

دور الإبداع في تحقيق ريادة المنظمات، دراسة حالة مجمع صيدال

**The Role of Creativity in Achieving the Leadership of Organizations
Case Study: Group of the SAIDAL**

د. بواشري أمينة

جامعة الجزائر 3، الجزائر

master2012alg@yahoo.com

تاريخ القبول: 2019/02/08

د. بوبعة عبد الوهاب

المركز الجامعي تيبازة، الجزائر

boubaaa03@gmail.com

تاريخ الاستلام: 2018/08/30

الملخص:

يهدف البحث إلى تقييم دور الإبداع كخيار استراتيجي فعال بالنسبة للمنظمة ومدى مساهمته في تحقيق ريادتها. ولكي يحقق الإبداع الريادة لابد أن يكون جزءا لا يتجزأ من العمليات اليومية، حيث يساهم في الأفكار الجديدة التي من خلالها يمكن تحقيق قفزات كبيرة تحتاجها المنظمات في جميع النشاطات التي تحدث فرقاً تنافسياً. ولكي يحدث ذلك، يجب أن يكون الإبداع مسؤولية الجميع. ولا يكون الإبداع ذو فعالية إلا إذا تعلم كل شخص في المنظمة كيف يمارسه، ثم يطوره باستمرار. ومن هنا برزت مشكلة البحث التي أشارت إلى دور الإبداع في دعم ريادة المنظمات عن طريق إكسابها ميزة تنافسية، وقد أعتمد في البحث على أسلوب دراسة الحالة في الجانب التطبيقي؛ حيث تم جمع البيانات من مجمع صيدال، وتم استخدام البرنامج الإحصائي (SPSS23)، وقد أكدت معظم نتائج البحث على وجود علاقة طردية بين الإبداع والريادة في "صيدال"، لكن تبقى جهود صيدال غير كافية مقارنة بما تبذله الشركات العالمية الرائدة في مجال الصناعة الدوائية، مما يتطلب تعزيز هذه العلاقة أكثر عن طريق تفعيل البيئة الحاضنة للإبداع، والاستثمار بشكل أكبر في إنشاء مراكز للبحوث والتطوير.

الكلمات المفتاحية: إبداع؛ ريادة؛ منتجات جديدة؛ ميزة تنافسية؛ صيدال؛ دواء.

Abstract :

The research aims to assess the role of creativity as an effective strategic choice for the organization and its contribution to achieving its leadership. In order to achieve creativity, creativity must be an integral part of everyday operations, contributing to new ideas through which the organizations can leapfrog in all activities that make a competitive difference. For that to happen, creativity must be everyone's responsibility. Creativity is effective only if everyone in the organization learns how to practice it, and then develops it constantly. The research problem, which referred to the role of innovation in supporting the leadership of the organizations by providing them with a competitive advantage, was based on research on the case study method. The data were collected from the Sidal Complex. The statistical program (SPSS23) The results of the research have confirmed that there is a positive relationship between creativity and entrepreneurship in SIDAL. Creativity leads to improving the leadership of the complex by improving its productivity, increasing its profits and giving its products a competitive edge, but the efforts of "saidal" are not sufficient compared to the Leading companies in the pharmaceutical industry, which requires further strengthening this relationship by activating the incubating environment for innovation and investing more in establishing research and development centers.

KeyWords: Creativity; Entrepreneurship; New Products; Competitive Advantage; Saidal**JEL Classification:** L65, O32.

* مرسل المقال: بواشري أمينة (master2012alg@yahoo.com).

المقدمة:

يُعد الإبداع من العوامل المهمة والحاسمة في منح الشركات القدرة على المنافسة والاستمرارية في السوق، والأكيد أنه عندما ترفع من مهاراتك الإبداعية فإن الربح من ذلك هو مؤسستك، وبذلك تزداد قيمتك وأهميتك في السوق؛ فالشركات التي تحقق نجاحات باهرة وغالبا ما تتفوق على المنافسين إنما تستمد قوتها من اعتمادها على عملية الإبداع الذي يعتبر المصدر الرئيسي لتحقيق الاستمرارية ودعم الريادة، والذي من خلاله تستطيع المنظمة متابعة التغيرات المستمرة التي تحدث في رغبات الزبائن، كما يعطيها فرصة لصقل مهارتها وتعزيز فعاليتها، وتصميم نماذج عمل جديدة من أجل مساهمة التغيرات ومواجهة التحديات؛

إشكالية الدراسة:

لا تزال معظم الشركات الوطنية بعيدة عما حققته الشركات العالمية، من ضخامة في الإنتاج والربحية العالية، وهذا ناتج عن طبيعة السياسة المتبعة، ومع هذا تبقى الجهود متتابعة لمحاولة تحسين المنتج الجزائري في مختلف الصناعات، خاصة الصناعة الدوائية التي أثبتت أنها جديرة بالمتابعة والاهتمام، ويعتبر مجمع صيدال نموذجا لهذه الصناعة في الجزائر حيث يقوم بإنتاج أدوية بمقاييس عالمية.

وانطلاقا مما سبق ذكره من أهمية الإبداع وحتميتها بالنسبة للمنظمة، يمكن طرح الإشكالية التي يتمحور حولها موضوع البحث وهي:

ما هو دور الإبداع في دعم ريادة المنظمات؟ وهل يعتبر مجمع صيدال نموذجا في هذا المجال؟

وقد تم تجزئة الإشكالية الرئيسة إلى الأسئلة الفرعية التالية:

- هل مناخ الأعمال في الجزائر يساعد على الإبداع؟
 - ما علاقة نفقات تمويل المشاريع الإبداعية بتحقيق الريادة في مجمع صيدال؟
 - ما مدى مساهمة المشاريع الإبداعية في تحسين أرباح المجمع ومساهمتها في ريادة وتميز المجمع؟
- فرضيات البحث:** بغية الإجابة على الأسئلة السابقة سوف نقوم بصياغة الفرضيات التالية:
- يوفر مناخ الأعمال في الجزائر فضاء يساعد "صيدال" على الإبداع والريادة.
 - توجد علاقة بين نفقات تمويل المشاريع الإبداعية وتحقيق الريادة في مجمع "صيدال".
 - تساهم المشاريع الإبداعية في ريادة المجمع وزيادة أرباحه.

أهمية الدراسة:

- مكانة الإبداع في تقدم وازدهار المؤسسات، فهو يحل المشكلات ويقدم بدائل جديدة تساهم في تحسين الأداء وتحقيق الريادة.
- الدور الارتكازي للقطاع محل الدراسة التطبيقية حيث يعتبر قطاع صناعة الدواء من الهياكل القاعدية الضرورية لتنمية وتطوير قطاع الصحة.

أهداف البحث: سوف نركز عملنا البحثي على الأهداف التالية:

- إبراز دور الإبداع كخيار استراتيجي فعال بالنسبة للمنظمة خاصة في تنميتها ومواجهة التحديات والعراقيل التي تواجهها في سوق تتسم بشدة المنافسة.
- الكشف عن أدوات التفكير الإبداعي في منظمات الأعمال حيث تمثل أحد أهم الأسس البنائية للمزايا التنافسية والريادة على المدى الطويل.
- تقييم مدى مساهمة الإبداع في ريادة مجمع صيدال.

منهج الدراسة: سوف يتم معالجة الموضوع باتباع منهجين:

المنهج الوصفي وذلك بهدف الدراسة والإحاطة بمختلف جوانب الموضوع من خلال الأدبيات المتاحة، والمنهج التحليلي من خلال تحليل نتائج الاستبيان واختبار الفرضيات بهدف استنتاج ما يتصل بمشكلة البحث من أدلة وبراهين تبرهن على إجابة أسئلة البحث.

حدود البحث: سوف نقوم بإجراء الدراسة في إطار مجموعة من الحدود المتعارف عليها في منهجية البحث العلمي وهي:

- **الحدود المكانية:** تركز هذه الدراسة بشكل عام حول موضوع دور الإبداع في تحقيق ريادة المنظمات وقد اخترنا المجمع الوطني للصناعة الدوائية "صيدال" محل الدراسة، وسوف نقوم بتوزيع الاستبيان على الإطارات والباحثين بالشركة وهو المجتمع المستهدف من البحث.

- **الحدود الزمانية:** تم تطبيق الدراسة ميدانيا خلال الفترة الممتدة من 2017/11/08 إلى غاية 2018/01/25.

- **الحدود الموضوعية:** تعكسها متغيرات البحث الرئيسة وهي الإبداع، الريادة، والعلاقة بينهما وتطبيق هذه العلاقة على شركة من شركات الأدوية وهي صيدال.

- **الدراسات السابقة:** لقد تم الاطلاع على عدد من الدراسات والأبحاث السابقة والتي لها علاقة بالموضوع محل الدراسة، نذكر من أهمها: Stratégies de R&D et innovation dans l'industrie pharmaceutique en France، من إعداد Messaoud Zouikri وهي مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة PARISDAUPHINE، 2008، هدفت هذه الدراسة إلى إبراز دور نفقات البحث والتطوير واعتماد العملية الابتكارية في كسب رهان المنافسة في قطاع الصناعة الصيدلانية مع الإشارة إلى حالة بعض الشركات الصيدلانية الفرنسية، وقد توصلت الدراسة إلى ضرورة تشجيع إقامة مراكز البحوث والمخابر وتكثيف عمليات التطوير وعصرنة شبكة المعلومات لملاحقة المتغيرات العالمية الحاصلة في قطاع الصناعة الصيدلانية.

- **دور التفكير الاستراتيجي في تفعيل القدرات الإبداعية للمؤسسة - دراسة حالة صيدال،** للباحثة صبرينة ترغيني، وهي أطروحة ضمن متطلبات نيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير، تخصص تسيير المنظمات، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة بن يوسف خيضر بسكرة، 2015، تم التركيز عليه في هذه لأطروحة هو كيفية الاستمرار والتكيف مع بيئة

العمل السريعة وتحقيق ميزة تنافسية في السوق، حيث سعت الدراسة إلى قياس وتحليل علاقات الارتباط والأثر بين التفكير الاستراتيجي والقدرات الإبداعية للمؤسسة، وقد توصلت نتائج اختبار الفرضيات وتحليلها وتفسيرها إلى وجود علاقة أثر وارتباط ذات دلالة معنوية إحصائية بين التفكير الاستراتيجي ومتغيراته الفرعية المنبثقة عنه وبين القدرات الإبداعية للمؤسسة، وقد توصلت الباحثة إلى عدد من الاستنتاجات والتوصيات تخص المؤسسات بمختلف أنواعها ومجمع "صيدال" على وجه التحديد.

- الأدوات المستخدمة في جمع المعلومات: لإعداد هذا البحث تم الاعتماد في الجانب النظري على المسح المكتبي بتناول المراجع باللغة العربية والأجنبية من كتب، ملتقيات ومقالات، أطروحات دكتوراه، دراسات لعدة باحثين مستوحاة من الإنترنت، وغيرها. أما في الجانب التطبيقي فقد تم الاعتماد في جمع المعلومات على استمارة الاستبيان من أجل جمع التي ثم فحصها وإخضاعها للتحليل الإحصائي، إضافة إلى إجراء بعض المقابلات للتأكد من صحة الإجابات ومدى موضوعيتها محاولة من الباحثين للوصول إلى الحقيقة.

1. الخلفية النظرية أو الفكرية للدراسة

1.1 مفهوم الإبداع (Innovation)

لقد اكتسب الناس والمنظمات المشهورة سمعتهم الطيبة نتيجة إبداعاتهم (دودجسون وجان، 2014، ص8). وبصرف النظر عن التنوع الشديد في تعريفات الإبداع التي وصلت إلى المئات، سوف نعرض المفاهيم المتداولة والأكثر شيوعاً، ولعل أول من اهتم بالإبداع هو الاقتصادي الأمريكي (J.SCHUMPETER)، ويمكننا تقديم التعريفين الآتيين:

- التعريف الأول (J. SCHUMPETER): «الإبداع هو استخدام الموارد المتواجدة بطريقة جديدة، بهدف خلق منتجات جديدة». (نجم، 2003، ص17) لقد قدم "شومبيتر" هذا التعريف من منظور اقتصادي، بحيث اقتصر مفهومه على استخدام أفضل للموارد لتقديم منتجات جديدة؛ وهذا يُضيق مجال الإبداع.

- التعريف الثاني: تعريف معجم إدارة الموارد البشرية، الإبداع هو: " إيجاد طرق جديدة في العمل أو أفكار حديثة في حل المشاكل، تؤدي إلى زيادة كفاءة العمل وقدرات العاملين فيه. (Sahhaf, 2003, p76) من خلال التعريفين السابقين يمكن القول أن الإبداع هو عملية توليد أفكار، طرق عمل، أساليب وطرق جديدة، ووضعها موضع التطبيق ولتضيف قيمة للزبون والمؤسسة معاً.

1.2 أهمية الإبداع وحاجة المنظمة إليه

يُعد الإبداع من أهم الأنشطة الارتكازية التي تساهم في بناء وتحسين أداء المنظمات المعاصرة، كما يعتبر الضمانة الأكيدة لكسب التفوق التنافسي، وأصبح في قلب كل المناقشات الحالية حول التحديات التي تواجهها المؤسسات،

باعتباره عامل استراتيجي لنجاح المؤسسات، مهما كان حجمها، وقطاع نشاطها أو مساحة سوقها. فهو بذلك قاعدة لاستمراريتها وطريقة للنظر في مستقبلها.

ف نجد على سبيل المثال أن المؤسسات اليابانية تخصص ما يزيد عن 30 % من مخرجاتها على أنشطة الإبداع، ففي مسح حديث أُجري، وُجد أن 25 % من كل المؤسسات الأمريكية التي تستخدم أكثر من 100 عامل تقدم تدريباً في مجال الإبداع لعاملاتها (نجم 2003، ص15). إن نشاط الإبداع أصبح يُغري الكثير من المؤسسات التي تسعى إلى تحقيق أرباح كبيرة ومعدلات نمو عالية، فعلى سبيل المثال حول عوائد الإبداع نجد في مؤسسة M3 الأمريكية أن حوالي 32 % من جملة مبيعاتها البالغة عشرة مليارات دولار سنوياً نتيجة لابتكارها سلع وخدمات جديدة (عامر، 2001، ص293).

كما تظهر أهمية الإبداع والحاجة إليه عندما يُدرك متخذو القرار في المنظمة أن هناك تفاوتاً بين أداء المنظمة الفعلي والأداء المرغوب تحقيقه، مما يحثهم على تبني طرق وأساليب جديدة، أي أن على المنظمة تبني الأفكار الإبداعية، واستخدامها كأداة للتغيير والتطوير وحل المشاكل التي قد يعاني منها التنظيم، لتحسين أداء المنظمة وتحقيق أهدافها بفعالية. (بديسي، 2011، ص6)

إن الكثير من علماء الإدارة الحديثة يربط بين استمرارية المؤسسة ونجاحها وبقائها بقدرتها على خلق أفكار إبداعية وتحويلها إلى منتجات وخدمات تقدم للسوق، وعلى الرغم من أن الميزة التنافسية تنتج عن عوامل مختلفة مثل حجم أو امتلاك بعض الأصول المميزة، فإن الإبداع أصبح بشكل متزايد ولعدد أكبر من المؤسسات أهم مصادر الميزة التنافسية والتنمية المستدامة. (Chirouze, 1991, p 127)

ويمكن أن نلخص أهمية الإبداع في أنه: (مصطفى، 2002، ص 260):

- ينمي ويراقب المهارات الشخصية في التفكير والتفاعل الجماعي من خلال فرق العصف الذهني؛
- يزيد من جودة القرارات التي تُصنع لمعالجة المشكلات.
- حسن من جودة المنتجات وزيادة حجم المبيعات؛
- يُساعد على تقليل الفترة بين تقديم منتج جديد وآخر (التنافس بالوقت)؛
- يساعد على تعزيز القدرة التنافسية للمؤسسة مما يخلق صورة طيبة عن المؤسسة لدى عملائها. (القرشي وتوفيق، 2011، ص199)
- يعتمد عليه عند التفكير في المستقبل أي تصبح للمؤسسة نظرة استشرافية للمستقبل، رغم أن بحوث المستقبل تعتبر جهداً علمياً مركباً يحتاج إلى الإبداع والخيال وقبول ممارسة المخاطر الفكرية.
- يساهم في تحفيز المنظمات لتكون بيئة ملائمة لاكتشاف المواهب والعمل على تنميتها من خلال توفير برامج متخصصة.

- يطور قدرة الفرد على استنباط الأفكار الجديدة، ويساعده في الوصول للحل الناجح للمشكلة بطريقة أصيلة. (بديسي، 2011، ص7)

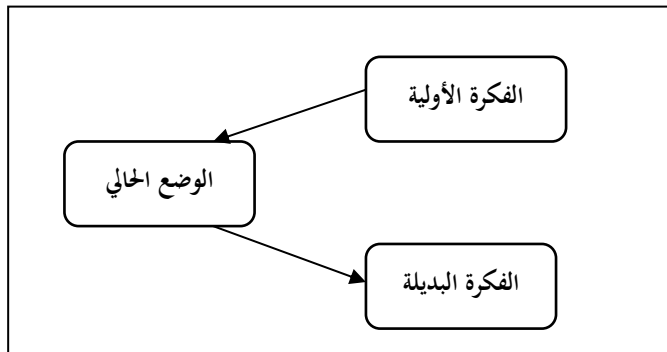
1.2. أدوات التفكير الإبداعي:

تشكل أدوات التفكير الإبداعي من العناصر التالية:

أ. **أدوات التفكير الإبداعي الست**: إن أسلوب القبعات الست للتفكير بسيط جدا ولكن من نوع السهل الممتنع، حيث يستخدم أسلوب مختلف من الفكر لكل أداة من أدوات التفكير والتي يشار لها بلون يميزها "فاللون الأبيض ينقل المعلومات والأحمر يعبر عن المشاعر والأسود يدعو إلى الحذر والأصفر يمثل التفاؤل والأخضر هو الإبداع بينما الأزرق هو التنظيم". تخيل لو كان للتفكير الإبداعي ست قبعات ذات ألوان مختلفة، ويمثل لون كل قبعة أحد أنواع التفكير التي يمكن أن ينتج عند ارتداء هذه القبعة على سبيل المجاز. ويمكن عقد اجتماع رسمي يناقش فيه هذه الألوان من وظائف الفكر ويدور حولها، ويخصص فيه على سبيل المثال 4-5 دقائق لبحث كل وظيفة منها وفقا لمعطيات الموقف. استخدمت شركة (IBM) طريقة القبعات الست كجزء جوهري من برنامج التدريب لـ 40000 من مديريها حول العالم. وتم استخدام هذه الطريقة أيضا بشكل موسع مع شركة "دي بون بروننتال"، وغيرها من الشركات الكبرى. وتم استخدامها لأنها طريقة عملية ولها نتائج فعالة. (بونو، 2005، صص 121-138)

ب. **البحث عن بدائل مبتكرة**: تتساءل هل هناك طرق أخرى للقيام بهذا العمل؟ ما هي البدائل المتاحة؟ ما الذي يمكن تقديمه بصورة أخرى في هذا الموقف؟ ولكي تحصل على البدائل لا بد من توافر مصدر تنبع منه الإبداعات، فنحن نتحرك من فكرة مبدئية ألا وهي "الوضع الحالي" نحو هدف "المراد تحقيقه" ومن ثم نحو فكرة جديدة "بديل مبتكر". على سبيل المثال: -الوضع الحالي- كيف نكافئ فريق البيع؟ يتم هذا حاليا عن طريق العمولة، هل هناك بدائل مطروحة لمكافحة المميزين؟. (بونو، 2005، ص 174)

الشكل 01: " كيف نكافئ فريق البيع "



المصدر: (بونو، 2005، ص: 184)

ت. **مروحة المفهوم**: ويقصد به تقسيم الهدف إلى خطوات عريضة ثم إلى مفاهيم وهذه بدورها يمكن تجزئتها إلى أفكار، عند صنع مروحة المفهوم، عليك أن تبدأ بالهدف. ومن ثم اعمل في الاتجاه العكسي. وتساءل عند كل نقطة: كيف

يمكن أن أصل لتلك النقطة؟ وهكذا فأنت تعمل في اتجاه عكسي من الاتجاه إلى المفاهيم وتنتهي بأفكار بديلة عديدة. وهذه هي فكرة التمرين. إذا أردت أن توصل شيئا إلى سقف غرفة على ارتفاع طبيعي، تبحث عن سلم. ولكن لا تستطيع أن تجد سلما في أي مكان. هل تستسلم وتقول أنه لا يمكن إتمام المهمة؟ المفهوم هو "رفعي عن الأرض" وهو النقطة الثابتة. الطرق البديلة لتطبيق هذا المفهوم تتضمن وقوف على طاولة مثلا أو أن يحملني مجموعة من الأفراد. ولكن "رفعي عن الأرض" هي في حد ذاتها طريقة واحدة فقط "تقليل المسافة بين الشيء والسقف". هذه هي النقطة الثابتة الجديدة ونبحث بعد ذلك عن بدائل. تصير البدائل هي المفاهيم. ولكننا نخرج أيضا من المفهوم نفسه إلى "مفهوم أوسع"، الذي يصير فيما بعد النقطة الثابتة لمفاهيم بديلة. كل تلك المفاهيم الجديدة البديلة صارت نقطة ثابتة لأفكار بديلة. تسمى هذه العملية "مروحة المفهوم".

ث. **وقفعة إبداعية:** تتوقف عن ممارسة الروتين العادي وتتساءل هل هناك طريقة أفضل للقيام بنفس العمل، الوقفة الإبداعية بسيطة جدا، ولكن هذا لا يعني أنه من السهل القيام بها. فهي تحتاج إلى الكثير من الالتزام الذي يوقف التدفق السلس من الأفكار من أجل وقفعة إبداعية. (بونو، 2005، ص133)

4.2. علاقة الإبداع بالريادة في المنظمات:

إن نشاط الإبداع مقترن بالريادة، فهو يهدف إلى وضع مُنتجات وخدمات وأساليب إنتاج جديدة، وهذا بالاستناد إلى المعلومات والتقنية المتاحة والمتحصل عليها من داخل أو خارج المنظمة والمتمثلة في هياكل الإبداع، كما أن طبيعة المرحلة الحالية تحتاج إلى فكر جديد يجعل التحسين المستمر والتطوير والابتكار هدفا استراتيجيا تسعى الإدارة إلى تحقيقه بغية الاستمرار والبقاء داخل السباق التنافسي.

أ. **تعريف الريادة:** لقد جرت محاولات عديدة لتعريف الريادة وسوف نقدم تعريف شامل للريادة حيث تعرف على أنها "هي عملية خلق نوع جديد من المنظمات التي لم يسبق القيام مثلها، أو تطوير منشأة قائمة بأعمالها وتسخير الفرص المتاحة لتطوير هذه المنشأة والتقدم بها بأسلوب ابتكاري مستحدث، ويأخذ رائد الأعمال في عملية الريادة بعين الاعتبار مدى المخاطر التي يمكن أن تُواجهه، كما يسلط الضوء أيضا على العوائد التي قد يأتي بها المشروع. (mawdoo3.com)

ب. **متطلبات الإبداع لتحقيق الريادة:** تتضمن متطلبات الإبداع لتحقيق الريادة العناصر التالية:

ب.1. **العملاء والموردون:** لا تنجح الإبداعات إلا إذا استخدمها الزبائن، وإذا شارك مستخدمو المنتجات والخدمات الجديدة في تصميم ما يحتاجون إليه، عندها تكون هناك فرصة أفضل للنجاح. في بعض المجالات، مثل الأدوات الطبية، يكون المبدع عادةً هو مستخدم الإبداع، فيسهم الجراحون والممارسون الطبيون باستخدام الأدوات والأساليب الجديدة التي تساعدهم في تأدية وظائفهم على نحو أفضل.

وتذهب بعض الشركات إلى مدى بعيد من أجل إشراك عملائها في تصميم منتجات جديدة. فعندما طورت بوينج الطائرة 777، أشركت عملاءها الكبار، مثل شركة "يوناييتد" و"بريتش إيروايز"، و"سنجابور إيرلاينز"، و"كانتاس"،

وهذا لفهم طلبات السوق، فكانت بحاجة لمعرفة أقصى حمولة للركاب على الطرق المفضلة لشركات الطيران، وعملت أيضاً على فهم متطلبات مستخدمي الطائرة، وهم الطيارون وطاقم الطائرة، ومهندسو الصيانة، وعمال النظافة. كما تصدر أحياناً شركات البرمجيات منتجاتها في شكل نموذج أولي، للسماح للمستخدمين باستخدام البرنامج واقتراح تحسينات، ويجري العملاء بصفة أساسية معظم التحسينات النهائية للمنتج. (دودجسون ومارك، 2014، ص8)

ب.2. الجامعات: كانت لدى "كلارك كير"، عالم الاجتماع الشهير ورئيس جامعة كاليفورنيا، بصيرة نافذة عند تحديده لأهمية الجامعات في التنمية الاقتصادية عندما كتب في عام 1963 يقول: "إن منتج الجامعة غير المرئي -وهو المعرفة- ربما يكون أقوى عنصر منفرد في ثقافتنا... فقد طُلب من الجامعة إنتاج المعرفة على نحو غير مسبق... وطُلب منها أيضاً نقل المعرفة لنسبة غير مسبقة من السكان".

وقد أشار إلى أن المعرفة الجديدة هي أهم عامل في النمو الاقتصادي، وألقى الضوء على دور الجامعة في تطوير صناعات جديدة وإحداث النمو الإقليمي، وأكد على إسهام أساتذة تنظيم المشاريع الجامعيين في تقديم المشورات، والعمل على نحو وثيق في الشركات. وفي العقود اللاحقة، تزايد تشجيع الحكومات والشركات للجامعات على تكريس طاقاتها لترجمة معرفتها بفعالية إلى نشاط اقتصادي، وارتقى هذا النشاط كثيراً في وقتنا الحالي، حتى إنه بدا بالنسبة للبعض على أنه من وظائف الجامعة المساوية في أهميتها للأبحاث والتدريس.

ب.3. الأقاليم والمدن: يتكثل الإبداع عن طريق التمرکز داخل مناطق جغرافية محددة، كما في منطقة "بوتيريز" في "ستافورد شاير"، وهذا لأسباب اقتصادية، حيث يقلل قرب المسافة من تكاليف الصفقات والنقل، ويتجمع الإبداع في مكان واحد لأسباب اجتماعية وثقافية، منها الفوائد المستمدة من الهوية المشتركة والثقة العالية في المجموعات المتصلة والمتراصة، ويساعد قرب المسافة على التواصل؛ لأن المعرفة يصعب التعامل معها ولا تنتقل من مصدرها بفعالية، خاصةً عندما تكون معقدة أو ضمنية ولا يمكن تدوينها. (Ulwick, 2005, p143)

الجانب التطبيقي:

1.2. مجتمع وعينة الدراسة: يتكون مجتمع الدراسة من مجموعة من الإطارات والباحثين بمجمع صيدال، حيث بلغ عددهم 71. وقد تم تحديد حجم العينة العشوائية البسيطة في هذه الدراسة بـ 71 إطار وباحث من مجموع 150 والتي تمثل ما نسبته 47% من حجم المجتمع.

2. ثبات أداة الدراسة: يمثل الجدول التالي نتائج ألفا كرونباخ والذي يعد وسيلة لبيان مدى ثبات واتساق فقرات الاستبيان:

الجدول 01: " نتائج ألفا كرونباخ "

عدد العبارات	قيمة ألفا كرونباخ
20	88,5 %

المصدر: من إعداد الباحثين بناءً على مخرجات SPSS23.

بالنسبة لمعامل ثبات الاستمارة كرونباخ ألفا فقد قدرت قيمته بـ 0,885 أي (88,50%)، وهو أكبر من 0,6 وبذلك يمكن القول بأن عبارات الاستمارة وأسئلتها متناسقة داخليا بدرجة جيدة. ومعامل الصدق هو الجذر التربيعي لمعامل الثبات.

ومنه معامل الصدق هو $\sqrt{0,885}$ ونجده يساوي 0,9407 أي 94,07% ما يدل على قياس وملائمة العبارات للهدف المراد الوصول إليه من خلال الاستبيان.

3.2. تحليل نتائج الاستبيان:

سوف نقوم بمعالجة جميع أجوبة محاور الاستبيان على شكل جداول تفصيلية ثم استنباط تفسيرات لها.

أ. المحور الأول: يوفر مناخ الأعمال في الجزائر فضاء يساعد صيدال على الإبداع:

أ. 1. إجابات المحور الأول للاستبيان

الإيجابيات المتعلقة بالمحور الأول يلخصها الجداول التالية:

الجدول 02: "مناخ الأعمال في الجزائر يساعد شركاتنا على الإبداع"

البيان	العدد	النسب المئوية	النسب المئوية المقبولة	مجموع النسب المئوية
أوافق تماما	1	1,4	1,4	1,4
أوافق	14	19,7	19,7	21,1
محايد	7	9,9	9,9	31,0
لا أوافق	29	40,8	40,8	71,8
لا أوافق على الإطلاق	20	28,2	28,2	100,0
المجموع	71	100,0	100,0	

المصدر: من إعداد الباحثين بناءً على مخرجات SPSS23.

الجدول 03: "مناخ الأعمال في الجزائر يساعد على تمويل الاستثمارات

لإنشاء مراكز البحث والتطوير الخاصة بصناعة الدواء."

البيان	العدد	النسب المئوية	النسب المئوية المقبولة	مجموع النسب المئوية
أوافق تماما	1	1,4	1,4	1,4
أوافق	13	18,3	18,3	19,7
محايد	11	15,5	15,5	35,2
لا أوافق	26	36,6	36,6	71,8
لا أوافق على الإطلاق	20	28,2	28,2	100,0
المجموع	71	100,0	100,0	100,0

المصدر: من إعداد الباحثين بناءً على مخرجات SPSS23.

الجدول 04: "مناخ الأعمال بالجزائر (المحيط الخارجي لصيدال)

يتسم بالغموض وعدم الاستقرار ما يشكل لشركتنا صعوبة في فهمه ودراسته"

البيان	العدد	النسب المئوية	النسب المئوية المقبولة	مجموع النسب المئوية
أوافق تماما	14	19,7	19,7	19,7
أوافق	35	49,3	49,3	69,0
محايد	8	11,3	11,3	80,3
لا أوافق	6	8,5	8,5	88,7
لا أوافق على الإطلاق	8	11,3	11,3	100,0
المجموع	71	100,0	100,0	100,0

المصدر: من إعداد الباحثين بناءً على مخرجات SPSS23.

الجدول 05: "الحكومة الجزائرية تهتم بتطوير صناعة الدواء "

البيان	العدد	النسب المئوية	النسب المئوية المقبولة	مجموع النسب المئوية
أوافق تماما	6	8,5	8,5	8,5
أوافق	36	50,7	50,7	59,2
محايد	13	18,3	18,3	77,5
لا أوافق	10	14,1	14,1	91,5
لا أوافق على الإطلاق	6	8,5	8,5	100,0
المجموع	71	100,0	100,0	100,0

المصدر: من إعداد الباحثين بناءً على مخرجات SPSS23.

الجدول 06: "نواجه صعوبة في تمويل المشاريع الإبداعية"

البيان	العدد	النسب المتوقعة	النسب المتوقعة المقبولة	مجموع النسب المتوقعة
أوافق تماما	20	28,2	28,2	28,2
أوافق	40	56,3	56,3	84,5
محايد	5	7,0	7,0	91,5
لا أوافق	4	5,6	5,6	97,2
لا أوافق على الإطلاق	2	2,8	2,8	100,0
المجموع	71	100,0	100,0	

المصدر: من إعداد الباحثين بناءً على مخرجات SPSS23.

- أ. 2. نتائج المحور الأول: من خلال تحليل للجدول المتعلقة بالمحور الأول توصلنا إلى النتائج التالية:
- مناخ الأعمال في الجزائر لا يُساعد صيدال على الإبداع.
 - نسبة كبيرة من الإطارات والباحثين بمجمع صيدال يرون أن مناخ الأعمال في الجزائر لا يساعد على تمويل الاستثمارات لإنشاء مراكز البحث والتطوير الخاصة بصناعة الدواء.
 - مناخ الأعمال بالجزائر) المحيط الخارجي لصيدال(يتسم بالغموض وعدم الاستقرار ما يشكل للمجمع صعوبة في فهمه ودراسته.
 - الحكومة الجزائرية تهتم بتطوير صناعة الدواء.
 - وجود صعوبة في تمويل المشاريع الإبداعية بالمجمع.
- ب. المحور الثاني: يعتمد المجمع أسلوب التغيير وتطبيق التكنولوجيا الحديثة:
- ب. 1. إجابات المحور الثاني للاستبيان
- الإجابات المتعلقة بالمحور الثاني يلخصها الجداول التالية:

الجدول 07: "حصلت صيدال على براءات اختراع تزيد من ابتكاراتها"

البيان	العدد	النسب المتوقعة	النسب المتوقعة المقبولة	مجموع النسب المتوقعة
أوافق تماما	14	19,7	19,7	19,7
أوافق	32	45,1	45,1	64,8
محايد	6	8,5	8,5	73,2
لا أوافق	12	16,9	16,9	90,1
لا أوافق على الإطلاق	7	9,9	9,9	100,0
المجموع	71	100,0	100,0	

المصدر: من إعداد الباحثين بناءً على مخرجات SPSS23.

الجدول 08: "أدخلت صيدال تقنيات جديدة للعمل على رفع إنتاجيتها مقارنة بالمنافسين"

البيان	العدد	النسب المئوية	النسب المئوية المقبولة	مجموع النسب المئوية
أوافق تماماً	17	23,9	23,9	23,9
أوافق	33	46,5	46,5	70,4
محايد	9	12,7	12,7	83,1
لا أوافق	7	9,9	9,9	93,0
لا أوافق على الإطلاق	5	7,0	7,0	100,0
المجموع	71	100,0	100,0	

المصدر: من إعداد الباحثين بناءً على مخرجات SPSS23.

الجدول 09: "تجري صيدال تعديلات في طريقة إنتاجها"

بناء على المعرفة المكتسبة من الحاجات الغير مشبعة للزبائن

البيان	العدد	النسب المئوية	النسب المئوية المقبولة	مجموع النسب المئوية
أوافق تماماً	3	4,2	4,2	4,2
أوافق	27	38,0	38,0	42,3
محايد	19	26,8	26,8	69,0
لا أوافق	17	23,9	23,9	93,0
لا أوافق على الإطلاق	5	7,0	7,0	100,0
المجموع	71	100,0	100,0	

المصدر: من إعداد الباحثين بناءً على مخرجات SPSS23.

الجدول 10: "أجرت صيدال تغييرات في منتجاتها تماشياً مع التقنيات الحديثة"

البيان	العدد	النسب المئوية	النسب المئوية المقبولة	مجموع النسب المئوية
أوافق تماماً	3	4,2	4,2	4,2
أوافق	35	49,3	49,3	53,5
محايد	16	22,5	22,5	76,1
لا أوافق	10	14,1	14,1	90,1
لا أوافق على الإطلاق	7	9,9	9,9	100,0
المجموع	71	100,0	100,0	

المصدر: من إعداد الباحثين بناءً على مخرجات SPSS23.

الجدول 11: "ابتكرت صيدال طرق لبناء وتعديل وتحسين عملياتها الإنتاجية"

البيان	العدد	النسب المئوية	النسب المئوية المقبولة	مجموع النسب المئوية
أوافق تماماً	6	8,5	8,5	8,5
أوافق	36	50,7	50,7	59,2
محايد	19	26,8	26,8	85,9
لا أوافق	6	8,5	8,5	94,4
لا أوافق على الإطلاق	4	5,6	5,6	100,0
المجموع	71	100,0	100,0	

المصدر: من إعداد الباحثين بناءً على مخرجات SPSS23.

ب. 2. نتائج المحور الثاني: من خلال تحليل للجدول المتعلقة بالمحور الثاني توصلنا إلى النتائج التالية:

- حصلت صيدال على براءات اختراع تزيد من ابتكاراتها حسب أغلبية المستجوبين.
- صيدال أدخلت تقنيات جديدة للعمل على رفع إنتاجيتها مقارنة بالمنافسين.
- تبين في الإجابات حول قيام صيدال بتعديلات في طريقة إنتاجها بناءً على المعرفة المكتسبة من الحاجات الغير مشبعة للزبائن.

- أجرت صيدال تغييرات في منتجاتها تماشياً مع التقنيات الحديثة حسب أغلبية المستجوبين.
- ابتكرت صيدال طرق لبناء وتعديل وتحسين عملياتها الإنتاجية هذا ما يراه أغلبية الإطارات والباحثين بالمجمع.

ت. المحور الثالث: المجمع يدعم المشاريع الإبداعية لتحقيق الريادة بالمجمع:

ت. 1. إجابات المحور الثالث للاستبيان: الإجابات المتعلقة بالمحور الثالث يلخصها الجدول التالية:

الجدول 12: "شركتنا تسعى لتكون رائدة في مجال الإبداع في صناعة الدواء في السوق الجزائرية"

البيان	العدد	النسب المئوية	النسب المئوية المقبولة	مجموع النسب المئوية
أوافق تماماً	9	12,7	12,7	12,7
أوافق	40	56,3	56,3	69,0
محايد	14	19,7	19,7	88,7
لا أوافق	3	4,2	4,2	93,0
لا أوافق على الإطلاق	5	7,0	7,0	100,0
المجموع	71	100,0	100,0	

المصدر: من إعداد الباحثين بناءً على مخرجات SPSS23.

الجدول 13: " يسهم دعم الإدارة العليا للمشاريع الإبداعية في النجاح وتحقيق الريادة في المجمع "

البيان	العدد	النسب المئوية	النسب المئوية المقبولة	مجموع النسب المئوية
أوافق تماماً	6	8,5	8,5	8,5
أوافق	32	45,1	45,1	53,5
محايد	16	22,5	22,5	76,1
لا أوافق	10	14,1	14,1	90,1
لا أوافق على الإطلاق	7	9,9	9,9	100,0
المجموع	71	100,0	100,0	

المصدر: من إعداد الباحثين بناءً على مخرجات SPSS23.

الجدول 14: إن منح مديري مشاريع البحث والتطوير الصلاحيات الكافية يسهم في تحقيق الريادة "

البيان	العدد	النسب المئوية	النسب المئوية المقبولة	مجموع النسب المئوية
أوافق تماماً	11	15,5	15,5	15,5
أوافق	22	31,0	31,0	46,5
محايد	9	12,7	12,7	59,2
لا أوافق	24	33,8	33,8	93,0
لا أوافق على الإطلاق	5	7,0	7,0	100,0
المجموع	71	100,0	100,0	

المصدر: من إعداد الباحثين بناءً على مخرجات SPSS23.

الجدول 15: "شركتنا تعتمد على الإبداع لرسم استراتيجيتها الريادية "

البيان	العدد	النسب المئوية	النسب المئوية المقبولة	مجموع النسب المئوية
أوافق تماماً	10	14,1	14,1	14,1
أوافق	35	49,3	49,3	63,4
محايد	17	23,9	23,9	87,3
لا أوافق	5	7,0	7,0	94,4
لا أوافق على الإطلاق	4	5,6	5,6	100,0
المجموع	71	100,0	100,0	

المصدر: من إعداد الباحثين بناءً على مخرجات SPSS23.

- ت. 2. نتائج المحور الثالث: من خلال تحليل للجداول المتعلقة بالمحور الثالث توصلنا إلى النتائج التالية:
- يسعى مجمع صيدال ليكون رائدة في مجال الإبداع في صناعة الدواء في السوق الجزائرية بحسب رأي أغلبية المستجوبين بالمجمع.
 - دعم الإدارة العليا للمشاريع الإبداعية يساهم في النجاح وتحقيق الريادة في المجمع.
 - يتحقق الإبداع في المجمع من خلال منح المدراء إنجاز مشاريع كافية للبحث والتطوير.
 - رؤية المجمع غير واضحة فيما يخص مساهمة منح الصلاحيات الكافية لمديري مشاريع الإبداع في تحقيق الريادة مقارنة.
 - المجمع يعتمد على الإبداع لرسم استراتيجياته الريادية.

الخاتمة

من خلال هذا البحث أضح لنا أن نشاط الإبداع يعتبر بمثابة حجر الزاوية لنمو وريادة المنظمات ومن دونه تبقى المنظمة معزولة ولا مكانة لها عند الزبائن ولا تستطيع على صعيد التنافس الصمود أمام المنظمات الأخرى، كما أن الإبداع يمكن تعلمه واعتماده في كل منظمة وهو ليس محصورا عند الأشخاص الموهوبين والأذكياء فقط. من أجل تحقيق الريادة داخل المنظمة هناك مجموعة من المتطلبات يجب توفيرها والحرص على تطبيقها، حيث تشمل المستويات المرتفعة من التعليم والتدريب في المدارس والجامعات، ومدى تفاعل العملاء والموردون مع المنظمة، تكنولوجيا المعلومات والاتصالات كعامل للتطوير. ومن أبرز عوامل تعزيز نشاط ريادي الأعمال المبدع هو وضع سياسة من طرف الحكومة، وتتمثل في البرامج والآليات للحصول على التمويل، والإفادة من البحث والتطوير، والتدريب في مجال ريادة الأعمال.

كما تم التوصل إلى مجموعة من النتائج والتوصيات نلخص أهمها فيما يلي:

- إن اعتبار مناخ الأعمال في الجزائر فضاء يساعد مجمع "صيدال" على الإبداع يعود إلى الاهتمام الذي أولته الحكومة في السنوات الأخيرة لهذا القطاع، إلا أن البيروقراطية المتواجدة في مختلف المؤسسات الاقتصادية، وكذا ضبابية بعض القوانين الخاصة بالاستيراد والتصدير ونقص المعلومات حول التنافسية في قطاع الصناعة الصيدلانية ساهم في إضعاف فعالية البيئة الحاضنة للإبداع.
- توجد علاقة طردية بين نفقات العمليات الإبداعية والريادة في "صيدال" وهذا راجع إلى قناعة صناع القرار في المجمع أن تحقيق أهدافه واستمرارية نشاطه في السوق راجع إلى تميزه في منتجاته، ومحاولته زيادة أرباحه الناتجة عن اعتماده على الإبداع.

- يؤدي نشاط الإبداع إلى تحسين ريادة المجمع من خلال تحسين إنتاجيته وزيادة أرباحه وبالتالي تحقيق نمو مستمر، وهذا بشكل ضئيل جدا مقارنة بالشركات الرائدة في صناعة الدواء وهذا كون الجامعات الجزائرية بعيدة عن مجال خلق المعرفة الموجهة للمؤسسات الإنتاجية، مع قلة الاستثمار في إنشاء مراكز البحوث والتطوير.

التوصيات:

- التركيز على الإبداع وذلك من خلال جلسات العصف الذهني وعقد الندوات واللقاءات ومناقشة القضايا المرتبطة بتحسين بالعمل والاستفادة من الأفكار الجديدة.
- التركيز على تمييز المنتج الدوائي من خلال استخدام المعدات التكنولوجية الحديثة وكذلك الاعتماد على الموارد البشرية عالية الكفاءة، ويتم هذا باستقطاب الكفاءات العلمية والفنية المتخصصة وطرق الاختيار والتعيين.
- الاعتماد على نشاط البحث والتطوير وإطلاق منتجات جديدة وأدوية أصيلة، بحيث لا يتم الاعتماد فقط على الأدوية الجينية وذلك من أجل كسب الريادة في سوق الدواء.
- إنشاء نظام للحوافز والمكافآت خاص بالأفراد الذين يساهمون في العملية الإبداعية؛

المراجع المستعملة

- مصطفى. أحمد سيد، 2002، إدارة البشر (الأصول والمهارات)، بدون ذكر دار النشر، مصر.
- بونو. إدوارد دي، 2005، الإبداع الجاد، استخدام قوة التفكير الجانبي لخلق أفكار جديدة، تعريب باسمه النوي، العبيكان، الرياض.
- بديسي. فهيمة وآخرون، 18 و 19 ماي 2011، تنمية الإبداع ودوره في الرفع من أداء المنظمات، ملتقى دولي حول الإبداع والتغيير التنظيمي في المنظمات الحديثة، جامعة البليدة.
- عامر، سعيد يس، 2001، الإدارة وتحديات التغيير مركز وايد سيرفيس، القاهرة، مصر.
- القرشي. ليلي حسن، وتوفيق. عبد الرحمن، 2011، كلنا مبدعون ولكن، ط1، مركز الخبرات المهنية للإدارة- بميك، القاهرة.
- دودجسون. مارك وجان. ديفيد، 2014، الابتكار مقدمة قصيرة جدا، ط1، ترجمة زينب عاطف سيد، دار هنداوي، ط1، القاهرة.
- رنكو. مارك، 2011، الإبداع نظرياته وموضوعاته البحث والتطور والممارسة، ترجمة شفيق فلاح علاونة، العبيكان، الرياض.
- نجم. نجم عبود، 2003، إدارة الابتكار: المفاهيم، الخصائص والتجارب الحديثة، دار وائل للنشر-الأردن، الطبعة الأولى.

- Sahhaf. H., 2003, **dictionary of humain resources management**, library du Liban publishers, Beirut.

- Chirouze. Y., 1991, **le marketing: de l'étude de marche au lancement d'un produit nouveau**, T1, 4^{eme} edit. Chotard et Associes.
- Ulwick. A.W., 2005, **What Customers Want : Using Outcome-Driven Innovation to Create Breakthrough Products and Services**, McGraw-Hill companies, New York.

- موقع الموضوع العالمي على الرابط التالي : [https:// mawdoo3.com](https://mawdoo3.com)