الابتكار الفردي في المبادرات التنموية التلقائية
"دراسة ميدانية"

د. أسماء فريد الرجال (*)

مستخلص:

تستهدف هذه الدراسة رسم خريطة لمبادرات الابتكار الفردي التنموي في مصر، وتحديد عناصره ومؤشراته ومقوماته، وعلاقته بالتنمية؛ ولتحقيق هذا الهدف الرئيسي عرضت الدراسة لأنماط المبادرات التنموية الفردية، وأهمها، وطرق التسويق والمشكلات المتعلقة به، بالإضافة إلى التعرف على المشكلات التي تواجه المبادرات التنموية والتي تعطل أداءها، واستعرضت الدراسة الدور الذي يلعبه الابتكار في التنمية الاقتصادية للدولة، وأوضحت إلى أي مدى تلعب وسائل التواصل الاجتماعي دوراً رئيساً في التسويق، وقد اعتمدت الدراسة على أداة المقابلة، وتم تطبيقها على ٢٥ حالة من الابتكار الفردي التنموي بعدة محافظات. وتوصلت الدراسة إلى أهم المشكلات والتحديات التي تواجه هذه المبادرات والتي تعددت ما بين مشكلات إدارية وتسويقية وتمويلية، كما عرضت الدراسة سبل مواجهتها، مع تقديم بعض التوصيات التي قد تسهم فى معالجتها، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن المبادرات الفردية تخلق أشخاصاً واثقين في قدراتهم وإمكانياتهم، يشعرون بتحقيق الذات، ويضعون أيديهم على المشكلات التي تواجههم، ولديهم من الطموح الذي يجعلهم يُحْدثون تغييراً في المجتمع بأفكارهم المبتكرة.

الكلمات المفتاحية: الابتكار الفردي– التنمية – المبادرات

(*) باحثة بمركز البحوث والدراسات الاجتماعية – كلية الآداب – جامعة القاهرة

Individual Innovation in Spontaneous Development Initiatives

A Field Study

Abstract

This study aims to draw a map of individual innovation development initiatives in Egypt, and identify its elements, indicators, components, and its relationship to development. To achieve this main goal, the study presented the types of individual development initiatives, the most important of which, and identified marketing methods and problems related to it, in addition to identifying the problems facing development initiatives that hinder their performance. The study reviewed the role that innovation plays in the economic development of the country, and clarified to what extent it plays Social media plays a major role in marketing. The study relied on the interview tool and was applied to 25 cases of individual development innovation in several governorates. The study identified the most important problems and challenges facing these initiatives, which ranged from administrative, marketing, and financing problems. The study also presented ways to confront them, while providing some recommendations that may contribute to addressing them. One of the most important findings of the study is that individual initiatives create people who are confident in their abilities and potential, who feel self-actualized, who put their hands on the problems they face, and who have the ambition that makes them make a difference in society with their innovative ideas.

Key Words: Individual innovation - development – initiatives

مقدمة:

تُعد مصر من الدول التي لديها إرث حضاري، وهوية وتاريخ وثقافة ممتدة منذ آلاف السنين، فمنذ قديم الزمن ومروراً بالحضارات المختلفة تشتهر محافظات مصر بالإبداع والابتكار في حرف معينة، ولكننا نجد أن التغيرات الحديثة أثرت بالسلب على هذا المجال، فقد ضعف وكاد يندثر منه الكثير، بالإضافة إلى دخول الآلات الحديثة التي غيرت في شكل هذه الإبداعات، ولا أحد يُنكر أن المبادرات التنموية تساعد في دفع عجلة التنمية الاقتصادية والاجتماعية "باعتبارها تمثل رافداً تنموياً أساسياً بما توفره من سلع وخدمات ذات صلة مباشرة بحياة أفراد المجتمع، وفي خلق فرص عمل مضمونة الدخل من خلال تشغيل رأس المال بطرق نشطة، وتحقيق أرباح كثيرة للدولة، فضلاً عن الدعاية والدعم لتراث ثقافي أصيل ممتد عبر السنين. فعلاوة على دورها في ترسيخ المحصلة الثقافية والحضارية، فهي أيضاً تمثل محوراً اقتصادياً مهما من خلال إسهاماتها في مجال التوظيف والإنتاج والترويج الثقافي والحرفي التقليدي" (عاشور، محمد، ب.ن: ٣). ومن ناحية أخرى تُقدم هذه المبادرات إسهامات في معالجة مشكلتي الفقر والبطالة؛ ولذلك أولت الدولة المصرية اهتماماً متزايداً لهذه المبادرات، وقدمت لها مختلف أشكال الرعاية والمساندة وفقاً للإمكانيات المتاحة، وتعد هذه المبادرات التنموية العمود الفقري لتطور وتنمية الاقتصاد داخل مصر، فعلى مدار العقود الماضية تطورت مفاهيم ونظريات التنمية، وشهدت مجتمعاتنا الكثير من النماذج التنموية التي تسعى إلى تحديث المجتمع وتقدمه ولكن ما تفعله الدولة لا يكفي لخلق فرص عمل كافية؛ ولذلك فدخول المبادرات التنموية الفردية أمر مهم جداً في مساندة الدولة من الناحية الاقتصادية والاجتماعية مما يعود بالنفع على المستويين الفردي والمجتمعي.

ونظراً لأهمية هذه المبادرات تقوم الدولة بتشجيعها عن طريق إتاحة القروض بشروط ميسرة وإقامة معارض تسويقية فى مختلف المحافظات؛ وذلك لتحقيق التمكين الاقتصادي ودعم العمل الحرفي وحماية ودعم العمالة غير المنتظمة، وتنعكس أهمية المبادرات فيما يمكن أن تُحققه من مكاسب مادية رائعة للدولة.

أولا: مشكلة الدراسة:

نستطيع الوقوف على نسب البطالة في مصر والتي أعلنها الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء في عام ٢٠٢٢م، والتي تزداد عاماً بعد عام حيث أوضح أن معدل البطالة في مصر هو ٧.٤% من إجمالي قوة العمل بعدد ٢.٢٥ مليون متعطل في الربع الثالث من عام ٢٠٢٢م. ومن ثم تأتي أهمية المبادرات التنموية الفردية للانغماس داخل سوق العمل والمشاركة في التنمية الاقتصادية للدولة، فالابتكار التنموي الفردي يلعب دوراً مهمًا فى التنمية بصفة عامة، وفي أوقات الأزمات الاقتصادية بصفة خاصة، وقد أكدت مصر على ذلك فى استراتيجية ٢٠٣٠م، حيث اعتبرتها من الأولويات السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي تُسهم في إدماج الشباب في الخطط التنموية والحد من معدل البطالة، والإسهام في رفع معدلات النمو الاقتصادي المصري ودعمه.

وفي تقرير المرصد العالمي لريادة الأعمال لعام ٢٠١٩-٢٠٢٠م، جاءت مصر في المرتبة الـ ٣٢ ضمن ٥٤ دولة، وحققت مرتبة مرتفعة من حيث المكونات الفرعية لهذا المؤشر وهم (١٢ مكونًا)، وخاصة من حيث إتاحة التمويل لتلك المبادرات، والبيئة التشريعية والحوافز الضريبية وغير الضريبية، كذلك فرص التدريب والابتكار (عبدالعال، ماجدة، ٢٠٢٢م: ٣٠٥). كما يسهم الاقتصاد الإبداعي بنحو ٦,١% من الناتج المحلي الإجمالي العالمي، ويخلق ما يقرب من ٥٠ مليون وظيفة في جميع أنحاء العالم معظمهم من الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين (١٥-٢٥) ويعزز الاقتصاد الإبداعي الدمج الاجتماعي والتنوع الثقافي والتنمية البشرية وتُسهم القطاعات الإبداعية في تحقيق رؤية الأمم المتحدة ٢٠٣٠م، وارتفعت الصادرات العالمية من السلع الإبداعية من ٤١٩ مليار دولار في عام ٢٠١٠م إلى ٥٢٤ مليار دولار في عام ٢٠٢٠م ممثلة ٣% من إجمالي صادرات السلع عام ٢٠٢٠م، في حين زادت الصادرات العالمية من الخدمات الإبداعية من ٤٨٧ مليار دولار إلى ما يقرب من ١.١ تريليون دولار خلال الفترة نفسها بما يمثل ٢١% من صادرات الخدمات العالمية عام ٢٠٢٠م. وجاءت الدول النامية في المرتبة الأولى من حيث صادرات السلع الإبداعية بينما تفوقت الدول المتقدمة في صادرات الخدمات الإبداعية، حيث جاءت الصين في صدارة الدول المصدرة للسلع الإبداعية بقيمة ١٦٩ مليار دولار، وهو ما يفوق كثيراً الولايات المتحدة الأمريكية التي سجلت ٣٢ مليار دولار، وإيطاليا بقيمة ٢٧ مليار دولار، وألمانيا بقيمة ٢٦ مليار دولار، وهونج كونج بقيمة ٢٤ مليار دولار (الصناعات

الحرفية في مصر، ٢٠٢٣م: ٢). وقد استرعى ذلك أنظار الاقتصاديين والمؤسسات الدولية حول العالم في السنوات الأخيرة، الأمر الذي حدى بها إلى دمج السلع الإبداعية في الاقتصاد العالمي كقطاع مستقل يضم كافة الأنشطة المرتبطة بالإبداع فيما أطلق عليه "الاقتصاد الإبداعي" .. وفي عام ٢٠١٩ وخلال انعقاد الدورة الـ ٧٤ للجمعية العامة للأمم المتحدة تم إعلان عام ٢٠٢١ عاماً للاقتصاد الإبداعي بهدف تحقيق التنمية المستدامة عالمياً (الصناعات الحرفية في مصر، ٢٠٢٣: ١).

تتبلور مشكلة الدراسة من خلال عدد من الحقائق من بينها، أن لدينا الكثير من المبادرات التنموية الفردية المتوافر عنها إحصاءات، ونستطيع الوصول إليها، وهناك جانب آخر غير مدون ولا نستطيع الوصول إليه عن طريق الاحصاءات؛ لأنه يتشكل داخل إطار الاقتصاد غير الرسمي أو غير المنظور حيث تتجسد في العديد من صور الأنشطة الاقتصادية التي تبدأ من نشاطات فردية داخل المنازل وعبر شبكة التواصل الاجتماعي وتتدرج في صورة نشاطات حرفية وصناعية داخل ورش صغيرة أو محال تجارية، فضلًا عن المشاركات في المعارض المحلية والعالمية، والتي يسهم فيها العديد من الفاعلين داخل المجتمع، كما أنها تساعد في حجم التشغيل وترويج المنتجات الحرفية بالداخل والخارج، ومن ثم تعد هذه المبادرات مساهمة أساسية في نمو وتطور واستمرار المجتمع.

كما ترجع أهمية المبادرات التنموية الفردية في أنها تعد رأس مال المستقبل، ومشاركًا أساسيا في اقتصاديات الدولة؛ ولذلك فقد كان الابتكار هو أحد العناصر الأساسية في رؤية مصر ٢٠٣٠م، ومن شأن هذه الرؤية أن تدعم المبادرات الابتكارية التنموية حتى لا تكون جهود فردية متفرقة تخلق فوضى في عالم التنمية، وتدفع بها إلى الأمام لتصبح جزءًا أساسيًا من الاقتصاد التنموي الذي يدفع عجلة التطور والتنمية للأمام، و"تُشير تجارب العديد من الدول إلى ضرورة الاعتماد على عدد من الآليات التي تبث فعاليتها في دعم وتطوير المبادرات لكي تنمو وتُسهم بدور فعال في العملية التنموية في جوانبها المتعددة، ومن بين هذه الآليات: نشر ثقافة المبادرة والريادة، القيام بدراسات وأبحاث عن احتياجات السوق، الإنفاق على البحث والتطوير، وتطوير ونشر حاضنات الأعمال" (شامية، عبدالله ، ٢٠١٦م: ٧-٨).

على ضوء ما سبق تصبح هناك حاجة ماسة إلى التفكير في أطر تنموية مبتكرة، وأن نقوي الاتجاه نحو تعديل الفكر التنموي ليتجه إلى النظر في المبادرات التنموية الفردية، وتوجهها لخدمة أهداف التنمية المستدامة ووفقاً لرؤية ٢٠٣٠م.

ثانيًا: الأهمية النظرية والتطبيقية للدراسة

تتمثل أهمية هذه الدراسة في أنها تسلط الضوء على المبادرات التنموية الفردية بوصفها هدفاً رئيسياً تسعى الدول للاهتمام بها من أجل زيادة التنمية الاقتصادية وتحقيق التنمية المستدامة، وإيجاد فرص عمل بديلة ومبدعة، ومحاولتها القضاء على البطالة وجلب عملة أجنبية مما يسهم في تنمية اقتصاد الدولة حتى ولو بشكل بسيط في البداية حتى تثبت هذه المبادرات نجاحها وتتوسع بشكل أكبر.

كما يعد موضوع الدراسة من الموضوعات التي لم تحظ بالاهتمام الكافي من قبل الباحثين والمتخصصين في علم الاجتماع، وقد تبين من مراجعة التراث البحثي وجود فجوات في تناول الموضوع وندرة الدراسات التي تهتم بالمبادرات الفردية التنموية.

أما من الناحية التطبيقية فتكمن أهمية الدراسة في كونها محاولة لتسليط الضوء على هذه المبادرات وتفعيل دور المسئولين تجاه هذه المبادرات الرائدة في المجال التنموي للمساعدة فى إزالة العقبات والصعوبات التي تواجه القائمين بها.

ثالثًا: أهداف الدراسة

تحاول هذه الدراسة رسم خريطة ترصد مبادرات الابتكار الفردي التنموي، من خلال **تحقيق الأهداف التالية:**

- مناقشة أنواع أو أنماط الابتكار الفردي التنموي.
- التعرف على طرق التسويق ومشكلاتها.
- التعرف على المشكلات التي تواجه أصحاب هذا المبادرات.
- التعرف على الحلول ووضع سياسات قابلة للتنفيذ تُسهم في حل المشكلات.
- التعرف على دور المجتمع الافتراضي في تنمية الابتكار.

رابعًا: تساؤلات الدراسة:

وتتطلب دراسة المبادرات التنموية الفردية الإجابة على تساؤل رئيس مفاده: **كيف يمكن رسم خريطة لمبادرات الابتكار الفردي التنموي في مصر؟**، ويتفرع عن هذا **عدة تساؤلات فرعية:** أين توجد هذه المبادرات الفردية؟ ما هي الصناعات التنموية الموجودة في هذه المبادرات الفردية؟ إلى أي مدى هذه المبادرات مبتكرة؟ كيف يتم التسويق وما هي مشكلاته؟ ما هي طبيعة المشكلات المؤسسية التي تعطل أداء هذه المبادرات؟ وما هي السُبل لحل هذه المشكلات؟ ما هو الدور الذي يلعبه مجتمع التواصل الاجتماعي في إضافة أفكار جديدة في هذا المضمار؟

خامسًا: المفاهيم الأساسية:

نحاول في هذا الجزء من الدراسة أن نعرض للمفاهيم الرئيسة التي تقوم عليها الدراسة، وسوف يكون التركيز هنا على مفهوم المبادرة والمبادرة التنموية، ومفهوم الابتكار أو الإبداع، وسوف نعرض لبعض التعريفات، ومن ثم نحاول في الختام أن نحولها إلى تعريفات إجرائية؛ بمعنى تحديد المؤشرات الواقعية الدالة على المبادرة التنموية الفردية.

١. مفهوم المبادرة والمبادرة التنموية:

يعد مفهوم المبادرة والمبادرة التنموية من المفاهيم الأساسية للدراسة، ولكن تم ملاحظة أنه هناك خلطاً بين مفهومي المبادرة والمشروع وبناءً على ذلك قبل البدء في تعريف المبادرة، فقد وجدت الباحثة أن هناك أهمية لفك هذا الخلط من خلال تصميم جدول يوضح الفرق بين المبادرة والمشروع.

جدول(١) الفرق بين المبادرة والمشروع

م	المعيار	المشروع	المبادرة
١	رأس المال	✓	✓
٢	رأس مال بشري	✓	✓
٣	صغر الحجم	X	✓
٣	قيمة المبيعات	✓	✓
٤	المرونة	X	✓
٥	الابتكار	X	✓
٦	الاستخدام التقني	X	✓
٧	حجم المخاطرة المرتفع	X	✓
٨	السرعة	X	✓

وتستطيع أن تستخلص الدراسة من هذا الجدول السابق أن كل مبادرة هي مشروع ريادي، ولا يصح أن نطلق على أي مشروع بأنه مبادرة ريادية دون أن تكون متسمة بشيء جديد وهذه

الجدة هي البُعد الابتكاري سواء في المنتج أو الخدمة أو المجال أو الأسواق الجديدة وطرق التسويق.

وقد جاءت بعض الإسهامات العلمية المتميزة في مجال تحديد السمات المميزة للمبادرات ومن أهمها: الإسهام الذي قدمه "**بيتر دركر**" في كتابه الشهير الابتكار وريادة الأعمال، حيث خلص إلى أربع سمات تميز المبادرات عن المشاريع وهى:

الابتكار – مقدار الثروة – سرعة الثروة –المخاطرة (Durcker,2006).

وقد حاول كلٌ من "**البريدي والتويجري**" في دراستهما أن يتخلصا من اللبس بين مفهومي المشروع والمبادرة بتقديم تعريف لكلٍّ منهما، حيث أوضحا أن المشاريع الصغيرة والمتوسطة هي "استثمار محدود آمن تقليدي مُجدٍ، وإدارته بما يحقق نجاحه وتوسعه" وأن المبادرة هي "استثمار محدود جرئ مُجدٍ، وإدارته باحترافية تُسرع من نموه واستدامته" (البريدي، عبدالله، التويجري، أحمد، ٢٠٢٢م: ٣٠٤)

وفى ضوء ذلك تعرض الدراسة عددًا من خصائص المبادرة التنموية الفردية:

١- صغر حجم المبادرة مقارنة بالمبادرات المجتمعية الكبيرة.
٢- لا تحتاج المبادرة إلى مساحة كبيرة لأداء نشاطها.
٣- صغر حجم التمويل أو رأس المال.
٤- قلة عدد العاملين في المبادرة.
٥- قلة الإنتاج وجودته.
٦- محدودية نشاط المبادرة.
٧- تُسهم المبادرة في إيجاد فرص عمل حتى لو كانت قليلة.
٨- تتفاعل هذه المبادرة بمرونة وسهولة مع المتغيرات ومتطلبات سوق العمل.
٩- ارتفاع قدرة هذه المبادرات على الابتكار والإبداع فيما تُقدمه من خدمات.

وتُشير هذه الخصائص إلى مدى المسئولية الاجتماعية والدور التنموي الفعال الذي تقوم به هذه المبادرات التنموية في المجتمع.

وبعد أن تم فض الاشتباك بين مفهوم المبادرة والمشروع نعرض هنا لمفهوم المبادرة والتي تُعرف لغوياً بأنها "مبادرة: (اسم) مصدر بادر مبادرة أي سبق إلى اقتراح أمر أو تحقيقه. مُبادرة بضم الميم مصدر: بادر الشيء وإلى الشيء: سبقه إليه. المسارعة = السبق إلى الشيء، بادرة يبادر مبادرة وبدارا، وهو الإسراع وعدم المماطلة (المعاني الجامع، ٢٠٢٢م: ١-٢) وتُعرف المبادرة بأنها قيام الفرد بنزعة استقلالية ببدء عمل أو سلسلة من الأعمال،

وخاصة في المجال الاجتماعي مع الابتكار أو دونه، وقد تكون المبادرة من الإلحاح إلى الحد الذي يركز فيه الإنسان كل طاقاته لتحقيق غاية بعينها يراها حيوية بالنسبة له ولا مناص من التمسك بها والعمل على بلوغها، حتى ولو بذل في ذلك ذاته (الجوهري، محمد، ٢٠١٠م: ٢٠).

وقد تُعرف المبادرة بأنها فكرة وخطة عمل تطرح لمعالجة قضايا المجتمع وتتحول إلى مشاريع تنموية قصيرة أو بعيدة المدي (آل رضي، محمد، العمري، محمد، ب.ن: ٩). ويرى آخرون أن المبادرة هي الإسراع إلى فعل شيء بهدف التغيير، هذا الشيء قد تكون فكرة أو عمل أو أي شيء آخر مفيد يهدف إلى التغيير (صالح، وليد، ب.ن:٧). وقد أضاف آخرون بأن المبادرة هي السبق لاقتراح الأمرأو تنفيذه، وتعرف المبادرة الاجتماعية على أنها محاولة الأشخاص إحداث فارق في المجتمع عن طريق خدمة الآخرين ورضاء احتياجاتهم، وتتميز المبادرات في الكثير من الأحيان بكونها بسيطة وغير معقدة، فلا تحتاج إلى كثير من الموارد أو مصادر التمويل لكي يتم تنفيذها، بل تعتمد على الأنشطة التي يقوم بها الشباب بالاعتماد على إمكانياتهم ومهاراتهم وخبراتهم (دليل المبادرات الشبابية لخدمة بادر، ٢٠٢١م).

وقد ركز شومبيتر في تعريفه للمبادرة على الجانب الإبداعي وهذا ما يهمنا في هذه الدراسة، حيث عرَّفها بأنها: "عملية ابتكار وتطوير طرق وأساليب جديدة لاستغلال الفرص التجارية"، وقد عرف المبادر بأنه "هو ذلك الشخص الذي لديه الإرادة والقدرة لتحويل فكرة جديدة أو اختراع جديد إلى ابتكار ناجح" (Schumpetere, 1934). ومن ثم فإن المبادرات تؤثر تأثيراً فعالاً في النمو الاقتصادي على المدى الطويل.

أما مفهوم المبادرة التنموية فهي "العملية التي من خلالها تتحدد جهود أفراد المجتمع مع السلطات الحكومية والمنظمات غير الحكومية لتحسين الظروف الاقتصادية والاجتماعية والبيئية للمجتمع عن طريق المبادأة في تقديم برامج ومشروعات متكاملة" (Azam, 2022: 160). ومن ناحية أخرى تعرف بأنها "أي تدخل أو نشاط أو برامج إما للقضاء على الفقر أو لضمان أنماط حياة مستدامة للجميع أو لتعزيز النظام البيئي بشكل مستقر ومرن؛ وذلك وفقاً لأهداف التنمية المستدامة" (Jones, 2022: 10).

وتتبنى الدراسة مفهوم المبادرات التنموية الفردية إجرائيًّا، الذي طرحه أحمد زايد:

"مبادرات يقوم بها فرد معين عندما يتبنى فكرة معينة ويقوم بتنفيذها بمفرده وجهوده الذاتية وأمواله الذاتية، وتتدرج هذه التدفقات الفردية من الأفكار الابتكارية لصناعة تعتمد على خامات

محلية، وتمتد إلى الصناعات المنزلية للعديد من السلع والأطعمة التي يتم تسويقها بشكل فردي، ومروراً بالصناعات التراثية التي يقوم بتنفيذها أعضاء الأسرة، وتنتشر هذه التدفقات الفردية بشكل كبير، وتعبر في كثير من الأحيان عن صور من الإبداع التقني والثقافي" (زايد، أحمد، ٢٠٢٠م)

٢. مفهوم الإبداع أو الابتكار:

يحظى مفهوم الابتكار بأهمية كبيرة نظراً لدوره في تحريك عجلة التنمية الاقتصادية باعتبار أن المنتج الابتكاري يفترض أن تكون له قيمة مضافة في عدة مجالات منها المجال الصناعي المجال التقني والمجال الخدمي.. إلخ. وتجدر الإشارة في البداية إلى أن العلاقة بين الكلمتين هو مجرد ترادف ولا يوجد اختلاف بينهما، فهناك من يستخدمون مصطلح الإبداع، وآخرون يُطلقون عليه الابتكار، كلٍ بحسب موضوع دراسته وتخصصه، وسوف نستخدم هنا في الدراسة مصطلح الابتكار وليس الإبداع.

يتمثل الابتكار أو أن تكون مبتكراً، في القدرة على خلق أفكار وتطبيق تقنيات مبتكرة (Feffari et al, 2009)، أي أنه يمثل عملية الفكر المنظم وغير الفوضوي، والارتباط بالقدرات المعرفية للمتعلم، بما في ذلك المهارات التحليلية والتقييمية (Sternberg, 2006)، كما تعرفه مارجريت ميد (Margreat 1959) بأنه عملية أو نشاط يقوم به الفرد ينتج عنه اختراع جديد.

وقد عرض قاموس علم النفس لمفهوم الابتكار بأنه "القدرة على إنتاج أعمال جديدة أو حل المشكلات بطرق جديدة، وفي معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية يُعرف بأنه أي عنصر ثقافي جديد في الثقافة المادية بحيث يختلف نوعياً عن الأشكال القائمة، ويتضمن ذلك الاكتشاف والاختراع، ويُبين المعجم أن الإبداع عملية ينتج عنها عمل جديد يرضي الجماعة أو ما تقبله على أنه مفيد، ويتميز بابتعاده عن الاتجاه الأصلي والانشقاق عن التسلسل العادي في التفكير، والتوجه نحو تفكير مخالف كلية ويتمثل الإنتاج الإبداعي في الأدب والموسيقى والتصوير" (خياطي، عبدالقادر، ١٩٩٧م: ١٢٢).

وقد ذكر كل من Antonella, Z; Birgit, Hagen, A; Serapio, M (2018) أن هناك مكونات للبيئة الداعمة للابتكار، هي:

١- امتلاك ثقافة تسمح بتحمل المخاطر والأخطاء.
٢- تقديم وتطبيق بعض السياسات الداعمة والميسرة بشكل مؤسسي.
٣- دعم المبتكرين وتحفيزهم لتطوير أفكارهم الابتكارية.
٤- تُسهم المنظومة التعليمية في توليد أفكار ابتكارية قابلة للتطبيق على أرض الواقع.

٥- ترسيخ مبدأ الشفافية لغلق منافذ الفساد التي عادة ما تخلق بيئة لا تصلح لخلق أفكار ابتكارية.

كما يؤكد روجرز Rogers أنه حتى يتم تبني الابتكار وانتشاره سريعاً يجب أن يتوافر فيه عدة خصائص، وهي: أ. أن يكون متفقا مع الاحتياجات، ب. سهل الاستخدام، ج. قابل للاختبار، د. أن يكون متميزا بحيث لا يمكن الاستغناء عنه واللجوء إلى بديل (Mirjam Dibra, 2015:1457-1458).

انطلاقاً مما تم طرحه في التعريفات السابقة يمكن القول: إن مفهوم الابتكار يتضمن بعض الخصائص منها المرونة بما يسمح بتدفق الأفكار بكل حرية وتغيير وتعديل فيها، والمرونة في التسويق فلا يوجد سوق ثابت لعرض الفكرة الابتكارية؛ **التكيف حيث** يستطيع صاحب الفكرة التنموية أن يطور منها وفقا للعرض والطلب داخل السوق، ووفقا للاحتياجات، وأن يتكيف مع المتاح له من خامات، وبحسب أسعار السوق يستطيع أن يقدم المبادرة بأسعار متفاوتة؛ **التلقائية** حيث تعتمد المبادرات الفردية على خلق ابتكار دون التخطيط له ، ويخرج بشكل تلقائي من يد الحرفي المبتكر.

التعريف الإجرائي لمفهوم الابتكار الفردي:

"إسهامات فردية، تتجسد في تجديد ملموس يحاول فيه الفرد تنمية نفسه ومجتمعه، ويأخذ شكل الفكرة أو الخدمة أو الابتكار التقني، ويقوم على ما يمتلك الأفراد من إمكانيات وقدرات يمكن توظيفها لخدمة من حولهم وتنمية مجتمعاتهم المحلية".

سادسًا: مدخل نظري حول الابتكار والتنمية

سوف نحاول هنا أن نعرض إلى أي مدى يرتبط الابتكار وريادة الأعمال والتنمية بالمبادرات التنموية التي نعرض لها في هذه الدراسة باعتبارها إسهامًا في النمو الاقتصادي للدول، علينا أن نؤكد في البداية أن هناك ارتباطًا وثيقًا بين المبادرات والابتكار وريادة الأعمال والتنمية، فلابد أن تتسم المبادرة بالابتكار من حيث المنتج أو الخدمة أو طريقة تسويقها أو استخدمها للتقنيات الحديثة، فهناك ضرورة لوجود جانب مبتكر حتى نستطيع أن نطلق عليها مبادرة، فقد أكد شومبيتر أن "الابتكارات عامل للنمو وعنصر أزمة في آن واحد، حيث أوضح أن الأزمات ليست أخطاء الآلة الاقتصادية، إنما هي حقائق ملازمة للمنطق الداخلي الرأسمالي، فالأخطاء أساسية وضرورية للتقدم الاقتصادي؛ ذلك أن الابتكارات تأتي في دفعات متدرجة من الأضعف إلى الأقوى حسب الأزمة، فعندما تكون الأزمة في شدتها تكون الابتكارات في بدايتها وحينما تختفي الأزمة تكون الابتكارات في أوجها" (مولاي، طاهر، ٢٠١٤م: ١٦٦).

كما يعتمد كل تقدم اقتصادي واجتماعي في الأساس على أفكار جديدة تعارض الاستبطان وسكون الوضع الراهن، بإمكانيات التغيير والتحسين، ويحدث الابتكار عند طرح تفكير جديد بنجاح وتقدير المؤسسات له، فهو المجال الذي ينظم فيه ويُدار رسمياً إبداع الأفكار الجديدة وتطبيقها، ويتطلب الابتكار ترتيبات متأنية وأهداف وفوائد مدروسة للأفكار الجديدة التي يجب تحقيقها وتنفيذها عملياً، فهو المسرح الذي تلتقي فيه متعة التجريب والتعلم بالحقائق التنظيمية للميزانيات المحدودة، والإجراءات الروتينية الراسخة، والأولويات المتنازع عليها، والخيال المقيد (دودجسون، مارك، جان، ديفيد، ٢٠١٤م: ٢٣). كما يُشير عالم الاقتصاد الأمريكي ويليام بومول إلى أنه يمكن أن ينسب كل النمو الاقتصادي الذي حدث منذ القرن الثامن عشر في الأساس للابتكار، فلقد اعترف بالتطبيق الناجح للأفكار داخل الصناعة على أنه المصدر الأساس لتطورها منذ ذلك الوقت (دودجسون، مارك، جان، ديفيد، ٢٠١٤م: ٢٨).

كما أكد كارل ماركس على الجانب الابتكاري في كتابه "رأس المال" حيث اعتقد أن التكنولوجيا حملت إمكانية تحرير العمال من عبء العمل الآلي، كما يرى شومبيتر أن الابتكار ضروري من أجل البقاء التنافسي حيث يقول: "التنافس من حيث السلعة الجديدة، والتكنولوجيا الجديدة، ومصدر التوريد الجديد، ونوع المؤسسة الجديد...التنافس الذي يفرض تكلفة حاسمة أو ميزة في الجودة والذي لا يضرب هوامش الربح ومخرجات الشركات الحالية، بل أسسها وحياتها أيضاً.."(دودجسون، مارك، جان، ديفيد، ٢٠١٤م: ٢٩-٣٠).

واستكمالاً للسياق فإن المبادرة تعمل على زيادة التنمية الاقتصادية والاجتماعية للمجتمع وللمبادرين، وكل ذلك يحدث تحت مظلة ريادة الأعمال التي يمكن أن نُعرفها بأنها: "المبادرة في تصميم وتنظيم المشاريع الجديدة أو القيام بأنشطة فريدة؛ لتلبية احتياجات الأعمال من خلال اكتشاف الفرص، واستغلالها بعقلية استباقية وتبني المخاطرة المحسوبة لتحقيق الأرباح من خلال التأكيد على الإبداع، والإنتاجية، والعمل، والنمو الاقتصادي" (National Centre For Entrepreneurship in Education, 2013:1). وقد بدأ التوجه الحديث نحو ريادة الأعمال في أوائل القرن الحادي والعشرين، حيث اتجه المجتمع للنشاط الريادي كوسيلة حتمية لتغير مفاهيم المنافسة والمزايا واشتداد حدة المنافسة التي أدت إلى التحول من المزايا النسبية إلى المزايا التنافسية، مما شكل تحديات لرجال الأعمال وتسويق المنتجات لتحقيق التنمية في ظل تضاؤل الموارد والحاجة إلى تقديم منتجات وخدمات غير تقليدية لكي تلقي قبول واستحسان المستفيد من الخدمة، بجانب مواجهة البطالة ودعم الرياديين على إنشاء مشروعات خاصة بهم ليتيحوا فرص العمل لهم ولغيرهم من خلال تقديم منتجات مبتكرة في المجالات التي يجيدون ويبدعون فيها (الشمشيري، أحمد، لمبيريك، وفاء، ٢٠١٩م: ٢٣). فالمبادر في نظر الاقتصاديين هو: "شخص

يكون على استعداد لتحمل المخاطر المترتبة على إطلاق مشروع جديد في حال توافرت فرصة كبيرة لتحقيق الربح، ويؤكد آخرون على دور المبادر كمبتكر يقوم بتسويق ابتكاره، كما يرى آخرون أن المبادرين في الأعمال يطورون سلعاً أو عمليات جديدة يطلبها السوق وليست متوافرة حالياً" (مولاي، طاهر، ٢٠١٤م: ١٦٧)

أما عن علاقة المبادرة بالجوانب التنموية فنجد أن التنمية "تنطوي على إحداث نوع من التغير في المجتمع الذي تتوجه نحوه سواء مادياً صوب الموارد أو معنوياً يستهدف الإنسان. وتتجه التنمية الشاملة والمستدامة نحو رفاهية الإنسان والحفاظ على البيئة، ولا تتوقف التنمية بإنشاء المبادرات بل تواصل المعالجات المجتمعية، وبذلك فإنها تختلف عن النمو الذي يمثل زيادة الناتج القومي الإجمالي وقد لا يستصحب الإنسان، في حين تمثل التنمية الزيادة التي تحدث بسبب العمل والمعالجة للموارد من أجل تحويلها إلى سلع وخدمات أساسية وضرورية، ومن هنا فإن التنمية قد لا تزيد في بدايتها من الناتج القومي إلا أنها توفر الخدمة والبنية التي تهيء لزيادة دخل الفرد ومن ثم الناتج المحلي والإجمالي مستقبلاً" (العوض، أحمد وآخرون، ٢٠٠٧م: ٦-٧). فالتنمية لا تفرق بين تنمية اقتصادية واجتماعية وسياسية وثقافية، فالتنمية واحدة فهي عملية شاملة تتناول جوانب الحياة المختلفة الاجتماعية والسياسية والاقتصادية، "ففي وثائق الأمم المتحدة يُقصد بكلمة التنمية، تنمية الظروف المادية للحياة وتنمية الجوانب الروحية أيضاً، فالتنمية هي سلسلة من التغيرات الكمية والتوعية بين جماعة معينة من السكان من شأنها أن تؤدي بمرور الزمن إلى ارتفاع مستوى المعيشة وتغيير أسلوب الحياة، وأما في حالة ما إذا شملت التنمية كل هذه الجوانب، وعملت أيضاً كل فئات المجتمع وطبقاته، فإن اجتماع كل هذه العناصر يجعلنا بصدد التنمية الشاملة" (عبدالعال، ماجدة، ٢٠٢٢م: ٣١٨).

وعرَّف تقرير برونتلاند للجنة العالمية للبيئة والتنمية (WCED) عام ١٩٨٧م التنمية المستدامة بأنها عملية يتناول فيها استغلال الموارد وتوجهات الاستثمار ومناحي التنمية التكنولوجية وتغيير المؤسسات، وتعزز كلاً من إمكانات الحاضر والمستقبل للوفاء باحتياجات الإنسان وتطلعاته، أي التنمية التي تلبي احتياجات الجيل الحاضر دون التضحية أو الإضرار بقدرة الأجيال القادمة على تلبية احتياجاتها (السمان، أحمد، ٢٠١١م، ١٢٨).

ولكي نؤكد على علاقة المبادرات التنموية بأهداف التنمية المستدامة علينا أن نتتبع مدى إمكانية تطبيق أهداف التنمية المستدامة في المبادرات، بداية نجد اهتمام الدولة بتقديم الدعم المالي والمنح والإعانات لهذه المبادرات، حيث يعد الدعم المالي من أولى أهداف التنمية المستدامة، أما عن الهدف الثاني فهو متحقق بقوة في المبادرات التنموية وهو إيجاد فرص عمل، أما عن الهدف الثالث فهو الحصول على دخل يؤدي إلى القضاء على الفقر وهو من الأهداف

المتحققة أيضاً داخل المبادرات، أما عن هدف التمكين فقد استطاعت المبادرات أن تُمكِّن المرأة اقتصادياً وأتاحت فرصًا متساوية لها مع الجنس الآخر في إقامة المبادرة التنموية الخاصة بها، هذا بالإضافة إلى الاستخدام التقني بشكل كبير داخل المبادرات. وأخيراً علينا التأكيد على فكرة الابتكار داخل المبادرات والتي تسعي إليها العديد من الدول لتشجيع المبادرين على الخروج بأفكار جديدة ومبتكرة.

ونخلص من ذلك بالتأكيد على **وجود علاقة ترابطية بين المبادرات والابتكار وريادة الأعمال والتنمية**، فالمبادرة لا تستقيم بدون اتسامها بالابتكارية، كما أن المبادرة هي عمل ريادي كما تم توضيحه داخل الدراسة، وأخيراً فإن المبادرة تقوم بدور تنموي داخل المجتمع.

سابعًا: الوضع الراهن للمبادرات التنموية في التراث البحثي:

إذا حاولنا أن نتتبع التراث البحثي حول موضوع المبادرات التنموية الفردية فسوف نجد ندرة فى الدراسات، فلم يحظ موضوع الدراسة بالاهتمام البحثي الكافي، بينما انصب اهتمام الدراسات على رصد المبادرات المجتمعية في عدة دول مختلفة، وهناك دراسات أخرى اهتمت بعلاقة المبادرات بريادة الأعمال، والتعرف على التحديات التي تواجهها، ومن ناحية أخرى حاول عدد قليل من هذه الدراسات أن يكشف عن أثر هذه المبادرات وما هي ثمارها، وسوف نحاول تقديم عرض للتراث البحثي الذي استطعنا الوصول اليه؛ بهدف توضيح ما سوف تقدمه هذه الدراسة عما سبقها، ومن ناحية أخرى بهدف الاستفادة من نتائج هذه الدراسات في إثراء وتأكيد ما توصلت له الدراسة الراهنة.

شهدت السنوات الأخيرة اهتماماً متزايداً بموضوع المبادرات ومحاولة دراساتها، ونحاول هنا أن نعرض لبعض الدراسات التي ترصد المبادرات علي أرض الواقع للوقوف على مدى تحققها فعلياً، وهل تؤتي ثمارها أم أن هناك صعوبات تواجهها في استكمال عملها، والوضع الراهن للمبادرة. وعلى رأس هذه الدراسات تأتي دراسة **ليلى البهنساوي (٢٠٠٩م)** التي استهدفت التعرف على السياق المجتمعي العام لمنطقة بطن البقرة ورصد الوضع البيئي لأصحاب حرفة صناعة الفخار؛ وذلك للتعرف على التغيرات التي تلحق بالأفراد أثناء تنفيذ عملية التطوير والتنمية بالمنطقة والتعرف على المشكلات التي تواجه الصناعة والصناع، ولتحقيق هذه الأهداف تم الاعتماد على المقابلة المتعمقة، وقد أوصت الدراسة بتطوير سياسة تقديم المعونات المالية الخاصة بدعم المشروعات الصغيرة، ووضع برامج لرفع كفاءة العاملين على إدارة المشروعات.

وهناك عدد من الدراسات حاولت رصد واقع المبادرات في عدد من البلدان ومن بينها دراسة **عبدالوهاب جودة (٢٠٠٩م)** التي رصدت واقع مشروعات العمل الحر والصغيرة بسلطنة

عمان، كما تطرقت لأوجه الدعم الحكومي لها، والخصائص الاجتماعية لأصحاب المشروعات، كما رصدت الدوافع الرئيسة للمبادرات الفردية، ومدى انعكاس هذه المشروعات اقتصادياً واجتماعياً على المجتمع، وأكدت الدراسة على أن مشروعات العمل الحر تحتل مكانة متميزة في سلطنة عمان، ويميل المواطنون إلى تأسيس مشروعات صغيرة رغم مواجهتهم لبعض التحديات، ومن ناحية أخرى أكدت على ضعف التدريب لدى أصحاب الأعمال الحرة الصغيرة، وافتقادهم للمهارات التدريبية اللازمة لاستدامة أعمالهم، أما على صعيد الانعكاسات الاقتصادية للمشروعات فتمثلت في الشعور بأهمية دور مشروعاتهم في الإسهام بتطوير الاقتصاد الوطني، والإسهام في تشغيل العمالة الوطنية، وأما عن الانعكاسات الاجتماعية فتمثلت في التحسن الملحوظ في نوعية وجودة الحياة لأصحاب المشروعات الصغيرة.

ومن ناحية أخرى تأتي دراسة **(محمد بدر الحمدان ٢٠١٢م)** التى سعت للتعرف على أهم المبادرات التي أطلقها الملك عبدالله بالأردن في مختلف المجالات، وتوصلت الدراسة إلى حصر ٤٥ مبادرة في الجانب الاجتماعي أسهمت في توفير فرص عمل واستثمار أموال وتأمين المساكن للمحتاجين. أما على الجانب الاقتصادي فتم حصر ٢١ مبادرة عملت على الانفتاح الاقتصادي وجلب استثمارات داخلية وخارجية بلغت أربعة مليارات دولار وتأمين فرص عمل للأردنيين تجاوزت عشرة آلاف فرصة عمل، وفي الجانب السياسي تم تعديل مجموعة قوانين بما يضمن للأفراد مشاركة أوسع.

وهناك دراسات حاولت الربط بين المبادرات وريادة الأعمال، ومنها دراسة **(وحيد حامد حيدر، ٢٠١٤م)** التي استهدفت التعرف على العلاقة بين المبادرات الشبابية والريادة الاجتماعية في منظمات المجتمع المدني الأردني، وتوصلت الدراسة ضمن نتائجها إلى أن المبادرات الشبابية تحقق مجموعة من الفوائد منها أنها تعزز كلًّا من دور الشباب بالمشاركة المجتمعية، منظومة القيم والمبادئ عند الطلاب، وتدعيم مفهوم الذات لدى الشباب، وأوضحت الدراسة أن من أهم الأسباب التي تدفع الشباب للمشاركة في المبادرات خدمة المجتمع ومشاركة الآخرين في التطوع، وقد أوصت الدراسة أن تقوم المنظمات الحكومية المسئولة بعمل قاعدة بيانات بالمبادرات التي يُطلقها الشباب وتصنيفها وتوثيق مخرجاتها واعتبار المبادرات الشبابية أحد السبل للتخفيف من معدلات البطالة.

وقد اهتمت مجموعة أخرى من الدراسات بإظهار التحديات والمشكلات التي تواجه المبادرات بمختلف أشكالها، وظهر ذلك في دراسة **(ياسر المري ٢٠١٣م)** التي تناولت التعرف على واقع ريادة الأعمال الصغيرة والمتوسطة في المملكة العربية السعودية، وأهم المعوقات التي

تحد من دورها في مواجهة البطالة، بالإضافة إلى تحديد سبل التغلب عليها، وخلُصت الدراسة إلى أن ريادة الأعمال الصغيرة والمتوسطة في المملكة تحتاج إلى إصدار أنظمة تشجع على ترويج منتجاتها، وهى تعاني ضعفًا في التمويل المالي، ويتعرض رواد الأعمال لضغوط عمل شديدة، ويؤدى استعجالهم في الحصول على الربح إلى تفضيل العمالة الأجنبية، كذلك ينخفض هامش الربح في بداية المشروعات الريادية، وقد أوصت الدراسة بضرورة اختيار رواد الأعمال بعناية ودعمهم مادياً ومعنوياً قبل تنفيذ المشروع الريادي واختيار المشروع الذي يتناسب ومؤهلاتهم ومهاراتهم، مع ضرورة مواصلة دعم المشروع الريادي في السنوات الأولى من التأسيس.

وهدفت دراسة **(سيف الدين مهدي ٢٠١٤م)** إلى التعرف على بعض متطلبات ريادة الأعمال، وأهم المعوقات التي تحد من انتشارها كثقافة مجتمعية لتوطينها بما يسهم في التنمية الاقتصادية المستدامة خاصة في مجال تطوير الصناعات واقتصاد المعرفة، وتوصلت الدراسة لبعض النتائج التي تُعين على الاستفادة من المقومات المادية والبشرية والتنظيمية والتشريعية في مجال تطوير ريادة الأعمال.

وعرضت دراسة **(Agwu, Maba, & Emeti, Cletus, 2014)** التحديات التي تواجه المشروعات الصغيرة والمتوسطة في مدينة بورت هار كورت بنيجيريا؛ وذلك من خلال تطبيق استبيان على عينة عشوائية بلغ حجمها(١٢٠ مفردة)، وخلصت الدراسة إلى أن أهم التحديات التي تواجه قطاع المشروعات الصغيرة والمتوسطة في نيجيريا: الافتقار إلى التمويل، وعدم مواءمة البنية الاجتماعية، ونقص الكفاءة الإدارية.

وفى ذات المجال تأتي دراسة **(إيهاب مقابلة ٢٠١٧م)** لتعرض أهم التحديات التي تواجه المشروعات الصغرى والصغيرة والمتوسطة في الدول العربية، مع التركيز على سلطنة عمان، وقد درست ٢١٢ مشروعاً في محافظة ظفار بسلطة عمان، وأوضحت أن أبرز التحديات هي المتعلقة بصغر حجم السوق والمنافسة، والمعوقات الإدارية والإجرائية، وعدم شمولية خدمات الدعم الفني المقدمة، وضعف الروابط بين المشروعات الصغرى والصغيرة وبين المشروعات الكبيرة، والتحديات المتعلقة بسوق العمل، وصعوبة الحصول على التمويل والعمالة الماهرة.

وتأتي دراسة **(بلال مدحت ٢٠١٨م)** للبحث في واقع المشروعات الصغيرة والمتوسطة في قطاع غزة، وإظهار أهميتها وتحليل أهم المشاكل والمعوقات التي تعاني منها ووضع الحلول الملائمة لعلاجها، وبيان سبل تمويلها ودعمها وتعزيزها، وأوصت الدراسة بأن تعطي الحكومة الفلسطينية أولوية لأصحاب المشروعات وأن تقدم حوافز تشجيعية وتسهيلات منها الإعفاءات من الضرائب والتراخيص.

وحاولت دراسة **(محمد واصل ٢٠٢٠م)** التعرف على أهم المعوقات التي تواجه المشروعات الصغيرة في المجتمع الليبي، وقد اعتمدت على المسح الاجتماعي، ولتحقيق هدف الدراسة تم تطبيق الاستبيان على عينة عمدية من أصحاب المشروعات الصغيرة المرخص لها في مدينة طبرق، وأبرزت نتائج الدراسة أن أهم معوقات المشروعات الصغيرة هي: المعوقات التمويلية، والمعوقات التسويقية، والمعوقات الثقافية والاجتماعية، والمعوقات التشريعية والتنظيمية، والمعوقات الفنية، وأخيرًا المعوقات الإدارية.

وقامت دراسة **(نيفين زكريا ٢٠٢١م)** برصد طبيعة المخاطر، والتحديات التي تواجه أصحاب الحرف اليدوية في منطقة الحطابة، إضافة إلى تحليل تدخلات الحكومة، والقطاع الخاص، والمنظمات غير الحكومية فيما يتعلق بهذه التحديات، وبخاصة في أعقاب ثورة الخامس والعشرين من يناير ٢٠١١م. وقد شملت أدوات جمع البيانات المقابلات المتعمقة مع أربعة عشر (١٤) حرفيًّا، ومالكي ورش العمل في المنطقة، إضافة إلى إجراء مجموعات مناقشات بؤرية (FGDs) مع (٨) من الشباب المنخرطين في العمل بالمنطقة، وأوضحت الدراسة أن الصناعات، والحرف اليدوية تعاني من فجوة في وضع سياسات وقواعد ولوائح واضحة ومتسقة فيما يتعلق بالواجبات المطلوبة، والحقوق المستحقة، حيث أدت هذه الفجوة إلى جعل الحرفيين أكثر اضطرابًا، وذهولاً عن القصد، إضافة إلى الشعور بخيبة أمل تجاه استدامة عملهم في هذه الصناعات التقليدية، كذلك كانت هناك مشكلة في توافر آليات من شأنها تسويق منتجات الحرفيين، خاصة وأن المنتجات اليدوية المحلية تواجه بقوة الصناعات اليدوية المستوردة، علاوة على ذلك عدم توافر قاعدة بيانات دقيقة تتعلق بالصناعات اليدوية، والحرفية، كي تفتح الباب أمام مختلف الجهات التنموية للتعاون معها. كما أن الشراكة بين القطاع العام والقطاع الخاص والمنظمات غير الحكومية تعد ضرورية أيضًا لتنظيم وتطوير الحرفيين والصناعات اليدوية المحلية، وأوصت الدراسة بضرورة المصادقة على تفعيل آليات الشكاوى الدولية التي يتقدم بها أصحاب الحرف، إضافة إلى تفعيل المادة (٧٨) من الدستور المصري ٢٠١٤م، وكذلك إعداد بحث شامل وقاعدة بيانات بالحرف في المنطقة وأصحابها، ونوعية المشكلات التي يواجهونها، وعقد المزيد من الندوات والمؤتمرات لإلقاء الضوء على الصناعات الحرفية، إضافة إلى إنشاء مركز وطني للبحوث، يستهدف تحسين الحرف اليدوية المحلية في منطقة الحطابة.

وعلى الجانب الآخر تأتي الدراسات التي تناولت أثر المبادرات على التنمية، من بينها دراسة **(عاصم البندي ٢٠١١م)** التي أشارت إلى أثر المشروعات الصغيرة على التنمية الاقتصادية في مصر، وتوضيح مدى الارتباط بين فعالية المشروعات الصغيرة وتحقيق التنمية الاقتصادية وبيان الآثار الاقتصادية لها، ولتحقيق هدف الدراسة تم البحث في الواقع الراهن للمشروعات الصغيرة في مصر؛ وذلك بالتعرف على وضعها الحالي في ظل معدلات التنمية

الاقتصادية، ودراسة الآفاق المستقبلية للدور الذي يمكن أن تؤديه هذه مستقبلاً في ظل الظروف التي انتابت معظم اقتصاديات دول العالم ومنها مصر، وقد خلصت الدراسة إلى أن قطاع المشاريع الصغيرة يمثل فرس الرهان في التصدي لأزمة البطالة في مصر في المرحلة القادمة مما يحتم على الحكومة أن تُولي هذا القطاع اهتماما بالغا، خاصة وأنه يشكل ما يقارب (٨٠%) من حجم الاقتصاد الكلي، ويستحوذ على نسبة (٨٢%) من الحجم الإجمالي للعمالة، كما أظهرت النتائج أن صعوبة الحصول على التمويل من المعوقات الأساسية أمام الرياديين وأصحاب المشروعات الصغيرة في مصر، بالإضافة إلى تدني أداء الكادر الإداري، والضعف في نقل الخبرات والاستفادة من تجارب الدول المتقدمة والصاعدة التي تبنت وطورت رؤية استراتيجية للاهتمام بالمشروعات الصغيرة، إضافة إلى ضعف الاستفادة والتنسيق بين الدول العربية في هذا المجال.

وهدفت دراسة **(وحيدة موسى ٢٠١٤م)** إلى التعرف على طبيعة وأهداف المبادرات الشبابية ومعرفة دور الشباب في المبادرات من خلال الأساليب التي تم استخدامها والقضايا التي استهدفتها هذه المبادرات، والتعرف على آراء الشباب نحو النتائج المتوقعة للمبادرات الشبابية كدور شريك في المسئولية الاجتماعية، بالإضافة إلى التعرف على دور وسائل الاتصال المجتمعي في نشر المبادرات الشبابية، وقد طرحت الدراسة عدداً من التوصيات منها ضرورة أن تقوم المؤسسات الحكومية بإقامة قاعدة بيانات بالمبادرات التي يُطلقها الشباب والأفراد وتصنيفها وتوثيق مخرجاتها واعتبار المبادرات الشبابية أحد السبل للتخفيف من معدلات البطالة المرتفعة، كما أوصت الدراسة بضرورة أن تقوم منظمات المجتمع المدني بإجراء دراسة مسحية شاملة لكافة المبادرات العاملة في الميدان وتوفير الشراكة بين البرامج الموجهة لطلبة الجامعة التي تعمل على تنمية قدراتهم وتطوير كفاءاتهم في مجال العمل التطوعي.

بينما سعت دراسة **(محمد هارون ٢٠١٦م)** إلى التعرف على أثر الريادة والابتكار على المشروعات الصغيرة والمتوسطة، وتوضيح أهميتها، وأظهار الدور الذي تلعبه في تعزيز الريادة والابتكار في سوق العمل، ولتحقيق هذا الهدف تم اختيار عدد من مشروعات التمويل الأصغر كمجتمع للدراسة والبالغ عددها ٦ مشروعات، حيث تم تصميم استبانة وتم تطبيقها على عينة عشوائية مكونة من ١٥٠ مبحوثا، وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وجاءت أهم النتائج: أن بعض أبعاد الريادة والابتكار تؤثر إيجابياً على المشروعات الصغيرة والمتوسطة.

التعليق علي التراث البحثي:

بعد العرض السابق للتراث البحثي الذي تناول وضع المبادرات المجتمعية المختلفة ورصد التحديات والمشكلات التي تواجهها في عدة بلدان، والتعرف على تأثيرها على المستوى

الاقتصادي، وعلاقة المبادرات بريادة الأعمال، علينا أن نوضح مدى اختلاف الدراسة الراهنة عن الطرح السابق، فقد آثرنا أن نتطرق لنقطة حديثة لم تتناولها الدراسات السابقة، ألا وهى دراسة المبادرات التنموية الفردية للتعرف على أنماطها وأهم التحديات التي تواجهها وتأثيرها في اقتصاديات الدولة.

ثامنًا: الإجراءات المنهجية للدراسة

- **أساليب الدراسة:**

تقتضى طبيعة الدراسة الراهنة التعامل مع حالات محددة من المبادرات الفردية؛ لذا تنتمي هذه الدراسة من حيث النوع إلى الدراسات الوصفية الكيفية، حيث تسعى إلى وصف **المبادرات التنموية الفردية والتعرف على أنماطها**، وتحليل إسهامات المبادرين الإبداعية، والأساليب المتبعة فى تسويق منتجاتهم، وما يصادفهم من معوقات فى هذا المجال.

- **أدوات جمع البيانات:**

بناءً على ما سبق، اعتمدت الدراسة على دليل المقابلة المتعمقة للكشف عن بيانات تفصيلية من خلال عدد محدد من الحالات، حيث قامت الباحثة بإجراء مقابلات متعمقة مع 25 حالة من أصحاب الابتكار الفردي يتوزعون على محافظات مختلفة، ويمتهنون مهن مختلفة، فمنهم من يقوم بصناعة السجاد اليدوي، أو صناعة الإكسسوار، أعمال الكورشيه، والخياطة، والتدريب على التمثيل، القيام بوضع المكياج والتدريب عليه (ميكب ارتيست)، بيع منتجات مختلفة على الإنترنت، وقد تمت مقابلة أغلب الحالات داخل معارض للمنتجات بعدة محافظات.

- **عينة الدراسة:**

تكونت عينة الدراسة من ٢٥ مبادرًا من أصحاب المبادرات التنموية الفردية، وقد شملت العينة عدة محافظات(القاهرة – الجيزة – البحيرة – بورسعيد – سوهاج)، وقد تم مقابلة مجتمع الدراسة داخل معارض المنتجات بالقاهرة، وفي محافظة سوهاج وبورسعيد، ودار الأوبرا المصرية، نعرض لها في الجدول التالي:

جدول (٢) يوضح حجم العينة وتوزيعها وفقاً للمحافظة ونوع الابتكار

م	نوع الابتكار	المحافظة	العدد
١	سجاد يدوي	البحيرة	٢
٢	سجاد يدوي	سوهاج	١
٣	صناعة الاكسسوار والكورشية	الجيزة	٣
٤	الخيامية	بورسعيد	١
٥	الخيامية	القاهرة	٢
٦	التدريب على التمثيبل	الجيزة	١
٧	التدريب على رقص الكلاكيت	الجيزة	١
٨	أعمال خاصة بوضع مساحيق التجميل والتدريب عليها	القاهرة	١
٩	أعمال الخزف والفخار	القاهرة	٢
١٠	الرسم على الملابس	الجيزة	١
١١	إعادة تدوير من الكرتون	القاهرة	١
١٢	بيع منتجات مختلفة على الإنترنت (ملابس – أدوات منزلية)	الجيزة	٣
١٣	إعداد الطعام بالمنزل	البحيرة	١
١٤	صناعة صابون طبيعي وعطور	القاهرة	١
١٥	مدربة تنمية بشرية	القاهرة	١
١٦	مدربة علاقات أسرية	الجيزة	١
١٧	قناة لتعليم الرسم على اليوتيوب	القاهرة	١
١٨	تطبيق إلكتروني لتوصيل المنتجات	بورسعيد	١
	الإجمالي		٢٥

٤. أساليب التحليل والتفسير:

اعتمدت هذه الدراسة على أسلوب التحليل الكيفي الذي يستهدف "تقديم المادة الكيفية في شكل وصفي يبرز الدلالة السوسيولوجية ووضعها في سياق أعم وأشمل بحيث تكتسب دلالاتها الاجتماعية" (زايد، أحمد، ٢٠٠٢م: ١٦٨). ولتحقيق هذا الهدف تم تفسير دليل المقابلة

في ضوء رؤية الواقع، كما تمت قراءة مخرجات المقابلات، وتم تحليل المادة وفقاً للمستويات التالية:

١. تم تصنيف المادة وفقاً لنوع المبادرات التنموية.

٢. تم استخلاص أهم العبارات واستخدامها في دعم نتائج الدراسة والتدليل عليها.

أما بالنسبة للتفسير، فقد جمعت هذه الدراسة بين التفسير الكلي والتفسير الجزئي؛ وذلك انطلاقاً من فكرة أساسية مؤداها: أن المبادرات التنموية الفردية كموضوع للدراسة لا ينفصل عن السياق الكلي للمجتمع. ومن هنا فإن تفسير البيانات الميدانية سوف يرتبط دائماً بالسياق الاجتماعي والثقافي للمجتمع، ويتجه التفسير هنا إلى إبراز أنواع المبادرات التنموية والمشكلات التي تواجهها؛ وذلك في ضوء السياق المحيط بها، وصولاً إلى تحقيق أهداف الدراسة.

تاسعًا: نتائج الدراسة

١ -أنماط الابتكار الفردي التنموي:

نحن نتحدث هنا عن الابتكار أي الإبداع في أفكار لها طابع جديد ومتميز وليست أفكار معتادة؛ ولذلك سوف نركز هنا على الأنماط الابتكارية غير المعتادة، بمعنى آخر هي أقرب إلى الهواية (مهارة) التي تحولت إلى مبادرة و"أهم ما يميز المبادرة الشبابية بساطتها، وأنها لا تحتاج إلى كثير من التحضيرات والأدوات والتمويل لكي يتم تنفيذها، تقوم على ما يمتلكه الشباب من إمكانيات وقدرات وتوظيفها لخدمة الناس من حولهم وتنمية مجتمعاتهم المحلية" (يوسف سعادة، محمد الجيوسي).

وقد رصدت الدراسة عددًا من المبادرات الفردية التنموية، وتم تصنيفها إلى: ابتكارات يدوية – ابتكارات تدريبية– ابتكارات تجارية – ابتكارات تكنولوجية، نعرضها من خلال الشكل التالى

شكل (١) أنماط المبادرات الابتكارية الفردية

١ – ابتكارات يدوية	
– صناعة السجاد اليدوي.	– صناعة الحلي.
– أعمال الإبرة (الكورشية) – الخياطة – التفصيل – الخيامية.	– أعمال الزينة (ميكب ارتسيت – ديكورات المناسبات).
– أعمال الطبخ المنزلي ومشروعات الأكل.	

٢ – ابتكار تدريبي تعليمي	
– التدريب على التمثيل من خلال ورش عمل.	– التدريب على فن البالية والكلاكيت. (فنون مختلفة)
– مدرب تنمية بشرية.	– مدرب علاقات أسرية.
– فيديوهات تعليمية للغات – للعلوم – للرسم.....	

٣ – ابتكار تجاري
– بيع منتجات تجارية عن طريق الإنترنت (عمل أكل بالمنزل – صناعة الحلويات).

٤ – ابتكار تكنولوجي	
– أبليكشن توصيل طلبات ومستلزمات منزلية مختلفة.	– ابليكشن لحجز سيارات.
– بلوجر.	– عمل تصميمات عبر برامج مختلفة على الكمبيوتر.

٢-خصائص المبادرين والمبادرات:

- تقع غالبية مفردات العينة في الفئة العمرية من ٢٠- ٤٠ عاما، وهي الفئة القادرة على التعامل مع الوسائل الإلكترونية الحديثة، وتعد هذه الفئة هي من لديها طاقة لدخول مجال عمل جديد ومختلف حيث يتوافر لديهم من الحماس والطموح ما يجعلهم يخوضون التجربة، بالإضافة إلى القدرة على الاطلاع على المستجدات الإلكترونية، وإمكانية التعامل معها، بعكس كبار السن الذين لا يميلون إلى تجريب الجديد بحكم الاعتياد وعدم تقبل التجريب.
- تنطبق نفس الأسباب السابقة على الجمهور المستهلك الذي يقع في نفس الفئة العمرية، بينما كبار السن يمتنعون عن سبل التسوق الحديثة لأنهم لم يعتادوا عليها، فهم دائماً يميلون للشراء المباشر من المحال التجارية، فلا يوجد لديهم رغبة التجريب أو روح المغامرة المتسقة مع سياسة التسوق الإلكتروني.
- أغلب أصحاب المبادرات التنموية الفردية حاصلين على مؤهلات عليا.

أما عن الأسباب التى دفعت أفراد العينة إلى الدخول فى مجال المبادرات، فقد توصلت الدراسة إلى توقف العمل السابق الذى كانوا يزاولونه، أو لشعورهم بأن العمل السابق لا يناسبهم.

٣-طرق تسويق المبادرات:

اتضح من خلال الدراسة الميدانية تعدد الطرق التي يتم بها تسويق المنتجات أو مخرجات المبادرات الفردية، وقد اتفقت جميع الحالات على الجمع بين طريقتين لعرض منتجاتهم في محال مثل الحالة الأولى حيث قال *"بدأ يقبل أهل بورسعيد على شراء التابلوهات ويطلبون مني صور شخصية أعملهلهم مخصوص"*، وأوضحت الحالة الثانية *أن التسويق ممكن يتم عن طريق الأصدقاء والمعارف حيث قالت: "بسوق فى محافظة سوهاج هنا والقاهرة وأصدقائي بيساعدونى فى أنهم ياخدوا الشغل ويبيعوا لجيرانهم ولأصدقائهم فى العمل، وكمان فى محلات بتتعامل معايا وبتاخد منى الشغل دا بأسعار كويسة"*. والتسويق عن طريق الإنترنت حيث أوضح البعض أنهم يُسوِّقُون من خلال صفحات مواقع التواصل الاجتماعي facebook – انستجرام – تليجرام، وآخرون يُسوِّقُون عن طريق تطبيق WhatsAapp، ويرجع استخدام تلك المواقع لمجانيتها

واتساع نطاقها لكافة الجمهور، فهي تسهل من عملية الوصول إلى الجمهور المستهدف. وكان الاختيار الأكثر هو فيسبوك، وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة "سامح الشريف" (الشريف، سامح، ٦٢٨: ٦٤٦) حيث كان موقع "فيسبوك" في صدارة شبكات التواصل الاجتماعي التي يستخدمها المبادرون؛ نظراً لأنها أكثر الشبكات الاجتماعية استخداما بين الجمهور المصري، ومن ثم تزيد من فرص التسويق والترويج للسلع والمنتجات والخدمات المختلفة، كما أنها تتيح العديد من الأدوات التفاعلية التي لا تتوافر في الكثير من الشبكات الاجتماعية، كذلك تُضفي مواقع التواصل الاجتماعي الصفة الابتكارية للمبادرات، وهي من السمات الرئيسة التي يجب أن تتصف بها المبادرات، وهذا ما أكدته أيضاً دراسة سامح الشريف التى أوضحت أن "شبكات التواصل الاجتماعي تتميز بالابتكارية من خلال عوامل التفاعلية والتزامنية والتشبيك الاجتماعي والأدوات التكنولوجية التي تساعد على تحقيق الابتكار لهذه المبادرات، كما أنها تتيح قاعدة واسعة من المستهلكين في أماكن مختلفة ومتعددة نظراً لعالمية شبكة الإنترنت (الشريف، سامح، ٢٠١٨: ٦٤٧). أما الحالة الثالثة التي تقوم بالتدريب على التمثيل للأطفال فقد أوضحت أن "*البداية كانت الإعلان بلوحة الإعلانات بنادي الصيد، بس كانت قاصرة على المشتركين في نادي الصيد ولما اتعرفت على الناس بدأوا يسألوني عن مكان بدرب فيه وانه في ناس عايزة تشترك مش أعضاء في نادي الصيد فبدأت أدور على مكان وفعلاً لقيت حضانة بدأت أجرها وبلغت الناس اني هبدأ التدريب الخاص وبدأت، وكمان في مدرسة بنتي أمهات أصحابها عرفوا وبعتوا أولادهم يدربوا، وكمان كنت بدرب بنتي بالية وعرفوا بردوا أني بدرب تمثيل وخلوا أولادهم يشاركوا معايا، وعملت جروب على الواتس أب أجمع فيه الناس وأعلن عن مواعيد الكورسات وطبعا بيكون الإقبال في اجازة الصيف أكتر من المدارس، وكمان عندي صفحة على الفيس بوك بنزل فيها شغلي*". كما استطاع بعض أفراد العينة أن يشتركوا في معارض خارجية وذلك مثل الحالة الرابعة التي تعمل في مجال الخياطة حيث قالت "*اشتركت في معرض في الأردن، وصديقتي تسوق لي في السعودية تشارك في معارض هناك بمنتجاتي، وقريبا هروح معرض في فرنسا*"، "*بعتمد في التسويق على الفيس بوك لأنه أكتر حاجة بعرف أتعامل معاها وبحس عليه ناس كتير*"، "*بسوق عن طريق الانستجرام عشان بعرف أحط عليه صور شغلي وأي حد بيدخل بيعرف يشوفها مش لازم كل شوية ابعتها للناس*"، "*أنا فيديوهاتي كلها موجودة على اليوتيوب وساعات بنزل منها على صفحتي على الفيس بوك عشان الناس تعرف بالقناة*"، *أسهل حاجة في التسويق والناس كلها بتشوفها هي الفيس بوك، وقدرت أعمل*

جروب على الواتس من نمر تليفونات الزباين وأصحابهم بقي كل حد يشتري مني يعرف يضيف معارفه"، "بعتمد على الدعاية في نادي الصيد، وفي ناس كتير كانوا عرفوني عن طريق النادي وبعد كدا بقى معايا بريفت في كورس التمثيل"، "أنا بعتبر اشتراكي في معرض تراثنا هو ده أكبر دعاية ليا، وأكتر مكان بيتقدر فيه الشغل اللي بقدمه، لأن الاشغال اليدوية مش أي حد يقدر يقدرها".

وحتى يتم تسويق المنتج الابتكاري بشكل متميز فقد أكدت بعض الدراسات (خربوطلي، عامر، ٢٠١٨م)، على أن هناك بعض السمات لابد أن تتوافر في الابتكار التنموي، ومن بينها:

- الإبداع في تقديم منتجات وخدمات جديدة.
- ابتكار أفكار جديدة تطور من المنتج التنموي.
- التفرد في المنتجات، والتميز في وسائل وأساليب توصيل الخدمة للمستهدفين.
- الجرأة على المخاطرة والمنافسة داخل السوق.
- المبادأة بإنتاج أعمال تنافسية.

وعموما فقد كانت أهم طرق التسويق كما ذكر مفردات العينة هى:

- عن طريق الإنترنت ما بين (Facebook-WhatsApp- Instagram).
- من خلال المشاركة فى معارض داخلية وخارجية.
- يمكن للمبادرات التنموية الفردية الناجحة أن تعزز القدرة التنافسية العالمية من خلال إنتاج منتجات متطورة يمكنها المنافسة في الأسواق العالمية، وقد أوضحت عينة الدراسة على أن لديهم طموحًا تجاه زيادة حجم مشروعاتهم على المستويين المحلي والدولي والاشتراك في معارض دولية.

٤-التحديات والصعوبات:

بقدر تميز هذه المبادرات وتفردها إلا أن أصحابها يواجهون العديد من المشكلات، وقد تمكنت الدراسة من وضع يديها على بعض المشكلات والتحديات التي تواجه أصحاب المبادرات

الفردية التنموية ونستدعي هنا من سرديات عينة الدراسة حول المشكلات التي تواجههم قبل أن نبدأ بعرض كافة المشكلات التي استخلصتها الدراسة:

"في مشكلة التسويق الإلكتروني إنك ممكن تتعرض للنصب وحصل معايا واحدة طلبت أوردر كبير وعند الاستلام قفلت تليفونها وأنا ادبست في الأوردر"، "روحت لعروسة وعملت لها الميك أب ليها ولمامتها وبعد ما خلصت حسبتني على نص فلوسي بس ووقفتلي أخوها وباباها لو طلبت فلوسي كانوا هيضربوني"، " واحدة طلبت مني سجادة يدوي بمواصفات معينة وفضلت متابعة معايا لحد ما خلصت يوم الاستلام متكلمتش خالص واتصل بيها مش بترد ومستلمتش السجادة"، "زبونة طلبت أوردر أدوات منزلية وبعد ما استلمت رجعتلي عايزة ترجعه وتاخد الفلوس عشان جوزها اتخانق معاها"، "أكتر مشكلة هي فصال الناس وكأن الناس مستخسرة فينا حقنا أنا بتعب وبشتغل وحقي أني آخد تمن تعبي ده".

ويمكن أن نُصيغ بعض التحديات التي واجهت المبادرات فيما يلي:

(أ) التحديات الإدارية:

- التغير المستمر في السياسات والإجراءات والاشتراطات التي تضعها جهات حكومية وغير حكومية وتشكل عائقاً أمام هذه المبادرات.
- نقص العمالة المدربة نظراً لارتفاع تكاليف التدريب والتكوين.
- تعدد جهات إصدار التراخيص التي يتعامل معها أصحاب المبادرات.
- عدم قدرة أصحاب المبادرات على توفير التمويل اللازم لاستمرارية النشاط.
- عدم توفير الضمانات التقليدية الكافية التي تشترطها البنوك التجارية لتقديم التمويل لها.
- ارتفاع معدلات الضريبة.

(ب) **التحديات التسويقية** والتي يمكن حصرها في:

- ارتفاع رسوم العديد من الجهات الخدمية.
- نقص الخبرة في المجال والإمكانيات والمعلومات وعدم القدرة على القيام بالبحوث التسويقية نظراً لارتفاع تكاليفها.

- ضعف رؤوس أموال المشروعات مما يعرضها للتوقف.
- قلة خبرة صاحب المشروع وعدم تفرغه من عمله الوظيفي.
- صعوبة الحصول على العمالة المؤهلة والمدربة.
- بيئة السوق التنافسية القوية حيث يتم استيراد منتجات شبيهة بسعر أرخص.
- ظهور المنتجات البديلة باستمرار وبأقل التكاليف.

(ج) التحديات التمويلية:

- صعوبة الحصول على القروض لصعوبة شروطها.
- ارتفاع تكلفة تأسيس المشروع، خاصة ارتفاع إيجارات الأماكن التجارية، وارتفاع تكلفة الخامات.
- لا يوجد بدائل تمويلية متاحة.
- ارتفاع أسعار الفائدة على القروض مما يؤدي إلى التعثر في السداد.
- ولفتت عينة الدراسة النظر إلى ضعف دور الدولة، بل أحياناً ما تكون الدولة عائقا لهم عند فرضها ضرائب مبالغ فيها.

والى جانب ما سبق هناك تحديات أخرى ذكرها أفراد العينة نوجزها فى الآتى:

- النظرة المجتمعية المحبطة لأي من هذه المبادرات والحكم عليها بالفشل، وهي مازالت في طور البداية.
- ضعف الإقبال على المبادرات الفردية خوفاً من الفشل وخسارة المال والوقت.
- إقامة المبادرة الفردية بجانب العمل في القطاعين الحكومي أو الخاص يؤثر سلبا، ويؤدى إلى توقف المبادرة.
- صعوبة الحصول على أماكن صالحة لبيئة العمل؛ نظراً لغلاء الإيجارات، وقلة عدد الورش، وقلة عدد العاملين فيها، وقد يؤدي ذلك إلى ترك العمل بهذه الأماكن، ومن ثم فقدان الصناع المهرة.
- أغلب هذه المبادرات تعمل بشكل فردي، دون دراسة للسوق واحتياجاته ، ومن ثم قد يفتقد بعضها مراعاة متطلبات المجتمع الحديث وتلبية اختلاف الأذواق والتفضيلات.

- عدم وجود منافذ للعرض والتسويق للمنتجات في ظل وجود منافسة غير متكافئة مع منتج صيني ليس على نفس المستوى من الكفاءة، فقد تم استبدال الشغل اليدوي من المنسوجات بلوحات مطبوعة، وبدلا من صناعة الصدف والعاج أصبحت تماثيل من مواد أخرى أرخص مع التأكيد على اختلاف الجودة بالتأكيد.
- لا نستطيع أن ننكر أن هناك جهودًا حكومية لدعم هذه المبادرات التنموية، ولكنها غير كافية فهناك غياب للخطط الحكومية تجاه العاملين بهذه المبادرات التنموية فيما يخص نظم التأمين على العاملين، وتيسير قوانين استيراد المواد الخام التي يتحكم فيها كبار التجار، وتصدير المنتجات إلى الخارج، وحجز المعارض، حيث أشار الكثيرون إلى أن تكلفة المعارض باهظة، فالأمر يحتاج إلى تشجيع الشباب العاملين ودعمهم فنيا وتسهيلات لإقامة الورش والمشاركة فى المعارض، ويمكن للجمعيات الأهلية المشاركة فى هذا الدعم.
- لا يوجد حصر للمبادرات التنموية الفردية وأعداد العاملين بها وحجم إنتاجهم وحجم استثماراتهم المحلية والدولية.
- يعانى أصحاب المبادرات فى المحافظات من قلة المواد الخام والبُعد الجغرافى عن القاهرة التي يرونها أكثر مكان تتوافر فيه المواد الخام بأسعار مناسبة وتوجد بها أسواق للبيع.

٥- الأثر التنموي والاقتصادي للمبادرات:

أكدت الدراسة على أهمية الدور الاقتصادي التنموي للمبادرات التنموية الفردية حيث تعمل على:

١- استثمار طاقات الشباب فيها، مما يخفف عبء التهافت على الوظائف التقليدية.
٢- يؤدي الانخراط في المبادرات التنموية إلى تحقيق استقرار اقتصادي واجتماعي إلى حد كبير.
٣- التوسع في إنتاجية المبادرات من سلع وخدمات يؤدى إلى فتح أسواق خارجية بالإضافة للأسواق الداخلية، مما يُسهم فى توافر عملات أجنبية تدعم رصيد الدولة منها.

٤- التوسع في حجم المبادرات يتيح خلق فرص عمل جديدة وضم عدد من الشباب إليها، مما يُسهم جزئيا في مواجهة مشكلة البطالة.

٥- تُتيح المبادرات زيادة نسبة مشاركة المرأة في سوق العمل، مما يُعزز دورها الاقتصادى داخل الأسرة.

٦- المبادرات التنموية الفردية تولد ثروة جديدة، إذ تتيح المنتجات، والتقنيات الجديدة من المبادرين إمكانية تطوير أسواق جديدة وإنشاء ثروة جديدة، بالإضافة إلى ذلك فإنها تزيد من فرص العمل وزيادة الأرباح التي تسهم في تحسين الدخل القومي.

٧- تلعب المبادرات التنموية الفردية دوراً مهمًّا في التنمية الاقتصادية، حيث تُسهم في خلق فرص العمل، بالإضافة إلى تحسين مستوى الخدمات المقدمة، وزيادة الإنتاجية، والإسهام في الكفاءة الاقتصادية الشاملة، وجذب الاستثمار المحلي والأجنبي، مما يحفز النمو الاقتصادي والتنمية.

٨- تُحدث المبادرات التنموية تغييراً اجتماعياً من خلال البعد عن التقاليد والميل إلى كل ما هو تقني وحديث؛ مما يؤدي إلى تحسين الحياة الاجتماعية والاقتصادية، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة ماجدة عبدالعال عن ريادة الأعمال وأهداف التنمية المستدامة ومؤشرات قياسها حيث أكدت على أن ريادة الأعمال تخلق تغييراً اجتماعياً.

٩- المبادرات التنموية الفردية تحقق أحلام أصحابها على أرض الواقع، وتزيد لديهم الرغبة في زيادة القدرة التنافسية بما يعزز دورهم التنموي داخل المجتمع، والإسهام في زيادة الناتج المحلي، ومن ثم مساهمتهم في زيادة معدلات الناتج القومي.

١٠- كما تخلق المبادرات الفردية أشخاصا واثقين في قدراتهم وإمكانياتهم، يشعرون بتحقيق الذات، ويضعون أيديهم على المشكلات التي تواجههم، ولديهم من الطموح ما يجعلهم يُحدثون تغييرًا في المجتمع بأفكارهم المبتكرة.

١١- تخلق الابتكارات التنموية الفردية مسارات للحراك الاقتصادي، وتمكين الأفراد من تحسين وضعهم الاقتصادي والاجتماعى.

١٢- تعمل الابتكارات التنموية على تمكين الأفراد من تحمل مسئولياتهم الخاصة ومسئولياتهم المجتمعية؛ وذلك من خلال مساعيهم الإبداعية والابتكارية التي تُسهم فى تنمية المجتمع.

تخلص الدراسة من ذلك بالتأكيد على أهمية المبادرات التنموية ودورها فى المجتمع، فهى نموذج فعال لتحقيق التنمية بالمشاركة، حيث يكون المبادر شريكًا مسئولًا داخل مجتمعه فهو يلعب دورا فعالا بدءا من المجازفة بفكرة مبادرة جديدة والعمل عليها، ومروراً بإيجاد فرص عمل، ووصولاً إلى الإسهام في الدخل القومي؛ ولذلك لا يقاس تقدم الأمم وتنميتها بما لديها من ثروات طبيعية فقط ولكن بما تملكه من عقول مبدعة.

توصيات الدراسة:

فى ضوء ما سبق عرضه من نتائج الدراسة يمكننا الإشارة إلى عدد من التوصيات التي تنزع أية سلبيات تواجه المبادرات التنموية الفردية حتى يمكنها الاستمرار دون توقف، وحتى تُسهم بشكل أكبر في الاقتصاد المصري:

- المطالبة بآلية الشبُاك الواحد بحيث يتم إنجاز كل الأوراق المتعلقة بالمبادرات التنموية في مكان واحد وعبر جهة حكومية واحدة.
- وضع خريطة تضم المبادرات التنموية، موضح فيها أهم المشروعات الناجحة ونسب الربح والمبادرات التي يحتاج إليها السوق.
- إنشاء منصة إلكترونية تشرح مجال التسويق والمحاسبة وإدارة وتنظيم هذه المبادرات.
- تقديم الدعم لهذه المبادرات التنموية؛ لأنها تسهم بدور فعال في الإسراع بعملية التنمية داخل المجتمع.

– فتح أسواق داخلية وخارجية للاشتراك بإنتاج هذه المبادرات التنموية؛ وذلك بتوسيع مجال التعاقدات وتدبير أماكن ثابتة ومتنقلة تصلح معارض للمنتجات.

– توفير المواد الخام بأسعار مناسبة حتى يتمكن العاملون من الاستمرار في أعمالهم.

– الإيمان بأهمية تلك المبادرات التنموية باعتبارها آلية من آليات التنمية الاجتماعية والاقتصادية في المجتمع، ويؤدي ذلك إلى تقليل المشكلات التي يعانون منها، كما يؤدى الى نمو تلك المبادرات.

– دراسة السوق بشكل جيد والتعرف على أذواق المستهلكين ورغباتهم؛ وذلك حتى يأتى الإنتاج متلائما مع متطلبات السوق، مما يسهم فى الرواج وعدم الركود.

– العمل على تضافر الدولة وأجهزتها الحكومية والقطاع الخاص ورجال الأعمال، وأن يثمر هذا التعاون عن العمل على تنمية هذه المبادرات ومساعدة أصحابها على التقدم والنمو، وهو ما يؤثر على التنمية المجتمعية بشكل عام في نهاية الأمر، ولا يتحقق هذا إلا إذا آمنت الدولة وأجهزتها وقطاعها الخاص بأهمية تلك المبادرات التنموية ودورها في عمليات التنمية.

–تفعيل دور الجمعيات الأهلية المهتمة بالمبادرات التنموية لتقنين أوضاع هذه المبادرات والعمل على تنميتها وتحقيق مطالبهم.

– يحتاج التسويق الإلكتروني إلى إدارة جيدة وخطط واضحة لمواجهة التغيير المستمر في حركة السوق المحلية والعالمية، إذ لا يمكن للتسويق الإلكتروني أن ينجح إن لم يتوافر المتخصصون في هذا المجال.

– إنشاء بنك معلومات عن هذه المبادرات التنموية بحيث يوفر سبل العمل معهم.

– العمل في ضوء شبكة تواصل بين أصحاب المبادرات في نفس المجال، على أن يتم تقسيم العمل لسرعة الإنتاج والحصول على أعلى جودة.

قائمة المراجع

أولا: المراجع العربية

١- الأمين العوض، أحمد وآخرون (٢٠٠٧م)، الأطر المؤسسية للمجتمع المحلي والشراكة في تحقيق التنمية، ورقة بحثية، أغسطس ٢٠٠٧م، متاحة على الرابط التالي: noor-book.com

٢- بدر الحمدان، محمد (٢٠١٢م)، دور المبادرات الملكية في مجال التنمية الاجتماعية والاقتصادية في الأردن، رسالة دكتوراه، كلية الدراسات العليا، الجامعة الأردنية، عمان.

٣- بدري أحمد، عصام (٢٠٢٠م)، التدخل المهني لطريقة تنظيم المجتمع لتنمية وعي الشباب الجامعي بالمبادرات المجتمعية، مجلة دراسات في الخدمة الاجتماعية والعلوم الإنسانية، العدد ٥٠، المجلد ٢، إبريل ٢٠٢٠، القاهرة، ٤٧٩-٥٢٠

٤- البهنساوي، ليلي (٢٠٠٩م)، السياق الاجتماعي وتنمية المشروعات الصغيرة: دراسة حالة لمنطقة بطن البقرة، المجلة العربية لعلم الاجتماع، مركز البحوث والدراسات الاجتماعية، كلية الاداب، جامعة القاهرة، العدد ٣، ٧- ٧٣

٥- بوحردة، عمر (٢٠١٤م)، سوسيولوجيا الصناعات الصغيرة، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة.

٦- بن عمر، الأخضر، بالموشي، علي (٢٠١٣م)، معوقات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر وسبل تطويرها، الملتقي الوطني حول واقع وآفاق النظام المحاسبي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر يومي ٥-٦ مايو، جامعة جنوب الوادي، الجزائر، متاح على: www.univ-eloued.dz

٧- دودجسون، مارك، جان، ديفيد (٢٠١٤م)، الابتكار.. مقدمة قصيرة جداً، ط١، ترجمة: زينب عاطف سيد، مؤسسة هنداوي للتعليم والثقافة، القاهرة.

٨- زايد، أحمد (٢٠٠٢م)، تصميم البحث الاجتماعي (أسس منهجية وتطبيقات عملية)، القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية.

٩- زايد، أحمد(٢٠٢٠م)، نحو مدخل جديد لتصعيد التدفقات التنموية المحلية، ورقة سياسات غير منشورة.

١٠- زكريا صيام، وليد (٢٠٠٤م)، فرص نجاح المشاريع الصغيرة في ظل العولمة، مجلة آفاق اقتصادية، العدد ١٠٠، ديسمبر ٢٠٠٤، القاهرة.

١١- جودة، عبدالوهاب (٢٠٠٣م)، الصناعات الصغيرة والتنمية في ظل العولمة، دار الهاني للطباعة والنشر، القاهرة.

١٢- جودة، عبد الوهاب(٢٠٠٩م)، الانعكاسات الاجتماعية والاقتصادية لمشروعات الأعمال الحرة الصغيرة بسلطة عمان: دراسة ميدانية، المجلة العربية لعلم الاجتماع، العدد ٣، مركز البحوث والدراسات الاجتماعية، كلية الآداب، جامعة القاهرة، يناير ٢٠٠٩، ١٣٥-٢٠٧

١٣- الجوهري، محمد (٢٠١٠م)، معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، المركز القومي للترجمة، القاهرة.

١٤- على آل رضي، محمد، العمري، محمد، دليل منهجية تصميم المبادرات: الأسرة من التكوين إلى التمكين، جمعية مودة للتنمية الأسرية بالمملكة العربية السعودية، جدة، ٩

١٥- حامد حيدر، وحيد (٢٠١٤م)، المبادرة الشبابية وعلاقاتها بالريادة الاجتماعية في منظمات المجتمع المدني الأردني، رسالة دكتوراه، كلية الدراسات العليا، الجامعة الأردنية، عمان.

١٦- حامد موسى حيدر، وحيدة (٢٠١٤م)، المبادرة الشبابية وعلاقتها بالريادة الاجتماعية في منظمات المجتمع المدني الأردني، رسالة دكتوراه، كلية الدراسات العليا، الجامعة الأردنية، الأردن.

١٧- حسن السمان، أحمد (٢٠١١م)، الصحافة والتنمية المستدامة: دراسة مستقبلية، المكتبة الأكاديمية، القاهرة.

١٨- حلمى عبد اللطيف، أحمد (١٩٩٤م)، الصناعات الصغيرة، وأثرها على مشكلة البطالة فى مصر، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة، القاهرة.

١٩- خربوطلي، عامر (٢٠١٨م)، ريادة الأعمال وإدارة المشروعات الصغيرة والمتوسطة، الجامعة الافتراضية السورية، سوريا.

٢٠- خياطي، عبدالقادر (١٩٩٧م)، العمليات الابتكارية لدى الطفل، مجلة المبرز، المدرسة العليا للآداب والعلوم الإنسانية.

٢١- دليل المبادرات الشبابية لخدمة بادر، وزارة شئون الشباب والرياضة، معهد الإدارة العامة، مايو ٢٠٢١م، البحرين، متاح على الرابط التالي: http://shababm.com

٢٢- سالم المري، ياسر (٢٠١٣م)، ريادة الأعمال الصغيرة والمتوسطة ودورها في الحد من البطالة في المملكة العربية السعودية: دراسة تحليلية مقارنة، سالة دكتوراة، جامعة الأمير نايف للعلوم الأمنية، الرياض.

٢٣- سعادة، يوسف، الجيوسي، محمد: المبادرات والمشاريع الشبابية "طريقك للريادة المجتمعية "نحو شباب يقودون التغيير في مجتمعاتهم ويحدثون فرقاً في حياتهم وحياة الآخرين، سلسلة أدلة منظومة العمل الشبابي العربي http://pfesp.ps

٢٤- سليم إسماعيل، علي (٢٠٠٤م)، دور المشروعات الصغيرة والعمل الحر قي مواجهة أزمة البطالة: المقومات والمعوقات، المؤتمر السنوي التاسع "إدارة أزمة البطالة وتشغيل الخريجين"، ٤-٥ ديسمبر، كلية التجارة، جامعة عين شمس، القاهرة.

٢٥- سليمان، سرحان (٢٠١٦م)، المشروعات الصغيرة ودورها في تحقيق التنمية الاقتصادية: المفاهيم – الأهداف – التقييم، محاضرة بمركز النيل للإعلام، كفر الشيخ.

٢٦- شامية، عبدالله (٢٠١٦)، المشروعات الصغيرة: الخيار الأفضل للاقتصاد الليبي، المنظمة الليبية للسياسات والاستراتيجيات، متاح على الرابط: www.loopresearch.org

٢٧- صالح بوبشيت، وليد، صناعة المبادرات: رؤية ٢٠٣٠م المملكة العربية السعودية، ص ٧، متاح على الرابط التالي: www.hasatadreeb.com

٢٨- الصناعات الحرفية في مصر (فنون وإبداع) (٢٠٢٣م)، جهاز تنمية المشروعات، القاهرة، أكتوبر ٢٠٢٣.

٢٩- عبدالرحمن البريدي، عبدالله، صالح التويجري، أحمد (٢٠٢٢م)، فك الاشتباك الاصطلاحي بين ريادة الأعمال والمشاريع الصغيرة والمتوسطة: معالجة مفاهيمية تطبيقية، المجلة العربية للإدارة، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، جامعة الدول العربية، مجلد ٤٢، العدد (٢)، يونيو ٢٠٢٢م، ٢٩٣- ٣١٠

٣٠- عبدالرحمن الشمشيري، أحمد، ناصر لمبيريك، وفاء (٢٠١٩م)، ريادة الأعمال، ط١، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض.

٣١- عبدالحميد، أحمد (٢٠١٨م)، مؤشرات تخطيطية لتفعيل المبادرات المحلية كنموذج للتنمية بالمشاركة، مجلة كلية الخدمة الاجتماعية، العدد الثالث عشر، جامعة الفيوم، القاهرة، ص ص ٤٥١- ٤٨١

٣٢- عبدالسلام، حامد، قاموس علم النفس، ط١، عالم الكتب.

٣٣- عبد المنعم إبراهيم، إبراهيم: الصناعات اليدوية ...تراث وطني ومصدر جذب للاستثمار، الهيئة العامة للاستعلامات، http://www.sis.gov.eg/Story/

٣٤- عبدالنبي البندي، عاصم (٢٠١١م)، المشروعات الصغيرة وأثرها في التنمية الاقتصادية: مصر أنموذجاً، مجلة الأكاديمية العربية المفتوحة، العدد ١١-١٢، الأكاديمية العربية المفتوحة بالدنمارك، يونيو ٢٠١٢م، ١٥٢- ١٧٩

٣٥- على مهدي، سيف الدين (٢٠١٤م)، متطلبات وتحديات ريادة الأعمال بالمملكة العربية السعودية، المؤتمر السعودي الدولي لجمعيات ومراكز ريادة الأعمال نحو بيئة داعمة لريادة الأعمال في الشرق الأوسط، المنعقد خلال الفترة من ٩-١١ سبتمبر ٢٠١٤م، الرياض.

٣٦- محمد مدحت المصري، بلال (٢٠١٨م)، واقع المشروعات الصغيرة والمتوسطة في قطاع غزة وسبل تعزيزها، رسالة ماجستير، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية، غزة.

٣٧- محمد الشريف، سامح (٢٠١٨م)، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تحفيز النمو الاقتصادي للمشاريع الصغيرة والمتوسطة: دراسة ميدانية على رواد الأعمال المصرية، مجلد ٥٨، العدد (٣)، مجلة الإدارة العامة، معهد الإدارة العامة، مارس ٢٠١٨م، ٦٠١-٦٦١

٣٨- محمود عبدالعال، ماجدة (٢٠٢٢م)، ريادة الأعمال وأهداف التنمية المستدامة ومؤشرات قياسها، مجلة آفاق جديدة في تعليم الكبار، مركز تعليم الكبار، جامعة عين شمي، العدد ٣٢، يونيو ٢٠٢٢، ٣٠٣-٣٣٠

٣٩- المعاني الجامع، ٢٠٢٢، متاح على الرابط التالي:
www.almaany.com/ar/dict/a

٤٠- مقابلة، إيهاب (٢٠١٧م)، دراسة تحليلية لأبعاد التحديات التي تواجه المشروعات الصغرى والصغيرة والمتوسطة ودور مؤسسات الدعم الفني، سلسلة دراسات تنموية، العدد ٥٢، متاح على: www.arab-api.org

٤١- مولاي سعيدة، طاهر (٢٠١٤م)، البعد الاقتصادي للابتكار والمقاول المبتكر على النمو الاقتصادي حسب رؤية A-J-Schumpeter، مجلة العلوم الاقتصادية، المجلد ٩، العدد ٩، ديسمبر ٢٠١٤

٤٢- ميرزا عاشور، محمد: واقع الصناعات التقليدية والحرفية في مملكة البحرين، البحرين، بدون تاريخ.

٤٣- هارون عبدالله، محمد (٢٠١٦م)، أثر الريادة والابتكار على المشروعات الصغيرة والمتوسطة، رسالة ماجستير، كلية الاقتصاد، جامعة النيلين، السودان.

٤٤- هاشم الذهب، حمد (٢٠٠٤م)، الصناعات الصغيرة والمتوسطة في سلطنة عمان، ورقة عمل مقدمة إلى الملتقى الثالث للصناعات المتوسطة والصغير، سلطنة عمان ١٥-١٦، يناير، مسقط.

٤٥- واصل، محمد (٢٠٢٠م)، معوقات المشروعات الصغيرة في ليبيا: دراسة ميدانية في طبرق، المجلة العربية لعلم الاجتماع، العدد ٢٦، مركز البحوث والدراسات الاجتماعية، كلية الآداب، جامعة القاهرة، يوليو ٢٠٢٠، ٣١١-٣٩٠

ثانيا: المراجع الأجنبية

46- Agwu, Maba &, Emeti, Cletus, (2014), Issues, Challenges and prospects of Small and Medium Scale Enterprises (SMEs) in port-Harcourt City, Nigeria, European Journal of Sustainable Development, 3, 1, 101-114

http://ecsdev.org.standing war.org

47- Antonella, Z; Birgit, Hagen, A; Serapio, M (2018), International Entrepreneurship, Edward Elgar Publishing Ltd.

48- Autere, Jussi Ilmari (2004), The impact of referents on entrepreneurship: Growth of small and medium-sized software companies in three Finnish regions, Teknillinen Korkeakoulu (Helsinki) (Finland).

49- Azam, M & Mazid, M. (2022), A Qualitative Study On The Community Development Initiatives of The People of a Village of Bangladesh, Journal of studies in Social Sciences and Humanities. Vol (8), Issue (1).153-170

50- Clark, Danil Lee (1986), The Indiana Hardwood Industry: A study of Small Business Enterprise (Entrepreneurship, Lumber, Marketing, and Labor), Ph.D. Purdue University.

51- Drunker, P (2006), Innovation and Entrepreneurship, NY: Harper Business.

52- Ferrari, A, Cachia, R, & Punie, Y(2009), Innovation and Creativity in Education and Training in the EU Member States: Fostering Creative Learning and Supporting Innovative Teaching. JRC Technical Notes. Publication of the European Community

jrc52374_TN.pdf/EuRdoc/ftp.jrc.es//http:

53- Jones, B & Others, (2022), Unintended Consequences of Sustainable Development Initiatives: Risks and Opportunities In Seagrass Social –Ecological Systems. Ecology and Society. Vol (27), Issue (2), pp 1-16

54- Mathryn, Sandara et al. (1998), Small Business Start-ups: Success Factors and Support Implications, International Journal of Entrepreneurial Behavioral & Research, 4(3), 217-238.

55- Mirjam Dibra, Rogers. Theory on Diffusion of Innovation, The Most Appropriate Theoretical Model in the Study of factors Influencing the Integration of sustainability in Tourism Businesses, Procedia, Social and Behavioral Sciences, 195 (2015), pp 1453-1458. Available on line at: www.sciencedirect.com

56- National Centre For Entrepreneurship in Education: The Entrepreneurship University: From Concept To Action, Editors: Paul Coyl, Allan Gibb, Gay Haskins, UK, Dec 2023.

57- Nevine Zakaria (2021), Challenges Enconuntering Crafts Owners of Hattaba after 25th of January Egyptian Uprisings: An Analytic Review, Arab Journal of Sociology, vol. 31, jan, research and social studies center, cairo university.

58- Richardson, Pat, Howarth, Rhona &, Finnegan, Gerry (2004), The Challenges of Growing Small Businesses: Insights from Women Entrepreneurs in Africa, International Labour Office, Geneva SEED Working Paper No. 47, www.ilo.org/publns

59- Schumpeter, J.A. (1934), The Theory of Economic Development, Harvard University Press, Cambridge. MA.

60- Sternberg, R.J. (2006), Introduction. In J. c.Kaufman and R. J. Sternberg (eds) The International Handbook of Creativity.