

المحاضرة الخامسة: علاقة المقاولاتية بالإبداع والابتكار في المجال الاجتماعي

1. مفهوم الإبداع والابتكار في السياق المقاولاتي

يُعد كل من الإبداع (Creativity) والابتكار (Innovation) من الركائز الأساسية في الفكر المقاولاتي، غير أنهما مفهومان مترابطان لكن غير متطابقين. فالإبداع يُشير إلى القدرة على إنتاج أفكار جديدة وأصيلة، بينما الابتكار يتمثل في تحويل هذه الأفكار إلى تطبيقات عملية ذات قيمة.

في هذا السياق، يرى Amabile أن الإبداع هو إنتاج أفكار جديدة ومناسبة، في حين أن الابتكار هو التطبيق الناجح لهذه الأفكار داخل سياق معين. (Amabile, 1996) كما يؤكد Drucker أن الابتكار يمثل الأداة الأساسية للمقاول، حيث من خلاله يتم استغلال التغيير وتحويله إلى فرصة (Drucker, 1985).

وبالتالي، فإن العلاقة بينهما علاقة تكامل:

- الإبداع = توليد الأفكار
- الابتكار = تنفيذ الأفكار وتحويلها إلى قيمة

وفي المجال المقاولاتي، لا تكفي الفكرة الإبداعية وحدها، بل يجب أن تتحول إلى منتج أو خدمة أو نموذج عمل قابل للتطبيق.

2. دور الإبداع في نشأة المشاريع المقاولاتية

يمثل الإبداع نقطة الانطلاق في العملية المقاولاتية، حيث تبدأ أغلب المشاريع بفكرة جديدة أو بطريقة مختلفة لرؤية مشكلة قائمة.

يتجلى دور الإبداع في:

- إعادة تعريف المشكلات: فالمقاول المبدع لا يرى المشكلة كما هي، بل يعيد صياغتها بطريقة تفتح المجال لحلول جديدة.
- توليد أفكار غير تقليدية: مثل دمج تقنيات مختلفة أو استهداف فئات لم يتم التفكير فيها سابقاً.
- كسر النماذج التقليدية: من خلال تجاوز الطرق المعتادة في الإنتاج أو التوزيع أو تقديم الخدمة.

- الاستفادة من القيود: حيث يمكن للموارد المحدودة أن تكون محفزاً للإبداع وليس عائقاً.

وفي المجال الاجتماعي، يصبح الإبداع أكثر أهمية، لأن المشكلات غالباً ما تكون معقدة ومتداخلة، ولا يمكن حلها بطرق تقليدية.

✦ في هذا السياق، تشير الأدبيات إلى أن الإبداع في المقاولاتية الاجتماعية يرتبط غالباً بإيجاد حلول منخفضة التكلفة وذات أثر واسع. (Mair & Marti, 2006)

3. الابتكار كأداة لتحقيق الأثر الاجتماعي

إذا كان الإبداع يمثل نقطة البداية، فإن الابتكار هو ما يمنح المشروع قيمته الفعلية. ففي المقاولاتية الاجتماعية، لا يكفي اقتراح حلول نظرية، بل يجب تحويلها إلى نماذج قابلة للتطبيق ومستدامة.

يتجلى الابتكار في عدة أشكال:

- ابتكار في المنتج أو الخدمة: مثل تقديم خدمة صحية بأسلوب جديد للفئات الفقيرة.
- ابتكار في نموذج العمل: كاعتماد نماذج تمويل بديلة أو تسعير مرن.
- ابتكار في طرق التوزيع: الوصول إلى مناطق نائية أو فئات مهمشة بطرق غير تقليدية.
- ابتكار مؤسسي: بناء شراكات بين القطاعين العام والخاص والمجتمع المدني.

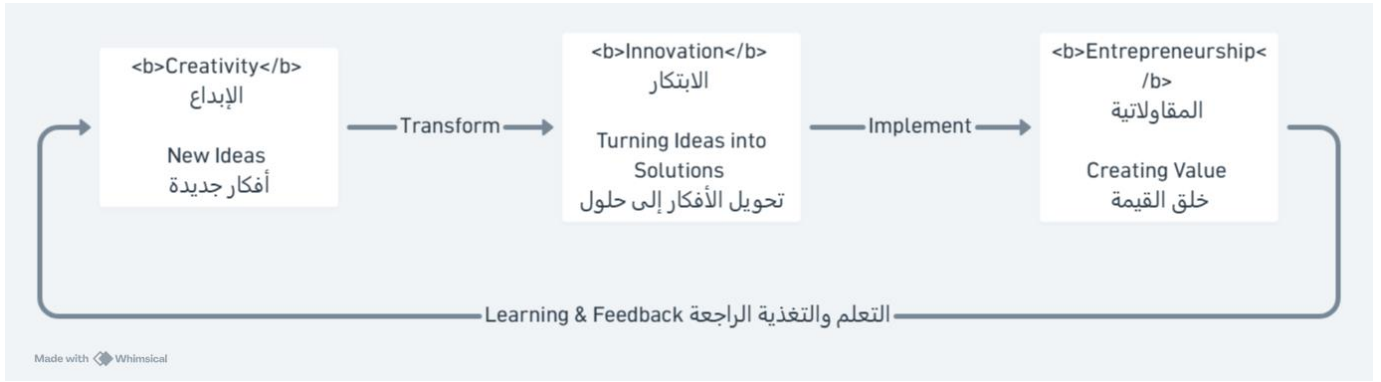
ويؤكد Schumpeter أن الابتكار هو جوهر العملية المقاولاتية، لأنه يسمح بخلق قيمة جديدة وتغيير التوازنات القائمة في السوق. (Schumpeter, 1934)

4. العلاقة التكاملية بين المقاولاتية والإبداع والابتكار

لا يمكن فهم المقاولاتية بمعزل عن الإبداع والابتكار، إذ تشكل هذه العناصر منظومة متكاملة:

- المقاولاتية توفر الإطار العملي لتحويل الأفكار إلى مشاريع
- الإبداع يوفر المادة الأولية (الأفكار)
- الابتكار يضمن تحويل هذه الأفكار إلى قيمة فعلية

وبالتالي، يمكن تصور العلاقة على النحو التالي:



وفي المجال الاجتماعي، تتعزز هذه العلاقة لأن التحديات تتطلب حلولاً جديدة، مما يجعل المقاول الاجتماعي في موقع يجمع بين:

- التفكير الإبداعي
- التنفيذ الابتكاري
- والهدف الاجتماعي

5. التحديات المرتبطة بالإبداع والابتكار في المجال الاجتماعي

رغم أهمية الإبداع والابتكار، إلا أن تطبيقهما في المجال الاجتماعي يواجه عدة تحديات:

- محدودية الموارد: مما يقيّد القدرة على تطوير حلول متقدمة .
- تعقيد المشكلات الاجتماعية: حيث تكون متعددة الأبعاد وصعبة القياس .
- صعوبة تبني الابتكار: بسبب مقاومة المجتمع أو المؤسسات للتغيير .
- ضعف البيئة الداعمة: مثل نقص الحاضنات أو التمويل الموجه للمشاريع الاجتماعية .
- قياس الأثر: صعوبة تقييم نتائج الابتكار الاجتماعي بشكل دقيق .

ومع ذلك، فإن هذه التحديات نفسها قد تكون دافعاً نحو ابتكار حلول أكثر مرونة وأقل تكلفة، وهو ما يميز المقاولاتية الاجتماعية عن غيرها.