

INOVAREA – O FORMĂ A CREATIVITĂȚII UMANE

Victoria COJOCARU

Academia de Științe a Moldovei

On commence par définir l'innovation.

A partir de la définition acceptée dans L' UE, on trouve trois composantes de l'innovation: la créativité, l'introduction du neuf dans l'activité industrielle et enfin l'esprit d'entrepreneur, c'est – a – dire le talent d'imposer le neuf sur le marché.

Astăzi inovarea este considerată principalul motor al dezvoltării economice și una dintre cele mai eficiente arme în lupta concurențială.

Inovația poate fi definită, în sens larg, ca o transformare care implică inițiative individuale sau de grup și care afectează, după caz, economia, știința, politica sau cultura [5].

Dacă urmărim modul cum este reflectată inovarea în planurile de cercetare ale UE, vom constata un lucru surprinzător. La început s-a pus accentul pe creativitate, depunere de brevete. Apoi accentul s-a plasat spre faza de industrializare, statele acordând un sprijin susținut transpunerii în practică a ideilor. Acum se constată că este nevoie de circuite de desfășurare, de finanțare privind desfășurarea activității pe termene destul de lungi, deoarece o firmă, chiar dacă a lansat un produs realizat cu succes, nu are forța financiară de a susține în continuare activitatea, fiind nevoie de colaborarea specialiștilor din diverse domenii. De aceea în anul 2000 UE propune o altă definiție a inovării.

Inovare – conversia unor noi cunoștințe în beneficii economice și sociale, ca rezultat al unor interacțiuni complexe între numeroși actori în cadrul unui sistem constând dintr-un mediu (local, național, regional) ce include firme, institute de cercetare, finanțatori, precum și rețele prin care aceștia intră în contact.

Pornind de la definiția acceptată de UE, menționăm că inovarea are trei componente principale:

- creativitatea;
- introducerea noului în producție;
- spiritul antreprenorial, adică talentul de a impune noul pe piață.

Introducerea noului în activitatea economică este cunoscută sub numele de inovare. Conform definiției date de OECD, inovarea reprezintă procesul global de creativitate tehnologică și comercială, transferul unei noi idei sau al unui nou concept până la stadiul final al unui produs, proces sau activitate de service, acceptate pe piață (conform manualului Frascati, 1981).

În termenii acestei definiții, conducerea noului presupune de fapt trei pași distincți care uneori se subînțeleg prin termenul de „inovare” și sunt ilustrați în tabelul 1 prelucrat de N.Naum, N.Fildan, G.Bala în „Inovarea, motorul secret al competitivității” (Inventică și Economie, Nr.8, 1997, p.5).

Tabelul 1

Etapele unui proces de inovare

1.	Creativitate-----rafinarea ideii-----fezabilitate		2.	Activitate inovantă	Spirit antreprenorial
(Generarea de idei noi). Am adunat un număr suficient de idei	Ideea este compatibilă cu politica firmei? Ideea este o soluție pentru una dintre problemele firmei?	Aplicarea ideii este justificată din considerente de marketing, piețe, tehnologie?	Programe detaliate de implementare, fabricație, comercializare.	Găsirea soluțiilor celor mai bune de realizare pe piață.	
Surse ale ideilor				Rezultat	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Imaginație ▪ Analiză ▪ Observații ➤ Asupra mediului ➤ A ceea ce fac alții 				<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nou, sau ▪ Mai bun ▪ Mai repede ▪ Mai ieftin ▪ Mai frumos 	

În plan tehnic, **inovarea** se măsoară în numărul de brevete de aceea numărul de brevete este pe ordinea de zi a multor țări.

În planul educației, **inovația** se consideră creativitate.

Reforma chineză a educației este pusă sub forma încurajării creativității. Metodele de a cultiva creativitatea în universități ar putea cuprinde în afara unui curriculum axat pe noutate și perspectivă, cursuri opționale de istorie a științei și tehnologiei, concursuri și premii, larga popularizare a unor inovații realizate de profesori sau studenți.

Termenul *creativitate* a fost folosit pentru prima dată de Gordon Allport în anul 1937, pentru a desemna o modalitate integrativă prin care ființa umană reușea nu numai să înțeleagă, să reproducă și să rezolve numeroasele probleme impuse de viață, de profesiune, de mediu, ci să exprime ansamblul de calități ce conducea la soluții noi și originale [1].

Creativitatea = capacitatea de a identifica noi conexiuni între elemente (obiecte, evenimente, legi) aparent fără legătură între ele. Creativitatea implică întotdeauna un element de noutate, fiind punctul de plecare al inovării [3].

Creativitatea = un ansamblu complex de idei, moduri de gândire, activități procese (instrumente, tehnici, moduri de abordare), rezultate (soluții privind diferite probleme, sisteme de producție, produse) și în cadrul acestei definiții, prin ramificare.

O idee creativă este o idee caracterizată prin câteva din următoarele trăsături:

- unică;
- diferită;
- aptică;
- făcută altfel decât de obicei;
- foarte potrivită scopului;
- genială.

Creativitatea = producerea sau dezvăluirea unui fapt nou, lege, relație, dispozitiv sau produs, procedeu sau sistem care are la bază cunoștințe accesibile, dar care nu decurge direct, simplu sau prin intermediul unui proces logic din informațiile ce le deținem, ci se bazează pe procese intuitive (Goldsmith, citat de A.D. Moore în *Invenție, descoperire, creativitate*. - București: Editura Encicl. Rom., 1975).

Conform psihologului A.Maslow, există o creativitate „de autoactualizare” care se manifestă în activitatea zilnică a fiecărui om, în mod spontan, fără efort, și se materializează în libertatea față de clișee și stereotipuri.

După acad. M.Drăgănescu, în conformitate cu modelul „inelului lumii materiale”, există trei tipuri de procese de creativitate:

- bazate pe euristica structurală (combinarea într-un fel nou a unor structuri deja cunoscute);
- bazate pe euristica fenomenologică (descoperirea unor sensuri noi), este de tip mai degrabă intuitiv;
- prin îmbinarea conștientă a euristicilor structurale și fenomenologice, aceasta fiind singura care conduce la creație în adevăratul sens al cuvântului. Cu alte cuvinte, creația este un proces rațional. Creativitatea este un fenomen aproape permanent al minții umane. Creația este un eveniment rar.

În cadrul creativității se disting trei elemente distincte:

- **procesul**, mecanismul psihointelectual ce duce la creație;
- **produsul**, rezultatul activității de creație;
- **subiectul**, persoana care creează.

Creativitatea ca proces este în esență o combinație de elemente cunoscute în cadrul unui nou aranjament sau al unei noi structuri, imprevizibile și originale.

Elementele cunoscute pot fi: semne, cuvinte, idei, obiecte materiale, proprietăți sau atribute ale acestora, procese, imagini vizuale sau sonore, reprezentări.

Creativitatea ca produs este o noutate cu valoare pentru societate. Ambele atribute sunt inseparabile: o noutate trebuie luată în considerație, ea trebuie să aibă valoare.

Conform acestei definiții, în domeniul creativității intră descoperirile științifice și invențiile, alături de teoriile științifice, metodele de calcul sau de investigare, programele de calculator, raționalizări ale unor procese.

Creativitatea ca subiect reprezintă un ansamblu de factori, aptitudini, comportamente care determină un anumit potențial creativ.

I.Frăsineanu definește creativitatea ca fiind o idee strălucită (Tab.2) activitatea inovantă reprezentând conducerea ei pe piață, transformarea în ceva profitabil.

Tabelul 2

CREATIVITATE	ACTIVITATEA INOVANTĂ
▪ Ideea este originală?	▪ Concordă cu strategia firmei?
▪ Este dificil de copiat?	▪ Avem resurse de a o pune în practică?
▪ Este simplă?	▪ Va fi apreciată pe piață?
▪ Provoacă idei, inițiative?	▪ Avem cunoștințele necesare pentru realizarea ei?
▪ Conduce la valoare adăugată?	▪ Îi putem testa șansele de succes?

Prin strategie se înțelege: (1) ce vrem să fim, (2) cum vrem să ajungem acolo și (3) cum dorim să fim văzuți de alții (ce imagine de marcă vrem să avem).

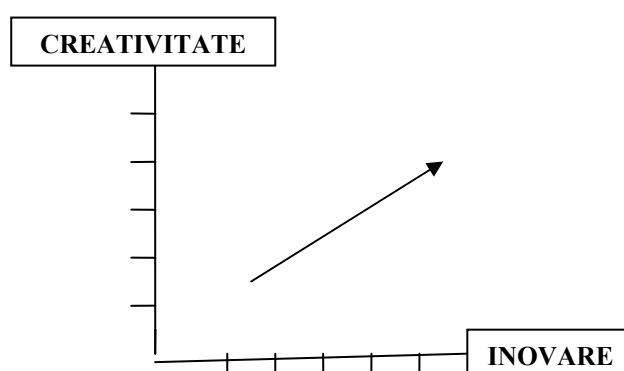


Fig 1. Spațiul creativitate–inovare

Pe baza notelor se poate construi un grafic care sugerează valoarea ideii.

Al treilea element al procesului global de inovare îl reprezintă spiritul antreprenorial.

Noțiunea **de spirit antreprenorial** a fost introdusă de un alt mare economist contemporan – Peter Drucker. În opinia lui Drucker, este esențială ideea că orice activitate merită luată în seamă dacă se materializează într-o valoare adăugată, dacă aduce bani [2].

Peter Drucker numește spirit antreprenorial, capacitatea de a convinge beneficiarul că oferta ta merită să fie luată în considerație.

Dezvoltarea spiritului antreprenorial și a creativității se poate realiza prin acțiuni în plan educativ, mergând până la introducerea în curriculumul național a unor prevederi în acest sens, prin utilizarea unor forme ale educației continue, făcând apel la experiența unor universități din statele-membre ale Uniunii Europene, care au creat catedre de antreprenoriat (Belgia), au dezvoltat programe de masterat în antreprenoriat (Danemarca), centre de dezvoltare a antreprenoriatului ce încurajează crearea de întreprinderi bazate pe idei de afaceri, rezultate din proiecte realizate de studenți (Marea Britanie) etc.

În concluzie menționăm că introducerea educației antreprenoriale are rolul de a forma viitori antreprenori și de a-i integra într-o societate aliniată la standardele Uniunii Europene.

Referințe:

1. Căpâlneanu V. Inteligență și creativitate. - București: Editura militară, 1978, p.25.
2. Drucker P. Inovația și sistemul antreprenorial (trad. engl.). - București: Editura Enciclopedică, 1993.
3. Frăsineanu Ion. Managementul inovației. - Ploiești, 2004.
4. Stănculescu Traian D., Belous V., Moraru I. Tratat de creatologie. - Iași: Performantica, 1998.
5. Țăran N. Managementul inovației. - Timișoara: Amarcord, 1995, p.7.

Prezentat la 22.11.2007