

الموضوع (٢): توليد الأفكار

ما هي فكرة المؤسسة؟

تتمثل فكرة المؤسسة باستجابة شخصٍ أو أشخاص أو منظمة ما، لحلّ مشكلةٍ تمّ تحديدها، أو لتلبية حاجات تمّ إدراكها في البيئة (الأسواق، والمجتمع المحلي، وغير ذلك)

تشكّل الفكرة الجيدة الخطوة الأولى في تحويل رغبة الريادي وإبداعه إلى فرصة مؤسسة أعمال.

لماذا يجدر بك توليد الأفكار للمؤسسات؟

١ - لأنك تحتاج إلى فكرة

ومن الأفضل أن تكون فكرة جيدة للمؤسسة. فكما سبق وذكرنا من خلال عرض أسباب هذا الموضوع، تعد الفكرة الجيدة للمؤسسة أساساً لانطلاقة ناجحة للمؤسسة، وللحفاظ على تنافسيّتها في مرحلة لاحقة.

٢ - لتلبية حاجات السوق

تتألف الأسواق أساساً من زبائن لديهم حاجات ورغبات تجدر تلبيتها. وهنا يمكن أن تصبح المؤسسة ناجحة في حال إتاحة سلع أو خدمات جديدة أو الوصول إلى فئة جديدة من العملاء/الزبائن، أو إيجاد قناة جديدة للوصول إليهم بشكل أفضل. أما المؤسسات الجديدة التي تنقل الأفكار عن سواها فقد لا تكون ناجحة بسبب المنافسة.

٣ - لمواكبة تغيّر الأنماط السائدة والمتطلّبات

يمنح الرياديون فرصة لتلبية الطلب بأفكار ومنتجات وخدمات جديدة.

لماذا يجدر بك توليد الأفكار للمؤسسات؟

٤ - للبقاء في الطليعة بما يتعلق بالمنافسة

تذكر أنه في حال عدم استحداثك لأفكارٍ ومنتجات وخدمات جديدة، سيعمد منافسٌ آخرٌ إلى ذلك. ويمكن التحدي في أن تكون مختلفاً عن الآخرين، أو أفضل منهم.

٥ - لاستغلال التكنولوجيا للقيام بأعمال أفضل

باتت التكنولوجيا أداة تنافسية أساسية في أسواق اليوم في وجه نسبة تغييرٍ تُجبر الكثير من الشركات على التجديد. ويكثر في العالم تواجد الشركات التي تعمل في صناعات الأجهزة المنزلية والإلكترونية التي تستحدث عشرات المنتجات الجديدة شهرياً. لذلك، فإن توليد أفكار المؤسسات جوهريٌ بالنسبة لهذه الشركات، وللكثير من غيرها في الأسواق الشاملة اليوم.

لماذا يجدر بك توليد الأفكار للمؤسسات؟

٦- بسبب دورة حياة المنتج المحدودة Product life cycle

إن حياة كافة المنتجات محدودة. وحسب دورة حياة المنتج، فإنّ المنتجات الجديدة تصبح بائدة (Obsolete) في نهاية المطاف، أو من طراز قديم (Outmoded). وبالتالي، تبرز الحاجة للتخطيط لمنتجات جديدة ولنموها. ويعتمد ازدهار الشركة ونموها، على مقدرتها على إدخال منتجات جديدة وإدارة نموها.

٧- لتوزيع المخاطر وتقليل إمكانية الفشل

يقترن مفهوم دورة حياة المنتج بحقيقة أن (٨٠٪) من المنتجات الجديدة تفشل. لذلك، يترتب على الشركات أن تحاول توزيع المخاطر، وأن تتيح إمكانية الفشل الذي قد يحدث من وقت لآخر، عن طريق توليد أفكار جديدة بشكلٍ مستمرٍ.

لماذا يجدر بك توليد الأفكار للمؤسسات؟

٨- مساعدة فئات معينة من الأفراد

قد تساعد الأفكار الريادية فئات معينة من الأفراد كالمسنين والمحرومين والأشخاص ذوي الإعاقة والفقراء والشباب. مثلاً، بروز مجالات سياحية جديدة، وإتاحة السياحة أمام المسافرين المسنين وذوي الإعاقة، والسياحة البيئية للراغبين في حماية البيئة.

٩- الاستجابة للتهديدات الطبيعية وشح الموارد الطبيعية

قد تخسر مؤسسات ومجتمعات برمتها مقومات الحياة الطبيعية والاقتصادية، وتعاني من الدمار نتيجة التهديدات الطبيعية، وشح المياه وحطب الوقود، والأراضي الصالحة للزراعة، إلى جانب التلوث والآفات وموجات الجفاف. وفي هذا الإطار، تساعد الأفكار الريادية المبتكرة الجديدة في مجالات جمع المياه والري وتوقعات الطقس وتحسين الممارسات الزراعية، المؤسسات والمزارعين في التأقلم مع التغيرات الحاصلة في البيئة الطبيعية.

مصادر أفكار المؤسسات

١- الإبداع والابتكار

الإبداع هو القدرة على تصميم أمرٍ ما، أو إعطائه شكلاً، أو إنجازه بطريقة جديدة أو مختلفة. وغالباً ما يكمن وجه الاختلاف بين نجاح المؤسسات وفشلها في القدرة على توليد حلول مبدعة للحاجات أو المشاكل وتسويقها. كما تميّز هذه القدرة المؤسسات ذات النمو الكبير أو الديناميكية، عن المؤسسات العادية ذات الأداء المعتدل. فأصحاب المشاريع الفعليين والناجحين هم المبدعون في تحديد سلعة أو خدمة أو فرصة أعمال جديدة.

ولكي يكون الشخص مبدعاً، عليه أن يُبقي ذهنه وعينيه مفتوحين على مصادر أفكار المؤسسات التي سيتم شرحها في ما يأتي.

مصادر أفكار المؤسسات

٢- الهوايات والاهتمامات

الهواية نشاط أو مهنة لتمضية وقت الفراغ بالطريقة المفضلة. وقد أسس عددٌ كبيرٌ من الناس مؤسسات أعمالهم سعياً لممارسة هواياتهم أو اهتماماتهم. فإذا كان اللعب في أجهزة الحاسوب يستهويك، أو الطبخ أو الموسيقى أو السفر أو الرياضة، وليست تلك سوى البعض من الهوايات فقط، فإنه يمكنك تطوير هذه الهوايات إلى مؤسسات. ولمزيد من التوضيح، إذا كنت تحب السفر، أو الضيافة، يمكنك التفكير في خوض مجال السياحة، وهي إحدى أكبر الصناعات في العالم.

مصادر أفكار المؤسسات

٣- المهارات والخبرات الشخصية

تشكّل الخبرة في مكان العمل مصدر ما يزيد عن نصف أفكار المؤسسات الناجحة. فعلى سبيل المثال، يبادر الميكانيكي الذي يتمتع بالخبرة من خلال عمله في مشغل كبير لتصليح السيارات إلى افتتاح مؤسسته الخاصة لتصليح السيارات، أو الاتجار بالسيارات المستعملة. إذًا، تلعب خلفيّة الرياديين المحتملين دوراً أساسياً في قرارهم في الخوض في مؤسسة معيّنة، أو في نوع العمل الذي سيقومون بممارسته. وربما تشكّل مهاراتك وخبراتك أهمّ مورد بالنسبة إليك، ليس فقط من حيث توليد الأفكار، بل في الاستثمار فيها كذلك من أجل تطوير فرصة أعمال ناجحة.

وبالرغم من إعاقتهم، يتمتع الأشخاص ذوو الإعاقة بالمهارات والخبرات الضرورية ليس للخروج بأفكار ريادية جيدة وحسب، بل وأيضا للبناء على هذه الأفكار وتنمية فرص أعمال جيدة.

مصادر أفكار المؤسسات

٤- الامتيازات

الامتياز هو تدبير، يمنح بموجبه المصنّع أو الموزع الحصري لعلامة تجارية أو لمنتج أو خدمة معينة، حقوقاً حصريّة في التوزيع المحلي لبائعي تجزئة مستقلّين، لقاء دفعهم رسوم الامتياز، والتزامهم بإجراءات التشغيل الموحّدة. وقد يكون للامتياز أشكالاً مختلفة، لكن أهمها هو ذلك الذي يقدم اسماً وصورةً وأسلوباً لإنجاز العمل، وتنفيذ الإجراءات.

وقد شهد مجال الامتيازات في الثمانينات وبداية التسعينات نمواً كبيراً، فأصبح بذلك أسلوباً رائجاً للدخول في الأعمال بالنسبة لملايين المؤسسات، التي أخذت تنطلق في الولايات المتحدة الأميركية وأوروبا. ففي الولايات المتحدة الأميركية وحدها، ينتشر ما يزيد عن ألفي نوع من مؤسسات الامتياز، مستحوذةً بذلك على ما يفوق (٣٠٠) مليار دولار أميركي من دخل المبيعات السنوية، وثلاث مجموع المبيعات بالتجزئة. وبالإضافة إلى شراء امتياز ما، باستطاعة المرء تطوير مفهوم امتياز (Franchise concept) معيّن وبيعه. وتكثر الأدلة والكتيبات والجمعيات، بما فيها جمعية الامتيازات الدولية (International Franchise Association)، التي توفر المزيد من المعلومات بهذا الشأن.

مصادر أفكار المؤسسات

٥- وسائل الإعلام

تعد وسائل الإعلام مصدراً كبيراً للمعلومات والأفكار والفرص أيضاً. وتشكّل الصحف والمجالات والتلفزيون والإنترنت حالياً أمثلةً عن تلك الوسائل. دقّق مثلاً في أحد الإعلانات التجارية في صحيفة أو مجلة ما، وستجد مؤسسات معروضة للبيع، ومن شأن التجاوب مع عرض كهذا أن يحول قارئه إلى ريادة.

٦- معارض مؤسسات الأعمال

تتمثل إحدى الطرق الأخرى لإيجاد فكرة مؤسسة في ارتياد المعارض والأسواق التجارية. ويتم الإعلان عن المعارض عادة بالراديو أو في الصحف. وبتردّدك على أحداث كهذه بشكل منتظم، لن تكتشف منتجات وخدمات جديدة فحسب، بل ستلتقي بممثلي المبيعات والمصنّعين، والبائعين بالجملة والموزعين، وأصحاب الامتيازات، علماً أنّهم يشكّلون مصادر ممتازة لأفكار المؤسسات والمعلومات، كما يوفّرون مساعدةً في إطلاقها. وقد يكون البعض منهم يبحث عن شخص يتمتع بمواصفاتك تحديداً ليكون شريكاً في العمل.

مصادر أفكار المؤسسات

٧- المسح الميداني

ينبغي أن تتمحور كلُّ أفكار المؤسسات الجديدة حول الزبائن. ويمكن التحقق من حاجات الزبائن ورغباتهم التي تشكّل السبب المنطقي لاعتماد منتج أو خدمة ما، عبر إجراء مسحٍ يمكن القيام به بشكل رسمي أو غير رسمي عن طريق التحدّث إلى الناس، باستخدام استبيان أو إجراء المقابلات، و/أو عن طريق المراقبة.

٨- شكاوى الزبائن

لقد أدّت شكاوى الزبائن وإحباطاتهم إلى إطلاق العديد من المنتجات أو الخدمات الجديدة. فكّما اشتكى المستهلكون أو الزبائن من منتج أو خدمةٍ ما بشكلٍ لاذع، أو عندما تسمع أحدهم يقول "كم أودّ لو... أو "ليتنى أجد هذا المنتج أو الخدمة من أجل..."، فقد تتكوّن لديك فكرة عن مؤسسة محتملة، وقد تقضي الفكرة بإنشاء شركة منافسة تقدّم منتجاً أو خدمة أفضل، أو ربما بتقديم منتج أو خدمة جديدة يمكن بيعها إلى الشركة المعنية و/أو إلى الآخرين.

مصادر أفكار المؤسسات

٩ التغيرات في المجتمع

يشهد العالم تغييراً مستمراً، وقد يكون هذا التغيير تهديداً، غير أنّ معظم الرياديين يعتبرونه تحدّي وفرصة للاستجابة لحاجات جديدة لمنتجات وخدمات معيّنة. فالريادي المبدع يستجيب دوماً إلى التغيرات بطريقة إيجابية.

١٠- العصف الذهني

هي تقنية لحلّ المشاكل وتوليد الأفكار بطريقة مبدعة، الغاية منها توليد أكبر قدر ممكن من الأفكار.

١١- البيئة الطبيعية

تؤمّن البحار السمك للغذاء، والملح للطبخ، والمياه، والحياد المرجانية والشواطئ لإجتذاب السياح والأصداف لصناعة الحلّي والمجوهرات. أما الغابات فتؤمّن الحطب للطبخ والبناء، والعسل، والفاكهة، ولحوم الطرائد البرية للأكل، والأعشاب الطبية لمعالجة الأمراض والإعتلالات. أما الأشجار فتساهم في حماية التربة من التآكل، وفي تخزين وتنقية المياه وتوفير الظلّ لراحة البشر. إذن تتيح الطبيعة مجموعة من الخدمات والسلع لصالح الكائنات البشرية. وعليه، يُعتبر التفكير في سبل استخدام هذه السلع والخدمات بطريقة ذكية ومستدامة وسيلة مفيدة للخروج بفكرة إنشاء مؤسسة ريادية.

مصادر أفكار المؤسسات

١٢- التلوث

تتسبب معظم الأنشطة البشرية بالتلوث والنفايات. ويؤثر التلوث بدوره بشكل سلبي على صحة البشر والأنشطة الاقتصادية الأخرى. فالمصبغة التي ترمي المياه المبتذلة في النهر الذي يمدّ الناس بمياه الشرب تسبّب الأمراض لهم. أما مؤسسة تعبئة المياه في أسفل النهر فتخسر بدورها نشاطها. في المقابل، يمكن إعادة استخدام وتدوير المياه المبتذلة فيستفيد المجتمع والمؤسسة على حد سواء. إلى هذا، يمكن تحويل كمية كبيرة من المواد العضوية والخام الناتجة من النفايات المنزلية إلى طاقة، أو إعادة استخدامها كمواد خام، فتستفيد الأسر والمؤسسة على حد سواء. وعليه، يساهم التفكير في الحلول الرامية إلى الحدّ من الآثار السلبية للمؤسسات على الآخرين وفي سبل استخدام المياه في إعادة التدوير، في إتاحة مجموعة واسعة من الأفكار لإنشاء مؤسسات ريادية.

١٢- التغيّر المناخي

المناخ هو متوسط إجمالي الظواهر الجوية على المدى الطويل. على سبيل المثال، من الممكن أن يكون يوم شتائي في نيويورك معتدلاً ومشمساً، لكن متوسط أحوال الطقس - المناخ - يشير إلى أن شتاء نيويورك بارد بشكل أساسي وينطوي على الثلوج والأمطار. وعليه، يمثّل التغيّر المناخي تغيّراً في أنماط الأحوال الجوية على المدى الطويل.

المؤسسات الاجتماعية والتجارية

المؤسسات الاجتماعية	المؤسسات التجارية
هدفها تحقيق غاية اجتماعية وتحقيق بعض الربح	هدفها الربح
تستخدم الربح لزيادة الاشر الاجتماعي	توزيع الارباح على المالكين
تستجيب للطلب لتحقيق الهدف الاجتماعي	تستجيب للطلب لتعظيم الربح
يشارك فيها مستفيدون ومستثمرون	اصحابها مستثمرون

اشكال المؤسسات الاجتماعية

- تدار باسلوب تجاري وتحقق ارباحا بغرض الاستدامة

المؤسسات
الاجتماعية

- غير ربحية وتقوم لانشطة مختلفة مدرة للربح لتمويل انشطتها الاساسية غير الربح

المؤسسات
الاهلية

- تعتمد على الدعم الخارجي كلياً

المؤسسات
غير الربحية

مصادر أفكار المؤسسات الاجتماعية وكيفية التخطيط لها

أ- من أين يستمد الريادي الاجتماعي فكرة مؤسسته الاجتماعية؟

٩- تحديات الهوية الرقمية

١٠- تحديات أمنية

١- التحديات السكانية

٢- التحديات الاقتصادية

٣- التحديات الغذائية

٤- تحديات نقص الموارد الطبيعية

٥- التحديات المناخية

٦- التحديات الصحية

٧- تحديات نوعية (جندرية)

٨- تحديات تعليمية

تحديد فكرة المؤسسة الاجتماعية والتخطيط المبدئي لها

- اختيار التحدي وفكرة المؤسسة الاجتماعية (الرغبة والمهارات)
- تحديد الأثر الاجتماعي المنشود
- تحديد الفئات والأعداد المستهدفة والمخرجات
- تحديد آلية العمل والنشاطات
- تحديد طرق التسويق وأية شراكات مفيدة
- تحديد ميزانية مبدئية للإيرادات السنوية والمصروفات
- محاولة تحديد رأس المال الأساسي المطلوب وكيفية سداده والمردود المتوقع للمستثمر

العصف الذهني

العصف الذهني هو أسلوب لحلّ المشكلات، وتوليد الأفكار بطريقة مبدعة، الغاية منه توليد أكبر قدرٍ ممكن من الأفكار.

يبدأ العصف الذهني عادة، بعرض سؤال أو مشكلة ما، وتقود كلّ فكرة إلى فكرة إضافية أخرى أو أكثر، مما يؤدي إلى عددٍ لا بأس به من الأفكار

القواعد الأربع للعصف الذهني

■ عدم انتقاد أفكار الآخرين، أو الحكم عليها

■ تشجيع حرية الأفكار، والترحيب بالأفكار التي قد تبدو غريبة

■ الكميّة مرغوب فيها، فكلّما زاد عدد الأفكار، كلما كان ذلك أفضل

■ الجمع بين أفكار الآخرين، والعمل على تحسينها