

محاضرة (01): الإطار النظري و المفاهيمي للإبداع (créativité)

(مفهومه، مستوياته، المزيج الابداعي)

أولاً: مفهوم الابداع

اختلط مفهوم الابداع بمفاهيم أخرى تتقارب فيما بينها في المعنى، حيث نجد أنّ عامة الناس لا يفرقون بين هذه المصطلحات، بمعنى أنهم يستخدمون هذه المصطلحات للدلالة على نفس الشيء، كما أن هناك بعض الباحثين والمختصين ينضمون إلى كافة الناس في عدم التمييز بين مصطلح الابتكار وبعض المصطلحات الأخرى كالإبداع والاختراع، وفيما يلي سنحاول التطرق لهذه المصطلحات في الجدول الموالي:

الجدول (01): مفاهيم لبعض المصطلحات

الاكتشاف	و هو الفعل الذي يؤدي إلى معرفة ظاهرة طبيعية حتى تلك اللحظة لم تكن معروفة، بمعنى الكشف عن شيء كان موجود من قبل لكن غير معروف مثلاً: اكتشاف كريستوف كولومبس لأمریکا سنة 1942 التي كانت موجودة من قبل لكن غير معروفة، و اكتشاف باستور للجراثيم التي كانت موجودة حية ترزق إلى حين وصل العلم لمعرفتها و تستمر في الوجود الى غاية ابتكار دواء لها.
التغيير	سلوك أو أفكار جديدة تعتمد على المنظمة وقد تكون مختلفة أو متباينة عن تلك السائدة و الجاري العمل بها أو استخدامها، وهي تتسم بالشمولية و الاستمرارية، ومن ثم فهو يختلف عن الإبداع من حيث المخاطر و التكلفة التي قد تكون باهضة (مرتفعة) في الإبداع، وبالتالي فهما مكملان لبعضهما .
الاختراع	ابتكار مقصود هادف، خلاف الإبداع الذي ينطوي على لحظة الإشراف المفاجئ .
البحث والتطوير	يعرف البحث على أنه: "كل الجهود المتضمنة تحويل المعارف المصادق عليها الى حلول أو مجموع نشاطات البحث التي تهدف الى اكتشاف معارف جديدة يمكنها ان تترجم الى منتجات، و طرق جديدة نافعة تجارياً"، أي أنّ البحث يقوم بتحويل المعرفة إلى تطبيق (تكنولوجيا، نماذج لمنتجات و أساليب إنتاج جديدة)، و مجال البحث يكون في مخابر و مراكز البحوث في المؤسسات و يكون هذا من مهمة الباحثين ذوي المستويات العالية علمياً. بعد البحث يأتي التطوير و الذي يخص الاستثمار الأساسي لأجل محاولة وضع حيز تنفيذ الابتكار، إكتشاف أو تطبيق جديد (طريقة أو منتج)...

- يعتبر شومبيتر (j.shumpeter) من الأوائل الذين عرفوا الابداع حيث يرى بانه يوجد خمسة انواع من الابداع،

و هي :

✓ البحث عن منتج جديد

✓ غزو سوق جديدة

✓ مصدر جديد للمواد الأولية

✓ تنظيم جديد للإنتاج

✓ ادماج طريقة إنتاج جديدة

اذن فالإبداع هو خاصية ذهنية تمكن الفرد من التفكير بطرق غير تقليدية أو كما هو معروف و متداول :
"التفكير خارج المربع ، أو خارج الصندوق"

"thinking outside the box or the square"

ثانيا: أهمية الإبداع

للإبداع أهمية كبيرة تتمثل فيما يلي:

- ✓ يقود إلى التجديد و التطوير المستمر مما يساعد المؤسسات خاصة الإنتاجية منها على تحقيق البقاء والتنافس في السوق؛
- ✓ يعمل على دعم التنمية الاقتصادية من خلال إيجاد الأساليب و التقنيات و التكنولوجيا الملائمة المدعمة للتنمية ؛
- ✓ يعمل على إيجاد الحلول للمشكلات الداخلية و الخارجية التي تواجهها المؤسسات ؛
- ✓ يساهم في تنمية و تطوير مهارات العاملين و التأثير على اتجاهاتهم و سلوكياتهم؛
- ✓ يخلق المناخ الملائم الذي يمكن المؤسسة من القدرة على تطوير منتجات و خلق منتجات جديدة لإشباع حاجات العملاء في السوق من جهة و القدرة على تحقيق أهداف النمو التي تسعى إليها المؤسسة من جهة أخرى؛
- ✓ يؤدي إلى تسهيل العمليات الإدارية التي تمكن المؤسسة من الإستمرار و مواصلة عملها و إيجاد الحلول الإبداعية للمشكلات التي تواجهها بكفاءة و فاعلية و إلى إحداث تغييرات إيجابية في بناء المؤسسة؛
- ✓ يساعد المؤسسة على التكيف و التفاعل مع كافة المتغيرات البيئية المحيطة بها و تحسين إنتاجيتها والإرتقاء بمستوى أدائها ، و أداء العاملين بها

ثالثا: مبادئ الإبداع

حدد بيتر داركر مبادئ الإبداع كما يلي:

- ✓ فسح المجال لأية فكرة أو مبادرة لأن تنمو و تكبر مادامت في الاتجاه الصحيح و إعطاء الأفراد حرية كبيرة لأن يبدعوا على أن تتركز هذه الحرية في المجالات الرئيسية للعمل و تصب في الأهداف المهمة؛
- ✓ الأفراد مصدر قوة المؤسسات لذا يجب رعايتهم و الإعتناء بهم لتحقيق الإبداع داخل المنظمات؛

- ✓ إتاحة الفرص للأفراد للمشاركة في اتخاذ القرارات و تحقيق النجاحات للمؤسسة لأنّ ذلك سيدفعهم لبذل قصارى جهدهم و على أكمل وجه؛
- ✓ نبذ الروتين و الإتجاه نحو اللامركزية في العمل لأن ذلك ينمي بالتأكيد القدرات الإبداعية؛
- ✓ تحويل العمل إلى شئ ممتع و عدم النّظر اليه كوظيفة فحسب بل تحويل النشاط إلى مسؤولية و المسؤولية إلى طموح؛
- ✓ التجديد المستمر للنفس و الفكر و الطموحات؛
- ✓ التطلع إلى الأعلى من شأنه أن يحرك حوافز الأفراد إلى العمل و بذل المزيد من الجهد لأنّ الشعور بالرضا الموجود يعود معكوسا على الجميع و يرجع بالمؤسسة إلى الوقوف على ما أنجز و هو بذاته تراجع و خسارة
- ✓ ليس الإبداع ان يكون نسخة ثانية أو مكررة في البلد ، بل الإبداع أن يكون النسخة الرائدة و الفريدة؛
- ✓ يجب ملاحظة تجارب الآخرين و تقويمها و أخذ الجيد منها للإضافة عليه و الإستفادة منه؛
- ✓ عرض الأفكار الجديدة بين الحين و الآخر للمناقشة و المناقشة المتكررة تمنح المقدرة على تنفيذ تلك الأفكار.

خامسا :مستويات الابداع

عن مستويات الإبداع فيتفق الكثير من الباحثين على ضرورة تحديد مستويات الإبداع داخل المؤسسة ،حيث يظهر في العديد من المستويات و يمكن التّمييز بين ثلاثة أنواع من الإبداع في المؤسسات وهي:

1- الإبداع على مستوى الفرد:

و هو الإبداع الذي يتمّ التّوصل إليه من قبل أحد الأفراد الذين يمتلكون قدرات و سمات إبداعية ومن بين خصائص الفرد المبدع و التي تكون عادة فطرية :

- أ- المعرفة: حيث يبذل الفرد و قتا كبيرا لإتقان عمله .
- ب- التّعليم: و هو يؤكّد على أن المنطق يعيق الإبداع .
- ج- الذكاء : الإنسان المبدع ليس بالضرورة عالي الذكاء و لكنه يتمتع بالقدرات التفكيرية على تكوين علاقات مرنة بين الأشياء.
- ح- الشخصية: يجب الشخص المبدع روح المخاطرة ، و هو مستقل و مثير و عالي الدافعية و متشكك و منفتح على الآراء الجديدة و قادر على التعامل مع العزلة و عالي الفكاهة .
- خ- الطفولة : طفولة إتسمت بالتنوع.
- د- العادات الإجتماعية: الإنسان المبدع ليس منطويا على نفسه بل هو يميل إلى التّفاعل و تبادل الآراء مع الآخرين،هذا بالإضافة إلى عدة سمات، و صفات أخرى يتميّز بها الشخص المبدع .

2- الإبداع على مستوى الجماعة:

و هو الإبداع الذي يتم تحقيقه أو التوصل إليه من قبل الجماعة (قسم ، أو إدارة أو لجنة.... إلخ) وهذا بالإعتماد على خاصية التداؤب.

3- الإبداع على مستوى المنظمة (المؤسسة):

إنّ الإبداع في المؤسسات المعاصرة ، على اختلاف أنواعها لا يعد مسألة ترف أو شيئاً كمالياً ، وإنما هو أمر ضروري لا غنى عنه إذا أرادت المؤسسة البقاء و الإزدهار و عليها أن تجعل منه أسلوب عملها و ممارستها اليومية، و يتحقق ذلك بتوفر الشروط التالية :

- ✓ ضرورة إدراك أنّ الإبداع و الريادة تحتاج إلى أشخاص ذوي تفكير عميق و لتنمية هذا التفكير لدى الأفراد لابد من أن تتيح لهم المؤسسة فرص التّعلم و التّدرب و المشاركة في الندوات و المؤتمرات؛
- ✓ ضرورة تعلم حل المشكلات بطريقة إبداعية، وهذا يعني تكييف التفكير و تشجيعه ليكون أكثر مرونة؛
- ✓ ضرورة تنمية المهارات و القدرات الإبداعية في إيجاد المشكلات و تعزيزها مما يساعد على تنمية المهارات الإبداعية و التّعود على التفكير المطلق و الشامل و تقصي أبعاد أي مشكلة. ؛
- ✓ ضرورة تنمية المهارات الإبداعية في صنع المشكلات أو بناء المشكلات، و ذلك من العدم و العمل على حلها.

سادسا : خصائص و سمات (صفات) الشخصية المبدعة

يبحثون عن الطرق والحلول البديلة ولا يكتفون بحل أو طريقة واحدة، ويميلون إلى الفضول والبحث وعدم الرضا عن الوضع الوظيفي.

- ✓ لديهم تصميم وإرادة قوية، يتميزون بالذكاء والثقة بالنفس؛
- ✓ لديهم أهداف واضحة يريدون الوصول إليها؛
- ✓ لا يخشون الفشل، و لا يحبون الروتين، و يتجاهلون تعليقات الآخرين السلبية؛
- ✓ إيجابيون ومتفائلون، و يبدؤون بالمبادرة؛
- ✓ الثبات على الرأي والجرأة والإقدام والمجازفة والمخاطرة، فمرحلة الاختبار تحتاج إلى شجاعة عند تقديم أفكار لم يتم طرحها من قبل؛
- ✓ لديهم علاقات اجتماعية واسعة .

سابعا : صفات المؤسسات المبدعة

و تشير الدراسات إلى أنّ المؤسسات المبدعة تتميز بالصفات التالية:

- ✓ الإتجاه و الميل نحو الفعل و الإنجاز و التجربة المستمرة؛
- ✓ الإتصال القوي مع حاجات و رغبات المستهلكين ؛
- ✓ وجود أنصار مؤيدين للإبداع يقومون بتشجيع المبدعين و توجيههم ؛

- ✓ الإنتاجية من خلال مشاركة العاملين في تقديم مقترحاتهم و بدائل العمل؛
- ✓ تطوير مبادئ و قيم و أخلاقيات العمل يدركها الجميع و يتمسكون باحترامها و تطبيقها؛
- ✓ الإلتزام بالمهارة الأصلية للمؤسسة المبدعة و عدم التّحول إلى مجالات عمل ليس للمؤسسة مهارات متأصلة فيها؛
- ✓ البساطة و عدم التعقيد في الهيكل التنظيمي من حيث عدد المستويات و الوحدات الإدارية ؛
- ✓ الجمع بين الشدة و اللين معاً، فهناك رقابة مركزية متشددة لحماية قيم و أهداف المؤسسة، و في نفس الوقت هناك إستقلالية و تفويض للسلطة في الأمور الأخرى بهدف تشجيع روح المخاطرة و الإبداع.

ثامنا : المزيج الابداعي

وبالحديث عن المزيج الإبداعي فيذكر روس موني Ross Mooney أنّ هناك 4 نواحي رئيسية يتكون منها

المزيج الإبداعي و هي :

- البيئة الإبداعية.
- الشخص المبدع.
- العملية الإبداعية.
- المنتج الإبداعي.

محاضرة 02: ماهية الابتكار

تعريف الابتكار: هو العمل على تجسيد الافكار الجديدة على أرض الواقع

-أو هو عملية عقلية تعبر عن التغيرات الكمية والجذرية، أو الجوهرية في التفكير و في الانتاج و المنتجات و في العمليات، و في طرق وأساليب الأداء، و في التنظيم والهياكل .

تعريف إدارة الابتكار: يشير مصطلح إدارة الابتكار إلى العمليات الادارية في الابتكار، كما يتعلق بالخطوات المتخذة لضمان النجاح.

الجوانب الرئيسية لإدارة الابتكار: تتمثل في:

- 1- القدرات: تعتبر على قدرات الافراد والفرق بشكل جماعي ومهاراتهم، وعلى راس المال.....
- 2- الهياكل: تتمثل في الهياكل التنظيمي والعمليات والبنى التحتية....
- 3- الثقافة: هي ما يمكن المنظمة من اكتساب القدرات المتعلقة بالاشخاص لتوظيف الاشخاص المناسبين والحفاظ عليهم في المنظمة
- 4- الاستراتيجية: هي الخطة التي تضعها المؤسسة لتحقيق النجاح على المدى الطويل

أنواع الابتكارات:

- 1- ابتكار انتاجي: وهو نوعان:
 - أ- الابتكار التحسيني
 - ب- الابتكار الجذري
 - 2- ابتكار في الأداء (أداء العمليات): ويكون الابتكار في الأداء في كل من العملية التسويقية، والعملية التنظيمية، وفي العملية الإنتاجية
 - 3- ابتكار تسويقي: هو القيام بعملية تسويق جديدة عن طريق استراتيجية أو فكرة تسويقية جديدة تكون مختلفة عن الطرق التقليدية (بالنسبة للتغيرات الروتينية والموسمية لاتعد ابتكارا تسويقيا)
 - 4- ابتكار إداري: هو الخروج عن الممارسات التقليدية ومبادئ الادارة والعمليات الادارية المعتادة
- أنواع أخرى من الابتكارات نذكر منها:

- 1- ابتكار مبرمج وغير مبرمج: مخطط لها، وغير مخطط لها (غير مبرمج)
- 2- ابتكارات داخلية و خارجية:
 - أ - الابتكارات الداخلية: وهي ابتكارات ناتجة من داخل المؤسسة وبقدراتها الذاتية
 - ب- الابتكارات الخارجية: وهي تلك التي تأتي من خارج المؤسسة

عوامل الابتكار:

-ازدياد المنافسة بين المؤسسات

- كبر حجم منظمات الاعمال

- ارتفاع توقعات المستهلكين

- نقص الموارد

- تزايد الطلب على الافكار الجديدة

محاضرة (3): نظريات الابداع ومراحل العملية الإبداعية

توجد الكثير من النظريات التي تدور حول الإبداع، والتي جاءت نتيجة المساهمات المختلفة للكاتب والباحثين في هذا الموضوع، وتمثل هذه النظريات في:

***النظرية العبقرية:** حسب هذه النظرية فإن الإبداع ليست له علاقة بالتجارب والخبرات المتوفرة لدى الفرد بل يأتي فجأة في لحظات إيجاء ونتيجة لقدرات معينة يمتلكها الفرد تجعله قادرا على تجاوز حدود المعرفة الحالية وإنتاج كل ما هو جديد بخطوة واحدة.

***نظرية التحليل النفسي:** لقد جاءت هذه النظرية نتيجة لأفكار "فرويد"، وترتكز على أن الصراعات الداخلية للفرد والتي ظلت مكبوتة تولد الإبداع في مرحلة معينة وكأنه تفجير للمشاعر والأحاسيس والغرائز.

***نظرية أفلاطون:** حسب "أفلاطون" الإبداع كالوحي يأتي في لحظة وينتهي، أي توجد قوى تمنح للفرد ذلك الإبداع بغض النظر عما يمتلكه من ذكاء.

***نظرية أرسطو:** يرى "أرسطو" أن الإبداع يخضع لقوانين الطبيعة وهي التي تتحكم فيه.

***نظرية جالتون:** في حين أن "فرنسيس جالتون" يعتقد أن الإبداع يأتي بالوراثة، حيث ربط في دراساته بين العبقرية والإبداع والوراثة .

***نظرية المراحل:** أما "جراهام واليس" فقد قسم الإبداع إلى أربع مراحل هي:

➤ الإعداد.

➤ الكمون.

➤ الإشراق

➤ التحقيق .

وتعد هذه النظرية الأكثر شيوعا واستخداما في مجال الإبداع.

كما توجد نظريات أخرى عرفت بأسماء أصحابها، حيث شملت معالجات حول الإبداع والعوامل المؤثرة فيه، وتمثل هذه النظريات في:

1. نظرية (Marsh et Simon)

فسرت هذه النظرية الإبداع من خلال معالجة المشكلات التي تعترض المنظمات، إذ تواجه بعض المنظمات فجوة بين ما تقوم به وما يفترض أن تقوم به، فتحاول من خلال عملية البحث خلق بدائل، فعملية الإبداع تمر بعدة مراحل هي فجوة الأداء، عدم الرخاء، بحث ووعي، وبدائل، ثم إبداع .

وقد ارجع الفجوة في الأداء إلى عوامل خارجية كالتيغير في الطلب أو تغييرات في البيئة الخارجية أو الداخلية.

2. نظرية (Wilson:1966)

حسب "ويلسون" تمر عملية الإبداع بثلاث مراحل هي:

-إدراك التغير.

- اقتراح التغيير .

- تبني التغيير وتطبيقه.

وقد افترض " ويلسون " أن نسبة الإبداع في هذه المراحل متباينة للعديد من الأسباب منها:

- درجة التعقد في المهام (البيروقراطية).

-ازدياد المهام الروتينية: فتنوع المهام يؤدي إلى قلة المهام الروتينية ويسهل إدراك الإبداع بشكل جماعي ويقلل من الصراعات.

-قلة الحوافز: إذ تؤثر الحوافز بشكل ايجابي على توليد الاقتراحات وتزيد من المشاركة الجماعية بين أفراد المنظمة.

3. نظرية:(Zaltman et Others:1973)

تنظر هذه النظرية للإبداع كعملية تتكون من مرحلتين هما مرحلة البدء ومرحلة التطبيق، ولهما مراحل جزئية ويعتبر على أنه فكرة أو ممارسة جديدة لوحدة التبني. ووصفوا الإبداع على انه عملية جماعية وليست فردية، واعتمدوا على نظرية Hage et Aiken، إلا أنهم توسعوا في شرح المشكلة التنظيمية وأضافوا متغيرات أخرى هي: العلاقات الشخصية والتعامل مع الصراع.

لقد حددوا مراحل تفصيلية للإبداع هي :

□ مرحلة البدء.

- مرحلة ثانوية لوعي المعرفة.

- مرحلة ثانوية حول مراحل الإبداع.

- مرحلة ثانوية للقرار.

□ مرحلة التطبيق.

- تطبيق تجريبي.

- تطبيق متواصل.

-مراحل العملية الابداعية:

ما زال فهم عملية الإبداع ومراحلها من أكثر القضايا الخلافية بين التربويين وعلماء النفس وطرائق التدريس و عملية الإبداع عبارة عن مراحل متباينة تتولد أثناءها الفكرة الجديدة المبدعة وتمر بمراحل أربع هي:

المرحلة الاولى : مرحلة الإعداد أو التّحضير

هذه المرحلة هي المرحلة التي يصبح فيها الفرد المبدع أو الفريق المبدع منغمسا في المشكلة إنها مرحلة تحصيل للمعلومات و في عمل الفريق هي مرحلة جهد تضامني تبدأ فيها صياغة الأدوار و تحديد مساحات الاهتمامات الخاصة لكل من الأعضاء و التنسيق و الربط بين المهمات. في بعض الأحيان تشهد هذه المرحلة تباطؤ عملية الإبداع فعليا أو ظاهريا و خصوصا عندما لا ينجم عن كثير من مسالك البحث و التحليل المطروقة إضاءات مرشدة يمكن تلمس جدواها في حينها.وتشير بعض البحوث إلى أن الاشخاص الذين يخصصون جزءا أكبر من

الوقت لتحليل المشكلة و فهم عناصرها قبل البدء في حلها هم أكثر ابداعا من أولئك الذين يتسرعون في حل المشكلة.

المرحلة الثانية : مرحلة الاحتضان

مرحلة ترتيب يتحرر فيها العقل من كثير من الشوائب والأفكار التي لا صلة لها بالمشكلة وهي تتضمن هضما عقليا. شعوريا ولا شعوريا وامتصاصا لكل المعلومات والخبرات المكتسبة الملائمة التي تتعلق بالمشكلة، كما تتميز هذه المرحلة الجهد الشديد الذي يبذله المتعلم المبدع في سبيل حل المشكلة وترجع أهمية هذه المرحلة الى أنها تعطي العقل فرصة للتخلص من الشوائب و الافكار الخطأ التي يمكن أن تعوق أو ربما تعطل الأجزاء الهامة فيها

المرحلة الثالثة : مرحلة الإشراق

تعد فترة الحضانة و عمل الدماغ الصامت يمكن أن تنقذ الأفكار و الاختراعات دون مقدمات و لا إشارات و يصبح المرء في فراشه أو في الطريق: لقد وجدتها! الأكثر شيوعاً في ولادة الأفكار الجديدة هو أنّ صاحبنا المبدع لا يفاجأ بولادة الحل العبقري المكتمل النهائي و إنما يفاجأ بزاوية نظرٍ جديدة تدفعه دفعا مفاجئا و ملحقاً إلى ترك كل ما بيده و العودة إلى معالجة المشكلة دون أن يعرف لماذا و ما إن يفعل ذلك حتى تغلوه السعادة و عندما يكون المشروع الإبداعي عمل فريق فإنّ مرحلة الإشراق هي المرحلة التي تسوق الأعضاء ليجمعوا و لتصدر عن تقاربهم و التبادل الثقافي للخواطر شرارات إبداعية و أفكار جديدة لم يكن لأي منهم توليدها بنفسه، ولهذا تعتبر مرحلة العمل الدقيق والحاسم للعقل في عملية الإبداع

المرحلة الرابعة: مرحلة التّحقيق

في هذه المرحلة يتعين على المبدع أن يختبر الفكرة المبدعة ويعيد النظر فيها ليرى هل هي فكرة مكتملة ومفيدة أو تتطلب شيئاً من التهذيب والصقل وبعبارة أخرى هي مرحلة التجريب للفكرة الجديدة المبدعة وهذه المرحلة هي الفاصل بين الإبداع المجرد و بين الابتكار الموفق إن الأفكار الجديدة تتطلب الحركة، و الإصرار العنيد و المقدرة على بناء التأييد للتغيير و تسليك الفكرة و تحميلها في أذهان المشكّكين فأهم ما تحتاجه الأفكار الجديدة هو الشجاعة و المثابرة. بما أن مرحلة التنفيذ هي مرحلة مهارات اجتماعية و سياسية أكثر منها مرحلة مهارات تقنية فإنها المرحلة التي تلعب فيها الادارة دورا عظيم الأهمية في تشجيع و انجاح إبداعية العمل.

محاضرة (04) : التفكير الإبداعي

أولاً : التفكير الإبداعي

هو " العملية الذهنية التي نستخدمها للوصول إلى الأفكار والرؤى الجديدة، أو التي تؤدي إلى الدمج بين الأفكار أو الأشياء التي يعتقد سابقاً أنها غير مترابطة ". و يقترب هذا التعريف من تعريف الإبداع، إلا أنه يفتقر عنه بأن الإبداع هو ثمرة التفكير الإبداعي، فعندما تظهر فكرة إبداعية جديدة، فإن العملية الذهنية التي أوصلتنا إلى هذه الفكرة و هي ما يسمى بالتفكير الإبداعي

ثانياً : معوقات التفكير الإبداعي

إنّ أهم عائق من معوقات التفكير الإبداعي هو العامل النفسي الداخلي، فبمجرد أن يقنع المرء نفسه بأنه لا يستطيع أن يقدم شيئاً يتكون بداخله شعور داخلي يذكره بأنه لا يستطيع فعل شيء. وبالأخص إذا تذرّع لنفسه بأنه هذا من شأن الموهوبين، وأن القدرة على الإبداع هي هبة وليست كسبا .

ومن جملة العوائق الأخرى:

1- صعوبة تحديد المشكلة:

إنّ تحديد المشكلة بشكل دقيق وواضح يمثل أهم خطوة في حلها، وتكمن الصعوبة في تحديد المشكلة في أننا غالباً ما نميل إلى بذل الجهد الأقل لتحديد المشكلة .

2- الميل إلى تحديد المشكلة بشكل ضيق :

إن تصوراتنا السابقة، والمدخلات الفكرية والمخزون الثقافي من شأنه في بعض الأحيان أن يكون عائقاً بوجه التفكير الإبداعي، ذلك أنه على الذي يريد أن يفكر بشكل إبداعي ألاّ يحدّد المشكلة في ضمن حدود معرفته فقط، بل يتعدى ذلك إلى الموضوعية في الطرح والتفكير

3- الخوف من الخطأ أو النقد:

ممن يملكون الأفكار الإبداعية لا يعبرون عما في مكنونات أفكارهم خشية الخطأ والنقد، وهذا عائق أمام انطلاق القدرة التفكيرية الإبداعية للشخص، ذلك أننا تعودنا أن المصيب يكافئ و المخطأ يعاقب و لا يشجع، و هذا ما دعا كثيراً من المبدعين أن تموت أفكارهم بموتهم، ولم يكن السبب في إخراجها إلى النور سوى الخوف من الخطأ أو النقد.

4-الحكم على الأفكار عوضاً عن بذل الجهد في توليدها :

دائماً ما يلجأ الناس إلى عدم تحمل المسؤولية، وهذا يظهر في الحكم الناقد للأفكار، وعدم بذل الجهد في توليدها، وهذا من عوائق التفكير الإبداعي، لأن الإحساس بالمشكلة والمسؤولية من أهم سمات المبدع .

5-الافتقار إلى التحدي والحماسة:

إنّ 90% من تصرفاتنا كما يقول ستيفن كوفي هي ردّات أفعال عما يدور حولنا، والإبداع في الحقيقة ردة فعل حول وجود مشكلة قائمة، أو في توليد مجموعة من الأفكار الإبداعية المنتجة، ومن لا يملك الحماسة والتحمدي لا يمكن أن يكون مبدعا.

6-العادات:

هي المخزون الثقافي للمجتمعات، فبقدر ما تساعد عادات المجتمع أفرادها على الإبداع، إذا توفرت لها أسبابه، بقدر ما يكون الأفراد مبدعون، والعكس صحيح.

7- الوقت:

يتعذر على كثير من الناس بأن ضيق الوقت يحول دون قيامهم بالكثير من الأعمال، لكن الإنسان المبدع من استطاع أن يقسم أعماله على الأربع والعشرين ساعة. لذلك قالوا: " إن الذي يقطع الأخشاب بمنشاره اليدوي . "يستطيع أن يقلل من الوقت الذي يمضيه في نشر كومة الأخشاب، إذا أمضى جزءا من وقته في سن المنشار