

أثر السلوك الإبداعي في تنافسية المؤسسات الاقتصادية في ظل اقتصاد المعرفة
- وحدة الأنايبب المصغرة PTS كأنموذج-

*L'impact du comportement créative sur la compétitivité des institutions économiques vu que
l'économie de savoir -Mini tube PTS comme modèle-*

زيان موسى مسعود¹

المركز الجامعي أحمد الونشريسي تيسمسيلت - الجزائر

zimes2019@outlook.fr

تاريخ النشر: 2021/06/24

تاريخ القبول: 2021/02/20

تاريخ الاستلام: 2021/01/12

ملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل تأثير السلوك الإبداعي بمحوريه مقومات السلوك الإبداعي وتحفيز السلوك الإبداعي في تنافسية المؤسسات الاقتصادية في ظل اقتصاد المعرفة، وقد توصلت الدراسة في جانبها النظري إلى أن التنافسية الحديثة للمؤسسات في ظل اقتصاد المعرفة لا يكون إلا بوجود مقومات السلوك الإبداعي والمتمثلة في (الطلاقة، الأصالة والحساسية اتجاه المشكلات) وتحفيزا له (الثقافة التنظيمية والتغيير، التمكين الإداري وفرق العمل)، وللتأكد من صحة هذه النتيجة قمنا باسقاطها ميدانيا على وحدة الأنايبب المصغرة PTS معتمدين في ذلك على الاستبيان كأداة أساسية لجمع البيانات، ولتحليلها استخدمنا مجموعة من الأساليب الإحصائية. وخلصت نتيجة الدراسة في وحدة الأنايبب المصغرة PTS بالرغاية على وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) للسلوك الإبداعي في تنافسية وحدة PTS، وهذا ما يثبت فعليا النتيجة المتوصل إليها نظريا. **الكلمات المفتاحية:** السلوك الإبداعي، مقومات السلوك الإبداعي، تحفيز السلوك الإبداعي، التنافسية.

Abstract:

This study aimed to analyze the impact of creative behavior by focusing on its elements and stimulating it on the competitiveness of economic institutions in the context of the knowledge economy. The study concluded in its theoretical aspect that the modern competitiveness of organizations in the knowledge economy is only the presence of elements of creative behavior (fluency, authenticity, and sensitivity to problems and motivation for it (organizational culture and change, administrative empowerment and teams). and to ensure the validity of this result, we projected it in the field to the PTS unit, relying on the questionnaire as a basic tool for data collection, and for analyzing the latter we used a set of statistical methods.

The result of the study in the PTS mini-tubing unit concluded that there was a statistically significant effect at the moral level ($\alpha \leq 0.05$) for creative behavior on the competitiveness of the PTS unit. This actually proves the theoretical result

Key words: creative behavior, creative behavior constituents, encouraging creative behavior, competitiveness.

مقدمة:

تعد الثورة الاقتصادية الرابعة نقلة نوعية عرفتها البشرية، حيث استطاع اقتصاد المعرفة ازاحت معظم الخصائص التي كان يتميز بها الاقتصاد الكلاسيكي، من خلال تثمين العقل البشري باعتبار ما يمتاز به من إبداع، حيث أدى هذا الأخير الى الاعتراف بما يزر به الفرد من قدرات ومهارات وما ينجم عنها من تحول في تاريخ البشرية، فعظم هذا العقل واصبح ينظر للمعرفة على انها ام الاختراعات فتحول العالم بصفة غير مسبوقه، واستشرى الانترنت والرقمنة في جميع الميادين، واضحى بقاء المؤسسات الاقتصادية متوقف على ما تمتلكه من قدرات استراتيجية عليا والمتمثلة في الكفاءات المحورية او راس المال البشري المؤهل والمتقن لاستخدامات التكنولوجيا المتطورة.

كل هذا ادى الى تغيرات جذرية في طبيعة ومنطق ومفهوم تنافسية المؤسسات الاقتصادية، واصبحت تتصف بيئة هذه الاخيرة وخاصة بيئتها التنافسية بدرجات كبيرة من التعقيد والتغير وحالة عدم التاكيد، فكان الاعتماد على القدرات الابداعية لكفاءاتها المحورية في مواجهة كل هذه التغيرات سبيلها الوحيد.

يعد الاقتصاد الجزائري من بين الاقتصاديات التي لا تزال تعتمد على الريع، الا انه يوجد توجه وميول لتبني الاقتصاد المعرفي كونه قد استحدثت في الحكومة الحالية لسنة 2020 وزارة اقتصاد المعرفة والمؤسسات الناشئة التي تهتم بعصرنة واحتواء المبدعين، فضلا عن بروز بوادر توشي بالتبني التدريجي لاقتصاد المعرفة والتخلص من الاقتصاد الريعي من خلال فعاليات الندوة الوطنية حول مخطط الإنعاش الاقتصادي والاجتماعي المنعقد بتاريخ 19 أوت 2020.

ومن هذا المنطلق يمكن طرح الاشكالية الآتية:

ما مدى مساهمة السلوك الإبداعي للعاملين في المؤسسات الاقتصادية في تعزيز تنافسيتها في ظل اقتصاد المعرفة؟

ومن اجل الإلمام لمختلف جوانب الاشكالية يمكن طرح الأسئلة الفرعية الآتية:

1. ما مدى توافر مقومات السلوك الإبداعي لدى عمال وحدة PTS؟
2. ما مستوى تشجيع السلوك الإبداعي في وحدة PTS من طرف المسؤولين؟
ولإجابة على كل هذه الأسئلة نطرح مبدئيا الفرضيات الآتية:
1. الفرضية الرئيسة الأولى H0: يوجد اثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لمقومات السلوك الإبداعي في تنافسية المؤسسة في ظل اقتصاد المعرفة لدى عمال وحدة PTS
2. الفرضية الرئيسة الثانية H0: يوجد اثر ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لتحفيز السلوك الابداعي في تنافسية المؤسسة في ظل اقتصاد المعرفة لدى عمال وحدة PTS
3. الفرضية الرئيسة الثالثة H0: يوجد اثر ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين مقومات السلوك الابداعي وتحفيز السلوك الابداعي في تنافسية المؤسسة في ظل اقتصاد المعرفة لدى عمال وحدة PTS
4. الفرضية الرئيسة الرابعة H0: يوجد فروق ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين مقومات السلوك الابداعي وتحفيز السلوك الابداعي في تنافسية المؤسسة في ظل اقتصاد المعرفة لدى عمال وحدة PTS تعزى للعوامل الشخصية والوظيفية.

اهمية الدراسة:

تنطرق هذه الدراسة الى احد اهم الموضوعات التي تسعى المؤسسة الى تحقيقها وتعزيزها الا وهي التنافسية، في حين تستمد اهميتها من خلال المتغيرات التي اعتمدت عليها والمتمثلة في الابعاد الحديثة للتنافسية وربطها باحد اصعب المتغيرات التي لا يمكن التحكم

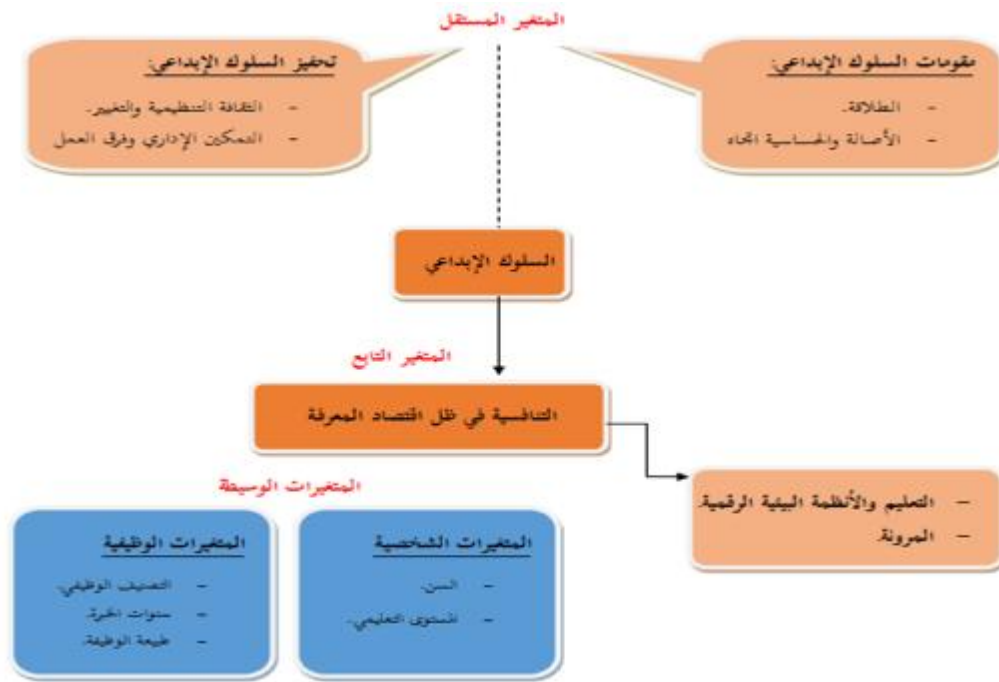
فيه بسهولة بالرغم من انه ينتمي الى البيئة الداخلية للمؤسسة الا وهو القدرات الابداعية العاملين ومحاولة فهم والتاثير في هذا السلوك الابداعي بشتى الوسائل باعتباره من اهم السبل التي تعول عليها المؤسسات في مواجهة التغيرات التي طرأت على بيئتها التنافسية التي اصبح تحليل الابعاد الكلاسيكية لهذه الاخيرة لا لا يضمن لها حتى البقاء ناهيك تحقيق مراكز متقدمة.

اهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى الآتي:

1. توضيح وازالة اللبس عن مختلف مفاهيم السلوك الابداعي .
2. ايجاد العلاقة بين السلوك الابداعي وتنافسية المؤسسات الاقتصادية.
3. ابراز مختلف المقومات الشخصية للسلوك الابداعي وكيفية تحفيزه.
4. التعرف على الاساليب الحديثة للتنافسية في ظل اقتصاد المعرفة.

أنموذج الدراسة:



المحور الأول: طبيعة ومضمون السلوك الابداعي:

تعرض الابداع للكثير من الخلط في مختلف الكتابات التي تناولته نظرا للاهمية البالغة للابداع داخل المؤسسات الاقتصادية، ويبرز هذا الخلط جليا في مفهوم الابداع كتفكير و الابداع كسلوك والابداع كنتاج وذلك بسبب تكامل هذه العمليات مع بعضها البعض، وبناءا على هذا سنحاول في هذا المحور الإلمام بمختلف جوانب السلوك الابداعي.

أولا: مفهوم السلوك الابداعي:

1- تعريف السلوك الابداعي:

يختلف مفهوم السلوك الابداعي باختلاف وجهات ورؤى مختلف المؤلفين المنظرين له، حيث عرف على انه:

- عبارة عن الافكار والممارسات التي يقدمها المدبرون والعاملون، والتي تقتضي إيجاد عمليات ادارية وطرق واساليب أكثر كفاءة وفعالية¹.
- انشاء، تقديم، وتطبيق افكار جديدة على مستوى المنظمة².
- تطبيق فكرة طورت داخل المؤسسة او تمت استعارتها من الخارج سواء كانت تتعلق بالمنتج او الوسيلة او العملية او السياسة او البرامج او الخدمة - التي تعتبر كفكرة جديدة بالنسبة للمنظمة حين تطبيقها³.
- عملية مركبة تتضمن على الاقل عنصرا عقليا وعنصرا انفعاليا وعنصرا سلوكيا، فالبدائية تكون بالعنصر العقلي الذي يمثل التفكير حيث يولد شعورا انفعاليا كالقلق، الخوف، او الرضا، ثم يتجسد العنصرين السابقين نفسيهما في سلوك ابداعي للاخرين، الذي بدوره قد يترجم في النهاية الى نواتج ابداعية⁴.
- عملية خلق الافكار الجديدة البعيدة عن السياق التقليدي في التفكير واستحداث كافة الطرق والاساليب التي من شأنها تحويل هذه الافكار الى واقع مطبق وذو قيمة نافعة للمجتمع متحملين في ذلك كل اشكال المغامرة المتمثلة بعمليات التغيير والدعم لتحقيق الاهداف⁵.
- وما سبق يمكن تعريف السلوك الابداعي على انه تصرفات وسلوكيات داخل المنظمة تتميز بالابداع والاصالة، وهي محصلة قرارات القادة المبدعين من خلال تفجير المهارات الفكرية والقدرات العقلية للعاملين عن طريق وضع البرامج والاستراتيجيات التي تسعى الى الاستثمار الجيد للمعارف والخبرات، وذلك في بيئة وثقافة محفزة، ما قد يترتب عنها نواتج ابداعية سواء كان في المنتج او طريقة العمل او إيجاد حلول لمشكلات بطرق أكثر كفاءة وفعالية.

2- العوامل المؤثرة في السلوك الابداعي:

يتأثر الابداع بالعديد من العوامل منها نفسية داخلية تؤثر على الناتج النهائي من العملية الابداعية فضلا عن عوامل اخرى

نلخصها كالتالي⁶:

- أ- العوامل النفسية: والتي تتضمن كل من:
 - الذكاء: فالذكاء يساعد المبدع على التأمل والتفكير في ما يواجهه من مستجدات وما يقترحه من حلول.
 - المرونة: يميل الشخص المبدع الى الابتعاد عن العمل الروتيني المتكرر، فهو يلجأ الى التجديد في اساليب العمل التي يستخدمها، اذ يجد فيها فرصة للتعرف على اشياء جديدة في العمل التي يستخدمها، اذ يجد فيها فرصة للتعرف على اشياء جديدة لم تكن مألوفا من قبل.
 - الاحساس: يشعر الشخص المبدع بتوافر قدر من الاحساس المهرف بالمشكلات الراهنة والمتوقعة والرغبة في البحث عن الحلول وبدائل لتلك المشكلات.
 - المخاطرة: يميل المبدع الى تحمل المخاطر الناتجة عن الاعمال التي يقوم بها باعتبارها اعمال غير روتينية.
 - المثابرة: المبدع يحاول ويحاول ولا يتوقف عند اول عقبة.
 - الربط بين الاشياء: يتصف المبدع بقدرته على إيجاد وسائل الربط بين الافكار وما يحيط بها من متغيرات.
- ب- عوامل اخرى: يمكن تصنيفها الى نوعين:

* عوامل داخلية: ونقصد بها العوامل داخل المؤسسة ومنها:

- بيئة العمل.

- جماعة العمل

- الاتصالات الادارية.

* عوامل خارجية: ونقصد بها العوامل خارج المؤسسة ومنها: الاسرة والتعليم ووسائل الاعلام وحتى الجماعات المرجعية.

ثانيا: القدرات الأساسية للسلوك الإبداعي

يعتبر علماء النفس اول من قاموا بدراسة واختبار قدرات ومهارات التفكير المتباعد وعلى رأسهم Guilford من خلال نظرية البناء العقلي، وتمثل هذه القدرات في:

1- الطلاقة: وتمثل في القدرة على توليد عدد كبير من الافكار والبدايل او المشكلات عند الاستجابة لمثير معين، مع السرعة والسهولة في توليدها، فهي متعلقة بكم الافكار الناتج وليس نوعها⁷.
وهناك ثلاث عوامل متميزة للطلاقة في الاختبارات الكلامية لوحدها والمتمثلة في⁸:

- أ- **الطلاقة الفكرية:** لها علاقة بنسبة توليد كمبة الافكار، وهذا النوع مرتبط بالقدرة العقلية كالقدرة على التخيل او التشبيه والاستنباط.
- ب- **الطلاقة الترابطية:** فتتسمي الى اكمال العلاقات، وهذا ما يميزها عن النوع السابق.
- ت- **الطلاقة التعبيرية:** فهي على علاقة بسهولة بناء الجمل.

في حين تطور مفهوم الطلاقة في العصر الحالي ليشمل نوع اخر والمتمثل في الطلاقة التكنولوجية والتي تعبر عن القدرة على استخدام التكنولوجيا وتطبيقها بطريقة سلسلة، كما يفعل المرء مع اللغة (العملية) ولكنه يتضمن ايضا تطوير المعرفة في مجال تكنولوجيا المعلومات⁹.

2- الاصاله: ونقصد بها تلك المظاهر التي تبدو في سلوك الفرد الذي يبتكر بالفعل انتاجا جديدا، فالاصالة تعني الجدة والطرافة، ولكن هناك شرطا اخر لا بد من توفره الى جانب الجدة، وهو ان يكون مناسباً للهدف او الوظيفة التي سيؤديها العمل المبتكر، فالسلوك الجيد والمناسب والذي يؤدي الى الهدف الكنشود بمهارة يعد بحق سلوكا ابداعيا اصيلا، والجدة وحدها لا يمكن ان تدل على الابداع، لان السلوك الابداعي يمكن ان يتخذ شكل العمل الابداعي بطريقة كاذبة لانخفاض درجة توافقه مع الموقف¹⁰.

3- المرونة: وتمثل في القدرة الفعلية للفرد على تغيير اتجاهات تفكيره لاكثر من اتجاه وعدم التجمد او الاصرار على اتجاه معين، وهناك نوعين من المرونة:

- مرونة تكيف: وتتعلق بقدرة الفرد على اعادة ترتيب عناصر المشكلة وفق ما تتطلبه الامكانيات والظروف المحيطة.
- المرونة التلقائية: وتتعلق بقدرة الفرد على تغيير تفكيره بسهولة وسرعة نحو افكار اخرى متحررا من القيود، متخذاً عدة اتجاهات بدلا من اتجاه واحد في التفكير.

4- الافاضة: وتمثل في القدرة على التفصيل والتوضيح للافكار المطروحة لحل المشكلات والتعامل مع المواقف الطارئة التي تواجه الفرد في حياته العملية.

5- الحساسية للمشكلات: وتمثل في القدرة على الشعور بان الموقف الذي يواجهه الفرد ينطوي على مشكلة او عدد معين من المشكلات التي تحتاج الى حل، وهنا نرى ان الحساسية للمشكلات تظهر غالبا في شكل وعي بالنقص او العيوب في الاشياء او المواقف، مما يؤدي الى الاحساس بالحاجة الى التغيير او حيل جديدة.

وتجدر الاشارة الى ان هناك خمس مستويات للحلول الابداعية للمشكلات، والجدول التالي يوضح هذه المستويات مع متطلبات كل مستوى.

الجدول رقم 01: مستويات الحلول الابداعية للمشكلات.

المستوى	درجة الابداع	النسبة المئوية للحلول الابداعية	مصدر المعرفة المطلوب	العدد التقريبي للحلول التي تؤخذ بعين الاعتبار
الاول	الحل الظاهر	32%	معرفة شخصية	10
الثاني	تحسين طفيف	45%	معرفة ضمن المؤسسة	100
الثالث	تحسين جوهري	8%	معرفة ضمن مجال الصناعة	1.000
الرابع	مفهوم جديد	4%	معرفة خارج مجال الصناعة	10.000
الخامس	اكتشاف	1%	جميع ما هو معروف	100.000

المصدر: فتحي عبد الرحمن جروان، الابداع مفهومه، معايير، نظرياته، قياسه، تدريبه، مراحل العملية الابداعية، دار الفكر ناشرون وموزعون، ط 2، الاردن، 2009، ص 235.

المحور الثاني: تأثير السلوك الابداعي في تنافسية المؤسسات الاقتصادية في ظل اقتصاد المعرفة

قبل محاولة إيجاد مستوى مساهمة السلوك الابداعي في تعزيز تنافسية المؤسسات الاقتصادية، تجدر الإشارة الى التطورات التي

ظهرت على مفهوم التنافسية في ظل اقتصاد المعرفة، حيث يتجلى ذلك في الجدول الاتي:

الجدول رقم 02: الفرق بين التنافسية التقليدية والتنافسية الحديثة

التنافسية التقليدية	التنافسية في ظل اقتصاد المعرفة
السوق	شدة المنافسة (السوق تام)
العلاقة بين المنافسين	التعاون والتشارك بين المنافسين من خلال: اشاء ترابط شبكي بين المؤسسات في الاعمال المحلية والدولية. القيام بالتحالفات الاستراتيجية. تحقيق الانسجام والمواءمة.
الهدف	الاستحواذ على أكبر حصة سوقية للربح من اجل البقاء يتعدى هدف الربح. رفع المستوى المعيشي للفرد خلق قيمة مستدامة 0
الاخلاقيات	الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية.
اسس المنافسة	الابداع والابتكار، تكنولوجيا المعلومات. منتجات معرفية، البحث والتطوير.
حجم السوق	اغلبها اسواق محلية
البيئة	بسيطة، وقليلة التغيير
المنتجات	رقمية ومعرفية وتكنولوجية متطورة.
خطة العمل	الاعتماد على دراسة جدوى المشاريع
التكلفة	اسعار مرتفعة

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على: Ashoka Chandra, M K Khanijo, **Knowledge Economy: the Indian Challenge**, Sage Publications, India, 2009, p.37.

وبالتالي فان المؤسسات الاقتصادية في ظل اقتصاد المعرفة أصبحت تتنافس مع ابعاد جديدة للمنافسة تشكل المواقف المرنة والتكيف مع مختلف الحالات غير المؤكدة، والتي تتطلب بدورها مناهج جديدة، واصبحت المخاطر أكبر من أي وقت مضى.

ويعتبر معهد BCG من الاوائل الذين تطرقوا الى التنافسية في عصر اقتصاد المعرفة والسلوك الابداعي، حيث ارتكز على ثلاث

نقاط اساسية:

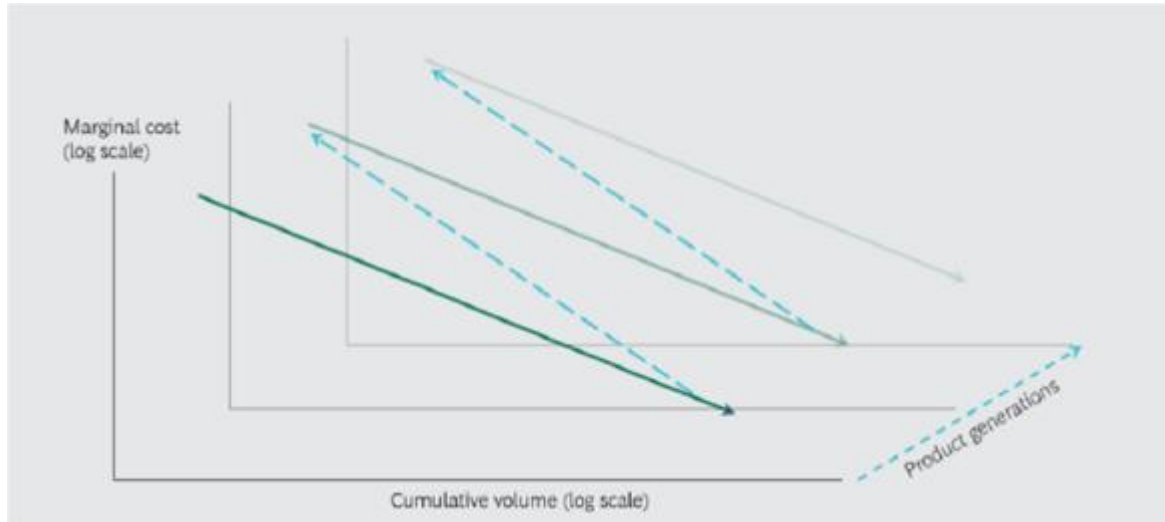
أولاً: التنافس من خلال التعلم الحديث

بالنظر الى التغيرات الحاصلة، سيكون التعلم الديناميكي ضروريا بشكل متزايد، لان بيئة الاعمال غير مؤكدة وتتغير بشكل اسرع، ان التبنى الواسع للتقنيات الجديدة سيؤدي حتما الى رفع مستوى المنافسة، لذلك اعتبر معهد BCG ان التنافس على التعلم يتطلب أكثر من مجرد تبني الذكاء الاصطناعي، حيث كان التعلم في السابق على الشكل التالي:

1- التعلم من الجيل الاول: والذي كانت تعتمد المؤسسة فيه على منحى الخبرة ومحاوله الوصول الى اقتصاديات الحجم، وبالتالي تخفيض تكلفة الانتاج ما يؤدي الى تبني استراتيجية تسعير اقل من المنافس.

2- التعلم من الجيل الثاني: والذي تجاوزت فيه المؤسسات منحى الخبرة الى تعلم كيفية القفز من منحى الى اخر، حيث ادى الابداع التكنولوجي الى ضغط دورات حياة المنتج، لذا تظهر منحنيات التعلم الجديدة قبل ان يتم تطبيق المنحنيات القادمة بالكامل.

شكل رقم 01: التعلم الكلاسيكي في المؤسسة



Source: Reeves Martin, Whitaker Kevin, Competing on the rate of Learning, P:03

3- التعلم الحديث: وهو التعلم الذي يعتمد اساسا على التقنيات الحديثة مثل المستشعرات والمنصات الرقمية والذكاء الاصطناعي، التي

تسمح بتسريع معدل توليد المعلومات وجمعها ومعالجتها بشكل كبير وبسرعة فائقة.

وبالتالي، فلا يمكن للمؤسسات الاعتماد على التطور التكنولوجي لوحده او بتكرار نمط تاريخي راسخ، هناك حاجة الى تطوير أنموذج

تنظيمي لاطلاق امكانيات التقنيات الجديدة من اجل التكيف ومواجهة المنافسة ، وذلك من خلال:

- ربط البيانات بخوارزميات الذكاء الاصطناعي.
- تدفق البيانات من المنصات الرقمية تلقائيا الى خوارزميات الذكاء الاصطناعي.
- الاندماج والتفاعل بين راس المال البشري والذكاء الاصطناعي.

ثانيا. التنافس من خلال الانظمة البيئية الرقمية:

1- مفهوم النظام البيئي الرقمي: سيبدو عالم المستهلك اليومي بعد 2020 مختلفا جذريا عن العالم السابق، حيث تغيرت العديد من المنتجات والاجهزة العادية مثل انظمة التدفئة والتلفزيون والسيارات والساعات والالعاب والمصاييح المنزلية واصبحت رقمية، وسيتم ربطها بالانترنت مع بعضها البعض وبطرق جديدة تماما، وهذا ما يسمى بالانترنت الاشياء (IOT)، حيث تتمثل اهميته في¹¹:

• البيانات التي تخدمها والافكار التي تنتج عنها مثل:

- العمل بطرق ذكية لسلاسل التوريد المتصلة.

- القدرة على مراقبة المنتجات وتقديم خدمات جديدة متصلة بشبكة الانترنت.

- انترنت الاشياء لا يغير فقط كيفية عمل المؤسسة، وانما يغير كذلك طبيعة عملها.

- قيادة المؤسسات الى تبني اعمال جديدة تتطلب قدرات جديدة.

• ان غالبية حلول انترنت الاشياء اليوم مبنية حول:

- التطبيقات الداخلية مثل تحسين المصنع، اتمتة سلسلة التوريد وتصميم المنتج المحسن.

- للاستفادة بشكل كبير من قيمة بيانات انترنت الاشياء تحتاج المؤسسات الى التعاون بين شركاء الاعمال الجديد B2B، بما في ذلك شاغلوا الصناعة والجهات الفاعلة في قطاعات اخرى، وهذا ما يقودنا الى النظام البيئي الرقمي.

حيث يعرف هذا الاخير من طرف BCG على انه¹²: " شبكة من المنظمات والمساهمين الفرديين والعملاء الذين يتفاعلون لخلق قيمة معادلة في الاسواق الرقمية الموجهة نحو المستهلك، يتم تمكين النظم البيئية من خلال منصات تقنية قياسية تسمح للاجهزة والتطبيقات والبيانات والمنتجات والخدمات بالعمل معا بطرق جديدة".

فمثلا تعمل شركة مرسيدس على دمج النظام البيئي الرقمي من خلال تطبيق "Mercedes me connect"، حيث قام الملايين من عملائها بتنزيل هذا التطبيق على هواتفهم والتحكم في العديد من وظائف السيارة عن طريق الهاتف الذكي.

2- اهمية النظام البيئي الرقمي في دعم تنافسية المؤسسة: وتتجلى اهمية النظام البيئي الرقمي في دعم تنافسية المؤسسة من خلال¹³:

• انشاء انظمة جديدة.

• احداث اضطراب عميق.

• النظم البيئية قادرة على توفير تجارب رقمية سلسلة وشاملة للعملاء من خلال:

- تنظيم شركاء الاعمال على منصة واحدة لتلبية احتياجات العملاء المتعددة.

- سهولة وضمان وصول المستهلكين الى منتجاتهم ومراقبتها والتحكم فيها عن بعد.

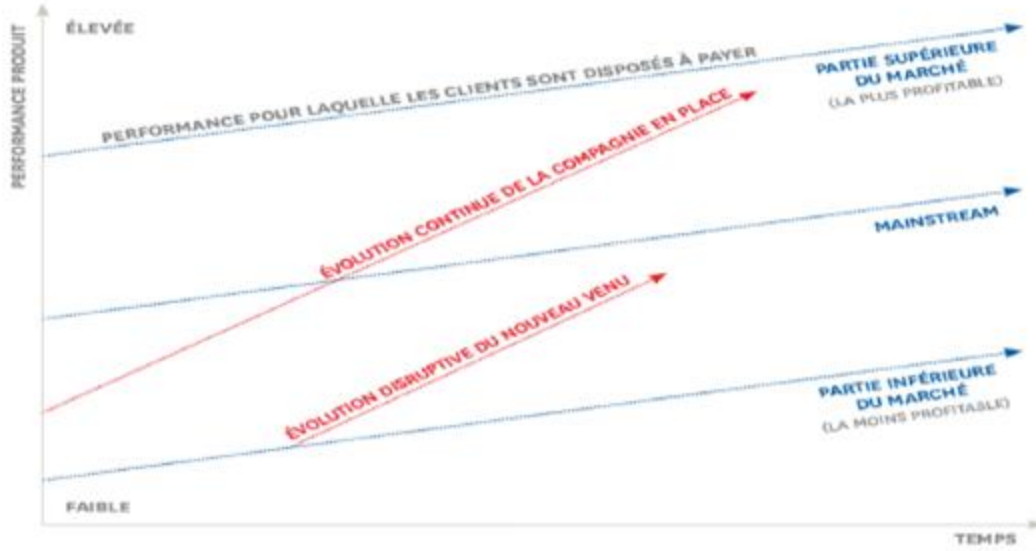
ومن جهة اخرى يضمن للمؤسسة الاستفادة من تكاليف الانتاج الهامشية الصفرية¹⁴.

3- تاثير النظام البيئي الرقمي في المؤسسات الناشئة:

يحلل Christense et raynor طريقة تنافس المؤسسات الناشئة التي تعتمد على النظام البيئي الرقمي وكيف تتصدى

المؤسسات القائمة الى تعطيل اسواقها من طرف الداخلين الجدد كالتالي:

الشكل رقم 2: نموذج الابداع التخريبي في تنافسية المؤسسات



Source: Christensen Clayton, Raynor Michael, la grande idée, qu'est-ce que l'innovation disruptive, Harvard business review, 2017.

- حيث تمثل الخطوط الحمراء التحسين بمرور الوقت للمنتجات والخدمات، أما الخطوط الزرقاء فتتمثل موافقة العميل على الدفع مقابل جودة المنتج.
- الخط الأحمر العلوي Evolution continue de la compagnie en place الذي يمثل تقديم منتجات ذات جودة متزايدة من طرف المؤسسات القائمة من أجل خدمة زبائن العملاء المتميزين (الأكثر ربحية) والمتمثل في الخط الأزرق العلوي، في المقابل نجد هذه المؤسسات القائمة تتخلى عن العملاء العاديين والعملاء ذوي المستوى المنخفض (الأقل ربحية)، وهذا ما يمنح الداخلين الجدد فرصة لتأسيس أنفسهم في القطاعات الأقل ربحية المهمل من طرف المؤسسات القائمة.
- حيث تبدأ المؤسسات الناشئة رحلتها بتقديم منتجات محسنة وذات جودة عادية في مستوى قاع السوق لفترة قصيرة ثم تقوم بتحسين أداء عروضها معتمدة على النظام البيئي الرقمي وانترنت الأشياء وتقديم منتجات جديدة ذات قيمة عالية ومستوى أعلى من منتجات المؤسسات القائمة (الخط الأحمر السفلي) من أجل استهداف عملاء جدد وهم عملاء المؤسسات القائمة، وإذا نجحت في ذلك أصبح الابداع بمفهومه التخريبي المعطل للسوق الحالية، وتشير هذه الاتجاهات إلى معركة جديدة بين المؤسسات الناشئة والقائمة، على عكس العقود الماضية، حيث اطاحت بالعديد من المؤسسات القائمة الكبرى بنماذج رقمية بحتة من خلال:
- رقمنة بيانات المنتجات
- توصيل الأشياء الذكية بالعملاء
- دمج العديد من الأنظمة الأساسية في عرض خدمة واحدة متكاملة.

ثالثا. التنافس من خلال المرونة:

1. مفهوم المرونة

يقول (Martin reeves) الرئيس التنفيذي لـ (BCG Henderson institut)¹⁵: "ان المرونة تشبه الى حد كبير التامين ضد الزلازل، فهي توفر الحماية ضد عدم اليقين في المستقبل، ولكن هذا يزيد من التكلفة في الحاضر ويطرح السؤال الشائك حول كيفية تحديد المستوى الصحيح من التغطية، حتى اذا كان لا يمكن تقييم قيمة دقيقة، فمن المفترض ان تكون التغطية كافية على الاقل لضمان البقاء ضد سيناريوهات المخاطر المعقولة"، وبهذا فقد تجلت اهمية المرونة بالنسبة للمؤسسة في كونها¹⁶:

- محركا رئيسيا للقيمة.
 - تستجيب على الفور لحماية نفسها
 - مرحلة اعادة تجميل حرجة.
 - من المرونة التقليدية الى المرونة الحديثة.
- ### 2. ابعاد المرونة: تتمثل ابعاد المرونة في:

أ. **حماية وتنمية السطر الاعلى:** حيث يساعد الذكاء الاصطناعي وتبني نظام بيئي رقمي من استشعار عميق في تحديد ومعالجة التغيرات في احتياجات العملاء بسرعة من خلال التسويق والمبيعات والتسعير المستند الى البيانات الرقمية مع توصيات واثمة ذاتية الخدمة¹⁷.

ب. **تبني ثقافة DEV OPS:** تتكون كلمة DEV OPS من مصطلحين Développement و Operation وتعني¹⁸: " اتحاد الاشخاص والعمليات والتكنولوجيا لتقدم قيمة للعملاء باستمرار"، حيث تضيف DEV OPS ثلاث قيم اساسية من اجل التحول والمرونة السريعة¹⁹:

- **الكفاءة:** بفضل تركيزها على الاتمة والاصدارات الاصغر والاكثر تكرارا.
- **الحركة السريعة في المؤسسة (Agility):** حيث يلغي dev ops الكثير من التنسيق اليدوي المطلوب لتنفيذ ميزات وتغييرات جديدة من خلال الاتمة ينتج عن هذا ردود فعل اسرع وتكامل فضلا عن معالجة مبسطة للاخطاء، حيث عرف BCG الحركة الرشيقة او السريعة (Agility) على انها²⁰: " التفاعل بسرعة مع الاضطرابات في سلسلة التوريد واللوجيستيات والتصنيع والتطوير ووظائف المؤسسة وادارتها من خلال عمليات رقمية بالكامل ومؤتمتة للغاية وممكنة لانترنت الاشياء"
- **الجودة:** يضمن Dev ops و Agility جودة المنتج من خلال²¹:
- في نموذج Dev ops، يسلم المطورون مشاريع التطوير المكتملة لوظيفة عمليات التكنولوجيا والتي تراقب وتحافظ على تلك المشاريع.
- تتيح Agility اصلاحات اسرع واسهل، وتحفز المطورين على منع المشاكل المستقبلية، وفي نفس الوقت، ونظرا لان Dev ops يجلب المزيد من الاتمة والتوحيد القياسي لعملية التطوير، يمكن تقليل الاخطاء البشرية ومشاركة افضل للممارسات بسهولة أكبر بين الفرق.

ت. **تحسين الامن الالكتروني (السيبراني):**

فسرته BCG على انه²²: " قوة وقدرة المؤسسة على مواجهة تهديد المتسللون الذين يسعون لتدمير مستودع بيانات المؤسسة بالكامل حيث تزايد حوادث الملكية الفكرية المسروقة، وبيانات العملاء المفقودة، والبرامج المعطلة.... وغيرها من اشكال الجرائم الالكترونية، وتعمل هذه الهجمات على تثبيط الاهداف الاستراتيجية للمؤسسات، وتضر بارباحها النهائية وتكلف بعض المديرين ووظائفهم ما لم تكن المؤسسة يقظة".

وبالتالي فعلى المؤسسة ان تاخذ هذه الابعاد بعين الاعتبار من اجل اكتساب مرونة أكبر في تفاعلاتها مع أي تهديدات او مخاطر.

3. تحقيق التنافسية من خلال المرونة:

تخلق المرونة اربعة انواع من المزايا للمؤسسات تساعد على اداء متفوق في الازمات²³:

- ميزة التوقع: بمعنى القدرة على التعرف على التهديدات والايتماد لها مسبقا مما يساعد على تخفيف التأثير الفوري وتحسين سرعة التعافي.
- ميزة التوسيد: القدرة على تحمل الصدمات الاولية، مما يساعد في تخفيف التأثير الفوري.
- ميزة التكيف: القدرة على تحديد الاجراءات المطلوبة بسرعة لاستعادة العمليات وتنفيذها بسرعة، مما يساعد على تحسين سرعة الاسترداد وتحقيق قدر أكبر من التعافي.
- ميزة التشكيل: القدرة على تشكيل ديناميكيات الصناعة في بيئة ما بعد الصدمة، مما يساعد في تحقيق أكبر قدر من التعافي.

المحور الثالث: عرض منهجية الدراسة الميدانية

حتى نتمكن من التحليل الدقيق لوحدة الانايب المصغرة PTS ارتائنا في هذا المحور ان نعرض الطرق المستخدمة للتحليل وعرض شامل لمحاور الدراسة الميدانية.

اولا. المنهجية المستخدمة:

1. اداة الدراسة: حيث تناولت النقاط الآتية:

أ. اعداد اداة الدراسة: قمنا بتصميم استبائية شاملة للموضوع من اجل تقديم نظرة واقعية للمؤسسة محل الدراسة.

ب. صدق اداة الدراسة: حيث قمنا بالتأكد من صدق الاستبيان عن طريق:

- الصدق الظاهري: من خلال عرض الاداة على محكمين من ذوي الاختصاص و الدرجة العلمية الاكبر لأخذ وجهات نظرهم والاستفادة من آرائهم في تعديلها والتحقق من مدى ملائمة كل عبارة للمحور الذي ينتمي اليه ومدى سلامة ودقة الصياغة اللغوية.
- الشكل النهائي للأداة: حيث بعد الاخذ بمختلف الآراء قمنا بصياغة الاستبيان بشكله النهائي كما يأتي:
- الجزء الاول ويشمل معلومات تعرف بطبيعة الدراسة والهدف منها، كما اكدنا فيها على اهمية اجاباتهم في التحليل.
- الجزء الثاني ويعطي انطباعا عاما عن المستجوب من خلال معلوماته الشخصية والوظيفية.
- الجزء الثالث ويشمل ثلاث محاور حيث يتعلق المحور الاول بمقومات السلوك الابداعي والذي يقيس اهم القدرات المساعدة في تبني السلوك الابداعي من خلال بعدين: بعد الطلاقة ويتكون من خمس عبارات وبعد الاصاله والحساسية للمشكلات باربع محاور، في حين يتعلق المحور الثاني بتحفيز السلوك الابداعي والذي يقيس اهم الاستراتيجيات المتبعة لتنمية وتطوير السلوك الابداعي من خلال بعدين ايضا، حيث يتعلق البعد الاول بالثقافة التنظيمية والتغيير الذي يقيس مدى قوة ثقافة المؤسسة في توجيهها لتبني وتحفيز السلوك الابداعي ويتكون من خمس عبارات، اما البعد الثاني فيتعلق بالتمكين الاداري وفرق العمل و يتكون من خمس عبارات. اما المحور الثالث فيتعلق بالتنافسية في ظل اقتصاد المعرفة، حيث يقيس مدى تطبيق المؤسسة لمقومات التنافسية الحديثة ويشمل كل من التعلم والانظمة البيئية الرقمية والتي تقيس مدى قدرة المؤسسة على التعلم من خلال تطبيقها للبرامج والاحهزة الرقمية من خلال خمس عبارات، والبعد الثاني يتعلق بالمرونة والتي تقيس مدى قدرة المؤسسة على التكيف والاستجابة للتغيرات من خلال اربع عبارات.
- الجزء الرابع ويتعلق بالسؤال المقترح والذي يعطي الحرية للمستجوبين في تقديم آرائهم حول السلوك الابداعي والتنافسية في وحدة PTS .

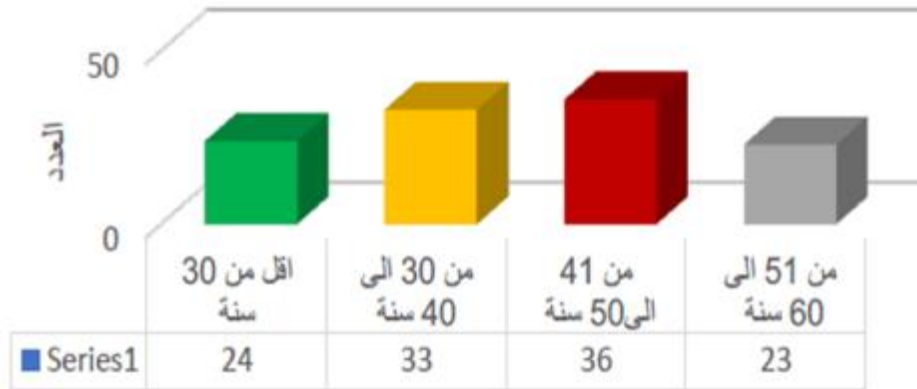
2. مجتمع وعينة الدراسة:

- أ. تحديد عينة الدراسة: تحتوي وحدة PTS على 205 عاملا، حيث استهدفنا عينة عشوائية ب 60% من مجتمع الدراسة بسبب جائحة كورونا، وبالتالي قمنا بتوزيع 123 استبانة على العاملين من مختلف الرتب والمناصب عن طريق البريد الإلكتروني .
- ب. توزيع واستلام اداة العينة: قمنا بتوزيع 123 استبانة بداية من 07 سبتمبر 2020، وبعد اربعة ايام تم استرجاع 116 استبانة، أي ما يعادل نسبة 94.3% من مجموع الاستبانات الموزعة، وبعد مراجعتها وفحصتها تبين لنا ان جميعها صالحة للتحليل. ثانيا. قياس اتجاهات والمستويات:

1. اتساق الدراسة:

- أ. اختبار التوزيع الطبيعي: ان القيمة الاحتمالية (sig) في كل المحاور اكبر من مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) وهذا ما مكننا من القول بأن بيانات الدراسة تخضع للتوزيع الطبيعي.
- ب. الاتساق الداخلي لفقرات الاستبانة: ان اداة الدراسة تتمتع بثبات كبير ومصداقية عالية للتطبيق الميداني، وذلك بسبب قوة الارتباط الداخلي.
2. ثبات اداة الدراسة: هناك ثبات عال لكل محاور وابعاد الدراسة، وهذا ما يؤكد ثبات النتائج في حالة اعادة التوزيع. ثالثا. الخصائص الشخصية والوظيفية لعينة الدراسة:
1. الخصائص الشخصية لعينة الدراسة:
- أ. توزيع عينة الدراسة حسب السن:

الشكل رقم 03 توزيع عينة الدراسة حسب السن



المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات spss.

من خلال الشكل اعلاه نلاحظ ان الفئات المحصورة بين السن (41) و(60) هي الفئات الاكبر نسبة ب (58%) ما تعتبر كمعوقات لتبني أي تغيير جديد خاصة اذا تعلق الامر بإدماجهم ضمن مخططات مواكبة التكنولوجيا الحديثة.

ب. توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي:

الشكل رقم 04: توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي



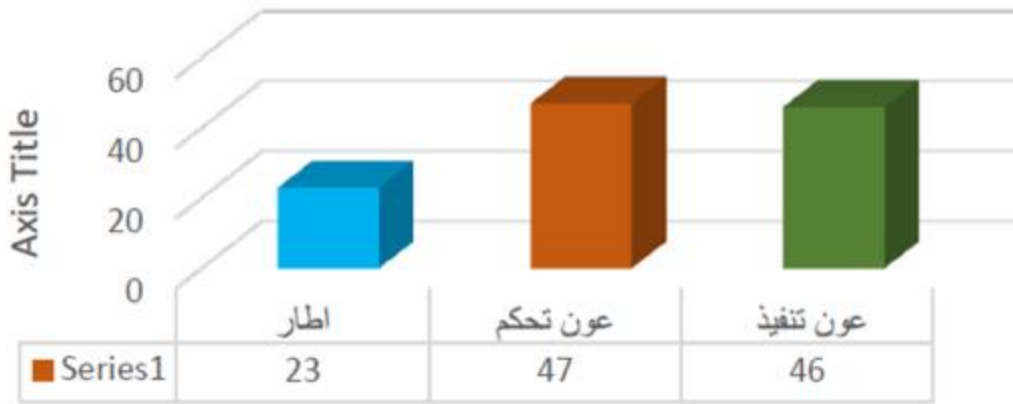
المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات spss.

من خلال الشكل اعلاه نلاحظ ان المؤسسة توفر على ما نسبته 73.27% من العمال ذوو شهادات التعليم العالي الذين يمكن ان يشكلوا قدرات استراتيجية تعتمد عليهم المؤسسة في غزو أي سوق متاح .

2. الخصائص الوظيفية لعينة الدراسة:

أ. توزيع عينة الدراسة حسب التوزيع الوظيفي:

الشكل رقم 05: توزيع عينة الدراسة حسب التوزيع الوظيفي

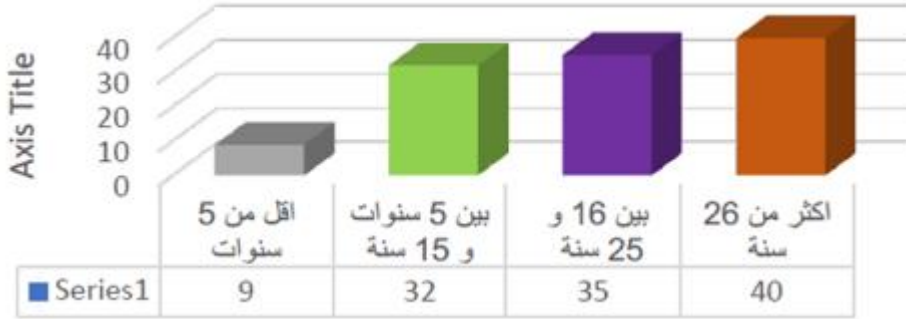


المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات spss.

من خلال الشكل اعلاه نلاحظ ان اعوان التحكم هم الفئة الغالبة على عينة الدراسة 47 عاملا ما يمثل نسبة (40.5%) ثم يليهم الاعوان التنفيذيون بنسبة (39.7%) ب 46 عاملا .

ب. توزيع عينة الدراسة حسب سنوات الخبرة:

الشكل رقم 06: توزيع عينة الدراسة حسب سنوات الخبرة



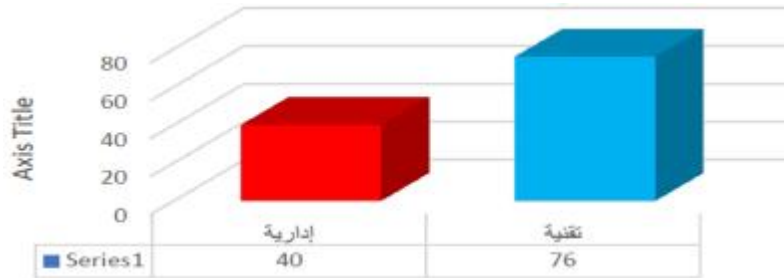
المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات spss.

من خلال الشكل اعلاه نلاحظ ان الفئة الغالبة في عينة الدراسة حسب سنوات الخبرة هي الفئة التي لديها أكثر من 16 سنة خبرة ب 75 عاملا ما يشكل نسبة 64.7% من مجموع العاملين ما يعتبر نقطة قوة للمؤسسة من حيث الخبرة.

ت. توزيع عينة الدراسة حسب طبيعة العمل:

الشكل رقم 07:

توزيع عينة الدراسة حسب طبيعة العمل



المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات spss.

من خلال الشكل اعلاه نلاحظ ان توزيع العاملين حسب طبيعة العمل قد ابان ان فئة التقنيين أكبر بكثير من الإداريين ما يشكل نقطة قوة للمؤسسة يمكن ان تجابه بها مختلف المخاطر والتحديات التي تطرا على طبيعة المنتج في حد ذاته.

المحور الرابع: عرض ومناقشة نتائج الدراسة الميدانية:

بعد ثبات الاستبيان وترايطه، وبعد مناقشة اهم الخصائص الشخصية والوظيفية لعينة الدراسة، سنتناول في هذا المحور

توصيف ومناقشة فرصيات الدراسة بناءا على النتائج المتحصل عليها.

اولا. تحليل توجهات المستجوبين نحو متغيرات الدراسة:

1. مستوى مقومات السلوك الابداعي لدى العاملين في وحدة PTS.

خصصنا لهذا المحور بعدين: الطلاقة، الاصاله والحساسية اتجاه المشكلات، ان مستوى قدرات السلوك الابداعي لدى العاملين في

وحدة PTS كان منخفضا، حيث بلغ المتوسط الحسابي له (2.363) وانحرافه المعياري (0.322)، فمن خلال هذه النتائج نلاحظ ان

المستوى العام لكلا البعدين كان منخفضا.

2. مستوى تحفيز السلوك الإبداعي لدى العاملين في وحدة PTS.

حيث تضمن هذا المحور بعدين كذلك، ويتعلق الأمر بكل من: الثقافة التنظيمية والتغيير وبعد التمكين الإداري وفرق العمل، ان مستوى التحفيز الإبداعي لدى العاملين في وحدة PTS كان منخفضاً، حيث بلغ المتوسط الحسابي له (2.527) وانحرافه المعياري (0.189)، فمن خلال هذه النتائج نلاحظ ان المستوى العام لكلا البعدين كان منخفضاً.

3. مستوى التنافسية في ظل اقتصاد المعرفة لدى العاملين في وحدة PTS.

يعتبر هذا المحور كمتغير تابع في أنموذج الدراسة، حيث تضمن بعدين: البعد الأول المتعلق بالتعلم والانظمة البيئية الرقمية التي فرضها الاقتصاد المعرفي والذي يشير الى مدى استخدام المؤسسة للتكنولوجيا الحديثة والتقنيات المتطورة والتي تساعد على مواكبة التغيير الحاصل، اما البعد الثاني فيتعلق بالمرونة، حيث يقيس مدى استجابة الوحدة للمتغيرات الحاصلة في محيطها الخاص والعام، وتعتبر هذه الابعاد مؤشرات التنافسية الحديثة.

وبناء على النتائج المتحصل عليها ميدانيا، لاحظنا ان المتوسط الحسابي لهذا المحور قد سجل (2.35) في حين سجل انحرافه المعياري (0.254)، فمن خلال هذه النتائج نلاحظ ان المستوى العام لكلا البعدين كان منخفضاً.

ثانياً. اختبار فرضيات الدراسة:

1. عند اختبار الفرضية الرئيسية الأولى والثانية تبين انه يوجد اثر ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لابعاد السلوك الإبداعي بمحوريه في تنافسية المؤسسة في ظل اقتصاد المعرفة لدى عمال وحدة PTS، وهذا ظاهر جلياً في ضعف مقومات السلوك الإبداعي لعمال الوحدة نجم عنه ضعف تنافسية المؤسسة من خلال المؤشرات الحديثة للتنافسية والذي يبدو ظاهراً في ضعف اسواقها.
2. عند اختبار الفرضية الرئيسية الثالثة لاختبار صلاحية الأنموذج، تبين انه يوجد اثر ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين مقومات السلوك الإبداعي وتحفيزه في تنافسية الوحدة.
3. لظهور مدى مساهمة كل متغير مستقل على حدى في بناء الأنموذج الرياضي الذي يمثل السلوك الإبداعي بشقيه (مقومات السلوك الإبداعي وسلوكه) لدى عمال الوحدة، استخدمنا تحليل الانحدار المتعدد التدريجي والتراكمي اللذان يعتبران متغيران مهمان في تحديد وتفسير التنافسية في ظل اقتصاد المعرفة لدى عمال الوحدة، حيث اثبت دخول مقومات السلوك الإبداعي اولاً في معادلة التنبؤ، غير انها تحتاج الى بيئة محفزة لتنمية هذه القدرات واطهارها على ارض الواقع، فحاء تحفيز السلوك الإبداعي في معادلة التنبؤ ثانياً.
4. لقد بينت نتائج قياس مدى تباين اراء العاملين حسب خصائصهم الشخصية والوظيفية ان اتجاه عينة الدراسة للمتغيرات متجانسة وغير متباينة باستثناء رؤيتهم للبعد الأول الا وهو الطلاقة الذي ابان على مستويات مرتفعة عند فئة الاقل من 30 سنة مقارنة بباقي الفئات.

نتائج الدراسة:

وبعد تحليلنا لمختلف النتائج واختبار الفرضيات توصلنا الى النتائج الآتية:

1. يختلف الإبداع عن الابتكار في كون الأول عبارة عن عملية تتعلق بالعقل انا الثاني يميل الى تطبيقه لهذه الافكار الإبداعية؛
2. يعتبر السلوك الإبداعي اسمى درجات السلوك التنظيمي، حيث لا يمكن ان يكون ابداع تنظيمي الا وقد سبقه سلوكاً ابداعياً، ولا يكون هناك سلوكاً ابداعياً الا وقد سبقه تفكيراً ابداعياً؛

3. هناك علاقة ارتباط تبادلية تأثيرية بين السلوك الابداعي للعاملين وبين البرامج والاستراتيجيات التحفيزية في نفس الوقت، حيث انه لا يمكن ان يكون هناك سلوكا ابداعيا للعاملين بدون استراتيجيات تشجيعية محفزة، ولا يمكن بناء هذه الاستراتيجيات الا اذا تمتع القادة بسلوك ابداعي؛
4. هناك قدرات متعلقة بالتفكير الابداعي تعتبر مقومات السلوك الابداعي والمتمثلة في الطلاقة بكل انواعها لاسيما الطلاقة التكنولوجية تماشيا والمتغيرات التكنولوجية، فضلا عن الاصاله والمرونة في التفكير والحساسية اتجاه المشكلات وكيفية حلها؛
5. قد ترغب المؤسسات في تبني سلوكا ابداعيا غير انه يمكن ان تكون هناك معوقات تحول دون تبنيها له قد تكون متعلقة بشخصية العاملين او المؤسسة في حد ذاتها؛
6. من بين اهم صور المعوقات التي تحول دون تبني سلوكا ابداعيا لدى العاملين في وحدة PTS هو عدم امتلاكهم لبعدها الحساسية اتجاه المشكلات، وهذا ما سجل مستويات منخفضة في مقومات السلوك الابداعي لدى هؤلاء العاملين؛
7. لا يمكن باي شكل من الاشكال غض الطرف عن الاستراتيجيات المنتهجة من طرف قيادات وحدة PTS والخاص بتشجيع وتحفيز العاملين على انتهاج سلوكيات ابداعية في اداء مهامهم الموكلة لهم، ما اثر جليا على مستوى تحفيز السوك الابداعي بصفة عامة؛
8. يوجد اثر ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) للسلوك الابداعي في تنافسية المؤسسات الاقتصادية في ظل اقتصاد المعرفة.
9. كما توصلنا كذلك الى عد وجود تباين في اراء العاملين باستثناء اراؤهم حول الطلاقة الذي جاء مرتفعا عند الفئة العمرية الاقل من 30 سنة؛
10. هناك انخفاض كبير من حيث قدرة المؤسسة على مجابهة المنافسة المفروضة عليها في البيئة التنافسية خاصة في ظل اقتصاد المعرفة، ونقص بذلك اساسا مستوى التنافسية بناء على المؤشرات الحديثة. وبالنظر الى مستوى تنافسية الوحدة نلاحظ ان موقعها التنافسي منطقيا في بيئة اعمالها نظرا لعدم اعتمادها على متغيرات التنافسية الحديثة.

التوصيات:

- ضرورة سعي وحدة PTS الى تغيير نمط بنيتها التي لازالت تعتمد على المقومات الكلاسيكية للمنافسة من اجل توقعها في السوق؛
- ضرورة سعي وحدة PTS الى استقطاب كفاءات تتقن استخدام التكنولوجيا الحديثة، وليست هذه الكفاءات و فقط، بل كوادري يمكن ان تشكل للمؤسسة قدرات استراتيجية تساعد على بناء ميزة تنافسية وفق مؤشرات التنافسية الحديثة وبالتالي اكتساب اكبر حصة سوقية ممكنة؛
- كم اقترحنا على وحدة PTS التوجه الى التسويق الالكتروني بصفة عامة والبيع الالكتروني بصفة خاصة لانه اقرب وسيلة للعملاء.

قائمة المراجع:

اولا. المؤلفات:

- 1- السيد عبد الحليم محمود، الابداع، دار المعارف، القاهرة، 2001.
- 2- الفاغوري رفعت عبد الحليم، ادارة الابداع التنظيمي، منشورات المنظمة العربية للتنمية الادارية، القاهرة، 2005.
- 3- فتحي عبد الرحمن جروان، الابداع مفهومه، معايير، نظرياته، قياسه، تدريسه، مراحل العملية الابداعية، دار الفكر ناشرون وموزعون، ط 2، الاردن، 2009.

ثانيا. المقالات:

- النمر مسعود بن محمد، الابداع الاداري، دراسة سلوكية، مجلة المدير العربي، جامعة الادارة العليا، العدد 117، يناير 1992، ص 64.

ثالثا. الأطروحات والرسائل العلمية:

1. شداد ناصر، التفكير الإبداعي ودوره في تحسين أداء المؤسسة الاقتصادية- دراسة حالة المؤسسة الجزائرية للمنسوجات بولاية تيسمسيلت، اطروحة دكتوراه في التسويق وإدارة أعمال المؤسسات، جتمعة الشلف، 2018، ص 38.
2. الرواشدة اسم طه، اثر ممارسة الادارة بالتجوال على السلوك الابداعي في شركة البوتاس العربية، رسالة ماجستير في الادارة العامة، جامعة مؤتة، 2013، ص 26.
3. العطوي سعيد عبد، اثر المناخ التنظيمي في السلوك الابداعي لدى الموظفين في الجامعات السعودية، رسالة ماجستير في الادارة العامة، جامعة مؤتة، 2008، ص 26.
4. المطيري فيصل غازي عبد العزيز، اثر التوجه الابداعي على تحقيق الميزة التنافسية- دراسة تطبيقية في البنوك التجارية الكويتية، رسالة ماجستير في ادارة الاعمال، جامعة الشرق الاوسط، ص 18.
5. جوال محمد السعيد، التمكين واثره على تنمية السلوك الابداعي في المؤسسة الاقتصادية، اطروحة دكتوراه في علوم التسيير، جامعة حسنية بن بوعلي، الشلف، 2015، ص 179.

رابعا. المراجع باللغة الاجنبية:

1. Piffres Samuel, **Identifying innovative work behaviors**, an inquiry using critical incident technique, in partial fulfillment of the requirement for the degree doctor of philosophy, college of technology, indiana state university, terre haute indiana, august, 2013, p.03.
2. Massimo russo, michael albert, **How IOT data ecosystems will transform B2B competition**, BCG henderson institute, 2018, p01.
3. Martin Reeves, Saumeet Nanda &all, article about: **Becoming an All-Weather Company**
4. Tamim saleh, jon brock, **the age og digital ecosystems thriving in world of big data**, BCG henderson institute, 2013, p33.
5. Ulrich pidun, martin reeves and all, **Do you need a business ecosystems?**, BCG henderson institute, 2019, p02.
6. Karalee Close, Michael Grebe & all, **The Digital Path to Business Resilience**, BCG Henderson Institute, July 2020, P: 04

خامسا. مواقع الانترنت:

1. Bohmayr Walter, Deutscher Stefan, &all, article about. **Mastering Cybersecurity with BCG**, on Website, <https://www.bcg.com/capabilities/technology-digital/mastering-cybersecurity> Seen: 30/08/2020
2. Boston Consultation Group, Article about: **The Value Unleashed by DevOps**, on website: <https://www.bcg.com/digital-bcg/agile/devops/benefits> Seen: 29/08/2020
3. Buytaert Dries, article about: **The end of ownership: The zero-marginal-cost economy**, on website: <https://thenextweb.com/entrepreneur/2014/09/06/end-ownership-zero-marginal-cost-economy/> seen: 25/08/2020
4. Holden trisha, article about : **tevhnological fluency**, on website : <https://sites.google.com/site/usingintegratedsoftware/home/blocks-to-robots-glossary/technological-fluency-consulte-le-05/07/2020>
5. Martin Reeves, Article about: **Lessons in resilience from daily life under COVID-19**, On LinkedIn: <https://www.linkedin.com/pulse/lessons-resilience-from-daily-life-under-covid-19-martin-reeves/> Seen:28/08/2020

6. Microsoft azure, Article about : **What is DevOps?**, on website:

<https://azure.microsoft.com/enus/overview/what-is-devops/#overview> Seen: 28/08/2020

الهوامش:

¹ المطيري فيصل غازي عبد العزيز، اثر التوجه الابداعي في تحقيق الميزة التنافسية- دراسة تطبيقية في البنوك التجارية الكويتية، رسالة ماجستير في ادارة الاعمال، جامعة الشرق الاوسط، ص 18.

² - Piffres Samuel, **Identifying innovative work behaviors**, an inquiry using critical incident technique, in partial fulfillment of the requirement for the degree doctor of philosophy, college of technology, indiana state university, terre haute indiana, august, 2013, p.03.

³ الرواشدة اسم طه، اثر ممارسة الادارة بالتجوال في السلوك الابداعي في شركة البوتاس العربية، رسالة ماجستير في الادارة العامة، جامعة مؤتة، 2013، ص 26.

⁴ جوال محمد السعيد، التمكين واثره في تنمية السلوك الابداعي في المؤسسة الاقتصادية، اطروحة دكتوراه في علوم التسيير، جامعة حسينية بن بوعلي، الشلف، 2015، ص 179.

⁵ العطوي سعيد عيد، اثر المناخ التنظيمي في السلوك الابداعي لدى الموظفين في الجامعات السعودية، رسالة ماجستير في الادارة العامة، جامعة مؤتة، 2008، ص 26.

⁶ النمر سعود بن محمد، الابداع الاداري، دراسة سلوكية، مجلة المدير العربي، جامعة الادارة العليا، العدد 117، يناير 1992، ص 64.

⁷ شداد ناصر، التفكير الابداعي ودوره في تحسين اداء المؤسسة الاقتصادية- دراسة حالة المؤسسة الجزائرية للمنسوجات بولاية تيسمسيلت، اطروحة دكتوراه في التسويق وادارة اعمال المؤسسات، جتمعة الشلف، 2018، ص 38.

⁸ الفاغوري رفعت عبد الحليم، ادارة الابداع التنظيمي، منشورات المنظمة العربية للتنمية الادارية، القاهرة، 2005، ص 19.

⁹ Holden trisha, article about : **tevhnological fluency**, on website : <https://sites.google.com/site/usingintegratedsoftware/home/blocks-to-robots-glossary/tevhnological-fluency> consulte le 05/07/2020.

¹⁰ السيد عبد الحليم محمود، الابداع، دار المعارف، القاهرة، ص 48.

¹¹ Massimo russo, michael albert, **How IOT data ecosystems will transform B2B competition**, BCG henderson institute, 2018, p01.

¹² Tamim saleh, jon brock, **the age og digital ecosystems thriving in world of big data**, BCG henderson institute, 2013, p33.

¹³ Ulrich pidun, martin reeves and all, **Do you need a business ecosystems?**, BCG henderson institute, 2019, p02.

¹⁴ 2Buytaert Dries, article about: **The end of ownership: The zero-marginal-cost economy**, on website: <https://thenextweb.com/entrepreneur/2014/09/06/end-ownership-zero-marginal-cost-economy/> seen: 25/08/2020

¹⁵ Martin Reeves, Article about: **Lessons in resilience from daily life under COVID-19**, On LinkedIn: <https://www.linkedin.com/pulse/lessons-resilience-from-daily-life-under-covid-19-martin-reeves/> Seen: 28/08/2020

¹⁶ Karalee Close, Michael Grebe & all, **The Digital Path to Business Resilience**, BCG Henderson Institute, July 2020, P: 04

¹⁷ Karalee Close, Michael Grebe & all, OP.Cit. p.05.

¹⁸ Microsoft azure, Article about : **What is DevOps?**, on website: <https://azure.microsoft.com/enus/overview/what-is-devops/#overview> Seen: 28/08/2020

¹⁹ Boston Consultation Group, Article about: **The Value Unleashed by DevOps**, on website: <https://www.bcg.com/digital-bcg/agile/devops/benefits> Seen: 29/08/2020

²⁰ Karalee Close, Michael Grebe &all, **Op Cit**, P:03

²¹ Boston Consultation Group, Article about: **The Value Unleashed by DevOps**, Op cit

²² Bohmayr Walter, Deutscher Stefan, &all, article about. **Mastering Cybersecurity with BCG**, on Website, <https://www.bcg.com/capabilities/technology-digital/mastering-cybersecurity> Seen: 30/08/2020

²³ Martin Reeves, Saumeet Nanda &all, article about: **Becoming an All-Weather Company**.