

استراتيجيات الابتكار فى الريادة المجتمعية المستدامة للشركات الناشئة فى طباعة المنسوجات وصناعة الموضة

Innovation Strategies in sustainable social entrepreneurship for the start-ups in textile printing and fashion industry

أ.م.د/ هبة محمد عكاشة ابو الكمال الصايغ

استاذ مساعد بقسم طباعة المنسوجات- كلية الفنون التطبيقية - جامعه بنها - مصر

Associ. Prof. Dr. Heba Mohamed Okasha Abu Elkamal Elsayegh

Associate professor (Textile printing, dyeing & finishing) department-Faculty of Applied arts - Benha University- Egypt

heba.okasha@fapa.bu.edu.eg

الملخص

ان استراتيجيات الابتكار بصفة عامة هي الخطى التى تتبعها وتنفذها الشركات لاحداث التطورات فى التكنولوجيا أو الخدمات او المنتجات بغرض تحقيق ميزة تنافسية تميزها عن الآخرين وغالبا ما تتم عن طريق استثمار الافكار والأموال فى أنشطة الابتكار والبحث والتطوير وايجاد الحلول الغير التقليدية المبتكرة والتي تتميز بأنها (خارج الصندوق) . كذلك فان الاستدامة هي واحدة من التحديات الرئيسية التي تواجه جميع الصناعات بوجه عام و صناعة المنسوجات والموضة بوجه خاص ، وذلك بسبب تعقيد القضايا البيئية والاجتماعية المرتبطة بدورة حياة المنتج بأكملها ، ومرحلة سلسلة التوريد المعقدة ، وكذلك الاستهلاك البشري للمنتجات وسلوك عملاء المنسوجات والموضة. وعلى الرغم من أن الوعي بقضية الاستدامة يزداد بشكل عام فى كل الصناعات وصناعة المنسوجات والملابس بشكل خاص ، فإن السؤال عن كيفية دمج مفهوم الاستدامة فى ممارسة التصميم والتصنيع لا يزال قائما.

إن مشاكل التصميم المعقدة والانتقال نحو تحقيق التصميم المستدام فى مجال المنسوجات وصناعة الموضة تتطلب ابتكاراً ريادياً مجتمعياً يتم تحقيقه من خلال شركات ناشئة جديدة لرواد اعمال يهتمون بالريادة المجتمعية كبعد هام لعلاماتهم التجارية ويتبعون استراتيجيات الابتكار التفاعلية الغير تقليدية والتي تتناسب مع طبيعة هذه الصناعة تحديداً، وتتشارك مع جهات فاعلة اجتماعية متنوعة وتسهل الحوار المجتمعي نحو منتج بيئي مستدام مواكب لاتجاهات الموضة العالمية. ويمثل مفهوم التصميم المشترك بين المصمم والمجتمع نموذجاً جديداً لتصميم الأزياء والمنسوجات محققاً للريادة المجتمعية المرجوة ، بما فى ذلك النشاط التشاركي و نمط الاستهلاك الذي يشجع العمل نحو تحقيق التغيير الاجتماعي بما يتناسب مع اهداف الامم المتحدة بشكل عام ورؤية مصر ٢٠٣٠ بشكل خاص ولا يزال هذا الفكر للشركات الناشئة فى مصر فى بداياته ويحتاج الى استراتيجيات ابتكار واضحة وغير تقليدية لتحقيقه.

ومن هنا تظهر مشكلة البحث والتي يمكن تلخيصها فى محاولة الإجابة عن التساؤل الآتي

- كيفية الاستفادة من استراتيجيات الابتكار وتطبيقاتها فى انشاء وادارة الشركات الناشئة العاملة فى مجال طباعة المنسوجات وصناعة الموضة والتي تهدف من خلال علاماتها التجارية الى تحقيق الريادة المجتمعية المستدامة ودور المرأة فى تحقيق ذلك.

-الكلمات المفتاحية :

استراتيجيات الابتكار – الريادة المجتمعية المستدامة – طباعة المنسوجات - صناعة الموضة – الشركات الناشئة – الاقتصاد الاخضر- الاقتصاد الدائرى – الاقتصاد البرتقالى .

Abstract

Innovation strategies, in general, are the plans followed and implemented by companies to bring about developments in technology, services, or products in order to achieve a competitive advantage that distinguishes them from others, and is often done by investing ideas and funds in innovation activities, research and development, and finding non-traditional innovative solutions that are (out of the box)). Also, sustainability is one of the main challenges facing all industries in general and the textile and fashion industry in particular, due to the complexity of environmental and social issues associated with the entire product life cycle, complex supply chain stages, as well as human consumption of products and the behavior of textile and fashion customers. Although awareness of the issue of sustainability is increasing in general in all industries and the textile and clothing industry in particular, the question of how to integrate the concept of sustainability into design and manufacturing practice still remains.

Complex design problems and the transition towards achieving sustainable design in the field of textiles and the fashion industry require community entrepreneurial innovation to be achieved through new start-up companies for entrepreneurs who care about community leadership as an important dimension for their brands and follow non-traditional interactive innovation strategies that are appropriate to the nature of this industry in particular, and share with Diverse social actors and facilitating community dialogue towards a sustainable environmental product that keeps pace with international fashion trends. The concept of joint design between the designer and the community represents a new model for fashion and textile design that achieves the desired community leadership, including participatory activity and a consumption pattern that encourages work towards achieving social change in line with the goals of the United Nations in general and Egypt's vision 2030 in particular. This idea is still for companies. Emerging in Egypt is in its infancy and needs clear and non-traditional innovation strategies to achieve it.

Hence the research problem appears, which can be summarized in an attempt to answer the following question

- How to benefit from innovation strategies and their applications in establishing and managing emerging companies operating in the field of textile printing and the fashion industry, which aim through their trademarks to achieve sustainable community leadership and the role of women in achieving this.

-key words :

Innovation Strategies - Sustainable Community Leadership - Textile Printing - Fashion Industry - Emerging Companies - Green Economy - Circular Economy - Orange Economy.

اهداف البحث :

- تعزيز دور استراتيجيات الابتكار وتطبيقاتها في انشاء وادارة الشركات الناشئة والتي تهدف من خلال علاماتها التجارية الى تحقيق الريادة المجتمعية المستدامة في مجال طباعة المنسوجات وصناعة الموضة ، وابرار دور المرأة في تحقيق ريادة مجتمعية مستدامة في الشركات الناشئة الخاصة بطباعة المنسوجات وصناعة الموضة.

اهمية البحث :

- يؤكد البحث على اهمية تطبيق استراتيجيات الابتكار لادارة وانشاء الشركات الناشئة ، والتي تحقق الريادة المجتمعية المستدامة من خلال علاماتها التجارية وذلك فى مجال طباعة المنسوجات وصناعة الموضة ، وابرار دور المرأة فى تحقيق ريادة مجتمعية مستدامة فى الشركات الناشئة فى مجالى طباعة المنسوجات وصناعة الموضة فى ظل تحقيق اهداف التنمية المستدامة ورؤية مصر ٢٠٣٠ .

فروض البحث :

- يفترض البحث ان تطبيق الاستراتيجية المناسبة للابتكار فى مجال ادارة وانشاء الشركات الناشئة التى تحقق الريادة المجتمعية المستدامة من خلال علاماتها التجارية فى مجال طباعة المنسوجات وصناعة الموضة ، يساهم بشكل فعال فى استدامة هذه العلامات التجارية ويحقق رؤية مصر ٢٠٣٠ فى مجال الابتكار وريادة الاعمال والشركات الناشئة.

منهجية البحث :

- يتبع البحث المنهج الوصفى التحليلى والمنهج التطبيقى من خلال :
- التعريف باستراتيجيات الابتكار وانواعها وانسب هذه الاستراتيجيات للتطبيق فى تحقيق التنمية الاجتماعية المستدامة للشركات الناشئة فى مجال طباعة المنسوجات وصناعة الموضة ومن خلال عرض لنموذج من الشركات الناشئة فى هذا المجال .
- والمقترح الذى يقترح البحث تطبيقه لتحقيق الاستدامة تبعاً لاهداف التنمية المستدامة للامم المتحدة ولرؤية مصر ٢٠٣٠ فى مجال الابتكار وريادة الاعمال والشركات الناشئة .

حدود البحث :

تتمثل حدود البحث فيما يلى:

- **الحدود الزمنية** : تطبيق استراتيجيات الابتكار عند انشاء الشركات الناشئة (مع بداية السنة الاولى من عمر الشركة على ان يكون قابل للتطوير والتعديل طبعاً لمتطلبات السوق) فى مجال طباعة المنسوجات وصناعة الموضة ، على ان يتم ذلك فى الخطة الاستراتيجية ونموذج العمل الاولى .
- **الحدود المكانية** : تطبيق استراتيجيات الابتكار داخل الشركات الناشئة فى مجال طباعة المنسوجات وصناعة الموضة التى تهدف من خلال علاماتها التجارية الى تحقيق التنمية المجتمعية المستدامة وسيتم تطبيقية بعد اكتمال الدراسة والنموذج الاولى فى بعض قرى محافظة القليوبية داخل جمهورية مصر العربية.
- **الحدود الموضوعية**: استراتيجيات الابتكار فى الريادة المجتمعية المستدامة للشركات الناشئة فى طباعة المنسوجات وصناعة الموضة.

مصطلحات البحث :

استراتيجيات الابتكار: استراتيجية الابتكار هي مهمة ابتكار مناسبة يتم اتباعها وخطة مفصلة تهدف إلى خلق قيمة جديدة يرغب العملاء في دفع الاموال من اجلها. كما ان الإستراتيجية المبتكرة ترشد الى القرارات المتعلقة بكيفية استخدام الموارد لتحقيق أهداف الشركة للابتكار وتقديم القيمة المضافة و كذلك بناء الميزة التنافسية. (١)(٢)

الشركات الناشئة : يشير مصطلح الشركات الناشئة الى تلك الشركات في المراحل الأولى من الانشاء وبداية العمليات. الشركة الناشئة عبارة عن فريق من المواهب الريادية يطورون وينشئوا افكار ابتكارية جديدة ، في شكل محدد وقابل للاستثمار فيه ، ويتم التحقق من قيمة الابتكار مع الطموح للنمو السريع باستخدام نموذج أعمال قابل للتطوير المستمر لتحقيق أقصى قدر من التأثير. وهم يرغبون في تطوير منتج أو خدمة يعتقدون أن هناك طلباً عليها بعد دراسة للسوق. وتبدأ هذه الشركات عموماً بتكاليف عالية وإيرادات محدودة في بدايتها، وهذا هو سبب بحثها عن رأس المال من مجموعة متنوعة من المصادر مثل أصحاب رأس المال الاستثماري (٣)(٤).

ريادة الأعمال: ان ريادة الأعمال هي عملية إنشاء شركة أو عمل تجارى قابل للنمو، بغرض تعظيم القيمة وتحقيق الربح. وتتميز ريادة الاعمال بإنشاء منتج أو خدمة مبتكرة تتحدى الوضع الراهن للطريقة التي نعيش بها حياتنا وتحل مشكلات قائمة فى السوق. ويتم تحديد رؤية ريادة الأعمال من خلال الاستكشاف والمخاطرة وهي جزء لا غنى عنه من قدرة الأمة على النجاح والاستمرار فى سوق عالمي تنافسي متغير (٥) (٦).

ريادة الاعمال المجتمعية المستدامة : تشير الريادة المجتمعية الى شركة او منظمة او جهة تعالج قضايا مجتمعية وتحديث تغير اجتماعي من خلال الحلول المبتكرة التي يقدمونها فى المنتج او الخدمة او الاثنين معاً، كما انهم يتبنون مبادرات اجتماعية ذات بعد مجتمعي اكثر منها محققة لربح عالى . وفى هذا النوع من الريادة يتم دمج عالم الاعمال مع القضايا الاجتماعية والبيئية لتحسين معيشة المجتمع ومعنى الريادة المجتمعية المستدامة تشير إلى اكتشاف وإنشاء واستغلال فرص ريادة الأعمال التي تساهم في تحقيق الاستدامة من خلال توليد الافكار الاجتماعية وتحقيق المكاسب البيئية للآخرين في المجتمع (٦)(٧)(٨).

الاقتصاد الأخضر: يعرف الاقتصاد الاخضر بانه الاقتصاد الذى يتميز بالاستخدام الفعال للموارد بحيث يكون منخفض لانبعاثات الكربون ، كما انه يشمل كذلك البعد الاجتماعى بحيث يساعد على النمو في التوظيف والدخل مدفوعاً بالاستثمار العام والخاص في الأنشطة الاقتصادية الخاصة به والبنية التحتية والأصول التي تسمح بتقليل انبعاثات الكربون والتلوث ، وتعزيز كفاءة الطاقة والموارد ومنع فقدان التنوع البيولوجي والنظام الإيكولوجي (٩) .

صناعة الموضة : تعتبر صناعة الأزياء والملابس صناعة مثيرة للجدل ومبتكرة ، ولها نطاق واسع من الوظائف في جميع أنحاء العالم. وهذه الصناعة المبتكرة ضخمة لتعدد مراحلها فهي تشمل كل مراحل التصميم والتصنيع والبيع بالجملة والتجزئة وما تحتويهم من مراحل وعمليات (١٠)(١١).

طباعة المنسوجات : الطباعة هي صباغة موضعية علي اماكن محدودة من القماش وفق تكرار واضح ومحدد لتصميم مدروس ومبتكر ، وفي أنماط واشكال محددة بدقة باستخدام العديد من طرق الطباعة (١٢).

الاقتصاد الدائري (الدوار) : الاقتصاد الدائري هو نموذج للإنتاج والاستهلاك ، يتضمن مشاركة المواد والمنتجات الحالية وتأجيرها وإعادة استخدامها وإصلاحها وتجديدها وإعادة تدويرها لأطول فترة ممكنة وبهذه الطريقة ، يتم تمديد دورة حياة المنتجات (١٣).

الاقتصاد البرتقالي: ان الاقتصاد البرتقالي هو نموذج إنتاج حيث تكون للسلع والخدمات قيمة فكرية لأنها نتاج أفكار وخبرات المبدعين ولذلك يطلق عليه كذلك (الاقتصاد الابداعي). ويشمل هذا الاقتصاد جميع الاعمال التي تعتمد على الابداع مثل الفنون والثقافة والتكنولوجيا التي تتغير كل يوموينبع اسم الاقتصاد البرتقالي من الدلالة التقليدية للون فى التعبير عن الابداع (١٤) .

الإطار النظري :**مقدمة:**

تعتبر الريادة المجتمعية المستدامة هي عبارة عن مشروع تجاري يقوم به رائد أعمال أو مجموعة من رواد الأعمال مجتمعين، وهذا المشروع مدفوع بطبيعته برسالة اجتماعية تستهدف حل مشكلة مجتمعية معينة. بحيث يهدف رواد الأعمال الاجتماعيون إلى معالجة المشكلات الاجتماعية المختلفة من خلال ابتكار حلول جديدة وإحداث تأثير في المجتمع من خلال إنشاء نموذج أعمال مستدام يعمل على حل تلك المشكلة بشكل مستدام وليس مؤقت. وعندما تقوم المؤسسات الاجتماعية أو المجتمعية بعمل ذلك فإنها تكون إما هادفة للربح أو غير هادفة للربح (١٥).

مجالات ريادة الأعمال المجتمعية المستدامة:

ان ريادة الأعمال المجتمعية تُمكن المؤسسة أو الشركات ورواد الأعمال من الجمع بين مجال الأعمال وكذلك القضايا الاجتماعية والبيئية من أجل حل المشكلات المجتمعية وتحسين رفاهية المجتمع. تشمل مجالات عملهم التمويل الأصغر والتعليم والصحة..... الخ ، يقنع رواد الأعمال المجتمعيين المجتمعات والشركات الكبرى والحكومات بتعزيز التحول الاجتماعي والنمو بالإضافة إلى التخفيف من الاحتياجات الغير ملباه والمشاكل الاجتماعية داخل المجتمعات. وهذا جزء هام من اهداف الامم المتحدة وتحقيقاً لرؤية مصر ٢٠٣٠ في مجال التنمية المستدامة.

وتشمل مجالات ريادة الأعمال المجتمعية بصفة عامة عدة مجالات رئيسية هي :

- مجالات تقليل الفقر – مجالات الرعاية الصحية – مجالات التعليم – حقوق الاطفال واستعادتها
- مصادر الطاقة المستدامة- مجالات تمكين المرأة – تطوير وتنمية المجتمعات – تقديم التمويل الصغير والمتناهي الصغر-
المساعدة في الوصول الى الخدمات المالية(٧) .

نموذج العمل الاولى في مجال ريادة الأعمال المجتمعية المستدامة :

ان نموذج العمل الناجح يتضمن بالمقام الاول إيجاد المنتج المناسب للسوق والقيادة الفعالة والاستراتيجية المصممة جيداً. لصياغة الإستراتيجية الأكثر فاعلية ، فمن المهم أولاً فهم العلاقات الرئيسية بين الجوانب المختلفة للعمل حتى يتمكن رائد الأعمال من تصور العمل بأكمله كنموذج دقيق وسهل الفهم. بدلاً من كتابة العديد من الأوراق التي تحتوي على خطة عمل مطولة ، والتي تعتبر زائدة عن الحاجة في مرحلة ما ، ومن الأكثر فاعلية في المرحلة الاولى رسم مخطط نموذج العمل التجاري الاولى كما يعتقد الإستراتيجيون والخبراء المعاصرون.

ويتميز نموذج العمل الاولى في مجال الريادة المجتمعية المستدامة بوجود ٩ مربعات اساسية على الاقل تتضمن ما يلي :

- مشكلة اجتماعية: يتم تحديد المشكلة الاجتماعية التي تتسبب في حدوث عدم توازن في المجتمع.
- شبكة التواصل: وتشمل المجموعات المرجعية بمعنى شبكة دعم الشركاء المستعدين للانضمام إلى القضية والمساهمة في حل المشكلة.

- مجموعة الخدمات المقدمة: وتشمل مجموعات الخدمات والافعال والبرامج والتي يتم تحديدها كنتيجة للقيمة المضافة التي تم تحديدها .

- التأثير (القيمة المضافة): المقصود به مجموعة من المصفوفات لقياس تقدم القيمة المعروضة التي تم الوصول اليها وقياسها.

- **التكلفة** : وتشتمل على مصادر الإنفاق والتكلفة الرأسمالية والتكلفة التشغيلية.
- **الإيرادات**: وتتضمن مصادر الأرباح التي ستحافظ على استدامة عمل المشروع.
- **المستفيدون**: وهي (المجموعة المستهدفة) وهي الشريحة الضعيفة التي ستستفيد ، والتي يتم معرفتها من خلال تحديد المشكلة المجتمعية.
- **محتويات الخدمة**: وتشمل قائمة بالخدمات والإجراءات والبرامج التي تهدف إلى تقديم القيمة الأساسية المخطط توصيلها إلى الفئة المستهدفة.
- **قنوات الاتصال والتواصل**: وتشمل وسائل الإعلام التي سيتم من خلالها تقديم الخدمات ، أي عبر الإنترنت ، او خارج خدمات الإنترنت (وجه ل وجه) (١٥).

ولقد اثبتت الدراسات والتي يزيد عددها عن ١٠٠ دراسة واكثر ان الشركات التي تمارس ما نسميه "ابتكار نموذج الأعمال المستدامة" وان اكثر الشركات الرائدة الناجحة في هذا الاتجاه هي الشركات التي تجمع بين الاولويات البيئية والمجتمعية والمالية لاعادة تصور نماذج اعمالها الاساسية التي تكون بعيدة عن الاستدامة وحتى تغيير حدود المنافسة . وقد يتوقع البعض من الناس ان الرواد الاوائل في هذا المجال من شركات أصغر ، يتم تصنيفها من خلال مهامها الاجتماعية أو البيئية المرئية. لكن معظمهم في الواقع شركات عالمية طورت تدريجياً نماذج أعمال جديدة تخلق استدامة وميزة تنافسية طويلة الأجل(١٦). ان زيادة احتمالية ان تكون الشركة في وضع جيد سواء كانت ناشئة او كبيرة هي قدرتها على ان تقدم الفوائد لأصحاب المصلحة والعلاء والبقاء دائما في ظل الاتجاهات البيئية والمجتمعية المتطورة وبالتالي المساهمة في مرونتها واستدامتها وميزتها التنافسية.

ان الشركات الكبيرة وكذلك الشركات الناشئة يجب عليها تقييم نموذج اعمالها مقابل احداث تأثير اجمالى للفوائد البيئية والمجتمعية لها ، مع المراعاة الجيدة لعدة ابعاد هامة (١٧). ان ريادة الاعمال الاجتماعية المستدامة هي الحل الامثل لمواجهة تحديات التنمية المستدامة والتي تتطلب تحسين ظروف المعيشة لجميع الافراد دون زيادة استخدام واستنفاد الموارد الطبيعية ، ودون ايجاد العديد من الفوائد والهدر في الموارد التي تؤدي الى زيادة انبعاثات الكربون والتأثير على حياة البشر والكائنات الحية وتحدث تغيرات في المناخ تؤدي الى العديد من المشكلات البيئية.

الأبعاد الستة للتأثير الاجتماعي لنموذج الأعمال في مجال الريادة المجتمعية المستدامة:

يجب على الشركات بصفة عامة والشركات الناشئة بصفة خاصة ان تراعى الابعاد الستة الاتية عند عمل نموذج الاعمال الخاصة بها في بداية انشاء الشركة وهي:

- **الحيوية الاقتصادية Economic Vitality** : تعمل الشركة التي تحقق درجات عالية من الحيوية الاقتصادية على تعزيز الازدهار الاقتصادي ، ويتم ذلك من خلال خلق سبل العيش والفرص الاقتصادية للموظفين والعاملين في سلسلة التوريد الخاصة بها وفي نظامها البيئي الأوسع، مما يؤدي الى مساهمة تلك الشركات في الحيوية الاقتصادية للمجتمعات والمجتمع من خلال الطريقة التي تحفز بها النشاط الاقتصادي ، وتدفع الضرائب ، وتقوم بالاستثمارات ، وتولد تأثيرات مضاعفة أخرى (مثل توفير قاعدة للشركات الصغيرة) لكي تعمل.

- **الاستدامة البيئية Environmental Sustainability**: تعمل الشركة التي توفر الاستدامة البيئية على تحسين البصمة البيئية لعملياتها ومنتجاتها وخدماتها وكل جانب من جوانب سلسلة القيمة الخاصة بها (من المصادر ، إلى الاستخدام ، إلى التخلص). وداخلياً تقوم الشركة بتطوير الأنظمة التي تراقب وتقلل استخدامها للطاقة والمواد ، وتقلل من تأثيرها على

التنوع البيولوجي والمياه ، وتقلل من انبعاثات غازات الاحتباس الحراري ، وتزيل أي تلوث ونفايات وفوائد متبقية كذلك فان تلك الشركات خارجياً تقوم بإعداد برامج استعادة المنتج وإعادة الاستخدام وإعادة التدوير لزيادة الاستدامة والاستدامة وتحويل الفوائد إلى تيارات ذات قيمة جديدة. وبذلك فإنه يمكن للشركات الرائدة في هذا البعد حل المشكلات البيئية بشكل مباشر من خلال نماذج الأعمال التي تخلق فوائد بيئية مباشرة وهامة بالنسبة للصناعات الخاصة بها

- **رفاهية (حياة كريمة) مستدامة وطويلة المدى Lifetime Well-Being** : والمقصود هنا ان تقوم الشركة بتحقيق تحسينات على جودة الحياة ورفاهية الموظفين والعملاء والمجتمعات الأوسع التي تعمل فيها. مما يوفر للموظفين عملاً صحياً وعادلاً وكريماً وهذا ما تسعى الريادة المجتمعية المستدامة تحقيقه تحديداً من خلال حل مشكلات الشريحة المستهدفة حل المشكلة الاجتماعية الخاصة بها والتي تتسبب في حدوث عدم توازن في المجتمع، ويتم ذلك من خلال تحقيق ارباح مالية وفرص للنمو وتحقيق للذات بما يضمن الاستدامة والاستمرارية في العمل .

- **القدرة الاخلاقية Ethical Capacity**: يجب على تلك الشركات التي تهتم باحداث تأثير اجتماعي وعزز الاهتمام الكامل بالبعد الاخلاقي والممارسات الاخلاقية داخل عملياتها بداخل الشركة وكذلك في النظام البيئي الأوسع ، مما ينشئ هياكل حوكمة قوية ويمارس عمليات تدقيق وامتثال قوية للبعد الاخلاقي والاجتماعي والبيئي.

- **التمكين الاجتماعي Societal Enablement**: وهنا تقوم الشركة التي تعزز عملية التمكين المجتمعي من خلال التعزيز والمساهمة في انفتاح الشركة على المجتمع ومشكلاته ، تقوم بتعزيز مستويات أعلى من مشاركة القوى العاملة ، وتقوية عمليات إدارة المظالم وتوفير الحلول ، وزيادة شفافية البيانات. وتحقيق ذلك خارجياً بما يضمن تطوير المنتجات والخدمات التي تمكّن وتدعم مجتمعاً يعمل بشكل جيد - مجتمع مستدام ، على سبيل المثال ، تشجيع المشاركة الاجتماعية ، والتمثيل الامن ، وتقديم السلع والخدمات العامة بكفاءة وفعالية ، أو يزيد الوعي والتثقيف حول قضايا محددة ، ومن هنا يأتي دور الريادة المجتمعية في حل قضايا قائمة ويجاد حلول ريادية مستدامة لمشكلة ما .

- الوصول والشمولية Access and Inclusion

انه يجب على الشركات الناشئة ان تقوم بتقييم نموذج أعمالها مقابل التأثير الاجمالي للفوائد البيئية والمجتمعية لها ، مع مراعاة الأبعاد الستة السابق ذكرهم بشكل شامل. يُظهر تحليلنا أن معظم الشركات تتخلف عن تطوير مصلحتها المجتمعية (ممثلة بخمسة من الأبعاد الستة) ، ومن المحتمل أن تفقد فرص العمل التي قد تأتي من المساهمة في الصالح العام (١٧).

الصناعات الإبداعية بين مفهوم الاقتصاد الأخضر والبرتقالي:

يشير مصطلح "الصناعات الإبداعية" إلى مجموعة من الأنشطة الاقتصادية التي تهتم بتوليد وتسويق الإبداع والأفكار والمعرفة والمعلومات. كما يصف مصطلح "الصناعات الإبداعية" الشركات ذات الإبداع في قلبها (بمعنى ان يقوم مفهوم واساس الشركة على الإبداع) - على سبيل المثال التصميم والموسيقى والنشر والهندسة المعمارية والأفلام والفيديو والحرف اليدوية والفنون البصرية والأزياء والتلفزيون والراديو والإعلان والأدب وألعاب الكمبيوتر وفنون الأداء. ووفقا لتعريف الصناعات الإبداعية من وزارة الثقافة والإعلام والرياضة التابعة لحكومة المملكة المتحدة (DCMS) انها تلك الصناعات التي ترجع أصولها إلى الإبداع الفردي والمهارة والموهبة والتي لديها القدرة على تكوين الثروة وخلق فرص العمل من خلال توليد واستغلال الملكية الفكرية. ومن الصناعات الإبداعية ينتج الاقتصاد الإبداعي بحيث يعتمد الاقتصاد الإبداعي على استخدام الناس لخيالهم الإبداعي لزيادة قيمة الفكرة. ولقد طور جون هوكينز المفهوم في عام ٢٠٠١

لوصف الأنظمة الاقتصادية حيث تستند القيمة على الأفكار الابداعية الجديدة بدلاً من الموارد التقليدية للأرض والعمل ورأس المال (١٨)

لقد عرف برنامج الأمم المتحدة للبيئة الاقتصاد الأخضر بأنه اقتصاد يؤدي إلى تحسن حالة الرفاهية والإنصاف الاجتماعي، مع العناية في الوقت ذاته بالحد على نحو ملحوظ من المخاطر البيئية ، وبالتالي فهو يؤدي الى تحسين مستوى معيشة المواطنين مع تحقيق العدالة الاجتماعية وتعزيز فرص النمو الاقتصادي والتوسع في فرص العمل اللاتقة وزيادة تنافسية للمنتجات المحلية وخلق مجالات استثمار جديدة وتحقيق ادارة رشيدة للموارد الطبيعية والنظم البيئية وكذلك حماية صحة المواطنين. (١٩) وكذلك فان الاقتصاد البرتقالي والذي يطلق عليه كذلك (الاقتصاد الابداعي) وهو يشير بوضوح الى نماذج الانتاج التي تكون للسلع والخدمات فيها قيمة فكرية لأنها نتاج أفكار وخبرات المبدعين. بمعنى آخر ، يشير إلى جميع الأعمال الناتجة من الإبداع ، بما في ذلك أشياء مثل الفن والثقافة والبحث والعلوم والتكنولوجيا. وفقاً لمنظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة (اليونسكو) ، يمثل الاقتصاد البرتقالي ٣ ٪ من الناتج المحلي الإجمالي العالمي (GDP) و ٣٠ مليون وظيفة في جميع أنحاء العالم. مستوحاة من الأفكار ، تشتهر بالابتكار المستمر والمنتجات الفردية (وليس الإنتاج الضخم). وعلى وجه الخصوص فان الاقتصاد البرتقالي يمثل فرصة لتحديث أو تحويل القطاعات التي تحتاج إلى نماذج إنتاج جديدة (نماذج اعمال) لتصبح مستدامة وصديقة للبيئة. وتلعب ريادة الأعمال والابتكار الإبداعية والقائمة على التكنولوجيا دوراً مهماً في تلبية الاحتياجات الجديدة (٢٠) في عام ٢٠٢١ وفي سياق تنفيذ قرار الجمعية العامة ١٩٨/٧٤ بشأن عام الاقتصاد الإبداعي ، أجرى (UNCTAD) دراسة استقصائية عبر الإنترنت عن الاقتصاد الإبداعي والصناعات. وتتوافر الردود من ٣٣ دولة كيف أصبح الاقتصاد الإبداعي قطاع ذو أهمية اجتماعية وسياسية واقتصادية متزايدة على المستوى الوطني. وقد شملت الردود معلومات عن الهيئات الوطنية المشرفة على الصناعات الإبداعية والسياسات ذات الصلة والمراجع المفيدة لدراسات حول المساهمة الاقتصادية للاقتصاد الإبداعي (٢١) .

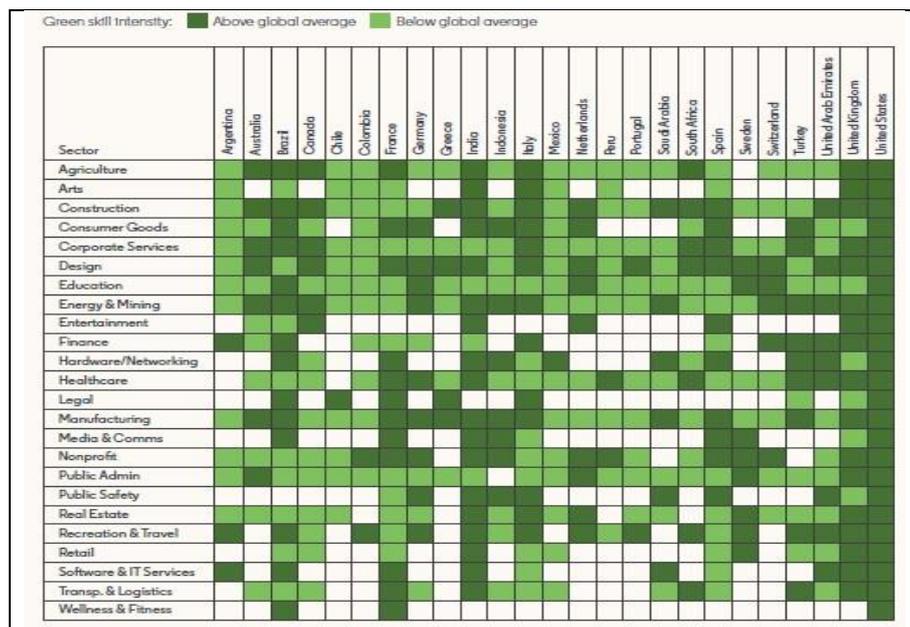
طباعة المنسوجات وصناعة الموضة بين مفهوم الاقتصاد الاخضر والبرتقالي :

ان طباعة المنسوجات والتي هي جزء من صناعة الموضة هي واحدة من اهم الصناعات الابداعية التي تعتمد بشكل كبير على الافكار والخبرات الابداعية ، فهي ترجع بشكل واضح الى الفكرة المبتكرة والتقنية والابداع. كما انها صناعة لديها القدرة على تكوين عائد مادي (تحقيق ارباح) وخلق فرص العمل من خلال توليد واستغلال الملكية الفكرية لتلك العملية الابداعية التي ينتج عنها منتجات ذات قيمة عالية. ان مجال طباعة المنسوجات وصناعة الموضة كجزء هام من الصناعات الابداعية التي تمثل جزء اصيل من الاقتصاد البرتقالي هي فرصة لا نهائية لتحقيق العائد المادي والربح وهي نوع متجدد غير نابض للافكار الابداعية التي ينتج عنها منتجات وخدمات ذات قيمة اقتصادية عالية ومتفردة في الفكر والتصميم والتنفيذ وشكل ووظيفة المنتج النهائي. انه مفهوم متطور يعتمد على الأصول الإبداعية التي يمكن أن تولد النمو الاقتصادي والتطوير ، كما انه يعزز توليد الدخل وعائدات التصدير مع تعزيز الاندماج الثقافي والاجتماعي بين الشعوب. كذلك فإنه مع تزايد الامور المتعلقة باشكاليات تغير المناخ وعلاقة الصناعات المختلفة بذلك ، فقد اصبح الاتجاه العالمي والمحلي داخل كل بلد ومنها مصر الى ايجاد حلول جذرية وابتكارية داخل الصناعات المختلفة للتحويل (نحو الاخضر) . ولما كانت طباعة المنسوجات وصناعة الموضة من اكثر الصناعات الملوثة في كل مرحلة من مراحلها فقد اصبح التفكير وبقوة الى كيفية التحويل نحو الاقتصاد الاخضر في هذه الصناعة من خلال البيات هامة مثل استراتيجيات (اعادة التدوير – اعادة الاستخدام – تقليل الفوائد او تحقيق صفر فواید.....) من الاستراتيجيات الهامة. ويوضح

شكل (١) الموضح لتقرير المهارات الخضراء العالمية من (٢٠١٦-٢٠٢١). ان الموضحة المستدامة والتي تساهم في منع التلوث تنمو وتتنزاد بمقدار % 90.6 متقدمة على كل المهارات الاخرى. وانها تنجدة بقوة نحو الاخضر على مستوى الصناعة والوظائف والمهارات الخضراء وتليها مباشرة الخدمات البيئية والتي تحقق ادارة جيدة للنظام البيئي % 82.5 بالاضافة الى تواجد مصطلح الاستدامة في العديد من المهارات اللاحقة ، مما يعكس التوجه العالمي نحو الاقتصاديات الخضراء المستدامة في كافة نواحي الحياة بصفة عامة والصناعات بصفة خاصة لما ينتج عنها من تلوث واضرار كبيرة بالبيئة كان لها وبكل تأكيد النصيب الأكبر من المشكلات البيئية الحادثة عالميا وتغيرات المناخ الخطيرة دولياً. كما يوضح شكل (٢) اعلى ٢٥ دولة ذات عدد أكبر من القطاعات ذات المهارات الخضراء (٢٠٢١) على مستوى العالم ونجد قطاعات مثل قطاع الفنون و قطاع التصميم ممثلة فيها بشكل واضح ونجد ان تلك المهارات الخضراء تحقق لهذه الدول تقدم اقتصادي ونمو كبير.

Skill name	Green skill category	Skill growth
Sustainable fashion	Pollution Prevention	90.6%
Environmental services	Ecosystem Management	82.5%
Oil spill response	Environmental Remediation	80.4%
Climate	Ecosystem Management	68.7%
Sustainable Growth	Environmental Auditing	67.2%
Surface water	Ecosystem Management	64.5%
Occupational Safety and Health Advisor (OSHA)	Environmental Policy	57.9%
Sustainable business strategies	Pollution Prevention	56.6%
Solar systems	Renewable Energy Generation	55.5%
Sustainable landscapes	Ecosystem Management	52.9%

شكل (١) يوضح المهارات الخضراء العالمية من عامي (٢٠١٦-٢٠٢١)

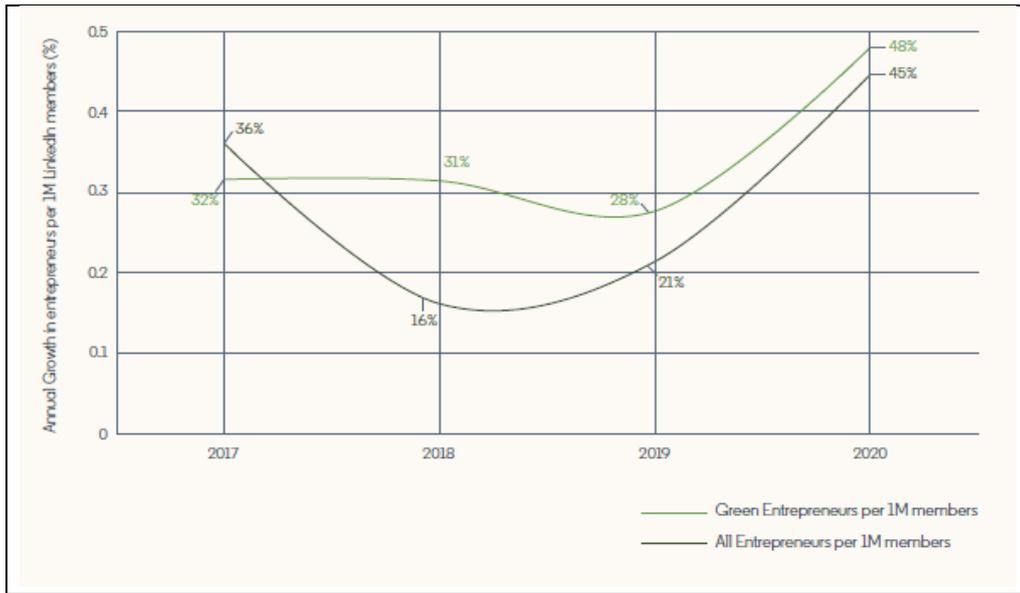


شكل (٢) يوضح اعلى ٢٥ دولة في المهارات الخضراء لعام ٢٠٢١ والقطاعات التي تمثلها تلك المهارات

لقد ازدادت المهارات الخضراء باستمرار في صناعة المنسوجات والملابس والأزياء على الصعيد العالمي منذ عام ٢٠١٥. ويوضح شكل (٣) انه في أوروبا وأمريكا الشمالية - نمت حصة المواهب الخضراء بنسبة ٥,٨٪ و ٤,٤٪ سنويًا من عام (٢٠٢١-٢٠١٥) على التوالي، بينما نمت في اسيا بنسبة ٥,٩٪ في نفس تلك الفترة. وهذا يوضح لنا ان القطاعات والصناعات المسببة لأكبر انبعاثات للكربون وتلوث شديد عليها ان تجد حلول جذرية وسريعة عند الانتقال الى وظائف جديدة في العالم الجديد الذي يحاول ان يجد حلول فعلية لمشكلة تغيير المناخ ، ولذلك نجد ان ريادة الاعمال الخضراء بالرغم من حداثتها تنمو بوتيرة اسرع من ريادة الاعمال التقليدية كما هو موضح بشكل (٤) .

Continent	Compounded Annual Growth (2015-2021)
Asia	5.9%
Europe	5.8%
North America	4.4%

شكل (٣) يوضح زيادة حصة المهارات الخضراء في اسيا واوروبا وامريكا الشمالية



شكل (٤) يوضح مقارنة بين نمو ريادة الاعمال التقليدية وريادة الاعمال الخضراء

طباعة المنسوجات وصناعة الموضة بين مفهوم الاستدامة والاقتصاد الدائري (الدوار):

ان نشر ابتكارات الاستدامة في ريادة الأعمال والابتكار بصفة عامة ، ونشره في مجال ريادة الأعمال المجتمعية للشركات الناشئة بصفة خاصة هو اتجاه وتوجه عالمي يساعد بشكل كبير في تحقيق اهداف التنمية المستدامة لعام ٢٠٣٠ وذلك لانه يقوم بالتركيز على واحدة أو أكثر من المشاكل العالمية (الاقتصادية والاجتماعية والبيئية.....) المتعلقة بالاستدامة. وان الاستدامة هي واحدة من اهم التحديات الرئيسية التي تواجه جميع الصناعات بوجه عام وصناعة المنسوجات والموضة بوجه خاص. وذلك بسبب تعقيد القضايا البيئية والاجتماعية المرتبطة بدورة حياة المنتج بأكملها، ومراحل سلسلة التوريد المعقدة، وكذلك الاستهلاك البشري للمنتجات وسلوك عملاء المنسوجات والموضة.

وان الاستدامة بصفة عامة وبمعناها البسيط والمختصر هي تقديم قيمة طويلة الأجل في الجوانب الاجتماعية والبيئية والمالية والأخلاقية مما يعود بالفائدة على الافراد والمجتمعات والبيئة والصناعةفي مختلف جوانب الحياة ويحد من مشكلة تغير المناخ عالمياً . كذلك فان مصطلح الاقتصاد الدائري (الدوار) (Circular Economy) هو واحد من اهم المصطلحات المستخدمة بصفه عامة في جميع الصناعات على المستوى الدولي وفي صناعة المنسوجات والموضة بوجه خاص لما لهذه الصناعة من فوادر كثيرة على مستوى الخامات والخيوط والكيماويات والاصباغ ومواد الطباعةالخ (شكل ٥). ولذلك فان الاقتصاد الدائري (الدوار) يتخلى بوضوح عن نموذج (الاستهلاك والهدر) التقليديين وعليه ان يتمسك باغلاق حلقات الانتاج خلال العملية الانتاجية باحكام ليحقق التصنيع (الانتاج) المسئول وكذلك الاستهلاك المسئول وفقا للهدف ١٢ من اهداف التنمية المستدامة (SDGs) وكذلك اهداف رؤية مصر ٢٠٣٠ وتحقيق الاستدامة البيئية من خلال نظام بيئي متكامل ومستدام (شكل ٦). يأخذ هذا النظام في الاعتبار المواد الخام المستهلكة في عملية الإنتاج ، ويسلط الضوء على قيمة استخدام المنتج حتى النهاية ، ثم المضي قدماً خطوة أخرى وإعادة توجيهه إلى شيء آخر. من خلال استراتيجيات واضحة مثل إعادة التدوير وإعادة الاستخدام.....)



شكل (٥) يوضح الاقتصاد الدائري (الدوار) في صناعة المنسوجات والموضة



شكل (٦) يوضح ربط رؤية مصر ٢٠٣٠ ببعض اهداف التنمية المستدامة والواجب تحقيقها في ريادة الاعمال الخضراء والشركات الناشئة من خلال النموذج التطبيقي للبحث

تنتج كل مرحلة من مراحل دورة حياة منتج النسيج كميات كبيرة من الفوائد ، والتي يتم التخلص منها حاليًا بالذهاب الى مكبات النفايات وهنا ممكن تقسيم فواقد المنسوجات الى ٣ اقسام رئيسية هي :

- فواقد النسيج قبل الاستهلاك وتتكون من قطع من القماش والجلود والمواد الخام الأخرى التي يتم التخلص منها أثناء عمليات النسيج.

- فواقد النسيج بعد الاستهلاك وهي الملابس التي لم تعد مرغوبة للمستخدم بسبب بعض الاسباب الجمالية أو الوظيفية أو لأسباب تتعلق بالموضة ، أو قد تكون بسبب تمزقها بشكل عام ، وفي أفضل السيناريوهات يتم إصلاح هذه الملابس وبيعها ملابس مستعملة في البلدان النامية.

- الفواقد أثناء عملية التصنيع قد تكون هذه إما غازات أو سوائل أو مواد صلبة. من بينها ، يمكن أن نذكر منها الأصباغ والمواد الكيميائية الملقاة في مجاري المياه وبواقي الاقمشة المتبقية في العملية الانتاجية ، والبصمة الكربونية لكل عملية ونقل ، إلخ من انواع الفواقد المختلفة في الصناعة (٢٣).

استراتيجيات الابتكار في طباعة المنسوجات وصناعة الموضة للشركات الناشئة:

تنقسم انواع الاستراتيجيات بصفة عامة الى ما يلي :

الابتكار الجذري والابتكار التدريجي وبعض انواع اخرى من الابتكارات تشير اليها المراجع ومنها **الابتكار الفنى والابتكار المستدام**

- الابتكار الجذري (الاختراق) يعتمد على تحقيق تقدم علمي وفني كبير، وقفزة استراتيجية تؤدي إلى التغيير في مدى واسع من المنتجات والتكنولوجيا والصناعة. وهو يأتي بالجديد بصيغة منتجات أو عمليات أو تكنولوجيا مبتكرة وفريدة حقيقية، تختلف عن كل ما قبلها من المنتجات والعمليات في مجالها. (٢٤) (٢٥)

- **الابتكار التدريجي والمقصود به تحسين في شيء موجود (مثل المنتج أو الخدمة) أو الاثنتين معا حسب طبيعة الشركة الناشئة التي تعمل في مجال المنسوجات سواء كانت تعمل في مجال انتاج اقمشة مطبوعة او بيع تصميمات او صناعة موضة او بيعها للعميل وتسويقها او كلهم معا.** ومن الممكن ان يكون الابتكار في نموذج العمل الاولي الخاص به.

- **الابتكار المستدام : وتفضل نظرية الابتكار المستدام الابتكار التدريجي على الابتكار الجذري أو الابتكار الخارق أو كما تطلق عليه بعض المراجع الابتكار التخريبي ،** ولذلك فان الابتكار المستدام يتم من خلال تقديم أداء أفضل بشكل تدريجي بسعر أعلى أو باعلى استغلال لموارد موجودة بالفعل في العملية التصنيعية وغير مستغلة ، وبهذا تكون الشركة قادرة على إنشاء نموذج أعمال مستدام طويل الأجل. ونجد ان هذا النوع الابتكار التدريجي المستدام يتناسب تماما مع صناعة ابداعية مثل طباعة المنسوجات وصناعة الموضة عند انشاء شركة ناشئة للأسباب الاتية :

- الشركة الناشئة في مصر هي في الغالب شركة ذات رأس مال محدود يكونها مجموعة صغيرة من الشباب بإمكانيات مالية محدودة ونسبة المخاطرة والنجاح فيها كبيرة كأي شركة ناشئة.

- الشركة الناشئة في مجال طباعة المنسوجات وصناعة الموضة هي شركة تعتمد في المقام الاول على الابداع والابتكار والمهارة ولذلك يلزمها الابتكار التدريجي المستدام ، ويتم هذا من خلال أداء أفضل بشكل مبتكر بسعر أعلى أو باقصى استغلال لموارد موجودة بالفعل في العملية التصنيعية وغير مستغلة كما سيتم الإشارة اليه فيما بعد. وهنا تجدر الإشارة الى انواع الابتكار التي من الممكن ان تقوم كل شركة ناشئة في مجال طباعة المنسوجات وصناعة الموضة ان تبني نموذج

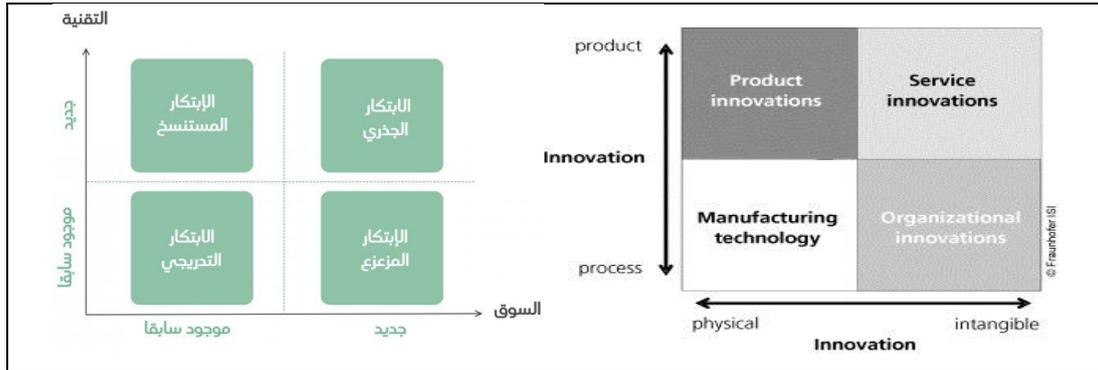
العمل الاولي (Business Model Canvas) الخاصة بها من خلاله او من خلال الجمع بين كذا نوع منه وهم كالاتى:

- الابتكار فى المنتج Innovation in Product

- الابتكار فى الخدمة Innovation in Service

- الابتكار فى العملية Innovation in Process

- الابتكار فى نموذج العمل Innovation in Business Canvas Plan



شكل (٧) يوضح مجالات الابتكار وانواع استراتيجيات الابتكار التي من الممكن تطبيقها الشركات الناشئة عند انشاء علامتها التجارية

الاطار العملى التطبيقى للبحث :

تسعى الورقة البحثية الى ايجاد محاور اساسية وخارطة طريق واضحة تستطيع الشركات الناشئة ان تصيغ من خلالها استراتيجيات للابتكار مناسبة وتكوين نموذج العمل الاولي الخاص بها فى مجال ريادة الأعمال المجتمعية المستدامة ، ولكى تستطيع هذه الشركة الناشئة من خلاله تحقيق هدف اجتماعى وبيئى متوافق مع اهداف التنمية المستدامة ورؤية مصر ٢٠٣٠ وذلك فى مجالات طباعة المنسوجات وصناعة الموضة وكذلك يضمن لها الاستمرارية فى السوق فى ظل توجه عالمى الى اقتصاديات خضراء ابداعية مما يضمن لتلك الشركة الناشئة الاستدامة والنمو واختراق السوق المحلى والوصول الى الاسواق التصديرية العالمية.

- نموذج مقترح لشركة ناشئة فى مجال الريادة المجتمعية المستدامة

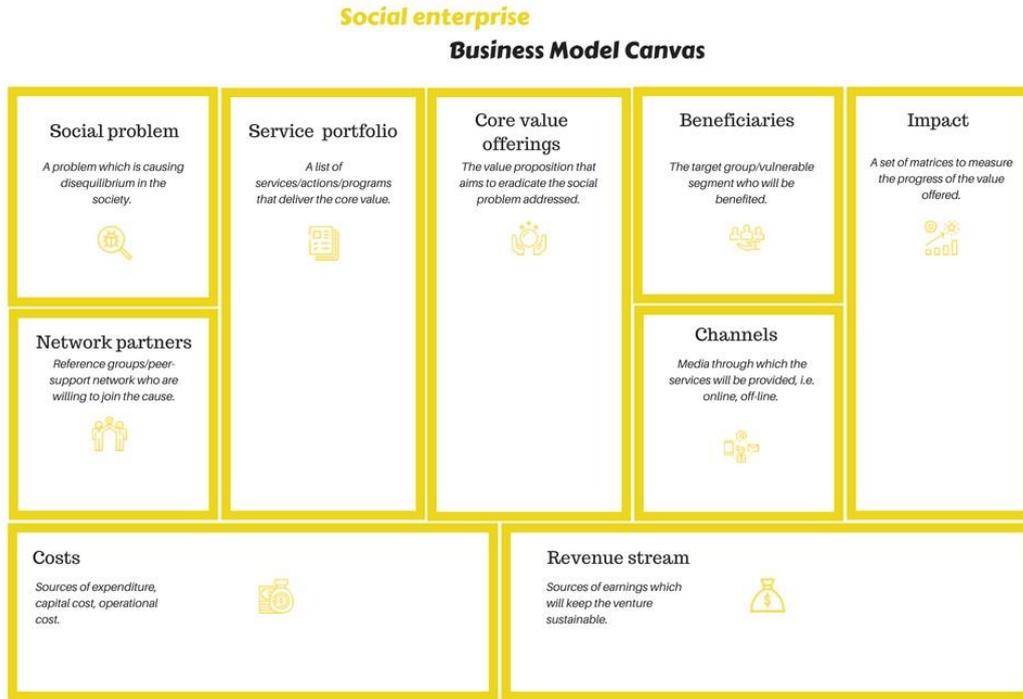
تم ابتكار هذا النموذج المقترح بناء على ال ٩ مربعات الاساسية الخاصة بنموذج العمل للريادة المجتمعية المستدامة والذى يشمل العناصر الآتية :

<p>- عدم توافر عمل للمرأة المعيلة الغير متعلمة فى قرى محافظة القليوبية</p> <p>- وجود فواقد كثيرة فى مصانع المنسوجات غير مستغلة من الاقمشة والجلود ، من الممكن استغلالها فى تحقيق متطلبات الاقتصاد الابداعى بتحويلها من فواقد تضر بالبيئة الى منتج عالى الجودة والابتكارية.</p>	<p>تحديد المشكلة الاجتماعية والبيئية</p>
<p>- يتمثل الشركاء واصحاب المصلحة فى مؤسسات المجتمع المدنى والجمعيات الاهلية والمحافظة واصحاب مصانع النسيج و المبرمجينالخ من الراغبين فى حل هذه المشكلة</p>	<p>شبكة التواصل</p>
<p>- خدمات تدريبية للمرأة المعيلة الغير متعلمة او غير عاملة (المجموعة المستهدفة).</p>	<p>مجموعة الخدمات المقدمة</p>

<p>- دورة تدريبية لأصحاب الشركات الناشئة للتعرف بشكل أكبر على مفاهيم (الاقتصاد الأخضر - الاقتصاد الابداعي (البرتقالي)- الاقتصاد الدائري - اهداف التنمية المستدامة) - ورش عمل للأطفال لنشر الوعي البيئي والفكر الابتكاري في الاماكن المستهدفة. - حملات توعوية داخل مصانع النسيج المستهدفة .</p>	
<p>- بناء علامة تجارية مستدامة لاكسسورات الملابس للرجال والسيدات طبقا لاتجاهات الموضة العالمية لتحقيق متطلبات الاقتصاد الدائري الأخضر وصفر فواقد للمصانع المستهدفة ، مع التأكيد على فكر الاقتصاد الابداعي (البرتقالي) في تمييز كل قطعة عن الاخرى باستخدام تقنيات واساليب طباعة وصباغة المنسوجات على ان يقوم بتنفيذ عينات هذه العلامة التجارية الفئة المستهدفة من المرأة المعيلة الغير متعلمة لقرى محافظة القليوبية المستهدفة . على ان يتم قياس ذلك في فترات معينة عن طريق مؤشرات الاداء</p>	<p>القيمة المضافة المقدمة</p>
<p>- المرأة المعيلة الغير متعلمة او غير عاملة في الحصول على مصدر للرزق - مؤسسى الشركات الناشئة في مجال طباعة المنسوجات وصناعة الموضة في الحصول على المادة الخام لمنتجاتهم باسعار قليلة - اصحاب مصانع النسيج في التخلص من فواقد الصناعة وتطبيق ل ٥ س وصفر فواقد وفي حالة تبرع اصحاب هذه المصانع لاصحاب الشركات الناشئة بالمادة الخامه تصبح جزء من المشاركة المجتمعية او تكون شراكة مع اصحاب الشركات الناشئة .</p>	<p>المستفيدون</p>
<p>- وسائل التواصل الاجتماعية وتطبيقات الموبيل والمعارض والفاعليات وورش العمل التفاعلية للمستهدفين وتنظيم ورش للأطفال لرفع لوعي باهداف التنمية المستدامة والبعد البيئي من خلال اشراكهم في بعض فاعليات انتاج هذه المكملات (الاكسسورات) الخاصة بهذه العلامة التجارية</p>	<p>قنوات التواصل</p>
<p>- تحقيق تأثير اجتماعى وبيئى مستدام وكذلك تحقيق ارباح بعد نجاح العلامة التجارية</p>	<p>التأثير</p>
<p>- تحديد درسة جدوى مبدئية من خلال تحديد (تكاليف التشغيل - الخامات - التسويق....) ويتم تحديد حصة كل شريك فيها لتحقيق نموذج ناجح لريادة مجتمعية مستدامة.</p>	<p>التكاليف</p>
<p>- بيع المنتجات عن طريق البيع المباشر فى الفاعليات والمعارض والبيع عن طريق الانترنت ووسائل التواصل الاجتماعى وتطبيقات الموبيل لاضفاء الجانب التكنولوجى التقنى والذى يتوافق مع اهداف التنمية المستدامة ورؤية مصر ٢٠٣٠ فى تقليل التلوث والانبعاثات</p>	<p>الارباح</p>
<p></p> <p>Up-cycling bag from fabrics & leather waste</p>	<p>النموذج الاولى المنفذ للتعبير عن منتجات العلامة التجارية لهذة الشركة الناشئة (شكل ٨)</p>

	
 <p>Up-cycling bag from fabrics & leather waste</p>  <p>Sample of the implemented bag (prototype) as a final product which was made from woven leaflets mixed with waste of fabrics and leather up-cycling</p>	<p>النموذج الثاني المنفذ للتعبير عن العلامة التجارية لهذة الشركة الناشئة (شكل ٩) (شكل ١٠)</p>

- ومن الجدير بالذكر ان استخدام تقنيات واساليب طباعة المنسوجات المختلفة مثل (العقد والربط - الباتيكالخ) وبالوان وطرق مختلفة تسهم بشكل كبير في تميز القطعة الناتجة وتفرداها وعدم تكرارها كما هو موضح بالصور اعلاه ، حتى وان كان الشكل الخارجى للشئ واحد ، الامر الذى يساهم في تحقيق الاقتصاد الابداعى (البرتقالى) للمنتجات كجزء من الصناعات الابداعية ويعطى التمييز للعميل بتفرد تصميمه وعدم تكراره .
ان هذه الطرق تشارك بشكل كبير في تحقيق ريادة الاعمال ونجاح وتميز الشركات الناشئة في مجال طباعة المنسوجات وصناعة الموضة (٢٦).



شكل (11) يوضح النموذج الأولي لريادة الأعمال المجتمعية بمكوناتها التسعة التي تم تحديدها في النموذج العملي المقترح

النتائج

- تطبيق استراتيجيات الابتكار التدريجي المستدام بالنسبة للشركات الناشئة القائمة بالفعل وكذلك ضرورة دراسة السوق لتحديد العرض والطلب لتحديد الفجوة التي نستطيع بها اختراق السوق عند انشاء الشركات الناشئة الجديدة للعلامة التجارية الجديدة الخاصة بها. والتي تعتمد على احتياجات العميل في مجال طباعة المنسوجات وصناعة الموضة ويكون لها دور مجتمعي يبني مستدام يتحقق من خلال تحقيق متطلبات الاقتصاد الدائري والاقتصاد الأخضر والاقتصاد البرتقالي (الابداعي) في هذه الصناعة الابداعية ومراعاة كل تلك الابعاد عند انشاء نموذج العمل الأولي في الريادة المجتمعية المستدامة.

التوصيات

- التوجه بشكل اكبر نحو دراسة استراتيجيات الابتكار ونماذج العمل الأولية في مجال ريادة الأعمال والشركات الناشئة محليا وعالميا في مجالات الصناعات الابداعية بوجه عام والمنسوجات وصناعة الموضة بوجه خاص، مع ضرورة وجود محاور اساسية يتم اعلانها ضمن استراتيجية الدولة المصرية سنوياً توضح الاحتياجات الاساسية والتقنيات الناشئة عالميا في مجال الشركات الناشئة وريادة الأعمال.

- References:

- 1- Alex Alkins, what is innovation strategy? accessed (1-5-2022) <https://blog.planview.com/what-is-innovation-strategy/>
- 2- Business Queen land, Innovation Strategy, accessed (1-5-2022) <https://www.business.qld.gov.au/running-business/growing-business/becoming-innovative/strategy>.

- 3- Mitchell Grant, what is Startup, accessed (1-5-2022)
<https://www.investopedia.com/terms/s/startup.asp>.
- 4- Startup commons, what is startup, accessed (4-5- 2022)
<https://www.startupcommons.org/what-is-a-startup.html>.
- 5- Nicole Martins Ferreira, what is entrepreneurship, accessed (4-5- 2022)
<https://www.oberlo.com/blog/what-is-entrepreneurship>.
- 6- Entrepreneurship- Kinds of entrepreneurship, accessed (4-5- 2022),
<https://byjus.com/commerce/what-is-entrepreneurship/>
- 7- Wallstreetmojo Editorial Team, Social entrepreneur meaning, accessed (4-5- 2022),
<https://www.wallstreetmojo.com/social-entrepreneur/>
- 8- A. Greco & G. de Jong, center for sustainable entrepreneurship, Sustainable entrepreneurship: definitions, themes and research gaps, University of Groningen/Campus Fryslân, accessed (4-5-2022), https://www.rug.nl/cf/pdfs/cse/wps6_angela.pdf.
- 9- UN environment program, Green economy, accessed (4-5-2022),
<https://www.unep.org/regions/asia-and-pacific/regional-initiatives/supporting-resource-efficiency/green-economy>.
- 10- Future Learn, Explore: the fashion industry, accessed (4-5-2022),
<https://www.futurelearn.com/info/blog/explore-fashion-industry>.
- 11- Apparel industry, what is apparel industry? Accessed (4-5-2022)
https://www.apparesearch.com/apparel_industry.html.
- 12- Definitions for textile printing, accessed (5-5- 2022),
<https://www.definitions.net/definition/textile+printing>.
- 13- News European Parliament, circular economy: Definitions, importance and benefits, accessed (5-5-2022), <https://www.europarl.europa.eu/news/en/headlines/economy/20151201STO05603/circular-economy-definition-importance-and-benefits>.
- 14- Santander, Orange economy:what is it and how we can live on it, accessed (18-12-2022)
<https://www.santander.com/en/stories/orange-economy>.
- 15- Sayem Hossain, Social Enterprise Business Model Canvas, Accessed (18-12-2022),
<https://hotcubator.com.au/social-entrepreneurship/social-enterprise-business-model-canvas>.
- 16- David Young and Marine Gerard, Four steps to sustainable business model innovation, Accessed (26-1-2023),
<https://www.bcg.com/publications/2021/four-strategies-for-sustainable-business-model-innovation>.
- 17- David Young and Marine Gerard,How to tell if your business model creating Environmental and societal business benefits, Accessed (26-1-2023),
<https://www.bcg.com/publications/2021/maximizing-environmental-and-societal-benefits-from-your-business-model>
- 18- David Parrish, Helping creative entrepreneurs world-wide become even more successful, Creative Industries definations, Accessed(4-2-2023), <https://www.davidparrish.com/creative-industries-definitions/>

19- وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية – دليل معيار الاستدامة البيئية " الاطار الاستراتيجي للتعافى الاخضر"- الاصدار الأول – ٢٠٢١

wizarat altakhtit waltanmiat al'aqtisadiat - dalil alaistidamat albiyiya "alatar alaistiratijaa liltaeafaa alakhdar" - alaisdar al'awal – 2021.

20- Santander, Orange Economy: What is it and how can we live on it?, Accessed(4-2-2023), <https://www.santander.com/en/stories/orange-Economy>.

21- Creative Economy report 2022, The international year of create economy for sustainale development: Pathway to resilient creative industries, Accessed(5-2-2023), United Nations, Geneva 2022 .

22- Global Skills Green Report 2022, linkedin Economic Gragh

23- Shubham Anil Jain, Circular Economy in Fashion Industry, accessed(5-2-2023), <https://textilelearner.net/circular-economy-in-fashion-industry/>

24- Julia Kylliäinen, Types of Innovation – The Ultimate Guide with Definitions and Examples, accessed(5-2-2023), <https://www.viima.com/blog/types-of-innovation>

25- JORGE LOPEZ, Types of innovation, constact contact, accessed(5-2-2023), <https://techblog.constantcontact.com/software-development/types-of-innovation/>

26- Heba Okasha, The role of textile printing in goverenment strategy for supporting enterpernership and small enterprise (SMEs),

Accessed(10-2-2023), https://mjaf.journals.ekb.eg/article_20418.html.

Books :

27 – Hitesh Jhanji -ENTREPRENEURSHIP AND SMALL BUSINESS MANAGEMENT- Lovely Professional University – Phagwara (India).

28 – Malin Brannback, Alan Carsrud- Fundamentals for Becoming a Successful Entrepreneur: From Business Idea to Launch and Management-United states of America- 1st – 2015.

29- Peter F. Drucker- Innovation and Entrepreneurship (Practice and Principels) - New York: Harper & Row, Publishers, 1985.