

أهمية القيادة الابتكارية في دعم الميزة التنافسية بالمؤسسة الجزائرية دراسة
ميدانية بمؤسسة تيرصام TIRSAM
**The Importance Of Innovative Leadership In
Supporting The Competitive Advantage Of The
Algerian Company Field Study TIRSAM**

رانية حفاظ⁽¹⁾، جامعة الجزائر 03
مخبر إدارة التغيير في المؤسسة الجزائرية
Haffad.rania@univ-alger3.dz
علي عبد الله، جامعة الجزائر 03
Abdellah.ali@hotmail.fr

تاريخ الإرسال: 2019/08/24 تاريخ القبول: 2019/10/01

ملخص:

تعتبر القيادة الابتكارية من أكثر المجالات الإدارية حداثة وإهتماما لبناء وتممية قدرات الأفراد ومعارفهم، حيث تهدف الدراسة إلى إبراز أهمية القيادة الابتكارية في دعم الميزة التنافسية بالمنظمة، وهنا تظهر أهمية القيادة في تطوير ثقافة الابتكار من خلال دور القائد المبتكر في توليد أفكار إبداعية واتخاذ القرارات وترجمتها إلى خطط وبرامج عمل لضمان تعلم الأفراد والمنظمة وتحسين أدائها، وبالاعتماد على المنهج الوصفي والتحليلي، ومن خلال توجيه الاستبيان لعينة من إطارات مؤسسة TIRSAM، وباستخدام برنامج SPSS، توصلت الدراسة إلى وجود علاقة وأثر إيجابي للقيادة الابتكارية بالميزة التنافسية بمؤسسة تيرصام، وهنا تظهر أهمية تبني القيادة الابتكارية في بناء السلوك والتفكير الإيجابي من أجل دعم الابتكار والميزة التنافسية.

الكلمات المفتاحية: القيادة الابتكارية، الابتكار، الأداء، الميزة التنافسية.

(1) – المؤلف المراسل

Abstract:

Innovative leadership is one of the most modern and important areas of management to build and develop the capabilities and knowledge of individuals.

The study aims to highlight the importance of Innovative leadership in supporting the Competitive Advantage of the organization, and here shows the importance of leadership in the development of innovation culture through the role of innovative leader in create creative ideas and decision-making and translated into plans and programs of action to ensure the learning of individuals and the organization and improve its performance, Based on the descriptive and analytical approach, and by questioning a Competencies of TIRSAM frameworks, Using the SPSS program, the study found a positive relationship and impact of innovative leadership with the competitive advantage of TIRSAM ;This shows the importance of adopting innovative leadership in building behavior and positive thinking to support innovation and competitive advantage.

Keywords: Innovative Leadership, Innovation, Performance, Competitive Advantage.

مقدمة:

في ظل التطورات التكنولوجية والمعرفية التي تشهدها بيئة المنظمات والأسواق، وفي ظل انفتاح الاقتصاد تسعى المنظمات إلى تهيئة أفرادها وتمية قدراتهم ومهاراتهم المعرفية، وعليه فهي بحاجة إلى فكر قيادي مبتكر، حيث تظهر ضرورة إدارة المنظمة في توجيه وتطوير قيادة قادرة على مواجهة التحديات وتلبية تطلعات وإرضاء حاجات عملائهما، ويعتبر الابتكار من مقومات التميز والميزة التنافسية، ويعتبر أساس العمليات الإدارية والمنظمية وهو عنصر فعال في العمليات الفكرية والمعرفية، حيث أن قدرات ومعارف ومهارات الأفراد الابتكارية تتأثر بنمط القيادة السائد في المنظمة، فمما لو كان القائد في حد ذاته مبتكر، بفضل إبداعه ومعارفه ومهارته وقدراته، وهذا ما يسمح بتوليد أفكار وحلول جديدة مبتكرة ستساعد المنظمات على التميز والبقاء، وتحقيق للنجاح والقدرة على المنافسة.

إن من أهم تحديات القرن الحادي والعشرين تحقيق الميزة التنافسية واستدامتها، حيث أن جوهر تحقيق هذه الأخيرة في منظمات الأعمال هو وجود قيادة إدارية مؤهلة تولي أهمية للتفكير ولتوليد معارف جديدة ومبتكرة بما يمكن من تحسين أداء الأفراد، وهذا ما ينعكس على منتجات وخدمات المنظمة، وعلى المنظمات تطوير قيادة تحفز على إيجاد السبل للابتكار وتحقيق التميز والاستمرار، ومن بين التحديات التي تواجه المؤسسات الجزائرية هو إيجاد الآليات والطرق لتحقيق ميزة تنافسية واستدامتها، ومن هنا تمحورت إشكالية الدراسة في أن الميزة التنافسية بحاجة إلى نمط القيادة الابتكارية لدعم تعلم واستغلال المعارف وتمييزها لتطوير وتقديم خدمات ومنتجات جديدة ذات جودة عالية وبأقل التكاليف، حيث نتساءل عن حالة المؤسسة الجزائرية بطرح التساؤل الآتي: كيف تساهم القيادة الابتكارية في دعم الميزة التنافسية

بمؤسسة تيرصام؟

ولإجابة على التساؤل الرئيسي نقترح التساؤلات الفرعية الآتية:

فيما تتمثل القيادة الابتكارية والميزة التنافسية؟

كيف تساهم القيادة الابتكارية في دعم أبعاد الميزة التنافسية؟

ولإجابة على التساؤل الرئيسي والتساؤلات الفرعية: نضع الفرضية

الرئيسية الآتية:

توجد علاقة ذات دلالة معنوية للقيادة الابتكارية في دعم الميزة التنافسية

بمؤسسة تيرصام.

والتي تنبثق عنها الفرضيات الآتية:

توجد علاقة ذات دلالة معنوية للقيادة الابتكارية والكفاءة بمؤسسة

تيرصام،

توجد علاقة ذات دلالة معنوية للقيادة الابتكارية والجودة بمؤسسة تيرصام،

توجد علاقة ذات دلالة معنوية للقيادة الابتكارية والمرونة بمؤسسة تيرصام،

توجد علاقة ذات دلالة معنوية للقيادة الابتكارية والإبتكار بمؤسسة

تيرصام.

أهمية الدراسة:

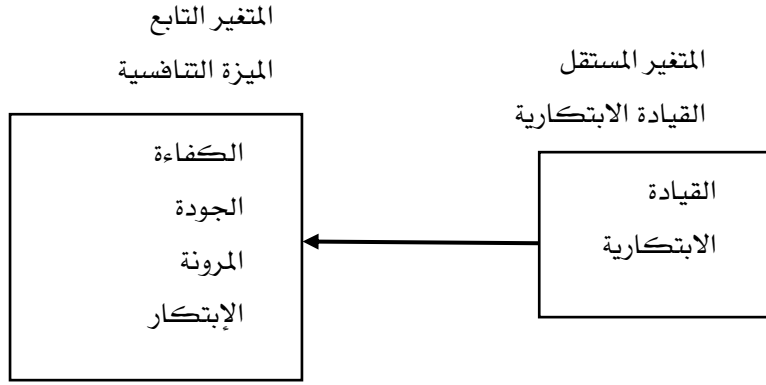
تستمد الدراسة أهميتها من أهمية توجه المنظمات إلى تنمية قدرات أفرادها وتوجيهها نحو الابتكار لكسب ميزة تنافسية لمواجهة التحديات المختلفة، وهذا من خلال إعادة النظر في ممارساتها الإدارية والاستثمار الأفضل لمواردها البشرية، حيث أن نجاحها وتفوقها مرهون بمدى قدرتها على إيجاد السبل لدعم إدارة وقيادة الابتكار لاستدامة التجديد والابتكار بما ينعكس على ميزتها التنافسية واستدامتها.

أهداف الدراسة: نحاول من خلال الدراسة التعرف على ماهية القيادة الابتكارية والميزة التنافسية في المنظمات، والتعرف على أهمية القيادة الابتكارية في دعم الميزة التنافسية من خلال إسقاط الدراسة على مؤسسة Tirsam.

منهج الدراسة: إستلزمت الدراسة استخدام المنهج الوصفي لوصف متغيرات الدراسة، كما تم الاعتماد على المنهج التحليلي في الجانب التطبيقي من خلال الاستعانة بالأدوات الإحصائية لاختبار فرضيات الدراسة، ولتحليل النتائج المتوصل إليها من خلال تحليل والتفسير للوصول إلى استنتاجات يبنى عليها التصور المقترح.

مضمون الدراسة: تضمنت الدراسة النقاط الأساسية الآتية:

- ماهية القيادة الابتكارية والميزة التنافسية،
- أهمية القيادة الابتكارية في دعم الميزة التنافسية بالمنظمة،
- أهمية القيادة الابتكارية في دعم الميزة التنافسية بمؤسسة تيرصام.



المصدر: من إعداد الباحثين.

القيادة الابتكارية والميزة التنافسية:

مفهوم القيادة: يعتبر كل من (Dess & Lumpkin, 2005; Yukl, 2009) القيادة عملية يقود فيها الفرد الجهود الجماعية لتحقيق الأهداف المشتركة بنجاح، ويعد التعريف الأكثر استخداماً للقيادة الفعالة أنه قدرة الفرد على التأثير والتحفيز وتمكين الآخرين من المساهمة في فعالية ونجاح المنظمة، حيث يسعى قادة المنظمات إلى قيادة التغيير استجابة للديناميكيات الخارجية وتقلب ديناميكيات السوق (31, 2017, Zuraik)، وتعتبر القيادة عامل حاسم في توجيه المنظمة لتحقيق رسالتها ورؤيتها (Alon & Higgins, 2005)، فالقيادة هي علاقة تعنى بالتكيف مع الآخرين من خلال تطوير رؤية واضحة وتوصيلها إلى المتلقين وتحفيزهم للتغلب على الصعوبات التي تواجههم وتحقيق أهداف مشتركة للطرفين، (جمعة، النوري، 2011، 305)، ومنه يمكن القول أن القيادة عملية تمكن من توجيه جهود الأفراد والجماعات لتحقيق أهداف المنظمة.

الابتكار: هناك العديد من المفاهيم المختلفة للابتكار وهو مصطلح مشتق من الكلمة اللاتينية "Innovatus"، ووفقاً لـ Drucker فإن الابتكار هو أداة فريدة في ريادة الأعمال والعمل الذي يتم من خلاله خلق موارد جديدة، إنه تحويل لفكرة جديدة إلى منتج وخدمة جديدة قابلة للتسويق أو محسنة

(Drucker, P.F. 1985)، وفي دليل أوسلو الابتكار هو تنفيذ برنامج جديد أو تحسين منتج أو عملية أو تسويقية جديدة وأساليب تنظيمية في العمل وفي العلاقات التجارية بين الشركات والمنظمات، (OECD, 2005) هو تطبيق فكرة جديدة تتعلق بمنتج أو خدمة جديدة، أو طريقة تسويقية جديدة، أو طرق تنظيمية جديدة في الممارسات التجارية، أو تنظيم أماكن العمل، أو العلاقات الخارجية، (Robert. S. Boege, 2009)، تم بحث الابتكار وقياسه من وجهات نظر وتفسيرات مختلفة على أساس كفاءة الابتكار ونجاعة الابتكار، تشير كفاءة الابتكار إلى الجهود المبذولة لتحقيق درجة النجاح، تشير فعالية الابتكار إلى درجة نجاح الابتكار. (Sarminah, 2012, 487).

القيادة الابتكارية: توصلت العديد من الدراسات إلى أن نقص الابتكار في المنظمات نتيجة للأسلوب المتبع من القيادات في إدارة المنظمات، حيث درس العديد من الباحثين فنون القيادة والابتكار لكن القليل فقط من نجحوا في اكتشاف الصلة بينهما، و"القيادة الحقيقية لا تتمثل في تشجيع الآخرين على إتباع القائد نحو المستقبل وإنما في تشجيعهم على مشاركته في صنع هذا المستقبل"، ويرى Rowley أن المنظمات التي يمكنها أن تنجح في بيئة الأعمال الدولية وعصر المعلوماتية هي المنظمات التي يمكن لقيادتها أن تجدد وتخلق وتطور موجوداتها المعرفية، (Rowley, J, 1999, 416-419)، ويمكن القول أن الابتكار يتوزع على ثلاث عناصر أساسية: الشخص المبتكر، المنتج الابتكاري والعملية الابتكارية (نجم، 2012، 260).

إن القيادة تلعب دورا فعالا في تحفيز أو إعاقة الابتكار، فالقيادات الابتكارية في المنظمات تشجع أجواء الابتكار وتوجد الحوافز من أجل التغيير في الهياكل والسياسات الابتكار التنظيمي، والمنتجات الابتكار الفني وأساليب العمل في السوق (ابتكار تسويقي)، وهنا تظهر أنه يجب تجاوز بعض مبادئ القيادة التقليدية وتأسيس منهج جديد يعتمد على الإبداع لخلق مؤسسات أكثر قدرة على التجديد والابتكار، وهنا تظهر أهمية القيادة في تطوير ثقافة الابتكار حيث تظهر أهمية القائد المبتكر في توليد أفكار إبداعية واتخاذ

القرارات، وترجمتها إلى خطط وبرامج عمل، وعليه تعتبر القيادة من أهم العوامل التنظيمية المؤثرة على الابتكار.

تهتم القيادة الابتكارية بمجموعة من السلوكيات القيادية اللازمة لتسهيل الابتكار والحصول على أداء ابتكاري أفضل على مستوى الفريق وعلى المستوى التنظيمي، وأشار الباحثون أنه يجب أن يكون هناك أسلوب قيادة معين لدفع الابتكار (Zuraik, 2017, 33)، حيث يحتاج قادة الابتكار إلى استخدام مجموعة مختلفة من الاستراتيجيات لتطوير مجموعات المهارات اللازمة لعملية الابتكار. قد تشمل مجموعات المهارات هذه على تشكيل هياكل، وتخصيص الموارد، ووضع العمليات، وإنشاء بيئات تعلم فعالة، والانفتاح على النظم البيئية الخارجية، وقبول الفشل كجزء من عملية التعلم (Morris, & al 2010).

يتطلب الابتكار المنظمي من القائد تشجيع العاملين ومنحهم الحرية الكافية للمشاركة في عملية اتخاذ القرار وتحفيزهم ورفع الروح المعنوية لديهم لأجل خلق روح التنافس الايجابي الذي يعتمد على المخاطرة والتعامل بشفافية والوضوح من خلال الاستجابة الايجابية والتواصل، وان الذي يساهم في تحقيق ذلك هو استخدام النمط أالبتكاري في القيادة (Wantyoon & al, 2010) ويرى مجموعة من الباحثين أن القيادة الابتكارية تعد من أكبر احتياجات المنظمات في الوقت الراهن كونها النمط الذي يعمل على توفير بيئة عمل تساهم في تهيئة العاملين للعمل بحماس وطاقة وتعمل على تحفيزهم لإخراج ابتكاراتهم الكامنة ليؤدوا أعمالهم بشكل صحيح ومميز في ظل بيئة العمل المتغيرة وغير المستقرة (Bellingham & Brie, 2005).

أبعاد القيادة الابتكارية

إن نمط القيادة الابتكارية هو نمط متميز يستخدم لتغيير الوضع وتحقيق أهداف المنظمة بصورة مثالية من خلال أبعادها المتميزة، وفيما يلي توضيحاً لهذه الأبعاد (DeJong, 2006) كما يلي: البعد التواصل، البعد الريادي، البعد التغيير، البعد الاستراتيجي، البعد التطويري (النداوي، عمران، 2015، 13)، والأبعاد الهيكلية للقيادة المبتكرة في المنظمات، نجد أن القيادة

المبتكرة تضم خمسة أبعاد: التفكير الإبداعي، وإقامة قوة الإرادة لتكون مبتكرة، والالتزام بأراء مختلفة ومختلف المخاطر، وإنشاء آليات للابتكار، وتنفيذ أفكار الابتكار. (Weichun & al, 2016).

الميزة التنافسية بالمنظمة

الميزة التنافسية: لم يأخذ مفهوم الميزة التنافسية أو التنافسية، بعده الديناميكي إلا في الثمانينات من القرن الماضي، إثر الركود الذي عرفه الاقتصاد الأمريكي، بسبب عجز في الميزان التجاري وزيادة حجم الديون الخارجية، الشيء الذي أفرز اهتماما رسميا في التعامل مع مشكل التنافسية كان من نتائجه تأسيس مجلس قومي ملحق بالرئاسة وهذا فضلا عن المساهمات الأكاديمية لجملة من الباحثين والمتخصصين في هذا المجال كان من أبرزهم مايكل بورتر M. Porter الأستاذ في جامعة Harvard وصاحب كتاب "الميزة التنافسية" (بن حمو، 2016، 110).

تاريخيا يعد الكاتب Alderson 1965 أول من أشار إلى الميزة التنافسية وعرفها على أنها: "تعبير عن سعي المنظمة لإنشاء وامتلاك سمات فريدة عن غيرها من المنظمات العاملة في ذات الصناعة لكي تحقق التميز عنهم". (البكري، بني حمدان، 2013، 6)، كما أشار (Saloner, & al 2001) إلى أن الميزة التنافسية تعني بشكل أساسي أن المنظمة يمكن أن تنتج سلعا أو خدمات للعملاء أكثر قيمة من تلك التي ينتجها منافسون آخرون.

يمكن تعريف الميزة التنافسية على أنها "ما تختص به المنظمة دون غيرها، بما يعطي قيمة مضافة للعملاء بشكل يزيد أو يختلف عما يقدمه المنافسون في السوق، حيث يمكن أن تقدم المؤسسة مجموعة من المنافع أكثر من المنافس أو تقديم نفس المنافع بسعر أقل" (كافي، 2013، 203)، إن جميع القادة والمديرين يدركون أن إنجاز الميزة التنافسية لا يتأتى إلا من خلال الفحص المستمر للمؤثرات البيئية وتكيف منتجاتها وعملياتها مع ذلك وبما يحقق لها التعلم والإدراك التنظيمي للتغيرات البيئية، (سيد محمد الرب، 2013، 169)، وتؤكد معظم الدراسات بأن مفهوم الميزة التنافسية يشير إلى قدرة إنتاج السلع أو تقديم خدمات إلى الزبائن بطريقة متميزة كما يقدمه المنافسون

من خلال استغلال المنظمة لمصادر القوة لديها لإضافة قيمة معينة لمنتجاتها بطريقة يعجز عن تنفيذها المنافسون الآخرون. (بوكتير، الوافي، 2017، 604).

هناك العديد من المعاني للميزة التنافسية ويعني ذلك قدرة المنظمة على توفير منتجات وخدمات للعملاء ذوي جودة أعلى من المنافسين الآخرين في السوق العالمية، يعني أيضا القدرة على إدارة الوقت؛ إنتاج منتج جديد بجودة أعلى، سعر مفضل وتمثل القدرة على ابتكار منتجات جديدة من أجل أن تكون أكثر تنافسية (Cherroun, 2014, 154).

أبعاد الميزة التنافسية، تتمثل أبعاد الميزة التنافسية في ما يلي:

الكفاءة: تتجسد الكفاءة في الاستغلال الأمثل للموارد المتاحة، وتقاس بكمية المدخلات المستخدمة لإنتاج مخرجات محددة، (مصطفى يوسف كافي، 206)، تعرف الكفاءة أو التكلفة الأقل بأنها قدرة المؤسسة على تصميم، تصنيع وتسويق منتج أقل تكلفة مقارنة بمنافسيها مما يؤدي إلى تحقيق عوائد أكبر، ويمكن للمؤسسة الحيازة على ميزة التكلفة الأقل إذا تمكنت من ممارسة نشاطاتها المنتجة للقيمة وفق تكاليف متراكمة أقل من مثيلاتها لدى المنافسين (امين مخفي، يوسف بن شني، 2010، 15-16).

الجودة: تعد جودة المنتوجات عاملا مهما في خلق وتعزيز الميزة التنافسية، ذلك أن الجودة تعظم من قيمة السلعة أو الخدمة من وجهة نظر الزبون، مما يرفع من ثقته في المنتج وبالتالي في المنظمة في حد ذاتها، وهذا يؤدي إلى زيادة الحصة السوقية لهذه المنظمة وهذا يعني تحسين وضعيتها التنافسية وتعظيم أرباحها، وتتحقق الجودة عندما تنجح المنظمة في تصميم وتقديم منتج يشبع حاجات وتوقعات الزبائن، لذا يبدأ المبتكرون في المؤسسات المتميزة جهودهم لتخيل ما يحلم أو ما يتوقعه الزبون الحصول عليه، وما يمكن أن يجعله أكثر رضا في استخدامه للسلعة أو إفادته من الخدمة، إذ تعد الجودة سلاحا قويا تشهره في وجه المنافسة، ومصدرا قويا لتحقيق ميزة تنافسية للمنظمة من خلال إسهامها في تحقيق قيمة لجميع الأطراف ذات العلاقة بالمنظمة (بن حمو،

115، 116)، وتظهر أهمية الجودة الشاملة كمدخل هام للحصول على مزايا تنافسية ودخول الأسواق الدولية.

الابتكار: يتمثل الابتكار في قدرة المنظمة على التوصل إلى ما هو جديد يضيف قيمة أكبر وأسرع من المنافسين في السوق (نجم عبود نجم، 2003، 21)، كما يشمل الابتكار كل ما هو جديد ومختلف يميز المنظمة عن الآخرين، ويمنحها دعما في المركز التنافسي وتحسين الأداء، سواء كان الابتكار في مجال المنتج، أم طرق الأداء الإداري، أو المالي، أو التسويقي، أو الإنتاجي. (كباب منال، 2017، 429، 430).

المرونة: ويقصد بها مدى نجاح المنظمة في تكيف نظمها الإنتاجية للتغيرات البيئية، وعمليات الطلب من خلال القدرة على الاستجابة للتغيرات في تصميم المنتج، أو في حجم الإنتاج، أو في المزيج الإنتاجي (بركاني، 2015، 181، 182).

أهمية القيادة الابتكارية في دعم الميزة التنافسية بالمنظمة:

تمثل التغيرات السريعة في خصائص الأسواق الخارجية، وكذلك التغيرات في المجال التكنولوجي تحديات أمام ابتكارات، هنا تكون الميزة التنافسية متقلبة يصعب الحصول عليها، بل يصعب الحفاظ عليها وترسيخها، والمستهلكون هم الذين يحددون ذلك من خلال خياراتهم الفردية، ويحكمون بالأداء المنظمات ومنح المزايا تنافسية، وبالتالي يحددون بشكل ضمني التسلسل الهرمي التنافسي للمنظمات الموجودة في سوق معين، حيث تبين الميزة التنافسية مكانة المنظمة المركزية في السوق التنافسية، والابتكار هو مصدر للحصول عليها ودمجها (Alexandru I & Nicoleta D, 2015, 100).

ولقد أصبح الابتكار المنظمي ميزة تنافسية بالغة الأهمية خصوصا في ظل العولمة والتطورات التكنولوجية، (Johnson, 2010)، إن الابتكار يتم تمثله بفكرة، ممارسة، منتج تم تطويره مؤخرا واعتماده من قبل منظمة، لرفع التنافس وعليه يعتبر الابتكار كمصدر مهم لخلق وتأكيـد الميزة التنافسية (Lăcătuș S. 2010).

يستخدم الابتكار كإستراتيجية تنافسية للمنظمات، وجاء هذا الاهتمام المتزايد بإدارة الابتكار نتيجة لكثير من المؤلفين الذين كانوا يناقشون التأثير المباشر على الميزة التنافسية في المنظمات الحديثة، حيث تتطلب الأفكار الجديدة نماذج مبتكرة جديدة لتسويقها بطريقة ناجحة، لذلك هناك حاجة إلى نموذج الابتكار التمكيني لتوفير المعرفة حول كيفية القيام بما يمكن المنظمات من التعامل والعمل لزيادة المرونة في الاستجابة للفرص والتحديات (Zuraik, 2016, 4).

حيث أن الابتكار يولد خيارات جديدة للمنظمات ويوسع إمكانياتها، إنه أكثر من أداة يمكن استخدامها لتعزيز صورة العلامة التجارية للمنظمات، وهو عنصر أساسي لمواجهة المنافسين وإرضاء العملاء (Schmitt Ph, 2012) ومع ذلك؛ الابتكار لا يتم إنشاؤه عن طريق الصدفة، فهو نتيجة الإستراتيجية التنظيمية، ثقافة داعمة، وقادة فعالين يتعلمون من الفشل. (Zuraik, 2016, 3)، فيجب على المنظمات السعي لدعم قادتها والعمل الجماعي من خلال التحسين المستمر لكفاءتها وتطوير قدرتهم على الابتكار وخلق ميزة تنافسية والحفاظ عليها بحيث يصعب على المنافسين تقليدها، فمن الأمثلة على ذلك نجد شركة مايكروسوفت الأمريكية، حيث تقوم هذه الشركة بتقديم كل سنتين نسخة جديدة من أنظمة الوينداوز للسوق، وهذا بسبب الابتكار الدائم فيها، مما يجعل منتجاتها تحتل مكانة متميزة لدى العملاء.

تظهر أهمية قيادة الابتكار في دعم ميزة تنافسية مستدامة لأي منظمة ترغب في الحصول على أرباح مستدامة، يؤدي تنمية المعرفة إلى تحويل التركيز للمديرين التنفيذيين من تقليل التكلفة إلى الحد الأدنى إلى جانب التحسينات الثابتة لزيادة القيمة، حيث يبحثون عن طرق لتوسيع دورة حياة المنظمة لتصبح أطول مثل استبدال استراتيجيات العائدات المتناقصة لزيادة العوائد وتقديم عرض جديد للقيمة للعملاء والشركات والشركاء الرئيسيين. (Zuraik, 2016, 8)

يتعلق مفهوم القيادة المبتكرة بمهارات القائد وخصائصه كمصدر للابتكار من خلال جلب أفكار جديدة وإجراءات مختلفة حول كيفية قيادة

العمل وإدارته، كيف يمكنهم التفكير بطريقة مختلفة للتغلب على التحديات التي يواجهونها في منظماتهم، من ناحية أخرى تركز قيادة الابتكار ويطلق عليها القيادة للابتكار على كيفية إنشاء بيئة تنظيمية حيث يمكن للأفراد الآخرين نشر الممارسات المبتكرة للحصول على خدمات أو منتجات جديدة من خلال دعم ثقافة مبتكرة، لا يقتصر على توظيف الموارد الإبداعية، ولكن على كيفية مساعدة القادة الآخرين على التفكير في الحصول على القيمة بطرق جديدة، هذا هو كيفية تطوير وقيادة وإدارة العمليات للابتكار مع الموارد المحدودة، وتسهيل عمل الفريق من أجل البقاء التنظيمي وتحقيق ميزة تنافسية (Buchner, 2014)، ويرى (Zuraik, 2016, 8) أن غياب القيادة للابتكار في المنظمة إلى تؤدي إلى فشلها.

ووجد العديد من الباحثين أن الأداء المبتكر متأثر بقوة القيادة والموقف المهني (Isaksen & Akkermans, 2011) الذي يظهر فوائد عديدة لوجود هذا النوع من القائد، وتأثيره المباشر على المنظمة.

فقيادة الابتكار يؤثرون على الثقافة التنظيمية من خلال تشكيل وتخصيص الهياكل والموارد والعمليات وخلق بيئة تعلم، والانفتاح على النظام البيئي الخارجي، بالإضافة إلى قبول الفشل واعتباره جزءاً من دورة التعلم (Morris & al, 2010) ويعتبر القائد المبتكر مصدراً للأفكار الإبداعية حيث يساهم في تشجيع وتوجيه السلوك الإبداعي للأفراد والجماعات، حيث أن من أهم سمات القادة المبتكرين المخاطرة والتوصل إلى أفكار جديدة وفرص جديدة أي أفكار مبتكرة تعطي جودة وكفاءة للعمل، فبقاء المنظمات واستمراريتها في ظل بيئة المنافسة يحتاج إلى أفكار مبتكرة وعقليات مبتكرة تخلق مناخ مبتكر، فالقيادة الابتكارية تدعم بناء قاعدة معرفية حقيقية تقود إلى زيادة النشاط الابتكاري من خلال تنمية السلوك الابتكاري والتأثير الإيجابي في العاملين بما يحفز الحماس والتحمدي لدى الأفراد، وهذا من خلال بيئة مشجعة من خلال تبنى أساليب عمل جديدة بما تضمن تعزيز القدرة على التفكير بإبداع وابتكار في المنظمة.

أهمية القيادة الابتكارية في دعم الميزة التنافسية بمؤسسة تيرصام

مؤسسة تيرصام TIRSAM تأسست في شهر مارس 2008، برأس مال قدره 10 ملايين دينار جزائري 10.000.000 دج، فالبرغم من كونها حديثة النشأة إلا أنها اكتسبت مكانة في المجال الصناعي، حيث تمتلك مؤسسة تيرصام خبرة في صناعة الصهاريج والمقطورات، كما تعتبر رائدة في هذا المجال فاستمرارها ناتج عن النجاح التي حققته بتحكمها في معظم النشاطات، وكذلك النتائج القياسية التي حققتها في صناعة المنشآت الصناعية، حيث تهدف المؤسسة إلى النمو من خلال التطوير وكسب رضا زبائن جدد حيث تمتلك المؤسسة 43 منتج و40 نقطة بيع، التركيبة البشرية لمؤسسة TIRSAM 264 عامل متوزعة حسب المركز الوظيفي بين الإطارات المسيرة الإطارات وأعاون التحكم والتنفيذ والعمالة المؤقتة.

يمكن تصنيف نشاطات مؤسسة TIRSAM التي تتدرج ضمن نشاطها الرئيسي، والمتمثل في تركيب وصناعة المنتجات الصناعية، حيث أن منتجات المؤسسة تتصف بكونها ذات جودة عالية حيث تحصلت على شهادة الأيزو للجودة 2008/9001 فيما يخص جميع المنتجات.

منهجية الدراسة الميدانية:

بغرض تحليل البيانات واختبار الفرضيات تم اللجوء إلى تفرغ إجابات أفراد العينة الموجودة في الاستبيان، وقد تم الاعتماد على مقياس ليكرت Likert الخماسي لقياس إجابات المبحوثين لعبارات الاستبيان، وكانت الخيارات المتاحة أمام كل عبارة من عبارات المحاور السابقة كالتالي: (غير موافق تماما، غير موافق، محايد، موافق، موافق تماما)، ومن أجل تحديد النتيجة أو الاتجاه أعطيت لإحتمالات الإجابات السابقة الأوزان من 1 إلى 5.

قياس ثبات أداة الدراسة:

تم الاعتماد على معامل ألفا كرونباخ Alpha Cronbach حيث يستعمل كمؤشر لقياس صدق وثبات أداة الدراسة والمتمثلة في الاستبيان حيث شمل استبيان متغيرين، وبعد استبعاد العبارات الغير الدالة وعدم ارتباطها مع محاور الدراسة متغير المستقل والمتمثل في القيادة الابتكارية من أبعاد وممارسات

وشمل 15 عبارة، والمتغير التابع أبعاد الميزة التنافسية وشمل 14 عبارة متوزعة على 4 أبعاد.

الجدول رقم 1: اختبار معامل ألفا كرونباخ لصدق وثبات استبيان الدراسة

عدد الفقرات	اختبار ألفا كرونباخ
29 فقرة	882 ,

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على مخرجات برنامج SPSS V22 .

يبين الجدول أعلاه النتائج المتحصل عليها لاختبار معامل ألفا كرونباخ لصدق وثبات استبيان الدراسة، حيث بلغت قيمة معامل ألفا-كرونباخ 882 أي ما نسبته 88.2%، وهي قيمة مرتفعة وأكبر من الحد الأدنى 0.6 ما يدل على الاتساق الداخلي الجيد للاستبيان، وهذا ما يبين صدق وثبات الأداة المستعملة في هذه الدراسة.

اختبار فرضيات الدراسة:

الجدول رقم 2: معامل ارتباط بيرسون Pearson بين متغيرات الدراسة (المتغير المستقل والمتغير التابع)

الميزة التنافسية	أبعاد الميزة التنافسية				العلاقة بين	
	التجديد والابتكار	المرونة	الجودة	التكلفة		
622* , 000	718** , 000	245 , 000	355* , 000	420** , 000	معامل بيرسون	القيادة الابتكارية

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج SPSS V22 .

من خلال الجدول رقم 2 نلاحظ وجود علاقة بين القيادة الابتكارية والميزة التنافسية، حيث بلغ معامل الارتباط 622 وهو ارتباط موجب ودال معنويا عند مستوى دلالة وهو أقل من 0,05، حيث يدل على أن قيادة الابتكارية تساهم في تحقيق الميزة التنافسية بالمؤسسة محل الدراسة.

أهمية القيادة الابتكارية في دعم الميزة التنافسية رانية حفاظ- علي عبد الله

الجدول رقم 3: نتائج تحليل اختبار الانحدار البسيط للقيادة الابتكارية والميزة التنافسية

المتغير المستقل: القيادة الابتكارية						
المتغير التابع: الميزة التنافسية	معامل الارتباط R	معامل التحديد R ²	الخطأ المعياري	قيمة T المحسوبة	معامل الانحدار Bêta	مستوى الدلالة Sig
بعد الميزة	622 ^a	387	35556	23, 339	622	000

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على برنامج SPSS V22.

يبين الجدول رقم 3 أنه يوجد أثر ذو دلالة معنوية القيادة الابتكارية عند مستوى دلالة ($0.05 = \alpha$) بالمؤسسة محل الدراسة، حيث بلغت قيمة T المحسوبة ($T = 23, 339$)، وهي دالة عند مستوى معنوية المعتمد، كما أن قيمة العلاقة بين المتغيرين قدرت بـ 622^a حيث بلغ معامل التحديد (387)، أي أن ما نسبته من 38, 7% من تغييرات تحدث في الميزة التنافسية بالمؤسسة محل الدراسة تعود للقيادة الابتكارية، وبناء على معامل الارتباط والأثر بين المتغير المستقل القيادة الابتكارية والمتغير التابع الميزة التنافسية، تقبل الفرضية الرئيسية للدراسة.

الجدول رقم 4: معاملات نموذج الانحدار الخطي للقيادة الابتكارية والميزة

التنافسية

مستوى الدلالة Sig	قيم اختبار T	المعاملات غير المعيارية		النموذج
		المعاملات المعيارية Bêta	الخطأ المعياري	
003	3, 187		478	الثابت 1, 522
000	4, 831	622	128	الميزة التنافسية 617

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على برنامج SPSS V 22.

من خلال الجدول رقم 4 يمكننا التوقع بقيمة التغير في الميزة التنافسية بالاعتماد على القيادة الابتكارية من خلال المعادلة الانحدار الآتية:

$$\text{الميزة التنافسية} = 1, 522 + 617 \times \text{القيادة الابتكارية}$$

الجدول رقم 5: نتائج تحليل اختبار الانحدار البسيط للقيادة الابتكارية وأبعاد الميزة التنافسية

المتغير المستقل: القيادة الابتكارية						
المتغير التابع: الميزة التنافسية	معامل الارتباط R	معامل التحديد R ²	الخطأ المعياري	قيمة T المحسوبة	معامل الانحدار Bêta	مستوى الدلالة Sig
بعد التكلفة	420 ^a	176	65216	7,907	420	000
بعد الجودة	355	126	56861	5,320	335	027 ^b
بعد المرونة	245 ^a	060	88652	2,354	245	133
بعد الابتكار	718 ^a	515	37704	39,362	718	000

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على برنامج SPSS V 22

يبين الجدول رقم 5 أنه يوجد أثر ذو دلالة معنوية القيادة الابتكارية على التكلفة عند مستوى دلالة ($0.05 = \alpha$) بالمؤسسة محل الدراسة، حيث بلغت قيمة ($T=7,907$) وهي دالة عند مستوى معنوية المعتمد، كما أن قيمة العلاقة بين المتغيرين قدرت بـ $0,420^a$ حيث بلغ معامل التحديد ($0,176$)، أي أن ما نسبته من $17,6\%$ من تغييرات تحدث في بعد التكلفة بالمؤسسة محل الدراسة تعود للقيادة الابتكارية، وبناء على معامل الارتباط والأثر بين المتغير المستقل القيادة الابتكارية والمتغير التابع التكلفة نقبل الفرضية الفرعية الأولى توجد علاقة ذات دلالة معنوية للقيادة الابتكارية والتكلفة بمؤسسة محل الدراسة. كما يتضح أنه يوجد أثر ذو دلالة معنوية القيادة الابتكارية على الجودة حيث بلغت قيمة ($T=5,320$) وهي دالة عند مستوى معنوية المعتمد، كما أن قيمة العلاقة بين المتغيرين قدرت بـ $0,355$ حيث بلغ معامل التحديد ($0,126$)، أي أن ما نسبته من $12,6\%$ من تغييرات تحدث في الجودة بالمؤسسة محل الدراسة تعود للقيادة الابتكارية، وبناء على معامل الارتباط والأثر بين المتغير المستقل القيادة الابتكارية والمتغير التابع الجودة، نقبل الفرضية الفرعية الثانية بوجود علاقة ذات دلالة معنوية للقيادة الابتكارية والجودة بالمؤسسة محل الدراسة.

أما فيما يخص اختبار الانحدار البسيط للقيادة الابتكارية والمرونة بلغت قيمة (T=2, 354) كما أن قيمة العلاقة بين المتغيرين قدرت بـ 245^a حيث بلغ معامل التحديد (0, 060)، أي أن ما نسبته من 0, 06% من تغييرات تحدث في المرونة بالمؤسسة محل الدراسة تعود للقيادة الابتكارية، إلا إن مستوى المعنوية أكبر من المستوى المعتمد، بالرغم من الجهود التي تقدمها المؤسسة على إرضاء أفرادها، وهنا نرفض الفرضية الفرعية الثالثة والتي تنص على أنه توجد علاقة ذات دلالة معنوية للقيادة الابتكارية والمرونة بالمؤسسة محل الدراسة.

أما فيما يخص اختبار الانحدار البسيط للقيادة الابتكارية والابتكار بلغت قيمة (T=39, 362) وهي دالة عند مستوى معنوية المعتمد، كما أن قيمة العلاقة بين المتغيرين قدرت بـ 0, 718^a حيث بلغ معامل التحديد (0, 515)، أي أن ما نسبته من 51, 5% من تغييرات تحدث في الابتكار بالمؤسسة محل الدراسة تعود للقيادة الابتكارية، حيث أن إستراتيجية المتبعة من المؤسسة تتمثل في إستراتيجية التنافس، وهذا ما يتطلب عليها التجديد والابتكار المستمرين، وبناء على معامل الارتباط والأثر بين المتغير المستقل القيادة الابتكارية والمتغير التابع التجديد والابتكار، نقبل الفرضية للقيادة الابتكارية والابتكار بالمؤسسة محل الدراسة.

تحليل نتائج الدراسة

من خلال اختبارنا لفرضيات الدراسة: ومن خلال دراسة علاقة واثر القيادة الابتكارية بالميزة التكلفة، توصلنا إلى أنه تؤثر القيادة الابتكارية على خفض التكلفة، وهذا راجع لأهمية القيادة الابتكارية حسب وجهة نظر إطارات مؤسسة تيرصام في توجيه سلوك الأفراد والجماعات إيجاد الطرق والسبل الصحيحة واتخاذ القرارات الصائبة لخفض التكاليف. كما يوجد أثر وعلاقة القيادة الابتكارية بالجودة من خلال المساهمة في تحقيق الأداء المميز بما ينعكس بالإيجاب على جودة المنتجات والخدمات، في حين أنه توجد علاقة غير معنوية للقيادة الابتكارية والمرونة، كما يوجد أثر وعلاقة ذو دلالة معنوية وقوية للقيادة الابتكارية بالابتكار والتجديد، كما توصلنا إلى وجود علاقة واثر للقيادة الابتكارية وأبعاد الميزة التنافسية مجتمعة وهذا ما يبين دور أبعاد

وممارسات القيادة الابتكارية في تشجيع الأفراد لتشارك المعارف وتوليدها وتحفيزهم ورفع معنوياتهم لديهم ومساهماتهم في اتخاذ القرار، وخلق روح التنافس الايجابي بينهم وهذا ما ينعكس على أبعاد الميزة التنافسية.

خاتمة

إن تحقيق ميزة تنافسية في ظل التغيرات التي تشهدها بيئة منظمات الأعمال والمحافظة عليها، يتوقف على قدرة إدارة وقيادة المنظمة على توجيه سلوكيات الأفراد ودفعهم للعمل بروح إبداعية وتشجيع مشاركة معارفهم وتضمن تعلمهم، من جهة أخرى يعتبر الابتكار هو السبيل الوحيد للريادة في ظل تصاعد حدة التنافس في منظمات.

حيث أن القيادة تلعب دورا فعالا في تحفيز أو إعاقة الابتكار وعلى المنظمات إيجاد القادة الذين يضعون الابتكار كوجهة أساسية في أعمالهم، يرتبط نجاح قيادة الابتكار بشكل كبير ببناء هيكل المعرفة التشاركية داخل الجماعات وتشجيع الانفتاح وتحفيزه، من دعم الابتكار بما يمكنها من خلق القيمة وتحقيق ميزتها التنافسية واستدامتها، عليها أولا وبشكل أساسي تعيين الأفراد المناسبين القادرين على بناء منظومة حقيقية داعمة للابتكار، وهو ما يطلق عليهم القيادات الابتكارية، في ظل بيئة مشجعة بما يسهم في تفعيل الدور القيادي على نحو مبتكر ومبدع، وهذا ما ينعكس على خدمات ومنتجات المنظمات من كفاءة، الجودة، التجديد، والاستجابة لحاجات العميل. ومن خلال دراستنا لمؤسسة تيرصام نصل إلى أنه:

توجد علاقة ذات دلالة معنوية للقيادة الابتكارية في دعم أبعاد الميزة التنافسية المتمثلة في التكلفة الجودة والتجديد والابتكار، بمؤسسة تيرصام عدا بعد المرونة حيث كانت العلاقة بين المتغيرين كانت ضعيفة، وهذا ما يفرض على المؤسسة الاهتمام بالانفتاح والمشاركة الأفراد وتمكين الأفراد وتوجيه سلوكياتهم .

على المؤسسة تنمية المهارات القيادية وتعزيز التفكير الإبتكاري وهذا من خلال وتوفير الرغبة والدافعية لبناء ثقافة تنظيمية وترجمة الأفكار المبتكرة إلى خطط عمل لتعزيز ميزتها التنافسية واستدامتها.

أهمية نشر ثقافة الابتكار وتبني البيئة الداعمة للابتكار لدعم الميزة التنافسية للمؤسسة،

أهمية القيادة الابتكارية في دعم التعلم التنظيمي وتنمية الأفراد وقاداتهم ما ينعكس على الأداء والميزة التنافسية.

قائمة المراجع

بركاني، حسين. (2015). واقع إدارة المعرفة وتنمية الموارد البشرية في المؤسسات الجزائرية في ظل التحولات نحو إقتصاد المعرفة: دراسة حالة بعض المؤسسات بولاية المسيلة. مجلة العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير. العدد 13، ص 181 182.

البكري، ثامر. بني حمدان، خالد. (2013). الإطار المفاهيمي للاستدامة والميزة التنافسية المستدامة محاكاة لشركة HP في اعتمادها إستراتيجية الاستدامة، الأكاديمية للدراسات الإجتماعية والإنسانية، العدد 9.

بن حمو، نجاة. (2016). إدارة علاقات الزبائن كأداة لتحقيق الميزة التنافسية لمنظمات الأعمال دراسة حالة مؤسسة كوندور الكترونيك ببرج بورعريش، أطروحة دكتوراه علوم تخصص: إدارة الأعمال، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان الجزائر.

بوكتير، جبار. الوافي، حمزة. (2017). تدريب المهارات البشرية ودورها في تحقيق ميزة تنافسية للمؤسسة الاقتصادية -دراسة حالة شركة موبيليس الجزائرية-. مجلة العلوم الإنسانية. العدد السابع. الجزء 1.

جمعة، محمود حسن. النوري، حيدر شاكر. (2011). تأثير القيادة الإدارية الناجحة في تحقيق الإبداع الإداري(دراسة تطبيقية لأراء القيادات العليا في جامعة ديالي). مجلة الإدارة والاقتصاد، العدد التسعون.

سيد محمد جاد الرب. (2013). إدارة الإبداع والتميز التنافسي، مصر: دار الوفاء لندنيا الطباعة والنشر.

كايف، مصطفى يوسف (2013). الاقتصاد المعرفي. الأردن: المجتمع العربي للنشر والتوزيع.

كباب. منال، الابتكار التسويقي كخيار استراتيجي لتحقيق الميزة التنافسية في المؤسسات الجزائرية، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، جامعة مسيلة، الجزائر، العدد 17.

مخفي، أمين. بن شني، يوسف (2010). دور الاستراتيجيات في إنشاء ميزات تنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات، الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمنظمات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية الجزائر. جامعة حسيبة بن بوعلی الشلف، 08-09 نوفمبر.

نجم عبود نجم (2003)، ادارة الابتكار المفاهيم والخصائص والتجارب الحديثة، دار وائل للنشر، عمان الأردن، الطبعة الأولى.
نجم عبود نجم، (2012)، القيادة وإدارة الابتكار، عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.

النداوي، عبد العزيز بدر. عمران، فاطمة موسى. (2015). أثر القيادة الابتكارية على استراتيجيات الابتكار من وجهة نظر إدارة الموارد البشرية في قطاع شركات التأمين الأردنية. المؤتمر العلمي الرابع عشر. الأردن. جامعة الزيتونة الأردنية، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، نيسان 2015.

المرجع باللغة الأجنبية:

Abdelrahman Zuraik, (2017) .A Strategic Model for Innovation Leadership- Ambidextrous and Transformational Leadership With A Supportive Climate to Foster Innovation Performance” ,thesis Doctor of Innovation Leadership, Faculty of the California School of Management & Leadership (CSML) Alliant International University.

Cherroun. Reguia, (2014), Product Innovation And The Competitive Advantage, European Scientific Journal June /Special/ Edition Vol.1.

Drucker, P.F. (1985). Innovation and Entrepreneurship. NY: Harper&Row Pub.

Garth Saloner, Andrea Shepard and Joel Podolny, (2001) Strategic management. New York: John Wiley & Sons.

Lăcătuș S. (2010), Inovarea, sursă a avantajului competitive, available at: http://mastermrufcaa.ucoz.com/s6/Lacatus_Sebastian_EAA.pdf, consulted in -12 06- 2019.

Morris, M, Kuratko, D, & Covin, J, (2010) Corporate entrepreneurship & innovation. Cengage Learning.

OECD. Oslo Manual, (2005), Guidelines For Collecting and Interpreting Innovation Data (3rd ed), OECD Publishing.

Robert. S. Boege. An innovation Bestiary, (2009). Measuring U.S innovation in an Era of policy incoherence, Economic Discountinuty and opportunity, Workshop on Science, Technology .Engineering and Mathematics (STEM) Enterprise: Measures for innovation and Competitiveness. October: 21.

Rowley, Jennifer. (1999). "What is Knowledge Management?" .Library Management, Vol 20 (8).

Samad Sarminah (2012), The Influence of Innovation and Transformational Leadership on Organizational Performance, International Conference on Asia Pacific Business Innovation and Technology Management. Procedia - Social and Behavioral Sciences 57.

Weichun Zhu ,Hao Yang ,Baiyin Yang, (2016), "Innovative Leadership in Organizations: Dimensions, Measurement, and Validation", Academy of Management Proceedings Vol No. 1.

Zuraik Abdelrahman. (2016). Effective Leadership for Innovation in Modern Organizations. International Conference on Business Research and Management Practices in Global Environment, San Diego. California, USA, April 2016.

Alexandru Ionescu, Nicoleta Rossela Dumitru, (2015), The Role Of Innovation In Creating The Company's Competitive Advantage, Ecoforum, Volume 4, Issue 1 (6) in: <https://www.researchgate.net/publication/315644454> at 01-05-2019.

-Buchner, D, (2014), Innovation Leadership How to use innovation to lead effectively, work collaboratively, and drive results, consulted in : <https://www.ccl.org/wp.../InnovationLeadership.pdf>, at 12-06-2019.