

الابتكار و المقاوله من التأصيل النظري إلى التصور الواقعي

أ.مخالدي يحي- جامعة مستغانم-
أ. فلوح العربي - جامعة مستغانم -

الملخص:

إن السبيل الذي يحقق تنافسية قوية لأي مؤسسة و يضمن لها الأسيقية في المجال الاقتصادي، يبقى يتوقف على ما تنتجه من ابتكارات و اكتشافات جديدة في المستقبل (تطوير الشمعة لا يؤدي بالضرورة إلى اكتشاف الكهرباء)، كما أن موضوع المعرفة و كيفية تطويرها في المجال الاقتصادي بصفة عامة و في المؤسسة بصفة خاصة و ما ينجر عنه من أسئلة مثل: كيف يحدث الابتكار و ما علاقته بالتجديد و ما علاقة هذا وذاك بروح المؤسسة أو ما يعبر عنه أيضا بالإمابينيرينغ هي من بين الأسئلة التي تشغل بال رجال الأعمال، كما هي أيضا محل اهتمام كبير عند علماء الاقتصاد.

الكلمات المفتاحية: الابتكار، المقاوله، الإمابينيرينغ.

Abstract:

This paper treatise the implications of considering knowledge creation and diffusion processes and introduces a conceptual framework of how invention, innovation and entrepreneurship, which collectively is referred to as Imagineering, takes place at the individual level with the aim to improve our understanding of the underlying dynamics driving knowledge-based economies.

المقدمة:

يعتبر الفكر المبتكر من أعلى الإنجازات الإنسانية مرتبة، و نظرا لأهميته العظيمة في حياة الأمم والشعوب و ما يحققه الفرد من إنجازات حضارية و ما نشاهده من تقنيات و اختراعات و أنظمة و قواعد و قوانين تنظم حياة الناس، كان الاهتمام منذ القديم بدراسة الابتكار و الإبداع، حيث لم تكن في البداية دراسة علمية منهجية دقيقة، إذ كان الناس ينظرون للمبتكرين و المبدعين سواء كانوا علماء أو كتاب أو شعراء أو رسامين أنهم يتمتعون بقدرات خارقة غير عادية تميزهم عن غيرهم ممن لا يملكون تلك القدرات، و قد تكون هذه النظرة سببا من الأسباب التي وقفت حاجزا عن إمكانية التوسع في دراسة الابتكار و الإبداع في ذلك الوقت بطريقة علمية و موضوعية، حيث اقتصرت الدراسات السابقة على بعض الملاحظات و اعتمدت على بيانات مستمدة من التأمل الذاتي و الاستبطان و سرد الأحداث الماضية و كتابة التقارير الذاتية التي مرت بالفرد، و هذه البيانات لا يمكن إخضاعها للتجربة العملية لإثبات صحتها.

ولقد ظهر الاهتمام بدراسة الابتكار و الإبداع في نهاية القرن التاسع عشر، حيث قام كل من بينيه و هنري (1896م) بدراسة موضوع الابتكار و الإبداع بصفتها أحد جوانب الذكاء. أما اليوم و في ظل العديد من الظروف المتغيرة التي فرضت على المنظمة تحديات كبيرة لم تشهدها من قبل، الأمر الذي يتطلب ضرورة مواجهتها، و ذلك من خلال وجود و إحداث قدرات إبداعية عالية داخل المنظمات و هذا لأجل إيجاد الحلول و البدائل لهذه التحديات.

ولقد أصبح لموضوع الإبداع و الابتكار ضرورة ملحة خاصة في ظل هذه التحديات المتنامية التي انبثقت عن ظاهرة العولمة و التغيرات التقنية المتسارعة، و التطور الحاصل في ثروة المعلومات، كما أن المؤسسات و المنظمات التي تريد التميز و الريادة و القدرة على المواجهة هي تلك التي تكون قادرة على خلق الإبداع و الابتكار، هذا ما جعل المنظمات الحديثة تنتهج عدة أساليب و استراتيجيات الابتكار و الإبداع إضافة إلى الدور الكبير لتكنولوجيا المعلومات في إدارة هذه العملية.

غير أن موضوع الابتكار و الإبداع لا يمكن أن يولد إلا في محيط تتوفر فيه الظروف و الامكانيات المناسبة، و لا يوجد محيطا أنسب لذلك من المقاوله التي أصبحت تشكل ركيزة أساسية في دفع و تنمية قطاع المشروعات الريادية و المبادرات التي يحملها رواد الأعمال، لأن التقدم في هذا الجانب و الرغبة بدخول منافسة محلية و دولية مع الآخرين، لن يتحقق إلا إذا تم الارتقاء بمستوى الصناعات و المنتجات لتكون على قدر من القوة و التنافسية.

من هذا المنطلق تحاول هذه الدراسة الاجابة عن التساؤل التالي:

كيف يمكن أن تولد الأفكار داخل المقاوله و تتحول إلى ابتكار يضمن ديمومتها و تنافسياتها؟
ان الاجابة على هذا السؤال تطلبت تقسيم هذا البحث وفقا للخطوات التالية:

1. ماهية الابتكار:**أ. مفهوم الابتكار:**

■ **الابتكار لغة:** أبتكر الشيء، اخترعه على غير مثال سابق.

■ **الابتكار اصطلاحاً:** فيما يخص تعريف الابتكار اصطلاحاً فقد اختلف على تحديده العديد من الباحثين و المفكرين نظراً لوجود عدة مصطلحات قريبة من بعضها البعض والمرادفة له مثل الإبداع، الاختراع والذكاء لدرجة يصعب معها اختيار التعريف المناسب له، إلا أن غياب الإجماع على تعريف موحد ومحدد للابتكار لا يعد أمراً غريباً، حيث أن محاولة الوصول الى إجماع على التعريف الواحد والمحدد لهذا المصطلح ربما يتعارض مع فكرة الابتكار ذاتها¹.

■ **المبتكر:** هو المنشئ أو المحدث الذي لم يسبقه أحد في هذا المجال.

اذن فالابتكار هو مزيج من القدرات و الاستعدادات والخصائص الشخصية الذاتية التي إذا وجدت بيئة مناسبة يمكن أن ترقى بالعمليات العقلية لتؤدي إلى نتائج أصيلة ومفيدة للفرد أو الشركة أو المجتمع أو العالم.

و يضم الابتكار عمليتين أساسيتين هما: التفكير و الإنتاج، ويؤكد العلماء على أن الإبداع و الابتكار مرتبطين بالمعرفة، لأنهما يحتاجان إلى قدر كاف ومعقول من المعرفة في الموضوع أو الفكرة التي يقع عليها التفكير، وبدون المعرفة لن يكون هناك ما يمكن ابتكاره أو الإبداع فيه.

ب. ما هي الفكرة الابتكارية ومن هو المبتكر؟

يتم تحديد الفكرة الابتكارية وفق العوامل التالية:

- هي فكرة تجذب الانتباه، وتمس في الآخرين حاجات يتم اشباعها بأسلوب مبتكر.
- هي تلك الفكرة التي تصلح للتطبيق بما يسمح باختبارها وتوافر عناصر بها تسمح بتقديمها وقياس فاعليتها.
- هي فكرة لا تتعارض مع القيم و القواعد المتبعة ويمكن تطبيقها بأساليب متاحة.

ج. الإبداع و الابتكار تعبيران مترادفان:²

الابتكار إنتاج أي شيء جديد، من حل مشكلة، أو تعبير فني، و الجودة هنا أمر نسبي، فما يعد جديداً بالنسبة لفرد قد يكون معروفاً لدى آخرين، والطفل في كثير من ألعابه مبتكر أصيل، وكذا من يخترع جهازاً أو يضع نظاماً اجتماعياً أو اقتصادياً جديداً يعد مبتكراً.

وأما الإبداع فقد ذكر في قوله تعالى: " **بديع السموات و الأرض و إذا قضى أمراً فإنما يقول له كن فيكون**"³ و هو حالة خاصة من الابتكار و ذلك حين يكون الشيء الجديد جديداً على الفرد و غيره من عامة الناس.

لذا فإن جل الباحثين يجعلون الإبداع و الابتكار مترادفين، إذ أن العبرة بوجود السمات العقلية و النفسية التي تؤهل صاحبها للإتيان بالجديد، فالإبداع أو الابتكار هو النشاط الذي يقود إلى إنتاج يتصف بالجدة و الأصالة و القيمة بالنسبة للمجتمع.

د. التفكير و الابتكار:

أودع الله القدرة على الإبداع و الابتكار عند كل البشر وترك لهم أمر تنميتها و صقلها، إذ لا يوجد ربط علمي مؤكد بين الابتكار و الإبداع من جهة و الذكاء من جهة أخرى، فقد لا يبديع الذكي شيئاً وقد يأتي الشخص العادي بالكثير من الإبداعات و الابتكارات⁴.

وقد أظهرت الدراسات بأن الدماغ مقسوم إلى نصفين متخصصين في واجبات مختلفة و يفكران بطريقة مختلفة:

■ **النصف الأيسر:** متخصص في التحليل و الأرقام و التفكير المنطقي، و هذا النصف لا يمكنه رؤية الأشياء ككل، أي أنه متخصص في العناية المنطقية للأجزاء ولهذا السبب لا ينظر إليه على أنه مساهم رئيسي في توليد الأفكار و يتميز من يستخدمون النصف الأيسر بالخصائص التالية:

- ✓ يفضلون الشرح اللفظي اللغوي.
- ✓ يركزون على عمل واحد دائماً.
- ✓ يفضلون الأعمال المنظمة المرتبة.
- ✓ يفضلون أنشطة البحث و التنقيب.
- ✓ يواجهون المشكلات بجدية.

¹ شاكر عبد الحميد، علم نفس الإبداع، دار غريب للنشر و التوزيع، مصر، 1995، ص:16.

² محمد عبد الفتاح الصريفي، الإدارة الرائدة، دار الصفاء، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2003، ص:12.

³ سورة البقرة، الآية 118.

⁴ مدحت أبو النصر، تنمية القدرات الابتكارية لدى الفرد و المؤسسة، مجموعة النيل العربية، مصر، 2004، ص:90.

■ **النصف الأيمن:** متخصص في النماذج و الأنماط و الإدراك و الصور الخيالية و الحقيقية. يرى هذا النصف الأشياء كوحدة واحدة فهو يقوم بتجميع و استيعاب كافة أجزاء الموقف في صورة كلية واحدة، لذلك فهو متخصص في الاستقراء بدلا من الاستدلال. هذا النصف مقر للحدس و الخيال و هو ليس كافيا لوحده، فالتفكير الإبداعي يحتاج إلى استخدام نصفي المخ بتوازن و يتميز من يستخدمون النصف الأيمن بالخصائص التالية:

- ✓ يفضلون الشرح العلمي.
- ✓ يشتغلون في أكثر من عمل في وقت واحد.
- ✓ يستطيعون الارتجال بسهولة.
- ✓ يفضلون أنشطة التأليف و التركيب.
- ✓ يواجهون المشكلات دون جدية.
- ❖ و لتنمية الابتكار و الإبداع الناتج عن استخدام نصفي المخ بتوازن ينبغي تدريب المخ و تمرينه من خلال :
 - ✓ التأمل و التفكير.
 - ✓ السفر و الاطلاع على تجارب الآخرين.
 - ✓ تنمية المواهب و الهوايات (رسم، تأليف ...)
 - ✓ تنمية القدرات (كمبيوتر، مهارات سمعية ...)

هـ. صفات المبدع و المبتكر: ■ **الطلاقة :**

يقصد بها القدرة على انتاج أكبر عدد من الأفكار الإبداعية خلال فترة زمنية معينة، فالشخص المبدع يكون متفوقا من حيث كمية الأفكار التي يقترحها حول موضوع معين في وحدة زمنية ثابتة مقارنة بغيره، أي أنه على درجة عالية من سيولة الأفكار و سهولة توليدها، و هناك ثلاثة أساليب لقياس الطلاقة هي:

- **الطلاقة الفكرية :** سرعة التفكير بإعطاء كلمات في منبهات خاصة.
- **الطلاقة التعبيرية اللغوية :** التصنيف السريع لكلمات في منبهات خاصة.
- **الطلاقة الترابية :** القدرة على وضع كلمات في أكبر عدد ممكن من الجمل و العبارات ذات معنى.

■ **المرونة:**⁵

وتعني قدرة الشخص على تغيير حالته الذهنية بتغيير المواقف، أي أن المرونة هي عكس التصلب العقلي، فالشخص المبدع مطالباً لكي يكون على درجة عالية من المرونة حتى يكون قادراً على تغيير حالته العقلية لكي تتناسب مع الموقف الإبداعي، وهناك مظهرين للمرونة هما :

- **المرونة التلقائية:** وهي قدرة الشخص على أن يعطي عدداً من الاستجابات المتنوعة، والتي لا تنتمي لفئة واحدة أو مظهر واحد.
- **المرونة التكيفية:** وهي السلوك الناجح لمواجهة موقف أو مشكلة معينة.

■ **الحساسية للمشاكل:**⁶

وتعني أن لديه احساس مرهف للتعرف على المشكلات في الموقف الواحد، وتظهر هذه الحساسية للمشاكل في بعض الصفات في شخصية المبدع:

- القدرة على تحمل المسؤولية.
- القدرة على التحليل و الاستدلال.
- مستعد لحل المشكلة مهما كانت معقدة.

و. **طريقة القبعات الست لتوليد الأفكار الإبداعية و الابتكارية :**

نستخدم هذه الطريقة عندما نرغب في التفكير في مشروع جديد أو تغيير إجراءات عملية ما، أو غيرها من الأعمال التي نريد أن يكون تفكيرنا فيها شمولياً و إبداعياً متوازناً في نفس الوقت، و في ما يلي أهم الفروقات بين ألوان التفكير الستة:

⁵ شارل مارجيريسون ، القيادة بالفريق، ترجمة سرور، دار المريخ للنشر، الرياض، السعودية، 2005، ص: 72.
⁶ نجم عبود، إدارة الابتكار (المفاهيم و الخصائص و التجارب الحديثة)، دار وائل للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2003، ص: 129.

■ **القبة البيضاء :** تشير إلى التفكير المحايد، أي التفكير في معلومات محايدة لا ايجابية ولا سلبية كالتفكير في مكان اقامة المشروع، الأسعار والكميات و التكاليف، والبيئة المحيطة.

■ **القبة الصفراء:**

تشير إلى التفكير الايجابي حيث عند ارتدائها نفكر في الجوانب الايجابية للمشروع.

■ **القبة السوداء:**

تشير إلى التفكير التشاؤمي حيث عند ارتدائها نفكر في الجوانب السلبية للمشروع : الخسائر التي يمكن أن نتكبها و الصعوبات التي سنواجهها.

■ **القبة الحمراء :**

تشير إلى أنه عند ارتدائها نفكر في المشروع بشكل عاطفي بدون النظر إلى العوامل المنطقية والايجابيات و السلبيات، أي أن الذي يدفعنا مثلا لخوض غمار مشروع ما أو تبنيه هو الشعور بالفخر أو الإعتزاز.

■ **القبة الخضراء:**

ترمز إلى التفكير الشمولي و يأتي دورها للتحقق من استعمال جميع أنماط التفكير.

فقبل انهاء عملية التفكير يطرح السؤال هل استخدمنا جميع الأنماط ؟ هل هناك نمط يحتاج إلى مزيد من البحث و التفكير ؟

في الواقع ليس هناك قبعات حقيقية ولكن على رئيس الفريق تذكير فريقه بنمط التفكير ولونه بين الحين و الآخر، حيث يبدأ أولا بالقبة البيضاء لجمع المعلومات ويستحسن أن ينتقل إلى الصفراء لبحث الجوانب الايجابية، فدور رئيس الفريق تحديد موعد الانتقال من نمط إلى آخر، مع مراعاة أنه ليس هناك ترتيب ملزم للانتقال بين الأنماط، ولكن يفضل الابتداء بالأبيض ثم الأصفر ويترك الأخضر و الأزرق إلى النهاية، عند التفكير بالأزرق يكون التركيز فقط على التأكد من شمولية عملية التفكير لجميع الأنماط.

بعد التفكير بالأزرق يطرح البعد الزمني للموضوع و يناقش ما إذا كانت الأفكار المطروحة تناسب زمانا محددا: ماذا لو تم تغيير الاطار الزمني للتفكير؟ كيف يمكن أن تتغير النتائج ؟... الخ

يستمر العمل حتى استكمال جميع أنماط الأفكار المطروحة حيث يتم جمع أفكار كل نمط على ورقة منفصلة. و هنا يقتصر دور رئيس الفريق على اثاره الجو النفسي المصاحب للألوان، كما يجب أن يتميز بالنظرة الشمولية و تنتقل بين الأنماط و بينها و بين الاطار الزمني.

■ **الأصالة:**

وتعني انتاج ما هو غير مألوف، كما تعني الانفراد بالفكرة، ولا يقصد بذلك أن تكون الفكرة منقطعة عما قبلها ولكن صاحبها زاد فيها و طورها، أو عرضها بطريقة جديدة، أو وصل إلى نظرية تتجمع فيها أفكار متفرقة قالها آخرون، و عليه فإن الشخص المبدع لا يكرر أفكار الآخرين ، بل يجب أن تكون أفكاره متجددة ، كما يجب أن يبتعد عن الحلول التقليدية للمشاكل.

ز. **عوامل دعم الابتكار:**

حسب جمعية الادارة الأمريكية فإن 90% من الأطفال مبدعين و 12% من البالغين مبدعين مع الإشارة إلى أن تنمية الإبداع مرتبطة بعوامل البيئة الداخلية و البيئة الخارجية للإنسان.

■ **البيئة الداخلية :** هي العوامل المرتبطة بطبع الانسان وقدراته الشخصية التي تتأثر بالبيئة التي ينشأ فيها.⁷

■ **البيئة الخارجية:** تمثل المحيط الذي يعيش فيه الانسان من الأسرة، المدرسة ، الجامعة، العمل، البيئة الاقتصادية و الاجتماعية.

و بالتالي فإن: قدرات عقلية + بيئة ايجابية = ابداع و ابتكار

■ **المقومات الأساسية المستمدة من كل من البيئة الداخلية و الخارجية:**

- التعليم.
- استخدام أساليب حل المشكلات.
- بيئة العمل (المنظمة).
- الاتصال.

ح. **كيفية تنمية الإبداع و الابتكار:**

⁷ محمد ابراهيم عبيدات، سلوك المستهلك(مدخل استراتيجي)، دار وائل للنشر، الطبعة الثانية، عمان، الأردن، 2002،ص:95.

لا يقتصر الإبداع و الابتكار على مجال معين أو علم معين، كما لا يرتبط بالمستوى التعليمي الرفيع المستوى، وإنما يعني في المقام الأول أن هذا الفرد قد ارتفع في معرفته من مستوى التفكير إلى مستوى الفهم والتطبيق و التحليل و الرغبة في التغيير.

و يعد الإبداع و الابتكار نتاجا للاعتماد على النفس عن طريق التعليم الذاتي في تحصيل المعارف، فلا يكتفي الفرد بالملفات و المراجع والكتب المقررة وإنما يبدأ بعملية البحث بالقراءة و التزود بالمعرفة والتردد على المكتبات وطلب المزيد من المعلومات في مجال تخصصه.

ط. مراحل الابتكار :

يرى ولاس و ماركسبري أن عملية الإبداع عبارة عن مراحل متباينة، تتولد خلالها الأفكار الجديدة، وهذه المراحل هي :

■ مرحلة الإعداد أو التحضير:

و يتم فيها تحديد المشكلة، حيث يتم فحصها من جميع الجوانب، ويشمل ذلك عملية تجميع المعلومات و المهارات و الخبرات، عن طريق الذاكرة و القراءات ذات العلاقة ثم تصنيفها عن طريق ربط عناصر المشكلة مع بعضها.

■ مرحلة الكمون:

و هي مرحلة تريث وانتظار، وفيها يتحرر العقل من الشوائب و الأفكار التي لا صلة لها بالمشكلة، ويحدث فيها التفكير العميق و المستمر بالمشكلة.

■ مرحلة الاشراق :

وفيها تنبثق شرارة الإبداع ، وولادة الفكرة الجديدة التي تؤدي إلى حل المشكلة.

■ مرحلة التحقيق:

وفيها يختبر المبتكر الفكرة ويعيد النظر فيها، ثم يجرب الحل ، ويتحقق من نجاحه.

2. ماهية المقالة: (Entrepreneuriat).

أ. مفهوم المقالة:

قبل التطرق إلى مفهوم المقالة لابد من توضيح مفهوم المقاول الذي ظهر منذ القديم و تطور كثيرا مع مرور الزمن، ففي فرنسا وخلال العصور الوسطى كان مصطلح المقاول يعني الشخص الذي يشرف على مسؤولية معينة و يتحمل أعباء مجموعة من الأفراد، ثم تطور هذا المعنى ليقصد به الفرد الجريء الذي يسعى إلى تحقيق مشروع معين في اطار تحمل مخاطر اقتصادية في غالب الأحيان لا تكون معروفة مسبقا.

أما خلال القرنين السادس عشر والسابع عشر فقد كان يقصد بالمقاول الفرد الذي يتجه إلى أنشطة المضاربة، ويعتبر J.B Say (1803 م) من أوائل المنظرين لهذا المفهوم إذ اعتبره المبدع الذي يقوم بجمع وتنظيم وسائل الإنتاج بهدف خلق منفعة جديدة، كما عرف Shumpeter (1950 م) المقاول بأنه ذلك الشخص الذي لديه الإرادة والقدرة لتحويل فكرة جديدة أو اختراع جديد إلى ابتكار، وبالتالي فوجود قوى: الريادة، التدمير الخلاق... في الأسواق والصناعات المختلفة أنشأت منتجات و نماذج عمل جديدة، وبالتالي فإن الرياديين يساعدون ويقودون التطور الصناعي والنمو الاقتصادي على المدى الطويل.

و حسب كل من Marchesney و Julien فإن المقاول هو الذي يتكفل بتحمل مجموعة من الخصائص الأساسية: يتخيل الجديد ولديه ثقة كبيرة في نفسه، فهو المتحمس والصلب الذي يجب حل المشاكل و يحب التسيير، الذي يصارع الروتين و يرفض المصاعب والعقبات، غير أن المقاول ليس بالشخص الخيالي، وإنما هو عبارة عن شخصية تتصرف بمفردها وبشكل مستقل، مقاوم، متمرد، ومبدع.

وعليه فالمقاول هو الشخص الذي لديه الإرادة والقدرة، وبشكل مستقل (إذا كان لديه الموارد الكافية) على تحويل فكرة جديدة أو اختراع إلى ابتكار يجسد على أرض الواقع، بالاعتماد على معلومة هامة، من أجل تحقيق عوائد مالية، عن طريق المخاطرة، ويتصف بالإضافة إلى ما سبق بالجرأة، الثقة بالنفس، المعارف التسييرية، والقدرة على الإبداع.

ولقد تعددت المقاربات التي تناولت المقاول من عدة جوانب وهي:⁸

■ المقاربة الوظيفية:

⁸ Christian Bruyat , création d'entreprise, contribution Epstémologiques et modélisation", thèse de doctorat (France : université Pierre Mendés ex-Grenoble II ,1993), p.32

هذه المقاربة التي يمثلها Shumpeter وهو الأب الحقيقي للحقل المقاولاتي من خلال نظريته "التطور الاقتصادي"، هذا الأخير اعتبر المقاول شخصية محورية في التنمية الاقتصادية، يتحمل مخاطر من أجل الإبداع والابتكار، وخاصة خلق طرق إنتاج جديدة.

■ المقاربة التي تركز على الفرد الهادف إلى إنتاج المعرفة:

والتي تركز على الخصائص البيولوجية للمقاول مثل الصفات الشخصية والدوافع والسلوك بالإضافة إلى أصوله ومساراته الاجتماعية وقد سلط weber الضوء على أهمية نظام القيم ودورها في إضفاء الشرعية وتشجيع أنشطة المقاولاتية كشرط لا غنى عنه للتطور الرأسمالي.

■ المقاربة العملياتية أو التشغيلية:

لقد أظهرت هذه المقاربة القيود المفروضة على المقاربة السابقة، واقترحت على الباحثين الاهتمام بماذا يفعل المقاول، وليس شخصه.

بناء على ما سبق فإنه من الضروري أن تتعدد كذلك تعريف المقاوله، فهي على حد قول: Maus Marcel (1923-1924 م) الفعل الذي يقوم به المقاول والذي ينفذ في سياقات مختلفة وبأشكال متنوعة، فيمكن أن يكون عبارة عن إنشاء مؤسسة جديدة بشكل قانوني، كما يمكن أن يكون عبارة عن تطوير مؤسسة قائمة بذاتها.

ويعرف Béranger وآخرون المقاوله بطريقتين:

■ على أساس أنها نشاط أو مجموعة من الأنشطة: هي المهام التي تدمج لإنشاء وتنمية مؤسسة أو بشكل أشمل إنشاء نشاط.

■ على أساس أنها تخصص جامعي: فهي أي علم يوضح المحيط وسيرورة خلق ثروة وتكوين اجتماعي من خلال مواجهة خطر بشكل فردي.

أما Alain Fayol فقد حددها على أنها: " حالة خاصة، يتم من خلالها خلق ثروات اقتصادية واجتماعية لها خصائص تتصف بعدم التأكد و تواجد الخطر في أي لحظة، والتي يدمج فيها أفراد ينبغي أن تكون لهم سلوكيات ذات قاعدة تتميز بتقبل التغيير وأخطار مشتركة والأخذ بالمبادرة والتدخل الفردي، أما بالنسبة للأنجلوساكسون وخاصة الأمريكيون فقد استعملوا المصطلح منذ التسعينات، إذ نجد أن البروفيسور "Howard Stevenso" بجامعة Harvard يوضح بأن: "المقاولاتية هي عبارة عن مصطلح يشمل التعرف على فرص الأعمال من طرف أفراد أو منظمات ومتابعتها وتجسيدها"

إن المقاولاتية هي الأفعال و العمليات الاجتماعية التي يقوم بها المقاول، لإنشاء مؤسسة جديدة، أو تطوير مؤسسة قائمة في إطار القانون السائد، من أجل إنشاء ثروة، من خلال الأخذ بالمبادرة، وتحمل المخاطر، و التعرف على فرص الأعمال، و متابعتها و تجسيدها على أرض الواقع⁹.

ويتضح الفرق بين إنشاء المؤسسات و المقاولاتية من خلال نقاط التوافق و الاختلاف التالية :

■ نقاط الاتفاق:

● كلاهما عبارة عن إنشاء مؤسسة بصفة قانونية.

● كلاهما له نسبة مخاطرة.

● المنشؤون لهما يتوقعون ربح من وراء إنشائهما.

● قد تصبح المؤسسة المقاولاتية مؤسسة نمطية إذا قلدت منتجاتها بشكل واسع ، في ظل عدم تطويرها.

■ نقاط الاختلاف:

● تنسم المقاولاتية بأنها إنشاء مؤسسة غير نمطية، فهي تتميز بالإبداع و الابتكار.

● ارتفاع نسبة المخاطرة في المقاولاتية لأنها تأتي بالجديد، وبمعدلات عوائد مرتفعة في حالة قبول المنتج في السوق.

● أرباح احتكارية ناتجة عن حقوق الابتكار قبل تقليدها مقارنة بالمؤسسة النمطية التي تطرح منتجات عادية.

● تتميز المقاولاتية بالفردية، مقارنة بإنشاء المؤسسات، هذه الأخيرة التي يمكن إنشاؤها مع مجموعة الشركاء و هذا ما يمكن المقاول من ممارسة التسيير بشكل مباشر ومستقل بدلاً من الاعتماد على مجلس للإدارة، وهو ما يسمح له بتجسيد أفكاره على أرض الواقع.

ب. مفومات الفكر المقاولاتي:

⁹ <http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=342349>

يحتاج المقاول إلى مجموعة مواصفات تجعل منه المقاول الناجح والمسير الجيد، وهذا عن طريق الدمج بين مجموعة من الصفات الشخصية والعوامل البيئية، ويمكن تقسيم هذه المقومات إلى قسمين:

- **مقومات شخصية:**
- **الحاجة إلى الإنجاز:** أي تقديم أفضل أداء والسعي إلى إنجاز الأهداف وتحمل المسؤولية والعمل على الابتكار والتطوير المستمر والتميز، ولذلك فالمقاول دائماً يقيم أداءه وإنجازته في ضوء معايير قياسية وغير اعتيادية.
- **الثقة بالنفس:** حيث يمتلك المقومات الذاتية والقدرات الفكرية على إنشاء مشروعات الأعمال وذلك من خلال الاعتماد على الذات والإمكانيات الفردية وقدرته على التفكير والإدارة واتخاذ القرارات لحل المشكلات ومواجهة التحديات المستقبلية، وذلك بسبب وجود حالة من الثقة بالنفس والاطمئنان لقدراته وثقته بها.
- **الرؤيا المستقبلية:** أي التطلع إلى المستقبل بنظرة تفاؤلية وإمكانية تحقيق مركز متميز ومستويات ربحية متزايدة.
- **التضحية والمثابرة:** يعتقد المقاولون بأن تحقيق النجاحات وضمان استمراريتها، إنما يتحقق من خلال المثابرة والصبر والتضحية برغبات آنية من أجل تحقيق آمال وغايات مستقبلية، ولذلك فالضمانة الأكيدة لهذه المشروعات إنما تنبع من خلال الجد والاجتهاد والعطاء.
- **الرغبة في الاستقلالية:** ويقصد بها الاعتماد على الذات في تحقيق الغايات والأهداف، والسعي باستمرار لإنشاء مشروعات مستقلة لا تتصف بالشراكة خاصة عندما تتوفر لديهم الموارد المالية الكافية، كما يستبعد المقاولون العمل لدى الآخرين تجنباً لحالات التحجيم بحيث يتمكنون من التعبير والتجسيد الحقيقي لأفكارهم وآرائهم وطموحاتهم، كما يوفر لهم إنشاء المؤسسات الخاصة الدخل الكافي للمعيشة وتحقيق الثراء، إلى جانب التحكم في شؤون العاملين لديهم مما يعطيهم استقلالية في العمل، وهذا ما سماه Shumpeter بالمملكة الصغيرة.
- بالإضافة إلى ذلك هناك العديد من المهارات الواجب توفرها في المقاول الناجح.
- **المهارات التقنية:** و تتمثل في الخبرة، المعرفة، والقدرة التقنية العالية المتعلقة بالأنشطة الفنية للمشروع في مختلف المجالات من إنتاج، بيع، تخزين وتمويل وهذه المهارات تساعد في إدارة أعمال المشروع بجدارة.
- **المهارات التفاعلية:** وهي قدرات الاتصال، نقل المعلومات و استلامها، ردود فعل، مناقشة القرارات قبل إصدارها، الإقناع... إلخ التي يحتاجها المقاول في حالة تحويل الصلاحيات اللازمة لإدارة النشاط للآخرين.
- **المهارات الإنسانية:** وتتمثل في القدرات التي تمكن المقاول من تطوير علاقاته مع مرؤوسيه وزملائه لخدمة المشروع والمؤسسة بشكل عام، حيث أن هذه العلاقات تبني على الاحترام والثقة والدعم المستمر للعنصر البشري داخل المؤسسة والاهتمام بمشكلاته خارج المؤسسة، وهي قدرات تتعلق بالانجذاب والتحفيز والاستمالة للآخرين والمعاملة الحسنة والتصرف اللبق مع أعضاء المؤسسة.
- **مهارات فكرية:** تتمثل في اكتساب أسس ومبادئ علمية في ميدان الإدارة واتخاذ القرار والمحكمة المنطقية وتحليل المشكلات وإيجاد العلاقات بين المشكلات وأسبابها وحلولها... إلخ.
- **مهارات تحليلية:** أي القدرة على التفكير المجرد حيال نظرتهم إلى مؤسساتهم التي تعمل ككل وليس كجزء وأن أجزاءها ووظائفها تترابط مع بعضها البعض لتصبح كلا في محيطها، حيث أن هذا الإدراك في حد ذاته تشوبه تعقيدات العمل الحاصلة أمامه بعد مواجهته أغلبية المشاكل ليتمكن فيما بعد من وضع الحلول المناسبة.
- **المقومات البيئية:**
- **المحيط الاجتماعي:** يعتبر المحيط الاجتماعي عنصراً مهماً في الدفع نحو إنشاء المؤسسة نظراً لتركيبته المعقدة.
- **الأسرة:** تعمل الأسرة على تنمية القدرات المقاولانية لأبنائها ودفعهم لتبني إنشاء المؤسسات كمستقبل مهني خاصة إذا كان هؤلاء الآباء يمتلكون مشاريع خاصة حيث يعملون على تشجيع الأطفال منذ الصغر على بعض النشاطات وتحمل بعض المسؤوليات البسيطة.
- **الدين:** يدعو الدين الإسلامي الحنيف إلى العمل وإتقانه وكذا الاعتماد على النفس في الحصول على القوت.
- **العادات و التقاليد:** تعتبر العادات والتقاليد من العوامل المؤثرة على التوجه نحو إنشاء المؤسسات، فالمجتمعات البدوية تمارس الزراعة والرعي مع أبنائها أما الصناعات التقليدية والأنشطة التجارية فتتوارثها الأجيال.

3. الابتكار و الابداع و روح المقاوله في منظمة الأعمال(الإمابينيرينغ):

لقد فرض الواقع أن هناك حاجة ماسة إلى الجمع بين الابتكار و الإبداع و روح المقالة في مفهوم واحد هو الإماجينييرينغ، هذا ما أثبتته بعض النظريات التي عالجت بشكل أو بآخر موضوع الآلية التي تسيير الإماجينييرينغ.

أ. مفاهيم أساسية حول الإماجينييرينغ:

لاشك أن رفع بعض الغموض عن بعض المفاهيم الأساسية، سيتيح لنا فهم الموضوع، و على هذا الأساس لا بد من تحديد أوجه التشابه و أوجه الاختلاف بين كل من الابتكار و الإبداع من جهة و روح المقالة من جهة أخرى، فمثلا يرى أماس: (Ames:1961 م)¹⁰ أن الابتكار و الإبداع في الواقع العملي هو تدفق لمجموعة من التصاميم و القطع الجديدة أو قد يكون صيرورة عمل جديدة يمكن أن تتحول إلى اختراع يأخذ شكل صفقة تجارية و بالتالي يأخذ قيمة اقتصادية، عندها فقط يتحول هذا الاختراع إلى ابتكار، و لعل العنصر الأساسي الذي يسمح للاختراع بأن يتحول إلى ابتكار هو المقاول نفسه، فهو الوحيد القادر لأن يعطي للاختراع قيمة اقتصادية أو بمعنى آخر، هو القادر على أن يجسد ما هو ممكن إلى واقع، كما أن المقاول في منظمة الأعمال ليس بحاجة لأن يكون مخترعا، في المقابل فإن الابتكار و روح المقالة لا يمكن أن يتجسدا في معزل عن الاختراع فكلاهما يكمل الآخر مع احترام الترتيب (اختراع ، ابتكار و روح المقالة) المقترح من طرف شومبيتر و شموكلير: (Schmookler:1966 م).

إن الملاحظ من هذه الدراسة أنه من بين عناصر الإماجينييرينغ، يعتبر الاختراع الأقل فهما و الأقل دراسة Gorman Carlson (1990) بل أكثر من ذلك يعتبر مفهوم الاختراع مفهوما عاما يحتاج إلى تفصيل و تجزئة إلى مستويات متعددة، لأن هناك خلط في فهم طرق بناء الفكر في الإماجينييرينغ بسبب الخلط و الخطأ في تعريف الاختراع نفسه و مستوياته المختلفة.

لعل أول من قدم تمييز و ترتيب مفصل عن مستويات الاختراع ألتسولبير: Althuller، حيث قسم الاختراعات بعد دراسة قام بها على 200000 اختراع روسي إلى خمس مستويات:

- المستوى الأول: يدخل ضمنه الحلول و الأفكار الجديدة لمشكلة معينة، إلا أن هذه الحلول و الأفكار لا تخرج عن الأدوات و الوسائل المتعارف عليها داخل الاختصاص (32 بالمائة من الاختراعات).
- المستوى الثاني: اختراع صغير داخل النموذج، يندرج في هذا المستوى كل التحسينات التي تدخل على النظام القائم (45 بالمائة من براءات الاختراع).
- المستوى الثالث: تحسين واضح في التكنولوجيا المستعملة، أي هناك تحسين محسوس للنظام القائم (18 بالمائة).
- المستوى الرابع: اختراع جديد يختلف عن التكنولوجيا المستعملة، أي جيل جديد من التكنولوجيا، و يرتكز هذا المستوى من الاختراع على العلم أساسا أكثر من ارتكازه على التكنولوجيا (4 بالمائة من البراءات).
- المستوى الخامس: يتمثل في اكتشاف جديد أو ظهور علم جديد (1 بالمائة).

ب. مفهوم موحد للابتكار و روح المقالة:

إن الدارسون لهذا الموضوع متفقون عامة على أن هناك تشابه كبير في مدخلات كل من الاختراع، الابتكار و روح المقالة و في مخرجاتها، بحيث أن:

- المرود الناتج عن كل منهما يتجسد في شيء جديد (Johannessen: 2001 م).
- كل منها يتصف بالإبداع و إن كان ذلك أقل وقعا عندما يتعلق الأمر بروح المقالة (Beattie:1999 م).
- غير أن شمبيتر يرى عكس ذلك حيث أن التطلع لابتكار جيد هو كاف لتحفيز المقاول في منظمة الأعمال، بل أكثر من ذلك يرى المقاول نفسه، أنه أولا و قبل كل شيء مبدع (Shrader:1998 م)، و نفس الفكرة ذهب إليها ميتشل (Mitchell: 2002 م)، حيث يرى أن الابتكار و الاختراع هما المصدر الأساسي لخلق الفرص الضائعة بل هما مركز روح المقالة و المقاول و هو يقوم بنشاطه لا يقتنص الفرص فقط، بل يقوم كذلك بخلق فرص جديدة (Hench و Sandberg: 2000 م)، و هو يقوم بذلك لا يعبأ إن كانت الموارد اللازمة للقيام بعملية المقالة متاحة أو غير متاحة (Mitchell:2002 م)

¹⁰ Ames, E. (1961), 'Research, invention, development and innovation', The American Economic Review, 370-81.

- فأينما خضنا، في الاختراع أو في الابتكار أو في روح المقاوله إلا و كانت النتيجة ظهور عناصر جديدة لم تكن موجودة من قبل، و للمقاول دور هام في خلق التفاعلات و الارتباطات بين العناصر الثلاثة.
يرى ريديلانجوس (Redelinghuys: 2000 م) أن ما يميز نشاطات الاختراع عن النشاطات الأخرى هو طابعها غير الأكيد و منه فإن الإماجينيرينغ لا يكون و لا يتبلور إلا إذا اتصف المحيط الذي يتبلور فيه بحالة عدم التأكد (Rizzello: 1999 م).

ما سبق قد لا يكون سبب كاف و مقنع لجمع الاختراع، الابتكار و روح المقاوله ضمن مصطلح واحد، لذلك حاول الباحثون مقارنة الأسس التي على أساسها تتجسد العناصر المكونة للإماجينيرينغ مع الأسس التي يتبلور فيها الفكر عند الفرد حتى نستمد عناصر التشابه التي تسمح لنا في النهاية الجمع بينها في مصطلح واحد.
لقد أظهر سيمون أن النشاطات التي تجري في بوتقة الاكتشافات متنوعة من حيث الشكل إلا أن الآلية المعرفية التي تحكم هذا النوع من النشاطات هي واحدة و يمكن أن نلخصها في:
- إن عناصر الإماجينيرينغ لا تنتج بالضرورة عن الفكر الاستنباطي، لأنه ليست هناك حاجة للمنطق حتى يولد الفكر و التصور.

- يقال عن سلوك المقاول و هو يبحث عن فرص جديدة دون أن يعطي اهتماما كبيرا للموضوع ما أنه سلوك غير منطقي، بل لا يستطيع المقاول تأدية نشاطه إذا كان هذا النشاط مبني على المنطق و العقلانية فقط (Langlois : 1987 م).

- إن الإماجينيرينغ ينتج من الإدراك غير الكامل للأوضاع و هذه الميزة هي التي جعلت روزيلو يقر نظرية للتغيير تستند على الإدراك غير الكامل عند الفرد (Rizzello: 1999 م).
- إن العنصر الآخر، يرجع لتفكير الفرد نفسه، لأن منبع الاختراع و الابتكار و روح المقاوله هو ناتج عن الفكر الفردي، و لعل هذه الخاصية كافية لكي تسمح للباحث كي يجمع كل هذه العناصر في مصطلح واحد.

ج. عرض مختصر لنظريات الإماجينيرينغ:

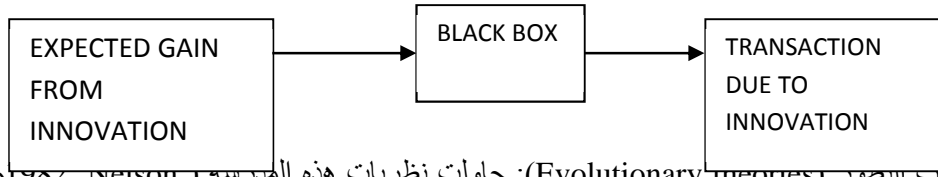
سنحاول في ما يلي عرض مختلف الأدبيات التي عالجت موضوع الإماجينيرينغ:
■ تدرس المدرسة الكلاسيكية الجديدة التوازن على أنه عام (Walras) و أعظم (Pareto) ¹¹ في إطار التأكد التام، لذلك فإن كل تغيير ينتج عن حالة عدم التأكد أو المفاجأة أو المفاضلة، الحدس،...، الإماجينيرينغ هي عناصر خارجية (Loasby: 2001 م)، فالإماجينيرينغ بالنسبة لهم غرفة سوداء دورها فقط مساعدة السوق على التوازن الكامل و الأعظم، من هنا يتضح أن نظرية الإماجينيرينغ لا يمكن لها أن تتبلور إلا خارج نطاق التحليل الكلاسيكي الجديد.

■ و حسب روتان (Ruttan : 1997 م) يمكن أن نقسم النظريات على أساس ثلاثة مدارس رئيسية هي:
● نظريات الحافز (Inducement theories): من بينها نجد تلك التي تعتبر أن الابتكار يتوقف أساسا على أسعار عوامل الإنتاج، ونظرية أخرى ترى أن الطلب على المعرفة و التطور التكنولوجي إذا فاق العرض سيؤدي إلى تحديد حدة النشاط الاختراعي و اتجاهه ¹² (Schmookler : 1966 م، Griliches: 1957 م).
هذه النظريات و غيرها من النظريات التي تربط الإماجينيرينغ بالطلب، كانت محل انتقادات كثيرة (1974 م: Rosenberg) و اعتبروها أنها غير قادرة على تفسير العديد من الاختراعات الهامة مثل النظارات (2001 م: Maldonado) و المضادات الحيوية (Townes: 1983 م) و الليزر،... الخ، غير أن آخرون مثل: (Koen Kohli : 1998 م) لا ينكرون دور الطلب في إيجاد الاختراعات و إنما ما ينكرونه هو دور الطلب في تحفيز كل أنواع الاختراعات، حيث يرون إن الطلب يمكن له أن يكون سببا في ظهور المستويات الدنيا من الاختراعات، لأن السوق يترجم الطلب المعلن و ليس الطلب الكامن و أن هذا الأخير تحكمه عناصر أخرى مثل التطور الفكري و التكنولوجي (Hamberg: 1963 م).

لكن بغض النظر عن الانتقادات الموجهة لهذه المدرسة، فلقد ساهمت في كشف الكثير من الغموض على موضوع الإماجينيرينغ، بل كان لها الفضل في تحويل الإماجينيرينغ من متغير خارجي إلى متغير داخلي له دور أساسي في تحقيق التوازن العام، غير أن ضعفها يكمن في إهمالها لعوامل العرض و اعتبارها كما هو عند الكلاسيك أن الإماجينيرينغ غرفة سوداء، كما يظهر في الشكل الموالي.

¹¹ Barreto, H. (1989), The Entrepreneur in Microeconomic Theory: disappearance and explanation. London: Routledge.

¹² Schmookler, J. (1966), Invention and Economic Growth. Cambridge: Harvard University Press.



● نظريات تطور (Evolutionary theories): حاولت نظريات هذه المدرسة (Ruttan, Winter : 1982 م) تفسير ما يجري داخل الغرفة السوداء، حيث ترى نظرياتها أن الإماجينيرينغ هو أحسن التقنيات الناجحة التي يمكن أن تحول التفكير من مجرد اختراع إلى ابتكار ثم إلى آلية روتينية¹³ (1997 م Ruttan).

● نظريات ترابط المسارات (Path dependence theories): ما يميز نظريات هذه المدرسة عن باقي النظريات هو اهتمامها بجانب تطور المعرفة و التكنولوجيا و ما لذلك من تأثير على حدة و اتجاه الإماجينيرينغ، فتطور المعرفة هو الذي يزكي الجهود التي تؤدي الى تطور الإماجينيرينغ، حيث على أساس تطور المعرفة تحدد النماذج التكنولوجية التي بدورها تتحول إلى مسارات تكنولوجية (2000 م: Cardozo و Ardichvili)، و ما يميز دعاء هذه المدرسة أنهم يسلمون بحتمية الاختراعات.

و يعتبر البعض أن نظريات ترابط المسارات، حققت تقدم نظري هام في مجال الإماجينيرينغ لما أعطته للعرض من دور مهم في تفسير تطور الإماجينيرينغ بالرغم من أنها بقيت عاجزة على تفسير كيف يحدث الإماجينيرينغ على مستوى الفرد، كما يرى البعض الآخر أن فكرة المسارات تبقى فكرة غير كافية لتفسير الإماجينيرينغ (2001 م: Fleming) باعتبار أن الابتكار هو أصلاً نتاج سلسلة من التوفيقات التكنولوجية المترابطة فيما بينها.

■ نظرية التوفيق (the combinative theory) لـ (2000 م: Redelinghuys) يعتبرها البعض أنها تندرج ضمن المدرسة السابقة لاعتمادها على فكرة المسارات، حيث تنص هذه النظرية على أن شبكة التوفيقات السابقة هي التي تحدد التوفيقات الجديدة، لأن المخترع أو المبتكر يكمن دوره فقط في التوفيق أو إعادة التوفيق بين ما هو كائن، فالأمر يكاد يشبه قانون تتابع الانسال، كما حاول كذلك فليمينغ (2001 م: Fleming) التوفيق بين نظريات التطور و نظرية التوفيق، فهو يعتقد أن المبتكر يقوم فقط بالبحث عن التوفيقات الجديدة التي حظيت قبولا في السوق.

صحيح أن هذه النظريات أزلت الكثير من الغموض الذي كان يحوم على موضوع الإماجينيرينغ، إلا أن صيرورة هذا الأخير بقيت غرفة سوداء و لغزا استدعى البحث فيه و التعمق فيه أكثر (1995 Magee:Kline: 2000 م)، فمن بين المسائل التي بقيت عالقة هي الكيفية التي تظهر بها أحسن التقنيات، و كيف تتشكل الصيغ التكنولوجية و لماذا التغيير في الأسعار يؤدي إلى الاختراع و كيف تتحقق أحسن التوفيقات إلى غير ذلك من التساؤلات؟

حيث يرى ويزمان (1996:Weizman م) أنه إذا بقيت هذه التساؤلات بغير إجابة، سيبقى الاقتصاديون يتعاملون مع موضوع الإماجينيرينغ على أنه متغير خارجي، و عليه فهو يقترح ضرورة التعمق أكثر فأكثر في جزئيات الموضوع و البحث فيه ليس فقط على المستوى الجزئي و إنما الجزئي-الجزئي (1979 Leicester م) إذا تطلب الأمر ذلك.

و يرى البعض الآخر، انه علينا أن نتعدى مشكلة الغرفة السوداء و ننقل البحث إلى سلوك الفرد نفسه و علاقته بالإماجينيرينغ أي دراسة آلية التفكير و أدوات الفكر عنده (1994: Denzau etnord م)

د. علاقة الفكر بالإماجينيرينغ:

يعتقد هيربيرت سيمون أن العلوم الاقتصادية تتطور بنفس الطريقة التي تتطور بها آلية الفكر الإنساني، و عليه لا بد من إظهار أن فهم منبع الفكر و آلية تطوره عند الفرد لا تساعد فقط على فهم العلوم الاقتصادية و علم إدارة الأعمال بل يمكن أن توصلنا الى فهم الإماجينيرينغ و صيرورته¹⁴ (1979-1999 م: Rizzello).

ما يمكن استنتاجه أنه لا مجال لوجود عنصر الفكر و المعرفة في النموذج الاقتصادي للمدرسة الكلاسيكية الجديدة، فالحاجة إلى هذا المتغير حسبهم تكون فقط في النماذج التي تنطلق من أن المحيط الذي يعمل فيه

¹³ Ruttan, V. W. (1997), 'Induced innovation, evolutionary theory and path dependence: Sources of technical change', The Economic Journal, 107 (444), 1520–29.

¹⁴ Rizzello, S. (1999), the Economics of the Mind. Cheltenham, UK and Lyme, USA: Edward Elgar.

الاقتصادي هو محيط غير أكيد و إن ذلك يعني في نفس الوقت التخلي على أهم فرضية في نموذجهم ألا و هي فرضية السلوك الرشيد و العقلاني للأفراد (Potts:2000 م)، فالمعرفة منبعها الفكر الاستنباطي الخالص و السلوك الرشيد قوامه الفكر المنطقي و الاحتمالي القابل للقياس.

كما أن إدخال الفكر كموضوع في التحليل الاقتصادي لم يكن إلا حديثا حيث يرجع الفضل في ذلك لسيمون و هايك في أبحاثهما عن الرشادة و الإشباع الاقتصادي و عن الروح و المعرفة.

و عليه يمكن أن نسأل: هل من الضروري على الاقتصاديين فهم موضوع المعرفة؟ في الواقع لا يمكن فهم إشكالية لاختيارات choice making التي تطرحها النظرية الاقتصادية دون فهم مسبق لألية تكوين الفكر، باعتبار أن الفكر يحدد اختيارات الأفراد و طريقة تعاملهم مع البدائل المتاحة و إدراك الأفراد للواقع المعاش و كيف يتعاملون معه.

فالفرد لا يمكنه إدراك الواقع مباشرة إلا من خلال الصورة التي يعطيها الفكر لهذا الواقع (Von Krogh 2000 م) و بمعنى آخر إذا لم تكن هناك نظرية معرفية عن الإماجينييرينغ ستصبح دراسة السلوك دراسة مجردة عن القوى التي تؤدي إلى هذا السلوك.

و يرى بعض الاقتصاديون انه دون الفهم الدقيق للمعرفة و آليتها على مستوى الفرد لا نستطيع فهم التطور في الاقتصاد القائم على المعرفة و من ثم اقتراح سياسات اقتصادية غير مناسبة و ذلك لأن:

- نتاج الفكر هو خلق و تطبيق العلم، فإذا لم نفهم الفكر و آليته لا نفهم الدور الذي يلعبه هذا الأخير على مستوى الأنظمة و على مستوى الاقتصاد ككل (Nonaka:2000 م).

- الفكر حسب اتفاق الجميع له دور كبير في نجاح المقاول في منظمة الأعمال، لذلك اتجهت الأبحاث إلى دراسة روح المقاول أكثر من دراستها للمقولة في منظمة الاعمال (Mitchell: 2002 م).

- فهم آلية المعرفة، تعني فهم الإماجينييرينغ و من ثم فهم و تحديد القوى الاجتماعية و الاقتصادية التي تؤدي إلى التطور التكنولوجي (Gorman ; Carlson:1990 م).

كما أن هناك موضوع آخر مثير للاهتمام يتعلق بالجهة المنتجة للإماجينييرينغ، هل هي الشركات و ما تعج به من علماء و أخصائيين في مجال تطوير البحث و التكنولوجيا أو مخابر البحث المستقلة أو هم الأفراد بشكل

منعزل؟

تجيب الدراسات (Hamberg م: 1963) أن للشركات دور فعال في خلق ديناميكية تساعد على ظهور الاختراعات، إلا أن الدراسات تشير أيضا إلى أن الاختراعات الجذرية في الشركات الكبرى قد تبقى مدة طويلة لتتحول إلى ابتكار قدرها البعض بأكثر من عشرين سنة (Sarett و Townes, 1983)، أما المخابر فعادة ما يقتصر اختراعها على المستويات الدنيا فقط، كما يلاحظ أيضا أن وعاء براءات الاختراع أكثره مكون من الاختراعات البسيطة و العادية و قليل منها يتميز بالجذري، كما لوحظ أيضا أن الاختراعات المنعزلة للأفراد لها الحظ لأن تتحول إلى ابتكار أكثر من تلك التي تظهر في المخابر و منظمات الأعمال الكبرى.

الخاتمة:

إن الابتكار ليس حكرا على الخبراء أو الأذكاء، بل هو فن و علم يمكن تعلمه، والتدريب عليه، ومن ثم ممارسته بشكل تلقائي.

ونظرا لأن مصدر الابتكار هو فكرة تتطلب التطبيق في الواقع أو التقييد في سجل النظريات غير الفرضية فإنها كالفكرة التي قد تولد فكرة أو أفكارا أخرى، ومنه يمكن للابتكار أن يولد ابتكارا آخر، والفكرة مهما كانت مهمة جدا تموت إن لم تجد من يتمكن من تطبيقها في أرض الواقع، وعليه لا بد أن تتوفر لكل هذا البيئة المناسبة ألا و هي المقولة.

إن الارتباط المتبادل بين كل من الاختراع، الابتكار و روح المقاوله قد يرجع في أكثره إلى التشابه الموجود بين العناصر الثلاثة هذه، خاصة إذا نظرنا إلى صيرورتها على مستوى الفرد، و بالتالي أصبح لزاما علينا اليوم كجامعيين أن نبحث في عناصر الإماجينييرينغ هذه كتوليفة واحدة يمكن أن تكون مركز قوة لجعل المؤسسة الاقتصادية أكثر تنافسية.

المراجع :

1. باللغة العربية:
 - شاكور عبد الحميد، علم نفس الابداع، دار غريب للنشر و التوزيع، مصر، 1995.
 - محمد عبد الفتاح الصريفي، الإدارة الرائدة، دار الصفاء، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2003.

- سورة البقرة، الآية 118.
- مدحت أبو النصر، تنمية القدرات الابتكارية لدى الفرد و المؤسسة، مجموعة النيل العربية، مصر، 2004.
- شارل مارجيريسون ، القيادة بالفريق، ترجمة سرور، دار المريخ للنشر، الرياض، السعودية، 2005.
- نجم عبود، إدارة الابتكار(المفاهيم و الخصائص و التجارب الحديثة)، دار وائل للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2003.
- محمد ابراهيم عبيدات، سلوك المستهلك(مدخل استراتيجي)، دار وائل للنشر، الطبعة الثانية، عمان، الأردن، 2002.

2. باللغات الأجنبية:

- Christian Bruyat , création d'entreprise, contribution Epstémologiques et modélisation", thèse de doctorat (France : université Pierre Mendés ex-Grenoble II ,1993).
- Ames, E. (1961), 'Research, invention, development and innovation', The American Economic Review, 370-81.
- Barreto, H. (1989), The Entrepreneur in Microeconomic Theory: disappearance and explanation. London: Routledge.
- Schmookler, J. (1966), Invention and Economic Growth. Cambridge: Harvard University Press.
- Ruttan, V. W. (1997), 'Induced innovation, evolutionary theory and path dependence: Sources of technical change', The Economic Journal, 107 (444).
- Rizzello, S. (1999), the Economics of the Mind. Cheltenham, UK and Lyme, USA: Edward Elgar

3. الأنترنت:

- <http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=342349>