

مستوى الإبداع في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية - دراسة بعض المؤسسات لإنتاج الخزف بولاية

سطيف

The level of creativity in the Algerian economic companies - Study of some companies of ceramics in the province of Setif

د. ريمة خلوطة

جامعة سطيف1 – الجزائر

r.khalouta@univ-setif.dz

تاريخ النشر: 2018/12/31

تاريخ القبول: 2018/12/06

تاريخ الإرسال: 2018/05/16

الملخص:

يجب أن تدرك المؤسسات أن الإبداع يمدها بتفوق تنافسي في مواجهة المؤسسات المنافسة، فلم تعد المنافسة ممكنة على أساس خفض التكلفة فحسب وإنما كذلك على أساس تقديم الجديد والأفضل دوماً، ومفتاح النجاح في ذلك هو الإبداع، الإبداع الأصيل والمستمر. لذا بات لزاماً على كل المؤسسات والجزائرية خصوصاً أن ترعاه وتمنحه كل إهتمامها وتعمل على تنمية القدرات الإبداعية لدى كل أفرادها، وتجعله سلوكاً راسخاً يمارسه كل أعضاء المؤسسة على إختلاف مستوياتهم. هدفت هذه الدراسة إلى محاولة التعرف على مستوى الإبداع في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، وتم إسقاطها على ثلاث مؤسسات لإنتاج الخزف، للوقوف حقيقة على مستوى القدرات الإبداعية لدى الأفراد. وتوصلت الدراسة إلى أن هناك تفاوت في مستوى الإبداع لدى العاملين في المؤسسات الثلاث، وهذا راجع إلى غياب بعض العوامل التي لها أثر كبير على نفسية العامل وعلى درجة إرتيابه في العمل ومن ثمة على مستوى عطائه وإبداعه.

• الكلمات المفتاحية: الأصالة، الطلاقة، المرونة، الحساسية للمشكلات.

Abstract:

Firms should realize that innovation provides them competitive advantage in the race of competing enterprises. Competition is no longer possible on the basis of cost reduction, but also on the basis of new and better innovation. The key to success is innovation, and continuous creativity. Therefore, it is necessary for all firms, especially the Algerian ones in particular to sponsor and give them all the tools and means to develop the creative abilities of all its members. It will make it a firm behavior practiced by all members of the institution at different levels.

The aim of this study was to try to identify the level of creativity in the Algerian economic firms, and it was based on three firms for the production of ceramics in order to truly stand at the level of creative abilities of workers. The study found that there is a difference in the level of creativity among the workers in the three firms, this is due to the absence of some factors that have a significant impact on the mental of the worker and the degree of satisfaction at work, and also on his concern for creativity.

• **Key Word:** Authenticity , Fluidity , Flexibility , Sensibility to problems

المؤلف المراسل: د. ريمة خلوطة. الإيميل: r.khalouta@univ-setif.dz

مقدمة:

لا يختلف إثنان على أن الإبداع، الإبداع الأصيل والمستمر، هو مصدر قوة لكل مؤسسة، وهو السبيل الفعال لخلق ميزة تنافسية تساعد على بلوغ هدي البقاء والتميز، حيث يمدّها بتفوق تنافسي في مواجهة المؤسسات المنافسة من خلال تقديم الجديد والمفيد والأفضل دوماً.

لذلك، وانطلاقاً من الأهمية المتزايدة للإبداع بات لزاماً على كل المؤسسات أن تمنحه الرعاية والإهتمام، وتعمل على تنمية القدرات الإبداعية لدى كل أفرادها، وتجعله سلوكاً راسخاً يمارسه كل أعضاء المؤسسة على اختلاف مستوياتهم. وفي هذه الورقة البحثية سنحاول دراسة مستوى الإبداع في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، من خلال إسقاط هذه الدراسة على ثلاث مؤسسات لصناعة الخزف بسطيف.

إشكالية الدراسة:

مما سبق يمكن طرح الإشكالية الرئيسية التالية:

ما مستوى الإبداع في مؤسسات الخزف بولاية سطيف؟

وقصد معالجة هذه الإشكالية، لابد من الإجابة عن التساؤلات الفرعية التالية:

- ما مستوى الأصالة لدى العاملين في مؤسسات الخزف بولاية سطيف ؟
 - ما مستوى المرونة لدى العاملين في مؤسسات الخزف بولاية سطيف ؟
 - ما مستوى الطلاقة لدى العاملين في مؤسسات الخزف بولاية سطيف ؟
 - ما مستوى الحساسية للمشكلات لدى العاملين في مؤسسات الخزف بولاية سطيف ؟
- ومن التساؤلات السابقة، تنبثق كل من الفرضية الرئيسية والفرضيات الفرعية التالية:

هناك مستوى عالي من الإبداع في مؤسسات الخزف بولاية سطيف.

- يوجد مستوى عالي من الأصالة لدى العاملين في مؤسسات الخزف بولاية سطيف.
- يوجد مستوى عالي من المرونة لدى العاملين في مؤسسات الخزف بولاية سطيف.
- يوجد مستوى عالي من الطلاقة لدى العاملين في مؤسسات الخزف بولاية سطيف.
- يوجد مستوى عالي من الحساسية للمشكلات لدى العاملين في مؤسسات الخزف بولاية سطيف.

أهداف البحث:

تسعى هذه الورقة البحثية في إلى محاولة إبراز أهمية الإبداع ومكانته في مواجهة التحديات. كما تسعى إلى الوقوف على مستوى الإبداع لدى الأفراد في المؤسسات- مؤسسات إنتاج الخزف- ومعرفة الأسباب والعراقيل التي تواجههم وتحول دون إبراز طاقاتهم الإبداعية.

أهمية البحث:

تكتسي دراسة هذا الموضوع أهمية علمية وتطبيقية، فأما الأهمية العلمية فتكمن في محاولة دراسة الإبداع في المؤسسات الاقتصادية من منظور متكامل يجمع بين تعريف الإبداع، أنواعه، عوامله، أهميته، الإستراتيجيات الداعمة له، وأهم معوقاته. أما بالنسبة للأهمية التطبيقية فتسهم الدراسة الإحصائية في التعرف على مستوى الإبداع في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، كما تسهم في الكشف عما إذا كان هناك تباين في هذا المستوى بين المؤسسات.

الخطة المعتمدة:

و قسمنا بحثنا هذا إلى جزئين، تناولنا في الأول موضوع الإبداع من الناحية النظرية، والثاني غطى الجانب التطبيقي بدراسة ميدانية أجريت بثلاث مؤسسات لإنتاج الخزف بولاية سطيف، مؤسسة سافسار، باتيسيرام، ومؤسسة حداد.

منهجية البحث: إنطلاقاً من الهدف الذي يسعى هذا البحث إلى بلوغه، فإن المنهج المتبع هو المنهج الوصفي التحليلي الذي يعد الأكثر ملائمة وتناسباً مع طبيعة البحث.

أولاً: الإبداع

لم تكن المؤسسة في الماضي بحاجة سوى إلى التحسين، وإذا ما قامت بهذا التحسين بشكل مستمر وهذا أمر ليس بالسهل، فإن بإمكانها أن تتوقع نجاح أعمالها. لقد مضت تلك الأيام إلى غير رجعة، إذ أن إزدياد حجم التحديات التي تواجه المؤسسات، وشدة الوضع التنافسي غير من حاجة المؤسسة السابقة من حاجة التحسين إلى حاجة الإبداع، الذي لم يعد في وقتنا الحاضر مسألة ترف أو شيئاً كمالياً، وإنما بات أمراً ضرورياً وملحاً ولا غنى عنه إذا ما أرادت البقاء والإزدهار. فما هو الإبداع؟

1- تعريف الإبداع:

الإبداع ظاهرة قديمة الجذور حديثة الإهتمام، فمنذ بدء الخليقة على وجه الأرض والإنسان يبدع ويبتكر في كل المجالات. ويعود أصل كلمة الإبداع إلى اللاتينية "inventio" وتعني إيجاد أو إكتشاف¹، والإبداع كما جاء في المعجم الوسيط هو من "بدعه بدعا، أي أنشأه على غير مثال"².

أما التعريف الإصطلاحي للإبداع، فهو كلمة تستخدم عادة للإشارة إلى ما هو جديد، رائع أو غير عادي، وحتى الفريد من نوعه³، فهو إذن عملية يتم من خلالها التفريق بين العمل العادي والمميز.

ويمكن تعريفه على أنه "قدرة الفرد على تجنب الروتين العادي والطرق التقليدية في التفكير مع إنتاج أصيل وجديد يمكن تنفيذه وتحقيقه"⁴، فالإبداع إذن هو نقيض الإبتاع، ونقيض الثبات والتقليد.

ويرى البعض أن الإبداع "ينتج عنه عمل جديد يرضي جماعة معينة تقبله على أنه مفيد"⁵.

وتجمع التعاريف السابقة على التأكيد على أن العمل الإبداعي يجب أن:

- يتسم بالحدثة والجدة ويتصف بالأصالة؛
- يكون ذا فائدة وينال الإعجاب ويحظى بالقبول الإجتماعي؛
- أن يتكيف مع الحقيقة والواقع، فالجدة لا تكفي بذاتها رغم أهميتها للحكم على عمل بعينه بأنه إبداعي، إلا إذا إرتبطت هذه الجدة بالقدرة على التكيف مع الواقع؛
- أن يخلق ظروف مناسبة ولانقة للوجود.

2- عوامل الإبداع:

لتسليط الضوء أكثر على الإبداع، من المهم جداً أن نتعرف على أبرز عناصر ومكونات التفكير الإبداعي، إذ يشمل هذا الأخير:

أ- الطلاقة الفكرية: وهي تعني المقدرة على إنتاج وخلق أكبر قدر ممكن من الأفكار الجديدة التي تخص موضوعاً ما في وحدة زمنية ثابتة أو مستقرة، كما أن المبدع بإستطاعته الإدراك المستفيض للأفكار التي تخص موقفاً واحداً وهو ما يعبر عنه بالطلاقة الترابطية، بمعنى أدق القدرة على إستنباط الروابط بين أكبر عدد من الظواهر في محيط إدراكه، وهذا كله يتركز على إتساع الرصيد المعرفي وتنوعه وكذا شموله⁶.

ب- المرونة الفكرية: ويقصد بها الليونة في تغيير الحالة الذهنية والأفكار كلما تغيرت المواقف، وهو ما يعني الإستعداد الدائم لهجر قنوات ومسارات وطرق قديمة وإنتهاج سبل جديدة على أسس من العقلانية ومن المنطق. والمرونة تنافي الجمود الفكري والتصلب الذهني الذي يميز أصحاب الأفكار الثابتة والذين يصرون في مجمل حياتهم على مواجهة الحياة من زاوية واحدة مهما تنوعت المواقف، لهذا نجد أن من سمات الشخصية المبدعة التميز بسماحة الفكر والتفتح العقلي⁷.

ج- الأصالة: ويقصد بها القدرة على صناعة الحلول الجديدة وإستنباط الأفكار المتجددة، إذ لا يعقل بالشخص المبدع أن يكرر ما ابتكره غيره، حتى لا يصنف عمله في خانة التقليد، بل نجد الشخصية المبدعة تنزع إلى التجديد، ورؤية الأمور من منظور حداثي، حيث يصبح بمقدور الشخص المبدع الإستناد إلى علاقات وظواهر سابقة، ثم يعيد ترتيبها في نسق جديد.⁸

د- الحساسية للمشكلات: هي قدرة الشخص على رصد ورؤية المشكلات في الأشياء والعادات أو النظم، ورؤية جوانب الخلل والنقص والضعف فيها، وتوقع ما يمكن أن يترتب على ممارستها⁹. وهي في الأساس ميزة يتسم بها فقط كل شخص وصل إلى درجة الإبداع، وتعني تحسس الإنسان المبدع للمشكلات المرتبطة بموضوع ما والتنبؤ بها، وإعداد ما يلزم لمواجهة هذه المعضلات.

3- أنواع الإبداع:

ميز "شامبيتر" بين خمسة أنواع للإبداع هي: إنتاج منتج جديد، إدخال طريقة إنتاج جديدة، غزو أسواق جديدة، الحصول على مصدر جديد للمواد الأولية أو المنتجات النصف مصنعة، وتحقيق تنظيم جديد.¹⁰

كما يمكن تقسيم أنواع الإبداع على أساس:

أ- أنواع الإبداع حسب طبيعته: وهنا نميز بين أربعة أنواع للإبداع:

- الإبداع في المنتج: يرمي هذا النوع إلى إحداث التغييرات في مواصفات أو خصائص المنتج بهدف تلبية بعض الرغبات أو إشباع بعض الحاجات بطريقة أحسن وأفضل¹¹. إن الإبداع في المنتج يشمل كل مكونات وخصائص المنتج، من خلال تحسين المنتجات المقدمة للعميل، أو تقديم منتجات جديدة بالكلية، ويخص ثلاثة جوانب أساسية هي: إبداعات لها علاقة بالتركيبية الوظيفية للمنتج، إبداعات تغير في التركيبية التكنولوجية للمنتج، وإبداعات تغير خصائص تقديم المنتج¹².
- الإبداع في طرائق الفن الإنتاجي: غالبا ما يكون موجها نحو تطوير كفاءة أو فعالية الإنتاج¹³، ويعني إدخال طريقة إنتاج جديدة أو محسنة في المؤسسة، أو طريقة تقديم الخدمات أو تسليم المنتجات الجديدة التي تؤدي في النهاية إلى تحسين جودة المنتج، أو خفض تكلفة الإنتاج والتوزيع، ومن ثمة فالإبداع في طريقة الإنتاج يشمل تغييرات في المواد الأولية، والأسلوب الفني للإنتاج من الناحيتين الفنية والإقتصادية، أو في المعدات الإنتاجية، والهدف منها هو تقليل التكاليف¹⁴.
- الإبداع التنظيمي: يقصد به إحداث التجديد في التنظيم، وإحلال نماذج تنظيمية جديدة تزيد من المرونة في أداء المهام وتحسين علاقات العمل، وهو ما يستدعي توفر مستوى معين من التفكير والخبرة لدى المسيرين. إن هذا النوع من الإبداع غير مادي، هدفه تنظيم طرائق وأساليب وأنماط التسيير، قصد تنظيم سلوك المؤسسة وجعله أكثر فعالية¹⁵.
- الإبداع التسويقي: يضم هذا الإبداع مختلف التغييرات التي تحصل على مستوى قنوات البيع والتوزيع والإشهار، وكل ما يتعلق بالوظيفة التسويقية، ويهدف هذا النوع إلى الزيادة في المبيعات، والتعريف بالعلامة التجارية للمؤسسات بغية كسب ثقة الزبون، وتحقيق ولائه للمؤسسة¹⁶.

ب- أنواع الإبداع من حيث درجته: وهنا نميز بين نوعين من الإبداع:

- الإبداعات الجذرية (النافذة): تتضمن إنقطاعات، طفرات تكنولوجية مبنية أساسا على التقدم العلمي¹⁷، ويؤثر هذا النوع تأثيرا بالغا على المؤسسة، ويتطلب معرفة كبيرة وجديدة، وفي الغالب العودة إلى البحث عن الكفاءات اللازمة خارج المؤسسة للوصول إلى تحقيق هذه الإبداعات، كما أنها تتطلب العديد من السنوات والإستثمارات المالية الضخمة، وتكون عادة محصورة عند مؤسسات قليلة ومتخصصة في الميدان البحثي مثل هذه المشاريع المعقدة، كما يلاحظ تأثيره أيضا على المتعاملين والقوى الخارجية للمؤسسة من زبائن ومنافسين¹⁸.
- الإبداعات التدريجية (الطفيفة): وهي نتيجة تطوير منتج، طريقة، معرفة، وتحول تكنولوجيا من تطبيق إلى آخر¹⁹، كما تنطوي على تغيير (أو تعديل) طفيف نوعا ما مقارنة بالممارسات الحالية²⁰. وعلى العموم يمكن التمييز بين النوعين إستنادا

إلى مدى تطبيق التكنولوجيا والمعرفة، فإذا كانت التكنولوجيا والمعرفة قد طبقت من قبل فهذا إبداع تدريجي، وإذا كان تطبيقهما لأول مرة فهذا إبداع جذري²¹.

ج- أنواع الإبداع حسب مصدره: يصنف الإبداع حسب مصدره إلى نوعين أساسيين هما²²:

- إبداع دفع التكنولوجيا: وهو الإبداع الناتج عن التطور التكنولوجي وتطور العلم والمعرفة.
- إبداع جذب السوق: وهو الإبداع الناتج عن تغير سلوكيات وحاجات الزبائن والمستهلكين.

4- الإستراتيجيات الداعمة للإبداع:

توافقت آراء الكتاب والباحثين على مجموعة من الإستراتيجيات الداعمة للإبداع داخل المؤسسة، تتمثل في:

أ- التدريب: يعرف التدريب على أنه "الجهود المنظمة والمخططة لتطوير معارف وخبرات وإتجاهات المتدربين، وذلك بجعلهم أكثر فاعلية في أداء مهامهم"²³. ويعد التدريب أحد العوامل الهامة التي تساعد على الإبداع، فهو يساعد على زيادة فاعلية أداء الأفراد ورفع قدراتهم النوعية في مجالات الاهتمام والأعمال اليومية و المستقبلية، إضافة إلى رصدهم بالمعلومات والمهارات الوظيفية اللازمة التي تساهم في زيادة قدراتهم لتنعكس على واقع أدائهم العملي، والعمل بما هو غير مألوف لبلوغ التغيير والتجديد والإبداع. بالإضافة إلى ذلك، فالتدريب يحدث تغييرات إيجابية في سلوك العمال وإتجاهاتهم نحو عملهم، وتزويدهم بالمعرفة الجديدة، وتنمية قدراتهم، وصقل مهاراتهم والتأثير في تعديل أفكارهم وسلوكياتهم وتطوير العادات والأساليب بما ينسجم مع ثقافة المؤسسة التي يعملون بها لتحقيق الإبداع والتفوق في العمل²⁴، وعلى هذا الأساس يمكن القول أن التدريب يحتل مكانة هامة في تعزيز العمل الإبداعي.

ب- الثقافة التنظيمية: الثقافة التنظيمية هي "مجموع القيم والمعتقدات والتوقعات المشتركة، والتي تعد كدليل للأفراد في المؤسسة ينتج من خلالها معايير تؤثر بشكل كبير على سلوكيات الأفراد والمجموعات داخل هذه المؤسسة"²⁵. وللثقافة التنظيمية أهمية كبيرة، حيث ينتج عنها مجموعة من الفوائد والمنافع التي تنعكس على المؤسسة من بينها أنها تحث على الإبداع والابتكار والمخاطرة²⁶.

ج- الإتصال: يعرف الإتصال بأنه وسيلة الأفراد العاملين في نفس المؤسسة للتعبير عن وجهات نظرهم وآرائهم وإيصال مقترحاتهم وتلقي أفكار الزملاء الآخرين وكافة البيانات التي يريدون الإدلاء بها²⁷. والإتصال إذا كان فعالا، فإن له مزايا عدة، فهو يؤدي إلى رفع مستوى أداء العاملين، وزيادة مستوى الرضا لديهم، فالعامل يمكن أن يتفهم واقع عمله بشكل أفضل ويشعر بقيمة أكبر. ويؤدي أيضا إلى فهم أدوار الآخرين، هذا ما يؤدي إلى مساعدة العاملين والإدارات على التعاون والتنسيق، ويشجع أيضا العاملين على بذل المزيد من الأداء وتفجير طاقتهم الإبداعية. وتجدر الإشارة إلى أن معظم المبادرات الإبداعية تفشل نتيجة ضعف الإتصال وقلة الوقت، والإتصال لا يجب أن يكون عملية إعلام فقط، بل يجب أن يكون وسيلة لتبادل الأفكار والإقتراحات والمشاركة في القرارات مما يشجع على العملية الإبداعية²⁸.

د- الحوافز: هي مجموعة القيم المادية والمعنوية الممنوحة للعمال في قطاع معين والتي تشجع الحاجة لديهم وترسلهم إلى سلوك معين. وتقف الحوافز بنوعها المادية والمعنوية في مقدمة العوامل التي تحافظ على المبدعين في المؤسسة، وهي وسيلة للتأثير على سلوك العاملين، مما يجعلهم يبذلون المزيد من الجهد والاهتمام بعملهم وأدائهم كما ونوعا، الأمر الذي يؤدي إلى زيادة الإنتاج ورفع الروح المعنوية عند العاملين وإشباع حاجاتهم وكذا تعزيز قدراتهم الإبداعية. ولا بد أن تكون الحوافز واضحة ودالة في المؤسسة من أجل الإبداع، فهي الطريقة الأكثر تأثيرا في إرسال إشارات ذات دلالة لكل العاملين على إهتمام المؤسسة بالإبداع والمبدعين. ومن الضروري أن تكون هذه الحوافز موجهة لمكافأة النجاح في الإبداع، ومكافأة حتى الذين حاولوا ولم يصلوا إلى نتائج، وهذه السمة في الحوافز هي التي يعول عليها لتكون المؤسسة ميدانا فعالا وخالقا للإبداع²⁹.

هـ- النمط القيادي: يلعب نمط القيادة دروا هاما إما في تفجير وإطلاق طاقات الأفراد الإبداعية أو قتل الروح الإبداعية الخلاقة لديهم. وتعتبر القيادة الديمقراطية من القيادات التي تشجع على الإبداع³⁰.

و- فرق العمل: تعرف فرق العمل بأنها "مجموعة من الأعضاء ذوي تخصصات مهنية متنوعة تم إختيارهم بشكل مدروس للقيام بمهمة أو مهام معينة في زمن محدد"³¹. وكلما كان فريق العمل متألفا ومتكاملا كلما أدى ذلك إلى مزيد من صقل مهارات التفكير الإبداعي وتبادل الخبرات.

ز- التمكين: ينظر إليه البعض على أنه "العملية التي يقوم المديرين من خلالها بمساعدة العاملين على اكتساب المهارات والسلطة التي يحتاجونها لاتخاذ القرارات التي تؤثر فيهم وفي عملهم"³².

إن الغاية الرئيسية من تمكين العاملين هو البحث عن طرق جديدة لتشجيع الطاقات الكامنة لدى الأفراد وتحفيزهم على الإبداع³³، لأن التمكين يطلق حرية الفرد، ويحرره من الرقابة الصارمة والتعليمات الجامدة والسياسات المحددة، ويعطيه الحرية في تحمل المسؤولية عن التصرفات والأعمال التي يقوم بها، وهذا بدوره يحرر ويطلق العنان لإمكانات الفرد ومواهبه الكامنة التي حتما ستبقى غير مفعلة ومستغلة في ظل البيروقراطية الجامدة والإدارات المستبدة. وعلى هذا يمكن القول أن التمكين عامل مهم ومفتاح أساسي لتنمية عامل الإبداع داخل المؤسسة.

5- أهمية الإبداع بالنسبة للمؤسسة.

لا يختلف إثنان على أن الإبداع هو سر النجاح الحقيقي داخل كل المؤسسات. ولقد أصبح المسيرون خلال لقاءاتهم وخطاباتهم يؤكدون على أن "الإبداع كالمملكة في مؤسساتهم"³⁴، ولقد احتل هذه المكانة وإرتقى إلى هذا المستوى نظرا لآثاره العديدة، والمتمثلة في:

- الإبداع هو المفتاح لريح الأسواق اليوم وغدا: فالإبداع هو الأداة الأكثر قوة التي تساعد على ربح الأسواق وكسب الجديدة منها³⁵، ذلك أن المؤسسة التي تبتدع يمكنها أن تتيح أفضل السلع اليوم، وتتمتع بمزيد من الطلب على منتجاتها، وتملك السوق، ومع ذلك إذا لم تستمر في الإبداع -خاصة وأن ما يميز بيئة الأعمال في الوقت الحالي هو سرعة ظهور منتجات جديدة- فيمكن للمؤسسات المنافسة لها أن تتجاوزها، وتفقد بالتالي أسواقها، لذلك فالمؤسسة مطالبة بالإستمرار في الإبداع كاستجابة لمتطلبات المنافسة، حتى تبقى في الصدارة وتكسب الأسواق في الحاضر والمستقبل.
- الإبداع عامل إستراتيجي للتنافس/للنمو/للفاهية: على إعتبار أن المنافسة في كثير من الحالات أصبحت موجهة بواسطة الإبداع، أصبح هذا الأخير ضرورة حتمية للحفاظ على هامش التنافس، فهو وسيلة المؤسسة التي تعزز بها تنافسياتها، وتحسن بها قدرتها التنافسية، ومن ثمة تحقيق أعلى مستوى للربح وأعلى مستوى للنمو والتطور، وبالتالي تحقيق الرفاهية للفرد والمجتمع، وهو ما يعبر عنه بالمعادلة التالية³⁶: الإبداع= التنافسية= النمو= الرفاهية الفردية والجماعية.
- الإبداع يحافظ على إستمرارية المؤسسة: يمكن إعتبار الإبداع بمثابة الوظيفة التي تطيل في عمر المؤسسة³⁷، ذلك أن كل مؤسسة تريد إثبات وجودها وتحافظ على كينونتها عليها أن تبتدع وتستمر في الإبداع، فالإبداع إذن هو الطريق الأفضل لتحقيق الإستمرارية ضمن هذا المحيط المعقد، وأن التراجع عنه يؤدي إلى الزوال والإختفاء خلال مدة قصيرة. وتؤكد الدراسات أن أفضل المؤسسات هي تلك التي تبتدع دون توقف، بمعنى أنها تكون سببا في تقادم ما أبدعته بنفسها، كون الإبداع يأكل نفسه³⁸.
- الإبداع يسمح للمؤسسة بالتأقلم مع تغيرات المحيط: حتى تكون المؤسسة في القمة لا بد وأن تواكب التطور، ويعتبر الإبداع سلاح المؤسسة لمواكبة هذا التطور، وأداتها للتكيف والتأقلم مع المحيط شديد التغير، ومسايرة كل المستجدات التي قد تطرأ على الساحة الإقتصادية، وهو ما يعني عمليا ضمان عدم الخروج من المنافسة.

- الإبداع عامل للمحافظة على الحصة السوقية: اعتبر الإبداع صمام أمان للمحافظة على الحصة السوقية للمؤسسة، ذلك أن المنتج عادة يمر بأربعة مراحل، مرحلة الإنطلاق، مرحلة النمو، مرحلة الثبات، ومرحلة التراجع، وتختلف هذه المراحل عن بعضها من حيث حجم المبيعات والمردودية، فالمرحلة الثلاثة الأولى ذات مردودية بالنسبة للمؤسسة، أما المرحلة الرابعة فتشهد تراجعاً في المبيعات ولا تحقق المؤسسة إلا أرباحاً ضئيلة، بل قد تتحمل خسائر، كما أن تراجع المبيعات يعني تقلص في الحصة السوقية، ومنه تراجع في تنافسية المؤسسة، وعليه فإحتفاظ المؤسسة على الأقل بحصتها السوقية سيكون مرهوناً بدرجة كبيرة على مدى قدرتها على الإبداع.
- الإبداع يحافظ على الوضع التنافسي للمؤسسة: المؤسسة مجبرة على الإبداع لكي تحافظ على وضعها التنافسي، وبإمكانها أن تحسنه وتأخذ مركز الريادة في السوق إذا كانت في مرتبة متخلفة، لكن لا ينبغي لها أن تتوقف على الإبداع من أول تجربة تخوضها، سواء كانت ناجحة أو فاشلة، لأن الفشل معناه التعلم من الأخطاء والمثابرة سيترتب عنها نجاح كبير، والنجاح لا ينبغي الإغترار به، لأن المؤسسات المنافسة تنتظر فشل المؤسسة لتتقدم عليها، فقد يسهل الوصول إلى القمة لكن من الصعب البقاء فيها. وأثبتت إحدى الدراسات بأن المؤسسات الرائدة -حفاظاً منها على وضعها التنافسي- تنفق أكثر من أي مؤسسة أخرى في السوق على البحث والتطوير، وبشكل مكثف على الإبداع المتسلسل بدلاً من التركيز فقط على الإبداع الجذري الذي كان وراء إكتسابها لمركز الريادة³⁹.
- الإبداع عامل لإكتساب الميزة التنافسية: إن تبني المؤسسة لإستراتيجية قائمة على الإبداع يعني أنها تحاول التأثير في عوامل النجاح والتميز، من خلال ما تبتكره من منتجات وطرق إنتاجية وتنظيمية سواء لتحسين الجودة أو تقليل التكلفة أو خلق موقع متميز في ذهن المستهلك، ويؤدي بدوره إلى التأثير على القوى التنافسية في الأسواق بما يضمن إعادة تشكيل ساحة التنافس خدمة للموقع المتميز للمؤسسة المبدعة.

6- معوقات الإبداع:

- من المفيد جداً بل ومن الضروري أن نتعرف على العوامل التي تقف عائقاً في سبيل تنمية الإبداع وإظهاره، وتثبط طرح الأفكار الإبداعية، ويمكن تصنيف هذه المعوقات أو المثبطات بصفة عامة إلى:
- أ- معوقات فردية/ شخصية: هي عوامل تتعلق بالفرد ذاته، أهمها⁴⁰:
- الخوف من الفشل: وهذا يجعل الفرد متخاذلاً في مواجهة المخاطر والإبداع، فربما يمس ذلك بسمعته أو يعرضه للعقاب؛
 - النفور من الغموض: فإذا لم تكن المشكلة مصاغة بوضوح ومفهومة بالكامل، نجد الفرد يحجم عن مجرد المحاولة؛
 - الخوف من الرفض: فهناك من لديه حساسية تجاه الذات، ولا يرغب في كشف ذاته بالمشاركة في عملية إبداعية؛
 - الإذعان: فهناك من يفضل الإلتزام بالأداء أو السلوك المساير للمعايير الإجتماعية والتقاليد والقواعد والقوانين، ولا يخرج عن إطارها؛
 - ضعف الحيلة: فهناك من يتقاعس عن تجريب قدراته الإبداعية، وربما يتميز بضعف البصيرة ولا يمكنه النظر إلى ما وراء الأفق القريب؛
 - الحساسية المفرطة (الإفتقار إلى الإستعراض): إذا تخلى الفرد عن إستعراض ما يدور حوله، فإن ذلك قد يؤدي إلى الحد من قدرته على التفكير فيما يتجاوز حدود قدرته وخبراته؛
 - الصرامة: فالكثير غالباً ما ينحازون إلى المعايير المحددة سلفاً لدرجة أنهم لا يمكنهم الأداء أو التفكير خارج ذلك الإطار المرجعي.

ويضيف الدكتور حسين حريم مجموعة من المعوقات الفردية الأخرى التي تقف أمام إبداع الفرد في عمله، تتمثل في: البحث دوماً عن الجواب الصحيح؛ المحاولة الدائمة لإستخدام المنطق؛ السعي لأن يكون الفرد عملياً جداً؛ عدم اللعب واللهو أثناء العمل؛* إهمال المشكلات التي تقع خارج مجال التخصص؛ إعتقاد الفرد بأنه ليس مبدعاً؛ الرغبة في عدم ظهور الفرد بأنه أحمق؛ شعور الفرد بأن العمل الذي يؤديه ليس له قيمة.⁴¹

ب- معوقات تنظيمية: تتمثل مجمل المعوقات التنظيمية في⁴²:

- النمط الإداري التقليدي: لا وجود للشك أن النمط الإداري التقليدي يحد ويعيق الإبداع، ذلك أن المدراء التقليديون يفترضون أن المستقبل إمتداداً للماضي، وكونهم موجودون على قمة الهرم الإداري فهم الأكثر تمسكاً بالماضي وهم أيضاً المفروض المسؤولون عن التخطيط وإدارة المستقبل، لذلك لا نبالغ إذا قلنا أن الإصلاح الإداري هو السبيل الأهم لتنمية الإبداع، ذلك أن مركزية السلطة ومحدودية التفويض لا توفر الفرصة لممارسة الإبداع.
- سوء الصحة التنظيمية: الذي يظهر واضحاً في الجهاز الإداري الذي يعاني من: عدم الإستقرار التنظيمي؛ الإزدواجية والتكرار في الإختصاصات؛ تضخم الهيكل التنظيمي الداخلي للوحدة؛ عدم الإهتمام بإعداد الدليل التنظيمي للوحدات الإدارية.

3- إضعاف القوى الحافزة للإبداع في العمل: تتمثل في:

- إنخفاض إحساس الفرد بأهميته وشعوره بأنه لا قيمة له، بالإضافة إلى عدم توافر نظام مناسب وعادل للحوافز والمكافآت؛
- تجاهل وجود الشكوى العامة؛
- الخوف من تحمل المسؤولية؛
- سوء نظام الإتصالات وعدم تدفق وإنسياب المعلومات؛
- تنازع السلطات وإنعدام روح الفريق.
- ومن المعوقات التنظيمية أيضاً⁴³:
- الإلتزام الحرفي بالقوانين والتعليمات والإجراءات؛
- تطبيق هيكل تنظيمي غير سليم، لا يسمح للأفراد بحرية الرأي والإجتهد والتصرف والحكم؛
- سوء إدارة الصراع؛
- عدم توافر الموارد اللازمة؛
- عدم ثقة بعض المديرين بأنفسهم وبالعاملين معهم؛
- تطبيق مبدأ التخصص الضيق في تصميم العمل.

4- معوقات من قبل المدير: إن ممارسات المدير غير السليمة قد تشمل الإبداع، وتتمثل في⁴⁴:

- النظر إلى الأفكار الجديدة الصادرة من المستويات الدنيا بنوع من الشك، لأنها من جهة جديدة، ومن جهة أخرى صادرة من المستوى الأدنى؛
- إصرار المدير على أن العاملين الذين يحتاجون لموافقتهم يجب أن يمروا عبر مستويات إدارية أخرى للحصول على توافقيهم؛
- النقد بحرية والإمتناع عن المدح، وإشعار العاملين بأنه يمكن فصلهم من العمل في أي وقت؛
- النظر إلى معرفة وتحديد المشكلات على أنها علامة فشل، وعدم تشجيع الأفراد على إطلاعهم على المشكلات التي يواجهونها؛
- السيطرة على كل شيء بعناية؛
- إتخاذ القرارات بسرية، وإعلانها للعاملين بصورة مفاجئة؛

• تكليف الموظفين في المستويات الدنيا، بإسم تفويض السلطة والمشاركة، مسؤولية البحث عن الطرق لتقليص القوى العاملة، والإستغناء عن العاملين ونقلهم، وإلا التهديد بتنفيذ قرارات معدة مسبقا، والطلب من العاملين سرعة إنجاز ذلك؛

• وفوق كل شيء، أن لا ينسى أنه هو المستوى الأعلى، ويعلم كل شيء هام عن العمل.
إن هذه الممارسات غير السليمة للمدير تتمحور كلها حول أسلوب القيادة الأوتوقراطي التسلطي، الذي يجعل الفرد يعمل تحت السيطرة والقهر والخوف، وهذا ما يقتل روح الإبداع لديه.

5- المعوقات الثقافية والاجتماعية والإقتصادية والبيئية:

قد تقف القيم والإعتقادات والإتجاهات والتقاليد السائدة في المجتمع، والضغط الإجتماعية عائقا أمام تنمية وتعزيز القدرات الإبداعية لدى الأفراد، كما أن بعض المؤسسات (مثلا التعليمية) وبعض السياسات (مثلا العائلية) قد لا تشجع على الإبداع، كذلك الأوضاع الإقتصادية والظروف البيئية هي الأخرى قد لا تكون عاملا ميسرا ومساعدة في تعزيز الإبداع وتنميته، مثل الفقر، البطالة، التلوث البيئي، الوعي نحو السلامة والصحة في العمل...⁴⁵ الخ.

إن العوامل السابقة الذكر كلها لها تأثيرها بشكل أو بآخر على مستوى إبداع الفرد، فهي تجعل هذا الأخير عديم الهمة ولا يتميز بروح الإقدام وليس لديه أي إستعداد للمبادرة، فلا يقدم الجديد.

ثانيا: الدراسة الميدانية

بعد إستعراضنا لأهم المداخل النظرية والمفاهيمية الخاصة بالإبداع، والتي أكدت لنا في مجملها مدى أهمية هذا الأخير بالنسبة لأي مؤسسة خاصة في تحقيق بقائها، سنحاول خلال دراستنا الميدانية هذه أن نسقط هذه المفاهيم والأطر النظرية على بعض المؤسسات المختصة في صناعة الخزف على مستوى مناطق جغرافية مختلفة بولاية سطيف، لمعرفة واقع ومستوى الإبداع لدى الأفراد العاملين في هذه المؤسسات، وإجراء عملية مقارنة بينها والتي على أساسها تختبر الفرضيات التي يقوم عليها البحث، لنصل في النهاية إلى إستخلاص النتائج وتقديم التوصيات الملائمة.

وسيتم ضمن هذا الجزء إستعراض الإطار المنهجي للدراسة الميدانية، مناقشة وتحليل إجابات عينة البحث حول عبارات ومحاور الدراسة، لنخلص إلى إختبار الفرضيات وإستخلاص النتائج وتقديم التوصيات المناسبة.

1- منهج الدراسة

ومن أجل تحقيق أهداف الدراسة إستخدمنا نوعين من المناهج هما: المنهج الوصفي التحليلي والمنهج الإحصائي.

- المنهج الوصفي التحليلي: الذي يعتمد على دراسة الواقع أو الظاهرة كما توجد في الواقع ويهتم بوصفها وصفا دقيقا، ويعتبر هذا المنهج من أكثر المناهج إنتشارا في مجال العلوم الإجتماعية نظرا لملائمته للظواهر الإجتماعية، فمن خلاله يتم جمع البيانات والمعلومات اللازمة للظاهرة موضوع الدراسة، وترتيبها وتبويبها في جداول وتحليلها للوصول إلى النتائج المرغوبة.
- المنهج الإحصائي: ولقد تمت الإستعانة بهذا المنهج من حيث كونه طريقة هامة من طرق البحث، حيث تم استخدام بعض الأدوات الإحصائية في دراستنا الميدانية.

2- أدوات الدراسة

على أساس طبيعة الموضوع تتحدد أدوات الدراسة التي يتوجب على الباحث الإعتماد عليها لدراسة الظاهرة موضوع البحث، وتتمثل الأدوات المستخدمة لهذا الغرض فيما يلي: الملاحظة، المقابلة، السجلات والوثائق، الإستمارة، وبعض أدوات التحليل الإحصائي.

- الملاحظة: حيث مكنتنا زيارتنا الميدانية المتكررة، خاصة أثناء ملء الإستمارة، من تدوين العديد من الملاحظات ذات الأهمية في عملية تفسير وتقييم بعض النتائج المتحصل عليها من الإستمارة والمقابلات.

- المقابلة: وتعتبر أداة ذات أهمية بالغة في الحصول على المعلومات المطلوبة، حيث تم الإعتماد على اللقاء المباشر بين الباحثة والمبحوثين للإجابة على بعض الأسئلة التي لا تخص عموم أفراد المؤسسات، بل ترتبط فقط بأشخاص معينين، ولقد اقتصر على عمال التنفيذ كونهم أقرب إلى العملية الإنتاجية. وكان هدفنا من إجراء المقابلة هو الحصول على المعلومات دون الخروج عن إطار السؤال المحدد في الإستمارة، كذلك إضافة بعض المعلومات عند اللقاء المباشر مع المبحوثين والمتعلقة بالموضوع من خلال دفعهم للكلام وملاحظة إنفعالاتهم حول موضوع معين، ضف إلى ذلك طبيعة المستوى العلمي الضعيف لأفراد المجتمع المبحوث فرضت علينا استخدام هذه الأداة، وذلك تجنباً لأي غموض أو التباس أثناء طرح الأسئلة، من خلال تبسيط بعض المصطلحات أو توضيح فكرة معينة... الخ.
- السجلات أو الوثائق: إلى جانب المقابلة والملاحظة، تم الإعتماد على الوثائق والسجلات الموجودة في المؤسسات الثلاث، والاستعانة بها في استكمال دراستنا، ومن هذه الوثائق نذكر: الهيكل التنظيمي للمؤسسة، التقارير الخاصة لعدد العمال ووظائفهم وكيفية توزيعهم على مختلف الورشات الإنتاجية.
- الإستمارة: لإتمام الدراسة التطبيقية استخدمت الباحثة الإستمارة كأداة رئيسية لجمع البيانات المطلوبة حول موضوع الدراسة، حيث تضم عدداً كافياً من الأسئلة التي أعدت وصيغت من طرف الباحثة بلغة واضحة وسليمة. وقد تم استخدام مقياس ليكرت الخماسي لتحويل الآراء الوصفية إلى صيغة كمية وذلك باستخدام الأوزان التالية للمقياس: دائماً (5)، غالباً (4)، أحياناً (3)، نادراً (2)، أبداً (1).

ولقد صيغت الاستمارة في جزأين، يتعلق الجزء الأول بالبيانات الشخصية والوظيفية والمتمثلة في العمر، المستوى التعليمي، والخبرة، أما الجزء الثاني فيناقش القدرات الإبداعية لدى العمال، ويتكون من 23 عبارة، وقد تم تقسيمه إلى أربعة أبعاد كما يلي:

- الأصالة: ويتكون من 6 عبارات.
- الطلاقة: ويتكون من 6 عبارات.
- المرونة: ويتكون من 6 عبارات.
- الحساسية للمشكلات: ويتكون من 5 عبارات.

ولقياس ثبات الإستمارة استخدمت الباحثة طريقة " ألفا كرونباخ" والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول رقم (1): معامل ألفا كرونباخ

الإبداع	الإستمارة الإستطلاعية	الإستمارة النهائية
معامل الثبات	0.715	0.867

المصدر: بالاعتماد على مخرجات التحليل بواسطة برنامج SPSS

من خلال الجدول نلاحظ أن معاملات الثبات كانت جيدة، ما يدل على ثبات الإستمارة سواء في صورتها الإستطلاعية أو النهائية، مما أكد لنا صحة قرار اعتمادنا عليها في التطبيق الميداني للدراسة.

3- أساليب المعالجة الإحصائية:

إستعانت الباحثة بالرمز الإحصائية للعلوم الإجتماعية (spss) لإجراء التحليلات والإحصاءات اللازمة للبيانات التي تم تجميعها، معتمدة على سلم التقدير الخماسي لليكرت، كما إستخدمت الباحثة في معالجة بيانات الدراسة الأساليب الإحصائية المناسبة لطبيعة هذه الدراسة، وذلك على النحو التالي:

- إختبار كا²: يستعمل لمعرفة مدى وجود فروق بين المؤسسات محل الدراسة في كل عبارة، ويستخدم عادة عندما تكون بيانات الدراسة كمية وليست كمية. وهناك طريقتان يمكن اعتمادهما لإتخاذ القرار باستخدام هذا الإختبار:
- إما مقارنة كا² الجدولة مع كا² المحسوبة، وهذا في حالة الحساب اليدوي أين لا يمكن حساب مستوى الدلالة، وهنا إذا كانت قيمة كا² المحسوبة أكبر من قيمتها الجدولة فهذا يعني أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية، والعكس.

- أو مقارنة مستوى الدلالة (التي يعطيها لنا برنامج SPSS) مع مستوى الخطأ المعتمد (0.05)، بمعنى آخر أن مستوى الدلالة هو نتيجة المقارنة، فإذا كان مستوى الدلالة أقل من مستوى الخطأ فهذا يعني أنه توجد فروق دالة إحصائية، أما إذا كان العكس فهذا يعني أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية.
- التكرارات والنسب المئوية: تستخدم لوصف مفردات الدراسة وتحديد نسب إجاباتهم، والإستعانة بها في تحليل أجوبة وآراء المستجوبين في مختلف أبعاد ومحاور الإستمارة.
- إختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA): يستخدم لكشف الفروق بين وجهات نظر أفراد الدراسة بين عدة مؤسسات.
- إختبار شيفيه البعدي (Scheffe): يستخدم لمعرفة مصدر التباين أو إتجاه الفروق بين مجموعات الدراسة والكشف عن دلالتها الإحصائية.

4- عينة الدراسة:

من أجل إتمام الدراسة من جانبيها التطبيقي، وقع إختيارنا على ثلاث مؤسسات مختصة في صناعة الخزف، وهي مؤسستي سافسار وباتيسيرام الواقعتين بالمنطقة الصناعية بسطيف، ومؤسسة حداد المتواجدة بالمنطقة الصناعية بالعلمة. وكون أن الدراسة تتضمن مقارنة بين عدة مؤسسات تنتمي إلى نفس قطاع النشاط، فإن عملية المقارنة تتطلب الإختيار بين أمرين: - إما أخذ نفس عدد العمال في كل المؤسسات محل المقارنة، أو أخذ نفس النسبة في كل المؤسسات. وبالنظر إلى عدد العمال التنفيذيين في كل مؤسسة والبالغ عددهم 375 في مؤسسة حداد، 92 في مؤسسة باتيسيرام، و216 في مؤسسة سافسار، ونظرا لوجود تجانس بين العمال في كل مؤسسة، إعتدنا على السحب العددي، وإرتأينا أن نأخذ بالخيار الأول ونأخذ نفس العدد من كل مؤسسة، وكانت مؤسسة باتيسيرام هي الأساس الذي بني عليه حجم العينة، كونها الأقل عددا من حيث العمال التنفيذيين. إلا أن دراستنا إقتصرت على 72 عاملا فقط، حيث تجدر الإشارة إلى أن 14 عاملا لم يتم أخذهم في الحسبان عند ملء الإستمارة كونهم إلتحقوا للعمل بالمؤسسة قبل فترة وجيزة من بداية إجراء الدراسة، وبالتالي فمعرفة زملائهم وبرئيسهم وبالمؤسسة ككل تكون محدودة، ولذلك تم إستبعادهم من قائمة المجتمع المبحوث، هذا من جهة، ومن جهة أخرى رفض 6 عمال الإجابة عن بعض الأسئلة فتم إلغاء 6 إستمارات، ليبقى لنا عدد الإستمارات الصالحة 72 إستمارة وكان هذا العدد هو حجم العينة المستجوبة في كل مؤسسة.

5- عرض وتحليل النتائج المتعلقة بالبيانات الشخصية الوظيفية:

إحتوى هذا الجزء على ثلاث بيانات شخصية ووظيفية، تتمثل في: السن، المستوى التعليمي، وعدد سنوات الخبرة، وكان هدفنا منه هو معرفة خصائص وسمات العينة، ومدى تجانس هذه الأخيرة. ومن خلال إجابات المبحوثين في المؤسسات الثلاث تبين أن غالبية الطاقة العاملة التي تملكها المؤسسات هي طاقة شابة، بمعنى أن هناك نوع من التجانس والتقارب في السن لهؤلاء العمال، كما أن هناك نوع من التجانس في المؤهل العلمي لهم، ضف إلى ذلك أن معظم خبرتهم ما بين السنة إلى خمس سنوات.

6- تحليل التباين بشأن دلالة الفروق الإحصائية بين المؤسسات محل الدراسة مع تحديد إتجاه هذه الفروق للقدرات الإبداعية

قصد تحليل التباين بشأن دلالة الفروق الإحصائية بين مؤسسة باتيسيرام وسافسار ومجمع حداد، إستخدمنا إختبار تحليل التباين الأحادي One Way ANOVA، والذي نكشف به عن الفروق بين وجهات نظر العاملين تبعاً لنوع المؤسسة. وقصد معرفة إتجاه أو مصدر هذه الفروق بين المؤسسات استخدمت الباحثة إختبار شيفيه البعدي Scheffe.

أ- تحليل التباين بشأن دلالة الفروق الإحصائية بين المؤسسات محل الدراسة لمحور القدرات الإبداعية

كما سبق الذكر، وقصد توضيح دلالة الفروق اعتمدنا مقياس ANOVA، وجاءت نتائجه كما يوضحها الجدول التالي:

جدول رقم (02): تحليل التباين الأحادي بشأن دلالة الفروق الإحصائية للقدرات الإبداعية حسب نوع المؤسسة

المحور	مصدر التباين	درجات الحرية	مجموع المربعات	متوسط المربعات	قيمة (F)	مستوى الدلالة
الأصالة	بين المجموعات	2	754.89	377.44	14.86	0.000
	داخل المجموعات	213	5409.20	25.39		
	المجموع	215	6140.10			
الطلاقة	بين المجموعات	2	855.58	427.79	11.59	0.000
	داخل المجموعات	213	7858.04	36.89		
	المجموع	215	8713.62			
المرونة	بين المجموعات	2	5057.95	2528.97	165.38	0.000
	داخل المجموعات	213	3257.04	15.29		
	المجموع	215	8314.99			
الحساسية للمشكلات	بين المجموعات	2	1677.48	838.74	60.58	0.000
	داخل المجموعات	213	2948.72	13.84		
	المجموع	215	46206.20			
مجموع القدرات الإبداعية	بين المجموعات	2	27685.34	1384.67	79.64	0.000
	داخل المجموعات	213	37020.76	173.80		
	المجموع	215	64706.10			

المصدر: بالإعتماد على مخرجات التحليل بواسطة برنامج SPSS.

يوضح لنا الجدول أعلاه أن قيمة (F) لمحور القدرات الإبداعية (الإبداع) تقدر بـ 79.64، وهي دالة عند درجات الحرية داخل المجموعات (213) وبين المجموعات (02) بمستوى دلالة قدره (0.000).

أما قيمة (F) الخاصة بكل بعد من أبعاد الإبداع فتقدر بـ 14.86 في بعد الأصالة، وبـ 11.59 في بعد الطلاقة، وبـ 165.38 في بعد المرونة، وبـ 60.58 في بعد الحساسية للمشكلات، وكلها دالة عند درجات الحرية (213) داخل المجموعات، و(02) بين المجموعات بمستوى دلالة قدره (0.000). وهذا ما يعني أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في عنصر الإبداع بجميع أبعاده.

ب- تحديد مصدر الفروق بين المؤسسات في محور القدرات الإبداعية

ولمعرفة مصدر هذه الفروق الدالة، والكشف عن دلالتها الإحصائية إعتدنا مقياس شيفيه البعدي، ليكشف لنا عن اتجاه هذه الفروق بين المؤسسات الثلاث، وجاءت نتائجه كما هي مبينة في الجدول الآتي:

جدول رقم (03): نتيجة اختبار شيفيه بشأن دلالة الفروق الإحصائية في الإبداع وأبعاده

المتغير التابع	المؤسسة (أ)	المؤسسة (ب)	فرق المتوسطات	الخطأ المعياري	مستوى الدلالة	مستوى الثقة 95%	
						الحد الأدنى	الحد الأعلى
الأصالة	BAT	SAF	-0.06944	.83990	.997	-2.1398	2.0010
	SAF	HAD	3.93056*	.83990	.000	1.8602	6.0010
	HAD	BAT	.06944	.83990	.997	-2.0010	2.1398
	BAT	HAD	4.00000*	.83990	.000	1.9296	6.0704
	HAD	BAT	-3.93056*	.83990	.000	-6.0010	-1.8602
	SAF	SAF	-4.00000*	.83990	.000	-6.0704	-1.9296
الطلاقة	BAT	SAF	-2.45833	1.01232	.055	-4.9538	.0371
	SAF	HAD	2.41667	1.01232	.060	-.0788	4.9121
	HAD	BAT	2.45833	1.01232	.055	-.0371	4.9538
	BAT	HAD	4.87500*	1.01232	.000	2.3796	7.3704
	HAD	BAT	-2.41667	1.01232	.060	-4.9121	.0788
	SAF	SAF	-4.87500*	1.01232	.000	-7.3704	-2.3796

.2871	-2.9260	.131	.65173	-1.31944	SAF	BAT	المرونة
11.1482	7.9351	.000	.65173	9.54167*	HAD	SAF	
2.9260	-.2871	.131	.65173	1.31944	BAT	HAD	
12.4677	9.2545	.000	.65173	10.86111*	HAD	SAF	
-7.9351	-11.1482	.000	.65173	-9.54167*	BAT	HAD	
-9.2545	-12.4677	.000	.65173	-10.86111*	SAF	BAT	
-.3047	-3.3620	.014	.62012	-1.83333*	SAF	BAT	الحساسية للمشكلات
6.3064	3.2491	.000	.62012	4.77778*	HAD	SAF	
3.3620	.3047	.014	.62012	1.83333*	BAT	HAD	
8.1397	5.0825	.000	.62012	6.61111*	HAD	SAF	
-3.2491	-6.3064	.000	.62012	-4.77778*	BAT	HAD	
-5.0825	-8.1397	.000	.62012	-6.61111*	SAF	BAT	
-.2642	-11.0969	.037	2.19726	-5.68056*	SAF	BAT	مجموع القدرات الإبداعية
26.0830	15.2503	.000	2.19726	20.66667*	HAD	SAF	
11.0969	.2642	.037	2.19726	5.68056*	BAT	HAD	
31.7636	20.9308	.000	2.19726	26.34722*	HAD	SAF	
-15.2503	-26.0830	.000	2.19726	-20.66667*	BAT	HAD	
-20.9308	-31.7636	.000	2.19726	-26.34722*	SAF	BAT	

ج- اختبار الفرضيات:

يتضح من خلال الجدول السابق أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في القدرات الإبداعية ككل، وفي كل بعد من أبعاد الإبداع على حدى، وقصد اختبار فرضيات الدراسة وقياس هذه الفروق إستخدمنا مقياس شيفيه البعدي. الفرضية 1: يوجد مستوى عالي من الأصالة لدى العاملين في مؤسسات الخزف بولاية سطيف.

جدول رقم (04): نتيجة اختبار شيفيه بشأن دلالة الفروق الإحصائية في عنصر الأصالة

BAT	SAF	HAD	المؤسسة
- *	- *		HAD
		+ *	BAT
		+ *	SAF

المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على مخرجات التحليل بواسطة برنامج SPSS

نلاحظ من خلال الجدول أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في عنصر الأصالة لدى العمال لصالح مؤسستي سافسار وباتيسيرام، بمعنى أن درجة الأصالة عند العاملين في هاتين المؤسستين أكبر وأقوى منها لدى عمال مؤسسة حداد. وبالرجوع إلى إجابات المبحوثين، يتضح جليا أن العمال في مؤسستي باتيسيرام وسافسار يتمتعون بالعنصر الأول من عناصر الإبداع (الأصالة)، حيث أن إجاباتهم بينت أنهم يقومون بكل الأعمال المسندة إليهم بأسلوب متجدد، كما أنهم يشعرون بالملل نتيجة تكرار الإجراءات المتبعة في إنجاز العمل، ولأجل حل مشكلات العمل تجدهم يحاولون قدر المستطاع الإبتعاد عن تقليد الآخرين في حلها، كما أنهم يرون أن إجراءات العمل هي بحاجة إلى عملية تطوير مستمرة بعيدة عن الروتين، هذا بالإضافة إلى أنهم يحاولون تطبيق طرق جديدة لحل أي مشكلة تواجههم في العمل، وهم حريصون دوما على تقديم الأفكار الجديدة، وكل ذلك دليل على أن العمال في هاتين المؤسستين قادرين على إنتاج الأفكار الجديدة المبتكرة غير المقلدة، بمعنى آخر يتبعون عن طريقة التفكير التقليدية كي يكتشفوا الأفكار الأصيلة، وقد تعزو الباحثة ذلك إلى سياسة التفويض المتبعة في هاتين المؤسستين.

أما مؤسسة حداد، فالأمر مناقض، فبالإستناد إلى الإجابات التي تحصلنا عليها من العمال، يظهر بوضوح أن العمال في هذه المؤسسة لا يتمتعون بالعنصر الأول من عناصر الإبداع (الأصالة)، حيث بينت إجابات المبحوثين أنهم لا يشعرون بالملل

من تكرار الإجراءات المتبعة في العمل، كما أنهم لا يحاولون الابتعاد عن تقليد الآخرين في حل المشكلات، بل يكررون حلول غيرهم من أجل حلها، كذلك لا يرون أن إجراءات العمل بحاجة إلى عملية تطوير مستمرة بعيدة عن الروتين، بل يناسبهم الوضع على ما هو عليه، إضافة إلى أنهم لا يبدو أية محاولة لتطبيق طرق جديدة لحل المشاكل التي تواجههم في العمل، ضف إلى ذلك أنهم غير حريصين على تقديم الأفكار الجديدة. فهؤلاء العمال لا يتمتعون نهائيا بعنصر الأصالة أو الحدائة، فهم غير قادرين على صناعة الحلول الجديدة واستنباط الأفكار المتجددة، لذلك يمكن تصنيفهم في خانة المقلدين لا المبدعين. وقد تعزو الباحثة هذه النتيجة إلى غياب سياسة التفويض في هذه المؤسسة.

وعليه يمكن القول أن الفرضية الأولى غير محققة.

الفرضية 2: يوجد مستوى عالي من الطلاقة لدى العاملين في مؤسسات الخزف بولاية سطيف.

جدول رقم (05): نتيجة إختبار شيفيه بشأن دلالة الفروق الإحصائية في عنصر الطلاقة

BAT	SAF	HAD	المؤسسة
	- *		HAD
		+ *	BAT
			SAF

المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على مخرجات التحليل بواسطة برنامج SPSS

من خلال الجدول نلاحظ أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في عنصر الطلاقة لدى العمال لصالح مؤسسة سافسار، بمعنى أن درجة الطلاقة عند العاملين في هذه المؤسسة أقوى وأكبر من درجة الطلاقة لدى عمال مؤسستي باتيسيرام وحداد. وبالرجوع إلى إجابات الباحثين، يتضح جليا أن العمال في مؤسسة سافسار يتمتعون بالعنصر الثاني من عناصر الإبداع (الطلاقة)، حيث أن إجاباتهم حول عبارات هذا البعد بينت لنا أن عمال مؤسسة سافسار لديهم القدرة على تقديم أفكار جديدة لأساليب العمل، وهم قادرون على طرح الحلول الجديدة لما يواجههم من مشكلات في العمل، وقادرون كذلك على تقديم الحلول السريعة لمواجهة هذه الأخيرة، كما يملكون القدرة على تقديم الأفكار الجديدة لتطوير العمل بسهولة، ويملكون القدرة على تقديم أكثر من فكرة خلال فترة زمنية قصيرة، بالإضافة إلى أنهم يملكون المهارات الكافية التي تمكنهم من إقناع الآخرين أثناء التعامل معهم. وكل هذه الأمور تدل على أن عمال مؤسسة سافسار لديهم قدرة عالية على سيولة الأفكار وسهولة توليدها، بمعنى آخر لديهم القدرة على التفكير السريع وإنتاج وخلق أكبر قدر ممكن من الأفكار الجديدة خلال فترة زمنية معينة، وهذا ما يدل على أنهم يتمتعون بعنصر الطلاقة، وقد تعزو الباحثة ذلك إلى سياسة المشاركة في إتخاذ القرارات المتبعة في مؤسسة سافسار. أما في مؤسسة باتيسيرام وحداد، فالوضع مغاير تماما لما جاء في مؤسسة سافسار، فحسب ما أظهرت إجابات الباحثين، يتضح أن العمال في هاتين المؤسستين لا يتمتعون بالعنصر الثاني من عناصر الإبداع (الطلاقة)، فهم عاجزون تماما عن التفكير كما يصعب عليهم توليد الأفكار، وقد تعزو الباحثة ذلك إلى غياب سياسة المشاركة في إتخاذ القرار على مستوى هاتين المؤسستين.

وعليه يمكن القول أن الفرضية الثانية غير محققة.

الفرضية 3: يوجد مستوى عالي من المرونة لدى العاملين في مؤسسات الخزف بولاية سطيف.

جدول رقم (06): نتيجة إختبار "شيفيه" بشأن دلالة الفروق الإحصائية في عنصر المرونة

BAT	SAF	HAD	المؤسسة
- *	- *		HAD
		+ *	BAT
		+ *	SAF

المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على مخرجات التحليل بواسطة برنامج SPSS

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في عنصر المرونة لدى العاملين لصالح مؤسستي باتيسيرام وسافسار، بمعنى أن عنصر المرونة لدى عمال مؤسسة باتيسيرام وسافسار يتوفر بدرجة أكبر وأقوى من عمال مؤسسة

حداد. وبالرجوع إلى إجابات المبحوثين يتضح جليا أن عمال مؤسسة حداد لا يتمتعون بالعنصر الثالث من عناصر الإبداع (المرونة)، حيث بينت ردود العمال أنهم مهتمون بمعرفة الرأي المخالف لرأيهم لكي يستفيدوا منه، لكنهم لا يسعون إلى الحصول على الأفكار التي تساهم في حل مشاكلهم في العمل، كذلك هم غير حريصين على الاستفادة من الإنتقادات الموجهة إليهم، بالإضافة إلى أنهم يترددون كثيرا في تغيير موقفهم حتى ولو إقتنعوا بعدم صحته، ولا يحرصون على إحداث تغييرات في أساليب العمل من حين لآخر، زد على ذلك هم يتمتعون عن تغيير قراراتهم إذا إستجد أمر يقتضي ذلك.

لذلك يمكن القول أن هؤلاء العمال لا يملكون الليونة في تغيير حالتهم الذهنية وأفكارهم كلما تغيرت المواقف، فهم يحبذون الطرق والمسارات القديمة، حتى ولو تنوعت المواقف، فهم إذن يمتازون بالجمود الفكري والتصلب الذهني، لا بالمرونة. أما في مؤسسة سافسار وباتيسيرام فالأمر مختلف إذ أن عمال هاتين المؤسستين يتمتعون بالعنصر الثالث من عناصر الإبداع، وإجابات الباحثين بينت لنا ذلك.

وعليه يمكن القول أن الفرضية الثالثة غير محققة.

الفرضية 4: يوجد مستوى عالي من الحساسية للمشكلات لدى العاملين في مؤسسات الخزف بولاية سطيف.

جدول رقم (07): نتيجة "شيفيه" بشأن دلالة الفروق الإحصائية في عنصر الحساسية للمشكلات

المؤسسة	HAD	SAF	BAT
HAD		- *	- *
BAT	+ *		+*
SAF	+ *	- *	

المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على مخرجات التحليل بواسطة برنامج SPSS

يتضح من خلال الجدول أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في عنصر الحساسية للمشكلات لدى العمال لصالح مؤسستي سافسار وباتيسيرام، بمعنى أن درجة الحساسية للمشكلات عند عمال هاتين المؤسستين أقوى وأفضل منها عند عمال مؤسسة حداد.

والدليل على ذلك إجابات المبحوثين، فبالرجوع إلى هذه الأخيرة يتضح جليا أن عمال مؤسسة سافسار وباتيسيرام يتمتعون بالعنصر الرابع من عناصر الإبداع (الحساسية للمشكلات)، حيث أن إجابات المبحوثين بينت أن لديهم القدرة على التنبؤ بمشكلات العمل قبل حدوثها، كما يخططون للمشكلات المحتمل حدوثها، ويحرصون أشد الحرص على معرفة أوجه القصور فيما يؤديه من عمل، ضف إلى ذلك أنهم يمتلكون رؤية دقيقة لإكتشاف المشكلات التي يعاني منها غيرهم، وفي العادة يشعرون بمتعة كبيرة في التعامل مع مشكلات العمل. وهذا كله يعني أن هؤلاء العمال يمتلكون حساسية مفرطة اتجاه المشاكل، وأنهم أقدر من غيرهم على رصدها ورؤيتها والتعرف على أسبابها وجوانب الخلل والنقص والضعف فيها، ويعرفون بعمق لماذا يفكرون في قضية دون أخرى، ويدركون الأهداف التي دفعتهم للتفكير ويؤمنون بها، ويمكن القول أن هؤلاء العمال قد وصلوا إلى درجة الإبداع، ذلك أن ميزة الحساسية للمشكلات لا يتسم بها إلا كل شخص وصل إلى درجة الإبداع.

وقد تعزو الباحثة ذلك أيضا إلى سياسة التفويض المتبعة من طرف الرؤساء المباشرين في هاتين المؤسستين، بحيث تترك

هذه السياسة للعامل حرية التفكير، والتفكير في المشكلات من جميع الجهات، ومن ثمة إقتراح الحلول وإعداد ما يلزم لتجاوزها.

أما مجمع حداد، فالحال مغاير تماما لما جاء في باتيسيرام وسافسار، حيث يظهر من خلال ردود المبحوثين أن عمال مؤسسة حداد لا يتمتعون نهائيا بالعنصر الرابع من عناصر الإبداع (الحساسية للمشكلات)، حيث أكدت لنا إجابات المبحوثين في هذه المؤسسة أنهم لم يصلوا إلى درجة الإبداع. وقد تعزو الباحثة هذه النتيجة إلى سياسة عدم التفويض المتبعة من طرف الرؤساء المباشرين، فالعمال يعملون في إطار ضيق ومحدود، وبالتالي لا تترك للعامل حرية التفكير لا في المشكلات ولا في إقتراح حلول لها.

لكن تجدر الإشارة إلى نقطة مهمة وهي أن الجدول السابق يوضح لنا مقارنة بين مؤسسة باتيسيرام وسافسار، حيث يظهر من خلال الجدول أفضلية مؤسسة سافسار على مؤسسة باتيسيرام فيما يخص حساسية العمال للمشكلات، وكلاهما أفضل من حداد، لذلك إذا أردنا أن نجري ترتيبا لهذه المؤسسات من حيث حساسية العمال للمشكلات، نجد أن مؤسسة سافسار تحتل المرتبة الأولى، تليها مؤسسة باتيسيرام في المرتبة الثانية ثم مؤسسة حداد في المرتبة الثالثة والأخيرة.

وعليه يمكن القول أن الفرضية الرابعة غير محققة.

الفرضية الرئيسية: هناك مستوى عالي من الإبداع في مؤسسات الخزف بولاية سطيف.

جدول رقم (08): نتيجة اختبار "شيفيه" بشأن دلالة الفروق الإحصائية في القدرات الإبداعية

BAT	SAF	HAD	المؤسسة
- *	- *		HAD
+*		+ *	BAT
	- *	+ *	SAF

المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على مخرجات التحليل بواسطة برنامج SPSS

يشير الجدول السابق إلى أنه توجد فروق دالة إحصائية في محور القدرات الإبداعية لدى العاملين لصالح مؤسستي باتيسيرام وسافسار، بمعنى أن درجة الإبداع عند عمال هاتين المؤسستين أفضل منها عند عمال مؤسسة حداد.

والدليل على ذلك ما توصلنا إليه من التحليل السابق، حيث وجدنا في المؤسستين الأولتين بأن معظم إن لم نقل كل القدرات الإبداعية متوفرة لدى العمال، أما مؤسسة حداد فوجدنا غياب كلي للعناصر الأربعة للإبداع.

كما تجدر الإشارة إلى نقطة مهمة جدا، وهي أن الجدول السابق بدوره يوضح لنا مقارنة بين مؤسسة سافسار وباتيسيرام، حيث يظهر لنا أفضلية سافسار على المؤسستين باتيسيرام ومن ثمة حداد فيما يخص درجة إبداع عمالها، وعليه إذا أردنا أن نجري مقارنة أو ترتيبا لهذه المؤسسات الثلاث من حيث توفر القدرات الإبداعية. فإننا نجد أن مؤسسة سافسار تحتل المرتبة الأولى، تليها مؤسسة باتيسيرام في المرتبة الثانية والمرتبة الثالثة والأخيرة مؤسسة حداد.

وقد تعزو الباحثة هذه النتيجة الأخيرة إلى أن درجة إمتلاك العمال للقدرات الإبداعية متفاوتة بين المؤسسات، لتفاوت إمتلاك رؤسائهم المباشرين لسمات القيادة الديمقراطية.

وعليه يمكن القول أن الفرضية الرئيسية غير محققة.

خاتمة

لقد إستهدفنا من خلال هذه الدراسة الوقوف على حقيقة الإبداع لدى العاملين بالمؤسسات الاقتصادية الجزائرية، وأسقطنا دراستنا على بعض المؤسسات بولاية سطيف، وتم التوصل إلى مجموعة من النتائج والتوصيات ندرجها فيما يلي:

النتائج:

1- تبين أن الفئة المستجوبة في مؤسسة سافسار ترى بأن القدرات الإبداعية الأربعة متوفرة لديها، فهم يتمتعون بطلاقة فكرية، ويتمتعون بالمرونة الذهنية، كما يظهرون الأصاله في العمل، ويمتلكون حساسية إتجاه المشكلات وهذه الصفات الأربع هي أهم عناصر الإبداع. مما يدل على توافر الإبداع لدى عمال مؤسسة سافسار، وقد يرجع السبب في ذلك إلى بعض العوامل مثل: النمط القيادي الديمقراطي المتبع في هذه المؤسسة، الإتصال الفعال، سياسة التمكين، فرق العمل، برامج التدريب، الحوافز، إلى غير ذلك من العوامل تشجع على الإجتهد والإبداع والعطاء والبذل في العمل.

2- تبين أن الفئة المستجوبة في مؤسسة باتيسيرام ترى بأن القدرات الإبداعية الأربعة غير متوفرة لديها جميعها، بل هناك غياب لأحد هذه القدرات، حيث أن العمال في هذه المؤسسة يتمتعون بالمرونة الذهنية، ويظهرون الحداثة والأصاله في عملهم، ولديهم حساسية للمشكلات، إلا أنهم لا يتمتعون بطلاقة فكرية، وعليه فالإبداع غير متوفر بعناصره الأساسية الأربعة مجتمعة، وقد يرجع هذا الأمر إلى غياب بعض العوامل كعنصر المشاركة في إتخاذ القرار... الخ؛

3- تبين أن الفئة المستجوبة في مؤسسة حداد، ترى بأن القدرات الإبداعية الأربعة غير متوفرة لديها بالكلية، فهم لا يتمتعون لا بطلاقة فكرية ولا بمرونة ذهنية، كما لا يظهرون الأصالة في عملهم ولا يمتلكون حساسية تجاه المشكلات، وقد يعود ذلك إلى بعض العوامل كالنمط القيادي الأوتوقراطي الذي يمارسه الرؤساء المباشرين في هذه المؤسسة، غياب فرق العمل، ضعف إن لم نقل غياب البرامج التدريبية، ضعف قنوات الإتصال، غياب ثقافة التمكين، قلة الحوافز، إلى غير ذلك من العوامل التي لم تدع مجالاً لبروز النماذج المبدعة للعاملين.

التوصيات المقترحة

في ضوء نتائج الدراسة، تقدم الباحثة مجموعة من التوصيات:

- العمل على نشر ثقافة التمكين بين العاملين؛
- إعادة النظر في سلم الحوافز بنوعها المادية والمعنوية؛
- إعلاء شأن مشاركة العمال في إتخاذ القرارات والتفعيل الجاد لهذا المبدأ؛
- التأكيد على إنتهاج سياسة تفويض السلطة للعاملين والتوسع في تفويض الصلاحيات لهم؛
- تدعيم الجانب الإنساني في المؤسسة والإرتقاء بأدمية الأفراد وإحترام فكرهم وإرادتهم ومشاعرهم؛
- إشاعة جو من الثقة والألفة والعلاقات الإنسانية الحميمة والدافئة؛
- العمل على خلق الشعور بالولاء لدى الأفراد نحو المؤسسة من خلال العمل على توفير الأمن والأمان والإستقرار داخل هذه الأخيرة، والتخلص من أي مظهر من مظاهر الخوف؛
- تكوين فرق العمل المتألفة والمتكاملة، فهذا يؤدي إلى صقل مهارات التفكير الإبداعي؛
- تكثيف البرامج التدريبية للعاملين على إختلاف مستوياتهم؛
- تكثيف الإتصال وجعله فعالاً؛
- الإبتعاد والتخلي التام عن الأسلوب الأوتوقراطي في التعامل؛
- عقد دورات تدريبية وإشراك القادة فيها على إختلاف مستوياتهم، لتعريفهم بالنمط القيادي الديمقراطي، وأهم أسسه، وآثاره الإيجابية على كل من الفرد والمؤسسة.
- وكتوصية أخيرة وشاملة، لا بد أن تسعى المؤسسات جاهدة إلى توفير المناخ المناسب للعاملين، فقدرتهم على الإنتاج والبذل والعطاء تتناسب طردياً مع درجة إرتياحهم في العمل.

ملحق رقم (01): إستمارة بحث

السلام عليكم ورحمة الله تعالى وبركاته، وبعد

الإستمارة بين يديك تهدف إلى محاولة التعرف على آراء العمال في الشركة الجزائرية لصناعة الخزف حول مستوى الإبداع لدى أفراد المؤسسة. الرجاء التكرم بإعطاء هذه الإستمارة جزء من وقتك، وتحري الدقة والموضوعية في إجابتك عليها، وذلك لما لها من أهمية في هذا البحث، مع العلم أن الهدف الأول لهذه الإستمارة هو أكاديمي بحث والمعلومات لن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي. أمل التكرم بالإجابة على جميع فقرات الإستمارة وفق تقديرك الشخصي.

الجزء الأول: البيانات الشخصية والوظيفية:

1- العمر:

من 20 إلى 30 سنة () من 31 إلى 40 سنة ()

من 41 إلى 50 سنة () من 51 إلى 60 سنة ()

2- المستوى التعليمي:

() ابتدائي () ثانوي () أساسي () جامعي

3- عدد سنوات الخبرة:

من 01 سنة إلى 05 سنوات () من 06 سنوات إلى 10 سنوات () أكثر من 10 سنوات ()

الجزء الثاني: القدرات الإبداعية لدى العاملين بالمؤسسة

إلى أي مدى تتوافر لديك القدرات الإبداعية كأحد العاملين في هذه المؤسسة ؟

يرجى وضع إشارة (X) أمام العبارة التي تمثل وجهة نظرك الشخصية

1- الأصالة:

الرقم	العبارة	دائما	غالبا	أحيانا	نادرا	أبدا
28	أقوم بكل الأعمال المسندة إلي بأسلوب متجدد					
29	أشعر بالملل من تكرار الإجراءات المتبعة في إنجاز العمل					
30	أحاول قدر الإمكان الابتعاد عن تقليد الآخرين في حل مشكلات العمل					
31	أجد أن إجراءات العمل بحاجة إلى عملية تطوير مستمرة بعيدة عن الروتين					
32	أحاول تطبيق طرق جديدة لحل أي مشكلة تواجهني في العمل					
33	أحرص على تقديم الأفكار الجديدة					

2- الطلاقة:

الرقم	العبارة	دائما	غالبا	أحيانا	نادرا	أبدا
34	لدي القدرة على تقديم أفكار جديدة لأساليب العمل					
35	لدي القدرة على تقديم حلول جديدة للمشكلات التي تواجهني في العمل					
36	لدي القدرة على طرح الحلول السريعة لمواجهة مشاكل العمل					
37	لدي القدرة على تقديم الأفكار الجديدة لتطوير العمل بسهولة					
38	لدي القدرة على تقديم أكثر من فكرة خلال فترة زمنية قصيرة					
39	أملك المهارات الكافية التي تمكنني من إقناع الآخرين أثناء التعامل معهم					

3- المرونة:

الرقم	العبارة	دائما	غالبا	أحيانا	نادرا	أبدا
40	أهتم بمعرفة الرأي المخالف لرأيي لكي أستفيد منه					
41	أسعى إلى الحصول على الأفكار التي تساهم في حل مشاكل العمل					
42	أنا حريص على الاستفادة من الإنتقادات					
43	لا أتردد في تغيير موقفي عندما أقتنع بعدم صحته					
44	أحرص على إحداث تغييرات في أساليب العمل من حين لآخر					
45	أغير من قراراتي عندما يستجد أمر يقتضي ذلك					

4- الحساسية للمشكلات:

الرقم	العبارة	دائما	غالبا	أحيانا	نادرا	أبدا
46	لدي القدرة على التنبؤ بمشكلات العمل قبل حدوثها					
47	أخطط لمواجهة مشكلات العمل الممكن حدوثها					
48	أحرص على معرفة أوجه القصور فيما أقوم به من عمل					
49	أمتلك رؤية دقيقة لإكتشاف المشكلات التي يعاني منها الآخرون في العمل					
50	عادة ما أشعر بمتعة في التعامل مع مشكلات العمل					

مع صادق التحية والتقدير،،،

شكرا

الهوامش

¹ - Dimitri Uzunidis, L'innovation et l'économie contemporaine, Espaces cognitifs et territoriaux, De Boeck, 1^{ère} édition, Bruxelles, 2004, page 23.

² - عبد الرحمان أحمد هيجان، المدخل الإبداعي لحل المشكلات، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، مركز الدراسات والبحوث، الرياض، 1999، ص 15.

³ - OUKIL M.-Said, Economie et Gestion de L'innovation Technologique, Recherche et Développement, Office des Publications Universitaires, Alger, 1995, page 16.

⁴ - محمد حسن محمد حمادات، السوق التنظيمي والتحديات المستقبلية في المؤسسات التربوية، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2007، ص 305.

⁵ - سعيد عبد العزيز، المدخل إلى الإبداع، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الطبعة 1، الأردن، 2006، ص 21.

⁶ - حسن إبراهيم عبد العال، التربية الإبداعية، ضرورة وجود، الطبعة 01، دار الفكر للنشر والتوزيع، الأردن، 2004، ص 99.

⁷ - المرجع نفسه، ص 99.

⁸ - المرجع نفسه، ص 99.

⁹ - محمد حمد الطيبي، تنمية قدرات التفكير الإبداعي، الطبعة 02، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن، 2004، ص 54.

¹⁰ - Jean-Hervé Lorenzi, Alain Villemeur, L'innovation au cœur de la nouvelle croissance, Economica, Paris, 2009, page 48- 49

¹¹ - السعيد أوكيل، إقتصاد وتسيير الإبداع التكنولوجي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1994، ص 34.

¹² - Joel Broustail et Frederic Fréry, Le management stratégique de l'innovation, Edition DALLOZ, 1993, page 07.

¹³ - Melissa Schilling, François Thérin, Gestion de l'innovation technologique, Maxima, Paris, 2006, page 71.

¹⁴ - نجمة عباس، واقع الإبداع في المؤسسات الجزائرية الصغيرة والمتوسطة، دراسة ميدانية، بحوث لإقتصادية وعربية، العدد 61-62، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2013، ص 214.

¹⁵ - شريف غياط، محمد بوقموم، حاضرات الأعمال التكنولوجية ودورها في تطوير الإبداع والإبتكار بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، حالة الجزائر، أبحاث إقتصادية وإدارية، العدد السادس، جامعة قلمة، ديسمبر 2009، ص 54.

¹⁶ - بن عنتر عبد الرحمان، واقع الإبداع في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالجزائر، دراسة ميدانية، مجلة جامعة دمشق للعلوم الإقتصادية والقانونية، المجلد 24، العدد الأول، 2008، ص 151.

¹⁷ - Bernard Guilhon, Sandra Montchaud, Le capital-risque, mécanisme de financement de l'innovation, LAVOISIER, Paris, 2008, page 43.

¹⁸ - Joel Broustail et Frederic Fréry, op.cit, page 11.

¹⁹ - Sandrine Fernez-Walch, François Romon, Management de l'innovation, de la stratégie aux projets, 2^{ème} édition, Vuibert, 2010, Paris, page 14.

²⁰ - Melissa Schilling, François Thérin, op.cit, page 73.

²¹ - Sandrine Fernez-Walch, François Romon, op.cit, page 14.

²² - ملايكية عامر، واقع الإبتكار في المؤسسة الإقتصادية الجزائرية، دراسة ميدانية لحالة المؤسسة الوطنية للدهن بسوق أهراس، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 28/27، جامعة محمد خيضر، بسكرة، نوفمبر 2012، ص 120.

²³ - حسن أحمد الطعاني، التدريب الإداري المعاصر، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الطبعة 1، عمان، 2007، ص 15.

- ²⁴ - عاكف لطفي خصاونة، إدارة الإبداع والإبتكار في منظمات الأعمال، دار الحامد للنشر والتوزيع، الطبعة 1، الأردن، 2011، ص 85-86.
- ²⁵ - Michel Petit, Audrey Klesta, Management d'équipe: concepts et pratiques, Donod, Paris, 2000, page 178.
- ²⁶ - عاكف لطفي خصاونة، مرجع سابق، ص 89.
- ²⁷ - صلاح الشنواني، إدارة الأفراد والعلاقات الإنسانية، مدخل الأهداف، مؤسسة شباب الجامعة للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 1999. ص 228.
- ²⁸ - سمية بروبي، دور الإبداع والإبتكار في إبراز الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، دراسة حالة مؤسسة المشروعات الغازية مامي، مذكرة ماجستير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة سطيف 1، 2010-2011، ص 58.
- ²⁹ - نجم عيود نجم، إدارة الإبتكار، المفاهيم والخصائص والتجارب الحديثة، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة 1، الأردن، 2003، ص 199.
- ³⁰ - رفعت عبد الحليم الفاعوري، إدارة الإبداع التنظيمي، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، بحوث ودراسات، القاهرة، 2005، ص 178.
- ³¹ - مدحت أبو النصر، فرق العمل الناجحة، البناء والنمو والإدارة، المجموعة العربية للتدريب والنشر، الطبعة 1، مصر، 2012، ص 44.
- ³² - زكريا مطلق الدوري، أحمد علي صالح، إدارة التمكين وإقتصاديات الثقة في منظمات أعمال الألفية الثالثة، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2009، ص 27.
- ³³ - المرجع نفسه، ص 94.
- ³⁴ - Jean Lachmann, Stratégie et financement de l'innovation, collection techniques de gestion, Économisa, Paris, 2010, page 26.
- ³⁵ - Farid Baddache, Entreprises et ONG: Face au développement durable: L'innovation par la coopération, L'Harmattan, 2004, page 83.
- ³⁶ - Daniël Blondel, Innovation et bien-être, Une relation équivoque, éditions Publibook, Paris, 2010, page 20.
- ³⁷ - لزهرة العابد، إشكالية تحسين القدرة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، رسالة دكتوراه علوم منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قسنطينة 2، 2012-2013، ص 139.
- ³⁸ - المرجع نفسه، ص 140.
- ³⁹ - المرجع نفسه، ص 143.
- ⁴⁰ - برفين جويتا، الإبداع الإداري في القرن الحادي والعشرين، ترجمة أحمد المغربي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2008، ص 127-128.
- ⁴¹ - حسين حريم، إدارة المنظمات، منظور كلي، الطبعة 1، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2003، ص 314.
- ⁴² - محمد المحمدي الماضي، المستجدات العالمية وأثرها على أنماط وأساليب القيادة في بناء فرق العمل وتفجير روح الإبداع والإبتكار، ورقة عمل مقدمة في ندوة تنمية المهارات الإبداعية لقادة المنظمات العامة والخاصة، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، جامعة الدول العربية، مصر الجديدة، 2010، ص 88-89.
- ⁴³ - حسين حريم، إدارة المنظمات، مرجع سابق، ص 316.
- ⁴⁴ - المرجع نفسه، ص 315.
- ⁴⁵ - راجع: المرجع نفسه، ص 316، وكذلك محمد حسن محمد حمادات، مرجع سابق، ص 317.