراحل تطويرية مختلفة ففكرًا وممارسة وتطبيقًا إلى أن تبلورت بمفهومها الحالي: يعتبر مفهوم إدارة الموارد البشرية أوسع من مفهوم إدارة الأفراد، التي تعد كوظيفة تتكون من مجموعة من النشاطات للأفراد العاملين في المؤسسة بل هي أوسع من ذلك من كونها تلك الإدارة المهمة في إدارة شؤون العاملين وعلاقاتهم في المؤسسة¹⁶.

III - دراسة حالة المؤسسة الوطنية للفرشة المغربية بتلمسان

إنَّ دراسة أهمية العمل الجماعي ودوره في تحقيق خلق الأفكار الجديدة المساهمة في إنتاج منتجات جديدة أو تحسين تلك المنتجات والتي لا تتحقق فعاليتها إلا بتسيير محكم عن طريق العمل الجماعي ما بين الأفراد والذي يعطي للمؤسسة صبغة متميزة مقارنة مع المنافس. تم الاستناد إلى استمارة موجهة إلى عمال وإطارات مؤسسة والتي تعتبر من أهم المؤسسات الوطنية الرائدة في مجال صناعة الفرشة والأغطية في الجزائر التي تم إنشاءها سنة 1999، حيث تم معالجة البيانات المتحصل عليها ببرنامج SPSS ثم انتهينا بتحليل النتائج مع تحديد واقع الموارد البشرية والعمل الجماعي في المؤسسات الجزائرية عامة ومؤسسة الفرشة خاصة.

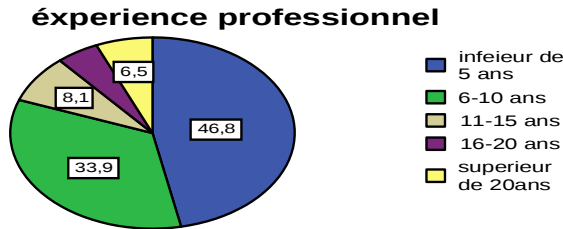
- مناقشة وتحليل النتائج

الشكل رقم (1.iii) : يوضح النسب المئوية للعمال المستجوبين حسب المستوى الدراسي



من الجدول رقم (1.iii) يتضح أن المؤسسة أكبر نسبة من العمال الذين لهم مستوى دراسي ثانوي وذلك بنسبة 40.3%، ثم يلي بعد ذلك العمال الذين لهم مستوى دراسي جامعي بنسبة 27.4% والتي تعتبر نسبة قليلة مقارنة بالأولى، ثم تليها نسبة العمال الذين لهم مستوى دراسي متوسط بنسبة 17.7% أما نسبة 11.3% فهي متعلقة بفئة العمال الذين لهم مستوى ابتدائي، أما أقل نسبة فتقدر بـ 3.2% وهي خاصة بفئة العمال الذين لهم دراسات عليا ما بعد التخرج.

شكل رقم (2.iii) : يوضح توزيع العمال المستجوبين حسب الخبر المهنية

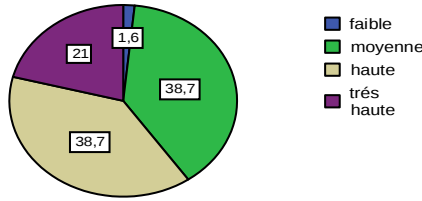


من الجدول رقم (2. iii) يمكن ملاحظة أن أكبر نسبة للخبرة المهنية تقدر بـ 46.8% وهي نسبة متعلقة بفئة العمال الذين تتراوح فترة عملهم داخل المؤسسة (بأقل من خمس سنوات)، أما الفئة المحصورة ما بين 6-10 سنوات فتقدر بنسبة العمال المنحصرين في هذا

المجال بنسبة %33.9 ثم تليها نسبة 8.1% كنسبة معبرة عن عدد العمال الذين تقدر خبرتهم المهنية مابين المجال 11-15 سنة، ثم تأتي بعدها نسبة %6.5 كنسبة متعلقة بالخبرة المهنية للعمال التي تتعدى أكثر من عشرين سنة، أما أقل نسبة الخاصة بالخبرة المهنية للعمال داخل المؤسسة فهي نسبة محصورة في المجال مابين 16-20 سنة.

شكل رقم (3. III): يوضح فعالية العمل الجماعي داخل المؤسسة

l'efficacité du travail en groupe

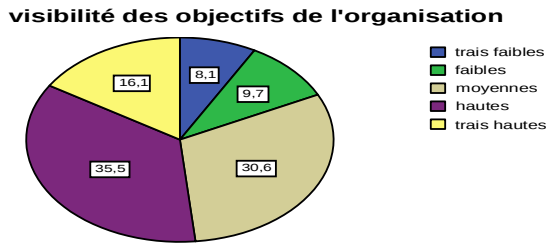


ينتضح من الجدول رقم (3.III) أن المتوسط الحسابي للإجابات قد بلغ 3.79 بانحراف معياري 0.792، وتمثلت الإجابات في حد أدنى 2 وحد أقصى 5، وهذا يعني أن العمل الجماعي داخل المؤسسة له فعالية بدرجة كبير، كما أن المؤسسة تعطي أهمية كبيرة لنمط هذا العمل وهذا ما تراه نظرية الإبداع، فالفكرة الخلاقة تكون فكرة ذاتية (فردية) ولكن التطبيق الفعلي لها يكون في إطار العمل الجماعي (تحقيق الإبداع يتطلب العمل الجماعي)¹⁷.

فالفرد لا يعود فردا منعزلا باستعداداته وميوله ومواهبه، إنما يدخل في إطار من العلاقات والأدوار الجماعية المتعاونة. وهذا ما تؤكد عليه مدرسة العلاقات الإنسانية والتي ترى أن الفرد لا يمكن له تحقيق أهدافه إلا بفضل الجهود الجماعية والتفاعلات الاجتماعية.

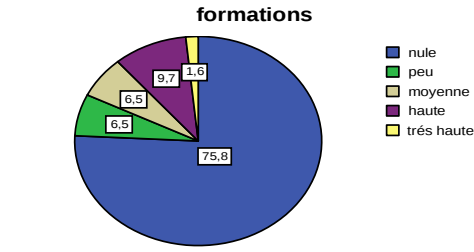
فكل عامل ما هو إلا عبارة عن مبدع و لكن بدرجات متفاوتة، وفي حالة الانفصال في الجهود والأنشطة الإبداعية مابين الأفراد فهذا يؤثر سلبا على درجة الإبداع، وعند قيام المؤسسة بالربط بين مختلف هته الحالات الإبداعية المتفاوتة وجعلها في إطار تفاعلي جماعي منظم والذي يساهم في خلق إبداع فعال في إطار جماعي وهذا ما يعرف بالإبداع الجماعي.

شكل رقم (4. III): يوضح فهم العمال لأهداف المؤسسة



من الجدول رقم (4.III) يتضح أن المتوسط الحسابي للإجابات قد بلغ 3.42 بانحراف معياري 1.124 ، وتمثلت الإجابات في حد أدنى 1 وحد أقصى 5، وهذا يعني أن الإدارة العليا تتمكن من شرح الأهداف للعمال عن طريق التسلسل الإداري بدرجة جيدة. فنجد أن هذه النقطة مرتبطة بالنقطة المتعلقة بالعمل الجماعي للمؤسسة.

شكل رقم (5. III): يوضح التربصات



إن الجدول رقم (5.III) يوضح أن المتوسط الحسابي للإجابات قد بلغ 1.55 بانحراف معياري 1.082 ، وتمثلت الإجابات في حد أدنى 1 وحد أقصى 5، وهذا يعني أن درجة التربصات التي تمنحها المؤسسة للعمال هي درجة ضعيفة جداً، بل تقوم هذه الأخيرة بمنح التربصات فقط للإطارات (المهندسين، رؤساء الأقسام، مدير الإنتاج، أصحاب المؤسسة)، من أجل معرفة طرق الإنتاج والأفكار الجديدة. ومن الجدير بالذكر أن هذه النقطة مرتبطة بالنقطة المتعلقة بالمستجدات، وعلى هذا الأساس يمكن القول أن إبداع المؤسسة يعتمد على جمع كل ما هو جديد ومعرفة أساليب التأقلم وتغيير طابع الروتين إلى طابع التجديد وهذا ما تراه نظرية الإبداع.

خاتمة:

نستنتج مما سبق أن العمل الجماعي داخل المؤسسة له فعالية بدرجة كبيرة، كما أن المؤسسة الجزائرية تعطي أهمية كبيرة لنمط هذا العمل وهذا ما تراه نظرية الإبداع، فالفكرة الخلاقة تكون فكرة ذاتية (فردية) ولكن التطبيق الفعلي لها يكون في إطار العمل الجماعي (تحقيق الإبداع يتطلب العمل الجماعي)، فالفرد لا يعود فردا منعزلا باستعداداته وميوله ومواهبه، إنما يدخل في إطار من العلاقات والأدوار الجماعية المتعاونة. فكل عامل ما هو إلا عبارة عن مبدع و لكن بدرجات متفاوتة، وفي حالة الانفصال في الجهود والأنشطة الإبداعية مابين الأفراد فهذا يؤثر سلبا على درجة الإبداع، وعند قيام المؤسسة بالربط بين مختلف هته الحالات الإبداعية المتفاوتة وجعلها في إطار تفاعلي جماعي منظم يساهم في خلق إبداع فعال في إطار جماعي، وهذا ما يعرف بالإبداع الجماعي وكل هذا ساهم بقيام عمال المؤسسة بمهامهم وبطريقة فعالة.

وعليه يمكن التأكد والإجابة على الإشكالية الرئيسية والقول انه حقيقة يساهم العمل الجماعي في خلق جو ملائم لخلق الفرص الجديدة واستغلالها، وبالتالي السماح للمؤسسات عامة والمؤسسات الجزائرية خاصة بادراك مصطلح الإبداع ودراجه ضمن مخططاتها الإستراتيجية والتشغيلية .

قائمة المراجع :

1 - The Talk . Origines archive Exploring the creation/evolution"2003,The Origin of Species by Charles Darwin.Dans <http://www.talkorigins.org> ,in CORTES ROBLES Guillermo, "Management de L'innovation technologique et des connaissances" , 2006, thèse de doctorale de l'institut national polytechnique de Toulouse, p.08

²⁻ CHRISTENSEN C .A. and TAN A, "developing Ideas for Innovative Products "2000 Masters Thesis Project ,Technical University of Denmark ,DTU.In CORTES ROBLES Guillermo, "Management de L'innovation technologique et des connaissances " , 2006, thèse de doctorale de l'institut national polytechnique de Toulouse, pp.08-09.

³ - سليم بطرس جلدة و زيد منير العبوي، إدارة الإبداع و الابتكار، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2006، ص.20.

⁴ - ¹ : http://www.innovatech.be/files/espace_innovation/fiches_conseils/faisabilites/25_faisabilite_org visité le 10/10/29.

⁵ - Alain Dutheil, Harvard Business Review sur L'innovation, éditions d'organisation, 2007, p.07.

⁶ - رفعت عبد الحليم الفاعوري، إدارة الإبداع التنظيمي، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، 2005، ص ص.8-11.

7 - رفعت عبد الحليم الفاعوري، نفس المرجع، ص ص.8-11.

⁸ - GABRIELLE TREMBLAY. D, Ph.D ,innovation, management et économie : comment la théorie économique rend-elle compte de l'innovation dans l'entreprise ? Op.cit.

⁹ - LE BAS .C, « Economie de l'innovation », Ed .Economica, Paris, 1995, p.16.

10- عبد العزيز بدر النداي، عولمة إدارة الموارد البشرية دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الطبعة الاولى، 2009، ص.34.

¹¹ - DIVRY .C, TROUVE. P, « PME et Innovations », La documentation française, Paris, 2004, P.11-12.

¹² - La stratégie d'innovation du Grand Montréal. Septembre 2007 :http://www.cmm.qc.ca/fileadmin/user_upload/documents/cap_innovation.pdf

¹³ - BOYER.L et EQUILBEY. N, « Organisation Théories Application », éditions d'organisation, Deuxième édition, 2003 ,P .246.

¹⁴ - GABRIELLE TREMBLAY. D, Ph.D, innovation, management et économie : comment la théorie économique rend-elle compte de l'innovation dans l'entreprise ?op.cit.

¹⁵ - BENOIT. C, « La Boite a outils de l'Innovation », Dunod, Paris, 2008, p.10-12.

16 - عبد العزيز بدر النداي ، نفس المرجع، ص.34.

17 - رفعت عبد الحليم الفاعوري، نفس المرجع، ص.05.

الملاحق

جدول رقم (1.iii) : يوضح توزيع العمال المستجوبين حسب المستوى الدراسي

N	Valid	62			
	Missing	0			
	Mean	2,94			
	Std. Deviation	1,022			
	Minimum	1			
	Maximum	5			
			Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	primaire	7	11,3	11,3	11,3
	moyen	11	17,7	17,7	29,0
	secondaire	25	40,3	40,3	69,4
	universitaire	17	27,4	27,4	96,8
	des études supérieures	2	3,2	3,2	100,0
	Total	62	100,0	100,0	

جدول رقم (2. III) : يوضح توزيع العمال المستجوبين حسب الخبر المهنية

جدول رقم (3.III): يوضح فعالية العمل الجماعي داخل المؤسسة

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid infeieur de 5 ans	29	46,8	46,8	46,8
6-10 ans	21	33,9	33,9	80,6
11-15 ans	5	8,1	8,1	88,7
16-20 ans	3	4,8	4,8	93,5
superieur de 20ans	4	6,5	6,5	100,0
Total	62	100,0	100,0	

N	Valid	62
	Missing	0
	Mean	1,90
	Std. Deviation	1,155
	Minimum	1
	Maximum	5

N	Valid	62
	Missing	0
	Mean	3,79
	Std. Deviation	,792
	Minimum	2
	Maximum	5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid faible	1	1,6	1,6	1,6
moyenne	24	38,7	38,7	40,3
haute	24	38,7	38,7	79,0
très haute	13	21,0	21,0	100,0
Total	62	100,0	100,0	

جدول رقم (III . 4) : يوضح درجة فهم العمال لأهداف المؤسسة

N	Valid	62
	Missing	0
	Mean	3,42
	Std. Deviation	1,124
	Minimum	1
	Maximum	5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
trais faibles	5	8,1	8,1	8,1
faibles	6	9,7	9,7	17,7
moyennes	19	30,6	30,6	48,4
hautes	22	35,5	35,5	83,9
trais hautes	10	16,1	16,1	100,0
Total	62	100,0	100,0	

جدول رقم (III 5) : يوضح التربصات

N	Valid	62
	Missing	0
	Mean	1,55
	Std. Deviation	1,082
	Minimum	1
	Maximum	5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid nule	47	75,8	75,8	75,8
peu	4	6,5	6,5	82,3
moyenne	4	6,5	6,5	88,7
haute	6	9,7	9,7	98,4
très haute	1	1,6	1,6	100,0
Total	62	100,0	100,0	