

المحور الثامن: الإبداع والابتكار المقاولاتي

يعد كل من الإبداع والابتكار من العناصر المكونة للعمل المقاولاتي، فقد حظي المصطلحان باهتمام المفكرين الاقتصاديين المهتمين بالمقاولاتية، حيث يتصف كل من الإبداع والابتكار بالتلازم فالأول يعد خطوة لبداية الثاني من خلال تصميم أفكار جديدة ومحاولة تجسيدها.

1- الإبداع المقاولاتي:

1-1 مفهوم الإبداع: يعتبر الإبداع من المفاهيم التي أثير حولها الجدل والدراسات فيما يتعلق بوضع تعريف موحد وشامل له، ويعود هذا تعدد وجهات النظر بين المدارس الاقتصادية المختلفة.

إذ عرف على انه أفكار جديدة ومفيدة ومتصلة بحل مشكلات معينة أو تجميع وإعادة تركيب الأنماط المعروفة من المعرفة في أشكال فريدة.

كما يعرف على انه قدرة عقلية تظهر على مستوى الفرد أو الجماعة أو المنظمة، وهو عملية ذات مراحل متعددة ينتج عنها فكر أو عمل جديد يتميز بأكبر قدر من الطلاقة والمرونة والأصالة والحساسية للمشكلات والاحتفاظ بالاتجاه ومواصلته.

وحسب Schumpeter فهو النتيجة الناجمة من إنشاء طريقة أو أسلوبا جديدا في الإنتاج، وكذا التغيير في جميع مكونات المنتج أو كيفية تصميمه.

من خلال التعريفات السابقة يتضح أن الإبداع تغيير في الوضع كانت عليه المؤسسة بإدخال تجديدات أو منتجات كلية جديدة أو طريقة إنتاج بغية تحقيق مستوى أداء عالي للمؤسسة.

1-2 أسباب تبني الإبداع في المنظمات: هناك العديد من الأسباب التي تفسر احتلال الإبداع لمكانة هامة لدى المنظمات، ولعل من بينها نجد:

- الظروف المتغيرة التي تعيشها المنظمات اليوم، سواء كانت ظروف اقتصادية أو سياسية أو ثقافية أو اجتماعية والتي تحتم على المنظمات الاستجابة لهذه المتغيرات بأسلوب إبداعي يضمن بقاء المنظمة واستمرارها.

- يحتم الإبداع الفني والتكنولوجي في مجال السلع والخدمات وطرق إنتاجها وقصر دورة حياتها على المنظمات أن يستجيبوا لهذه الثورة التكنولوجية وما يستلزم ذلك من تغييرات في هيكل المنظمة وأسلوب إدارتها بطرق إبداعية أيضا، مما يمكنها من زيادة أرباحها وزيادة قدرتها التنافسية والاستمرار في السوق.

1-3- مستويات الإبداع: يظهر الإبداع في العديد من المستويات، نذكر منها ما يلي:

- الإبداع على المستوى الفردي: بحيث يكون لدى العاملين إبداعية خلاقة لتطوير العمل وذلك من خلال خصائص فطرية يتمتعون بها كالذكاء والموهبة أو من خلال خصائص مكتسبة من التأهيل العلمي أو العملي.

- الإبداع على مستوى الجماعات: بحيث تكون هناك جماعات محددة في العمل تتعاون فيما بينها لتطبيق الأفكار التي يحملونها وتغيير الوضع القائم نحو الأفضل كجماعة فنية في قسم الإنتاج مثلا.

- الإبداع على مستوى المنظمة: فهناك منظمات متميزة في مستوى أدائها وعملها وغالبا ما يكون عمل هذه المنظمات نموذجي ومثالي للمنظمات الأخرى، وحتى تصل المنظمة إلى الإبداع لا بد من وجود إبداع فردي وجماعي.

1-4- أنواع الإبداع: يتوفر الإبداع على العديد من الأنواع، يمكن تقسيمها إلى قسمين هما على حسب طبيعة الإبداع ودرجة الإبداع.

- طبيعة الإبداع: يمكن التمييز على حسب هذه النقطة عدة أنواع من الإبداع، من بينها نجد:

- ✓ الإبداع في المنتج: ويقصد بها إدخال في السوق منتج جديد أو محسن مقارنة بخصائصه الأساسية.
- ✓ إبداع في طريقة الإنتاج: وتشمل التغييرات في صيرورة الإنتاج، تغييرات في المواد الأولية أو في المعدات الإنتاجية. والهدف المرجو منها هو تدنية التكاليف وتعظيم الأرباح.
- ✓ إبداعات تجارية: وتضم مختلف التغييرات التي تحصل على مستوى قنوات التوزيع والإشهار وكل ما يتعلق بالوظيفة التجارية، وتهدف إلى زيادة المبيعات.
- ✓ إبداعات تنظيمية: تتوقف على تحويلات في اقتسام وتوزيع النشاطات بين الأفراد في المؤسسة وفي تركيب الوظائف، فيمكن أن تجلب هيكلية تجارية جديدة أو هيكلية توزيع جديدة طريقة تسيير للمخزون جديدة وغيرها من التغييرات.

- درجة الإبداع: وتندرج تحت هذا المعيار نوعين من الإبداع هما:

✓ الإبداع الجزئي (الطفيف): وتتمثل في مجموعة التحسينات والتغييرات التي تصيب جزء معين من المؤسسة، بينما تبقى بقية الأجزاء كما هي، فهذه التحسينات لا يكون لها اثر كبير على مستوى المؤسسة.

✓ الإبداع النافذ (الجذري): تأثير هذا النوع من الإبداع يكون كبيرا على المؤسسة ويتطلب معرفة كبيرة وجديدة، وتتطلب العديد من السنوات والاستثمارات المالية واللجوء إلى الكفاءات التي تنشط خارج المؤسسة للتعاون في تحقيق هذا النوع من الإبداع.

2- الابتكار المقاولاتي:

2-1- مفهوم الابتكار: كغيره من المصطلحات ذات الأبعاد المتعددة، عجز المفكرين على وضع تعريف موحد وشامل للمصطلح، مما تفرع عنه العديد من التعاريف نجد منها:
يعرف دراكر (P.F.Druker) الابتكار بأنه التخلي المنظم عن القديم، وفي المقابل يعني الإدخال المنظم للجديد مع التأكيد على الاستمرارية في العمل.

ويعرفه ديبورغ ماري (D.Marie) على انه تطبيق جاري للاختراع.

ومن هنا يتضح أن الابتكار هو تجسيد للأفكار الجديدة وطريقة جديدة لعمل الأشياء. وقد يكون الابتكار في المنتجات أو الخدمات أو الأفكار الجديدة أو التنظيم والإدارة، ويتخذ شكلين داخل المنظمة تغييرات جذرية في الهيكل والمكونات أو تغييرات بسيطة.

2-2- مراحل العملية الابتكارية: تتكون عملية الابتكار الناجحة من عدة مراحل يضعها (Tid & Bessant) في أربعة مراحل هي:

- البحث: إيجاد الفرص للابتكار وإحضار أفكار جديدة للنظام، مصدرها الإبداع والاختراع ومن البحث والتطوير.

- الاختيار: توليد مجموعة من الأفكار ليس كافيا، بل هناك حاجة إلى الاختيار من مجموعة الأفكار المطروحة. وبالتالي فهي تأخذ شكل المفاضلة التنافسية.

- التطبيق: بعد توليد الأفكار واختيار انسبها تأتي مرحلة تجسيدها على ارض الواقع، مع الحرص على توظيف الأدوات الملائمة للتطبيق.

- **الاقتناص:** هذه المرحلة تشمل كيفية الحصول على الفوائد من الابتكار، فهي تبرير للجهود بأشكال تجارية أو توليد قيمة اجتماعية.

2-3- أنواع الابتكار: هناك أربعة أنواع من الابتكار، جاءت على النحو الآتي:

- **ابتكار المنتج:** ويتمثل في جميع المنتجات التي تقدمه المؤسسة للزبائن أو التي توظفها المؤسسة للاستغلال الخاص بها، وبالتالي فقد تأخذ شكل استهلاكي أو صناعي.

- **ابتكارات الخدمة:** ويتمثل في جميع أشكال الخدمات الجديدة التي تقدمها المنظمة للاقتصاد والمجتمع.

- **الابتكار التدريجي:** هو عبارة عن التحسينات في المكونات ويبقى النظام كما هو، وبالتالي فإن هذا النوع يركز على التغيير الجزئي داخل المؤسسة.

- **الابتكار الجذري:** يدعو هذا النوع إلى تصميم مثالي جديد باستخدام مكونات جديدة متكامل معا داخل التصميم، وبالتالي فهو يشمل التغيير الشامل داخل المؤسسة.

- **الابتكار النموذجي أو المعياري:** يستعمل نفس المعمارية والتكوين للنظام الحالي للمنتج أو الخدمة أو العملية، لكنه يوظف مكونات جديدة بمفاهيم تصميم مختلفة.

- **الابتكار المعماري أو الهيكلي:** هو إعادة شكل أو هيئة أو هيكل النظام لكي يربط المكونات المتواجدة بطريقة جديدة.

2-4- أهمية الابتكار: يتوفر الابتكار على العديد من المزايا، مما يجعله عنصر مهم داخل المؤسسة، حيث تتجلى أهميته فيما يلي:

- إيجاد منتجات جديدة وتطويرها باستمرار وهذا عبر التحسين المستمر للمنتجات.

- خفض النفقات وتحسين جودة المنتجات والخدمات المقدمة.

- إيجاد أسواق جديدة فكلما توصلت المؤسسة لمنتج جديد كلما زادت القدرة على اقتحام سوق جديد.

- إنشاء فرص عمل جديدة، فكلما كان هناك جديد بالمؤسسة كلما تطلب توظيف مهارات جديدة.

- تحسين أداء المؤسسة تصب جميع العناصر السابقة في الرفع من أداء المؤسسة ومنحها قدرة على المنافسة والاستمرار.

3- أهمية الإبداع والابتكار في المقاولة: يتمتع كل من الإبداع والابتكار بأهمية كبيرة وسط المؤسسات، فهو المحرك لها. فمن خلال تبني المقاولة لهذه النهج سوف تتمكن من رفع أداءها، وبالتالي تكمن أهمية الإبداع والابتكار بالنسبة للمقاولة فيما يلي:

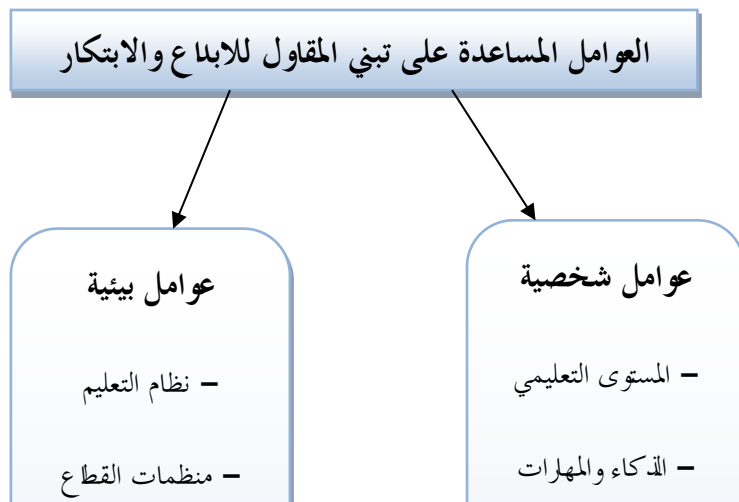
- تطوير وتنمية قدرات الأفراد داخل المقاولة والتأثير على سلوكياتهم وتوجهاتهم.

- يساعد المقاول على تجاوز المعوقات الشخصية التي تحول دون قدرته على التعبير عن إمكانياته الإبداعية والابتكارية.

- يساعد المقاولين على إعادة تحديد أهدافهم وتصوراتهم عن العمل وبالتالي قدرتهم على الظهور بصورة إبداعية متجددة ومستمرة.

- يحول الابتكار والإبداع الأفكار إلى منتجات أو خدمات جديدة، ما يحقق ويدفع بالمقاولة للحصول على مراكز متقدمة و متميزة.

ولتحقيق كل من الابتكار والإبداع داخل المقاولة وبالشكل المطلوب، فهناك العديد من الخصائص الواجب توفرها في المقاول، والمفصلة في الشكل الموالي:



ومن هنا يمكن القول أن العمل المقاوالم، هو أحد الحلول المفروضة بقوة على الدول للتقليل من معدلات البطالة وتشغيل الشباب والرفع من معدلات النمو الاقتصادي. إلا انه ولنجاح هذه المقاومات لابد من توفير الحماية اللازمة لها وتمكينها من الوسائل والأدوات الحديثة التي تساعد على مواجهة مختلف التحديات التي تفرضها بيئة الأعمال. ومن طرف ثاني يتوجب على المقاوم التحلي بالصفات التي يستوجبها العمل المقاوالم من مبادرة وتحمل المخاطر وطموح وثقة بالنفس والقدرات.