أثر الابتكار على الاقتصاد القائم على المعرفة: مراجعة علمية

إعداد

أ.د. محمد أمين مرغلاني
عضو هيئة تدريس بقسم علم المعلومات
جامعة الملك عبدالعزيز
المملكة العربية السعودية
mmarghl4004@yahoo.com

أ.ليلى عابد اليوبي
عضو هيئة تدريس بقسم علم المعلومات
جامعة الملك عبدالعزيز
المملكة العربية السعودية
lalyobi@kau.edu.sa

الملخص :

هدفت هذه الدراسة إلى حصر الإنتاج الفكري المتعلق بموضوع أثر الابتكار على الاقتصاد القائم على المعرفة وتحليله ونقده واستنتاج الفجوات البحثية والتعرف على مفهوم الابتكار وأنواعه ومفهوم الاقتصاد القائم على المعرفة وركائزه ومؤشراته. اعتمدت الدراسة على المنهج الوثائقي لفحص الوثائق والدراسات التي تناولت موضوع أثر الابتكار على الاقتصاد القائم على المعرفة ودراستها عن طريق تحليل ما تناولته عن موضوع الدراسة. وقد تم حصر (٣٥) دراسة في الفترة (من ٢٠٠٩ حتى ٢٠١٩) وكانت كالآتي: (١٣) دراسة تناولت موضوع الابتكار و (١٢) دراسة تناولت موضوع الاقتصاد القائم على المعرفة و (١٠) دراسات تطرقت إلى أثر الابتكار على الاقتصاد القائم على المعرفة. وكان من ضمن النتائج أن الابتكار ركيزة من ركائز الاقتصاد القائم على المعرفة التي حددها البنك الدولي ومنظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD) و (APEC) وأن الابتكار له أثر على النمو الاقتصادي بشكل عام وعلى الاقتصاد القائم على المعرفة بشكل خاص بالإضافة إلى أنه هو العامل الأكثر تأثيرا في الاقتصاد المعرفي واتضح أنه رغم أهمية الابتكار في الاقتصاد القائم على المعرفة إلا أن الاسهامات الفكرية فيه محدودة. وخرجت الدراسة بمجموعة من التوصيات منها ضرورة اجراء مزيد من الدراسات التي توضح أثر الابتكار على الاقتصاد القائم على المعرفة وتوضيح مدى أهميته وأساليب تطبيقه وتفعيله في كافة القطاعات.

أولا: الإطار العام للدراسة:

المقدمة:

يُعد الابتكار محركا رئيساً للدول التي تسعى إلى بناء اقتصاد معرفي ديناميكي عالي التنافسية قادر على الاستدامة في نموه الاقتصادي، ويوصي تقرير المنتدى الاقتصادي العالمي لعام ٢٠٠٧/٢٠٠٨ أن يتناسب التزام الدول بالمبادرات الابتكارية مع مرحلة النمو الاقتصادي التي تنتمي إليها الدولة. ثم الاستعداد للمستقبل بتأمين شروط الانتقال إلى اقتصاد معرفي كفء قادر على المنافسة يقتضي إتباع منهجيات حديثة وأدوات جديدة تختلف عن المنهجيات التقليدية التي أثبتت عدم قدرتها على إحداث التحول اللازم في مسارات النمو الاقتصادي والتنمية، وذلك من خلال تعميم مفهوم الابتكار في كافة مكونات عملية النمو والتنمية. حيث أن تنمية المجتمع المعرفي يعتمد على الابتكار وهو الأساس في التحول إلى اقتصاد قائم على المعرفة الذي تستهدف الأقطار العربية الوصول إليه (منصور، ٢٠١٣) والابتكار هو أكثر الأساليب والمصطلحات الإدارية شيوعا في الوقت الراهن، ويعرف بمفهومه العام أنه كل تغيير يقود إلى الأفضل والأحسن، قد يكون الابتكار اجتماعي أو تنظيمي، في القطاع العام أو الخاص، يمكن أن يحدث في التربية،

الصحة، المالية أو في أي مجال آخر.... الخ (خديجة، بو عزيز ،٢٠١٧، ٣٥٧) بالإضافة إلى أنه يعتبر فكرة جديدة، يتم تطبيقها لتحقيق فوائد تجارية وفوائد اجتماعية(МУСТЯКИМОВИЧ,2014,21) .

موضوع الدراسة:

تتناول الدراسة موضوع أثر الابتكار على الاقتصاد القائم على المعرفة من خلال مراجعة ومسح نقدي للدراسات السابقة حول الموضوع، وذلك بهدف حصر الدراسات السابقة حول موضوع أثر الابتكار على الاقتصاد القائم على المعرفة وتحليلها واستنتاج الفجوات البحثية.

أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة إلى تحقيق ما يلي :

١. التعرف على مفهوم الابتكار وأنواع الابتكار المؤثرة في الاقتصاد القائم على المعرفة.
٢. التعرف على ماهية الاقتصاد القائم على المعرفة وركائزه الأساسية وخصائصه.
٣. مراجعة ومسح نقدي للدراسات السابقة حول موضوع أثر الابتكار على الاقتصاد القائم على المعرفة.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة فيما يلي:

١. أن موضوع أثر الابتكار على الاقتصاد القائم على المعرفة لم يحظ بأي دراسات عربية أو أجنبية سابقة تناولته بشكل مباشر، حيث لم يتوصل الباحثان حسب علمهما إلى أي دراسة تناولت أثر الابتكار على الاقتصاد القائم على المعرفة على وجه التحديد.
٢. أن موضوع الابتكار والاقتصاد القائم على المعرفة قد أصبحا من الموضوعات التي تتطلب دراستها والبحث فيها كونها من الموضوعات الحديثة والمجالات المهمة في الوقت الحالي.
٣. أن الابتكار يعد ركيزة من ركائز الاقتصاد القائم على المعرفة والعامل الأكثر تأثيراً فيه.
٤. أن الابتكار والاقتصاد القائم على المعرفة يعد كلاهما من العوامل المساعدة على إضافة الميزة التنافسية للمنظمات والتطور المعرفي والتقدم الاقتصادي للمجتمعات.

منهج الدراسة:

استخدم الباحثان المنهج الوثائقي الذي يهتم بدراسة تحليل الوثائق وذلك لأنه يتناسب مع طبيعة الدراسة، والذي يقوم على فحص الوثائق والدراسات التي تناولت موضوع أثر الابتكار على الاقتصاد القائم على المعرفة ودراستها عن طريق تحليل ما تناولته عن موضوع الدراسة بهدف حصر الدراسات السابقة عن موضوع أثر الابتكار على الاقتصاد القائم على المعرفة واستنتاج الفجوات البحثية في الموضوع.

وقد اعتمد الباحثان على الآتي:

١. حصر الدراسات السابقة من (بحوث ودراسات علمية ورسائل جامعية) التي تناولت موضوع أثر الابتكار على الاقتصاد القائم على المعرفة من خلال الاطلاع على قوائم الإنتاج الفكري وما هو متاح في محركات البحث وقواعد البيانات المختلفة.

٢. نقد الدراسات التي حُصرت بهدف استنتاج الفجوات البحثية في موضوع أثر الابتكار على الاقتصاد القائم على المعرفة.

حدود الدراسة:

- **حدود مكانية:** يتناول البحث جميع الدراسات التي تطرقت إلى موضوع أثر الابتكار على الاقتصاد القائم على المعرفة بغض النظر عن المكان.
- **حدود زمنية:** تغطي الدراسة الدراسات السابقة في الفترة الزمنية (من عام ٢٠٠٩ إلى عام ٢٠١٩).
- **حدود موضوعية:** ركزت الدراسة على التطرق إلى الدراسات السابقة التي تناولت موضوع أثر الابتكار على الاقتصاد القائم على المعرفة.

مصطلحات الدراسة:

الابتكار:

هو التوصل إلى منتج جديد كليا، أو تحسين منتجات قائمة، أو طرق حديثة للتعامل مع مشاكل مزمنة، أو استحداث طرق تسويق جديدة، أو تنفيذ أساليب تنظيمية جديدة في الأعمال وشكل بيئة العمل والعلاقات الخارجية (OECD,2005,46)

الاقتصاد القائم على المعرفة:

هو الاقتصاد الذي يكون للتطور المعرفي والإبداع العلمي الوزن الأكبر في نموه، ويقوم على تنمية الموارد البشرية (عمال المعرفة) علمياً ومعرفياً كي تتمكن من التعامل مع التقنيات الحديثة والمتطورة، معتمداً على المعرفة التي يمتلكها العنصر البشري كمورد استثماري، وكسلعة استراتيجية، وكخدمة وكمصدر للدخل القومي (الهاشمي، العزاوي، ٢٠٠٧، ٣٠). ووضعا الباحثان تعريفًا اجرائيًا له وهو الاقتصاد الذي يعتمد على استثمار رأس المال الفكري لدعم وتشجيع اكتساب وإنتاج ومشاركة وتطبيق المعرفة.

ثانيا: الجانب النظري:

الابتكار:

هناك عدة تعريفات للابتكار تختلف باختلاف القطاع المطبق فيه الابتكار و أهداف الابتكار، (P.F.Druker) عرف الابتكار "بأنه التخلي المنظم عن القديم" مؤكدا على ما قاله (J.A.Shumpeter) من أن الابتكار(هو هدم خلاق) والواقع أن(P.F.Druker) عندما تحدث عن التخلي المنظم عن القديم ، فإنه يعني الإدخال المنظم الجديد. و يعرف الابتكار على أنه: قدرة المنظمة على التوصل إلى ما هو جديد يضيف قيمة أكبر وأسرع من المنافسين في السوق (نجم، ٢٠٠٣، ٢١، ٢٢) وذكر Gerguri) (Ramadani ,2010,3, أن الابتكار عملية، وهو إنتاج منتج أو خدمة جديدة أو عملية تكنولوجية جديدة أو تنظيم جديد أو تحسين المنتج أو الخدمة الحالية والعملية التكنولوجية القائمة والتنظيم الحالي. أما (الصليبي ،٢٠١٥، ٤) ذكر أن الابتكار هو حلول أو أفكار خارقة جديدة تتعامل مع المشكلات والتحديات الحالية بحيث تخلق مخرجات إيجابية جديدة ويتضمن ذلك خليط من العمليات أو الخدمات أو المنتجات أو براءات الاختراع أو التراخيص أو التقنيات الجديدة أو الأدوات الإدارية أو الممارسات القيادة أو التعاملات مع الآخرين، و(جامعة الملك عبد العزيز، ١٤٢٥، ٦٠) عرفت

الابتكار بأنه القدرة على الاستنباط والإسهام بما هو جديد، والحذق في استخدام المعرفة لاكتشاف أفكار مستحدثة .

أهمية الابتكار:

تتلخص هذه الأهمية فيما يلي:

١. يزيد من جودة القرارات التي تصنع لمعالجة المشكلات على مستوى المنظمة أو على مستوى قطاعاتها وإداراتها في المجالات المختلفة الفنية والمالية والتسويقية وتلك الخاصة ببيئة العمل الاجتماعية.

٢. ينمي المهارات الشخصية في التفكير والتفاعل الجماعي من خلال فرق العصف الذهني.

٣. يحسن من جودة المنتجات.

٤. يساعد على خلق وتعزيز القدرة التنافسية للمنظمة.

٥. يساعد على إيجاد سبل لتفعيل وزيادة حجم المبيعات، وزيادة الحصة السوقية للمنظمة.

٦. يساعد على خلق وتعزيز صورة ذهنية طيبة عن المنظمة لدى عملائها.

٧. يساعد على تقليل الفترة بين تقديم منتج جديد واخر مما يسهم في تميز المنظمة من حيث التنافس بالوقت. (شلبي، ٢٠١٨، ٦٩٩ ،٧٠٠)

أنواع الابتكار:

هناك عدة تصنيفات لأنواع الابتكار من حيث الحداثة وغرضه وتصنيفه وفقا لطبيعة الابتكار سنذكر هذه التصنيفات بالتفصيل في النقاط الآتية:

لقد صنفت منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية الابتكار إلى ما يلي: (OECD,2005,47)

١. **الابتكار في المنتجات**: هي إدخال منتجات أو خدمات جديدة كما أن هذا النوع من الابتكار يختص في تحسين المنتجات والخدمات الموجودة في المؤسسة.
٢. **الابتكار في العمليات**: يشير هذا النوع إلى تنفيذ طرق جديدة في الإنتاج أو التوزيع كما يشمل تحسين الأساليب القائمة في المؤسسة.
٣. **الابتكار التنظيمي**: يشمل هذا النوع من الابتكار إدخال طرق تنظيمية جديدة مرتبطة أساسا بالممارسات وتنظيم مكان العمل والعلاقات الخارجية للمؤسسة.
٤. **الابتكار التسويقي**: تتضمن إدخال تحسينات على تصميم السلع والخدمات وكذلك تطوير الإستراتيجيات الجديدة للترويج والتوزيع والتسعير.

أما تيد (Tidd, 2001,170) ، فقد صنّف الابتكار إلى أربعة أنواع رئيسة:

١. الابتكار المشتت أو المدمر (Innovation Disruptive) ويعني إعادة صياغة أسس الابتكارات السابقة في سبيل إنشاء قيم مركبة جديدة.
٢. الابتكار التدريجي (Innovation Incrémentale) ويعني إتباع الأساليب التي تحقق انتقالا مستمرا في تقديم منتجات و خدمات جديدة تتميز عن سابقتها بتكلفة أقل و زيادة مستوى الجودة.

٣. الابتكار المعقّد (Innovation Complexe) التعلم على تكوين منتج أو تبني أسلوب تكنولوجي معين، يميز المنظمة عن منافسيها وتجعل ذلك عائقا للدخول إلى الأسواق.
٤. الابتكار الجذري (Innovation Radical) عرض وتقديم منتج أو خدمة تتصف بدرجة عالية من الابتكار والأصالة والتميز.

مستويات الابتكار:

صنف (МУСТЯКИМОВИЧ,2014,21) الابتكار إلى أربعة مستويات:

١. **المستوى المفاهيمي**: الابتكار في مفهوم تطوير الشركة، ونموذج الإدارة، والأيديولوجية.
٢. **المستوى الاستراتيجي**: الابتكار في المنتجات والأسواق وقنوات التوزيع.
٣. **المستوى التنظيمي**: حلول مبتكرة في الإنتاج والإدارة والثقافة التنظيمية.
٤. **المستوى التشغيلي**: إعادة هندسة العمليات، والتغلب على القيود الرئيسية.

وذكر (شراف، كمال، سعاد، ٢٠١٦، ٣٦٥ - ٣٦٦) مستويات أخرى للابتكار وهي:

- **اولا: الابتكار الجذري:** عندما نستبدل سلعا وخدمات أو تكنولوجيا حالية بسلع وخدمات أو تكنولوجيا جديدة في نطاق السوق الراغب بها، يأتي هذا الابتكار عادة نتيجة حاجة وإرادة تغيير تراها المؤسسة ضرورية للحفاظ على استمرارها في المحيط الذي تعمل فيه.
- **ثانيا: ابتكار التحسين (المُتزايد)** هو التوصل إلى المُنتج أو العملية الجديدة جزئيا من خلال تبديل، تعديل أو إدخال بعض التحسينات الصغيرة والمُواصفات أو الإضافات على المُنتج أو التكنولوجيا الحالية بهدف الاستجابة لحاجات السوق وجذْبِ انتباه المُستهلكين الحاليين والمُرتقبين لهذه الفُروقات الابتكارية التي أضيفت.

الاقتصاد القائم على المعرفة:

يُعد اقتصاد المعرفة فرعاً جديداً من فروع العلوم الاقتصادية ظهر في الآونة الأخيرة، يقوم على فهم أكثر عمقًا لدور المعرفة ورأس المال البشري في تطور الاقتصاد وتقدم المجتمع .وهناك سمتان رئيسيتان يعرفان الفترة الحالية وهما العولمة والاقتصاد المعرفي، حيث أصبحت المعرفة محرك الإنتاج والنمو الاقتصادي، كما أصبح مبدأ التركيز على المعلومات والتكنولوجيا أحد العوامل الأساسية في الاقتصاد، مما يؤدي إلى زيادة الإنتاجية وفرص العمل المتاحة، ويؤثر هذا التحول الاجتماعي الاقتصادي السياسي التقني الثقافي على الأفراد والاقتصادات، ويخلق مجموعة من الفرص والتحديات (فريد،٢٠١٧، ١).

تعريف الاقتصاد القائم على المعرفة:

هو الإنتاج والخدمات القائمة على النشاطات المكثفة والتي تسهم في تسريع وتيرة التقنية والتقدم العلمي، فضلا عن التقدم السريع وإن المكون الرئيسي لاقتصاد المعرفة، هو زيادة الاعتماد على القدرات الفكرية من التركيز على المدخلات المادية أو الموارد الطبيعية (Powell,Snellman,2004,199).

و عرفه (أبو الشامات ، ٢٠١٢ ، ٥٩٦) بأنه الاقتصاد الذي يكون فيه التقدم المعرفي والابداع والابتكار العلمي ، الدور الأكبر في تحقيق معدلات عالية للنمو الاقتصادي ، معتمدا على المعرفة التي يمتلكها العامل البشري كمورد اقتصادي و سلعة غالية الثمن و كخدمة و مصدرا رئيسيا من مصادر الدخل القومي ، و يركز هذا التعريف للاقتصاد المعرفي على الأهمية الاستراتيجية الكبيرة التي تمثلها المهارات

والقدرات البشرية اللاملموسة في اقتصاد المعرفة ، التي تُعد من عناصر الإنتاج الأساسية و يعبر بشكل دقيق عن اقتصاد المعرفة و مدى مساهمته في التنمية الاقتصادية.

ركائز الاقتصاد القائم على المعرفة:

حدد البنك الدولي ومنظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD) و (APEC) ركائز الاقتصاد القائم على المعرفة متمثلة في الآتي:

١. الاستثمارات الفعالة في التعليم.
٢. الإنفاق العام على البحث والتطوير.
٣. الابتكار.
٤. تحديث البنية التحتية للمعلومات.
٥. وجود بيئة اقتصادية مؤاتية لمعاملات السوق (Afzal , Lawrey, 2012,14).

عناصر الاقتصاد القائم على المعرفة:

هناك أربعة عناصر أساسية ومترابطة لإنشاء الاقتصاد القائم على المعرفة وهي:

- **أولاً**: تكوين بيئة اقتصادية ومؤسسية مُحفزة، لتشجيع الاستخدام الواسع النطاق والكفء للمعرفة المحلية والعالمية في جميع قطاعات الاقتصاد، وتعزيز روح المبادرة وتمكين ودعم التحولات الاقتصادية والاجتماعية الناتجة عن ثورة المعرفة.
- **ثانياً**: تكوين مجتمع يعتمد على الموظفين المؤهلين والمبدعين والمرنين الذين يوفرون فرصاً للتعليم الجيد والتعلم المستمر للجميع، وتمويل عام وخاص مرن ومناسب.
- **ثالثاً**: بناء بنية تحتية ديناميكية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات لديه حلول وخدمات تنافسية ومبتكرة لتعزيز المعلومات والاتصالات المتاحة للاقتصاد والمجتمع.
- **رابعا**: إنشاء نظام فعّال للابتكار يشمل الشركات ومراكز الأبحاث والجامعات وتسهيل الوصول إلى المعرفة واستخدامها، وتكييفها مع الاحتياجات المحلية واستخدامها في إنشاء منتجات وخدمات جديدة (Ceptureanu, 2014 , 52-53).

خصائص الاقتصاد القائم على المعرفة:

هناك عدة خصائص للاقتصاد القائم على المعرفة ذكرت (وزارة الاقتصاد والتخطيط، ١٤٣٥، ٨) التابعة للمملكة العربية السعودية الخصائص الآتية:

١- الاعتماد على قوى عاملة ذات إنتاجية عالية ومستوى تعليمي رفيع .
٢- الارتباط الوثيق بمصادر المعرفة العالمية.
٣- تشكل تقنية المعلومات والاتصالات الأداة الرئيسة لفعالياته .
٤- توافر بيئة اجتماعية محفّزة وجاذبة للمواهب (الوطنية والعالمية)
٥- ارتفاع نصيب الفرد من الدخل الوطني.

وذكر (الشمري، والليثي ،٢٠٠٨، ٢٢-٢٣) الخصائص الآتية:

١- الاقتصاد المعرفي يعتمد بصورة أساسية على الاستثمار في الموارد البشرية باعتبارها رأس مال فكري ومعرفي.

٢- الاعتماد على القوى العاملة والمتخصصة والمدربة على التقنيات الجديدة واعتماده على التعليم والتدريب المستمرين وإعادة التدريب أو التأهيل المستمر الذي يضمن للعاملين مستويات عالية من التدريب لمواكبة التطورات التي تحدث في ميادين المعرفة.
٣- انتقال النشاط الاقتصادي من إنتاج وصناعة السلع إلى إنتاج الخدمات المعرفية.
٤- توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات توظيفا يتسم بالفعالية.
٥- تفعيل عمليات البحث والتطوير كمحرك للتغيير والتنمية الشاملة لكافة مجالات وأنشطة المجتمع.

ثالثا: الدراسات السابقة:

فيما يلي يتم استعراض الدراسات السابقة حول موضوع أثر الابتكار على الاقتصاد القائم على المعرفة في إطار زمني محدد (٢٠٠٩- ٢٠١٩) مُرتبة ترتيبًا زمنيًا بالأحدث:

أولا: الدراسات السابقة في الابتكار:

الدراسات العربية:

دراسة **(العزاوي، ٢٠١٩)** تهدف إلى التعرف على الابتكار التسويقي وأثره في الميزة التنافسية في المشاريع الصغيرة والمتوسطة في الأردن. وللتعرف على مستوى الابتكار التسويقي بأبعاده (المنتج والتسعير والترويج والتوزيع) في الميزة التنافسية بأبعادها (التكلفة والجودة والتسليم والمرونة) من خلال اخذ عينة ملائمة من مجتمع الدراسة حيث بلغ العدد النهائي الذي تم تحليله (٣٨٧) استبانة من حجم العينة المقترحة وللإجابة على اسئلة الدارسة واختبار فرضياتها فقد قام الباحث باستخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وتطبيق معادلة الانحدار المتحدد واظهرت نتائج الدارسة :١) يوجد أثر للابتكار التسويقي في الميزة التنافسية في المشاريع الصغيرة والمتوسطة .٢) يوجد أثر للابتكار التسويقي في التسعير والترويج في الميزة التنافسية في المشاريع الصغيرة والمتوسطة.٣) لا يوجد أثر للابتكار التسويقي في المنتج والتوزيع في الميزة التنافسية في المشاريع الصغيرة والمتوسطة. وأوصت الدراسة على ضرورة الاهتمام من قبل إدارة المشاريع الصغيرة والمتوسطة على توظيف الاشخاص ذو الافكار الخلاقة في مجال التوزيع وترويج المنتجات والخدمات.

دراسة **(جمال، فرحات، ٢٠١٨)** تهدف إلى التعرف على درجة تأثير الابتكار في أبعاد المنتج (تحسين المنتج، ابتكار منتج جديد كليا، ابتكار العملية التجارية) على تعزيز قيمة المؤسسة الجزائرية ولهذا فقد اقترح وقد اشارت النتائج المتوصل إليها بعد التحليل الاحصائي بالاستعمال برنامج Spss v22 إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية للابتكار في المنتج على مؤشرات قياس قيمة المؤسسة. من التوصيات التي خلصت إليها هذه الدراسة ضرورة الاهتمام بالابتكار في المنتج بمختلف أبعاده مع تغليب النظرة الطويلة الأجل على النظرة القصيرة الأجل في عملية الاستثمار في الابتكار.

دراسة **(رميلة، آمال، ٢٠١٧)** تهدف إلى التعرف على دور الابتكار التسويقي بأبعاده (الابتكار في المنتج، الابتكار في السعر، الابتكار في التوزيع، الابتكار في الترويج) في رفع أداء المؤسسة الاقتصادية. ومن أجل انجاز هذه الدراسة تم اختيار مجتمع الدراسة المتكون من جميع رؤساء المصالح والإطارات بملبنة سويتلي والبالغ عددهم (١٥) إطارا وطبقت الدراسة على كامل أفراد المجتمع، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أبرزها أن أداء المؤسسة ككل يتأثر بحالة الابتكار التسويقي في المؤسسة، كما قدمت الدراسة عددا من التوصيات أهمها وجوب الاعتماد على الابتكار في المزيج التسويقي بجميع عناصره مجتمعة ودون تمييز كأحد الحلول الضرورية واللازمة لتطوير أدائها.

دراسة **(رحال، ٢٠١٧)** تهدف هذه الدراسة إلى اختبار مساهمة الابتكار في تعزيز التنافسية المستديمة للمؤسسة. لذا تم قياس الابتكار من خلال ثمان أبعاد هي: مساهمة المبادرات الابداعية للعاملين وللشركاء الخارجيين، الروابط بين الاستراتيجية وإدارة الابتكار، الثقافة المرتبطة بالابتكار، استراتيجية الابتكار، إدارة المعرفة، مستوى أداء إدارة البحث والتطوير، استراتيجيات إدارة الموارد البشرية المبدعة والخصائص التنظيمية التي تسهل سيرورة الابتكار. وتم قياس التنافسية المستديمة من خلال أربعة أبعاد: الأفق والفرص على المدى الطويل، القدرة الاستراتيجية على السلم الدولي، الميزة التنافسية على السلم الدولي، مردودية كافية من أجل استدامة النمو وانتهاز فرص مستقبلية، تم اعتماد المنهجين الكيفي والكمي، حيث تم استخدام المنهج الكيفي لتشخيص قدرات المؤسسة بواسطة تحليل المضمون والتحليل الإحصائي، واستخدام المنهج الكمي لتقييم قدرات الابتكار للمؤسسة من وجهة نظر الإطارات بواسطة استبيان، وذلك بهدف اختبار فرضيات الدراسة. كما تم الاعتماد على المقابلات والملاحظة لدعم تفسير النتائج .بعد تحليل البيانات الكمية باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS ،وتبعا لإستراتيجية تصميم البحث المدمج المتمثلة في التصميم الاستكشافي المتتابع، توصلت النتائج إلى أن الابتكار يساهم في تعزيز التنافسية المستديمة من خلال الروابط القوية بين الخطة الاستراتيجية وإدارة الابتكار، والخصائص التنظيمية التي تسهل سيرورة الابتكار، الثقافة المرتبطة بالابتكار، استراتيجية الابتكار، إدارة المعرفة بمستو متوسط، ومساهمة المبادرات الإبداعية للعاملين وللشركاء الخارجيين، استراتيجيات إدارة الموارد البشرية المبدعة وأداء البحث والتطوير بمستو أقل.

دراسة **(شعبان ،٢٠١٧)** تهدف إلى معرفة مدى تأثير الابتكار التسويقي في تحقيق أهداف بحوث التسويق من خلال دراسة ميدانية بمؤسسة نقاوس للمشروبات الغازية والمصبرات الغذائية، حيث تمت الدراسة على جميع العاملين الإداريين البالغ عددهم ٤٠ عاملا إداريا، وقد تم إتباع أسلوب الحصر الشامل من خلال توزيع ٤٠ استمارة، تم استرجاع ٣١ استمارة صالحة للتحليل الإحصائي. وخلصت الدراسة إلى وجود مستويات جيدة للابتكار التسويقي في المؤسسة محل الدراسة وهذا حسب العمال الإداريين لها، ويأتي الابتكار في مجال المنتج في المرتبة الأولى يليه الابتكار في مجال الترويج، وبالمرتبة الثالثة الابتكار في مجال التوزيع، وآخرهم الابتكار في مجال السعر.

دراسة **(لشهب، بوريش ، هتهات ،٢٠١٧)** تهدف إلى توضيح مفهوم الابتكار والوقوف على العوامل المؤثرة عليه و دوره في تنمية الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية لكونه من الأبعاد الرئيسية التي يرتكز عليها التنافس في ظل الصعوبات التي تواجهها المؤسسات للبقاء والنمو، وتناولت هذه الدراسة شركة الهندسة المدنية بتقرت لمعرفة أثر الابتكار على رقم الأعمال، الحصة السوقية ومعدلات الربحية. ومن نتائج الدراسة اتضح أن الشركة تعتمد على تبني الابتكار فيما يتعلق بتلبية طلبات العملاء فيما يخص المنتجات التي تقدمها ويمكنها من رفع رقم أعمالها وحصتها السوقية وهو ما انعكس على معدلات الربحية التي تحققها من سنة لأخرى وتنمية الميزة التنافسية لها، بالإضافة إلى أن الابتكار أكسب عمال الشركة محل الدراسة خبرة ومعرفة متواصلة وهذا ما يشكل استمرار لميزتها التنافسية نتيجة التجديد المستمر للمعارف والخبرات وهو ما يشكل عائقا نسبيا أمام المؤسسات المنافسة في السوق نتيجة صعوبة تقليدها او نقلها.

دراسة **(رمزي ، مصطفي ،٢٠١٦)** تهدف إلى دراسة العلاقة بين مختلف أنواع الابتكار و الأداء على بعض المؤسسات الجزائرية من خلال توزيع الاستبانات و استعمال الانحدار الخطي لدراسة أثر كل من الابتكار الإداري و الابتكار في المنتج أو حتى الابتكار في السيرورة على أداء الشركات .واتضح أن أغلب المؤسسات الجزائرية قادرة على الرفع من أدائها والبقاء على قيد الحياة في السوق وذلك من خلال

الاعتماد بالدرجة الأولى على الابتكار في السيرورة وبدرجة ثانية على الابتكار الإداري و على عكس ذلك اتضح أن الابتكار في المنتج يساهم بشكل سلبي على أداء الشركات الجزائرية.

دراسة **(شراف ، كمال ، سعاد ، ٢٠١٦)** تتناول هذه الدراسة الابتكار والإبداع والديناميكية التنافسية ودوره في تنمية الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية ، بالإضافة إلى كل ما يتعلق بتحديد كافة الإجراءات والأنشطة والعمليات التي تضمن وجود إستراتيجية متكاملة للابتكار والإبداع وبالشكل الذي يؤدي إلى نجاحها في السوق.ومن أجل التعرف على واقع الابتكار والإبداع في إحدى المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، تم إجراء دراسة ميدانية على مؤسسة تصنيع اللواحق الصناعية والصحية (SANIAK) المختصة في صناعة الصنابير بحيث تم اختبار فرضية مدى مساهمة الابتكار والإبداع في بناء المزايا التنافسية، وعبر عملية التشخيص الخارجي والداخلي لمؤسسة الدراسة تبين أن الميزة التنافسية لهذه الأخيرة تنطوي على اعتبار استراتيجية التمييز التي تعتمد على الجودة العالية للمنتجات حلًا ضروريا لمواجهة خطر وتهديدات البيئة التنافسية الحالية بدلا من استراتيجية القيادة السعرية، كما أشارت نتائج الدراسة إلى وجود أثر واضح للابتكار والإبداع على مختلف جوانب الميزة التنافسية لمؤسسة (SANIAK)، وأن حصولها على ميزة تنافسية يتطلب توفرها على مصادر داخلية وأخرى خارجية تؤدي إلى تحقيق تواصل مستمر مع الزبائن والتأثير على سلوكهم الشرائي خدمة لأهداف المؤسسة.

دراسة **(رحال ، ٢٠١٥)** تهدف إلى معرفة دور أدوات التحليل الاستراتيجي في تحديد نمط الابتكار في المؤسسة ، وانماط الابتكار المتبناة من قبل مجموعة سوناطرك بالاستناد إلى أدوات التحليل الاستراتيجي واتضح وجود تصنيف للابتكار وفقا لدرجة القطيعة مقارنة بما هو قائم والذي يحدد ابتكارات الاستمرارية مقابل ابتكارات القطيعة وذلك باستخدام مفهوم العوامل الأساسية للنجاح وقواعد اللعبة التنافسية ، و وجود تصنيف للابتكار وفقا للغرض الذي يميز ابتكارات المنتج أو الخدمة ، ابتكار العمليات وذلك بتحديد الاستراتيجية العامة المتبناة من قبل المؤسسة ، و وجود تصنيف للابتكار وفقا للكثافة والذي يضع قائم بالابتكارات التدريجية الجذرية أو البنائية معتمدا على مفهوم سلسة القيمة

الدراسات الأجنبية:

دراسة **(Scafuto et al ,2018)** تهدف إلى تقديم أدلة تجريبية عن ابتكارات العمليات التي قامت بها الشركات الصغيرة وآثارها في ضوء نظريات الابتكار الحديثة. من خلال الاعتماد على منهج دراسة الحالة التي تم إجراؤها في شركة وطنية تقوم بتصنيع معدات للتصفح. تشير النتائج إلى أن الابتكارات الإضافية والجذرية تحدث بشكل مشترك وتتطلب تغيير في أساليب العمل. بالإضافة إلى أن وجود مجموعة متكاملة وكافية من أنواع مختلفة من الابتكار يميل إلى المساهمة في تحسين نتائج الأعمال.

دراسة **(Demir, 2017)** تهدف إلى التعرف على استراتيجيات الابتكار والعوائق التي تحول دون الابتكار في منظمات البحوث والتكنولوجيا (RTO) في تركيا من الأهم إلى الأقل ، وبناءً على عينة مكونة من ٤٠ من شركات RTOs تم تصنيف تسعة تحديات مختلفة ، ويعتبر العائق المالي هو أكبر تحدي والتحدي الإداري هو الأقل ، و تلعب التحديات الإقليمية مثل نظام الابتكار الإقليمي المتدهور دوراً هاماً في إعاقة الابتكار و تعتمد معظم المنظمات (٥٥٪) على نهج تدريجي للابتكار ، في حين أن القليل منها فقط يتبع التحولات الجذرية، يركز حوالي ٤٠٪ من شركات RTO على ابتكار المنتجات ، وتركز ٢٧,٥٪ منها على الابتكار التكنولوجي ، بينما يهدف عدد محدود للغاية إلى التميز التشغيلي ومشاركة العملاء باعتبارها محور جهود الابتكار الاستراتيجي.

دراسة **(KOUDELKOVÁ, MILICHOVSKÝ,2015)** وضحت الدراسة أن الابتكار هو واحد من أهم العوامل لنمو الأعمال ، و أن رأس المال البشري يلعب دورا هاما في نجاح عملية الابتكار

وتناولت الدراسة تحفيز الموظفين في عملية الابتكار ، والهدف الرئيسي لهذه الدراسة هو تقديم نتائج البحوث التي أجريت في الجمهورية التشيكية في بداية عام ٢٠١٣، حيث تم استخدام الاستبيانات للمسح والتحليلات الإحصائية مثل اختبار Chi-square أو التحليل العنقودي الهرمي لمعالجة البيانات، كما تقدم هذه الدراسة نظرة عامة نظرية وعملية عن الابتكار في الأعمال التجارية للشركات الصغيرة والمتوسطة في جمهورية التشيك . ومن أهم النتائج وجود علاقة بين تحفيز الموظف ونجاح الابتكار، وعدم كفاية الجوائز المالية كمحفزات وضرورة معرفة احتياج الموظفين لتقديم احتياجاتهم كمحفزات، حيث أنه من الضروري أن تتبنى الشركات محفزات مناسبة لموظفيها وذلك لأن نمو الأعمال يعتمد على نجاح الابتكار.

دراسة **(Shqipe, Gadaf, Veland, 2013)** تتناول معنى الابتكار و ما الذي يقدمه الابتكار ، وأنواع الابتكار ، حيث أن هناك عدة أنواع من الابتكار أو الطرق التي يمكن للشركات من خلالها تحقيق الابتكار في مستوى التنظيم الكامل، و تناقش هذه الدراسة الطرق التي يمكن بها تحقيق ذلك بدءًا من منتجاتها وخدماتها ، طرق البيع ، العرض ، إلخ، و كيفية تمويل الابتكار من خلال الجوائز (المنح) القائمة على الجدارة والأسهم الخارجية ، مثل: تمويل للمشاريع ، ورأس المال الاستثماري ، والشركات.

ثانيا: الدراسات السابقة في الاقتصاد القائم على المعرفة:

الدراسات العربية:

دراسة **(عبد الهادي، ٢٠١٩)** تهدف هذه الدراسة إلى تحليل الاسهامات الفكرية العربية في مجال اقتصاد المعرفة من أجل التعرف على خصائصها، وأبرز النماذج العربية، واكتشاف العوائق وسبل التغلب عليها، تعتمد الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وتقوم على استقراء وفحص النتاج الفكري العربي في المجال، وقد تم حصر ١٨٩ دراسة نشرت في الفترة من ١٩٨٥ حتى ٢٠١٧ على هيئة دراسات ومقالات دوريات (٥٩%) وأوراق مؤتمرات (٢١,٦ %) وكتب ودراسات منفردة (١٤,٧ %) ورسائل جامعية (٤,٧ %)، ورغم أن الرصيد يتوزع على ١٧ دولة إلا أن ثلاث دول استأثرت بمعظم النتاج هي مصر والجزائر والأردن. وقد تبين أنه رغم أهمية منظومة الإبداع والابتكار في بناء اقتصاد المعرفة إلا أن الإسهام في هذا القطاع محدود للغاية، كما تبين أن الاستثمار في البشر (رأس المال الفكري) هو المحور الرئيس للولوج إلى اقتصاد المعرفة وهو ما ينطبق أيضا على استغلال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. ويظهر مؤشر التنافسية العالمية للعام ٢٠١٧/٢٠١٦ أن هناك ١٤ دولة عربية وردت في المؤشر من ضمن ١٣٨ دولة، وقد احتلت الامارات العربية المتحدة المرتبة الأولى بين الدول العربية (١٦) على المستوى العالمي وتلتها دول الخليج العربي الأخرى عدا سلطنة عمان التي تقدمت عليها الأردن. وبالتالي تعد منطقة الخليج العربي هي الأولى فيما يتعلق بالتوجه نحو اقتصاد المعرفة. ويتطلب الأمر ضرورة أن تسرع البلاد العربية في التوجه نحو التحول إلى الاقتصاد القائم على المعرفة من منطلق أن التعليم الحقيقي هو مفتاح النجاح والتقدم في بناء راس المال الفكري، كذلك من الضروري وضع نظام متطور للإبداع والابتكار والاهتمام بإنشاء بنية تحتية لاقتصاد المعرفة.

دراسة **(صباح ، الزين ، ٢٠١٧)** تهدف هذه الدراسة إلى تحليل أهم المؤشرات المتعلقة بالتحول إلى اقتصاد المعرفة لاقتصاد المملكة العربية السعودية حسب مؤشر البنك الدولي بشأن دليل الاقتصاد المعرفي ٢٠١٢ والمتكون من أربع ركائز أساسية (الحكم الراشد والأداء المؤسسي ، التعليم وتنمية الموارد البشرية ، الابتكار والبحث والتطوير ، والبنية التحتية التكنولوجية) حيث حققت المملكة العربية السعودية المرتبة ٥٠ من بين ١٤٥ دولة بحوالي ٥,٩٦ درجة من أصل ١٠ درجات ، وهو تموقع مقبول على خارطة الاقتصاد المعرفي مقارنة بالدول العربية ، إلا أنه لا يدعم تنافسية الاقتصاد السعودي على المستوى الدولي وهو ما وضحته تقارير المنتدى العالمي للتنافسية حيث احتلت السعودية مراتب متأخرة نسبيا مقارنة بضخامة برنامج التحول من الاستخدام المكثف للمورد الطبيعي إلى اقتصاد كفاءة الاستثمار أي الاقتصاد

القائم على الإبداع والابتكار ، أما مؤشر المعرفة العربي الصادر عن الأمم المتحدة والمتكون هو أيضا من مرتكزات متشابكة ومتباينة الأداء (تكنولوجيا المعلومات والاتصال ، البحث والتطوير والابتكار ، والتعليم) لصالح تكنولوجيا المعلومات والاتصال ، فيما يبقى الابتكار الحلقة الأضعف بسبب ضعف تطور أدائهم ما يفسر تأخر الانتقال نحو مرحلة الاقتصاد المعرفي. ومن نتائج الدراسة أن مقارنة المملكة العربية السعودية على المستوى الاقتصادي العالمي ولا سيما بنظيرتها من الدول الصناعية يبين أن مشروع التحول لايزال في مرحلته الجنينية ونتائج التقدم على خارطة الاقتصاد المعرفي لاتزال هزيلة ويرى الباحثان أن مشروع بناء اقتصاد معرفي تنافسي في ظل عصر الانفتاح الاقتصادي واحتكارات التكنولوجيا على المستوى الدولي يحتاج إلى رؤية بعيد المدى تترجم إلى سياسات تنطلق من تفعيل دور المورد البشري باعتباره محور في التنمية للاقتصاد المعرفي والاستدامة.

دراسة **(صايل ،٢٠١٦)** تهدف إلى قياس تأثير رأس المال الفكري بأبعاده الرئيسية (رأس مال بشري ، رأس مال هيكلي ، رأس مال علاقات) في اقتصاد المعرفة عبر استخدام استبانة على عينة من المدراء العاملون ومعاونيهم وبعض الدرجات الوظيفية الأخرى بحجم (٥٠) موظف في محافظة الأنبار ولهذا استخدمت مجموعة من الأساليب الإحصائية وكانت ابرز النتائج التي تم التوصل إليها ، أن هناك علاقة ارتباط و تأثير لرأس المال الفكري في اقتصاد المعرفة ، ويعد رأس المال الفكري بمكوناته المختلفة (الاجتماعي والهيكلي والزبائني) استراتيجية النجاح والتنافس لمنظمات الأعمال باعتبار ذو أهمية اقتصادية وتحقيق مستوى الأداء والكفاءة والفاعلية والإنتاجية لأي منظمة أعمال واوصت الدراسة بضرورة قيام المسؤولين في ديوان محافظة الأنبار في استثمار مكونات رأس المال الفكري في تعزيز الاقتصاد المعرفي وضرورة اهتمام دوائر محافظة الانبار والمحافظة برأس المال الفكري وتنميته من خلال البحث و تطوير الخبرات والمهارات الفنية والإدارية.

دراسة **(محمد ، ٢٠١٦)**تهدف الدراسة إلى مقارنة مؤشرات ومبادرات قياس الاقتصاد القائم على المعرفة المختلفة، بالإضافة إلى بيان دور المكتبات في بناء اقتصاد قائم على المعرفة، والتعرف على وضع مصر ضمن منظومة الاقتصاديات القائمة على المعرفة بناءً على مؤشرات البنك الدولي، والتعرف على استراتيجيات مصر في التحول إلى اقتصاد قائم على المعرفة، واعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي لدراسة مؤشرات قياس الاقتصاد القائم على المعرفة بالإضافة إلى الأسلوب المقارن لمقارنة تلك المؤشرات لبيان أوجه الشبه والاختلاف بين تلك المؤشرات ومن نتائج الدراسة أن مؤشر البنك الدولي كان أكثر شمولًا في تحديد مؤشرات قياس الاقتصاد ، يمثل قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات محورًا رئيسيًا في المؤشرات الخمسة مما يؤكد على أن اقتصاد المعرفة يقوم في الأساس على استثمار إمكانيات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في كافة القطاعات في المجتمع، و كذلك الامر لرأس المال البشرى مما يؤكد على أهمية الاستثمار في رأس المال البشرى من أجل التحول إلى الاقتصاد القائم على المعرفة. وأوصت الدراسة بإنشاء مؤسسة تابعة للدولة ترعى وتهتم بالاقتصاد القائم على المعرفة ، وإبراز دور الجامعات في تنمية الاقتصاد القائم على المعرفة من خلال التوعية والتدريب، وتحفيز الابتكار، وتقديم الحلول لمعوقات التحول إلى الاقتصاد القائم على المعرفة، حماية حقوق المبتكرين، وتحسين مخرجات البحوث العلمية ، و تنمية الصناعات المعرفية ، و تنمية الموارد البشرية وتوجيه الاهتمام نحو منظومة التعليم.

دراسة **(بلخضر ، عاشور ،٢٠١٥)** تهدف إلى الكشف عن الاستثمار في رأس المال الفكري لتنمية القدرات التنافسية للمؤسسة الاقتصادية في ظل اقتصاد المعرفة ، واختتم البحث بعدد من النتائج ومنها، أصبحت المؤسسات المعاصرة مجبرة على البحث عن الثروات الفكرية والمهارات والأفكار الإبداعية غير المستغلة في مواردها البشرية والاستثمار فيها لضمان بقائها. كما أن تطبيق المؤسسات المعاصرة مدخل

رأس المال الفكري يوفر لها إمكانيات جديدة وقدرات تنافسية مميزة، وأوصت الدراسة بضرورة اهتمام المؤسسات برأس المال الفكري لأنه يعبر عن القيم غير الملموسة ويساهم في تنمية القدرة التنافسية للمؤسسة.

دراسة **(المالكي ،عبيد ، ٢٠١٤)** تهدف هذه الدراسة إلى إلقاء الضوء على مفهوم ومؤشرات اقتصاد المعرفة ، واستعراض مؤشرات اقتصاد المعرفة في المملكة العربية السعودية والجهود المبذولة في سبيل النهوض بهذا القطاع في العقد الأخير ، وتوصل البحث إلى أن تدني مكانة المملكة العربية السعودية فيما يتعلق بمؤشر الرقم القياسي لاقتصاد المعرفة يعود إلى انخفاض المستوى في المؤشرات الفرعية المكونة لهذا المؤشر، وللارتقاء بمكانة المملكة عالميا ينبغي زيادة الإنفاق على البحوث والتطوير وتدريب العنصر البشري ، والاهتمام بالبنية التحتية لتقنية المعلومات ، وتطوير منظومة التعليم، وعلاج أوجه القصور فيما يتعلق بنقل وتوطين المحتوى المعرفي، وتوعية أفراد المجتمع بأهمية التعليم والتدريب.

الدراسات الأجنبية:

دراسة **(Nurunnabi,2017)** تهدف إلى استكشاف القضايا المتعلقة بتحويل اقتصاد يعتمد على النفط إلى اقتصاد قائم على المعرفة في المملكة العربية السعودية، وهي دولة شهدت ثورة ملحوظة في أعقاب اكتشاف النفط قبل أكثر من ثلاثة أرباع قرن (مارس ١٩٣٨) تقدم الدراسة نظرة ثاقبة حول شكل اقتصاد المعرفة في الدولة اليوم وقضايا السياسة المحتملة المتعلقة بكيفية تطور الاقتصاد إلى المستقبل، المملكة العربية السعودية هي أكبر مصدر للنفط في العالم وتستمد حوالي ٩٠٪ من عائدات الحكومة من النفط. استناداً إلى تحليل (البنك الدولي والأمم المتحدة والمنتدى الاقتصادي العالمي والوزارات في المملكة العربية السعودية والصحف) توحي نتائج هذه الدراسة بأن هناك ستة جوانب أساسية يجب أخذها في الاعتبار عند تطوير اقتصاد المعرفة في المملكة العربية السعودية: رأس المال البشري والابتكار وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات (ICT) والاقتصاد والتعليم والعمالة. وتم تحديد العديد من التحديات المتعلقة برأس المال البشري، والأبحاث والبطالة بين الإناث المتعلمة في الجامعة. بالإضافة إلى أن رؤية الحكومة السعودية ٢٠٣٠ وبرنامج التحول الوطني ٢٠٢٠ تؤكدان على أهمية تنويع الاقتصاد من خلال تطوير اقتصاد المعرفة، وستساعد نتائج هذه الدراسة صناع السياسة في تحقيقه من خلال العمل على إيجاد إطار مستدام لاقتصاد المعرفة في المملكة العربية السعودية، واخيرا من الضروري إجراء المزيد من البحوث لمقارنة ركائز اقتصاد المعرفة في الشرق الأوسط.

دراسة **(Al-Maadeed & Weerakkody ,2016)** تهدف إلى تطوير نموذج مفاهيمي يتعامل مع المحددات الرئيسية لتنمية الاقتصاد القائم على المعرفة على المستوى الوطني والتي يمكن أن تسرع نمو قيمة الأصول الوطنية وتؤدي إلى وضع تنافسي وطني. ولذلك، أُجريت مراجعة منهجية للمراجع من أجل التعلم من ممارسات الاقتصادات المتقدمة في تطوير المعرفة، وتسلط على الركائز الأساسية للسياسات وبرامج عملية ووظيفة الاقتصاد القائم على المعرفة. ومن أهم النتائج الآتي:

أ- الوظيفة الأساسية للاقتصاد القائم على المعرفة هي تنمية رأس المال البشري والحفاظ على قيمة أصول المعرفة.

ب- الركائز الأساسية للاقتصاد القائم على المعرفة هي التعليم وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات والابتكار.

ج- العملية التي تدعم الاقتصاد القائم على المعرفة هي إدارة المعرفة.

تظهر النتائج أن محددات تنمية الاقتصاد القائم على المعرفة على المستوى الوطني هي:

(١) النظر في خصائص الاقتصاد القائم على المعرفة.

(٢) النظر في وضع الدولة.

(٣) النظر في عملية إدارة المعرفة الفعالة التي تعزز وظيفة الاقتصاد القائم على المعرفة.

على الرغم من أن القيادة المعرفية هي العنصر المساعد لتحقيق وظيفة الاقتصاد القائم على المعرفة النهائية عبر المحددات الرئيسية، إلى أن النموذج المفاهيمي المقترح في هذه الدراسة يوضح المحددات الرئيسية للاقتصاد القائم على المعرفة وتمكينها لتوجيه الممارسين وصانعي القرار في تطوير إطار عمل الاقتصاد القائم على المعرفة على المستوى الوطني.

دراسة **(Ahmed, Alfaki, 2013)** تهدف إلى الاستطلاع عن دور العلم ، والتكنولوجيا ، والابتكار في تحويل دولة الإمارات العربية المتحدة إلى دولة قائمة على اقتصاد المعرفة ، من خلال تقييم انجازاتها في استيفاء متطلبات الركائز الرئيسية في الاقتصاد ، وتقييم مقدرة الإمارات كدولة في تطبيق المعرفة ، ونشرها ، واستثمارها مقارنة مع دولتين من دول مجلس التعاون الخليجي ، ومع بعض الأمثلة من الدول العربية ، والاسلامية وتوصلت الدراسة إلى أن الإمارات العربية المتحدة حققت تقدما في توفير ركائز اقتصاد المعرفة ، وتنفيذها ، واستطاعت الانتقال إلى مرحلة قائمة على الابتكار ، والاختراع ، كما أنها حققت مستويات جودة عالية في البنية التحتية ، وقطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ، ومع ذلك ما زالت هناك بعض التحديات التي تتطلب تضافر الجهود ، ودقة المتابعة تحديدا في مجال الاستثمار في التعليم ، وأنشطة البحث ، والتطوير إذ أن الإمارات جاءت متأخرة نسبيا عن بعض دول مجلس التعاون الخليجي في تلك القطاعات.

دراسة **(Bashehab, Buddhapriya, 2013)** تسلط هذه الدراسة الضوء على القضايا الناشئة التي أرغمت المملكة العربية السعودية في تحويل اقتصادها إلى اقتصاد قائم على المعرفة. ويناقش ركائز الاقتصاد القائم على المعرفة، أي النموذج المؤسسي؛ التعليم؛ البحث والتطوير (R & D)؛ تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي يعتمدها إطار معهد البنك الدولي لتحليل وضع اقتصاد قائم على المعرفة في المملكة العربية السعودية. الهدف الأساسي من هذه الدراسة هو فهم حالة الاقتصاد القائم على المعرفة في المملكة العربية السعودية، تم جمع البيانات من خطة التنمية التاسعة للمملكة العربية السعودية (وزارة الاقتصاد والتخطيط)، وتقارير وزارة التعليم، وتقارير وزارة الاتصالات وتقنية المعلومات، وتقارير مؤسسة النقد العربي السعودي (SAMA) حيث تعتبر من المصادر المهمة للبيانات. ومن نتائج الدراسة اتضح أن حكومة المملكة العربية السعودية وضعت الأساس لتحويل اقتصادها إلى اقتصاد قائم على المعرفة، لكن المطلوب أكثر خاصة في مجال تنمية الموارد البشرية والابتكار لتسريع عملية التحول.

دراسة **(Marouf , Chaudhry, 2013)** استعرضت هذه الدراسة الاقتصاد القائم على المعرفة في دولة الكويت، وتم اجراء هذه الدراسة على مرحلتين ، ركزت المرحلة الأولى على اختيار قياسات الأداء واستخدامها لجمع البيانات الخاصة بأنشطة ادارة المعرفة في الكويت ، كما تم ادارة مناقشات مجموعة الدراسة في هذه المرحلة واختيار الخبراء من مكتب الإحصاء المركزي في الكويت ، و استنتجت الدراسة إلى أن تطبيق مجموعة من المُتغيرات في منهجية تقييم المعرفة من قبل البنك الدولي هي الحل الأمثل. وفي المرحلة الثانية، تم عرض مجموعة من جداول البيانات والرسوم البيانية التي تركز على الوضع الحالي للاقتصاد القائم على المعرفة في الكويت بشكل كلي، بالإضافة لمكوناته الأساسية باستخدام منهجية تقييم المعرفة، وتم تحديد نقاط القوة والضعف لكل من الركائز الأربعة الخاصة باقتصاد المعرفة في الكويت. وكان أداء الكويت جيد إلى حد بعيد في أغلب المُتغيرات الأربعة عشر، إلا أن نتائج التعليم كانت أقل من العديد من الدول في منطقة الخليج العربي كما أظهرت النتائج أيضا أن مؤشر اقتصاد

المعرفة في الكويت أعلى من المتوسط في دول الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، إلا أنه كان أقل من دول الخليج العربي فيما عدا المملكة العربية السعودية. علاوة على ذلك، وُجد أن مؤشر اقتصاد المعرفة في الكويت أقل من المعدل في ثلاثة دول من منطقة الخليج العربي وهم (البحرين، وقطر، والإمارات العربية المتحدة)، مما يشير إلى أن انتاج المعرفة في الكويت في مستوى منخفض. ومن حيث الركائز الأربعة للإطار الخاص باقتصاد المعرفة، فإن الكويت تقود المنطقة في تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، كما تعتبر قوية في ركيزة الحوافز الاقتصادية والنظام المؤسسي، وضعيفة في ركيزة التعليم، والأضعف في ركيزة الابتكار.

دراسة **(Karahan, 2012)** تهدف إلى تقديم منهجية جديدة من أجل قياس الاقتصاد القائم على المعرفة بشكل أفضل، قدمت الدراسة مجموعة مؤشرات جديدة لـ KBE من خلال مراجعة المؤشرات الموجودة عن الاقتصاد القائم على المعرفة الصادرة عن منظمات اقتصادية دولية مختلفة حيث قدمت مجموعة من إجراءات المدخلات والمخرجات مجمعة تحت أربعة أبعاد. ويستند كل بُعد على اكتساب وإنتاج وتوزيع وتطبيق المعرفة التي هي المحرك الأساسي للتنمية في الاقتصاد الجديد. وتشمل هذه الأبعاد المؤشرات الإحصائية ذات الصلة في شكل يستند على المدخلات والمخرجات، وبالتالي، يتم تحديد تسعة مؤشرات رائدة للمعرفة وتسع نتائج تستند إلى المعرفة لتحديد وتعريف الاقتصاد القائم على المعرفة بشكل شامل، بعد تقديم إطار تحليلي جديد، تم تحليل الاقتصاد التركي من أجل معرفة مكانته في الاقتصاد الجديد. وكانت من أهم النتائج أن نسبة المخرجات / المدخلات منخفضة للغاية في إنتاج المعرفة وتطبيقها. ولذلك، ينبغي أن يركز صانعو السياسات بشكل أساسي على الأنشطة التي تزيد من كفاءة إنتاج المعرفة وتطبيق مدخلات من أجل التحول الناجح في تركيا نحو الاقتصاد القائم على المعرفة، وإلى جانب ذلك، الاهتمام بسياسات التعلم مدى الحياة في تركيا نظرًا لقيمتها المنخفضة نسبيًا.

ثالثا: الدراسات السابقة في أثر الابتكار على لاقتصاد القائم على المعرفة:

الدراسات العربية:

دراسة **(الجبوري ،٢٠١٩)** تهدف إلى التعرف على الابتكار التسويقي وأثره على رضا العملاء في شركات الأدوية في الأردن. ولتحقيق أهداف هذه الدراسة قام الباحث باختيار أربعة أبعاد للابتكار التسويقي وهي الابتكار في المنتج، والابتكار في التسعير، والابتكار في الترويج، والابتكار في التوزيع. وتم استخدام الاستبانة كأداة رئيسة لجمع البيانات، لقياس أثر المتغير المستقل على المتغير التابع وباستخدام الطريقة الملائمة وتم اختيار عينة ملائمة من زبائن شركات الأدوية من المستودعات والصيدليات في اقليم الشمال لتمثيل عينة الدراسة. حيث بلغ العدد النهائي الذي تم تحليله (٣٩٢) استبانة، وبنسبة (٩٠%) من عينة الدراسة، وللإجابة عن أسئلة الدراسة واختبار الفرضيات قام الباحث باستخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، وتطبيق معادلة الانحدار المتعدد. وعليه توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج كان أهمها: إن جميع أبعاد الابتكار التسويقي لها أثر ذو دلالة احصائية على أبعاد المتغير التابع وهو رضا العملاء.

دراسة **(نصور ، سلوم ،٢٠١٩)**تهدف إلى دراسة تأثير ابتكار المنتج على ولاء المستهلك للعلامة التجارية، وتم توزيع استبيانات على عينة ميسرة من مستهلكي منتجات الأجهزة الخلوية محل الدراسة وتم استرداد ٤١٤ استبيان صالح للدراسة، وتوصل البحث إلى وجود تأثيراً إيجابياً لاستراتيجية ابتكار المنتج على ولاء المستهلك للعلامة التجارية وأهم بعد لاستراتيجية ابتكار المنتج في التأثير على الولاء للعلامة التجارية هو الابتكار في شكل الجهاز الخلوي، وأوصى الباحث بالاهتمام بابتكار المنتج كاستراتيجية مهمة في تلبية حاجات المستهلك وإجراء دراسات مكملة تتناول ابتكار المنتج.

دراسة **(بروري ، نايلي ، ٢٠١٩)** تهدف إلى معرفة تأثير الابتكار التسويقي بأبعاده السبع (الابتكار في الخدمة، الابتكار في التسعير، الابتكار في التوزيع، الابتكار في الترويج، الابتكار في الدليل المادي، الابتكار في الأفراد، الابتكار في العمليات) على ولاء العملاء لمؤسسة موبيليس. وجمعت بيانات الدراسة من خلال استبيان صمم لهذا الغرض ووزع على عينة ملائمة تتكون من٢٢٠ عميل، ولاختبار فرضيات الدراسة تم استخدم مجموعة من الأساليب الاحصائية. وتوصلت الدراسة وبعد استخدام أسلوب الانحدار الخطي البسيط وجود أثر ذو دلالة معنوية عند مستوى (α≤0.05) لجميع أبعاد الابتكار التسويقي (المنتج، السعر، التوزيع، الترويج، الدليل المادي، الأفراد وعمليات) على ولاء العملاء. ونتج عن اختبار فرضية البحث الرئيسية، وجود أثر ذو دلالة معنوية عند مستوى (α≤0.05) للابتكار التسويقي على ولاء العملاء.

دراسة **(عبيد ، ٢٠١٦)**تهدف الدراسة إلى التعرف على تأثير الابتكار التنظيمي على أداء العاملين في مؤسسة توزيع الأدوية بالجملة بورقلة من خلال المقابلة مع المسؤول و تصميم الاستبيان و توزيعه على عينة الدراسة المتكونة من ٦٠ عاملا ، و الملاحظة للتعرف على مفهوم الابتكار التنظيمي و ما مدى تطبيق أداء العاملين في المؤسسة ، ومن خلال التحليل الاحصائي باستخدام برنامج SPSS19 و استخدمت الاختبارات الإحصائية وغيرها ، و توصلت النتائج إلى عدم وجود علاقة ارتباطية قوية بين الابتكار التنظيمي كمتغير مستقل و أداء العاملين كمتغير تابع و هذا عائد لوجود عوامل أخرى مؤثرة في أداء العاملين بخلاف الابتكار التنظيمي في مؤسسة توزيع الأدوية بالتجزئة. ومن أهم توصيات الدراسة وضع استراتيجية مبنية على معايير دقيقة للكشف عن المبتكرين والموهوبين والعمل على تدريبهم لتوفير قيادات إدارية مؤهلة قادرة على استثمار طاقات الابتكار في تطوير الأداء الوظيفي، تخصيص هيئة مختصة في البحث والتطوير داخل المؤسسة لتحديد التوجهات المستقبلية للعاملين واكتشاف آرائهم الابتكارية وتنميتها.

دراسة **(بخاري، ٢٠١٥)** تهدف إلى تحديد طبيعة فجوة المعرفة بين الدول النامية والدول المتقدمة، وإلقاء الضوء على محددات الاقتصاد المعرفي الكفيلة بتمكين الدول النامية من عبور الفجوة القائمة، وتتخذ الدراسة من المملكة العربية السعودية نموذجا للتطبيق، بحيث يتناول الوضع الراهن التوجيهات المستقبلية لتخطي الفجوة بين الاقتصاد المعرفي وذلك القائم على المعرفة. استخدمت الدراسة نموذج الانحدار الخطي المتعدد، ومعاملات الارتباط لتحديد بيانات ٧٥ دولة مقسمة وفق مؤشر التنمية البشرية إلى ثلاث مجموعات: مرتفعة جدا، مرتفعة، ومتوسطة من حيث التنمية البشرية (باستثناء الدول منخفضة التنمية البشرية) وما يقتضيه الهدف من الدراسة. أكدت النتائج أن الابتكار هو العامل الأكثر تأثيرا في الاقتصاد المعرفي. وأوصت الدراسة الدول النامية التي بدأت خطواتها نحو الاقتصاد المعرفي أن تكرس من جهودها لتطوير نوعية مواردها البشرية، والاستثمار في تطوير بنية قوية لتقنية المعلومات والاتصالات، أما بالنسبة للمملكة فإن التحول للاقتصاد القائم على المعرفة إنما يتطلب اعتماد أكبر على القوى العاملة ذات الانتاجية العالية والتعليم الجيد والقدرة على الابتكار والتطوير.

دراسة **(بزقراري ، ٢٠١٤)** هدفت الدراسة إلى قياس أثر الابتكار التسويقي للمنتجات من خلال أبعاده (تطوير المنتجات الحالية، ابتكار منتجات جديدة) في تحقيق وفاء الزبائن من وجهة نظر عينة من مستهلكي ماركة (عمر بن عمر) الغذائية في ولاية بسكرة، وأيضا قياس درجة وفاء الزبائن لهذه العلامة التجارية. ولتحقيق أهداف الدراسة صممت استمارة ووزعت على عينة عشوائية مكونة من ٢٨٠ مستهلك لهذه العلامة، ثم تم جمع وتحليل البيانات واختبار الفرضيات باستخدام برنامج SPSS وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج: -وجود وفاء قوي من طرف الزبائن لمنتجات عمر بن عمر ، وجود أثر لابتكار المنتجات (تطوير المنتجات الحالية، ابتكار منتجات جديدة) على وفاء الزبائن، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون ٠,٧٤ وهي علاقة قوية ، وجود أثر ذو دلالة إحصائية لتطوير المنتجات الحالية على وفاء الزبائن

لعلامة عمر بن عمر ، وجود أثر ذو دلالة إحصائية لابتكار منتجات جديدة على وفاء الزبائن لعلامة عمر بن عمر.

الدراسات الإنجليزية:

دراسة **(Al-Mubaraki, Busler,2017)** تهدف إلى مناقشة الابتكار والحاضنات كأداة قوية للاقتصاد القائم على المعرفة من وجهات نظر مختلفة باستخدام معايير مختلفة لقياس مؤشرات الأداء الرئيسي لأفضل الممارسات للابتكار في الولايات المتحدة والمملكة المتحدة ودول مجلس التعاون الخليجي، وتحليل وتحديد تحديات وفرص برامج الابتكار والحاضنات واستخدامها المحتمل في جميع أنحاء العالم. من نتائج الدراسة أن الحاضنات والابتكار ساهموا بشكل إيجابي في النمو الاقتصادي. أما التحديات التي تواجهها هي المساهمة بشكل إيجابي في توسيع قطاعات التكنولوجيا في كل بلد بمنتجات جديدة وخدمات جديدة؛ وتشجيع ودعم المشاريع والابتكار لخلق أفضل بيئة لنمو الأعمال التجارية من أجل بدء وتسريع التطور الذكي. وأما الفرص المتاحة للحاضنات وبرامج الابتكار أنه تعتمد استدامتها بنسبة (٨١-٩٠٪) من الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم لكل سنة مالية؛ وأيضا تستند استدامتها على إيجاد وظائف عالية أكثر من ٥٠ وظيفة في السنة، وأخيرا يؤدي الاستعداد والتهيئة بشكل جيد للحاضنات وبرامج الابتكار إلى نتائج عالية والوصول إلى مرحلة أعلى من النمو الاقتصادي.

دراسة(**Bajzikovaa,et al,2014**) وضحت أنه في الثالث من مارس عام ٢٠١٠، تم استحداث مبادرة جديدة أطلق عليها "أوروبا ٢٠٢٠" شملت خطط الاتحاد الأوروبي للتقدم الاقتصادي خلال هذه الفترة. والهدف الرئيسي هو: تنمية الاقتصاد الأوروبي القائم على المعرفة عن طريق الابتكارات ويواجه الاقتصاد السلوفاكي ومنظماته الوضع نفسه. بالتالي قدم الباحثون حلولا متنوعة من أجل زيادة قدرتها التنافسية، من خلال الاهتمام بما تقدمه من الابتكارات. ولهذا الغرض استعرض الباحثون النتائج المتعلقة بتنفيذ الابتكارات التنظيمية، وكذلك الحواجز التي تعيق تبنيها وتحفيز الدوافع المقدمة لها. ومن نتائج الدراسة أن معظم الابتكارات التنظيمية التي تعتمدها المنظمات هي في مجال تكنولوجيا المعلومات والتعليم والاستشارات في الإدارة، ويتضح تأثير نسبة الخريجين الجامعيين في القوى العاملة على تبني الابتكارات التنظيمية، فكلما زاد عدد الخريجين في المنظمة كلما تبنت المزيد من الابتكارات واتضح أن الدافع الأكثر شيوعًا لتطبيق التغييرات هو زيادة جودة الخدمة والحاجة إلى تحسين الأداء اليومي، وأن إدخال الابتكارات وتطوير الموظفين ذات الصلة جانبا حيويا من جوانب نجاح عمل المنظمات.

دراسة **(Ahmed, Al-Roubaie,2012)** تهدف هذه الدراسة على تسليط الضوء على أهمية الابتكار والتعلم التكنولوجي في بناء الاقتصاد القائم على المعرفة في العالم الإسلامي، على الرغم من وفرة رأس المال البشري ، لا تزال معظم البلدان الإسلامية تفتقر إلى البنية التحتية العلمية والتكنولوجية الكافية لاستيعاب وتطبيق ونشر المعرفة ونشر المعلومات. واستندت الدراسة على مختلف قواعد بيانات المؤسسات الدولية الرئيسية مثل (البنك الدولي، OCED، UN، إلخ)، وذلك لاستخدام نهج شامل لتحليل الابتكار والتعلم التكنولوجي لبناء اقتصاد قائم على المعرفة في الدولة الإسلامية. ومن أهم نتائج الدراسة وجود تحديات رئيسية تواجه البلدان الإسلامية لبناء اقتصاد قائم على المعرفة معتمدا على الابتكار والتعلم التكنولوجي وقدمت الدراسة إطار لبناء نظام فعال للابتكار يحقق اقتصاد المعرفة في البلدان الإسلامية، مع الأخذ في الاعتبار مجموعة متنوعة من المنظورات الدولية والمؤسسية والفكرية.

دراسة **(Galabova,2012)** تهدف إلى دراسة سياسات واستراتيجيات الابتكار في ثلاث من دول الاتحاد الأوروبي: بلغاريا وفنلندا واسكتلندا ، والتي تمثل مراحل مختلفة في تطوير الاقتصاد القائم على المعرفة وذلك من خلال مراجعة الإنتاج الفكري لإدارة الابتكار ، ووثائق الاتحاد الأوروبي ووثائق سياسة الابتكار الوطنية ، والتدقيق في كيفية ترجمة رؤية الاتحاد الأوروبي لتطوير الاقتصاد القائم على المعرفة

في كل دولة من الدول الثلاث .واتضح أن سياسة الابتكار هي واحدة من الأدوات الرئيسية التي تدعم إنشاء الاقتصاد القائم على المعرفة ، وأن جميع دول الاتحاد الأوروبي لديها استراتيجية ابتكارية وتحاول إنشاء نظام للابتكار ، ولكن بنجاح متفاوت ؛ تتبع الاختلافات في مستوى تطوير الاقتصاد القائم على المعرفة من الظروف الثقافية والتاريخية والاقتصادية والسياسية في الدول واختلاف الاتحاد الأوروبي في تطبيق سياسة الابتكار. واتضح أيضا من خلال الدراسة أن الاقتصاد القائم على المعرفة يعتمد على "المثلث المعرفي" (التعليم والبحث والابتكار)، ومع ذلك، فإن الابتكار أمر أساسي لتحقيق النتائج المقصودة لسياسات التعليم والبحث. أما نتيجة تحليل الاستراتيجيات الخاصة بالابتكار في الدول الثلاثة اتضح أن استراتيجية الابتكار في فنلندا هي الأكثر نجاحًا، ولتحقيق إنشاء اقتصاد قائم على المعرفة لابد من سياسات متماسكة بشأن التعليم والبحث والابتكار.

تبين من استعراض الدراسات السابقة اختلاف الدول والبيئات التي أُجريت فيها، واختلاف طبيعة نشاط المنظمات التي طُبقت عليها، وتعدد المناهج المعتمد عليها والأساليب الإحصائية المستخدمة للحصول على البيانات وتحليلها.

ومن الدراسات السابقة المتعلقة بالابتكار يمكن استنتاج أهمية الابتكار ودوره في تنمية الميزة التنافسية حيث توصلت دراسة (رحال ،٢٠١٧) ا إلى أن الابتكار يساهم في تعزيز التنافسية المستديمة ،وتطرقت الدراسات إلى أنواع الابتكار المختلفة مثل الابتكار الإضافي والابتكار الجذري وابتكار المنتج وابتكار العملية إلا أنه من الملاحظ أن الابتكار التسويقي هو أكثر أنواع الابتكار دراسة أما الأقل دراسة فهو ابتكار العملية وتؤكد دراسة (Scafuto et al ,2018,16) على ذلك، وأغلب الدراسات تناولت نوع واحد من أنواع الابتكار ماعدا دراسة (رمزي، مصطفي ،٢٠١٦) ودراسة (رحال ، ٢٠١٥) تطرقت إلى كذا نوع من أنواع الابتكار. أما دراسة(Demir, 2017) تطرقت إلى استراتيجيات الابتكار والتحديات التي تواجه الابتكار في منظمات الأعمال. مع ملاحظة وجود فجوة بحثية حول موضوع استراتيجيات الابتكار وتحديات الابتكار حيث تبين قلة الدراسات التي تناولت هذه الموضوع.

أما بالنسبة للدراسات السابقة في الاقتصاد القائم على المعرفة أغلب الدراسات تناولت التعريف بالاقتصاد القائم على المعرفة و تطرقت إليه من حيث نشأته ومفهومه و ركائزه وخصائصه و التعرف على متطلبات ومستلزمات التحول نحو الاقتصاد القائم على المعرفة ومقارنة مؤشرات ومبادرات قياس الاقتصاد القائم على المعرفة المختلفة بالإضافة إلى تحليل الاسهامات الفكرية العربية في مجال الاقتصاد القائم على المعرفة من أجل التعرف على خصائصه ، واكتشاف العوائق وسبل التغلب عليها و قياس تأثير رأس المال الفكري بأبعاده الرئيسية (رأس مال بشري ، رأس مال هيكلي ، رأس مال العملاء) في الاقتصاد القائم على المعرفة ، و تحديد بعض إمكانية الدول من التوجه نحو الاقتصاد القائم على المعرفة و التوجهات والخطط الوطنية التي وضعتها الدول نحو اقتصاد المعرفة من خلال متابعة مؤشراته على جميع المستويات. ونلاحظ أن أغلب الدراسات السابقة في الاقتصاد القائم على المعرفة دراسة تحليلية حيث يوجد فجوة منهجية حول دراسة الموضوع من ناحية ميدانية وتطبيقية على مختلف القطاعات.

ولقد تنوعت الدراسات العربية -التي تناولت أثر الابتكار على الاقتصاد القائم على المعرفة - بين أنواع الابتكار المختلفة مثل دراسة (الجبوري،٢٠١٩) أثبتت أن الابتكار التسويقي له أثر على رضاء العملاء و دراسة (بروري ، نايلي ، ٢٠١٩) أثبتت أن الابتكار التسويقي له أثر على ولاء العملاء ودراسة (بزقراري، ٢٠١٤) أثبتت أن الابتكار التسويقي له أثر على وفاء العملاء ودراسة (نصور ، سلوم ،٢٠١٩) أثبتت تأثير ابتكار المنتج على ولاء المستهلك للعلامة التجارية، أما دراسة (عبيد ، ٢٠١٦)تطرقت إلى الابتكار التنظيمي و توصلت إلى عدم وجود علاقة ارتباطية قوية بين الابتكار التنظيمي و أداء العاملين. نلاحظ أن أغلب الدراسات العربية التي تناولت موضوع أثر الابتكار على

الاقتصاد القائم على المعرفة ركزت على دراسة الابتكار التسويقي ودراسة رأس مال العملاء ، و وجود فجوة بحثية في دراسة أنواع الابتكار الأخرى و دراسة العناصر الأخرى لرأس المال الفكري ،بالإضافة إلى أنه كما هو ملاحظ أن الدراسات السابقة العربية مطبقة على جهات محددة حيث أغلب الدراسات السابقة التي تم استعراضها اعتمدت على منهج دراسة الحالة و الاستبيان كأداة لجمع البيانات ، وبالتالي يوجد فجوة منهجية واضحة في التطرق إلى تحليل الإنتاج الفكري بشكل عام عن موضوع أثر الابتكار على الاقتصاد القائم على المعرفة.

والدراسات الأجنبية اثبتت الأثر الإيجابي للابتكار بشكل عام على الاقتصاد القائم على المعرفة ويعتبر أحد الركائز وأحد الأدوات التي يُعتمد عليها في بناء الاقتصاد القائم على المعرفة. ووضحت أنه هناك تحديات تواجه العالم الإسلامي في بناء الاقتصاد القائم على المعرفة، كما ذكرت دراسة (Ahmed& Al-Roubaie,201).

إذن ما يميز هذه الدراسة أنها تطرقت إلى فجوة بحثية ومعرفية واضحة في موضوع أثر الابتكار على الاقتصاد القائم على المعرفة حيث أنها اشتملت على الابتكار بأنواعه المختلفة وعلى الاقتصاد القائم على المعرفة بجميع عناصره، وذلك لما لاحظناه من اقتصار الدراسات السابقة على دراسة الابتكار بشكل عام أو دراسة نوع من أنواعه، ودراسة الاقتصاد القائم على المعرفة بشكل عام أو عنصر من عناصره وبالتالي تعتبر هذه الدراسة إضافة علمية للإنتاج الفكري.

رابعا: النتائج:

بعد هذا العرض توصل الباحثان إلى النتائج التالية:

١. أن الابتكار هو العامل الأكثر تأثيرا في الاقتصاد القائم على المعرفة وأحد المعايير التي تقاس بها درجة تفوق المؤسسات، ويساعد على دعم مركزها التنافسي.
٢. وجود عدة تصنيفات لأنواع الابتكار من حيث الحداثة والغرض وطبيعة الابتكار.
٣. رغم أهمية منظومة الإبداع والابتكار في بناء الاقتصاد القائم على المعرفة إلا أن الإسهامات الفكرية في هذا القطاع محدودة للغاية.
٤. أن الاقتصاد القائم على المعرفة هو الاقتصاد الذي يعتمد على استثمار رأس المال الفكري لدعم وتشجيع اكتساب وإنتاج ومشاركة وتطبيق المعرفة.
٥. أن الابتكار ركيزة من ركائز الاقتصاد القائم على المعرفة التي حددها البنك الدولي ومنظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD) و (APEC) .
٦. أن كلاً من الاستثمار في البشر (رأس المال الفكري) واستغلال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات يشكلان المحور الرئيسي للولوج إلى الاقتصاد القائم على المعرفة.
٧. أن الوظيفة الأساسية للاقتصاد القائم على المعرفة هي تنمية رأس المال البشري والحفاظ على قيمة أصول المعرفة.
٨. أن إدارة المعرفة هي العملية الأساسية التي تدعم الاقتصاد القائم على المعرفة.
٩. أن الابتكار التسويقي هو أكثر أنواع الابتكار دراسة أما الأقل دراسة فهو ابتكار العملية.
١٠. أن رأس المال العملاء هو أكثر أنواع الرأس المال الفكري دراسة.
١١. وجود أثر للابتكار في أبعاد المنتج (تحسين المنتج، ابتكار منتج جديد كليا، ابتكار العملية التجارية) على تعزيز قيمة المؤسسة.

١٢. أن الابتكار التسويقي بأبعاده (الابتكار في المنتج، الابتكار في السعر، الابتكار في التوزيع، الابتكار في الترويج) له دور في رفع أداء المؤسسة الاقتصادية ورضا وولاء العملاء.
١٣. وجود أثر لابتكار المنتجات (تطوير المنتجات الحالية، ابتكار منتجات جديدة) على ولاء العملاء.
١٤. عدم وجود علاقة ارتباطية قوية بين الابتكار التنظيمي وأداء العاملين وهذا عائد لوجود عوامل أخرى مؤثرة في أداء العاملين بخلاف الابتكار التنظيمي.
١٥. أن هناك تحديات مختلفة للابتكار، ويعتبر العائق المالي هو أكبر تحدي أما الأقل فهو التحدي الإداري.
١٦. قلة الدراسات المتعلقة بموضوع مؤشرات الاقتصاد القائم على المعرفة على مستوى منظمات الأعمال.
١٧. قلة الدراسات الميدانية المتعلقة باقتصاد القائم على المعرفة في منظمات الأعمال.

التوصيات:

بناءً على نتائج الدراسة ، يوصي الباحثان بما يلي:

١. إجراء المزيد من الدراسات التي توضح أثر الابتكار على الاقتصاد القائم على المعرفة وتوضيح مدى أهميته وأساليب تطبيقه وتفعيله في كافة القطاعات.
٢. إجراء دراسات عن أنواع الابتكار المختلفة ومعرفة مدى أثرها على الاقتصاد القائم على المعرفة وخاصة ابتكار العملية وذلك لقلة الدراسات الي تطرقت إليه.
٣. دراسة جميع أنواع رأس المال الفكري وتوضيح أثر الابتكار عليها.
٤. إجراء دراسات حول موضوع مؤشرات الاقتصاد القائم على المعرفة على مستوى منظمات الأعمال.
٥. إجراء دراسات ميدانية متعلقة بالاقتصاد القائم على المعرفة.
٦. زيادة الإنفاق على البحوث والتطوير وتدريب العنصر البشري، والاهتمام بالبنية التحتية لتقنية المعلومات، وتطوير منظومة التعليم لبناء الاقتصاد القائم على المعرفة.
٧. التركيز على الأبحاث العلمية المرتبطة بالاقتصاد القائم على المعرفة، وزيادة في الإنفاق المخصص لتعزيز البحث العلمي والابتكارات وتخصيص جزء من أرباح الشركات للإنفاق على البحث العلمي والابتكار.

المراجع:

أولا/ المراجع العربية:

- أبو الشامات، محمد (٢٠١٢) اتجاهات اقتصاد المعرفة في البدان العربية. مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، مج ٢٨، ع١: ص ص ٥٩١-٦١٠
- بخاري، عبلة (٢٠١٥) فجوة الاقتصاد القائم على المعرفة بين اقتصاديات الدول النامية والمتقدمة: تطبيقاً على المملكة العربية السعودية، مجلة مركز صالح عبد الله كامل للاقتصاد الاسلامي – مصر، مج ١٩، ع ٥٥، ص ٢٢٣ -٢٦٦
- بروري، نجاة، نايلي، إلهام (٢٠١٩) أثر الابتكار التسويقي على ولاء العملاء، دراسة آراء عينة من متعاملي موبيليس - أم البواقي، رسالة ماجستير، جامعة أم البواقي، الجزائر.
- بزقراري، عبلة (٢٠١٤) أثر الابتكار التسويقي للمنتجات في تحقيق وفاء الزبائن دراسة استطلاعية على عينة من مستهلكي ماركة (عمر بن عمر) بولاية بسكرة، أبحاث اقتصادية وإدارية، ع ١٥، ص: ٢٥٣ – ٢٧٦
- بلخضر ، نصيرة ، عاشور ، كتوش (٢٠١٥) الاستثمار في رأس المال الفكري مدخل لتنمية القدرات التنافسية للمؤسسة الاقتصادية في ظل اقتصاد المعرفة، مجلة الحقوق و العلوم الإنسانية ، ص ٣١٦ ، ٣٣١
- توفيق، عمرو رمضان (٢٠١٨) متطلبات التحول إلى الاقتصاد القائم على المعرفة، مكتبات نت، مج ١٩، ع٢، ص: ٣٣- ٣٥
- جامعة الملك عبدالعزيز (١٤٢٥) مجتمع المعرفة العربي و دوره في التنمية. تاريخ الدخول ٧/١٨ /١٤٤١ ه من موقع: https://www.kau.edu.sa/Files/862/Files/147636_%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%B5%D8%AF%D8%A7%D8%B1%201%20%D9%85%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%B9%20%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B9%D8%B1%D9%81%D8%A9%20%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%B1%D8%A8%D9%8A%20%D9%88%D8%AF%D9%88%D8%B1%D9%87%20%D9%81%D9%8A%20%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%86%D9%85%D9%8A%D8%A9.pdf
- الجبوري، محمد جدعان (٢٠١٩) الابتكار التسويقي وأثره على رضا الزبائن في شركات الأدوية في الأردن- رسالة ماجستير –جامعة آل البيت، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، الأردن.
- جمال، لطرش، فرحات، هولي (٢٠١٨) الابتكار في أبعاد المنتج وأثره على قيمة المؤسسة الجزائرية، دراسة حالة عينة من آراء مدراء مؤسسات اقتصادية بالشرق الجزائري ، مجلة البشائر الاقتصادية ، مج ٤ ع ٣ ص ٤٢٠-٤٣٥
- خديجة، منصف، بو عزيز، ناصر (٢٠١٧) دور المقارنة المرجعية في تفعيل الابتكار داخل المؤسسات الاقتصادية، مجلة الباحث الاقتصادي، مج٥ ع ٧، ٣٥٥-٣٦٦
- رحال ، سلاف (٢٠١٧) الابتكار والتنافسية المستديمة دراسة حالة مجموعة سوناطراك ، رسالة دكتوراه ، جـامعة محـمد خيضـر – بسكرة– ، الجزائر.

- رمزي، فروي، مصطفي ، جناس (٢٠١٦) دور الابتكار في رفع أداء الشركات: دراسة حالة بعض المؤسسات الجزائرية. مجلة دراسات لجامعة عمار ثليجي الأغواط. ع ٤٩، ص: ٢٠١ – ٢١٣
- رميلة، لعمور، آمال، عبد السلام (٢٠١٧) دور الابتكار التسويقي في رفع أداء المؤسسة الاقتصادية: دراسة حالة ملبنة سويتلى بالجلفة – الجزائر، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، مج ١٠، ص ٣٥- ٤٨
- رحال ، سلاف (٢٠١٥) دور أدوات التحليل الاستراتيجي في تحديد نمط الابتكار في المؤسسة: دارسة حالة مجموعة سوناطارك ، أبحاث اقتصادية وإدارية ، ع ١٨ ، ص ١١١ – ١٣٠
- شراف ، عقون و كمال ، زموري و سعاد ، صديقي (٢٠١٦) الابتكار والإبداع والديناميكية التنافسية: حالة مؤسسة تصنيع اللواحق الصناعية والصحية (SANIAK) سطيف – جزائر ، أبحاث المؤتمر العلمي الدولي حول : الإبداع والإبتكار في منظمات الأعمال - مركز البحث وتطوير الموارد البشرية - رماح - الأردن ، ص :٣٦٣- ٣٨٣
- شعبان، بعيطش (٢٠١٧) أثر الابتكار في تحقيق أهداف بحوث التسويق: دراسة ميدانية بمؤسسة نقاوس للمشروبات الغازية. مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، مج١٠، ص ٩٢-١٠٣
- شلبي ، ولاء (٢٠١٨) أثر لوجستيات التصنيع على الإبداع والابتكار، المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية ، مج ٩ ،ع ٤ ، ص :٦٩١ -٧٠٩
- الشمري، هاشم و الليثي، ناديا (٢٠٠٨) الاقتصاد المعرفي، دار صفاء، عمان
- صايل، على نبع (٢٠١٦) تأثير رأس المال الفكري في اقتصاد المعرفة: دراسة تطبيقية في محافظة الأنبار مجلة جامعة الانبار للعلوم الاقتصادية والإدارية – العراق. مج٨.ع١٥: ص ٧٣-٤٧
- صباح، براجي و الزين، عمران (٢٠١٧) دور التحول إلى اقتصاد المعرفة في زيادة تنافسية اقتصاد المملكة العربية السعودية والدول العربية ومعوقاته، المؤتمر الثامن للجمعية السعودية للمكتبات والمعلومات بعنوان : مؤسسات المعلومات في المملكة العربية السعودية ودورها في دعم اقتصاد ومجتمع المعرفة ، المسؤوليات ، التحديات ، الآليات ، التطلعات – السعودية ، مج ٢ ، ص : ٥٠٩ - ٥٢٨
- الصليبي، عمر جبرائيل (٢٠١٦) واقع إدارة الإبداع و الابتكار لدى عمداء كليات جامعة القدس، فلسطين من وجهة نظر رؤساء الدوائر، مجلة الاقتصاد و التنمية البشرية، ع ١٢ ، ص : ١٦٧-١٧٨
- عبدالهادي ، محمد (٢٠١٩) اقتصاد المعرفة في الأدبيات العربية: دراسة تحليلية ودروس مستفادة ،المجلة العلمية للمكتبات و الوثائق والمعلومات ، مج ١ ، ع١ ، ص ١٥١ - ١٨٥
- عبيد ، الهام (٢٠١٦) أثر الابتكار التنظيمي على أداء العاملين في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة: دراسة حالة مؤسسة توزيع الأدوية بالجملة ، رسالة ماجستير ، جامعة قاصدي مرباح – ورقلة ، الجزائر.
- العزاوي ، تركان حسين داود (٢٠١٩)الابتكار التسويقي وأثره في الميزة التنافسية في المشاريع الصغيرة والمتوسطة في الأردن، رسالة ماجستير –جامعة آل البيت ، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية ، الأردن.

- فريد، سالي محمد (٢٠١٧) التنمية في ظل اقتصاد المعرفة وامكانيات بناء الاقتصاد المعرفي في مصر. مجلة رماح للبحوث والدراسات – مركز البحث وتطوير الموارد البشرية -رماح -الأردن. ع٢١ .ص١٤٢-١١٨
- لشهب ، الصادق و بوريش ، أحمد و هتهات ، الشيخ (٢٠١٧) دور الابتكار في تنمية الميزة التنافسية للمؤسسة: دراسة ميدانية بشركة الهندسة المدنية بتقرت ولاية ورقلة. المجلة الجزائرية للتنمية الإقتصادية -ع ٧ ، ص ٢٦١-٢٧٤
- المالكي، عبدالله و عبيد ، جمال (٢٠١٤) جهود المملكة العربية السعودية نحو الاقتصاد القائم على المعرفة ، مجلة العلوم الإدارية والاقتصادية - جامعة القصيم (السعودية) ، مج ٨ ، ع ١ ، ص ٣٩ – ٧٧
- محمد ، إهداء (٢٠١٦) مؤشرات قياس الاقتصاد القائم على المعرفة: دراسة مقارنة مع نظرة لوضع مصر واستراتيجياتها في التحول إلى اقتصاد المعرفة . Cybrarians Journal، ع ٤٤
- محمد، نيفين (٢٠١٦) دور الابتكار والإبداع المستمر في ضمان المركز التنافسي للمؤسسات الاقتصادية والدول (دراسة حالة دولة الامارات)، إدارة التخطيط ودعم القرار.
- محمود، محمد (٢٠١٤) الاقتصاد المعرفي، الأكاديميون للنشر، الأردن
- ملايكية ، عامر (٢٠١٨) واقع الابتكار و دوره في رفع القدرات التنافسية للمؤسسات الاقتصادية ، مكتبة الوفاء ، الإسكندرية.
- منصور، محمد (٢٠١٣) الاستعداد للمستقبل: تنمية مجتمع المعرفة والابتكار وشروط الانتقال إلى اقتصاد المعرفة في الوطن العربى (مصر – دراسة حالة). تاريخ الدخول ٧/١٨ /١٤٤١ ه من موقع: https://repository.nauss.edu.sa/handle/123456789/56398
- نجم، عبود نجم (٢٠٠٣) إدارة الابتكار :المفاهيم والخصائص والتجارب الحديثة، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، الأردن.
- -نصور، ريزان، سلوم، على (٢٠١٩) تأثير ابتكار المنتج على ولاء المستهلك للعلامة التجارية "دراسة ميدانية على مستهلكي منتجات الأجهزة الخلوية في الساحل السوري" العلوم الاقتصادية والقانونية / مج ٤١، ع ٣، ص :٣٤١ – ٣٥٤
- الهاشمي، عبد الرحمن ، العزاوي، فائزة (٢٠٠٧) المنهج والاقتصاد المعرفي، دار المسيرة للنشر، الأردن
- وزارة الاقتصاد والتخطيط (١٤٣٥) الاستراتيجية الوطنية للتحول إلى مجتمع المعرفة، تحول المملكة إلى مجتمع المعرفة والاقتصاد القائم على المعرفة

ثانيا/ المراجع الأجنبية:

- Afzal, Munshi Naser Ibne & Lawrey, Roger (2012) Knowledge-based economy (KBE) framework and empirical investigation of input-output indicators for ASEAN, international Journal of Economics and Finance, 4(9):13-22

- Ahmed, Allam& Alfaki, Ibrahim (2013) Transforming the United Arab Emirates into a knowledge-based economy", World Journal of Science, Technology and Sustainable Development, Vol. 10 Iss 2 pp. 84 – 102
- Ahmed, Allam & Amer Al-Roubaie(2012) Building a Knowledge-Based Economy in the Muslim World: The Critical Role of Innovation and Technological Learning , World Journal of Science, Technology and Sustainable Development, vol. 9, no. 2, pp. 76–98.
- Bajzikovaa, Lubica .. et.al (2014) Dynamics of Changes Toward Knowledge-based Economy in Slovak SMEs ,10th International Strategic Management Conference, Procedia – Social and Behavioral Sciences 150. p.637-647
- Bashehab,O& Buddhapriya, S (2013) Status of Knowledge Based Economy in the Kingdom of Saudi Arabia: An Analysis, Journal of Social and Development Sciences , Vol. 4, No. 6, pp. 268-277
- Ceptureanu, Sebastian Ion (2014) Knowledge Based Economy in Romania: Comparative Approach – Journal of Applied Quantitative Methods, Vol.9,No.4,winter.Pp.51-61
- Demir.F (2017). Innovation Strategies and Challenges in Emerging Economies: The Case of Research and Technology Organizations in Turkey (Version 10007195).
- Galabova, Lidia P. (2012) Developing a knowledge-based economy through innovation policy: The case of Bulgaria, Finland and Scotland – Science and Public Policy 39 ,p. 808-814
- Gerguri,S & Ramadani,V(2010) The Impact of Innovation into the Economic Growth, South East European University at Tetovo, Faculty of Business Administration , MPRA Paper No. 22270, posted 23.
- Karahan, O (2012) INPUT - OUTPUT INDICATORS OF KNOWLEDGE-BASED ECONOMY AND TURKEY , ournal of Business, Economics & Finance (2012), Vol.1 (2) , P 21 -36
- KOUDELKOVÁ ,p , MILICHOVSKÝ, f (2015) SUCCESSFUL INNOVATION BY MOTIVATION, Business: Theory and Practice, v16, I 3 : p 223–230
- Al-Maadeed, S & Weerakkody, V (2016) The Determinants of Knowledge-based Economy Development at a National Level: A Conceptual Model driven from KBE Theoretical Paradox and Advanced Practices, Electronic Journal of Knowledge Management Volume 14 Issue 4

- Marouf ,L , Chaudhry, A(2013) Performance Measures for the knowledge-Based Economy (MBE): A Case of Kuwait ,Journal of Social Sciences , v 41 , NO 4 : p 9 – 41
- Al-Mubaraki, H & Busler, M (2017) Challenges and opportunities of innovation and incubators as a tool for knowledge based economy, Journal of Innovation and Entrepreneurship ,6:15, P 1-18
- МУСТЯКИМОВИЧ, А(2014) ЭКОНОМИКА, ОСНОВАННАЯ НА ЗНАНИЯХ, И ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ,ВЕСТНИК ФИНАНСОВОГО УНИВЕРСИТЕТА, 16-26
- Nurunnabi,M(2017) Transformation from an Oil-based Economy to a Knowledge-based Economy in Saudi Arabia: the Direction of Saudi Vision 2030, V 8, I 2, pp 536–564
- OECD(2005) Oslo Manual :*Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data, 3rd Edition*. , Retrieved February 22,2020: from https://www.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/oslo-manual_9789264013100-en
- Palm, K., Lilja, J. & Wiklund, H., 2014. The challenge of integrating innovation and quality management practice. Total Quality Management & Business Excellence, 27(1–2), pp.34–47.
- Powell, w.w. & Snellman, k (2004). “The Knowledge Economy”, Annual review of sociology, 30, 199-220
- Shqipe,G , Gadaf, R , Veland , R (2013) Innovation strategies and competitive advantages, modern economics: Problems, trends. Prospects, 8(1), P 10–26.
- Scafuto, et al (2018) PROCESS INNOVATION: A SURFING MANUFACTURER CASE STUDY, Int. J. Innov., São Paulo, v. 6, n. 1, p: 16-32
- TIDD, Joe (2001) Innovation management in context- Environment, organisation and performance ; International journal of management. V3 , I 3 , p 169- 183.