

المحاضرة الثالثة: الابداع والابتكار كمحور للمقاولاتية

1. أهمية الابداع والابتكار:

الإبداع والابتكار (على اختلافهما) هما من الأدوات الأساسية في تطوير الأعمال والمؤسسات. فالإبداع قد يثري الشركة أو المنتج أو الخدمة بأفكار تعطي ميزة تنافسية تزيد المبيعات. أما الابتكار فإنه كفيل بخلق ثورة في المنتجات أو الخدمات التي تطرحها الشركة من خلال إعادة تصميم بيئة العمل الحالية لإدخال تعديلات على المنتج أو ابتكار منتج جديد من المواد و الأدوات الموجودة أصلا. لقد بينت الدراسات والأبحاث الاقتصادية أن عملية الإبداع والابتكار هي عملية استراتيجية هامة للاقتصاد، لأنها تحرك النشاط الاقتصادي وتمنحه نفسا قويا، فرواد الأعمال الصغيرة والمتوسطة هم من يبتكرون في المنتجات والخدمات ويساهموا في إيجاد فرص عمل جديدة وعدد كبير من الأعمال وعليه أصبحت معظم الاقتصاديات تمنح فرصا لتشجيع رواد الأعمال نحو ابتكار منتجات وخدمات تدفع باقتصادها نحو النمو. وتعتبر عمليتي الإبداع (Invention) والابتكار (Innovation) المحرك الرئيسي للنشاط المقاولاتي، لأنه في الواقع تسعى المؤسسات لكسر الروتين والخروج من حالة المنافسة التامة وكسب ميزة تنافسية للحصول على مكانة وحصاة هامة في السوق، فتعتمد البحث والتطوير اللذان يرتكزان على عمليتي الإبداع والابتكار.

2. مفهوم الإبداع:

1.2. تعريف الابداع:

هو عملية ذهنية تهدف إلى خلق أعمال أو أشياء جديدة لم تكن موجودة من قبل وغير مألوفة، ويرى البعض أن مفهوم الإبداع هو المبادرة التي يبديها الفرد بقدرته على الخروج عن المألوف والروتين. وأشار الباحثان (Noe و Daft) إلى أن الابداع هو القدرة على جمع أو مشاركة المعلومات بطرق تطوير أفكار جديدة، وبعبارة أخرى هو تطوير الأفكار الابتكارية التي تعكس الحاجات المدركة وتستجيب للفرص في المنظمة، وهو يعتبر الفكرة الأولى للابتكار ويساهم في نجاح المنظمة على المدى الطويل، كما أنه يحسن من عملية صنع القرار من خلال تشجيع العصف الذهني كأحد الأساليب المستخدمة في جمع أفراد معا لتطوير أفكار جديدة بحرية وعفوية دون انتقاد. وهناك عدة تعريف منها :

يعتبر أول من ركز على الابداع في الاقتصاد كما رأينا سابقا، وعرف مصطلح الابداع "بأنه الحويلة الناتجة عن ابتكار طريقة أو نظام في الإنتاج يؤدي إلى تغيير مكونات المنتج وكيفية تصميمه". وقد صنف (Schumpeter) الابداع إلى خمسة أصناف، وهي:

1. إنتاج منتجات جديدة استجابة لطلبات مستقبلية .
2. الكشف عن طرائق جديدة في الإنتاج لم تكن معروفة من قبل تسهم في تخفيض التكاليف.
3. إيجاد منفذ جديد لتصريف المنتجات .
4. اكتشاف مصدر جديد للمواد الأولية .
5. إيجاد تنظيم جديد .

ومن الصفات الأساسية للمبدعين نذكر:

- **العقل المتسائل الخلاق:** وهي صفة تولد مع الإنسان وتعززها التربية والتدريب المبكر فهي صفة محيرة لأنها تتحدى فضول الأسرة، حيث ينتمي شخصان لنفس الأسرة إلا أن أحدهما يتمتع بعقل متسائل بينما الثاني لا يتمتع بذلك، فهو عقل خلاق لا يقبل بإجابة واحدة وسهلة بل يبحث في الأعماق لإيجاد البدائل وبذلك يمنح العقل القدرة على توليد عدد كبير من الأفكار والبدائل والتصورات المتعددة والمتنوعة والتي يمكن تركيب بعضها البعض لتصل في النهاية للأفكار الإبداعية الابتكارية .

- **القدرة على التحليل:**

- **النشاط المتميز:**

- **المرونة:**

2.2. خصائص الابداع:

- **الإبداع يعني التمايز وهو الإتيان بما هو مختلف عن الآخرين من المنافسين المباشرين،** بهدف إنشاء شريحة سوقية من خلال الاستجابة المتفردة بحاجاتها عن طريق الابداع.

- الإبداع يمثل **الجديد** كلياً أو جزئياً في مقابل الحالة القائمة، كما يمثل مصدر التجديد للمحافظة على حصة المؤسسة في السوق وتطويرها.

- الإبداع هو أن يكون الفرد **المبدع** هو الذي يتجول في السوق، لأنه الأول قبل الآخرين الذي توصل إلى الفكرة والمنتج والسوق.

- الإبداع هو القدرة على **اكتشاف الفرص** وهو يمثل نمطا من أنماط الإبداع الذي يستند على قراءة جديدة ومختلفة للحاجات والتوقعات.

- الإبداع هو **خلق للمنفعة أو القيمة**.

- الإبداع هو **ورؤية خلاقة** لاكتشاف قدرات المنتج الجديد في خلق طلب فعال واكتشاف السوق الجديد الذي هو غير موجود.

3.2. مراحل الإبداع:

هناك أربعة مراحل أساسية يمر بها الابتكار وهي :

1. **مرحلة الإعداد:** تنشأ هذه المرحلة بإدراك الشخص لوجود مشكلة ما، استنادا إلى مكتسباته ومعارفه العلمية وخبرته في الميدان، مما يسمح له بتكوين وتجسيد قاعدة تشكل منطلقا لأفكار جديدة .

2. **مرحلة التركي:** ويتم في هذه المرحلة الاحاطة الجيدة بجوانب المشكلة، دون وجود بوادر لحلها.

3. **مرحلة الاحتضان:** تتميز هذه المرحلة بالتفكير اللاشعوري للمشكلة، عن طريق تحويل التفكير إلى أشياء أخرى في لحظات غير محددة، كالاستيقاظ من النوم أو عند ممارسة نشاط ما.

4. **مرحلة الالهام:** يظهر الحل في هذه المرحلة بشكل فجائي غير متوقع.

5. **مرحلة التحقيق:** يختبر المبدع في هذه المرحلة صحة وجود ابتكاره من خلال التجريب، وقد يجري بعض التعديلات أو التغييرات من أجل تحسين ابتكاره .

4.2. آثار الإبداع في المؤسسة: ويمكن تلخيص الآثار الإيجابية للإبداع فيما يلي:

1. تحسين أداء المؤسسة :

2. تحسين التنظيم الإداري في المؤسسة: يعمل الإبداع على ترسيخ العمل الجماعي بين أفراد المؤسسة.

3. تدعيم تنافسية المؤسسة: يعمل الإبداع على اكتساب المؤسسة مزايا تنافسية تعزز مركزها التنافسي في السوق، و هذا من خلال تحسين جودة المنتجات و تقليص التكاليف أي تخفيض الأسعار.

4. مواكبة التطور التكنولوجي: يؤدي الإبداع التكنولوجي إلى قدرة المؤسسة على مواكبة التطور التكنولوجي، وذلك من خلال تكثيف نشاطات البحث و التطوير ، قصد التحسين المستمر لمنتجاتها، وبالتالي تمديد دورة حياتها.

5. الابتكار: هناك علاقة تلازمية بين الإبداع والابتكار، أي أن وجود أفكار مبدعة لا يكون إلا من خلال أفراد مبتكرين وفرق عمل تبحث عن التميز، حيث أنهم على أساس عملية الابتكار يقومون بالمحافظة على ديمومة المؤسسة، فالابتكار مهم للمؤسسة ولا يمكنها المحافظة على حصتها في السوق إلا من خلال اعتماد الإبداع والابتكار، وهناك من يعبر عن العلاقة بين الإبداع والابتكار بالعلاقة التالية: الابتكار يساوي الإبداع والتطبيق.

ان جميع الابتكارات تبدأ أصلا بأفكار إبداعية حيث يعمل الابتكار على هذه الأفكار بإحداث تغييرات معينة ملموسة في المنتج، و هكذا يصبح الابتكار Innovation التطبيقات الناجحة للأفكار الإبداعية في أي مؤسسة أو منظمة، ومن هنا يكون الإبداع أو الأفكار الإبداعية انطلاقة للابتكار، فهو ضروري للابتكار ولكنه غير كاف في حد ذاته حيث ينبغي أن يتم فحص الأفكار وتجريبها على أرض الواقع للتعرف على فعاليتها والعمليات المرتبطة بها وطرق إدارة هذه العمليات بأقل تكلفة وجهد.

3. تعريف الابتكار:

لا يوجد اتفاق على تعريف الابتكار إلا أنه يمكن تعريفه على أنه "الاتيان بالجديد الذي لم يكن معروف من قبل وتطبيقه على أرض الواقع" ، وهو عملية تطبيق للإبداع و إنشاء قيمة مضافة بتطوير أعمال أو أشياء تم اختراعها من قبل. وتعرف مؤسسة التعاون الاقتصادي والتنمية الابتكار في

المؤسسات على أنه مجموع من الطرق العلمية، التكنولوجية، التنظيمية، المالية والتجارية التي تمكن المؤسسة من طرح منتجات جديدة أو محسنة في السوق فكل ابتكار يبدأ بأفكار مبدعة، والإبداع يكون إما من طرف الأفراد أو الفرق والذي هو نقطة بداية الابتكار فالأول ضروري لكنه غير كاف، ويشكل الإبداع أحد مدخلات الابتكار، بحيث الإبداع هو عملية عقلية تؤدي إلى إنتاج أفكار جديدة .

أما الابتكار هو عملية التطبيق الإيجابي لتلك الأفكار الإبداعية.

تصنيف الابتكار حسب نمط النشاط في المؤسسة: وهو على النحو التالي:

1. الابتكار في الإنتاج:

يظهر الابتكار في كل مجالات الإنتاج، فقد يتمثل في خلق مشروع جديد أو إعادة تشكيل منتجات كانت موجودة بطريقة متطورة أو مختلفة، بحيث يعرض المنتج خصائص جديدة على الزبائن مزايا جديدة.

2. الابتكار في إجراءات الإنتاج:

يمكن صنع المنتج بتكنولوجيا جديدة، أو سيرورة إنتاج غير معروفة، فقد يتجسد الابتكار في شكل تجهيزات جديدة للإنتاج، أو إدخال مادة أولية مختلفة، أو تنسيق جديد بين مختلف التجهيزات.

3. الابتكار التنظيمي:

يمكن للابتكار أن يحول التنظيم إلى تنظيم يستجيب بسرعة لتدفقات الطلب وتقليص التخزين في آن واحد، يؤدي إلى تشجيع العمل الجماعي ويضمن مرونة كبيرة في إنجاز المهام.

4. الابتكار في التوزيع:

يمس الابتكار في التوزيع كل العناصر التجارية للمؤسسة، وكذا النقل والمستودعات وغيرها .