

الاقتصاد الناعم كضرورة حتمية لنجاعة الإبداع في المؤسسة الاقتصادية

The soft economy is an imperative necessity for the creativity of an economic institution

حليمة لخذاري
جامعة الوادي
Zinouch15@gmail.com

احمد بن خليفة
جامعة الوادي
Benkhalifa_ahmed@ymail.com

ملخص:

يعتبر الإبداع هدف النشاطات المتميزة لأغلب المنظمات التي تعمل على نشر المعرفة، فهذه المنظمات تعمل على تبني أساليب متميزة لتحريك وتحفيز قدرات مواردها البشرية الإبداعية. وفي ظل الاقتصاد المبني على المعرفة والتوجه نحو العولمة وتسارع وتيرة الإبداعات التكنولوجية أصبحت منظمات الأعمال تواجه ضغوطا متزايدة نحو إحداث التغيير والتطوير في وقت أصبحت فيه المعرفة المورد الاقتصادي الرئيسي.

واستنادا إلى ما تقدم، جاء هذا البحث ليتناول علاقة اقتصاد المعرفة بالإبداع حيث يعتبر هذا الأخير بمثابة الوعاء الحاضن له.

الكلمات المفتاحية: اقتصاد المعرفة، الإبداع، رأس المال البشري

Abstract:

Creativity is the goal of the exceptional activities of most knowledge-sharing organizations, who strive to adopt unique ways to mobilize and stimulate their creative human resources. And development at a time when knowledge has become the main economic resource.

On the basis of the above, this research deals with the relationship between the knowledge economy and creativity, where creativity is considered to be the incubator.

Keywords: Knowledge economy • creativity • Human capital

تمهيد:

يعتبر الإبداع هدف النشاطات المتميزة لأغلب المنظمات التي تعمل على نشر المعرفة، فهذه المنظمات تعمل على تبني أساليب متميزة لتحريك وتحفيز قدرات مواردها البشرية الإبداعية . ولأن قيمة المنظمات الحديثة كما يؤكد أغلب الباحثين تكمن في الموجودات غير المادية أي الموارد البشرية الأمر الذي يحتم الاهتمام باقتصاد المعرفة المكتنزة في عقول هذه الموارد وصولا إلى الابتكار والإبداع الذي تنشده المنظمات المعرفية.

تعتمد المعرفة كما هو اقتصادها بالدرجة الأولى على العقول المبدعة والطاقات البشرية الخلاقة التي تنتج المعارف المبتكرة وتطورها وانتشر مفهوم اقتصاد المعرفة انتشارا سريعا، ومع دخول العالم الألفية الثالثة وتكاثر الضغوط على الدول ومنظمات الأعمال فيها تزايد اهتمام الاقتصاديين وأصحاب الأعمال بدراسة كيفية تحقيق الانتقال بالمجتمعات والاقتصاديات من الأشكال التقليدية إلى مجتمعات المعرفة ويعتبر تحدي الإبداع اليوم أحد الانشغالات الأساسية والدائمة للمؤسسة وذلك من خلال أهمية الميزانية المخصصة للأبحاث وتطوير منتجات جديدة.

وانطلاقا من ذلك كله أصبحت المؤسسات في حاجة ماسة إلى معرفة الطرق الكفيلة التي تسمح لها بالاستعمال الأمثل والعقلاني لرأسمالها المعرفي حتى تستطيع مواكبة المؤسسات المتطورة في العالم وهذا من خلال تحويل المعلومة إلى معرفة، وبالتالي تحقيق الوثبة الانتقالية من منطق الإنتاجية إلى منطق الإبداع.

تكمن أهمية هذه الدراسة في أنها تتناول موضوعا حيويا هو اقتصاد المعرفة، فبالرغم من اهتمام مجتمعات ومنظمات أعمال الدول المتقدمة المتزايد في المعرفة وتطبيقها في عالم يتجه نحو العولمة وانفتاح الأسواق والأعمال والتجارة الإلكترونية إلا أن هذا الموضوع لا يزال في مراحله الأولى ولم ينضج البحث فيه أو في تطبيقاته في المجتمعات العربية بعد. ومع دخول العالم الألفية الثالثة أضيفت ضغوط جديدة على منظمات الأعمال الحديثة وفرص تحقيقها الميزة اللازمة لمواجهة المنافسة من المنظمات الأخرى، تمثلت في الحاجة المستمرة إلى حفز الإبداع وخلق الأفكار وتبادل أفضل الممارسات الإدارية، مما أدى لزيادة الاهتمام بموضوع اقتصاد المعرفة وإلى توجه اهتمام الباحثين في الاقتصاد وإدارة الأعمال وتكنولوجيا المعلومات لدراسة سبل نقل المعرفة واستخدامها وتداولها.

وفي ظل الاقتصاد المبني على المعرفة والتوجه نحو العولمة وتسارع وتيرة الإبداعات التكنولوجية، أصبحت منظمات الأعمال تواجه ضغوطا متزايدة نحو إحداث التغيير والتطوير في وقت أصبحت فيه المعرفة المورد الاقتصادي الرئيسي.

و بناء على ما سبق يمكن صياغة إشكالية الدراسة في التساؤلات التالية:

ما هي علاقة الاقتصاد المعرفي بالإبداع؟ أو ما هي طبيعة العلاقة بين اقتصاد المعرفة وتنمية القدرة على الإبداع في المنظمة؟

ولمعالجة الإشكالية المطروحة قسمنا بحثنا هذا إلى المحاور التالية:

- ماهية الإبداع؟

- اقتصاد المعرفة؟

- رأس المال البشري وأهميته في اقتصاد المعرفة؟

- علاقة اقتصاد المعرفة بالإبداع؟

- إشكالية التناقض الموجود بين مجتمع المعرفة واقتصاد المعرفة؟

- مقومات الاقتصاد المعرفي لتفعيل الإبداع في منظمات الأعمال؟

أولاً: ماهية الإبداع

1. تعريف الإبداع: هناك اختلاف في مصطلح الإبداع، مما يصعب من الوصول إلى اتفاق حول هذا المصطلح فالبعض يرى أنه شيء جديد والبعض الآخر يقدم الإبداع كأى شيء مختلف بالنسبة للمنظمة التي أدخل عليها، وهناك أيضا من تصور الإبداع كتنبي مبكر لفكرة جديدة .¹

كما يمكن صياغة عدة تعريفات للإبداع، وجميعها تتفق على أن في الإبداع جديد وتجديد يهدف لتحسين شيء ما فمن التعريفات التي يمكن طرحها:

➤ **تعريف Petre Drucker:** "بأنه تغيير في ناتج الموارد، وبتعبير آخر هو تغيير في القيمة والرضا الناتجين عن الموارد المستخدمة من قبل المستهلك. وفي هذا المجال يرى Drucker أن في منظمة القرن العشرين كان العنصر الأكثر أهمية وتتمين هو وسائل الإنتاج، أما خلال القرن الواحد والعشرين فإن العنصر الأكثر أهمية وتتمين في المنظمات سواء كانت تجارية أو غير تجارية فهو عمال المعرفة المتواجدين فيها".²

➤ يرى **Schumpeter** أن الإبداع هو بالضرورة "الإدخال الأول لمنتوج ما أو لعمل جديد وذلك بالنسبة لكل العمليات المتواجدة من قبل".

➤ كما يعرف أيضا على انه "الإتيان بمجديد يتسق وينتظم في الأطر الحضارية القائمة فيغيئها ويطورها".³

➤ كذلك الإبداع هو "عملية ديناميكية هدفها⁴ الخلق، والتطوير، وتبادل أفكار جديدة حول المنتجات والخدمات المسوقة بهدف تحقيق نجاح المنظمة ونمو اقتصاد الدولة".⁵

➤ ويعرف الإبداع بأنه "التوصل إلى حل خلاق لمشكلة ما أو طرح فكرة جديدة".⁶

➤ يعرف الإبداع بأنه القدرة على جمع وإشراك المعلومات بطرق تؤدي غالى أفكار جديدة.⁷

ويمكن تعريف الإبداع بصورة دقيقة من خلال الاعتماد على تعريف الباحث **Evan** الإبداع هو "تطبيق فكرة طورت

داخل المنظمة، أو تمت استعارتها من خارج المنظمة سواء كانت تتعلق بالمنتج، الوسيلة، النظام، العملية، السياسة، البرنامج أو الخدمة، وهذه الفكرة جديدة بالنسبة للمنظمة حينما طبقتها".⁸

ومن خلال كل التعاريف السابقة يمكن الاستدلال على أن الإبداع هو "تقديم الجديد إما على مستوى الأفكار أو على مستوى المنتجات بغرض تحسين الأداء والتنافسية وحتى طرق التسيير ذاتها لتلبية حاجيات آنية و مستقبلية".

ولقد أصبح الإبداع نشاط من بين الأنشطة العامة التي تقوم بها المنظمة، فتشجيع الإبداع والتدريب عليه ليس أمرا اختياريا بل ضروريا وهو السبيل الوحيد للوصول إلى الجودة وتحقيق الميزة التنافسية. ويعتمد الإبداع في تعريفه على أربعة نواحي هي⁹:

✓ **الشخصية:** من خلال المبادرة التي يبديها الفرد في قدرته على التخلص من السياق العادي للتفكير وإتباع نمط جديد من التفكير.

✓ **الإنتاجية:** ويتمثل في ظهور إنتاج جديد نابع عن التفاعل بين الفرد وما يمر به من خبرات ويحقق رضا مجموعة كبيرة في فترة معينة من الزمن.

✓ **العملية:** حيث تمتد عملية الإبداع عبر الزمان وتتميز بالقابلية للتحقيق.

✓ **المناخ:** والتي يقصد به الظروف التي تيسر الإبداع وتشجع عليه أو تحول دون إطلاق طاقات الأفراد الإبداعية سواء كانت ظروف عامة ترتبط بالمجتمع أو ظروف خاصة ترتبط بالمناخ التنظيمي في المنظمة.

2- أهمية الإبداع:

أصبح الإبداع في المؤسسة من ضروريات العصر حيث أن التحولات الاقتصادية التي يعرفها العالم وخاصة في ميدان تطور المعرفة والتكنولوجيا يجعل الإبداع من أهم انشغالات المؤسسة العصرية.

إن ديناميكية الاقتصاد الجديد تعمل على أن الكل يتحرك بسرعة محيرة ومضطربة لذا لا يسمح لأي مؤسسة أن تظل ثابتة في المحيط التنافسي الجديد بل يجب عليها أن تكون دائما مفتوحة للأفكار وطرق العمل الجديدة كما تكون أيضا مفتوحة للوسائل والتجهيزات المستحدثة وتكون قادرة على إدماجها واستغلالها في نشاطها الكلي.

وفي ظل الاقتصاد الجديد يجب أن يكون رد فعل المؤسسة سريع وتكون مرنة ومبدعة بصفة مستمرة لكي تضمن وضعية جيدة في السوق، كما يجب أيضا على المؤسسة أن تكون قادرة على تعبئة المعرفة وأن تملك سرعة كبيرة في التدريب التنظيمي.

ومن خلال كل ما سبق يمكن استنتاج العناصر المكونة للإبداع¹⁰:

✓ **موضوع الإبداع:** وهذا الموضوع ممكن أن يكون منتج، خدمة، نشاط، هيكل، برنامج، سياسة أو مبادرة .

✓ **أفكار جديدة:** الإبداع يعني خلق أفكار جديدة، ونقصد بالأفكار الجديدة تحسين ما كان موجود، اختراع شيء أساسي جديد وتطبيق أفكار كانت موجودة على نطاق جديد.

✓ **التطبيق:** إن الأفكار الإبتكارية والإختراعية لا تكون في حد ذاتها إبداع، فالفكرة الجديدة -الإختراع - يجب أن تكون قابلة للتطبيق على النشاط التنظيمي، وبالتالي يتمثل الإبداع في تطبيق الأفكار الجديدة .

✓ **تغيير ذو معنى:** التغيير الذي يتم إدخاله يجب أن يكون ذو معنى أي أن التغيير الذي يحدث تحسنا هاما، وهكذا يمكن أن يتعلق الأمر بتقدم اجتماعي، تكنولوجي اقتصادي.

وكنتيجه يمكن القول أن قدرة الإبداع لمؤسسة ما راسخة في قدرتها على تحويل أصولها المعرفية المنظمة بصفة أو بأخرى والمخزأة إلى ذكاء إستراتيجي جماعي في المستقبل.

3- أشكال الإبداع وتصنيفاته:

لقد قسم الإبداع إلى أصناف عديدة حسب نوعية النشاط وحسب نوعية المنظمات وأهم هذه التصنيفات، تصنيف تايلور وهو مبين في الشكل التالي:

الشكل رقم (01): اشكال الابداع حسب تصنيف تايلور



المصدر: سليم بطرس جلدة، زيد منير عبوي، إدارة الإبداع والابتكار، الطبعة الأولى، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، الأردن، 2006، ص: 52 .

بالإضافة إلى التصنيف السابق فإن أنواع الإبداع في تزايد مستمر، انطلاقا من تقنيات الإنتاج إلى المنتجات الجديدة، إلى طرائق التنظيم ومختلف العناصر التي تؤثر في سير المؤسسات. وعليه فقد حدد Joseph Schumpeter خمسة أشكال للإبداع هي:¹¹

- إنتاج منتج جديد
- إدماج طريقة إنتاج جديدة

- استخدام مصدر جديد للمواد الأولية
 - تحقيق تنظيم جديد (مثل حالة احتكار)
 - فتح مدخل جديد (سوق جديدة)
 - يمكن تصنيف الإبداع كما يلي :¹²
 - الإبداع الأساسي: عبارة عن فكرة إبداعية جديدة تؤدي إلى الثورة في التفكير، ويقوم هذا الإبداع على الأبحاث والعلم والمعرفة.
 - الإبداع التطبيقي: وهو الذي يؤدي إلى التطبيق الفعلي والعملي للإبداع الأساسي، وعادة ما يكون مرتكزا على الصناعة كأجهزة الكمبيوتر.
 - الإبداع الاشتقاقي: إنتاج منتج جديد أو تقديم خدمة يتم اشتقاقها من الإبداع التطبيقي، فهو تعديلات صغيرة على المنتج أو الخدمة.
 - إبداع التغيير: يؤدي إلى إحداث تغييرات طفيفة على المنتجات والخدمات الناتجة عن الإبداع الاشتقاقي .
 - الإبداع البنائي: يتمثل في إيجاد مستخدم جديد لنفس التكنولوجيا القائمة ويتميز بكونه يخلق الكثير من فرص العمل الجديد ويفتح أسواقا جديدة
 - الإبداع الارتقائي: (التطوري) إحداث تغييرات طفيفة نسبيا في المنتج أو الخدمة الموجودة.
 - الإبداع الجذري: يقوم على أسس هندسية وعملية جديدة، ومن ثم فهو يقوم على نماذج جديدة ويتطلب عناصر جديدة وتقنيات مختلفة إضافة إلى أنظمة جديدة، كما أن الإبداع في المؤسسة يأخذ كلا من الشكلين المترابطين التاليين:
 - إبداع إداري : يتعلق بطرائق الإدارة وفيه يعمل المدير والأفراد على وضع سياسات واستراتيجيات لتسيير أعمال المنظمة بشكل أمثل .
 - إبداع تقني : يتعلق بالجوانب الفنية والتشغيلية والتسويقية كالتركيز على منتجات جديدة والتميز في تقديمها.
- 4- دوافع الإبداع:

- تنفق العديد من المؤسسات أموالا طائلة على أنشطة الإبداع لمواجهة المخاطر، وعلى العموم يمكن إجمال مبرراتها في العناصر التالية:¹³
- المنافسة الشديدة في الأسواق: حيث أصبح لا يمر يوم دون أن تكون هناك تغييرات لذلك أصبح لزاما على المؤسسات اللجوء إلى الإبداع من أجل المحافظة على الحصة السوقية.
 - الثورة العلمية : اختصرت الثورة العلمية الفترة الفاصلة بين التوصل إلى النتائج والاكتشافات وتجسيدها في شكل منتجات، وقد شجع هذا الأمر على تطوير الأبحاث من خلال التعاقد بين مراكز البحوث والجامعات ومخبرها.
 - اقتصاديات الحجم : انخفاض التكاليف يؤدي إلى البيع بأسعار تنافسية وهذا ما من شأنه زيادة الأرباح.
 - تكنولوجيا المعلومات: إن التطور الكبير في تكنولوجيا المعلومات انعكس إيجابا على أنشطة الإبداع والتطوير.

- المساعدات الحكومية: ساهمت هذه المساعدات المالية والفنية في دعم عمليات الإبداع التكنولوجي.
5- مستويات الإبداع :

انطلاقا من كون الإبداع نشاط إنساني يمكن أن يحدث في جميع مجالات الحياة، فهذا يقودنا إلى التمييز بين ثلاثة مستويات للإبداع في المؤسسة.

1-5 الإبداع على مستوى الفرد:

إن الإبداع موجود لدى البشر بدرجات متفاوتة وأساليب متنوعة وما على الإنسان إلا أن يفهم ويوظف ما لديه من معارف وإمكانات إبداعية، إلا أنه قد يصطدم بمحيط عمل لا يشجع على ذلك التوظيف.

إن الإبداع ظاهرة إنسانية هامة وإيجابية، ويكون للفرد القدرة على الإبداع وذلك من خلال خصائص فطرية مكتسبة والتي يمكن تنميتها، ويساعد في ذلك ذكاء الفرد وموهبته. ومن بين خصائص الفرد المبدع¹⁴:

- مقدام على المخاطرة وتحمل المسؤولية بأسلوب علمي و يقض،

- القدرة على التعبير على الأفكار،

- القدرة على التعامل مع المواقف الغامضة لأنها تثير في نفسه البحث عن الحلول،

- البحث عن الحقيقة مهما كان مصدرها ليستثمرها في مجالات الإبداع،

- الاعتماد على التفكير العلمي في التحليل والتقييم وإصدار الأحكام،

- لديه أهداف واضحة يريد الوصول إليها.

2-5 الإبداع على مستوى الجماعة :

أظهرت الدراسات أن الإبداع على مستوى الجماعة يفوق بكثير مجموع الإبداعات الفردية وذلك بسبب التفاعل الذي ينتج بين مختلف الأفكار، حيث يتأثر إبداع الجماعة بمجموعة من العوامل والتي يمكن تلخيصها في النقاط التالية¹⁵:

- الرؤية: حيث أن الإبداع لدى الجماعة يزداد حثما يتشارك أفرادها في مجموعة من القيم والأفكار التي تتعلق بأهداف الجماعة.

- توفير دعم الإبداع: ويتم ذلك من خلال توفير المساندة والدعم لعملية التغيير.

- تنوع الجماعة : يزداد إبداع الجماعة بوجود جماعة من شخصيات مختلفة .

- انسجام الجماعة: فالجماعة المنسجمة أكثر ميلا إلى الإبداع عن غيرها.

3-5 الإبداع على مستوى المؤسسة :

ويتضمن تقديم منتج جديد بشكل سلعة أو خدمة، أو التجديد في عملية الإنتاج ، توزيع هذه السلعة أو الخدمة. وعليه فإن الإبداع على مستوى المؤسسة يعني تميزها في مستوى أدائها وعملها ولكن حتى تصل المؤسسات إلى الإبداع لابد من وجود إبداع فردي وجماعي.

ثانيا: اقتصاد المعرفة (Knowledge Economy): يقوم على فهم جديد أكثر عمقا للمعرفة ورأس المال البشري ودورهما في تطور الاقتصاد وتقدم المجتمع، في تكوين بيئة الاقتصاد المعاصر الذي حل محل الاقتصاد الصناعي، وما يتطلب من إمكانيات لا حدود لها أمام النهضة الحضارية القادمة.

1- تعريف اقتصاد المعرفة:

تمثل المعرفة عماد الاقتصاد المعاصر خاصة في ظل العولمة، فالاقتصاد المعرفة هو الاقتصاد الذي تحقق فيه المعرفة الجزء الأكبر من القيمة المضافة مما يؤكد على أن رأس المال الفكري أو المعرفي هو أكثر أهمية من رأس المال المادي، فالمعرفة عنصر الإنتاج الرئيس والقوة الدافعة الأساسية لتكوين الثروة.

وبماز اقتصاد المعرفة عن الاقتصاديات الأخرى بكونه اقتصاد وفرة أكثر منه اقتصاد ندرة، إذ أن أغلب الموارد تنفذ بالاستهلاك فيما تزداد المعرفة بالممارسة والاستخدام وتنتشر بالمشاركة.

إن اقتصاد المعرفة مفهوم جديد ظهر عقب الثورة الصناعية وثورة الاتصالات ويعتمد اعتمادا أساسيا على تكنولوجيا المعلومات. علما أنه يوجد العديد من تعريفات لاقتصاد المعرفة ومن أهمها:

«الاقتصاد الذي يدور حول الحصول على المعرفة والمشاركة فيها واستخدامها وتوظيفها وابتكارها بهدف تحسين نوعية الحياة بمجالاتها كافة من خلال الإفادة من خدمة معلوماتية ثرية وتطبيقات تكنولوجية متطورة واستخدام العقل البشري كرأس المال وتوظيف البحث العلمي لإحداث مجموعة من التغييرات الإستراتيجية في طبيعة المحيط الاقتصادي وتنظيمه ليصبح أكثر استجابة وانسجاما مع تحديات العولمة وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات وعالمية المعرفة، والتنمية المستدامة بمفهومها الشمولي التكاملي .

هناك من يرى انه من الضروري التمييز بين اقتصاد المعرفة والاقتصاد المبني على المعرفة، فالاقتصاد المعرفة وكما يرى "سوانستروم" هو فرع من العلوم الأساسية يهدف إلى تحقيق رفاهية المجتمع عن طريق دراسة نظم إنتاج وتصميم المعرفة ثم إجراء التدخلات الضرورية لتطوير هذه النظم عن طريق البحث العلمي وتطوير الأدوات العملية والتقنية وتطبيقها مباشرة على العالم الواقعي¹⁶.

«كما يعرف اقتصاد المعرفة بأنه "ذلك الاقتصاد الذي يقوم على المعرفة من الألف إلى الياء، أي المعرفة هي العنصر الوحيد في العملية الإنتاجية وهي المنتج الوحيد وهي التي تحدد فرص التسويق ومجالاته .. الخ".¹⁷

«جاء في برنامج الأمم المتحدة الإنمائي 2003 أن الاقتصاد المعرفي هو "نشر المعرفة وإنتاجها وتوظيفها بكفاية في جميع مجالات النشاط المجتمعي: الاقتصاد والمجتمع المدني والسياسة والحياة الخاصة وصولا لإقامة التنمية الإنسانية، ويتطلب ذلك بناء القدرات البشرية الممكنة والتوزيع الناجح للقدرات البشرية".¹⁸

«تعرف منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية(OECD) اقتصاد المعرفة بأنه "الاقتصاد الذي تعد فيه المعرفة المحدد الرئيسي للإنتاجية والتنمية الاقتصادية من خلال التركيز على دور جديد للمعلومات وللتقنية والتعلم في تحقيق أداء اقتصادي متميز"، وبالتالي فإن أبرز ما تتميز به المعرفة في هذا الإطار أنها لا تنقص بكثرة الاستخدام، بل تزداد وتتجدد نتيجة ذلك، وأنها غير حسية، وبالتالي غير ملموسة ولكن يمكن التحكم بها.¹⁹

- إن اقتصاد المعرفة يمثل مرحلة النضج والتطور لاقتصاد المعلومات وبالتالي فهو يركز على قيمة القدرات الفكرية للفرد وينظر إلى الإنسان بوصفه رأس مال فكري منتجا للمعرفة.

وفي إطار هذا الاقتصاد تشكل المعرفة مصدرا رئيسا للثروة وبشكل أهم بكثير من الأشكال التقليدية للثروة (كالأرض والعمل ورأس المال) وبالتالي يصبح معناها كمصطلح الاستخدام الجيد للمعلومات في الاقتصاد فكلما تراكمت المعرفة تراكمت الثروة

وبناء على ما تقدم يمكننا القول أن اقتصاد المعرفة يعتمد اعتمادا أساسيا على نشر المعلومات واستثمارها، فنجاح المؤسسات والشركات يعتمد كثيرا على فعاليتها في جمع المعرفة واستعمالها واستخدامها لرفع الإنتاجية وإنتاج سلع جديدة.

وهنا تكمن واحدة من المفارقات الكبيرة في اقتصاد المعرفة فأنت باعتبارك حائزا للمعرفة يمكنك أن تبيعها أو تتاجر فيها أو تهبها مجاناً ومع ذلك تظل موجودة عندك، وفي اليوم التالي يمكنك أن تبيعها أو تتاجر فيها أو تهبها من جديد، ولكي تواصل هذه العملية يجب عليك أن تجدها وتعوضها وتوسعها باستمرار وأن تخلق مزيدا من المعرفة، وذلك لأن المعرفة اليوم قابلة للتلف أيضا، فمع ثورة خلق المعرفة التي تشهدها كل المهن اليوم أصبح للمعرفة عمر افتراضي محدود ويمكن أن تتفادم بسرعة، إن المعرفة تتغير دائما.²⁰

2- سمات وخصائص الاقتصاد المعرفي :

مر الاقتصاد المعرفي خلال مرحلته الطويلة بمحطات تحول رئيسية ، انتقل خلالها من الاقتصاد الزراعي الذي كانت فيه الأرض عامل الإنتاج الرئيسي وقاعدة الثروة وانتقل بعد ذلك إلى اقتصاد المعرفة الذي أصبحت فيه المعرفة عامل الإنتاج الرئيسي وقاعدة الثروة والقوة بصورة ميزته بخصائص وسمات تختلف جذريا عن سابقه .

إن الاقتصاد المعتمد على المعرفة اقتصاد متجدد يزداد تألقا كل يوم جديد ناهيك عن أنه بسببها أحدث انقلابا في الأساليب والإدارة والتسويق وذلك أن المعرفة تتطلب أن يكون اتخاذ القرار أسرع وأذكى لأن الظروف أصبحت أشد تعقيدا، وعلى الرغم من كل الدراسات والتحليل والأبحاث التي تدور حول اقتصاد المعرفة إلا أن تأثير المعرفة في صنع الثروة لم يعط حقه لا في الماضي ولا في الحاضر.²¹

ونظرا لخصوصية اقتصاد المعرفة وما يتضمنه من معطيات مميزة في إنه يمتاز ببعض الخصائص من جملتها:²²

- أنه يعتبر المعرفة هي المحرك لعملية الإنتاج وفي نفس الوقت يعتبر أن المعرفة سلعة يمكن بيعها في الأسواق.
- تحولت المعرفة إلى مورد اقتصادي متجدد يفوق في أهميته الأرض أو الموارد الاقتصادية الطبيعية والآلة، حتى أن عملية المفاضلة بين القيمة المضافة الناتجة عن العمل بتقنية كثيفة تفوق بعشرات وربما بمئات المرات القيمة المضافة الناتجة عن العمل في الزراعة أو الصناعة التقليدية²³ ، لأن أصوله الإنتاجية لا مادية وهي بذلك تتجدد بتجدد القوى العقلية والمعارف والمهارات الجديدة وبالتالي غدت المعرفة المعلل الحاسم والأعمق تأثيرا في تكوين القاعدة الاقتصادية الجديدة لإيجاد الثروة والقوة.²⁴
- الاستثمار في الموارد البشرية باعتبارها رأس المال الفكري والمعرفي .
- يتصف اقتصاد المعرفة بأسواق بلا حدود نتيجة حدوث تحول نوعي في سوق العمل أساسه الميل المتزايد للطلب على المهارات التقنية الاختصاصية والقدرات العلمية والإبداعية التي تحقق دخولا عالية .
- قضى اقتصاد المعرفة على الندرة التي سادت الاقتصاد التقليدي وقام علم الاقتصاد على أساسها بتحويله الى اقتصاد الوفرة وذلك باعتماده على أصول إنتاجية (معرفية) لاتستهلك بالاستخدام ولا تخضع للمبادلة كما في الاقتصاد التقليدي وإنما تزداد أهمية وقيمة كلما تزايد استخدامها وتنوع من يستخدمها.

- الاعتماد على القوى العاملة المؤهلة والمتخصصة.
 - انتقال النشاط الاقتصادي من إنتاج وصناعة السلع إلى إنتاج وصناعة الخدمات المعرفية .
 - يتميز اقتصاد المعرفة بمستويات عالية من الاستثمارات في التعليم والتدريب ، والبحث العلمي والبرمجيات ونظم المعلومات ، والتقنية الرقمية الحديثة.
 - يقوم اقتصاد المعرفة على الاستخدام الواسع والمكثف للتقنية الحديثة وأنظمة المعلومات الرقمية عبر الشبكات السريعة والانترنت والأقمار الصناعية والبرمجيات وما ينجم عن ذلك من تبادل المعلومات والمعرفة، والتفاعل بين المستخدمين عبر الشبكات ويسمح بتطبيقات جديدة تعزز النمو الاقتصادي .
 - تزداد عوائد اقتصاد المعرفة الجيد لأن الإنتاجية لا تتناقص كما تزايد استخدامه عبر الشبكات الأسرية وغيره ، وإنما العكس تتضاعف كلما تزايد مستخدميها، حيث يمكن إرسال السلع المعرفية أو المنتج الرقمي إلى زبائن أكثر. وكلما اتسع مستخدمي المعرفة زادت الإنتاجية بسرعة وتكلفة حدية تصل إلى الصفر .
 - يتميز اقتصاد المعرفة بأنه اقتصاد رقمي من حيث ارتباطه بالتقنية الرقمية أيما كانت من توسيع ونقل وتخزين ومعالجة المعلومات، وسرعة توزيعها وتسويقها واستهلاكها، بغض النظر عن من أنتجها ومن يتفاعل معها دون قيود لغوية وثقافات محلية، مما يجعل اقتصاديات دول العالم في حالة تشارك متبادل من جهة، وتعمل سواء على المستوى الكلي أو الجزئي بأحدث المعرفة والمعلومات، والإحصاءات والأساليب من جهة أخرى .
 - تحول المعلومة إلى سلعة يمكن الاتجار بها إذ أصبح لها قيمة تبادلية وقيمة استعمالية.
 - تفعيل عمليات البحث والتطوير كمحرك للتغيير والتنمية، وارتفاع الدخل لصناع المعرفة كلما ارتفعت وتنوعت مؤهلاتهم وخبراتهم وكفائتهم.
 - الاستخدام الكثيف للمعرفة العلمية والمعرفة العملية المتطورة عالية التقنية وتوظيفها في أداء النشاط الاقتصادي لتحقيق أعلى نتائج متوقعة.
 - يتميز اقتصاد المعرفة بأنه اقتصاد افتراضي من حيث أن تقنية المعلومات والاتصالات والإعلام سمحت بتجاوز الأبعاد البيئية المكانية الزمانية، والبنى التنظيمية الرسمية أيضا التفاعل السريع بين المنتجين والمستهلكين، مما يؤدي إلى تنامي العمليات الافتراضية سواء في عقد الصفقات، تبادل النقود الاسمية، قيم الشركات الافتراضية أو قيم الدولة الافتراضية، وظهور أسواق مالية عابرة للحدود غير خاضعة للرقابة وخارجة عن تحكم كل دول العالم .²⁵ وهذا يعني أن قيم الصديق تتلاشى فيه الحدود بين العالم الواقع والعالم الحقيقي،
 - وبناء عليه فإن المعرفة التي تعتبر كسلعة لا يمكن لها أن تنضب أو تنتهي أو تتلاشى بسبب استخدامها بل أنه كلما زاد استخدامها ازداد ثرى وعمق وغنى هذه السلعة الهامة والثمينة.
- 3- الركائز الأساسية لاقتصاد المعرفة:** يستند اقتصاد المعرفة في أساسه على أربعة ركائز هي:
- **الابتكار:** وهو نظام فعال من الروابط التجارية مع المؤسسات الأكاديمية وغيرها من المنظمات التي تستطيع مواكبة ثورة المعرفة المتنامية واستيعابها وتكييفها مع الاحتياجات المحلية.
 - **التعليم:** وهو من الاحتياجات الأساسية للإنتاجية والتنافسية الاقتصادية، حيث يتعين على الحكومات أن توفر اليد الماهرة

والإبداعية أو رأس المال البشري القادر على إدماج التكنولوجيا الحديثة في العمل وتنامي الحاجة إلى دمج تكنولوجيا المعلومات والاتصالات فضلا عن المهارات الإبداعية في المناهج وبرامج التعلم مدى الحياة .

- البنية التحتية المبنية على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات: وهي التي تسهل نشر وتجهيز المعلومات والمعارف وتكييفها مع الاحتياجات المحلية، لدعم النشاط الاقتصادي وتحفيز المشاريع على إنتاج قيم مضافة عالية .

- الحاكمية الرشيدة : والتي تقوم على أسس اقتصادية قوية تستطيع توفير كل الأطر القانونية والسياسية التي تهدف إلى زيادة الإنتاجية والنمو، وتشمل السياسات التي تهدف إلى جعل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أكثر إتاحة ويسر وتخفيض التعريفات الجمركية على منتجات التكنولوجيا وزيادة القدرة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.²⁶

4- مستلزمات الاقتصاد المعرفي : إن لاقتصاد المعرفة مستلزمات أساسية، أبرزها:

4-1 إعادة هيكلة الإنفاق العام: وترشيده وإجراء زيادة حاسمة في الإنفاق المخصص لتعزيز المعرفة، ابتداء من المدرسة

الابتدائية وصولا إلى التعليم الجامعي، مع توجيه اهتمام مركز للبحث العلمي وتجدر الإشارة هنا إلى أن إنفاق الولايات المتحدة في ميدان البحث العلمي والابتكارات يزيد على إنفاق الدول المتقدمة الأخرى مجتمعة وهذا ما يجعل الاقتصاد الأمريكي الأكثر تطورا وديناميكية في العالم (بلغ إنفاق الدول الغربية في هذا المجال 360 مليار دولار عام 2000، كانت حصة الولايات المتحدة منها 180 مليارا).

4-2 العمل على خلق وتطوير رأس المال البشري: يجب ان يكون بنوعية عالية، وعلى الدولة خلق المناخ المناسب

للمعرفة. فالمعرفة اليوم أصبحت أهم عنصر من عناصر الإنتاج.

4-3 إدراك المستثمرين والشركات أهمية اقتصاد المعرفة: والملاحظ أن الشركات العالمية الكبرى تساهم في تمويل جزء من

تعليم العاملين لديها ورفع مستوى تدريبهم وكفاءتهم وتخصص جزءا مهما من استثماراتها للبحث العلمي والابتكار... الخ. وحسب المجلس الوطني للعلوم في الولايات المتحدة الأمريكية فإن القيمة المضافة للصناعات ذات الاستخدام الكثيف للمعرفة والتكنولوجيا على مستوى العالم قد بلغت في سنة 2010 نحو 18.2 تريليون دولار أمريكي أي ما يعادل 30% من الناتج المحلي الإجمالي مقارنة ب 27% سنة 1995 . وتتصدر الولايات المتحدة الأمريكية دول العالم في هذه القائمة بنسبة 40 % من ناتجها المحلي الإجمالي، وفي دول الاتحاد الأوروبي 32% ناتجها المحلي الإجمالي، واليابان 30 %، بينما سجلت كل من الصين والهند والبرازيل وروسيا نسبا تصل إلى نحو 20 % لكل منهما.

5- متطلبات بناء اقتصاد معرفي:

يتطلب بناء اقتصاد معرفي حديث عدد من الإجراءات والإصلاحات التي لا بد منها ومن هذه المتطلبات نجد²⁷:

-إعادة هيكلة الإنفاق العام وترشيده .

-زيادة الإنفاق المخصص لتكنولوجيا المعلومات وتعزيز دورها في الحياة العامة ، ابتداء من المدرسة الابتدائية وصولا إلى التعليم الجامعي .

- العمل على إعداد وتطوير رأس المال البشري بنوعية عالية .

- إدراك المستثمرين والشركات لأهمية اقتصاد المعرفة.

ثالثا: رأس المال البشري وأهميته في اقتصاد المعرفة

بعدها كان ينظر للمنظمة كمجموعة من الأصول الثابتة، أصبح ينظر إليها كمجموعة من الأفكار ويعتبر العاملون فيها " رأسمال بشري وفكري" يستثمرون الوقت والطاقة والذكاء في عملهم لتحقيق الأهداف.²⁸ وقد شاع استخدام هذا المفهوم في التسعينات وأصبح ينظر إليه باعتباره ممثلا حقيقيا لقدرة المنظمة على المنافسة وتحقيق النجاح بعد أن كانت المصادر الطبيعية تمثل الثروة الحقيقية للشركات قبل هذا التاريخ .

وقد اعتبر drucker المعرفة ليس فقط كمورد من موارد المنظمة بل أهمها على الإطلاق فالمعرفة هي رأسمال فكري تمثلها نخبة من العاملين الذين لديهم قدرات معرفية وتنظيمية لإنتاج الأفكار الجديدة وتطوير الأفكار القديمة ويتعلمون ويتداولون أفضل السلوكيات للعمل على إحداث التغيير والتحويل المطلوب في ممارسات منظماتهم من أجل تعظيم قدرتها التنافسية.²⁹ ومن الأسس العامة التي يقوم عليها اقتصاد المعرفة بناء قوة العمل والموارد البشرية وتدريبها والوصول بها إلى مستويات عالية من المهارة، على اعتبار أن جودة الموارد البشرية تشكل العامل الرئيسي الذي يقف خلف الإبداعات والاختراعات والنواتج الفكرية والتكنولوجية عموما، فنجد أن طبيعة الوظيفة والعمل قد تغيرا عما كان عليه الحال في عصر الصناعة فبعد أن كانت الحالة تتطلب انتقال طالب الخدمة إلى مؤدي الخدمة، أصبح بالإمكان الحصول على الخدمات من خلال عالم أساسه اتصال ولا تنتقل وبذلك تغير المفهوم التقليدي للعمل والوظيفة.³⁰

وأكد solow أن النمو الاقتصادي لا يعتمد فقط على حجم القوى العاملة، بل على نوعية هذه القوى التي يعبر عنها بالكفاءة الإنتاجية للعاملين بحيث أصبح التعليم والتدريب هما الخيار المناسب لتحقيق التنمية.³¹ وعليه فإن عامل المعرفة هو رأسمال للمنظمة لأنه عامل الإنتاج الأول فيها الذي يستخدم عوامل الإنتاج الأخرى لتحقيق أهداف المنظمة.

وتشير Paries إلى وجود فجوة فيما بين المعرفة والعمل. بمعنى وجود تباين بين علم المرء وأدائه الفعلي، وأيضا بين معرفة المدير بما ينبغي عمله وما هو مطلوب عمله.³² فالمعرفة هي عملية معقدة ومرتبطة بالعقل الإنساني ولا يمكن أن تتضمن بمفردها استخدام الفرد أو المؤسسة لها استخداما صحيحا لحل المشكلات أو تحسين الإنتاج أو تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسة، ويبقى تكسير الفجوة بين المعرفة والعمل تحديا إداريا مهما في اقتصاد المعرفة فالمعرفة هي ملك للعاملين ولكن المسؤولية تقع أولا وأخيرا على عاتق قيادة المؤسسة في إيجاد ثقافة تشجع الإبداع والمشاركة في المعرفة.

جدول(01): ترتيب الدول العربية وفق مؤشر الاقتصاد المعرفي

المرتبة	الدولة	الترتيب العام	قيمة المؤشر	الترتيب 2000	مراتب التغير منذ 2000
1	الإمارات	42	6,94	48	6
2	البحرين	43	6,9	41	-2
3	عمان	47	6,14	65	18
4	السعودية	50	5,96	76	26
5	قطر	54	5,84	49	-5
6	الكويت	64	5,33	46	-18
7	الأردن	75	4,95	57	-18
8	تونس	80	4,56	89	9
9	لبنان	81	4,56	68	-13
10	الجزائر	96	3,79	110	14
11	مصر	97	3,78	88	-9
12	المغرب	102	3,61	92	-10
13	سورية	112	2,77	111	-1
14	اليمن	122	1,92	128	6
15	موريتانيا	134	1,65	123	-11
16	السودان	138	1,48	139	1
17	جيبوتي	139	1,34	136	-3

المصدر: تقرير البنك الدولي حول 146 دولة لعام 2012

وصف التقرير العربي الخامس للتنمية الثقافية والذي أعدته مؤسسة الفكر العربي وضع اقتصاد الثقافة العربية بالصادم بعد تسجيل نسب ومؤشرات هزيلة في مجال التنمية الثقافية وعزا التقرير ضعف التنمية في مجال الثقافة في الوطن العربي إلى عدة أسباب منها الاعتماد على نقل التكنولوجيا الغربية وغياب مراكز الأبحاث.³³

كما تشير الإحصاءات الواردة في التقرير إلى ضعف عام إلا أنها كشفت عن تقدم الأبحاث حيث سجل التقرير تقدم الجزائر بأربعة عشرة مرتبة منذ سنة 2000 بخصوص الترتيب العالمي للاقتصاد المعرفي. وطالب التقرير بوضع خطط عاجلة وعلى المدى البعيد وكذا إشراك القطاع الخاص في هذا المجال، كما أكد التقرير على أن دعم الصناعات الثقافية والمعرفية يتطلب منظومة كاملة من الإصلاحات وحشد الموارد والإمكانات وبناء رؤية مستقبلية على المستويين العاجل والبعيد .

ومن خلال قيم ومؤشرات دليل المعرفة و اقتصاديات المعرفة للدول المغاربية خلال السنوات 1995 و 2006 و 2012 ، نلاحظ وجود اختلافات ملموسة في سياق التغيرات الحاصلة في هذه البلدان، حيث نلاحظ أن المغرب وتونس والجزائر تطورت على صعيد اقتصاديات المعرفة نتيجة التوجهات الجديدة للمجتمعات المعاصرة نحو المجتمع الرقمي بمختلف مجالاته، ويؤكد التقرير أن المغرب والجزائر في حاجة إلى المزيد من الجهد لبلوغ مستويات مقبولة تجعلها قادرة على التنافس ضمن بلدان إفريقيا.

رابعا: علاقة اقتصاد المعرفة بالابداع

تعتبر المعرفة من حيث إدارتها وتبادلها ووضعها موضع التطبيق جوهر العملية الإبداعية ، فبدون المعرفة ومكوناتها لا يمكن الارتقاء بالعمل الإبداعي ولا يمكن جعله نمطا تفكريا وأسلوب عمل ، ومهما تطورت العملية الإبداعية وتوسعت فلا يمكن أن يكتب لها الديمومة إلا إذا قامت على أساس معرفي واضح وبالتالي فإن المعرفة هي أساس وجوهر التفكير الإبداعي.³⁴

وتكمن العلاقة بين اقتصاد المعرفة والإبداع في أن القدرات المعرفية للمؤسسات تحولت إلى عمليات أتاحت للمنظمات إبداع منتجات جديدة بسرعة كبيرة، أو تعديل وتطوير المنتجات الحالية بسرعة أيضا، إلى جانب سرعتها في تقديمها إلى السوق قبل منافسيها، ورغم أن الإبداع ينشأ في اغلب الأحوال من وميض العبقرية ، إلا أن هناك مصادر أخرى للإبداعات تعبر عن الفرص الإبداعية الناتجة عن البحث الواعي والهادف ، وتعرض المنظمة إلى مواقف تتطلب منها الإبداع.³⁵

وعليه يمكن أن نوضع العلاقة بين اقتصاد المعرفة والإبداع على أنه عملية تحويل المعرفة الجديدة إلى منتجات أو خدمات جديدة، وبما يجعله مصدرا لخلق القيمة وزيادة الإنتاجية ، ومصدرا لتحويل المخزون المعرفي للمنظمة إلى سلع وخدمات تلي حاجة المستفيد . ويتضح مما سبق أن المنظمات التي تهتم بالمعرفة وإدارتها ستكون ذات تعدد في المهارات والثقافة وتسعى إلى التميز من خلال التعلم والإبداع ، سيؤثر العاملين ذوي الخبرات والقدرات المعرفية على أداء هذه المنظمات.

ولتأكيد العلاقة الترابطية بين اقتصاد المعرفة والإبداع على مستوى منظمات الأعمال أشارت مجموعة من الدراسات إلى أنه في ظل الاقتصاد المعرفي سيكون المفتاح الرئيسي للميزة التنافسية وتحقيق العوائد العالية في الصناعة، هو كيف تستطيع هذه المنظمات الإبداع. وأشارت الدراسة إلى وجود أربعة إستراتيجيات لإدارة المعرفة تساهم في تعزيز الإبداع في هذه المنظمات، أولها إستراتيجية الرفع التي تؤكد على نشر المعرفة بين مجالات المنظمات لتحسين عمليات الإبداع، والإستراتيجية التخصصية التي تؤكد على تحويل إبداع المعارف الجديدة من الأقسام لتعزيز الإبداع مستقبلا، وإستراتيجية الفحص التي تؤكد على إبداع المعارف وتطبيقها على مستوى المنتجات والعمليات، وأخيرا إستراتيجية الفحص التي تؤكد على إبداع المعارف وتطبيقها على مستوى المنتجات والعمليات، وأخيرا إستراتيجية التوسع التي تؤكد إبداع المنتجات من خلال المعرفة.³⁶

خامسا: إشكالية التناقض الموجود بين مجتمع المعرفة واقتصاد المعرفة

إن اقتصاد المعرفة يشكل القلب النابض للاقتصادي في مجتمع المعرفة، وهو كغيره من الاقتصاديات الرأسمالية ينطوي على تناقض ذلك أن اقتصاد المعرفة تستثير قوى النمو والرفاهية ولكنها تسعى في الوقت ذاته إلى جني أكبر قدر من الربح والمصلحة الذاتية، وذلك ما يمزق نظام المجتمع ويشتته ويعمل على اتساع الفجوة بين الفقراء والأغنياء.³⁷

إن هذه الإشكالية أو التناقض إنما يتضح بصورة واضحة خاصة في مجتمعات العالم الثالث التي تطمح بالتقدم نحو مجتمع المعرفة ذلك أن اقتصاديات المعرفة بحكم تعريفها تقوم على المعرفة الكثيفة بعكس اقتصاديات الصناعة التقليدية التي تقوم على عمالة كثيفة، كما أن الاقتصاديات كثيفة المعرفة تجتذب من العاملين في المعرفة شريحة صغيرة تمتلك المعارف والمهارات والقدرات العالية. وهذه الشريحة هي التي ترتفع دخولها وتستفيد من اقتصاديات المعرفة. إن غالبية من ينتمون إلى هذه الشريحة هم من المهنيين الذين يرفعون أسعار ما يقدمونه من خدمات في الاقتصاد المعرفي الأمر الذي يحقق لهم فائضا وعوائد اقتصادية كبيرة. وفي مقابل ذلك يتم إقصاء الشرائح الأخرى الأقل معرفة ومهارة وينشأ داخل المجتمع ما يمكن تسميته بالفجوة الرقمية، وهي في جوهرها فجوة اجتماعية بين شريحة صغيرة نسبيا تملك المقومات المعرفية والمهارية والثقافية لمتطلبات اقتصاد المعرفة والشرائح الاجتماعية الأخرى التي لا تملك ذلك وفيما تزداد الشريحة الأولى ثراء تزداد الشرائح الأخرى فقرا وبؤسا.³⁸

ويمكن رفع التناقض الذي تنطوي عليه هذه الإشكالية في مدى قدرة البلدان الساعية إلى اللحاق بمجتمع المعرفة على إتباع سياسات تنموية تحقق التوازن بين حاجة المجتمع إلى النمو في اتجاه مجتمع المعرفة من جهة، وحاجة المجتمع إلى توظيف جميع أفرادهم والقضاء على الفقر والبطالة وتحقيق العدالة من جهة أخرى.

كما تستدعي التنمية المستدامة رفع التناقض بين اقتصاد المعرفة ومجتمع المعرفة، فاقتصاد المعرفة هو اقتصاد رأسمالي يخدم المصلحة الخاصة ويقوم على حافز الربح أما مجتمع المعرفة فإنه عملية اجتماعية شاملة تستهدف المصلحة العامة. وهنا تأتي عملية توجيه النظم والمؤسسات الاجتماعية بما فيها نظم التعليم كي تعمل لخدمة المهدفين معا المصلحة الخاصة والمصلحة العامة في سياسات متكاملة.

سادسا: مقومات الاقتصاد المعرفي لتفعيل الإبداع في منظمات الأعمال

يعتبر اقتصاد المعرفة من النظم الاقتصادية التي تمثل فيها المعرفة عنصر الإنتاج الأساسي والقوة الرئيسية الدافعة لتكوين الثروة، ويمتلك هذا الاقتصاد جملة من المقومات التي تعمل على تفعيل نشاط الإبداع في المنظمات.

1- البحث و التطوير:

لقد وضعت العولمة الاقتصادية منظمات الأعمال أمام تحديات تنافسية لا يمكن مواجهتها إلا بعمل إبداعي وتجدد مستمر والملاحظ أن حدة هذه المنافسة تزداد يوما بعد يوم، وهو ما يعني ضرورة استعداد هذه المنظمات للتنافس في هذا الفضاء الجديد قبل زوالها، وهذا لن يتم إلا من خلال نشاط البحث والتطوير، هذا الأخير الذي يهدف إلى إضافة معرفة أو تقنية جديدة في مجال الإنتاج والعمليات والإدارة، ويميز عادة بين نوعين من البحث بحث أساسي وبحث تطبيقي، أما التطوير فهو استخدام لنتائج البحث الأساسي منه والتطبيقي من أجل إدخال تحسينات سواء في المنتجات أو في العمليات الإنتاجية والإدارية، حيث أن مخرجات البحث والتطوير هي مدخلات عملية الإبداع التكنولوجي، هذه الأخيرة التي ترمي إلى دعم القدرة التنافسية للمنظمات في ظل الاقتصاد المعاصر المبني

على المعرفة والتنافسية، وبالتالي أصبح نشاط البحث والتطوير القطب الاستراتيجي الرئيسي في مخطط التنمية سواء على المستوى الكلي أو الجزئي³⁹.

2- إدارة المعرفة :

تلعب إدارة المعرفة دورا كبيرا وأهمية واضحة في التأثير على أداء وفاعلية أنشطة المنظمات خاصة في ظل اقتصاد جديد يعرف باقتصاد المعرفة، وإدارة هذا المورد - المعرفة - هو عبارة عن تجميع و تحديد المعارف بكفاءة، وإدارة قاعدة المعلومات وتطبيقها بفاعلية في المنظمة. بما يضمن لها تحقيق التميز والتفوق على المنافسين حيث أن رأس مال المنظمة أضحى اليوم هو المورد المعرفي الذي تلتقطه من بيئتها الداخلية والخارجية والتي تقوم بعملية تحويلها عن طريق عملية الإبداع التكنولوجي إذ تعتبر المعرفة بأشكالها (الضمنية و الصريحة) هي العنصر الأساسي لهذه العملية⁴⁰.

3- تكنولوجيا المعلومات والاتصال:

في ظل الاقتصاد الجديد المبني على المعرفة تعتبر تكنولوجيا المعلومات والاتصال بكل إبعادها ومدراها من المقومات الإستراتيجية التي تعمل على نقل ونشر المعرفة وتوليدها في منظمات الأعمال نظرا لما تقدمه من مزايا في جمع ومعالجة وإيصال المعلومات والبيانات والمعارف إلى الأفراد داخل المنظمة وخارجها عن طريق الشبكات المعلوماتية وما تحويه من وسائل مطورة ومتحددة، وهذا في وقت قياسي وبكلفة أقل وفي أي مكان وزمان ، الأمر الذي يساهم في تطبيق عملية الإبداع التكنولوجي بمرونة وبسرعة في المنظمة⁴¹.

خلاصة:

اقتصاد المعرفة نظام اقتصادي يمثل فيه العلم واستثمار المعرفة عنصر الإنتاج الأساسي والقوة الدافعة الرئيسية لتكوين الثروة، ويختلف عن الاقتصاديات الأخرى بأنه اقتصاد وفرة أكثر من كونه اقتصاد ندرة، إذ إن معظم الموارد الاقتصادية قد تنضب نتيجة الاستهلاك، ولكن المعرفة والإبداع تزداد بالممارسة وتنتشر بالمشاركة، وعلى عكس عناصر الإنتاج لا يمكن نقل ملكية المعرفة من طرف إلى آخر.

إن المعرفة أضحت تشكل موجودا أساسيا وموردا هاما من الموارد الاقتصادية له خصوصيته، بل أصبحت المورد الاستراتيجي الجديد في الحياة الاقتصادية، وتبرز معالم الأهمية القصوى لهذا الموجود من حقيقتين رئيسيتين:

- أن التراكم المعرفي الإنساني والمهارات والإمكانات التي نتجت عن هذا التراكم قد أسفرت عن تحسين مستويات المعيشة وتحقيق الرفاهية للعديد من الدول التي نجحت في تقرير تلك المعارف والمهارات بغرض زيادة مستويات إنتاجها.

- ارتباط التطور الهائل والسريع في تقنيات المعلومات ونظم الاتصالات، وانتشارها بتكاليف معقولة على نطاق واسع غير محدود.

توجد علاقة هامة ما بين الإبداع واقتصاد المعرفة، فالمعرفة قوة أساسية محركة للاقتصاد، ولدت الحاجة إلى الإبداع لترجمة المعرفة إلى (سلع، خدمات، عمليات) جديدة أو مطورة، تحقق للمنظمة ميزة تنافسية. كما أن الإبداع يمر أساسا بالتوفيق الجيد للمعارف المتواجدة في المؤسسة أو خلق معارف وتطوير كفاءات جديدة، فهو يركز على التشابك الصحيح بين المعارف الضمنية والمعارف المتعارف عليها، حيث أن الإبداع الناجح لا يأتي من المعرفة المستوردة القادمة من خارج المؤسسة. كما أن القدرات المعرفية مكنت المنظمات من إبداع منتجات جديدة بسرعة وكلفة منخفضة، فضلا عن الارتقاء بمستويات الجودة للمنتوج الجديد إلى جانب العلاقة الوثيقة بين اقتصاد المعرفة والإبداع وأثرها في صياغة استراتيجيات المنافسة بما يعزز إبداعية المنظمة ونجاحها التنافسي.

وباعتبار أن الإبداع هو عملية تحويل المعرفة الجديدة إلى منتجات جديدة وبما يجعله مصدرا لخلق القيمة وتحقيق الميزة التنافسية، يمكن القول بأن اقتصاد المعرفة هي المصدر الرئيسي لخلق وتحقيق الإبداع في المنظمة.

إن التحول نحو اقتصاد المعرفة ومجتمعات المعرفة لا يعني فقط استيراد التكنولوجيا والعمل على نشر استخدامها في المجتمع دون العمل على تطوير سلوكيات العاملين والإداريين فمشاركة القوى العاملة المؤهلة باعتبارها رأس مال فكري هام للمنظمة يجب أن تعمل على الاحتفاظ به وتدريبه وتحفيزه لتحقيق حاجته للشعور بالإنجاز.

وفي الأخير يمكن إيراد بعض التوصيات الهامة والتي يمكن تلخيصها في النقاط التالية:

- التركيز على العنصر البشري في إقامة مجتمع المعرفة والعمل على تطوير مهاراته باستمرار، لأن الإنسان هو أساس التنمية وغايتها وهو المحرك الرئيسي للمعرفة، وهو القادر على الابتكار والتجديد والإبداع.

- العمل على إنتاج منظومة متكاملة للمعلومات تربط الجهات المعنية بالصناعة المعلوماتية في القطاعين العام والخاص والتنسيق بينها ضمن شبكة وطنية تسمح بتدفق المعلومات ووصولها إلى المستفيدين.

- العناية بصناعة المعلومات كخطوة أولى لفرض وجودها على الساحة المحلية، وتشجيع الاستثمار في قطاع المعلومات.

- العمل على تطوير البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات ومواكبتها لآخر المستجدات الحادثة في عالم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

- يتطلب بناء اقتصاد معرفي بدرجة أساسية بناء نظام وطني تنافسي للتعليم والتأهيل والتدريب والبحث والتطوير.

الاحالات والمراجع

- ¹ J. I. Kim ، 1985 ، " Diffusion of innovation in public Organizations " & Rogers.E .M Innovation the public Sector ، Beverley Hills ، Sage Publications ، p 85- 108.
- ²Drucker Peter ، «Lavenir du management » ، ED Village mondial.Paris.1999.P 133
- ³ حبايب، علي، " مدى ملائمة نظام التقييم المتبع في فرص التفكير "، مجلة حوار، منشورات مركز الدراسات والتطبيقات التربوية، العدد الاول، رام الله، 1999، ص 14.
- ⁵ Innovation et management des connaissances.ED Organization.Paris ; 2001 ; p 33.Amidon DM
- ⁶ نجم عبود نجم، إدارة الابتكار، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر، عمان، 2003، ص : 17
- ⁷ سليم بطرس جلدة، زيد منير عبوي، إدارة الإبداع والابتكار، الطبعة الأولى، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، الأردن، 2006، ص : 20.
- ⁸ حسين حريم، السلوك التنظيمي : سلوك الأفراد والجماعات في منظمات الأعمال، الطبعة الأولى، دار حامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2004، ص: 345 .
- ⁹ Soo.Christem.Timothy Devinney ; David Midglers ; Anne Deerin. Knowledge management : Philosophy ,Processes and Pitfalles.California management Revie ,Vol . 44.No . 4.2002.PP 129 – 150
- ¹⁰ مكيد علي، ولد شرشالي سمية، دور البحث والتطوير في تفعيل القدرة البداعية: مؤسسة صيدال فرع أنتيبوتيكال-المدينة-، مجلة "الأبحاث الاقتصادية" لجامعة البليدة 2 – العدد 13 (ديسمبر 2015)، ص 284.
- ¹¹ Dunod ، Paris ، 2002 ، «Fabrique Le Futur Limaginaire au Service de Linnovation » ، TOM Peters, P 5.
- ¹² كنجو عبود كنجو، الإبداع المصرفي في ظل الاقتصاد المعرفي، مجلة الاقتصاد الإسلامي العالمية، عدد مارس 2013.
- ¹³ بورنان إبراهيم، بورنان مصطفى، نشاطات الإبداع في منظمات الأعمال مع إشارة لمنظمات الأعمال اليابانية، مجلة دراسات، العدد 12، جوان 2009، ص 79 – 80.
- ¹⁴ محمد الصوري، القيادة الإدارية والإبداعية، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2006، ص 263 – 264.
- ¹⁵ بروش زين الدين، بلمهدي عبد الوهاب، إدارة الابتكار في المنظمة من منظور إدارة الموارد البشرية، المؤتمر العلمي الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، 8 – 9 مارس 2015، جامعة ورقلة، ص 259.
- ¹⁶ خضري محمد، متطلبات التحول نحو الاقتصاد المعرفي، ورقة عمل مقدمة للمؤتمر العلمي السنوي الرابع لكلية الاقتصاد والعلوم الإدارية – جامعة الزيتونة الأردنية، 26 – 28 نيسان 2004.
- ¹⁷ الخضروي محسن أحمد، اقتصاد المعرفة، مجموعة النيل العربية، القاهرة، 2001، ص 6.
- ¹⁸ تقرير التنمية الإنسانية العربية للعام 2003.
- ¹⁹ حمد اللحيان، الاقتصاد الريعي والاقتصاد المعرفي، جريدة الرياض الالكترونية، 3 فبراير 2012.
- ²⁰ توفيق عبد الرحمن، الإدارة بالمعرفة، تغيير ما لم يمكن تغييره، على الخط 11/6 / 2007 موجود على الانترنت
- www. Ksu .edu . sa / sites / Colleges / arabic % 20 Colleges / AdministrativeSciences/ Doclib16/
- ²¹ حمد اللحيان، الاقتصاد الريعي والاقتصاد المعرفي، جريدة الرياض الالكترونية، 3 فبراير 2012.
- ²² سلمان رشيد سلمان، البعد الاستراتيجي للمعرفة، مركز الخليج للأبحاث، دبي، الإمارات العربية المتحدة، 2004، ص 62 – 87.
- ²³ كريم حلاوة، أين العرب من مجتمع المعرفة، النصف يوم 12/ 2 / 2017 على الموقع التالي www.Usinfo_stse.gov
- ²⁴ نجم عبود نجم، إدارة المعرفة المفاهيم والاستراتيجيات العملية، الوراق للنشر والتوزيع، القاهرة، 2008، ص: 192.
- ²⁵ سعيد الصيفي، الإقليمية والتحديات العالمية الجديدة، مجلة مستقبل العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، السنة 2009، العدد 29، ص 120.
- ²⁶ المحروق، ماهر حسن، دور اقتصاد المعرفة في تعزيز القدرات التنافسية للمرأة العربية، ورشة العمل القومية تنمية المهارات المهنية والقدرات التنافسية للمرأة العربية، منظمة العمل العربية، دمشق، الجمهورية العربية السورية، 2009، ص 23.
- ²⁷ الأمانة العامة للمجلس الأعلى للتخطيط والتنمية، آفاق وتحديات الاقتصاد المعرفي تجربة دولة الكويت، الدوحة، أكتوبر 2012.
- ²⁸ PF Drucker" The future that has already happened ، " (Harvard Business Review) , October –September ، 1997; P 20 – 24 .
- ²⁹ Drucker ، " The New Productivity Challenge" ، (Harvard Business Review) ، NOV - Des ، 1991 P 69 –76; 69 .

- ³⁰ نداء محمد النجار، دور إدارة الموارد البشرية في صناعة المعلومات في ظل اقتصاد المعرفة، دراسة حالة الجامعة الإسلامية، غزة، مذكرة ماجستير في إدارة الأعمال، كلية التجارة قسم إدارة الأعمال، الجامعة الإسلامية غزة، 2012، ص 54.
- ³¹ حميض، حنين محمد جمال حافظ، التنمية الوطنية والاستراتيجيات التي تسهل عملية الانتقال إلى الاقتصاد المعرفي في فلسطين، ورقة عمل مؤتمر اقتصاديات المعرفة جامعة النجاح الوطنية، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، نابلس فلسطين 2007، ص 8.
- ³² *the Gap Between Knowledge and avai lable at http : www . singlescafe . net / behavior . html . net / behavior . html Action ; R. ، Paris(2004)*
- ³³ ياسر المختوم، تقرير مؤسسة الفكر العربي : اقتصاد المعرفة المغرب يتراجع 10 مراتب في 12 سنة، جريدة التجديد، العدد 3037، 06 ديسمبر 2012.
- ³⁴ نازم محمود محمد لمكاوي، نظم المعلومات والمعرفة وأثرهما في الإبداع، رسالة دكتوراه في إدارة الأعمال، قسم إدارة الأعمال، كلية الاقتصاد، جامعة دمشق، 2007، ص 67.
- ³⁵ حسين عجلان حسين، استراتيجيات الإدارة المعرفية في منظمات الأعمال، إثراء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2008، ص: 379.
- ³⁶ نفس المرجع السابق، ص 50.
- ³⁷ برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، تقرير المعرفة العربي لعام 2010 / 2011، دار الغرير للطباعة والنشر، دبي، الإمارات العربية المتحدة، ص 17.
- ³⁸ نفس المرجع السابق أعلاه، ص 16-18.
- ³⁹ زويد الزهرة، أثر البحث والتطوير على الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية - دراسة حالة مجمع صيدال، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عنابة، 2006، ص 15-16.
- ⁴⁰ نجمة عباس، دور إدارة المعرفة وانعكاساتها على الإبداع في منظمات الأعمال المعاصرة، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد 23، جامعة باتنة، 2010، ص 77-78.
- ⁴¹ حسين عجلان حسين، مرجع سابق، ص 57-59.