

عنوان البحث

دور الإبداع الفني في تطوير منتجات وخدمات ريادية مبتكرة

The role of artistic creativity in the development of innovative entrepreneurial
products and services

إعداد الطالب/ة

نوف عبدالعزيز الحمود

الرقم الأكاديمي

233000108

إشراف

د. أحمد راجح

العام الدراسي

٢٠٢٤

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الإهداء :

الحمد لله حمدًا لا حدود له.. والشكر لله إسرارًا وإعلانًا..

بكل حب وامتنان وبعد شكر الله عز وجل، أهدى هذا البحث إلى:

والديّ العزيزين - رحمهما الله - اللذين علّمني معنى الإصرار والمثابرة، وعلّمني أن التميز حرفة المبدعين وألا أقنع بما دون النجوم، وكنا دائماً داعماً لي في كل خطوة أخطوها.

أختي وأخواني ورفيقة الدرب (حياة)، الذين شاركوني لحظات الفرح والتحدي، وكانوا دائماً عوناً لي ومصدر إلهامي.

أساتذتي الكرام، الذين لم يخلوا عليّ بعلمهم ونصائحهم الثمينة، وساهموا في تكوين فكري الأكاديمي.

صديقاتي، الذين أضاءوا حياتي بالأمل والسعادة ولم ينسوني من دعواتهم.

إلى كل من ساهم في إنجاح هذا البحث، أهدي هذا العمل، راجيةً من الله أن يكون له الأثر الإيجابي المرجو في تطوير مجال الإبداع الفني وريادة الأعمال.

شكر وعرفان :

الحمد لله كم بالفضل أكرمني.. وفوق كل الذي أرجوه أعطاني

أود أن أعرب عن خالص شكري وامتناني بعد شكر الله عز وجل لكل من ساهم في إنجاز هذا البحث:

أتقدم بشكر خاص إلى الدكتور أحمد راجح الذين قدم لنا التوجيه والإرشاد طوال فترة البحث، كانت نصائحه القيمة وخبراته الواسعة مصدر إلهام كبير لي وأثرت بشكل إيجابي في جودة هذا العمل.

أخص بالشكر عائلتي العزيزة على دعمهم المستمر وتشجيعهم الذي لا ينضب، لقد كانت ثقتهم ودعمهم لي دافعاً قوياً لتحقيق هذا الهدف.

كما أود أن أقدم جزيل الشكر إلى أصدقائي وزملائي الذين قدموا لي الدعم والمساعدة في مختلف مراحل البحث. كان تعاونهم وملاحظاتهم مفيدة جداً في تحسين جودة العمل.

كما أشكر جامعة ميدأوشن وكادرها الإداري والتعليمي على ما قدموه سواء كان ذلك بالنصيحة، أو الدعم المعنوي، أو المساعدة الفنية فلولاً جهودكم وتعاونكم لما تمكنت من الوصول إلى هذا الإنجاز.

إلى جميع من ساهم في هذا البحث، أقدم أسى الشكر والتقدير، وآمل أن يكون هذا العمل إضافة قيمة في مجال الإبداع الفني وتطوير المنتجات والخدمات الريادية.

ختاماً.. أسأل الله الكريم أن يوفقنا جميعاً لما يحبه ويرضاه.

ملخص الدراسة

هذا البحث يسعى لاستكشاف الدور الحيوي لدور الإبداع الفني في تطوير منتجات وخدمات ريادية مبتكرة، تتناول الدراسة كيفية تأثير الإبداع الفني على عمليات التصميم والتطوير، والتحديات التي تواجه الشركات الناشئة في دمج الإبداع الفني، والاستراتيجيات الممكنة لتجاوز هذه التحديات كما تهدف إلى فهم أثر دمج الإبداع الفني على تحسين تجربة العملاء وتعزيز تفاعلهم.

تم استخدام المنهج الكمي لجمع وتحليل البيانات، شمل هذا البحث تصميم استبيان موجه إلى الشركات الناشئة والعملاء لجمع معلومات حول مستويات الإبداع الفني في تصميم المنتجات والخدمات، التحديات التي تواجه الشركات، الاستراتيجيات التي تساعد على دمج الإبداع الفني في عمليات التطوير، وتأثير هذه الابتكارات على رضا العملاء وتفاعلهم.

تظهر النتائج الأولية أن الإبداع الفني يعزز الابتكار وثقافة الإبداع في الشركات، ويزيد من جاذبية المنتجات، ويحسن تجربة العملاء، ويرفع القيمة السوقية للمنتج أو الخدمة، ويضيف لها ميزة تنافسية.

تؤكد الدراسة على ضرورة دمج الإبداع الفني في جميع مراحل التصميم والتطوير واستخدام الإبداع الفني في استراتيجيات التسويق لزيادة جاذبية المنتجات والخدمات، وتطوير حلول مبتكرة للتحديات المالية والفنية وتحليل دوري للسوق وتغيير الثقافة التنظيمية لتكون أكثر مرونة وداعمة للإبداع والابتكار.

كما تؤكد هذه الدراسة على الأهمية الكبرى للإبداع الفني في تطوير منتجات وخدمات ريادية مبتكرة، إن تبني التوصيات المقترحة يمكن أن يساعد الشركات الناشئة في التغلب على التحديات التي تواجهها، وتحقيق مستويات أعلى من الابتكار والنجاح المستدام، مما يعزز من رضا العملاء وتفاعلهم بشكل إيجابي.

فهرس المحتويات:

الموضوع	رقم الصفحة
بسم الله الرحمن الرحيم	أ
الإهداء	ب
شكر وعرفان	ت
ملخص الدراسة باللغة العربية	ث
فهرس المحتويات	ج - ح
قائمة الجداول	خ
قائمة الأشكال	د - ذ
الفصل الأول: مدخل الدراسة	١
مقدمة	٢ - ٤
مشكلة الدراسة	٤ - ٥
أهمية الدراسة	٦ - ٧
أهداف الدراسة	٨
تساؤلات الدراسة	٩
فروض الدراسة	١٠
النظرية العلمية المتبعة لإعداد البحث	١١ - ١٢
مصطلحات الدراسة	١٣ - ١٤
الفصل الثاني: الدراسات السابقة والإطار النظري للدراسة	١٥
مقدمة	١٦
الدراسات السابقة	١٦ - ١٩
الإطار النظري	٢٠ - ٦٤

الموضوع	رقم الصفحة
الفصل الثالث: منهجية الدراسة	٦٥
مقدمة	٦٦
المنهجية وطرق البحث	٦٦ - ٦٧
مجتمع الدراسة	٦٧
حدود الدراسة	٦٨
عينة الدراسة	٦٨
تحليل البيانات	٦٩ - ٨٦
الفصل الرابع: نتائج الدراسة	٨٧ - ٩١
الفصل الخامس: التوصيات	٩٢ - ٩٥
المراجع	٩٦ - ١٠١
الملاحق	١٠٢ - ١٠٨
ملخص الدراسة باللغة الإنجليزية	١٠٩ - ١١٠

قائمة الجداول

رقم الجدول	الموضوع	رقم الصفحة
3-1	توزيع أفراد العينة حسب الجنس	٦٩
3-2	توزيع أفراد العينة حسب العمر	٧٠
3-3	توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	٧١
3-4	توزيع أفراد العينة حسب عدد سنوات الخبرة	٧٢
3-5	توزيع أفراد العينة حسب المسمى الوظيفي	٧٣
3-6	عدد الموظفين - إذا كنت صاحب شركة-	٧٤
3-7	سنوات العمل في السوق - إذا كنت صاحب شركة -	٧٥
3-8	مستوى الإبداع في الشركة	٧٦
3-9	دور الإبداع الفني في عملية تطوير المنتجات/الخدمات في الشركة	٧٧
3-10	تأثير الإبداع الفني على مستوى جودة المنتجات والخدمات	٧٨
3-11	أثر الإبداع الفني في تميز منتجاتك/خدماتك عن المنافسين	٧٩
3-12	أثر الإبداع الفني في تميز منتجاتك/خدماتك عن المنافسين	٨٠
3-13	التحديات التي تواجهها الشركات عند محاولة دمج الإبداع الفني في عملياتها	٨١
3-14	تعامل الشركات مع التحديات التي تواجهها عند دمج الإبداع الفني في عملياتها	٨٢
3-15	الاستراتيجيات التي تتبعها الشركات لتعزيز الإبداع الفني في عملياتها	٨٣
3-16	قياس نجاح الإبداع الفني في المنتجات والخدمات	٨٤
3-17	تأثير الإبداع الفني على تفاعل العملاء على المنتجات والخدمات	٨٥
3-18	زيادة رضا العملاء نتيجة لتحسينات إبداعية فنية	٨٦

قائمة الأشكال

رقم الشكل	الموضوع	رقم الصفحة
2-1	شكل منتج شركة أبل	٣٤
2-2	شكل سيارة Tesla	٣٥
2-3	شكل منتجات Dyson	٣٦
2-4	شكل أثاث إيكيا	٣٧
2-5	شكل منتجات Coca-Cola	٣٨
2-6	شكل أحذية Nike	٣٩
2-7	شكل تطبيق Uber	٤٠
2-8	شكل تطبيق Airbnb	٤١
2-9	شكل خدمة Nike By You	٥٨
2-10	شكل لاستطلاعات رضا العملاء شركة Walmart	٥٩
2-11	صور متحف دبي المستقبل	٦٠
2-12	شكل موقع أمازون	٦١
2-13	صور لفعاليات شركة Red Bull	٦٢
2-14	صور لحملة (روح السعودية.. لا تروح بعيد)	٦٣
2-15	شكل تطبيق ذا شفرز	٦٤
3-1	المتغير المستقل والمتغير التابع	٦٦
3-2	توزيع أفراد عينة الدراسة وفقًا لمتغير الجنس	٦٩

قائمة الأشكال

رقم الصفحة	الموضوع	رقم الجدول
٧٠	توزيع أفراد العينة وفقًا للفئة العمرية	3-3
٧١	توزيع أفراد العينة وفقًا للمستوى التعليمي	3-4
٧٢	توزيع أفراد العينة وفقًا للخبرة العملية في مجال العمل	3-5
٧٣	توزيع أفراد العينة حسب المسمى الوظيفي	3-6
٧٤	عدد الموظفين - إذا كنت صاحب شركة-	3-7
٧٥	سنوات العمل في السوق - إذا كنت صاحب شركة -	3-8
٧٦	مستوى الإبداع في الشركة	3-9
٧٧	دور الإبداع الفني في عملية تطوير المنتجات/الخدمات في الشركة	3-10
٧٨	تأثير الإبداع الفني على مستوى جودة المنتجات والخدمات	3-11
٧٩	أثر الإبداع الفني في تميز منتجاتك/خدماتك عن المنافسين	3-12
٨٠	أثر الإبداع الفني في تميز منتجاتك/خدماتك عن المنافسين	3-13
٨١	التحديات التي تواجهها الشركات عند محاولة دمج الإبداع الفني في عملياتها	3-14
٨٢	تعامل الشركات مع التحديات التي تواجهها عند دمج الإبداع الفني في عملياتها	3-15
٨٣	الاستراتيجيات التي تتبعها الشركات لتعزيز الإبداع الفني في عملياتها	3-16
٨٤	قياس نجاح الإبداع الفني في المنتجات والخدمات	3-17
٨٥	تأثير الإبداع الفني على تفاعل العملاء على المنتجات والخدمات	3-18
٨٦	زيادة رضا العملاء نتيجة لتحسينات إبداعية فنية	3-19

الفصل الأول

المقدمة:

إن الإبداع الفني لا يقتصر فقط على الفنون التقليدية مثل الرسم والموسيقى، بل أصبح عنصرًا محوريًا في تطوير المنتجات والخدمات الريادية، إنه يمتد ليشمل التصميم الصناعي والتقني وتطوير المنتجات والخدمات، ويعتبر هذا النوع من الإبداع قوة دافعة للابتكار والريادة، حيث يسهم بشكل كبير في تحويل الأفكار الخلاقة إلى منتجات وخدمات مبتكرة وفريدة.

منذ فجر التاريخ، كان الفن والإبداع جزءاً لا يتجزأ من حياة الإنسان، حيث استخدمه للتعبير عن أفكاره ومشاعره وتحقيق رؤيته للعالم من حوله، ومع تطور الحضارات وظهور التكنولوجيا بدأ الفنانون والمبدعون في استخدام تقنيات وأدوات جديدة لتوسيع آفاقهم الإبداعية، في العصر الحديث غدت مفاهيم مثل التصميم الصناعي والفن الرقمي عنصراً أساسياً وضرورياً في عملية تطوير المنتجات والخدمات.

في عصرنا أصبح الإبداع الفني أحد الأعمدة الرئيسية التي تقوم عليها الصناعات المختلفة، حيث يلعب دوراً حاسماً في تطوير منتجات وخدمات ريادية مبتكرة، حيث يشير الإبداع الفني إلى القدرة على تجاوز الحدود التقليدية وإيجاد حلول جديدة ومبتكرة تجمع بين الجمال الوظيفي والتقني.

إن التزاوج بين الفن والتكنولوجيا لم يعد مجرد ترف فكري، بل أصبح ضرورة حتمية لتحقيق التميز والتفوق في الأسواق العالمية المتنافسة حيث يلعب الإبداع الفني دوراً حيويًا في تحقيق التقدم والنمو المستدام وعند النظر إلى عالم الأعمال في عصرنا الحالي نجد الإبداع الفني يتحول إلى واقع عند الشركات الناشئة التي تسعى إلى تغيير صناعة الأعمال والمشاريع من خلال الابتكار والتميز في الوصول إلى العملاء والجمهور المستهدف.

تتميز الشركات الريادية الناجحة بقدرتها على دمج الإبداع الفني في صميم عملياتها الابتكارية، حيث تقوم بتوظيف فرق من المصممين والمبدعين للعمل جنباً إلى جنب مع المهندسين والعلماء لتطوير منتجات وخدمات لا تلبى فقط احتياجات العملاء بل تفوق توقعاتهم، هذا التكامل بين الإبداع الفني والتقنيات الحديثة يؤدي إلى ظهور منتجات

بالأداء العالي، ليس ذلك وحسب ولكن أيضاً تتميز بالتصميم الجمالي الذي يجذب المستهلكين ويخلق ارتباطاً عاطفياً معهم.

ولا يقتصر دور الإبداع الفني على تطوير المنتجات فحسب، بل يمتد ليشمل أيضاً الخدمات، ففي قطاع الخدمات للتصميم الإبداعي دوراً مهماً في تحسين وتطوير تجربة المستخدم وتقديم حلول مبتكرة تلبي احتياجات العملاء بطرق فريدة فمثلاً، يمكن للشركات في قطاع الضيافة والسياحة استخدام التصميم الداخلي المبتكر والتجارب البصرية الحديثة لجذب الزبائن وتوفير تجربة لا تُنسى، كما يمكن للشركات التكنولوجية استخدام واجهات مستخدم مبتكرة لجعل استخدام التطبيقات والبرامج أكثر سهولة وسلاسة ومتعة.

إن دمج الإبداع الفني في ريادة الأعمال يتطلب فهماً عميقاً لكيفية تفاعل العناصر الفنية مع العناصر التقنية والتجارية، ويواجه هذا التكامل تحديات عدة، منها التحديات التقنية المتعلقة بتطبيق الأفكار الفنية في الواقع العملي، والتحديات الثقافية المتعلقة بتقبل الشركات للفكر الإبداعي، بالإضافة إلى التحديات المالية المرتبطة بتمويل المشاريع الإبداعية.

ومع ذلك، فإن الفوائد التي يمكن جنيها من هذا التكامل تفوق بكثير تلك التحديات، فالمنتجات والخدمات المبتكرة التي تستند إلى الإبداع الفني لديها قدرة كبيرة على إحداث تغيير جذري في الأسواق، وخلق فرص عمل جديدة، وتحقيق نمو اقتصادي مستدام، كما أنها تساهم بشكل كبير في تحسين جودة الحياة وتعزيز الرفاهية العامة من خلال تقديم حلول مبتكرة للمشكلات اليومية.

يهدف هذا البحث إلى استكشاف الدور الحيوي للإبداع الفني وكونه قوة دافعة في تطوير منتجات وخدمات ريادية مبتكرة، سنستعرض من خلاله أمثلة واقعية ونماذج ناجحة لشركات استغلوا الإبداع الفني لتحسين منتجاتهم وخدماتهم، لنتمكنوا من تحقيق نجاحات ملموسة في بيئة الأعمال التنافسية، بالإضافة إلى ذلك، سنناقش أيضاً علاقة الإبداع الفني بريادة الأعمال والنقاط المشتركة بينهما، والتحديات والعقبات التي قد تواجه المبدعين في هذا المجال وكيفية تجاوزها لتحقيق التميز والابتكار، والاستراتيجيات التي تساعد في التغلب على هذا التحديات.

الإبداع الفني هو مفتاح النجاح في عالم الأعمال المعاصر، الشركات التي تدرك أهمية هذا الدور وتستثمر فيه هي التي ستمكن من البقاء في صدارة المنافسة وتحقيق الريادة في مجالاتها.

-مشكلة الدراسة-

تتمثل مشكلة الدراسة في كيفية تأثير الإبداع الفني على عملية تطوير المنتجات والخدمات الريادية، وتسخير هذا الإبداع لتحقيق نجاح وتوسع أكبر في السوق وتمحور أيضًا حول الفجوة المعرفية والتطبيقية المتعلقة بدور الإبداع الفني في تطوير منتجات وخدمات ريادية مبتكرة.

تتناول المشكلة التحديات المتعددة التي تواجه الشركات الناشئة في دمج الإبداع الفني في عملياتها، بما في ذلك نقص الموارد المالية والبشرية، والتحديات الثقافية والتنظيمية. تهدف الدراسة إلى استكشاف استراتيجيات فعالة لتجاوز هذه التحديات وتعزيز التكامل بين الإبداع الفني والابتكار التقني، وكذلك تقييم تأثير هذا التكامل على تحسين التفاعل مع العملاء ورضاهم.

ويمكن صياغتها بالأسئلة التالية:

- كيف يمكن للإبداع الفني أن يسهم في تطوير منتجات وخدمات ريادية مبتكرة؟

على الرغم من الفوائد العديدة المحتملة للإبداع الفني في تحسين جودة المنتجات والخدمات، إلا أن هناك نقصاً واضحاً في الفهم العميق لكيفية تحقيق هذا التوجه بشكل فعال، تحتاج الشركات إلى استراتيجيات لتطبيق الأفكار الفنية بطرق تزيد من الابتكار وتخلق قيمة مضافة.

- ما هي التحديات التي تواجه الشركات الناشئة في دمج الإبداع الفني في عملياتها؟

الشركات الناشئة غالباً ما تعاني من نقص الموارد المالية والبشرية اللازمة لتوظيف مصممين وفنانين موهوبين، مما يجعل من الصعب دمج الإبداع الفني في عمليات تطوير المنتجات والخدمات، بالإضافة إلى ذلك، تواجه هذه الشركات تحديات ثقافية وتنظيمية تحول دون تبني الأفكار الإبداعية بسهولة.

- ما هي الاستراتيجيات الممكنة لتجاوز هذه التحديات؟

بالرغم من التحديات المذكورة، هناك حاجة ملحة لاستكشاف استراتيجيات مبتكرة يمكن أن تساعد الشركات الناشئة في التغلب على هذه العوائق، يتطلب ذلك البحث في كيفية تحسين التعاون بين الفرق متعددة التخصصات وتبني ثقافة تنظيمية داعمة للإبداع الفني.

- كيف يؤثر دمج الإبداع الفني في تحسين المنتجات والخدمات على تجربة العملاء؟

يعتبر التفاعل الإيجابي مع العملاء أحد الأهداف الرئيسية لأي منتج أو خدمة، ومع ذلك دمج الإبداع الفني في المنتجات والخدمات له تأثير كبير على تجربة العملاء ورضاهم، ولا تزال بحاجة إلى دراسة معمقة لفهم كيفية تحقيق أقصى استفادة من هذا التأثير.

-أهمية الدراسة.

تأتي أهمية هذه الدراسة من الحاجة الملحة للشركات الناشئة إلى الابتكار والتميز في سوق تنافسي.

تقدم هذه الدراسة رؤى واستراتيجيات عملية لتعزيز دور الإبداع الفني في تطوير منتجات وخدمات ريادية مبتكرة من خلال معالجة التحديات وتقديم حلول مبتكرة، مما يُمكن الشركات في تحسين تنافسيتها، والمساهمة في النمو الاقتصادي.

هذه الدراسة تمثل خطوة مهمة نحو فهم أعمق لتكامل الفن والابتكار في بيئات الأعمال الريادية، مما يسهم في تحقيق تقدم مستدام وشامل في مختلف القطاعات.

ونظراً للتغيرات السريعة والمتلاحقة في بيئة الأعمال العالمية وزيادة المنافسة بين الشركات، تبرز أهمية هذه الدراسة من عدة جوانب تتعلق بالاقتصاد، والمجتمع، والتكنولوجيا، والابتكار، وفيما يلي توضيح لأهمية الدراسة في هذا البحث:

- تعزيز التنافسية والابتكار في السوق:

تساعد هذه الدراسة الشركات على فهم كيفية استخدام الإبداع الفني كأداة فعالة لتعزيز تنافسيتها في السوق، من خلال تبني الأفكار الفنية المبتكرة، يمكن للشركات تطوير منتجات وخدمات فريدة من نوعها تميزها عن المنافسين وتجذب المزيد من العملاء.

- دعم الشركات الناشئة في التغلب على التحديات:

تواجه الشركات الناشئة تحديات كبيرة في دمج الإبداع الفني في عملياتها بسبب نقص الموارد المالية والبشرية وغيرها من الأسباب، تسلط هذه الدراسة الضوء على الاستراتيجيات الفعالة التي يمكن للشركات الناشئة تبنيها للتغلب على هذه التحديات، مما يساعدها على الابتكار وتحقيق النجاح والتفرد.

- تقديم استراتيجيات فعالة لدمج الإبداع الفني:

تقدم الدراسة استراتيجيات عملية لدمج الإبداع الفني في عمليات تطوير المنتجات والخدمات، هذه الاستراتيجيات يمكن أن تكون مفيدة جدًا للشركات التي تسعى إلى تعزيز قدراتها الابتكارية وتحقيق النمو المستدام.

- تعزيز التعاون بين الفرق متعددة التخصصات:

تُظهر الدراسة أهمية التعاون بين الفرق متعددة التخصصات، مثل المصممين والفنانين والمهندسين وخبراء التسويق. هذا التعاون يساهم في تحقيق توازن بين الجوانب الفنية والتقنية والتجارية، ويؤدي إلى تطوير منتجات وخدمات متكاملة تلبي احتياجات السوق.

- المساهمة في النمو الاقتصادي:

الإبداع الفني والابتكار يمكن أن يساهما بشكل كبير في النمو الاقتصادي من خلال إتاحة فرص عمل جديدة، وزيادة الإنتاجية، وتحفيز الاستثمار في القطاعات الفنية والتكنولوجية، هذه الدراسة تبرز الإمكانيات الاقتصادية للإبداع الفني وتقدم توصيات لتعزيز دوره في التنمية الاقتصادية.

- فهم تأثير دمج الإبداع الفني على تجربة العملاء:

تحليل تأثير دمج الإبداع الفني على تفاعل العملاء يوفر رؤى قيمة ومهمة حول كيفية تحسين الاتصال والتفاعل مع الجمهور المستهدف، وهذا يساعد الشركات على تطوير استراتيجيات تسويقية أكثر فعالية وتعزيز العلاقة مع العملاء.

- تقديم أمثلة ملهمة:

من خلال تقديم أمثلة لشركات ناجحة استخدمت الإبداع الفني في تطوير منتجاتها وخدماتها، توفر الدراسة إلهاماً وتحفيزاً للشركات الأخرى لتبني الابتكار والإبداع في عملياتها.

-أهداف الدراسة-

١. إسهام الإبداع الفني في تطوير منتجات وخدمات ريادية مبتكرة

٢. تحديد بعض التحديات التي تواجه الشركات الناشئة في دمج الإبداع الفني في عملياتها

٣. تحديد الاستراتيجيات الممكنة لتجاوز هذه التحديات

٤. أثر دمج الإبداع الفني لتحسين المنتجات والخدمات على تجربة العملاء

-تساؤلات الدراسة

١. كيف يسهم الإبداع الفني في تحسين وتطوير المنتجات والخدمات الريادية؟
٢. ما هي التحديات الرئيسية التي تواجه الشركات الناشئة عند محاولة دمج الإبداع الفني في عملياتها؟
٣. ما هي الاستراتيجيات الممكنة لتجاوز التحديات المرتبطة بدمج الإبداع الفني في الشركات الناشئة؟
٤. كيف يؤثر دمج الإبداع الفني في تحسين المنتجات والخدمات على تجربة العملاء؟

- فروض الدراسة

فرضية الأثر الإبداعي: الإبداع الفني يمكن يسهم في تحسين عمليات تطوير المنتجات والخدمات الريادية من خلال تعزيز الابتكار وجذب المستهلكين.

فرضية إبراز القيمة المضافة: استخدام العناصر الفنية يمكن أن يزيد من القيمة المضافة للمنتجات والخدمات، مما يؤدي إلى تعزيز التميز التنافسي وزيادة الطلب.

فرضية فعالية تجربة المستخدم: وذلك من خلال تعزيز تجربة المستخدم للمنتجات والخدمات، مما يؤدي إلى رضا أعلى للمستخدمين وزيادة الولاء.

فرضية التشجيع للابتكار المستمر: الإبداع الفني يمكن أن يحفز ثقافة الابتكار المستمر داخل المؤسسات، مما يسهم في دورة مستدامة لتطوير المنتجات والخدمات.

فرضية تأثير الإبداع الفني على الميزة التنافسية للشركات الناشئة: يساهم الإبداع الفني في تعزيز الميزة التنافسية للشركات الناشئة من خلال تطوير منتجات مبتكرة.

-النظرية العلمية المتبعة لإعداد البحث-

١. نظرية الإبداع

(Guilford's Model of Creativity)

نموذج جيلفورد يركز على عدة عوامل للإبداع، مثل التفكير التباعدي (divergent thinking) وهو التفكير بطرق متعددة وإيجاد حلول متعددة لمشكلة واحدة، يتميز هذا النوع من التفكير بالقدرة على التفكير خارج الصندوق وإيجاد أفكار جديدة وغير تقليدية.

والتفكير المتقارب (convergent thinking) الذي يركز على قدرة الفرد على دمج المعلومات المختلفة وإيجاد الحل الأنسب أو الأمثل لمشكلة محددة، هذه العوامل يمكن أن تساعد في قياس وتعزيز جوانب مختلفة من الإبداع، مثل الأصالة والمرونة، والتي تلعب دورًا رئيسيًا في تطوير أفكار فنية جديدة وابتكارات في المنتجات والخدمات .

٢. نظرية الابتكار

نموذج "الابتكار المفتوح" لهينك كروجر ونموذج "الدورة الحياتية للابتكار" لجوزيف شومبيتر تدرس كيفية إدخال أفكار جديدة إلى السوق وكيفية تطور هذه الأفكار إلى منتجات أو خدمات مبتكرة، وتساعد هذه النظرية في فهم كيفية دمج الإبداع الفني في عملية الابتكار، وكيفية تأثير ذلك على نجاح المنتجات والخدمات الريادية.

٣. نظريات التصميم

التفكير التصميمي (Design Thinking)

التفكير التصميمي هو منهجية تستخدم في حل المشكلات بطريقة مبتكرة، ويركز على فهم عميق لاحتياجات المستخدمين، هذه النظرية مفيدة لدراسة كيفية دمج الإبداع الفني في عمليات تصميم المنتجات والخدمات.

٤. نظريات ريادة الأعمال

نظرية الفرص الريادية (Entrepreneurial Opportunity Theory)

تركز هذه النظرية على كيفية اكتشاف وتطوير واستغلال الفرص الريادية، يمكن استخدامها لفهم كيفية تحويل الأفكار الإبداعية إلى فرص ريادية مبتكرة.

٥. نظرية القيمة المضافة

نموذج القيمة المضافة (Value Added Model)

يستخدم هذا النموذج لفهم كيف يمكن للإبداع الفني أن يضيف قيمة للمنتجات والخدمات، مما يعزز من ميزتها التنافسية في السوق.

-مصطلحات الدراسة-

١. الإبداع الفني (Artistic Creativity)

القدرة على استخدام الفن والتصميم لإنتاج أفكار جديدة ومبتكرة، يشمل ذلك التفكير غير التقليدي والقدرة على تقديم رؤى جديدة وجمالية متميزة، حيث يُعزز الإبداع الفني من تميز المنتجات والخدمات في السوق ويجعلها أكثر جاذبية وابتكاراً.

٢. تطوير المنتجات والخدمات (Product and Service Development)

عملية تحسين وتحديث المنتجات والخدمات لتلبية احتياجات العملاء بشكل أفضل أو لتقديم مزايا جديدة، ويُعد تطوير المنتجات والخدمات عملية حيوية لضمان نجاح المشاريع الريادية واستمراريتها في السوق.

٣. المنتجات والخدمات الريادية (Entrepreneurial Products and Services)

المنتجات والخدمات التي يتم تطويرها وتقديمها من قبل شركات ناشئة أو مشاريع ريادية، وتهدف إلى تقديم حلول جديدة أو تحسينات مبتكرة.

٦. تجربة العملاء (Customer Experience)

الطريقة التي يتفاعل بها العملاء مع المنتجات والخدمات، ومدى رضاهم عنها، حيث إن تحسين تجربة العملاء من خلال الإبداع الفني يمكن أن يعزز من رضا العملاء وولائهم.

٨. الابتكار (Innovation)

إدخال أفكار جديدة وتحويلها إلى منتجات أو خدمات مبتكرة. يشمل الابتكار الفني، التكنولوجي، والإداري.

٩. التميز التنافسي (Competitive Differentiation)

التمييز الذي يميز المنتجات والخدمات عن منافسيها في السوق من خلال الإبداع الفني والجودة والابتكار ويساعد الشركات على جذب العملاء والاحتفاظ به.

تساعد هذه المفاهيم في توجيه البحث وتوضيح العلاقة بين الإبداع الفني والابتكار في تطوير المنتجات والخدمات الريادية، مما يوفر إطاراً شاملاً لتحليل الموضوع وفهم تأثير الإبداع الفني بشكل أعمق.

الفصل الثاني
الدراسات السابقة والإطار النظري للدراسة

-مقدمة

في العقود الأخيرة، أصبحت الابتكارات وريادة الأعمال مكونين أساسيين في الاقتصاد العالمي، مما أدى إلى زيادة التركيز على دور الإبداع الفني في هذه العمليات. تُظهر الدراسات السابقة أن الإبداع الفني يلعب دورًا حيويًا في تطوير منتجات وخدمات ريادية مبتكرة من خلال تعزيز التفكير الإبداعي والقدرة على إيجاد حلول جديدة وغير تقليدية.

-الدراسات السابقة

- الإبداع الفني والابتكار

الدراسات النظرية: كثير من الدراسات النظرية تناولت مفهوم الإبداع الفني وكيفية تأثيره على الابتكار، من الأمثلة على ذلك، الأعمال التي تناولت نظرية الإبداع في علم النفس وكيفية تطبيقها في مجالات الأعمال والتكنولوجيا. وأوضحت الدراسات أن الإبداع الفني يساهم بشكل مباشر في تعزيز الابتكار، فالفنانين والمصممين يمتلكون القدرة على رؤية الأشياء من زوايا مختلفة، مما يمكنهم من تقديم أفكار جديدة وفريدة، على سبيل المثال، تشير دراسة أجراها أمديك وسميث (٢٠١٠) إلى أن الإبداع الفني يساعد على تحفيز التفكير النقدي والإبداعي، مما يساهم في تطوير منتجات مبتكرة تلبى احتياجات المستهلكين بطرق جديدة. (Amdick & Smith, 2010)

الدراسات التطبيقية: هناك العديد من الأبحاث التي درست كيفية تطبيق الإبداع الفني في تطوير منتجات جديدة. هذه الدراسات غالباً ما تركز على أمثلة حقيقية من الشركات التي استخدمت الفنون والتصميمات المبتكرة لتحسين منتجاتها.

- الإبداع الفني والتصميم

تناولت دراسة روبنسون (٢٠١٢) العلاقة بين الإبداع الفني والتصميم في الشركات الناشئة، حيث أكدت الدراسة أن الإبداع الفني يلعب دورًا حيويًا في تحسين عملية التصميم، مما يؤدي إلى تطوير منتجات ذات جودة عالية ومبتكرة، وأظهرت أن الشركات التي تتبنى الإبداع الفني في تصميماتها تكون أكثر قدرة على المنافسة في السوق.

(Robinson, 2012)

- تصميم المنتجات وتطوير الخدمات:

أجريت دراسات حول كيفية استخدام التصميم كأداة لتحقيق الابتكار مثلاً، الأبحاث التي تناولت دور التصميم في شركات مثل Apple وكيف ساهم التصميم في تحقيق ميزة تنافسية، وكان له تأثير كبير في تطوير المنتجات والخدمات الريادية،

جونز وهاريس (٢٠١٥) يبرهنان على أن دمج عناصر فنية في تصميم المنتجات يمكن أن يزيد من قيمتها وجاذبيتها السوقية، كما أن الابتكار المدفوع بالإبداع الفني يساعد في إنتاج تجارب مستخدم فريدة، مما يزيد من رضا العملاء وولائهم. (Jones & Harris, 2015)

وركزت دراسة باركر وسميث (٢٠١٩) على أهمية تطوير المهارات الفنية داخل الشركات الناشئة، ووجدت الدراسة أن التدريب على المهارات الفنية يعزز من قدرة وكفاءة الموظفين على تقديم أفكار إبداعية جديدة، مما يساهم في تطوير منتجات مبتكرة، وأوضحت أن الاستثمار في تطوير المهارات الفنية يمكن أن يحسّن من أداء الشركة بشكل عام. (Parker & Smith, 2019)

- التحديات والاستراتيجيات

استهدفت دراسة مور وولف (٢٠١٧) التحديات التي تواجه الشركات الناشئة في دمج الإبداع الفني في عملياتها حيث تم تحديد عدة تحديات رئيسية مثل نقص التمويل والمهارات الفنية، بالإضافة إلى مقاومة التغيير من قبل العاملين، وأظهرت الدراسة أن هذه التحديات يمكن أن تعيق الابتكار والإبداع داخل الشركات.

كما اقترحت الدراسة استراتيجيات للتغلب على هذه التحديات، مثل توفير التدريب المناسب للموظفين، الاستعانة بمصادر خارجية للخبرات الفنية، والاستثمار في التكنولوجيا الحديثة، كما أكدت على أهمية تغيير الثقافة التنظيمية لتشجيع الإبداع. (Moore, & Wolf, 2017)

- تجربة العملاء

أثبتت الدراسات أيضاً أن دمج الإبداع الفني في المنتجات والخدمات له تأثير إيجابي على تجربة العملاء، ففي دراسة قام بها كيم وتشاو (٢٠١٨)، تم الإشارة إلى أن المنتجات التي تتضمن عناصر إبداعية فنية تُحدث تأثيراً أكبر على العملاء، مما يؤدي إلى تحسين تفاعلهم ورضاهم، ويميلون إلى تقدير المنتجات التي تتمتع بتصميمات فنية وجمالية. (Kim & Chao, 2018)

تعليق على الدراسات السابقة

الدراسات السابقة المقدمة تغطي مجموعة واسعة من الجوانب المتعلقة بدور الإبداع الفني في تطوير منتجات وخدمات ريادية مبتكرة، وتشمل هذه الجوانب تأثير الإبداع الفني على التفكير النقدي والإبداعي، وتأثيره على جودة وجاذبية المنتجات، التحديات التي تواجه الشركات الناشئة واستراتيجيات للتغلب على هذه التحديات، تأثير الإبداع الفني على تجربة العملاء، وعلاقته بالتصميم وتطوير المهارات الفنية، هذا التنوع يعكس الأهمية الكبيرة للإبداع الفني في مختلف مراحل عملية تطوير المنتجات والخدمات.

تجمع معظم الدراسات على أن الإبداع الفني يلعب دورًا حيويًا في تعزيز الابتكار وتطوير منتجات وخدمات ذات قيمة مضافة، على سبيل المثال، توضح دراسة أمديك وسميث (٢٠١٠) كيف يمكن للإبداع الفني أن يعزز التفكير النقدي والإبداعي، مما يساهم في تطوير حلول جديدة وغير تقليدية، كذلك تؤكد دراسة جونز وهاريس (٢٠١٥) أن دمج العناصر الفنية في تصميم المنتجات يزيد من جاذبيتها وقيمتها السوقية.

تشير الدراسات إلى مجموعة من التحديات التي تواجه الشركات الناشئة عند محاولة دمج الإبداع الفني في عملياتها، تم ذكرها سابقًا، واقترحت الدراسات استراتيجيات فعالة للتغلب على هذه التحديات، كما تظهر الدراسات أن دمج الإبداع الفني في المنتجات والخدمات له تأثير إيجابي كبير على تجربة العملاء، وهذا يشير إلى أن الإبداع الفني لا يساهم فقط في تطوير منتجات مبتكرة، بل يؤثر أيضًا بشكل إيجابي ومهم على تجربة المستخدم، مما يعزز الولاء للعلامة التجارية وزيادة المبيعات.

بشكل عام، تعكس الدراسات السابقة أهمية كبيرة للإبداع الفني في تعزيز الابتكار وتطوير منتجات وخدمات ريادية مبتكرة، على الرغم من وجود تحديات في دمج الإبداع الفني إلا أن هناك استراتيجيات وحلولًا فعالة يمكن تبنيها للتغلب على هذه التحديات، كما أن للإبداع الفني تأثيرًا إيجابيًا كبيرًا على تجربة العملاء والتسويق وبناء هوية العلامة التجارية، مما يعزز من قدرة الشركات الناشئة على المنافسة في السوق وتحقيق النجاح.

ما تميزت به الدراسة الحالية:

تتميز الدراسة الحالية في بحث دور الإبداع الفني في تطوير منتجات وخدمات ريادية مبتكرة بعدة جوانب مهمة حيث تناولت الدراسة كافة الجوانب المتعلقة بالإبداع الفني من تصميم وتطوير وتسويق المنتجات والخدمات، وتقدم تحليل للتحديات التي تواجه الشركات الناشئة في دمج الإبداع الفني في تطوير المنتجات والخدمات، بالإضافة إلى استراتيجيات متعددة للتغلب على هذه التحديات، بما في ذلك استراتيجيات تتعلق بالموارد البشرية والتكنولوجيا والثقافة التنظيمية وغيرها، كما تولي هذه الدراسة اهتماماً خاصاً لتأثير الإبداع الفني على تجربة العملاء، بما في ذلك كيف يمكن للإبداع الفني أن يعزز التفاعل مع العملاء ويحسن من رضاهم وولائهم للعلامة التجارية هذا التحليل الشامل يتيح فهماً أعمق لكيفية تفاعل الإبداع الفني مع مختلف مراحل دورة حياة المنتج أو الخدمة.

تعتمد الدراسة على منهج كمي لجمع البيانات وتحليلها، مما يوفر نتائج دقيقة وقابلة للقياس، استخدام الاستبيانات الموجهة إلى الشركات الناشئة والعملاء يساعد في الحصول على بيانات واقعية ومعبّرة عن الحالة الفعلية للإبداع الفني في تطوير المنتجات والخدمات.

تم ذكر أمثلة لشركات محلية ودولية، مما يوفر رؤية متكاملة وعالمية للإبداع الفني وهذا يسمح بفهم أفضل للتحديات والفرص في سياقات مختلفة ويعزز من قابلية تطبيق النتائج على نطاق واسع.

تقدم الدراسة توصيات عملية يمكن أن تستفيد منها الشركات الناشئة في دمج الإبداع الفني في عملياتها، مثل توفير التدريب المناسب، والاستثمار في التكنولوجيا الحديثة، وتغيير الثقافة التنظيمية.

باختصار، تميزت هذه الدراسة بكونها شاملة، عملية، وتعتمد على بيانات دقيقة، مما يجعلها مرجعاً مهماً لفهم دور الإبداع الفني في تطوير منتجات وخدمات ريادية مبتكرة.

-الإطار النظري

الإبداع الفني

ورد في "لسان العرب" تعبير بدع الشيء ببذعه بمعنى أنشأه وبدأه، وأبدع الشيء بمعنى اخترعه على غير مثال، وفي قاموس ويبستر (Webster's Dictionary, 2010) وردت كلمة الإبداع بمعنى القدرة على عمل الأشياء الجديدة أو التفكير بأفكار جديدة". (العمامرة، ٢٠١٣، ص.٩)

والإبداع في الفن يوازي القدرة على إيجاد حلول جديدة أو معنى جديد لموضوع ما، أو إنشاء شكل فني مبتكر، أو إنه كما ذكر شتولنيتز Stolnitz معالجة بارعة لوسيط من أجل تحقيق هدف ما. (حماد، ٢٠٢٣)

تعريف الإبداع الفني:

تري تيريزا أمابيل أن الإبداع الفني هو: عملية إنتاج عمل فني جديد ومناسب ضمن سياق معين، بحيث يكون له تأثير فكري أو عاطفي على الجمهور. (Amabile, 1996)

ويعتبر جاردنر أن الإبداع الفني يتطلب مهارات متعددة، تحتوي على الفهم العميق للمجال الفني والقدرة على تجاوز التقاليد والمعايير التقليدية لإنتاج أعمال فنية مبتكرة. (Gardner, 1993)

ويرى أحمد زكي بدوي أن الإبداع الفني هو: القدرة على التعبير عن الأفكار والمشاعر بطرق مبتكرة وفريدة باستخدام الأدوات الفنية المختلفة، ويعتبر الإبداع الفني عملية تتطلب موهبة فردية وقدرة على رؤية الأشياء من زوايا جديدة وغير تقليدية. (بدوي، ١٩٨٤)

ويُعرف عبد الفتاح كليطو الإبداع الفني بأنه: إنتاج أعمال فنية تحمل طابعاً فردياً مميزاً، وتكون لها قدرة على إثارة الدهشة والإعجاب لدى العملاء، ويذكر أن الإبداع الفني يتطلب خيالاً واسعاً وقدرة على الابتكار. (كليطو، ١٩٩٣)

ويصف كيث سوير الإبداع الفني بأنه: عملية تفاعلية تشمل التجريب والتكرار والتعديل للوصول إلى أعمال فنية تحمل قيمة جديدة ومتميزة. (Sawyer, 2006)

ويرى جابر عصفور أن الإبداع الفني هو: عملية ابتكار جديدة تتجاوز الحدود التقليدية للأشكال الفنية المعروفة، وتتيح للفنان التعبير عن رؤيته الخاصة للعالم، يركز الإبداع الفني على الجودة والابتكار والقدرة على إحداث تأثير جمالي وفكري.

تعريف الإبداع الفني يختلف بين الباحثين، فهو عملية معقدة تتضمن إنتاج أعمال فنية جديدة ومبتكرة تحمل قيمة جمالية ونفسية، ويتطلب خيالاً خصباً، ورؤية فنية فريدة، ومعرفة فنية عميقة، ويعكس ثقافة وفكر المجتمع، ويمكن تلخيصه بأنه عملية إنتاج أعمال فنية جديدة ومبتكرة تحمل قيمة جمالية ووظيفية وتؤثر بشكل عاطفي أو فكري على الجمهور، يستند هذا التعريف إلى مجموعة من المفاهيم والنظريات التي طورها الباحثون والذين أضافوا أبعاداً متعددة لفهم الإبداع الفني.

أنواع الإبداع الفني

الإبداع الفني يمكن تصنيفه إلى عدة أنواع بناءً على الأسلوب، والهدف، والمجال الذي يتم تطبيقه فيه، فيما يلي بعض الأنواع الرئيسية للإبداع الفني:

١. الإبداع البصري

- الرسم والتصوير: يشمل الرسم بالزيت، الألوان المائية، الفحم، وغيرها من الوسائط، ويركز على التعبير البصري من خلال الألوان والأشكال.
- التصوير الفوتوغرافي: استخدام الكاميرات لالتقاط الصور بطرق إبداعية تُبرز جمال وتفاصيل الموضوعات.
- النحت: تشكيل المواد المختلفة مثل الطين، الحجر، والمعادن لإنشاء أشكال ثلاثية الأبعاد.

٢. الإبداع الأدائي

- الموسيقى: تأليف وأداء الموسيقى باستخدام الأصوات والإيقاعات بطرق مبتكرة.
- الرقص: التعبير عن الأفكار والعواطف من خلال الحركات الجسدية.
- المسرح: تقديم العروض المسرحية التي تجمع بين التمثيل، الإضاءة، والموسيقى لخلق تجربة فنية متكاملة.

٣. الإبداع الأدبي

- الشعر: كتابة الشعر بطرق تعبر عن الأفكار والعواطف من خلال اللغة والإيقاع.
- النثر: يشمل القصة القصيرة، الرواية، المقالات التي تُعبر عن الأفكار من خلال السرد والوصف.

٤. الإبداع الرقمي

- تصميم الجرافيك: استخدام البرامج الرقمية لإنشاء التصميم البصرية مثل الشعارات، الإعلانات، والهويات البصرية.
- الرسوم المتحركة: إنشاء الرسوم المتحركة باستخدام برامج رقمية وبطرق تروي القصص وتبرز الأفكار بشكل مرئي.
- الفن التفاعلي: يشمل تطوير الألعاب والفن الذي يتفاعل معه الجمهور من خلال التقنيات الرقمية.

٥. الإبداع التطبيقي

- التصميم الصناعي: تصميم المنتجات التي تستخدم يوميًا، مثل الأثاث والأجهزة الإلكترونية، بطرق تجمع بين الجمالية والوظائف العملية.
- الأزياء: تصميم الملابس والإكسسوارات بطرق تعكس الأناقة والابتكار.
- التصميم الداخلي: إنشاء تصاميم داخلية للمساحات السكنية والتجارية بطرق تخلق بيئات مريحة وجميلة.

٦. الإبداع البيئي

- العمارة الخضراء: تصميم المباني بطرق مستدامة وصديقة للبيئة.
- الفن البيئي: استخدام الطبيعة كوسيلة للإبداع والتعبير، مثل تصميم الحدائق والمنتزهات بطرق تدمج بين الجمال الطبيعي والفني.

٧. الإبداع المجتمعي

- الفن المجتمعي: يشمل الأعمال الفنية التي تنشأ بالتعاون مع المجتمع لتعكس القضايا الاجتماعية والثقافية.
- الفعاليات الفنية: تنظيم الفعاليات والمعارض التي تجمع الفنانين والجمهور لتبادل الأفكار والإبداع.

نظريات ومفاهيم الإبداع

١. نظرية جيلفورد للإبداع:

يقسم جيلفورد الإبداع إلى نوعين رئيسيين: التفكير التقاربي (Convergent Thinking) والتفكير المتباعد (Divergent Thinking).

- التفكير المتباعد: يتمثل في القدرة على توليد أفكار جديدة ومختلفة من نقطة انطلاق واحدة، ويتطلب تجاوز الحلول التقليدية والتفكير بطرق مبتكرة وغير عادية.
- التفكير المتقارب: يتمثل في القدرة على العثور على الحل الأفضل أو الأكثر فعالية من بين مجموعة من الخيارات، ويركز على الحلول المنطقية والمنهجية.
- أهمية النظرية:

تسلط الضوء على أهمية التفكير المتباعد والمتقارب في الإبداع، وتوضح كيف يمكن للتفكير بطرق غير تقليدية أن يساهم في تطوير حلول مبتكرة.

٢. نظرية التفكير التصميمي: (Design Thinking)

التفكير التصميمي هو منهجية مبتكرة لحل المشكلات تركز على فهم احتياجات المستخدم وتطوير حلول مبتكرة تلبي هذه الاحتياجات.

- الخطوات الأساسية:

١. التعاطف (Empathize): فهم عميق لاحتياجات ورغبات المستخدم.

٢. التعريف (Define): تحديد المشكلة الرئيسية بناءً على المعلومات التي تم جمعها.

٣. التفكير الإبداعي (Ideate) : توليد مجموعة واسعة من الأفكار والحلول الممكنة.

٤. النمذجة (Prototype) : إنشاء نماذج أولية للحلول واختبارها.

٥. الاختبار (Test) : اختبار الحلول المقترحة وجمع الملاحظات لتحسينها.

- أهمية النظرية:

تشجع على الابتكار من خلال الجمع بين الفهم العميق للمستخدم والتجريب المستمر، كما تساهم في

تطوير منتجات وخدمات تلبي احتياجات المستخدم بطرق جديدة وفعالة.

٣. نظرية الابتكار التخريبي: (Disruptive Innovation)

قدمها كلايتون كريستensen، قصد به الابتكارات سواء في المنتجات أو الخدمات التي تخلق سوق جديدة كلياً وتضيف لها قيمة جديدة بحيث تدمر السوق الحالية وتقتل القيمة المضافة الحالية وتغيّر من شكل السوق وتحالفاته وقياداته.

- الابتكار التخريبي مقابل الابتكار المستدام:

٥ الابتكار المستدام: (Sustaining Innovation) تحسينات تدريجية على المنتجات والخدمات الحالية.

٥ الابتكار التخريبي: (Disruptive Innovation) تقديم منتجات أو خدمات جديدة تغير بشكل جذري الطريقة التي يتم بها تنفيذ الأعمال.

مثل: ظهور الهواتف الذكية التي غيرت صناعة الهواتف المحمولة، وخدمات البث الرقمي التي غيرت صناعة التلفزيون والسينما.

- أهمية النظرية:

تسلط الضوء على كيفية استخدام الإبداع الفني لتطوير حلول جديدة يمكن أن تؤدي إلى تغييرات جذرية في السوق.

٤. نظرية التفكير الإبداعي: (CPS - Creative Problem Solving)

منهجية لحل المشكلات تعتمد على التفكير الإبداعي، وتم تطويرها بواسطة أليكس أوزبورن وسيد بارناس.

- الخطوات الأساسية:

١. التعرف على المشكلة: فهم المشكلة بوضوح.
٢. جمع المعلومات: جمع المعلومات اللازمة لتحليل المشكلة.
٣. تحديد المشكلة: تحديد الجوانب الرئيسية للمشكلة.
٤. توليد الأفكار: ابتكار مجموعة متنوعة من الحلول الممكنة.
٥. تقييم الأفكار: تقييم الأفكار واختيار الأنسب منها.
٦. تنفيذ الحل: تنفيذ الحل وتقييم النتائج.

- أهمية النظرية:

تركز على الابتكار من خلال عملية منهجية لحل المشكلات، مما يساعد على تطوير حلول جديدة ومبتكرة.

٥. نظرية العصف الذهني: (Brainstorming)

قدمها أليكس أوزبورن، وهي تقنية لتوليد الأفكار من خلال جلسات جماعية.

- المبادئ الأساسية:

- 0 التعليق: تعليق الحكم على الأفكار في البداية لتشجيع تدفق الأفكار.
- 0 الكمية قبل النوعية: التركيز على توليد أكبر عدد ممكن من الأفكار.
- 0 البناء على أفكار الآخرين: استخدام أفكار الآخرين كنقطة انطلاق لتطوير أفكار جديدة.

- أهمية النظرية:

تشجع على التفكير الإبداعي من خلال التعاون الجماعي، مما يساعد على توليد مجموعة واسعة من الحلول الممكنة.

العلاقة بين الإبداع الفني وريادة الأعمال:

الإبداع الفني وريادة الأعمال مرتبطان بشكل وثيق، حيث يساهم كل منهما في تعزيز الآخر بطرق متعددة، ويمكن توضيح هذه العلاقة بالتفصيل من خلال عدة محاور رئيسية:

١. تعزيز الابتكار والتفكير الإبداعي:

- الإبداع الفني:
 - 0 يتمحور حول توليد أفكار جديدة، وابتكار تصميمات فريدة، وإيجاد حلول مبتكرة للتحديات.
 - 0 يعزز التفكير الإبداعي من خلال استخدام الألوان والأشكال والتقنيات الجديدة لتطوير مفاهيم غير تقليدية.

• ريادة الأعمال:

- 0 تعتمد على الابتكار لتقديم منتجات وخدمات جديدة تلبي احتياجات السوق المتغيرة.
- 0 نحتاج إلى التفكير الإبداعي لتطوير استراتيجيات جديدة وتحسين العمليات التجارية.

٢. تحسين التصميم والجاذبية البصرية:

- الإبداع الفني:
 - 0 يساهم في تحسين الجمالية البصرية للمنتجات من خلال تصميمات مبتكرة وجذابة.
 - 0 يجعل المنتجات أكثر جاذبية للمستهلكين، مما يمكن أن يزيد من معدلات الشراء والولاء للعلامة التجارية.

• ريادة الأعمال:

- 0 تهدف إلى جذب العملاء وزيادة المبيعات من خلال تقديم منتجات مميزة وذات قيمة مضافة.
- 0 تعتمد على التصميم الجيد كعنصر رئيسي في استراتيجية التسويق والتميز عن المنافسين.

٣. تطوير تجربة العملاء:

- الإبداع الفني:

- 0 يساعد في خلق تجارب مستخدم فريدة وممتعة من خلال تصميمات تفاعلية وجذابة.
- 0 يساهم في تحسين واجهة المستخدم (UI) وتجربة المستخدم (UX)، مما يجعل التعامل مع المنتجات والخدمات أكثر سهولة وراحة.

- ريادة الأعمال:

- 0 تركز على رضا العملاء وتجربة المستخدم كعوامل أساسية لتحقيق النجاح والنمو المستدام.
- 0 تعتمد على تحسين تجربة العملاء لبناء علاقات طويلة الأمد وزيادة ولاء العملاء.

٤. الاستجابة لتغيرات السوق والاتجاهات الجديدة:

- الإبداع الفني:

- 0 يتيح للشركات القدرة على التكيف مع الاتجاهات الجديدة وتغيرات السوق بسرعة من خلال تصميمات وأفكار مبتكرة.
- 0 يمكن أن يساعد في اكتشاف فرص جديدة وتطوير منتجات تلبي احتياجات السوق المتغيرة.

- ريادة الأعمال:

- 0 تحتاج إلى المرونة والقدرة على التكيف مع التغيرات السريعة في السوق لتحقيق النمو والنجاح.
- 0 تعتمد على الابتكار والإبداع لتطوير حلول جديدة تلبي احتياجات العملاء بشكل أفضل.

٥. خلق قيمة مضافة وزيادة التنافسية:

- الإبداع الفني:

- 0 يعزز من القيمة الجمالية والوظيفية للمنتجات، مما يزيد من قيمتها السوقية ويجعلها أكثر تنافسية.
- 0 يساهم في تطوير منتجات مميزة وفريدة تجذب العملاء وتخلق ميزة تنافسية في السوق.

• ريادة الأعمال:

- 0 تسعى دائمًا لإضافة قيمة جديدة للعملاء من خلال تقديم منتجات وخدمات مبتكرة.
- 0 تعتمد على الابتكار والإبداع لتحقيق ميزة تنافسية والمحافظة على مكانتها في السوق.

٦. بناء هوية العلامة التجارية:

• الإبداع الفني:

- 0 يساعد في بناء هوية قوية وفريدة للعلامة التجارية من خلال تصميمات مبتكرة ومرئية.
- 0 يساهم في إنشاء صورة مميزة للعلامة التجارية في أذهان العملاء.

• ريادة الأعمال:

- 0 تهدف إلى بناء علامة تجارية قوية تميزها عن المنافسين وتعزز من ولاء العملاء.
- 0 تعتمد على الهوية البصرية كجزء أساسي من استراتيجية التسويق والتواصل مع الجمهور.

٧. التغلب على التحديات والقيود:

• الإبداع الفني:

- 0 يمكن أن يساعد الشركات في إيجاد حلول مبتكرة للتحديات التي تواجهها، مثل نقص الموارد أو القيود التقنية.

- 0 يعزز من القدرة على التفكير خارج الصندوق وتجاوز العقبات بطرق غير تقليدية.

• ريادة الأعمال:

- 0 تواجه تحديات متعددة مثل نقص التمويل، التنافس الشديد، وتغيرات السوق.
- 0 تحتاج إلى استخدام التفكير الإبداعي والابتكار للتغلب على هذه التحديات وتحقيق النمو المستدام.

٨. الاستفادة من الموارد المتاحة بفعالية:

• الإبداع الفني:

- 0 يمكن أن يستخدم الموارد المتاحة بطرق مبتكرة لإنتاج منتجات ذات قيمة عالية.

0 يساعد في تقليل التكاليف من خلال استخدام المواد بفعالية وابتكار حلول جديدة.

• ريادة الأعمال:

0 تعتمد على استغلال الموارد المتاحة بفعالية لتحقيق أقصى قدر من الابتكار والنمو.

0 تحتاج إلى التفكير الإبداعي لاستخدام الموارد بشكل مثالي وتقديم منتجات وخدمات مبتكرة.

تعتبر العلاقة بين الإبداع الفني وريادة الأعمال علاقة تكاملية وحيوية، فالإبداع الفني يساهم في توليد أفكار جديدة وتحسين تصميم المنتجات، بينما تعتمد ريادة الأعمال على هذه الابتكارات لتطوير حلول جديدة تلبي احتياجات السوق وتحقيق النمو المستدام ومن خلال دمج الإبداع الفني في العمليات الريادية يمكن للشركات الناشئة والمؤسسات القائمة تعزيز قدرتها على المنافسة وتحقيق نجاح طويل الأمد.

تعريف المنتجات والخدمات الريادية:

المنتجات الريادية هي المنتجات التي تطرح ابتكارات جديدة إلى السوق وتساهم في تلبية احتياجات جديدة أو قديمة بطرق مبتكرة وفعالة، هذه المنتجات غالبًا ما تكون نتيجة لأفكار مبتكرة وتكنولوجيا متقدمة، وتهدف إلى تغيير الطرق التقليدية التي يتم التعامل بها مع مشكلة أو فرصة معينة.

تتميز هذه المنتجات بعدة خصائص وهي:

1. الابتكار: تتميز بالتجديد والإبداع في الفكرة أو التصميم أو الأداء.
2. التكنولوجيا المتقدمة: غالبًا ما تستفيد من أحدث التطورات التكنولوجية.
3. قيمة مضافة عالية: تقدم فوائد ومزايا جديدة للمستخدمين.
4. القدرة على التغيير: تميل إلى تغيير قواعد اللعبة في السوق وتقديم طرق جديدة لحل المشاكل.
5. المخاطرة: تحمل مستوى عالٍ من المخاطر نظرًا لطبيعتها الابتكارية.

الخدمات الريادية هي الخدمات التي تقدم حلولًا جديدة أو طرقًا مبتكرة لتقديم الخدمات التقليدية، مما يساهم في تلبية احتياجات العملاء بطرق جديدة وفعالة، هذه الخدمات غالبًا ما تعتمد على التكنولوجيا الرقمية والابتكار في تقديم قيمة مضافة للعملاء.

تتميز بعدة خصائص منها:

١. الابتكار في تقديم الخدمة: تعتمد على تقديم الخدمة بطرق جديدة وغير تقليدية.
٢. الاعتماد على التكنولوجيا: غالبًا ما تستفيد من التكنولوجيا الرقمية والإنترنت.
٣. الاستجابة السريعة: تتيح تفاعلًا سريعًا ومرنًا مع احتياجات العملاء.
٤. القيمة المضافة: تقدم مزايا جديدة مثل الراحة، والسرعة، والكفاءة.
٥. التخصيص: توفر تجارب مخصصة تتناسب مع احتياجات العملاء الفردية.

أهمية الإبداع الفني في تطوير وابتكار المنتجات والخدمات:

يرى إبراهيم الدسوقي أن الإبداع الفني في المنتجات والخدمات له القدرة على دمج العناصر الجمالية والوظيفية بطرق مبتكرة، مما يعزز جاذبية المنتج أو الخدمة وقيمتها السوقية. (الدسوقي، ٢٠٠٣)

ويرى جون مايدا أن الإبداع الفني في المنتجات والخدمات يدمج بين الفنون الجميلة والتكنولوجيا لتطوير تصميمات مبتكرة تضيف قيمة جمالية ووظيفية، يؤكد مايدا على أهمية البساطة في التصميم، حيث يجب أن تكون المنتجات والخدمات سهلة الاستخدام وجذابة في نفس الوقت. (Maeda, 2006)

وتشرح جينيفر هانكنز أن الإبداع الفني في المنتجات والخدمات عملية تتم من خلالها استخدام المهارات الفنية والإبداعية لتطوير منتجات وخدمات جديدة وجذابة تجمع بين الجمالية والابتكار الوظيفي، كما تؤكد هانكنز على أهمية الابتكار المفتوح والتعاون بين الفرق متعددة التخصصات. (Hankins, 2015)

ويؤكد نهاد مجدي على أهمية الإبداع الفني في المنتجات والخدمات فيتم من خلاله تطوير تصميمات فريدة ومبتكرة تجمع بين الجمال والوظيفة لتلبية احتياجات العملاء بطرق جديدة. (مجدي، ٢٠٠٧)

ويعتبر أحمد صبري أن الإبداع الفني في المنتجات والخدمات يساهم في إنتاج تصميمات جديدة تعكس الفهم العميق والفريد للجماليات. (صبري، ٢٠١٠)

أما ديفيد كيلى فيرى أن أهمية الإبداع الفنى تتضح فى تصميم منتجات وخدمات مبتكرة تجمع بين الجمال والوظيفة، مما يسهم فى تحسين تجربة المستخدم وجذب العملاء، ويعتبر كيلى أن التفكير التصميمى هو جوهر الإبداع الفنى، حيث يتم التركيز على فهم عميق لاحتياجات المستخدم ودمجها مع الجمالية والابتكار التقنى. (Kelley,2001)

وتتجلى أهمية الإبداع الفنى فى المنتجات والخدمات عند علي العلي من خلال تصميم منتجات وخدمات تحمل قيمة جمالية عالية وتلبى احتياجات العملاء بطرق مبتكرة، مما يعزز من ولائهم ويزيد من قيمة العلامة التجارية. (العلي، ٢٠١٦)

ويؤكد خالد عبد الرحمن أن للإبداع الفنى فى المنتجات والخدمات قدرة على تقديم حلول جديدة ومبتكرة تجمع بين الجمالية والوظيفية، مما يسهم فى خلق تجربة مميزة للعملاء وتعزيز قيمة المنتج أو الخدمة. (عبد الرحمن، ٢٠١٨)

ويرى تيم براون أن الإبداع الفنى فى المنتجات والخدمات يتمثل فى الجمع بين التفكير التصميمى والإبداع الفنى لإنتاج حلول مبتكرة تجمع بين الجمال والوظيفة، مما يسهم فى تحسين تجربة العملاء وزيادة ولائهم، كما يؤكد براون على أهمية مراحل التصميم المختلفة، مثل التجريب والتكرار. (Brown,2008)

ما ذكر سابقاً عن الإبداع الفنى فى المنتجات والخدمات يشير إلى أنه أهميته التى تتطلب دمج الجماليات والوظيفة بطرق مبتكرة، مما يعزز من جاذبية وقيمة المنتج أو الخدمة، ويشدد الباحثون على أهمية التفكير التصميمى، الابتكار المفتوح، والتعاون متعدد التخصصات.

يساهم الإبداع الفنى فى تحسين تجربة المستخدم، تلبية احتياجات السوق بطرق جديدة، وتعزيز الولاء للعلامة التجارية، كما يمكن للإبداع الفنى الشركات من جذب عملاء جدد وإعادة تعريف قيم ومفاهيم المنتجات والخدمات.

دور الإبداع الفني في تطوير وتصميم المنتجات والخدمات

الإبداع الفني يلعب دورًا حيويًا في تطوير تصميم المنتجات والخدمات، ويشمل ذلك العديد من الجوانب الهامة التي تؤثر بشكل مباشر على جاذبية وقيمة المنتج أو الخدمة، فيما يلي توضيح لهذه الأدوار:

١. تحسين الجمالية البصرية:

- التصميم الجذاب: الإبداع الفني يمكن أن يضفي جمالاً وجاذبية على المنتجات والخدمات من خلال الألوان والأشكال والتفاصيل الدقيقة.
- التميز البصري: يجعل المنتجات والخدمات تبرز في السوق وتلفت انتباه المستهلكين، مما يزيد من فرص الشراء.

٢. تطوير وظائف جديدة ومبتكرة:

- حلول مبتكرة: الإبداع الفني يساعد في إيجاد حلول وظيفية جديدة تتخطى الحلول التقليدية، مما يعزز من وظائف المنتج أو الخدمة.
- تحسين الاستخدام: تحسين تجربة المستخدم من خلال تصميمات تسهل الاستخدام وتزيد من راحة العملاء.

٣. زيادة القيمة السوقية:

- قيمة مضافة: التصميم المبدع يمكن أن يضفي قيمة ملموسة للمنتج أو الخدمة، مما يعزز من قيمتها السوقية.
- تميز العلامة التجارية: يساعد في بناء هوية قوية ومميزة للعلامة التجارية، مما يزيد من ولاء العملاء.

٤. تعزيز تجربة العملاء:

- تفاعل إيجابي: التصميم المبدع يمكن أن يخلق تجربة مستخدم ممتعة وتفاعلية، مما يزيد من رضا العملاء.
- الاهتمام بالتفاصيل: الإبداع في التفاصيل الدقيقة يمكن أن يجعل تجربة المنتج أو الخدمة أكثر إرضاءً وفعالية.

٥. الاستجابة للتغيرات السوقية:

- التكيف مع الاتجاهات: الإبداع الفني يساعد الشركات على التكيف مع الاتجاهات الجديدة في السوق وتلبية احتياجات المستهلكين المتغيرة.
- استباق التغيرات: يمكن أن يكون الإبداع الفني أداة لاستباق تغيرات السوق وخلق اتجاهات جديدة.

٦. تطوير منتجات وخدمات مستدامة:

- الاستدامة: الإبداع الفني يمكن أن يساهم في تطوير حلول تصميمية مستدامة تراعي البيئة وتقلل من الأثر البيئي.
- استخدام الموارد بكفاءة: يساعد في استخدام الموارد المتاحة بطرق مبتكرة وفعالة، مما يعزز من الاستدامة.

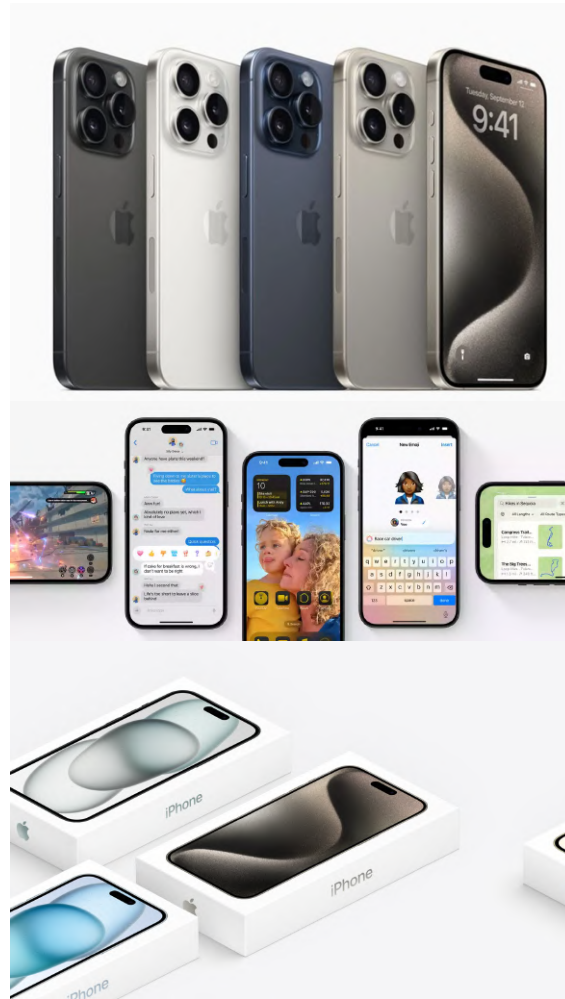
٧. تحفيز الابتكار والتطوير المستمر:

- الابتكار المستمر: يدفع الإبداع الفني عملية الابتكار باستمرار، مما يؤدي إلى تطوير منتجات وخدمات جديدة ومتطورة.
- التفكير خارج الصندوق: يشجع على التفكير بطرق جديدة وغير تقليدية، مما يفتح آفاقاً جديدة لتطوير المنتجات والخدمات.

أمثلة وتجارب عملية:

١. شركة Apple

- الابتكار في التصميم: تشتهر شركة Apple بتصميماتها الأنيقة والبسيطة التي تدمج الجمالية مع الأداء العالي.
- على سبيل المثال، تصميم iPhone يجمع بين الخطوط النظيفة والألوان المبتكرة، مما يجعله جذاباً للمستهلكين.
- واجهة المستخدم: نظام التشغيل iOS معروف بواجهة المستخدم البسيطة والمبتكرة التي تسهل الاستخدام وتعزز تجربة المستخدم.
- التغليف: حتى التغليف في منتجات Apple يُصمم بشكل إبداعي، مما يعزز تجربة فتح الصندوق ويترك انطباعاً إيجابياً لدى المستخدمين.



شكل (2-1)

٢. شركة Tesla

تصميم سيارات Tesla : تستخدم Tesla التصميم الإبداعي لجعل سياراتها الكهربائية جذابة وفعالة، مما يميزها عن المنافسين ويعزز من قيمتها السوقية.

- التصميم الخارجي: تصميم سيارات Tesla يتميز بالخطوط الانسيابية والمظهر العصري، مما يجذب العملاء المهتمين بالتكنولوجيا والجمالية.
- الداخلية المبتكرة: تتميز السيارات بمقصورة داخلية حديثة، مع شاشات عرض كبيرة وتصميم داخلي بسيط وأنيق.
- الواجهة التفاعلية: نظام المعلومات والترفيه في Tesla يعتبر من أكثر الأنظمة ابتكارًا، حيث يوفر تجربة مستخدم سلسة ومليئة بالوظائف الذكية.



شكل (2-2)

٣. تصميم المكانس الكهربائية ومجففات الشعر Dyson

- التكنولوجيا المتقدمة: مكانس Dyson تتميز بتقنيات الشفط المتقدمة وتصميمات غير تقليدية تجمع بين الجمال والكفاءة.
- مجففات الشعر: تصميم مجففات الشعر من Dyson مثل Dyson Supersonic يعتمد على تقنيات مبتكرة لتقديم أداء عالٍ مع تصميم جمالي ومريح للاستخدام.



شكل (2-3)

٤.تصميم الأثاث المنزلي IKEA

- التصميم المستدام:منتجات IKEA تُصمم لتكون مستدامة وسهلة التجميع، مما يجمع بين الإبداع الفني والوظائف العملية.
- الأثاث المبتكر:تصميمات الأثاث غالبًا ما تكون بسيطة وعصرية، مع استخدام مواد معاد تدويرها وتحقيق توازن بين الجمالية والوظائف.



شكل (2-4)

٥. تصميم زجاجات وأغلفة المنتجات Coca-Cola

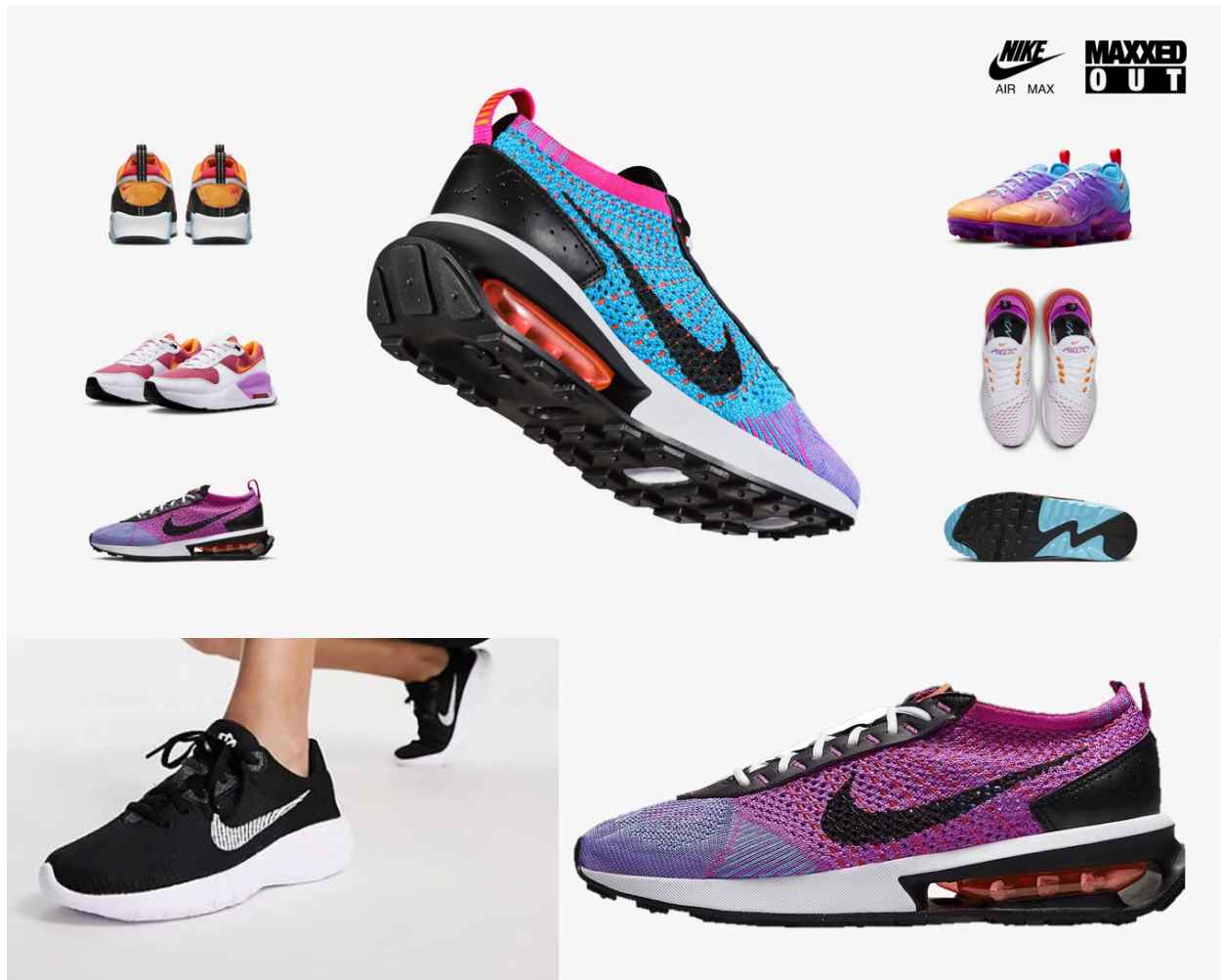
- التصميم اللفظي: زجاجات Coca-Cola تتميز بتصميمها اللفظي الذي يجمع بين البساطة والجمالية.
- حملات التسويق: تغليف المنتجات يُستخدم كوسيلة لابتكار حملات تسويقية مبدعة، مثل زجاجات بأسماء العملاء.



شكل (2-5)

٦. تصميم الأحذية الرياضية Nike

- الابتكار في الأداء: أحذية Nike تُصمم بتقنيات مبتكرة مثل Flyknit، مما يقدم أداءً عالياً مع تصميم خفيف الوزن وجذاب.
- الجمالية الشخصية: تقدم Nike خيارات تخصيص الأحذية لتلبية احتياجات العملاء الفردية من حيث الألوان والمواد.



شكل (2-6)

٧. أوبر (Uber)

منصة رقمية، تعتمد أوبر على تطبيق موبايل يتيح للمستخدمين طلب سيارات الأجرة بسهولة وسرعة.

- التصميم والتسويق: تصميمات تفاعلية تساعد المستخدمين على التنقل في التطبيق بسهولة، واستخدام التصميم الجرافيكي والإبداع الفني لإنشاء حملات إعلانية جذابة تلفت انتباه المستخدمين.
- هوية العلامة التجارية: تطوير هوية بصرية قوية تعبر عن قيم أوبر وتعزز مكانتها في السوق
- تجربة المستخدم: دمج العناصر الفنية في التطبيق لتحسين التفاعل مع العملاء وجعل تجربتهم أكثر متعة وجاذبية. تصميم واجهة أنيقة لتسهيل عملية تقييم السائقين والخدمات، مما يعزز من تجربة المستخدم.



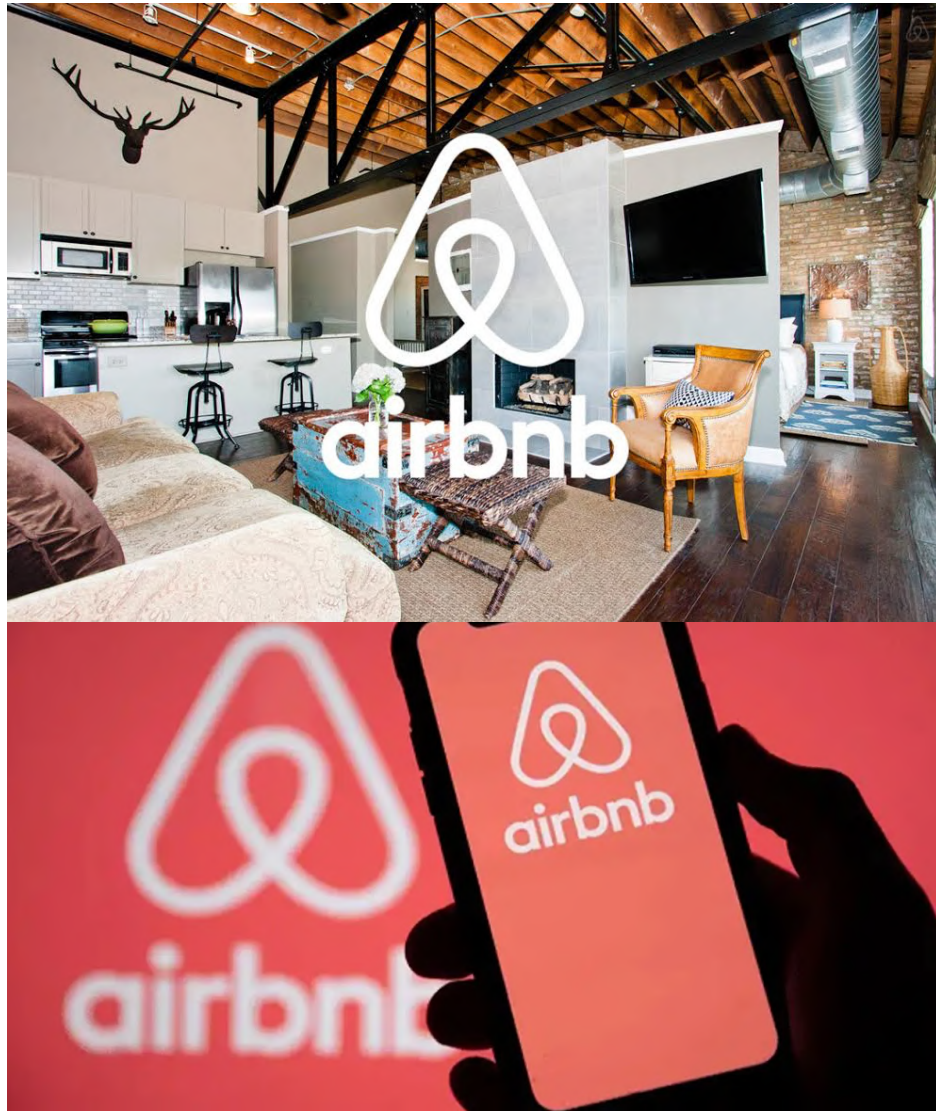
شكل (2-7)

٨. Airbnb

منصة رقمية: توفر Airbnb منصة تتيح للأفراد تأجير واستئجار أماكن إقامة حول العالم.

- واجهة التطبيق والموقع: تصميم واجهة مستخدم جذابة وسهلة الاستخدام تساعد المستخدمين في العثور على أماكن الإقامة بسرعة وسهولة.
- التصميم التفاعلي: استخدام الإبداع الفني لإنشاء تصميمات تفاعلية تساعد المستخدمين على التنقل في الموقع والتطبيق بسهولة.

- إعلانات مبتكرة: استخدام التصميم الجرافيكي والإبداع الفني لإنشاء حملات إعلانية جذابة تجذب المستخدمين.
- الهوية البصرية: تطوير هوية بصرية قوية تعبر عن تجربة الإقامة الفريدة التي تقدمها Airbnb.
- تجربة المستخدم: تشجيع المضيفين على استخدام الإبداع الفني في تصميم وتزيين أماكن الإقامة لجعلها جذابة وفريدة من نوعها، واستخدام التصوير الفوتوغرافي لتقديم أماكن الإقامة بشكل جذاب على المنصة لجعل تجربة المستخدم أكثر تشويقاً ومتعة، كما تصميم واجهة أنيقة لتسهيل عملية تقييم المضيفين والمساكن، مما يعزز من تجربة المستخدم.



شكل (2-8)

التحديات في دمج الإبداع الفني في الشركات الناشئة

تحديات الشركات الناشئة:

١. نقص الموارد المالية:

تعد الموارد المالية المحدودة أحد أكبر التحديات التي تواجه الشركات الناشئة، ويعيق قدرتها على توظيف مصممين مبدعين وذوي مهارة عالية، وعادةً ما يكونون مكلفين مادياً، الشركات الناشئة غالباً ما تواجه صعوبة في تخصيص ميزانية لتوظيف هؤلاء المحترفين بسبب القيود المالية.

كذلك يتطلب تطوير منتجات وخدمات مبتكرة استخدام أدوات وتقنيات متقدمة، مثل برامج التصميم والرسوم المتحركة والطباعة ثلاثية الأبعاد وغيرها، هذه الأدوات غالباً ما تكون مكلفة، مما يزيد من عبء التكاليف على الشركات الناشئة.

كما أن تسويق المنتجات والخدمات التي تحتوي على عناصر إبداعية يحتاج حملات تسويقية مبتكرة وجذابة، والتي غالباً ما تكون مكلفة، وبدون ميزانية كافية للتسويق قد تجد الشركات الناشئة صعوبة في جذب الانتباه إلى منتجاتها.

كما يحتاج تطوير منتجات وخدمات مبتكرة إلى استثمار كبير في البحث والتطوير، وهو ما قد يكون مكلفاً للغاية بالنسبة للشركات الناشئة، هذا يشمل تكاليف الأبحاث، الاختبارات، والتجارب.

ولتعزيز الإبداع الفني داخل الشركة، تحتاج الفرق إلى تدريب مستمر وتطوير مهني، وهو ما قد يكون مكلفاً بالنسبة للشركات الناشئة.

٢. نقص المهارات الفنية:

الشركات الناشئة غالباً ما تفتقر إلى الموظفين الذين يمتلكون الخبرات الفنية والإبداعية في مجالات مثل التصميم الجرافيكي، الرسوم المتحركة، والتصميم الصناعي، هذا يمكن أن يؤدي إلى منتجات وخدمات أقل جاذبية وابتكاراً.

كما قد تواجه الشركات الناشئة صعوبة في جذب المواهب الفنية المبدعة بسبب محدودية ميزانياتها وعدم قدرتها على تقديم رواتب تنافسية مقارنة بالشركات الكبيرة.

كذلك بدون برامج تدريب وتطوير مستمر، قد تفتقر الفرق الفنية إلى المهارات الأحدث في التقنيات والأدوات الفنية، مما يؤثر على جودة الإبداع والابتكار في المنتجات والخدمات.

٣. مقاومة التغيير:

قد يواجه الإبداع الفني مقاومة من الموظفين الحاليين لتغيير أساليب العمل أو دمج الإبداع الفني في عملياتهم اليومية، خاصة إذا كانوا مرتاحين للعمل بالطريقة التقليدية.

ويمكن أن تواجه الإدارة نفسها صعوبة في تبني التغيير، خصوصًا إذا كانت تحمل رؤية تقليدية أو تخشى من المخاطرة، وإذا كانت هناك تجارب سابقة فاشلة في تنفيذ التغييرات، فقد يؤدي ذلك إلى مقاومة جديدة لأي محاولات تغيير، كما يمكن أن تكون التكلفة العالية والموارد المطلوبة لتنفيذ التغيير عقبة أمام تبني الإبداع الفني.

٤. الفجوة بين الفرق الفنية والإدارية:

غالبًا ما يكون هناك فجوة بين الفرق الفنية (مثل المصممين والمبرمجين) والإدارية (مثل المديرين التنفيذيين ومديري العمليات) في فهم الأهداف والمصطلحات وأساليب العمل، مما يؤدي إلى تضارب في الأهداف، كما أن الفرق الفنية والإدارية غالبًا ما تعتمد على طرق عمل مختلفة، مما يمكن أن يسبب تعارضًا في أساليب العمل والتنفيذ.

وقد يشعر أعضاء الفرق الفنية بعدم التقدير الكافي لمساهماتهم الإبداعية من قبل الإدارة.

٥. التكيف مع السوق:

التغيرات السريعة في تفضيلات المستهلكين والتوجهات السوقية يمكن أن تكون تحديًا للشركات الناشئة في الحفاظ على ملائمة منتجاتها وخدماتها.

كذلك التحول الرقمي أصبح ضروريًا لتلبية توقعات العملاء الذين يتوقعون تجارب سلسلة وسهلة ومريحة عبر الإنترنت والجوال.

كما أن الشركات الناشئة غالبًا ما تواجه منافسة قوية من الشركات الأكبر التي تمتلك موارد أكبر وحصّة سوقية أكبر.

التغيرات في اللوائح والقوانين يمكن أن تؤثر بشكل كبير على عمليات الشركات الناشئة، كذلك العملاء أصبحوا أكثر وعيًا ومتطلبين، مما يجعل من الضروري للشركات الناشئة تقديم تجارب استثنائية لتلبية توقعاتهم

٦. الثقافة التنظيمية:

الثقافة التنظيمية هي مجموعة القيم والمعتقدات والعادات والسلوكيات التي تميز بيئة العمل داخل الشركة، وتؤثر على طريقة تفاعل الموظفين مع بعضهم البعض ومع أصحاب المصلحة الخارجيين، بالإضافة إلى الطريقة التي تُدار بها الأعمال اليومية.

الثقافة التنظيمية التي تركز على المحافظة والامتثال قد تحد من المخاطرة وتمنع الموظفين من تقديم أفكار جديدة، وقد تفضل الثقافة التي تعزز تحقيق الأهداف قصيرة المدى على حساب التجريب والابتكار.

كذلك الشركات التي لا تتماشى قيمها الثقافية مع متطلبات الابتكار والإبداع قد تجد صعوبة في دمج الإبداع الفني في عملياتها بشكل فعال.

الثقافة التنظيمية تؤثر على مدى قدرة الشركات على تحفيز الإبداع بين الموظفين، بيئة العمل التي تركز على الرقابة الصارمة والامتثال قد تؤدي إلى تقليل روح المبادرة والإبداع.

٧. التكنولوجيا المتقدمة:

تكنولوجيا المعلومات والابتكارات التقنية تتطور بسرعة كبيرة جدًا، مما يجعل من الصعب على الشركات الناشئة متابعة أحدث الاتجاهات وتبني التكنولوجيا الجديدة بسرعة، كما أن العديد من التقنيات المتقدمة يمكن أن تكون مكلفة، مما قد يكون تحديًا للشركات الناشئة ذات الموارد المالية المحدودة حيث أن الابتكار التكنولوجي المستمر يعني أن الشركات تحتاج إلى مواكبة التحديثات والتحسينات الجديدة بشكل مستمر.

كذلك دمج التكنولوجيا المتقدمة في عملية التصميم الفني قد يكون معقدًا، حيث يتطلب تنسيقًا فعالًا بين الفرق التقنية والفنية، والتكنولوجيا المتقدمة تتطلب مهارات متخصصة قد تكون مفقودة داخل الفرق الفنية، مما يمكن أن يعيق دمج التكنولوجيا في الإبداع الفني مثل الذكاء الاصطناعي والتحليل البياني حيث توفر كميات ضخمة من البيانات التي يمكن أن تكون مفيدة في تطوير المنتجات، ولكن إدارتها وتحليلها يمكن أن يكون تحديًا.

استراتيجيات التغلب على هذه التحديات:

(١) استراتيجيات للتغلب على نقص الموارد المالية في الشركات الناشئة

١. التمويل الخارجي:

ويتم ذلك عن طريق:

- **المستثمرين الملائكيين:** المستثمر الملائكي ويُطلق عليه مسمى "Angel investor"، وهم أفراد أو مجموعات يقومون بالاستثمار في الشركات الناشئة، أو تمويل المؤسسات في مراحلها المبكرة وذلك مقابل حصولهم على حصة ملكية لأسهم في تلك المنظمات، وهم إما أن يقوموا بتوفير استثمار لمرة واحدة لهذه الشركة أو ضخ رأس المال بشكل مستمر خلال المراحل الأولى الحرجة، وفي بعض الأحيان يلعبون دورًا نشطًا في إدارة أعمال تلك المشاريع كطريقة لحماية استثماراتهم ومساعدة المالك على ازدهار عمله ونموه.

- **المنح والقروض والمبادرات الحكومية:** بالنسبة لرواد الأعمال الذين يسعون للحصول على تمويل لأعمالهم فتعتبر هذه المصادر الحكومية خياراً أفضل لهم، حيث أنها لا تتطلب ضماناً في معظم الأحيان، وليس لها معدل ربح، ولا تفرض رسوماً على سير عمل المشروع وذلك لأن الحكومات غالباً ما تهدف من إطلاق هذه البرامج إلى تشجيع الابتكار وتنشيط مفهوم ريادة الأعمال لدى مواطنين الدولة، وذلك لرفع مستوى رفاهية المجتمع والوصول إلى اقتصاد تنافسي.

- **حاضنات ومسرعات الأعمال:** مسرعات الأعمال هي كيانات اقتصادية تهدف لمساعدة الشركة الناشئة على الانطلاق، وإحدى جوانب مهامها هو قيامها بمساعدة تلك الشركات على جمع الأموال، وتقديم استشارات مالية خاصة تساعد على فهم آلية إنفاق تلك الأموال في المرحلة الأولى، كما أن حاضنات الأعمال توفر دعماً مالياً وخدمات مهنية وشبكات تواصل.

- **التمويل الجماعي:** هو تعاون مجموعة من الأفراد لجمع الأموال وذلك بهدف تطوير ودعم المشروع أو الفكرة الجديدة التي يرون أنها مميزة وسيكون هناك طلب كبير عليها، من خلال شبكات التواصل الاجتماعي أو الانترنت كوسيلة لربط منظمي المشروع مع المشاركين بالتمويل.

إذا كانت الفكرة التي تتبناها في مشروعك هي فكرة فريدة وقوية في مجالك وواضحة في التطبيق فإن اللجوء إلى منصات التمويل الجماعي فرصة جيدة للعثور على الممولين.

- القروض المصرفية: تُعتبر البنوك مصدراً شائعاً من مصادر تمويل المشاريع والأعمال التجارية، وذلك لأنها توفر ميزة منح القروض الكبيرة.

- رأس المال الاستثماري: غالباً ما يختص هذا النوع من الاستثمار بالشركات الكبيرة في مجال التكنولوجيا، والتي تبحث عن أفكار أو شركات ناشئة يُمكنها الاستثمار فيها مقابل الحصول على حصة كبيرة من الأسهم.

٢. الشراكات والتحالفات الاستراتيجية:

التحالفات الاستراتيجية بين الشركات هي اتفاقيات يتم فيها دمج الموارد لممارسة نشاط جديد، والتي من شأنها أن تحقق مجموعة واسعة من الأهداف المشتركة، يمكن للشركات تشكيل التحالفات الاستراتيجية مع مجموعة واسعة من الشركاء كالعلاء والموردين أو المنافسين أو الحكومات، ومن خلال التحالفات الاستراتيجية، يمكن للشركات تحسين مواقعها التنافسية، وتحقيق الدخول إلى أسواق جديدة، وتقاسم المخاطر أو تكلفة المشاريع.

٣. إدارة التكاليف بفعالية

تخفيض التكاليف الثابتة من خلال تقليل النفقات العامة مثل: تكاليف المياه والكهرباء، الاتصالات والانترنت، وغيرها، والاستعانة بموظفين من الخارج للأعمال غير التقليدية: التعاقد مع مستقلين أو شركات متخصصة، أما للمهام المؤقتة: التوظيف المؤقت لتغطية فترات ذروة العمل.

٤. التركيز على التدفق النقدي

تحسين إدارة التدفق النقدي من خلال مراقبة النفقات وتخطيط الإيرادات بعناية، والتفاوض على شروط دفع مريحة مع الموردين والعلاء لتحسين التدفق النقدي.

(٢) استراتيجيات للتغلب على نقص المهارات الفنية في الشركات الناشئة

١. التوظيف الذكي والمستهدف

هناك الكثير من شبكات التواصل المهنية متخصصة في البحث عن المواهب الفنية مثل LinkedIn ، والتي يمكن من خلالها اختيار الموظفين ذوي الكفاءة المطلوبة، بالإضافة لمواقع أخرى متخصصة في التوظيف التقني.

ويمكن التعاقد مع المستقلين والاستفادة من منصات العمل الحر لتوظيف ذوي المهارات الفنية العالية، أو الاستعانة بهم في بعض الأعمال الفنية والتي تحتاج للإبداع والابتكار لمشاريع محددة دون الحاجة إلى التوظيف الدائم.

كذلك من المفيد جدًا الاستفادة من برامج التدريب الداخلي لخريجي البرامج التدريبية أو الأكاديميات الفنية أو الجامعات في التخصصات التي تفيد الشركة وتكون لديهم المهارات الأساسية المطلوبة.

٢. توفير التدريب والتطوير المهني للموظفين الحاليين

من خلال تنظيم برامج تدريبية داخلية لتطوير المهارات الفنية لدى الموظفين الحاليين، وتشجيع الموظفين على حضور ورش العمل والدورات القصيرة المتخصصة في المجالات التقنية والفنية ذات الصلة.

من المهم تحفيز الموظفين على التعلم المستمر من خلال الاشتراك في الدورات التدريبية عبر الإنترنت، والسعي لبناء بيئة عمل تشجع على التعلم والتطوير المستمر من خلال توفير الموارد اللازمة مثل الكتب، والأدوات التعليمية، والدورات التدريبية، ومساعدتهم على ذلك يمكن تخصيص وقت محدد خلال الأسبوع للموظفين للتعلم والتطوير الذاتي.

٣. الاستعانة بمصادر خارجية

التعاقد مع شركات متخصصة لتوفير الدعم الفني والخبرة اللازمة للمشاريع، في مجال التسويق والتصميم والتصنيع والخدمات وغيرها، واستخدام خدمات مزودي الخدمات التقنية الذين يقدمون الدعم الفني والتقني عند الحاجة.

٤. تحفيز الابتكار الداخلي

الحرص على إنشاء مختبرات الابتكار داخل الشركة لتشجيع الموظفين على تطوير مهاراتهم الفنية من خلال المشاريع، والقيام بالتجريب والتقييم والتعديل، وتقديم حوافز ومكافآت للموظفين الذين يطورون مهاراتهم الفنية أو يساهمون في تطوير الحلول التقنية أو يساهمون في تطوير منتجات وخدمات ريادية مبتكرة.

٥. تبادل المعرفة والخبرات

تنظيم جلسات داخلية لتبادل المعرفة بين الفرق المختلفة ومشاركة التجارب الفنية والأفكار الابتكارية، وهذا له أثر كبير في تحفيز وتطوير الأفكار وإشعال الحماس لإنتاج أفكار جديدة، كذلك حث الموظفين على حضور الندوات والملتقيات الفنية للاستفادة من المعرفة الجديدة والتواصل مع الخبراء في المجال.

(٣) استراتيجيات للتغلب على مقاومة التغيير في الشركات الناشئة

١. توفير رؤية واستراتيجية واضحة للتغيير

تحديد الأهداف وذلك من خلال وضع أهداف واضحة ومحددة للتغيير، وتوضيح كيف ستساهم في تحسين الشركة وتطوير المنتجات والخدمات وستكون داعم للابتكار والإبداع مع الحفاظ على التواصل المستمر مع الموظفين أو المدراء حول سبب التغيير وكيف سيتم تنفيذه.

٢. الاشتراك في عملية التغيير

على المديرين إشراك الموظفين في عملية اتخاذ القرارات، وفتح قنوات التواصل للاستماع إلى مخاوفهم واقتراحاتهم والعمل على تلبية احتياجاتهم، وتشكيل فرق عمل من مختلف الأقسام لضمان مشاركة الجميع في عملية التغيير.

٣. تقديم الدعم والتدريب

تنظيم برامج تدريبية وورش عمل وإحضار المستشارين والمرشدين لتزويد المدراء والموظفين بالمهارات والمعرفة اللازمة لإدارة التغيير.

٤. تقديم الأدلة والدراسات

تقديم التحليلات والبيانات والدراسات التي توضح نجاح التغييرات المماثلة في شركات أخرى، مع عرض تحليل مالي يوضح التأثير الإيجابي المتوقع للتغيير على الأداء المالي للشركة

٥. الثقافة التنظيمية

بناء ثقافة تنظيمية تشجع على الابتكار والتغيير وتكافئ المبادرات الإيجابية من خلال تقديم مكافآت وحوافز للموظفين الذين يظهرون مرونة ويتبنون التغيير بشكل إيجابي، كما يجب على قادة الشركة يجب أن يكونوا قدوة حسنة في تبني التغيير ودعمه.

٦. التنفيذ التدريجي للتغيير

من خلال تنفيذ التغيير على مراحل لضمان تقليل المقاومة وتمكين المدراء والمالكين والموظفين من التكيف تدريجيًا.

(٤) استراتيجيات للتغلب على الفجوة بين الفرق الفنية والإدارية في الشركات الناشئة

١. تعزيز التواصل الفعال بين الفرق

يتم ذلك عن طريق تنظيم اجتماعات دورية تشمل كلا من الفرق الفنية والإدارية لمناقشة الأفكار والتحديات والمشروعات الحالية، كذلك إنشاء قنوات تواصل داخلية مثل منصات التواصل الاجتماعي الخاصة بالشركات وذلك لتعزيز التواصل المستمر بين الفرق.

٢. تعزيز الثقافة التنظيمية

تطوير ثقافة تنظيمية تشجع على التعاون والاحترام المتبادل بين الفرق المختلفة، فعندما يتعاون موظفون من أقسام مختلفة فإنهم يجلبون مجموعة من المهارات ووجهات النظر والأفكار إلى الطاولة. ومما يعزز الثقافة التنظيمية الاعتراف بالإنجازات التي تحققت بفضل هذا التعاون والاحتراف بها.

٣. توحيد الأهداف والرؤية

من المهم العمل على الاتفاق بين الجميع على رؤية وأهداف مشتركة للشركة والعمل معاً لتحقيقها، ووضع مؤشرات أداء مشتركة تعكس التعاون بين الفرق الفنية والإدارية.

٤. تشجيع التعاون المشترك

تشكيل فرق عمل تضم أعضاء من الفرق الفنية والفرق الإدارية للعمل على المشاريع المشتركة، والاستثمار في أدوات وبرامج التعاون التي تسهل الاتصال بين أعضاء الفرق، والتأكد من أن الأدوات والتقنيات المستخدمة متكاملة وتدعم التعاون والعمل المشترك بين الفرق الفنية والإدارية، ويمكن كذلك تنظيم ورش عمل وفعاليات تعاونية لتعزيز الفهم المتبادل والتعاون بين الفرق.

٥. التدريب والتطوير المتبادل

تقديم برامج تدريبية للفرق الفنية حول الجوانب الإدارية والعكس صحيح لزيادة الفهم المتبادل وتشجيع التدريب المتبادل حيث يقوم أعضاء من الفرق الإدارية بتدريب الأعضاء الفنيين والعكس صحيح.

٦. تحديد الأدوار والمسؤوليات بوضوح

تحديد الأدوار والمسؤوليات الفردية ووضع تعريفات للأدوار والمسؤوليات لكل عضو في الفرق بشكل واضح لضمان تجنب التداخل وسوء الفهم.

٧. الابتكار المشترك

تشجيع الابتكار من خلال العمل المشترك بين الفرق المختلفة لإيجاد حلول جديدة ومبتكرة، والاعتراف علناً بالمساهمات الكبيرة من الفرق لتعزيز الروح المعنوية وتقديم حوافز ومكافآت بناءً على النجاح في المشاريع المشتركة بين الفرق.

(٥) استراتيجيات للتغلب على تحدي التكيف مع السوق في الشركات الناشئة

١. بحث وتحليل السوق بشكل مستمر

عملية تحليل وأبحاث السوق مهمة لجمع ومعالجة وتفسير وتقييم البيانات المتعلقة بالسوق أو الصناعة أو بيئة أعمال معينة، والحصول على نظرة ثاقبة لمختلف جوانب السوق بما في ذلك سلوك المستهلك واتجاهات السوق والمشهد التنافسي والعوامل الأخرى ذات الصلة ونتائج هذا التحليل يزود الشركات بمعلومات قابلة للتنفيذ يمكن أن تفيد عمليات واستراتيجيات اتخاذ القرار.

٢. التفاعل مع العملاء

يتم ذلك عن طريق جمع استطلاعات آراء العملاء حول مواقف وتوقعات العملاء الحاليين أو المحتملين للحصول على ملاحظاتهم واقتراحاتهم، من المهم إجراء محادثات حقيقية مع العملاء لمناقشة المنتجات والخدمات الجديدة والاستماع إلى آرائهم، والحرص على تقديم خدمة عملاء متميزة للحفاظ على رضا العملاء وتعزيز ولائهم

٣. تشجيع الابتكار المستمر

يجب على الشركات تشجيع الموظفين على التفكير خارج الصندوق وتحفيزهم لاقتراح الأفكار الجديدة والمبتكرة من خلال تنظيم ورش العمل والجلسات التفاعلية وجلسات العصف الذهني التي تهدف إلى تنمية مهارات التفكير الإبداعي وتساعد على توليد أفكار جديدة ومبتكرة تتماشى مع تغيرات السوق وتوجهاته.

كما يجب عليها الاستثمار في البحث والتطوير لابتكار منتجات وخدمات جديدة تلبي احتياجات السوق المتغيرة.

٤. تحليل المنافسين في السوق

مراقبة المنافسين وتقييم أوضاعهم وحجمهم وحصصهم ونموهم في السوق وتحليل استراتيجياتهم وعروضهم واكتشاف نقاط قوتهم وضعفهم، والبحث عن فرص لتحسين نقاط ضعفهم من خلال نقاط قوتك الخاصة. يساعد تحليل المنافسين على تحديد أفضل طريقة للمنافسة واكتساب ميزة استراتيجية تُمكن من اكتشاف طرق لتقوية المشروع وتحسين المنتج.

٥. الشراكات والتحالفات الاستراتيجية

الحرص على بناء شراكات استراتيجية مع الشركات الأخرى لتوسيع الوصول إلى السوق وتحقيق الفوائد المتبادلة، والانضمام إلى تحالفات تجارية والتي تعتبر أداة قوية للنمو، حيث تجمع بين الموارد والخبرات وقواعد العملاء لإنشاء تكامل يعود بالفائدة على جميع الأطراف المعنية، ويمكنهم ذلك من الوصول إلى جمهور أكبر يبحث عن منتجات متنوعة ومبتكرة.

٦. التقدم التكنولوجي

إحدى أبرز الطرق التي أثرت بها التطورات التكنولوجية على حجم السوق هي من خلال عملية التحول الرقمي، ومع تبني الشركات للتقنيات الرقمية فإنها تكتسب القدرة على الوصول إلى جمهور أوسع والاستفادة من الأسواق غير المستغلة سابقاً، على سبيل المثال أدى ظهور منصات التجارة الإلكترونية إلى تمكين الشركات الصغيرة من بيع منتجاتها على مستوى العالم، ولم يؤد هذا التوسع في الوصول إلى الأسواق إلى زيادة حجم الأسواق الحالية فحسب، بل أدى أيضاً إلى إنشاء أسواق جديدة تماماً.

كما أدى انتشار التقنيات الرقمية إلى إنتاج كمية غير مسبوقة من البيانات كل يوم مما يكسب الشركات التي يمكنها تسخير هذه البيانات وتحليلها بشكل فعال رؤية قيمة حول سلوك المستهلك واتجاهات السوق والفرص الناشئة.

٧. إدارة المخاطر

تنفيذ تحليلات دورية للمخاطر المحتملة وتطوير خطط للتعامل معها، وكذلك إعداد خطط استجابة للطوارئ لضمان استمرار العمليات في حال حدوث أية تغييرات غير متوقعة في السوق.

(٦) استراتيجيات للتغلب على الثقافة التنظيمية في الشركات الناشئة

١. توضيح المبادئ والقيم التي تتبناها الشركة

تحديد القيم والمبادئ من قبل المديرين وتوضيحها لجميع موظفين الشركة، وإنشاء "مبادئ توجيهية" تساعد جميع الموظفين على اتخاذ قرارات فعالة بأنفسهم وأن يكونوا أكثر ابداعاً في حل المشكلات.

٢. تعزيز الرؤية والرسالة

التأكد من أن جميع الموظفين يفهمون رؤية الشركة ورسالتها ويعملون نحو تحقيقها، ومن المهم ربط المهام اليومية والأهداف الصغيرة بالرؤية الأكبر للشركة لتعزيز الانتماء والشعور بالمساهمة.

٣. القيادة الفاعلة

يستطيع قائد المؤسسة إرساء النمط الثقافي المرغوب به للمؤسسة من خلال الاعتماد على ثلاثة طرق هي، اختيار الأفراد وتعيينهم والمحافظة عليهم لاسيما الذين يملكون المعرفة أو المهارة أو القابلية أو طرق التفكير التي تتفق مع ما يرغب به القائد، بناء علاقات مبنية على الثقة والاحترام بين الموظفين والإدارة، وتعليم الأفراد وتنشئتهم اجتماعياً على التفكير والشعور بنفس الطريقة التي يفكر بها، وضرب قائد المؤسسة للأمثلة الصادقة في سلوكياته؛ مما يشجع الآخرين على الاقتداء به.

٤. تعزيز الابتكار والمبادرة

توفير بيئة عمل تتيح للجميع الفرصة للمساهمة والإبداع بغض النظر عن المستوى الوظيفي وتشجيع الموظفين على تقديم أفكار جديدة ومبادرات لتحسين بيئة العمل، وتقديم مكافآت وحوافز للموظفين الذين يساهمون بشكل فعال في تعزيز الثقافة التنظيمية الإيجابية.

٥. بيئة عمل تساعد على زيادة الإنتاجية

توفير مجموعة متنوعة ونوعية من برامج التدريب، ويمكن أن تشمل هذه البرامج: بناء الفريق، وتطوير الإدارة، والتدريب التقني.

التواصل من أجل فهم أهداف الموظفين بشكل أفضل، كما يُعتبر أمرًا حيويًا في أي علاقة عمل بناءة، إذا كان فريق العمل يعرف أهداف القائد وأسباب قيامهم بمهام العمل المختلفة، وسيؤدي ذلك إلى ترسيخ معنى العمل الجماعي لديهم.

تشجيع التعاون بين الفرق والأقسام المختلفة لبناء بيئة عمل تشاركية ومتناغمة، وتنظيم ورش عمل وأنشطة تشاركية لتعزيز التعاون والفهم المتبادل بين الموظفين.

(٧) استراتيجيات للتغلب على تحدي التكنولوجيا المتقدمة في الشركات الناشئة

١. توظيف الخبرات الفنية المتقدمة

تعتبر الخبرة الفنية ذات أهمية قصوى في مختلف المهن والصناعات، فهي تمكّن المهنيين من التكيف مع المشهد التكنولوجي سريع التغير، ويمكن للأفراد من خلال إتقان هذه المهارة، تعزيز قدراتهم على حل المشكلات، وزيادة إنتاجيتهم، وضمان التنفيذ الناجح للمشاريع والمبادرات.

تتيح الخبرة الفنية أيضاً للمحترفين أن يصبحوا أصولاً قيمة داخل مؤسساتهم، مما يؤدي إلى النمو الوظيفي والنجاح. يقدر أصحاب العمل الأفراد الذين يمتلكون معرفة وخبرة عميقة في مجالات تخصصهم، حيث يساهم ذلك في الابتكار والكفاءة ونجاح الأعمال بشكل عام.

كما يمكن للشركات الاستعانة بهؤلاء الأفراد والاستفادة من خبراتهم حتى لو كان لفترة محدودة كل فترة.

٢. تبني التقنيات الحديثة بشكل تدريجي

تنفيذ التقنيات الجديدة بشكل تدريجي لضمان تكيف الموظفين والنظام مع التغيرات، ووضع خطة تتضمن إجراءات لتوعية الموظفين وتدريبهم على التقنيات الجديدة وإجراء اختبارات تجريبية للتقنيات الجديدة قبل تطبيقها على نطاق واسع مما يساهم في تطوير وتسريع عملية الابتكار.

٣. الاستفادة من الأدوات والمنصات الجاهزة

الأدوات والمنصات التكنولوجية الجاهزة لها فائدة كبيرة فيمكن تخصيصها لتلبية احتياجات الشركة، كما أن استخدام البرامج السحابية تقلل من التكاليف وتزيد المرونة.

تأثير الإبداع الفني على تجربة لعملاء

١. الجاذبية البصرية

يمكن أن يساعد الإبداع الفني في خلق تجارب للعملاء أكثر جاذبية وإثارة للاهتمام، على سبيل المثال، يمكن استخدام الفنون البصرية لإنشاء واجهات مستخدم أكثر جاذبية. يهدف إضفاء طابع جمالي على المنتجات والخدمات من خلال تصميمات مبتكرة وجذابة إلى تقديم تجربة أفضل للعميل ويميزها عن المنافسين.

٢. التفاعل العاطفي مع العملاء

من الضروري أن يكون المنتج أو الخدمة جذاب عاطفياً لأن ذلك سيجعل العميل يشعر بإحساس متميز؛ وسيخلق له ذكريات جميلة مما يجعله يكرر الزيارات للمزيد من الذكريات العاطفية الجميلة. يمكننا تصميم المنتجات والخدمات باستخدام عناصر مضحكة ومسلية وجذابة بصرياً من خلال الألوان والأشكال والأنماط التي تجذب انتباه العملاء، كما أن تمكين العملاء من المشاركة في إنشاء أجزاء من تجربتهم سيساهم في إحساسهم بالانتماء والشعور بالتقدير والشعور بإحساس متميز وبأنهم موضع تقدير.

٣. إضفاء ميزة تنافسية للمنتجات والخدمات

الميزة التنافسية هي خاصية الشركة عن غيرها من الشركات المنافسة، وتحقق لها موقفاً قوياً تجاه الشركات الأخرى، وعندما تتفرد وتتميز الشركة بتصاميم فنية مبتكرة في منتجاتها وخدماتها فإنها تقدم ميزة تنافسية للعملاء وتعزز من صورة العلامة التجارية في ذهنهم.

٤. تحسين تجربة المستخدم

أصبحت تجربة المستخدم (UX) جانباً حاسماً في أي استراتيجية عمل ناجحة في العصر الرقمي الحالي، وهي تشمل جميع التفاعلات التي يجربها العميل مع منتجات الشركة أو خدماتها.

من المهم أن تكون تجربة المستخدم سهلة وواضحة وسلسة وممتعة، وذلك عن طريق تصميم المنتجات والخدمات بطريقة يسهل استخدامها ويجعلها أكثر فاعلية وكفاءة.

يؤدي التركيز على تحسين تجربة المستخدم إلى زيادة مشاركة العملاء، وزيادة الولاء، وفي النهاية تحقيق نجاح أكبر للأعمال.

٥. الحملات التسويقية

يمكننا إيصال الرسائل التسويقية بفعالية من خلال العناصر البصرية المميزة والإبداعية، واستخدام الإبداع الفني في الحملات التسويقية يساعد على: تميز وتفرد الحملة التسويقية وبالتالي انتشارها، رؤية فرص السوق الجديدة، البقاء بقوة وتعزيز الصلة بالعملاء، فهم وجهة نظر العميل، المرونة في التعامل مع المشاكل والأزمات وتحمل ضغط العمل.

وكلما كانت الحملة التسويقية أكثر جذبًا وتشويقًا للعميل كلما زاد تفاعل العميل معها وبالتالي زاد ولاءه للعلامة التجارية.

٦. زيادة ولاء العملاء

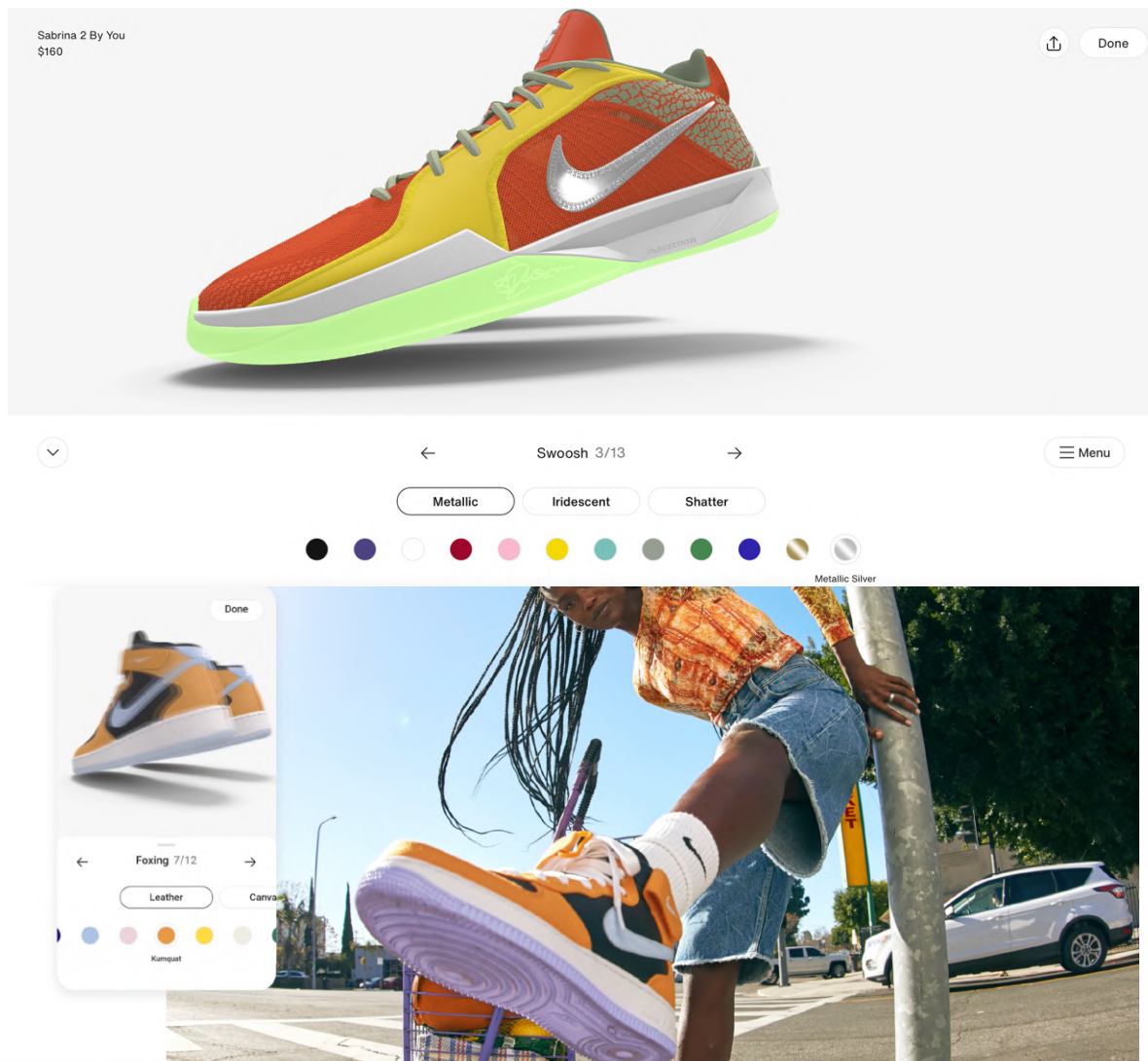
ولاء العملاء ليس مجرد كلمة طنانة للشركات الناشئة، إنها ضرورة استراتيجية يمكنها أن تصنع نجاحهم أو تحطمه على المدى الطويل.

لذلك تحتاج الشركات الناشئة إلى تجاوز توقعات العملاء من خلال تقديم خدمة متسقة واستثنائية فيجب أن يكونوا مستجيبين واستباقيين ومتعاطفين مع احتياجات العملاء وتعليقاتهم، لذلك على الشركات الناشئة تصميم منتجاتها وخدماتها بالاعتماد على رؤية فنية مبتكرة وفريدة ومميزة عن غيرها ويكون لها دور كبير في جذب العملاء. في الشركة الناشئة إنشاء قاعدة عملاء مخلصين، لا يوفر إيرادات متكررة فحسب، بل يعملون أيضًا كمدافعين ومروجين للعلامة التجارية.

أمثلة على تأثير الإبداع الفني على رضا العملاء

Nike By You -

تتمتع شركة نايك بخدمة تخصيص المنتجات فيحتوي موقعهم الإلكتروني على برنامج Nike By You لتخصيص الأحذية حيث يسمح للعملاء بإنشاء تصميماتهم الفريدة واختيار الألوان في كل تفاصيل الحذاء، حققت نايك رضا عالي من العملاء بإضافة هذه الخدمة التي تعتمد على الإبداع الفني.

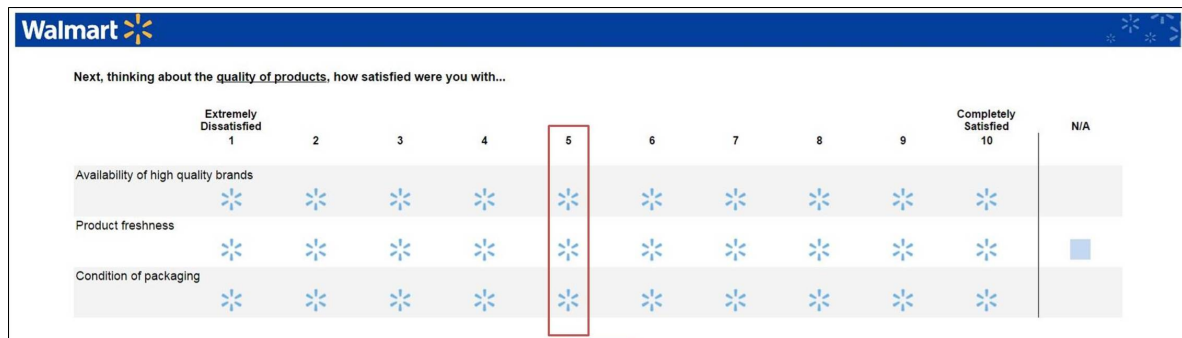


شكل (2-9)

- شركة Walmart

تدعم وول مارت لغات مختلفة لاستطلاعات رضا العملاء، مما يشعر عملائهم بالراحة وأن آرائهم وتعليقاتهم تحظى بتقدير كبير، كما تحرص على تصميم استطلاعاتها بطريقة جذابة ومبتكرة فتحتوي استطلاعات الرأي على خيارات تحمل شعار الشركة بللمسة جذابة، ويسهل الإجابة عليها وتتمتع بتدفق هيكلي جيد للغاية، كل هذه العوامل تلهم الثقة بين المستجيبين وتشجعهم على ترك ملاحظات صادقة وصريحة، وتساعد في جمع معلومات مهمة وقيمة لتحسين عمليات العملاء بشكل أكبر.

كل ما تقوم به شركة وول مارت في استطلاعاتها ساعدها على تلبية توقعات العملاء من المنتجات وبالتالي حقق لها رضا عالي من العملاء.



شكل (2-10)

- متحف دبي المستقبل

يتميز المتحف بتصميمه الفريد الذي يأخذ شكلاً بيضاوياً مجوفاً مع فتحة دائرية في المنتصف، هذا التصميم يرمز إلى رؤية المستقبل والفراغ الذي يمكن ملؤه بالإبداع والابتكار.

تغطي الواجهة الخارجية للمتحف بنقوش خط عربي مستوحاة من قصيدة لصاحب السمو الشيخ محمد بن راشد آل مكتوم، بالإضافة للإضاءات الجميلة مما يعكس الجوانب الثقافية والفنية والتاريخية.

حقق المتحف رضا عالي من العملاء والزوار وذلك من خلال الجمالية المعمارية والنقوش العربية والتكنولوجيا المتقدمة والتصميم الداخلي المرن الذي يمكن تعديله ليتناسب مع مختلف الفعاليات والمعارض ويوفر سهولة التنقل بالإضافة للمحتوى الإبداعي والتجارب التعليمية مما يزيد من رضا الزوار عن المحتوى المقدم.

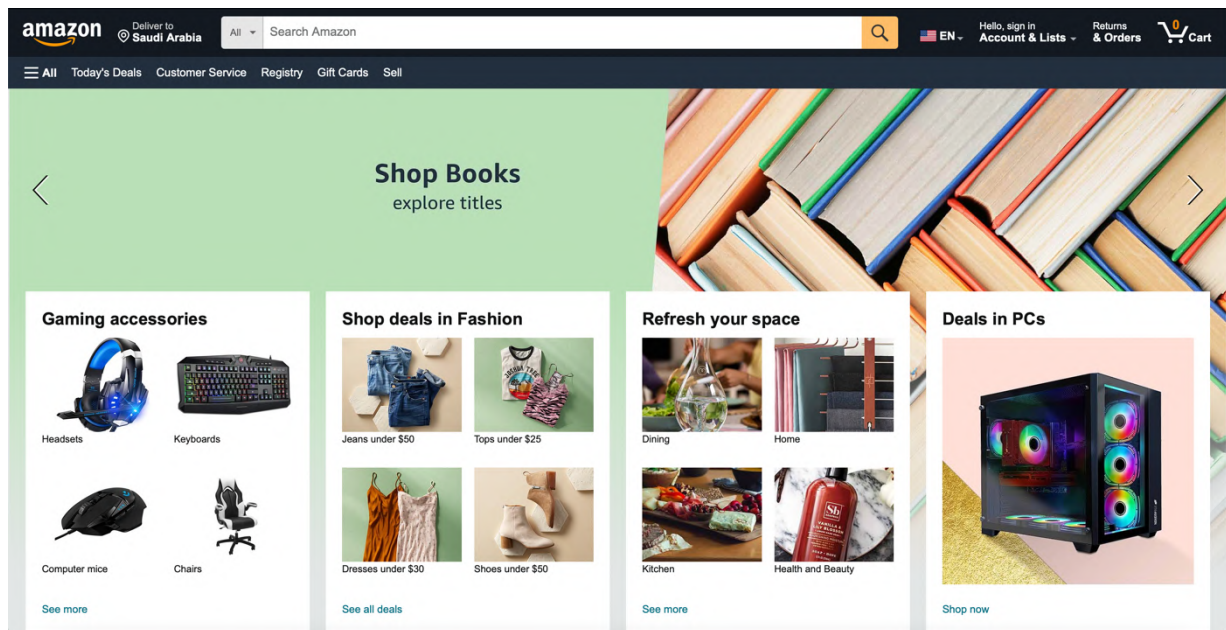


شكل (2-11)

- موقع أمازون Amazon

التصميم المبتكر والمرتب والمنظم لموقع Amazon يسهل على المستخدمين التنقل والعثور على المنتجات بسرعة ويضمن تجربة تسوق سهلة وسلسة، مما يزيد من رضا العملاء.

كما تحرص Amazon على تقديم منتجات مبتكرة مما يعزز من تفاعل المستخدمين مع التكنولوجيا الحديثة وتوفر حلولاً متقدمة للعملاء ترفع من مستوى رضاهم.



شكل (2-12)

- شركة Red Bull

تقوم شركة ريد بول بتنظيم الفعاليات والمهرجانات الفنية والأحداث الرياضية المبتكرة مثل:

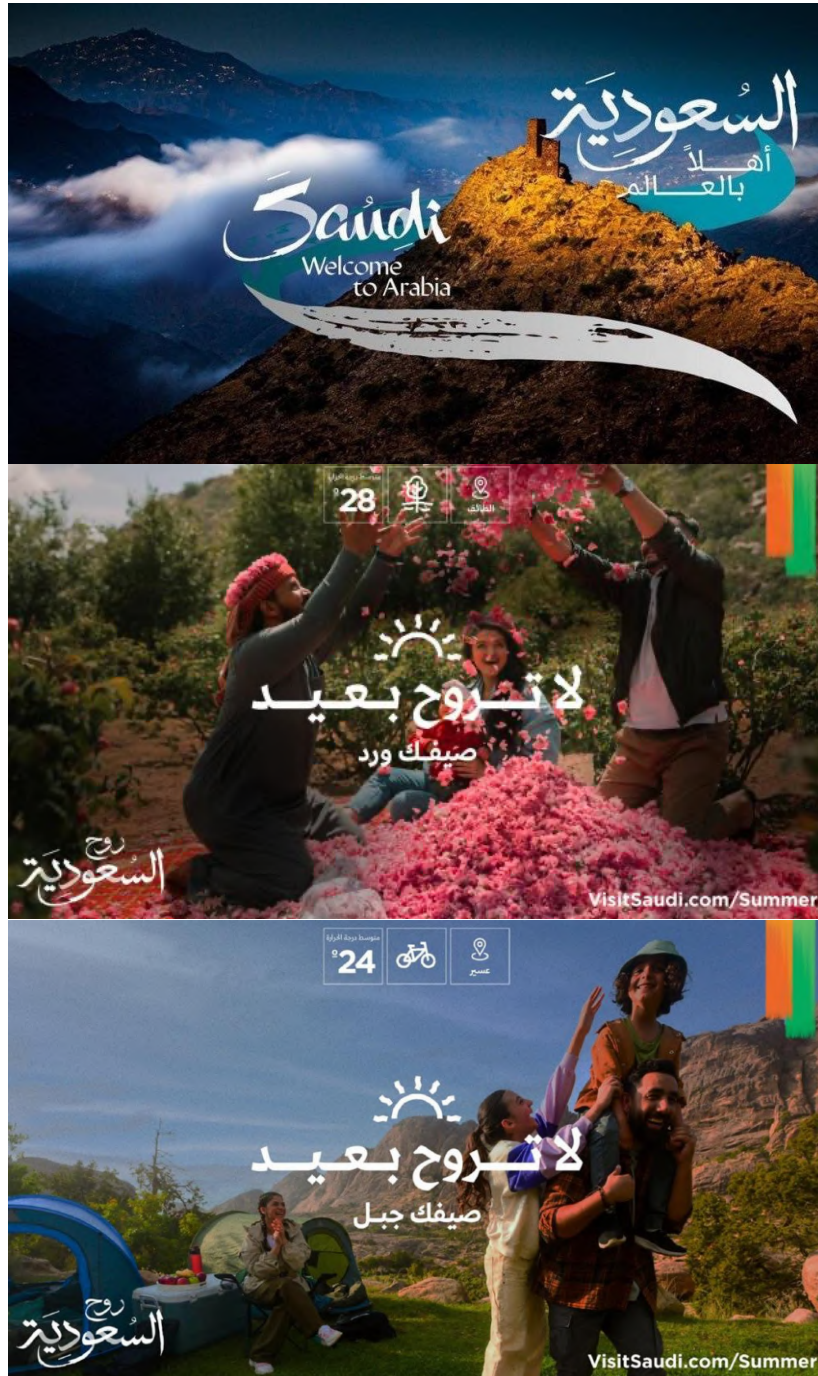
Red Bull Flugtag و Red Bull Art of Motion ، هذه الفعاليات تُنظم بناءً على العديد من الأفكار الإبداعية وتستحث الجمهور على المشاركة وإنشاء التصميم الإبداعية والمبتكرة مما يجذب جمهورًا واسعًا ويعزز ارتباطهم بالعلامة التجارية.



شكل (2-13)

- الهيئة السعودية للسياحة وإطلاق حملة "روح السعودية"

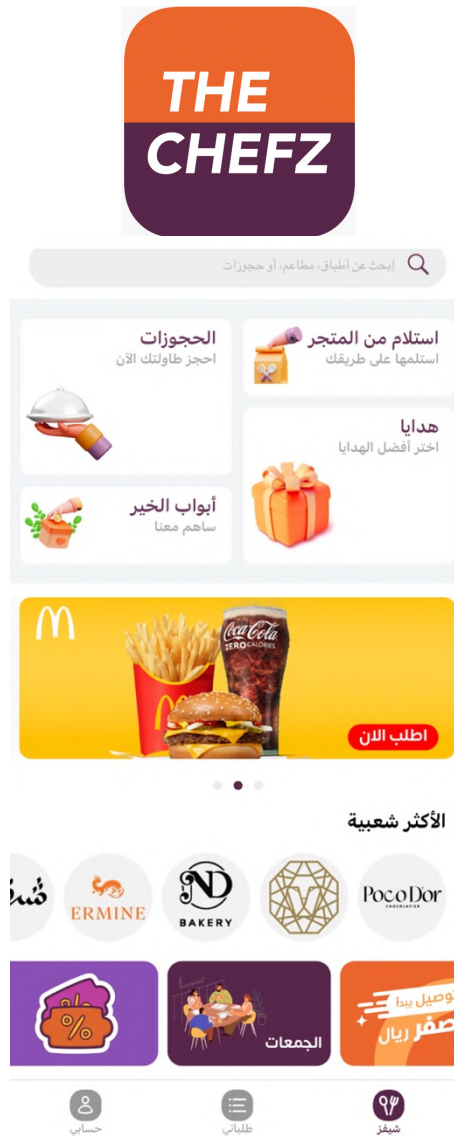
أطلقت الهيئة السعودية للسياحة حملة تسويقية إبداعية لتقديم مجموعة واسعة من العروض والمنتجات الإبداعية والسياحية المتميزة لإبراز تنوع الوجهات الصيفية في المملكة وتسلط الضوء على جمال وتنوع المملكة العربية السعودية من خلال صور وفيديوهات فنية مبتكرة، مما كان له أثر كبير على رضا الزوار المحليين والدوليين.



شكل (2-14)

- تطبيق ذا شفرز

وهو تطبيق سعودي لتوصيل وحجوزات المطاعم، الورد والهدايا، وخدمة الكيترنج (عربات الطعام). يتميز التطبيق بتصميم واجهة المستخدم السلسة والسهلة والجذابة بتصميمها الفني المبتكر وألوانها المناسبة مما يساهم في تحسين تجربة التصفح والطلب كما يتيح التطبيق للمستخدمين تخصيص طلباتهم وفقاً لتفضيلاتهم الشخصية، مما يجعل تجربة الطلب أكثر ملاءمة وتخصيصاً، مما يؤدي لتحسين تجربة المستخدم وتعزيز رضا وراحة العملاء.



شكل (2-15)

الفصل الثالث
منهجية الدراسة

-مقدمة

يُعدّ الإبداع الفني أحد العوامل الرئيسية التي تلعب دوراً محورياً في تحقيق التميز والابتكار للشركات خاصة في ظل التنافسية الشديدة حيث يساهم في تطوير منتجات وخدمات ريادية مبتكرة من خلال تقديم حلول جديدة وغير تقليدية تلبي احتياجات ورغبات ورضا العملاء بشكل أفضل.

تعتمد منهجية هذا البحث على رؤية شاملة تهدف إلى استكشاف وتحليل دور الإبداع الفني في تطوير منتجات وخدمات ريادية مبتكرة، تتطلب هذه الدراسة فهماً عميقاً للعوامل التي تسهم في دمج الإبداع الفني ضمن عمليات تطوير المنتجات والخدمات، بالإضافة إلى التحديات والاستراتيجيات لمواجهة هذه التحديات.

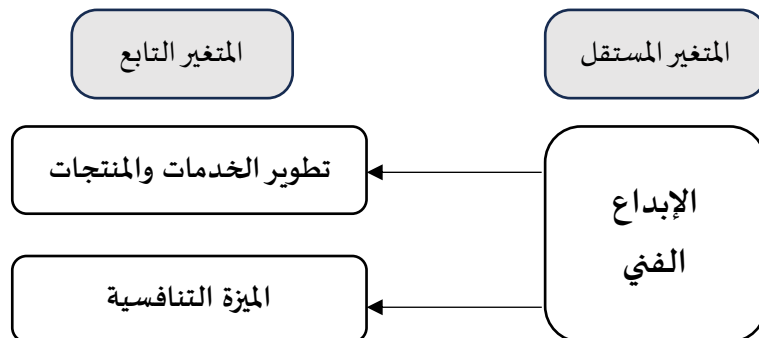
باستخدام منهجية بحثية تعتمد على المنهج الكمي، تم جمع البيانات من خلال استبيانات موجهة إلى عينة من الشركات الناشئة ومجتمع الدراسة حيث شمل الاستبيان أسئلة تتعلق بمساهمة الإبداع الفني في تطوير المنتجات والخدمات، التحديات التي تواجهها الشركات، والاستراتيجيات الممكنة للتغلب على هذه التحديات، وتأثير دمج الإبداع الفني على تجربة العملاء ورضاهم.

-المنهجية وطرق البحث

تهتم الدراسة بالبحث عن دور الابداع الفني في تطوير منتجات وخدمات ريادية مبتكرة، وبناءً عليه تم تحديد المتغير المستقل والتابع كالتالي:

المتغير المستقل: الإبداع الفني: يشمل هذا المتغير جوانب مثل التصميم الإبداعي، الفنون البصرية، والابتكارات الفنية في عمليات تطوير المنتجات والخدمات.

المتغير التابع: تطوير المنتجات والخدمات، والميزة التنافسية.



شكل (3-1)

تم استخدام الأسلوب الكمي لدراسة العلاقة بين الإبداع الفني وتطوير المنتجات والخدمات، وقياس تأثير هذا الإبداع على ريادة الأعمال بحيث تم توزيع استبيانات عبر منصات التواصل الاجتماعي والبريد الإلكتروني على مجموعة من الشركات الناشئة الريادية لجمع بيانات حول استخدام الإبداع الفني في تطوير المنتجات والخدمات، تحتوي الأسئلة على المحاور الأساسية وتشمل : دور الإبداع الفني في تطوير المنتجات والخدمات ، والتحديات التي تعيق دمج الإبداع الفني في الشركات والاستراتيجيات التي تتبعها الشركة لمواجهة هذه التحديات ، قياس رضا العملاء ، ومدى تميز المنتج أو الخدمة في السوق التنافسي.

كما تم الحصول على موافقة من جميع المشاركين قبل جمع البيانات مع ضمان سرية المعلومات الشخصية والبيانات المجمعة، واستخدامها فقط لأغراض البحث وإبلاغ المشاركين بأهداف الدراسة، وإجراءات جمع البيانات، وكيفية استخدام النتائج.

-مجتمع البحث

الشركات الناشئة:وتشمل الشركات التي بدأت حديثاً في مختلف القطاعات، والتي تعتمد على الابتكار والإبداع الفني لتطوير منتجاتها وخدماتها.

رواد الأعمال:الأفراد الذين يقودون الشركات الناشئة، ويتخذون القرارات الاستراتيجية حول كيفية دمج الإبداع الفني في منتجاتهم وخدماتهم.

المصممون والفنانون:المختصون في التصميم الفني في الشركات الناشئة الذين يساهمون في تطوير وتصميم المنتجات والخدمات بلمسات فنية.

الموظفون في الشركات الناشئة:العاملون في مختلف الأقسام مثل المبرمجون، التسويق، والإنتاج، الذين يتعاملون مع تطبيقات الإبداع الفني في عملياتهم اليومية.

- حدود البحث

الحدود المكانية: استهدفت هذه الدراسة الشركات الناشئة في مدينة الدمام في المملكة العربية السعودية.

الحدود الزمانية: تم إعداد هذه الدراسة خلال الفترة من ١٤ / ٧ / ٢٠٢٤ إلى ١٠ / ٨ / ٢٠٢٤ م.

الحدود الموضوعية: تركز الدراسة بشكل أساسي على دور الإبداع الفني في تطوير المنتجات والخدمات الريادية، ولا تشمل الدراسة مجالات أخرى مثل الإبداع الإداري أو التنظيمي، بل تركز فقط على الإبداع المتعلق بالمنتجات والخدمات.

الحدود المنهجية: تعتمد الدراسة على المنهج الكمي في جمع وتحليل البيانات، ويوفر هذا المنهج بيانات كمية يمكن تحليلها إحصائياً، لكن قد تكون هناك تحديات مثل فهم المشاركين للأسئلة وتحليل البيانات بدقة.

الحدود البشرية: تشمل العينة المستهدفة في الدراسة مجموعة من الشركات الناشئة وأصحاب المشاريع الريادية، وموظفين هذه الشركات.

- عينة الدراسة

مجموعة من الشركات الناشئة تم اختيارها عشوائياً في منطقة الدمام في المملكة العربية السعودية.

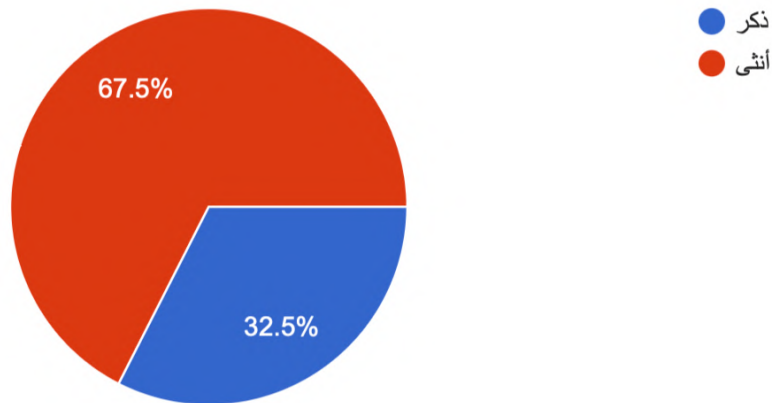
تحليل البيانات

تم توزيع ٤٠ استبانة على عينة الدراسة والتي شملت مجتمع البحث في مدينة الدمام، وعن طريقها أمكننا قياس مدى تأثير الإبداع الفني على جودة وابتكار المنتجات والخدمات الريادية والتعرف على التحديات التي تواجه الشركات الناشئة في دمج الإبداع الفني في عملياتها وكيفية تأثير هذه التحديات على الأداء والابتكار وفهم الاستراتيجيات التي يمكن أن تساعد الشركات الناشئة في تجاوز التحديات وتحقيق أقصى استفادة من الإبداع الفني.

الجزء الأول: المعلومات الديموغرافية (الشخصية)

١. متغير الجنس

الشكل يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً لمتغير الجنس كما يلي:



شكل (3-2)

الجدول رقم (3-1) توزيع أفراد العينة حسب الجنس

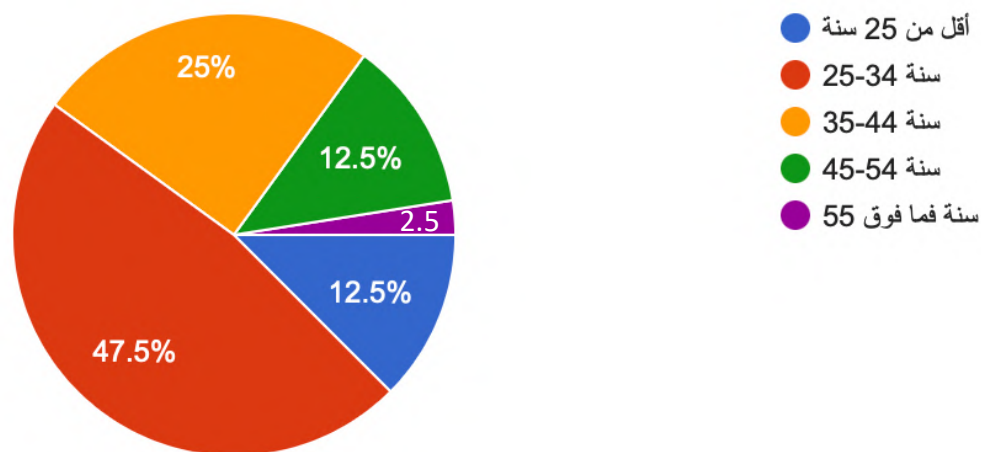
البيان	التكرار	النسبة %
ذكر	13	32.5%
أنثى	27	67.5%
المجموع	40	100 %

يوضح الجدول أعلاه أن نسبة الإناث أعلى من نسبة الذكور حيث قدرت نسبتهن بـ 67.5%، في حين قدرت نسبة

الذكور بـ 13% من إجمالي عينة الدراسة التي تبلغ ٤٠ فردًا.

٢. متغير العمر

الشكل التالي يوضح توزيع أفراد العينة وفقًا للفئة العمرية



شكل (3-3)

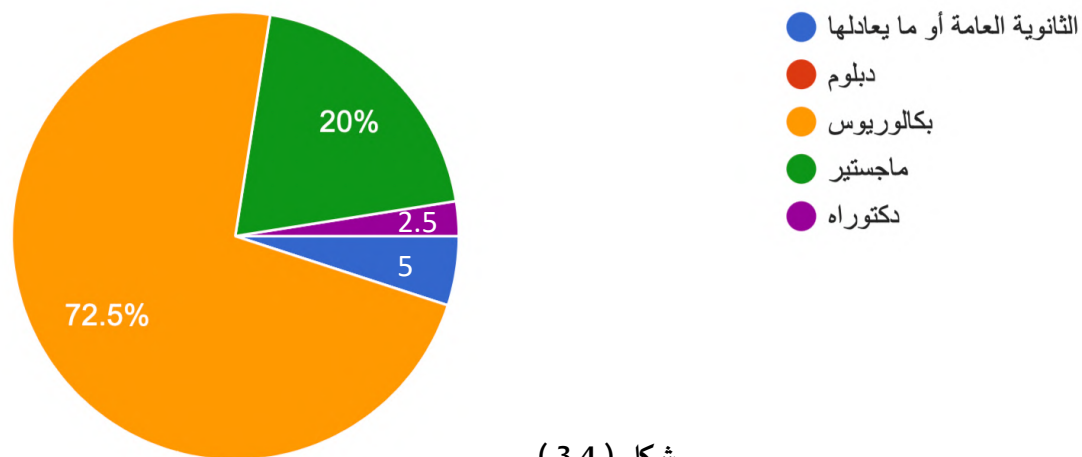
الجدول رقم (3-2) توزيع أفراد العينة حسب العمر

النسبة %	التكرار	البيان
12.5%	5	أقل من ٢٥ سنة
47.5%	19	سنة ٣٤-٢٥
25%	10	سنة ٤٤-٣٥
12.5%	5	سنة ٥٤-٤٥
2.5%	1	٥٥ سنة فما فوق
100 %	40	المجموع

الملاحظ من الجدول (2-3) الغالبية العظمى كانت من الفئة العمرية التي تراوحت من 25 إلى 34 عاماً حيث شكلت نسبة (47.5%) من المجموع ، ثم الفئة العمرية التي تليها من 35 إلى 44 عاماً وقد شكلت نسبة (25%) ، فيما تساوت نسبة الفئتين من 45 إلى 54 عاماً والفئة الأقل من 25 عاماً حيث شكلت (12.5%) ، أخيراً كانت الفئة العمرية الأقل تمثيلاً هي فئة 55 عاماً فما فوق حيث شكلت (2.5%) فقط .

٣. متغير المستوى التعليمي

الشكل التالي يوضح توزيع أفراد العينة وفقاً للمستوى التعليمي



شكل (3-4)

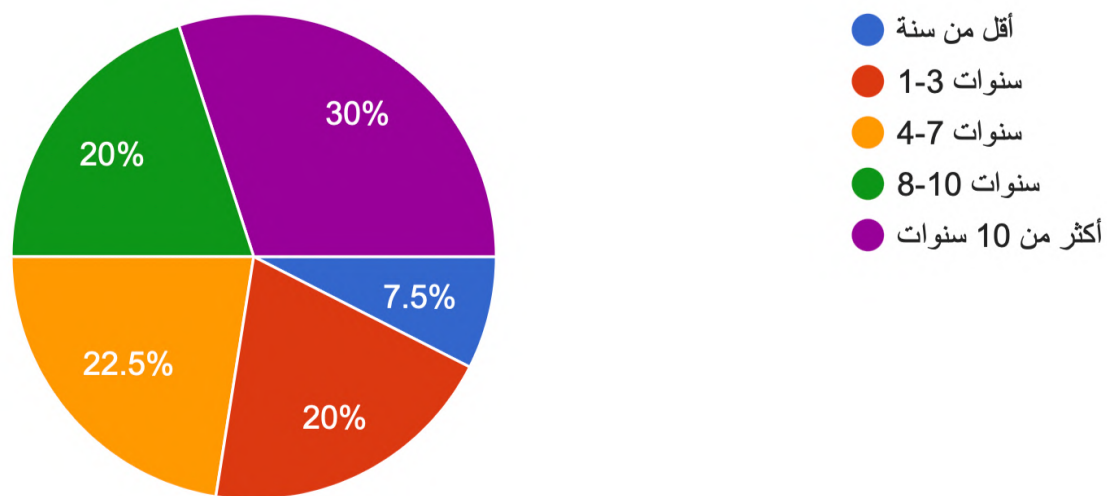
الجدول رقم (3-3) توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

النسبة %	التكرار	البيان
5%	2	الثانوية العامة أو ما يعادلها
0%	0	دبلوم
72.5%	29	بكالوريوس
20%	8	ماجستير
2.5%	1	دكتوراه
100 %	40	المجموع

يبين الجدول السابق أن أغلبية أفراد مجتمع الدراسة حسب المستوى التعليمي كانت فئة البكالوريوس بنسبة (72.5%)، أما أقل فئة فقد كانت نسبتها (0%) وهي الخاصة بفئة الدبلوم.

٤، متغير الخبرة العملية في مجال العمل

الشكل التالي يوضح توزيع أفراد العينة وفقاً للخبرة العملية في مجال العمل



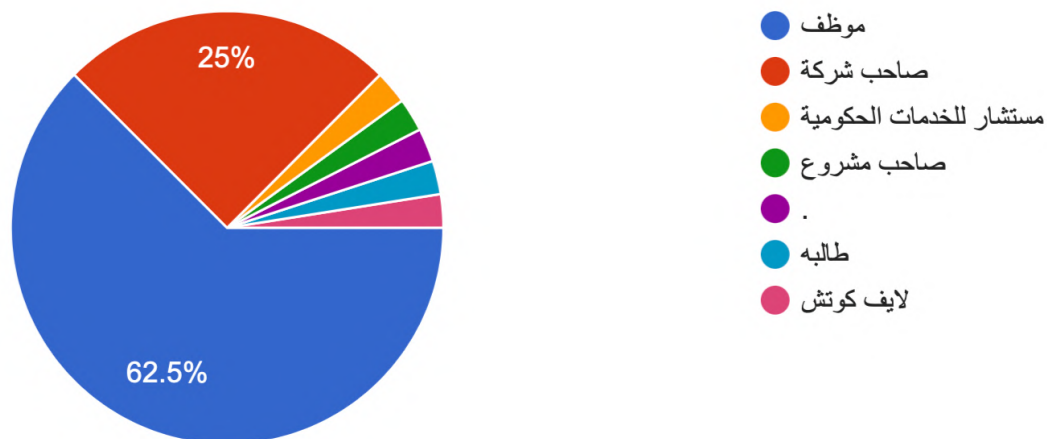
شكل (3-5)

الجدول رقم (3-4) توزيع أفراد العينة حسب الخبرة العملية في مجال العمل

البيان	التكرار	النسب المئوية
أقل من سنة	3	7.5%
1-3 سنوات	8	20%
4-7 سنوات	9	22.5%
8-10 سنوات	8	20%
أكثر من 10 سنوات	12	30%
المجموع	40	100%

يبين الجدول السابق أن أكبر نسبة لأفراد العينة حسب عدد سنوات الخبرة كانت أكثر من 10 سنوات بنسبة (30%)، أما أقل فئة فقد كانت نسبتها (7.5%) وهي الخاصة بالذين كانت سنوات خبرتهم أقل من سنة .

٥. متغير المسمى الوظيفي



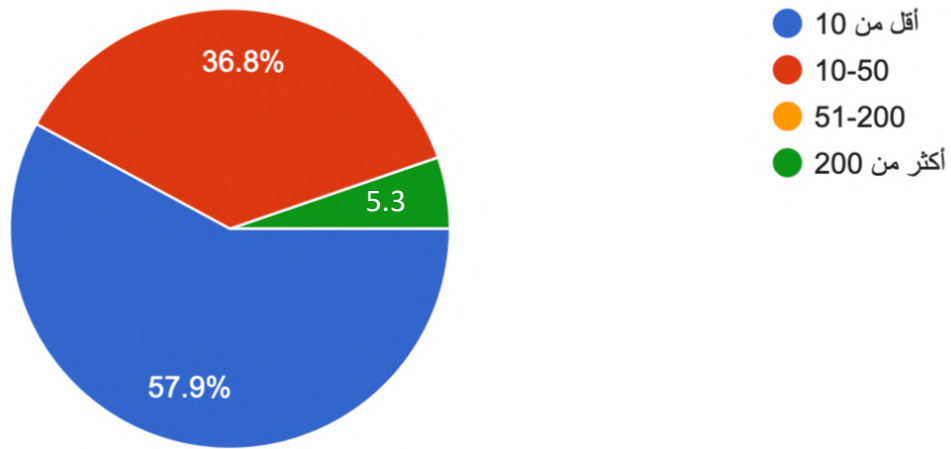
شكل (3-6)

الجدول رقم (3-5) توزيع أفراد العينة حسب المسمى الوظيفي

البيان	التكرار	النسب المئوية
موظف	25	62.5%
صاحب شركة	10	25%
أخرى	5	12.5%
المجموع	40	100%

يتضح من الجدول أعلاه أن النسبة الأعلى كانت لفئة (موظف) حيث جاءت بنسبة مئوية قدرت بـ (62.5%)، بما يقابلها 25 فردًا ، في حين أن عدد أفراد فئة (صاحب شركة) هو 10 أفراد بنسبة (25%) ، وجاءت باقي الفئات بنسبة (12.5%) بمقدار 5 أفراد فقط .

- عدد الموظفين - إذا كنت صاحب شركة :-



شكل (3-7)

الجدول (3-6) يوضح عدد الموظفين - إذا كنت صاحب شركة -

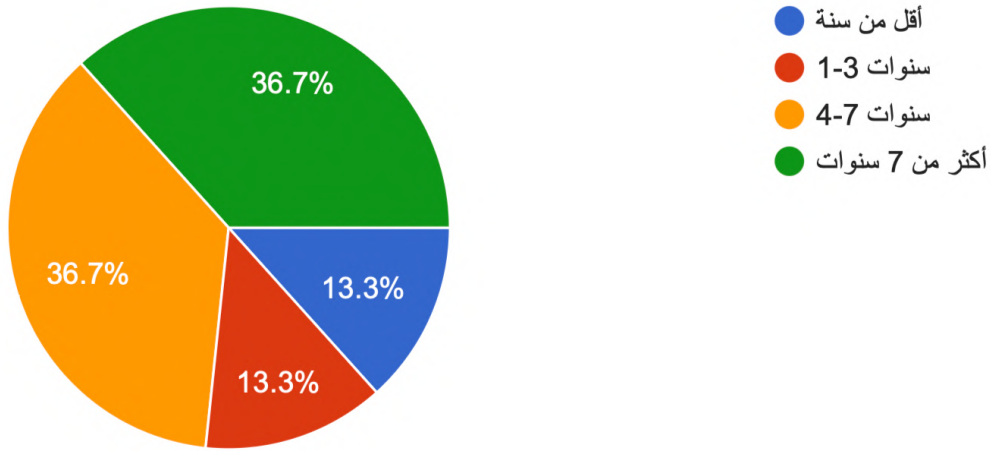
البيان	التكرار	النسب المئوية
أقل من 10	11	57.9%
10 - 50	7	36.8%
51 - 200	0	0%
أكثر من 200	1	5.3%
المجموع	19	100%

يبين الجدول السابق أن أكبر نسبة لعدد الموظفين - إذا كنت صاحب شركة - كانت أقل من 10 موظفين بنسبة

(57.9%)، أما أقل عدد فيبلغ (1) في فئة أكثر من 200 بنسبة (5.3%) .

ملاحظة: هذا السؤال كان اختياريًا لذلك ظهر عدد التكرار أقل من عدد أفراد العينة.

- سنوات العمل في السوق - إذا كنت صاحب شركة :-



شكل (3-8)

الجدول (3-7) يوضح سنوات العمل في السوق - إذا كنت صاحب شركة -

البيان	التكرار	النسب المئوية
أقل من سنة	4	13.3%
1 – 3 سنوات	4	13.3%
4 – 7 سنوات	11	36.7%
أكثر من 7 سنوات	11	36.7%
المجموع	30	100%

الملاحظ من الجدول (3-7) تساوت نسبة سنوات العمل في الفئتين من 4-7 سنوات وأكثر من 7 سنوات وذلك بنسبة

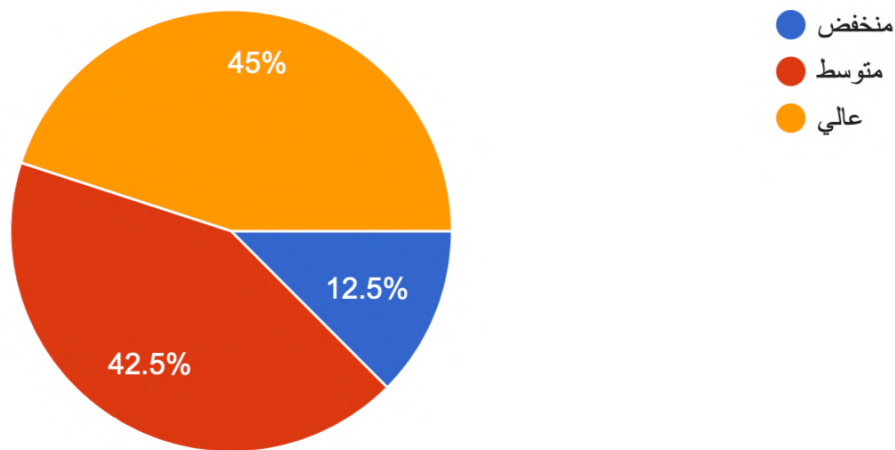
(36.7%) ، كما تساوت نسبة الفئتين: من 1-3 سنوات ، وأقل من سنة حيث شكلت (13.3%) من المجموع.

ملاحظة: هذا السؤال كان اختياريًا لذلك ظهر عدد التكرار أقل من عدد أفراد العينة.

الجزء الثاني: دور الإبداع الفني في عملية تطوير المنتجات والخدمات في الشركة

وُضعت عدة أسئلة لقياس دور الإبداع الفني في عملية تطوير المنتجات والخدمات في الشركة وكانت كالتالي:

- المحور الأول: تناول مستوى الإبداع في الشركة وكانت الاستجابات كالتالي..



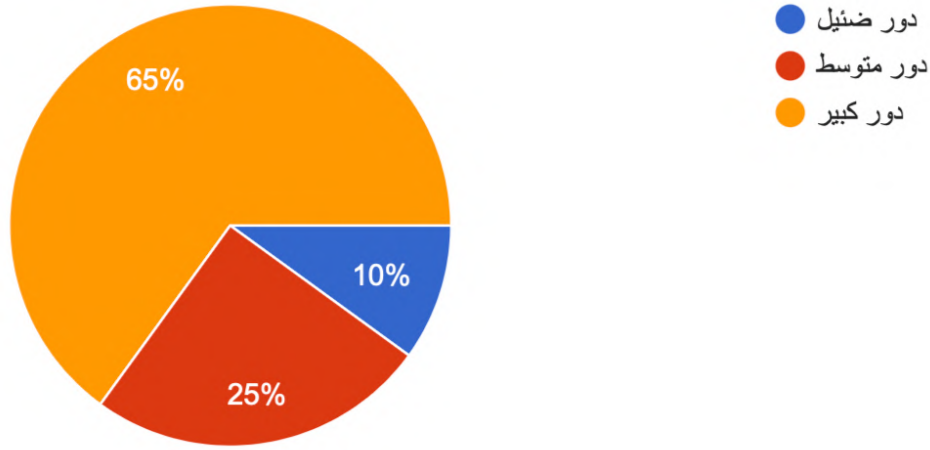
شكل (3-9)

الجدول رقم (3-8) تناول مستوى الإبداع في الشركة

البيان	التكرار	النسب المئوية
منخفض	4	12.5%
متوسط	10	42.5%
عالي	26	45%
المجموع	40	100%

الجدول أعلاه يوضح أن نسبة (45%) من الشركات تتمتع بمستوى عالي من الإبداع الفني، والشركات التي تتمتع بمستوى متوسط بنسبة (45.5%)، والشركات التي نسبتها (12.5%) تتمتع بمستوى منخفض من الإبداع الفني.

- المحور الثاني: تناول دور الإبداع الفني في عملية تطوير المنتجات/الخدمات في الشركة وكانت الاستجابات كالتالي..



شكل (3-10)

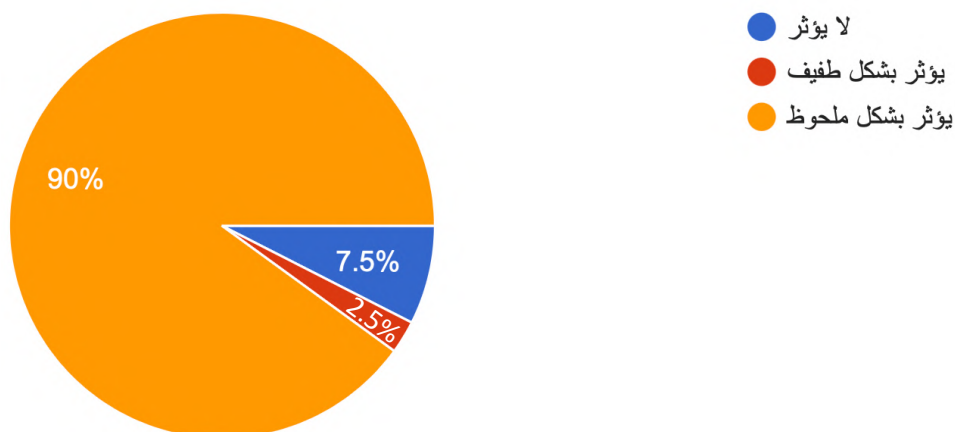
الجدول رقم (3-9) تناول دور الإبداع الفني في عملية تطوير المنتجات/الخدمات في الشركة

البيان	التكرار	النسب المئوية
دور ضئيل	5	10%
دور متوسط	17	25%
دور كبير	18	65%
المجموع	40	100%

يتضح من الجدول (3-9) أن الغالبية العظمى كان للإبداع الفني دور كبير في تطوير منتجاتهم وخدماتهم بنسبة (65%) من المجموع ، ثم يليها نسبة (25%) للفئة التي ترى أن له دور متوسط ، أخيراً كانت الفئة الأقل تمثيلاً بنسبة (10%) فقط .

الجزء الثالث: تأثير الإبداع الفني على المنتجات والخدمات في الشركة

- المحور الأول: تناول تأثير الإبداع الفني على مستوى جودة المنتجات والخدمات وكانت الاستجابات كالتالي..



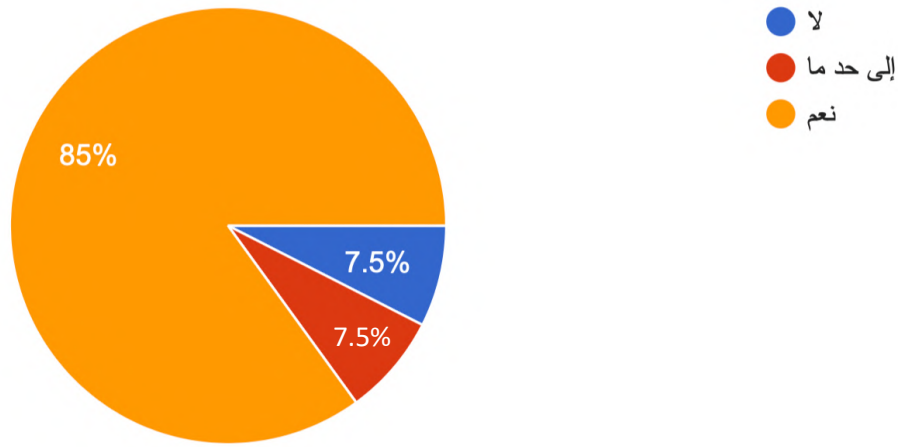
شكل (3-11)

الجدول رقم (3-10) تناول تأثير الإبداع الفني على مستوى جودة المنتجات والخدمات في الشركة

البيان	التكرار	النسب المئوية
لا يؤثر	1	2.5%
يؤثر بشكل طفيف	3	7.5%
يؤثر بشكل ملحوظ	36	90%
المجموع	40	100%

يبين الجدول السابق أن أكبر نسبة لأفراد العينة يرون أن للإبداع الفني تأثير على مستوى جودة المنتجات والخدمات في الشركة حيث تمثل (90%)، ونسبة (7.5%) يرون أنه يؤثر بشكل طفيف، أما الأقل نسبة (2.5%) يرون أنه لا يؤثر على جودة المنتجات والخدمات.

- المحور الثاني: أثر الإبداع الفني في تميز منتجاتك/خدماتك عن المنافسين، وكانت الاستجابات كالتالي..



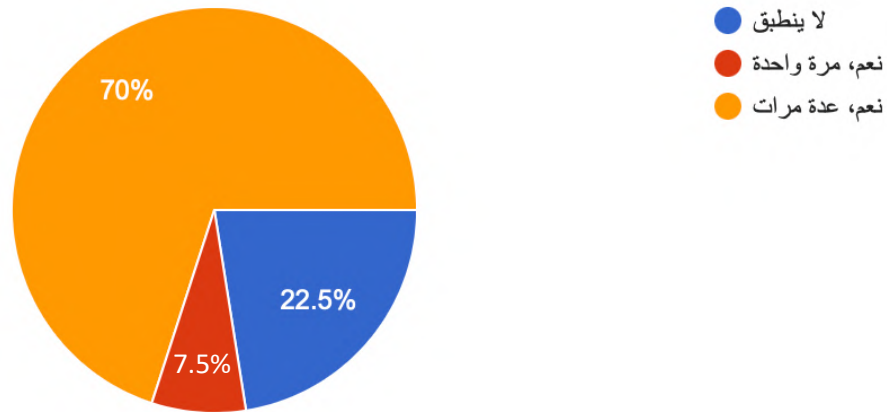
شكل (3-12)

الجدول رقم (3-11) أثر الإبداع الفني في تميز منتجاتك/خدماتك عن المنافسين

البيان	التكرار	النسب المئوية
لا	3	7.5%
إلى حد ما	3	7.5%
نعم	34	85%
المجموع	40	100%

يبين الجدول السابق أن أكبر نسبة لأفراد العينة يرون أن لإبداع الفني يساعد في تميز المنتجات والخدمات عن المنافسين حيث تمثل (85%)، وتساوت نسبة الذين يرون أنه يساعد إلى حدٍ ما ، وأنه لا يساعد في تميز المنتجات والخدمات حيث بلغت (7.5%).

- المحور الثالث: التعديل على منتج/خدمة بناءً على أفكار إبداعية فنية، وكانت الاستجابات كالتالي..



شكل (3-13)

الجدول رقم (3-12) أثر الإبداع الفني في تميز منتجاتك/خدماتك عن المنافسين

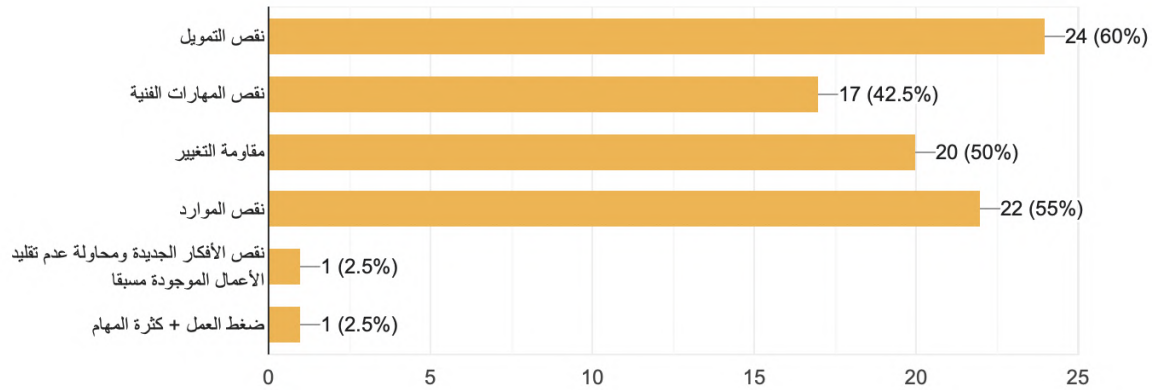
النسب المئوية	التكرار	البيان
22.5 %	9	لا ينطبق
7.5%	3	نعم، لمرة واحدة
70%	28	نعم، عدة مرات
100%	40	المجموع

يبين الجدول السابق أن أكبر نسبة لأفراد العينة قاموا بالتعديل على منتج/خدمة بناءً على أفكار إبداعية فنية عدة مرات حيث تمثل (70%)، وكانت نسبة الذين قاموا بالتعديل لمرة واحدة تمثل (7.5%) وهي الأقل بينهم، ولم تقم نسبة (22.5%) من الفئة بإجراء أي تعديلات على المنتج / الخدمة .

الجزء الرابع: التحديات في دمج الإبداع الفني في الشركة

وُضعت عدة أسئلة لقياس التحديات في دمج الإبداع الفني في الشركة وكانت كالتالي:

المحور الأول: التحديات التي تواجهها الشركات عند محاولة دمج الإبداع الفني في عملياتها



شكل (3-14)

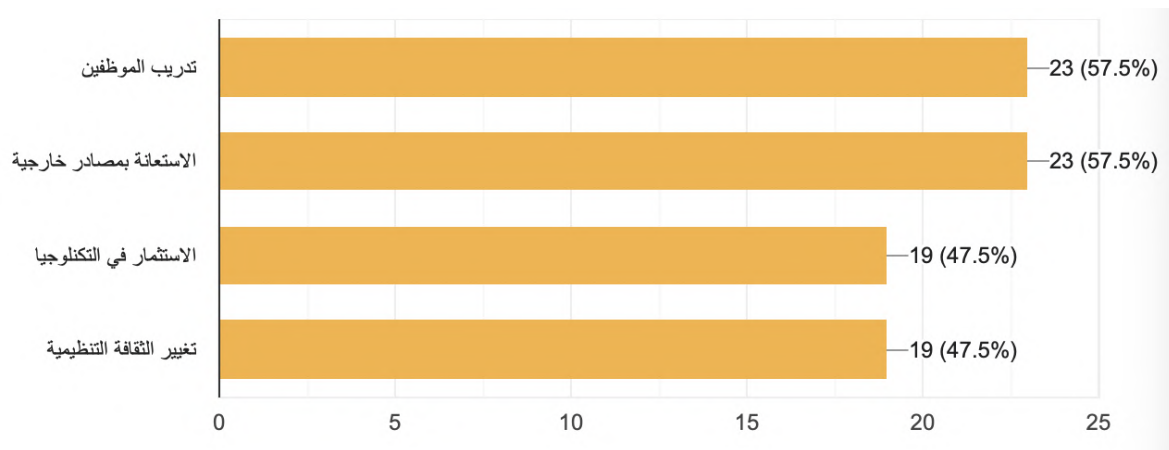
الجدول رقم (3-13) التحديات التي تواجهها الشركات عند محاولة دمج الإبداع الفني في عملياتها

البيان	التكرار	النسب المئوية
نقص التمويل	24	60%
نقص المهارات الفنية	17	42.5%
مقاومة التغيير	20	50%
نقص الموارد	22	55%
نقص الأفكار الجديدة وعدم التقليد	1	2.5%
ضغط العمل وكثرة المهام	1	2.5%

من خلال الشكل (3-14) و الجدول (3-13) نلاحظ أن نسبة (نقص الموارد) و (مقاومة التغيير) متقاربة ، و تتفاوت النسب الأخرى في تحديد التحديات في دمج الإبداع الفني كالآتي :

- الغالبية العظمى (60%) منهم كان نقص التمويل هو التحدي الأكبر في دمج الإبداع الفني في الشركة بالنسبة لهم.
- يليهم (55%) كان التحدي الذي يواجههم هو نقص الموارد في الشركة.
- ثم (50%) كان التحدي الذي يواجههم هو مقاومة التغيير في الشركة.
- ثم (42.5%) كان التحدي الذي يواجههم هو نقص المهارات الفنية في الشركة.
- يليهم (2.5%) كان نقص الأفكار الجديدة وعدم التقليد هو التحدي الذي يواجههم.
- ثم (2.5%) كان ضغط العمل وكثرة المهام هو التحدي الذي يواجههم.

المحور الثاني: التعامل مع التحديات التي تواجهها الشركات عند دمج الابداع الفني في عملياتها



شكل (3-15)

الجدول رقم (3-14) تعامل الشركات مع التحديات التي تواجهها عند دمج الابداع الفني في عملياتها

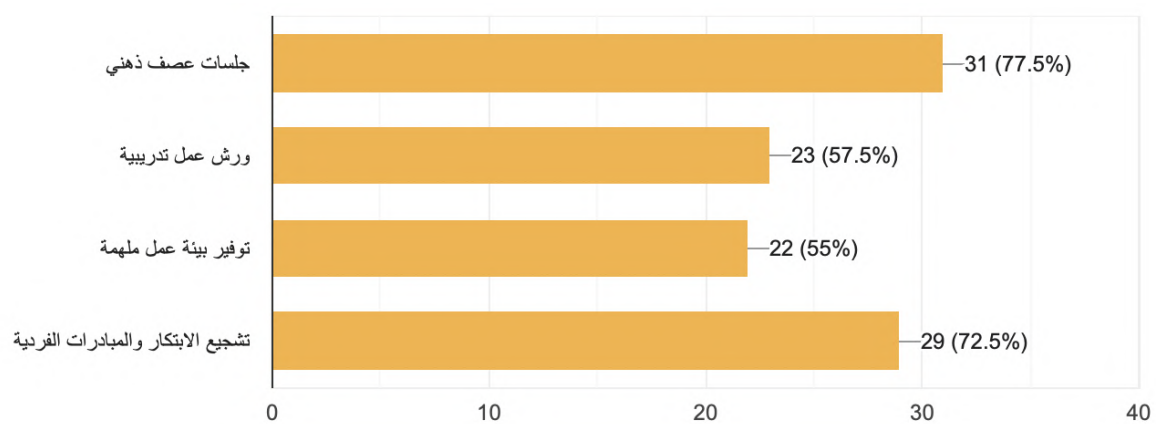
البيان	التكرار	النسب المئوية
تدريب الموظفين	23	57.5%
الاستعانة بمصادر خارجية	23	57.5%
الاستثمار في التكنولوجيا	19	47.5%
تغيير الثقافة التنظيمية	19	47.5%

من خلال الشكل (3-15) والجدول (3-14) نلاحظ تساوي النسب في بعض طرق تعامل الشركات مع التحديات كالتالي:

- تساوت نسبة تدريب الموظفين مع الاستعانة بمصادر خارجية حيث بلغت (57.5%).
- كما تساوت الاستثمار في التكنولوجيا مع تغيير الثقافة التنظيمية حيث بلغت (47.5%).

الجزء الخامس: الاستراتيجيات والتحسينات

المحور الأول: الاستراتيجيات التي تتبعها الشركات لتعزيز الإبداع الفني في عملياتها



شكل (3-16)

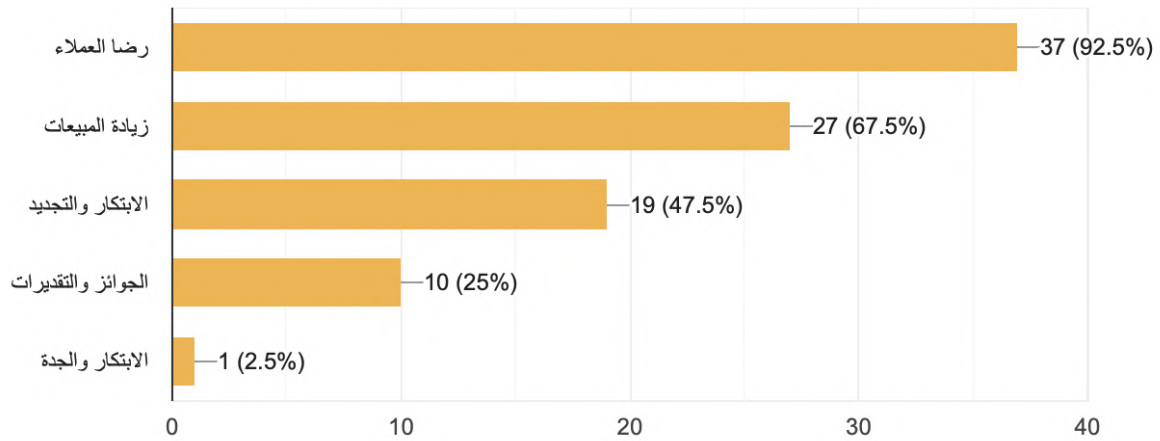
الجدول رقم (3-15) الاستراتيجيات التي تتبعها الشركات لتعزيز الإبداع الفني في عملياتها

البيان	التكرار	النسب المئوية
جلسات عصف ذهني	31	77.5%
ورش عمل تدريبية	23	57.5%
توفير بيئة عمل ملهمة	22	55%
تشجيع الابتكارات والمبادرات الفردية	29	72.5%

من خلال الشكل (3-16) والجدول (3-15) نلاحظ تفاوت النسب في الاستراتيجيات التي تتبعها الشركات لتعزيز الإبداع الفني في عملياتها كالتالي:

- حصلت جلسات العصف الذهني على أعلى نسبة حيث بلغت (77.5%).
- (72.5%) اختاروا تشجيع الابتكارات والمبادرات الفردية كاستراتيجية تعزز الإبداع الفني في شركتهم.
- أما (57.5%) يرون أن ورش العمل التدريبية استراتيجية لها دور كبير في تحسين الإبداع الفني في شركتهم.
- واختارت نسبة (55%) توفير بيئة عمل ملهمة.

المحور الثاني: قياس نجاح الإبداع الفني في المنتجات والخدمات



شكل (3-17)

الجدول رقم (3-16) قياس نجاح الإبداع الفني في المنتجات والخدمات

البيان	التكرار	النسب المئوية
رضا العملاء	37	92.5%
زيادة المبيعات	27	67.5%
الابتكار والتجديد	19	47.5%
الجوائز والتقدير	10	25%
الابتكار والجدة	1	2.5%

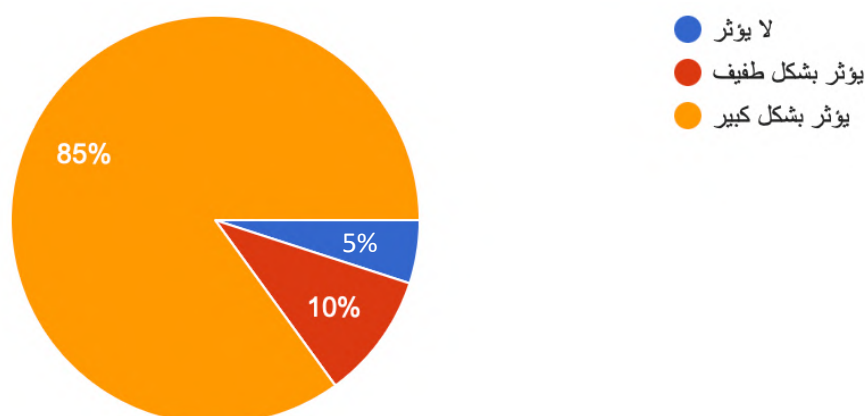
من خلال الشكل (3-17) والجدول (3-16) نلاحظ أن النسب متفاوتة في اختيار أفراد العينة للاستراتيجيات التي

تتبعها الشركات لتعزيز الإبداع الفني في عملياتها، وجاءت كالتالي:

- (92.5%) رأوا أن رضا العملاء هو مقياس النجاح للإبداع الفني في شركاتهم.
- بينما (67.5%) يرون أن زيادة المبيعات هو مقياس النجاح للإبداع الفني في شركاتهم.
- وشكلت نسبة (47.5%) مقياس النجاح (الابتكار والتجديد) ، وكذلك نسبة (2.5%) اختارت نفس المقياس (الابتكار والجدة).

الجزء السادس: تأثير الإبداع الفني على العملاء

المحور الأول: تأثير الإبداع الفني على تفاعل العملاء على المنتجات والخدمات



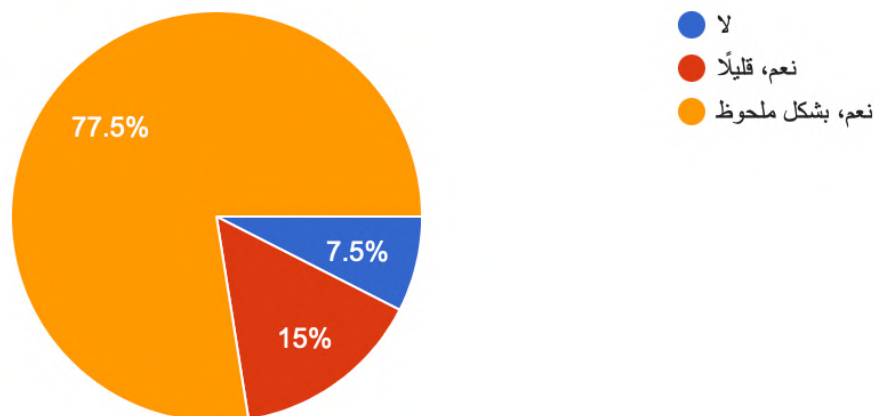
شكل (3-18)

الجدول رقم (3-17) تأثير الإبداع الفني على تفاعل العملاء على المنتجات والخدمات

البيان	التكرار	النسب المئوية
لا يؤثر	2	5%
يؤثر بشكل طفيف	4	10%
يؤثر بشكل كبير	34	85%
المجموع	40	100%

يبين الجدول السابق أن أكبر نسبة لأفراد العينة يرون أن الإبداع الفني له تأثير كبير على تفاعل العملاء مع المنتجات والخدمات التي تقدمها الشركة حيث تمثل (85%)، وكانت نسبة الذين يرون أن له تأثير طفيف تمثل (10%)، أما فردين يرون أنها لا تؤثر ويمثلون نسبة (5%).

المحور الثاني: زيادة رضا العملاء نتيجة لتحسينات إبداعية فنية



شكل (3-19)

الجدول رقم (3-18) زيادة رضا العملاء نتيجة لتحسينات إبداعية فنية

البيان	التكرار	النسب المئوية
لا	3	7.5%
نعم، قليلاً	6	15%
نعم، بشكل ملحوظ	31	77.5%
المجموع	40	100%

يبين الجدول السابق أن الغالبية الكبرى هم الأفراد الذين يرون أن الإبداع الفني يزيد من رضا العملاء بنسبة (77.5%)، بينما نسبة (15%) يرون يزيد قليلاً من رضا العملاء، وثلاث أفراد يرون أنه لا يزيد من رضا العملاء ويشكلون النسبة الأقل وهي نسبة (7.5%).

الفصل الرابع

نتائج الدراسة

النتائج:

تعد دراسة دور الإبداع الفني في تطوير منتجات وخدمات ريادية مبتكرة أحد الموضوعات الهامة التي تكتسب اهتمامًا متزايدًا في الأوساط الأكاديمية والصناعية، تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف كيفية تأثير الإبداع الفني على عمليات الابتكار داخل الشركات الناشئة، والتعرف على التحديات التي تواجهها هذه الشركات في دمج الإبداع الفني، وتقديم استراتيجيات للتغلب على هذه التحديات، كما تسعى إلى فهم أثر دمج الإبداع الفني على تجربة العملاء ورضاهم.

تم جمع البيانات من خلال استبيانات موجهة لمجموعة من الشركات الناشئة وموظفيها، وتم تحليلها باستخدام المنهج الكمي، تكشف النتائج عن رؤية قيمة حول دور الإبداع الفني في تعزيز الابتكار وتحسين جودة المنتجات والخدمات، بالإضافة إلى التعرف على العقبات التي تحول دون تحقيق أقصى استفادة من الإبداع الفني، تقدم النتائج أيضًا استراتيجيات مقترحة لمساعدة الشركات الناشئة على تجاوز هذه التحديات، مما يساهم في تطوير منتجات وخدمات ريادية مبتكرة تلي احتياجات السوق بطرق جديدة ومبتكرة.

ومما سبق يمكننا تلخيص ما توصلت له دراسة دور الإبداع الفني في تطوير منتجات وخدمات ريادية مبتكرة في النقاط التالية:

١. إسهام الإبداع الفني في تطوير منتجات وخدمات ريادية مبتكرة

0 تعزيز الابتكار: أظهرت الدراسة أن الشركات التي تبنت الإبداع الفني في عملياتها كانت أكثر قدرة على تطوير

منتجات وخدمات جديدة ومبتكرة فالفن يساهم بشكل كبير في تحفيز التفكير الإبداعي ويساعد على

استكشاف حلول جديدة ومبتكرة.

0 تحسين جودة المنتجات: تبين أن التصميمات الفنية العالية الجودة والتي تم دمج الإبداع الفني فيها تساهم

بشكل فعال في تحسين جودة المنتجات والخدمات، مما يعزز من مكانتها في السوق وزيادة قدرتها

التنافسية.

0 تحسين الجمالية البصرية: تبين أن الإبداع الفني يضيف جمالاً وجاذبية على المنتجات والخدمات من

خلال الألوان والأشكال والتفاصيل الدقيقة

- 0 تطوير وظائف جديدة ومبتكرة: أظهرت الدراسة أن الإبداع الفني عامل رئيسي في إيجاد حلول وظيفية جديدة مما يحسن تجربة المستخدم من خلال تصميمات تسهل الاستخدام وتزيد من راحة العملاء.
- 0 زيادة القيمة السوقية: تبين أن التصميم المبدع يضيف قيمة ملموسة للمنتج أو الخدمة، مما يعزز من قيمتها السوقية، ويساهم في بناء هوية قوية ومميزة للعلامة التجارية.
- 0 تعزيز تجربة العملاء: أظهرت الدراسة أن الإبداع في التفاصيل الدقيقة يجعل تجربة المنتج أو الخدمة أكثر إرضاءً وفعالية.
- 0 الاستجابة للتغيرات السوقية: تبين أن الإبداع الفني أداة فعالة لاستباق تغيرات السوق وخلق اتجاهات جديدة.

٢. التحديات التي تواجه الشركات الناشئة في دمج الإبداع الفني في عملياتها

- 0 نقص الموارد المالية: أظهرت الدراسة أن العدد الأكبر من الشركات الناشئة تواجه تحديات مالية تمنعها من الاستثمار في الإبداع الفني بشكل كافٍ.
- 0 نقص المهارات الفنية: تبين أن هناك نقصًا في المهارات الفنية المطلوبة لدى الموظفين، مما يعوق القدرة على دمج الإبداع الفني في العمليات بشكل فعال.
- 0 مقاومة التغيير: أظهرت النتائج أن مقاومة التغيير من قبل الموظفين والإدارة تعد من أكبر العوائق أمام دمج الإبداع الفني.
- 0 الفجوة بين الفرق الفنية والإدارية: أظهرت الدراسة أن هناك فجوة بين الفرق الفنية والإدارية في فهم الأهداف والمصطلحات وأساليب العمل، مما يؤدي إلى تضارب في الأهداف.
- 0 التكيف مع السوق: أظهرت الدراسة أن الشركات الناشئة غالبًا ما تواجه منافسة قوية من الشركات الأكبر التي تمتلك موارد أكبر وحصصة سوقية أكبر.
- 0 الثقافة التنظيمية: أظهرت الدراسة أن الشركات التي لا تتماشى قيمها الثقافية مع متطلبات الابتكار والإبداع قد تجد صعوبة في دمج الإبداع الفني في عملياتها بشكل فعال.

0 التكنولوجيا المتقدمة: أظهرت الدراسة أن للشركات الناشئة ذات الموارد المالية المحدودة تواجه تحديًا حيث إن الابتكار التكنولوجي المستمر يعني أن الشركات تحتاج إلى مواكبة التحديثات والتحسينات الجديدة بشكل مستمر بالإضافة أن هذه التقنيات تكون مكلفة.

٣. الاستراتيجيات الممكنة لتجاوز هذه التحديات

- 0 حلول التمويل: حيث وجد أن التمويل بشتى أنواعه، والشراكات والتحالفات الاستراتيجية، وإدارة التكاليف والتركيز على التدفق النقدي جميعها حلول فعالة لنقص التمويل في الشركات الناشئة.
- 0 تعزيز المهارات الفنية: أظهرت الدراسة أن هناك أهمية كبيرة لتوفير جلسات العصف الذهني والبرامج التدريبية لتطوير المهارات الفنية والإبداعية لدى الموظفين والحرص على تشجيع الابتكار والمبادرات الفردية والاستعانة بخبراء في التصميم والإبداع الفني لتوجيه الشركات الناشئة.
- 0 تعزيز الثقافة التنظيمية: أكدت النتائج على أهمية تعزيز ثقافة الإبداع داخل المنظمة، وتشجيع الموظفين على تبني أفكار جديدة ومبتكرة.
- 0 تعزيز التواصل الفعال بين الفرق: أكدت الدراسة على أهمية مناقشة الأفكار والتحديات والمشروعات الحالية، من خلال إنشاء قنوات تواصل داخلية بين الفرق الفنية والإدارية.
- 0 بحث وتحليل السوق بشكل مستمر: أظهرت الدراسة أن عملية تحليل وأبحاث السوق مهمة لجمع ومعالجة وتفسير وتقييم البيانات المتعلقة بالسوق، وأن نتائج هذا التحليل يزود الشركات بمعلومات قابلة للتنفيذ يمكن أن تفيد عمليات واستراتيجيات اتخاذ القرار.
- 0 تعزيز التكنولوجيا المتقدمة: أكدت الدراسة أن التكيف مع المشهد التكنولوجي سريع التغير يعزز من قدرة الشركات الناشئة على حل المشكلات، وزيادة إنتاجيتهم، وضمان التنفيذ الناجح للمشاريع والمبادرات.

٤. أثر دمج الإبداع الفني لتحسين المنتجات والخدمات على التفاعل مع العملاء

0 تحسين تجربة العملاء: أظهرت الدراسة أن دمج الإبداع الفني في تصميم المنتجات والخدمات يؤدي إلى تحسين تجربة العملاء، مما يزيد من رضاهم وولائهم.

0 زيادة الجاذبية السوقية: تبين أن المنتجات التي تتمتع بتصميمات فنية مبتكرة تكون أكثر جاذبية للمستهلكين، مما يسهم في زيادة حصتها السوقية.

0 تعزيز التفاعل الإيجابي: أظهرت النتائج أن الإبداع الفني يسهم في خلق تجارب مستخدم فريدة وممتعة، مما يعزز من تفاعل العملاء الإيجابي مع المنتجات والخدمات.

0 إضفاء ميزة تنافسية للمنتجات والخدمات: أظهرت الدراسة أنه عندما تتفرد وتتميز الشركة بتصاميم فنية مبتكرة في منتجاتها وخدماتها فإنها تقدم ميزة تنافسية للعملاء وتعزز من صورة العلامة التجارية في ذهنهم.

0 زيادة ولاء العملاء: أكدت الدراسة أن الشركات إذا اعتمدت على تصميم منتجاتها وخدماتها على رؤية فنية مبتكرة وفريدة ومميزة عن غيرها فإن ذلك له لها دور كبير في جذب العملاء.

هذه النتائج تؤكد أهمية دمج الإبداع الفني كجزء أساسي في تطوير المنتجات والخدمات في الشركات الناشئة.

الفصل الخامس

التوصيات

التوصيات:

استنادًا إلى نتائج الدراسة وتحليل البيانات المستخلصة من استبيانات الشركات الناشئة والعملاء، تم التوصل إلى عدد من التوصيات التي يمكن أن تسهم في تعزيز دور الإبداع الفني في تطوير منتجات وخدمات ريادية مبتكرة:

١. تشجيع ثقافة الإبداع داخل الشركات:

- 0 تحفيز الإبداع بين الموظفين: يجب على الشركات الناشئة تشجيع الإبداع بين موظفيها من خلال بيئة عمل مفتوحة تعزز التفكير الإبداعي وتسمح بتبادل الأفكار بحرية، ومن خلال الجوائز والتقدير.
- 0 توفير برامج تدريبية: تقديم برامج تدريبية وورش عمل تركز على تنمية المهارات الإبداعية والفنية للموظفين.

٢. دمج الإبداع الفني في مراحل التصميم والتطوير:

- 0 التكامل بين الفرق الفنية والإدارية: تعزيز التعاون بين الفرق الفنية والإدارية لضمان دمج الإبداع الفني في جميع مراحل تصميم وتطوير المنتجات والخدمات، وتنظيم اجتماعات دورية تشمل كلا من الفرق الفنية والإدارية لمناقشة الأفكار والتحديات والمشروعات الحالية، كذلك إنشاء قنوات تواصل داخلية مثل منصات التواصل الاجتماعي الخاصة بالشركات وذلك لتعزيز التواصل المستمر بين الفرق، ومن المهم العمل على الاتفاق بين الجميع على رؤية وأهداف مشتركة للشركة والعمل معاً لتحقيقها، ووضع مؤشرات أداء مشتركة تعكس التعاون بين الفرق الفنية والإدارية.
- 0 استخدام التكنولوجيا المتقدمة: استثمار الشركات في التكنولوجيا المتقدمة التي تدعم الإبداع الفني مثل البرمجيات التصميمية المتطورة وأدوات النمذجة والذكاء الاصطناعي ومع تبني الشركات للتقنيات الرقمية فإنها تكتسب القدرة على الوصول إلى جمهور أوسع والاستفادة من الأسواق غير المستغلة سابقاً كما أن الأدوات والمنصات التكنولوجية الجاهزة لها فائدة كبيرة فيمكن تخصيصها لتلبية احتياجات الشركة، كما أن استخدام البرامج السحابية تقليل من التكاليف وتزيد المرونة.

٣. تطوير استراتيجيات تسويق مبتكرة:

- 0 استخدام الإبداع الفني في الحملات التسويقية: اعتماد استراتيجيات تسويقية تعتمد على الإبداع الفني لجذب انتباه العملاء وبناء هوية قوية للعلامة التجارية.
- 0 التركيز على تجربة العملاء: تصميم منتجات وخدمات تتمحور حول تحسين تجربة العملاء من خلال إضافة عناصر فنية مبتكرة.

٤. التغلب على التحديات المالية والفنية:

- 0 البحث عن مصادر تمويل بديلة: استكشاف مصادر تمويل بديلة مثل التمويل الجماعي والاستثمار الملائكي والاستعانة بحاضنات ومسرعات الأعمال، والشراكات مع المؤسسات للحصول على الدعم المالي اللازم.
- 0 الاستفادة من الاستشارات الخارجية: الاستعانة بخبراء وفنانين من خارج الشركة لتوفير الخبرات الفنية اللازمة وتحقيق دمج الإبداع الفني بشكل فعال.

٥. تعزيز التكيف مع السوق:

- 0 تحليل متطلبات السوق بانتظام: القيام بدراسات دورية لتحليل احتياجات وتفضيلات العملاء لضمان أن المنتجات والخدمات تلبي توقعات السوق.
- 0 الاستجابة السريعة للتغيرات: تبني استراتيجيات تمكن الشركات الناشئة من التكيف بسرعة مع التغيرات في السوق وتحديث منتجاتها وخدماتها بشكل مستمر.

٦. تغيير الثقافة التنظيمية:

- 0 تعزيز المرونة والانفتاح على التغيير: تشجيع المرونة والانفتاح على التغيير داخل الشركة لتمكين الموظفين من تبني أفكار جديدة وتجربتها دون خوف من الفشل.

0 دعم القيادة الإبداعية: تعيين قادة يؤمنون بأهمية الإبداع الفني ويعملون على تعزيز بيئة عمل تقدر الإبداع والابتكار.

٧. تحسين تجربة العملاء:

0 تطوير واجهات تفاعلية وجذابة: يساعد في خلق تجارب للعملاء أكثر جاذبية وإثارة للاهتمام تجعل تجربة التفاعل مع المنتجات والخدمات ممتعة وسهلة الاستخدام.

0 التفاعل العاطفي مع العملاء: من الضروري أن يكون المنتج أو الخدمة جذاب عاطفياً لأن ذلك سيجعل العميل يشعر بإحساس متميز؛ وسيخلق له ذكريات جميلة مما يجعله يكرر الزيارات للمزيد من الذكريات العاطفية الجميلة.

0 إضفاء ميزة تنافسية للمنتجات والخدمات: عندما تتفرد وتتميز الشركة بتصاميم فنية مبتكرة في منتجاتها وخدماتها فإنها تقدم ميزة تنافسية للعملاء وتعزز من صورة العلامة التجارية في ذهنهم.

0 تحسين تجربة المستخدم: من المهم أن تكون تجربة المستخدم سهلة وواضحة وسلسة وممتعة، وذلك عن طريق تصميم المنتجات والخدمات بطريقة يسهل استخدامها ويجعلها أكثر فاعلية وكفاءة.

0 زيادة ولاء العملاء: تحتاج الشركات الناشئة إلى تجاوز توقعات العملاء من خلال تقديم خدمة متسقة واستثنائية فيجب أن يكونوا مستجيبين واستباقيين ومتعاطفين مع احتياجات العملاء وتعليقاتهم.

بتبني هذه التوصيات، يمكن للشركات الناشئة تعزيز قدرتها على تطوير منتجات وخدمات ريادية مبتكرة تلبي احتياجات السوق وتحقق رضا العملاء، مما يساهم في تحقيق النجاح والنمو المستدام.

المراجع

-المراجع العربية-

- O الأخضر، خراز. (٢٠١١). دور الإبداع في اكتساب المؤسسة ميزة تنافسية. الجزائر: كلية العلوم الاقتصادية والتجارية.
- O الدسوقي، إبراهيم. (٢٠٠٣). تصميم المنتجات الصناعية: الأسس والتطبيقات. القاهرة: دار الفكر العربي.
- O السعدي، خالد. (٢٠٢٠). الابتكار والتغيير في المؤسسات العربية. دار الكتاب العربي.
- O السنطاوي، أحلام. (٦، ٢٠٢٠). التمويل الجماعي في الدول العربية الواقع - وآفاق المستقبل. المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والإدارية، صفحة ١٩٩.
- O الشاذلي، أحمد. (٢٠١٨). تحديات الابتكار في المشاريع الصغيرة والمتوسطة في المنطقة العربية. دار النهضة العربية
- O الشميمري، أحمد بن عبدالرحمن بن ناصر والمبيريك، وفاء ناصر. (٢٠١٩). ريادة الأعمال. السعودية: العبيكان للنشر.
- O العتيبي، نورة. (٢٠١٩). الثقافة المؤسسية والابتكار في الشركات الناشئة. مجلة الاقتصاد العربي.
- O العلي، علي. (٢٠١٦). الإبداع والتصميم في المنتجات الصناعية. بيروت: دار الكتب العلمية
- O العوامرة، بادى. (٢٠١٣). أثر الإبداع الفردي في تحسين أداء المشاريع الصغيرة والمتوسطة The Impact of Individual Creativity in Improving the Performance of Small and Medium-Sized Enterprises. جامعة عمان العربية للدراسات العليا.
- O النجار، إسلام. (٨، ٢٠٢٢). الإبداع في ريادة الأعمال.. كيف يكون؟ رواد الأعمال.
- O الهاشمي، فاطمة. (٢٠١٧). إدارة الابتكار في الشركات الناشئة. مجلة الإدارة العربية.
- O اف دركر، بيتر. (٢٠٢٢). الابتكار وريادة الأعمال. الرياض: دارف للنشر والتوزيع.
- O بدوي، أحمد زكي. (١٩٨٤). معجم مصطلحات الفنون الجميلة. القاهرة: دار المعارف.
- O سالم، علي. (٢٠٢٠). التكنولوجيا والابتكار في الشركات الناشئة: التحديات والفرص. دار الفكر العربي.
- O شتولنتز، جيروم. (١٩٨١). النقد الفني ترجمة فؤاد زكريا. بيروت: المؤسسة العربية للدراسات والنشر.
- O صبري، أحمد. (٢٠١٠). الإبداع والتجديد في تصميم المنتجات. القاهرة: دار المعارف

- O عبد الرؤوف، محمد. (٢٠١٩). تمويل المشاريع الناشئة في العالم العربي. المجلة العربية للتمويل والتنمية.
- O عبد الرحمن، خالد. (٢٠١٨). الإبداع والتصميم في الخدمات والمنتجات. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- O عبدالكريم، يوسف. (٢٠٢١). دور التسويق في تعزيز الابتكار في الشركات الناشئة. دار العلوم الحديثة.
- O عيسى، حسن أحمد. (١٩٧٨). الإبداع في الفن والعلم. الكويت: عالم المعرفة.
- O كليطو، عبد الفتاح. (١٩٩٣). الأدب والغربة: دراسات بنيوية في الأدب العربي. بيروت: دار الطليعة.
- O مجدي، نهاد. (٢٠٠٧). التصميم والإبداع في المنتجات: مقارنة جديدة. بيروت: دار النهضة العربية

- O Amabile, T. M. (1996). Creativity in Context: Update to the Social Psychology of Creativity. Boulder, CO: Westview Press.
- O Amdick, S., & Smith, J. (2010). The Role of Artistic Creativity in Stimulating Critical and Creative Thinking. *Journal of Creative Thinking*, 22(3), 45-58.
- O Blank, S., & Dorf, B. (2012). *The Startup Owner's Manual: The Step-by-Step Guide for Building a Great Company*. K&S Ranch
- O Brown, T. (2008). Design Thinking. *Harvard Business Review*, 86(6), 84-92
- O Chesbrough, H. (2010). *Open Services Innovation: Rethinking Your Business to Grow and Compete in a New Era*. Jossey-Bass.
- O Christensen, C. M. (1997). *The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail*. Harvard Business Review Press.
- O Edmondson, A. C. (2012). *Teaming: How Organizations Learn, Innovate, and Compete in the Knowledge Economy*. Jossey-Bass.
- O Gardner, H. (1993). *Creating Minds: An Anatomy of Creativity Seen Through the Lives of Freud, Einstein, Picasso, Stravinsky, Eliot, Graham, and Gandhi*. New York: Basic Books.
- O Hankins, J. (2015). *Design Innovation for the Built Environment: Research by Design and the Renovation of Practice*. London: Routledge.
- O Jones, M., & Harris, L. (2015). The Impact of Incorporating Artistic Elements in Product Design on Attractiveness and Market Value. *Product Design Journal*, 34(2), 77-92.
- O Kelley, D. (2001). *The Art of Innovation: Lessons in Creativity from IDEO, America's Leading Design Firm*. New York: Currency/Doubleday.

- O Kim, H., & Chao, L. (2018). The Impact of Artistic Creativity on Customer Experience in Products. *Customer Experience Journal*, 27(4), 85-99.
- O Kotter, J. P. (1996). *Leading Change*. Harvard Business Review Press
- O Lee, S., & Johnson, R. (2016). Influence of artistic creativity on marketing strategies. *Journal of Marketing*.
- O Maeda, J. (2006). *The Laws of Simplicity: Design, Technology, Business, Life*. Cambridge: MIT Press.
- O McAfee, A., & Brynjolfsson, E. (2014). *The Second Machine Age: Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies*. W. W. Norton & Company.
- O Moore, D., & Wolf, R. (2017). Challenges Faced by Startups in Integrating Artistic Creativity into Their Operations. *Journal of Business Innovation*, 15(1), 101-119.
- O Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., & Smith, A. (2014). *Value Proposition Design: How to Create Products and Services Customers Want*. Wiley.
- O Parker, A., & Smith, R. (2019). The Impact of Artistic Creativity on the Development of Entrepreneurial Products and Innovation. *Journal of Entrepreneurial Studies*, 45(2), 150-165.
- O Ries, E. (2011). *The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses*. Crown Business.
- O Robinson, T. (2012). The Relationship Between Artistic Creativity and Design in Startups. *Design and Innovation Review*, 19(3), 55-70.
- O Schein, E. H. (2010). *Organizational Culture and Leadership* (4th ed.). Jossey-Bass.
- O Schilling, M. A. (2019). *Strategic Management of Technological Innovation* (5th ed.). McGraw-Hill Education.
- O Sawyer, R. K. (2006). *Explaining Creativity: The Science of Human Innovation*. Oxford: Oxford University Press

- O Tidd, J., & Bessant, J. (2018). *Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change* (6th ed.). Wiley.

- المواقع الالكترونية:

- O الاستثمار الملائكي أحد المصادر المفضلة لتمويل الشركات الناشئة. (٢١، ٨، ٢٠٢٣). تم الاسترداد من باي فلو: <https://www.piflow.net/blog/lstthmr-lmly-ky-hd-lmsdr-lmfdl-ltmwyl-lshrkt-lnshy>
- O البواردي، ريان. (١٠ سبتمبر، ٢٠١٩). الابتكار التخريبي Disruption Innovation. تم الاسترداد من صحيفة مال الالكترونية: <https://maaal.com/2019/09/127977-2>
- O كيف تحصل على التمويل لشركتك الناشئة . (٢١، ٨، ٢٠٢٣). تم الاسترداد من باي فلو: <https://www.piflow.net/blog/kyf-thsl-aal-ltmwyl-lshrktk-lnshy>
- O ورقة عمل التحليل التنافسي . (٢٠٢٤). تم الاسترداد من مؤسسة محمد بن سلمان / مسك: <https://hub.misk.org.sa/ar/insights/entrepreneurship/2023/competitive-analysis-worksheet/?allowview=true>
- O دور التقدم التكنولوجي في التأثير على حجم السوق. (١٥ حزيران، ٢٠٢٤). تم الاسترداد من [Faster Capital](https://fastercapital.com/arabpreneur): <https://fastercapital.com/arabpreneur> دور-التقدم-التكنولوجي-في-التأثير-على-حجم-السوق.html
- O ما الذي يجعل الخدمة جميلة؟ (٢٠٢٣). تم الاسترداد من HUED: <https://livehued.com/what-makes-a-service-beautiful>
- O عبدالله، سماح. (ديسمبر، ٢٠٢٢). الإبداع الفني ودوره في بناء الوعي. تم الاسترداد من المجلة المصرية لبحوث الرأي العام: https://joa.journals.ekb.eg/article_92470.html

الملاحق

-الاستبيان

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

أنا الباحثة نوف الحمود أدرس ماجستير ريادة الأعمال في جامعة ميد أوشن ..

أقوم بدراسة بحثية بعنوان:

دور الإبداع الفني في تطوير منتجات وخدمات ريادة مبتكرة

وذلك استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير ، حيث أسعى من خلال هذا البحث إلى فهم كيفية تأثير

الابتكار الفني على نجاح الأعمال الريادية وتطوير منتجات وخدمات تلبي احتياجات السوق بشكل فريد ومتميز.

يهدف هذا الاستبيان إلى جمع آراء وتجارب رواد الأعمال في الشركات الناشئة، المبدعين، والمهتمين بمجال الريادة

الفنية والابتكار والموظفين في هذه الشركات.

نؤكد لكم أن جميع المعلومات التي ستقدمونها ستُعامل بسرية تامة، وستُستخدم فقط لأغراض البحث العلمي.

نقدر وقتكم وجهودكم في المشاركة في هذا الاستبيان، والذي سيسهم بشكل كبير في تعزيز فهمنا للعلاقة بين الإبداع

الفني والريادة الابتكارية.

نشكركم مسبقاً على تعاونكم، ونتطلع إلى إجاباتكم القيمة ولكم جزيل التقدير لتخصيص وقت لتعبئة الاستبيان .

نموذج أسئلة الاستبيان:

الجزء الأول: المعلومات الديموغرافية:

١. الجنس:

0 ذكر

0 أنثى

٢. العمر:

0 أقل من 25

0 25-34

0 35-44

0 45-54

0 55 فأكثر

٣. المستوى التعليمي:

0 الثانوية العامة أو ما يعادلها

0 دبلوم

0 بكالوريوس

0 ماجستير

0 دكتوراه

٤. الخبرة العملية في مجال العمل:

0 أقل من سنة

0 1-3 سنوات

0 4-6 سنوات

0 7-10 سنوات

0 أكثر من ١٠ سنوات

٥. المسمى الوظيفي:

0 موظف

0 صاحب شركة

0 غير ذلك

٦. إذا كنت صاحب شركة فكم عدد الموظفين؟ :

0 أقل من 10

0 10-50

0 51-200

0 أكثر من 200

٧. سنوات العمل في السوق:

0 أقل من سنة

0 سنوات 1-3

0 سنوات 4-7

0 أكثر من 7 سنوات

الجزء الثاني: دور الإبداع الفني في عملية تطوير المنتجات والخدمات في الشركة

١. كيف تصف مستوى الإبداع الفني في شركتك؟

0 منخفض

0 متوسط

0 عالي

٢. ما هو دور الإبداع الفني في عملية تطوير المنتجات/الخدمات في شركتك؟

☐ 0 دور ضئيل

☐ 0 دور متوسط

☐ 0 دور كبير

الجزء الثالث: تأثير الإبداع الفني على المنتجات والخدمات في الشركة

١. كيف يؤثر الإبداع الفني على جودة منتجاتك/خدماتك؟

☐ 0 لا يؤثر

☐ 0 يؤثر بشكل طفيف

☐ 0 يؤثر بشكل ملحوظ

٢. هل ترى أن الإبداع الفني يساعد في تمييز منتجاتك/خدماتك عن المنافسين؟

☐ 0 لا

☐ 0 إلى حدٍ ما

☐ 0 نعم

٣. هل قمت بتعديل منتج/خدمة بناءً على أفكار إبداعية فنية؟

☐ 0 لا ينطبق

☐ 0 نعم، مرة واحدة

☐ 0 نعم، عدة مرات

الجزء الرابع: التحديات في دمج الإبداع الفني في الشركة

١. ما هي التحديات التي تواجهها عند محاولة دمج الإبداع الفني في عملياتك؟ (يمكنك اختيار أكثر من خيار)

- ☐ 0 نقص التمويل
- ☐ 0 نقص المهارات الفنية
- ☐ 0 مقاومة التغيير
- ☐ 0 نقص الموارد
- ☐ 0 غير ذلك

٢. كيف تتعامل مع هذه التحديات؟ (يمكنك اختيار أكثر من خيار)

- ☐ 0 تدريب الموظفين
- ☐ 0 الاستعانة بمصادر خارجية
- ☐ 0 الاستثمار في التكنولوجيا
- ☐ 0 تغيير الثقافة التنظيمية
- ☐ 0 غير ذلك

الجزء الخامس : الاستراتيجيات والتحسينات

١. ما هي الاستراتيجيات التي تتبعها لتعزيز الإبداع الفني في شركتك؟ (يمكنك اختيار أكثر من خيار)

- ☐ 0 جلسات عصف ذهني
- ☐ 0 ورش عمل تدريبية
- ☐ 0 توفير بيئة عمل ملهمة
- ☐ 0 تشجيع المبادرات والابتكار
- ☐ 0 غير ذلك

٢. كيف تقيس نجاح الإبداع الفني في منتجاتك/خدماتك؟ (يمكنك اختيار أكثر من خيار)

- ☐ رضا العملاء
- ☐ زيادة المبيعات
- ☐ الابتكار والتجديد
- ☐ الجوائز والتقدير
- ☐ غير ذلك

الجزء السادس : تأثير الإبداع الفني على العملاء

١. كيف يؤثر الإبداع الفني على تفاعل العملاء مع منتجاتك/خدماتك؟

- ☐ لا يؤثر
- ☐ يؤثر بشكل طفيف
- ☐ يؤثر بشكل كبير

٢. هل لاحظت زيادة في رضا العملاء نتيجة لتحسينات إبداعية فنية؟

- ☐ لا
- ☐ نعم، قليلاً
- ☐ نعم ، بشكل ملحوظ

Abstract:

This research aims to explore the vital role of artistic creativity in the development of innovative entrepreneurial products and services. The study examines how artistic creativity affects design and development processes, the challenges faced by startups in integrating artistic creativity, and possible strategies to overcome these challenges. It also aims to understand the impact of incorporating artistic creativity on improving customer experience and enhancing their engagement.

A quantitative approach was used to collect and analyze data. This research involved designing a questionnaire directed at startups and customers to gather information about the levels of artistic creativity in product and service design, the challenges faced by companies, strategies that help integrate artistic creativity into development processes, and the impact of these innovations on customer satisfaction and engagement.

Preliminary results show that artistic creativity enhances innovation and creativity culture in companies, increases product attractiveness, improves customer experience, raises the market value of the product or service, and adds a competitive advantage.

The study emphasizes the necessity of integrating artistic creativity in all stages of design and development and using artistic creativity in marketing strategies to increase product and service appeal.

It also highlights the importance of developing innovative solutions to financial and technical challenges, conducting regular market analysis, and changing organizational culture to be more flexible and supportive of creativity and innovation.

This study underscores the significant importance of artistic creativity in developing innovative entrepreneurial products and services. Adopting the proposed recommendations can help startups overcome the challenges they face, achieve higher levels of innovation and sustainable success, and positively enhance customer satisfaction and engagement.