

الابتكار والمواهب: المفتاح السحري للمستقبل

آفاق عالمية



أحمد السعدني

إن الضجوة التي تفصل العالم العربي عن الدول الصناعية كبيرة جدا في ميدان الابتكار، مما يؤثر في القدرة التنافسية لسلع والخدمات المحلية، إلا أن الأمل يتوهج في نهاية النفق عبر تحقيق المزيد من التجارب الوطنية الناجحة أسوة بتجربة "أرامكو السعودية" التي برهنت على إمكانات إحداث تقنيات كبيرة في فترة زمنية قصيرة.

كبير المهندسين رئيس هيئة الابتكار في "أرامكو السعودية"

كنت بين مئات الحضور الذين امتلأت بهم قاعة المؤتمرات الرئيسية في فندق هيلتون في جدة الأسبوع الماضي أثناء حفل افتتاح مؤتمر المواهب الذي أقامته مؤسسة الملك عبد العزيز ورجاله لرعاية الموهوبين، برعاية كريمة وحضور لافت من خادم الحرمين الشريفين الملك عبد الله بن عبد العزيز. لقد كان ذلك الحدث، الذي شاركت فيه مجموعة كبيرة من الشخصيات العالمية والوطنية، إعلانا حقيقيا يحمل بشرى واعدة أن المملكة تدخل عالم المستقبل من خلال التركيز على تنمية أعلى ثرواتها.

ويتوأكب الاهتمام السعودي بالمواهب بما يشهده العالم من حولنا من تناقض على اقتناص فرص التطور الصناعي، وما يصر به قطاع الاقتصاد والأعمال في المملكة من تحولات عميقة اقتربت بارتفاع الدخل الوطني ونمو روح المنافسة والتوجه نحو التنمية التقنية والصناعية، ودعم بيئة الاستثمار. وإذا نظرنا إلى مشهد الأعمال السعودي من منظور عالمي، نجد أن التحولات الرامنة هي في حقيقتها انعكاسات للمعلومة والثورات التقنية التي تدفع بقوة نحو التغيير.

وفي اقتصاديات الأسواق العالمية، تعد أفضل طريقة للمو في ألا تنتظر ما يأتي به المستقبل، بل تصنع طريقك إليه عبر الابتكار والاستثمار في تنمية المواهب، فالابتكار اليوم هو السلاح الأكثر قوة لبناء القدرة على المنافسة والنجاح، ومع اتساع بوقعة الأفكار الجديدة بفعل الإنترنت والعلومة أصبح الابتكار يعني انتقاء وتنفيذ الأفكار المناسبة وطرحها في السوق في زمن قياسي، فلم يعد يكفي أن تكون مبتكرا، بل يجب أن تكون أسرع من منافسك في تطوير وتنفيذ الابتكارات. في تسعينيات القرن الماضي، كان الابتكار يركز على جوانب التقنية وضمان الجودة والحد من التكلفة، أما اليوم فهو أعم ويشمل هيكل الشركات وتنظيم بيئة وأساليب العمل فيها بما يحقق الإبداع والنمو. ومع أن الابتكار لا يقاس فقط بعدد براءات الاختراع، إلا أن نظرة سريعة على موقع العالم العربي في خريطة الإبداع العالمية تعطي مؤشرا عن حجم الضجوة مقارنة بالدول المتقدمة

صناعيا. فحسب إحصائيات مكتب براءات الاختراع والعلامات التجارية الأمريكي فإن عدد براءات الممنوحة من المكتب للدول العربية بلغ 633 منها 223 (نحو 35 في المائة) من المملكة مقارنة بنحو 600 ألف براءة اختراع من اليابان وما يزيد على مليوني براءة اختراع من الولايات المتحدة الأمريكية، و436 براءة من ماليزيا ونحو 2033 من الهند، أي أن براءات الاختراع من اليابان فقط تعادل نحو ألف ضعف مجموع براءات الاختراع من العالم العربي.

ومع أن هناك شبه إجماع على أهمية الفكر الابتكاري ونقله من مرحلة التنظير إلى الممارسة الشاملة، إلا أن هناك فلة في التجارب الإقليمية ذات النطاق الكبير، وسأحاول في بقية هذا المقال تسليط الضوء بشكل موجز على تجربة "أرامكو السعودية" مع الابتكار. بداية، ظل الاندفاع نحو التطوير والتجديد حيا في عقول موظفي الشركة عبر الأجيال غير أنه اكتسب زخما جديدا بقدوم القرن الحادي والعشرين بثوراته التقنية ومعاليه المعقدة فكان ذلك دافعا للشركة لوضع المزيد من التركيز على الابتكار لحماية مكانتها الرائدة في صناعة البترول العالمية، وكان السؤال الذي تركز عليه فلسفة الابتكار هو "كيف نؤدي عملا بطريقة أفضل".

في عام 2002 تبلورت لدى الشركة معالم برنامج شامل طوره بدعم والتزام كامل من فريق إدارتها العليا لتصبح الممارسات الابتكارية والتعرف على فرص الإبداع وتسليط الضوء على المبتكرين. وقد استفاد تصميم البرنامج من تجارب شركات مدار العام واتصل بجميع مسؤوليها لتشمل رسائلها عالميا رائدة، حيث بدأ بحملة واسعة تتواصل على نطاقها للجوائز التي جانب يوم مخصص للاحتفاء بالابتكار والمبتكرين وبرامج للتواصل مع المجتمع. وكان التحدي الرئيس هو عدم الاحتفاء بإحداث طفرة وقتية بل رعاية نظام مستمر ومستمر يقوم على بيئة احتفالية صليبة تراث ثقفة المواطنين وتضمن استثمار مشاركتهم. ودعما لذلك التوجه، قامت الشركة بوضع أربع

براءة تشمل مجموعة كبيرة من التخصصات ذات الصلة بصناعة الطاقة. وفي سنة واحدة في عام 2005، حصلت "أرامكو السعودية" على 16 براءة اختراع. ويحظى موضوع تسويق الأفكار الحاصلة على براءة اختراع باهتمام استراتيجي لتعزيز إيرادات الشركة دعماً للاقتصاد الوطني.

وتعزيزاً لثقافة الابتكار داخل أسوارها، بادرت الشركة بالإسهام في تنمية روح الابتكار في مجتمعها المحيط من خلال دعم القطاع الخاص والمواسم التعليمية وعقد العديد من الندوات والمؤتمرات لتبادل المعرفة بشأن الممارسات الابتكارية وتكريم المبتكرين البارزين من الرجال والنساء والطلاب الموهوبين. وتحمل "أرامكو السعودية" منذ سنوات مع مؤسسة الملك عبد العزيز ورجاله لرعاية الموهوبين لتحديث استراتيجيتها الابتكارية وتدريب الطلبة الموهوبين وتأسيس فرع محلي لجمعية الابتكار.

ويحكم عملي في برنامج الابتكار فيمكنني تلخيص مقومات نجاح برامج الابتكار بتوافر ست ركائز يكمل بعضها بعضاً وهي: (1) وجود دعم والتزام واضح ومباشر ومستمر من قيادة المؤسسة. (2) وجود استراتيجيات لدعم الابتكار متناسقة مع توجه العام للمؤسسة وأوتويتها.

(3) نشر الوعي بين الموظفين والمشرفين ومديري الإدارات يبرز أهمية الابتكار وفرسه وحوافزه. (4) تطوير نظام معلوماتي جذاب ذي موقوفة، تشرف عليه هيئة معتمدة من إدارتي المؤسسة ومخصصها، لتسهيل استقطاب وإدارة الأفكار وتفعيلها من الموظفين كافة. (5) تطوير بنية قانونية لحماية الأصول والمليكات الفكرية وتسويتها. (6) وجود نظام لقياس نجاح البرنامج، ومع أن الضجوة التي تفصل العالم العربي عن الدول الصناعية كبيرة جداً في ميدان الابتكار، مما يؤثر في القدرة التنافسية للسلع والخدمات المحلية، إلا أن الأمل يتوهج في نهاية النفق عبر تحقيق المزيد من التجارب الوطنية الناجحة أسوة بتجربة "أرامكو السعودية" التي برحت على إمكانية إحداث نقولات كبيرة في فترة زمنية قصيرة.

استراتيجيات هي "استراتيجية المحافظة على البيئة الابتكارية" استراتيجية مواومة الابتكار مع التوجه الاستراتيجي للشركة "استراتيجية دعم الابتكار في المجتمع المحلي المحيط بالشركة" و "استراتيجية دعم تسويق الأفكار المبتكرة وتحويلها إلى منتجات تجارية"، كما وضعت مؤشرات رئيسة للأداء لقياس مستوى نجاحها.

في الأول من حزيران (يونيو) 2002، أطلقت "أرامكو السعودية" نظاماً لإدارة الأفكار عبر موقع في شبكة الإنترنت الداخلية، كان هذا النظام بمثابة العمود الفقري لجمع وتلقي الأفكار الابتكارية من الموظفين، وإدارة تلك الأفكار بدءاً من نشأتها ومروراً بمراجعتها وتصنيفها ومتابعتها حتى تطبيقها. وهذه النافذة الإلكترونية تنظم التواصل بين أصحاب المعرفة والأفكار وقادة العلوم والتقنية وصناع القرار في الشركة. وتسمح هذه النافذة لأي موظف بتقديم أفكاره الابتكارية في الجوانب التقنية والإدارية وجوانب السلامة والبيئة وأي ميدان آخر ليس فقط من الأعمال التي تتعلق بتخصصه، بل يتم تشجيعه لتقديم أفكار جديدة تتعلق بأعمال إدارات مختلفة، دون الحاجة إلى موافقة رؤسائه.

واليوم، تواصل "أرامكو السعودية" معايشة رحلتها التطويرية. حيث حصلت على أكثر من 38887 فكرة ابتكارية من قبل الموظفين عبر البرنامج ولا شك أن الأفكار، كالعائد، لا تتساوى في أصلتها وقيمتها وأهميتها، لذا فإن عملية الصراصة والفرز والتقسيم من الخطوات الضرورية في إدارة الأفكار وحتى الآن طبقت الشركة بالفعل ما يزيد على 1700 فكرة، وحصلت على براءات اختراع. كما حصلت عبر هذه الأفكار على مئات الملايين في شكل قفورات وقيمة مضافة، وضمن برنامج الابتكار، قامت الشركة بتأسيس نظام دقيق لإدارة الأصول الفكرية من أجل حماية الابتكارات خلال الأطر التنظيمية والقانونية لحماية الملكية الفكرية. وقد تقدمت "أرامكو السعودية" حتى اليوم بأكثر من 180 طلباً لمكاتب براءات الاختراع العالمية وحصلت على 50