

مبادئ وتصنيفات الإبداع والابتكار وأهميتها لمنظومة الأعمال المعاصرة
Principles and classifications of creativity and innovation and their
relevance to contemporary business system

د. محمد هلسه ، جامعة الاستقلال، فلسطين
تاريخ التسليم: (2016/11/17)، تاريخ القبول: (2016/08/06)

Abstract:

This study aimed at highlighting the importance of creativity and innovation for businesses today, the study was structured in order to define: the meaning of creativity and innovation, its categories, approaches and the obstacles while applying it to business world, the study concluded some results among them: Creativity and innovation for businesses today are the base for their survival in the different fields, the business enabling environment and play an important role in enhancing and encouraging creativity and innovation approach, this study also recommended to: adopting creativity and innovation approach in businesses, and providing an enabling environment which are critical and crucial, using good management principles, enhancing the loyalty of the employees and customers, investing in human resources, and to keep up with the world of science and technology knowledge.

Key Words: Principles and classifications, creativity, innovation.

ملخص

جاءت هذه الدراسة لتسلط الضوء على أهمية الإبداع والابتكار لمنظمات الأعمال في عالم اليوم، ولغرض تحقيق ذلك، فقد تمت هيكلياً هذه الدراسة بما يأتي: تعريف كل من الإبداع والابتكار و تصنيفاتهما ومدخلهما والمعوقات أمام تطبيقهما في منظومة الأعمال. لقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها: إن الإبداع والابتكار لمنظمات الأعمال يمثل أساس بقاء هذه المنظمات، وأن للبيئة التمكينية بمختلف مجالاتها دوراً هاماً في تعزيز وتشجيع نهج الابتكار والإبداع، وعليه فقد تم اقتراح عدد من التوصيات الهامة نذكر منها: ضرورة تبني نهج الإبداع والابتكار في منظمات اليوم، وتوفير البيئة التمكينية الملائمة لذلك، واعتماد أساليب الإدارة الرشيدة، وتعزيز الانتماء للعاملين والولاء لعملاء المنظمة، والاستثمار في رأس المال البشري وتوطين الأدمغة، والانفتاح على عالم المعرفة العلمية والتقنية.

الكلمات المفتاحية: مبادئ وتصنيفات، الإبداع، الابتكار.

المقدمة:

لقد اشتدت المنافسة في السنوات الماضية وتحديداً في القرن الحالي بين منظمات الأعمال للحصول على حصة سوقية لمنتجاتها أو توسيع حصتها الحالية، إن المجتمعات المتقدمة لم تحرز تقدماً إلا بفضل اعتمادها على المفكرين والمبدعين وأصحاب العقول المنتجة، وهذا ما دفع المختصين والباحثين لقياس تقدم المجتمعات بعدد علمائها ومفكرها ودرجة التراكم المعرفي والإبداعي الناتج لديها (جواد ومحمد، 2006). إن الظروف والمتغيرات التي رافقت التنوع والتقييد في عوامل البيئتين الداخلية والخارجية لمنظمات العصر الحالي، استلزمت وجود قادة ومفكرين أذكاء من ذوي القدرات الفكرية والمهارات غير التقليدية التي تعتمد على أسس المعرفة والتنمية والخبرة، وذلك لضمان النجاح والتفوق والبقاء (ألبعدي، 2010، ص. 23). لقد عاشت المنظمات تحديات مستمرة وتهديدات فرضت عليها العمل بآليات جديدة، وتبني المداخل ستراتيجية لاستباق الأزمات، والتهيؤ لمواجهتها قبل وقوعها، فتحوّل نشاط تلك المنظمات إلى نشاط استباقياً وليس علاجياً، وكان التفكير الاستراتيجي من بين تلك المداخل (صالح، 2009، ص. 133). يمثل التفكير الابتكاري والاستراتيجي أحد المتطلبات الأساسية في الإدارة المعاصرة، ويسهم التفكير الابتكاري بقدر كبير في تنمية الأفكار الجديدة وتحليلها والاختيار من بينها، والبحث عن أفضل السبل والإمكانات بهدف تحقيق المكانة والموقع المتميز للمنظمة، وفق منظوم استراتيجي يحقق له وللمنظمة التي يعمل فيها فرصاً مستقبلياً يصعب على الآخرين الوصول إليها بنفس المستوى (النعيمي، 2008، ص. 170) إن الإبداع والابتكار يعتبران ركيزة أساسية من ركائز تطور منظومة الأعمال، ففي ظل اقتصاد حر وسوق مفتوح تحكمه المنافسة فإن الإبداع والابتكار يصبحان ضرورة حياتية إن صح التعبير لمنظمات الأعمال، وإلا فإنها ستجد نفسها عاجلاً غير آجل خارج السوق، بمنتجات سواء اكانت سلعاً أو خدمات ستصبح قديمة لا تواكب تطورات وتقدم العصر.

مشكلة الدراسة: إن مشكلة الدراسة تتلخص في الإجابة عن السؤال المحوري الآتي: ما هي مبادئ وتصنيفات الإبداع والابتكار وما أهمية تطبيقها في منظومة الأعمال؟

أهداف الدراسة:

- 1- توضيح نهج الإبداع والابتكار وتبيان أثره في منظمات الأعمال.
- 2- توجيه اهتمام منظمات الأعمال بالانفتاح على عالم المعرفة التقنية .
- 3- معرفة علاقة البيئة التمكينية في نتائج تبني نهج الإبداع والابتكار لدى منظمات الأعمال.

أهمية الدراسة:

تستمد هذه الدراسة أهميتها من أهمية موضوعها، حيث أصبحت منظمات الأعمال أو الشركات الحديثة تعطي أهمية كبيرة لموضوع الإبداع والابتكار، وذلك من أجل بقائها واستمرارها، و تأتي أهميتها

من خلال تسليط الضوء على عناصر كل من: الإبداع والابتكار، لانهما ركائز أساسية لتعزيز نجاح وتقدم منظمات الاعمال في ظل المنافسة الشديدة.

منهجية الدراسة:

بالنظر إلى طبيعة الدراسة، فقد تم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي حين تناول الجوانب التحليلية لدور وأهمية الإبداع والابتكار في منظومة الأعمال المعاصرة. وهذا المنهج يتضمن مختلف المناهج العلمية المستخدمة في البحوث والدراسات الاقتصادية والإدارية، حيث تم توظيف كل واحدة منها كلما دعت الحاجة البحثية إلى ذلك.

هيكلية الدراسة:

أماً في الإجابة عن السؤال المحوري للدراسة ، وتحقيقاً لأهدافها، فقد تم هيكلة الدراسة البحثية وفقاً للنسق الآتي:

- تعريف الإبداع والابتكار وتصنيفاتهما ومدخلهما.
- توضيح الفرق بين الإبداع والابتكار، وإظهار المعوقات التي تواجه تطبيقهما في منظومة الأعمال.
- أهمية التفكير الاستراتيجي و توفير البيئة التمكينية المناسبة لتشجيع الإبداع والابتكار.

الدراسات السابقة:

من المهم أن يبدأ الباحث من حيث انتهى الآخرون في مجال البحث العلمي، وان يطّلع ويبنى على ما توصلوا إليه من نتائج في دراساتهم، وعليه سوف أستعرض تالياً بعضاً من الدراسات والتي تعتبر ذات صلة بموضوع دراستي، مرتبة وفق التسلسل الزمني من الأحدث إلى الأقدم وفق الآتي:

1- دراسة (أبو جياب أكرم حسن، 2014) بعنوان: " حاضنات الأعمال التكنولوجية كآلية لدعم الإبداع في المؤسسات الصغيرة الرائدة ".

اهتمت الدراسة بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة على اعتبار أنها قاطرة التنمية في أغلب دول العالم في ظل الاقتصاد الحر والمنافسة وتشجيع المبادرة، وخلصت الدراسة وكإجابة عن سؤالها إلى نتيجة مفادها: إن الحاضنات التكنولوجية تلعب دوراً بالغ الأهمية في العديد من المسارات التنموية الاقتصادية والاجتماعية، وهي تمثل النواة لترجمة الإنجاز العلمي والإبداع البشري إلى مشروعات عمل جادة ومنتجة.

2- دراسة (كامل الوطيفي، 2012) بعنوان: "أثر إدارة المعرفة في تنمية القدرة على الإبداع".

أجريت هذه الدراسة على الإدارات العليا والدارسين والباحثين في جامعة كربلاء(العراق)، وقد وضع الباحث نموذجاً لبحثه تكوّن من متغيرين، الأول: إدارة المعرفة والثاني: هو تنمية القدرة على الإبداع ، وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: وجود علاقة ارتباط موجبة وقوية ذات دلالة إحصائية

بين استقطاب المعرفة وتوليدها وتنمية القدرة على الإبداع في الجامعة، وكذلك وجود علاقة ارتباط موجبة وقوية ذات دلالة إحصائية بين خزن المعرفة وتنمية القدرة على الإبداع في الجامعة.

3- دراسة (صلاح وديانا، 2010) بعنوان: "عملية الإبداع والابتكار ودورها في تحسين أداء

العمل في المنظمة".

أجريت هذه الدراسة على شركة المطاحن في اللاذقية (سوريا) بهدف فحص علاقة الإبداع والابتكار في تحسين أداء العمل، وذلك من خلال عدة متغيرات مثل: نظام الأجور والحوافز المادية و المعنوية والرضا الوظيفي .الخ، وقد توصلت الدراسة إلى ضرورة توافر المتطلبات الأساسية لعملية الإبداع والابتكار وربطها بنظام مناسب للأجور والحوافز، وهناك علاقة بين عملية الإبداع والابتكار ودرجة الرضا عن العمل لدى المديرين في الشركة محل الدراسة.

4- دراسة (Li & Atuahene- Gima,k.2001) بعنوان: "استراتيجية ابتكار المنتجات والأداء

في مشاريع التكنولوجيا العالية الجديدة في الصين".

Product Innovation Strategy and Performance of New High "

.Technology Ventures in China"

فحصت هذه الدراسة العلاقة بين ابتكار المنتج والأداء في عدد من المشاريع التكنولوجية الجديدة في الصين كنموذج فيما يخص المشاريع المشتركة، وقد أشارت الدراسة إلى وجود حلقة وسيطة بين الابتكار والأداء، وخلصت الدراسة إلى ضرورة المحاكاة بين البيئة والاستراتيجيات الموضوعية ومدى العلاقة بينهما، واعتبارهما عوامل وسيطة بين الابتكار والأداء لمثل هذا النوع من المشاريع المشتركة.

5- دراسة (Hadjimanolis, A. & Dickson, k. 2000) وهي بعنوان: "استراتيجيات الابتكار

في الشركات الصغيرة والمتوسطة في قبرص".

"Cyprus

أجريت هذه الدراسة في جزيرة قبرص على عينة مكونة من (125) شركة صناعية، حيث قامت هذه الدراسة باختبار نموذج للابتكار مكون من ثلاث فئات هي: السباقون في الابتكار Proactive والمستجيبون Reactive وغير الابتكاريين Non Innovators، وحاولت إيجاد صلة بين حالة الابتكار وحالة عدم الابتكار بالأداء والمتمثل بالحصة السوقية ونمو المبيعات، وقد أكدت الدراسة على وجود علاقة بين خصائص المديرين والتوجه الاستراتيجي الابتكاري والتي ثبت تأثيرها في توجهات المديرين نحو الابتكار من عدمه.

التعليق على الدراسات السابقة:

لقد وجدت بان معظم الدراسات السابقة قد تناولت الإبداع والابتكار من أوجه مختلفة فيما يتعلق بالمنتجات سواء أكانت سلعاً أو خدمات، فبعضها تناول الابتكار في المنتج والقليل منها تطرّق إلى

عناصر المزيج التسويقي الأخرى، مثل الابتكار السعري أو التوزيعي أو الترويجي وعملية الاتصال بالزبون، وبعضها ذهب إلى مجال البحث في الإبداع الفكري للأساتذة والمدراء في الجامعات ومؤسسات الدولة، ولم يجد الباحث دراسات تتعلق بمبادئ وتصنيفات الإبداع والابتكار وتطبيقاتها في منظومة الأعمال بشكل خاص.

الإطار النظري:

لأجل الولوج في موضوع الدراسة المتعلق بمبادئ وتصنيفات الإبداع والابتكار وتطبيقاتها في منظومة الأعمال، فإنه لا بد ابتداءً من توضيح المقصود بمصطلحي الإبداع والابتكار.

تعريف الإبداع:

إن كلمة إبداع في اللغة العربية كلمة غنيّةً بلغاني المتصلة بمعنى الخلق، فمصطلح إبداع ورد ذكره في لسان العرب بمعنى "الشيء الذي يكون أولاً ويقال عن مبدع الشيء إنه مبدعه دعاً، وابتدعه: أي اخترعه"، والإبداع عند الحكماء إيجاد شيء غير مسبوق بمادة، أما في اللغة الانجليزية فتشتق كلمة إبداع (Creativity or Creativeness) من كلمة الخلق (Creation)، والفعل يخلق (Create) أصله اللاتيني (Create) ومعناها يخرج إلى الحياة أو يصمم أو ينشئ أو يخترع أو يكون سبباً، (عيسى، 1993). إن أصل كلمة إبداع (Creativity) كما ورد في قاموس ويبستر (Webster, 1962) يعود إلى المصطلح اللاتيني " Kere " الذي يعني النمو أو سبب النمو، والفعل الانجليزي يبدع (Create) يعني يوجد أو يصنع أو يؤصل (Originate)، ومن يتصف بهذا الوصف يكون مالكا للقدرات الإبداعية والاسم (Creativity) يشير إلى خاصية الإبداع أو القدرة على الخلق (العمرى، 1998)، في حين جاء تعريف (Robbins,1998,P.105). للإبداع على انه القدرة على جمع الأفكار وتحويلها بأسلوب فريد من نوعه، أو صنع ترابطات غير اعتيادية بين هذه الأفكار. ويعرّف الإبداع أيضاً بأنه التجديد بوصفه إعادة تشكيل أو إعادة عمل الأفكار الجديدة لتأتي بشيء جديد، ويتم التوصل إلى خلاصة حل لمشكلة ما، أو إلى فكرة جديدة وتطبيقها، وإن الإبداع هو الجزء المرتبط بالتنفيذ أو التحويل من الفكرة إلى المنتج، وأشار الباحثان (Daft.R,Note,2001,P.12)

مبادئ الإبداع:

حددها (بيتر دركر، ترجمة حسين عبد الفتاح، 1988) بثلاثة مبادئ أساسية للإبداع هي:

- 1- يجب أن يكون الإبداع بسيطاً حتى يكون فعالاً، مع أهمية أن يركز على أهداف واضحة.
- 2- إدراك الإبداع والابتكار عن طريق الاستماع والمشاهدة، ثم يتم تقديره بطرق تحليلية.
- 3- يجب أن يسعى الإبداع لاحتلال مراكز القيادة ضمن أفكار المنظمة.

تصنيفات الإبداع:

يصنف الإبداع إلى أنواع كثيرة ومنها: (مدحت أبو النصر، 2004).

1- الإبداع المتعلق بالاختراع والتصميم والاستنباط ويشمل لإبداع العلمي، والإبداع الفني، و الإبداع المتعلق بالتأليف.

2- الإبداع المتعلق بالتخطيط .

3- الإبداع في نشاط معين مثل الإبداع السياسي.

4- الإبداع العام والخاص.

أما تايلور فقد قسم الإبداع إلى خمسة أنواع و هي: (الصيرفي، 2003).

1- الإبداع الفني.

2- الإبداع التغيري.

3- الاستحداثات.

4- الإبداع المركب.

5- الاختراع .

العوامل المؤثرة في الإبداع:

اختلف الباحثون في تحديد العوامل المؤثرة في الإبداع، فمنهم من اجتهد بأنها (التحصيل العلمي، والهيكل التنظيمي، والدعم المنظمي للإبداع)، ومنهم من اعتبر أن العوامل هي التحصيل العلمي، ونمط التفكير، والمنصب الوظيفي، والثقافة، والمركزية واللامركزية، نمط القيادة

(Ibarra، 1993، P.471)، أما (Amabile، 1998) فإنه يعتقد بان العوامل المؤثرة في الإبداع

هي: (نمط التفكير، والرسمية والمركزية، ونمط القيادة، والثقافة المنظميه، والدعم المنظمي)، في حين يرى

(المغربي، 1995) أن هذه العوامل هي (الهيكل التنظيمي، وفلسفة الإدارة، ونمط القيادة، ونظم

الاتصالات، والسياسات العليا)، فيما يرى آخرون أن تلك العوامل المؤثرة هي (الثقافة المنظميه،

والرسمية والمركزية، ونمط القيادة، والخبرة والمهارة) (العزاوي، 2000)، أما (جواد ومحمد، 2006) فقد

اعتمدا عوامل (ثقافة الإبداع، ونمط القيادة، والدعم المنظمي للإبداع).

قياس الإبداع:

لا يختلف الباحثون على حقيقة انه ولأجل إدارة أي نشاط يجب أن تجد أسلوبا لقياسه، وعليه فقد

تم طرح مجموعة من المعايير للقياس هي: (Traill، B. & Grunert، K.G (1997، P.678) .

أ- عدد المنتجات الجديدة التي تم طرحها في السوق خلال مدة زمنية محددة.

ب- حجم مبيعات الإنتاج الجديد كنسبة مئوية للمبيعات، والعائد على الاستثمار.

وعمد بعض الباحثين إلى قياس الإبداع من خلال ملاحظات سلوكية مثل: قيم التغيير، والتوجه للإبداع، والاستعداد للتغيير، والإبداعية (Ettli & Okeefe, 1998, P.163).

تعريف الابتكار:

أما الابتكار فهو الكلمة الأخرى التي استخدمت مرادفة للإبداع في نفس ترجمة المصطلح اللاتيني السابق فإنه لغةً مشتق من بَكَرَ ومنه أَبَكَرَ وابتكر والبكر هو (أول لكل شيء أو كل فعلة لم يتقدمها مثلها)، واصل الابتكار الاستيلاء على باكورة الشيء وأول الشيء باكورته، وأشار (Weaver.2002.P.20) إلى أن المنظمة الابتكارية "هي تلك المنظمة التي تبتكر أشياء ذات قيمة في (الخدمات والأفكار والإجراءات والعمليات) ضمن مجموعة من العاملين مع بعضهم بعضاً في ظل الإطار الاجتماعي للمنظمة". ويرى (جيل فورد) أن الابتكار هو تفكير تغيبيوي يعرّف (روجرز) الابتكار بأنه ظهور إنتاج جديد ناتج عن تفاعل بين الفرد والمادة. (مدحت أبو نصر، 2004)، كما اعتبره البعض بأنه صنع شيء ما بشكل جديد يعتمد في تركيبته على أشياء موجودة بالأساس (Hippel , P. 17, 1988) لذلك هناك من عرّفه بأنه التطبيق العملي للاختراع أو عملية صنع سلعة جديدة أو تطويرها بحيث يجعلها أكثر قبولاً من الناحية الاقتصادية (الصرن، 2000، ص.27)، وعليه فإنه يمكننا أن نعرّف الابتكار بأنه: قدرة عقلية يحاول فيها الإنسان أن ينتج (فكرة، ووسيلة، وأداة، وطريقة... الخ) لم تكن موجودة من قبل، أو تطوير رئيسي لها دون تقليد. وربما كانت أول دراسة منهجية لموضوع الابتكار قد قام بها "فرنسيس جالتون (1883) Francis Galton"، وبالرغم من ذلك فقد وضع العلماء على اختلاف نظرياتهم ومدارسهم العديد من التعريفات لظاهرة الابتكار أو القدرة على التفكير الابتكاري، وقد قام "تايلور Taylor" عام 1959 وهو أحد علماء النفس الاجتماعي بتحليل ما يزيد على مائة تعريف للابتكار، (مفهوم-الابتكار-1874/www.mawhapon.net/Databank) وصنفها إلى خمسة مستويات هي:

1- الابتكارية التعبيرية: Expressive Creativity

2- الابتكارية الإنتاجية: Productive Creativity

3- الابتكارية الاختراعية: Inventive Creativity

4- الابتكارية التجديدية (الابتداعية): Innovative Creativity

5- الابتكارية الانبثاقية (البروغية): Emergentiv e Creativity

أما الابتكار في المنظمات فهو "الابتكار الذي تنتجه منظمة ما وليس فرداً محدداً، فقد أصبحت الاختراعات والابتكارات منتجا أساسياً للمنظمة المعاصرة التي تحتاج أن تستمر في النمو"، إن هذا التعريف بأن الابتكار في المنظمات يكون على مستوى المنظمة، جاء بسبب أن الابتكارات لا تعتمد على جهد فرد واحد أو عدد من الأفراد، بل نتيجة جهد جماعي منظم، ومنه نستخلص أن الابتكار في

المنظمات يعني التجديد الجذري والتحسيني للمنتجات وطرق إنتاجها (عزاوي وعجيلة، 2005، P.489)، ومن المهم الإشارة إلى أن الابتكار الإداري يشمل على التغييرات في الهيكل التنظيمي، وتصميم الأعمال، وعمليات المنظمة، سياسات واستراتيجيات جديدة، ونظم رقابة جديدة وغيرها (حريم، حسين، 2004، ص.346).

مبادئ الابتكار: (حسن الشيخ عمر، يونيو 2013، ص.365-385).

يعتمد الابتكار على تطبيق الأفراد ما يمتلكونه من إيمان ورغبة وإتقان في ممارسة حقل معرفي معين، وقد حدد Peter Drucker (دركر، 1988، ص.129) مبادئ الابتكار بما يلي:

- 1- تحليل الفرص الابتكارية التي تتفاوت أهميتها بتفاوت المجالات والأوقات .
- 2- لكي يكون الابتكار فعالاً يجب أن يكون بسيطاً، وضرورة أن يركز على أهداف محددة .
- 3- إدراك الابتكار عن طريق المشاهدة والتساؤل ، ثم يقدرّون بطريقة تحليلية طبيعة الابتكار اللازمة لتلبية الفرص.
- 4- يجب أن تبدأ الابتكارات في البداية صغيرة بحيث تتطلب أموالاً قليلة وعدداً قليلاً من الأفراد وسوقاً صغيرة ومحددة.

الابتكار في المنظمات (Organizational Innovation):

أصبح الحديث عن إدارة الابتكار وتطويره في المنظمات أمراً مألوفاً بين الباحثين والمديرين، وأصبح الكثير ينظر إلى الابتكار باعتباره عامل منافسة بالغ الأهمية، ويقدر ما تولي المنظمات اهتمامها ورعايتها لإدارة الابتكار وتطويره فسيكون لذلك أثر حاسم على بقائها ونموها. ونقصد بالابتكار في المنظمات هو "الابتكار الذي تنتجه منظمة ما وليس فرداً محدداً، ولا يتعارض هذا مع ما يدعو إليه (ماتشادو، 1989) وما توّصل إليه (الكسندر و روشكا، 1989) من أن الذكاء حقّ طبيعي لكل فرد، وأن الإبداع يمكن أن يكون جماعياً، وهذا يتماشى مع أفكار (Hubbard، 1996) حول إمكانية تعليم الأفراد جميعهم ورفع قدراتهم، ودرجة ذكائهم إلى أعلى مستوى.

ومما سبق نستخلص أن الابتكار في المنظمات هعملية التغيير والتطور الخلاق في طرق عمل الإدارة، وبالتالي فالابتكار في المنظمات يظهر في شكل ابتكارات إدارية، أو تقنية، أو إضافية داخل المنظمة (عزاوي وعجيلة، 2005، ص.489)

المداخل المختلفة لدراسة الإبداع والابتكار:

تتمثل المداخل المختلفة لدراسة الإبداع والابتكار بما يلي: (الصرن، 2000، ص.32)

- أ- التركيز على العملية الابتكارية.
- ب- التركيز على الناتج الإبداعي والابتكاري.
- ت- التركيز على الصفات الشخصية للمبتكرين.

أما القيم الابتكارية فإنها تتمحور في الآتي: (المؤتمر الدولي لتطوير الأداء، 2009، ص.12).

أ- الإصلاح.

ب- الاستقلال.

ت- الصدق والبحث عن الحقيقة.

ج- الحاجة للإنجاز.

ح- الرؤيا ونفاذ البصيرة.

الفرق بين الابتكار والإبداع:

أشار (Carrie&Garand, 1996, P.3) إلى أن الإبداع بصفة عامة يسبق الابتكار، حيث أوضحوا بأن الفرق بين الإبداع (Creativity) والابتكار (Innovation) هو أن الإبداع يتعلق باكتشاف فكرة جيدة مميزة، أما الابتكار فيتعلق بوضع هذه الفكرة موضع التنفيذ على شكل عملية أو سلعة أو خدمة تقدمها المنظمة لزيائنها، أما من وجهة نظر (Daft, 2001, P.625) فإن الإبداع هو: موهبة نظرية يوئدها الإنسان مع مجموعة من المهارات المكتسبة واستخدامها من خلال حل المشكلات اليومية، وتجدر الإشارة إلى أن (الديب، 2008، ص.82) أوضح أيضاً بأن طريق الابتكار تمر غالباً عبر محطة الإبداع، فيما يرى (Halilem and St-Jean, 2007) أن الابتكار هو ظاهرة معقدة، حيث يمكن أن تكون بأشكال مختلفة.

المنظمات الريادية:

هناك عدة مفاهيم مرتبطة بالمنظمة الريادية: (Histrich and Others , 2005, P.10)

1- الريادة مرتبطة بإيجاد أشياء جديدة ذات قيمة سواء أكان بابتكار أعمال جديدة، أم إجراءات إدارية جديدة، أم تطوير أسلوب الخدمة في المؤسسات غير الربحية.

2- الريادة مرتبطة بالمخاطرة، وهي تأخذ نماذج مختلفة سواء أكانت مادية أم معنوية.

3- الريادة مرتبطة بتوفير الحوافز للعاملين والاستقلالية من أجل زيادة القناعات لديهم.

أما ريلدة كمفهوم فإنها تعرف حسب معجم الرائد أنها (ود ورياداً) وتعني راد الشيء طلبه، وراد الأرض تفقد ما حولها من المراعي والمياه، (مسعود، 1995، ص.379). وأما الريادي فإنه ذلك الشخص الذي لديه القدرة على المخاطرة من خلال المجازفة في طرح منتجات جديدة بالأسواق آخذاً بعين الاعتبار ما يوجد في السوق من مخاطر الغموض وعدم التأكد (druid, 2001, P.4).

استراتيجيات الريادة:

وهي تلك الاستراتيجيات التي تشجع المنظمات على الإبداع والابتكار، واستراتيجيات الريادة هي تلك

المرتبطة بعدد من المفاهيم الآتية: (Histrich and Others, 2005).

1- استغلال توسع الفرص في السوق ووجود موارد جديدة و التكامل ما بين الموارد والزبائن و الأسواق.

2- الإبداع والابتكار والتحديث الذي يحدث داخل المنظمة وخارجها.

3- القدرة على إجراء التغييرات السريعة المرتبطة بالصناعة وهيكل السوق، وحاجات الزبائن، والتكنولوجيا و القيم الاجتماعية.

4- الالتزام بالتطوير والتوسع في الميزة التنافسية في الأسواق.

5- القدرة على تحقيق النجاحات المالية والنمو، واستمرارية البقاء على المدى الطويل.

الآثار الإيجابية لتطبيق الإبداع والابتكار في منظومة الأعمال:

استناداً إلى البحوث والدراسات والتجارب التي سبق ذكرها، فإن لتطبيق نهج الإبداع والابتكار آثار إيجابية نذكر منها:

1- تعزيز منظومة الإدارة الرشيدة.

2- تحقيق الكفاءة: إن ثقافة الإبداع والابتكار تساعد في الاستغلال الأمثل للموارد المادية.

3- تقوية الشعور بالفخر والاعتزاز لدى العاملين بالمنظمة.

4- كسب ثقة العملاء: ويأتي ذلك من خلال تحسين صورة المنظمة ومنتجاتها.

5- توسع الحصة السوقية.

6- المساهمة في خلق فرص مواتية للتغيير.

7- هوكبة التطور والنمو العصري.

8- تحسين فرص المنافسة وتقويتها.

النتائج:

1- الأهمية البالغة لكل من الإبداع والابتكار في منظمات الأعمال ودوره في تحسين الأداء والميزة التنافسية.

2- تسعى منظمات الأعمال لتشجيع الأبحاث وتحفيز الإبداعات والابتكارات.

3- للبيئة التمكينية بمختلف مجالاتها دور مهم في إتاحة الفرصة امام الموظفين والعاملين فيها للتعبير عن الإبداعات والابتكارات.

4- تعد نسبة المخصص من موازنة المنظمة للأبحاث العلمية وتوافر المختبرات والأدوات الضرورية لإجراء التجارب العلمية والهندسية، دليلاً على تميز المنظمات الريادية عن غيرها .

5- أسهمت المنظمات الريادية المشجعة للإبداع والابتكار في استيعاب عدد من اصحاب الأدمغة المفكرة والحيلولة دون هجرتها خارج الوطن.

خاتمة:

لغرض الوصول إلى بناء منظمات معرفية قادرة على تبني نهج الإبداع والابتكار، فإن ذلك يتطلب استثمارات ضخمة في رأس المال البشري (باعتبار أننا لم نول الأهمية الكافية لهذا الجانب حتى الآن)، وتوظيف البحث العلمي في إحداث التغييرات التي تحقق أهداف المنظمات والمجتمع، واستخدام مختلف الوسائل والأساليب في سبيل تحقيق ذلك، كالحاضنات التكنولوجية وغيرها، والابتعاد عن أسلوب الوظائف الروتينية التي تقتل روح الابتكار والإبداع.

أولا - المراجع باللغة العربية:

- 1- الديب، إبراهيم، (2008) أسس ومهارات الإبداع والابتكار وتطبيقاتها في منظومة التربية والتعليم، مؤسسة أم القرى للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر.
- 2- المؤتمر الدولي لتطوير الأداء، (2009) نحو أداء متميز في القطاع الحكومي، الدور المستقبلي لمؤسسات التنمية الإدارية في تطوير الأداء، الرياض.
- 3- المغربي، كامل محمد، (1995) سلوك الفرد والجماعة في التنظيم، دار الفكر، عمان.
- 4- النعيمي، صلاح عبد القادر، (2008) المدير القائد والمفكر الاستراتيجي- فن ومهارات التعامل مع الآخرين، دار إثراء للنشر والتوزيع، ط1، عمان.
- 5- العبيدي، أردان حاتم، (2010) تقنية المعلومات والتفكير الاستراتيجي وأثرهما في استراتيجية الإبداع التنظيمي، رسالة ماجستير- الجامعة المستنصرية، العراق.
- 6- العزاوي، بشرى هاشم، (2000) سياسة تحفيز الموارد البشرية وعلاقتها بالإبداع التنظيمي، رسالة ماجستير، جامعة بغداد.
- 7- العمري، أحمد علي حسن، (1998) التفكير الإبداعي عند طلبة المرحلة الثانوية في اليمن وعلاقته بالعمر والجنس والتخصص الدراسي والمستوى التعليمي للوالدين، جامعة بغداد، كلية التربية (ابن رشد)، أطروحة دكتوراه غير منشورة، بغداد.
- 8- الصرن، (2000) إدارة الابتكار والإبداع"، ط1، دار الرضا للنشر، دمشق، 2000.
- 9- الصيرفي، (2003) الإدارة الرائدة، دار الصفاء، ط1، عمان.
- 10- جواد ومحمد، عباس حسين، خولة عبد الحميد، " أثر رأس المال الفكري في الإبداع المنظمي"، مجلة أهل البيت، العدد الرابع، العراق، 2006.
- 11- دركر، بيتر (Peter Drucker) (1988) ترجمة حسين عبد الفتاح، التجديد والمقاولة، مركز الكتب الأردني عمان.
- 12- حسن الشيخ عمر، (2013) دور رأس المال المعرفي في تحقيق الابتكار لدى عمداء الكليات في الجامعات السورية، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الاقتصادية والإدارية، مجلد 21، ع2، يونيو.

- 13- حريم حسين، (2004) السلوك التنظيمي - سلوك الأفراد والجماعات في منظمات الأعمال، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- 14- ماتشادو، لويس ألبرتو (1989) ترجمة : د. عادل عبد الكريم ياسين. الذكاء حق طبيعي لكل فرد، دار الشباب للنشر والترجمة والتوزيع، قبرص.
- 15- مدحت أبو نصر، (2004) تنمية القدرات الابتكارية لدى الفرد والمنظمة، مجموعة النيل العربية مصر.
- 16- مسعود، جبران، (1995) الرائد - معجم لغوي عصري، دار العلم للملايين، بيروت، لبنان.
- 17- عزاوي، عمر وعجيلة، (2005) الإبداع كأسلوب لتحقيق الميزة التنافسية، المؤتمر العلمي الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات الحكومية، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، قسم علوم التسيير، جامعة ورقلة، الجزائر.
- 18- عيسى، حسن أحمد، (1993) سيكولوجية الإبداع بين النظرية والتطبيق، ط1، المركز الثقافي في الشرق الأوسط، طنطا، مصر.
- 19- صالح فاتن علي، (2009) أثر تطبيق الذكاء الاصطناعي والذكاء العاطفي على جودة القرارات، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.
- 20- روشكا، الكسندرو، (1989) الإبداع العام والخاص، ترجمة د. غسان عبد الحي أبو فخر، عالم المعرفة، الكويت.

ثانيا - المراجع باللغة الأجنبية:

- 1- Amabile, Treesam, (1998), Assessing The War Environment For Creativity, Academy Of Management Journal, vol.391, No. 5.
- 2- Carrier, C. & Garand, D.J., (1996), "Le concept d'innovation : débats et onceptual ", 5ème Conférence Internationale de Management Stratégique, 13-15 mai, Lille.
- 3- Collin, P.H. (1995), "Dictionary of Business", New Delhi, Universal Book Stall Pauls Press.
- 4- Daft, R.Note, (2002), Organizational Behavior, Dryden press Santiago, Harcourt College publishers, U.S.A.
- 5- Daft, Richard L, (2001), Organization Theory and Design, 7th Ed, South Western, Collage Publishing Ohio.
- 6- Druid, Nelson. 2001, An Interface Between Entrepreneurship & Innovation. (New Zeland SMES Perspective).
- 7- Ettlíe, John E.& Okeefe, Robert D., (1998), Innovative Attitudes, Values and Intentions in Organization, Journal of Management Studies Apr. vol. 19, no.2.

- 8- Halilem,N.& St-Jean,E, (2007), “L’innovation au sein des PME : Proposition d’un cadre onceptual”, 5ème Congrès International de l’Académie de l’Entrepreneuriat, Sherbrooke, 4 octobre 2007.
- 9- Hipple ,(1988),The sources of Innovation Oxford University press , new York.
- 10- Histrich.Robert.D,2005,Toward and Organization Model for Entrepreneurial Education, "Proceeding International Entrepreneurship Conference" Dortmund Germany.
- 11- hisHubbard, L.Ron, Humanitarian Education, Los Angeles: L. Ron Hubbard library, 1996.
- 12- Ibarra, Herminia, (June, 1993), Net Work Centrality, Power & Innovation: Involvement: Determinates of Technical & Administrative Roles,Vol.36,N 3.
- 13-Robbins, S.,P,(1998), Organizational Behavior: Concepts, Controversies &Applications, 8th Ed., New Jersey.
- 14- Taylor, A (1959) The nature of creative process, In P, Smith (ed.) Creativity, Hastings House, New York.
- 15- Traill, B.& Grunert, K.G ,(1997), Product and Process Innovation in the Foot Industry, Ist Ed, Chapman & Hall, London.
- 16-Weaver. K. Marck,(2002), Assessing the Environment – Eo Dimensions of Entrepreneurial Orientation. www.Ebscoht.com.HTML.cited.