



تفعيل الإبداع كمدخل لتعزيز اقتصاد المعرفة

ACTIVATING CREATIVITY AS A CONTRIBUTION TO STRENGTHING THE KNOWLEDGE ECONOMY

هدى بوالقصح*

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير – جامعة الجزائر 3-

تاريخ الاستلام : 2018/11/13؛ تاريخ المراجعة : 2018/01/11؛ تاريخ القبول : 2019/02/15

الملخص:

بات من المعروف أن نمطا جديدا من الاقتصاد قائما على المعرفة بدأ بالتشكل في بداية الألفية الجديدة، هذا النمط فرض على المنظمات وحتى الدول إعادة النظر في فلسفتها الإدارية وفي إدارتها لأولوياتها، حيث كان عليها مواجهة التغيرات المتسارعة التي فرضتها العولمة والتطورات في تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وازدادت أهمية الأصول اللاملموسة من قوى بشرية وخبرة ومعرفة وقدرة على التفرد، وأصبح في ظل الاقتصاد المعرفي المفتاح الرئيسي للقدرة التنافسية و تحقيق العوائد العالية للمنظمة هو كيف تستطيع هذه الأخيرة تطبيق نظام الإبداع الذي يولد الأفكار والطرق الجديدة لتحديد المشكلات واختراع الحلول، لذلك يتعين على المنظمات تفعيل هذا النظام من خلال نشاطات البحث والتطوير التي تعتبر مدخلات في نظام الإبداع وتوفير مناخ تنظيمي محفز للإبداع من خلال ثقافة تنظيمية مساندة لتوليد ونقل المعرفة، كما أن تبني إدارة المعرفة باستراتيجياتها المختلفة يؤكد على إبداع المعرفة الجديدة وتجسيدها.

كلمات مفتاحية: الإبداع، المعرفة، اقتصاد المعرفة، الابتكار، تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

تصنيف JEL: F010, L82, L86, O31, Z1

ABSTRACT:

It is known that a new type of economy based on knowledge began to form at the beginning of the new millennium, this pattern imposed on the organizations and even countries to reconsider their management philosophy and managing its priorities, Whereithad to face the rapid changes imposed by globalization and developments in information and communication technology and increase the importance of intangible assets of human forces and experience, knowledge and excellence (the ability to be unique).

In the knowledge economy, the main key to competitive capability and achieving high returns for the organization is how the latter can apply the creativity system that generates new ideas and methods to identify problems and invent solutions.

Therefore, organizations must activate this system through Research& Developpement activities that are an input to the creativity system and provide an organizational environment that stimulates creativity through a supportive organizational culture for the generation and transfer of knowledge. The adoption of knowledge management with its different strategies emphasizes the creation and reflexion of new knowledge.

Keywords : Creativity, knowledge, knowledge economy , innovation, information and communication technology.

JEL classification : F010, L82, L86, O31, Z1

* هدى بوالقصح.

مقدمة:

لقد أصبح الانفعال بالمعلومة والتفاعل معها ميزة بارزة في عالمنا اليوم ، لذا أصبح الحديث عن صناعة المعرفة واستخدامها حديث الساعة، وهذا لأن هذه الصناعة هي المحرك الأساسي للإنتاجية و النمو الاقتصادي، وتطورت وسائل إنتاج وتحليل وبث واسترجاع المعرفة بتطور ثورة الاتصالات والمعلومات، وما هيئته من تقنيات مذهلة، وبدأت اقتصاديات دول العالم تتجه نحو توجهات جديدة تؤدي فيها المعرفة دورا أساسيا في خلق الثروة، وتحقق الجزء الأعظم من القيمة المضافة فيه، هذه التوجهات التي حولت الاقتصاد إلى اقتصاد للمعرفة فرضتها العولمة والانفتاح وتسارع التغير واحتدام المنافسة ، الأمر دفع المنظمات التي تطمح للريادة والنجاح إلى جعل إنتاج وتحصيل وتطبيق المعرفة شغلها الشاغل، وازداد الاهتمام برأس المال البشري باعتباره منتجا لها فأصبح الفرد عامل معرفة ، كما تعاضمت أهمية التركيز على نظام الإبداع الذي يساعد المنظمات على التكيف مع التغيرات المتسارعة بل وقيادتها من خلال التفرد الذي تتيحه عملية الإبداع المستمرة التي تتمخض عنها المعرفة مما يسمح للمنظمات بالاندماج اقتصاد المعرفة،

وفي هذا البحث سنحاول معالجة الإشكال البحثي التالي: كيف يمكن من خلال تفعيل الإبداع في المنظمات الإسهام في التوجه نحو اقتصاد للمعرفة، ومعالجة هذا الاشكال تطرقنا إلى معالجة المحاور التالية:

- الإطار النظري لاقتصاد المعرفة
- الإبداع: مفهومه ، تصنيفاته ومراحله
- التوجه بنظام الإبداع نحو اقتصاد المعرفة

وتجدر الإشارة إلى أنه تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي في معالجة المعلومات التي أتاحتها لنا المسح المكتبي، من خلال استعراض ووصف المفاهيم النظرية لكل من اقتصاد المعرفة والإبداع وفي تحليل الآليات التي تسمح للإبداع بتعزيز اقتصاد المعرفة

أهمية البحث:

يستقي هذا البحث أهميته من أهمية المعرفة واستثمارها في النجاح والوصول إلى الريادة في عالمنا اليوم، ومن أهمية نظام الإبداع كمولد لها وكآلية للنمو الاقتصادي.

أهداف البحث:

- السعي لبلورة الأفكار المتعلقة بمفهوم اقتصاد المعرفة والإبداع
- تسليط الضوء على جانب مهم في تطبيق نظام الإبداع وتوليد المعرفة بأشكالها المختلفة
- دراسة العلاقة التفاعلية بين نظام الإبداع واقتصاد المعرفة

I. الإطار النظري لاقتصاد المعرفة:

لقد أضحت المعرفة ثروة دائمة الأثر والتطوير ثروة لا تنضب مادام العقل البشري قادرا على الابتكار والتطوير وهو ما جعلها عاملا فعالا في بناء اقتصاد الدول لما تضيفه من قيم للمنتجات الاقتصادية التي تخضع للمساحات التطوير ومن ثم فإننتاج هذه الثروة يتوقف على قدرة العقول على ابتكارها وعلى تجديدها وعلى تحسينها واستثمارها وهو ما ترتب عليه ظهور مصطلح اقتصاد المعرفة الذي يعتمد على المعرفة كمحرك أساسي للنمو الاقتصادي.

1- مفهوم اقتصاد المعرفة:

عرفته منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية بأنه "ذلك الاقتصاد المبني أساسا على إنتاج ونشر واستخدام المعرفة والمعلومات"، وزاد البنك الدولي على ما في هذا التعريف الهدف من توليد المعرفة إذ أورد أن اقتصاد المعرفة هو "الاقتصاد الذي يعتمد على اكتساب المعرفة وتوليدها ونشرها واستثمارها بفاعلية لتحقيق تنمية اقتصادية واجتماعية متسارعة"

وهناك من التعاريف ما أوردت أن اقتصاد المعرفة هو "الاقتصاد الذي ينشئ الثروة من خلال عمليات المعرفة وخدماتها (الإنشاء، والتحسين، والتقسيم، والتعلم، والتطبيق والاستخدام للمعرفة بأشكالها) في القطاعات المختلفة بالاعتماد على الأصول البشرية واللاملموسة ووفق خصائص وقواعد جديدة،

وهو "الاقتصاد الذي يدور حول الحصول على المعرفة وتوظيفها، وابتكارها بهدف تحسين نوعية الحياة بمجالاتها كلها من خلال الاستفادة من خدمة معلوماتية ثرية، وتطبيقات تكنولوجية متطورة، واستخدام العقل البشري ك رأس المال، وتوظيف البحث العلمي لإحداث مجموعة من التغيرات

الاستراتيجية في طبيعة المحيط الاقتصادي وتنظيمه ليصبح أكثر استجابة وانسجاماً مع تحديات العولمة وتكنولوجيا الاتصالات وعالمية المعرفة والتنمية المستدامة"

ومن التعاريف السابقة يتبين لنا أن اقتصاد المعرفة هو فلسفة مختلفة تركز أساساً على نظم لانتاج واستخدام وتطوير المعرفة بهدف تحقيق رفاهية اجتماعية ونمو اقتصادي.

وتعرف المعرفة بأنها "ذلك الرصيد الذي تم تكوينه من حصيلة البحث العلمي والتفكير والدراسات الميدانية وتطوير المشروعات الابتكارية، وغيرها من أشكال الإنتاج الفكري للإنسان عبر الزمان"، كما أنها تعني الإدراك والفهم والتعلم، وترتبط بحالة، أو واقع، أو جانب، أو مشكلة معينة، استناداً إلى البيانات والمعلومات المتوافرة والمتصلة بها، وهنا لا بد من التمييز بينها وبين البيانات والمعلومات التي لها علاقة مباشرة معها وتتيح الوصول إليها، فالبيانات تمثل المادة الخام التي يتم التوصل إليها وجمعها استناداً إلى ما يحصل من أحداث ووقائع، حيث تُمَثَّلُ بأرقام أو كلمات أو أشكال أو صور أو رموز بما يمكن من الاستفادة منها، أما المعلومات فهي المعطيات التي يتم التوصل إليها من خلال التوصيف الكمي وتحليل البيانات ومعالجتها يدوياً أو حاسوبياً أو بهما معاً، وبما يخدم الغرض أو المجال المعين الذي ترتبط به، أي أنها تمثل المعنى الذي تحمله الرموز والعلامات والكلمات والأشكال والصور التي تتضمنها البيانات. في حين أن المعرفة تكمن في الاستخدام الكامل والمكثف للمعلومات والبيانات التي ترتبط بقدرات الإنسان الأصلية والمكتسبة، بحيث توفر له الإدراك والتصور والفهم من المعلومات التي يتم التوصل إليها عن طريق البيانات الخاصة بحالة أو ظاهرة أو مشكلة معينة أو مجال معين.

2- خصائص وسمات اقتصاد المعرفة:

إن اقتصاد المعرفة بمضامينه ومكوناته وتقنياته يتسم بالعديد من الخصائص أو السمات والتي منها ما يأتي:

- أنه رقمي شبكي وافتراضي حيث يعتمد على تكنولوجيا الإعلام و شبكات الاتصال والنقود الافتراضية؛
- يتمتع بمرونة فائقة في التكيف مع المتغيرات والمستجدات الحياتية التي يتسارع معدل تغيرها ويتكاثر حجم تأثيرها، كما له القدرة على التجديد والابتكار وتوليد منتجات فكرية معرفية وغير معرفية جديدة وخلق مجالات متعددة ومتنوعة وممتدة لخلق القيمة المضافة وكذا التواصل مع غيره من الاقتصاديات التي أصبحت تتوق للاندماج فيه؛
- لا توجد حواجز للدخول ولا فواصل أو عقبات زمانية ومكانية أمام من يرغب في التعامل مع أو باقتصاد المعرفة؛
- ارتباطه بالذكاء وبالوعي الإدراكي وبأهمية الاختراع والمبادأة الذاتية والجماعية لتحقيق ما هو أفضل وأحسن؛
- لا يعرف العوامل العشوائية ولا يعتمد على قوانين الصدفة فكل شيء فيه مخطط ومتابع و مراقب؛
- الاستخدام الكثيف للمعرفة العلمية والعملية وخاصة المتطورة منها حيث أن عنصر الإنتاج هو المعلومة؛
- كما يتسم اقتصاد المعرفة بسرعة الأداء، واعتماده على الجودة في النوعية وليس على الكمية المنتجة.

ويرى Galbreath أن خصائص اقتصاد المعرفة هي :

1/ العولمة

2/ التكيف الموسع لموافقة رغبات الزبائن

2/ تقليل الكوادر والمهارات

4/ التركيز على خدمة المستهلك

5/ خدمة "الخدمة الذاتية"

6/ التجارة الإلكترونية

3- ركائز ومؤشرات اقتصاد المعرفة:

3-1- ركائز اقتصاد المعرفة : يستند الاقتصاد المعرفي في أساسه على أربعة ركائز، وهي:

أ. الابتكار (البحث والتطوير):

نظام فعال من الروابط التجارية مع المؤسسات الأكاديمية وغيرها من المنظمات التي تستطيع مواكبة ثورة المعرفة المتنامية واستيعابها وتكييفها مع الاحتياجات المحلية.

ب. التعليم:

وهو من الاحتياجات الأساسية للإنتاجية والتنافسية الاقتصادية، حيث يتعين على الحكومات أن توفر اليد العاملة الماهرة والإبداعية أو رأس المال البشري القادر على إدماج التكنولوجيات الحديثة في العمل، وتنامي الحاجة إلى دمج تكنولوجيا المعلومات والاتصالات فضلا عن المهارات الإبداعية في المناهج التعليمية وبرامج التعلم مدى الحياة.

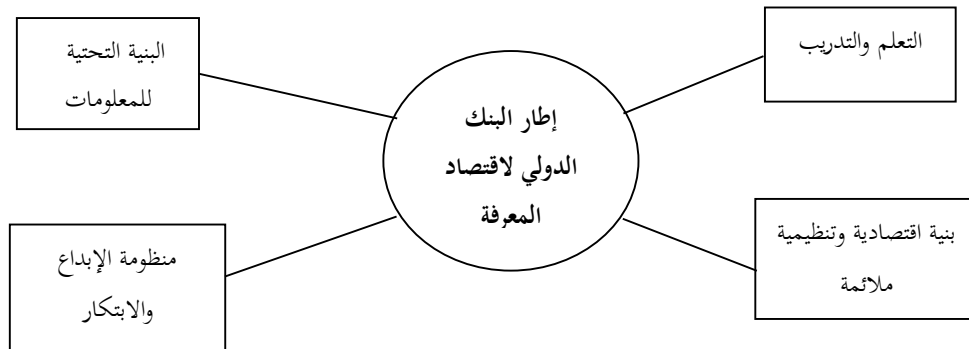
ج. البنية التحتية المبنية على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات :

التي تسهل نشر وتجهيز المعلومات والمعارف وتكيفه مع الاحتياجات المحلية، لدعم النشاط الاقتصادي وتحفيز المشاريع على إنتاج قيم مضافة عالية.

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

وهذه الركائز الأساسية التي يقوم عليها اقتصاد المعرفة متوافقة مع تلك التي حددها البنك الدولي، وهذا ما يبينه الشكل التالي:

شكل 01: ركائز اقتصاد المعرفة حسب إطار البنك الدولي



المصدر: بولصباغ رياض، التنمية البشرية المستدامة واقتصاد المعرفة في الدول العربية الواقع والتحديات دراسة مقارنة: الإمارات العربية المتحدة - الجزائر - اليمن، رسالة دكتوراه في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، تخصص الاقتصاد الدولي والتنمية المستدامة، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، 2012-2013، ص 72.

3-2- مؤشرات اقتصاد المعرفة:

إذا تتبعنا دورة المعرفة، فإننا نجد أن لهذه الدورة ثلاث محطات رئيسة والتي بدورها تمثل العناصر الأساسية لاقتصاد المعرفة وهي: إنتاج المعرفة، نشر المعرفة، توظيف المعرفة، وعلى ضوء ذلك، فإنه يمكن توضيح مؤشرات المعرفة من خلال تحديد مؤشرات كل عنصر من هذه العناصر كما يلي:

3-2-1- مؤشرات إنتاج المعرفة:

يتطلب اقتصاد المعرفة تعزيز فعالية القدرة على إنتاج المعرفة، بما يضمن قيام نسق للابتكار وتوليد تقنيات جديدة، وهذا يعتمد على مدى توفر الكفاءات المؤهلة بالمعارف والمهارات الرقمية، كما يتطلب كذلك وجود مؤسسات مدعومة من الدولة للبحث والتطوير، وجامعات ونظام تعليمي جيد، وبنية اتصالات متطورة، من أهم هذه مؤشرات إنتاج المعرفة:

أ-براءات الاختراع: براءة الاختراع هي حق احتكار مؤقت تمنحه الحكومة إلى مخترع مقابل نشر اختراعه، لفترة محدودة ووفقا لشروط معينة، وحصيلة البراءات التي يولدها النظام الوطني للعلم والتكنولوجيا تشكل مؤشرا إجماليا على الحالة التكنولوجية، ويستعمل لتقييم النجاح والتخصص بالمقارنة مع البلدان الأخرى.

ب-النشر العلمي:

تعد المنشورات العلمية من المؤشرات المهمة التي يمكن من خلالها معرفة إمكانات الباحثين في الدول، وكلما زاد عدد المنشورات العلمية عكس ذلك اهتمام الدولة بهذا الجانب. تكشف عن سعي الباحثين من أجل تطوير قدراتهم من جهة، وتطوير الاقتصاد من جهة أخرى،

ج- إعداد العاملين في إنتاج المعرفة والعاملين في البحث والتطوير:

تعتبر الموارد البشرية عالية التأهيل والكفاءة من أهم مدخلات ومقومات العمل في الأنشطة البحثية والتطويرية والابتكارية للدول. وبدون شك هناك علاقة وطيدة بين حالة التعليم والتعلم العالي على وجه الخصوص، وحالة البحث والإنتاج المعرفي، حيث يتم خلال مراحل التعليم المختلفة إعداد وتدريب باحثي المستقبل.

د- الإنفاق على البحث والتطوير :

يعتبر الاستثمار في البحث والتطوير ومراكز التفكير الإبداعي من أهم محفزات النمو الاقتصادي المستدام، فالإنفاق على البحث والتطوير على جميع المستويات التقنية والاجتماعية سيرفع من مستوى التقنية السائدة في الاقتصاد ويحسن من الإنتاجية.

هـ- مؤسسات البحث والتطوير :

يعد الارتقاء بنشاط البحث والتطوير وتوفير قاعدة عريضة من العلماء المبدعين والباحثين المبتكرين، من المقومات الأساسية لتمكين الاقتصاد الوطني من الانتقال نحو اقتصاد المعرفة، وهو ما يقتضي الاستثمار المكثف في تنمية رأس المال البشري لتنمية القدرات الابتكارية على النحو المنشود، وتوفير الكفاءات القادرة على مسايرة التقدم العلمي والتقني في شتى المجالات، وخاصة في مجال المعارف الحديثة ونظم الاتصالات وتقنية المعلومات ، وتمارس نشاطات البحث والتطوير أساسا في مؤسسات التعليم العالي والمراكز البحثية المتخصصة المرتبطة ببعضها، أو في هيئات ومراكز البحث العلمي وفي وحدات البحث والتطوير لدى الشركات.

3-2-2- مؤشرات نشر المعرفة:

ترتبط هذه المؤشرات أساسا باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، حيث وضعت الاونكتاد (مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية) مجموعة من المؤشرات تتيح مقارنة بناء القدرات في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بين البلدان استنادا إلى مجموعة من المعايير المحددة، والتي بموجبها يتاح لصانعي القرار والسياسة استنباط سياسات مناسبة وملائمة لوضع خطط عمل مستقبلية.

3-2-3 مؤشرات توظيف المعرفة:

تسمى مؤشرات الاندماج في اقتصاد المعرفة، وتتكون البنية التحتية في استخدام المعرفة من الآتي :

- سياسات نقل التقنية وتوطينها.

- الروابط بين مؤسسات البحث العلمي والقطاعات الإنتاجية.

II. الإبداع: مفهومه، أنواعه ومراحله

1- مفهوم الإبداع وتصنيفاته:

1-1- مفهوم الإبداع:

تعددت التعاريف الممنوحة لهذا المصطلح حيث جاء تعريفه في معجم إدارة الموارد البشرية بأنه " إيجاد طرق جديدة في العمل أو أفكار حديثة في حل المشاكل، تؤدي إلى زيادة كفاءة العمل و قدرات العاملين في أدائه.

كما عرف على أنه " تطبيق فكرة طورت داخل المنظمة، أو تمت استعارتها من خارج المنظمة، سواء كانت تتعلق بالمنتج أو الوسيلة أو النظام أو العملية أو السياسة أو البرامج أو الخدمة، و هي جديدة بالنسبة للمنظمة حينما طبقتها"

وعرف على "أنه فكرة جديدة يتم تنفيذها بقصد تطوير الإنتاج أو العملية أو الخدمة، و يمكن أن يتراوح أثر الإبداع في المنظمات من إحداث تحسينات طفيفة على الأداء إلى إحداث تطوير جوهري وهائل، ويمكن أن تتضمن هذه التحسينات، الإنتاج و الطرق الجديدة في التكنولوجيا و الهياكل التنظيمية والأنظمة الإدارية و الخطط و البرامج الجديدة المتعلقة بالأفراد العاملين".

بالرغم من تعدد التعاريف إلا أنها لا تختلف اختلافا كبيرا في الجوهر حيث تصب حول أن عملية الإبداع تتم على مستوى العقل وتعمل على إيجاد أفكار تتميز بالحدثة ويتولد عنها الإتيان بالجديد الذي يحدث فرقا إيجابيا في المنظمة.

كما يمكن برأينا النظر لمحور هذا الجديد من زاوية نظامية كما يلي:

- إبداع متعلق بالمدخلات: حيث يدور محور الإبداع حول التدفقات الداخلة إلى المنظمة سواء المادية منها أو البشرية أو المعنوية والمعلوماتية
- إبداع متعلق بالعمليات التحويلية: كأن تستحدث المنظمة أساليب جديدة في الإنتاج
- إبداع متعلق بالمخرجات: ومثال ذلك استحداث منتج جديد أو تغيير جوهري في منتجات المنظمة

1-2- تصنيفات الإبداع: يمكن تصنيف الإبداع وفقا لعدد من المعايير منها:

أ-وفقاً لبرمجته:

حيث صنف الإبداع إلى نوعين : إبداعات مبرجة وغير مبرجة، و يعبر الأول عن التغييرات التي تقوم بها المنظمة كالتحسينات الطفيفة على المنتج، أما النوع الثاني فتلجأ المنظمة إليه لحل المشكلات الحرجة التي تواجهها .

ب-وفقا للهدف منه:

صنف الإبداع على هذا الأساس الهدف إلى إبداع أدائي حيث تسعى المنظمة من خلال بعض المتغيرات، لتمكينها من الوصول إلى النوع الثاني من الإبداع، و هو الإبداع النهائي (إبداع الغاية) الذي من خلاله تستطيع المنظمة الوصول إلى الهدف التي تسعى له.

ج-وفقا للتخصص:

صنف الإبداع وفق التخصص إلى إبداع إداري يرتبط بالجانب التسييري داخل المنظمة كالتغيير في الهيكل التنظيمي، إعادة تصميم العمل، اقتراح نظم مراقبة جديدة، اقتراح برامج تدريب جديدة، و إبداع فني و هو الإبداع الذي يرتبط بالجانب الفني أو التكنولوجي داخل المنظمة كتطوير منتجات أو خدمات جديدة، استخدام تقنية جديدة، التغيير في أساليب الإنتاج.. وغيرها.

وقد حدد تايلور (Taylor, 2000) ستة أنواع من الإبداع هي:

أ- الإبداع التعبيري:

ويتميز بأن المبدعين لهم صفة التلقائية والحرية ويكون في مجال الأدب والفن والثقافة .

ب- الإبداع الفني:

وهو التميز بكفاءة في عمل منتج ما. مثل الموهبة عند Antonio في إنتاج آلة الكمان Violin.

ج- الإبداع الإنتاجي :

وهو ناتج لنمو مستوى التعبير والمهارات ، ويؤدي إلى إنتاج أعمال كاملة بأساليب متطورة غير مكررة ، وهو غالباً ما يكون في مجال تقديم منتجات كاملة على مختلف أنواعها وأشكالها.

د- الإبداع الخلاق:

ويستلزم براعة في إيجاد مجموعة فريدة أو نادرة من العلاقات خلال الأشياء أو المواد، مثل اختراع "إديسون" Edison مخترع المصباح الكهربائي.

5- الإبداع الطارئ أو المفاجئ:

ويتضمن تثبيت المعرفة والمبادئ والافتراضات التابعة لنوع من المعرفة.

هـ - الإبداع المتجدد:

ويعتمد على القدرة على الاختراق والتغلغل في فهم أساسيات ومبادئ وضعت من قبل آخرين.

أما Schumpeter فقد صنف الإبداع إلى مجموعتين حسب معيارين:

المعيار الأول: مجال الابداع: حددها بما يلي:

أ/تقديم منتج جديد؛

ب/تقديم طريقة (عملية) إنتاج جديدة؛

ج/فتح أسواق جديدة (دخول)؛

د/الحصول على مصدر جديد للتمويل بالموارد،

هـ/تنظيم جديد للمؤسسة؛

المعيار الثاني: درجة الإبداع : قدم نوعين وهما:

أ-الإبداع الجزئي:

الذي يتمثل في القيام بتعديلات جزئية ومستمرة في النظام (التنظيم) الحالي بالمؤسسة؛

ب-الإبداع الجذري:

ويشمل تغيرات عميقة (جذرية) في التكنولوجيا أو طريقة الاستخدام.

ونظرا للعلاقة التي لا تنفصم عراها بين مصطلحي الإبداع والابتكار ، كان من الضروري التطرق إلى مفهوم الابتكار وبحث العلاقة التي تجمع بينه وبين الإبداع:

2- الابتكار وعلاقته بالإبداع :

2-1- مفهوم الابتكار: لا بد قبل الخوض في حقيقة العلاقة بين الإبداع والابتكار أن نتطرق إلى مفهوم الابتكار، حيث يمكن تعريفه من عدة زوايا حددها (Rhodes, 1961) في أربعة محاور (Four Ps of Creativity) ، هي : السمات الشخصية (Person)، إنتاج الفرد (Product)، العملية الابتكارية (Process)، والبيئة الابتكارية (Press)، وفيما يلي بيان هذه المحاور:

2-1-1- على أساس السمات الشخصية:

عرف سمبسون الابتكار بأنه " المبادأة التي يديها الفرد في قدرته على التخلص من السياق العادي للتفكير واتباع نمط جديد من التفكير " ، كما ذكر جيلفورد أن الابتكار يتضمن عدة سمات عقلية أهمها الطلاقة والمرونة والأصالة.

2-1-2- على أساس الإنتاج:

عرف شتين الابتكار بأنه إنتاج جديد مقبول ونافع يحقق رضا مجموعة كبيرة في فترة معينة من الزمن

2-1-3- على أساس العملية الابتكارية:

يعرفه تورانس بأنه "عملية إدراك الثغرات والاختلال في المعلومات والعناصر المفقودة وعدم الاتساق الذي لا يوجد له حل معلوم ، ثم البحث في دلائل ومؤشرات الموقف وفي المعلومات المتوافرة ووضع فروض لملء الثغرات واختبار الفروض والربط بين النتائج وإجراء التعديلات وإعادة اختبار الفروض ثم نشر النتائج وتبادلها "، هذا السياق من التعريفات يركز على مراحل العملية الابتكارية.

4/ على أساس البيئة الابتكارية:

ويركز هذا المنظور على العوامل والظروف البيئية التي تساعد على نمو الابتكار.

2-2-العلاقة بين الإبداع والابتكار:

وفي إطار العلاقة بين الإبداع والابتكار وما يميزها من الخلط وعدم التفريق الحاصل بينهما ، نجد أن هناك من الكتاب من وصف العلاقة بينهما وعبر عنهما في المعادلة التالية: الابتكار = الإبداع ... ، في حين يرى البعض بأن الإبداع هو التوصل إلى حل خلاق لمشكلة معينة، وأن الابتكار هو تطبيق هذا الحل وهذا يشير إلى أن الإبداع يعني التوصل إلى أفكار خلاقة، بينما الابتكار يهتم بتحسيد هذه الأفكار ، فالوصول إلى أفكار مبتكرة يسمى إبداع أما تحويل هذه الأفكار إلى واقع مفيد يسمى ابتكارا ، وبالتالي فالإبداع هو قاعدة الابتكار، وحسب تعريف "أمبيل" هناك علاقة تلازمية بين الإبداع والابتكار، أي أنه لن يكون هناك ابتكار بدون وجود أفكار إبداعية والتي تبدأ على مستوى الأفراد المبتكرين وفرق العمل، فوجودها يعتبر شرط ضروري لكن غير كاف، بمعنى آخر وجود أفكار مبدعة لا يكون إلا من خلال أفراد مبتكرين وفرق عمل حيث هم أساس عملية الإبداع ووجودهم ضروري للابتكار، لكن غير كاف مما يعني أن هناك عوامل أخرى مؤثرة في الابتكار يجب أن تتوفر، كما يشير هذا التعريف بأن الإنسان هو لب الابتكار.

وبالتالي يمكن أن نعر عن العلاقة بين الابتكار والإبداع بالمعادلة التالية: الابتكار = الإبداع + التطبيق .وبهذا فإن الإبداع هو الجزء المرتبط بالفكرة الجديدة في حين أن الابتكار هو الجزء الملموس المرتبط بتنفيذ أو تحويل من الفكرة إلى المنتج، وعليه فإنه ينظر إلى الإبداع والابتكار كمرحلتين متعاقبتين.

3-مراحل عملية الإبداع:

اختلف الكتاب الذين عالجوا مراحل الإبداع في تسطير هذه الأخيرة، في الجدول الموالي استعراض لأهم النماذج الواردة في ذلك

النماذج الخاصة بمراحل عملية الإبداع التنظيمي

المرحلة	النموذج	
1- الوعي 2- المعرفة 3- الربط 4- التفضيل (الاختيار) 5- الاقتناع 6- الشراء.	Lavide & Steiner, 1961	1
1- اللاوعي 2- الوعي 3- إدراك واسع 4- اقتناع 5- فعل (إجراء)	Colley, 1961 (Zaltman, etal, 1973 :61)	2
1- الوعي 2- الرغبة 3- التقويم 4- التجربة 5- التبنى	Rogers, 1962	3
1- التوليد 2- القبول 3- التطبيق	Thompson, 1965	4
1- إدراك (تصور) الحاجة للتغيير 2- اقتراح التغيير 3- تبني التغيير وتنفيذه.	Wilson, 1966	5
1- خلق الفكرة أو تطويرها 2- إدخالها حيز التطبيق وتبنيها	Knight, 1967	6
1- المدخلات (القوى) المعدة لجعل المنظمة مبدعة 2- المخرجات المتجسدة بأنواع التغييرات التي جرت على العملية.	Becker & Whisler,	7
1- توليد الفكرة 2- تبنيها 3- تطبيقها.	Shepard ,	8
1- الوعي 2- المعلومات 3- التقويم (رفض رمزي) 4- تبني رمزي 5- التجربة (رفض التجربة) 6- الموافقة على التجربة 7- اعتماد التبنى وتطبيقه.	Klonglan & Coward, 1970	9
1- التقويم 2- الاستهلال 3- التطبيق 4- الروتينية.	Hage & Aiken , 1970	10
1- المعرفة 2- المتابعة 3- تكوين مواقف 4- قرار بالتبنى أو الرفض 5- المصادقة	(Rogers & Shoemaker, 1971)	12
1- الإدراك 2- الدافع 3- الموقف 4- إعطاء الشرعية 5- التجربة 6- التقويم الذي يؤدي إلى تبني أو رفض 7- القرار.	Zaltman & Brooker, 1971	13
1- التفهم (المعرفة) 2- التبنى التجريبي 3- الحصول على الموارد 4- التطبيق 5- التأسيس	Milo, 1971	14
1- المبادأة 2- الإدراك (الفهم) 3- البحث 4- توليد البدائل 5- التقويم 6- الانتفاء والمبادرة 7- المعرفة والقبول 8- الإقناع 9- القرار 10- الإثبات (المصادقة) 11- استكشاف المشكلة 12- استكشاف المعرفة 13- تصميم البرنامج 14- تنفيذ البرنامج 15- نقل البرنامج	Loynt, 1973	15

16	(Zaltman, etal.,)	1-الاستهلال الذي يتضمن (وعي المعرفة/ صياغة مواقف/ القرار) -2-التطبيق التجريبي/ المستمر.
17	(Rowe & Boise, 1974,	1-تجميع المعرفة 2-صياغة الإبداع 3-القرار 4-الانجاز 5-الانتشار
18	Marquis , 1982	1-اكتمال تشخيص الحاجة للإبداع (التصور) 2-بلورة الفكرة-3-حل المشكلة 4-الحل 5-التطوير 6-التطبيق والانتشار
19	(Delbecq & Mills, 1985	1-توليد الفكرة 2- التحليل الأولي 3-القرار بتبني الإبداع 4-التنفيذ
20	(Terry & Franklin, 1991	1-تطوير وجهة نظر ملائمة باتجاه التفكير 2-التحسس بالمشكلة 3-التحضير والاعداد 4-تكوين مجموعة بدائل وتقويمها 5-التحول عن التفكير 6-الاضاءة او الاشراف.
21	(Schermerhorn, 1996	1- خلق الفكرة 2-التجريب الأولي -3- تحديد الجدوى 4-التطبيق (الاستخدام النهائي).

المصدر: زكريا مطلق الدوري و بشرى هاشم محمد العزاوي، إدارة المعرفة وانعكاساتها على الإبداع التنظيمي، المؤتمر العلمي الدولي السنوي الرابع "إدارة المعرفة في العالم العربي، 26-28 / نيسان (أبريل) / 2004، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الزيتونة الأردنية.

نلاحظ أن النماذج مختلفة من حيث عدد المراحل المقترحة في كل نموذج فمن موجز إيجازا شديدا كنموذج Hage & Aiken إلى مفصل في مراحل الإبداع كنموذج Loynt.

III. التوجه بنظام الإبداع نحو اقتصاد المعرفة:

1-أثر الإبداع في توليد تقنية المعرفة والنمو الاقتصادي:

يتبين جليا بعد ما أوردناه في الإطار النظري لمفهوم الإبداع أن هذا الأخير ينعكس على توليد المعرفة وتطبيقها باتجاه المنتجات الجديدة والعمليات والخدمات والتنظيم، وقد أشارت النظرية الاقتصادية إلى أن التقدم التقني هو مصدر ضخيم وكبير لنمو الإنتاجية وأن نظام الإبداع الفعال هو مفتاح التقنية المتقدمة. إن نظام الإبداع يشير إلى شبكة من المؤسسات والقواعد والإجراءات التي تؤثر في الطريقة التي تقوم فيها الدولة في اكتساب وتوليد وانتشار واستعمال المعرفة، فتتمخض عن تطبيقاتها سلعا جديدة، عمليات جديدة وغيرها وهذا سوف يكون مصدرا كبيرا للتقدم و له أثر موجب وحقيقي على النمو الاقتصادي ونمو الإنتاجية.

وتجدر الإشارة أن الحصة الأكبر من تقنية المعرفة تنتج في الدول المتقدمة، حيث أن 70 بالمئة من براءات الاختراع وإنتاج البحوث العلمية والتكنولوجية تنسب إلى الباحثين في الدول الصناعية، وأن التفاوت في إنتاج المعرفة لكل فرد بين الدول المتقدمة والدول النامية هو أعظم من التفاوت في الدخل، لذا يتعين على الدول تشجيع نمو الإبداع وتطويره من أجل النجاح في اقتصاد المعرفة، ولهذا فقد اعتبر البنك الدولي نظام الإبداع من الركائز الأربعة الأساسية التي يبنى على أساسها اقتصاد المعرفة،* هذا النظام الذي يجمع بين الباحثين وأصحاب الأعمال في تطبيقات تجارية للعلوم والتكنولوجيا حيث يقصد بها التعاون الواسع والقوي بين الأعمال التجارية ومراكز التفكير من أجل تكوين أو تطبيق المفاهيم الإبداعية والطرق والتكنولوجيات التي تعطي المنتجات والخدمات ميزة تنافسية مما يساهم في تحقيق وتطوير اقتصاد المعرفة كعمالة معرفية منافسة ومطلوبة تستطيع تحديث مهاراتها دوريا.

وفي سياق الحديث عن التغيرات التقنية تجدر الإشارة إلى أن جوهرها ما هو إلا نقلة تعليمية في المقام الأول، فعندما تتوارى أهمية المصادر الطبيعية والمادية تبرز المعرفة كأهم مصادر القوة، وتصبح عملية تنمية الموارد البشرية - التي تنتج المعرفة الإبداعية - وتوظيفها - هي العامل الحاسم في تحديد ملامح المستقبل، وهكذا تتداخل التنمية والتعليم إلى حد يصل إلى شبه الترادف، وأصبح الاستثمار في مجال التعليم هو أكثر الاستثمارات عائداً بعد أن تبوأ "صناعة البشر" قمة الهرم بصفتها أهم الصناعات في عصر اقتصاد المعرفة، والذي أحد مراميها قدرة رأس المال البشري على خلق وإبداع وتوليد واستغلال الأفكار الجديدة بالإضافة إلى مهارات تطبيق التقنية.

وبحلول الاقتصاديون - مع ازدياد توليد ونشر واستخدام المعرفة والمعلومات - إيجاد طرق لإدخال عنصر المعرفة بشكل مباشر وواضح في النماذج الاقتصادية، مثل "نماذج النمو الجديدة" وذلك لإدراكهم التام بوجود علاقة إيجابية قوية ومباشرة بين التنمية المعرفية والتنمية الاقتصادية ؛ حيث يلعب رأس المال البشري دوراً هاماً في نماذج النمو الاقتصادي الداخلي، وفي هذا الإطار قدم "رومر" نموذجاً يمثل فيه رأس المال البشري المدخل الرئيس لأنشطة البحث والتطوير، بحيث يولد منتجات حديثة وأفكاراً تحدث تقدماً تقنياً، وبالتالي فالدول صاحبة الرصيد الأكبر من رأس المال البشري القادر على الإبداع والابتكار تكون أكثر قدرة وسرعة لتقديم سلع جديدة ومن ثم النمو بشكل متسارع.

ولهذا السبب استولت مفاهيم الإبداع والابتكار على عقول صناع السياسة والاقتصاد كوسيلة لزيادة الدخل الوطني والفردى، وغدت الصناعات الإبداعية والابتكارية عنصراً مهماً في تكوين اقتصاديات الدول المتقدمة؛ تركز الصناعات الإبداعية والابتكارية على تنمية الموهبة الفردية وتزويدها بالمعارف (الفنية، الصناعية) ، وقد ساهم تقدم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تعزيز ثقافة ذلك، كما أدت الصناعات الإبداعية والابتكارية إلى تغيير نظرة المستهلك إلى نواتج الابتكار واقتناء السلع الجديدة لناحية الجودة والرفاهية والسعر التي تؤمنها. وكذلك في نظرة رجال الأعمال الجدد من أفراد وشركات الذين وجدوا في هذه الصناعات مجالاً أوسع للأعمال، كما أدت إلى التغيير في نظرة الدول النامية التي وجدت فيها وسيلة مناسبة للتنمية البشرية والاقتصادية ، ومن هنا حوّل مصممو استراتيجيات التعليم اهتمامهم إلى تعزيز ثقافة الإبداع والابتكار، بعد أن تأكد أنّ القيمة المضافة الحقيقية تنبع من قيمة المعلومات ونواتج البحوث العلمية والمنتجات المبتكرة.

وهكذا تحوّل الاستثمار إلى البنية التحتية لقطاع المعلومات والاتصالات في كل ما يتعلّق بمجتمع المعرفة، وشركة Nokia تعد المثل الفنلندي الأفضل في ذلك حيث بدأت سنة 1865 كشركة مصنعة للورق ثم ركزت اهتماماتها منذ سنة 1992 على الهواتف النقالة وحققَت نجاحاً باهراً اعتمد على إعطاء المستهلك تكنولوجيا ومميزات جديدة قبل منافسيها ، هذا التركيز على التجديد والإبداع جعل الشركة تنصدر المركز الأول عالمياً بين مصنعي شركات الهواتف النقالة من حيث عدد الأجهزة المباعة منذ 1998 واستمر هذا لسنوات وهكذا تكون هذه الشركة قد لعبت دوراً مهماً في تعزيز وضع اقتصاد المعرفة في فنلندا.

2- أدوات تفعيل نظام الإبداع في إطار اقتصاد المعرفة:

من بين المقومات التي تعمل على تفعيل نشاط الإبداع مايلي :

2-1- نشاطات البحث و التطوير:

لقد وضعت العولمة الاقتصادية منظمات الأعمال أمام تحديات تنافسية لا يمكن مواجهتها إلا بعمل إبداعي و تجديدي مستمر، و الملاحظ أن حدة هذه المنافسة تزداد يوماً بعد يوم ، و هو ما يعنى ضرورة استعداد هذه المنظمات للتنافس في هذا الفضاء الجديد قبل زوالها ، و هذا لن يتم إلا من خلال نشاط البحث و التطوير ، هذا الأخير الذي يهدف إلى إضافة معرفة أو تقنية جديدة في مجال الإنتاج و العمليات و الإدارة ، حيث أن مخرجات البحث و التطوير هي مدخلات عملية الإبداع ، هذه الأخيرة التي ترمي إلى دعم القدرة التنافسية للمنظمات في ظل الاقتصاد المعاصر المبني على المعرفة و التنافسية ، و بالتالي أصبح نشاط البحث و التطوير القطب الاستراتيجي الرئيسي في مخطط التنمية سواء على المستوى الكلي أو الجزئي ، ذلك أن المنافسة أصبحت معرفية بالدرجة الأولى ، فالتحكم في التكاليف و جودة المنتجات يتوقف على درجة التحكم في المعرفة العلمية و المهارات الفنية المبنية على ذلك ، هذه المهارات ما هي سوى نتاج الكفاءات التي يتوفر عليها هذا الاقتصاد و مدى قدرته على توليد التكنولوجيا أو تطويع التكنولوجيا المحولة .

فالقائمة المضافة في منظمات الأعمال ، تكون من خلال تطوير منتجات معرفية ، و هو المفتاح الرئيسي لاقتصاد المعرفة ، و لذلك نجد التوجه هو التحول من الاعتماد على خطوط الإنتاج فقط إلى الاعتماد على تطوير المنتج وإنتاجه ، و هو ما يعنى أيضا التحول من المناطق الصناعية إلى حدائق العلم و التكنولوجيا التي تعلم تطوير المنتجات الجديدة و إنتاج المعرفة.

2-2- المناخ التنظيمي المحفز للإبداع:

يقصد به البيئة التي تعمل على تنشيط المعارف و الأفكار الجديدة من جهة ، و خلق الجو المناسب للإبداع و التحديد و التطوير من جهة أخرى ، حيث تلعب كل هذه العوامل دورا أساسيا في التأثير على أداء المنظمة و فعاليتها خاصة في ظل اقتصاد مبنى على عملية توليد المعرفة و تحويلها ونشرها ، و تتوقف هذه العملية على توفير مناخ تنظيمي مناسب و داعم لعملية الإبداع وهذا لا يمكن أن يتحقق إلا من خلال ثقافة تنظيمية مساندة لتوليد و نقل المعرفة و تقاسمها بين مختلف مستويات المنظمة ، و تمثل رؤية المنظمة احد المكونات الهامة للثقافة التنظيمية حيث تعمل على إعطاء دفع لتفعيل عملية الإبداع ، فضلا عن ذلك فان نظام القيم يحدد أنماط المعرفة المطلوبة و المرتبطة بالأهداف التي تسعى المنظمة إلى تجسيدها ، و تمثل الثقة و الشفافية أهم القيم التي تدعم التدفق الفعال للمعرفة داخل المنظمة.

2-3- إدارة المعرفة:

يحدد "Allee" العلاقة بين إدارة المعرفة والإبداع في أن القدرات المعرفية الجوهرية للمنظمات تحولت إلى عمليات أتاحت للمنظمات إبداع منتجات جديدة بسرعة كبيرة، أو تعديل (تطوير) المنتجات الحالية بسرعة أيضا. ، إلى جانب سرعتها في تقديمها إلى السوق قبل منافسيها.

ورغم أن "Drucker" يرى أن الإبداع ينشأ في اغلب الأحوال من وميض العبقرية، إلا أن هناك مصادر أخرى للإبداعات الناجحة تعبر عنها الفرص الإبداعية الناتجة عن البحث الواعي والهادف، وتعرض المنظمة إلى مواقف تتطلب منها الإبداع .ولتحقيق النجاح في الإبداعات المتولدة عن المعرفة، لابد من إدارة للإبداع تتضمن تحليلا دقيقا لأنواع المختلفة من المعرفة، التي تدخل في إبداع المنتج أو الخدمة المتحققة عن توظيف تلك المعرفة، فضلا عن احتياجات السوق، ثم تقدم الإبداعات التي تلبي تلك الاحتياجات

ويشير "Meyer & Wit" أن الإبداع يولد الأفكار والطرق الجديدة لتحديد المشكلات واختراع الحلول، وهو احد المداخل المعرفية الأساسية لتحقيق النجاح التنافسي، وذلك عبر اعتمادها منها، والتفكير الإستراتيجيون لمخيلتهم في توليد حلول غير معروفة للمشكلات المنظمة، واختيار الأكثر إبداعا بطريقة مبدعة، وتجاوز المفاهيم المقبولة لاكتشاف أفكار جديدة، وبما ينمي في الأفراد الإبداع ومرونة التفكير.

ضمن هذا الإطار و في ظل الاقتصاد المعرفي أصبح المفتاح الرئيسي للقدرة التنافسية و تحقيق العوائد العالية للمنظمة هو كيف تستطيع هذه الأخيرة تطبيق عملية الإبداع ، هذه الأخيرة التي يساهم في تعزيزها أربعة استراتيجيات لإدارة المعرفة تساهم في توليد و نشر المعرفة ، أولها إستراتيجية الرفع التي تؤكد على نشر المعرفة بين مجالات المنظمة ، و إستراتيجية التخصص التي تؤكد على تحول المعرفة الجديدة إلى أقسام المنظمة ، و إستراتيجية الفحص و التي تؤكد على إبداع المعرفة الجديدة ، و أخيرا إستراتيجية التوسع التي تؤكد على تجسيد المعارف الجديدة على مستوى العمليات ،المنتج من خلال عملية الإبداع .

2-4- تكنولوجيا المعلومات والاتصال:

في ظل الاقتصاد الجديد المبنى على المعرفة تعتبر تكنولوجيا المعلومات و الاتصال بكل إبعادها و قدراتها من المقومات الإستراتيجية التي تعمل على نقل و نشر المعرفة و توليدها في منظمات الأعمال نظرا لما تقدمه من مزايا في جمع و معالجة و إيصال المعلومات والمعارف إلى الأفراد داخل المنظمة و خارجها عن طريق الشبكات المعلوماتية و ما تحويه من وسائل متطورة و متجددة، و هذا في وقت قياسي و بتكلفة أقل و في أي مكان و زمان، الأمر الذي يساهم في تطبيق عملية الإبداع التكنولوجي بمرونة و بسرعة في المنظمة ، حيث انه لابد من استجابة تكنولوجيا المعلومات و الاتصال مع احتياجات المنظمة من اجل تسهيل الوصول إلى بنية و مضامين المحتويات التكنولوجية ، فضلا عن ذلك تعمل تكنولوجيا المعلومات و الاتصال على تكامل التكنولوجيا و المعارف الجديدة و المستحدثة مع النظم المتوفرة انطلاقا من عملية الإبداع، إضافة إلى ذلك تلعب تكنولوجيا المعلومات و الاتصال دورا هاما في عمليات التحويل المعرفي و التي تصنف إلى أربعة أصناف

تأخذ في مجملها منحى تحويل المعارف الضمنية و الصريحة إلى معارف جديدة تطبق من خلال عملية الإبداع على مستوى المنتجات أو العمليات ، و هذا بهدف تعزيز بقاء و استمرار المنظمة ، إذ يشير الصنف الأول إلى المعرفة المشتركة و هي العملية التي يتم من خلالها خلق معرفة ضمنية توليفة عن طريق تبادل الخبرات و الأفكار و المهارات الفنية بين أفراد المنظمة ، و الصنف الثاني الذي يشير إلى المعرفة الخارجية المجسدة أي تجسيد المعرفة الضمنية و تحويلها إلى معرفة صريحة و ذلك من خلال عملية الاتصال التي تستخدم الحوار و التفكير الجماعي بين الأفراد ، في حين يشير الصنف الثالث إلى المعرفة التركيبية و التي تؤكد على التوصل إلى المعارف الصريحة الجديدة ، أما الصنف الرابع فهو صنف المعرفة الداخلية أو المدججة و التي تتم عن طريق عملية التعلم، و بالتالي تحولات المعارف الضمنية و الصريحة و تفاعلات الأفراد مع الأصناف المعرفية هي التي تشكل جوهر عملية الإبداع .

الخاتمة:

انطلاقاً مما سبق فقد أسفرت هذه الدراسة عن أن المنظمات بإمكانها اعتماد سلاح الإبداع بشكل مخطط وموجه لمواجهة التحديات الراهنة والمضي قدماً نحو اقتصاد المعرفة ويكون هذا انطلاقاً من جملة أدوات تشير إلى أهمية التعليم و التدريب على الإبداع للعاملين في المنظمة بما يتماشى و أهداف هذه المعارف الجديدة وتهيئة المناخ و البيئة المناسبة لتفعيل عملية الإبداع، وقد خلصت هذه الدراسة إلى جملة من النتائج، أبرزها:

- أن اقتصاد المعرفة منشئ للثروة من خلال ابتكار وتوظيف المعرفة باستخدام العقول البشرية المنتجة واعتماداً على تطبيقات التكنولوجيات المتطورة، هذا الاقتصاد الذي يتمتع بالمرونة ولا يعرف عقبات زمنية ولا مكانية يحتاج في تطبيقه إلى جملة من الآليات أبرزها الإبداع والابتكار والحكم الرشيد.
- نظام الإبداع الفعال مفتاح التقنية المتقدمة ، هذا النظام يجمع بين الباحثين وأصحاب الأعمال في تطبيقات تجارية للعلوم والتكنولوجيا التي تعطي ميزة تنافسية للمنظمات.
- إن العلاقة بين التنمية الإبداعية والتنمية الاقتصادية علاقة طردية فالقيمة المضافة الحقيقية تنبع من قيمة المعلومات ونواتج البحوث العلمية والابتكارات، لذلك تركز الصناعات الإبداعية على تنمية المواهب الفردية والجماعية.

المراجع:

المراجع العربية:

الكتب:

- 1- حسين عبد العزيز الدريني، الابتكار: تعريفه وتنميته، جامعة قطر، قسم علم النفس التعليمي، من الموقع: <http://qspace.qu.edu.qa/bitstream/handle/10576/9287/018201-0006-fulltext.pdf;jsessionid=2F3647A0CF45A4D67F8B2442BA88D608?sequence=4>
- 2- محمد نايف محمود، الاقتصاد المعرفي، ص 114، كتاب متوفر على الموقع: https://books.google.dz/books?id=DwytdQAAQBAJ&hl=fr&source=gb_s_navlinks_s
- 3- عبد الفتاح المغربي نظم المعلومات الإدارية، المكتبة العصرية للطباعة والتوزيع، جامعة المنصورة، مصر، 2002
- 4- عبد الرحمن الهاشمي وفائزة محمد العزاوي، المنهج والاقتصاد المعرفي ، 2007، دار المسيرة للنشر والتوزيع ، عمان

الرسائل:

- 1- بولصباح رياض، التنمية البشرية المستدامة واقتصاد المعرفة في الدول العربية الواقع والتحديات دراسة مقارنة: الإمارات العربية المتحدة - الجزائر - اليمن، رسالة دكتوراه في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، تخصص الاقتصاد الدولي والتنمية المستدامة، جامعة فرحات عباس ، سطيف، الجزائر، 2012-2013.
- 2- حمد سليمان، الابتكار التسويقي وأثره على تحسين أداء المؤسسة، دراسة حالة مؤسسة ملبنة الحظنة بالمسيلة، رسالة ماجستير في علوم التسيير، تخصص التسويق، جامعة المسيلة، 2006/2007
- 3- حنان رزق الله، أثر التمكين على تحسين جودة الخدمة التعليمية بالجامعة " دراسة ميدانية لعينة من كليات جامعة منتوري قسنطينة: مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في تسيير المؤسسات، جامعة منتوري، قسنطينة ، 2010

4- المقالات

- 1- أحمد جميل حمودي، التربية المقارنة: سياسات تنمية الموارد البشرية في ضوء تجارب بعض دول آسيا، مقال متوفر على الموقع: www.ahewar.org
- 2- أحمد طرطار، سارة حليمي، الاقتصاد المعرفي كآلية لتفعيل الإبداع التكنولوجي في منظمات الأعمال، الملتقى الدولي: الإبداع والتغيير التنظيمي في المنظمات الحديثة، دراسة وتحليل تجارب وطنية ودولية يومي 18 و 19 ماي 2011، جامعة سعد دحلب البليدة.
- 3- السبيتي وسيلة، السبيتي لطيفة، تجارب رائدة في مجال الإبداع المعرفي والاندماج في اقتصاد المعرفة، مجلة العلوم الانسانية، جامعة محمد خيضر ، بسكرة، ع 33.
- 4- بديسي فهيمة، رزق الله حنان، شيلي وسام، تنمية الإبداع و دوره في رفع أداء المنظمات، الملتقى الدولي حول الإبداع التنظيمي في المنظمات الحديثة، جامعة سعد دحلب البليدة، يومي 18، 19 ماي 2011.
- 5- محمد الحراشنة و آخرون (2006)، أثر التمكين الإداري و الدعم التنظيمي في السلوك الإبداعي كما يراه العاملون في شركة الاتصالات الأردنية: دراسة ميدانية، مجلة العلوم الإدارية، العدد 33.
- 6- محمد أنس أبو الشامات (2012)، اتجاهات اقتصاد لمعرفة في البلدان العربية ، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 28، العدد الأول ، كلية الاقتصاد، جامعة دمشق.
- 7- ميلود زيد الخير، عبد القادر بن برطال، أثر التدريب على الإبداع والتغيير التنظيمي، ملتقى دولي حول: الإبداع والتغيير التنظيمي في المنظمات الحديثة دراسة وتحليل تجارب وطنية ودولية يومي 18 و 19 ماي 2011، جامعة سعد دحلب، البليدة.
- 8- منتدى الرياض الاقتصادي، الاستثمار في رأس المال البشري واقتصاد المعرفة، السعودية ، 20-22 ديسمبر 2009
- 9- مراد علّة، جاهزية الدول العربية للاندماج في اقتصاد المعرفة -دراسة نظرية تحليلية - ، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، جامعة الخلفة- الجزائر
- 10- علي بن ضميان العنزي، مدى توافق الاستثمار في وسائل التواصل الاجتماعي مع معايير اقتصاد المعرفة ، ورقة بحثية مقدمة للمنتدى الإعلامي السنوي السابع للجمعية السعودية للإعلام والاتصال، جامعة الملك سعود -قسم الاعلام

المراجع الأجنبية:

- 1- Benjamin Tyl, Benjamin Tyl; "L'apport de la créativité dans les processus d'éco-innovation proposition de l'outil .
- 2- Habib sahhaf. (2003); dictionary of humain resources management, library du Liban publishers, Beirut.