

## الإجابة النموذجية للسلسلة رقم 5 "عملية الابتكار في شركة 3m"

## 1- اعداد البطاقة التقنية لشركة M3

➤ اسم الشركة : شركة M3 -

➤ تصنيف الشركة :

- حسب المعيار القانوني : مساهمة

- حسب طبيعة الملكية : عامة

- حسب الحجم : كبيرة

➤ جنسية الشركة : أمريكية

➤ سنة واسم التأسيس : سنة 1902، شركة التعدين والتصنيع مينيسوتا

➤ مقرها : سانت بول مينيسوتا الولايات المتحدة

➤ نشاط الشركة : صناعية تنتج أكثر من 65 ألف من المنتجات كالمواد اللاصقة، والصفائح، و شرائح الكاشطة المعدنية، ومنتجات طب الأسنان، والمواد الإلكترونية والمنتجات الطبية، ومنتجات العناية بالسيارات، كما يستخدم العديد من منتجاتها في المستشفيات، و المصانع، و حول الطرق.

➤ عدد الموظفين : 88667 عامل

➤ رقم الأعمال : 30.8 مليار دولار أمريكي

➤ عدد الفروع : 70 فرع

2- تحديد مجالات الابتكار في نشاط الشركة:

إن الشركة 3m اعتمدت في نشاطها على الإبداع والابتكار من حيث تطوير منتجاتها ، وتتمثل مجالات ابتكارها في:

- ابتكار أول ورق زجاج مقاوم للماء في العالم.
- ابتكار العلامة الفارقة الرئيسية الثانية بعد تحديثها عام 1925 عندما قامت باختراع شريط لاصق.
- ابتكار الطبقة العاكسة Scotchlite ( سكوتش لايت ) لعلامات الطرق السريعة وشريط التسجيل الصوتي المغناطيسي والشريط اللاصق .
- قامت بعملية نسخ Thermo-Fax ثيرمو فاكس، وحامي النسيج Scotchgard - سكوتش جارد وأشرطة الفيديو و وسادات التنظيف Scotch-Brite سكوتش برايت والعديد من المنتجات الكهروميكانيكية.
- ابتكار ميكروفيلم في عام 1960 ووبعض المنتجات الفوتوغرافية والأوراق غير الكربونية وأنظمة جهاز عرض الصور الشفافة وأعمال الرعاية الصحية الخاصة بالمنتجات الطبية وخدمات طب الأسنان
- ابتكار أدوية معدل استجابة جهاز المناعة وأفلام تعزيز الإضاءة للعروض الإلكترونية والدوائر المرنة المستخدمة في طابعات الحبر النفاث والهواتف المحمولة والأجهزة الإلكترونية الأخرى
- ابتكار منتجات في مجال الطاقة تقدم مزايا بيئية لدعم التزام الشركة بتحقيق الاستدامة.
- ابتكار أكبر قناة تحتوي على فتحات في العالم باستخدام 3M Solar Mirror Film 1100 للطاقة الشمسية المركزة.
- الابتكارات الحديثة ملاحظات سوبر ستيكى Post-it بوست إت والشريط اللاصق الشفاف Scotch سكوتش والأفلام الضوئية لأجهزة التلفزيون LCD وعائلة جديدة من منتجات التنظيف Scotch-Brite سكوتش برايت.

- ابتكار علامة التجارية Scotch-Brite أول فرشاة فرك للمرحاض للاستعمال الواحد والمزودة بمنظف في داخلها ، بالإضافة الى شريط الرسام Scotch-Blue للزوايا والمفصلات ومزيل الشعر Scotch Fur Fighter المصمم للإمساك بشعر الحيوانات الأليفة المغروس في المفروشات.
- تطوير محرك عرض ضوئي بمؤشر LED متقدم وفائق الصغر لتحقيق التكامل في الأجهزة الإلكترونية الشخصية، بما في ذلك جهاز العرض Micro Professional Mpro 110
- ابتكار سماعة 3M Littmann الإلكترونية موديل 3200 .
- 3 تحديد وضعية الشركة في السوق وكيف توصلت الي هاته الوضعية  
➤ تحديد وضعية الشركة في السوق :

بالاعتماد على الابتكار والابداع استطاعت شركة 3M احتلال المراتب في العديد من التصنيفات الدولية :

- احتلت الشركة المركز 23 من اصل 50 شركة في قائمة تصنيف الشركات الـ 50 الأكثر استحواد على الاعجاب حسب مجلة Fortune.
- حصلت شركة 3M على أعلى درجات التقييم عن الابتكار.
- احتلت الشركة المرتبة 14 من اصل 50 شركة في مؤشر Bluefin Elastic Innovation Index من حيث التمتع بالسمعة الحسنة في وسائل الإعلام والإخبارية .
- حصلت الشركة على اعلى درجات التقييم عن الابتكار
- احتلت الشركة المرتبة 5 من 10 شركات في قطاع التصنيع والنقل
- اختارها من قبل شركة The Anaheim Group من بين الشركات الأكثر ابتكارا في مجال طب الأسنان في جميع أنحاء العالم  
➤ كيف وصلت الشركة إلى هاته الوضعية:

وصلت المؤسسة إلى هاته الوضعية بفضل تبيها لسياسات واستراتيجيات فعالة منها:

- استثمار 1,7 مليار دولار اي 6 بالمئة من حجم المبيعات في مجال البحث والتطور
- تبنيها قاعدة 15 % لفترة طويلة.

وقد حققت شركة 3M كل هذه الانجازات من خلال سياسات اعتمدها مثل :

- اعتماد الشركة على نشر الابداع والابتكار لمدة طويلة وتطبيقها للقاعدة التي توجب أن يكون ربع المبيعات السنوية من منتجات جديدة لم يمض على طرحها أكثر من اربع سنوات.
- تشجيع انتقال الأفكار بين الأقسام في المؤسسة
- مكافأة العاملين بمبالغ مالية او من خلال نادي خاص للمبدعين المتمثل في مجتمع كارتلون
- تقديم منح لتغطية نفقات الفنانين
- تتبعها اثار الناجمة عن الابتكار الخاص بها.
- مكانة الشركة واهميتها في تصنيع المنتجات للعديد من الأسواق وخبرتها في تطوير المنتجات والتصنيع والتسويق
- وجودها العالمي في مجالات متنوعة صناعية كالسلامة والرسومات الرعاية الصحية؛ الالكترونيات والطاقة و المستهلك.

4- شرح قاعدة 15 %

هي طريقة معتمدة من طرف الشركة موضوع دراسة الحالة في تحفيز وتوجيه عمالها التقنيين نحو استكشاف وتطوير افكار جديدة للشركة وهي تخلق الثقة بين الشركة وعمالها باعتبارهم هم مصدر تفوقها ومضمون القاعدة هو أن موظفي الشركة لا بد ان ينفقوا 15% من وقتهم في مشروعات لم يكلفوا بها من قبل الشركة ، ولا تكون بصفة عشوائية بل بطريقة منظمة وهذا يساعدهم على تطوير قدراتهم للحصول على أفكار جديدة من اجل أن يدعموا بها نشاط المؤسسة مما يجعلها تبتكر بشكل واسع وسريع.

من اعداد استاذات المقياس