

دور الإبداع والابتكار في عصنة المصارف

وزيادة قدرتها التنافسية

الدكتورة منية خليفة
جامعة الجيلالي بونعامة خميس مليانة
الدكتور دراجي عيسى
المركز الجامعي احمد ابن يحيى الوشرسي - تيسمسيلت

الملخص:

يعتبر الإبداع والابتكار أنشطة أساسية لتطوير وعصنة الخدمات المصرفية، إذ أنها يمثلان ركائز تحقيق الجودة في هذا النشاط، وبالتالي تطوير الميزة التنافسية في المصارف، ويمكن تجسيد هذه المزايا من خلال استعمال أساليب فعالة في تكوين وتأهيل ليد العاملة من جهة، وإختيار وسائل عمل عالية التقنية من جهة أخرى، وهما العناصر التي تسمح بتطوير وتنمية المنتجات والخدمات المصرفية بشكل يوافق حاجات ورغبات العملاء الحاليين ويجذب عملاء مستقبليين بما يضمن ولائهم.

كما يعمل على رفع الكفاءة في استغلال الموارد والحفاظ عليها، مما يؤمن استمرار مقومات التنمية للأجيال اللاحقة، ولهذا تعطي للإبداع والابتكار أهمية كبيرة في عملية التنمية والتقدم بمختلف أنواعه، خاصة في القطاع المصرفي، حيث أنه يعتبر دعامة جوهرية للتنافسية المصارف، لكونه بمداه بأدوات التطوير والتجديد على مختلف الأصعدة، ولا يمكن للبنوك في ظل التحرير المصرفي الصمود أمام المنافسة الأجنبية المتزايدة إلا بتشجيع الإبداع والابتكار.

الكلمات المفتاحية:

الإبداع والابتكار، الميزة التنافسية، المنتج الابتكاري الإبداعي، الملكية الفكرية، عصنة المصارف، المعرفة العلمية والتكنولوجية

ABSTRACT

Creativity and innovation are activities to develop and modernize the banking services, as they represent the pillars of quality banking services and the development of competitive advantage in the banks, and this can be achieved through the use of effective training methods and rehabilitation of labor on the one hand, and the means to work the high-tech on the other hand, including work on the development of banking products and services are approved by the needs and desires of our current and future customers, and to be outdone, it is also working to increase efficiency in resource utilization and conservation, which believes in the continuation of the elements of the development of subsequent generations, and that is given to the creativity and innovation of great importance in the development and progress of various kinds, especially in the banking sector, where it is considered essential pillar, to provide them with the tools being developments and innovation at various levels, and cannot be for banks under banking Liberation withstand the increasing foreign competition, but to encourage creativity and innovation

key words: Creativity and innovation, competitive advantage, product innovative creative, intellectual property, the modernization of the banks, scientific and technological knowledge ... etc.

دور الإبداع والابتكار في عصرنة المصارف وزيادة قدرتها التنافسية

يعتبر الإبداع والابتكار أنشطة أساسية لتطوير وعصرنة الخدمات المصرفية، إذ أنهما يمثلان ركائز جودة الخدمات المصرفية وتطوير الميزة التنافسية في المصارف، ويمكن تحقيق ذلك من خلال استعمال أساليب الفعالة في التكوين والتأهيل لليد العاملة من جهة، ووسائل العمل العالية التقنية من جهة أخرى، بما يعمل على تطوير وتنمية المنتجات والخدمات المصرفية بشكل يوافق حاجات ورغبات العملاء الحاليين والمستقبليين، ويتفوق عليها، كما يعمل على رفع الكفاءة في استغلال الموارد والحفاظ عليها، مما يؤمن استمرار مقومات التنمية للأجيال اللاحقة، ولها تعطي للإبداع والابتكار أهمية كبيرة في عملية التنمية والتقدم بمختلف أنواعه، خاصة في القطاع المصرفي، حيث أنه يعتبر دعامة جوهرية للتنافسية المصارف، لكونه يمدها بأدوات التطوير والتجديد على مختلف الأصعدة، ولا يمكن للبنوك في ظل التحرير المصرفي الصمود أمام المفسة الأجنبية المتزايدة إلا بتشجيع الإبداع والابتكار.

وسنتناول في المحور الأول من هذه الدراسة مفهوم الإبداع والابتكار وأهميتهما في عصرنة النشاط المصرفي أما المحور الثاني فسننتقل إلى الأساليب والإجراءات المشجعة على الإبداع والابتكار في الجزائر، أما في المحور الثالث فيتعلق بأسباب ضعف الإبداع والابتكار في الجزائر، وفي المحور الرابع فنتطرق إلى مفهوم الميزة التنافسية، مصادرها وخطوات تعبئة مواردها، وفي الأخير نتناول في المحور الخامس الإبداع والابتكار كدعامة لتنافسية المؤسسة المصرفية.

المحور الأول: مفهوم الإبداع والابتكار خصائصها وأهميتهما بالنسبة للمؤسسة:

يمثل الابتكار والإبداع تحديا قويا أمام مختلف التنظيمات والمؤسسات، حيث يفرضان ضرورة التغيير والتجديد المستمر لمن أراد التقدم والنمو في خضم الأحداث والمتغيرات العالمية الشكل (01): مقومات التفكير الابتكاري وعلاقته بالمنتج (العمل) الابتكاري.

الراهنه، وأبرزها اقتصاد المعرفة والعمولة.

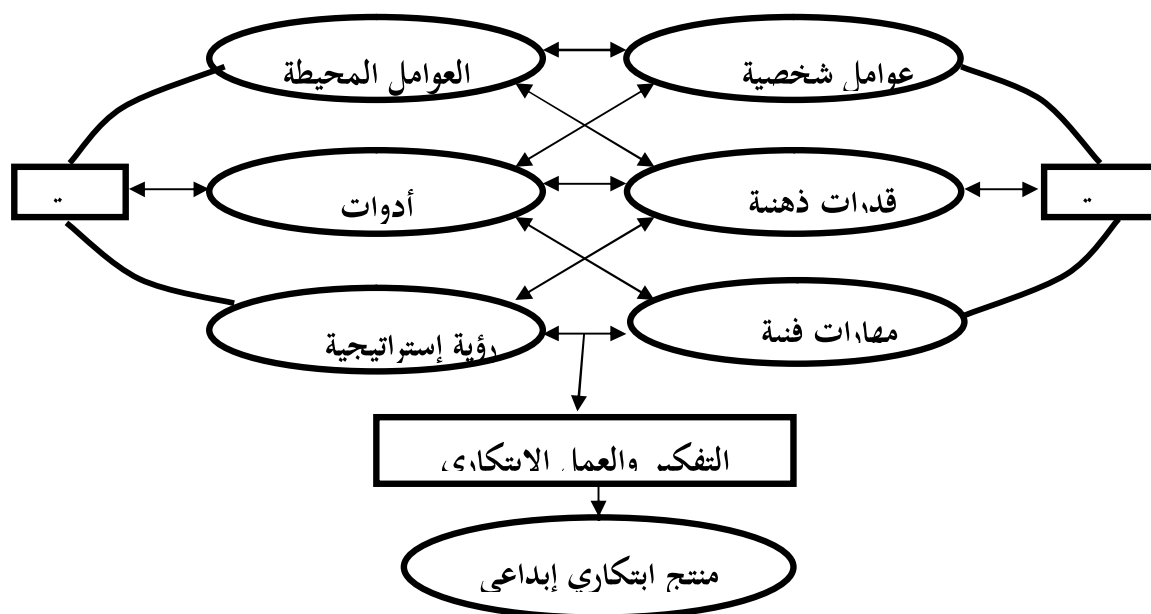
أولا: مفهوم الإبداع والابتكار: يميل بعض المتخصصين إلى التفرقة بين الإبداع والابتكار من منطلق أن الأول يتعلق باكتشاف فكرة جديدة، والثاني يتعلق بوضع هذه الفكرة حيز التنفيذ، حيث يعتبر الإبداع والابتكار نتاج سلسلة من العمليات الفكرية والمنطقية للعقل البشري، الذي يتميز بالطلاقة الفكرية والمرونة.

والقدرة على الابتكار والإبداع تنشأ من خلال مزيج من العوامل يمكن تقسيمها إلى قسمين وهما:

أ- العوامل الشخصية: وتتمثل في الصفات والخصائص التي يتصف بها الأفراد المبدعين والمبتكرين، والتي يمكن التمييز بين نوعين منها، العوامل الوراثية والتي تعبر عن الخصائص والصفات التي تولد مع الإنسان كالذكاء والاستعدادات الفطرية، والعوامل المكتسبة التي تعبر عن تلك الخصائص والصفات التي يكتسبها الإنسان من تجارب الحياة والتعلم والممارسة العملية.

ب- العوامل المحيطة: والتي تتمثل في مختلف العوامل التي تحيط بالأفراد، والتي لها تأثير على قدرتهم الإبداعية والابتكارية، كالعوامل الفيزيائية والاجتماعية، وأيضا السياسات والقوانين التي لها علاقة بهذا الشأن كقوانين حقوق الملكية، والبيئة المؤسسية والتنظيمية للإبداع والابتكار.

حيث يصور الشكل أدناه التفاعل الحاصل بين مختلف العوامل الشخصية والاجتماعية التي يمكن أن تؤثر على النشاط الابتكاري والإبداعي، وتستطيع التحكم وتوجيه العملية الإبداعية، إذ يؤدي التفاعل بين مكونات البيئة المحيطة من السياسات، النظم، القدرات والمهارات الشخصية والتي تتمثل في الرصيد الفكري والمعرفي لدى الأفراد، وذلك لتوليد منتجات إبداعية وابتكارية، حيث أن عملية الإبداع والابتكار تتم وفق سلسلة من العمليات المنطقية والفكرية لدى الأفراد المبدعين.



المصدر: محسن أحمد الحضيري- صناعة المزايا التنافسية، ص 131.

أن يتوافق مع معتقدات واتجاهات الفرد والمجتمع، والتوافق مع المبول المهنية.

* **التكامل أو الترابط:** يشترط في المنتج الابتكاري والإبداعي أن يتصف بوضوح أبعاده ومكوناته ووضوح الترابط والتكامل فيما بينها بالشكل الذي يطمئن له ذوي العلاقة.

* **المرجعية أو التراكمية:** إذ يجب أن يكون مؤسس الابتكار والإبداع على نتائج ومعطيات سابقة، ويكون خلاصة الجهود التراكمية، التي تستعمل كمعطيات ومدخلات لعملية الابتكار، حيث يتم تحليلها ومعالجتها من أجل الخروج بمنتج جديد وحديث.

* **المواءمة الزمنية:** يعني ذلك تقديم المنتج الابتكاري في الوقت المناسب، إذ أن مها كان نوع العمل وجودته فانه يفقد قيمته عند تنفيذه في الوقت غير ملائم، فلذلك من شروط الابتكار والإبداع أن يكون في الوقت المناسب لانتفاع منه.

ولضمان فعالية أكثر للعملية الابتكارية علينا توفير متطلباتها الأساسية، وعلى رأسها البيئة المحفزة، والكفاءات البشرية ذات القدرات والمهارات الإبداعية والابتكارية العالية، إن هذه المتطلبات ومقومات الإبداع يمكن التأثير عليها بمجموعة من الأدوات والإجراءات من اجل زيادة فعاليتها في تدعيم

من خلال الشكل (01) أعلاه، يتضح أنه يمكن التأثير في فعالية الابتكار والإبداع، وتوجيهه نحو الأنشطة حسب الأهداف المخططة من طرف التنظيم، وهذا باستعمال مجموعة من الأدوات والسياسات، وذلك من خلال التأثير في القدرات والمهارات البشرية أو العمليات الابتكارية.

ثانيا - **خصائص الإبداع والابتكار:** إن الابتكار والإبداع كغيره من الأنشطة البشرية، له خصائص تميزه عن باقي الأنشطة أهمها:

* **الجدية والحدائثة:** المنتج الابتكاري سواء كان فكرة، أسلوب، تقنية عمل، سلعة أو خدمة، يجب يكون جديد وحديث ولم يكن تم الوصول إليه سابقا، ونتكلم هنا عن الجدية والحدائثة من حيث الخصائص والاستعمال والمنفعة التي يمكن أن يقدمها الشيء الجديد، وحتى التركيب والأسلوب.

* **المنفعة أو القيمة:** أي يجب أن يكون الشيء المبتكر ذا منفعة أو قيمة إضافية، حيث أن تلك الجهود المبذولة يجب أن تدر منافع من حيث درجة الإشباع أو توفير الجهد والوقت والتكلفة بما يؤدي إلى تحسين جودة الحياة.

* **الجاذبية أو القبول:** يجب أن يتمتع الابتكار والإبداع بقدر كافي من القبول والاقتران من طرف الفرد والمجتمع، إذ يشترط

الابتكار والإبداع.

ثالثا: أهمية الإبداع والابتكار في عصرنة المؤسسات المصرفية:
إن دور وأهمية الإبداع والابتكار كبيرة جدا بالنظر إلى الأثر الذي يمكن أن يحدثه في مقومات التنمية والتقدم بمختلف أنواعه، ويمكن ذكرها في النقاط التالية:

* إن الإبداع والابتكار يعود بالنفع على الفرد المبتكر من حيث رفع المعنويات، وزيادة الثقة بالنفس.

* ويقود الإبداع والابتكار إلى التجديد والتطوير المستمر⁽¹⁾، بما يساعد على مواكبة التطورات والتغيرات العصرية، بل يتعداها إلى المساهمة في قيادة تلك التغيرات والتطورات العلمية والتكنولوجية⁽²⁾.

* يعمل الإبداع على تدعيم التنمية الاقتصادية والاجتماعية، من خلال إيجاد الأساليب والتقنيات والتكنولوجيات الملائمة والمدعمة للتنمية.

* يساعد على المواجهة الفعالة لتحديات العولمة والمنافسة، حيث أصبحت المنافسة اليوم تبنى على أساس القدرة على الابتكار والإبداع المستمر، فالدول أو المنظمات التي لها القدرة على تحقيق ذلك هي التي تستطيع المنافسة والبقاء في السوق.
* يمكن الإبداع والابتكار من تلبية حاجيات المستهلكين والتفوق عليها، بتحقيق رضا العملاء.

يؤدي الابتكار والإبداع إلى إيجاد أساليب وطرق إنتاج أو منتجات جديدة تجعل المصرف متميزة في طرح منتجاتها، ولا تقتصر أهمية الابتكار والإبداع على مستوى الإنتاج فقط بل تتعداه إلى مجالات أخرى، كطرق وأساليب التسويق والتوزيع. ومن كل ما سبق يمكننا أن نستنتج أن للإبداع والابتكار أهمية كبيرة في إحراز التقدم ودعم التنمية بمختلف أنواعها، والقضاء على العديد من المشاكل، كما يعتبر وسيلة أساسية للتجديد والتطوير ومواكبة التطورات العلمية والتكنولوجية.

المحور الثاني: الأساليب والإجراءات المشجعة على الإبداع والابتكار في الجزائر:

يتأثر الابتكار والإبداع بعدة عوامل تحفز وتشجع الأفراد والمنظمات عليه، أهمها:

أولا- الإجراءات ذات الطابع التشريعي والقانوني⁽³⁾: تعد الإجراءات والسياسات ذات الطابع القانوني والتشريعي من

أهم العوامل المشجعة على الابتكار والإبداع، بل تعد ضرورة لذلك فإذا ما غابت أو كانت غير مناسبة فإنها تعطل هذا النشاط ويزول، فسن القوانين من أجل حماية أصحاب الابتكارات وتشجيعهم على الإبداع أمر مهم جدا، وفي هذا الشأن توجد عدة قوانين وإجراءات تتخذ منها الملكية الفكرية، وبعض النصوص القانونية التي تعمل على حماية وتشجيع الابتكار والإبداع.

1- الملكية الفكرية: تنشأ الملكية الفكرية نتيجة الإبداع والاختراع البشري وهي تتضمن عدة أنواع من الحقوق منها الملكية الصناعية وحقوق المؤلف:

* الملكية الصناعية والتي تضم الاختراعات الجديدة في مجال العلوم والعلامات التجارية وعلامات الخدمة والرسوم والنماذج الصناعية والبيانات الجغرافية والأسماء التجارية والحماية ضد المنافسة غير الشريفة.

* حق المؤلف والحقوق المجاورة، والتي تضم مجموعة واسعة من المصنفات الأدبية والفنية، ويضاف إليها الأداء العلني، ومنتجي التسجيلات الصوتية وهيئات البث الإذاعي.

* ولقد اهتم المشرع الجزائري بتنظيم وتقييد الملكية الفكرية بغية حماية أصحابهم وتشجيعهم على المزيد من الإبداع والابتكار ولهذا أوجد العديد من النصوص القانونية التي تضمن لصاحب الإبداع الحق في استغلاله والاستفادة منه لوقت معين، وقد تضمنت النصوص القانونية الجزائرية ذلك من خلال تحديد إجراءات التسجيل والحقوق التي يتمتع بها صاحب الابتكار والعقوبات التي تترتب على مخالفة النصوص في هذا الشأن، ويرد الإبداع أو الابتكار في شكل براءة اختراع أو علامة أو نموذج، حيث تنظم وتقييد أنشطة الإبداع والابتكار وفق القوانين والمراسم التالية⁽⁴⁾:

- الأمر رقم 66-67-1966، المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية ؛

- الأمر رقم 66-54-1966 بشأن شهادات المخترعين وإجازات الاختراع؛

- المرسوم رقم 66-60-1966 المتعلق بتطبيق الأمر المتعلق بشهادات المخترعين وإجازات الاختراع؛

- المرسوم رقم 66-63-1966 بشأن تطبيق الأمر المتعلق

- تعزيز مكاتب الملكية الصناعية على مستوى الدولة بالوسائل المادية والبشرية اللازمة لإشراكها في تطوير وترقية الابتكار، وتكييف أنظمة الملكية الصناعية مع حاجيات عالم الصناعة.

- إنشاء صندوق لدعم الابتكار الصناعي وتقديم المساعدات المالية لها⁽⁶⁾.

- إنشاء تعاونيات بحث وبرامج ابتكار بين معاهد البحث والشركات الصغيرة والمتوسطة.

- توظيف الوسائل المناسبة لتسهيل نقل ونشر الابتكار والإبداع في الشركات الصغيرة والمتوسطة.

- تقريب البحث العلمي من الصناعة عن طريق إنشاء شبكات بحث وابتكار تكنولوجية تضم فرق بحث جامعية وأخرى تابعة للشركات الصناعية بهدف:

- توثيق التعاون بين عالم الصناعة وعالم البحث العلمي بفضل توحيد القدرات والمهارات المتواجدة لدى الشركات ومخبر الجامعات والمعاهد والمراكز.

- تشجيع البحث التكنولوجي في القطاعات ذات الأولوية من أجل تطوير المنتجات والخدمات الجديدة الملبية لإحتياجات السوق.

إضافة إلى ذلك علينا إقامة شبكات بحث تتلخص مهامها في:

* دعم مشاريع البحث والتطوير؛

* تقييم الأعمال المنجزة وقيمتها؛

* إقامة الحضانات لدعم عملية خلق الشركات المبتكرة؛

* تنمية القدرات العلمية والخبرات العملية المجال المعلوماتي، وبناء كفاءات علمية وفنية تخصصية قادرة على مواكبة التطور العلمي والتكنولوجي المتسارع في هذا المجال.

ثالثا - الإجراءات والسياسات الاقتصادية:

1 - الإجراءات الضريبية: يجب على الدولة تبني آليات ضريبية مساعدة على تشجيع الابتكار على مستوى الشركات الصناعية وتغلب منطق التطوير الاقتصادي والشغل على الحثيات الضريبية، من بين هاته الآليات الإعفاء من:

* المصاريف المنفقة من طرف الشركات الصناعية على أنشطة البحث والتطوير والابتكار من الضرائب.

* الضريبة المستحقة على أجور الخبراء والتقنيين الأجانب الذين

بعلامات المصنع والعلامات التجارية؛

- الأمر رقم 67-229-1967 المتعلق بشأن المكتب الوطني للملكية الصناعية؛

- المرسوم رقم 74-204-1974، بشأن الرسوم المطابقة على شهادة المخترع ولإجازات المخترع؛

- المرسوم 74-205-1974، بشأن الرسوم المطابقة على علامات المصنع والعلامات التجارية.

ب- الحماية القانونية: من أجل حماية حقوق المبدعين والمبتكرين وضمان لهم استغلال منتجاتهم من دون اعتداء فقد أوجد المشرع الجزائري عدة آليات وأدوات قانونية تضمن ذلك وهي كما يلي⁽⁵⁾:

* **براءات الاختراع:** وهي وثيقة تمنحها هيئات رسمية معينة تتضمن الاعتراف باختراع ما، وتخوّل لصاحبها (شخصاً أو مؤسسة) حق الملكية وبالتالي حرية الاستعمال. وهي تمثل حق استثنائي يمنح نظير اختراع يكون إنتاجاً أو عملية تتيح طريقة جديدة لإنجاز عمل ما أو تقدم حلاً فنياً تقنياً جديداً لمشكلة ما، تكفل البراءة للملكها حماية اختراعه لفترة محددة تدوم 20 سنة على وجه العموم.

* **العلامة:** في حالة عدم إمكانية الحصول على براءة الاختراع يمكن للمؤسسات أن تطالب بحماية منتجها بعلامة وهو عبارة عن اسم أو رمز تختاره المؤسسة، قصد تمييز منتجها عن غيره من المنتجات المتوفرة في الأسواق.

* **النموذج:** ترتبط حماية النماذج بالخصائص الشكلية والمميزة للمنتجات الجديدة وأهمية مثل هذه الحماية تتمثل في إبراز اسم الشخص أو المؤسسة، مما يسمح لها من تحقيق غايات معينة.

ثانياً - الإجراءات ذات الطابع المؤسسي والتنظيمي: من أجل ضمان حماية فعالة وتامة لأصحاب حقوق المنتجات الفكرية والابتكارية، فقد أوجد المشرع الجزائري عدة إجراءات تنظيمية من شأنها أن تساعد على تطبيق القوانين وتنفيذها، ولهذا تم تأسيس عدة مراكز وهيئات يحول لها القيام بتنظيم أنشطة الابتكار والإبداع، وتنفيذ قوانين الحماية للمبدعين والمبتكرين، كما عمل على إيجاد إجراءات تنظيمية تعمل على تنظيم هذه الأنشطة وفي نفس الوقت تحدد وتنظم عمل تلك المراكز والهيئات وهي كما يلي:

تضبط وتنظم مختلف العلاقات والأنشطة التي تربط فيما بينها.

4- الإجراءات العامة⁽⁷⁾: من الأمور الأشد تأثيراً على أنشطة الإبداع والابتكار، هي وجود البيئة المناسبة والمشجعة على الإبداع والابتكار، سواء على مستوى المصرف أو على مستوى الدولة. ولهذا يجب اتخاذ مجموعة من الإجراءات من أجل خلق المناخ المساعد على الابتكار والإبداع وهي:

تنمية وعي وإدراك الأفراد بأهمية الابتكار والإبداع وتميئة البيئة الملائمة لذلك.

- تدعيم حرية الأفراد في تطبيق التجارب، والأدوات والمناهج الجديدة، وتدعيم مبادراتهم نحو التجديد؛

- تنمية مهارات الأفراد وتشجيعهم على التدريب والتعليم؛

- إزالة مختلف العوائق التي تحد من الابتكار والإبداع وتؤدي إلى قتل روح المبادرة؛

- تهيئة مناخ آمن ومطمئن للأفراد، حتى يتمكنوا من تقديم ما لديهم من اقتراحات وملاحظات؛

- تنمية استعدادات الأفراد وتعميق رغبتهم في المبادرة، وقبول التعامل السليم مع القيود والتحديات؛ لتكوين المهارات البشرية من علماء، باحثين، مهندسين وتقنيين؛

- إيجاد برامج سليمة وفعالة لتدعيم الإبداع والابتكار كبرامج التعليم والتربية والتدريب؛

- الاستفادة المثلى من المعرفة العلمية والمهارة التكنولوجية، التي يمكن الحصول عليها من بلدان أخرى بواسطة برامج المساعدة التقنية أو الانتقال المباشر؛

- الاهتمام بتطوير النظام التعليمي ليجعلها باكتساب المعارف والمهارات الحديثة، ومواكبتها مع الاحتياجات اللازمة للدولة، لخلق القاعدة الأساسية للمعرفة التكنولوجية⁽⁸⁾؛

- تطوير نظم التحفيز لتشمل وسائل دفع الأفراد للبحث عن استخدامات جديدة غير مألوقة؛

- تدعيم الصناعات الصغيرة، حيث تركز الجزائر على الصناعات الصغيرة وتعمل على تدعيمها، فهي تساهم بشكل كبير في التنمية بمختلف أنواعها، كما أنها تعمل على الابتكار والإبداع، فالعديد من الابتكارات تظهر أساساً في الورشات الصغيرة والمعامل الفردية.

يلجأ إليهم لتقديم إعانات تتعلق بأنشطة البحث والابتكار.

* الحقوق والرسوم المحركة للآلات، التجهيزات، المنتجات الكيميائية والوثائق التقنية المستوردة لأغراض البحث والتطوير

* ضريبة القيمة المضافة للآلات، التجهيزات، المنتجات الكيميائية والوثائق التقنية المكتتة محلياً لأغراض البحث والتطوير من.

* إضافة إلى تخصيص احتياطات للتطوير التكنولوجي من طرف الشركات (1% من رقم الأعمال).

2- الإجراءات المالية:

* رفع الإعتمادات المالية المباشرة (بتعيين تخصيص نسبة تفوق 1% من الدخل القومي الخام لأنشطة البحث والابتكار).

* حث الشركات الصناعية لمزيد من الاستثمار في البحث والتطوير والابتكار:

* تبني آليات جديدة لمساعدة المبتكرين : مساعدة مشاريع الابتكار، مساعدة نقل التكنولوجيا، دعم تشغيل إدارات البحث من أجل الابتكار، مساعدة المبدعين الأحرار (يتمثل مبدأ مساعدة الابتكار في تقديم سبق بنسبة صفر يسد في حالة النجاح، بالإضافة إلى تقاسم الأخطار فيما يتعلق بالتكاليف الداخلية والخارجية لمشاريع الابتكار والإبداع).

* وضع إعتمادات محفزة تحت تصرف الشركات والصغيرة والمتوسطة.

* يعتبر هذا النوع من الإعتمادات شائع الإستعمال في البلدان الصناعية حتى تسمح للشركات بالمساهمة أكثر في النمو الإقتصادي وخلق مناصب الشغل.

3- إنشاء صناديق لرأس المال المخاطر: تم إحصاء حوالي 500 صندوق رأس مال مخاطر في الولايات المتحدة في سنة 1997، استثمرت 14 مليار دولار أمريكي لمساعدة الشركات الناشئة، إضافة إلى تعبئة البنوك لمساعدة منشي الشركات انطلاقاً من إبتكارات خاصة.

إن أنشطة تسير العلم والتكنولوجيا حساسة جداً للتغيرات والتطورات المحيطة، كما أن تفعيلها يتطلب تضافر جمود مختلف الهيئات والمستويات من أجل الوصول إلى تحقيق أهدافها، ولن يتأتى هذا إلا عن طريق وضع قوانين وأحكام

لا يأتي من الخارج بل يأتي من الداخل مطلباً وضغطاً وإرادة"،
 فلماذا يجب التركيز على القدرات والكفاءات البشرية المحلية بدلا
 من التوجه نحو استعارتها واستيرادها من الخارج، فذلك لا
 يمكن بتاتا أن يولد تنمية مستدامة تعود مزايها على الأجيال
 المستقبلية، إن لم يتم إعادة تكييفها وتوطينها وفق الإمكانيات
 والتوجهات والأهداف الوطنية، فإن هذا الاستيراد إن لم يؤد
 إلى تدمير إمكانيات الدولة وحفظها في تحقيق التنمية
 الاقتصادية، فإنه سيخلق لا محالة حالة من الاستنزاف
 والاستغلال، الموارد وإمكانيات المجتمع لصالح أطراف أجنبية،
 فيجب اتخاذ الحيلة والحذر فيما يخص هذا الجانب.

- 1- ضعف فعالية مؤسسات التعليم العالي في التكوين والتأهيل؛
- 2- هجرة الكفاءات والكوادر المتميزة نحو الخارج؛
- 3- ضعف فعالية الاقتصاد الوطني في احتواء الكفاءات والمهارات البشرية؛
- 4- ضعف فعالية سياسات التوظيف والاستقطاب للكفاءات والمهارات البشرية العالية؛
- 5- عدم إعطاء أهمية للوقت والعنصر البشرية.

المحور الرابع مفهوم الميزة التنافسية، مصادرها وخطوات تعبئة مواردها:

أولاً: مفهوم الميزة التنافسية: تتحدد تنافسية المصرف بمدى قدرتها على مواجهة التهديدات والتحديات البيئية، فهي تجعل المصرف في مركز تنافسي أفضل وتعطيها القدرة على البقاء والاستمرارية والنمو، وتظهر تنافسية المصرف من خلال الاستغلال الأمثل والمتميز لقدرات المصرف وإمكانياتها في تدعيم مركزها التنافسي ومواجهة تحديات المنافسة، من خلال العناصر التالية:

- 1- **القدرات التنافسية:** فالقدرة التنافسية تمثل مختلف العوامل والقدرات الداخلية للمنظمة والتي تمكنها من التنافس بشكل أفضل، وتحقق لها مكانة وموقعا تنافسيا ملائما، ويمكن للمنظمات تعظيم تنافسيتها من خلال اللجوء إلى التحالف والتعاون التجاري، الذي يوفر لها موارد وإمكانيات قد لا يمكنها الحصول عليها في الحالة العادية، وخاصة فيما يتعلق بالتكنولوجيا، ومهما اختلفت أساليب وطرق امتلاك القدرات

المحور الثالث: أسباب ضعف الإبداع والابتكار في الجزائر:

إن الابتكار والإبداع لها أهمية كبيرة في عملية التنمية، ولهذا
 تركز أغلب الدول المتقدمة على هذان العنصران في تقدمها، إلا
 أن السياسات المتعلقة بهما في الدول النامية وعلى رأسها الجزائر
 تعاني من نقص في فعاليتها نتيجة لعدة عوامل، حيث بلغ
 مؤشر الطاقة الابتكارية لبلادنا في سنة 2003 حسب المعهد
 العربي للتخطيط 0.39 في حين أنه بلغ في ماليزيا في نفس
 السنة 0.7 وهو ما يدل على أن سياسات الابتكار والإبداع
 في الجزائر لم تكن فعالة، وتظهر أوجه القصور في تلك
 السياسات فيما يلي⁽⁹⁾:

- الخلط بين العمل السياسي والعمل الاقتصادي؛
 - ضعف التنسيق بين التعليم والاحتياجات الصناعية للكوادر؛
 - قلة مراكز الأبحاث والدراسات؛
 - التطورات التكنولوجية والعلمية المتسارعة عدم تشجيع المبادرة والعمل على ردها؛
 - التوجيه غير مناسب للمهارات والقدرات الفردية؛
 - عدم التنسيق بين متطلبات التنمية وسياسات التعليم العالي والتكوين؛
 - ضعف فعالية أنظمة التدريب والتعليم؛
 - عدم وجود خطة إستراتيجية واضحة ومحددة لتوجيه الجهود الفكرية والعلمية وتفعيلها؛
 - ضعف فعالية أنظمة التحفيز؛
 - نقص الحماية والرعاية للمبتكرين والمبدعين؛
 - عدم جاهزية البيئة المشجعة على الابتكار والإبداع.؛
 - ضعف وعي واهتمام المؤسسات الاقتصادية وخاصة العمومية بمسألة الإبداع والابتكار؛
 - ضعف الجهاز الإداري في تدعيم وتوجيه سياسات الإبداع والابتكار؛
 - تهميش الكفاءات والكوادر وإبعادها عن فعاليات التنمية والتجديد؛
 - الميل إلى استيراد التكنولوجيا وضعف الثقة في الإنتاج والقدرات والمهارات الوطنية.
- ويرى "الدكتور محسن الخضيرى في هذا الإطار "أن التقدم

آثار منحى التعلم والخبرة ؛

* وجود فرص مشجعة على تخفيض التكلفة وتحسين الكفاءة وكذا سوق مكون من مشتريين واعين تماماً بالسعر؛

- **إستراتيجية التميز والاختلاف:** يمكن للمنظمة أن تميز منتجاتها عن المنظمات المنافسة من خلال تقديم تشكيلات مختلفة للمنتج، سيات خاصة بالمنتج، تقديم خدمة ممتازة، توفير قطع الغيار، الجودة المتميزة، الريادة التكنولوجية، مدى واسع من الخدمات المقدمة، السمعة الجيدة، وتزايد درجات نجاح هذه الإستراتيجية بزيادة تمتع المنظمات بالمهارات والكفاءات التي يصعب على المنافسين محاكاتها؛

- **إستراتيجية التركيز أو التخصص:** تهدف هذه الإستراتيجية إلى بناء ميزة تنافسية والوصول إلى مواقع أفضل في السوق، من خلال إشباع حاجات خاصة لمجموعة معينة من المستهلكين، أو بالتركيز على سوق جغرافي محدود أو التركيز على استخدامات معينة للمنتج (شريحة محددة من العملاء) ؛

2- **الإطار الوطني:** إن الإطار الوطني الجيد للمنظمات يمكنها من الحيازة على ميزة أو مزايا تنافسية، لذلك نجد منظمات بعض الدول متفوقة ورائدة في قطاع نشاطها عن بعض المنظمات في الدول الأخرى. بحيث تملك الدولة عوامل الإنتاج الضرورية للصناعة والمتمثلة في الموارد البشرية، الفيزيائية، للعرفية، المالية والبنية التحتية، والقوانين والتشريعات والأنظمة الاقتصادية، فالحيازة على هذه العوامل يلعب دوراً مهماً في الحيازة على ميزة تنافسية قوية، وتشكل هذه العناصر نظاماً قائماً بذاته، ومن نتائج إطار وطني محفز ومدعم لبروز مزايا تنافسية للمنظمات الوطنية؛

3- **موارد المصرف:** لقد رافق التغيير والتوجه نحو اقتصاد المعرفة، تغيرات وتطورات أدت إلى تحول التركيز في تحديد القدرة التنافسية من العوامل البيئية والصناعية، إلى عوامل متعلقة بالموارد، مما قلل من الاعتماد على المزايا والتسهيلات التي تمنحها الصناعة، بمعنى أن العوامل الصناعية من نمو الطلب وازدهاره، لم تعد هي المحدد الأساسي لقدرات وتنافسية المصرف، بل اتجه التحليل إلى التركيز على مقاربة الموارد، ويرى هذا التوجه الجديد أن مصدر الميزة والقدرة التنافسية للمنظمة يستند ويتحدد من خلال مواردها، كما أن هذه

التنافسية وتتميتها إلا أن مصدرها الأساسي يبقى هو الموارد بما تتميز به من حركة وندرة نسبية، والقدرة على الاستغلال الأمثل لها.

2- **الميزة التنافسية:** وتعكس مظهر المصرف في السوق، وهي تمثل تميز وتفرد المصرف عن باقي منافسيها في احد مجالات التنافس كالجودة، التكلفة، المرونة أو سرعة التسليم، وتتحقق الميزة التنافسية من خلال الاستغلال الأمثل والتميز للقدرات التنافسية للمنظمة.

ثانياً: مصادر الميزة التنافسية: نظراً للأهمية البالغة التي تكسبها التنافسية، حيث تسعى المنظمات دائماً إلى امتلاك مصادر ومقومات التنافسية، فهي تسعى إلى تكوين قدرات تنافسية لتكون لها سند تنافسي دائم ومستقر، وتعتبر كل العمليات والأنشطة التي تقوم بها المصرف من أجل الإنتاج وتوفيره إلى العميل مصادر التنافسية وخاصة عناصر سلسلة القيمة والمتمثلة في الإمداد الداخلي والعمليات الإنتاجية والإمداد الخارجي والتسويق، إن هذه العناصر يمكن لها أن تكون مصدراً للميزة التنافسية إذ تتطلب الترشيح والكفاءة في الإنجاز كما يتطلب إخضاعها للجودة الشاملة، ويمكن تحديد مصادر الميزة التنافسية في النقاط التالية⁽¹⁰⁾:

1- **التفكير الإستراتيجي:** تستند المنظمات على إستراتيجية معينة للتنافس بهدف تحقيق أسبقية على منافسيها من خلال الحيازة على ميزة أو مزايا تنافسية، وتعرف الإستراتيجية على أنها تلك القرارات الهيكلية التي تتخذها المصرف لتحقيق أهداف دقيقة، والتي يتوقف على درجة تحقيقها نجاح أو فشل المصرف، وعرفها "أنسوف" على أنها "تصور المصرف للعلاقة المتوقعة بينها وبين بيئتها، بحيث يوضح هذا التصور نوع العمليات التي يجب القيام بها على المدى البعيد، والمدى الذي يجب أن تذهب إليه المصرف والغايات التي يجب أن تحققها". وصنف "M.Porter" إستراتيجيات التنافس إلى ثلاث أصناف:

- **إستراتيجية قيادة التكلفة:** تهدف هذه الإستراتيجية إلى تحقيق تكلفة أقل بالمقارنة مع المنافسين، ومن بين الدوافع التي تشجع المصرف على تطبيقها هي:
*توافر اقتصاديات الحجم ؛

المصرف؛ كما تسهم هاته الموارد في:
 - تقويم إمكانية تحقيق الموارد والكفاءات للأرباح: وتعتمد على مدى استقرارية المصرف في تحقيق الميزة التنافسية، وقدرتها على تحقيق العوائد المكتسبة من مواردها وكفاءاتها؛
 - النجاح في اختيار الإستراتيجية التي تحقق التسيير الفعال لموارد وكفاءات المصرف؛
 - تحديد فجوات الموارد وتطوير قاعدتها والعمل على سد هذه الفجوة، ثم تطوير وتفعيل استخدام الموارد.

المحور الخامس: الإبداع والابتكار كدعامة لتنافسية المؤسسة المصرفية:

يمكن تعريف الإبداع على أنه تلك "العملية التي تتعلق بالمستجدات الإيجابية، والتي تخص المنتجات بمختلف أنواعها وكذلك أساليب الإنتاج" إذ يشير الإبداع إلى إنتاج أفكار جديدة وتطبيقها من خلال العملية الإنتاجية ومن ثم إلى السوق وبالتالي تحقيق ميزة تنافسية ويعبر عنها حسب "تشير ميرهون" في المعادلة التالية: الإبتكار (الإبداع) = الميزة التنافسية.

وبذلك، فإن الإبداع والابتكار يعني الحصول على ميزة تنافسية بالنسبة للمنظمة، ويمكن تصور دور المورد البشري في تحقيق الميزة التنافسية في المصارف من خلال الشكل التالي:

1- **تفعيل القدرة على الإبداع والابتكار:** إن اختيار المصرف للأفراد ذوي المهارات الإبداعية وتنميتهم والتواصل المباشر والعلني معهم، يكون من العوامل المساعدة على خلق بيئة مشجعة على الابتكار، ومن أجل تمكينهم من ذلك لابد من تفعيل تلك القدرات من خلال تنميتها وتكييفها مع التطورات المصرفية العلمية والتكنولوجية باستمرار، أي تزويدها بالمعارف والخبرات اللازمة لفهم تقنيات العمل المصرفي وعلاقاته، كما يعمل التدريب أيضا على تنمية القدرة على التعلم أي تعليم الفرد كيف يتعلم، فيمكن تدريب الأفراد على الأساليب المستخدمة للابتكار والإبداع للحصول على الأفكار والقدرة على التجديد، وبذلك يستطيع الفرد تنمية قدراته ومهاراته بالشكل الذي يمكنه من الإبداع والابتكار. إذ يعمل التدريب على تنمية الفكر الإبتكاري لدى أفراد المصرف، حيث يساعدهم على اكتساب

المقاربة تبنى على فرضيتين من خلالها يمكن دراسة مصادر الميزة التنافسية وهذا حسب "barney" وهما⁽¹¹⁾:

- **الفرضية الأولى: التباين النسبي للموارد:** حيث تبنى هذه الفرضية على أن المنظمات التي تنتمي إلى نفس الصناعة وحتى تلك التي تمارس نفس النشاط، تملك موارد متباينة نسبيا، ومن ثم فإن عوامل الإنتاج تختلف وتتميز من منظمة إلى أخرى، فيمكن من خلال هذا تفرد وتميز منظمة عن باقي المنافسين في امتلاك موارد متميزة ومتفوقة؛

- **الفرضية الثانية: نسبية حركة الموارد:** وتبنى هذه الفرضية على حقيقة أن الموارد يمكن أن تنتقل من منظمة إلى أخرى بشكل نسبي، وليس بشكل مطلق، وبذلك يمكن أن يكون التباين والإختلاف في الموارد مستداما بالنظر إلى وجود بعض العوائق التي تحد من الحرية المطلقة لانتقالها، وعليه فإذا ما تواجدت هذه العوامل لصالح المصرف فيمكن لها المحافظة على ميزتها التنافسية لمدة طويلة؛

إن تجسيد هذه الإستراتيجية يتطلب تحليل الموارد والكفاءات المتاحة للمنظمة، ولتحديد المركز التنافسي للمنظمة ومدى قدرتها على التنافس في المدى البعيد يجب مقارنتها مع ما يملكه المنافسين وقياس درجة حركة هذه الموارد وانتقالها، ثم العمل على استقطابها، بحيث أن حيازة هذه الأخيرة بالجودة المطلوبة وحسن استغلالها يضمن لها وبشكل كبير نجاح الإستراتيجية وتعزيز مركزها التنافسي، وحتى تكون الموارد فعالة لتحقيق ميزة تنافسية مستمرة يجب أن تتميز بالقدرة على البقاء لفترة طويلة وغير قابلة للانتقال وقابلة للتكرار. ويمكن التمييز بين الموارد التالية:

* **الموارد الملموسة:** وتصنف إلى ثلاث أنواع: المواد الأولية، معدات الإنتاج والموارد المالية.

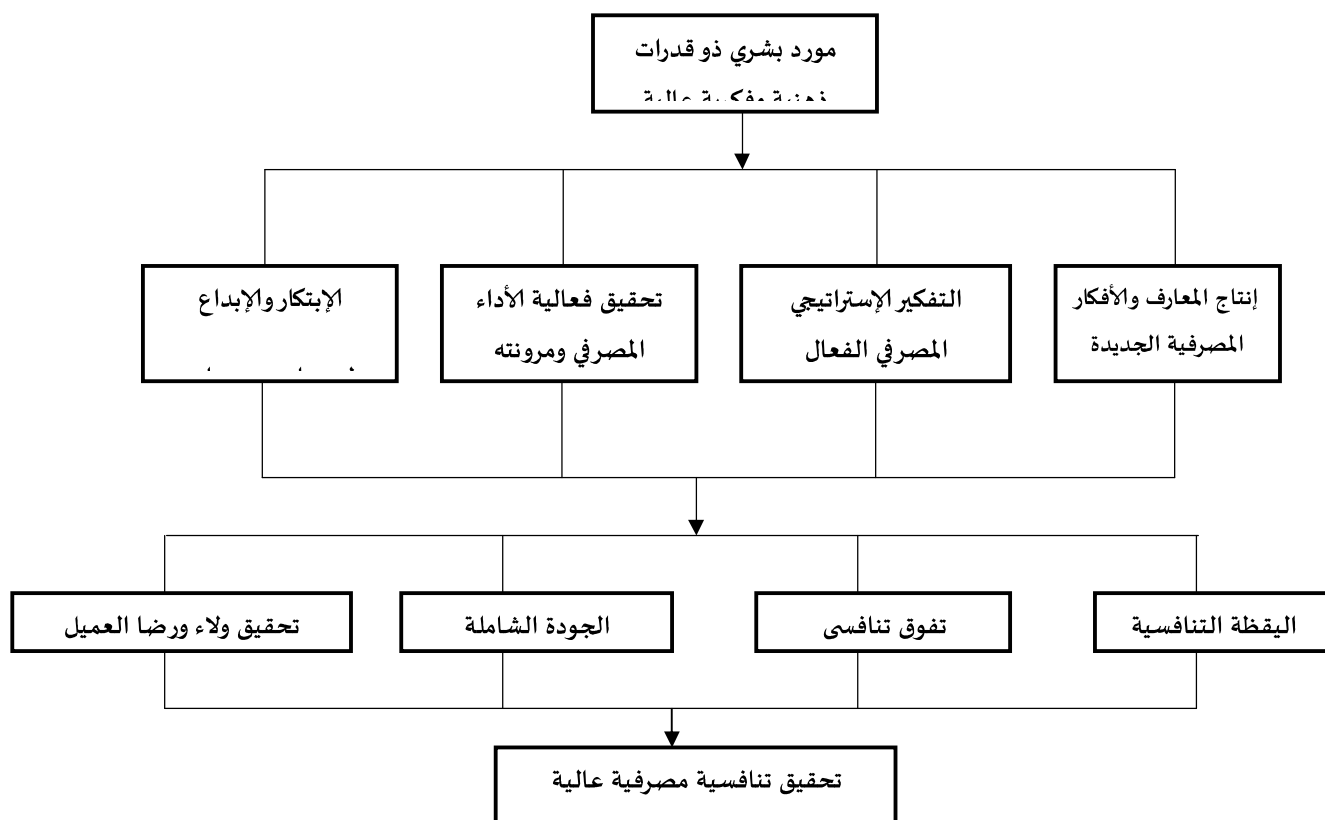
* **الموارد غير الملموسة:** تعتبر الموارد غير ملموسة من أهم مصادر الميزة التنافسية، فهي تلعب دورا كبيرا في تدعيمها والمحافظة عليها وتنميتها وتمثل في: الجودة، التكنولوجيا، المعلومات، المعرفة، معرفة كيفية العمل، الكفاءات (الكفاءات الفردية، الكفاءات الجماعية أو المحورية) بدقة: حيث يتم تحديدها من خلال التصنيف الوظيفي لأنشطة المصرف، وتقييم مدى مساهمتها في تحقيق الميزة التنافسية ورفع كفاءة

والمعلومات المصرفية، ثم يتم المعارف والخبرات المصرفية الجديدة، كما يتم تحديد المدربين والمتدربين المناسبين لهذه العملية، وبعدها يتم الشروع في تدريب الأفراد وتلقينهم المعارف والخبرات اللازمة مع تشجيعهم وحثهم على الإبتكار والإبداع، مؤديا ذلك إلى تشكيل قدرات ومهارات لها القدرة على الإبتكار والإبداع ومن ثم تدعم الميزة التنافسية للبنك وتمييزها والمحافظة عليها من خلال جمود الإبداع والإبتكار المستمرة.

مختلف المعارف والخبرات التي تدعم قدراتهم ومهاراتهم لتشكيل خلفية وقاعدة معارف قوية تكون سند ودعم في تشكيل الأفكار الجديدة.

إن عملية إعداد وتصميم برنامج التدريب المدعم للإبتكار والإبداع في المصارف، تتم من خلال تحليل القدرات والمهارات الإبداعية المتوفرة، ثم تحديد مختلف أيضا تحديد مختلف الوسائل والتقنيات المصرفية الحديثة في مجال البحث والتنمية التي تساعد الأفراد على الوصول إلى المعارف

الشكل (02): دور المورد البشري في تحقيق الميزة التنافسية في المؤسسات المصرفية



طرف موظفي البنوك في التسيير الفعال لموارد البنك.
2- علاقة الإبداع والابتكار بتنافسية المؤسسة المصرفية: نظرا لسرعة التغيرات والتطورات التي تحصل في المؤسسات المصرفية في ظل اقتصاد المعرفة، فإن سرعة اندثار الابتكارات والأفكار والمزايا التنافسية تنامت بشكل كبير، ولهذا فإن الدعامات الأساسية للمحافظة على الميزة التنافسية وتطويرها في ظل اقتصاد المعرفة هو الابتكار والإبداع، حيث يعبر هذا الأخير عن إنشاء الأفكار الجديدة المتعلقة بالخدمات والمنتجات

ويعبر الشكل (02) أعلاه، عن دور الموارد البشرية في دعم التنافسية في المصارف، أين تكون اليد العاملة

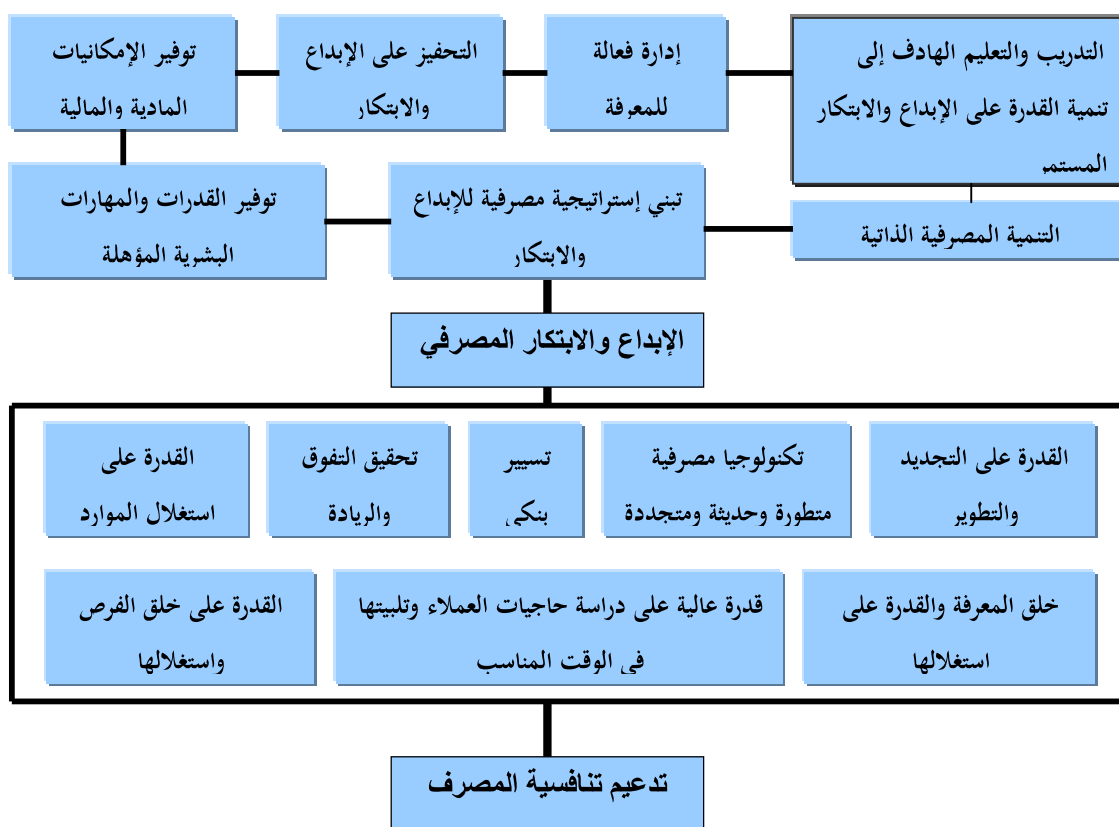
المصدر: من إعداد الباحثين

مصدرا للمعارف والابتكار والإبداع، كما تمثل مصدرا للتفكير الإستراتيجي الفعال، ومنبعا للأداء المتميز، مما يمكن المصرف من تحقيق الجودة الشاملة واليقظة التنافسية المستمرة، إضافة إلى كسب رضا العملاء وتحقيق تفوق تنافسي، ويمكنها من اكتساب ميزة تنافسية مستمرة بفضل الجهود المبذولة من

التنافسية المصرفية من جهة أخرى، حيث يؤدي الابتكار والإبداع إلى إيجاد أساليب وطرق إنتاج أو منتجات جديدة تجعل المصارف متميزة في طرح منتجاتها، ولا تكمن أهمية الابتكار والإبداع على مستوى الإنتاج فقط بل يتعدى ذلك إلى مجالات أخرى كطرق وأساليب التسويق والتمويل المصرفي، من هنا يعتبر الابتكار والإبداع للخدمات المصرفية أساس خلق الميزة التنافسية والحفاظ عليها في ظل اقتصاد المعرفة.

المصرفية ووضعها قيد الممارسة، وهنا يظهر التسلسل من الفكرة إلى المنتج، ومن ثم إلى السوق البنكية أين تظهر الميزة التنافسية لهذه المؤسسة المصرفية من خلال التفرد والتميز في المنتج عن بقية منتجات وخدمات المصارف المنافسين، ومن ثم يمكن التعبير عن العلاقة بين الابتكار والميزة التنافسية بالشكل رقم (03) الموالي.

ويوضح هذا الشكل العلاقة المباشرة بين القدرة على إنتاج المعرفة المصرفية والابتكار من جهة، وبين الابتكار والميزة الشكل رقم (03) علاقة الإبداع والابتكار بتنافسية المؤسسة المصرفية:



المصدر: من إعداد الباحثين
خلاصة:

أسواق جديدة وزيادة حصتها السوقية ورفع أرباحها، كما يرجع الفرق بين القدرة التنافسية للمصارف إلى التفاوت القائم بينها في قدرتها على ابتكار خدمات مصرفية جديدة، وفي معدل هذا الابتكار.

إن عصرية المصارف وزيادة قدرتها التنافسية تحتاج إلى عملية إعداد وتصميم برامج التدريب المدعم للابتكار والإبداع، وذلك من خلال تشجيع وتحفيز والمهارات الإبداعية المتوفرة،

ينبغي أن نشير إلى وجود الإبداع في المنتج والإبداع في أسلوب الإنتاج، ولكلا النوعين أثر كبير على الميزة التنافسية للمصارف، إذ يعد الابتكار من أهم العوامل لاكتساب المزايا التنافسية خاصة إذا كانت قدرة الإبداع والابتكار عالية لدى خبراء المصرف. حيث توصلت بعض اللواتى الميدانية إلى أن المصارف المبتكرة تملك القدرة على تحسين أدائها بالنفاذ إلى

- (4) - كيش عبد الكريم- دروس في الملكية الصناعية- جامعة التكوين المتواصل-ص 09.
- (5) - محمد سعيد أوكل، اقتصاد وتسيير الإبداع التكنولوجي، مرجع سبق ذكره، ص 165.
- (6) - محمد سعيد أوكل، اقتصاد وتسيير الإبداع التكنولوجي، مرجع سبق ذكره، ص 167.
- (7) - مصطفى محمود أبو بكر، الموارد البشرية مدخل لتحقيق الميزة التنافسية، مرجع سبق ذكره-ص 193.
- (8) - بن زاهي منصور، الشايب محمد الساسي- التدريب كأحد المقومات الأساسية لتنمية القدرات البشرية-الملتقى الدولي حول التنمية البشرية وفرص الاندماج في اقتصاد المعرفة- جامعة ورقلة- 10/09/مارس 2004- ص 200. 198.
- (9) - خواني ليلي، إشكالية خصوصية قطاع الاتصالات السلكية واللاسلكية في الجزائر، مرجع سبق ذكره، ص 55.
- (10) - بومدين يوسف-دراسة أثر إدارة الجودة الشاملة على الأداء الحالي للمؤسسات الاقتصادية (دراسة حالة المعمل الجزائري الجديد للمصبرات)- رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم التسيير-كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير- جامعة الجزائر- 2006/2005-ص 58.
- (11) - سملاي يحضبه، بلالي أحمد- الأهمية الاستراتيجية للموارد البشرية والكفاءات في تحقيق الميزة التنافسية- الملتقى الدولي حول التنمية البشرية جامعة ورقلة- مرجع سبق ذكره-ص 156.

ثم تجنيد مختلف الوسائل والتقنيات المصرفية الحديثة التي تساعد على البحث والتنمية لموصول إلى المعارف والمعلومات المصرفية الحديثة، كما يتم تحديد المدربين والمتدربين المناسبين لهذه العملية، وبعدها يتم الشروع في تدريب الأفراد وتلقيهم المعارف والخبرات اللازمة مع تشجيعهم وحثهم على الابتكار والإبداع، ومن ثم يمكن تدعيم الميزة التنافسية للمصارف وتنميتها والمحافظة عليها، لتسمح لها بتحديث وتطوير نشاطها ورفع حصتها السوقية وتعظيم أرباحها.

منية خليفة

دراجي عيسى

الهوامش:

- (1) - محمد سعيد أوكل، اقتصاد و تسيير الإبداع التكنولوجي، ديوان المطبوعات الجامعية، 1994، ص 163.
- (2) - عدنان رككور، التنمية الصناعية وتحويل التكنولوجيا وتطويرها، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، 1981، ص 40.
- (3) - عبد الفتاح محمد فرح رؤية إستراتيجية لعمل البنوك الإسلامية في ظل العولمة آفاق اقتصادية مجلة فصلية ومحكمة اتحاد غرف التجارة والصناعة الإمارات العربية المتحدة مركز البحوث والتوثيق المجلد 21 العدد 83 1999م، ص 144.