

ريادة الأعمال والابتكار

Entrepreneurship and Innovation

Prepared by :

Dr.Warda Mahmoud Kloub

Lecture 1

LDR 725



نبذة عن مساق: ريادة الأعمال والابتكار

المحاضرة	الموضوع
1	مفهوم الإبداع ومفهوم الابتكار وأهميتهما
2	نظريات الإبداع والابتكار
3	مهارات القائد المبدع والمبتكر
4	الإدراك والتفكير الإبداعي
5	الكفاءة الإبداعية وحاضنات الأعمال
6	الإنتاجية الإبداعية وتحقيق الميزة التنافسية
7	التفكير الناقد ومهاراته
8	التفكير المنطقي وخطواته
9	أدوار القادة في تعزيز الإبداع والابتكار
10	الإبداع التكنولوجي



المحاضرة الأولى

مفهوم : الإبداع والابتكار

Lecture 1



موضوعات المحاضرة الأولى

- مفهوم الإبداع
- جوانب الإبداع ومكونات التفكير الإبداعي
- مستويات القدرات الإبداعية / أنواع الإبداع
- العوامل المؤثرة في الإبداع وأهمية الإبداع في حياتنا
- معوقات الإبداع والتفكير الإبداعي
- مفهوم الابتكار والعوامل المؤثرة في الابتكار وأهميته في حياتنا
- مظاهر الابتكار والسلوك الابتكاري
- مراحل الابتكار ومهارات التفكير الابتكاري
- محفزات ومعوقات التفكير الابتكاري
- العلاقة بين الإبداع والابتكار
- الفرق بين الإبداع والابتكار والاختراع



تشهد بيئة الأعمال الحالية العديد من التغيرات في ظل
عولمة الأسواق وحدّة المنافسة مما يتوجب على منظمات
الأعمال والاقتصاديات التي تسعى إلى الريادة وتعزيز مركزها
التنافسي تبني في جميع أنشطتها.

إن ما يميز الاقتصاد الحديث هو التنوّع والتوسّع والتعدّد،
وهذا ما يكسبه الحركة السريعة والمستمرة، وينتج عنه
تنافس حاد يؤدي إلى حالات عديدة من الإفلاس ومغادرة
السوق.

إن الإبداع والابتكار من الضرورات، والعناصر المهمة،
والسمات الأساسية التي ينبغي توفرها في القائد، وذلك
نتيجة لتزايد الطموحات، وتعدّد الحاجات، وتنوعها، وتشكل
ظاهرة عصر المعرفة وما تفرضه من تحديات في نواحي
الحياة ومجالاتها جميعاً نقطة جوهرية في ضرورة الأخذ
بالإبداع والابتكار في إدارة العملية التعليمية، وهي بلا شك
أحوج ما تكون إلى أسلوب يحمل بين طياته الإبداع والابتكار،
والتجديد، والديناميكية في جوانب العمل التربوي.

التنوّع :

يعني عدم الاعتماد
على نوع واحد من
المنتجات ، أو
تصميم واحد
لنفس المنتج ، أو
أسلوب تقديم
وحيد للمستهلك
لذات المنتج

التوسّع :

إن الاقتصاد الحديث
عرف توسّعاً كبيراً في
مختلف المجالات، في
ظل تطور أساليب
الإنتاج والإدارة
والتكنولوجيا والدعاية
والإعلان

التعدّد : تعدد المنتجين
وازدیاد عددهم باستمرار ،
فعدد الشركات النشطة
في ذات المجال يزداد يوماً
بعده يوم ، فيؤدي ذلك إلى
إعادة تشكيل خارطة
المستفيدين



تمهيد الإبداع

على الرغم من كثرة تداول مصطلح الإبداع باعتباره أحد الخصائص المهمة التي تؤثر في حاضر المؤسسات الإنتاجية والخدمية المعاصرة ومستقبلها، إلا أنه تعددت وتباينت مفاهيم الإبداع؛ نظراً لاختلاف الكتاب والباحثين الذين قاموا باستخدام مفهوم الإبداع بوصفه مرادفاً لبعض المفاهيم كالابتكار، والموهبة، والذكاء ، لذلك ليس من السهل الإجماع على مفهوم واحد يحدد العناصر المهمة للإبداع.

بشكل عام يعبر الإبداع عن تصرف (عمل) يهدف إلى تحقيق إنتاج يتميز بالجدة والملاءمة وإمكانية التطوير. وهو الإنتاج غير المؤلف الذي يتم (من خلال فرد أو مجموعة أفراد) يتسم بالجدة والتميز بأفكار ملائمة وقابلة للتنفيذ والتوظيف في استخدامات محددة.



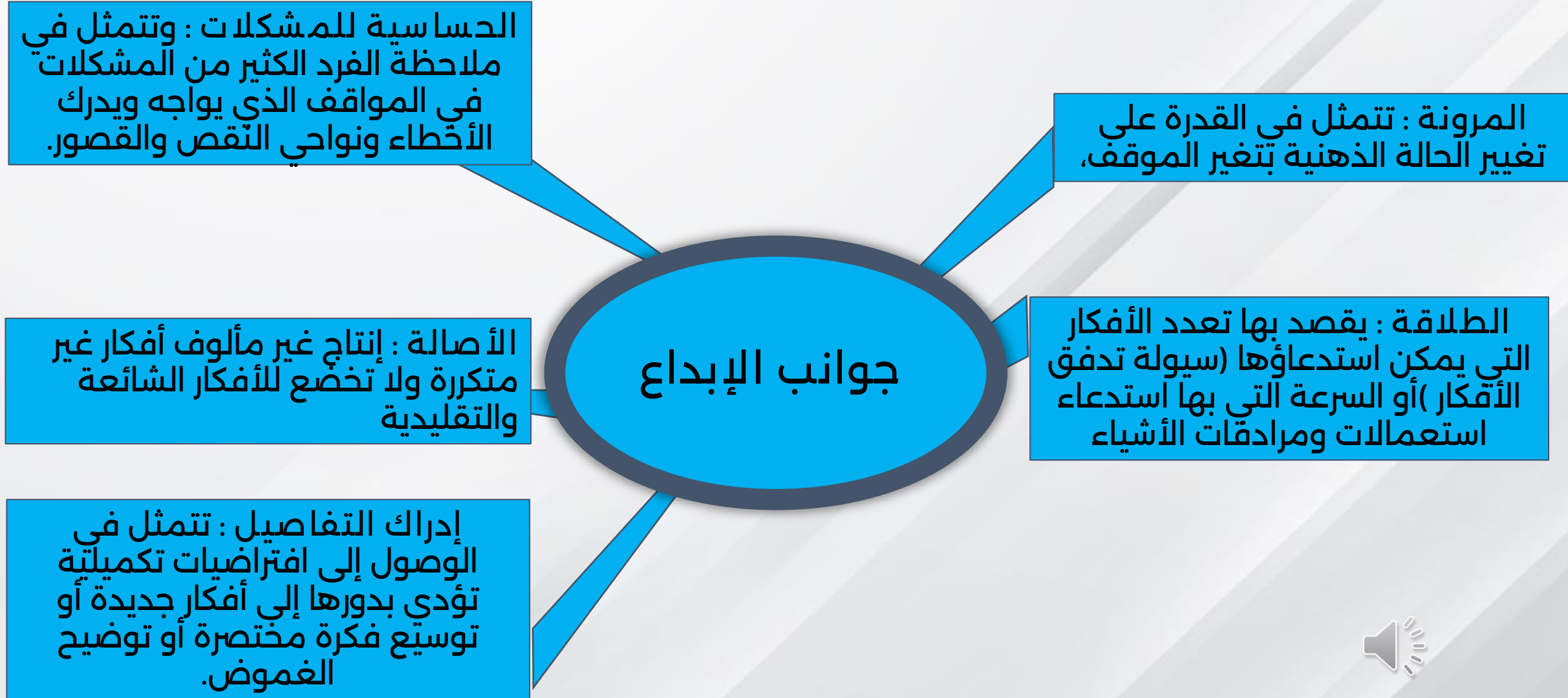
كما يشير الإبداع إلى الوحدة المتكاملة لمجموعة العوامل الذاتية التي تقود إلى تحقيق إنتاج جديد وأصيل وغير مؤلف من قبل الفرد والجماعة.

الإبداع : هو مزيج من القدرات والاستعدادات والخصائص الشخصية الأصلية والمفيدة للفرد أو المؤسسة أو المجتمع.

الإبداع : عبارة عن خاصية ذهنية تمكن الفرد من التفكير بطرق غير تقليدية أو كما هو معروف (التفكير خارج الصندوق) وغالبًا ما تؤدي هذه الخاصية إلى الابتكار أو استخدام أساليب مغايرة غير عادية أثناء التعامل مع مهمة.

الإبداع : عملية معقدة من العمليات العقلية والذهنية التي تستدعي توليد الأفكار والمفاهيم الجديدة.

إدارة الإبداع: تشير إلى العملية التي يمارسها القائد لإدارة الإبداع والمواهب في مؤسسته من خلال وضع استراتيجيات جديدة لإجراء تحسين وتجديد شامل في السياسات والإجراءات والوسائل والتقنيات وأساليب العمل، للوصول إلى أفكار وحلول إبداعية جديدة للقضايا والمشكلات التي تحدث في البيئة المؤسسية، وتفعيل العملية الإنتاجية.



الفرد

الجماعة

المؤسسات

يظهر الإبداع في العديد من المستويات منها :

1. الإبداع على المستوى الفردي: بحيث يكون لدى العامل إبداع لتطوير العمل وذلك من خلال خصائص ذاتية يتمتع بها كالذكاء و الموهبة أو من خلال خصائص مكتسبة كحل المشاكل مثلاً، وهذه الخصائص يمكن التدريب عليها وتنميتها ويساعد في ذلك ذكاء الفرد وموهبته.

2. الإبداع على مستوى الجماعات: بحيث تكون هناك جماعات محددة في العمل تتعاون فيما بينها لتطبيق الأفكار التي يحملونها و تغيير الشيء نحو الأفضل كجماعة فنية في قسم الإنتاج مثلاً.

3. الإبداع على مستوى المؤسسات: فهناك مؤسسات متميزة في مستوى أدائها وعملها وغالباً ما يكون عمل هذه المؤسسات نموذجياً ومثالياً للمؤسسات الأخرى، وحتى تصل هذه المؤسسات إلى الإبداع لا بد من وجود إبداعات فردية و جماعية فيها.

هناك خمسة أنواع للإبداع وفقاً لـ (كالفن تايلور) كالآتي:

1. الإبداع التعبيري (Expressive Creativity) يتضمن التعبير عن النفس، والأفكار، وتختلف طرق التعبير عن هذا المستوى بما يتناسب مع اختلاف شخصيات الأفراد.
2. الإبداع الإنتاجي (Productive Creativity) ينتج عن نمو المستوى التعبيري بإضافة المهارات ويرتبط بتطوير آلة أو منتج أو خدمة.
3. الإبداع الإختراعي (Inventive Creativity) يتعلق بتقديم أساليب جديدة ويتطلب مرونة في إدراك علاقات جديدة غير مألوفة بين الأجزاء المنفصلة، وربطها للحصول على شيء جديد، وتسمى هذه العملية الذهنية التركيب مثل محاولة ربط الفكر الإداري مع الفكر الرياضي لتقديم نموذج يستخدم لرقابة الإنتاج أو تحسينه.
4. الإبداع الابتكاري (Innovative Creativity) يشير إلى التطوير المستمر للأفكار وينجم عنه اكتساب مهارات جديدة. مما ييسر على المبدع تحسينها وتعديلها
5. الإبداع التخيلي الإنبثاقي (Emergence Creativity) هو أرفع صورة من صور الإبداع، يتضمن تصور مبدأ جديد تماماً في أكثر المستويات وأعلاها تجريداً، فيؤدي إلى إيجاد وإبداع وفتح آفاق جديدة لم يسبق المبدع إليها أحد، وهو نادر الحدوث لما يتطلبه من وضع أفكار و افتراضات جديدة..



أ- الصفات الشخصية للفرد : وهي عوامل ذاتية تنبع من الفرد نفسه مثل : المرونة والمبادرة والحساسية والدافعية والاستقلالية والثقة بالنفس.

ب- الاستقلالية: تعتبر الاستقلالية من أهم عوامل التفكير الإبداعي، لأنها تُحرّر الفرد من التقيّد بالآخرين، والتزام آرائهم وأفكارهم، مما يؤدي إلى تطوير نمط التفكير الإبداعي لديه.

ج- البيئة: تلعب البيئة دورًا هامًا في نمط التفكير الإبداعي، فالأشخاص الذين ينشئون في بيئات غير داعمة لا تحترم الفكر والرأي، تراههم أقل قدرة على التفكير بطريقة إبداعية، كما أن طرق التنشئة الاجتماعية تحد من قدرات الأفراد على الإبداع حيث التقيّد والسخرية والتسلط والقمع يحد من قدراتهم على التعبير عن أفكارهم.

د- أساليب التعليم : إن أساليب التعليم التي تعتمد على التلقين ولا تفسح أمام الطلبة أن يقدموا ما لديهم من أفكار ومقترحات تحدّ من قدرات الطلبة على الإبداع .

- 1- الصعوبة في عزل المشكلة : إن تحديد المشكلة بشكل دقيق وواضح يمثل أهم خطوة في حلها، وإذا لم يتم عزلها وتحديدها لا يمكن حلها.
- 2- الخوف من الخطأ أو النقد.
- 3- الحكم على الأفكار بدلاً من توليدها : يفضل البعض الحكم أو نقد الأفكار أكثر من توليدها، فالحكم المبكر على الأفكار الجديدة سيؤدي إلى رفض أفكار كثيرة.
- 4- الافتقار إلى التحدي والحماس : لا يمكن لأحد أن يقدم جهده الأفضل ما لم يحفز نفسه.
- 5- العادات : تمثل العادات استجابات متكررة نمطية وغير إبداعية لعمل شيء ما بالطريقة نفسها.
- 6- الوقت : يعتذر الكثير بضيق الوقت بالرغم أن المبدعين لديهم نفس الوقت الذي لدى الجميع



فكر معي : ما هي معوّقات التفكير الإبداعي؟

تمرين سيتم مناقشته في المحاضرة التفاعلية

كيف يتم تجاوز هذه
المعوّقات و التحديات؟؟؟

- | | | |
|--|---------------|---|
| معوّقات بيئية داخلية (الأُسرة والمدرسة) | معوّقات نفسية | |
| - الالتزام بالمألوف (الإنسان أسير ما يَألف). | - | - |
| - | - | - |
| - | - | - |
| - | - | - |
| معوّقات ذهنية | - | - |
| - عدم الانتباه والإنصات | - | - |
| - | - | - |
| معوّقات بيئية خارجية (المجتمع والعمل) | - | - |
| - عادات التفكير النمطية والنظرة الجزئية | - | - |
| - عدم كفاية المصادر والموارد | - | - |
| - غير الشمولية للموقف. | - | - |
| - | - | - |

تنمية الثقة بالنفس وتحقيق الذات وحل المشكلات : من خلال تحقيق عمل أفضل والتخلص من الخوف من الفشل أو من تجربة الأشياء الجديدة، وبالتالي تنمية ثقته بنفسه بشكل أكبر.

تحفيز النمو الاقتصادي وجودة الحياة والخدمات : عندما يتم تبني الإبداع في الأعمال التجارية والقطاعات الصناعية، يتم تعزيز الفرص الاقتصادية. حيث يتم تطوير منتجات وخدمات جديدة تلبي احتياجات ورغبات العملاء، مما يزيد من الطلب ويعزز الاقتصاد، مما يؤدي إلى تحسين جودة الحياة والخدمات التي يحصل عليها الأفراد. من خلال تطوير منتجات وخدمات أكثر كفاءة .

تطوير الوظائف وإيجاد الفرص: يعمل الإبداع والابتكار على إيجاد فرص عمل جديدة وتنوع الخدمات والمنتجات المتاحة في السوق. يؤدي ذلك إلى زيادة فرص العمل وتعزيز الاستقرار الاقتصادي في المجتمع.

تعزيز التنافسية: يمنح الإبداع الشركات والأعمال التجارية أفضل فرصة للتفوق على منافسيها من خلال تطوير منتجات وخدمات مبتكرة تتميز بها عن منافسيها، لتتمكن من كسب حصة أكبر من السوق وزيادة أرباحها.

الاستدامة وحماية البيئة: يمكن للإبداع والابتكار أن يساعد على تطوير تقنيات ومنتجات جديدة قابلة للتجديد وصديقة للبيئة. كما يتم تشجيع التحول إلى أساليب إنتاج واستهلاك أكثر استدامة. تعزيز التعليم والتعلم: يمكن للإبداع أن يحسن عملية التعلم ويعزز فرص التعليم في المجتمع من خلال تطوير تقنيات وأساليب تعليمية تحسن كفاءة نقل المعرفة وتعزز فرص الحصول على تعليم عالي الجودة للجميع.

تعزيز التواصل والتنمية الثقافية: يعزز الإبداع التواصل والتفاعل الاجتماعي بين الأفراد والمجتمعات المختلفة، من خلال تطوير وسائل تواصل جديدة وترويج الفن والأدب والموسيقى، كما يمكن للإبداع أن يعزز الفهم المتبادل والتبادل الثقافي في المجتمع.

أشهر أساليب وطرق الإبداع

كيف نحفز الوصول إلى الإبداع ؟

العصف الذهني
طريقة تهدف للتوصل إلى الحلول الابتكارية المناسبة للمشكلة، بأكثر كم ممكن من الحلول دون نقد ولا حكم عليها، وفق الآتي:

1. يتم طرح وشرح وتعريف المشكلة ثم بلورتها وإعادة صياغتها.
2. الإثارة الحرة للأفكار بعض النظر عن الجودة مع البناء على أفكار الآخرين.
3. تقييم الأفكار وإعدادها في حيز التنفيذ.

الأدوار الأربعة

يقوم هذا الأسلوب على فكرة تقمص أربع شخصيات أو أدوار أساسية في الحياة:

- 1- شخصية المستكشف: تقود إلى البحث عن فكرة جديدة، عبر عدة طرق بالبحث عن الحقائق والمعلومات المفاهيم، وفق وصفة: (كتابة كل فكرة، التعمود على التغيير، البحث عن الأفكار الجديدة في أماكن غير معتادة، استعر وطور أفكار الآخرين).
- 2- شخصية الفنان: تكوين وتشكيل الفكرة وترباطها عبر عدة طرق، ومنها: (غير المحتوى، تخيل (اسأل ماذا لو؟)، اعكس وانظر للأشياء بشكل مقلوب، صل واربط الأشياء ببعضها، احذف وخالف القواعد).
- 3- شخصية القاضي: الحكم على هذه الفكرة، (ما هي فرص النجاح؟ ما هي إيجابيات الفكرة وسلبياتها؟ وما هي الخسائر في حالة الفشل؟).
- 4- شخصية المحارب: تطبيق هذه الفكرة عبر: (معرفة القدرات، وضع الخطة، المهارات المطلوبة، العقبات المتوقعة وكيفية تجاوزها).

أشهر أساليب وطرق الإبداع

الأسئلة الذكية

تتلخص هذه الطريقة بسلسلة من الأسئلة المختصرة وفق المفاهيم الآتية:

- 1- الإحلال: ما الذي يمكن إحلاله وإبداله؟ هل يمكن تغيير بعض القوانين؟ هل يمكن تغيير بعض الخطوات؟
- 2- الدمج: ما الأفكار التي يمكن دمجها؟ هل يمكن دمج الأهداف مع بعضها؟ ما الأشياء التي يمكن دمجها لاستخدامات متعددة؟
- 3- التكيف: ما الشيء الآخر الذي يشبه هذا الشيء؟ ما الشيء الذي يمكن استنساخه؟ ما الأشياء التي يمكن إعادة تكييفها أو إعادة النظر فيها؟
- 4- التحوير أو التكبير: ما الشيء الذي يمكن تكبيره أو توسيعه؟ ما الشيء الذي إذا أضيف سيحقق قيمة عالية؟
- 5- الاستخدام المغاير: ما الاستخدامات الأخرى لهذه الفكرة؟
- 6- الحذف أو التصغير: هل يمكن تصغير هذا الشيء؟ هل يمكن إزالة بعض القواعد؟ هل يمكن تقسيمه أو ضغطه أو تكثيفه أو اختزاله؟
- 7- العكس أو إعادة الترتيب: ما الترتيبات الأخرى التي يمكن عملها وتؤدي لنتيجة أفضل؟ هل يمكن تغيير السبب والنتيجة؟ ما الأشياء المعاكسة للفكرة؟ هل عكست الأدوار؟

يشهد العالم تغيرات جذرية في عصر العولمة والمعلومات ، لذا أصبح الاهتمام بالابتكار والأصالة في الإنتاج ضرورة قصوى في عصرنا الحديث. ويعود ذلك إلى أهمية الابتكار في تغيير التاريخ وإعادة تشكيل الحاضر وتطويره وعلى هذا الأساس؛ لقي موضوع الابتكار تقدماً ملحوظاً في طريقة تناوله واهتماماً متزايداً في عدد البحوث والدراسات التي تجرى حوله ومن الأسباب التي أدت إلى تزايد الاهتمام بالمبتكرين وإدراك المجتمعات المتقدمة لحاجتها إلى مثل هذه الطاقات البشرية، ورفق مستوى الحياة وتعقد أساليبها وكذا التنافس بين الأنظمة الاجتماعية المختلفة، وأن إتاحة الفرص لهذه الطاقات يمكن من الصعود أمام هذه المنافسات ، فالمصدر الحقيقي للتطور التكنولوجي هو البحث العلمي المنظم وبرامج البحوث والتطوير المستمر أو ما يمكن التعبير عنه بعملية الابتكار أو الإبداع. إن هذا التحول نحو الابتكار يعود إلى حقيقة أن المؤسسات أصبحت تمتلك الموارد الكبيرة والتقنية العالية والخيارات الفنية والإدارية الخاصة بالتعامل مع الابتكار بوصفه نشاطاً منظماً ومتميزاً من أجل الوصول إلى ما هو جديد كلياً أو جزئياً، ومما يدل على هذا التحول هو الزيادة الكبيرة في الموارد المخصصة للبحث والتطوير.

(العبيدي، 2010)

الابتكار يهدف إلى صنع قيمة جديدة وتحقيق تغيير إيجابي في المؤسسات والمجتمعات مما يحقق لها التفوق والازدهار في عالم الأعمال المتغير.

يعرف الابتكار بأنه : عمل جديد يتمثل في تطوير سلعة جديدة أو فتح سوق جديد وهو أيضا يمكن أن يتمثل في تقويم طريقة جديدة لتطوير العمل و إدارته في مجالي الإنتاج والخدمات " .

ويعرف الابتكار بأنه: " تنمية وتطبيق الأفكار الجديدة في المؤسسة "بهدف تطبيقها والاستفادة منها.

كما يعرف بأنه: "قدرة المؤسسة على التوصل إلى ما هو جديد بشكل أسرع من المنافسين في السوق " .

كما يعرف الابتكار بأنه : عملية إنشاء وتطوير فكرة جديدة أو تحويل فكرة موجودة إلى حقيقة ملموسة.

الابتكار عملية تتطلب التفكير الإبداعي والتخيل والاستعداد للتغيير. ويتميز الابتكار بالتجديد والتميز عن الروتين والتقليد، ويهدف إلى إحداث تحسين وتغيير إيجابي في المؤسسات والمجتمعات من خلال تقديم منتجات وخدمات جديدة، أو مطورة بشكل جوهري، أو إيجاد طرق تسويق وترويج جديدة لمنتجات وخدمات الهيئة، أو تطبيق طرق تنظيمية، جديدة في ممارسات الأعمال أو في بيئة العمل أو في إدارة العلاقة مع المتعاملين."

العوامل المؤثرة في الابتكار

قبل الحديث عن أهمية الابتكار لا بدّ من ذكر مجموعة العوامل التي جعلت من الابتكار ذا أهمية خاصة ومن بين هذه العوامل: **ازدياد المنافسة بين المؤسسات - كبر حجم منظمات الأعمال - ارتفاع توقعات المستهلكين - نقص الموارد - تزايد الطلب على الأفكار الجديدة** . كما تنقسم العوامل المؤثرة في الابتكار إلى ثلاث مجموعات مترابطة ، وهي:

العوامل الشخصية:

يعتقد البعض أن الابتكار يقتصر على الأشخاص الأكثر ذكاءً ، لكن من الجدير بالذكر أن الابتكار هو ظاهرة إنسانية عامة ، ولا يقتصر على مجموعة معينة من الناس. فالمبتكرين يتحدون معظم الطرق التقليدية لعمل الأشياء ، ويجدون تصورات جديدة تساعد في حل المشكلات ومواجهتها ، ولا يميلون إلى الطرق السهلة والمألوفة لحل المشكلات ، وبالتالي يختلفون عن الأشخاص العاديين في خروجهم عن المألوف.

العوامل التنظيمية

من أهم العوامل التنظيمية التي تؤثر على الابتكار هي استراتيجية المنظمة ، حيث لا يعمل الأفراد في فراغ ، بل يعملون في بيئة تنظيمية من شأنها أن تؤثر بشكل كبير على مدى ابتكاراتهم. الجدير بالذكر أن هناك مؤسسات تتبع استراتيجية التجديد ، وابتكار الأفراد هو سبب ميزتها التنافسية في الأسواق.

العوامل البيئية

تلعب البيئة دورًا مهمًا في الابتكار ، فهي إما تساعد الفرد على الابتكار ، أو تحبطه وتقيده. ومن العوامل البيئية التي تؤثر على عملية الابتكار العوامل الاجتماعية والثقافية التي تبدأ من الأسرة ثم إلى المؤسسات التعليمية والثقافية ، حيث لكل منها دور كبير في التأثير على عملية الابتكار.

لا يمكن تجاهل أهمية الابتكار في كل مجالات الحياة، فلولاء الابتكارات، لما كان للمجتمعات أن تحقق ما وصلت إليه من تقدم في جوانب الحياة المختلفة، وتتفق الدراسات في مجال الابتكار والإبداع على أهميتهما للمؤسسات والمجتمع ككل لما يحققه من مزايا عدة، فلقد أصبح ينظر إلى الابتكار على أنه مصدر لتحقيق الثروة وعامل مهم في دفع عجلة التنمية الاجتماعية والاقتصادية، فعلى سبيل المثال ابتكار طريقة جديدة تمكن من زيادة إنتاجية عوامل الإنتاج قد تساهم في زيادة الناتج المحلي الإجمالي لهذه الدول بقدر أكبر مما يسهم فيه رأسمال إضافي. إن ما يلاحظ اليوم إدراك أهمية الابتكار من طرف المؤسسات، حيث نجد على سبيل المثال أن المؤسسات اليابانية تخصص ما يزيد عن 30 % من مخرجاتها على أنشطة البحث و التطوير. وفي مسح حديث وجد أن 25 % من كل المؤسسات الأمريكية التي تستخدم أكثر من 100 عامل تقدم تدريباً في مجال الابتكار للعاملين فيها.

كما أصبح العائد من الابتكار يشجع الكثير من المؤسسات التي تسعى إلى تحقيق أرباح كبيرة، ومعدلات نمو عالية نتيجة لابتكارها سلع و خدمات جديدة ، وهذا يؤدي إلى تحسين خدمة المستهلكين، وتحسين إنتاجية المؤسسة وذلك بتحقيق الكفاءة والفعالية في الأداء وإنجاز الأهداف، واستخدام الموارد والطاقة بشكل اقتصادي، حيث يمكن أن تستخدم المواد بإنتاج أكثر وأفضل نوعية، استخدام المواد غير المستخدمة لتطوير وإنتاج منتجات جديدة أفضل؛ مما ينمي و يراكم المهارات الشخصية في التفكير والتفاعل الجماعي من خلال فرق العصف الذهني؛ مما يزيد من جودة القرارات التي تصنع لمعالجة المشكلات على مستوى المؤسسة أو على مستوى قطاعاتها وإدارتها في المجالات المختلفة الفنية والمالية والتسويقية، وتلك الخاصة ببيئة العمل الاجتماعية.



1. التنافسية: من خلال تقديم منتجات وخدمات جديدة ومبتكرة، لتحقيق ميزة تنافسية وجذب العملاء المحتملين.
2. تلبية احتياجات العملاء: من خلال تحليل المتغيرات والاتجاهات في سوق العمل والتفاعل مع العملاء، يمكن للمؤسسات تحسين منتجاتها وخدماتها بشكل مستمر وتحقيق رضا العملاء.
3. التميز والتفوق: من خلال تطوير وتحسين العمليات والمنتجات والخدمات، يمكن للمؤسسات أن تصبح رائدة ومبتكرة وتحقق تفوقًا على المنافسين.
4. تحسين الكفاءة وزيادة الإنتاجية: من خلال تطبيق تقنيات جديدة وعمليات مبتكرة، تسهم في تقليل الهدر وزيادة الإنتاجية.
5. التكيف مع التغيرات في السوق: يساعد الابتكار المؤسسات في التكيف التطورات التكنولوجية.
6. تحفيز روح المبادرة: يشجع الابتكار العاملين على تقديم أفكار جديدة والتحرك خارج إطار التقاليد مما يؤدي ذلك إلى إيجاد حلول غير تقليدية للتحديات والمشاكل التي تواجهها المنظمة.
7. تطوير المهارات والقدرات: يتيح الابتكار فرصًا للتعلم والنمو الشخصي والمهني.
8. جذب المواهب والاحتفاظ بها: يعتبر الابتكار عاملاً مهماً في جذب المواهب المتميزة إلى المنظمة. فالأفراد الموهوبين يتطلعون إلى العمل في بيئة مليئة بالتحديات والفرص للابتكار والتطوير. بالإضافة إلى ذلك، يمكن للابتكار أن يسهم في احتفاظ المواهب في المنظمة، حيث يعزز الشعور بالرضا والإشباع الوظيفي.
9. تعزيز الثقافة التنظيمية الإيجابية: من خلال تشجيع الابتكار وتقدير الأفكار الجديدة، يتشكل بيئة عمل تحفز الابتكار وتعزز التعاون والإبداع مما يؤدي إلى تحقيق رضا أعلى بين العاملين.

إن السلوك الابتكاري في المؤسسة يمكن ملاحظته من خلال تشخيص عدد من الظواهر التي تشير إلى أن المؤسسة ذات سلوك ابتكاري منها :

1- المسؤولية الجماعية :

إن الابتكار عملية شمولية يشارك فيها جميع العاملين بالمؤسسة بمختلف مستوياتهم و إدارتهم لذا فإن توفر روح المسؤولية الجماعية ما هو الا دليل على وجود الحس الابتكاري في المؤسسة، والتجربة اليابانية أصدق دليل على ذلك بوصفها واضحة النموذج القائم على مساهمة الأفراد في تحسين الإبداعات والابتكارات بصفة مستمرة و دائمة.



2- الحس الاقتصادي و الاجتماعي :

من مبررات وجود الإدارة هو تحقيق الكفاءة والفاعلية وتخفيض التكاليف، وهي تشير إلى الحس الاقتصادي، وإن تحسين نوعية و جودة الخدمة المقدمة يشير إلى الحس الاجتماعي، وانعدام هذا الحس الاقتصادي والاجتماعي يؤدي إلى هدر الموارد و بالتالي عدم القدرة على الابتكار.

3- العقلية العلمية في التعامل مع المشاكل:

الإدارة التي تعتمد على الطرق والأساليب العلمية في التعامل مع مشاكلها بدلاً من أسلوب المحاولة والخطأ هي إدارة ابتكارية، فالوقت الذي كانت تعتمد فيه الإدارة على الجهد الفردي قد مضى، وأصبحت مهنة تعتمد على التنظيم الذي يقوم بدوره على الجهود المتكاملة لكافة العاملين .

4- الانفتاح على الرأي الآخر :

توفر مناخ تنظيمي يسوده احترام الرأي الآخر، بل والإصرار على التعاون معه دليل على أن المؤسسة ابتكارية، فالحوار هو الذي يوصل للجديد و الشيء المفيد ومن هذا المنطلق تنتهز المؤسسات الابتكارية الفرص المناسبة، وتعمل على تشجيع الأفراد ليقدموا المقترحات اللازمة للتطوير والتحسين .

5- التوجه إلى ابتكار منتجات جديدة:

إن سعي المؤسسة إلى ابتكار منتجات جديدة أو إحداث تغييرات جوهرية متفردة في منتجاتها يعتبر أحد مظاهر السلوك الابتكاري، ويعد تبني استراتيجية الابتكار من قبل إدارات المؤسسات المعنية بالابتكار والتطوير تجاوباً منطقيًا مع مقولة أنه إذا أرادت المؤسسات الاستمرار في أعمالها لا بدّ لها من الابتكار وتطوير قدراتها الإدارية، الإنتاجية، والتسويقية وبما يشبع حاجات المستهلكين الحاليين والمتوقعين وهو الأمر الذي يؤدي بالنتيجة المنطقية إلى تطوير في الموارد المالية والبشرية المتاحة لهذه المؤسسات .

6- التوجه إلى معرفة السوق :

تتميز الأسواق بالتعقيد وعدم التجانس فهي تتضمن شرائح اجتماعية تختلف في احتياجاتها ورغباتها وتطلعاتها وقدرتها الشرائية، وبذلك فإن دراسة وتحليل السوق سوف تمكن المؤسسة من تحديد هذه الحاجات والرغبات وطبيعة المنافسة السائدة في السوق، حيث أن القدرة على إدراك السوق وتحديد العوامل المؤثرة فيه تمكن المؤسسة من تحقيق ميزة تنافسية على مستوى السوق، ولا بد أن نميز بين المعرفة بالسوق وإدراك المعرفة السوقية، حيث تركز المعرفة بالسوق على جمع المعلومات والبيانات عن السوق بهدف تحديد حجم السوق، الحصة السوقية ، أما إدراك المعرفة السوقية فهي تعبر عن درجة اهتمام المؤسسة المتوقعة والتنبؤ بمعدل نمو السوق مستقبلا بنوع المعرفة المطلوبة لضمان الأداء المتميز لمنتجاتها من هنا نجد أن المعرفة بالسوق تتطلب التركيز على العوامل الثلاثة التالية :



- المعرفة بالمستهلكين: أن النجاح التسويقي يتطلب توجيه كافة الجهود لتحديد حاجات ورغبات المستهلكين والعمل على تقديم تلك المنتجات التي يكون المستهلك بحاجة إليها وقادراً على دفع ثمنها ، وهذا يتطلب تحليل الأنماط السلوكية والاستهلاكية للمستهلكين وطرق إشباعها.

- المعرفة بالمنافسين: وتتضمن كافة النشاطات التي ترتبط بمعرفة المنافسين والاستراتيجيات التي يتبعونها وتحديد جوانب قوتهم وضعفهم حيث أن تحليل المنافسة السائدة في السوق يمكن الشركة من اختيار الاستراتيجية المناسبة.

- البحث وتطوير السوق: يتضمن البحث والتطوير وكافة النشاطات الهادفة إلى دراسة وتحليل السوق بهدف تحديد اتجاهات الطلب، طبيعة المنافسة، بالإضافة إلى معرفة التغيرات التكنولوجية السائدة في سوق المنتج وأثرها على التغيرات في حاجات ورغبات المستهلكين.

الابتكار ليس عملية فردية بل يمر بمراحل متعددة تسهم في تطوير الأفكار وتحويلها إلى حلول مبتكرة ومن أبرز مراحل الابتكار:

1. التحليل والبحث

تبدأ عملية الابتكار بمرحلة التحليل والبحث، حيث يتم دراسة المشكلة أو الفرصة التي يهدف الابتكار إلى حلها. ويتم جمع المعلومات وتحليلها لفهم السوق واحتياجات العملاء والمنافسة والاتجاهات الصناعية.

2. التوليد والتصميم

يتم توليد الأفكار المبتكرة وتصميم الحلول المحتملة. يتم استخدام تقنيات مثل التفكير الإبداعي وورش العمل والتحفيز لتوليد الأفكار وتحويلها إلى مفاهيم قابلة للتطبيق.

3. التطوير والتجريب

تأتي مرحلة التطوير والتجريب بعد ذلك، حيث يتم تحويل الأفكار إلى حلول فعلية واختبارها. ويتم تطوير نماذج أولية لاختبار فعالية الحلول وتحسينها بناءً على التعلم والتجربة.

4. التنفيذ والتطبيق

يتم تنفيذ وتطبيق الحلول المبتكرة. يشمل ذلك تنفيذ الخطط وتجهيز الموارد وتدريب الفرق المعنية. ويجري تنفيذ الحلول بناءً على استراتيجية محددة ومراقبة الأداء لضمان تحقيق النتائج المرجوة.

5. التقييم والتحسين

لا تنتهي عملية الابتكار بالتنفيذ والتطبيق، بل تشمل أيضًا مرحلة التقييم والتحسين المستمر. يتم تقييم أداء الحلول المبتكرة وقياس نجاحها وتحديد المجالات التي يمكن تحسينها. يستند التحسين إلى التعلم والتكيف وتطوير الحلول لتحقيق أداء أفضل.

6. التطوير المستمر

تعتبر هذه المرحلة مستمرة ودائمة، حيث يجب على المنظمات أن تكون على استعداد للتحديات المستقبلية وتستمر في تحسين وتطوير عملياتها ومنتجاتها وخدماتها.

على الرغم من اختلاف الباحثين والدارسين في مجال الإبداع و التفكير الإبداعي إلا أن غالبيتهم يتفقون على أنه يشمل خمس مهارات رئيسة كما يأتي:

الحساسية للمشكلات: وهي قدرة الفرد على رؤية الكثير من المشكلات في موقف ما في الوقت الذي لا يرى فيه شخص آخر أي مشكلات وهذا ما يدفع المبتكر للوصول إلى إنتاج جديد يقدم حلولاً مختلفة لهذه المشكلات.

الطلاقة: وتتمثل في القدرة على إنتاج أكبر عدد من الأفكار في فترة زمنية محددة، وإن كان أغلبها لا يصلح للتنفيذ، ولكن المهم هو تجميع أكبر قدر ممكن من الأفكار ثم يأتي بعد ذلك فحصها وتقييمها وتصفيتها.

المرونة: وتعبر عن قدرة الفرد على تغيير اتجاهات تفكيره لأكثر من اتجاه وعدم التجمد والإصرار على اتجاه معين

الأصالة: وتعني قدرة الفرد على إنتاج أفكار جديدة ومميزة غير مألوفة و تمثل الأصالة أعلى درجات سلم الابتكار وهي لا تعتمد على كمية الأفكار بل على قيمتها و نوعيتها و جدتها .

المحافظة على الاتجاه: تعني قدرة الشخص على التركيز لفترات طويلة في نفس مجال الفكرة المبتكرة بالرغم من المشتتات والمعوقات التي تثيرها المواقف الخارجية أو التي تحدث نتيجة التغير في مضمون الهدف .



معوّقات التفكير الابتكاري: توجد مجموعة من العوامل المثبطة للتفكير الابتكاري نوجزها فيما يأتي : الخوف من الفشل؛ الأحكام المسبقة التي يصطدم بها الفرد قبل الانتهاء من عرض أفكاره؛ الجمود والكسل وإحباط الهمة من قبل المحيطين به؛ لتسليم بالأمور وتقبل الواقع؛ طرق التنشئة الاجتماعية القاسية؛ أساليب التعليم التي تعتمد على التلقين والحشو بالمعلومات، التغير المذهل في التكنولوجيا والتغير السريع في آذواق المستهلكين و الزيادة الهائلة في حجم المعرفة.

محفّزات التفكير الابتكاري: يرى بعض الباحثين أن التفكير الابتكاري استعدادًا يمكن تنميته بتوفير العوامل المشجعة له نذكرها فيما يأتي: توفر البيئة الابتكارية: ويجب أن تتصف بالمرونة والاستقلالية وحرية التعبير تتيح للمبتكر إمكانية التجريب والتثبت من أفكاره بصورة تجريبية . الخبرة السابقة: حيث تزداد المقدرة على الابتكار عندما يكون الفرد أكثر خبرة اذ يستطيع مزج الخبرات والتجارب السابقة المتراكمة للحصول على حلول جديدة لم يصادفها من قبل. التعليم: لا يقتصر التفكير الابتكاري على كل ما هو وراثي وفطري، بل يتعدّى ذلك إلى كل ما هو مكتسب أيضًا، أي بالإمكان تنمية وتطويره بالتعليم والتدريب .

إن مفهوم الإبداع ومفهوم الابتكار يشملان كل ما هو جديد ومختلف بحيث يميز المؤسسة عن مثيلاتها ويمنحها دعمًا في المركز التنافسي وتحسينًا في الأداء ، سواء كان الإبداع والابتكار في مجال الإنتاج أم طرق الأداء الإداري أم المالي أم التسويقي . إن جوهر الأعمال التجارية هو الإبداع و الابتكار، فأي شركة إذا قامت بالإبداع والابتكار بأسلوب جيد فإنها تستفوز بالنهاية ، ويلعب الابتكار والإبداع دور هام في بقاء المؤسسات وتطورها في ظل التحديات العالمية، كما أنه يساعدها على مواجهة المشكلات المعاصرة وتحديات المستقبل.

هناك من يعرف العلاقة بين الإبداع والابتكار، بأن الإبداع هو قاعدة الابتكار وفي هذا الإطار نجد أن أمابيل عرفت العلاقة بين الإبداع والابتكار بأن "الإبداع هو عملية عقلية تؤدي إلى إنتاج أفكار مفيدة جديدة وغير مألوفة من قبل الفرد أو مجموعة صغيرة من الأفراد الذين يعملون معًا .

الإبداع يعني التوصل إلى أفكار خلاقة ، بينما الابتكار يهتم بتجسيد هذه الأفكار، فالوصول إلى أفكار مبتكرة يسمى إبداع، أما تحويل هذه الأفكار إلى واقع مفيد فيسمى ابتكار .

وقد أشارت أمابيل إلى أن الابتكار ينشأ ويبنى على الأفكار المبدعة التي تعتبر الأساس في عملية الابتكار وبينت أن الابتكار الإداري هو عبارة عن التطبيق الناجح للأفكار المبدعة أو الخلاقة في المؤسسة . إن هذا التعريف يشير إلى أن هناك علاقة تلازمية بين الإبداع والابتكار أي أنه لن يكون هناك ابتكار بدون وجود أفكار إبداعية والتي تبدأ على مستوى الأفراد المبتكرين و الفرق العمل وبالتالي يمكن أن نعبر عن العلاقة بين الابتكار والإبداع بالمعادلة التالية: الابتكار = الإبداع + التطبيق

الجدول رقم 01: أهم الفروقات بين الإبداع والابتكار

creativity الإبداع	innovation الابتكار	
فردية	جماعية	1- المحاولة
متقطعة، لحظية	مستمرة ، طويلة	2- العملية
غير قابل للقياس، محتمل	قابل للقياس، مؤكد	3- الأثر
استعمال و تعلم طرق التفكير	استعمال الأدوات الإستراتيجية	4- التكوين
عصف الأفكار	تسيير المشاريع	5- نوع الاجتماعات
تضارب الأفكار و تشبعها	تقارب الأفكار والإجماع حولها	6- نوع التفكير
التوجه نحو التفكير	التوجه نحو التطبيق	7- دور المشرف أو المسؤول
مصدر ressource	كفاءة compétence	8- أهميتها في المؤسسة

المصدر: مسعود بن موزة، " الإبداع التكنولوجي لتطوير القدرة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية "، مجلة ماجستير (غير منشورة) ، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير ، جامعة الأغواط ، (2004-2005)، ص55.

الإبداع والابتكار وجهان لعملة واحدة، أما الفرق بينهما فمن الممكن تلخيصه كما يأتي:

الإبداع يتمثل بالقدرة على إيجاد فكرة غير عادية بينما الابتكار يتمثل بالقدرة على تنفيذ الأفكار بأسلوب محدث غير عادي .

الإبداع ناتج عن المخيلة الابتكار ناتج عن العمليات الإنتاجية من الصعب قياس نسبة نجاح الإبداع ، ولكن من الممكن قياس درجة الابتكار ونسبة نجاحه؛ حيث أنه يتعلق بالإنتاج ولادة لأفكار جديدة إيجاد شيء على أرض الواقع يكون جديداً وفريداً مثل السلع في السوق أو الخدمات.

لا تحتاج عملية الإبداع إلى تكاليف مالية ، بينما الابتكار يتمثل بعمليات التنفيذ، فمن الطبيعي أن يحتاج إلى تكاليف مالية .

الإبداع لا يخشى فيه من الوقوع في المخاطر ، بينما في الابتكار هناك احتمالية للوقوع في المخاطر، كقشل تنفيذ الفكرة الإبداعية مثلاً.

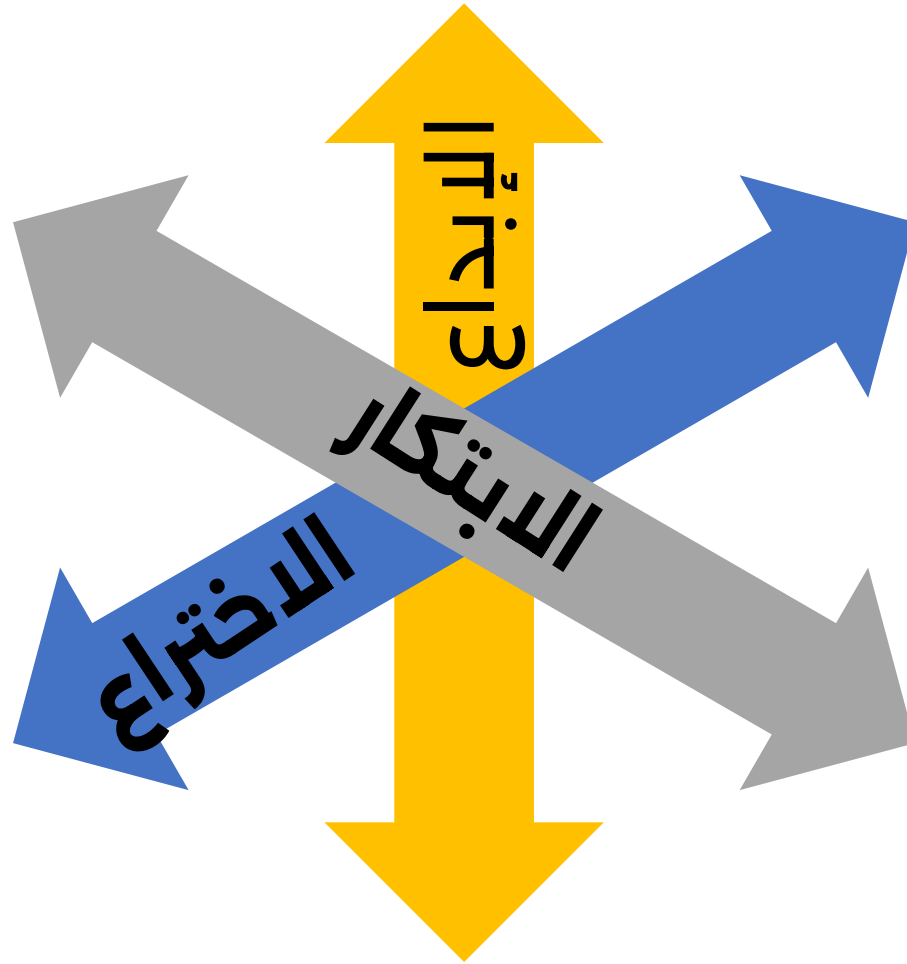
يميز شامبيتز بين الاختراع والابتكار على أساس أن الاختراع يعني إيجاد مورد جديد للمؤسسة، وهذا يعني القدرة والفعل لاختراع شيء ما (عادة جهاز).

مفهوم الاختراع: هو جمع الأفكار أو الأشياء معًا بطريقة جديدة لصنع شيء لم يكن موجودًا من قبل. قد يكون هذا الشيء الجديد الذي تم اختراعه مفيدًا أو غير ذلك. بينما يعمل الابتكار على إدماج هذا المورد في سلعة تطرح فيما بعد للسوق، أي أن **الابتكار يمثل الجسر بين الاختراع والسوق** وهذا يعني أن الاختراع يشمل إنتاج معارف جديدة، بينما الابتكار تجسيد لهذه الأفكار في الواقع.



- كما يرتبط الاختراع بالتقدم في المعارف وتجسيدها علميا و تقنيا؛ بينما يمثل الابتكار النجاح في إدخال الاختراع إلى الواقع، هذا النجاح ليس تقنيا فقط بل يشمل الجوانب الأخرى. والاختراع يمكن أن يكون نظريًا في شكل قاعدة، أو قانون علمي، أو تطبيقًا في شكل طريقة حل أو معالجة مشكل معين. وعليه فالفرق بين الاختراع و الابتكار يتمثل في التحول إلى الملموس أو الفعلي.

الابتكار = (فكرة جديدة + تنفيذ)



Creativity vs Invention vs Innovation

الإبداع الاختراع الابتكار

- **Creativity** generates novel ideas

الإبداع يولد أفكاراً جديدة



- **Invention** make them tangible

الاختراع يجعلها ملموسة



- **Innovation** make them valuable

الابتكار يجعلها ذات قيمة

\$\$\$



ملخص المحاضرة

يعدّ الإبداع أحد أهم عوامل التفوق في عالم الأعمال والشركات، حيث أن يساعد على زيادة حجم المبيعات، بالإضافة إلى زيادة القدرة التنافسية للشركات والمؤسسات، كما أنه مع ظهور وسائل التواصل الاجتماعي والتكنولوجيا الحديثة ازدادت أهمية الإبداع في عالم الأعمال، حيث جاءت أهمية الإبداع في تحقيق التفوق التنافسي.

يمكن القول إن الإبداع هو المحرك الرئيس للابتكار، حيث يولد الأفكار الجديدة التي يتم تحويلها إلى حلول ومنتجات جديدة. وبالتالي، يجب دعم وتشجيع كل من الإبداع والابتكار في جميع جوانب الحياة والعمل لتحقيق التقدم والتنمية.





“If you want something new, you have to stop doing something old”

– Peter Drucker

"إذا كنت تريد شيئاً جديداً ، فعليك التوقف عن فعل الشيء القديم"



“Innovation is the specific instrument of entrepreneurship...the act that endows resources with a new capacity to create wealth.”

– Peter Drucker

"الابتكار هو الأداة الخاصة لريادة الأعمال فهو الذي يمنح الموارد قدرة جديدة على بناء الثروة"

