

## المحور الثاني: مساهمة الملكية الفكرية في خلق حوافز الإبتكار

### المحاضرة الثالثة : حوافز الإبتكار ودورة حياة المؤسسة

أولاً : أهم حوافز الإبتكار:

إليك أهم الحوافز التي تشجع على الإبتكار والإبداع: (جاد الرب سيد محمد 2013، 110-112)

#### ■ الحوافز المالية :

- المكافآت المالية للأفكار المبتكرة الناجحة
- الحصص والأسهم في الشركة أو المشاريع الجديدة
- زيادة الرواتب والمكافآت المرتبطة بالإنجازات الإبتكارية
- جوائز نقدية للمسابقات والتحديات الإبتكارية

#### ■ الحوافز المعنوية :

- التقدير والاعتراف العام بالإنجازات
- شهادات التميز والجوائز التقديرية
- النشر الإعلامي للمبتكرين ومشاريعهم
- الترقيات الوظيفية والمناصب القيادية
- التطوير و توفير البيئة الداعمة للإبتكار :

- برامج التدريب والتطوير المهني
- المؤتمرات والفعاليات المتخصصة
- فرص التعلم المستمر والتطوير الذاتي

#### ■ الدعم المؤسسي :

- ميزانيات مخصصة للمشاريع الابتكارية
- حاضنات ومسرّعات الأعمال
- الشراكات الاستراتيجية مع مؤسسات أخرى
- البنية التحتية التكنولوجية المتقدمة
- الحوافز الاجتماعية
- العمل الجماعي وثقافة التعاون
- التواصل مع شبكة من المبتكرين
- المشاركة في مجتمعات الابتكار
- بناء السمعة المهنية والعلامة الشخصية

#### ثانياً : الأهمية الإقتصادية لمساهمة الملكية الفكرية في خلق حوافز الإبتكار

الملكية الفكرية ليست مجرد حماية قانونية، بل هي أداة اقتصادية استراتيجية تخلق بيئة محفزة للإبتكار، وتدعم التنمية المستدامة، وتزيد من القدرة التنافسية للدول والشركات في الاقتصاد العالمي والتي تُعد ركيزة أساسية في الاقتصاد الحديث لأنها تمنح المبتكرين حوافز قوية للاستثمار في الأفكار الجديدة، مما يعزز النمو الاقتصادي ويخلق ميزة تنافسية للدول والشركات.

وهناك مجموعة من الطرق التي تساهم بها الملكية الفكرية في تعزيز الإبتكار وخلق حوافز له، من أهمها :  
(بسنت جون 2012، 95)

#### 1. خلق الحوافز للإبداع

- حماية الحقوق : براءات الاختراع، حقوق النشر، والعلامات التجارية تمنح المبتكرين حماية قانونية، مما يشجعهم على الاستثمار في البحث والتطوير دون خوف من التقليد.
- عائد اقتصادي مباشر: الملكية الفكرية تتيح للمبدعين الاستفادة مالياً من أفكارهم عبر الترخيص أو بيع الحقوق، وهو ما يحفز المزيد من الإبتكار.

## 2. تعزيز القدرة التنافسية

- ميزة استراتيجية : الشركات التي تمتلك حقوق ملكية فكرية قوية تتمتع بقدرة أكبر على التميز في السوق، مما يرفع قيمتها السوقية ويزيد من حصتها التنافسية.
- فتح أسواق جديدة : الابتكار المدعوم بالملكية الفكرية يخلق منتجات وخدمات جديدة، ما يفتح مجالات استثمارية وأسواقاً غير مستغلة سابقاً.

## 3. دعم التنمية الاقتصادية

- اقتصاد المعرفة : في عصر الاقتصاد الرقمي، المعرفة والابتكار أصبحا من أهم عوامل النمو، والملكية الفكرية هي الأداة التي تحول هذه المعرفة إلى قيمة اقتصادية ملموسة.
- خلق وظائف عالية القيمة : الابتكار المدعوم بالملكية الفكرية يساهم في توفير فرص عمل متقدمة في مجالات التكنولوجيا، البحث العلمي، والصناعات الإبداعية.

## 4. جذب الاستثمار

- ثقة المستثمرين : وجود نظام قوي لحماية الملكية الفكرية يعزز ثقة المستثمرين المحليين والأجانب، لأنه يقلل من المخاطر المرتبطة بالقرصنة أو التقليد.
- تشجيع الشراكات : الشركات ذات الأصول الفكرية القوية تجذب شراكات استراتيجية مع مؤسسات أخرى، مما يضاعف فرص النمو.

## ثالثاً : الإبتكار والإبداع وأهميته الإقتصادية في دورة حياة المؤسسة

دورة حياة المؤسسة : هي مفهوم في الاقتصاد يستخدم لوصف المراحل المختلفة التي تمر بها المؤسسات والشركات على مر الزمن. يتميز كل مرحلة بسمات وتحديات محددة، وهناك عدة مراحل رئيسية في دورة حياة المؤسسة. الدورة تعتمد على نمو المؤسسة وتطورها وتتضمن عادة الأمور التالية:

1. مرحلة البداية (الإنشاء): هذه المرحلة تشمل إنشاء المؤسسة أو الشركة. يتعين على المؤسسين تحديد الرؤية والرسالة والأهداف الأساسية للمؤسسة. يتم البحث عن رأس المال الاستثماري ووضع الخطط الأولية.

2. مرحلة النمو: في هذه المرحلة، تشهد المؤسسة زيادة في المبيعات والإيرادات. يتعين على المؤسسة توسيع أعمالها وزيادة إنتاجيتها. يمكن أن يكون هناك اتساق في الأرباح أو فترات نمو سريع.
3. مرحلة النضج: تعد هذه المرحلة هي فترة استقرار المؤسسة حيث تكون مكتملة البنية التحتية والموارد. تكون الأرباح مستقرة والمنافسة شديدة. يركز هنا على تحسين الكفاءة وزيادة الربحية.
4. مرحلة الانكماش (التراجع): (في بعض الأحيان، تواجه المؤسسة تحديات تؤدي إلى تقليص حجم الأعمال. يمكن أن يكون هذا نتيجة لتغيرات في السوق أو مشكلات مالية. يتعين على الشركة أن تتكيف مع الوضع وتنفذ استراتيجيات للتعافي.
5. التجديد أو النمو مجددًا: بعد مرحلة الانكماش، قد تقرر المؤسسة إعادة بناء نفسها والتركيز على النمو والتوسع مرة أخرى. ذلك قد يتطلب تطوير منتجات جديدة أو الدخول إلى أسواق جديدة.

### المراجع والإحالات:

بسنت جون. الإبتكار (إبداع، ثقافة، مفاهيم، منهج، تطبيق). ط01، مكتبة لبنان ناشرون، لبنان: ترجمة سلسلة دليلك الأساسي للإدارة ، 2012.

جاد الرب سيد محمد. إدارة الإبداع و التميز التنافسي. عمان، الأردن: ط01، دار كنوز المعرفة، 2013.