IV- **الإبداع و الابتكار كمحور للمقاولاتية**

**5-1- أهمية الإبداع والابتكار:**الإبداعو الابتكار (على اختلافهما) هما من الاداوت الأساسية في تطوير الأعمال و المؤسسات.فالإبداع قد يثري الشركة أو المنتج أو الخدمة بأفكار تعطي ميزة تنافسية تزيد المبيعات.أما الابتكار فانه 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 و الأبحاث الاقتصادية أن عملية الإبداع إستراتيجية هامة للاقتصاد ، لأنها تحرك النشاط الاقتصادي و تمنحه نفسا قويا ، فرواد الأعمال الصغيرة و المتوسطة هم من يبتكرون في المنتجات و الخدمات و يساهموا في إيجاد فرص عمل جديدة و عدد كبير من الأعمال ، و عليه أصبحت معظم الاقتصاديات تمنح فرصا لتشجيع رواد الأعمال نحو الابتكار منتجات و خدمات تدفع باقتصادها نحو النمو. و تعتبر عمليتي الإبداع (Invention) و الابتكار(Innovation) المحرك الرئيسي للنشاط المقاولاتي ، لأنه في الواقع تسعى المؤسسات لكسر الروتين و الخروج من حالة المنافسة التامة و كسب ميزة تنافسية للحصول على مكانة و حصة هامة في السوق ، فتعتمد البحث و التطوير اللذان يرتكزان على عمليتي الإبداع و الابتكار.

5-2- **مفهوم الإبداع**

1- **تعريف الإبداع**:هو عملية ذهنية تهدف إلى خلق أعمال أو أشياء جديدة لم تكن موجودة من قبل و غير مألوفة ، و يرى البعض أن مفهوم الإبداع هو المبادرة التي يبديها الفرد بقدرته على الخروج عن المألوف و الروتين.

و أشار الباحثان (Noc,Daft) إلى أن الإبداع هو القدرة على جمع أو مشاركة المعلومات بهدف تطوير أفكار جديدة ، و بعبارة أخرى هو الأفكار الابتكارية التي تعكس الحاجات المدركة و تستجيب للفرص في المؤسسة ، و هو يعتبر الفكرة الأولى للابتكار و يساهم في نجاح المؤسسة على المدى الطويل ، كما انه يحسن من عملية صنع القرار من خلال تشجيع "العصف الذهني" كأحد الأساليب المستخدمة في جمع أفراد المجلس معا لتطوير أفكار جديدة بحرية و عفوية دون انتقاد.

و يعتبر Shumpeter أول من ركز على الإبداع في الاقتصاد كما رأينا سابقا ، و عرف المصطلح الإبداع"بأنه الحصيلة الناتجة عن ابتكار طريقة أو نظام في الإنتاج يؤدي إلى تغيير مكونات المنتج و كيفية تصميمه".و قد صنف شومبيتر الإبداع إلى خمسة أصناف ، و هي:

- إنتاج منتجات جديدة استجابة للطلبات مستقبلية.

- الكشف عن طرائق جديدة في الإنتاج لم تكن معروفة من قبل تسهم في تخفيض التكاليف.

- إيجاد منفذ جديد لتصرف المنتجات.

- اكتشاف مصدر جديد للمواد الأولية.

- إيجاد تنظيم جديد.

2- **الصفات الأساسية للمبدعين**

- **العقل المتسائل الخلاق:** و هي صفة تولد مع الإنسان و تعززها التربية و التدريب المبكر فهي صفة محيرة لأنها تتحدى فضول الأسرة ، حيث ينتميان شخصان لنفس الأسرة إلا أن أحدهما يتمتع بعقل متسائل بينما الثاني لا يتمتع بذلك، فهو عقل خلاق لا يقبل بإجابة واحدة و سهلة بل يبحث في الأعماق لإيجاد البدائل، و بذلك يمنح العقل القدرة على توليد عدد كبير من الأفكار و البدائل و التصورات المتعددة و المتنوعة و التي يمكن تركيب بعضها البعض لتصل في النهاية للأفكار الإبداعية الإبتكارية**.**

**- القدرة على التحليل:** و هي ملكة يكتسبها المبدع من خلال التعلم و من خلال ممارسة النشاط الذي يحبه سواء كإداري أو منتج ، و هي قدرة تسمح له بتطوير مؤسسته و يحميها من الخسارة و التراجع.

- **النشاط المتميز**: و هو من الصفات التي يتحلى بها المبدعون و يتميزون عن غيرهم ، فهم دائما في تفكير و حركة دائمة لإيجاد أفكار و طرق تحسن من مؤسساتهم و من أوضاعهم المادية و الفكرية .

**- المرونة:**و هي صفة ضد الجمود أو صلابة، و هي قدرة المبدع على الحفاظ على الوظائف والعمليات الرئيسية في مواجهة الضغوط من خلال المقاومة ثم الاستعادة أو التكيف مع التغيير مهما كان نوعه.

3- **خصائص الإبداع**

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

- الجدية والحداثة بحيث الإبداع و هو يمثل الجديد كليا أو جزئيا في مقابل الحالة القائمة ، كما يمثل مصدر جديد للمحافظة على حصة المؤسسة في السوق و تطويرها.

- الإبداع هو أن يكون الفرد المبدع هو الذي يتحول في السوق ، لأنه الأول قبل الآخرين الذي توصل إلى الفكرة و منتج و السوق.

- الإبداع هو القدرة على اكتشاف الفرص و هو يمثل نمط من أنماط الإبداع الذي يستند إلى قراءة جيدة و مختلفة للحاجات و التوقعات.

- الإبداع هو خلق للمنفعة أو القيمة

- الإبداع هو رؤية خلاقة لاكتشاف قدرات المنتج الجديد في خلق طلب فعال و اكتشاف السوق الجديد الذي هو غير موجود.

4- **مراحل الإبداع** : هناك خمسة مراحل أساسية يمر بها الإبداع:

أ- **مرحلة الإعداد**:تنشأ هذه المرحلة بإدراك الشخص لوجود مشكلة، استنادا إلى مكتسباته و معارفه العلمية و خبرته في الميدان ، مما يسمح له بتكوين و تجسيد قاعدة تشكل منطلقا لأفكار جديدة.

ب- **مرحلة التركيز**:و يتم في هذه المرحلة الإحاطة الجيدة بجوانب المشكلة ، دون وجود بوادر لحلها.

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

ث- **مرحلة الإلهام**: يظهر الحل في هذه المرحلة بشكل فجائي غير متوقع.

ج- **مرحلة التحقيق**: يختبر المبدع في هذه المرحلة صحة وجود ابتكاره من خلال التجريب و قد يجري بعض التعديلات أو التغيرات من اجل تحسين ابتكاره.

5- **آثار الإبداع في المؤسسة**

يمكن تلخيص الآثار الإيجابية للإبداع فيما يلي:

أ- **تحسين أداء المؤسسة**:و هو الوصول بالمؤسسة على أقصى طاقتها من الإنتاج و الانتاجية و من حالة منظمة من النمو إلى حالة نمو متزايدة .

ب- **تحسين التنظيم الإداري في المؤسسة**:يعمل الإبداع على ترسيخ العمل الجماعي بين أفراد المؤسسة.

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

ث- **مواكبة التطور التكنولوجي**: يؤدي الإبداع التكنولوجي على قدرة المؤسسة على التطور التكنولوجي ، و ذلك من خلال تكثيف نشاطات البحث و التطوير ، قصد التحسين المستمر لمنتجاتها ، و بالتالي تمديد دورة حياتها.

5-2- **الابتكار**:هناك علاقة تلازمية بين الإبداع و الابتكار، أي أن وجود أفكار مبدعة لا يكون إلا من خلال أفراد مبتكرين و فرق عمل تبحث عن التميز، حيث أنهم على أساس عملية ابتكار يقومون بالمحافظة على ديمومة المؤسسة ، فالابتكار مهم للمؤسسة و لا يمكنها المحافظة على حصتها في السوق إلا من خلال اعتماد الإبداع و الابتكار، و هناك من يعبر عن العلاقة بين الإبداع و الابتكار بالعلاقة التالية: **الابتكار يساوي الإبداع و التطبيق**.

إن جميع الابتكارات تبدأ أصلا بأفكار إبداعية حيث يعمل الابتكار على هذه الأفكار بإحداث تغيرات معينة ملموسة في المنتج ، و هكذا يصبح الابتكار Innovation التطبيقات الناجحة للأفكار الإبداعية في أي مؤسسة و منظمة ، و من هنا يكون الإبداع أو الأفكار الإبداعية انطلاقة للابتكار، فهو ضروري للابتكار و لكنه غير كاف في حد ذاته حيث ينبغي أن يتم فحص الأفكار و تجريبها على أرض الواقع للتعرف على فعاليتها و العمليات المرتبطة بها و طرق إدارة هذه العمليات بأقل تكلفة و جهد.

1- **تعريف الابتكار**: لا يوجد اتفاق على تعريف الابتكار إلا أنه يمكن تعريفة على أنه"الإتيان بالجديد لم يكن معروفا من قبل و تطبيقه على ارض الواقع" ، و هو عملية تطبيق الإبداع و إنشاء قيمة مضافة بتطوير أعمال و أشياء تم اختراعها من قبل و تعرف مؤسسة التعاون الاقتصادي و التنمية الابتكار في المؤسسات على انه "مجموع من الطرق العلمية ، التكنولوجية التنظيمية ، المالية و التجارية التي يمكن المؤسسة من طرح منتجات جديدة أو محسنة في السوق "فكل ابتكار يبدأ بأفكار مبدعة ، و الإبداع يكون إما من طرف الأفراد أو الفرق و الذي هو نقطة بداية الابتكار فالأول ضروري لكنه غير كاف ، و يشكل الإبداع أحد مدخلات الابتكار، بحيث الإبداع هو عملية عقلية تؤدي إلى إنتاج أفكار جديدة ، أما الابتكار هو عملية التطبيق الايجابي لتلك الأفكار الإبداعية.

2- **تصنيف الابتكار حسب نمط النشاط في المؤسسة**:و هو على النحو التالي:

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

ب- **الابتكار في إجراءات الإنتاج**:يمكن صنع المنتوج 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.

ت- **الابتكار التنظيمي**:يمكن للابتكار أن يحول تنظيم إلى تنظيم يستجيب لسرعة التدفقات الطلب و تقليص التخزين في آن واحد، يؤدي إلى تشجيع العمل الجماعي و يضمن مرونة كبيرة في انجاز المهام.

ث- **الابتكار في التوزيع**: يمس الابتكار في التوزيع كل العناصر التجارية للمؤسسة ، و كذا النقل و المستودعات و غيرها.

5-3- **محفزات الإبداع و الابتكار**

أ - **العوامل المساعدة على الإبداع و الابتكار في المؤسسة**:هناك مجموعة من العوامل التي تؤثر بشكل مباشر على مستويات الإبداع و الابتكار في المؤسسة منها:

1- **الخصائص الشخصية**:تلعب الخصائص الشخصية دورا مهما للفرد المبتكر ، فهم يتميزون بمجموعة من السمات تختلف عن غيرهم أهمها:

- حب الإطلاع

- يتحدون الطرق التقليدية لأداء الأشياء

- يفضلون النظر إلى ابعد من الإطارات المرجعية و التفكير

- يأتوا بتصورات جدية في طرق مواجهة المشاكل و الفرص

2- **مجموعة العوامل التنظيمية**: و تتمثل هذه العوامل فيما يلي:

- **القيادة**: تعتبر طبيعة القيادة من أهم العوامل التي تؤثر في القدرة الإبداعية للمؤسسة بحيث المؤسسات التي لها قادة يتمتعون بالصفات القيادية الكافية ، و تعمل على تحفيز المشاركة تكون فيها القدرة على الإبداع عالية.

- **الهيكل التنظيمي**:يؤثر الهيكل التنظيمي تاثير مباشر على مستوى القدرة على الإبداع في المؤسسة ، و ذلك من خلال الطريقة التي يتم بموجبها تنظيم المؤسسة سواء كانت بطريقة لا مركزية أو مركزية.

- **ثقافة المؤسسة**:تشكل ثقافة المؤسسة كمؤثر على القدرة الإبداعية ، و أصبح شئ مؤكد عند المختصين أن التغيير التنظيمي يشمل على التغيير الثقافي.

- **البيئة الاجتماعية و السياسية**: التفاعل القائم بين المجتمع و الفرد هو الذي يحدد شخصية الفرد المبتكر و تطور سلوكه، و ينطلق هذا التفاعل على مستوى الأسرة التي تشكل البيئة المؤثرة الأولى للفرد المبتكر، ثم يأتي بعدها دور المؤسسات و المنظومات التعليمية و الثقافية في تحفيز الفرد على الاهتمام بالإبداع و الابتكار من خلال وسائل التربية و التوجيه الثقافي و الحوافز.

- **مؤسسة البحث و التطوير في المجتمع**:تلعب مراكز البحث و الجامعات دورا مهما في تشجيع البحث من خلال خلق و تعزيز مكانة الباحثين المتميزين و المبتكرين في المجتمع ، و تنقسم هذه المؤسسات إلى:

- **الهياكل العمومية**:و تشمل مؤسسات البحث و التطوير التابعة للدولة و مديريات البحث التطبيقي في المؤسسات الاقتصادية العمومية ، و تضم المخابر العلمية في الجامعات ، مراكز البحث التطبيقي الجهوية الوطنية.

- **الهياكل الخاصة**: و تشمل مقاولات القطاع الخاص و التي تنشا هياكل البحث ، الاختراع و الإبداع التكنولوجي ، بالإضافة إلى المبدعين الأحرار ذوي المواهب و قدرات الإبداع.

- **نظام براءة الاختراع**:كما يلعب نظام براءة الحقوق الفكرية و براءة الاختراع دورا فعالا في إيجاد البعد المؤسسي لحماية حقوق المبتكرين و المؤسسات الابتكارية .

- **التمويل اللازم**: حيث يلعب وجود رؤوس الأموال وآليات الدعم المالي دورا مهما ، خاصة ما يتعلق بالابتكارات ذات المخاطر العالية جدا.