الإبداع والابتكار مدخل لتعزيز الفكر المقاولاتي
دراسة استكشافية للمشاريع المقاولاتية المقدمة لوكالة دعم وتشغيل الشباب (ANSEJ) لولاية المسيلة.

د. شريف مراد أ. شتراوي آمال
جامعة المسيلة

الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور الإبداع والابتكار في تعزيز الفكر المقاولاتي للمشاريع المقدمة لوكالة دعم وتشغيل الشباب (ANSEJ) لولاية المسيلة، حيث تم اعتماد المقابلة كأداة لجمع البيانات باعتبارها مناسبة للدراسات الاستكشافية. وجُسدت هذه المقابلة مع السيد المرافق بالوكالة الذي خلُص تحليل إجاباته على الأسئلة المقدمة إلى نتيجة هامة تكمن في تميز المشاريع المقدمة لهذه الوكالة بالإبداع والابتكار سواء في المراحل الأولى من إنشائها أو في باقي مراحل عملها، بالإضافة إلى استمرارية توليد أصحابها لأفكار إبداعية وتجسيدها في نفس المشروع، وهو ما يبرز أهمية كل من الإبداع والابتكار في تعزيز الفكر المقاولاتي للمشاريع المقدمة لهذه الوكالة.

الكلمات المفتاحية: الإبداع والابتكار، الفكر المقاولاتي، وكالة دعم وتشغيل الشباب (ANSEJ) لولاية المسيلة، المشروع.

Abstract:

This study aims to investigate the role of Creativity and Innovation in consolidating the Enterpreneurial Thought in the projects presented to Youth Support and Employment M'sila Agency. Since it's more corresponding to exploratory studies, the interview was adopted as a data collection tool. The latter, has been performed with the agency's companion, whose answers analysis resulted in an important synthesis, which is the characterisation of the projects presented to such agency by creativity and innovation either in their first phases of creation or in their rest ones. In addition to the continuity of producing and implementing creative ideas in the same project. This shows the importance of creativity and innovation in consolidating the enterpreneurial thought in the projects presented to the agency.

KEYWORDS: Creativity and Innovation, Enterpreneurial Thought, Youth Support and Employment M'sila Agency.

مقدمة:

لم تعد المؤسسات الكبيرة وحدها مصدراً لإضافة القيمة وخلق الثروة في الوقت الحالي، إذ تزايد الاهتمام مؤخراً بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، سواء من طرف الباحثين أو الهيئات العليا لمختلف الدول لاسيما الجزائر، لما لها من مزايا تعود بها على اقتصاديات البلدان كالتخفيض في نسب البطالة والرفع من مستويات الإنتاج وتحقيق النمو. ويعد اعتماد التوجه المقاولاتي وسيلة لتشجيع إنشاء مثل هذه المؤسسات من أجل خلق ثروات اقتصادية واجتماعية انطلاقاً من عملية استغلال الموارد المتاحة، والتي بدورها تتطلب جانباً كبيراً من الإبداع والابتكار خلال مختلف مراحل القيام بالعمل المقاولاتي؛ كما تعد مختلف هيئات وآليات الدعم المقاولاتي مثل: وكالة دعم وتشغيل الشباب ANSEJ، الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة CNAC، الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمارANDI والوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغرANGEM كأجهزة تساهم في تحقيق إنشاء واستمرارية الأعمال المقاولاتية وتطويرها. وللتعرف على مساهمة الإبداع والابتكار في تعزيز الفكر المقاولاتي بالمشاريع المقدمة لوكالة دعم وتشغيل الشباب ANSEJ لولاية المسيلة يمكن صياغة الإشكالية الرئيسية التالية:

ما هو واقع الإبداع والابتكار في المشاريع المقاولاتية المقدمة لوكالة دعم وتشغيل الشباب ANSEJ لولاية المسيلة؟

تندرج تحت هذه الإشكالية مجموعة من التساؤلات الفرعية:

الإبداع والابتكار مدخل لتعزيز الفكر المقاولاتي

- ما المقصود بكل من الإبداع والابتكار؟
- ما مفهوم الفكر المقاولاتي؟
- ما علاقة الإبداع والابتكار بالفكر المقاولاتي؟

للإجابة على هذه الأسئلة يتم التطرق إلى المحاور التالية:

- مفهوم الإبداع والابتكار.
- مفهوم الفكر المقاولاتي.
- علاقة الإبداع والابتكار بالفكر المقاولاتي.
- واقع الإبداع والابتكار في المشاريع المقاولاتية المقدمة لوكالة دعم وتشغيل الشباب ANSEJ لولاية المسيلة.

I. مفهوم الإبداع والابتكار:

أصبح الإبداع والابتكار يمثلان مظهراً من مظاهر آداء المؤسسات، باعتبارهما يسمحان لهذه الأخيرة بالتفاعل مع التغيرات بسرعة وأن تصبح أكثر ديناميكية، وللتعرف على كل من الإبداع والابتكار، يمكن التطرق إلى مجموعة من التعاريف التي قدمت لكلا المفهومين والعلاقة بينهما ومراحل تجسيد هذه العلاقة.

1. تعريف الإبداع ومصادره:

مع تزايد حدة المنافسة زادت أهمية الإبداع ودوره كوسيلة جديدة تحقق ميزة تنافسية، حيث يمكن أن تحصل عليه المؤسسات من مصادر متعددة يمكن التعرف عليها بعد التطرق لتعريفه.

1.1 تعريف الإبداع:

هناك العديد من التعاريف التي قدمت للإبداع والتي تختلف باختلاف وجهات نظر أصحابها، حيث عرف حسب (Zhuang) بأنه "عملية عقلية ديناميكية تتطلب أن يكون التفكير الإبداعي أحد مدخلاتها لتطوير أفكار جديدة أو خلق استخدامات جديدة للمنتجات القائمة مع التأكيد على أن التجديد يجب أن يكون شيئاً أفضل"[1].

بالإضافة إلى ذلك، اعتُبر الإبداع على أنه: "سلوك خلاق يكمن داخل كل فرد، يتفتق مع حالات تحفيز المدارك واستثارة الأحاسيس بوسائل عديدة". وهذا ما يعطي الإبداع البعد السلوكي الذي يقع في باب القدرة على الاستجابة للعوامل المحفزة للإبداع وبالتالي فالإبداع جزء من شخصية المبدع[2].

من خلال هذين التعريفين يتضح أن أبرز ما يميز الإبداع هو كونه عملية فكرية وجزء من شخصية المبدع التي تجمع بين المعرفة المتألقة و العمل الخلاق، يقودها أشخاص مميزون؛ حيث أن توجيه التفكير الإبداعي لهؤلاء في مجال الأعمال يؤدي إلى التجديد والتطوير كما و نوعا.

1.2. مصادر الإبداع: قد يكون الإبداع نتيجة لمراقبة سبعة مصادر لفرص الإبداع، وهي:[3]

- ✓ النجاح غير المتوقع، والأحداث الخارجية غير المتوقعة.
- ✓ عدم انسجام الواقع الفعلي مع ما هو مفترض أو ما يجب أن يكون عليه الحال.
- ✓ الإبداع الناجم عن الحاجة إلى تغيير في العملية.
- ✓ التغير في بنية قطاع العمل، أو بنية السوق.
- ✓ التغير في العوامل الديموغرافية.
- ✓ التغير في الإدراك، الأمزجة، والمعاني.

- ✓ المعرفة الجديدة.

2. مفهوم الابتكار:

ظهر مصطلح الإبتكار في الثلاثينيات من القرن الماضي على يد الاقتصادي (Schumpeter) الذي عرفه على أنه:"الحصيلة الناتجة عن خلق طريقة أو نظام جديد في الإنتاج يؤدي إلى التغيير في مكونات المنتج وكيفية تصميمه"، مقدماً خمسة أنواع للإبتكار وهي:[4]

- ✓ تقديم منتج جديد؛
- ✓ تقديم طريقة إنتاج جديدة؛
- ✓ دخول سوق جديدة؛
- ✓ مصدر جديد للمواد الأولية؛
- ✓ تنظيم جديد للإنتاج.

وقدم (Verloop) تعريفاً للابتكار مفاده أن "الابتكار هو جلب فكرة وجيهة تُطبق بنجاح في السوق"، ما يعني خلق عمل تجاري ناجح من فكرة وجيهة، وهو ما يبين أن الابتكار يُبنى على أساس فكرة تعكس النظرة الجيدة والفهم الصائب لكل متغيرات السوق، من أجل بناء مشروع ناجح من خلال تطبيق الأفكار وترجمتها إلى ابتكارات على أرض الواقع[5].

كما عرف (نجم عبود نجم) الابتكار بأنه "التوصل إلى ما هو جديد بصيغة التطور المنظم والتطبيق العملي لفكرة جديدة"[6] مما يعني أن الابتكار لا يقف عند عتبة الفكرة الجديدة وإنما يَعبُرها إلى التطبيق العملي في تحقيق المؤسسة لأهدافها.

استخلاصاً من التعاريف السابقة، يمثل الابتكار التطبيق الفعلي للأفكار المنتجة التي تترجم إلى العديد من الأشكال التي قد تتمثل في منتج جديد، طريقة إنتاج جديدة، سوق جديدة، **...**وغيرها**.**

3. العلاقة بين الإبداع والابتكار:

هناك من يعرف العلاقة بين الإبداع والابتكار، بأن الإبداع هو قاعدة الابتكـــار، وفي هذا الإطار نجد أن (Amabile) عرفت العلاقة بين الإبداع والابتكار بأن: "كل ابتكـــار يبدأ بأفكار مبدعة؛ الإبداع عن طريق الأفراد والفرق، والذي هو نقطة بدايـــة الابتكـــار، فالأول ضروري لكنه شرط غير كافي"[7].

كما تطرق كل مـــن (Garand et Carrier) إلى الفـــرق بـــين الإبـــداع (Creativity) والابتكـــار (Innovation) من خـــلال أن "الإبـــداع يتعلـــق باستكشـــاف فكـــرة جيـــدة ومتميـــزة، أمـــا الابتكـــار فيتعلـــق بوضـــع هـــذه الفكـــرة موضـــع التنفيـــذ علـــى شـــكل عمليـــة، أو ســـلعة، أو خدمـــة تقـــدمها المؤسســـة لزبائنهـــا، وإذا كـــان الإبـــداع متعلـــق بالأشـــخاص فـــإن الابتكـــار يتعلـــق بالمؤسسة وبنشاطها الإنتاجي والتسويقي"[8].

إذن، فالإبداع هو الجزء المرتبط بالفكرة الجديدة في حين أن الابتكار يمثل الجزء الملمـــوس المرتبط بالتنفيذ أو تحويل الفكرة إلى منتج، وعلى هذا الأســـاس ينظـــر إلى الإبـــداع والابتكـــار كمرحلتين متعاقبتين.

4. مراحل تجسيد العلاقة بين الإبداع والابتكار:

يجب أن ينظر إلى الإبداع و الابتكار على أنهما عمليتين متعاقبتين، ويترتب عن هذه النظرة أن الابتكار يمر بمراحل مختلفة، حيث يعرف عادة على أنه "عملية ذات مراحل مختلفة تبدأ مع خلق الفكرة، ثم تنفيذها وتطبيقها، وبعدها الانتشار"[9]، يمكن إيجاز هذه المراحل في الخطوات التالية:

✓ توليد الأفكار: تبدأ عملية الإبداع بتوليد الأفكار، والتي قد تكون نتيجة للقدرات الذاتية أو لدراسة البيئة وإدراك المشاكل والفرص فيها. حيث يتم الحصول على هذه الأفكار من مصادر داخلية (العاملين بالمؤسسة) و/أو خارجية (الندوات العلمية، المؤتمرات، المعارض التجارية، مقترحات وشكاوى الزبائن، الموزعين، المنافسين، الوكلاء، ...)[10].

✓ غربلة وتصفية الأفكار: ينتج عن المرحلة السابقة عدد كبير من الأفكار والتي لم تخضع إلى قيود أو محددات عليها ولذا يتوقع أن لا تكون هذه الأفكار ملائمة، حيث تكون بعضها متعارضة مع أهداف المؤسسة أصلا، كما أن بعض الأفكار تبدو جذابة ومغرية لكن إمكانيات المؤسسة المتاحة لا تسمح بالدخول فيها، لذا يجب غربلة هذه الأفكار وتصفيتها من خلال معايير تحددها المؤسسة مع ما يتوافق مع إمكانياتها المتاحة وأهدافها، وعادة ما تواجه المؤسسة في هذه المرحلة ما يسمى بمشكلة القبول والرفض للأفكار الجديدة[11]. ومن ضمن المعايير المستخدمة في تصفية الأفكار من طرف غالبية المؤسسات: القدرة الإنتاجية، إستراتيجية المؤسسة، الخبرة الفنية ومستوى المهارة، تحليل الحاجات، البيئة، المنافسة، قنوات التوزيع الحالية، القدرة المالية للمؤسسة[12].

✓ تقييم الأفكار: وفي هذه المرحلة يتم تقييم للأفكار الإبداعية بشيء من التفصيل بحيث تتحدد ايجابيات وسلبيات الفكرة، وذلك في ضوء عدد من المعايير أو الأسس ، بحيث يمكن في نهاية المرحلة الحكم على ما إذا كانت هذه الأفكار ذات جدوى وفائدة، ويتم استبعاد تلك الأفكار غير المجدية، والإبقاء فقط على الأفكار الأخرى ذات الجدوى، بحيث يتم نقلها إلى المرحلة الثانية[13].

✓ اختبار الفكرة المنتقاة: في هذه المرحلة يتم اختبار الفكرة أو الأفكار التي تكون قد تجاوزت المراحل السابقة، والمقصود بعملية اختبار الفكرة وضعها موضع التطبيق الفعلي، حيث يفيد الاختبار بمعرفة ردود فعل السوق المستهدف من تطبيق الفكرة، وبالرغم من أن هذه المرحلة قد تكلف المؤسسة مبالغ ضخمة إلا أنها مهمة ومفيدة، فهي تقلل من المخاطر المرتبطة بوضع فكرة معينة موضع التنفيذ على نطاق واسع.

✓ تطبيق الابتكار: بعد نجاح الابتكار في المرور على المراحل السابقة كما هو، أو بعد إجراء تعديلات عليه تقرر المؤسسة أن تطلق هذا الابتكار على نطاق واسع، وتعتبر هذه المرحلة أخطر مرحلة يجب توخي الحذر في اتخاذ مثل هذا القرار، متى ؟ أين ؟ لمن ؟ وكيف ؟ يتم إطلاق هذا الابتكار، حيث أن هذه العملية تحمل المؤسسة تكاليف عالية بشكل أو بآخر.

✓ تقييم نتائج التطبيق: كأي عملية فإن عملية الابتكار تمر في النهاية بمرحلة تقييم للنتائج، حيث يتم مقارنة النتائج الفعلية مع النتائج المتوقعة ومدى التطابق بينهما وإذا ما كان هناك انحرافات أم لا، ثم محاولة معرفة الأسباب إن وجدت انحرافات وتحديد المسؤولية واتخاذ القرارات التصحيحية المناسبة[14].

II. مفهوم الفكر المقاولاتي:

يشكل الفكر المقاولاتي مجالاً يسمح للمقاولين بالخروج من نموذج العمل المأجور والتوجه إلى العمل الحر، فالمقاول في سبيل الانخراط في الأعمال المقاولاتية يُقدم على إنشاء مؤسسته الخاصة فيقوم بجمع مختلف الموارد الضرورية من أجل إنتاج سلعة أو خدمة معينة، ومن ثم يتكفل بمهمة تسيير مؤسسته وجني ثمار نجاحها وأيضا تحمل كل ما يقابلها من أخطار محتملة، والتعلم من التجارب الفاشلة التي قد يمر بها؛ للتعرف على مفهوم كل من المقاولاتية والمقاول يمكن التطرق إلى الآتي:

1. المقاولاتية:

الإبداع والابتكار مدخل لتعزيز الفكر المقاولاتي

قدمت عدة تعاريف للمقاولاتية تختلف باختلاف وجهات نظر المتخصصين في المجال، حيث يعرفها (Peter Drucker) فيقول أنها "فعل الإبداع الذي يتضمن إعطاء الموارد المتاحة حالياً القدرة على خلق قيمة جديدة"[15]. ويشير (Alain Fayoulle) للمقاولاتية على أنها:" حالة خاصة، يتم من خلالها خلق ثروات اقتصادية واجتماعية، لها خصائص تتصف بعدم التأكد أي تواجد الخطر، والتي تدمج فيها أفراد ينبغي أن تكون لهم سلوكيات ذات قاعدة تتسم بتقبل التغيير والأخطار المشتركة، مع الأخذ بالمبادرة والتدخل الفردي". وهذه الحالات يمكن أن ترتبط بـــ:

- ✓ إنشاء مؤسسة أو نشاط من طرف أفراد مستقلين أو مؤسسات؛
- ✓ استعادة نشاط أو مؤسسة من طرف أفراد مستقلين أو مؤسسات؛
- ✓ تطوير وإدارة بعض المشاريع الخطرة في المؤسسات؛
- ✓ القيام بتسيير بعض الوظائف أو المسؤوليات داخل المؤسسات.

أما عند الأنجلوساكسون وخاصة الأمريكيين فقد شاع استعمال هذا المصطلح منذ مطلع التسعينيات، أين نجد بأن البروفيسور (Howard Stevenson) من جامعة (Harvard) يعرف المقاولاتية على أنها: "مصطلح يغطي التعرف على فرص الأعمال من طرف أفراد أو منظمات ومتابعتها وتجسيدها"[16].

كما يرى أيضا البعض المقاولاتية على أنها:"سيرورة يمكن أن نجدها في مختلف البيئات وبأشكال مختلفة، تقوم بإدخال تغييرات في النظام الاقتصادي عن طريق إبداعات قام بها أفراد أو منظمات، هذه الإبداعات تخلق مجموعة من الفرص الاقتصادية، وتكون نتيجة هذه السيرورة خلق الثروة الاقتصادية والاجتماعية للأفراد والمجتمع ككل"[17].

وبالتالي، فالمقاولاتية تُعنى باستغلال مجموعة من الموارد المتاحة من طرف أفراد أو مجموعات تتسم بروح الإبداع والمبادرة والقدرة على تحمل المخاطر من أجل خلق قيمة.

2. المقاول:

يعتبر المقاول نواة المقاولاتية، إذ لا وجود لفكر مقاولاتي في ظل غياب الفرد المقاول، حيث تطور هذا المفهوم مع مرور الزمن، ففي فرنسا وخلال العصور الوسطى كانت كلمة المقاول تعني الشخص الذي يشرف على مسؤولية ويتحمل أعباء مجموعة من الأفراد، ثم أصبح يعني الفرد الجريء والذي يسعى من أجل تحمل مخاطر اقتصادية.

في القاموس العالمي للتجارة، الذي نشر بباريس سنة 1723 فقد عرف المقاول على أنه: "الشخص الذي يلتزم بشيء ما؛ نقول مقاول بناء أو معمل من أجل قول معملي أو رئيس البنائين". وبالنسبة لـــ (Petit Robert) هناك ثلاثة تعاريف لكلمة مقاول: [18]

- ✓ شخص يلتزم بشيء ما؛
- ✓ الشخص الذي يكلف بتنفيذ عمل ما؛
- ✓ كل شخص يدير مؤسسة لحسابه الخاص والذي يضع مختلف عوامل الإنتاج (العمل، رأس المال...إلخ.)، بهدف بيع منتج أو خدمة ما. وهو تعريف له منظور اقتصادي.

ويعتبر الباحث (Schumpeter) المقاول "الشخص المبدع الذي يقوم بإيجاد توليفات جديدة لوسائل الإنتاج تأخذ الأشكال التالية: إنتاج سلع أو خدمات جديدة، إدخال طرق إنتاج جديدة، فتح أسواق جديدة، إيجاد مصادر تموين بديلة، وصف طريقة تنظيمية جديدة"[19].

من خلال هذه التعاريف وتطورها عبر الزمن وعلى الرغم من اختلافها إلا أن المقاول و عنصري الإبداع وتحمل المخاطر متلازمين ويشكلان الشيء الثابت بينها.

2.1. المواصفات الشخصية للمقاول:

باعتبار أن المقاول هو العمود الفقري للمؤسسات، فهذا يقود للحديث عن المواصفات الشخصية التي تكسبه التميز عن المالك والمسير والموظف، وعلى هذا يمكن تلخيص بعض الخصائص و المواصفات المشتركة بين المقاولين والتي تكسبهم الروح المقاولاتية:[20]

✓ الريادة والمبادرة: ليس كل من يقوم بإنشاء مؤسسة صغيرة مقاول فقد يقيم شخص ما مؤسسة صغيرة ويبقيها على حالها في نفس المستوى لعدة سنوات(حسب البيئة وطبيعة المنافسة) هذا الشخص يفتقد للمهارات الريادية التي تعتبر اليوم ضرورية لتنشيط الاقتصاد والريادي هو الذي يبدأ بعمل صغير ويعمل على تنميته وتحويله إلى عمل كبير في المستقبل.

✓ التميز والكفاءة في مجال العمل: تعتبر الكفاءة والتميز في العمل من أهم عوامل نجاح المقاول، إذ لابد أن يكون المقاول ملما بشكل كافي بما يقوم به من أعمال، وعلى هذا فإن أول عامل من عوامل نجاح المقاول هو الجانب الخاص بمعرفته لكيفية أداء العمل على أرض الواقع.

✓ الإبداع:عند البدء في مشروع صغير أو مصغر فإنه من الصعوبة الدخول إلى الأسواق التي تشتد فيها المنافسة خصوصا من المؤسسات الكبيرة ولذلك كان لزاما على المقاولين الجدد إيجاد الطرق التي تمكنهم من إنشاء مؤسساتهم الخاصة وممارسة النشاطات التي يرغبون فيها لهذا يلجأ المقاول إلى إستراتيجية الإبداع حيث يدخل في المنافسة بإنتاج منتج جديد كليا أو مطور جزئيا أو يستعمل أحد أساليب الإبداع الأخرى، ولهذا يعتبر الإبداع ميزة تنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة لمواجهة المؤسسات الكبيرة المسيطرة على السوق، ولضمان استمرارية المؤسسة يجب على المقاول التمتع بالقدرة على التحليل والاستعداد للاستماع للآراء المختلفة وتوفر الاستعداد للاستجابة للتغيرات الداخلية والخارجية للمؤسسة.

✓ الاستعداد والميل نحو المخاطرة: في معظم التعاريف التي تناولها المفكرون عرف المقاول أنه ذلك الشخص الذي يتحمل المخاطر انطلاقا من المخاطرة بالفكرة (فكرة جديدة) وصولا إلى المخاطرة المتعلقة بتنفيذ المشروع على أرض الواقع، ونلاحظ أنه كلما زادت درجة الرغبة في النجاح كلما زاد الميل والاستعداد للمخاطرة، والمخاطرة تعني القدرة على حساب المخاطر الممكن حدوثها والاستعداد النفسي والاقتصادي لمواجهتها ومن ثم اتخاذ القرار الملائم للتغلب عليها ، كما تعني استغلال فرص جديدة للكسب والربح(خطر جديد=كسب جديد)، والمخاطرة تختلف عن المقامرة فالأولى تقوم على التخطيط والعمل والمتابعة أما الثانية فتقوم على الحظ والصدف.

✓ رغبة عالية في النجاح: المقاول يعرف أهدافه بدقة، فهو يتحمل كل أنواع المخاطر من أجل تحقيق هدف معين ومحدد فهو لا يعمل في الفراغ، ولهذا نجده يعمل بمثابرة واجتهاد لتحقيق أهدافه فهو منظم ذاتيا في اتجاه أهدافه، ونجد درجة الرغبة في النجاح عنده عالية عن الأشخاص العاديين.

✓ الثقة بالنفس: تظهر الدراسات أن المقاول يتمتع بدرجة عالية من الثقة بالنفس، فهو يرى أنه قادر على التحكم والسيطرة وترتيب وحل المشاكل التي قد تواجهه، ويرى المقاول أن لديه المقدرة على مواجهة التحديات المختلفة (مالية، تقنية، إدارية....)، ومن خلال الثقة بالنفس يمكن للمقاولين جعل أعمالهم ناجحة أكثر من غيرهم.

✓ الاندفاع للعمل: عادة ما يظهر المقاولين مستوى عال من الاندفاع نحو العمل(فرط نشاط خصوصا في بداية المشروع) إلى درجة تحول هذا الاندفاع والحماس إلى العناد والرغبة في العمل الشاق والصعب.

✓ الالتزام وتحمل المسؤولية: يمثل الالتزام العنصر الفارق بين المقاول الناجح وغيره من الأشخاص، فالعمل الحر أو الخاص(المقاولة) يعطي انطباع بالحرية غير المقيدة سواء في التخطيط أو التنفيذ من طرف صاحب العمل أو العمال وهذه الأمور تؤدي إلى فشل النشاط مباشرة أو عدم استمراريته في المدى البعيد، وتنبع المسؤولية من الروح القيادية لدى المقاول فهو يمتلك القدرة على مواجهة المشاكل والتصدي لها مستعينا بخبرة الآخرين.

✓ القدرة على احتواء الوقت: ينبغي للمقاول أن يضع في حسبانه أنه سيقوم بتطوير مجموعة من الأنشطة في الحاضر وتأثيرها سيكون في المستقبل، ولذلك يجب أن تكون رؤية المقاول رؤية إستراتيجية للمدى البعيد.

✓ الطاقة والحركية: الطاقة والحركية سلوكين ضروريين عند إنشاء المؤسسة، ففي هذه المرحلة يحتاج المقاول إلى جهد وصبر كبيرين لإنجاز الأعمال، وكذلك مستوى عالي من النشاط والحركية.

III. علاقة الإبداع والابتكار بالفكر المقاولاتي:

يرى (Guilford) أن التفكير الابتكاري هو "عملية الإحساس بالمشكلات والتغيرات في المعلومات والعناصر المنتقدة، ثم إنتاج أكبر قدر من الأفكار الحرة حولها، ثم تقييم هذه الأفكار، واختيار أكثرها ملائمة، ثم وضع الفكرة الرئيسية موضع التنفيذ وعرضها على الآخرين".[21] وعليه فإن الفكر المقاولاتي يرتبط بشكل كبير بالإبداع والابتكار على اعتبار أن الشخص المقاول ينخرط في العمل المقاولاتي- الذي يمر بمجموعة مراحل متتابعة- انطلاقاً من مجموعة الأفكار التي تتولد لديه نتيجة ملاحظته للمحيط الذي يعيش فيه ونقد المنافسة والبحث عن البدائل والحلول للمشكلة الملاحظة، وانتقائه للفكرة الأنسب والأكثر تميزاً بالإبداع والممكنة التجسيد على أرض الواقع في شكل مشروع قابل للنمو والتطوير. للإشارة فان مناقشة الفكرة الإبداعية للفرد تتم بالتنسيق مع الجهات المعنية بالدعم والتمويل التي توفرها السلطات لتشجيع المبادرات الفردية وإنجاح المشاريع المقاولاتية مثل: الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشبابANSEJ، الصندوق الوطني للتأمين عن البطالةCNAC، الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمارANDI، الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغرANGEM، من أجل تطوير الصيغة الأصلية لفكرة المشروع إلى فكرة أكثر دقةً وتفصيلاً حتى ترقى إلى مستوى الابتكارية. بالإضافة إلى ذلك، يقوم المقاول بدراسة جدوى وقابلية تجسيد المشروع الابتكاري في مختلف المجالات سواء التسويقية، المالية، الفنية، البيئية وغيرها، حيث يتم تحديد الجوانب القانونية وإعداد مخطط الأعمال قبل الانطلاق الفعلي في هذا المشروع.

ويعتبر التجسيد الفعلي للمشروع عملية ابتكارية بحتة تعبر عن تطبيق فكرة إبداعية لفرد، أو مجموعة أفراد يتميزون بروح المبادرة وروح الإبداع وتقبل المخاطرة والسعي للنمو والتطوير. وبالتالي، فعلاقة الإبداع والابتكار بالفكر المقاولاتي وثيقة جداً، حيث أن نجاح هذا الأخير متوقف على مدى إبداعية الأفكار ومدى قابلية تجسيد هذه الأفكار(الابتكارية) على أرض الواقع. وقد يتمثل هذا النجاح حسب ما جاء به (Schumpeter) في خلق منتج جديد؛ تقديم طريقة إنتاج جديدة؛ دخول سوق جديدة؛ الحصول على مصدر جديد للمواد الأولية أو تنظيم جديد للإنتاج.

IV. واقع الإبداع والابتكار في المشاريع المقاولاتية المقدمة لوكالة دعم وتشغيل الشباب ANSEJ لولاية المسيلة:

1. أداة الدراسة: تم استخدام المقابلة كأداة للحصول على المعلومات المتعلقة بالموضوع، نظراً لطبيعة الدراسة الاستكشافية في ميدان البحث المتمثل في وكالة دعم وتشغيل الشباب ANSEJ لولاية المسيلة. إذ تم التوجه إلى المكلف بعملية المرافقة لدى الوكالة باعتباره على احتكاك مباشر بحاملي الأفكار، وكذا تقديم بعض الأسئلة التي يمكن من خلالها التعرف على واقع الإبداع والابتكار في المشاريع المقاولاتية المقدمة لوكالة دعم وتشغيل الشباب ANSEJ لولاية المسيلة.

2. تحليل نتائج المقابلة:

✓ مدى تقديم الأفراد الراغبين في إقامة مشاريع مقاولاتية أفكاراً تتميز بالحداثة والتجديد؟

كانت إجابة السيد المرافق بخصوص تقديم الأفراد الراغبين في إقامة مشاريع مقاولاتية لأفكار تتميز بالحداثة والتجديد، أن هناك اختلافاً في مدى تميز الأفكار بالحداثة والتجديد بين الفترات الزمنية السابقة والفترة الحالية، بحكم اختلاف نوعية حامل فكرة المشروع ومستواه التعليمي؛ حيث توجهت الوكالة في سنة 2013 نحو الطلبة الجامعيين وخريجي التكوين المهني وأصبحت الوكالة تفرض المستوى التعليمي العالي.

✓ واقع مساهمة الوكالة في تصفية وتقييم الأفكار المقدمة:

تقوم الوكالة بعقد لقاء بعد أسبوع من تسليم ملف الطلب في إطار المرافقة بين طالب الدعم والمرافق من أجل مناقشة الفكرة في جوانب إمكانية تطبيقها واطلاع طالب الدعم على بعض الإجراءات والشروط والأمور التي يمكن أن يكون لديه غموض بخصوصها، مثل إجبارية الالتزام بالتعامل فقط مع الموردين الذين تفرضهم القائمة الوطنية للموردين في دفتر الشروط. ثم المرور بعد أسبوعين إلى عرض الفكرة على اللجنة التي لها صلاحية قبول، رفض أو تأجيل حكمها على إمكانية تجسيد هذه الفكرة.

ومن خلال ما سبق فان الوكالة لا تساهم في تصفية وتقييم الأفكار، ولم يسبق لها تعديل أي من الأفكار المقدمة إليها.

✓ نسبة الأفكار الإبداعية التي قدمت للوكالة بالمقارنة مع باقي الأفكار:

يعتبر المرافق أن كل فكرة لها جانب معين من الإبداع، بحكم أن لكل مشروع لمسة فنية خاصة يُسقطها المقاول عليه. هذا على عكس ما كان قبل سنة 2012، أين استفاد كل مشروع يستخدم تقنيات جديدة من نسبة إضافية من القرض تقدر بـــ10%.

و عليه، يمكن استنتاج أن عنصر الإبداع والابتكار لم يعد أحد معايير انتقاء الأفكار وتجسيدها، بل يمكن اعتماد أفكار مكررة ومقلدة أيضاً في إطار دفع عجلة التنمية.

✓ هل تحظى الأفكار القابلة للتجسيد والمقبولة بالمرافقة؟

كانت إجابة السيد المرافق بنعم، حيث أن مدة المرافقة تكون مدى حياة المشروع.

✓ مدى مساهمة الوكالة في تقييم نتائج تطبيق الفكرة:

تساهم الوكالة في تقييم نتائج تطبيق الفكرة من خلال المرافقة وذلك في مرحلة المتابعة، أين تكون هناك خمسة زيارات للمشروع في السنة الأولى"عند استلام المعدات، عند تثبيت المعدات، ثم زيارة في كل ثلاثة أشهر"، وبعدها ينخفض عدد الزيارات إلى زيارة واحدة كل سنة مدى حياة المشروع، وخلال كل زيارة من طرف الوكالة للمشروع يتم تحرير محضر لتقييم مدى تطور ونمو المشروع ومدى الالتزام بالشروط المتفق عليها، وفي حال الإخلال بهذه الشروط تتم المتابعة القضائية.

✓ مدى استمرارية أصحاب الأفكار التي حظيت بالقبول والمرافقة في خلق أفكار إبداعية أخرى وتطبيقها في مشاريعهم:

بخصوص استمرارية المقاولين أصحاب الأفكار المطبقة في خلق أفكار إبداعية أخرى وتطبيقها على نفس المشروع، فيرى المرافق أن هناك تطوير وتحسين في أغلب المشاريع سواء على مستوى المنتجات وتنويعها أو طرق الإنتاج- خاصة عند الحرفيين-، أين يحدث في بعض الأحيان تغيير كلي في سلسلة الإنتاج.

✓ أثر انتشار المشاريع المبتكرة والترويج لها على تشجيع هذا النوع من المشاريع لدى طالبي الدعم:

يرى المرافق أن انتشار المشاريع المبتكرة والترويج لها عن طريق المعارض والصالونات والحملات التحسيسية، ساهم في تشجيع الأفراد على الإقبال على إقامة مشاريع مماثلة، محسنة، وحتى مختلفة.

✓ مدى تفعيل دار المقاولاتية و دورها في احتضان الأفكار الإبداعية للطلبة؟

أشار السيد المرافق في هذا السياق إلى عدم تفعيل دار المقاولاتية وإلى اتخاذ الوكالة مؤخراً لإجراءات هامة في إطار السعي لتفعيلها بالشكل المطلوب، حيث تم عقد اتفاقيات شراكة مع جامعة محمد بوضياف في شهر ماي 2017 بغية غرس الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة. كما أنه أثنى على الدور البارز الذي تلعبه مشاريع *انجاز في تعزيز الإبداع والابتكار في المقاولاتية لدى الجامعيين.

✓ أهم العوائق والتحديات التي تحول دون تجسيد فكرة المقاولاتية في المسيلة؟

هناك مجموعة من الصعوبات، نذكر منها:

- عدم إدراك الأفراد للمفهوم الحقيقي للمقاولاتية، إذ يعتبرونها مصدراً مالياً وفرصة للحصول على الدعم أو منصب شغل.
- وجود قصور في التشريعات والقوانين ، حيث أن بعض الأفكار الإبداعية يصعب تجسيدها، لعدم إدراج قيود خاصة بها في النصوص القانونية للسجل التجاري مثل *مشروع المفروشات السياحية ببوسعادة.
- الوازع الديني، إذ أن الأفراد يتجنبون التعامل مع الوكالة بغية تفادي الأقساط الربوية.
- طبيعة البيئة المغلقة المحيطة بالأفراد، فهي غير مشجعة على توليد الأفكار الإبداعية.
- صعوبة حصول الأفراد على الاعتماد من طرف الدولة لبعض الأفكار، حتى بعد موافقة الوكالة واعترافها بصلاحية وإمكانية تجسيدها، خاصة عندما يتعلق الأمر برؤوس الأموال الكبيرة أو بالجانب الأمني في المشاريع المتعلقة بكاميرات المراقبة مثلا.
- تباطؤ الإجراءات البنكية أحياناً في منح القروض المشجعة لتجسيد المشاريع المقاولاتية.
- ضعف استخدام تكنولوجيا المعلومات في تتبع إجراءات تجسيد المشاريع انطلاقا من الفكرة إلى تطبيقها.

الخاتمة:

على ضوء ما سبق يمكن أن نستنتج أن الإبداع يمثل أساس الابتكار وكليهما يعتبر الركيزة الأساسية التي يعتمد عليها الفكر المقاولاتي، لما له من أهمية بالغة في تحقيق نجاح الأعمال المقاولاتية عموماً والأعمال المقاولاتية المقدمة لوكالة دعم وتشغيل الشباب ANSEJ لولاية المسيلة خصوصاً. حيث خلصت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج التي تبين تميز المشاريع المقدمة لوكالة دعم وتشغيل الشباب ANSEJ لولاية المسيلة بالإبداع والابتكار سواء في المراحل الأولى من إنشائها أو في باقي مراحل عملها، نذكر منها:

✓ تميز الأفكار بالحداثة والتجديد مقارنة مع الفترات السابقة بحكم اشتراط الوكالة للمستوى التعليمي العالي سنة 2013.

✓ عدم مساهمة الوكالة في تصفية وتقييم الأفكار وإنما في مناقشة جوانب تطبيق هذه الأفكار.

✓ عدم بقاء عنصر الإبداع والابتكار كأحد معايير انتقاء وتجسيد الأفكار وإمكانية اعتماد أفكار مقلدة في إطار دفع عجلة التنمية.

✓ بينما تحظى الأفكار القابلة للتجسيد بالمرافقة مدى حياة المشروع، تساهم الوكالة في تقييم نتائج تطبيق الفكرة في المرافقة وتحديداً في مرحلة المتابعة، حيث تكون هناك زيارات مكثفة للمشروع في السنوات الأولى من إنشائه وتخفف مع مرور الزمن، ويتم تحرير محضر لتقييم مدى تطور ونمو المشروع ومدى الالتزام بالشروط المتفق عليها، وفي حال الإخلال بهذه الشروط يتم اللجوء للمتابعة القضائية.

✓ استمرارية توليد أصحاب المشاريع لأفكار إبداعية وتجسيدها في نفس المشروع سواء على مستوى المنتجات وتنويعها أو طرق الإنتاج.

✓ مساهمة الترويج للمشاريع المبتكرة عن طريق المعارض والصالونات والحملات التحسيسية في تشجيع الأفراد على الإقبال على إقامة مشاريع مماثلة، محسنة، وحتى مختلفة.

✓ سعي الوكالة إلى تفعيل دار المقاولاتية- إضافة إلى مشاريع انجاز التي تساهم في احتضان أفكار الطلبة-، من خلال عقد اتفاقيات شراكة مع جامعة محمد بوضياف في شهر ماي 2017، بهدف تحسيس وتكوين وتحفيز الطلبة على إقامة مشاريع مقاولاتية.

✓ ومن خلال الدراسة يمكن تقديم بعض الاقتراحات:

✓ تثمين الدور الذي تلعبه الحملات التحسيسية في دعم الثقافة المقاولاتية وتمكين المقاولاتية من حيازة مفهومها الحقيقي لدى الأفراد.

✓ العمل على تسريع الإجراءات البنكية لمنح القروض من أجل تجسيد المشاريع المقاولاتية.

✓ استخدام تكنولوجيا المعلومات في تتبع إجراءات تجسيد المشاريع انطلاقا من الفكرة إلى تطبيقها.

✓ إقامة دورات وملتقيات تهتم بإدراج الإبداع والابتكار في العمل المقاولاتي يستفيد منها المقاولون الحاليين والمستقبليين.

قائمة المراجع:

[1] زينب مكي محمود البناء، دور البراعة التنظيمية في بناء المنظمات المتعلمة عبر الإبداع الجذري، مجلة جامعة كربلاء العلمية، المجلد 14، العدد02، 2016، ص236.

[2] علي عبد الرضا، الإبداع صناعة ترعاها الشعوب الحرة، مجلة النبأ، العدد27، 2000، ص10.

[3] طه عبد الرحمان سويسي، استراتيجيات الابتكار التسويقي ودورها في دعم القدرات التنافسية للمؤسسة-دراسة حالة المؤسسة الوطنية للصناعات الالكترونيةENIE، رسالة ماجيستير في علوم التسيير، تخصص إدارة الأعمال، جامعة عمار ثليجي، الأغواط، الجزائر،2012، ص42.

[4] Lachman Jean, le financement des stratégies de l'innovation, Economica, Paris, 1993, P113.

[5] عمار حميود ومحمود فوزي شعوبي، واقع تطبيق الابتكار التسويقي في التوزيع في الشركة الجزائرية للكهرباء والغاز- دراسة حالة مديرية التوزيع(فرع ورقلة حضري)، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، العدد06، 2014، ص 12-13.

[6] نجم عبود نجم، الابتكار الإداري: محاولة من أجل التفسير والتقييم، المجلة العربية للعلوم الإدارية، المجلد11، العدد4،أبو ظبي، الإمارات العربية المتحدة، ديسمبر 2006، ص229.

[7] بوبعة عبد الوهاب، دور الابتكار في دعم الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية- دراسة حالة اتصالات الجزائر للهاتف النقال'موبيليس'، رسالة ماجيستير في علوم التسيير، تخصص إدارة الموارد البشرية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2012، ص29.

[8] بن يعقوب الطاهر وهباش فارس، دور الابتكار التسويقي في اكتساب ميزة تنافسية لمنتوجات المصارف الإسلامية، المؤتمر الدولي حول منتجات وتطبيقات الابتكار والهندسة المالية بين الصناعة المالية التقليدية والصناعة المالية الإسلامية، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، ماي2014، ص04.

[9] طه عبد الرحمان سويسي، مرجع سابق، ص67.

[10] بوزناق عبد الغني، مساهمة الإبداع التكنولوجي في تعزيز تنافسية المؤسسة الصناعية-دراسة حالة مؤسسة كوندور ببرج بوعريريج، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد صناعي، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2013، ص15.

[11] طه عبد الرحمان سويسي، مرجع سابق، ص70-71.

[12] بوزناق عبد العني، مرجع سابق، ص16.

[13] بن يعقوب الطاهر وهباش فارس، مرجع سابق، ص8-9.

[14] طه عبد الرحمان سويسي، مرجع سابق، ص72.

[15] أوكيل رابح، دور التكوين في بناء الفكر المقاولاتي لدى الأفراد، مجلة معارف، العدد17، العام التاسع، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة الحاج أكلي محند، البويرة، ديسمبر 2014، ص273.

[16] صندرة سايبي، محاضرات في إنشاء المؤسسات، جامعة قسنطينة2، 2014-2015، ص06.

[17] أوكيل رابح، مرجع سابق، ص272-273.

[18] صندرة سايبي، مرجع سابق، ص07-08.

[19] أوكيل رابح، مرجع سابق، ص274.

[20] ياسين أم الخير، دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الفلاحية في التنمية الاقتصادية المحلية- دراسة حالة نموذجين رائدين في القطاع الفلاحي بورقلة، مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم التسيير، تخصص تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2012-2011، ص 65-69.

[21] طه عبد الرحمان سويسي، مرجع سابق، ص38.

* مشاريع يقوم بها الطلبة في إطار اتفاقيات تعقد مع الجامعة.

* مشروع يقوم بتجهيز مختلف متطلبات الحفلات والأفراح والمناسبات بالتنقل بين المدن.