**مفاهيم أساسية حول الإبداع والابتكار**

**1- 1 تعريف الإبداع والابتكار**

لا يوجد تعريف موحد للإبداع، فقد اختلف المفكرون في تعريفهم للإبداع، وتستعمل كلمة إبداع للتأشير على كل ما هو جديد من منتجات أو خدمات. كما يعرفه البعض الأخر على أنه العملية التي تقوم بإدخال كل جديد لمختلف أنواع المنتجات، أو طرق الإنتاج أو التنظيم، أو طرق التسويق.

ويعرف الإبداع أيضا على أنه عملية إنشاء وتطوير واكتساب وتنفيذ منتج جديد، أو خدمة جديدة، أو عملية جديدة بهدف تحسين الكفاءة والفعالية والميزة التنافسية بما يضيف قيمة للمنظمة ولأصحاب المصلحة.

وتعرفه منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية ((OCDE على أنه مجموع الطرق العلمية، والتكنولوجية، والتنظيمية، والمالية، والتجارية التي تمكن المؤسسة من طرح منتجات جديدة أو محسنة في السوق.

كما يعرف على أنه إنتاج منتج أو خدمة جديدة، أو استعمال عملية جديدة أو تحسينها، أو طريقة تجارية جديدة، أو إدخال طريقة تنظيمية جديدة، أو تنظيم مكان العمل أو العلاقات الخارجية.

ويعرف كذلك على أنه إدخال فكرة جديدة في طريقة عمل المؤسسة من أجل جعلها أكثر إبداعا، وفعالية وتنافسية. وتشير منظمة ((OCDE إلى أن الفرق بين الإبداع والابتكار يكمن في أن الإبداع يعبر عن نشوء الفكرة الجديدة، أما الابتكار فهو وضع هذه الفكرة حيز التطبيق.

**1-2 الفرق بين الإبداع والابتكار**

ان جميع الابتكارات تبدأ بأفكار إبداعية تصدر من الأفراد، و يحدث الابتكار تغييرات ملموسة على المنتج أو الخدمة، بحسب الأفكار الإبداعية، و الابتكار هو التطبيق الناجح لهده الأفكار الإبداعية في أي مؤسسة.

ادن تصدر الأفكار الإبداعية من الأفراد لكن الابتكار غالبا ما يأتي من خلال المؤسسات والمنظمات

المحتضنة لهاده الأفكار الإبداعية.

**1-3 دوافع الإبداع والابتكار:**

هناك العديد من الدوافع الذاتية أو المادية أو الخارجية التي تستدعي القيام بعملية الإبداع والابتكار من أهمها ما يلي:

* الرغبة في تحقيق الأهداف الشخصية (تحقيق الذات، الرضا، كسب المعرفة والبحث والنمو...)،
* بلوغ الأهداف المادية والمعنوية،
* المساهمة في إيجاد حلول للمشاكل (سواء التي يعاني منها الفرد أو المؤسسة)،
* تحقيق النمو والاستمرارية والتميز والرفاهية في المؤسسة،
* مواجهة المشكلات التي يتعرض لها المشروع،

- رفع مستوى إنتاجية العمال والمؤسسة والاستجابة لحاجات العملاء والسوق،

- تحسين الخدمات والعلاقات وتطوير الطاقة الإنتاجية والرفع من مردوديتها وإنتاجيتها.

وهناك دوافع مادية ومعنوية مثل الحصول على العائد المادي أو تحقيق التفوق والسمعة والشهرة أو الحصول على وظيفة أعلى درجة،...الخ.

**1-4 أهمية الإبداع و الابتكار في المؤسسة الاقتصادية**

للإبداع والابتكار أهمية كبيرة في المؤسسة الاقتصادية تتمثل فيما يلي:

* تنمية وتطوير قدرات الأفراد في المؤسسة والتأثير على اتجاهاتهم وسلوكياتهم.
* يحفز الأفراد العاملين بالمؤسسة على تطوير قدراتهم الفكرية والعملية للتنافس والتميز.
* يدول الإبداع والابتكار الأفكار إلى منتجات وخدمات.
* يساهم في خلق منتجات وخدمات جديدة،
* الإبداع هو ميزة تنافسية بالغة الأهمية للمؤسسات في ظل التطورات السريعة حيث يضم نجاح المنظمات وتحقيق الريادية.
* الاستثمار في الإبداع والابتكار مورد استراتيجي لتحقيق القيمة المضافة،
* هو احد مقاييس الأداء التنافسي للمؤسسات حيث يشمل تطوير الجوانب التقنية والاستراتيجيات، والسياسات، والممارسات و الجوانب التنظيمية والإدارية.
* تحقيق خدمة أفضل للزبائن.

**2- مقاربات ونماذج الإبداع**

فسرت النظريات المختلفة الإبداع من خلال عدة نماذج ومقاربات:

* نموذج "مارش وسايمن" (March et Simon, 1958)، الذي فسر الإبداع من خلال معالجة المشكلات التي تعترض المنظمات. ويوضح هدا النموذج سبب الفجوة بين ما تقوم به المنظمة فعلا وما يفترض أن تقوم به. ويعزي هده الفجوة إلى العوامل الخارجية الطارئة، كالتغيرات في البيئة الخارجية (الاقتصادية، والسياسية، والتكنولوجية،...) ا والى العوامل الداخلية في بيئة المنظمة.
* نموذج "بيرنس وستالكر" (Burns et Stalker, 1961) الذي تناول الهياكل التنظيمية الفاعلة في مختلف الحالات، واعتبر الهياكل الأكثر ملائمة هي تلك التي تساهم في تطبيق الإبداع في المنظمات. والنمط الملائم يسمح بمشاركة أعضاء المنظمة في اتخاذ القرارات ويسهل عملية جمع المعلومات والبيانات ومعالجتها.
* نموذج (Harvey et Mill, 1970) الذي أخد بعين الاعتبار النموذجين السابقين وركز على فهم الإبداع من خلال مدى استخدام المنظمة للحلول الروتينية- الإبداعية التي تمكن من معرفة المشكلة والحل. وقام هدا النموذج بوصف أنواع المشكلات و الحلول التي يمكن تطبيقها. وركز على كون المنظمة تسعى إلى إدخال الحلول الإبداعية عبر تبني الهياكل التنظيمية الميكانيكية والعضوية. كما تناول هدا النموذج العوامل التي تؤثر على الحلول الروتينية والإبداعية مثل حجم المنظمة، وعمرها، ودرجة المنافسة، ودرجة التغيير التكنولوجي، فكلما زادت هده الضغوطات كلما تطلب دلك استعمال أسلوب أكثر إبداع لمواجهتها.
* نموذج (Hage et Aiken, 1970) وهو أكثر النماذج شمولية، فقد تناول المراحل المختلفة لعملية الإبداع فضلا عن العوامل المختلفة التي تؤثر فيه.
* مقاربة المنتج النهائي التي تركز على الإبداع كعملية تعمل على إنتاج فكرة، أو عمل أو مخرج، ولا تعتبر هده المقاربة كل المخرجات إبداع.
* مقاربة الإدراك التي تركز على الإبداع كعملية يستعمل فيها الفرد مهارات الإدراك والتفكير. وتشمل هده المقاربة على عدة مدارس تركز على مراحل الإبداع، أو على الطرق العلمية التي تهدف إلى تطويره، أو على التفكير المبدع حيث تهتم هنا بشخصية المبدع وصفاته والمتغيرات البيئية التي تساعد على إدخاله.

**3- الرهانات الإستراتيجية للإبداع والابتكار**

هناك العديد من الرهانات الإستراتيجية التي يواجهها الإبداع والابتكار، نذكر منها الرهانات الاقتصادية، والاجتماعية، والثقافية، والبيئية، إلى غير دلك.

* **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 مبتكر تلقائيا، حيث يطبق ما هو جديد على

المؤسسة.

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، الثقافة 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. وتلجأ

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

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

المصدر العلمي والتكنولوجي للإبداع.

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 (4):

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

 أو التطور الصناعي الذي يكون 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.

* 1. **التكنولوجيا:** تؤثر التكنولوجيا على المؤسسات وتجعلها مبتكرة ودلك للمحافظة على حصتها

السوقية وعلى كقدرتها التنافسية.