

المحاضرة الأولى: مدخل مفاهيمي للمقاولاتية

تمهيد

تعتبر المقاولاتية من أهم الحلول المقترحة للهبوط بالاقتصاديات على اختلافها واختلاف مستوى تقدمها، حيث احتل موضوع المقاولاتية Entrepreneurship حيزاً كبيراً من اهتمام الحكومات والعديد من الدول، خاصةً مع تزايد المكانة التي تحتلها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في اقتصاديات هذه الدول والدور الذي تلعبه في مختلف برامج التنمية.

1. نشأة وتطور المقاولاتية

لقد كان الاهتمام في البداية منصباً على المؤسسات والمشاريع الكبيرة، وذلك منذ منتصف القرن 18 وحتى نهاية القرن 19، نظراً للاعتقاد بمتالية المؤسسة الكبيرة لعدة أسباب:¹

- الاستفادة من مزايا الحجم: "كلما زاد حجم الإنتاج كلما انخفضت تكلفة الوحدة الواحدة": فمثلاً لو كانت تكلفة الآلات تقدر بـ 1000000 دج شهرياً، وكانت المؤسسة تنتج 10000 وحدة شهرياً (كراسي مثلاً)، تكون تكلفة الوحدة الواحدة (الكرسي) 100 دج، بينما إذا ضاعفت الإنتاج إلى 20000 وحدة تصبح تكلفة الكرسي 50 دج أي تقل تكلفة الوحدة؛
- الأقدمية Experience: "كلما كانت المؤسسة أقدم في السوق كلما زادت خبرتها في الإنتاج والتسيير": هذا ما يمكنها من تقليل الأخطاء، زيادة الكفاءة، وتحسين الإنتاجية، فمثلاً مؤسسة تأسست منذ 30 سنة في صناعة الأسمنت، تعرف جيداً كيف تواجه الأزمات مثل نقص المواد الأولية أو مشاكل في النقل، بينما مؤسسة جديدة تفتقر للخبرة.
- المهارة Skill: حيث كلما كبرت المؤسسة كلما اكتسبت سمعة جيدة بمرور الوقت، وهو ما يؤهلها لجذب أفضل الكفاءات البشرية وتدريبها أكثر، مما يعمل على رفع جودة المنتجات ويصبح الابتكار لديها سهلاً. فمثلاً شركة سوناطراك تتمكن من جذب أفضل المهندسين ذوي الخبرة العالية في المحروقات بفضل سمعتها ومكانتها.
- التركيز على مشروع واحد كبير Focus Strategy: أي أنّ من الأفضل التركيز على مشروع واحد كبير ومرحب بدل تشتت الموارد في عدة مشاريع صغيرة، بهدف الاستفادة من الخبرة، تحسين الجودة، والسيطرة على السوق، فمثلاً شركة كوكا كولا ركزت على صناعة المشروبات الغازية بشكل أساسي بدلاً من أن تفتح عدة مشاريع (مواد غذائية، ألبيس...) .

لكن بعض العوامل والظروف كالازمات الاقتصادية، الثورة الصناعية، والسياسات المالية غيرت مثالية هذه المؤسسات ووجهت الأنظار نحو المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والمقاولاتية، حيث يمكن توضيح ذلك مواليا:²

- **الازمات الاقتصادية:** حيث أدى انخفاض الطلب على بعض المنتجات إلى إفلاس المؤسسات الكبيرة وتسریح آلاف العاملين، كما انتشرت طريقة الإنتاج على دفعات أين أصبح من الممكن إنتاج كميات صغيرة بما يتواافق وأذواق المستهلكين؛

- **الثورة الصناعية:** حيث بظهور التكنولوجيا ازداد تقادم بعض المنتجات الاستهلاكية بسرعة، وبالتالي التقادم السريع للمصانع التي تنتج هذه السلع، والتوجه نحو إقامة وحدات إنتاجية أصغر بتكلفة استثمارية أقل، كذلك التوسيع في استخدام التقنيات الحديثة وإمكانية تطبيقها في المؤسسات الصغيرة مما رفع من الكفاءة الإنتاجية مقارنة بالمصانع الكبرى التي لم تستحدث مثل هذه الأساليب؛

- **سياسات التحرير المالي والنقدية:** نمت أسواق رأي المال بسرعة مما ساعد المؤسسات على الحصول على مصادر تمويلية جديدة، كما ساعدت على نشأة اللامركزية في التسيير وانسحاب الدول من العديد من الأنشطة الاقتصادية.

كل هذه العوامل ساهمت في توجيه الأنظار نحو المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وأهميتها وبالتالي بروز مفهوم المقاولاتية.

2. الاتجاهات المفسرة للمقاولاتية

تطورت المقاولاتية وفقاً لثلاثة اتجاهات رئيسية كما يلي:³

1.2. الاتجاه الوظيفي "درس المقاولاتية من الجانب الاقتصادي"

تمت دراسة المقاولاتية لفترة من الزمن انطلاقاً من العلوم الاقتصادية والاجتماعية التي قامت بالتركيز على نتائج المقاولاتية في محاولة منها للإجابة على سؤالين:

- ما هو تأثير الأنشطة المقاولاتية على الاقتصاد؟
- ما هي الظروف الاقتصادية والاجتماعية والثقافية المشجعة على المقاولاتية؟

وقد بُرِزَت العديد من المحاولات والدراسات لتعريف المقاول، حيث تم استخدام كلمة مقاول لأول مرة سنة 1616 من طرف Montchrétien للدلالة على الشخص الذي يوقع عقداً مع السلطات العمومية لضمان إنجاز عمل ما أو مجموعة أعمال مختلفة، ثم بدأ المصطلح يتسع ليصبح أكثر شمولاً ليعني الشخص الذي يباشر في عمل ما أو الشخص النشيط الذي يقوم بإنجاز العديد من الأعمال.

ورغم وجود العديد من الدراسات التي تناولت موضوع المقاول، إلا أنَّ أبحاث أب المقاولاتية J.A. Schumpeter سنة 1935 هي من جعلت من المقاول عنصراً محورياً في التطور الاقتصادي، حيث يعد أول من تفطن لأهمية عامل

التغيير من خلال الاستعمال المختلف للموارد والامكانيات المتاحة للمؤسسة وضرورة العمل على اكتشاف الفرص الجديدة وإدخال تنظيمات جديدة.



Joseph Alois Schumpeter

2. المقاربة السلوكية "اتجاه خصائص الأفراد"

ركزت هذه المقاربة على الخصائص النفسية والشخصية للمقاول باعتبارها وسيلة يمكن من خلالها فهم النشاط المقاولاتي، حيث سعى هذا الاتجاه للإجابة على تساؤلات مثل:

- من هو المقاول؟
- ما الذي يميّزه عن الآخرين؟
- لما يصبح مقاولاً؟ ولماذا يقوم بإنشاء مؤسسته الخاصة؟

وفي ظل هذا الاتجاه قام David McClelland من خلال أعماله سنة 1961 بمحاولة فهم نظام القيم والمحفزات للمقاول، حيث استخرج بعدين أساسين يحددان سلوك المقاول وهم الحاجة للإنجاز، وال الحاجة للسلطة، فالأولى تدفعه إلى أن يكون مسؤولاً عن حل مشاكله وثباته على الأهداف المشكلة حتى تنمو، والثانية وهي الحاجة للسلطة أين يكون للفرد إرادة واضحة لشغل مكان مسيطر داخل النظام.

تعرض هذا الاتجاه للعديد من الانتقادات نهاية الثمانينيات كونه غير قادر على تقديم شرح شامل للظاهرة، فمن الصعب التعبير عن ظاهرة بهذا التعقيد بالاعتماد فقط على بعض الخصائص النفسية أو الشخصية.

3.2. المقاربة العملياتية "حسب سير النشاط المقاولاتي"

جاء هذا الاتجاه كضرورة حتمية لشرح وتوضيح ما يحدث فعلاً في المقاولاتية، وقد ظهرت العديد من الدراسات التي وجهت الأنظار نحو سير النشاط المقاولاتي وما يتضمنه من وظائف ونشاطات وأفعال تتعلق بإدراك الفرص وإنشاء المؤسسة التي تلحق بها. هذا المفهوم يتناول تصورين؛ الأول يتعلق بالظهور التنظيمي (إنشاء مؤسسة)، والثاني يتعلق بالفرص المقاولاتية (فرصة الأعمال)، حيث هناك عدة تصورات للمقاولاتية يجري توضيحها في المحاضرة الرابعة.

3. مفهوم المقاولاتية

كلمة المقاولاتية هي كلمة ذات أصل إنجليزي Entrepreneurship تم استقاها من الكلمة الفرنسية Entrepreneur وقد تُرجمت من قبل الكنديين إلى اللغة الفرنسية Entrepreneuriat. ويمكن ملاحظة عدم وجود تعريف موحد للمقاولاتية نظراً لعدد الاتجاهات المفسرة لها وصور تجسيدها، لذا يمكن تقديم نبذة عن بعض التعريفات المدرجة كما يلي:

- هي مجموعة الأنشطة والمساعي التي تهدف إلى خلق وتطوير المؤسسة، وبشكل أكثر عمومية خلق نشاط معين؛ ركز التعريف على الجهد الذي يبذلها المقاول لإنشاء مؤسسة جديدة أو نشاط جديد ومختلف عن الأنشطة الحالية.
- هي حركية إنشاء واستغلال فرص الأعمال من طرف فرد أو عدة أفراد، وذلك عن طريق إنشاء منظمات جديدة من أجل خلق القيمة؛ **التعريف الثاني سلط الضوء على اكتشاف فرصة أو إنشائها واستغلالها من طرف المقاول والتي تنتهي بإنشاء مؤسسة كذلك.**
- هي عملية خلق شيء جديد ذي قيمة من خلال تكريس الوقت والجهد اللازمين، مع مراعاة المخاطر المالية والنفسية والاجتماعية المرفقة من أجل تحقيق الدافع الاقتصادي والاجتماعي؛ **هذا التعريف أضاف عنصر مهم جداً وهو المخاطر التي يتحملها المقاول مقابل الإبداع الجديد الذي جاء به، والذي يشكل هو أيضاً فرصة يبتكرها المقاول.**
- هي فرصة الحالات أو أوضاع سوقية أو منتجات أو خدمات جديدة، أو إدخال طرق جديدة في التنظيم. تسمح هذه العملية عن طريق المقاول القادر على اكتشاف موارد غير مثبتة وينظمها لكي يبيعها في شكل سلع وخدمات؛ **ركز التعريف على استغلال فرصة لم تستغل أو سوق جديد أو منتج أو خدمة جديدة مبدعة عن طريق ابتكار شيء جديد من مورد موجود أو لم يتم الانتباه له.**

مما سبق يمكن ملاحظة أن المقاولاتية عملية مبدعة وابتكارية، يقوم من خلالها الفرد أو مجموعة من الأفراد "المقاول" باكتشاف أو استغلال فرصة جديدة، وتحويل فكرة أو مورد متاح إلى مشروع اقتصادي أو اجتماعي منظم، عبر تعبئة الموارد (المالية، البشرية، والتكنولوجية)، وتحمل المخاطر من أجل تحقيق قيمة، سواءً كانت هذه القيمة على شكل رجع مالي أو ابتكار أو مساهمة اجتماعية.

ملاحظة: في المؤتمر الدولي الأول لريادة الأعمال الذي تم عقده في مدينة الرياض سنة 2009، اتفق العديد من المراكز والجمعيات والمنظمات في العالم العربي على ترجمة الكلمة الإنجليزية (فرنسية الأصل) Entrepreneurship بمعنى رياضة الأعمال لجسم الجدل حول الترجمة العامة لهذين المصطلحين. أما في الجزائر، فإن الترجمة الاصطلاحية لكلمة L'entrepreneur هي المقاولاتية والمقاول، في حين فضلت بقية الدول العربية وخاصة الخليجية ودول الشروط الأوسط الاعتماد على مصطلحي الريادة والريادي.

4. خصائص المقاولاتية

تتميز المقاولاتية بعدة خصائص يمكن إيجاز أهمها فيما يلي:

- هي عملية إنشاء مؤسسة غير نمطية تتميز بالإبداع سواءً من خلال تقديم منتج جديد أو طريقة جديدة في عرض المنتج أو الخدمة أو طريقة جديدة في التسويق أو التوزيع؛

- ارتفاع نسبة المخاطرة لأنّها تقدم الجديد، وما يرافقها من عوائد مرتفعة في حالة نفاذ المنتج أو الخدمة الجديدة في السوق؛
- تحقيق أرباح احتكارية ناتجة عن حقوق الابتكار، والتي تهر في المنتج أو الخدمة المعروضة في السوق مقارنة بالمؤسسات النمطية التي تقدم منتجات وخدمات؛
- هي المحور الإنتاجي للسلع والخدمات التي تعود للقرارات الفردية الهدافة للربح؛
- الاستخدام الأمثل للموارد المتاحة بهدف تطبيق الأفكار الجديدة في المنظمات والتي يتم التخطيط لها بكفاءة.

5. أهمية المقاولاتية

تبّرز أهمية المقاولاتية من كونها تعزز القدرة على إيجاد وخلق سلوك إداري يهدف إلى استثمار الفرص لتحقيق النتائج، فهي تتطلب وجود أشخاص ممّيّزين ومبادرين ومخترعين لديهم القدرة على رؤية الفرص وتقديرها.

- تحقيق الإبداع: من أهم أسباب نجاح المشروع، فهو يكسبه التميّز ويُمده طريق النجاح، ويقوم الإبداع على الابتكار وخلق الأفكار الجديدة والتغيير؛
- المشاريع الجديدة: تساهم في تنمية وتطوير الاقتصاد المحلي من خلال المكاسب المباشرة التي يحققها صاحب المشروع وغير المباشرة التي يكتسبها الاقتصاد المحلي؛
- توفير مناصب العمل: حيث تساهم المقاولاتية في توفير مناصب العمل وتأمين مصادر الرزق، وتقليل العبء على الأفراد الباحثين عن العمل.⁴.

من جهة أخرى، يمكن ملاحظة أن للمقاولاتية أهمية كبيرة من الناحية الاقتصادية والاجتماعية حيث يمكن توضيح ذلك موالياً (أدوار المقاولاتية):⁵

1. على المستوى الاقتصادي: تظهر أهميتها من خلال الجوانب التالية:
 - إعادة هيكلة وتحديد النسق الاقتصادي عبر خلق مؤسسات جديدة اعتماداً على أفكار إبداعية بما يستجيب واحتياجات السوق، وعادة ما تأخذ هذه المؤسسات شكل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة. هذه الأخيرة أصبحت في العقود الأخيرة تقود الاقتصاديات المتقدمة؛
 - المحافظة على استمرارية المنافسة في الأسواق بفضل الإبداع والابتكار مما يساعد على كسر النمط الاحتكاري الذي تمارسه المؤسسات الكبيرة؛
 - المساعدة في نمو الاقتصاد، إذ أصبحت المقاولاتية تلعب دوراً مهماً في تقديم الاقتصاديات وتحقيق نسب نمو مهمة بسبب مرونتها وقابليتها على الاستجابة للتغيرات السريعة في الاقتصاد.
2. على المستوى الاجتماعي: تظهر الأهمية الاجتماعية للمقاولاتية كما يلي:

- المساهمة في تحسين المستوى المعيشي للأفراد، وذلك من خلال خلق فرص عمل وتقليل البطالة مما يؤدي لزيادة متوسطة الدخل الفردي؛
- المساهمة في تحقيق العدالة الاجتماعية وإعادة توزيع الثروة بين أفراد المجتمع من خلال انتشارها الجغرافي الذي يتتيح لها ولوج هذه مجالات وأنشطة؛
- الحد من هدرة السكان من الريف إلى المدن والتي تعد فرضاً متعددة للأفراد للحصول على فرص عمل دون الحاجة للتنقل إلى المدن أين تتوارد المؤسسات الكبيرة التي يعصب التوظيف بها، ولهذا تعتبر المقاولاتية عنصر ثبات للسكان يحكم قدرتها على التواجد في هيئات وأماكن مختلفة؛
- المساهمة في ترقية المرأة باعتبار المقاولاتية من أهم السبل التي تمكن المرأة من إظهار إمكانياتها في مجال الأعمال والريادة وفتح آفاق مهنية تتعدى بساطة الأعمال المنزليّة، وهو ما يدعم دورها في الاقتصاد الوطني.

6. المقاولاتية وروح الإبداع والابتكار

يقول Schumpeter "يجب على المقاولين البحث عن مصادر الإبداع وعن المؤشرات التي تدل على الابتكارات التي يمكنها النجاح، ويجب عليهم أيضاً الاطلاع على المبادئ التي تسمح لهذه الابتكارات بالنجاح وتطبيقاتها".⁶ تؤكد هذه المقوله على أنّ الإبداع والابتكار عامل جوهري ومهم لتحقيق المقاولاتية وبعد أساسي من أبعادها، فقد أظهرت الدراسات الاقتصادية أنّ عملية الإبداع والابتكار هي عملية استراتيجية مهمة للاقتصاد كونها تحرك النشاط الاقتصادي وتنحنه نفسها قوياً، فرواد الأعمال الصغيرة والمتوسطة هم من يبتكرون في المنتجات والخدمات ويساهموا في إيجاد فرص عمل جديدة وعدد كبير من الأعمال، وعليه أصبحت معظم الاقتصاديات تمنح الفرص لتشجيع رواد الأعمال نحو ابتكار منتجات وخدمات تدفع باقتصادها نحو النمو، وتعتبر عملية الإبداع والابتكار المحرك الأساسي للنشاط المقاولاتي.

1.6. تعريف الإبداع Creativity

الإبداع هو عملية ذهنية تهدف إلى خلق أعمال أو أشياء جديدة لم تكن موجودة من قبل وغير مألوفة، وهو المبادرة التي يبديها الفرد بقدراته على الخروج عن المألوف والروتين.⁷ وفي تعريف آخر، الإبداع هو عملية الرقي بالعمليات العقلية للوصول إلى نتائج مغایرة عما وجده الغير، وينتج الإبداع عند مزج القدرات مع الاستعدادات والخصائص الشخصية في بيئة مناسبة، يأتي الإبداع عند التفكير بطرق غير تقليدية Unconventional، أو من خلال التفكير خارج الصندوق Thinking Outside The Box.⁸

2.6. تعريف الابتكار Innovation

عرف شومبيتر الابتكار بأنه "الحصيلة الناتجة عن خلق طريقة أو نظام جديد في الإنتاج يؤدي إلى التغيير في مكونات المنتج وكيفية تصميمه"، وعرفه Verloop بأنه "جلب فكرة وجمة تُطبق بنجاح في السوق"، أما نجم عبود

Drucker فأشار إليه بأنه "التوصل إلى ما هو جديد بصيغة التطور المنظم والتطبيق العملي لفكرة جديدة"⁹، ويعرفه بأنه التخلّي المنظم عن القديم، وفي المقابل الإدخال المنظم للجديد مع التأكيد على الاستمرارية في العمل، وهذا يعني أنّ الابتكار يتعلّق بالإتيان بشيء جديد سواءً كان منتج، خدمة، مورد، أو طريقة جديدة. وبالتالي، فالابتكار مبني على فكرة أصيلة ومبدعة، لكنه لا يتوقف عند هذه الفكرة بل يمتد إلى التطبيق الفعلى لهذه الفكرة.

3.6. الفرق بين الإبداع والابتكار

أشار Amabile بخصوص العلاقة بين الابداع والابتكار "كل ابتكار يبدأ بأفكار مبدعة، الإبداع عن طريق الأفراد والفرق، والذي هو نقطة بداية الابتكار، فال الأول ضروري ولكنه شرط غير كافي"¹⁰. وهذا يعني أنّ الإبداع يشكل المادة الخام لإنتاج الابتكارات التي تعني التطبيق الفعلي للإبداع والأفكار المبدعة. من هنا يتضح لنا أنّ الإبداع يتعلق بالقدرات الذهنية التي تتيح للفرد التفكير بطرق مختلفة ناتجة عن امتزاج الخبرات، المهارات، والخيال معاً حيث يمكن توضيح ذلك في الشكل الموالي:¹¹

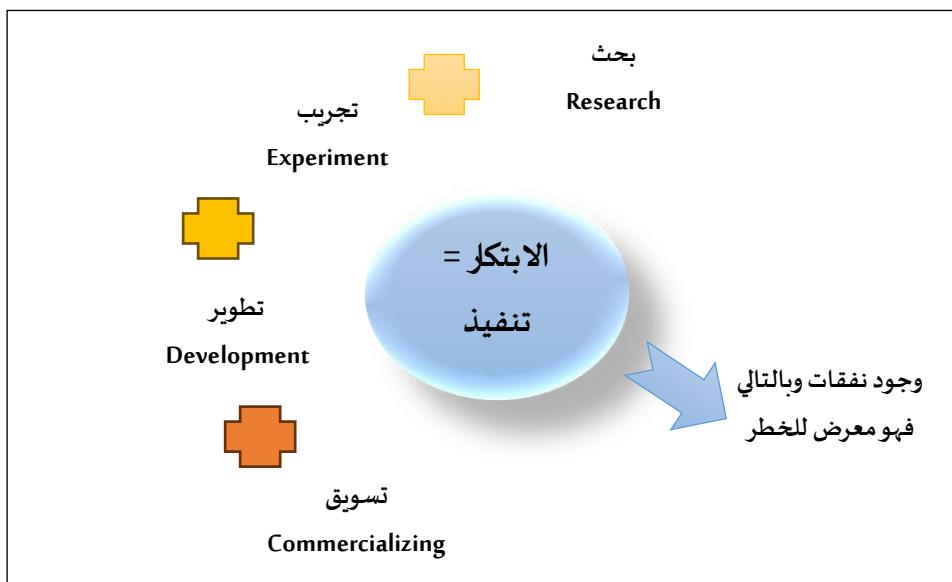
الشكل 1: مكونات الإبداع



يظهر من الشكل أنّ الإبداع ينبع عن امتزاج المعرفة، المهارة، والخيال مما يسمح بإنتاج الأفكار الأصيلة والإبداعية، أي أنّ الإبداع هو عملية تفكير وإنتاج للأفكار الجديدة، وبالتالي لا يتعلّق الأمر هنا بالتنفيذ والتطبيق أي أنّ المقاول هنا لا يتحمل نفقات مالية ولا يتحمل مخاطر.

أما الابتكار، فيتعلق بتطبيق الأفكار الإبداعية وتنفيذها على أرض الواقع، وبالتالي ينبع عن الابتكار نفقات مالية يتحملها المقاول مما يجعله يتحمل مخاطر، حيث يتضمن العديد من الأنشطة مثل البحث، التجربة، التطوير، والتسويق مما ينبع عنه نفقات ومخاطر يتحملها المقاول، ويمكن توضيح مراحل الابتكار من خلال الشكل التالي:¹²

الشكل 2: مراحل الابتكار



يوضح الشكل أنَّ الابتكار يتحقق بعد المرور بـ 4 مراحل تحتاج لتوفير التمويل الكافي لإجراء بحث عن الفكرة الجديدة ومدى إمكانية تطبيقها، ثم التجربة الذي يسعى من خلاله المقاول للتحقق من مدى نجاح فكرته وقبلها من طرف الجهات المستهدفة (الزيائن)، وبناءً على ذلك تتضح جوانب التحسين والتطوير التي يعمل على تطويرها والتي تتطلب هي الأخرى استثمارات مالية، وأخيراً التسويق. من هنا، يتتأكد لنا أنَّ الابتكار يتعلق بالتنفيذ على خلاف الإبداع، ولهذا تترتب عليه مجموعة من النفقات المالية التي يجعل المقاول يتحمل مخاطر، وهي واحدة من أبرز سمات المقاول والمقاولاتية.

4.6. أهمية الإبداع والابتكار في المقاولاتية

يتمتع كل من الإبداع والابتكار بأهمية كبيرة وسط المؤسسات، فهو المحرك لها. فمن خلال تبني المقاولة لهذا النهج سوف تتمكن من رفع أداءها، وبالتالي تكمن أهمية الإبداع والابتكار بالنسبة للمقاولة فيما يلي:

- تطوير وتنمية قدرات الأفراد داخل المقاولة والتأثير على سلوكياتهم وتوجهاتهم؛
- يساعد المقاول على تجاوز المعوقات الشخصية التي تحول دون قدرته على التعبير عن إمكانياته الإبداعية والابتكارية؛
- يساعد المقاولين على إعادة تحديد أهدافهم وتصوراتهم عن العمل وبالتالي قدرتهم على الظهور بصورة إبداعية متجددة ومستمرة؛

- يحول الابتكار والإبداع الأفكار إلى منتجات أو خدمات جديدة، ما يحقق ويدفع بالمقاؤلة للحصول على مراكز متقدمة ومتميزة.

وقد صنف شومبيتر الابتكار إلى خمسة أصناف هي:¹³

- إنتاج منتجات جديدة استجابة لطلبات مستقبلية؛
- الكشف عن طرائق جديدة في الإنتاج لم تكن معروفة من قبل تُسهم في تخفيض التكاليف؛
- إيجاد منفذ جديد لتصريف المنتجات؛
- اكتشاف مصدر جديد للموارد الأولية؛
- إيجاد تنظيم جديد (إنشاء مؤسسة).

من خلال التصنيف الذي قدمه شومبيتر يتضح أنّ الإبداع والابتكار عنصر مهم وجوهري في نجاح المقاولاتية، والذي يقدم طرقاً وآليات مختلفة للمبادرة والمخاطرة وتجسيد هذه الأفكار، وهذا يعني أنّ جوهر المقاولاتية يكمن في إيجاد فكرة مبدعة (ابداع) من خلال التفكير بطريقة مختلفة عن العادة وخارج الصندوق لإيجاد طريقة جديدة، منتج أو خدمة جديدة، مورد جديد لم يتمكن بعد، مؤسسة جديدة ومن ثم تجسيدها (ابتكار)، هذه الابتكارات تستند بشكل كبير على خصائص وقدرات المقاول. في العنصر المعايير المثلة عن الإبداع والابتكار في مختلف المجالات.

5.6. أمثلة عن الإبداع والابتكار

Royal Enfield: ابتكر فلاح هندي وسيلة حراثة مبدعة وفعالة عبر تعديل دراجة نارية قديمة من نوع Royal Enfield - Bullet لعمل كمحراث زراعي. جاء الابتكار استجابة لمشكلة حقيقية وهي نقص الماشية وارتفاع تكاليف المعدات الزراعية، حيث اعتمد القلاح موارد متاحة محلياً بطريقة مختلفة ودون الحاجة إلى دعم مالي خارجي، وقد حقق المشروع نجاحاً كبيراً في القرى الهندية الفقيرة وألهم المزارعين الآخرين لتطوير أدواتهم، يمثل هذا الابتكار نموذجاً لابتكار البسيط الذي يحل مشكلات بسيطة حقيقية بتكليف منخفضة¹⁴.

Shopify - كندا: بدأت فكرة Shopify كمشروع صغير لحل مشكلة واجهها مؤسسوها في إنشاء متجر إلكتروني خاص بهم، حيث ابتكرت منصة رقمية سهلة الاستخدام تسمح لأي شخص بناء متجر إلكتروني دون خبرة تقنية، أدخلت Shopify مفهوم التمكين الرقمي للمقاول الفرد، مما فتح الباب لآلاف المشاريع الصغيرة عالمياً، جمعت المنصة بين البساطة، الأمان، والدعم المستمر للمستخدمين. يعد المشروع نموذجاً لابتكار في تسهيل الوصول إلى السوق الرقمية¹⁵.

كما يمكن تقديم بعض الأمثلة الإبداعية في استخدام اللغة العربية كما يلي:¹⁶

- شركة ترجمة الإماراتية: استغلت نور حسين سنة 2008 في الإمارات الطلب المتزايد على إيجاد ترجمة دقيقة لمختلف اللغات، مليبة بذلك رغبة العملاء للحصول على منتجات تحتوي وصف بلغتهم الأم، فقدمت شركة

كابتكار Tatjama يجسد توظيف اللغة العربية في جميع المنتجات حرصاً على تضمين جميع اللغات في الوطن العربي والشرق الأوسط، مما يزيد من جهود التوطين وسرعة التفاعل مع المستهلكين.

- شركة المهدد الأردنية: جاءت شركة Alhodhud من تأسيس محمد وشيماء البيشتوبي سنة 2011 لتعليم اللغة العربية للأطفال بطريقة سهلة ومبعدة لتحسين النطق، الاستماع، القراءة، وهذا عبر إطلاق تطبيقات يمكن الوصول إليها من الهواتف الذكية، كما تصمم برامج للمدارس ومراكم التدريب مع مجموعة قوية من الألعاب التفاعلية، لتسهيل التعامل اليومي مع اللغة الأم، كما توجه للمعلمين باللغة العربية وتقترح طرقاً مميزة لتعليم اللغة للأطفال.

- شركة ترجملي المغربية: سنة 2015 و كنتيجة لوجود بعض المؤلفات الأجنبية المترجمة بطريقة غير صحيحة للغة العربية، استغل نادر الخميسي وفيصل الفرطاح هذه الفجوة في تقديم إبداعهم من خلال شركة Tarjemy التي تهتم بنقل المحتوى الأجنبي بلغة عربية صحيحة تماماً وبنفس الرسائل الأصلية بما يتلاءم والجمهور المستهدف، ومنذ 2020 أصبحت ترجملي مرادفاً لرضا العملاء لتقديم خدمات الترجمة في العديد من المؤسسات التعليمية الحكومية والخاصة، هادفة بذلك لإثراء المحتوى العربي بما يتلاءم مع المبوية.

- شركة لسان: أُسست نور السعدي في الإمارات سنة 2022 شركة لسان، مقدمة أحدث تقنيات التدقيق اللغوي والنحوى للكتاب باللغة العربية، مما يحسن كثيراً من الإنتاجية، ويقلل من تلك الأخطاء، بالإضافة للمساعدة في إنشاء محتوى استثنائي صحيح وبسيط في آن واحد، يقدم التطبيق كذلك مهارات لزيادة مهارات القراءة، الاستماع، والنطق.

¹ غنام، نعيمة. (د.ت). محاضرات في مقياس المقاولاتية موجهة لطلبة الماستر بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسويق، جامعة العربي بن مهديي أم البواني.

² المرجع السابق.

³ بن الحبيب، محسن. محاضرات في مقياس المقاولاتية، جامعة ورقلة.

⁴ زيتوني، هوارية. (2022). مطبوعة بيادغوجية في مادة المقاولاتية موجهة لطلبة الأولى ماستر تخصص اقتصاديات العمل. كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسويق، جامعة ابن خلدون تيارت.

⁵ المرجع السابق.

⁶ العقاد، كمال. (2023). دروس عبر الخط في مقياس المقاولاتية موجهة لطلبة السنة الأولى ماستر تسويق عمومي بجامعة التكوين المتواصل.

⁷ زيتوني، مرجع سبق ذكره.

⁸ غنام، مرجع سبق ذكره.

⁹ شريف، مراد؛ وشناوي، أمال. (2016). الابداع والابتكار مدخل لتعزيز الفكر المقاولاتي دراسة استكشافية للمشاريع المقاولاتية المقترنة لوكالة دعم وتشغيل الشباب (ansez) لولاية المسيلة. مجلة دراسات اقتصادية، 10(2)، 236-226.

¹⁰ المرجع السابق، ص. 228.

¹¹ غنام، مرجع سبق ذكره.

¹² المرجع السابق.

¹³ غنام، مرجع سبق ذكره.

¹⁴ Yadav, Vanita ; Goyal, Preeti .(2015). User Innovation and Entrepreneurship : Case Studies from India. Jurnal of Innovation and Entrepreneurship, 4 (5), Doi : 10.1186/s13731-015-0018-4.

¹⁵ The Spencer Law Firm, 25th June, Consulted on October 8th 2025, at 19 :58, <https://www.spencer-law.com/post/5-technology-startup-case-studies>.

¹⁶ عربية. INC. في يوم اللغة العربية شركات ناشئة جمعت التكنولوجيا والأصلية، مشاريع تبنت فكرة دعم اللغة العربية، فأبدعها بأساليبها التي تنوّع في أفكارها وجمهورها المستهدف، ملائمة بكل شريحة واسعة. <https://www.incarabia.com>، تم الاطلاع بتاريخ 13 أكتوبر 2025 على الساعة 7:00.