

دور القيادة في تعزيز الابتكار داخل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة: دراسة حول كيفية تأثير أساليب القيادة المختلفة على معدلات الابتكار في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

أمانى عبدالعزيز بن مسعود

ماجستير إدارة الأعمال، كلية الإدارة، جامعة ميد أوشن، الإمارات العربية المتحدة
amany053888@gmail.com

أسماء أبو عنزه

كلية الإدارة، جامعة ميد أوشن، الإمارات العربية المتحدة

المستخلص

تناولت هذه الدراسة دور القيادة في تعزيز الابتكار داخل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وسلطت الضوء على أهمية القيادة الفعالة في تحفيز الإبداع وتحسين الأداء المؤسسي. حيث يواجه قادة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تحديات متعددة تتعلق بالموارد المحدودة والقدرة التنافسية في الأسواق المتغيرة بسرعة. من خلال هذه الدراسة، تم تحليل تأثير أساليب القيادة المختلفة مثل القيادة التحويلية، والقيادة التحفيزية على تطوير الابتكار في هذه المؤسسات. كما أظهرت النتائج أن القادة الذين يتبنون أساليب قيادة ملهمة ويشجعون التفكير الإبداعي وقد تم تحليل هذه النتائج، وتم بيان أنها تعتمد بشكل كبير على القيادة لتشجيع الابتكار بنسبة 48%، وظهر متغير الابتكار واضحاً حيث كان 44.9% من المشاركين في الاستبيان أفادوا أن الابتكار جزءاً لا يتجزأ من ثقافة المؤسسات، كما أشار بعض المشاركين على أن المؤسسات تقدم دعم كبير لتنفيذ الابتكار حيث بلغت نسبتهم 34.7%، فهم يساهمون بشكل مباشر في تحسين مستوى الابتكار وزيادة القدرة التنافسية للمؤسسة. قدمت الدراسة توصيات لتمكين القادة من تعزيز بيئة الابتكار من خلال تشجيع التواصل المفتوح، دعم التجارب الجديدة، والاستثمار في تنمية المهارات. كما تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي واستخدام أداة الاستبانة، وتم تحليل البيانات بواسطة برنامج الأكسيل، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج، من أبرزها: أن المؤسسات تعتمد بشكل كبير على القيادة لتشجيع الابتكار، وأن القيادة تلعب دوراً هاماً في دعم الموظفين لتنفيذ أفكارهم المبتكرة، وأن القيادة الفعالة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تلعب

دوراً كبيراً في تعزيز الابتكار، واختتمت الدراسة بعدة توصيات كان من أبرزها: تعزيز بيئة العمل الإبداعية، تشجيع التواصل الفعال، تشجيع التعاون بين الفرق المختلفة.
الكلمات المفتاحية: القيادة، الابتكار، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، القيادة التحويلية، التنافسية.

The role of leadership in promoting innovation within small and medium enterprises: A study on how different leadership styles affect innovation rates in small and medium enterprises

Amani Abdulaziz Bin Masoud

Master of Business Administration, College of Management, Midocean University, United Arab Emirates
amany053888@gmail.com

Asmaa Abuanza

College of Management, Mid Ocean University, United Arab Emirates

Abstract

This study examined the role of leadership in fostering innovation within small and medium-sized enterprises (SMEs), focusing on the importance of effective leadership in driving creativity and improving organizational performance. Leaders in SMEs face various challenges related to limited resources and competitiveness in rapidly changing markets. This study analyzes the impact of different leadership styles, such as transformational and motivational leadership, on innovation development in these enterprises. These results were analyzed, and they relied heavily on leadership to encourage contribution, at a rate of 48%, and appeared creative in innovation, as 44.9% of the participants in the questionnaire were, and they only participated in an integral part of the institutions' culture, and some participants also participated in being involved significant support was not

completed, as 34.7% was not completed. The findings reveal that leaders who adopt inspirational leadership styles and encourage creative thinking contribute directly to enhancing innovation levels and increasing the organization's competitiveness. The study offered recommendations to enable leaders to foster an innovative environment by promoting open communication, supporting new experiments, and investing in skill development descriptive principle of Newton's analysis, the questionnaire tool, was used, and the data was analyzed using the Excel program, and several results were reached, the most prominent of which are: that institutions rely heavily on leadership for encouragement, that practicing commerce is important in supporting creative and innovative employees, and that leadership is a small commercial institution. She works largely in the field of health care, and ended up studying after being among the top achievers: Promoting a creative work environment, encouraging effective communication, encouraging cooperation between different teams.

Keywords: Leadership, Innovation, Small and Medium Enterprises (SMEs), Transformational Leadership, Competitiveness.

المقدمة

تعتبر الريادة في الشركات الصغيرة والمتوسطة من أهم عوامل نجاحها واستدامتها، لما لها من أثر كبير في قدرتها على تحقيق النمو والتطور. ونظراً للتحديات التي تواجهها هذه المنظمات بسبب التغيرات السريعة التي تشهدها، كان من الضروري إيجاد أساليب الإدارة الحديثة مثل الإدارة التحويلية التي تركز على دور المدير في تحفيز وتحفيز الموظفين وزيادة مستويات إنتاجيتهم.

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد حجم تأثير القيادة التحويلية على وتيرة الابتكار في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وذلك باستخدام كيفية تأثير أنماط الإدارة المختلفة على وتيرة الابتكار.

من المتوقع من خلال هذا البحث معرفة:

- بحث في أسلوب الإدارة السائد بين مديري المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

- البعد، تركيز الإدارة بشكل خاص على الأداء وتغيير الأداء.

- الأسعار ومستويات الابتكار في هذه الشركات.

- العلاقة بين التنوع التنظيمي ودرجة الابتكار.

- مقترحات واعدة ستسهم في تحسين دور إدارة التغيير في تطوير الابتكار في هذه الشركات.

نتائج هذه الدراسة ستلفت الانتباه إلى أهمية إنشاء نظام إداري من شأنه تغيير أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بما يضمن التنمية والنمو المستدامين والتأكيد على أهمية تطبيق الدور الإنساني.

مشكلة الدراسة

تتمحور مشكلة البحث حول معرفة الدور المهم للإدارة في تنمية الابتكار في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة. ونظرًا للتحديات المتزايدة التي تواجهها هذه المؤسسات في بيئة الأعمال سريعة التغير، يصبح الابتكار ضروريًا للبقاء والازدهار. ومع ذلك، فإن العلاقة بين أسلوبًا إداريًا مختلفًا والابتكار التنظيمي في هذه المنظمات ليست واضحة، خاصة في سياق اقتصاديات التنمية.

تهدف هذه الدراسة أيضًا إلى سد الفجوة المعرفية من خلال تحليل كيفية تأثير أنماط الإدارة المختلفة على وتيرة الابتكار في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مع مراعاة العوامل البيئية الحاسمة.

أهمية الدراسة

إن دراسة دور الإدارة في تطوير الابتكار في الشركات الصغيرة والمتوسطة له أهمية كبيرة من الناحية النظرية والعملية. من الناحية النظرية، يساهم هذا البحث في زيادة المعرفة العلمية حول العلاقة بين أسلوب الإدارة والابتكار في سياق الشركات الصغيرة والمتوسطة. إنه يحاول سد الفجوة المعرفية في الأدبيات الموجودة من خلال توفير معلومات جديدة حول كيفية تأثير أنماط القيادة المختلفة على تكاليف الابتكار في هذه المنظمات.

على المستوى العملي تكمن أهمية البحث في توفير إطار يمكن استخدامه لتحسين الأداء الإداري لتشجيع الابتكار في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة. ومن المتوقع أن تقدم نتائج الدراسة توصيات عملية للمديرين والقادة الذين يمكنهم الاستفادة من خلق بيئة عمل تشجع على الإبداع والابتكار.

ومن المرجح أن تستفيد من نتائج هذه الدراسة فئات متعددة. فعلى رأس هذه الفئات تأتي القيادات الإدارية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، حيث ستمكنهم النتائج من فهم أعمق لتأثير أساليبهم القيادية على الابتكار، مما يساعدهم في تطوير مهاراتهم وتبني الممارسات الأكثر فعالية. كما ستفيد الدراسة أصحاب المؤسسات والمستثمرين من خلال تزويدهم برؤى حول كيفية اختيار وتطوير القادة القادرين على تحفيز الابتكار.

بالإضافة إلى ذلك، يمكن للجهات الحكومية والمؤسسات الداعمة للمشاريع الصغيرة والمتوسطة الاستفادة من نتائج الدراسة في تصميم برامج تدريبية وتطويرية موجهة لتعزيز القدرات القيادية والابتكارية في هذا القطاع الحيوي. وأخيرًا، ستشكل هذه الدراسة مرجعًا قيمًا للباحثين والأكاديميين المهتمين بمجالات القيادة والابتكار وإدارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مما يفتح آفاقًا جديدة لمزيد من البحث والتطوير في هذا المجال.

أهداف الدراسة

1. تحديد نمط الإدارة السائد في المنشآت الصغيرة والمتوسطة في المملكة العربية السعودية.
2. دراسة العلاقة بين أنماط الإدارة المختلفة (مثل التغيير ودوران الموظفين وإدارة شؤون الموظفين) وهياكل الابتكار في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
3. يحلل تأثير العوامل المؤسسية والبيئية (مثل الثقافة المؤسسية وإدارة المعرفة والهيكل التنظيمي) على العلاقة بين القيادة والابتكار.
4. وصف التحديات الرئيسية التي يواجهها المديرون في تطوير الابتكار في الشركات الصغيرة والمتوسطة.
5. تطوير نموذج متكامل يوضح كيفية تفاعل النظام الإداري مع الهيكل التنظيمي والبيئة لخلق بيئة محفزة للابتكار.
6. تقديم اقتراحات عملية لتحسين المهارات الإدارية التي تدعم الابتكار في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

تساؤلات الدراسة

للتعرف على دور الإدارة في تنمية الابتكار في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة يمكن صياغة تساؤلات البحث على النحو التالي:

السؤال الرئيسي: كيف تؤثر أنماط الإدارة المختلفة على وتيرة الابتكار في الشركات الصغيرة والمتوسطة؟
الأسئلة الفرعية:

1. ما هو نوع أسلوب الإدارة السائد في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وما تأثيره على الابتكار؟
 2. ما هي العوامل التنظيمية والبيئية المتعلقة بأسلوب الإدارة لخلق بيئة جديدة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة؟
 3. كيف يمكن للمديرين في الشركات الصغيرة والمتوسطة تحسين مهاراتهم في تطوير ثقافة الابتكار؟
 4. ما هي التحديات الرئيسية التي يواجهها المديرون في تشجيع الابتكار في الشركات الصغيرة والمتوسطة وكيف يمكننا التغلب عليها؟
 5. كيف تختلف العلاقة بين القيادة والابتكار بين الشركات الصغيرة والمتوسطة والشركات الكبيرة؟
- من خلال الإجابة على هذه الأسئلة، سيكون البحث قادرًا على تقديم فهم متعمق بشكل متزايد لدور الإدارة في تطوير الابتكار في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم، وبالتالي تحقيق الأهداف المرجوة من البحث والمساهمة في التحسين من العمل معلومة في هذه المنطقة.

فروض الدراسة

الفرضية الرئيسية: توجد علاقة بين الشخصيات الإدارية والابتكار التنظيمي في المنشآت الصغيرة والمتوسطة.

الفرضيات الفرعية:

1. توجد علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين القيادة التحويلية ومستوى الابتكار في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

2. توجد علاقة موجبة وذات دلالة إحصائية بين إدارة الموارد البشرية والابتكار التنظيمي في المنشآت الصغيرة والمتوسطة.
3. هناك علاقة بين تصنيفات القيادة المؤسسية والابتكار التنظيمي في الشركات الصغيرة والمتوسطة، ولكن هذه العلاقة أقل قوة من العلاقة مع القيادة التحويلية للموظفين.
4. العوامل الإدارية (مثل الثقافة المؤسسية وإدارة المعرفة) لها تأثير إيجابي على العلاقة بين الإدارة والابتكار التنظيمي.
5. توجد بيانات تجريبية عن العلاقة بين الإدارة والابتكار التنظيمي في الشركات الصغيرة والمتوسطة فيما يتعلق بالهيكل التنظيمي.
6. تختلف قوة العلاقة بين أسلوب الإدارة والابتكار التنظيمي باختلاف حجم المنظمة والقطاع الذي تعمل فيه.

ترتبط هذه الأهداف والمفاهيم بسؤال البحث المحدد وتهدف إلى استكشاف العلاقة بين الإدارة والابتكار في سياق الشركات الصغيرة والمتوسطة، مع مراعاة العوامل الهيكلية والبيئية الرئيسية.

المنهجية وطرق البحث

اعتمد أسلوب البحث لدراسة دور الإدارة في تنمية الابتكار في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على مبدأ البناء على نتائج البحوث السابقة، مع الاهتمام بتذليل المعوقات وسد الفجوة المعرفية القائمة.

نحن بحاجة إلى مراجعة شاملة للأدبيات ذات الصلة، مع التركيز على الدراسات التي تدرس العلاقة بين الإدارة والابتكار في الشركات الصغيرة والمتوسطة، سمحت لنا هذه المراجعة بمعرفة أين ذهب البحث الأصلي وبالتالي معرفة أين بدأنا عملنا بفضل هذه النظرة العامة، يمكننا تحديد عدم الدقة أو القيود في الأبحاث السابقة. على سبيل المثال، قد نجد أن بعض الدراسات تركز على قطاع واحد أكثر من قطاع آخر أو تقتصر على مجال معين، مما يحد من إمكانية تعميم نتائجها. قد نلاحظ أيضًا أن بعض الدراسات التي تستخدم أساليب المسح قد لا تكون فعالة جدًا في استكشاف العلاقة المعقدة بين الإدارة والابتكار في سياق الشركات الصغيرة والمتوسطة.

للتغلب على هذه القيود، تم استخدام منهجًا بحثيًا مختلطًا يجمع بين الأساليب الكمية والنوعية. وقمت بإجراء مسح شامل يستهدف عينة واسعة من المديرين والموظفين على مستويات مختلفة في الشركات الصغيرة والمتوسطة. وتم تجميع هذه المقالة على مستويات مختلفة من الإدارة والابتكار، مع مراعاة إدراج سؤالًا بحثيًا لم تعالجها الدراسات السابقة بشكل كافٍ.

أدوات الدراسة

في إطار دراستنا حول دور القيادة في تعزيز الابتكار داخل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، سنعتمد على أدوات محددة لجمع وتحليل البيانات لضمان دقة وشمولية الدراسة.

نموذج المتغيرات:

- المتغير المستقل: القيادة.

- المتغير التابع: الابتكار في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

أداة جمع البيانات: قد اعتمدت على الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات في هذه الدراسة.

نوع البيانات: كانت البيانات المجمعة من نوع البيانات الأولية (Primary data)، حيث تم جمعها مباشرة من المشاركين في الدراسة عبر الاستبيان. لضمان صدق وثبات الاستبيان، سنتبع الخطوات التالية:

1. عرض الاستبيان على مجموعة من الخبراء في مجالات القيادة والابتكار وإدارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة للتحقق من صدق المحتوى.

2. إجراء دراسة استطلاعية على عينة صغيرة لاختبار وضوح الأسئلة وملاءمتها.

3. استخدام التحليل العاملي للتحقق من الصدق البنائي للاستبيان.

أدوات تحليل البيانات:

تم استخدام برنامج Excel لإجراء التحليلات الإحصائية الكمية للبيانات المجمعة من الاستبيان.

حدود الدراسة

- الحدود الموضوعية: ركز البحث على العلاقة بين أنماط الإدارة (مثل القيادة التحويلية والقيادة القابلة للتفويض وإدارة الموارد البشرية) وهياكل الابتكار (الابتكار والتسويق والتسويق والمعالجة) في الشركات الصغيرة والمتوسطة. وسيركز البحث أيضًا على قضايا الوساطة مثل الثقافة التنظيمية وإدارة المعرفة والهيكلة التنظيمية.
- الحدود المكانية: تم إجراء البحث على عينة من المنشآت الصغيرة والمتوسطة في المملكة العربية السعودية، مع التركيز على المدن الكبرى مثل الرياض وجدة والدمام لتمثل قطاعات اقتصادية مختلفة.
- الحدود الزمنية: تم إجراء بحث ميداني في الفترة ما بين يوليو 2024 وأغسطس 2024، وسيتم التركيز على جمع المعلومات حول الممارسات الابتكارية للشركات المشاركة في السنوات الثلاث الأخيرة (2022-2024).

مفهوم القيادة وأنماطها

• مفهوم القيادة:

لغة: القيادة في اللغة العربية جاءت من كلمة "قود" و "قيد" أي حبل يقاد به وهي أيضاً مهنة قائد أي المكان الذي يكون فيه القائد. (النذير، 2010)

اصطلاحاً: لقد تطرق الباحثون إلى مفهوم القيادة من وجهات نظر مختلفة، سعياً منهم لتحديد تعريف مناسب لهذه الظاهرة، البالغة الأهمية، ومع ذلك يبقى التأثير هو محور عملية القيادة، حيث نجد أن معظم كتاب وباحثي الإدارة متفقون على أن القيادة، هي عملية التأثير في أنشطة الفرد أو الجماعة لتحقيق هدف محدد في وقت معين. (صورية، 2016)

كما عرفت القيادة أيضاً على أنها: نمط يمكن أن يلهم بالتغيير الإيجابي في المرؤوسين، فالقادة هم عامة أشخاص نشيطون ومتحمسون وعاطفيون، فهم لا يهتمون فقط بالمشاركة في العمليات، بل يهتمون أيضاً بمساعدة كل عضو في المجموعة على النجاح معاً. (بنوناس، 2015)

وفي هذا التعريف تم التركيز على مزايا القائد أكثر، بوصفه حماسيا ونشيطا ويميل إلى مساعدة مرؤوسيه، ومنه نستنتج أنها عملية يسعى فيها القائد إلى التغيير الإيجابي داخل مؤسسته من خلال التأثير والتمكين والتحفيز والاستماع، وهذا لإعطاء أفضل ما لديهم، وبهذا يتم تفضيل المصلحة العامة على المصلحة الشخصية، ومن ثم الوصول إلى الهدف الجماعي. (الكواز وآخرون، 2013)

بالإضافة إلى ذلك، تمثل القيادة إطارًا معقدًا يشمل العديد من الأدوار والمهارات. فهي تتطلب من القائد أن يكون لديه رؤية واضحة، وأن يمتلك القدرة على التواصل الفعال، واتخاذ القرارات الصائبة، وإدارة النزاعات وتحفيز فريق العمل (روبنز وجادج، 2018).

● أهمية القيادة في المؤسسات:

القيادة تعتبر من العناصر الأساسية لنجاح أي مؤسسة، فهي تساهم في توجيه الأفراد نحو تحقيق الأهداف الاستراتيجية. ومن أهم أدوار القيادة تحفيز الموظفين. القادة الفعالون يعرفون كيف يستخرجون أفضل ما لدى الأفراد، وذلك من خلال تقديم المكافآت المعنوية والمادية.

القيادة أيضًا تشغل دورًا رئيسيًا في بناء ثقافة مؤسسية قوية. القادة يقومون بتشكيل الثقافة التنظيمية من خلال تبني القيم والمبادئ التي تحكم سلوك الأفراد داخل المؤسسة.

وفي ظل التغيرات المستمرة التي يشهدها العالم، تعد القيادة أداة لا غنى عنها في إدارة التغيير. القيادة القوية تساعد في توجيه الفرق خلال فترات التحول والابتكار. وفقًا لـ جون كوتر في كتابه "قيادة التغيير" (Leading Change)، فإن القادة هم العامل الأساسي في تمكين المؤسسات من التكيف مع التغيرات والتحديات التي تواجهها. القيادة الجيدة تساهم في تحويل التحديات إلى فرص، مما يعزز من قدرة المؤسسة على الاستمرار في النمو.

● الأنماط القيادية الرئيسية:

يوجد العديد من الأنماط القيادية التي تساهم في توجيه القادة نحو تحقيق الأهداف المنشودة. وفيما يلي أبرز الأنماط القيادية:

1. القيادة الأوتوقراطية (التسلطية): يتميز هذا النمط القيادي بتركيز السلطة في يد القائد. يقوم القائد باتخاذ جميع القرارات دون استشارة فريق العمل أو طلب آرائهم. وفقاً ل ماكسويل (2007)، "تحتاج القيادة الأوتوقراطية إلى توجيه صارم، وهي أكثر فاعلية في الظروف التي تتطلب السيطرة الكاملة".
2. القيادة الديمقراطية: القيادة الديمقراطية هي النمط الذي يُشرك فيه القائد أعضاء الفريق في عملية اتخاذ القرارات. يتميز هذا النمط بأنه يشجع على التعاون والتفاعل الإيجابي بين القائد وفريق العمل. وقد أوضح ليونارد (2015) أن "القيادة الديمقراطية تعزز التعاون وتساعد في بناء الثقة المتبادلة بين القائد وفريق العمل".
3. القيادة التحويلية: القيادة التحويلية تركز على تطوير الفريق وتحقيق أهداف طويلة الأجل من خلال إلهام الأفراد وتحفيزهم. القائد التحويلي لا يقتصر على توجيه الفريق فقط، بل يسعى إلى تطوير قدرات كل فرد في الفريق لتحقيق إمكانياته الكاملة. يشير باس (1990) إلى أن "القيادة التحويلية تخلق تغييرات عميقة ومستدامة من خلال تحفيز الفريق لتحقيق أهداف تتجاوز الحدود التقليدية".
4. القيادة التفاعلية (الموقفية): القيادة التفاعلية أو الموقفية تعتمد على تكيف القائد مع متطلبات الموقف والبيئة المحيطة. يتميز القائد التفاعلي بالقدرة على تغيير أسلوبه القيادي وفقاً للظروف المحيطة واحتياجات الفريق. يشير هيرسي وبلانشارد (1982) إلى أن "القيادة الموقفية تتطلب من القائد تحليل الوضع وتحديد النمط المناسب للتعامل معه".
5. القيادة الخادمة: القيادة الخادمة تركز على خدمة الفريق والمجتمع أكثر من السيطرة أو التوجيه. يعمل القائد الخادم على تقديم الدعم لأعضاء الفريق وتمكينهم لتحقيق النجاح. ووفقاً لجرينيلف (1977)، "القيادة الخادمة تهدف إلى تحسين حياة الأفراد والبيئة المحيطة من خلال توفير الدعم والخدمة".

الابتكار في المؤسسات

• تعريف الابتكار:

اختلف العديد من الباحثين والعلماء حول مفهوم الابتكار ومعناه؛ لذلك سنقوم في هذا المطلب بفك اللبس والغموض حول هذا المصطلح؛ من خلال التعمق أكثر في مفهومه.

1. تعريف بيتر دراكر (Drucker) عرفه بأنه: «التخلي المنظم عن القديم؛ مؤكداً في ذلك ما قاله شومبيتر من أن الابتكار هو هدم خلاق والواقع أن داراكر عندما تحدث عن التخلي المنظم عن القديم فإنه يعني الادخال المنظم الجديد»! (عبود، 2015)
2. تعريف تشيرميرهورن وزملائه بأن الابتكار هو: «عملية إنشاء الأفكار الجديدة ووضعها في الممارسة؛ مؤكداً على أن أفضل الشركات هي التي تتوصل إلى الأفكار الخلاقة ومن ثم تضعها في الممارسة» وتأكيذاً على رؤيته فإن تشيرميرهورن في كتابه الأحدث أكد على ذلك في معادلات عن الابتكار.
3. تعريف إين بريس (Piers) للابتكار هو قدرة الفرد على تجنب الروتين العادي والطرق التقليدية في التفكير؛ مع إنتاج أصيل وجديد يمكن تنفيذه أو تحقيقه، ونلاحظ هنا أن بريس اتفق مع كل من دراكر وتشيرميرهورن في الجزء الذي يقولان فيه بأن الابتكار يأتي بكل ما هو جديد إلا أنه أضاف صفة مهمة خص بها الشيء أو المنتج المبتكر ألا وهو القدرة على تحقيقه وقابلية تنفيذه.

• أنواع الابتكار:

1. الابتكار في المنتج: يركز على تحسين المنتجات الحالية أو تطوير منتجات جديدة تلبي احتياجات السوق المتغيرة. كلايتون كريستنسن في كتابه "معضلة المبتكر" يشير إلى أن الشركات التي تستثمر في الابتكار المنتج تحقق نجاحاً طويلاً لأنها تستطيع تلبية تطلعات المستهلكين وتحافظ على قدرتها التنافسية في السوق. من خلال هذا النوع من الابتكار، يمكن للشركات التوسع في أسواق جديدة أو تعزيز وجودها في الأسواق الحالية. (أبو جزر، 2006)
2. الابتكار في العمليات: يركز على تحسين الطرق التي تُنتج بها السلع أو تُقدم بها الخدمات. مايكل بورتر، في كتابه "الميزة التنافسية"، يوضح أن الابتكار في العمليات يساعد المؤسسات على تقليل التكاليف وزيادة الجودة، مما يؤدي إلى تحسين الربحية والقدرة على المنافسة. الابتكار في العمليات لا يساعد فقط في تحسين الكفاءة، بل يساهم أيضاً في تحسين رضا العملاء من خلال تقديم منتجات أو خدمات بجودة أعلى وبأسعار تنافسية. (حبار، 2018)
3. الابتكار التنظيمي: يركز على تحسين الهياكل والعمليات التنظيمية داخل المؤسسة. هنري تشيسبرو، في كتابه "الابتكار المفتوح"، يناقش كيف أن الابتكار التنظيمي يساعد في تعزيز التعاون الداخلي والخارجي، مما يساهم في استغلال الأفكار الجديدة بشكل أفضل وتحقيق نتائج أكبر. الابتكار

التنظيمي يشمل أيضًا تعزيز ثقافة الابتكار داخل المؤسسة، حيث يتم تشجيع الموظفين على تقديم أفكار جديدة وتبني نهج إبداعي لحل المشكلات. (الكواز وآخرون، 2013)

4. الابتكار التسويقي: يتعلق بتطوير أساليب جديدة للتسويق والترويج للمنتجات والخدمات. يمكن أن يشمل الابتكار التسويقي تطوير استراتيجيات تسويق جديدة، أو استغلال قنوات جديدة مثل التسويق الرقمي أو وسائل التواصل الاجتماعي للوصول إلى جمهور أكبر. فيليب كوتلر، في كتابه "إدارة التسويق"، يؤكد على أن الابتكار في التسويق يساعد الشركات على بناء علاقات أقوى مع العملاء، وزيادة ولائهم للعلامة التجارية، وتحسين حصتها في السوق. الابتكار التسويقي لا يقتصر فقط على الترويج، بل يشمل أيضًا تطوير استراتيجيات تسعير جديدة، أو تقديم منتجات بطريقة مبتكرة تزيد من جاذبيتها. (مينة، 2016)

5. الابتكار الجذري: يعني تقديم تقنيات أو نماذج عمل جديدة تغير قواعد اللعبة بالكامل في السوق. هذا النوع من الابتكار قد يؤدي إلى ظهور صناعات جديدة بالكامل أو إحداث تغيير جذري في الصناعات القائمة. جوزيف شومبيتر في كتابه "الرأسمالية والاشتراكية والديمقراطية"، وصف هذا النوع من الابتكار بأنه "التدمير الخلاق"، حيث يؤدي إلى إزالة بعض النماذج القديمة وإحلال نماذج جديدة أكثر فعالية. الابتكار الجذري يتطلب استثمارات كبيرة في البحث والتطوير، لكنه يحمل في طياته إمكانات هائلة للنمو. (زويته، 2007)

6. الابتكار الاجتماعي: يركز على إيجاد حلول للتحديات المجتمعية مثل الفقر، والتعليم، والرعاية الصحية. هذا النوع من الابتكار يسعى إلى تحسين نوعية الحياة للأفراد والمجتمعات، مع الحفاظ على الاستدامة البيئية والاجتماعية. الابتكار الاجتماعي يساعد المؤسسات على تقديم حلول ملموسة لمشاكل مجتمعية معقدة، وفي نفس الوقت خلق فرص عمل وتحقيق نمو اقتصادي. (خيري، 2006)

7. الابتكار التكنولوجي: يعتبر من القوى الدافعة الرئيسية للتغيير في العديد من الصناعات. هذا الابتكار يشمل تطوير تقنيات جديدة أو تحسين التطبيقات التكنولوجية القائمة. التكنولوجيا الحديثة مثل الذكاء الاصطناعي، والبلوك تشين، وإنترنت الأشياء تفتح آفاقًا واسعة أمام المؤسسات لتطوير

منتجات جديدة وتحسين العمليات الداخلية. التكنولوجيا تغير بشكل جذري طريقة العمل والتفاعل بين الشركات والعملاء، وتفتح الباب أمام فرص جديدة للابتكار. (قوارية، 2012)

8. الابتكار المستدام: يركز على إيجاد حلول بيئية واجتماعية طويلة الأمد. يتطلب الابتكار المستدام تطوير منتجات وعمليات تساهم في تقليل التأثيرات البيئية، مع الحفاظ على الربحية والقدرة التنافسية. المؤسسات التي تتبنى الابتكار بجميع أشكاله، سواء في المنتجات، العمليات، التسويق، أو التنظيم، تتمكن من تحقيق النجاح المستدام. الابتكار ليس مجرد خيار، بل ضرورة لاستمرارية المؤسسات وتطورها في عالم يشهد تغيرات سريعة وتحديات متعددة. (عبود، 2015)

العلاقة بين القيادة والابتكار

القيادة الناجحة ليست فقط القادرة على تحقيق الأهداف التنظيمية، بل أيضًا على خلق بيئة مشجعة على الابتكار والتفكير الإبداعي. يختلف تأثير الأنماط القيادية على الابتكار باختلاف النهج الذي يتبعه القادة في توجيه وإدارة فرقهم. من خلال فهم كيف يؤثر كل نمط قيادي على الابتكار، يمكن للمؤسسات تطوير بيئة أكثر دعمًا للإبداع والتطوير المستدام. (عثمان، 2016)

القيادة التحويلية تعد من الأنماط الأكثر تأثيرًا على الابتكار. القادة التحويليون يسعون إلى تحفيز الإبداع من خلال إشراك الموظفين في رؤية مشتركة وتحديهم للتفكير بطرق جديدة وغير تقليدية. (أحمد قوارية، 2012)

القيادة التفاعلية أو الاستراتيجية تلعب أيضًا دورًا مهمًا في تعزيز الابتكار. القادة الاستراتيجيون يتعاملون مع الابتكار كجزء من استراتيجيتهم التنظيمية ويعملون على دمجها في خطط المؤسسة طويلة الأمد. (النذير، 2010)

القيادة الديموقراطية أو التشاركية هي نمط آخر يعزز الابتكار بشكل فعال. في هذا النمط، يتم تشجيع الموظفين على المشاركة في عملية اتخاذ القرار وتقديم أفكارهم واقتراحاتهم. القادة الذين يتبعون هذا النمط يؤمنون بأن كل فرد في المؤسسة يمكنه المساهمة في تحسين العمليات وتقديم أفكار جديدة. (أبو حلوب، 2015)

القيادة التوجيهية أو الاستبدادية تؤثر بشكل سلبي على الابتكار. القادة الذين يتبعون هذا النمط يفرضون سيطرتهم الكاملة على الفريق ويقللون من حرية التفكير والابتكار. (هلوسة، 2016)

القيادة الخادمة تعد من الأنماط التي تعزز الابتكار من خلال دعم الأفراد وتلبية احتياجاتهم. القادة الخادمون يضعون احتياجات موظفيهم في المقام الأول، ويعملون على تهيئة بيئة تدعم الإبداع والنمو الشخصي. (عبود، 2015)

القيادة التحليلية أو الموجهة نحو البيانات تعتمد على تحليل المعلومات والبيانات لاتخاذ قرارات مدروسة، مما قد يؤثر بشكل مزدوج على الابتكار. في بعض الحالات، يساعد هذا النهج على توجيه الابتكار بناءً على معلومات دقيقة وتوقعات موثوقة.

القيادة المرنة تعد من الأنماط التي تعزز الابتكار بفاعلية. القادة المرنون يستجيبون للتغيرات ويعملون على تكييف استراتيجياتهم بسرعة مع المتغيرات الجديدة في السوق أو البيئة التكنولوجية. (عثمان، 2016)

القيادة الكاريزمية ترتبط بالإلهام وتحفيز الآخرين، وقد يكون لها تأثير كبير على الابتكار. القادة الكاريزميون يستخدمون شخصيتهم وحماسهم لتحفيز الموظفين على التفكير الإبداعي وتحدي الأفكار التقليدية. (العازمي، 2006)

القيادة الموزعة أو المشتركة تعد من الأنماط الحديثة التي تعزز الابتكار من خلال توزيع المسؤوليات القيادية بين أعضاء الفريق. في هذا النمط، لا يكون هناك قائد واحد، بل يتم تشجيع الأفراد على تحمل مسؤولية القيادة في مجالاتهم التخصصية. (أمينة، 2017)

إن تأثير الأنماط القيادية على الابتكار يعتمد بشكل كبير على النهج الذي يتبعه القائد في توجيه فريقه وإدارة عملياته. الأنماط التي تعتمد على إشراك الأفراد وتشجيع التفكير الحر والإبداع، مثل القيادة التحويلية والديمقراطية والخادمة، تساهم بشكل إيجابي في تعزيز الابتكار. أما الأنماط التي تعتمد على السيطرة أو تقييد حرية التفكير، مثل القيادة الاستبدادية، قد تحد من قدرات الأفراد على الابتكار. الابتكار هو عملية معقدة تتطلب بيئة داعمة، والقائد الناجح هو الذي يستطيع خلق هذه البيئة من خلال تبني النهج القيادي الملائم. (عرفة، 2015)

المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في المملكة العربية السعودية

المؤسسات الصغيرة والمتوسطة هي تلك المؤسسات التي يديرها مالك واحد يتكفل بكامل المسؤولية ويتراوح عدد العاملين فيها ما بين 10 إلى 50 عامل، أما في بلدان الشرق أسيا وفي دراسة حديثة عن المؤسسات

المتوسطة والصغيرة قام بها اتحاد دول بلدان جنوب شرق آسيا؛ فقد اعتبر أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة هي التي يكون عدد عمالها أقل من 100 عام. (صليب بطرس، 1998)

إن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لها دور محوري في الاقتصاد العالمي بشكل عام، وفي المملكة العربية السعودية بشكل خاص. تُعتبر هذه المؤسسات من الركائز الأساسية لتحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية، حيث تسهم في توفير فرص العمل وتحفيز النمو الاقتصادي، وتعمل كأحد أهم المحركات للابتكار والتطور في مختلف القطاعات. تمتلك المملكة رؤية واضحة لتطوير هذه المؤسسات ضمن "رؤية 2030"، التي تسعى إلى تقليل الاعتماد على النفط وتنويع مصادر الاقتصاد.

تم تعريف هذه المؤسسات من قبل الهيئة العامة للمنشآت الصغيرة والمتوسطة (منشآت) استنادًا إلى عدة معايير، أهمها عدد الموظفين والإيرادات السنوية. وفقًا لـ "منشآت"، تُعرّف المنشآت الصغيرة بأنها تلك التي يتراوح عدد موظفيها بين 6 إلى 49 موظفًا، وتحقق إيرادات سنوية تتراوح بين 3 إلى 40 مليون ريال سعودي. أما المؤسسات المتوسطة فهي التي يتراوح عدد موظفيها بين 50 إلى 249 موظفًا، وتحقق إيرادات تتراوح بين 40 إلى 200 مليون ريال سعودي (منشآت، 2020).

تشكل هذه المؤسسات العمود الفقري لاقتصادات العديد من الدول، حيث تمثل نسبة كبيرة من إجمالي الشركات وتساهم بشكل كبير في خلق فرص العمل. في السعودية، تسهم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بنسبة تزيد عن 20% من الناتج المحلي الإجمالي، وهي نسبة تسعى الحكومة إلى زيادتها إلى 35% بحلول عام 2030. هذا الدور الحيوي يعكس الأهمية المتزايدة لهذه المؤسسات في توفير فرص عمل جديدة، وتخفيف البطالة بين الشباب السعودي (رؤية 2030، 2016).

إلى جانب دورها الاقتصادي، تلعب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة دورًا اجتماعيًا هامًا من خلال تحسين مستوى المعيشة وتوفير فرص العمل للمجتمعات المحلية. دافيدسون (Davidson, 2012) يوضح أن هذه المؤسسات غالبًا ما تكون جزءًا لا يتجزأ من المجتمعات التي تعمل فيها، وتساعد على خلق فرص عمل للمواطنين وتعزيز النمو الاقتصادي المحلي. في السعودية، تأتي المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كمحرك رئيسي لدعم رواد الأعمال والمواهب المحلية، مما يعزز الاستقرار الاجتماعي والاقتصادي في البلاد.

وعلى الرغم من الأهمية الكبيرة لهذه المؤسسات، إلا أنها تواجه العديد من التحديات التي قد تعرقل نموها وتطورها. الفقيه وآخرون (Al-Faqih et al., 2018) يشيرون إلى أن من أبرز هذه التحديات هو نقص

التمويل، والبيروقراطية، وصعوبة الوصول إلى الأسواق، وضعف البنية التحتية التقنية. التحديات التمويلية تأتي في المقدمة، حيث تواجه العديد من هذه المؤسسات صعوبات في الحصول على التمويل اللازم لتوسيع أعمالها أو تطوير مشاريع جديدة. لذلك، تعمل الحكومة السعودية على تحسين الوصول إلى التمويل من خلال برامج مثل "كفالة" لدعم تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

وإدراكاً لأهمية هذه المؤسسات في تحقيق التنمية الاقتصادية، قامت الحكومة السعودية بتنفيذ مجموعة من البرامج والمبادرات لدعم هذا القطاع. البنك الدولي (World Bank, 2020) يشير إلى أن الحكومة أطلقت برامج متنوعة مثل "صندوق التنمية الصناعية" و"برنامج تحفيز القطاع الخاص" الذي يوفر التمويل والدعم الفني للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة. كما تم تبسيط الإجراءات الحكومية لتسهيل عمليات التسجيل والترخيص، وهو ما يساعد على تقليل البيروقراطية وتسهيل بدء الأعمال التجارية.

وفي إطار "رؤية 2030"، تركز الحكومة السعودية بشكل كبير على دعم الابتكار والتكنولوجيا في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة. محمد الزامل (Al-Zamil, 2020) يوضح أن الحكومة السعودية أطلقت عددًا من المبادرات لتعزيز الرقمنة وتبني التكنولوجيا الحديثة مثل "الذكاء الاصطناعي" و"البيانات الضخمة" في هذه المؤسسات. برامج مثل "منشآت التقنية" و"مسرعات الأعمال" تهدف إلى تعزيز الابتكار وتوفير الدعم الفني للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة لتبني التكنولوجيا وتطوير منتجات وخدمات مبتكرة. مع إطلاق "رؤية 2030"، تسعى المملكة إلى تقليل الاعتماد على النفط كمصدر رئيسي للدخل وتنويع الاقتصاد ليشمل قطاعات جديدة. المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تلعب دورًا رئيسيًا في هذا التنوع، حيث تسهم في تطوير قطاعات مثل السياحة، والتكنولوجيا، والصناعة، والزراعة. ماكولين وآخرون (McLaughlin et al., 2019) يشيرون إلى أن هذه المؤسسات تعتبر جزءًا لا يتجزأ من عملية التنويع الاقتصادي، حيث تقدم حلولاً وخدمات مبتكرة تلبي احتياجات السوق المحلية والدولية.

التحديات التي تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في المملكة العربية السعودية مجموعة من التحديات التي تعوق نموها وتطورها، على الرغم من الدور الحيوي الذي تلعبه في الاقتصاد الوطني. تعتبر هذه التحديات عقبات رئيسية تؤثر سلبًا على قدرة هذه المؤسسات على المنافسة والابتكار. في هذا السياق، سنستعرض التحديات

الرئيسية التي تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في المملكة، موثقة بمصادر علمية موثوقة. (الكواز، 2013)

- **نقص التمويل:** يُعد نقص التمويل أحد أبرز التحديات التي تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في السعودية. العديد من هذه المؤسسات تواجه صعوبات في الحصول على القروض والتسهيلات المالية، مما يؤثر على قدرتها على التوسع وتحقيق النمو. وفقًا لتقرير البنك الدولي (World Bank, 2020)، فإن حوالي 70% من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في المملكة تعاني من صعوبة الوصول إلى التمويل، وهذا يعكس قلة الخيارات المتاحة أمامها مقارنة بالمؤسسات الكبيرة.
- **الإجراءات البيروقراطية:** تعتبر البيروقراطية المفرطة من التحديات الكبيرة التي تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة. الفقيه وآخرون (Al-Faqih et al., 2018) يشيرون إلى أن التعقيدات الإدارية وطول فترة الإجراءات للحصول على التراخيص والتصاريح تشكل عائقًا أمام بدء الأعمال التجارية. هذه البيروقراطية تعرقل قدرة رواد الأعمال على تنفيذ أفكارهم وتحقيق أهدافهم التجارية.
- **ضعف البنية التحتية التقنية:** تعتبر البنية التحتية التقنية أحد العوامل الأساسية التي تؤثر على نمو المؤسسات الصغيرة والمتوسطة. العرفج (Al-Arfaj, 2021) يشير إلى أن العديد من هذه المؤسسات تفتقر إلى التكنولوجيا الحديثة وأنظمة المعلومات التي تساعدها على تحسين كفاءتها وزيادة قدرتها التنافسية. قلة الاستثمار في التكنولوجيا يؤثر سلبيًا على قدرتها على الابتكار والتطور.
- **نقص المهارات والتدريب:** حيث يواجه أصحاب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تحديًا كبيرًا يتمثل في نقص المهارات والتدريب لدى العاملين. الباز (Al-Baz, 2019) يوضح أن العديد من الموظفين في هذه المؤسسات لا يمتلكون المهارات اللازمة التي تتطلبها الأسواق الحديثة. هذا النقص في التدريب يؤثر على جودة الخدمات والمنتجات التي تقدمها هذه المؤسسات، مما يحد من قدرتها على المنافسة في السوق.
- **الوصول إلى الأسواق:** تعتبر صعوبة الوصول إلى الأسواق من التحديات الكبرى التي تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة. ماكلولين وآخرون (McLaughlin et al., 2019) يشيرون إلى أن هذه المؤسسات تجد صعوبة في تسويق منتجاتها وخدماتها والوصول إلى العملاء المستهدفين. هذه المشكلة تنجم عن نقص في استراتيجيات التسويق الفعالة وقلة الموارد المخصصة لهذا الجانب.

● **التنافسية العالية:** تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تحديًا آخر يتمثل في المنافسة الشديدة من المؤسسات الكبيرة والشركات الأجنبية. الجندي (Al-Jundi, 2018) يوضح أن المؤسسات الكبيرة تتمتع بموارد أكثر، مما يمكنها من تقديم أسعار أقل وتحسين جودة المنتجات بشكل أسرع. هذا التحدي يضع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في موقف ضعيف حيث تجد نفسها غير قادرة على التنافس في بيئة السوق.

● **عدم الاستقرار الاقتصادي:** تؤثر التقلبات الاقتصادية وعدم الاستقرار على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بشكل كبير. الدخيل (Al-Dakhil, 2020) يشير إلى أن التغيرات في السياسات الاقتصادية وأسعار النفط تؤدي إلى عدم اليقين في السوق، مما ينعكس سلبيًا على استثمارات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة. ورغم أن الحكومة السعودية تقدم عددًا من الامتيازات والدعم للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، إلا أن هناك نقصًا في الوعي والفهم لهذه الامتيازات. الشهراني (Al-Shahrani, 2021) يوضح أن العديد من رواد الأعمال لا يعرفون كيفية الاستفادة من البرامج الحكومية المتاحة، مما يقلل من قدرتهم على الاستفادة من هذه الدعم.

● **تحديات الابتكار:** على الرغم من أن الابتكار يعتبر أحد العوامل الأساسية لنمو المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، إلا أن العديد من هذه المؤسسات تواجه تحديات في تبني ثقافة الابتكار. الزايدي (Al-Zaidi, 2019) أحد التحديات الأخرى هو عدم وجود شبكة دعم فعالة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة. الحربي (Al-Harbi, 2020) يشير إلى أن العديد من رواد الأعمال يفتقرون إلى التوجيه والدعم من خلال منصات تواصل أو تجمعات مهنية، مما يؤثر على تبادل المعرفة والخبرات بين الشركات الصغيرة.

الابتكار في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة السعودية:

يعتبر الابتكار عاملاً حاسماً في تطوير المؤسسات الاقتصادية في جميع أنحاء العالم، ولا يختلف الحال في المملكة العربية السعودية حيث يعد الابتكار جزءاً لا يتجزأ من رؤية 2030 التي تهدف إلى تنويع الاقتصاد السعودي والابتعاد عن الاعتماد الكبير على النفط. تتميز المملكة بوجود مؤسسات كبيرة وقوية بالإضافة إلى العديد من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تلعب دوراً مهماً في الاقتصاد المحلي. ومن هنا، يصبح التساؤل حول مستوى الابتكار في المؤسسات السعودية، سواء كانت صغيرة أو كبيرة، مهماً لفهم كيفية تحقيق النمو الاقتصادي المستدام في البلاد.

للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة (SMEs) دور فعال في الاقتصاد السعودي، إذ تسهم في تحقيق النمو الاقتصادي وتوفير فرص العمل. ونتيجة لذلك، وضعت المملكة العربية السعودية العديد من السياسات والاستراتيجيات لدعم الابتكار في هذه المؤسسات، بما يتماشى مع رؤية 2030 التي تهدف إلى تنويع الاقتصاد وتطوير قطاع ريادة الأعمال. تهدف هذه السياسات إلى تعزيز الابتكار في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من خلال توفير الدعم المالي والتقني، وتحسين البيئة التنظيمية، وبناء قدرات الابتكار.

أطلقت الحكومة السعودية العديد من المبادرات والسياسات لدعم الابتكار في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة. وفقًا لتقرير من وزارة الاقتصاد والتخطيط (2020)، تشمل هذه السياسات برنامج "منشآت"، الذي يهدف إلى توفير الدعم المالي واللوجستي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة لتشجيع الابتكار. كما أطلقت "منشآت" مبادرات مختلفة مثل "مسرعات الأعمال" و"حاضنات الابتكار"، التي تعمل على تقديم إرشادات فنية وتوفير بيئة تعاونية تمكن الشركات من تطوير أفكارها الابتكارية. ويؤكد الجهني (2021) أن هذه البرامج قد أسهمت في خلق بيئة أكثر دعمًا للابتكار، حيث أنشأت الحكومة شركات مع القطاع الخاص لتعزيز الابتكار في المجالات التقنية.

بالإضافة إلى برنامج "كفالة"، أطلقت الحكومة السعودية صندوق التنمية الصناعية السعودي، الذي يوفر قروضًا طويلة الأجل لدعم الابتكار في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة. ويشير الخالد (2021) إلى أن هذا الصندوق يلعب دورًا محوريًا في دعم الشركات التي تسعى إلى تطوير منتجات وخدمات جديدة أو تبني تقنيات جديدة.

كما أن إصلاحات الحكومة المتعلقة بالضرائب قد لعبت دورًا مهمًا في تعزيز الابتكار. وفقًا لدراسة الخطيب (2022)، فإن تخفيض الضرائب على الشركات الصغيرة والمتوسطة التي تستثمر في البحث والتطوير يعتبر خطوة إيجابية لدعم هذه الشركات في تبني الابتكار.

الدراسة الميدانية وتحليل البيانات

مجتمع وعينة الدراسة

يشمل مجتمع الدراسة في هذه الحالة جميع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في المملكة العربية السعودية التي تسعى إلى تعزيز الابتكار من خلال قياداتها.

يشمل مجتمع الدراسة المؤسسات التي تمتلك قدرات مختلفة في الابتكار، سواء كانت في بداية تبني الابتكار أو تلك التي لديها خبرة طويلة في هذا المجال. يُشير العبدالله (2020) إلى أن هذه الشمولية تساعد في فهم تأثير القيادة على مختلف مراحل الابتكار داخل المؤسسة.

أدوات جمع البيانات وإجراءات التطبيق

تم الاعتماد على أسلوب الاستقصاء كأداة لجمع البيانات في الجانب الميداني للوصول إلى عينة الدراسة واختيار فروضها ومعرفة المتغيرات المراد اختبارها وقياسها، وتم ذلك من خلال استبانة صممت معتمدة على الدراسات والمراجع السابقة ذات العلاقة، وجمعها من العينة المختارة من مجتمع الدراسة.

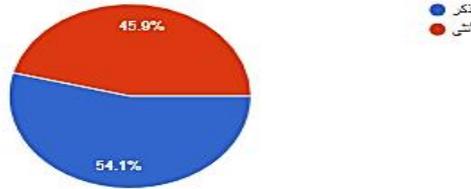
تحليل البيانات واختبار الفرضيات

من خلال البحث المرفق ونموذج الاستبيان المرفق يمكنك إعداد أسئلة الاستبيان الخاصة بالبحث طبقاً لنموذج الاستبيان المرفق.

التحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة

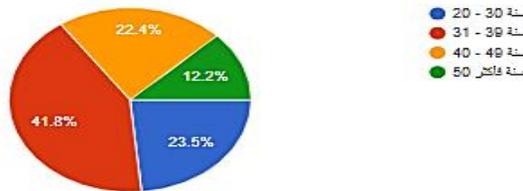
نسخ الرسم البياني

الجنس
رقم 98



نسخ الرسم البياني

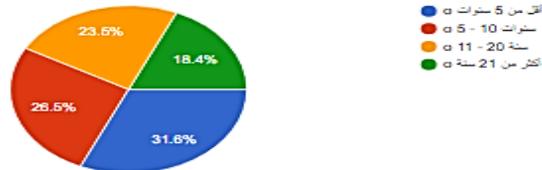
العمر
رقم 98



نسخ الرسم البياني

سنوات الخبرة:

99 ردا

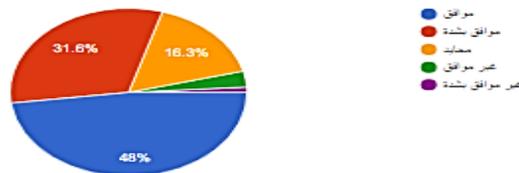


قسم B: تقييم دور القيادة في تعزيز الابتكار

نسخ الرسم البياني

1. القيادة في المؤسسة تشجع الموظفين على الابتكار

99 ردا



نسخ الرسم البياني

2. القادة في المؤسسة يطمون الموظفين الفرصة للتعبير عن أفكار جديدة

99 ردا



نسخ الرسم البياني

3. يتم توفير الدعم الكافي للموظفين لتنفيذ أفكارهم المبتكرة

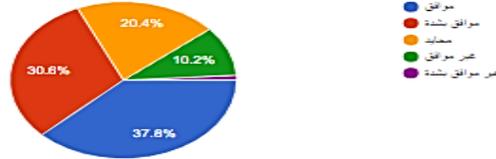
99 ردا



نسخ الرسم البياني

4. يساهم القادة في خلق بيئة تحفز على الابتكار

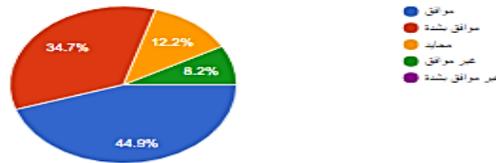
99 ردا



نسخ الرسم البياني

5. الابتكار جزء أساسي من الثقافة المؤسسية في المؤسسة

99 ردا



قسم الأسئلة المقترحة

ما هي أهم التحديات التي تواجه الابتكار في مؤسستك؟

99 ردا

-
لا يوجد
قلة الموارد
المركزية ، بمعنى تعمل المؤسسة وفق منهجها وأسلوبها
المدرسة القديمة في الإدارة
عدم تقبل آراء الآخرين
الوقت - عدم الاتصال مع المحيط - التفكير على المدى القصير
ليس لدى اجابه
لم اواجه تحديات كثيرة او صعبة ولكن في بعض الاحيان يكون نقص التعاون بين الاقسام والادارات له دور في ذلك

كيف يمكن للقادة في مؤسساتك تحسين دورهم في تعزيز الابتكار؟
99 رنا

-
إتاحة الفرصة في تبنى آراء وأفكار الموظفين ودراساتها حتى يشعر الموظف بأنه جزء من المؤسسة وأن أفكاره موضع اهتمام قائده
توفير القدرة وتبني السلوك الابتكاري بأنفسهم
تبني المنهجيات الجديدة في الإدارة ، يعتمد ذلك على أعلى قائد في المؤسسة
ترك مجال للموظفين في كافة المستويات الوظيفية بالمشاركة وإبداء رأيهم
إدارة الوقت والاتصال مع المحيط التفكير لمدى بعد التركيز
التشجيع وتوفير الموارد اللازمة
ربما من خلال تشجيع ثقافة الابتكار و توفير الموارد اللازمة لذلك و تحسين وتقوية التعاون بين الإدارات والإقسام الداخلية للمؤسسة
ان يتفكروا لكن شخص بفكرته هو بشخصه

التحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة هو الخطوة الأولى لفهم النتائج العامة للاستبيان وتفسير التوزيعات والاتجاهات التي أظهرتها الردود. يعتمد التحليل الوصفي على تقديم ملخص إحصائي للتوزيعات النسبية لمختلف الأسئلة المطروحة في الاستبيان المتعلق بدور القيادة في تعزيز الابتكار داخل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

1. متغير العمر: وفقاً للبيانات المستخلصة من الاستبيان، تم تقسيم المشاركين إلى أربع فئات عمرية:

- الفئة العمرية (20-30) عامًا مثلت 23.5% من إجمالي المشاركين.

- الفئة العمرية (31-39) عامًا مثلت النسبة الأكبر بـ 41.8%.

- الفئة العمرية (40-49) عامًا كانت تمثل 22.4% من المشاركين.

- الفئة العمرية (50 عامًا فأكثر) مثلت 12.2%.

هذا التوزيع يعكس أن غالبية المشاركين كانوا في الفئة العمرية المتوسطة بين 31-39 عامًا، وهي الفئة التي غالبًا ما تكون في مراكز القيادة أو لديها دور فعال في الابتكار داخل المؤسسات.

2. متغير سنوات الخبرة: أظهرت البيانات المتعلقة بسنوات الخبرة أن المشاركين في الدراسة لديهم خلفيات مهنية متنوعة:

- المشاركون الذين لديهم أقل من 5 سنوات خبرة مثلوا 18.4%.
- الذين لديهم خبرة تتراوح بين 5-10 سنوات مثلوا 31.6%.
- الخبرة من 11-20 سنة كانت لدى 28.6% من المشاركين.
- المشاركون الذين لديهم أكثر من 21 عامًا من الخبرة مثلوا 23.5%.
- هذا التنوع في سنوات الخبرة يعكس مستوى من الاحترافية والخبرة العملية في مجال العمل، مما يعني أن النتائج تستند إلى آراء أشخاص لديهم فهم جيد لسلوكيات القيادة وتأثيرها على الابتكار.
- 3. متغير دور القيادة في تعزيز الابتكار:** أحد المحاور الأساسية في الدراسة كان تقييم دور القيادة في تعزيز الابتكار داخل المؤسسة. وفقًا للنتائج:
- 48% من المشاركين أشاروا إلى أن القيادة في مؤسستهم تشجع على الابتكار بدرجة كبيرة.
- 31.6% قالوا إن التشجيع على الابتكار يتم بدرجة متوسطة.
- 18.3% أفادوا بأن التشجيع ضعيف.
- 2% فقط قالوا إنه لا يوجد أي تشجيع على الابتكار.
- تشير هذه النسب إلى أن معظم المشاركين يرون أن القيادة في مؤسساتهم تلعب دورًا كبيرًا في تشجيع الابتكار، وهو مؤشر إيجابي على توافر بيئة ابتكارية.
- 4. متغير الدعم المؤسسي لتنفيذ الأفكار:** تمثل هذا المتغير في السؤال حول ما إذا كانت المؤسسات توفر الدعم اللازم للموظفين لتنفيذ أفكارهم:
- 34.7% من المشاركين أشاروا إلى أن مؤسساتهم تقدم دعمًا كبيرًا لتنفيذ الأفكار.
- 23.5% قالوا إن الدعم متوسط.
- 28.6% أفادوا بأن الدعم المقدم ضعيف.
- 9.2% قالوا إن الدعم غير موجود.

تعكس هذه النتيجة تفاوتاً في مستوى الدعم المقدم للموظفين لتنفيذ أفكارهم، حيث توجد نسبة ملحوظة ترى أن الدعم ضعيف أو غير موجود.

5. متغير الابتكار كجزء من الثقافة المؤسسية: يعد هذا المتغير مهمًا لفهم ما إذا كانت الابتكارات جزءًا لا يتجزأ من ثقافة المؤسسة:

- 44.9% من المشاركين أفادوا بأن الابتكار جزء أساسي من ثقافة مؤسستهم.

- 34.7% قالوا إن الابتكار حاضر ولكن ليس بشكل كامل.

- 12.2% أشاروا إلى أن الابتكار موجود بدرجة قليلة.

- 8.2% قالوا إنه غير موجود.

تعكس هذه النتائج أن غالبية المؤسسات تسعى لتعزيز الابتكار كجزء من ثقافتها المؤسسية، وهو مؤشر إيجابي.

من خلال التحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة، يمكن ملاحظة أن غالبية المشاركين يتفوقون على أن القيادة في مؤسساتهم تشجع على الابتكار وتوفر الدعم اللازم لتنفيذه، رغم وجود بعض الفجوات في الدعم المقدم داخل بعض المؤسسات. كما أن الابتكار يُعتبر جزءًا من ثقافة العديد من المؤسسات، إلا أن هناك مجالًا لتحسين تكامل الابتكار في بعضها.

اختبار فرضيات الدراسة

اختبار فرضيات الدراسة يتمثل في تحليل العلاقة بين دور القيادة في تعزيز الابتكار داخل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ويمكن تقييم ذلك استنادًا إلى البيانات التي تم جمعها من المشاركين في الاستبيان.

- الفرضية الأولى: القيادة في المؤسسات تشجع الموظفين على الابتكار:

من خلال نتائج الاستبيان، يظهر أن أغلبية المشاركين وافقوا على أن القيادة في مؤسساتهم تشجع على الابتكار (48% قالوا إنه بشكل "كبير" و31.6% قالوا "متوسط"). هذا يشير إلى تأييد قوي لفكرة أن القيادة الفعالة تشجع على الابتكار داخل المؤسسات.

- الفرضية الثانية: المؤسسة تتيح للموظفين الفرصة لتقديم أفكار جديدة:

الإجابات أظهرت أن 42.9% من المشاركين أكدوا أن مؤسساتهم تتيح الفرصة لتقديم أفكار جديدة بشكل كبير. هذا يدل على أن غالبية المؤسسات تدعم البيئة الابتكارية من خلال فتح المجال أمام الموظفين للتعبير عن أفكارهم.

- الفرضية الثالثة: القيادة تساهم في توفير الدعم للموظفين لتنفيذ أفكارهم المبتكرة:

نتائج الاستبيان أظهرت أن 34.7% من المشاركين أكدوا أن مؤسساتهم تقدم دعمًا كبيرًا لتنفيذ الأفكار المبتكرة، بينما أفاد 23.5% أن الدعم متوسط. هذه النتائج تعزز فرضية أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تقدم دعمًا جيدًا للموظفين في سبيل الابتكار.

مناقشة نتائج الدراسة

من خلال تحليل نتائج الاستبيان، نجد أن دور القيادة في تعزيز الابتكار داخل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة هو أمر جوهري ومؤثر. تتوافق نتائج الاستبيان مع الدراسات السابقة التي تشير إلى أن القيادة الفعالة تشجع على الابتكار وتخلق بيئة مواتية لذلك.

1. تشجيع الابتكار: تظهر النتائج أن المؤسسات تعتمد بشكل كبير على القيادة لتشجيع الابتكار بين الموظفين. أكثر من نصف المشاركين (48%) أكدوا أن مؤسساتهم تشجع على الابتكار بشكل كبير، مما يعكس اهتمام القيادة بتحفيز الإبداع والابتكار داخل المؤسسات.

2. إتاحة الفرص لتقديم الأفكار: نسبة كبيرة من المشاركين أشاروا إلى أن مؤسساتهم توفر الفرص لتقديم أفكار جديدة. هذا يشير إلى أن هناك بيئة مفتوحة للحوار والمشاركة، وهي من السمات الأساسية للمنظمات التي تسعى إلى تعزيز الابتكار.

3. توفير الدعم لتنفيذ الأفكار: النتائج تشير إلى أن القيادة تلعب دورًا هامًا في دعم الموظفين لتنفيذ أفكارهم المبتكرة. مع ذلك، هناك نسبة صغيرة من المشاركين يشعرون بأن الدعم غير كافٍ، مما يسلط الضوء على حاجة بعض المؤسسات لتعزيز دعمها للموظفين بشكل أكبر.

يمكن القول بأن القيادة الفعالة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تلعب دورًا كبيرًا في تعزيز الابتكار، من خلال تشجيع الموظفين على التفكير الإبداعي، إتاحة الفرص لتقديم الأفكار، وتوفير الدعم اللازم لتنفيذها.

تفسير النتائج في ضوء الدراسات السابقة

تظهر الدراسات السابقة دور القيادة التحفيزية والقيادة التحويلية في تعزيز الابتكار والإبداع التنظيمي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بشكل واضح. فيما يلي تفسير النتائج المتعلقة بالجانب النظري استنادًا إلى هذه الدراسات:

- **العلاقة بين القيادة التحفيزية والابتكار:** تظهر دراسة عبد القوي (2016) أن هناك علاقة قوية بين استراتيجيات التعلم الموجه ذاتيًا ومفهوم الابتكار. يُبرز هذا البحث أهمية تطوير مهارات التعلم الذاتي، حيث يمكن أن تساهم في تعزيز المهارات القيادية في الشركات الصغيرة والمتوسطة. من هذا المنطلق، يتضح أن القادة الذين يشجعون على التعلم الذاتي بين موظفيهم يمكنهم تعزيز التفكير الابتكاري، مما يدعم الابتكار المؤسسي.
- **دور الإدارة في تعزيز ثقافة الابتكار:** تشير نتائج بحث الشوي (2015) إلى أن المنظمات التي تشجع الأفكار المبتكرة بين موظفيها لديها القدرة على تحقيق ميزة تنافسية أعلى. تسلط هذه النتائج الضوء على أهمية دور الإدارة في تنمية ثقافة الابتكار، حيث أن القيادة الفعالة تعزز الإبداع وتعزز الأداء العام للمؤسسة. ولذلك، يُعتبر تعزيز ثقافة الابتكار أحد الأدوار الأساسية للقيادة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- **التحفيز وتأثيره على الإبداع:** تدعم دراسة عبد الباسط (2018) فكرة أن القيادة التحفيزية لها تأثير إيجابي على مستوى الإبداع والابتكار لدى الموظفين. تشير النتائج إلى أهمية تطوير مهارات القيادة التحفيزية بين مديري الشركات الصغيرة والمتوسطة لتعزيز الابتكار. هذا يشير إلى أن القادة الذين يستثمرون في تحفيز فرقهم قادرون على تحفيز الإبداع والابتكار، وهو ما ينعكس إيجابياً على الأداء المؤسسي.
- **أهمية الأداء العالي والتميز:** أظهرت دراسة المهدي (2019) أن القيادة التحفيزية تلعب دورًا حاسمًا في تحقيق الأداء العالي من خلال تشجيع الإبداع والابتكار. إن استخدام أساليب إدارة التحفيز بشكل فعال يمكن أن يؤدي إلى مستويات عالية من الأداء في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة. وهذا يعزز فكرة أن القادة يجب أن يركزوا على تطوير استراتيجيات تحفيزية فعالة لتحقيق التميز المؤسسي.

● القيادة التحويلية والإبداع التنظيمي: فيما يتعلق بالدراسات المرتبطة بالإبداع التنظيمي، أظهرت دراسة التيجاني (2020) أن هناك تأثيرًا كبيرًا لسلوك القيادة التحويلية على الإبداع التنظيمي. أظهرت النتائج أن القيادة التحويلية تُسهم في تحفيز الإبداع، وتبرز الحاجة إلى تطوير مهارات القيادة التحويلية لدى المدراء لتحسين مستوى الإبداع داخل المؤسسات. كما أشارت الدراسة إلى ضرورة تعزيز التدريب والتوجيه للقيادات الإدارية في بيئات العمل المتغيرة.

● الجوانب المختلفة للقيادة التحويلية: دراسة آل الشيخ وعلي (2020) قامت بتحليل الجوانب المختلفة للقيادة التحويلية، مثل التأثير المثالي والتحفيز والإلهام، وتأثيرها على الإبداع التنظيمي. تشير النتائج إلى أن هذه الجوانب تساهم بشكل فعال في تعزيز الإبداع داخل المؤسسات. هذا يدعم الفكرة القائلة بأن القادة الذين يتمتعون بأساليب قيادة تحويلية فعالة يمكنهم تحقيق نتائج إيجابية في الإبداع والابتكار.

تؤكد الدراسات السابقة على العلاقة الوطيدة بين القيادة، وخاصة القيادة التحفيزية والتحويلية، والابتكار التنظيمي والإبداع في المنظمات. تعكس هذه الأبحاث أهمية تطوير المهارات الإدارية وتعزيز ثقافة الابتكار كوسيلة لتحسين الأداء وزيادة القدرة التنافسية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة. من الضروري أن يسعى القادة إلى تطبيق استراتيجيات تحفيزية فعالة وتعزيز التوجيه والتدريب لتحقيق مستويات عالية من الابتكار والتميز في الأداء المؤسسي.

النتائج والتوصيات

- تعزيز بيئة العمل الإبداعية: يجب على القادة تشجيع بيئة عمل مفتوحة تدعم الابتكار من خلال التحفيز على التفكير الإبداعي ومنح الموظفين الحرية للتجربة والتطوير دون الخوف من الفشل.
- تحفيز الموظفين على المشاركة: ينبغي للقادة تعزيز روح المبادرة لدى الموظفين من خلال تشجيعهم على تقديم الأفكار والمقترحات المتعلقة بتطوير المنتجات أو تحسين العمليات الداخلية.
- تشجيع التواصل الفعال: يجب أن يسعى القادة إلى بناء قنوات اتصال مفتوحة وفعالة داخل المؤسسة، مما يتيح تدفق الأفكار الجديدة بين الموظفين والإدارات المختلفة.

- الاستثمار في التدريب والتطوير: ينبغي للقادة التركيز على تقديم برامج تدريبية مخصصة لتعزيز مهارات الموظفين المتعلقة بالابتكار والتفكير النقدي، مثل التفكير التصميمي وحل المشكلات بطرق مبتكرة.
- التعامل مع الفشل كجزء من العملية الابتكارية: يجب على القادة تهيئة الموظفين لتقبل الفشل كجزء من الابتكار. الفشل هو خطوة نحو التعلم والتحسين وليس عائقًا.
- تشجيع التعاون بين الفرق المختلفة: الابتكار يتطلب تكامل الخبرات المتنوعة. لذا، يجب أن يشجع القادة التعاون بين الفرق المختلفة وتبادل الأفكار والخبرات لتحقيق حلول جديدة.
- تبني ثقافة التغيير المستمر: يجب على القيادة تعزيز ثقافة تقبل التغيير والتكيف مع التطورات السريعة في السوق والتكنولوجيا.
- دعم الابتكار المفتوح: يتيح الابتكار المفتوح للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة فرصة الاستفادة من خبرات وأفكار شركاء خارجيين، مثل العملاء والموردين والمستشارين، ما يعزز من قدرتها على الابتكار.
- تمكين الموظفين: القادة الذين يمكنهم موظفيهم عن طريق منحهم الموارد والصلاحيات اللازمة لتحقيق أفكارهم يساهمون في تعزيز الابتكار داخل المؤسسة.
- التحفيز والمكافآت: يمكن أن تكون برامج الحوافز والمكافآت أداة قوية لتعزيز الابتكار. يجب على القادة تطوير نظام يكافئ الموظفين على الأفكار المبتكرة.
- تعزيز التفكير المستدام: الابتكار لا يتعلق فقط بإيجاد حلول جديدة، بل أيضًا بالبحث عن حلول مستدامة تساهم في تحسين الأداء طويل المدى للمؤسسة وتقليل التأثير البيئي.
- التركيز على العميل: يجب أن تكون كل جهود الابتكار موجهة نحو تلبية احتياجات العملاء وتوقعاتهم. القيادة المبتكرة تعرف أن العملاء هم المصدر الأساسي للأفكار الجديدة.
- استخدام التكنولوجيا لدعم الابتكار: على القادة استغلال التكنولوجيا الحديثة مثل الذكاء الاصطناعي، التحليلات الضخمة، وتقنيات الاتصال لتعزيز الابتكار وتحسين عمليات المؤسسة.
- إيجاد رؤية مشتركة: القادة بحاجة إلى وضع رؤية واضحة ومشتركة حول الابتكار وتحديد الأهداف الاستراتيجية، والتي يمكن لجميع الموظفين الانخراط فيها.

- **تحفيز التفكير الاستراتيجي:** القادة الذين يشجعون الموظفين على التفكير الاستراتيجي وتقييم الاتجاهات المستقبلية يساعدون في تحفيز الابتكار الذي يستجيب للاحتياجات المستقبلية للسوق.
- **إدارة المعرفة بفعالية:** ينبغي على القادة تبني أنظمة إدارة المعرفة التي تتيح مشاركة الأفكار والمعلومات والخبرات بين الموظفين.
- **إعادة تعريف العمليات التقليدية:** القادة المبتكرون يدفعون موظفيهم إلى إعادة التفكير في العمليات التقليدية وتبني حلول مبتكرة لتحسين الكفاءة والجودة.
- **بناء ثقافة التجريب:** يجب أن يكون التجريب جزءًا من الثقافة التنظيمية، حيث يتم تشجيع الموظفين على اختبار الأفكار الجديدة بشكل مستمر دون الخوف من العواقب السلبية.
- **التعرف على الابتكار وتحفيزه:** القادة بحاجة إلى التعرف على الابتكار عندما يحدث وتكريم الأشخاص المسؤولين عنه، سواء كان ذلك بتوفير موارد إضافية أو بالاعتراف الرسمي.
- **استغلال الموارد المحدودة بذكاء:** يجب على القيادة أن تكون ذكية في استخدام الموارد المتاحة لتحقيق الابتكار، حيث أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة غالبًا ما تفتقر إلى الموارد الكبيرة التي تمتلكها المؤسسات الكبرى.
- **التركيز على الابتكار في المنتجات والخدمات:** القيادة الفعالة يجب أن تركز على الابتكار في تطوير منتجات جديدة أو تحسين المنتجات والخدمات الحالية.
- **قيادة بالتعاطف والمرونة:** القادة الذين يظهرون مرونة وتعاطفًا مع موظفيهم يبنون علاقات أقوى تشجع الموظفين على التعبير عن أفكارهم المبتكرة.
- **تشجيع التنوع:** القادة الذين يعترفون بأهمية التنوع في الفرق الابتكارية يتمكنون من استغلال الأفكار المختلفة والخبرات المتنوعة لتقديم حلول جديدة.
- **إقامة شراكات استراتيجية:** القيادة المبتكرة تحتاج إلى إقامة شراكات مع مؤسسات أخرى أو جامعات ومراكز بحثية للحصول على أفكار جديدة وتعزيز القدرة التنافسية.

- الابتكار التعاوني: القادة الذين يشجعون التعاون بين مؤسساتهم والشركات الأخرى يمكنهم تعزيز الابتكار من خلال تبادل الخبرات والمعرفة.
- يجب على القادة دعم المشاريع الصغيرة داخل المؤسسة كطريقة لتعزيز الابتكار وتقديم حلول جديدة للسوق.
- الابتكار يجب أن يكون مدفوعًا بفهم عميق لاحتياجات العملاء والتحديات التي يواجهونها، مما يسمح بتطوير حلول مخصصة وفعالة.
- الاستعداد للتكيف مع التحولات الرقمية: الابتكار في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة يعتمد أيضًا على قدرة القيادة على استيعاب التحولات الرقمية وتحقيق الاستفادة القصوى من التقنيات الحديثة.
- يجب على القيادة تخصيص وقت كافٍ للتفكير في كيفية تطوير الابتكار داخل المؤسسة ووضع خطط استراتيجية لهذا الغرض.

المراجع

المراجع العربية:

- عبد القوي، محمد. (2016). العلاقة بين استراتيجيات التعلم المنظم ذاتياً والتفكير الابتكاري. مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، العدد 168، الجزء الثاني، ص 13-42.
- الشيو، علي. (2015). دور التفكير الابتكاري في اكتساب الميزة التنافسية: دراسة تطبيقية على شركات الاتصالات في مصر. المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة، جامعة عين شمس، العدد 3، ص 217-246.
- عبد الباسط، محمود. (2018). دور القيادة الملهمة في تعزيز الإبداع لدى العاملين: دراسة ميدانية على الشركات الصناعية في مدينة العاشر من رمضان. مجلة البحوث التجارية، جامعة الزقازيق، المجلد 40، العدد 2، ص 123-152.
- مهدي، سمير. (2019). دور القيادة الملهمة في تحقيق التميز التنظيمي: دراسة تطبيقية على البنوك التجارية المصرية. المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، جامعة قناة السويس، المجلد 10، العدد 1، ص 305-334.

- الهيئة العامة للمنشآت الصغيرة والمتوسطة (2023). تعريف المنشآت الصغيرة والمتوسطة.
- الشيخ، على (٢٠٢٠): " أثر القيادة التحويلية على الإبداع التنظيمي بالتطبيق على المصارف السودانية" أماراباك: مجلة علمية محكمة تصدر عن الأكاديمية الأمريكية العربية للعلوم والتكنولوجيا. مج ٣٩، ع، ١، ص ٧٧-٩٢.
- التجاني، دوح (٢٠٢٠): "سلوكيات القيادة التحويلية وأثرها على الأبداع التنظيمي: دراسة حالة جامعة غرداية" أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير، جامعة غرداية، الجزائر.
- عبود، نجم، (2015)، كتاب القيادة وإدارة الابتكار، دار الهناء للنشر والتوزيع، ط2، عمان.
- خصاونة، عاكف لطفي، (2011)، إدارة الإبداع والابتكار في منظمات الأعمال، دار الحامة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن.
- خيري، أسامة (2012)، إدارة الإبداع والابتكارات، دار الراية للنشر والتوزيع، ط1، الأردن.
- خيري، أسامة، (2006)، الجديد في القيادة الإدارية، دار الراية للنشر والتوزيع، ط1، الأردن.
- عباس، سهيلة، (2004)، القيادة الابتكارية والأداء المتميز، دار وائل للنشر، ط1، الأردن.
- قوراية، أحمد، (2012)، فن القيادة المرتكزة على المنظور النفسي الاجتماعي والثقافي، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، الجزائر.
- فايز جمعة صالح النجار، وآخرون، (2009)، أساليب البحث العلمي، منظور تطبيقي، دار الحامد، عمان.
- أبو حلوب، مهند محمد عرفة أبو سالم، (2015) التخطيط الاستراتيجي وعلاقته بالابتكار التنظيمي، رسالة ماجستير، شعبة الاقتصاد والعلوم الإدارية، إدارة الأعمال، غزة.
- النذير، عبدالله ثاني محمد، (2010)، القيادة الإدارية وعلاقتها بمشروع استراتيجية الاتصال بالمؤسسة العمومية الاقتصادية الجزائرية، مذكرة ماجستير في علوم الاتصال، جامعة السانية وهران، الجزائر.

- العازمي، محمد بزيح حامد بن تويلى، (2006)، القيادة التحويلية وعلاقتها بالإبداع الإداري، دراسة مسحية على العاملين المدنيين بديوان وزارة الداخلية، رسالة ماجستير في العلوم الادارية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، السعودية.
- زويته، محمد صالح، (2007)، أثر التغيرات الاقتصادية على ترقية قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، رسالة ماجستير في نقود ومالية، جامعة الجزائر، الجزائر.
- مينة، خليفة، دراجي عيسى، (2016)، دور الإبداع والابتكار في عصرنة المصارف وزيادة قدرتها التنافسية، مجلة المعيار، العدد: 16، المركز الجامعي أحمد بن يحيى الونشريس، تيسمسيلت.
- هلسة، محمد، (2016)، مبادئ وتصنيفات الإبداع والابتكار وأهميتها لمنظومة الأعمال المعاصرة، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 6، جامعة الاستقلال، فلسطين.
- الكواز، عدي غانم، وآخرون (2013)، القيادة وعلاقتها بالتغيير التنظيمي وأشكاله وأساليب تقليده في الاتحادات الرياضية الفرعية في نينوى، مجلة الرافدين لعلوم الرياضية، المجلد 19، العدد: 60، جامعة الموصل، العراق.
- عبد الرازق، حبار، (2018)، واقع وخصوصية الابتكار في نشاط التأمين مع الإشارة إلى حالة قطاع التأمين، مجلو بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد: 55، العراق.
- أبو جزر، فوزي، (2006)، المشاريع الصغيرة والمتوسطة ودورها في الحد من البطالة في فلسطين، مؤتمر تنمية وتطوير قطاع غزة، فلسطين، أيام 15/13 فيفري.
- بنوناس، صباح، (2015)، تحليل علاقة القيادة التحليلية بأداء الموارد البشرية، دراسة حالة مؤسسة الجزائرية للمياه بسكرة، مجلة الأبحاث الاقتصادية والإدارية، العدد 18، جامعة بسكرة، الجزائر.
- صورية، بوطرفة، (2016)، القيادة التحويلية ودورها في إدارة التغيير التنظيمي في المؤسسة الاقتصادية، دراسة مقارنة بين مجموعة من المؤسسات الاقتصادية، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، جامعة محمد خيضر، الجزائر.

المراجع الأجنبية:

- Burns, J.M. (1978). Leadership. New York: Harper & Row.
- Bass, B.M. (1985). Leadership and Performance beyond Expectations. New York: Free Press.
- Jung, D.I., Chow, C., & Wu, A. (2003). The role of transformational leadership in enhancing organizational innovation: Hypotheses and some preliminary findings. The Leadership Quarterly, 14(4-5), 525-544.
- Bass, B.M., & Riggio, R.E. (2006). Transformational leadership (2nd ed.). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Rosing, K., Frese, M., & Bausch, A. (2011). Explaining the heterogeneity of the leadership-innovation relationship: Ambidextrous leadership. The Leadership Quarterly, 22(5), 956-974.
- Greenleaf, R.K. (1977). Servant leadership: A journey into the nature of legitimate power and greatness. New York: Paulist Press.
- Van Dierendonck, D. (2011). Servant leadership: A review and synthesis. Journal of Management, 37(4), 1228-1261.
- OECD/Eurostat (2018). Oslo Manual 2018: Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation, 4th Edition. Paris: OECD Publishing.
- Rogers, E.M. (2003). Diffusion of Innovations (5th ed.). New York: Free Press.
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. Journal of Management, 17(1), 99-120.
- Mumford, M.D., Scott, G.M., Gaddis, B., & Strange, J.M. (2002). Leading creative people: Orchestrating expertise and relationships. The Leadership Quarterly, 13(6), 705-750.
- Yukl, G. (2013), Leadership in Organizations (8th ed.). Pearson.
- Harris, A. (2008). Distributed leadership: According to the evidence. Journal of Educational Administration, 46(2), 172-188.

-
- Brown, M.E., & Treviño, L.K. (2006). Ethical leadership: A review and future directions. *The Leadership Quarterly*, 17(6), 595-616.
 - Chesbrough, H.W. (2003). *Open innovation: The new imperative for creating and profiting from technology*. Harvard Business Press.
 - Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1995). *The knowledge-creating company: How Japanese companies create the dynamics of innovation*. Oxford University Press.
 - Teece, D.J., Pisano, G., & Shuen, A. (1997). Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic Management Journal*, 18(7), 509-533.
 - Drucker, P.F. (1999). *Management challenges for the 21st century*. Harper Business.
 - Porter, M.E. (1990). *The competitive advantage of nations*. Free Press.
 - Grimaldi, R., & Grandi, A. (2005). Business incubators and new venture creation: An assessment of incubating models. *Technovation*, 25(2), 111-121.
 - Etzkowitz, H., & Leydesdorff, L. (2000). The dynamics of innovation: From National Systems and "Mode 2" to a Triple Helix of university–industry–government relations. *Research Policy*, 29(2), 109-123.
 - Hargreaves, I. (2011). *Digital opportunity: A review of intellectual property and growth*. Independent report for the UK government.
 - Lundvall, B.-Å., & Johnson, B. (1994). The learning economy. *Journal of Industry Studies*, 1(2), 23-42.
 - Mulgan, G., Tucker, S., Ali, R., & Sanders, B. (2007). *Social innovation: What it is, why it matters, and how it can be accelerated*. The Young Foundation.
 - Rogers, E.M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). Free Press.
 - Djankov, S., La Porta, R., Lopez-de-Silanes, F., & Shleifer, A. (2002). The regulation of entry. *Quarterly Journal of Economics*, 117(1), 1-37.

-
- Freeman, C. (1995). The 'National System of Innovation' in historical perspective. Cambridge Journal of Economics, 19(1), 5-24.
 - Porter, M.E., & Kramer, M.R. (2006). Strategy and society: The link between competitive advantage and corporate social responsibility. Harvard Business Review, 84(12), 78-92.

الروابط

- https://aja.journals.ekb.eg/article_168235_4c8e5aeae169ff006ddc8e286a7fc3c3.pdf
- <http://dSPACE.univ-tebessa.dz:8080/jspui/bitstream/123456789/7553/1/12.pdf>
- https://aja.journals.ekb.eg/article_326850_b5e3454efebb96c169d8e5182e161690.pdf
- <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/166499>
- <https://dSPACE.alquds.edu/bitstreams/2aab7579-7cce-4a7a-ae9-c2c9be58b1a5/download>
- https://caf.journals.ekb.eg/article_246192_50797b1977bd3d99923f53b4190114c8.pdf
- <https://archive.org/details/improvingorganiz0000unse>
- https://openlibrary.org/works/OL4647383W/Improving_Organizational_Effectiveness_Through_Transformational_Leadership
- <https://searchworks.stanford.edu/view/10045919>

الملاحق

قسم A: الخصائص الديموغرافية

1. الجنس:

- ذكر.
- أنثى.

2. العمر:

- 20 - 30 سنة.
- 31 - 39 سنة.
- 40 - 49 سنة.
- 50 سنة فأكثر.

3. سنوات الخبرة:

- أقل من 5 سنوات.
- 5 - 10 سنوات.
- 11 - 20 سنة.
- أكثر من 21 سنة.

قسم B: تقييم دور القيادة في تعزيز الابتكار

العبرة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
القيادة في المؤسسة تشجع الموظفين على الابتكار.					
القادة في المؤسسة يعطون الموظفين الفرصة للتعبير عن أفكار جديدة.					
يتم توفير الدعم الكافي للموظفين لتنفيذ أفكارهم المبتكرة.					
يساهم القادة في خلق بيئة تحفز على الابتكار.					
الابتكار جزء أساسي من الثقافة المؤسسية في المؤسسة.					

قسم C: الأسئلة المفتوحة

1. ما هي أهم التحديات التي تواجه الابتكار في مؤسستك؟

.....

2. كيف يمكن للقادة في مؤسستك تحسين دورهم في تعزيز الابتكار؟

.....