

المؤتمر الاقتصادي الدولي الرابع : تحفيز الاقتصاد الأردني الواقع و التحديات

محور المؤتمر: الإدارة و البيئة و المسؤولية الاجتماعية

عنوان المداخلة :

دور الابداع في تميز المؤسسات

الدكتورة دباحي يمينة

أستاذة محاضرة ب

كلية العلوم الاقتصادية ، التجارية و علوم التسيير

جامعة مستغانم -الجزائر

البريد الالكتروني:debbahi_y@yahoo.com

الأستاذة : بوران سمية

أستاذة مساعدة ب

المركز الجامعي البيض -الجزائر

البريد الالكتروني:soumia_bourane@yahoo.fr

ملخص:

في ظل اقتصاد المعرفة، اكتسب الإبداع أهمية كبرى تسعى المؤسسات لتبنيه بغية التميز ، الاستمرار و تحقيق مزايا تنافسية

تسمح لها باحتلال مكانة مهمة في الأسواق الناشطة فيها و حتى الأسواق الدولية.

فاليئة العالمية متميزة بالسرعة و كثرة التطورات التكنولوجية مما دفع بالمؤسسات إلى إيجاد الطريقة المثلى من أجل اكتسابها

قدرات تنافسية و الوصول إلى مستويات متقدمة في مجال نشاطها.

المؤتمر الاقتصادي الدولي الرابع : تحفيز الاقتصاد الأردني الواقع و التحديات

ومن هذا المنطلق ، أصبح الإبداع من أهم الاستراتيجيات التي تتبناها المؤسسات الاقتصادية بمختلف أنواعها لضمان نموها و تطورها في محيط تنافسي مليء بالتحديات.

الكلمات المفتاحية: الإبداع، التميز، النمو، الميزة التنافسية.

مقدمة:

تعمل المنظمات الحديثة في ظل ظروف متغيرة و معقدة تعرض عليها تحديات كبيرة لم نشهدها من قبل، و لذلك يتحتم على المؤسسات مواجهة مثل هذه التحديات بسرعة و بكفاءة و فعالية الأمر الذي يتطلب قدرات إبداعية عالية تمكن من تطوير أفكار و آراء جديدة تمكن المؤسسات من التميز في ظل المنافسة التي يشهدها عالم اليوم.

و تزايد الاهتمام بموضوع الابداع في ظل التحديات التي تفرضها ظاهرة العولمة والتكنولوجيات الحديثة و المنافسة الشرسة و الاتفاقيات الدولية، و من هنا أصبح الابداع أمرا ضروريا و حيويا لكل مؤسسة تسعى إلى تحقيق مزايا تنافسية. و قد استجابت المؤسسات للحاجة إلى الابداع بطرق مختلفة فالبعض تبنت سياسات شاملة للإبداع إلى مستوى الأفراد و الجماعة و قامت الأخرى بإنشاء وحدات تنظيمية خاصة لتطوير الابداع. كما دربت بعض المؤسسات الأفراد فيما على السلوك و التفكير الإبداعي و أخذت تتنافس فيما بعد في مجال الابداع.

و تمت صياغة الإشكالية في السؤال الجوهرى التالي:

ما مدى مساهمة الإبداع في تميز المؤسسات؟

سنحاول الإجابة على هذه الإشكالية ضمن النقاط التالية.

1. مفهوم الابداع
2. أنواع الابداع
3. شروط الابداع في المؤسسة
4. آثار الابداع في المؤسسة.

5. معوقات الابداع في المؤسسة.

6. تشجيع الابداع و الابتكار في المؤسسات الجزائرية.

تعريف الابداع:

ينسب مصطلح الابداع إلى النمساوي JOSEPH SCHUMPETER منذ 1912 الذي يعد المنظر الأول للإبداع حيث يعرفه بأنه "النتيجة الناجمة من إنشاء طريقة أو أسلوب جديد في الإنتاج و كذا التغيير في جميع مكونات المنتج أو كيفية تصميمه"¹.

و يمكن القول أن الابداع هو تفاعل القدرات و الاستعدادات و الخصائص الشخصية بما يؤدي إذا ما وجد في البيئة المناسبة إلى إنتاج أصيل و مغاير و جديد يساهم في تقدم و تطور المؤسسات و الدول، و تتضمن الانجازات الإبداعية المجالات الأساسية التالية:²

- إحداث تغيير في السياسة و التوجه؛
- إيجاد فرص جديدة من خلال تطوير منتجات أو دخول أسواق جديدة؛
- استخدام تكنولوجيا جديدة؛
- إحداث تغيير في الهيكل التنظيمي، من خلال تبني هيكل جديد أو تغيير العلاقات داخل الهيكل؛
- تبني أساليب أو إجراءات عمل جديدة؛

كما يمكن تمييز الابداع عن بعض المفاهيم المتشابهة:³

الاختراع: يشير إلى التوصل إلى فكرة جديدة بالكامل ترتبط بالتكنولوجيا و تؤثر على المؤسسات المجتمعية.

ففي الاختراع ما هو أكثر أهمية الموارد غير الملموسة كالوقت و مضة العبقرية، و التقدم الكلي في العلم.

أما الابداع فهو تجسيد الاختراع في شكل تطبيقات داخل المؤسسة قصد الحصول على منتج جديد أو إدخال تغيير على المنتجات الحالية.

المؤتمر الاقتصادي الدولي الرابع : تحفيز الاقتصاد الأردني الواقع و التحديات

الابتكار: هو التوصل إلى ما هو جديد بصيغة التطور المنظم و التطبيق العملي لفكرة جديدة و التعامل مع شيء جديد لم يسبق اختباره.

التحسين: هو إدخال تعديلات أو تغييرات صغيرة أو كبيرة على العمليات أو المنتجات الحالية بما يجعلها أكثر كفاءة أو تنوعاً أو ملائمة في الاستخدام.

كما يمكن ابراز التعريفات المشهورة للإبداع من قبل الباحثين من خلال الجدول التالي:⁴

جدول رقم 1: تعريف الابداع من وجهة نظر الباحثين.

أسماء الباحثين	تعريف الابداع
سمبسون	الابداع هو المبادرة التي يبدئها الشخص بقدرته على الانشقاق من التسلسل العادي في التفكير إلى مخالفة كلية.
جوان	الابداع هو مزيج من القدرات و الاستعدادات و الخصائص الشخصية التي إذا وجدت بيئة مناسبة يمكن أن ترقى بالعمليات العقلية لتؤدي إلى نتائج أصلية و مفيدة للفرد أو الشركة أو المجتمع أو العامل.
تورانس	عملية وعي بمواطن الضعف و عدم الانسجام و النقص بالمعلومات و التنبؤ بالمشكلات و البحث عن حلول، وإضافة فرضيات و اختبارها، و صياغتها و تعديلها باستخدام المعطيات الجديدة للوصول إلى نتائج جيدة لتقدم للآخرين.
ألكسندر روشكا	الابداع هو والوحدة المتكاملة لمجموعة العوامل الذاتية والموضوعية التي تقود إلى تحقيق إنتاج جديد و أصيل ذو قيمة من الفرد و الجماعة و الابداع بمعناه الواسع يعني إيجاد الحلول الجديدة للأفكار والمشكلات و المناهج.
سميث	إن العملية الإبداعية هي التعبير عن القدرة على إيجاد علاقات بين أشياء لم يسبق أن قيل بينها علاقات.
هافل	الابداع هو القدرة على تكوين تركيبات أو تنظيمات جديدة.
ماكينون	إن للإبداع أربعة مكونات أساسية العمل الإبداعي، العملية الإبداعية، الشخص المبدع. الموقف الإبداعي.

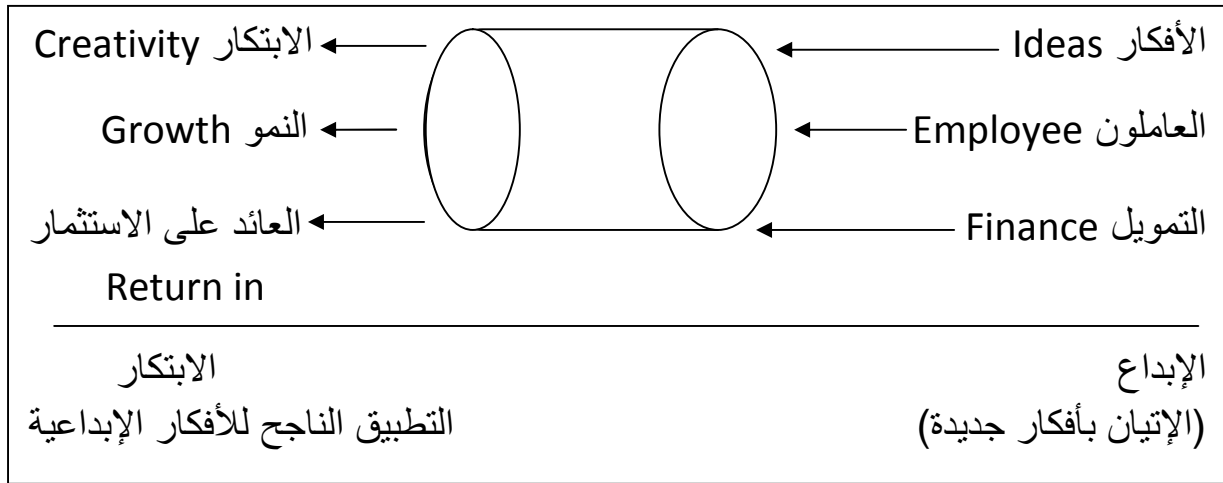
المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على كتاب: جمال خير الدين، الابداع الاداري، دار اسامة للنشر و التوزيع، عمان،

الأردن، 2015، ص 6.

العلاقة بين الإبداع والابتكار⁵:

أشار (Cook,2000) إلى أن العلاقة بين الإبداع (Innovation) والابتكار (Creativity) هي علاقة تكاملية كما هي موضحة في الشكل التالي:

شكل رقم (1): مدخلات ومخرجات المنظمة الإبداعية



المصدر: عاطف لطفي حavanaugh ، إدارة الإبداع والابتكار في منظمات الأعمال، دار الحامد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2011 ص36.

يمثل الشكل مجموعة من المدخلات للمنظمة الإبداعية تشمل على (الأفكار، العاملين والتمويل) تؤدي إلى الإتيان بأفكار غير مألوفة، ومخرجات تشمل على (الإبداع والنمو، العائد على الاستثمار)، تؤدي إلى الابتكار من خلال التحسينات المستمرة في الإنتاج وتحقيق المكاسب المادية.

ومن وجهة نظر (Amabile, 1988)، فإن العلاقة بين الإبداع والابتكار هي علاقة مكملة لبعضها البعض ولكن الإبداع هو عملية عقلية تأتي بأفكار مفيدة، جديدة وغير مألوفة من قبل الفرد أو المجموعة بينما الابتكار هو ناشئ ومبني على الأفكار المبدعة التي تعتبر الركيزة في العملية الابتكارية.

بينما اقترح (Cumming,1998) بأن الإبداع يأتي بأشياء جديدة لم تكن موجودة من قبل بينما الابتكار هو الذي يعمل على قبوله أو تشكيل تلك الأشياء لتصبح ملموسة كالسلع والخدمات وغيرها.

المؤتمر الاقتصادي الدولي الرابع : تحفيز الاقتصاد الأردني الواقع و التحديات

أما (Rosenberg 1978) فقد عرف الإبداع في كتابه قاموس الإدارة والأعمال بأنه عبارة عن أفعال الإنسان التي ينتج عنها أفكار أصلية جديدة تؤدي إلى تحقيق نتائج فريدة، وأما الابتكار فهو النشاط الذي يؤدي إلى تطبيق الأفكار الإبداعية إلى إنجاز عملي.

أما الباحثان (Wang and Ahmed, 2002) فقد عرفا الإبداع على أنه عملية التفكير الذهنية والضمنية الخارجة عن الأنماط التقليدية والتي تعمل على إيجاد أفكار جديدة ذات أصالة وقيمة عالية وتعتبر المرحلة الأولى لعملية التحسين المستمر، بينما اعتبروا الابتكار أنه التطبيق لتلك الأفكار والحلول في الواقع التنظيمي حتى تنتهي بمخرجات للمستفيدين.

ومن خلال ما تقدم يتضح مدى التداخل والعلاقة ما بين الإبداع (Innovation) والابتكار (Creativity) وكثير من الدراسات والأبحاث لم تميز بين مصطلحي الإبداع والابتكار طالما أنهما أجمعت على أنهما يشتركان في نفس العناصر الرئيسية. وكما تم استخدامهما كمصطلحين مترادفين، أما أولئك الذين ينظرون إلى المصطلحين بأوجه مختلفة على اعتبار أن الإبداع مرحلة تسبق الابتكار، ويعتبرون أن الإبداع هو عملية توليد وإيجاد الأفكار الجديدة والغير مألوفة، أما الابتكار فهو العملية التي يكون فيها التركيز موجه نحو التطبيق العملي بمعنى أن الابتكار هو عملية تكميلية للإبداع.

أنواع الإبداع⁶:

1- من حيث طبيعة الإبداع:

يمكن التمييز على أساس طبيعة الإبداع بين الإبداع في المنتج، الإبداع التجاري والإبداع التنظيمي.

• الإبداع في المنتج:

يقصد به إدخال منتج جديد (سلعة أو خدمة) إلى السوق مقارنة بخصائصه الأساسية، مميزاته التقنية أو كل المكونات غير المادية فضلا عن الاستعمال المنتظر أو سهولة الاستهلاك، وبذلك يمكن التفضيل بين ثلاثة أنواع للإبداع في المنتج: إبداعات لها علاقة بالتركيبية الوظيفية للمنتج، إبداعات تغير التركيبة التكنولوجية للمنتج وإبداعات تغير خصائص تقدم المنتج.

• الإبداع في طريقة الإنتاج:

وتعرف بأنها إدخال طريقة إنتاج في المؤسسة، طريقة تقديم الخدمات أو تسليم منتوجات جديدة، والنتيجة التي يجب أن تكون معبرا عنها في المنتج الجديد، في جودة المنتج أو تكلفة الإنتاج والتوزيع، ومن ثم فالإبداع في طريقة الإنتاج يشمل تغييرات في المواد الأولية أو في المعدات الإنتاجية، هذه التحولات يمكن أن تحدث في إعادة تنظيم النشاطات أو مراحل العملية الإنتاجية.

• الإبداع التجاري:

يضم هذا الإبداع مختلف التغييرات التي تحصل على مستوى قنوات البيع والتوزيع والإشهار وكل ما يتعلق بالوظيفة التجارية، وتهدف إلى الزيادة في المبيعات والتعرف بالعلامة التجارية للمؤسسات قصد كسب ثقة الزبون وتحقيق ولائه للمؤسسة.

• الإبداع التنظيمي:

يتوقف على تحويلات في تقسيم وتوزيع النشاطات بين الأفراد في المؤسسة وفي تركيب الوظائف داخل المؤسسة، فيمكن أن تجلب هيكلية تجارية جديدة أو هيكلية توزيع جديدة، طريقة تسيير للمخزون جديدة، وذلك بالاعتماد على إستراتيجية دولية أو إستراتيجية التخريج لبعض وظائفها من أجل الحفاظ على تقوية مرونتها التنظيمية، هذه التغييرات غالبا ما تتطلب استثمارات غير مادية في التكوين، بتوظيف أفراد أكفاء في الاتصال بهدف تقوية الكفاءات الأساسية في المؤسسة.

هو الإبداع الذي يتمثل في عملية إحداث تغييرات في الهيكل التنظيمي وتصميم الأعمال و الوظائف و عمليات المؤسسة و سياساتها و استراتيجياتها و نظمها الرقابية و نشاطاتها الأساسية.⁷

• الإبداع التكنولوجي:

يعتبر أهم أنواع الإبداع لاعتباره أهم الأسباب الداعمة للنمو على المستويين الكلي والجزئي والإبداع التكنولوجي عبارة عن تحويل فكرة معينة إلى منتج قابل للتسويق أو بتحسين منتج في طريق التصنيع أو التسويق أو طريقة جديدة لخدمة معينة.

2- من حيث درجة الإبداع:

يمكن التمييز في أنواع الإبداع على أساس درجته بين الإبداع الجزئي أو الضعيف والإبداع النافذ أو النهائي والإبداع الواسطي، ولا تستعمل كقاعدة للفرقة بين أنواع الإبداع وإنما كتكملة للنوع الأقل الذي يركز على الطبيعة الأولية للإبداعات.

• الإبداع الجزئي:

هذا النوع من الإبداع يجذب تحسينات متوالية في السلع والخدمات ولا تتطلب معارف علمية جديدة، هذه التحسينات لا يكون تأثيرها كبيرا في مستوى المؤسسة ككل بل تمثل تحسينا للأداء، كتخفيض التكاليف، أو تغيير الأنظمة الجزئية للمكونات.

• الإبداع النافذ:

يكون تأثير هذا النوع من الإبداع كبيرا في المؤسسة ويتطلب معرفة كبيرة وجديدة، وفي غالب الأحيان العودة إلى البحث عن الكفاءات اللازمة خارج المؤسسة للوصول إلى تحقيق هذه الإبداعات وتتطلب العديد من السنوات والاستثمارات المالية ويكون محصورا عادة عند القليل من المؤسسات المتخصصة في الميدان البحثي في مثل هذه المشاريع المعقدة، كما يكون تأثيره ملاحظا في المتعاملين والقوى الخارجية للمؤسسة من زبائن منافسين.

شروط الإبداع في المؤسسة⁸:

حتى يبدع الفرد لمؤسسته، يجب أن توفر المؤسسة بيئة تتقبل الإبداعات على أنواعها، إذ لا يمكن أن يبدع المرء في بيئة ترفض الجديد، وحتى تصبح بيئة المؤسسة بيئة إبداعية، يجب على المدير وفريق إدارته أن يقتنعوا بأن موظفيهم بإمكانهم أن يبدعوا ويتكروا حلولاً لمشاكل تواجههم، بل ويجب أن يلغوا الكثير من القواعد العقيمة التي تضع حدودا حول الموظفين تعيقهم في عملية الإبداع، فالكثير من المؤسسات يتخوفون من إعطاء صلاحيات للموظفين ويجعلون عملية تسير المؤسسة تأتي من الأعلى إلى الأسفل فقط، أي الأوامر والتخطيط من الإدارة والتنفيذ على الموظفين، وهذا ما يسبب مشكلة تبدو صغيرة لكنها تتفاقم حتى تؤدي إلى زوال المؤسسات.

ومن بين الخطوات التي تجعل في المؤسسة بيئة ترحي وتنمي الإبداع:

المؤتمر الاقتصادي الدولي الرابع : تحفيز الاقتصاد الأردني الواقع و التحديات

- عدم جعل القواعد تعيق أي فكرة إبداعية، فقد تعيق القواعد المؤسسة عن استغلال الفرص الجديدة؛
- إنشاء نظام لتلقي الأفكار والاقتراحات، هذا النظام يجب أن يوفر فرصة للموظف لتجربة فكرته بشكل مصغر ثم تنفيذ الفكرة بشكل واسع على المؤسسة بأكملها، بل ويجب أن يحصل الموظف على التكرام المعنوي الذي يستحقه؛
- غرس في عقول وأنفس الموظفين بأن لا مستحيل على الإنسان وتنبههم بعدم التفريط في الواقعية؛
- وضع طرق وأساليب رسمية وغير رسمية لتحفيز وتكرام الموظفين، فمهما كان الموظف متميز ومجتهد فهو يحتاج إلى الإحساس بأن المدير والآخرين يقدرونه؛
- تطبيق أسلوب الإدارة على المكشوف، هذا يعني جعل جميع المعلومات المتعلقة بالمؤسسة يعلمها الموظفين، وقد يقول المدراء التقليديون أن الموظفين لا يحتاجون إلى معرفة الوضع المالي للمؤسسة، لكن المبدع يعمل على إخبارهم بالوضع ويعلمهم كيف يكون مجهودهم مؤثر بالسلب أو الإيجاب على وضع المؤسسة؛
- إعطاء فرصة للموظفين لمقابلة الإدارة و المسؤولين على مختلف مستوياتهم الإدارية، وذلك بفتح باب الاتصال بين جميع جهات المؤسسة حتى تخلق وعي بوضع المؤسسة في قلب وعقل كل موظف؛
- تعليم الموظفين نظام (Kaizen)، وهذه كلمة يابانية تعني التطوير المستمر، يجب أن لا يتوقف الإبداع أبداً، هذا النظام يعني إدخال تحسينات صغيرة وبسيطة على الخدمات والمنتجات وبشكل دائم؛
- حذف وشطب كل ما يعيق الإبداع، من نظم وقوانين وقواعد والموظفين والمدراء السلبيين يجب تغيير أفكارهم ومعتقداتهم لأن هؤلاء السلبيين لن يفيدوا بشيء بل سيقفون حجر عثرة أمام تقدم المؤسسة.

وتشير الدراسات إلى أن المؤسسات المبدعة تتميز بالصفات التالية:

- الاتجاه والميل نحو الفعل والإنجاز والتجربة المستمرة؛
- الاتصال القوي مع حاجات ورغبات المستهلكين؛
- وجود أنصار للمؤيدين للإبداع يقومون بتشجيع المبدعين وتوجيههم؛
- الإنتاجية من خلال مشاركة العاملين في تقديم مقترحاتهم وبدائل العمل؛
- تطوير مبادئ وقيم وأخلاقيات العمل يدرکہا الجميع ويتمسكون باحترامها وتطبيقها؛

المؤتمر الاقتصادي الدولي الرابع : تحفيز الاقتصاد الأردني الواقع و التحديات

- الالتزام بالمهارة الأصلية للمؤسسة المدعة وعدم التحول إلى مجالات عمل ليس للمؤسسة مهارات متأصلة فيها؛
- البساطة وعدم التعقيد في الهيكل التنظيمي من حيث عدد المستويات والوحدات الإدارية؛
- الجمع بين الشدة واللين معاً، فهناك رقابة مركزية متشددة لحماية قيم وأهداف المؤسسة، وفي نفس الوقت هناك استقلالية وتفويض للسلطة في الأمور الأخرى بهدف تشجيع روح المخاطرة والإبداع⁹.

- اثار الإبداع في المؤسسة :

يسمح الإبداع في المؤسسة إلى زيادة قدرتها على مواجهة تهديدات المحيط الخارجي و استغلال الفرص المتاحة ، مما يمكنها التفوق على منافسيها و البقاء في السوق ، في هذا المجال يوجد عدة أثار إيجابية للإبداع في المؤسسة نلخصها فيما يلي :¹⁰

✓ تحسين أداء المؤسسة :

يؤدي الإبداع التكنولوجي من خلال تفعيل البحث و التطوير و استخدام تقنيات متطورة إلى زيادة القدرة الإنتاجية للمؤسسة ، كما يعمل على الاستعمال العقلاني لمواردها المادية و المالية و البشرية و التكنولوجية ، مما يعمل على تحقيق الكفاءة و الفعالية في الأداء . و قد بينت إحدى الدراسات التي شملت 1300 مؤسسة في أوروبا و اليابان و أمريكا الشمالية ، أن هناك ارتباط قوي بين الأداء الحالي و الإبداع التكنولوجي ، إذ كانت مستويات أداء تلك المؤسسات عالية و أرباحها متميزة بسبب التكنولوجيا المتطورة في الإنتاج و العمليات .

✓ تحسين التنظيم الإداري في المؤسسة :

يعمل الإبداع على ترسيخ العمل الجماعي بين أفراد المؤسسة أي تنشيط العمل بالفريق ، كما يعمل على تشجيع الديمقراطية و المشاركة ، مما يشكل حافزا ل طرح المبادرات و ظهور القدرات الإبداعية . كما يسمح الإبداع التحول من الإنتاج الواسع للمنتجات النمطية إلى منتجات وفقا لطلبات الزبائن، التي تتطلب الاعتماد على نظم الإنتاج ذات مرونة عالية تساعد في تقديم منتجات متميزة .

✓ تدعيم تنافسية المؤسسة :

يعمل الإبداع على اكتساب المؤسسة مزايا تنافسية تعزز مركزها التنافسي في السوق ، و هذا من خلال تحسين جودة المنتجات و تقليل التكاليف أي تخفيض الأسعار ، كما يعمل الإبداع على زيادة القدرات التنافسية للمؤسسة من خلال سرعة تقديمها للمنتجات الجديدة و تغيير العمليات الإنتاجية. بالإضافة إلى الاستجابة لحاجات و رغبات المستهلكين من خلال تجديد المنتجات و تطوير أساليب الإنتاج ، و سرعة تسليم المنتجات من خلال تقليل أوقات التصنيع و التأخيرات في

المؤتمر الاقتصادي الدولي الرابع : تحفيز الاقتصاد الأردني الواقع و التحديات

العمل ، و الذي يؤدي إلى تحسين صورة المؤسسة و مكانتها و إيجاد فرص جديدة لزيادة مبيعاتها و أرباحها ، مما يعمل على ارتفاع الحصة السوقية .

✓ مواكبة التطور التكنولوجي :

- يؤدي الإبداع التكنولوجي إلى قدرة المؤسسة على مواكبة التطور التكنولوجي، وذلك من خلال تكتيف نشاطات البحث و التطوير ، قصد التحسين المستمر لمنتجاتها، وبالتالي تمديد دورة حياتها . فالمؤسسات تعتمد إلى إدخال التحسينات و التعديلات على منتجاتها أكثر من لجوئها إلى طرح منتجات جديدة ، نظرا لما تتطلبه هذه الأخيرة من إمكانيات كبيرة قد لا تتوفر لدى كل المؤسسات.

✓ تحقيق التميز و الريادة: ¹¹

إن الابداع و الريادة و ما يربط بينهما من علاقة تساعد المؤسسات على أن يكون لها الدور الريادي سواء في تقديم المنتجات أو الخدمات و إرضاء الزبائن، و القدرة على اختراق الأسواق و السيطرة على جانب معين من هذه الأسواق، بحيث يتجلى الابداع الريادي في:

- الابداع الجزئي و هو يتعلق بأن يتم الابداع بشكل جزئي في طبيعة التكنولوجيا المستخدمة مع اهتمام قليل في الأسواق.
- الابداع الداخلي الجديد و يتم هذا النوع من الابداع ضمن الوسائل التكنولوجية الحالية مع الاهتمام الزائد في الأسواق.
- الابداع التخصصي و يتم في حالة استخدام تكنولوجيا جديدة أو أساليب تكنولوجية جديدة مع اهتمام قليل في السوق و مستوى طموح دون المطلوب.
- الابداع العالمي الجديد و يتمثل في استخدام تكنولوجيا جديدة مع وجود اهتمام عالي في الأسواق.

معوقات الإبداع: ¹²

تتلخص معوقات الإبداع فيما يلي:

- المعوقات المادية التي تتعلق بإمكانات أو ممتلكات المؤسسة المادية، وعدم القدرة على الإيفاء بمتطلبات عملية الإبداع من أساليب وأماكن خاصة وحوافز مادية إضافية؛
- القوانين والأنظمة التي تعمل على الحد من الإبداع والمبادرة وتتعلم بمقاييس الأداء الإبداعي، وأنظمة الحوافز، وأنظمة تقييم الأفكار الإبداعية حيث تهيمن النظرة المالية على تقييم أعمال المؤسسة وخاصة الربحية منها؛
- مقاومة التغيير من قبل الإدارة والعاملين، والتمسك بالعادات والتقاليد المألوفة؛

المؤتمر الاقتصادي الدولي الرابع : تحفيز الاقتصاد الأردني الواقع و التحديات

- المناخ التنظيمي وطبيعة العلاقة بين العاملين والمديرين وكذلك بين العاملين أنفسهم؛
- غياب التشجيع من المؤسسة على تجرب الأشياء الجديدة، وعدم الخرف من الخطأ وال فشل؛
- الاعتماد المفرط على الخبراء الخارجيين كثيرا في أداء الوظائف الفنية والإدارية المتخصصة، والتي قد تمثل تحديا إيجابيا على سلوك الأفراد الإبداعي؛
- عدم مساندة العمل الجماعي من قبل المؤسسة، أو عدم إتباع الأساليب الصحيحة في تشكيل فرق العمل؛
- قلة المعلومات المتوفرة عن الأوضاع الداخلية و الخارجية للمؤسسات، و عدم الاستفادة من أنظمة المعلومات بالطريقة التي تضمن الحصول على المعلومات بشكل سريع و مستمر بين الأقسام و الإدارات؛
- العمل على صياغة استراتيجيات المؤسسة بعيدا عن الأهداف التي ترمي إلى إدارة الإبداع وتطوير المهارات و القدرات للأفراد؛
- المعوقات التي من الممكن أن تظهر في قيادة المؤسسات من قلة القدرات القيادية بالإضافة إلى قلة الوعي و الإدراك لمفاهيم و أسس إدارة الابداع، و التي تمثل عائقا أمام الوصول إلى الأهداف التنظيمية، أو عدم وجود معايير و أسس واضحة يمكن من خلالها تطوير النمو في تطوير الابداع؛
- غياب النظرة و الأهداف المشتركة في المؤسسة و التي تعمل على خلق الإحساس المشترك بطبيعة الموقف و التحديات التي تواجه المؤسسات؛
- غياب البرامج التدريبية التي تهدف إلى تزويد الأفراد بالمهارات التي تمكنهم من تطبيق الأفكار و الأساليب الإبداعية.

تشجيع الابداع و الابتكار في المؤسسات الجزائرية:

- في سبيل تشجيع المؤسسات الاقتصادية الجزائرية على الابداع و الابتكار، قامت السلطات العمومية المعنية بإنشاء جائزة للمؤسسات المبدعة منها تحت اسم " الجائزة الوطنية للابتكار" من خلال إصدار المرسوم التنفيذي 08-223 المؤرخ في 14 أكتوبر 2008. و قد سعت من ورائه إلى تشجيع الابتكار و استخدام البحث و التنمية في المؤسسات الاقتصادية بغرض

تحسين قدراتها التنافسية.¹³

أهداف الجائزة الوطنية للابتكار: 14

تهدف الجائزة الوطنية للابتكار إلى تعزيز الابتكار و استخدام البحث العلمي في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة قصد تحسين تنافسياتها. تجزي و تشجع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة الناشطة في ميدان الصناعة و الخدمات المقدمة للصناعة التي حققت تكنولوجيات الإعلام و الإتصال التابعة لها ابتكارات في المنتجات أو التنظيم الذي يدفع بها نحو التفوق.

ومن أهداف المشاركة في المسابقة هي:

- اختيار النهج الذي يحسن التنافسية.
- الاعتراف بالجهود و الابتكارات المنجزة من طرف المؤسسات الصغيرة و المتوسطة و تميمها.
- تعزيز صورة المؤسسة بفصل الجائزة الوطنية للابتكار.
- حث و إشراك الإطارات الجامعية التي تنمو و تتطور ضمن المؤسسة.
- تعريف الزبائن بالابتكارات في المنتجات أو التنظيم.

جائزة الابتكار لعام 2017: 15

إدراكا لأهمية دعم الابتكار في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة. أطلقت وزارة الصناعة و المناجم الطبعة ال 9 للجائزة الوطنية للابتكار تشجيعا للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة المبتكرة، وفتح التنافس على الجائزة للمؤسسات المبتكرة الناشطة في مجال الصناعة و الخدمات المتعلقة بقطاع الصناعة و تكنولوجيات الإعلام و الاتصال والتي ينطبق عليها تعريف المؤسسة الصغيرة و المتوسطة الوارد في القانون التوجيهي الخاص بالمؤسسات الصغيرة و المتوسطة. وحدد تاريخ 14 سبتمبر 2017 كآخر اجل للمؤسسات الراغبة في المشاركة لإيداع ملفات ترشحها للمسابقة.

إن الجائزة ترمي إلى دعم الابتكار و البحث و التطوير وتعزيز تنافسية المؤسسات. و ستمنح الميداليات و شهادات التقدير و

جوائز نقدية لأفضل مؤسسة مبتكرة. هاته الجوائز النقدية محددة في المادة 3 من المرسوم التنفيذي 223-08 المؤرخ 14

شوال 1429 الموافق 14 أكتوبر 2008 هي كما يلي:

○ الجائزة الأولى: 1000.000 دج.

○ الجائزة الثانية: 800.000 دج.

○ الجائزة الثالثة: 600.000 دج.

شروط المشاركة لنيل جائزة الابتكار :¹⁶

يحتوي ملف الترشح على:

- نسخة من القانون الأساسي للمؤسسة.
- بطاقة تقنية للمؤسسة.
- بطاقة تقنية تلخيصية حول الابتكار المقترح لنيل الجائزة.
- مصدر و مرجع الابتكار المنجز.
- وثيقة تبرز المزايا التكنولوجية و الاقتصادية للابتكار.
- نموذج الترشح.
- يجب أن يرفق ملف الترشح بتقديم ذو نوعية جيدة للابتكار على وسائط رقمية سمعية بصرية.
- يمكن لملف الترشح أن يحوي ما بين 40 و 80 صفحة بما في ذلك الملاحق و يجب أن يتضمن جميع المعلومات المتعلقة بالمؤسسة و بالابتكار المقدم (جداول، رسوم بيانية ...).
- يرسل ملف الترشح في 05 نسخ للمقيّم من طرف لجنة الجائزة في ظرف مغلق.

خاتمة:

من خلال ماسبق تقديمه، يتجلى لنا أهمية الابداع في المنظمات، حيث أصبح ضرورة حتمية لمنظمات الأعمال في الوقت الراهن و في ظل التحولات الاقتصادية الراهنة. و عليه لا بد من تجسيد الابداع و إدارته داخل منظمات الأعمال عبر تحديد الطاقات الإبداعية و محاولة تدريبها و توفير الظروف الملائمة للعاملين و ترك حرية للتعبير و الابداع و الابتكار و التجديد في انجاز الأعمال و حل المشاكل و تنفيذ الاستراتيجيات و الخطط.

و من هنا يعتبر الابداع من أهم عناصر المنافسة الأساسية في عالم اليوم لأن الاقتصاد العالمي هو اقتصاد مبني على المعرفة و لم تعد عناصر المنافسة التقليدية مثل الجودة ، تخفيض الأسعار و الإنتاجية العالية كافية لاختراق الأسواق أو الاحتفاظ بالحصص السوقية. و على هذا الأساس لا بد من الاهتمام بالإبداع و رصد أموال كافية مع دعم نشاطات البحث و التطوير باعتباره إستراتيجية تبناها هذه المنشآت و تسعى للاستثمار فيها و الاستفادة من مردوديتها، لذا أصبح لزاما على المؤسسات الاقتصادية الجزائرية ممارسة الابداع بشكل علمي و منظم يتوافق مع أهدافها و إستراتيجيتها لتحقيق التميز.

قائمة المراجع:

- ¹ حراز الأخضر، دور الابداع في اكتساب المؤسسة ميزة تنافسية، دراسة حالة مؤسسة EGTت مركب حمام سعيدة، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير تخصص مالية دولية، جامعة ابوبكر بلقايد تلمسان، 2011، ص 30.
- ² عبد الرزاق حميدي، "الابداع كمدخل لتطوير تنافسية المؤسسة الاقتصادية"، مجلة العلوم الانسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد 35/34 مارس 2014، ص 279.
- ³ نجم عبود نجم، القيادة و إدارة الابتكار، دار صفاء للنشر و التوزيع عمان، الاردن، الطبعة الثانية، 2015، ص 136.
- ⁴ جمال خير الدين، الابداع الاداري، دار اسامة للنشر و التوزيع، عمان، الاردن، 2015، ص 6.
- ⁵ عاطف لطفي حصاصنة، إدارة الإبداع والابتكار في منظمات الأعمال، دار الحامد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2011 ص 36.
- ⁶ بن عنتر عبد الرحمان، "واقع للإبداع في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالجزائر"، دراسة ميدانية، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 24، العدد الأول، 2008، ص 150.
- ⁷ عاكف لطفي حصاصنة، غدارة الابداع و الابتكار: دار حامد للنشر و التوزيع، الطبعة الاولى، 2010، ص 54.
- ⁸ جمال خير الله، الإبداع الإداري، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015، ص 129.
- ⁹ سليم بطرس جلدة، زيد منير عبوي، إدارة الإبداع والابتكار ، دار كتوز للمعرفة والنشر، عمان، الأردن، 2006، ص 50.
- ¹⁰ ناصر مراد ، زياد أبو موسى، واقع الإبداع في المؤسسة، الملتقى الدولي حول الإبداع و التغيير التنظيمي في المنظمات الحديثة ، دراسة و تحليل تجارب وطنية و دولية، يومي 19/18 ماي 2011، جامعة سعد حلب، البليدة.
- ¹¹ عبد الرزاق حميدي ، "الابداع كمدخل لتطوير تنافسية المؤسسة الاقتصادية ، مع الإشارة لحالة الجزائر"، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة ، العدد 35/34 ، مارس 2014 ، ص 283
- ¹² منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، مصر ، 2005، ص 23.
- ¹³ صندرة سايبى، "الإبداع والابتكار في المؤسسات الاقتصادية واقع و تحديات المؤسسات الجزائرية"، مجلة العلوم الانسانية ، جامعة قسنطينة العدد 42، ديسمبر 2014، ص 317
- ¹⁴ www.dipmepi-biskra.com/news.../Le_Prix_de_Innovation.aspx
- ¹⁵ ...إطلاق-الجائزة-الوطنية-للابتكار-للمؤسسات-ال-41588-ar.aps.dz/...
- ¹⁶ <https://dimouargla.dz/Blog%20Posts/جايزة-الابتكار.html>