

دور الإبداع في تحسين الأداء الصناعي للمؤسسة

د. رجراج الزوهير *

Résumé:

Cet article traite le processus de l'innovation et son rôle dans l'amélioration de la performance de l'entreprise, puisque l'innovation représente la variable la plus influente pour la croissance de l'investissement et le soulèvement de la capacité de l'entreprise, et cela dans l'ombre d'élargissement des entreprises dans leurs activités et leurs opérations, afin de fournir le meilleurs services à ces clients , en particulier avec une concurrence intense ,et l'application des méthodes de travail traditionnelles dans un climat qui ne favorise pas l'innovation et la créativité, mais entravé et entrave le développement de chaque processus et le changement ou le comportement créatif.

à travers ce document nous essayerons de clarifier la relation de l'innovation de la créativité et de son importance dans l'entreprise, les conditions de réalisation de la créativité ces obstacles et niveaux de créativité et les étapes de son impact sur la performance des entreprises, ont expliquant ce mécanisme afin d'assurer la continuité de ces institutions et de suivre le rythme des développements en cours dans le système économique international.

يتناول هذا المقال عملية الإبداع ودوره في تحسين تطوير وتغيير أو سلوك إبداعي. ومن خلال هذه أداء المؤسسة، حيث يعد الإبداع من المتغيرات المؤثرة الورقة البحثية حاولنا توضيح أيضا علاقة الإبداع في قدرة المؤسسة على النمو والاستثمار وذلك في بالابتكار وأهميته في المؤسسة، شروط تحقيق الإبداع ظل اتساع المؤسسات في أنشطتها وعملياتها بغية ومعوقاته مستويات الإبداع ومراحل تأثيره على أداء تقديم خدمات أفضل لزيائنها، خاصة في ظل المؤسسات، موضحين هذه الآلية حتى نضمن التنافس وأساليب العمل التقليدية وفي ظل مناخ لا استمرارية هذه المؤسسات ومواكبتها للتطورات التي يشجع على الإبداع بل يعرقه ويعيق كل عملية تحصل في النظام الاقتصادي الدولي.

* أستاذ محاضر أ، جامعة لونييسي علي -البليدة، الجزائر.

مقدمة:

يمثل الإبداع والابتكار في المجال الاقتصادي: التجديد الذي يحصل في نطاق الإنتاج والتسيير بشكل إبداعي، وتشير أدبيات الاقتصاد الصناعي أن أول من ركز على هذا الموضوع هو الاقتصادي النمساوي "شومبتر" في كتابه الشهير: "نظرية التطور الاقتصادي" الذي وضعه سنة 1912 ثم في مؤلفه: "الرأسمالية والاشتراكية والديمقراطية" الذي ظهر سنة 1942 مبينا أهمية الابتكار في زيادة أرباح المؤسسة الاقتصادية وخاصة الصناعية منها، حيث لخص نظريته في المقولة التالية: "بدون التطور- نتيجة الابتكار- لا يحصل الربح وبدون الربح لا يحصل التطور" هذا ونظرا لأهمية الابتكار والإبداع داخل المؤسسة فإنه لا بد من توفير الجو المناسب واعتماد سياسات دقيقة في مجال تنظيم وتخطيط نشاطات الابتكار والإبداع، وإعطاء الكفاءات البشرية الوسائل اللازمة والسهر على تكوينها ورسكلتها دوريا .

وقد أصبحت مختلف المؤسسات والمنظمات تهتم بشكل أساسي بموضوع الابتكار الإبداعي، فمثلا وفي سنة 1970، ساهمت الابتكارات التي لم تكن موجودة قبل 10 سنوات بنسبة 40 بالمائة من مجموع المداخل الصناعية لتصل إلى 60 بالمائة سنة 1985م في أمريكا، وأكثر من 80 بالمائة سنة 2002؛ لذلك خصصت معظم الدول نسبة مئوية من مجمل ناتجها الوطني للبحث والتنمية لغاية الابتكار والإبداع، وقد زادت هذه الأهمية مع تطور التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال، حيث بلغ الابتكار مراتبا معتبرة وخاصة في أوروبا وفي بلدان آسيا، وتحلى ذلك من خلال الإنتاجية والتنافسية، ومع محاولات الجزائر منذ بداية التسعينيات ولوج نطيات اقتصاد السوق القائم في بعده الفعال على حقيقة الأسعار والإبداع والابتكار لتحقيق تنافسية صناعية وما يترتب عنها من نتائج إيجابية على التراكم، فقد سعت إلى تحرير السوق ليتماشى ومزيدها من الابتكار.

انطلاقا مما سبق يطرح التساؤل التالي:

هل يساهم الابتكار والإبداع في تحسين الأداء الصناعي وتطويرة في المؤسسات؟

ولدراسة هذه الإشكالية سنتطرق إلى:

- مفهوم الإبداع وأهميته في المؤسسة.
- مستويات الإبداع ومراحلها.
- دور الإبداع في الرفع من أداء المؤسسة.
- تأثير الإبداع على أداء المؤسسات.
- شروط تحقيق الإبداع ومعوقاته.

1- مفهوم الإبداع:

يعرف الإبداع عند العرب على أنه كلمة إبداع من بدع، وبدع الشيء أي أنشأه على غير مثال سابق، وقد جاء تعريفه في معجم إدارة الموارد البشرية بأنه "إيجاد طرق جديدة في العمل أو أفكار حديثة في حل المشاكل، تؤدي إلى زيادة كفاءة العمل وقدرات العاملين فيه". ويعبر على أنه "خلق شيء أوامر جديد يتصف بالأصالة والفائدة".

ويقصد بالإبداع على أنه "فكرة جديدة يتم تنفيذها بقصد تطوير الإنتاج أو العملية أو الخدمة، ويمكن أن يتراوح أثر الإبداع في المؤسسات من إحداث تحسينات طفيفة على الأداء إلى إحداث تطوير جوهري وهائل، ويمكن أن تتضمن هذه التحسينات، الإنتاج والطرق الجديدة في التكنولوجيا والميكانات التنظيمية والأنظمة الإدارية والخطط والبرامج الجديدة المتعلقة بالأفراد العاملين". وفي نفس السياق، عرف الإبداع على أنه "تطبيق فكرة طورت داخل المؤسسة، أو تمت استعارتها من الخارج، سواء كانت تتعلق بالمنتج أو الوسيلة أو النظام أو العملية أو السياسة أو البرامج أو الخدمة، وهي جديدة بالنسبة للمؤسسة حينما طبقتها".

الجدول رقم (1): معاني الإبداع من وجهة نظر بعض الباحثين

أسماء الباحثين	تعريف الإبداع
سمبسون (1922)	المبادأة التي يبدئها الفرد في قدراته على التخلص من السياق العادي للتفكير وإتباع نمط جديد من التفكير
روجرز (1954)	قدرة الفرد على تجنب الروتين العادي أو الطرق التقليدية في التفكير مع إنتاج جديد وأصيل أو غير شائع يمكن تنفيذه أو تحقيقه.
شتاين فيري (1960)	هو إنتاج جديد مقبول ونافع يحقق رضا مجموعة كبيرة في فترة معينة من الزمن
تورانس (1972)	عملية إدراك الثغرات والاختلال في المعلومات والعناصر المفقودة وعدم الاتساق الذي لا يوجد له حل معلوم، ثم البحث عن الثغرات واختيار الفروض والربط بين النتائج وإجراء التعديلات وإعادة الاختبار لهذه الفروض، ثم نشر النتائج وتبادلها.
أوسكاندوروشكا	هو النشاط الفردي أو الجماعي الذي يقود إلى إنتاج يتصف بالأصالة والقيمة، والجدة والفائدة من أجل المجتمع.
تايلور	سياق ذكي لحصيلة إنتاج أفكار جديدة وفي نفس الوقت ملائمة

المصدر : بديسي فهمية، شيلي وسام، رزق الله حنان تنمية الإبداع ودوره في الرفع من أداء المنظمات، مداخلة مقدمة

ضمن الملتقى الدولي لجامعة سعد دحلب -البلدية ، يوم 19/18 ماي 2011.

وعلى غرار ما سبق فالإبداع لا يقتصر فقط على شيء أو فكرة أو تطبيق، بل يمكن استعماله للتعبير عن العملية التي تؤدي إلى هذا الشيء أو هذا التطبيق. وقد وضع الباحثون تعاريف متعددة للإبداع، والتي تم تلخيصها في الجدول السابق.

ومن خلال ما سبق، يمكننا أن نخلص أنه لا يوجد تعريفاً محدداً للإبداع يقبله جميع الباحثين، لذلك يمكن إعطاء مفهومين للإبداع، على أنه فكرة جديدة أو إنتاج جديد، يتصف بالقبول والأصالة ونفع المجتمع.

1-1 الفرق بين مفهوم الإبداع، الابتكار والتغيير:

يعرف الابتكار على أنه "تفكير المبتكر الذي يكشف حالات جديدة أو الوصول إلى حلول للمشكلات القديمة، وتؤدي إلى أفكار أصيلة متزامنة مع الفكر". وقد أبدى بعض الباحثين فروقات بين الإبداع Creativity والابتكار innovation. فالإبداع يركز على درجة الخلق والاكتشاف للمدخلات، واعتبار هذه المدخلات جديدة من منظور مبدعها أو جمهور ناظرها، في حين يعد الابتكار عملية التمسك بفكرة مبدعة وتحويلها إلى سلعة أو خدمة نافعة أو إلى طريقة عمل مفيدة، أي هو التطبيق العملي للإبداع، بمعنى المؤسسة المبتكرة هي المؤسسة التي تحول الأفكار المبدعة إلى مخرجات نافعة. ومن جهة أخرى يرى بعض الباحثين أن الابتكار يفهم من خلال التغيير، بمعنى آخر، الابتكار يعني التغيير، لأن إدارة التغيير تعرف بالإدارة التي تجري تعديلاً واضحاً أو أجزاء مختلفة من واقعها الحالي. إذن الإبداع يعتبر مدخلاً للابتكار والتطبيق العملي له. ونخلص إلى التمييز بدقة متناهية بين الإبداع والابتكار، الإبداع يتعلق بتأليف الأفكار وتوليدها، والابتكار يتعلق بتطبيق هذه الأفكار وتحويلها إلى واقع عملي ملموس.

أما بالنسبة للفرق بين الإبداع والتغيير التنظيمي فيتم من خلال إبراز أهداف كل واحد منهما، فمن الأهداف الشائعة لعمليات التغيير التنظيمي نجد الارتقاء بمستوى الأداء، تحقيق مستوى عال من الدافعية ودرجات عالية من التعاون وأساليب أوضح للاتصال، خفض معدلات الغياب ودوران الأيدي العاملة وخفض التكاليف، الوصول إلى الحد الأدنى من النزاعات، وعليه يسعى التغيير الإداري إلى زيادة الفعالية الإدارية عن طريق تحسين أدوات وأساليب العمل الموجودة غالباً من أجل رفع مستوى الدافعية عند الأفراد ومن ثم زيادة الإنتاجية، بينما تركز الإدارة بالإبداع على خلق الفعالية الإدارية من خلال إيجاد سلع وخدمات حديثة وأساليب وأدوات عمل جديدة.

وفي كثير من الكتب التي تتناول الإبداع، يظهر التغيير، خاصة التغيير التنظيمي كشكل من أشكال الإبداع، وهو يساهم في الرفع من قدرة المؤسسة على التعلم والإبداع، لكن لابد من التمييز بينهم، فالتغيير التنظيمي نقصد به التغييرات الإدارية المخططة بشكل رسمي والتي تمس المنظمة ككل أو بعض أقسامها.

فالملاحظ أن التغيير على عكس الإبداع لا يهتم بالفرد أو مجموعة العمل، إضافة لذلك يلاحظ استقطاب موضوع الإبداع عدة فروع علمية منها علم التسيير أو الإدارة، علم النفس، علم الاجتماع، بينما يعتبر التغيير التنظيمي من اختصاص علم الإدارة فقط.

2-1 أهمية الإبداع وحاجة المؤسسة إليه:

في ظل الظروف المتغيرة التي تعيشها المنظمات اليوم، سواء أكانت ظروف سياسية أو ثقافية أو اجتماعية أو اقتصادية يتحتم على المنظمات الاستجابة لهذه المتغيرات بأسلوب إبداعي يضمن بقاءها أو ستكون نهايتها الفشل والاندثار لا محال، وبذلك أصبح التغيير حقيقة في حياة المجتمعات والمنظمات، وقد أشار ريتشارد بيكهارد إلى أن محيط المؤسسات الإدارية أصبح يتسم بالحركة والديناميكية، لذا فالمؤسسات الجامدة يجب أن تجد الوسائل والأساليب التي تمكنها من تجديد نشاطها والاستفادة من قدراتها، وهي إشارة ضمنية إلى أهمية الإبداع الإداري كأحد وسائل التجديد والتغيير. فقد تم الربط بين عملية التغيير والإبداع باعتبار التغيير عملية إبداعية قبل أن تكون نوعاً من أنواع التطوير، فالتغيير ما هو إلا أحد مظاهر الإبداع التي تعبر عنه. كما تظهر أهمية الإبداع والحاجة إليه عندما يدرك متخذه القرار في المؤسسة أن هناك تفاوتاً بين أدائها الفعلي والأداء المرغوب تحقيقه، مما يحثهم على تبني طرق وأساليب جديدة، أي أن على المؤسسة تبني الأفكار الإبداعية، واستخدامها كأداة للتغيير والتطوير وحل المشاكل التي قد يعاني منها التنظيم، لتحسين أداء المؤسسة وتحقيق أهدافها بفعالية.

ومن الظروف التي تخلق الحاجة إلى الإبداع وتفرضها التغيرات في بيئة المؤسسة نجد مثلاً التغيرات التكنولوجية وتغير أذواق المستهلكين أوت وفر معلومات حول ظهور أسلوب أفضل للعمل، فإذا شعرت المؤسسات أن هناك فجوة بين السلوك الحالي والسلوك المرغوب فإنها ستحاول سد أو تقليص الفجوة، ويكون ذلك من خلال الإبداع، ولكن المؤسسات العقلانية لا تتصرف فقط كاستجابة للتفاوت بين الإنجاز والطموح، فهي قد تكتشف وتبني طرقاً وأساليب جديدة من خلال عمليات البحث، ولكي تحسن أدائها يجب على المؤسسات العقلانية أن تراقب بيئتها من أجل التنبؤ بالمطالب الجديدة والاحتياط

لمواجهتها، وهذا ما يعرف بالإبداع المنظم الذي يتضمن عمليات بحث مقصودة ومنظمة عن التغيرات والتحليل المنطقي لفرص الإبداع التي يمكن أن تفرزها تلك التغيرات.

كذلك تظهر أهمية الإبداع في المجالات الآتية:

- يطور قدرة الفرد على استنباط الأفكار الجديدة، ويساعده في الوصول للحل الناجح للمشكلة بطريقة أصيلة؛

- يعد مهارة حياتية يمارسها الفرد يوميا، ويمكن تطويرها من خلال عملية التعلم والتدريب؛

- يسهم في تحقيق الذات الإبداعية وتطوير المنتجات الإبداعية، والإسهام في تنمية المواهب وإدراك العالم بطريقة أفضل؛

- يجعل الفرد يستمتع باكتشاف الأشياء بنفسه؛

- يؤدي إلى الانفتاح على الأفكار الجديدة، والاستجابة بفاعلية للفرص والتحديات والمسؤوليات لإدارة المخاطر والتكيف مع المتغيرات؛

- يسهم في تحفيز المنظمات لتكون بيئة ملائمة لاكتشاف المواهب والعمل على تنميتها من خلال توفير برامج متخصصة؛

وعلى العموم هناك مجموعة من الخصائص التي تميز المؤسسات المبدعة عن غيرها نذكر منها:¹

- الاتجاه والميل نحو الفعل والإنجاز والتجربة المستمرة؛

- الصلة الوثيقة والقرب من المستهلكين، لكي تتمكن المؤسسة من تفهم حاجياتهم والاستجابة لمقترحاتهم بخصوص تطوير السلع والخدمات؛

- منح العاملين درجة عالية من الاستقلالية وتعزيز روح الريادة والإبداع؛

3-1 أنواع الإبداع:

عمل العديد من الباحثون والكتاب الذين تناولوا موضوع الإبداع في أعمالهم على تصنيفه لأنواع متعددة وفق منظورهم واختصاصاتهم وكذلك المجالات التي تناولوها في دراساتهم، وبالتالي قاد ذلك إلى تصنيفات متعددة، نورد بعضها في هذه الفقرة كما يلي:

• تصنيف الإبداع وفقاً لبرمجته:

حيث صنف الإبداع إلى نوعين: إبداعات مبرمجة وغير مبرمجة، ويعبر الإبداع المبرمج (روتيني أو نمطي) عن التغيرات التي تمر بها المنظمة كالتحسينات الطفيفة على المنتج، أما النوع الثاني فهو الإبداع غير المبرمج (غير النمطي)، وتلجأ المؤسسة إلى هذا النوع من الإبداع لحل المشكلات الحرجة التي تواجهها.

• تصنيف الإبداع وفقاً للمخرجات:

يتم اعتماد هذا التصنيف، على أساس ما تفرزه عملية الإبداع من نتائج أو مخرجات بناء على المدخلات التي جرت عليها عملية التحويل إلى مخرجات.

• تصنيف الإبداع وفق التخصص:

صنف الإبداع وفق التخصص إلى إبداع إداري يرتبط بالجانب التسيير داخل المؤسسة كالتغيير في الهيكل التنظيمي، إعادة تصميم العمل، اقتراح نظم مراقبة جديدة، اقتراح برامج تدريب جديدة، وإبداع في وهو الإبداع الذي يرتبط بالجانب الفني أو التكنولوجي داخل المؤسسة كتطوير منتجات أو خدمات جديدة، استخدام تقنية جديدة، التغيير في أساليب الإنتاج... الخ.

وقد ركزت المؤسسات على الإبداع الفني أكثر من الإبداع الإداري، ونشأ عن ذلك فجوة ثقافية، فأصبحت النظم والممارسات الإدارية والتنظيمية مختلفة كثيراً عن الجوانب الفنية، وقد اهتم الكتاب والباحثون بدراسة العلاقة بين الإبداعات الفنية والإبداعات الإدارية في المؤسسات المختلفة، ومدى تأثير التفاوت في مدى وسرعة الإبداع في كلا النوعين على أداء المؤسسة، وكشفت الدراسات عن وجود فجوة تنظيمية ناتجة عن التفاوت الكبير بين الإبداع الفني والإداري، ووجدت الدراسات أن المؤسسات التي تقل فيها الفجوة بين الإبداع الإداري والإبداع الفني كان أداؤها أفضل، كما كشفت الأبحاث أن الإبداع الإداري يميل إلى تشجيع إبداعات فنية لاحقة باستعداد أكبر والعكس (أي أن الإبداع الفني لا يميل إلى تشجيع إبداع إداري لاحق).

• تصنيف الإبداع من حيث الهدف:

صنف الإبداع على أساس الهدف من تلك التغييرات التي تنتهجها المؤسسة لتبني الإبداع، ويتكون من إبداع وسيلي (أدائي) حيث تسعى المؤسسة من خلال بعض المتغيرات، لتمكينها من الوصول إلى النوع الثاني من الإبداع، وهو الإبداع النهائي (إبداع الغاية) الذي من خلاله تستطيع الوصول إلى الهدف التي تسعى له، فالنوع الأول بمثابة مقدمة أو تمهيد للنوع الثاني.

• تصنيف الإبداع من حيث مصدر القرار:

وفقاً لهذا التصنيف فإن الإبداع في المنظمات يصدر بقرارات من الإدارة العليا (قرارات سلطة) والإبداع الصادر بقرارات يشارك فيها أعضاء المؤسسة (قرارات جماعية)، وتتم قرارات السلطة من خلال شخص في الإدارة العليا، بناء على موقعه في المؤسسة، أما القرارات الجماعية فيشارك فيها أعضاء المؤسسة كافة من خلال التصويت وغالباً ما تكون قرارات الإبداع من خلال الإدارة العليا.

2- مستويات الإبداع ومراحلها:

سيتم التطرق في هذه النقطة إلى ثلاث مستويات للإبداع، وهي المستويات المتفق عليها عموماً في مختلف الأدبيات، ثم يتم بعدها التعرف على أهم مراحل الإبداع.

2-1- مستويات الإبداع:

يمكن التمييز بين ثلاث مستويات للإبداع في المؤسسة:

• الإبداع على المستوى الفردي:

إنه يحمل ما يملكه الفرد من قدرات على الإبداع لتطوير العمل، وقد اختلف الباحثون في هذا المستوى من الإبداع، حول ما كان كل فرد مبدع إذا ما توفرت لديه مجموعة من الظروف المساعدة أو أن الإبداع حكر على بعض الأفراد الذين يمتلكون قدرات وممات إبداعية دون غيرهم.

ومن بين خصائص الفرد المبدع :

- المعرفة: وهو مجموع جمعه الفرد من معارف من خلال قراءاته، ممارساته، معاشته للأحداث

والأعمال؛

- التعليم : وخاصة اكتساب القدرة على مواجهة مسائل ومناهج حلها ؛

- الذكاء: وهو التمتع بالقدرات التفكيرية على تكوين علاقات مرنة بين الأشياء ؛
- الشخصية: وتميز بروح المخاطرة وقوة المثابرة والانفتاح على الآراء الجديدة وكذا الفضول ؛

• الإبداع على مستوى الجماعات:

حيث تكون هناك جماعات محددة في العمل، تتعاون فيما بينها لتطبيق الأفكار التي يحملونها وتغيير الشيء نحو الأفضل، كأن تكون هناك جماعة فنية في قسم الإنتاج. أما عن العوامل التي تؤثر في الأداء الإبداعي للجماعة فهي بنية الجماعة، خصائصها، آليات عملها، بالإضافة إلى عوامل خارجية، كالسياق التنظيمي الذي يحيط بظروف الإبداع أو التفاعل الاجتماعي بين أفراد الجماعة .

• الإبداع على مستوى المؤسسات:

الإبداع على مستوى المؤسسات هو حصيلة الإبداع لنظام اقتصادي معقد، يعمل بدلالة الإبداع الفردي والإبداع الجماعي والمؤثرات السياقية (التنظيمية) الداخلية، بما فيها التي تأتي من البيئة الخارجية، ويشير الإبداع عند هذا المستوى، إلى المؤسسات القادرة على تطوير نفسها بدون تدخل خارجي، إذ يمكن القول أن النظام نظام مبدع في حالة قدرته على التطوير في مجالات مجهولة، أو محددة سابقا، وهو التعريف التي تم تحديده حسب المشروع الأوروبي الذي قادته جامعة يودن الإيطالية، ووفقا لذلك، لا يتحدد الإبداع بمدخلات النظام فحسب (الأفراد والجماعات)، بل يتحدد بالعمليات الإبداعية أيضا كإدارة الإبداع والسياق الإبداعي والظروف التي يجري فيها الإبداع وعلى قدرة الاستفادة من البحث والتطوير .

ومن خلال الجدولين التاليين سنحاول إظهار قدرة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على درجة الاستفادة من البحث والتطوير والإبداع .

الجدول رقم (2): مدى قدرة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على الاستفادة من البحث والتطوير

عدد العاملين	عدد المؤسسات	النسبة المئوية للمؤسسات المستفيدة من البحث والتطوير
99-5	37582	21,8
249-100	2198	51,7
499-250	804	59,4
500 فأكثر	610	69,7

المصدر: سعد الدين أحمد عكاشة، فاتن الجبشة، وئام مجبائي، "تمويل البحث والتطوير من أجل التنمية العربية: الحلقات الضائعة"، الندوة الثانية لآفاق البحث العلمي والتطوير التكنولوجي في العالم العربي، ص05.

ولقد وجد الباحثون أن التركيز على تنمية وتطوير المنتجات يتناسب عكسيا مع حجم المؤسسة، مقارنة بعمليات تطوير عمليات الإنتاج والمنتجات معا. لهذا يلزم في كل مرة أرادت المؤسسة البحث والتطوير أن تقوم بتطوير أفكار منتجات جديدة بعد ذلك يأتي مهندسو الإنتاج بوضع التصميم الأولية لإختبار المنتج، وعليه فإنه يترك لقسم الإنتاج في المؤسسة تحديد الطرق الفعالة لتطوير المنتج الجديد.

الجدول رقم (3): علاقة حجم المؤسسة بالإبداع والابتكار

العمليات عدد العمال	عمليات الإنتاج والمنتجات	منتجات فقط	عمليات إنتاج فقط
99-5	57,8	28,2	14
249-100	69,3	14,0	16,7
499-250	74,3	9,8	15,9
500- فأكثر	81,6	5,9	12,5

المصدر: سعد الدين أحمد عكاشة، فنان الجبشة، ونام ببهائي المرجع السابق/ص04.

توضح هذه الدراسة أن المؤسسات خاصة الصغيرة والمتوسطة تعتمد بدرجة كبيرة على المصادر الوطنية للتطوير بينما تعتمد المؤسسات الكبيرة على مصادر أجنبية (حالة الاقتصاد الجزائري منذ تبني قاعدة 49-51)، وهذا بسبب:

- ملكية المؤسسات الصغيرة غالبا ما تكون محليا، بينما تشارك المؤسسات الأجنبية في المؤسسات الأكبر حجما؛

- تكلفة التطوير المحلي غالبا ما تكون أقل محليا وأكبر بالنسبة للمؤسسات الكبيرة الحجم التي تعتمد على مصادر أجنبية، خاصة التكنولوجية؛

2- 2 مراحل الإبداع:

- مرحلة التصور: تبدأ الخطوة الأساسية للإبداع الناجح بفكرة جديدة أو تصور كامل للإمكانات التكنولوجية والاحتياجات المطلوبة، إضافة لدراسة المنافع الاقتصادية والاجتماعية التي يأخذها المبدع بنظر الاعتبار، أو طبيعة الطلب المتوقع، ومقارنة المنافع المتوقعة بكلفة الإنتاج المطلوب.
- مرحلة تكوين الفكرة: مرحلة تكوين الفكرة هي العملية الأساسية الثانية في مرحلة الإبداع، حيث أن تصميم المحتوى يشتمل على تحديد الطلب المتوقع والتكنولوجيا المحتملة لتكوين التصميم. وهذه الخطوة هي عمل مبدع وخلاق لتوحيد كل العوامل المطلوب اعتمادها. كما أنها تمثل عملية تقييم تصاحب إدارة الإبداع في كل مراحلها المطلوبة، إذ يتقرر في ضوءها ما إذا كان الأمر ممكناً في الاستمرار، أو كانت هناك ضرورة للتوقف عن العمل.
- مرحلة معالجة المشكلة: ترافق هذه الخطوة عملية الإبداع بشكل مستمر، حيث يصاحب ذلك ظهور بعض المشكلات أو المعوقات التي يجب أن تتخذ بشأنها المعالجات والحلول الممكنة لمواصلة فاعلية الإبداع. فإذا لم تفلح المؤسسة بإجراء المعالجات الممكنة فإن المشروع يتوقف أو يلغى.
- مرحلة الحل: إذا ما نجحت نشاطات حل المشكلات، تأتي هذه المرحلة التي يكون فيها الإبداع قد وجد أن المشروع قد تحقق ونجح. فإذا حقق المبدع المشروع من خلال الإمكانيات التكنولوجية المتاحة، سمي هذا النوع الإبداع بالتبني. أما إذا لم تحقق الموارد التكنولوجية المتاحة إمكانية التنفيذ، فإن المؤسسة تلجأ إلى اعتماد المرحلة الأخرى من مراحل تطوير الإبداع، وهي مرحلة التطوير.
- مرحلة التطوير: تمثل هذه المرحلة إحدى صور عدم التأكد التي يواجهها المبدع، حيث أن إمكانية قياس الحاجة إلى التكنولوجيا المتوقعة لإكمال المشروع تكون غير معروفة عادة، لذلك يحاول المبدع أن يحل مشكلات عدم التأكد من خلال الأخذ بنظر الاعتبار حاجة السوق، والعقبات الإنتاجية المرافقة لذلك.
- ولا يمكن تحقيق الإبداع إلا حينما يتم تقديم السلع والخدمات فعلاً للسوق.
- مرحلة الاستعمال والانتشار: تمثل هذه المرحلة الخطوة النهائية والأخيرة في عملية الإبداع، حيث يتم استعمال الإبداع أو انتشار فكرة الإبداع والنتائج المتحققة منها. وغالباً ما تكون المدة الأولى من تشغيل المشروع عالية الكلفة، بسبب ما تتحمله المنظمة من كلف استشارية وتشغيلية، واحتمال وجود طاقات إنتاجية فائضة، تنتظر الاستخدام الأعلى في المستقبل.

3- تأثير الإبداع على أداء المؤسسات:

سيتم التعرف من خلال هذه النقطة، على كيفية تأثير الإبداع على أداء المؤسسات، من خلال التعرف أولاً على ماهية الأداء ومؤثراته، ومن ثم التعرف على أثره من حيث تنافسية المؤسسة، ووضع بعض الدلائل الموضحة على دوره في رفع الأداء. ثم يتم التعرف على شروط تحقيقه وأهم معوقاته.

2-3 مفهوم الأداء ومؤثراته:

يعرف الأداء وفقاً لمفهومين:

المفهوم اللغوي: يعتبر قاموس اللغة الفرنسية Larousse كلمة الأداء performance كلمة إنجليزية مشتقة من الكلمة الفرنسية performance والتي تعني أتم أو أجز أو أدى.

المفهوم الاصطلاحي: للأداء مفاهيم متعددة فهو:

- يمكن أن يكون الأداء نجاحاً، كالنجاح الذي تحققه المنشأة من تحقيق أهدافها؛
- الأداء يمكن أن يكون نتيجة عمل ما، بمعنى أنه تقدير للنتائج المحصلة؛
- الأداء هو العمل في حد ذاته أي أن الأداء هو عملية وليس نتيجة تظهر في لحظة معينة؛

يعرف الأداء على أنه انعكاس لكيفية استخدام المؤسسة للموارد المادية والبشرية واستغلالها بالصورة التي تجعلها قادرة على تحقيق أهدافها"، وهو مرتبط بالمفاهيم المتعلقة بالنجاح، الكفاءة

والفعالية وغيرها من المعاني المتعلقة به. فمثلاً كثيراً ما يقرن الأداء بمصطلحي الكفاءة والفعالية، ذلك أنه على المدى القصير والمتوسط يقدر بمستوييهما، ويمكن تعريف الفعالية على أنها "عمل الأشياء الصحيحة، وليس عمل الأشياء بشكل صحيح" كما تعرف أنها "الوصول إلى أفضل نوعية

ممكنة من الإنتاج أو السلع أو الخدمات المقدمة"، أو "مدى ملائمة الأهداف المختارة، ومدى النجاح في تحقيق هذه الأهداف". أما الكفاءة فتعني "استخدام أقل كم ممكن من الموارد والمداخلات لإنتاج أكبر كم ممكن من المخرجات والنتائج المرغوبة". أوهي تحقيق أعلى المخرجات بأدنى حد ممكن من المداخلات.

وعليه يمكن تحديد مدخلات ومخرجات المؤسسات المبدعة من خلال الشكل التالي:

الشكل رقم (1): مدخلات ومخرجات المؤسسات المبدعة



المصدر: بيتر كوك، إدارة الإبداع، إعداد وتقديم قسم الترجمة بدار فاروق، خالد العامري، ط1 القاهرة 2007، ص: 48-49.

ومن أهم مؤشرات الأداء:

أ- مؤشرات إنتاجية: وهي من أهم المؤشرات المستخدمة لتقييم أداء وفعالية المؤسسة الإنتاجية، ويجب التمييز بين الإنتاجية الكلية والإنتاجية الجزئية.

✓ الإنتاجية الكلية: وتمثل العلاقة ما بين الإنتاج الكلي وجميع عناصر الإنتاج المستخدمة في العملية للحصول على هذا الإنتاج.

الإنتاجية الكلية = الإنتاج الكلي / عناصر الإنتاج المستخدمة

وبما أن العملية الإنتاجية الواحدة تتطلب عدة عوامل إنتاجية، فإنه توجد بعض الصعوبات في قياس الإنتاجية الكلية التي تقلل إلى حد كبير من فائدتها في مجال الدراسات الاقتصادية، الشيء الذي يفرض على الباحثين اللجوء أو الاهتمام بالإنتاجيات الجزئية قصد معرفة فعالية المؤسسة.

✓ الإنتاجية الجزئية: وهي تعبر عن العلاقة الكمية بين الناتج الكلي وعنصر واحد من عناصر الإنتاج، ويمكن قياس الإنتاجية الجزئية للعمل، لرأس المال أو لأي عنصر آخر من عناصر الإنتاج.

(x) الإنتاجية الجزئية للعنصر الإنتاجي (x) = الإنتاج الكلي / الكمية المستخدمة من

ويهتم معظم الباحثين بقياس الإنتاجية الجزئية للعمل التي تمثل العلاقة بين الإنتاج والعمل، ولذلك يمكن استعمال عدة مؤشرات تعبر عن إنتاجية العمل، ومن بينها المؤشرات التالية:

$$✓ \text{ إنتاجية العامل} = \frac{\text{الإنتاج الكلي}}{\text{عدد العمال}}؛$$

$$✓ \text{ إنتاجية ساعة العمل الواحدة} = \frac{\text{الإنتاج الكلي}}{\text{عدد ساعات العمل}}؛$$

$$✓ \text{ القيمة المضافة للعامل} = \frac{\text{القيمة المضافة الإجمالية}}{\text{عدد العمال}}؛$$

ومع سهولة قياس إنتاجية العمل بالمقارنة مع إنتاجية عناصر الإنتاج الأخرى، وذلك لتوفر الإحصاءات الخاصة بالعمل وبالأجور وبعدد ساعات العمل. أصبح من الضروري زيادة إنتاجية العمل إلى أقصى مستوى ممكن، حتى يمكن تخفيض نصيب الوحدة من تكاليف العمل أو على الأقل إلى عدم ارتفاعها، وأيضاً لا بد من زيادة إنتاجية العمل حتى يمكن تحسين أداء المؤسسة.

بحيث توجد عوامل تؤثر على إنتاجية العامل، كمستوى معيشته ومستواه الصحي والمهني والثقافي وحالته النفسية، وتؤثر كذلك على إنتاجية العمل كدرجة وكمية عناصر الإنتاج.

ب- الربح كمقياس للكفاءة الإنتاجية: إن العديد من المؤسسات تعتمد على ما تحققه من أرباح لقياس كفاءته الإنتاجية، ولكن لا بد من القول أنه في كثير من الحالات، يؤدي الاعتماد على معدل الربح في قياس الكفاءة الإنتاجية للمؤسسة، إلى نتائج مضللة، لأنه لا يوجد دائماً ارتباط حتمي بين معدل الربح الذي تحققه المؤسسة وكفاءتها الإنتاجية، إذ يسهل على المؤسسة تحقيق أرباح مرتفعة في ظروف غير عادية كالحالات الاحتكارية.

$$■ \text{ الربح} = \text{الإيراد الكلي} - \text{التكاليف الكلية}$$

$$■ \text{ معدل الربح} = \frac{\text{الربح}}{\text{التكاليف}}$$

ج- مؤشرات الفعالية العامة للمؤسسة:

من بين المؤشرات الممكن استخدامها نذكر المؤشرات التالية:

$$✓ \text{ عائد الاستثمار، ويمكن التعبير عنه بمردودية الأموال المستثمرة، وهي:}$$

$$\text{مردودية الأموال المستثمرة} = \left(\frac{\text{صافي الربح}}{\text{إجمالي الأموال المستثمرة}} \right) \times 100$$

وتقارن نسبة المردودية بنسبة الفوائد التي تسدد على القروض طوية المدى.

✓ مؤشر عائد الاستثمار الثابت = صافي الأرباح / قيمة الأصول الثابتة.

4- دور الإبداع في الرفع من أداء المؤسسة:

مما لا شك فيه أن هناك مجموعة كبيرة من الأدوات التي يمكن الإعتماد عليها لتحسين الأداء الصناعي منها الإبداع والابتكار والجودة والتي ترتبط أساسا بالعوامل التقنية والعناصر البشرية للمكونة للمؤسسة، بحيث يتحقق ذلك من قيمة مؤشرات الأداء العالي أو الأدنى، لهذا تعتمد المؤسسات على عدد كبير من الأدوات لتحسين أدائها، لا يسعنا في هذه الدراسة حصرها وتناولها جميعا لذلك سوف نكتفي بذكر الأدوات التقنية والموارد البشرية وكذلك الأدوات الإحصائية لضبط وتحسين الجودة .

1-4 أدوات تحسين الأداء الصناعي في المؤسسة:

أ- (**الأدوات التقنية** : وهي مختلف القوى والمتغيرات التي ترتبط بالجانب التقني في المؤسسة، تضم على وجه الخصوص ما يلي:

- ✓ نوع التكنولوجيا سواء المستخدمة في الوظائف الفعلية أو المستخدمة في معالجة المعلومات؛
- ✓ نسبة الإعتماد على الآلات بالمقارنة مع عدد العمال ؛
- ✓ تصميم المؤسسة من حيث المخازن الورشات، التجهيزات والآلات ؛
- ✓ نوعية المنتج وشكله ومدى مناسبة التغليف له؛
- ✓ التوافق بين منتجات المؤسسة ورغبات طالبيها؛
- ✓ التناسب بين طاقتي التخزين والإنتاج في المؤسسة ؛
- ✓ نوعية المواد المستخدمة للإنتاج ؛
- ✓ مستويات الأسعار والموقع الجغرافي للمؤسسة ؛

ب- (**الموارد البشرية** : وهي مختلف القوى والمتغيرات التي تؤثر على إستخدام المورد البشري في المؤسسة وتضم الخائص التالية :

- ✓ هيكل القوى العاملة ؛
- ✓ نظام الإختيار والتعيين؛
- ✓ التدريبات والتأهيل والتنمية ؛
- ✓ نظام الآجور والمكافآت ؛
- ✓ نظم تقييم الأداء؛

ج- الأدوات الإحصائية لضبط وتحسين الجودة : وهي أسلوب إحصائي لقياس مجموعة من الاختصاصات المتداخلة والنظم المترابطة مع بعضها البعض من مختلف الاختصاصات الأخرى في الصناعة وتطورات مواصفات الخاصة بصناعة المنتج وكافة نظم أنشطة المؤسسة، وتشمل على أدوات إحصائية لضبط وتحسين جودة المنتج والأداء.

2-4 أثر الإبداع على تنافسية المؤسسة:

يعمل الإبداع غالبا على تكثيف القوى التنافسية في سوق المنتجات، وتنشق قوة الإبداع التكنولوجي على إثارة المنافسة السوقية وذلك من خلال:

أ- الإبداع التكنولوجي والقوة التنافسية بين المنافسين الأقوياء:

عندما تؤدي الإبداعات التكنولوجية إلى تخفيض التكلفة، فإنه نجد بأن الضغوط تنمو وتزد من أجل تخفيض الأسعار، بحيث يستطيع المنتجين (المؤسسات) منخفضي التكلفة استخدام سلاح الأسعار لجذب العملاء بعيدا عن منافسيهم، وقد تحاول المؤسسات مرتفعة التكلفة الدفاع عن مساهمتها السوقية عن طريق تخفيض الأسعار، إلا أنه تواجه مشكلة انخفاض هامش الربح، وربما تنزلق إلى تحقيق خسائر، وبالتالي فإن التكنولوجيات المخفضة للتكاليف تدعم الإستراتيجية التنافسية التي تستهدف الإنتاج بأقل تكلفة ممكنة على مستوى الصناعة بأسرها، إذن إذا كانت الإبداعات التكنولوجية من النوع الذي يمكن الحفاظ عليه بالسرية أو بحقوق الاختراع، فإن الطريق يصبح مسدودا أمام المنافسين للحصول على تكنولوجيا مماثلة أو محاكاتها.

عندما يساهم الإبداع التكنولوجي في تدعيم جودة المنتجات والمزايا المرتبطة بأداء السلع، فإنه من يتبنى هذه الإبداعات التكنولوجية يستطيع كسب العملاء من المنافسين بإتباع إستراتيجية قائمة على جاذبية منتجاته، وكلما تبنت المؤسسة هذه الإبداعات مبكرا، كلما مكن ذلك من الاستفادة من هذه الميزة، وذلك إذا لم يستطع المنافسين أن يقوموا بالتنفيذ السريع للإبداعات التكنولوجية المناظرة.

ب- الإبداع وإمكانية الدخول المحتمل إلى السوق:

إذا ما تمكنت المؤسسات القائمة من بناء الولاء للعلامة لمنتجاتها، وذلك من خلال قيامها بالإبداع التكنولوجي المستمر فإن هذا الأمر يترتب عليه تقليص المخاطر المرتبطة بدخول المنافسين الجدد على الصناعة، وعندما تتدنى تلك المخاطر يمكن للمؤسسات القائمة أن تفرض أسعارا عالية وأن تحقق أرباحا كبيرة. ومن الواضح أنه من مصلحة المؤسسات أن تسعى وراء استراتيجيات إبداعية تكنولوجية تتوافق مع

ظهور وزيادة العوائق في وجه المؤسسات التي تحاول دخول مجال الصناعة وفي الحقيقة هناك دليل على أن ارتفاع وقوة عوائق الدخول يعد بمثابة المحدد الأكثر أهمية لمعدلات الربح في مجال من المجالات الصناعية بشكل معقول . وهناك أمثلة تتعلق ببعض المجالات الصناعية التي تبرز فيها عوائق الدخول ومن بينها نذكر مجال صناعة الدواء والطائرات وفي الحالتين الأولى والثانية نلاحظ تمييز المنتج والذي تم تحقيقه من خلال نفقات كبيرة تم رصدها لعمليات البحث والتطوير والإعلان، قد أدى بدوره إلى تحقيق الولاء للعلامة، مما صعب الأمر على المؤسسات الجديدة في دخول هذه المجالات الصناعية بشكل مؤثر.

بالإضافة إلى ذلك هناك العديد من الطرق التي من خلالها يستطيع الإبداع التكنولوجي التأثير على إمكانية دخول مؤسسات جديدة إلى السوق ونذكر منها:

- يمكن القول بأن الإبداعات التكنولوجية تمكن المؤسسة من زيادة حواجز الدخول إلى السوق وذلك إذا كان من الممكن الأفراد بأساليب الإنتاج الجديدة من خلال الاستحواذ على حقوق ملكية الإبداعات التكنولوجية. أما إذا كان من السهل الاستحواذ على المعارف الفنية والخبرات التكنولوجية يكون من السهل على المؤسسات الجديدة الدخول إلى السوق في ذلك الجزء من الإنتاج المتعلق بالإبداع التكنولوجي.

- إن الإبداع التكنولوجي في أساليب الإنتاج يمكن المؤسسة من تغيير الاحتياجات الرأسمالية اللازمة لدخول الصناعة وذلك من خلال:

✓ حاجات المؤسسة إلى الاستثمار بكثافة وبشكل مستمر في البحوث والتطوير حتى تستطيع أن تساير الإبداعات التكنولوجية الجديدة المتدفقة؛

✓ التأثير على الاستمرار الرأسمالي اللازم لبناء وتجهيز مرافق الإنتاج الجديدة، حيث كلما زادت الاحتياجات الرأسمالية التي تستلزمها الإبداعات التكنولوجية في الإنتاج كلما ارتفعت حواجز الدخول أمام المؤسسات الخارجية؛

✓ يستطيع الإبداع التكنولوجي أن يجعل من الصعب أو من السهل على المنتجات الصناعية منخفضة الجودة اللحاق بالمنتجات الصناعية العالية الجودة؛

في الحقيقة إن الإبداع التكنولوجي إذا أدى إلى رفع أو خفض حواجز الدخول أمام المؤسسات الجديدة، فإن ذلك يعتمد على المدى الذي تستطيع عنده المؤسسات المتقدمة تكنولوجيا من أن تمنع محاكاة تكنولوجيتها من جانب المؤسسات المنافسة فعندما تتولد إبداعات تكنولوجية داخل المؤسسات

يكون من السهل حمايتها من التقليد والإنفراد باستخدامها بواسطة براءات الاختراع. والجدير بالذكر إذا كانت هذه التكنولوجيات من النوع الذي يخفض التكلفة أو يحسن من جودة المنتج فإن المؤسسات المبتكرة تتمتع بقدرة تنافسية عالية.

ج- تأثير الإبداع على قوة المشتريين الزبائن:

في بعض الحالات يستطيع الإبداع التكنولوجي أن يغير من نطاق المفاوضة بين الموردين والزبائن، كما في الحالات التالية:

- إذا أدى الإبداع التكنولوجي إلى تنميط مجتمع معين، فإن هذا يُمكنُ الزبائن من تحويل طلباتهم إلى موردين (منتجين) آخرين بسهولة وبتكلفة أقل، الأمر الذي بدوره يؤدي إلى زيادة قوة المفاوضة للعملاء مع البائعين حيث يتجه الزبائن إلى الموردين الذين يقدمون أفضل الشروط.

- إذا ساهم الإبداع التكنولوجي في إضافة خصائص جديدة إلى المنتجات، إذ تعتبر هذه الخصائص الأساس الذي يعتمد عليه الزبائن في اختيار المنتجات، فسوف يؤدي ذلك إلى خلق تفضيل قوي من جانب المشتريين مما يؤدي إلى تضيق نطاق المفاوضة بين الموردين (المنتجين) والزبائن.

د- تأثير الإبداع على قوة المنتجين الموردين:

كما سبق الحديث عن التأثير الذي يفرضه الإبداع على قوة الزبائن، فإننا نجد بأن الإبداع التكنولوجي له تأثيراً أيضاً على القوة التفاوضية للمنتجين (الموردين)، كما في الحالات الآتية:

- إذا كان الإبداع التكنولوجي في مجال المنتجات أوفى أساليب الإنتاج متاح أمام عدد كبير من الموردين فإن تنقل الزبائن من مورد لآخر يكون منخفض، الأمر الذي يزيد من شدة المنافسة بين الموردين، ويضعف القوة التفاوضية للموردين أمام الزبائن.

- إذا كان يتوفر لدى الموردين تكنولوجيات معينة متصلة بأداء سلعة أو بخصائص محددة بما تستطيع أن تغم الزبائن على الشراء من هؤلاء الموردين، فإن ذلك يضعهم في قمة المنافسة ويمنحهم قوة تفاوضية كبيرة مع عملائهم.

ر- أثر الإبداع على قوة تحديد السوق بالمنتجات البديلة:

قد يساهم الإبداع التكنولوجي في تخفيض المؤسسات على إحلال أحد المدخلات محل مدخل آخر يكون دالة لكل من: الأسعار النسبية للمدخلات، وأداء المدخلات الجديدة، وتكلفة الإحلال بين المدخلات،

أو بعبارة أخرى يساهم الإبداع التكنولوجي في صناعات أخرى بشكل كبير في إنتاج منتجات تقدمها هاته الأخيرة وتفي باحتياجاتها للمستهلكين بأسلوب يشبه الأسلوب الذي تفي به منتجات الصناعة محل الدراسة. وعلى سبيل المثال: تنافس المؤسسات العاملة في مجال صناعة القهوة بطريقة غير مباشرة مع أولئك العاملين في مجال صناعة الشاي والمشروبات الخفيفة، وكل هذه الصناعات الثلاثة تخدم المستهلكين الذين يحتاجون إلى مشروبات وإن الأسعار التي يمكن أن تحددها المؤسسات العاملة في صناعة القهوة تتأثر بوجود بدائل من الشاي والمشروبات الخفيفة، فإذا ارتفع ثمن القهوة بشكل مبالغ فيه مقارنة بثمن الشاي والمشروبات الخفيفة، فلا شك أن من يشربون القهوة فسوف يتحولون إلى البدائل الأخرى، ولقد حدثت هذه الظاهرة عندما دمر الجو البارد كثيرا من محصول البن البرازيلي في عامي 1975 و 1976 وارتفع سعر البن بشكل قياسي وهذا بسبب نقص المحصول، وبدأ المستهلكون يتحولون إلى الشاي بأعداد كبيرة. وبالتالي يمكن القول بأن الإبداع التكنولوجي يمكن أن يسمح بخلق بدائل قوية ودقيقة تمثل تحديا تنافسيا كبيرا، ويشكل قيودا على السعر الذي تفرضه المؤسسة، ومن ثم تتأخر ربحيتها. أما إذا كانت منتجات المؤسسة ليس لها بدائل قوية إلا بشكل قليل (بمعنى أن البدائل تشكل عامل تنافسي ضعيف) ومع فرض تساوي كل الأمور الأخرى، فهنا تنهياً الفرصة أمام المؤسسة لرفع الأسعار وجني أرباح إضافية.

3-4 دلائل على دور الإبداع في رفع الأداء:

- تشير منظمة التعاون والتطوير الاقتصادي من خلال تحليلها للاتجاهات الاقتصادية إلى أن الدول المبدعة على مستوى عال، تتمتع بمستوى عال من المعيشة. لقد كان الإبداع العامل الأكثر أهمية الذي ساهم في النمو الاقتصادي في التسعينيات؛
- يشير المجلس الاستشاري الكندي إلى أن الشركات المبدعة تتمتع بمعدل أعلى من المبيعات وأنها الأكثر ربحا كما أنها توفر فرص عمل أكثر من الشركات ضعيفة الإبداع. يرى الكثيرون أن الإبداع عامل أساسي لانحياز نسبة إنتاج عالية وجذب المزيد من الاستثمار الموجه من الخارج وهذا ما قامت به الحكومة الكندية؛
- ذكر رئيس نقابة مهندس الميكانيكا الأمريكية، بأن الإبداع سيمثل الحافز الذي يعمل على خلق فرص عمل جديدة ودعم القدرة التنافسية للولايات المتحدة في الاقتصاد العالمي.
- الأفكار والآراء التي تدعمها الأبحاث الرسمية التي أجرتها المؤسسات المهنية المستقلة: حسب قول رئيس الشركة الاستشارية الإستراتيجية، أن الشركات المبدعة قد حققت أعلى عائد على رأسهم يعادل 12 % خلال 10 سنوات، وهذا أكثر بكثير مما حققت الشركات الأقل إبداعا؛

- تظهر دراسة المعاينة التي قامت بها شركة pricewaterhouse coopers في يوليو عام 2001م أن كبار المسؤولين في الشركات التي تتولى الإبداع يشيرون إلى أن الفوائد الهائلة الناتجة عن الإبداع، كانت تتمثل فيما يلي:

الجدول رقم(4): نسبة الفوائد الناتجة لدى شركات التي تتولى الإبداع لدى مجموعة من البلدان المتقدمة في منظمة (OECD) operation and Development organisation for Economic

نوع النتائج المتحصل عليها	نسبة الفوائد للنتائج المتحصل عليها
تطوير المنتجات وخدمات جديدة	83%
زيادة الدخل	80%
هوامش الربح أو مكاسب أعلى	77%
زيادة كفاءة المؤسسات	72%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على تقرير منظمة التعاون والتطوير الاقتصادي من خلال الموقع: [http://www.marefa.org/index.php/\(OECD\)](http://www.marefa.org/index.php/(OECD)). ماي 2015م.

5- شروط تحقيق الإبداع ومعوقاته:

5-1- شروط الإبداع:

حتى تكون أساليب المؤسسات مبدعة وخلاقة، ينبغي مراعاة بعض الشروط الأساسية، منها:

- ✓ إفراح المجال لأية فكرة بأن تولد وتنمو وتكبر مادامت في الاتجاه الصحيح؛
- ✓ احترام الأفراد وتشجيعهم وتنميتهم لإتاحة الفرص لهم للمشاركة في القرار وتحقيق النجاحات للمنظمة؛
- ✓ التحلي عن الروتين وإتاحة اللامركزية في التعامل ؛
- ✓ تحويل العمل إلى شيء ممتع، بتحويل النشاط إلى مسؤولية والمسؤولية إلى طموح؛
- ✓ التجديد المستمر للنفس والفكر والطموحات، وهذا لن يتحقق إلا إذا شعر الفرد بأنه متكامل في عمله؛

✓ لا بد من ملاحظة تجارب الآخرين وتقويمها، وأخذ الجيد وترك الرديء حتى تكون الأعمال مجموعة من الإيجابيات؛

✓ لا ينبغي ترك الفكرة الجيدة التي لم تنفذ بعد؛

✓ تطبيق ما تم تعلمه إلى عمل، له أهمية بالغة، لأنها الطريق الأفضل لتطوير الكفاءات، وتوسيع النشاطات ودمج الأفراد بالمهام والوظائف؛

كما يرى بعض الباحثين أنه لا بد من توافر أربعة دعائم أساسية لتحقيق الإبداع، وهي:

- توافر الحس الإبداعي: سواء داخل المنظمات أو للأفراد، هذا الحس الذي يتوافر بدرجات متفاوتة، طبقا للثقافة والقوانين ونوعية الاقتصاد السائد؛
- توفير الموارد: المنظمات التي عادة ما تحقق نتائج مرضية في السوق، وتخشى فيما بعد فقدان تلك النتائج، ترغب في تقليل التكاليف، بمعنى تقليص الاستثمار في البحث العلمي أو اللجوء إلى تقليص العمالة وتقويض العلاقات غير الرسمية والتي تعتبر من مرتكزات التمكين؛
- الأساليب: مثل أسلوب فريق العمل الذي تتحقق من خلاله تدفق الأفكار دون قيود بيروقراطية، كما أن استخدام أساليب اتصال جيدة يصبح الفريق عولميا، كما ظهرت فكرة إسناد بعض أنشطة المشروعات الجديدة إلى جهات خارجية لتوسيع دائرة الإبداع وتوزيع مخاطره المختلفة.
- المناخ التنظيمي: يحتاج الإبداع إلى بيئة متحركة تنسم بالحرية والتشجيع لكل الآراء الجديدة، وهذا ما يستلزم تحويل التركيبة العقلية لرجال الإدارة من الرئاسة إلى رجال الأعمال، الذي يقبل المقترحات الجديدة ويعطي الفرص والحرية للعاملين.

2-5- معوقات الإبداع في دول العالم الثالث:

إن عملية الإبداع تقيدها مجموعة محددات تتغلغل في ثنايا معوقاته، ومن أهمها:

- ❖ **الإبقاء على العادات المألوفة:** بمعنى القادة يحافظون على الوضع القائم ولا يرغبون في تحمل المخاطرة أو الدخول في مراهنات تتطلب مستوى عال من الجهد، ويغلب على الصفة القيادية في هذا الإطار خاصية الخوف من المجهول، وباعتبار الإبداع يتطلب قدرا مهما من تحمل المخاطرة، فإن السلوك ضمن التصرفات القديمة يتناقض مع الإبداع.

- ❖ **الأحكام السابقة:** ونقصد بها تبني شعارات أو مقولات تهيئ الآخرين لقبول واقع ساكن غير متغير، ومثال ذلك، الشعار: ليس بالإمكان أفضل مما كان، وعادة ما يكون هذا النوع من الأحكام لصالح القياديين وخدمة لمصالحهم، وبذلك يصبح التجديد أو الإبداع تهديدا لهم.
- ❖ **الجمود والكسل:** إن التحديث بمختلف مستوياته يتطلب كسر الجمود والانتقال إلى موقع جديد، ومما لا شك فيه أن التجديد يقود إلى التوسع في النشاط أو العمليات أو السوق أو السلعة. وأن التوسع على هذا النحو يتطلب عزما موازيا للمسؤوليات والمهام. وفي حالة عدم وجود الدافع أو الرغبة لدى القيادة المنظمة فإن فرص الإبداع تكاد تكون مستحيلة.
- ❖ **القصور وعدم القدرة على إظهار الفكرة:** قد يمتلك الكثير من القادة حماسا للإبداع، ولكن قدراتهم للتعامل معها محدودة، إذ أن ولادة الفكرة لا تكفي للوصول إلى الإبداع، وإنما عرض الفكرة في ضوء أسبابها وفروضها ونتائجها، والذي يتطلب سعة فكرية وإدراكية متميزة. وربما تكون الفكرة موجودة في ذهن القائد، ولكنه لا يمتلك الجرأة على إطلاقها خوفا من النقد الذي قد يواجهه.
- ❖ **غياب الفرصة:** إن توافر الفكر الإبداعي والقدرة على الإبداع والرغبة في تقديم الجديد والتخلي عن التقليد ومساره، يتطلب توافر الفرصة التي تطرح فيها الفكرة، إذ أن الإبداع على هذا الأساس هو حصيلة تفاعل القدرة والرغبة والفرصة، وإن فقدان أحدها يؤثر على نتيجة حصول الإبداع.
- ❖ **عدم توافر البيئة الإبداعية:** إن الإبداع مسألة قائمة على حشد التفكير المشترك لدعم الفرد المبدع في إطار قيم الإبداع وشيوعها في المجتمع التنظيمي، كما أن العمل الإبداعي يتطلب قبول الأفكار المتقاطعة مع الذات والقدرة على تحمل الخلافات في الرأي والمضمون أو الخروج عن المعتاد. وهناك من يضيف بعض العوائق، كعدم ثقة المديرين بأنفسهم والقيود النفسية والإدراكية، وكذلك سوء عملية الاتصال فيما يتعلق بنقل البيانات والمعلومات وتفسيره.
- ❖ **عدم توافر البيئة الإبداعية:** إن الإبداع مسألة قائمة على حشد التفكير المشترك لدعم الفرد المبدع التقليدي ومساره، يتطلب توافر الفرصة التي تطرح فيها الفكرة.

خاتمة:

من خلال تطرقنا إلى دور الإبداع في تطوير الأداء الصناعي للمؤسسة استخلصنا أن هناك تأخرا كبيرا بالنسبة للمؤسسات المتواجدة في الجزائر والدليل هو النتائج الهزيلة المتوصل إليها لحد الآن وذلك لعدة أسباب تحول دون بلوغها درجة الإبداع والابتكار التي تؤهلها إلى مصف الصناعة العالمية، كما إستخلصنا أيضا أن الإبداع والابتكار في المؤسسات المعاصرة لم يعد مجرد فعلا كماليا، بل أصبح أمرا حتميا وملحا، ولا غنى عنه إذا أرادت المؤسسة البقاء، عليها أن تجعل الإبداع والابتكار أسلوب عملها وممارستها اليومية.

وانطلاقا من هذه المعايير ينبغي أن نعطي جملة من التوصيات المتمثلة في:

- التكفل بالفرد باعتبار ذلك ضرورة حتمية لتحقيق الفعالية، لما يملكه الأفراد من ذكاء وكفاءة وتناسق في العمل الجماعي وتوفرهم على القدرة والإتقان وامتلاك فنيات إبداعية في المجال التقني أي المعرفي، وهذا يتطلب أساسا التعرف على التغيرات المرتبطة بالأفراد داخل المؤسسة والعمل على تحسين المستوى والتدريب على الأدوات الحديثة .
- تركيز جهود البحث والتطوير لاكتساب التكنولوجيات الحديثة.
- ترقية إطار تشريعي وتنظيمي ملائم لنشاط المناولة الصناعية في الجزائر، وتشجيع التحاقها بالتيار العالمي للمناولة التي تتوفر على درجة عالية من الإبداع والابتكار.
- تنمية القدرة على الابتكار والإبداع .

قائمة المراجع:

1. العامري، صالح مهدي محسن، العوامل التكنولوجية والتنظيمية المؤثرة في الإبداع التكنولوجي: دراسة حالة ميدانية على عينة شركات صناعية أردنية، مجلة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 21- العدد 02، دمشق، دون دار نشر، 2005، ص 132.
2. الفاعوري رفعت عبد الحليم، الإبداع التنظيمي، المنظمة العربية للتنمية، مصر، 2003.
3. بلخضر نصيرة، بن حليمة هوارية، الإبداع التكنولوجي أساس نجاح الأداء الإستراتيجي للمؤسسة، مداخلة الملتقى الدولي الرابع، جامعة تيارت، من خلال الموقع: labocolloque5voila.net/19benhalimahiba33.pdf تاريخ الإطلاع: 2015/06/15.
4. تقرير منظمة التعاون والتطوير الاقتصادي من خلال الموقع:

- (OECD) (<http://www.marefa.org/index.php/>). ماي 2015م
5. بيتر كوك، إدارة الإبداع، إعداد وتقديم قسم الترجمة بدار فاروق، خالد العامري ط1 القاهرة 2007، ص: 48-49.
 6. بديسي فهمية أ. شيلي وسام. رزق الله حنان تنمية الإبداع ودوره في الرفع من أداء المنظمات، مداخلة مقدمة ضمن الملتقى الدولي للجامعة سعد دحلب - البليدة - يوم 19/18 ماي 2011
 7. حمادات محمد حسن محمد، السلوك التنظيمي، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009
 - 8 سعد الدين أحمد عكاشة، فاتن الجبشة، وثام ببهائي، "تمويل البحث والتطوير من أجل التنمية العربية: الحلقات الضائعة"، الندوة الثانية لآفاق البحث العلمي والتطوير التكنولوجي في العالم العربي، ص05.
 9. جون كاو، الإبداع في المشروعات، ترجمة أسعد حليم، الطبعة الأولى، القاهرة، مركز الأهرام للترجمة والنشر، مصر، 2008
 10. محمد السعيد أوكيل، الإبداع التكنولوجي، ديوان المطبوعات الجامعية، الساحة المركزية - بن عكنون - الجزائر، 1994.
 11. فون برادن، كريستوف فريديريك، حرب الإبداع فن الإدارة بالأفكار، ترجمة إصدارات بيمك، القاهرة، مركز الخبرات المهنية للإدارة، 200.
 12. صالح فايز جمعية، العلي عبد الستار محمد، الريادة وإدارة الأعمال الصغيرة، الطبعة الأولى، دار حامد، عمان، الأردن، 2006.
 13. شرر، فريديريك.م. ترجمة أبو عمسة علي، نظرة جديدة إلى النمو الاقتصادي وتأثره بالإبتكار التكنولوجي، ط1، الرياض، دار المريخ للنشر، 2001.
 14. عمر تيمجغدين، دور إستراتيجية التنويع في تحسين أداء المؤسسة الصناعية - دراسة حالة مؤسسة كوندور (condor) مذكرة ماجستير، كلية الاقتصاد، جامعة بسكرة 2013م.
 15. Amendola, M, la dynamique economique de l'innovation ,édition economica, paris, 1988.
 16. Bloom ,M, l'evolution technologique et l'industrie électronique coréenne, OCDE, paris, 1992.
 17. le système de R & D et d'innovation technologique du tiers monde « revue du CREAD » n° 1 vol.33 , special, Alger, 1993