

## التصميم كصناعة إبداعية تحقق الاقتصاد الإبداعي للدول النامية

## Design as a creative industry achieving creative economy for developing countries

د/ عمرو محمد عبد القادر هدية

أستاذ مساعد بقسم الأثاثات والإنشاءات المعدنية – كلية الفنون التطبيقية – جامعة حلوان – الجيزة - مصر

## ملخص البحث Abstract:

## الكلمات الدالة Keywords:

التصميم

Design

التفكير التصميمي

Design Thinking

الصناعات الإبداعية

Creative Industries

اقتصاد الإبداع

Creative Economy

رأس المال الفكري

Intellectual Capital

تعتبر المشكلة الأساسية للدول النامية هي اعتمادها على تطبيقات الاقتصاد الريعي أو على أحسن الأحوال اقتصاد القيمة المضافة مما يجعل ناتجها المحلي محدود للغاية وينعكس ذلك على مستوى دخل الفرد والمستوى المعيشي المنخفض لغالبية الأفراد، ولكي تنهض الدول النامية من كبوتها وتستطيع مواكبة التطور العالمي وتسارع معدلات النمو في العالم ينبغي لها أن تغير سياساتها الاقتصادية نحو اقتصاد المعرفة واقتصاد الإبداع الذي يحقق معدلات نمو هائلة بالاعتماد على منهجية غير تقليدية في إدارة المؤسسات الإنتاجية والخدمية.

ويعتبر التصميم أحد أهم الصناعات الإبداعية التي تعتبر الركيزة الأساسية في تحقيق اقتصاد الإبداع للدول النامية، ليس من خلال تصميم المنتجات والخدمات فحسب، بل بالاستفادة من منهجية التفكير التصميمي التي تتميز بالتفكير الإبداعي والتجربة والخطأ والتنبؤ بمواضع الانهيار المحتملة واتخاذ الإجراءات الوقائية لتجنبها للاستفادة من الموارد المحدودة لتلبية احتياجات غير محدودة. ويهدف البحث إلى تحديد دور التصميم كمفهوم يتضمن العديد من المحاور التي تساهم في تحقيق اقتصاد الإبداع للدول النامية، والتي مازالت تعتمد في تطبيقاتها للاقتصاد على الاقتصاد الريعي أو على أحسن الأحوال اقتصاد القيمة المضافة وهو ما يجعلها محدودة القدرة على التنمية وتحقيق الرفاهية والحياة الكريمة لمواطنيها من جهة، ومحدودة التأثير في التطور العلمي والحضاري العالمي الذي يتسارع بشكل ملحوظ، وقد أظهرت نتائج البحث الدور المحوري للتصميم كمفهوم يحتوي على عدة محاور مرتبطة بالصناعات الإبداعية مثل تصميم المنتج وتصميم الخدمة تحت مظلة منهجية التفكير التصميمي الذي يعتبر الداعم الأساسي لتحقيق الإبداع المؤسسي للمنظمات المختلفة التي تقدم المنتجات أو الخدمات في الدول النامية.

Paper received 26<sup>th</sup> August 2014, Accepted 14<sup>th</sup> December 2014 Published 1<sup>st</sup> of January 2015

العالمي.

## المقدمة Introduction:

يعتبر الاقتصاد من أهم القضايا التي تشغل القائمين على التنمية في دول العالم بشكل عام والتي تتميز بتطبيقات مختلفة للاقتصاد تبعاً لسياساتها التنموية، ولقد اتضح للعالم كيف ان دول كثيرة انتقلت من مصاف الدول النامية الى مصاف الدول الصناعية والمتقدمة بسبب اتباع سياسات تنموية تستثمر فيها مواردها الطبيعية والبشرية بشكل يحقق معدلات تنمية أكبر بكثير من دول أخرى تقدمت تقدماً محدوداً بسبب اتباعها سياسات تابعة تكنولوجيا وتعتمد على الاستفادة المباشرة من ثرواتها الطبيعية بدلا من استثمارها وإجراء عمليات صناعية تكسب الموارد الطبيعية قيمة مضافة تضاعف من قيمتها، مما يوضح أن منهجية تقدم الأمم والشعوب يتم من خلال تبني سياسات تحفز وتشجع الإبداع في التفكير والتعليم والصناعات الإبداعية والاستثمار الإبداعي لمواردها البشرية لتحقيق المعرفة الذي يضاعف من القيمة المضافة لمواردها الطبيعية ولا يكون مرتبط بسياسات استهلاكية وغير تابعة تكنولوجياً لغيرها من الدول.

## مشكلة البحث Statement of the problem:

تتجه معظم الدول النامية الى تطبيقات الاقتصاد الريعي واقتصاد القيمة المضافة مما يجعل الناتج المحلي محدود للغاية لاعتمادها على سياسات استهلاكية ناقلة للتكنولوجيا وليست منتجها لها، وتتضح مشكلة البحث في قصور الدور الذي يلعبه التصميم للمنتجات أو الخدمات على عمليات المحاكاه والتقليد بنسبة كبيرة تغطي بشكل محدود احتياجات اقتصاد القيمة المضافة دون الوصول الى اقتصاد الإبداع.

## أهمية البحث Study Significance:

وتتضح أهمية البحث في مساهمته كخطوة منهجية تعتمد على التفكير التصميمي كأحد الركائز الداعمة لمنظمات الأعمال في الدول النامية نحو تحقيق الاقتصاد الإبداعي لأكسابها القدرة على مواكبة التقدم العلمي والتكنولوجي المتسارع وزيادة حدة التنافس

## هدف البحث Objective:

يهدف البحث الى الاستفادة من مفهوم التصميم كصناعة ابداعية واستراتيجية التفكير التصميمي كطريقة للتفكير في إدارة منظمات الأعمال في الدول النامية للمساهمة في تحقيق الاقتصاد الإبداعي.

## منهج البحث Methodology:

يتبع الباحث في هذا البحث المنهج الاستنباطي

## الإطار النظري Theoretical framework:

## ما هو اقتصاد الإبداع؟

علم الاقتصاد هو ذلك الفرع من العلوم الاجتماعية الذي يبحث الاستخدامات المتعددة للموارد الاقتصادية لإنتاج السلع وتوزيعها للاستهلاك في الحاضر والمستقبل بين أفراد المجتمع وتعرض كل من الدول النامية والمتقدمة للمشاكل الاقتصادية والتي تتمثل في "حاجات متعددة وموارد محدودة" مع الاختلاف في حاجات كل مجتمع، ويبحث هذا العلم في كيفية استغلال الموارد المحدودة لتحقيق أقصى إشباع ممكن للحاجات المتعددة، وبمعنى آخر هو دراسة كيفية اختيار الناس لاستخدام الموارد التي تشتمل على الوقت وأصحاب المواهب والأرض والمباني والأجهزة وباقي الأدوات المتاحة، بالإضافة الى المعرفة اللازمة لدمج هذه الموارد لإبداع منتجات أو خدمات. (9)

وتتجه الدول النامية نحو تطبيق مفهوم الاقتصاد الريعي أو على أحسن تقدير اقتصاد القيمة المضافة، ولكن إذا قررت تلك الدول أن تنتقل من أن تكون دول نامية الى أن تكون دول صناعية متقدمة فعليها أن تبادر بوضع خطط لانقائها من أدنى تطبيقات الاقتصاد (الاقتصاد الريعي) إلى اقتصاد القيمة المضافة ثم اقتصاد المعرفة وصولاً إلى اقتصاد الإبداع

ويمكن باختصار تعريف التطبيقات الأربعة للاقتصاد كما يلي:

1- الاقتصاد الريعي: وهو المرتبط بأن تكون موارد الدولة وناتجها المحلي معتمد على استهلاك مواردها الطبيعية

شمولاً لاقتصاد الإبداع على أنه هو الواجهة بين الإبداع والثقافة والاقتصاد والتكنولوجيا والتي تولد القدرة على ما يسمى رأس المال الفكري مما يزيد الدخل وفرص العمل وعائدات التصدير وفي الوقت نفسه تعزيز الإنماج الاجتماعي والتنوع الثقافي والتنمية البشرية في نفس الوقت. (٨)

#### الصناعات الإبداعية

حققت الصناعات الإبداعية ثروات استثنائية للعديد من الاقتصادات الغربية التي أدركت مكانتها وأهمية العلاقة بين الإبداع الثقافي والاقتصاد، وقد عززت ظروف الأزمة الاقتصادية العالمية من مكانة الإبداع الثقافي كقيمة اقتصادية مضافة.

وحسب تقرير برنامج الأمم المتحدة الإنمائي بالتعاون مع منظمة «الأونكتاد»، المعنية بالتجارة والتنمية الصادر في ديسمبر ٢٠١٠م، فإن «الاقتصاد الإبداعي» هو الأكثر استقراراً بعد الأزمة المالية العالمية، حيث تضاعفت صادراته عالمياً خلال الفترة من ٢٠٠٢ إلى ٢٠٠٨ لتصل إلى ٥٩٢ مليار دولار.

وعلى المستوى الدولي تفوقت الصين على كل دول العالم بفارق كبير في هذه التجارة القائمة على الإبداع، حيث استحوذت على ٢٠.٨% من هذه السوق خلال الفترة من ٢٠٠٢ إلى ٢٠٠٨، بينما اقتصر نصيب الولايات المتحدة، التي أتت في المرتبة الثانية عالمياً على ٨.٦%.

#### ما هي الصناعات الإبداعية؟

يوضح جون هارتلي أستاذ وعميد كلية الصناعات الإبداعية بجامعة كوينزلاند للتكنولوجيا فكرة الصناعات الإبداعية على أنها توضيح التقارب المفاهيمي والعملية بين الفنون الإبداعية (الموهبة الفردية) والصناعات الثقافية (النطاق الجماهيري) في إطار تقنيات اعلام جديدة داخل اقتصاد معرفة -يستخدمها مواطنون- مستهلكون تفاعليون جدد. (١)

مما يوضح ان الصناعات الإبداعية هو التطور لمفهوم الفنون الإبداعية والصناعات الثقافية في إطار الاعلام وتفاعل الجمهور الذي يشارك بفاعلية في تحريك الإبداع بمعنى ان يكون المستهلك متلقي ايجابي تفاعلي وليس متلقي سلبي من خلال التواصل مع المبدعين

#### لماذا الصناعات الإبداعية؟

لقد حول واضعوا السياسة والمؤسسات التعليمية اهتمامهم إلى الصناعات الإبداعية بدلاً من قطاع خدمي آخر في منطقتنا الاقتصادية الجديدة فخلال فترة رئاسة كلينتون بدأ وكأن الاقتصاد خاصة الفاطرات الأمريكية- يستكمل مرحلة الانتقال من التصنيع إلى خدمات المستهلك فالقيمة لا تأتي من تصنيع الأشياء (أي تحويل الصلب إلى سيارات) وإنما من المعلومات (أي نظم تشغيل الحواسيب) ولقد لعبت التكنولوجيا دوراً بارزاً في هذا التحول بدعمها تطور ما أصبح (مجتمع المعلومات) لأن المعلومات لا تصل فقط إلى المؤسسات ولكن إلى الأفراد الذين يسهل التواصل معهم كمستهلكين تفاعليين، وتزامنت هذه التحركات من تحول أكبر للنشاط الاقتصادي من البضائع إلى الخدمات ومن المنتجين إلى المستهلكين وكان الازدهار من نصيب قطاع التكنولوجيا الذي يحتاج بنية تحتية تجعل لكل شخص حاسب آلي شخصي وكان التطور للمستوى الأعلى من اقتصاد تكنولوجيا المعلومات - التواصلية- ففي هذه المرحلة تحولت تكنولوجيا المعلومات إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وظهرت إمكانية التواصل عبر الانترنت، وعند هذه النقطة أصبح من الواضح أن التواصلية قد أتاحت ما بدأ فرصة كبيرة للانتقال للمرحلة الثالثة وهي التحول من بنية إلى المحتوى حيث أصبح الإبداع أحد أصول السوق، ولقد شهدت الاقتصادات المتقدمة انتقالاً كبيراً من الصناعة التصنيعية إلى المشروعات التي توجهها متطلبات المستهلك والصناعات الإبداعية (خدمات) المستهلك فيها عنصر أساسي. (١)

بشكلها الخام مثل استخراج المعادن والبتترول وبيعها خام بدون عمليات تحويلية، أو الزراعة التقليدية وهذا النوع من تطبيقات الاقتصاد يكون تأثيره على مستوى الدولة في الحد الأدنى من ناحية، ومن ناحية أخرى فهذه الموارد الطبيعية عادة تكون محدودة مما يشكل تهديد على الدولة بنضب مواردها الطبيعية، وجدير بالذكر أن هذا النوع من الاقتصاد يتواجد في الدول التي تفتقد مواردها البشرية لمهارات التصنيع والتطوير والبحث العلمي. (٤)

#### ٢- اقتصاد القيمة المضافة: وهو الاقتصاد المرتبط بتوافر

المهارات لدى موارد الدولة البشرية لتحويل مدخلات العمليات الصناعية والزراعية وغيرها من العمليات إلى مخرجات ذات قيمة مضافة قابلة للقياس والتقييم والتحسين، مثل استخراج المعادن وتحويلها إلى منتجات نصف مصنعة مثل صناعات الصلب والصناعات البترولية وغيرها مما يعظم من قيمتها المضافة ويضعف العائد الاقتصادي بشكل كبير مما يشكل تعظيم الناتج المحلي والميزان الاقتصادي للدولة ومستوى دخل الفرد. (٧)

#### ٣- اقتصاد المعرفة: ويرتبط بمستوى أعلى من المهارات

للموارد البشرية مثل مهارات التحليل والتقييم والتركيب والتي تمكنها من إجراء عمليات عقلية وتطبيقية متقدمة تساعدها على أن يكون لديه أسرار الصناعة وهو ما يعرف بحق المعرفة Know How مما يحقق القدرة على التصميم وتقديم حلول لمشكلات صناعية أو زراعية أو توظيفها في زيادة استثمار الموارد الطبيعية وإمكانية بيعها أو منح تراخيص لتنفيذها في الدول النامية. (٣)

#### ٤- اقتصاد الإبداع: ويرتبط بوجود موارد بشرية قادرة على

التفكير الغير تقليدي أو ما يسمى بالتفكير خارج الصندوق بمعنى أن يكون التفكير غير مقيد بأفكار سائدة في المجتمع الصناعي أو الزراعي أو غيره ويساعد على تحقيقه وجود بحوث تطبيقية مشتركة بين تخصصات مختلفة تحقق قيمة مضافة غير تقليدية للمنتج والمستهلك والمجتمع بشكل عام. (٥)

#### أهمية اقتصاد الإبداع

ومما لا شك فيه أنه عندما نتحدث عن اقتصاد الإبداع فإننا نتحدث عن الجزء الأهم والأكثر نمواً من الاقتصاد العالمي، ان اقتصاد الإبداع يشير إلى الأنشطة التي تدار تجارياً من خلال الإبداع والمعرفة والمعلومات، ومن وجهة نظر الحكومات والقطاعات الإبداعية عبر العالم يعتبرها المولد الأكبر للوظائف وخلق فرص العمل وتشكيل الثروات والمشاركة الثقافية، بالإضافة إلى أنه يقع في قلب اقتصاد الإبداع والثقافة والصناعات الإبداعية والتي تكمن في مفترق الطرق بين الفنون والثقافة والأعمال التجارية والتكنولوجيا، وما يوحد هذه الأنشطة في الحقيقة أنها جميعاً التجارة والأصول الإبداعية هو صياغتها فيما يعرف بالملكية الفكرية، لذا فإن اقتصاد الإبداع هو الإطار الذي من خلاله يتم ترجمة الإبداع إلى قيمة اقتصادية، وتعتبر بريطانيا صاحبة أكبر قطاع إبداعي في الاتحاد الأوروبي وتعرف الحكومة البريطانية الصناعات الإبداعية على أنها تلك الصناعات التي تعتمد على الإبداعات الفردية والمهارة والموهبة مع القدرة على خلق الثروات وفرص العمل من خلال تطوير الملكية الفكرية وتشتمل على ثلاثة عشر قطاعاً هي: الاعلان والعمارة والفن وسوق التحف والحرف اليدوية والتصميم ومصمم الأزياء وأفلام البرمجيات الترفيهية (التفاعلية) ألعاب الفيديو والموسيقى والفنون الأدائية والنشر والبرمجيات والتلفزيون والراديو.

وقد اقترح تقرير الأونكتاد (مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية United Nations Conference on Trade and Development UNCTAD) لسنة ٢٠٠٨ تعريف أكثر

### جدول رقم (١) مقارنة بين الصناعات التصنيعية (التقليدية) والصناعات الإبداعية

الصناعات التقليدية	الصناعات الإبداعية
شركات ضخمة	مشروعات صغيرة أو متوسطة
منظمات صناعية	يتم تنظيمها حول المشروع وليس المصنع
يوجهها المديرون	يوجهها المستهلك وبعضها يعتمد على الفنانين أو المصممين أو المبدعين
تتحقق فيها القيمة المضافة من الإنتاج	عائد القيمة مصدره حد الاستهلاك في سلسلة القيمة
تتواجد في قطاع محدود من الاقتصاد	تنتشر في قطاع الخدمات

أفراد مبدعون، الإعلان، العمارة، التصميم، برمجية التفاعلية، سينما وتلفزيون، موسيقى، نشر، فنون أداء، ومن أهم مجالاتها: صناعات حقوق النشر: فن تجاري، فنون إبداعية، فيلم وفيديو، موسيقى، نشر، إعلام مسجل، معاملة بيانات، برامج إلكترونية.

**صناعات المحتوى: تحددها بؤرة إنتاج الصناعة:** موسيقى سابقة التسجيل، موسيقى مسجلة بالتجزئة، إذاعة وسينما، برمجية، خدمات إعلامية.

**الصناعات الثقافية:** تتحدد في ضوء وظيفة السياسة العامة والتمويل، المتاحف والقاعات، فنون وحرف بصرية، تعليم الفنون، إذاعة وسينما، موسيقى، فنون أداء، أدب، مكنتات.

**المحتوى الرقمي:** يتحدد عبر الجمع بين التكنولوجيا وبؤرة إنتاج الصناعة، فن تجاري، فيلم وفيديو، تصوير فوتوغرافي، ألعاب إلكترونية، إعلام مسجل، تسجيل صوت، تخزين المعلومات واسترجاعها.

#### التصميم صناعة إبداعية

مما لا شك فيه ان التصميم كعملية تهدف الى اشباع احتياجات المستهلكين أو المستخدمين من خلال قدرة المصمم على إدارة الأنشطة والموارد المتاحة بعملية إبداعية يقوم فيها بتحويل المدخلات إلى مخرجات قابلة للتقييم والتحليل والتحسين، لذا كانت فرصة المصمم كشخص مبدع يقدم أفكاره وخبراته لمجتمع المستهلكين سواء كانوا أفرادا كتصميمات الأثاث أو الأزياء لفرد أو أسرة أو مؤسسات كاستشارات تصميمية لتقديم حلول لمشكلات في بيئة المستخدم

مما سبق يتضح أن المصمم يجب عليه التعرف بدقة على متطلبات المستهلكين وامكانياتهم وتحليل أنماطهم الاستهلاكية (السلوك الاستهلاكي أو الاستخدامي) ليقدّم خبراته ومهاراته بالطريقة المناسبة والوقت المناسب

وليس ذلك قاصراً على المستهلكين المحليين ولكن يمتد هذا الدور ليشمل مستهلكين خارج نطاق المحلية الى العالمية مما يمكن أن يكون استثماراً للمهارات والخبرات وكذلك التفاعل مع المستهلكين والاتصال بهم عبر الانترنت وشبكات التواصل لاجراء تقييم مستمر لما يقدمه وبالتالي التطوير والتحسين المستمر لخدماته بناء على رغبات المستهلكين

#### ما هو التصميم؟

ولقد حدد المجلس البريطاني للتصميم Design Council التصميم بأنه في كل مكان فالتصميم هو قطعة الأثاث وهو ما جعل الخدمات المصرفية ممكنة على الانترنت، وقد وضع المصمم ريتشارد سيمور Richard Seymour من خلال مجلس التصميم في أسبوع الأعمال ٢٠٠٢ تعريف للتصميم بأنه

**"جعل الأشياء أفضل للناس" (١١) Making things better for people"**

ويؤكد في هذا التعريف على أن التصميم يركز على سلوك الإنسان وجودة الحياة قبل كل شيء، فالعلماء يمكنهم اختراع التكنولوجيا والمصنعون يمكنهم عمل منتجات والمهندسون يحققون للمنتجات وظائف والمسوقون يمكنهم بيعها ولكن المصممين فقط قادرين على الجمع بين هذه الأنشطة وتحويل المفاهيم الى شيء مرغوب وقابل للحياة والاستمرار واشباع رغبات المستهلكين وناجحة تجارياً ويقدم للناس قيمة مضافة.

**ويقول بيل موجريدج Bill Moggridge مؤسس الاستشارات الدولية IDEO "ان الكثير من التجارب والأخطاء تحدث لجعل الأشياء تبدو بدون مجهود" وهو يؤكد على ان ما نراه ونستخدمه من منتجات أو خدمات ويبدو سهلاً في استخدامه قد سبقه الكثير من التجارب والخطأ حتى يصل إلى المستهلك سهل الاستخدام متوافق مع طريقته في التفكير لا يتطلب معاناه ومجهود كبير لاستخدامه. (١٢)**

#### التصميم والمستخدم Design and the user

التصميم الجيد يبدأ من احتياجات المستخدم، ولا يمكن للتصميم أن

وتتنوع الصناعات الإبداعية بصورة كبيرة من حيث حجمها وتنظيمها ونشاطها الاقتصادي فهي تختلف عن الأعمال التقليدية التي تعتبر المدير المسؤول عن المؤسسة هو سبب النجاح بينما في الصناعات الإبداعية يكون النجاح بسبب المبدعون وأشخاص يتمتعون بمواهب ثمينة، وبما أن علم النفس هو ما يزال يحكم التسويق فالمديرون يعملون أما المستهلكون فينصرفون فالصناعات الإبداعية تصنع أما المستهلكون فيستخدمون والغرض هو أن تجعل المستهلكين يقرون باحتياجاتهم لكل ما يمكنك تقديمه، مما سبق يتضح ان الصناعات الإبداعية التي يقدمها المبدعون لتشكيل اقتصاد الإبداع يستخدمون فيه مهاراتهم لجميع مجالات العمل الأخرى كالهندسة والتعليم والصحة، ومع تطور الاهتمام العالمي بالموارد البشرية المبدعة، أصبح ذو الأفكار أكثر نفوذاً ممن يشغلون الآلات، لكن العلاقة بين الإبداع والاقتصاد ما زالت غير مرتبة، وفق ما يقوله جون هوكنز مؤلف كتاب «اقتصاد الإبداع».

ويحقق الجمع بين الإبداع والاقتصاد ثروة استثنائية، وقد أصبحت الملكية الفكرية في السنوات القليلة الماضية ذات تأثير كبير في الناتج الاقتصادي العالمي، وفي طريقة حيازة الأفراد لأفكارهم وامتلاكهم لها. وهذا ينتج ما يسمى بـ«موجة اقتصاد الإبداع»، أي زيادة القيمة المالية العالمية لاقتصاد الإبداع، والتي بلغت عام ٢٠٠٥ نحو ثلاثة تريليونات دولار، وهي تنمو بمعدل ٦% سنوياً. وتسابق الشركات الأمريكية الزمن إزاء تعظيم الاستفادة الاقتصادية من الصناعات الإبداعية؛ حيث تبلغ استثمارات نحو تريليون دولار سنوياً في المنتجات الثقافية، وهو يساوي الاستثمار السنوي في الزراعة مثلاً، كما أسهمت الصناعات الأمريكية المعتمدة على حقوق النشر في الاقتصاد الأمريكي أكثر من أية صناعة أخرى، أي أكثر من صناعة السيارات والطائرات.

وفي الإطارات ذاته تزدهر الأعمال اليدوية في سوق الفن، وتبلغ قيمتها في الصين ١٥ مليار دولار، وتبلغ قيمة اقتصاد التصميم ١٤٠ مليار دولار، ويساوي الاقتصاد العالمي في مجال البرمجيات ٦٠٠ مليار دولار، واقتصاد تصميم الأزياء ٦٠ مليار دولار، وتنتج صناعة الأفلام نحو ثلاثة آلاف فيلم في العام، تصل قيمتها إلى أكثر من ٨٠ مليار دولار، ويحقق قطاع الموسيقى في العالم أيضاً ٨٠ مليار دولار سنوياً، وتبلغ قيمة الاقتصاد في المسرح ٥٠ مليار دولار، أما الكتب والمجلات والصحف فتصل إلى ١٢٦ مليار دولار.

هناك أيضاً من يؤكد أن حركة النشر والكتاب بالغة التأثير في العالم، إذ بلغ حجم صناعة النشر في العالم نحو ٢٢٥ بليون دولار، كان نصيب المطبوعات الورقية منها أي الكتاب والصحف ٩٠ بليوناً، وهو رقم يفوق حجم إصدارات السينما فيما بلغ حجم ما نشر من إصدارات الموسيقى ١٩ بليون دولار.

#### تصنيف الصناعات الإبداعية

تنتم الصناعات الإبداعية إلى حد كبير بطبيعة مدخلات العمل:

ورغبات المستهلكين بشكل عام (١١) مما سبق يتضح ان المصممين على عكس الفنانين لا يمكنهم ببساطة اتباع نبضات قدراتهم الابداعية بشكل مباشر ولكنهم يعملون في بيئة تجارية مما يعني أن هناك عدد هائل من العوامل التي تحكم عملية التصميم فهم يسألون أنفسهم عدة أسئلة لا ينشغل بها الفنانين مثل:

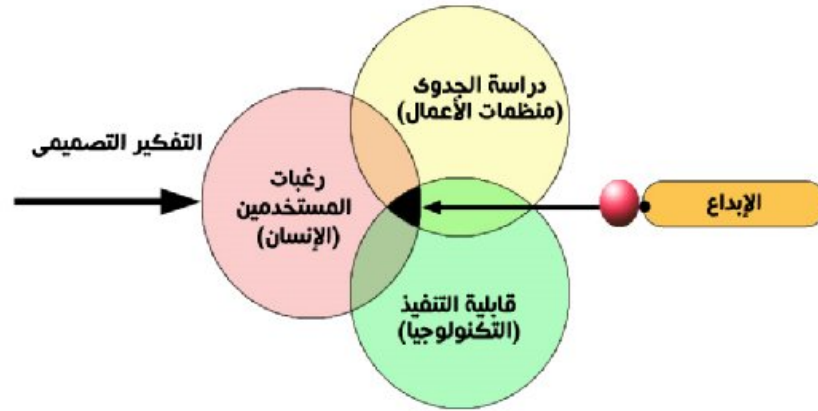
- هل المنتج أو الخدمة التي يبتكرونها مطلوبة فعلاً أي أنها احتياج حقيقي للمستخدم؟
- هل هي مختلفة عن مثيلاتها في السوق؟
- هل تفي باحتياجات المستخدمين؟
- ما هي تكلفة انتاجها؟ وهل هي مناسبة؟
- هل هي آمنة في الاستخدام؟

ان التركيز على العميل يجعل التصميم داعماً قوياً لأي نوع من الأعمال ولكي تنجح الشركات يجب أن تصمم منتجات أو خدمات تلبي احتياجات عملائها أفضل من المنافسين سواء كان ذلك في الوظيفة الاستخدامية أو الجمالية أو الاقتصادية أو البيئية للمنتج ويؤكد ذلك الدراسة التي أجراها مجلس التصميم البريطاني والتي توضح أن المؤسسات التي يقودها التصميم على مؤشر فاينانشيال تايمز تفوقت على المؤشر بنسبة ٢٥%.

يحقق الجودة إذا لم يلبي احتياجات المستخدم، ومما لاشك فيه ان المنتجات أو الخدمات الفاشلة هي التي لم يفهم من صممها طبيعة احتياج المستخدم. ان معرفة ما يطلبه المستخدم هو الخطوة الأولى لعمل المصممين ثم يتم البناء على نتائج هذه المعرفة بعملية تصميمية يمزج فيها الابداع مع البصيرة التجارية، ويختلف المصممين في طرق التصميم فهناك من يجمع بين أبحاث السوق واختبارات المستخدم للمنتج والنموذج الأولي وتحليل الاتجاهات، وتتضح أهمية هذه الطرق التصميمية في أنها تقلل من خطر المغامرة المرتبطة بطرح المنتج في السوق وقياس رد فعل المستخدمين ومدى نجاحه وقدرته على اشباع رغباتهم. (١١)

### التصميم والابداع Design and Innovation

ان التصميم الذي لا يحمل الجديد أو أن يكون مختلفاً أو مثيراً للاعجاب يصعب أن يكون ناجحاً في السوق، لذا فإن طرق التصميم التي لا تحقق منتجات أو خدمات ابداعية لا تكون مخرجاتها ناجحة تسويقياً، وجدير بالذكر ان المصممين يدركون ان الافكار التي تبدو غريبة تستحق الاكتشاف وأن الحلول البديهية ليست هي التصميم الجيد، لذا يلجأ المصممون الى الرسم وعمل النماذج والعصف الذهني واختبارات المستخدم للمنتج وملاحظة سلوك المستخدم للمنتج في البيئة الاستخدامية والذي يولد العديد من الأفكار لتطوير المنتج والتي لم تخطر على بال المصمم أثناء التصميم من خلال مدخلاته المبدئية المرتبطة بأبحاث السوق



شكل (١)

طريقة التفكير الإدارية وعندما يفكر المديرون كمصممين وهو ما يطلق عليه التفكير التصميم Design Thinking يعتبر دافع أساسي للابداع في إدارة المنظمات مما يزيد من القيمة المضافة المقدمة للمجتمع ويحقق عائد مضاعف يصنع ثروات حقيقية للدول النامية ويحقق مفهوم اقتصاد الابداع.

### ما هي طريقة تفكير المصمم (التفكير التصميمي)؟ What is design thinking?

لقد حدد تيم براون Tim Brown الرئيس والمدير التنفيذي لمؤسسة IDEO وهي مؤسسة تعمل على خدمة الفقراء في العالم من خلال التصميم ومشروعات يتم تنفيذها من التفكير التصميمي- حدد مفهوم التصميم على أنه الانضباط (المسار الإداري) الذي يستخدم احساس المصمم وأساليبه لتتلاقى مع احتياجات الناس مع الوضع في الاعتبار الامكانيات التكنولوجية واستراتيجية عمل قابلة للتطبيق يمكن تحويلها الى قيمة للعملاء وفرص تسويقية من خلال استمرار التوازن بين الموثوقية والصلاحية وبين الفن والعلم وبين الحدس والتحليلات وبين الاستكشاف والاستغلال، مما يوضح التفكير التصميمي هو منهج يركز على الانسان واحتياجاته لابداع منتجات وخدمات باستخدام أدوات المصمم وأساليبه في التفكير والعمل. (١٢)

### خصائص استراتيجية التفكير التصميمي

يتميز التفكير التصميمي بمجموعة خصائص تكسبه ميزة نسبية

### كيف يقود التصميم منظمات الأعمال للنجاح؟ How design lead organizations to success?

ان طريقة تفكير المصمم داخل قيادة المنظمة تجلب الابداع الى داخلها ويزيد من التركيز على العميل وفرص قيادة السوق وكسر قوالب المنتجات الرائدة في السوق كما تطور المستهلك عندما يكون شريكاً في تطوير منتجات المنظمة وتحقق له القيمة المضافة، وجدير بالذكر أن الشركات العالمية لديها فنانة بأن المنافسة العالمية لم تعد مرتبطة بخفض الاسعار أو زيادة ميزانية التسويق ولكن يجب التركيز على التصميم والابداع وتقديم كل ما هو جديد فذلك هو مفتاح النجاح والضامن للاستمرارية والريادة في عالم الأعمال.

### التصميم والخدمات العامة Design and public services

يؤكد تقرير مجلس التصميم البريطاني على أن تم اتفاق المليارات على الخدمات العامة سنوياً في بريطانيا وبالرغم من أن بريطانيا تعتبر موطن لعدد هائل من المبدعين والمواهب التصميمية لكن أفضل المصممين نادراً ما يشاركون في تصميم الخدمات العامة ومن المؤكد ان المشاركة الفاعلة للمصممين في تصميم وتطوير الخدمات العامة تحقق احتياجات المستفيدين وزيادة العمل الابداعي داخل المنظمات في نظام العمل المؤسسي. (١١)

مما سبق يتضح أن الاختلاف في طريقة إدارة المنظمات بين

النتائج

### ٣- تنوع مراحل التفكير التصميمي

ان مشروعات التفكير التصميمي تتكون من مراحل متباينة ومتقاربة بحيث تساعد الفريق على التفكير المتنوع والتي تبني نتائج الصيغة النهائية المتقاربة، مما يوضح ان التفكير التصميمي هو نموذج منظم ذو معالم محددة على جدول المشروع، ومن الجدير بالذكر ان المشاريع عادة تبني على أهداف محددة في البداية ولكن مشاريع التفكير التصميمي تتميز بأنها غير محسومة النتائج من البداية لان الاحتمالات مفتوحة حتى المرحلة النهائية مما يعني احتمالات الابداع والجديد واردة بقوة نتيجة التفكير المتباين المتقارب في النهاية فهي طريقة منهجية لتوليد الابداع.

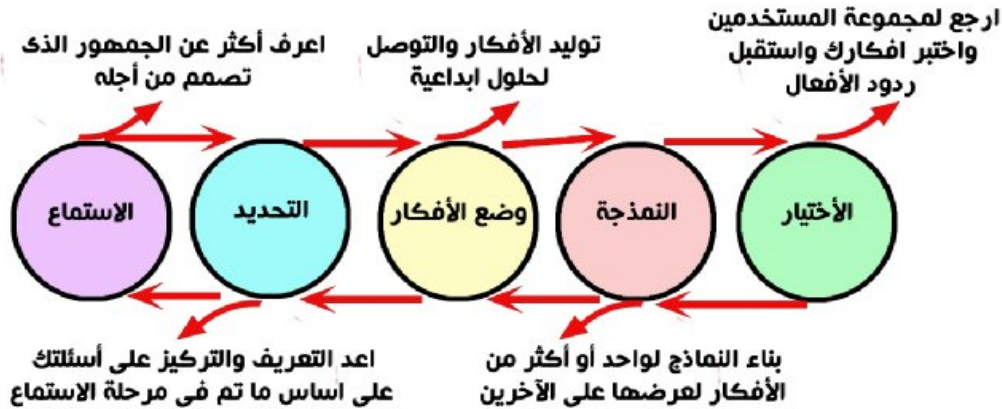
لتحقيق النجاح لمنظمات الأعمال: (٦)

### ١- التفكير التصميمي محوره الأساسي الإنسان

بمعنى التركيز على الناس (العملاء) واحتياجاتهم بدون ارتباط بتكنولوجيا محددة أو أي ظروف أخرى، ويستخدم لتحقيق ذلك أساليب منها الملاحظة والمقابلات والعصف الذهني وعمل النماذج الأولية

### ٢- تكرارية دورة التفكير التصميمي

أثناء العمل في المشروع فإن فريق التفكير التصميمي يعمل بمنهجية تكرارية من خلال اعادة تعريف المشكلة وتحديد الاحتياجات وتحديد التصورات وبناء النموذج الأولي واختباره مع المستخدم، بالإضافة الى ان المنهجية التكرارية تمكن الفريق من اكتساب خبرات كبيرة في مجال الاحتياجات الانسانية وتدعم تنوع



شكل (٢)

مبكر في عملية الابداع

لقد حدد Luke Wroblewski مصمم البرمجيات المستخدمة من قبل ٧٥٠ مليون شخص حول العالم الفرق بين منهجية التفكير الإداري والتصميمي (١٣) كما هو موضح في جدول (٣)

### ٤- التفكير التصميمي هو النمذجة Design Thinking is Prototyping

ان اعداد النموذج الأولي كأحد مراحل التفكير التصميمي يجعله ملموساً لفريق العمل والمستخدم وممزج بالخبرة ومجرب وهو من أهم أسس التفكير التصميمي، مما يتيح للمستخدم أن يشارك بشكل

جدول رقم (٢) مقارنة بين منهجية التفكير الإداري ومنهجية التفكير التصميمي في إدارة الأعمال

الموضوع	منهجية التفكير الإداري	منهجية التفكير التصميمي
حل المشكلات	تعتمد على المعادلات	تعتمد على بناء التفكير والتجربة والخطأ
التحقق من الصلاحية	من خلال ما يقوله العملاء وغالباً ماتكون مزيج من التحقق من النوعي من خلال التركيز على المجموعات والتحقق الكمي من خلال الدراسات البحثية واستطلاعات الرأي	من خلال ما يفعله العملاء وغالباً ما يكون من خلال الملاحظة المباشرة لسلوك العملاء واختبارات الاستخدام (قابلية الاستخدام)
الحصول على المعلومات	عن طريق تحليل السوق وسلوك المستهلك الكلي	عن طريق الملاحظة المباشرة لسلوك المستهلك وتوقع ما يمكن حدوثه
الانتهاء	الانتهاء من مرحلة الاستراتيجية يمثل بداية مرحلة تطوير المنتج	التطور مستمر ائماً بالاشتراك مع العملاء
التركيز على	فهم نتائج أنشطة العميل	فهم أنشطة العميل
الأدوات المستخدمة للتوافق مع الرؤية الاستراتيجية	جداول البيانات وعرض Power Point	النماذج الأولية والأفلام والسناريوهات
الوصف من خلال	كلمات غالباً ماتكون عرضه للتأويل	الخبرة المباشرة مع النماذج الأولية والتمثيلي التصويري
أعضاء الفريق	الخبراء المتخصصين والمسؤوليات الفردية	على شكل حرف T بحيث تكون الخبرة هي المهارة الرئيسية عمودية على المهارات الثانوية والفريق متعاون في المسؤوليات
أنماط العمل	وظائف دائمة على المهام المطلوبة وساعات عمل محددة	مشاريع مؤقتة مع مهام مرتبطة بها وساعات عمل مرنة
هيكل المكافآت	التقييم على أساس الخلاصة النهائية	التقييم النظير على أساس جودة الحلول

باتت في الفترة الأخيرة أكثر تناغماً مع قطاعات خدمية عديدة، مثل: السياحة، والنقل، الشحن، الطاقة، المالية، التأمين، الاتصالات، المحاسبة، الشؤون القانونية، الرعاية الصحية، الإعلان، البناء، الهندسة، العمارة، تكنولوجيا المعلومات، الضرائب، التعليم، التجارة الإلكترونية، الخدمات البيئية. ولعل أكثر ما يفرض على صانعي القرار في منظومتنا العربية للاهتمام بالصناعات الإبداعية ما يشهده العالم من صراعات، في ضوء التقسيم الأكثر شمولية للموارد الاقتصادية والذي يكثر استخدامه في مجال المال والأعمال حول (موارد بشرية وموارد طبيعية ورأس المال)، ونظراً لما تتمتع القوى العاملة اليوم بقدرة كبيرة على الانتقال بين الشركات والبلدان بشكل لم يسبق له مثيل، وتزايد حدة هذه الظاهرة يوماً بعد يوم مع تصاعد موجة العولمة، ففي الماضي كانت الدول تتصارع عسكرياً حول النفط باعتباره أهم مورد اقتصادي، أما اليوم فإن الصراع قد بدأ يدور حول اجتذاب المواهب العاملة في سبيل التفوق الاقتصادي، وبعد أن كانت الشركات تتصارع في حروب الأسعار والتسويق، بدأ صراعها يدور حول المواهب والذكاء البشري والإبداع الإداري، والذي يكمن فيه سر تفوق الشركات الجاذبة للمواهب حيث بات واضحاً أن امتلاك هذه الشركات للذكاء والإبداع وقدرتها على استنزاف المواهب من منافسيها، يعتبر ميزة تنافسية جديدة يصعب التغلب عليها لاتصافها (الموارد البشرية) بصفتي الندرة والنضوب.... ومن ثم بات العمل على تنمية الأفكار ورعاية المبدعين، ضرورة تنموية لمواكبة المجتمع العربي ما تفرضه حركة التحديث والتطور العالمي من تحديات.

#### الاقتصاد الإبداعي في خدمة التنمية

لقد عقد حوار السياسات العامة الرفيع المستوى بشأن اقتصاد الإبداع في خدمة التنمية في ٢٦ نيسان/أبريل ٢٠١٢ في الدوحة، باعتباره حدثاً خاصاً للأونكتاد الثالث عشر (٢).

وكان الغرض من الحوار هو مواصلة دعم الحكومات في تعزيز اقتصاداتها الإبداعية، كخيار إنمائي ممكن للنهوض بالنمو الاجتماعي - الاقتصادي والتجارة والابتكار. وقد ناقشت الحكومات استراتيجيات السياسات العامة، والعمليات الم تعددة الأطراف والتجارب الوطنية، كما ناقشت المبادرات المحددة لتشجيع اقتصاداتها الإبداعية. وتم التأكيد على ثلاث نقاط هي:

- إن اقتصاد الإبداع يمكن أن يشكل ذروة التنمية الشاملة للجميع
  - إن اقتصاد الإبداع هو صناعة خضراء تساهم في تحقيق التنمية المستدامة
  - إن اقتصاد الإبداع يُشجّع ويعزز التنوع في الثقافة والأفكار والتفكير بأسلوب ديمقراطي.
- بمعنى أن اقتصاد الإبداع أصبح محركاً رئيسياً لتنويع وتحديث اقتصادات عدد من البلدان في الشرق الأوسط، وبالرغم من الاضطرابات الاقتصادية العالمية، ظل الطلب على معظم المنتجات الإبداعية قوياً طوال العقد. فقد بلغ مجموع الصادرات العالمية من المنتجات الإبداعية ٥٥٩,٥ مليار دولار في عام ٢٠١٠؛ أي أنها تجاوزت الضعف في ثمانية أعوام فقط، والمنتجات الإبداعية أكثر قدرة على الصمود - إلى ١٠,٧ في المائة في الفترة ٢٠٠٢ في مواجهة هبوط النشاط الاقتصادي بسبب نمط الحياة الحديث للمجتمع العصري الذي يتزايد ارتباطه بالوضع الاجتماعي والأناقة والعلامات التجارية والتفاعل في شبكات التواصل الاجتماعي وجميعها أمور مترسخة حول اقتصاد الإبداع. كما أن التقدم في التكنولوجيا الرقمية والنماذج التجارية الحديثة تحررّ صنع وتوزيع المكون الإبداعي الرقمي مثل الموسيقى والألعاب والأفلام والكتب والإعلانات وغير ذلك.

#### الواقع العربي

وعلى الصعيد العربي تشير الإحصاءات إلى تراجع مشاركة الانتاج الثقافي في منظومة الاقتصادات العربية... فيؤكد تقرير التنمية العربية الأول أن الصناعات الثقافية - التي تعتبر الخطوة الأولى نحو الصناعات الإبداعية - في وطننا العربي لا تكاد تحظى باهتمام يذكر، ومركزها في الاقتصاد القومي ضعيف، والعائدات منها ليست كبيرة، كما لا يوجد قاعدة بيانات ولا إحصائيات دقيقة للدخل القومي منها، في حين أن الصناعات الثقافية تشكل ما بين ٥% وحتى ١٠% من قيمة المنتجات في العالم (١٠).

#### الملكية الفكرية ضمانة اقتصادية للإبداع (١٤)

وتشير دراسات «الويبو» (المنظمة العالمية للملكية الفكرية World Intellectual Property Organization) إلى أن الصناعات القائمة في الدول العربية متخلفة إلى حد كبير، فلا يهتم غالبية الناس والحكومات في العالم العربي بحماية حقوق الملكية الفكرية، التي تساعد على ازدهار اقتصاد الإبداع، فالمؤلف يحتاج إلى دعم مادي، وحمايته فضلاً عن الدعم المعنوي حتى يستطيع إنجاز مشروع الفكرية والإبداعي، وإلا سيضطر إلى البحث عن عمل آخر، إذا لم يأخذ حقه، الذي يتقاضاه مقابل جهده الفكري، لذلك فحماية الملكية الفكرية تحافظ على حقوق المؤلف، وعدم إهدارها معنوياً ومادياً.. أي تحقيق مبدأ المال والقيمة والحفاظ عليهما مقابل العمل والجهد، كما تحقق حماية حقوق المؤلف له الاستقلالية والحرية فتجعله غير مضطراً للاعتماد على أي جهات سواء حكومية أو خاصة تتدخل في عمله الفكري، أي أن حماية الملكية الفكرية تعطيه الاستقلال، وتحميه من التدخل الذي يكون في النهاية قاتلاً لاستقلاله، ومن ثم حريته الفكرية. كما أن عدم الحفاظ على الملكية الفكرية يجعل المؤلفين يرتمون في أحضان جهات توظّر إنتاجه وتوجهه لخدمة أهداف معينة تقلص دائرة الإبداع والانطلاق الثقافي.

#### مستقبل زاهر للمبدعين

وتتظن صناعة الإبداع في المنطقة العربية فرصاً متميزة في النمو خلال السنوات المقبلة، وفقاً لتقرير الأونكتاد ٢٠١٠، خصوصاً في ظل التكوين الديموجرافي للدول العربية، حيث إن ٦٠% من سكانها تحت سن ٢٥ سنة ويمثلون جمهوراً متميزاً لصناعة الإعلام، بل إن هناك توقعات بأن ينمو سوق الإعلام «الديجيتال» بأكثر من ١٠% خلال السنوات الخمس المقبلة، وهو ما يتفوق على المتوسط العالمي المتوقع بـ ٦.٦%.

#### ماذا نحتاج للوصول إلى الإبداع؟

ولعل أكثر ما تحتاجه المجتمعات العربية للوصول إلى الإبداع ليصبح مصدراً لاقتصاداتها، تغيير أساليب التعليم، فنحتاج أن نتعلم لنكون مبدعين، وثمة حاجة للتعليم الذاتي والمستمر المعتمد وغير المعتمد، وهذا يجعل المعلمين (بشروط) من الطبقة الإبداعية الجديدة.

وفي هذا السياق يقول "جون هارتلي" محرر كتاب "الصناعات الإبداعية (كيف تنتج الثقافة في عالم التكنولوجيا والعولمة)" الصادر عن المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب بالكويت في العام ٢٠٠٧: "يجب أن تكون الأهداف الجديدة للتعليم تطوير الملكات، الأساسية كالقراءة والكتابة والحساب، والتصرف بمسؤولية تجاه الآخرين، والمبادرة والعمل الجماعي، والقدرة على مواصلة التعلم، وسيتولى تقديم التعليم منظمات أقدر على تحديد احتياجات المتعلمين، وسيتوزع التعليم بين الأسرة والعمل والمقاهي والفصول الدراسية".

ولعل إطلاق المهارات الفردية وتوفير الأجواء العلمية للإبداع ونشر ثقافة التجريب وتطوير الأفكار وتنقيحها، وجلسات العصف الذهني المدخل الأهم للوصول إلى اقتصاد إبداعي... ليكون المبدعون هم قاطرة التنمية في عالمنا، إذ أن الصناعات الإبداعية

المنتج في السوق وقياس رد فعل المستخدمين ومدى نجاحه وقدرته على اشباع رغباتهم.

- التصميم الذي لا يحمل الجديد أو أن يكون مختلفاً أو مثيراً للاعجاب يصعب أن يكون ناجحاً في السوق.
- لتطوير تصميم المنتج أو الخدمة يجب على المصمم استخدام الوسائل التي تحقق التفكير الابداعي في اشباع رغبات المستهلكين مثل الرسم وعمل النماذج والعصف الذهني واختبارات المستخدم للمنتج وملاحظة سلوك المستخدم للمنتج في البيئة الاستخدامية والذي يولد العديد من الأفكار لتطوير المنتج والتي لم تخطر على بال المصمم أثناء التصميم من خلال مدخلاته المبدئية المرتبطة بأبحاث السوق ورغبات المستهلكين بشكل عام
- التركيز على العميل يجعل التصميم داعماً قوياً لأي نوع من الأعمال ولكي تنجح الشركات يجب أن تصمم منتجات أو خدمات تلبي احتياجات عملائها أفضل من المنافسين
- المشاركة الفاعلة للمصممين في تصميم وتطوير الخدمات العامة في الدول النامية تحقق احتياجات المستفيدين وزيادة العمل الابداعي داخل المنظمات في نظام العمل المؤسسي

#### ثانياً: التفكير التصميمي (منهجية تفكير المصمم)

- طريقة تفكير المصمم داخل قيادة المنظمة تجلب الابداع الى داخلها ويزيد من التركيز على العميل وفرص قيادة السوق وكسر قوالب المنتجات الرائدة في السوق كما تطور المستهلك عندما يكون شريكاً في تطوير منتجات المنظمة وتحقق له القيمة المضافة
- المنافسة العالمية لم تعد مرتبطة بخفض الاسعار أو زيادة ميزانية التسويق ولكن يجب التركيز على التصميم والابداع وتقديم كل ما هو جديد فذلك هو مفتاح النجاح والضامن للاستمرارية والريادة في عالم الأعمال.
- عندما يفكر المديرون كمصممين وهو ما يطلق عليه التفكير التصميمي Design Thinking يعتبر دافع أساسي للابداع في إدارة المنظمات مما يزيد من القيمة المضافة المقدمة للمجتمع ويحقق عائد مضاعف يصنع ثروات حقيقية للدول النامية ويحقق مفهوم اقتصاد الابداع
- التفكير التصميمي مبني على استخدام احساس المصمم وأساليبه لتتلاقى مع احتياجات الناس مع الوضع في الاعتبار الامكانيات التكنولوجية واستراتيجية عمل قابلة للتطبيق يمكن تحويلها الى قيمة للعملاء وفرص تسويقية من خلال استمرار التوازن بين الموثوقية والصلاحية وبين الفن والعلم وبين الحدس والتحليلات وبين الاستكشاف والاستغلال

#### المناقشة Discussion :

يمكن تلخيص أهم ما توصل اليه البحث على النحو التالي:

١. ضرورة اكتساب الموارد البشرية لمهارات التفكير التصميمي لتحقيق النجاح والتحسين المستمر لمنظمات الأعمال.
٢. أهمية التركيز على المستخدم ورغباته وامكانياته لتصميم منتج يحقق الهدف منه.
٣. الحث على استخدام التفكير التصميمي في تصميم الخدمات.
٤. التركيز على تنمية المهارات في برامج التعليم في الدول النامية لتحقيق بيئة داعمة للابداع
٥. الابداع لا يتحقق من خلال أشخاص موهوبين فقط وإنما يحتاجون الى بيئة داعمة واتصالات ومحتوى
٦. الصناعات الابداعية تعتبر الاستثمار الأمثل لتحقيق الثروات للدول النامية
٧. رأس المال الفكري هو الميزة النسبية الأساسية للصناعات الابداعية واقتصاد الابداع.
٨. حقوق الملكية الفكرية ضرورية لحماية رأس المال الفكري.

#### اقتصاد الابداع: خيار إنمائي قابل للتنفيذ

نظراً لاعتماده على الأفكار والمعارف والمهارات والقدرة على الاستفادة من الفرص الجديدة . ويوجد ما يدل حالياً على أن اقتصاد الابداع يتيح إمكانيات كبيرة للبلدان النامية للتقدم بوتثبات وتنويع اقتصاداتها والاستفادة على نحو أفضل من قطاع الاقتصاد العالمي هذا المعتمد على المعرفة والذي ينمو بمعدلات مرتفعة . ويتمثل التحدي في تحديد كيفية بناء اقتصاد شامل ومستدام وإبداعي . وبلغت أصغر البلدان حجماً في فئة أقل البلدان نمواً، مثل زامبيا، مرحلة تستطيع فيها إشراك قطاعاتها الإبداعية التي يقودها الشباب بصورة رئيسية

#### تعزيز التعاون الدولي بشأن اقتصاد الابداع

التعاون الدولي بشأن اقتصاد الابداع، وبخاصة مساهمة منظومة الأمم المتحدة على أساس "أمم متحدة واحدة - صوت واحد" . وأقرت الجلسة بأن الأونكتاد يلعب دوراً فعالاً في بناء التآزر داخل منظومة الأمم المتحدة بغية تحسين اتساق السياسات، والتكامل، ووضع مشاريع مشتركة وإجراءات دولية أكثر فعالية .

وأفاد مركز التجارة الدولية أن القطاعات المستهدفة الرئيسية هي قطاعات الحرف والفنون المرئية والموسيقى في البلدان النامية . وحدد المركز الفرص التي تسمح بتطبيق الأفكار الإبداعية في الأعمال التجارية عن طريق تنظيم المشاريع، وذكر أن أنشطته موجهة نحو السوق. وأفاد أنه يوفر معلومات عن الأسواق وتدريباً على أمور تشمل التجارة الإلكترونية والخدمات الاستشارية لدعم الصناعات الإبداعية وتحسين القدرة التنافسية للمشاريع الصغيرة والمتوسطة الحجم بالتعاون مع الشركاء المحليين. وهو يعمل أيضاً مع راسمي السياسات لتشجيع إدخال بُعد ثقافي في سياسات تنمية التجارة الوطنية . أما المجالات ذات الأولوية بالنسبة لمنظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة (اليونسكو) فهي:

- أ- وضع الثقافة في صلب الاقتصاد
- ب- تقديم خدمات الدعم لحماية وتطوير قيم ثقافية مثل التنوع الثقافي؛
- ج- تقديم المساعدة التقنية بحسب الطلب لتعزيز السياسات الثقافية.

#### النتائج Results:

مما سبق يخلص الباحث الى امكانية الاستفادة من مفهوم التصميم كصناعة ابداعية للمنتج أو الخدمة وعلاقته بالانسان - كما ورد في اصدارات المجلس البريطاني للتصميم وحقوق الملكية الفكرية كما ورد في دراسات المنظمة العالمية للملكية الفكرية (ويبو) ومقومات الاقتصاد الابداعي كما جاء في تقرير الأونكتاد السالف الذكر - واستراتيجية التفكير التصميمي التي تم استعراض خصائصها سابقاً في إدارة منظمات الأعمال - التي تعتبر أحد الركائز المهمة للاقتصاد الإبداعي - بطرق غير تقليدية مركزها الإنسان المستفيد والمستهلك والمستخدم للمنتج أو الخدمة التي يتم تصميمها وتقديمها له كمساهمة في بناء اقتصاد الابداع للدول النامية المرتكز على الصناعات الابداعية كما يلي:

#### أولاً: تصميم المنتج أو الخدمة

حتى يكون التصميم صناعة ابداعية بشكل فعال يجب أن يتم تصميم المنتجات أو الخدمات من خلال مراعاة الاعتبارات التالية:

- التصميم الجيد يبدأ من احتياجات المستخدم، ولا يمكن للتصميم أن يحقق الجودة إذا لم يلبي احتياجات المستخدم
- العملية التصميمية الفعالة يمتزج فيها الابداع مع البصيرة التجارية
- يجب أن يلتزم المصمم بطرق التصميم التي تجمع بين أبحاث السوق واختبارات المستخدم للمنتج والنموذج الأولي وتحليل الاتجاهات، وذلك لتجنب خطر المغامرة المرتبطة بطرح

9. American Economic Association (2014), What is Economics, from <https://www.aeaweb.org/students/WhatIsEconomics.php>
10. <http://www.arab-hdr.org/publications/other/ahdr/ahdr2002a.pdf>
11. Richard Seymour (2002), what is Design, Design Council, from <http://www.designcouncil.org.uk/>
12. Soumitra Dutta (2012), the Global Innovation Index2012, Stronger Innovation Linkages for Global Growth, World Intellectual Property Organization WIPO, from [http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/economics/gii/gii\\_2012.pdf](http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/economics/gii/gii_2012.pdf)
13. Luke Wroblewski (2005), A Difference of Design, from <http://www.lukew.com/ff/entry.asp?205> available at <http://www.wipo.int/portal/ar> 17<sup>th</sup> July 2014
14. المؤشرات العالمية للملكية الفكرية Accessed on <http://www.wipo.int/portal/ar> 17<sup>th</sup> July 2014
15. British Council Creative cities project by BC – Archive(2011) ,What are Creative Industries and Creative Economy,from <http://creativecities.britishcouncil.org/Archive>
16. University of St.Gallen DT at HSG (2011), Design Thinking Method, from <http://dthsg.com/design-thinking-method/>
9. اكتساب المهارات اللازمة لاجتاد العلاقات البيئية والقدرة على التحليل والاستنباط والتطبيق واستخلاص النتائج
- المراجع References :**
1. جون هارتلي (ابريل ٢٠٠٧م): الصناعات الابداعية.. كيف تنتج الثقافة في عالم التكنولوجيا والعولمة، ترجمة/ بدر الدين سليمان الرفاعي، جزء أول، سلسلة عالم المعرفة، العدد (٣٣٨)، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت.
2. مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (ابريل ٢٠١٢) الدورة الثالثة عشرة الدوحة، قطر .
3. Walter W. Powell & Kaisa Snellman (2004) The Knowledge Economy. Annual Review of Sociology - Volume 30.
4. الحسن عايشي (٢٠١٢) - الاقتصاد الريعي في البلدان العربية وراء البطالة وإضعاف جودة الوظائف- <http://carnegie-mec.org/2012/03/06/>
5. British Council Creative cities project by BC – Archive (2011) ,What are Creative Industries and Creative Economy,from <http://creativecities.britishcouncil.org/Archive>
6. Tim Brown (2014), Design Thinking, <http://designthinking.ideo.com/>
7. Jodi Beggs (2014), Value Added, from <http://economics.about.com/od/economicssary/g/valueadded>
8. Creative economy report (2008) , The challenge of assessing the creative economy with a view to informed policy-making available at [http://unctad.org/en/Docs/ditc20082cer\\_en.pdf](http://unctad.org/en/Docs/ditc20082cer_en.pdf) accessed on 12th December 2014