**المحاضرة الثالثة والرابعة**

**3- الرهانات الإستراتيجية للإبداع والابتكار**

هناك العديد من الرهانات الإستراتيجية التي يواجهها الإبداع والابتكار، نذكر منها الرهانات

الاقتصادية، والاجتماعية، والثقافية، والبيئية، إلى غير دلك. ومن أهم الرهانات الاقتصادية:

* **مواجهة التغيرات في البيئة الخارجية**: يلعب الإبداع والابتكار دورا أساسيا في مواجهة الظروف البيئية عبر تحسين وضعية المؤسسة في الصناعة والبيئة التنافسية. ويعتبر الإبداع والابتكار وسيلة أساسية للتكيف مع المحيط الخارجي.
* **مواجهة المنافسة الحادة**: هو أحد الوسائل الأساسية لتحقيق التنافس ورفع القدرة التنافسية، حيث تعمل المؤسسة، عبر إدخال الإبداع والابتكار، على خلق والمحافظة على الميزة التنافسية وتجديدها.
* كما يعمل الإبداع والابتكار على **تطور وتنمية المؤسسة** **الاقتصادية** عبر إدخال التقنيات، والتنظيم والهيكلة الملائمة، وتحسين العلاقات مما يؤثر على وظائف المؤسسة ويؤدي إلى خلق القيمة المضافة في المؤسسة.

**4- مصادر الإبداع والابتكار**

**4-1 الفرد المبدع**

يمكن أن تصدر الأفكار الإبداعية من الفرد العامل في المؤسسة، والدي يملك صفات وقدرات ومهارات

تؤهله للإبداع (مثل الذكاء والموهبة، والإدراك، ومهارة التفكير، والمعرفة، والخبرة والمواصفات

الشخصية...). وطبقا لنموذج النمو الداخلي (نموذج ROMER) فان خلق أفكار جديدة يعتبر دالة

طردية في رأس المال البشري. فالاستثمار فيه يؤدي إلى زيادة رأس المال المادي، مما يؤدي إلى

تحقيق زيادة في النمو الاقتصادي.

ويؤكد "شومبيتر" أن المسير هو مفتاح الابتكار في المؤسسة الاقتصادية، كما يعتبر"Boutillier"

أن المسير ادا كان هو الذي أنشأ المؤسسة فهو يعتبر مبتكرا تلقائيا، حيث يطبق ما هو جديد على

مؤسسته.

4-2 **المؤسسة المبدعة**:

غالبا ما يأتي الابتكار من خلال المؤسسة الاقتصادية المحتضنة للأفكار الإبداعية، فمهما كانت

القدرات الابتكارية والمعرفة والمهارة المكتسبة من الفرد، لن يتمكن من الاستفادة منها ما لم يعمل في

بيئة مشجعة للإبداع والابتكار، حيث تعتبر الإمكانيات شرط ضروري لكي تتم عملية الإبداع. وقد

أثبتت الدراسات العملية، من ناحية أخرى، أن الإبداع ينتج من الإدارة الواعية لثقافة المؤسسة.

وهناك العديد من العوامل الداخلية التي تؤثر على العملية الإبداعية الناتجة عن التفاعل بين الخطة

الإستراتيجية والبناء التنظيمي من جهة، والثقافة والمناخ التنظيمي من جهة أخرى، وهدا ما يسمى

الابداع التنظيمي. وتتميز المؤسسات المبدعة بعدة مميزات أهمها ما يلي:

* الميل نحو الممارسة والتجريب.
* مشاركة العمال في تقديم اقتراحات للعمل.
* احترام القيم وتطبيقها،
* تفعيل نظام حوافز مشجع وعادل.
* تشجيع روح المبادرة لدى العاملين.
* خلق بيئة تنظيمية لديها المرونة الكافية لتشجيع الأفراد على التغيير والإبداع والابتكار.

4-3 **السوق**:

تم اعتبار السوق كمصدر للإبداع والابتكار مند الثمانينات، حيث يكون الإبداع كنتيجة لطلبات الزبائن

التي تتغير باستمرار او المنافسة الشديدة في السوق، مما يجعل المؤسسة تتبنى إبداع وابتكار جديد

حتى تتمكن من المحافظة على حصتها السوقية والتوسع في أسواق جديدة. وهدا النموذج يمتاز بكونه

يقترب من واقع عملية الإبداع في المؤسسة، حيث تستعمل هده الأخيرة خبرتها ومعرفتها لتحويل الفكرة

الإبداعية إلى منتج أو خدمة جديدة.

4-4 **البحث والتطوير**:

يعتبر من الوظائف الهامة التي لها تأثير كبير على العمليات الإبداعية، حيث تلجأ المؤسسات

الاقتصادية الكبيرة في العالم إلى البحث والتطوير كمصدر للإبداع والابتكار نظرا لإمكانياتها المادية

والبشرية الكبيرة. ويعتبر البحث والتطوير المغذي الأساسي للإبداعات التكنولوجية، حيث يتم اكتشاف

المصدر العلمي والتكنولوجي للإبداع. ومن أهم الشركات العالمية التي تنفق مبالغ طائلة على البحث

والتطوير: مؤسسة أمازون، ألفا بت (الشركة الأم لقوقل)، شركة سامسونق، وشركة هونر للهواتف

المحمولة الصينية التي لديها 14 مركز للبحث والتطوير في العالم.

ويمكن تعريف البحث العلمي على أنه طريق للاستقصاء لكشف المعلومات والحقائق وتحليلها وتعديلها

وتطويرها باستعمال الأسلوب العلمي. فهو وسيلة للدراسة يمكن من خلالها الوصول لحل المشكلات

المختلفة عن طريق الاستقصاء الشامل والدقيق عن الظاهرة محل الدراسة. وتصنف البحوث إلى:

* البحوث الأساسية: وهي البحوث العلمية التي تهدف إلى الحيازة على المعارف، وتتم في المؤسسات الجامعية ومخابر البحث.
* البحوث التطبيقية: تهدف إلى الإنتاج، وتحسين المنتج أو الطريقة (البحث التكنولوجي أو

 أو التطور الصناعي) التي تتواجد على مستوى المؤسسات العمومية.

أما التطوير فهو المرحلة التي تلي البحث وهو الاستخدام المنظم للمعرفة العلمية لتحسين وخلق

 منتجات جديدة أو طرق جديدة. فهو يختص بالجانب التطبيقي للأفكار والمعارف.

4-5 **التكنولوجيا:**

تؤثر التكنولوجيا على المؤسسات وتجعلها مبتكرة ودلك للمحافظة على حصتها السوقية وعلى قدرتها

التنافسية في السوق. وتعتبر التكنولوجيا أحد المحركات الأساسية للإبداع والابتكار في المؤسسات

الاقتصادية حيث تدفعها الى تغيير طرق عملها، وتنظيمها، ومهامها، والى تغيير منتجاتها وخدماتها

تبعا لتغيير متطلبات الزبائن في السوق.