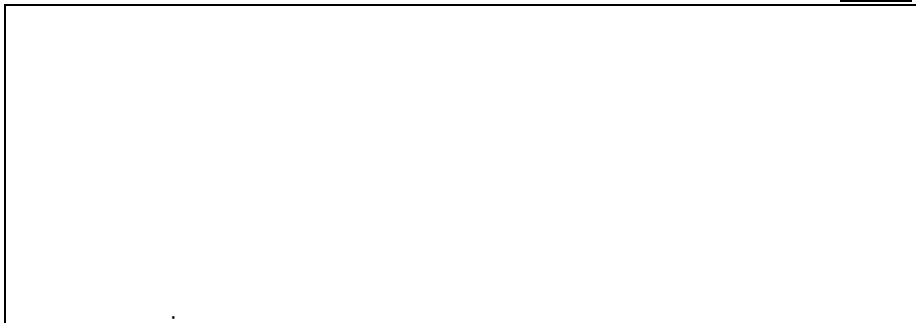


*

Abstract:

Dans le cadre des développements et mutations rapides qui se produisent dans le monde, touchant l'ensemble des domaines, économiques, sociaux et scientifiques, notamment la mondialisation de l'économie, le développement du marché, l'introduction de la technologie moderne ainsi que l'économie fondée sur la connaissance, les entreprises opèrent dans un environnement caractérisé par une rude concurrence et des changements permanents dans les besoins et aspirations des consommateurs d'une part, et d'autre part par le nombre important d'informations disponibles et l'évolution continue du rythme des innovations, occasionnant ainsi aux entreprises un besoin urgent d'élaborer des stratégies et insister sur le développement de leur ressources immatériels et les compétences dont elles disposent, et de trouver les méthodes appropriées qui leur permettent l'utilisation optimale et rationnelle de leur capital-connaissance, afin qu'elles puissent se mettre au diapason des entreprises leaders dans le monde, et cela à travers la transformation de l'information en connaissance, réalisant ainsi le transition d'une logique de productivité à une logique d'innovation pour gagner des parts de marché et améliorer leur compétitivité et d'occuper une position de leadership.

Mots clés: La créativité, l'innovation, l'innovation technologique, l'innovation organisationnelle, l'avantage concurrentiel.



:_____

- () *

: _____

: _____ (1

Joseph SCHUMPETER

1

1912

(2010) 04 - " "

- -
:
(1-1)

: -

2
Joseph SCHUMPETER -

:

3

4

Peter DRUKER -

5 -

6 -

-

7

:
(2-1)

8

(Innovation)

(Créativité)

9

(2010) 04 -

" "

10

11

:_____ **(3-1)**

:_____ **(1-3-1)**

:_____ -

12

13

()

14

:

:_____ -

15

16

17

: _____ -

: _____ -

18

: _____ **(2-3-1)**

19

: _____ -

20

: _____ -

21

: _____ (4-1)

.22

: -

: -

: -

: -

: _____ (2)

: _____ (1-2)

: -

23

-

24

-

- -

)

²⁶(

(

)

()

)

²⁷(

- - .

: **(2-2)**

PORTER

)

.(

PORTER

: _____ (3-2)

: -

29

30

()
PORTER -

31

32

-
-
-

33

: _____ (1)

: _____ (2)

: _____ (4-2)

34

: _____ **(1-4-2)**

: _____ **(2-4-2)**

: _____ **(3)**

: _____ **(1-3)**

.35

(2010) 04 -

" "

: _____ -

: _____ -

)

(

: _____ -

: _____ -

:

: _____ -

: _____ **(2-3)**

:

النتيجة	المجازفة المحتملة	التكلفة العامة	الوقت الضروري	
مرتفعة	مرتفعة	مرتفعة	طويل	التطور الداخلي
غير محددة	ضعيفة	غير محددة	غير محدد	عقود التعاون
غير محددة	مرتفعة	مرتفعة	قصير	النمو الخارجي
غير محددة	ضعيفة	غير محددة	غير محدد	المقاولة الباطنية
ضعيفة	ضعيفة	ضعيفة	قصير	الرخصة

المصدر: Joel BROUSTAIL & Fredeic FRERY, «Le Management stratégique de l'innovation», ed. Dalloz, Paris, 1993, p. 147.

: (3-3)

,36

: _____ و -

: _____

:

-1

-2

-3

-4

-5

-6

-7

(())

: -1

-2

-3

-4

: _____

¹ P. DRUCKER, «Façonner l'avenir», ed. Organisation, Paris, 1998, p. 120.

. « » & ²

.10 2004

³ Jean LACHMANN, «Le financement des stratégies de l'innovation», ed. Economica, Paris, 1993, p. 22.

. « : » ⁴

.18 1988

⁵ Camille CARRIER Denis J.GARAND, «Le concept d'innovation: Débats et ambiguïtés», 5^{ème} conférence internationale de Management stratégique, LILLE, 13-14-15 Mai 1996, p. 3.

⁶ Olivier BADOT, «Dictionnaire du Marketing», ed. Economica, Paris, 1999, p. 131.

» () ⁷

.10 2002 «

⁸ André J. RIGNY, «Structure de l'entreprise et capacité d'innovation», ed. Homme et Technique, Paris, 1973, p. 30.

.28 2000 . « » ⁹

. « » & ¹⁰

.22 2006 ¹¹

« »

& 73-47 2004 1 24

.49

	«	»	12
	.34	1994	
¹³	Jean Claude TARONDEAU, «Recherche et développement», ed. Vuibert, Paris, 1994, p. 37.		
¹⁴	Joel BROUSTAIL & Fredeic FRERY, «Le Management stratégique de l'innovation», ed. Dalloz, Paris, 1993, p. 07.		
	.08	Joel BROUSTAIL & Fredeic FRERY	15
	.34		16
¹⁷	OUKIL M.S, «Recherche et développement: Aspects théoriques et pratiques», ed. CERIST, Alger, 1999, p. 5.		
		»	18
	.11	2005	«
	.37	Jean Claude TARONDEAU	19
	.12	Joel BROUSTAIL & Fredeic FRERY	20
		«	21
		»	
		.114	1992
	:	»	22
		«	
	.150	& 181-137	2005
			21
	«	»	&
	.201	2003	
		.202	&
			24
		«	25
		»	
	.4	2008	37
²⁶	Roger PERCEROU, «Entreprise, gestion et compétitivité», ed. Economica, Paris , 1984, pp. 53-58 .		
		«	27
		»	
		.9	2002
		.22	
			28
		»	29
	.98	2001	«
		.98	
			30
³¹	Michael PORTER, «L'avantage concurrentiel: Comment devancer ses concurrents et maintenir son avancé», ed. Inter-édition, Paris, 1986, p. 11.		
³²	G.GARIBALDI,«Stratégie concurrentielle: Choisir et gagner», ed. Organisation, 1994, pp. 95-96.		
		.129	Michael PORTER
		.100	
	.146	Joel BROUSTAIL & Fredeic FRERY	33
		.40-38	34
			35
			36