مدخل للابداع والابتكار

المحور الأول: مدخل للابداع والابتكار

علوم التسيير/ ماستر 1

جامعة المسيلة

ديقش سمية

2024-2025

قائمة المحتويات

I-المحور الأول: مدخل للابداع والابتكار 5

آ. الأهداف.....5

ب. ماهية الابداع.....6

1. تعريف الابداع.....6
2. مستويات الابداع.....6

پ. ماهية الابتكار.....7

1. دوافع الابتكار.....8
2. نظريات الابتكار.....8

ت. العلاقة بين الإبداع والابتكار.....8

ث. نشاط البحث والتطوير.....9

1. تقسيمات البحث والتطوير.....9
2. خصائص البحث والتطوير.....10

I المحور الأول: مدخل للابداع والابتكار

الأهداف 5
ماهية الابداع 6
ماهية الابتكار 7
العلاقة بين الإبداع والابتكار 8
نشاط البحث والتطوير 9

يطرح (Joseph Schumpeter) في نظريته "الهدم الخلاق" فكرة أن الابتكار يسمح بظهور صناعات ومنتجات جديدة، ويؤدي لخروج صناعات ومنتجات قديمة، وبالتالي المؤسسة لابد أن تدير عمليتي الابداع والابتكار حتى تضمن بقاءها في سوق المنافسة. ومن هنا وجب التطرق لكل من الابداع والابتكار والعلاقة بينهما، بالإضافة إلى الاشارة لنشاط البحث والتطوير لما له من دور مهم في الحصول على الابتكارات.

آ. الأهداف

في نهاية المحور الأول سيكون الطلبة قادرين على:
1) التعرف على مختلف المفاهيم الخاصة بالإبداع والابتكار؛
2) الكشف عن الدوافع الكامنة للابتكار؛
3) المقارنة بين الابداع والابتكار والعلاقة مع نشاط البحث والتطوير؛

ب. ماهية الابداع

1. تعريف الابداع

تعريف

وصف (Karger and Murdick) الإبداع بأنه عملية حدسية تصل إلى حل لمشكلة ما دون المرور بالتفكير خطوة بخطوة. إنها توظف معرفة الفرد غالبًا بشكل لا شعوري وقد تتبع فترة من التفكير غير المنظم، يرى (Raudsepp) أن العملية "تستلزم هيكلة انتقائية للأفكار الغامضة .

إن الإبداع هو المبادرة التي يبديها الشخص بقدرته على الانشقاق من التسلسل العادي في التفكير إلى مخالفة كلية .

الابداع هو عملية عقلية تؤدي إلى حلول وأفكار ومفاهيم وأشكال فنية، ونظريات ومنتجات تتصف بالتفرد والحداثة، وهذا يعني أن عملية الابداع تتم على مستوى العقل وتعمل على ايجاد أفكار تتميز بالحداثة .

ملاحظة

الابداع متعلق برأس المال البشري

مثال

الابداع في جوهره فكرة جديدة لحل مشكلة ما. مثلا مشكلة توقف التعليم في مختلف الأطوار في فترة الوباء"كورونا"، تم ايجاد فكرة ابداعية لها تتمثل في فكرة التعليم عن بعد.

2. مستويات الابداع

يحدث الابداع على عدة مستويات يتولد في البداية لدى فرد واحد، ثم يتعداها لأكثر من فرد أو ما يعرف بالابداع على مستوى الجماعة أو القسم الواحد، ثم في مستوى ثالث عندما تتكاتف أفكار المؤسسة ككل.

أولا.الابداع على مستوى الفرد:

هو الأفكار الجديدة والأصيلة التي توصل إليها الفرد بمجهود فكري وعقلي خاص به، ويتميز هؤلاء المبدعون بخصائص شخصية وسمات معينة لا تظهر عند الأفراد العاديون. ومن مؤشرات الأفراد المبدعين:

- توليد عدد كبير من الأفكار؛
- المرونة في التفكير؛
- الرؤية العميقة والثاقبة؛
- الأصالة الفكرية؛
- استنتاج العلاقات بين الأشياء؛

ومن خصائص المديرين المحفزين للإبداع

- الاستعداد للتعامل مع المخاطر

- الشعور بالارتياح لما يعرض من أفكار غير مكتملة
- الاتصال الفعال مع الآخرين
- تجاهل الأخطاء القديمة
- القدرة على صنع قرارات سريعة وصحيحة

ثانيا. الابداع على مستوى الجماعة:

وهو الإبداع الذي يتم القيام به من طرف الجماعة (فريق عمل مثلا)، أظهرت الدراسات أن الإبداع على مستوى الجماعة يفوق بكثير مجموع الابداعات الفردية لأعضاء الجماعة وذلك بسبب التفاعل الذي ينتج بين مختلف الأفكار (Synergie) في هذا الإطار يمكن ذكر النتائج الجيدة التي توصلت إليها ما تسمى بحلقات الجودة خاصة باستخدام العصف الذهني . وقد توصلت الدراسات فيما يتعلق بالإبداع الذي ينشأ عن طريق الجماعة إلى النتائج التالية :

- أن الجماعة المختلفة من حيث الجنس-كذكر وأنثى-تنتج حلولا أحسن جودة من الجماعة أحادية الجنس؛
- أن الجماعة شديدة التنوع تنتج حلولا أفضل، وأن الحل الإبداعي للجماعة يتطلب أن تتكون من أشخاص لهم شخصيات مختلفة؛
- أن الجماعة المتماسكة، أكثر استعداداً وحماساً ونشاطاً للعمل من الجماعة الأقل تماسكاً؛
- أن أفراد الجماعة المنسجمة، أكثر ميلا للإبداع من الجماعة التي ليس بين أفرادها انسجام؛
- أن الجماعة حديثة التكوين، تميل إلى الإبداع أكثر من الجماعة القديمة.

كلما كان أفراد المجموعة في انسجام رغم اختلاف جنسهم وأفكارهم زادت القدرة على الابداعية لديهم كنتيجة لمعالجة المشكلة المطروحة من زوايا نظر متعددة

ثالثا.الإبداع على مستوى المؤسسة:

هو الإبداع الذي يتم التوصل إليه عن طريق الجهد التعاوني لجميع أعضاء المؤسسة. وقد أشارت الدراسات والأبحاث حول الإبداع على مستوى المؤسسة إلى أن المؤسسات المبدعة تتميز بالصفات التالية:

- الاتجاه الميداني والميل نحو الممارسة والتجريب المستمرين رغم الفشل في بعض الأحيان؛
- الاتصال القوي مع حاجات ورغبات المستهلكين؛
- وجود أنصار ومؤيدين للإبداع يقومون بتشجيع المبدعين وتوجههم؛
- الإنتاجية من خلال مشاركة العاملين في تقديم مقترحات وبدائل للعمل؛
- تطوير مبادئ وقيم وأخلاقيات للعمل يعرفها الجميع ويعملون على احترمها وتطبيقها؛
- الالتزام بالمهارة الأصلية للمؤسسة المبدعة وعدم التحول إلى مجالات عمل ليس للمؤسسة أصالة فيها؛
- البساطة وعدم التعقيد في الهيكل التنظيمي من حيث عدد المستويات والوحدات الإدارية.

ب. ماهية الابتكار

تعريف : تعريف الابتكار

الابتكار هو التوصل إلى ما هو جديد بصيغة التطور المنظم والتطبيق العملي لفكرة جديدة

حسب (Brown & Ulijn) هو عملية خلق شيء جديد وتطبيقه بنجاح في السوق. أما (Drucker) فيعرف الابتكار على أنه التغيير الذي يخلق بعدا جديدا للأداء.

عرفه (.chumpeter) على أنه تنفيذ توليفات جديدة من المواد والقوى، والتي قد تشمل إدخال منتج أو طريقة إنتاج جديدة وغير مختبرة، وتطوير سوق جديد، والاستيلاء على مصدر جديد للإمداد، وإنشاء تنظيم جديد .

وعليه، الابتكار هو كل تركيبة جديدة سواء في الطرق التنظيمية، أو مجال انتاجية المؤسسة أو المجال التسويقي، فالابتكار يمثل تغييرا مقصودا وممنهجا، يعطي للمؤسسة خاصية السبق في تحقيق قيمة لزبائنها أفضل من منافسيها، وتحقيق ميزة تنافسية لها.

1. دوافع الابتكار

الدوافع والأسباب الكامنة وراء عملية الابداع متعددة ومشتركة بين جميع المؤسسات باختلاف أحجامها، ويمكن حصر أهمها في العوامل الآتية:

1. المنافسة الحادة في السوق، فالبيئة التي تعمل فيها المؤسسات على اختلاف أحجامها وأنواعها ومجالات نشاطها هي بيئة ديناميكية متحركة، ولايكاد يمر يوم دون أن تكون هناك تغيرات، وعليه أصبح لزاما على المؤسسات اللجوء إلى الإبداع وتحمل مخاطره من أجل الحفاظ على الحصة السوقية وتنميتها؛
2. الثورة العلمية والتكنولوجية، التي أدت إلى التطبيق الفوري تقريبا لنتائج الأبحاث والاكتشافات التي تتعلق بالإنتاج والتصميم وتحسين الجودة، كما أصبحت كذلك الفترة الفاصلة بين التوصل إلى النتائج والاكتشافات وتجسيدها في شكل منتجات وطرائق إنتاج وإجراءات تسييرية وغيرها قصيرة، هذا ما شجع على تطوير الأبحاث والإكثار من التعاقدات مع مراكز البحث والجامعات، بل وإقامة المختبرات الخاصة بالمؤسسات نفسها وتطويرها؛
3. أزمة الطاقة، حيث أن هذا العامل كان له فضل كبير على تطوير الكثير من المنتجات، وتقديم عددا كبيرا من المنتجات الكهربائية والميكانيكية التي تساعد الاقتصاد في استهلاك الطاقة، إن الباحثين يؤكدون دور هذا العامل في الفترة التي سجلت فيها أعداد كبيرة من الاختراعات والتغييرات في وظائف المنتجات المختلفة وهي عقد السبعينيات، حيث حصلت الأزمة الأولى للطاقة سنة 1973، وقد ثبت أن الأزمات في كثير من الدول كانت سببا في الابداع، حيث تزداد الحاجة للبحث عن حلول للمشاكل المترتبة عن تلك الأزمات؛
4. التسهيلات والمساعدات الحكومية، حيث تعمل الحكومات على تقديم الدعم لعمليات الابداع، سواء كانت في شكل مساعدات فنية أو مالية، حيث لايكاد يخلو بلد من بعض المؤسسات والهيئات(هيئات دعم ومساندة) التي ترعى المؤسسات المبدعة خصوصا الصغيرة منها؛
5. تكنولوجيا المعلومات، فالتطور المذهل في هذا النوع من الوسائل قد أدى إلى الكثير من الإضافات، منها ماهو في شكل سلع وخدمات كتلك التي تقدمها شبكة الأنترنت أو في شكل تصميم سهل وسريع لمئات بل آلاف المنتجات.

2. نظريات الابتكار

1. النموذج الفائق أو ما وراء المادي: وهي النظرية التي تقوم على أساس أن الابتكار يعتمد على نمط خاص من الأفراد المبتكرون العباقرة، وبالتالي على الشركات أن تبحث عن الأفراد من هذا النمط العبقري الذين هم القادرون على التوصل إلى الابتكارات الجديدة أسرع وأفضل من غيرهم من غير المبتكرين العباقرة. وحسب هذا النموذج أن هناك عددا قليلا من الأفراد في الشركة هم المبتكرون الذين يبحثون ويقدمون النسبة الأكبر من الأفكار الجديدة والابتكارية.
2. النموذج الآلي: وتقوم هذه النظرية على أساس أن الحاجة هي أم الابتكار، فالابتكار يمكن أن يظهر بيسر أكبر عندما تكون هناك مشكلة تواجه الشركة أو الأفراد وتلح عليهم من أجل حلها، ولا شك في أن هذه النظرية تقوم على أساس وجود المشكلة أو الحادثة التي تدفع الأفراد إلى توجيه جهودهم الخاصة تلقائيا إلى ابتكار ما يعالجون به هذه المشكلة.
3. ..نموذج التركيب التراكمي: وهذه النظرية تقوم على جهود التفكير، التحليل، الترابط، والتحقق من أجل التوصل إلى الأفكار ومن ثم المنتجات أو الخدمات الجديدة. وهذه تفسر التحسينات الكثيرة على المنتجات الحالية من خلال التوليفة الجديدة أو إضافة مكون جديد أو سمة جديدة وغير ذلك مما يكشف عن استنارة وتبصر يوصل إلى التوليفة الجديدة.

ت. العلاقة بين الإبداع والابتكار

من وجهة نظر (Amabile) فإن العلاقة ما بين الإبداع والابتكار هي علاقة مكملة لبعضها بعضا ولكن الإبداع شيء والابتكار شيء آخر، حيث أن الإبداع هو عملية عقلية خلاقة تأتي بأفكار مفيدة، جديدة وغير مألوفة من قبل الفرد أو المجموعة الذين يعملون سويا، بينما الابتكار هو ناشئ ومبني على الأفكار المبدعة التي تعتبر الركيزة والأساس في العملية الابتكارية

أشار (Carrie & Garand) إلى أن الابداع بصفة عامة يسبق الابتكار، حيث أوضحا بأن الفرق بين الابداع (Creativity)والابتكار (Innovation) هو أن الابداع يتعلق باستكشاف فكرة جيدة مميزة، أما الابتكار فيتعلق بوضع هذه الفكرة موضع التنفيذ على شكل عملية أو سلعة أو خدمة تقدمها المؤسسة لزبائنها، وأيضا إذا كان الإبداع متعلق بالأشخاص فإن الابتكار يتعلق بالمؤسسة وبنشاطها الانتاجي والتسويقي، أما من وجهة نظر(Daft,2001) فإن الابداع هو موهبة نظرية يولدها الانسان مع مجموعة من المهارات

المكتسبة واستخدامها من خلال حل المشكلات اليومية، وكذلك فإن الابداع هو تبني فكرة جديدة أو سلوك جديد بالنسبة لمجال صناعة المؤسسات وسوقها وبيئتها العامة ، أما الابتكار فهو الاستخدام الأول أو المبكر لإحدى الأفكار من قبل واحدة من المؤسسات التي تنتمي لمجموعة المؤسسات ذات الأهداف المتشابهة، وبالتالي فإن الابتكار هو التطبيق العملي للأفكار المبدعة.

وعليه يمكن النظر إلى الإبداع على أنه المرحلة الأولى في عملية الابتكار، ومن الناحية النظرية، يفكر الإبداع في أشياء جديدة، بينما يتعلق تنفيذ الابتكار بفعل أشياء جديدة. كما يمكن أن تصدر الأفكار الإبداعية من الأفراد، لكن الابتكار غالبا ما يأتي من خلال المؤسسات والمؤسسات المحتضنة لتلك الأفكار الإبداعية.

وتأكيدا على أن الابداع والابتكار بالرغم من كونها مكملين لبعضهما إلا أنه هناك اختلافات بينهما يوضحها الجدول أسفله:

الفرق بين الابداع والابتكار

الابداع Creativity	الابتكار Innovation
فكري أكاديمي أكثر منه تنفيذي؛	تنفيذي أكثر منه أكاديمي؛
الابداع هو المثير للابتكار؛	الابتكار هو استجابة للمبدعين؛
صناعة فكرة؛	ترويج وتنفيذ للفكرة؛
الشخص المبدع مصدر للأفكار وصانعها.	المبتكر مستثمر للفكرة، مدعم لها، منمي لها، ومنفذها.

فرنسية

ملاحظة

هناك بعض المراجع تتعامل مع مصطلحي الابداع والابتكار باعتبارهما بنفس المعنى أي يشيران إلى كل ماهو جديد، إلا أنه يوجد فرق بينهما، كما تم توضيحه.

ث. نشاط البحث والتطوير

تعريف : تعريف البحث والتطوير

عرف البحث والتطوير بالعمل المبدع الذي يجري على أساس منتظم بُغية زيادة مخزون المعرفة، بما في ذلك معرفة الإنسان والثقافة والمجتمع، واستعمال مخزون المعرفة هذا لابتكار تطبيقات جديدة.

1. تقسيمات البحث والتطوير

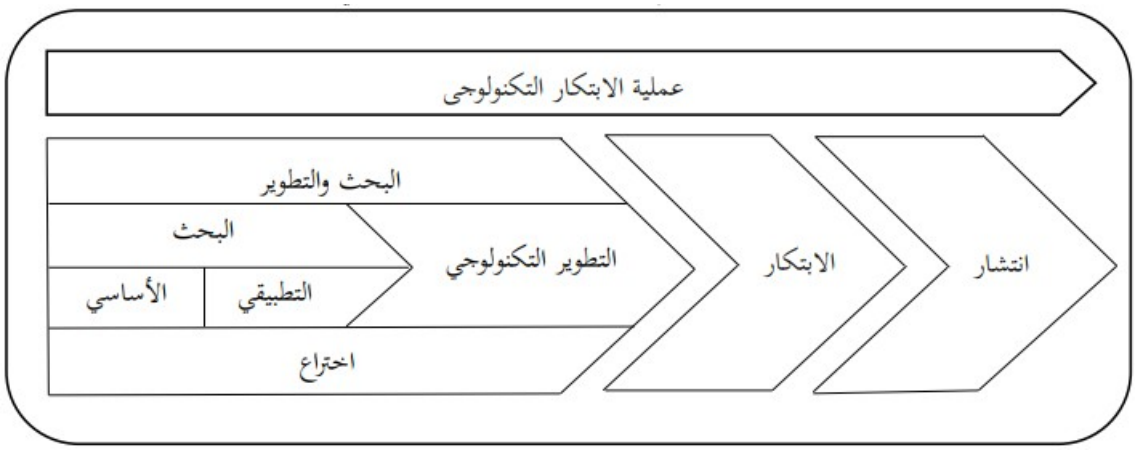
وتأسيسا على ما سبق، فإن البحث والتطوير ينقسم إلى ثلاث فئات: البحث الأساسي البحث التطبيقي، التطوير. حيث نجد أن:

1. البحث الأساسي(**Basic Research**): يهدف إلى كسب المزيد من المعارف العلمية المتقدمة، وفهم واستيعاب الموضوع قيد الدراسة، دون الأخذ في الاعتبار أي تطبيقات عملية، إضافة إلى ذلك، فإن البحث الأساسي ليس له أهداف تجارية مباشرة ومحددة.

2.البحث التطبيقي (**Applied Research**): يتضمن كافة الاستقصاءات والبحوث الموجهة نحو اكتشاف معارف علمية جديدة تساهم في تطوير المنتجات والعمليات. وهذا النوع من البحوث لديه أهداف تجارية محددة.

3.التطوير(**Development**): وهو الاستخدام المنظم والمنهجي للمعرفة أو الفهم المكتسب من البحث، وهو موجه نحو إنتاج أجهزة وأنظمة أو أساليب مفيدة، بما في ذلك تصميم وتطوير النماذج والعمليات.

يوضح الشكل أسفله العلاقة بين البحث والتطوير والابتكار:



فرنسية

2. خصائص البحث والتطوير

إن معدل تغير السياق التنافسي يتغير بسرعة نتيجة لمعدل التغير التكنولوجي المتسارع الناتج على زيادة انتاج المعرفة وسرعة تبادلها، ومنه فإن أنشطة البحث والتطوير داخل المؤسسات تحمل خصائص خاصة، وهي كالتالي:

- التراكمية : الأنشطة الابتكارية تأخذ الشكل التراكمي في مجال التطوير بمرور الوقت، فما يمكن لمؤسسة ما القيام به في الحاضر أو المستقبل يكون مرتبطا ارتباطا وثيقا بما قامت به في الماضي؛
- التخصص: نظرا للطبيعة التراكمية للأنشطة الابتكارية، تميل المؤسسات إلى التركيز على أضيق نطاق من الأنشطة والتخصصات التكنولوجية القليلة؛
- التوزيع الجغرافي للعمل التكنولوجي: نظرا للطبيعة التراكمية والتخصص المتزايد للأنشطة الابتكارية، ظهر تقسيم العمل في عملية إنشاء المعرفة التكنولوجية، وذلك يحفز ولادة جيوب معرفة متقدمة في مناطق جغرافية محدودة؛
- عدم اليقين: نتيجة إلى تسارع التقدم التكنولوجي، فإن عدم اليقين المتعلق بالأنشطة الابتكارية يزيد، ويكون مقدار ما هو غير معروف والذي على المؤسسة مواجهته للوصول إلى ابتكار فعال مرتفعا؛
- التكامل التكنولوجي: إن التقدم المتسارع للمجموعة الكاملة من التخصصات التكنولوجية يعطي مساحة لأشكال جديدة من الابتكار، فالابتكار التكنولوجي ليس فقط نتيجة اختراقات في حقل واحد معين، وغالبا ما يتحقق ذلك بتجميع أجزاء من المعرفة من مختلف المجالات وإدماجها بطريقة جديدة، وقد ولد هذا النوع من الابتكار في بعض الأحيان تخصصات جديدة تماما مثل تحقيق التكامل بين التقنيات البصرية والالكترونية.

* *

*

يُعدّ مدخلي الإبداع والابتكار من عوامل النجاح الأساسية في عالم الأعمال الحديث، حيث تُشكّل القدرة على الابداع والابتكار أحد أهم عناصر التميّز والتفوق التنافسي. وتعتمد المنظمات الناجحة على إرساء ثقافة التغيير المستمر من خلال دعم الابداع في مختلف المستويات، تحويل الأفكار الابداعية لابتكارات مختلفة، وذلك من خلال تبني نشاطات البحث والتطوير التي تسهم في التوصل لمنتجات وعمليات انتاجية مبتكرة، مما يمكّنها من الاستجابة بفعالية للتحديات والفرص المتغيرة في السوق.