



المعرفة ودورها في دعم الابتكار بمؤسسات المعلومات

أ. حاتم محمد جمال

أ. د / سهير عبد الباسط عيد

قسم علوم المعلومات – كلية الآداب – جامعة بني سويف



***مستخلص:**

تهدف الدراسة إلى التعرف على مفهوم المعرفة وأنواعها المختلفة، كذلك التعرف على خصائص ومصادر المعرفة والمعوقات التي تحيل دون اكتساب المعرفة، كذلك التعرف على مفهوم الابتكار وخصائصه، وأيضاً التعرف على أنواع ومصادر الابتكار، كذلك التعرف على علاقة المعرفة بالابتكار. وقد توصلت الدراسة الى عدد من النتائج أهمها: أن المعرفة بأنواعها المختلفة (صريحة أو ضمنية) تلعب دورًا مهمًا في خلق الميزة التنافسية بين مؤسسات المعلومات على اختلاف أنواعها وتوجهاتها، وتتعدد مصادر الابتكار، فقد ينتج الابتكار عن طريق الصدفة، أو التناقضات أو التباعدات، قد ينتج الابتكار من خلال الاحتياجات الهيكلية أو التغيرات الديمغرافية والمتمثلة في الأمية المعلوماتية والبطالة والزيادة السكانية. للمعرفة دورًا أساسيًا في دعم الابتكار بكافة أنواعه، فالمعرفة تساعد مؤسسات المعلومات على تطوير أو تحسين الخدمات المعلوماتية وخلق ميزة تنافسية.

الكلمات المفتاحية: المعرفة – الابتكار – مؤسسات المعلومات.

Abstract:

The study aims to identify the concept, characteristics, sources and different types of knowledge and innovation and the relationship between them, as well as the obstacles that prevent knowledge acquisition. The study found a number of results, the most important are: Knowledge of its different types (explicit or implicit) plays an important role by creating a competitive advantage among information institutions of all kinds and trends. There are multiple sources of innovation; innovation may result by chance or contradictions or differences or through structural needs or demographic changes represented by information, literacy, unemployment, and overpopulation. Knowledge has an essential role in supporting innovation of all kinds as it helps information organizations to create, develop, and improve information services and create a competitive advantage.

Key words: knowledge - innovation - information institutions.

1/ الإطار المنهجي للدراسة :

1/1 التهيد :

أصبحت للمعرفة في هذه الآونة قيمة ومكانة مميزة فهي عصب التقدم في شتى المجالات ولا يمكن للمؤسسات، والمنظمات اليوم أن تتفوق على غيرها إلا بالإعتماد على المعرفة حيث تشكل المعرفة أهمية كبيرة بالنسبة للفرد والمؤسسات . فنحن نعيش في عصر المعرفة ويعتمد الفرد على المعرفة لكي يحقق ذاته، وينجح في عمله، ودراسته، ويكتشف ما يدور حوله ويُسخر كل ما هو مفيد ونافع لخدمته وراحته، ولذلك تعد المعرفة الأداة الأساسية التي اعتمد عليها جميع الناجحين للتقدم والرقي، وكذلك هي خطوة جوهرية نحو اكتساب مهارات جديدة أو السير وراء اتجاه مميز، وبمرور الوقت أصبحت المعرفة مورداً هاماً بالنسبة لكافة المؤسسات والشركات خاصة في ظل التقدم التكنولوجي. وقد كان الإعتقاد السائد إلى وقت قريب أن ثروات الأمم تتكون فقط من الأصول المادية الملموسة مثل الأراضي والمباني أو المعدات وغيرها، ولكن بدخول عصر التكنولوجيا والمعرفة : أصبحت المعرفة هي المؤثر الحقيقي في نجاح المؤسسات والمجتمعات، وتغيرت المفاهيم الاقتصادية التقليدية وبدأت في الظهور مفاهيم اقتصادية جديدة تعتمد على المعرفة، وأصبحت المعرفة مؤهلة لأن تكون المصدر الرئيس للثروة في العالم، وينطبق ذلك على مؤسسات المعلومات والتي تعتبر المعلومات والمعرفة من أهم مخرجاتها.

ويعد الابتكار من الوسائل المهمة التي تسعى المؤسسات من خلالها إلى إيجاد أفكار وطرق مختلفة لحل المشاكل التي تواجه المؤسسات، وبنظرة تحليلية إلى علاقة الابتكار بالمعرفة، نجد أن المعرفة هي ناتج تأثير المهارات والخبرات التي يمتلكها الفرد على المعلومات، والابتكار هو ناتج عن المعرفة التي يمتلكها الأفراد أو المؤسسات مما يعني أن هناك علاقة وثيقة بين المعرفة والابتكار بأنواعه المختلفة.

2/1 مشكلة الدراسة :

أثبتت الدراسات أن تطبيق إدارة المعرفة في المؤسسات يسهم في تحسين أداء المؤسسات ويحقق لها ميزة تنافسية، كما أثبتت أن عملية مشاركة المعرفة وتبادلها بين العاملين يعد حجر الزاوية في تطوير إدارة المعرفة فيها، وخلق وتنمية الابتكار والقدرات الابتكارية لدى العاملين في المؤسسات بمختلف أنشطتها . وعلى الرغم من أهمية المعرفة بين العاملين في المؤسسات المختلفة، وقدرتها على تحسين الأداء المؤسسي وتحقيق الميزة التنافسية، إلا أنه قد أجريت بحوث قليلة حول موضوع المعرفة والابتكار بصفة عامة، ولم يلاحظ الباحث من بينها دراسة تربط بين المعرفة والابتكار بصفة خاصة، والذي أصبح يلعب دورًا حيويًا في الإرتقاء بالخدمات والأنشطة التي تقدمها مؤسسات المعلومات.

3/1 أهمية الدراسة :

تستمد الدراسة أهميتها من أهمية الموضوع الذي تتناوله، حيث أن مفهوم المعرفة والابتكار من المفاهيم الحديثة في المجال والتي تستوجب مزيدًا من البحث والتحليل، لكون المعرفة هي أداة مهمة لتعزيز قدرة المؤسسة على الإحتفاظ بالأداء المؤسسي المعتمد على الخبرة والمعرفة وتحسينه، وتحفيز الابتكار المتواصل لأفرادها، الذي يُمكنها من الاستمرار والبقاء في ظل هذه البيئات الديناميكية متسارعة التغيير، ومن هنا برزت أهمية الدراسة في التعرف علي دور المعرفة في دعم الابتكار بمؤسسات المعلومات.

4/1 أهداف الدراسة :

تسعي الدراسة الي تحقيق الأهداف التالية:

- التعرف على مفهوم المعرفة وأنواعها المختلفة.
- التعرف علي خصائص ومصادر المعرفة.

- التعرف على معوقات اكتساب المعرفة.
- التعرف على مفهوم الابتكار وخصائصه.
- التعرف على أنواع ومصادر الابتكار.
- التعرف على علاقة المعرفة بالابتكار.

5/1 منهج الدراسة :

اعتمدت الدراسة علي المنهج الوصفي التحليلي وذلك من خلال الاستعانة بالمصادر العلمية ذات العلاقة بالمعرفة والابتكار، وما توافر من الانتاج الفكري سواء كان باللغة العربية أو الإنجليزية .

6/1 مصطلحات الدراسة :

المعرفة Knowledge: يعرف الباحث المعرفة علي أنها " نتاج المعلومات والتجارب والخبرات التي يكتسبها الفرد طوال فترة حياته العلمية والعملية والتي تساعده علي اتخاذ قرارات صحيحة لصالح المؤسسه التي ينتمي اليها".

الابتكار Innovation: ويعرف الباحث الابتكار علي أنه " التطبيق الفعلي للأفكار الجديدة من قبل المؤسسة، بغرض تطوير وتحسين المنتجات والخدمات والعمليات وبالتالي خلق ميزه تنافسية وزيادة في الارباح".

7 /1 الدراسات السابقة :

1/7/1 الدراسات باللغة العربية :

خلال البحث في محركات البحث وقواعد البيانات العربية توصل الباحث الي دراستين باللغة العربية حول موضوع المعرفة ودوره في دعم الابتكار بأنواعه المختلفة وهم علي النحو التالي :

الدراسة الأولى وهي الدراسة التي قدمتها (أسماء وناس) عام 2015م¹، حيث هدفت إلى التعرف علي دور المعرفة الضمنية ببعديها المعرفي والتقني في عملية ابتكار الخدمات الجديدة على مستوي المتعاملين الثلاث للهاتف النقال في الجزائر من وجهة نظر العاملين بها، إذ اظهرت نتائج التحليل الإحصائي SPSS معنوية هذه العلاقة، وأوصت الدراسة بالعمل على استغلال المخزون المعرفي الضمني من خلال الاهتمام المتزايد بالإستثمار في الموارد اللامادية

أما الدراسة الثانية قدمها (فراس فاضل مزعل) عام 2018م²، حيث هدفت إلى التعرف علي دور خلق المعرفة التسويقية في تحقيق الابتكار التسويقي داخل الفنادق بإقليم كوردستان العراق من وجهة نظر العملاء والعاملين، كذلك التعرف على الاختلافات المعنوية بين آراء عينة الدراسة من المدراء، والعاملين حول دور خلق المعرفة التسويقية في تحقيق الابتكار التسويقي، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة : عدم وجود اختلافات معنوية بين آراء المدراء حول خلق المعرفة التسويقية والابتكار التسويقي بناء علي (النوع، والمؤهل، وسنوات الخدمة) كما أثبتت الدراسة نفس النتيجة للعاملين من ناحية النوع فقط واختلاف آرائهم بناء علي المؤهل وسنوات الخدمة بالإضافة إلى ذلك أثبتت الدراسة وجود اختلافات معنوية بين آراء المدراء والعاملين والعملاء حول الابتكار التسويقي ولم يثبت هذا الاختلاف حول خلق المعرفة التسويقية.

2/7/1 الدراسات باللغة الإنجليزية

هدفت الدراسة التي قام بها (Andrew L.S. Goh) عام 2005م³، إلى التعرف علي الجوانب اللازمة لتسخير المعرفة للابتكار، وتوصلت الدراسة الي مجموعة من الاجراءات التي يجب علي الإدارة اتباعها لجعل المعرفة داعمة للابتكار وهي : يجب على المؤسسات أن تتبنى المبادئ التي تركز على المعرفة لتعزيز دورها في خلق المعرفة من أجل الابتكار، وايضاً يجب على المؤسسات الاهتمام بالبنى التحتية لمشاركة المعرفة من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتعزيز فرص التعاون

المعرفي بشكل أفضل في السعي وراء الابتكار، ويجب علي المؤسسات تنفيذ مبادرات قائمة على المعرفة لتسهيل توليد رأس مال معرفي للابتكار بشكل أفضل.

أما الدراسة التي قامت بها (Wafa Belkahla Hakimi) عام 2014م⁴ إلى تقديم مفهوم للابتكار القائم على معرفة العملاء، حيث تم تعريف الابتكار القائم على معرفة العملاء علي أنه قدرة المنظمة على تقديم منتجات وخدمات جديدة على أساس فعال وإدارة معرفة العملاء، وإنه يعكس مدى الخبرة التي تتمتع بها المؤسسة في إدارة معرفة العملاء بشكل صحيح من أجل تعزيز الابتكار، واقترحت الدراسة مقياس لقياس الابتكار القائم على معرفة العملاء، ويتكون المقياس بشكل أساسي من 57 عنصر، حيث تم تصميمه ليكون أحادي الأبعاد. وهي تشمل ثلاثة جوانب رئيسية: القدرة التكاملية للمؤسسة، والقدرة الهيكلية والقدرة على الإدارة الداخلية.

أما الدراسة التي قامت بها (Angeles Montoro-Sánchez) عام 2014م⁵ هدفت إلى تحديد آثار تداعيات المعرفة على الابتكار والتعاون بين الشركات الموجودة في مجتمعات العلوم والتكنولوجيا (STPs). وأظهرت النتائج أن تداعيات المعرفة له تأثير إيجابي على ميل المؤسسة للابتكار وعلى احتمالية انخراط المؤسسات في التعاون بين المنظمات في مجال البحث والتطوير. علاوة على ذلك، وجد أن موقع المؤسسة داخل مجتمعات العلوم والتكنولوجيا لها تأثير علي تداعيات الابتكار كذلك التعاون في البحث والتطوير. وبالتالي يختلف حجم تأثيرات التداعيات وفقاً لنوع التداعيات.

2/ الإطار النظري للدراسة :

1/2 مفهوم المعرفة

للوقوف علي مفهوم المعرفة يتطلب الأمر التعرف علي البيانات والمعلومات، فيمكن لنا تعريف البيانات علي أنها المواد الخام الغير مرتبة والغير موضوعه في نسق محدد، وتتمثل في الأرقام والصور والأشكال والكلمات... الخ، ونجد أن المعلومات ما هي الي بيانات تمت معالجتها عن طريق إجراء بعض العمليات الحسابية عليها أو ترتيبها

وتنظيمها بطريقة معينة وذلك للخروج منها بنتائج مفيدة يمكن استخدامها في أغراض مختلفة حسب المجال الذي تنتمي له تلك المعلومات، ومن هنا يمكن لنا تعريف المعرفة علي أنها المعلومات التي تم معالجتها سواء من جانب الإنسان عن طريق الخبرات والمهارات والتجارب الذاتية والتي اكتسبها علي المدى الطويل أو من خلال المنظمات والهيئات التي تعمل في مجال المعرفة⁶

مما لا شك فيه أن المعرفة تلعب دورًا مهمًا في تحقيق الميزة التنافسية لأي مؤسسة فهي القائد الي التجديد والإبتكار، فمقدار ما تملكه المؤسسة من معرفة وبمقدار ما تملكه من قدرة علي توظيف هذه المعرفة سينعكس علي قدرتها في الابتكار والتي تعد أساسًا في التفوق علي المنافسين، ولفهم أشمل وأدق للمعرفة يمكن لنا عرض بعض التعريفات التي تناولت مفهوم المعرفة علي النحو التالي :

ويعرفها قاموس ODLIS المتخصص في مجال علوم المكتبات والمعلومات بأنها " المعلومات التي تم فهمها وتقييمها في ضوء الخبرة التي يتمتع بها الفرد ودمجها مع المفاهيم الفكرية السابقة له حول ذات الموضوع"⁷

هناك من يعرف المعرفة علي أنها كل ما يملكه الفرد من خبرات وتجارب وأراء ومعلومات وأفكار وانطباعات يمكن أن يستخدمها في حياته اليومية وتساعد علي حل المشاكل التي قد تواجه أثناء القيام بعمل ما⁸، ويرى الباحث أن هذا التعريف يركز علي الخبرات الذاتية التي يكتسبها الفرد أثناء حياته والتي يمكن ان يستخدمها مره أخري في مواجهة وحل بعض المشاكل التي يتعرض لها في حياته اليومية.

وهناك من يعرف المعرفة علي أنها خليط من المعلومات والخبرات والقدرات والتجارب المتراكمة لدي الأفراد أو المؤسسات، وتكون ناتجة من الدراسات الميدانية والبحث العلمي وغيرها من وسائل ووسائط المعلومات المختلفة⁹، يشير هذا التعريف الي ان تكوين المعرفة لم يقتصر علي الأفراد فقط ولكن أيضاً المؤسسات التي تنتج المعرفة.

وتعرف المعرفة علي أنها المعلومات التي تم معالجتها ومع استمراريتها استخدامها وممارسة بعض الأعمال عليها تؤدي الي الخبرة والتي بدورها تؤدي الي الحكمة¹⁰.

وهناك من يعرفها علي أنها عملية ناتجة عن تراكم المعلومات مع بعضها البعض لفترات زمنية طويلة لتصبح بعدها صالحة للإستعمال والتطبيق ويتم استخدامها في مواجهه المشكلات وفي اتخاذ القرارات الخاصة بقضية معينة¹¹ ، ويشير هذا التعريف الي أن الخبرات والمهارات والأفكار التي يتم اضافتها الي المعلومات لفترات زمنية طويلة، هي العامل الرئيس في تكوين المعرفة.

والبعض يعرف المعرفة علي أنها: المعلومات التي تمت معالجتها لفهم الأحداث المحيطة بالمنتجة في البيئة الخارجية.¹²

وهناك من يعرف المعرفة علي أنها " اعتقاد شخصي مبرر يزيد من قدرة الفرد على اتخاذ إجراءات فعالة " ¹³

2/2 أنواع المعرفة

وهناك من يقسم أنواع المعرفة الي نوعين رئيسيين هما :

1- المعرفة الضمنية : المعرفة الضمنية هي مجموعة من المهارات والخبرات والقدرات التي يمتلكها الفرد والتي يمكن نقلها عن طريق التواصل والتفاعل بين مالك المعرفة والأشخاص الآخرين حيث تكون في العقل البشري، وتختلف أنواعها باختلاف ميول وقدرات وإهتمامات الفرد ذاته فقد تكون فنية أو علمية أو إداركية وغيرها من المعارف المختلفة¹⁴

2- المعرفة الصريحة : يقصد بها تلك المعرفة الموجودة في شكل موضوعي، بحيث يمكن مشاركتها بشكل رسمي ومنهجي ويمكن التعبير عنها بأشكال مختلفة سواء عن خلال الأرقام أو الكلمات ويتم تداولها واستخدامها واثاحتها للجُمهور بغرض الاستفادة منها¹⁵

يتضح من التعريف السابق للمعرفة الضمنية أنها عبارة عن المهارات والخبرات التي يكتسبها الفرد نتيجة للقيام بعمل معين سواء كان عمل تجريبي أو ذهني، ويتم تحويلها الي معرفة صريحة من خلال تدوينها أو مشاركتها مع أشخاص آخرين

ويصنف ميشال زاك (M.Zock) المعرفة إلى ثلاثة أصناف هي¹⁶

أ- المعرفة الجوهرية : وهي النوع الأدنى من المعرفة، هذا النوع يكون مطلوباً من أجل البقاء في قطاع معين، لكنه لا يضمن للمؤسسة فرصة بقاء طويلة .

ب- المعرفة المتقدمة : وهي النوع الذي يجعل المؤسسة تتمتع بقابلية بقاء تنافسية، فمع أن المؤسسة تمتلك بشكل عام نفس المستوى والجودة من المعرفة التي يمتلكها المنافسون؛ إلا أنها تختلف عنهم في اعتمادها على قدرتها على التميز في معرفتها لكسب ميزة تنافسية؛ وهذا يعني أن المؤسسة ذات المعرفة المتقدمة تسعى لتحقيق مركز تنافسي في السوق عموماً، أو التميز في شريحة سوقية عليهم من خلال معرفتها المتقدمة

ج- المعرفة الابتكارية: هي المعرفة التي تجعل المؤسسة قادرة على تغيير قواعد اللعبة نفسها في القطاع الذي تنشط فيه .هذا التصنيف ركز على المعرفة التنظيمية التي تميز المؤسسة عن منافسيها؛ فامتلاك معرفة ما، هو الذي يؤهلها لتتمتع بمركز تنافسي وفرصة بقاء طويلة، وتميز المؤسسة إنما راجع لتحسن أداءها الذي تساهم فيه مختلف الموارد الموجودة بها، وهذا راجع إلى نوع المعرفة التي تمتلكها.

وقام عدد من المتخصصين في مجال المعرفة بتقسيمها إلى خمسة أنواع علي النحو التالي¹⁷:

1- المعرفة الضمنية : هي المعرفة التي تكمن في ذهن الإنسان والناجئة عن خبرات تم اكتسابها من خلال التجارب والمهارات الشخصية في الحياة العملية والعلمية، ويمكن تقسيمها إلى نوعان : النوع الأول هو التقني وهو ذلك المتعلق بالناحية التكنولوجية وقدرة الأفراد علي استخدام التكنولوجيا والاستفادة منها ودورها في تشكيل خبرة لديهم، والنوع الثاني هو قدرات الأفراد الذهنية ومدى قدرة الفرد علي التخطيط والتحليل والإنتاج ورسم خرائط ذهنية، ويمكن القول بأنها جميع معتقدات الإنسان التي تؤثر علي أفعاله وتصرفاته في اتخاذ القرارات .

2- المعرفة المعلنة : هي تلك المعرفة التي يقوم الفرد أو المؤسسة بالإعلان عنها من خلال وسائل المعلومات المختلفة سواء كان علي هيئة شكل ورقي أو إلكتروني ويهدف الإعلان عنها وإمكانية تداولها وتدويرها بغرض توسيع نطاق الاستفادة منها.

3- المعرفة التكنولوجية : تعتبر المعرفة التكنولوجية احدى مكونات المعرفة الضمنية، فهي تندرج تحت قدرات وإمكانيات ومهارات الفرد الخاصة والتي تميزه دون غيره في العمل.

4- المعرفة الضحلة والمعرفة العميقة : المعرفة الضحلة يقصد بها السطحية في التفكير والفهم والقدرة علي التحليل ومواجهة وحل المشاكل التي تواجه الفرد في حياته اليومية، أما المعرفة العميقة فيقصد بها القدرة علي التحليل والفهم والإستيعاب وحل المشكلات التي تواجه الفرد في حياته اليومية.

5- المعرفة السببية والمعرفة الموجهة: المعرفة السببية هي تلك المعرفة الناتجة عن التعرف علي أسباب حدوث ظواهر معينة ومحاولة تفسيرها عن طريق ربط المفاهيم مع بعضها البعض بإستخدام طرق الإستنتاج والإستقراء. أما المعرفة الموجهة يقصد بها تلك المعرفة الناتجة عن خبرات طويلة ممتدده الي سنوات عديدة فتصبح دليلاً يسترشد به.

ويري الباحث أن الأنواع الثلاثة الأخيرة تنتمي للمعرفة الضمنية، وما هي إلا تعريفات منها.

3/2 خصائص المعرفة

لما كانت المعرفة موردًا حيويًا من موارد المنظمة فإنها لا تأتي من فراغ ولا تعيش في فراغ فالمعرفة تتميز بالعديد من الخصائص والسمات التي تؤثر بشكل مباشر على طريقة وأسلوب إدارتها والتعامل معها مما يؤثر على فرص النجاح لبرامج إدارة المعرفة الذي تتبناه المؤسسة

ومن أهم خصائص المعرفة مايلي¹⁸ :

1/3/2 الذاتية: تنتج المعرفة عن طريق تفاعل الإنسان بقدراته ومهاراته وانطباعاته مع المعلومات ويمكن القول ان الإنسان يوثر علي المعلومات ويضيف اليها مما تخرج علي شكل معرفة وهذه المعرفة يمكن الاستفادة منها، حيث في حالة تداولها يمكن ابتكار معرفة جديده منها .

2/3/2 القابلية للانتقال: تتسم المعرفة بقابليتها للانتقال عبر وسائل الانتقال المختلفة، فالمعرفة الناتجة عن تجارب ناجحة في مجالات علمية مختلفة يمكن للعلماء أو الهيئات العلمية نقل هذه المعرفة الي المجتمع بغرض تحقيق الإستفادة منها واستخدامها في خدمة المجتمع

3/3/2 الطبيعة المضمرة : تكون المعرفة مضمرة في بدايتها، فهي تُنتج من عقل الانسان، فليس من السهل لنا متابعتها كعملية لأنها تكون مخزنة في العقل البشري، حيث للإنسان الحرية في إخراجها عن طريق أي شكل من أشكال وسائط المعرفة، وقد يقوم بإخراج جزء منها أو كلها وفي أي وقت.

4/3/2 التعزيز الذاتي : يتم تعزيز المعرفة عن طريق التشارك فيها فمشاركة المعرفة تساعد علي بقائها، فتزويد أشخاص آخرين بالمعرفة يؤدي الي زيادة المعرفة لدي هذا الشخص خاصة في حالة عدم معرفته بها وقد يقوم ذلك الشخص بإطفاء خبراته ومهاراته علي هذه المعرفة لتوليد معرفة أخرى جديده أو ابتكار معرفة جديدة.

5/3/2 الزوالية : مما لاشك فيه أن قيمة المعرفة قد تتغير بمرور الوقت أو قد تزول، خاصة مع التطور التكنولوجي السريع، فقد تكون المعرفة صالحة لفترة زمنية معينة مثل تقارير الطقس والمعرفة الخاصة بتداول الاوراق المالية (البورصة) وقد تكون صالحة فترات زمنية بعيدة، وقد تقوم الهيئات المهتمة بالمعرفة بتوظيفها وتحديثها .

6/3/2 اللحظية : يعني باللحظية هنا، هو عدم القدرة علي تحديد توقيت معين لنشأة المعرفة، فالمعرفة قد تولد في أي وقت طالما يتم توفير المناخ المناسب لها، ولا يقصد باللحظية هنا العشوائية، فالمعرفة تكن في العقل البشري وهو من يعرف متى يتم اخراجها .

7/3/2 التجديد والاستمرارية (التراكمية): يحدث التجديد للمعرفة عن طريق اضافة معطيات أخرى عليها لتؤدي الي ابتكار معرفة جديدة أو تحديثها بحيث تتناسب مع متطلبات العصر ويجعلها مستمرة ولفترات زمنية طويلة .

8/3/2 الدقة والتجريد: تعني الدقة التعبير عن الحقائق رياضياً وأن ما يميز المعرفة هو اللاملموسية القياسية، حيث إن المعرفة كمنتج غير ملموس ماديا بدرجة كافية يحد من المتاجرة بها كسلعة، ولكنها قياسية بدرجة كافية للسماح بالتنافس والمتاجرة بها على نطاق واسع، ويمكن تحويلها إلى رأس مال يخضع لحقوق الملكية الفكرية. من خلال تحويلها الي شكل مادي مثل براءات الاختراع والبرمجيات والكتب الورقية والإلكترونية، وهي جميعاً قابلة للتسوق والاستثمار، وباتت تمثل نسبة عالية من الناتج المحلي، وتبقى هذه اللاملموسية القياسية هي محور اهتمام المؤسسات المعتمدة على المعرفة.

4/2 مصادر المعرفة :

يعني بمصادر المعرفة الطرق التي من خلالها يمكننا الوصول والحصول علي المعرفة بكافة اشكالها، ويمكن تقسيم مصادر المعرفة الي قسمين علي النحوالتالي¹⁹ :

1/4/2 المصادر الداخلية : تكمن المصادر الداخلية في الخبرات التي يمتلكها أفراد المؤسسة وخاصة هؤلاء الأفراد اللذين يمتلكون مهارات وقدرات ابتكارية ويتميزون بالقدرة علي التفكير المبدع والقادرين علي ابتكار معارف جديدة تساهم في الإرتقاء بالمؤسسة وخلق ميزه تنافسية بينها وبين المؤسسات الأخرى، ويمكن حصر هذه المصادر فيما يلي :

- استراتيجيو المعرفة : ويقصد بهم الاشخاص من ذوي الخبرات والقدرات الفكرية المميزه وهم علي معرفة جيدة بالسوق، حيث يقومون بوضع استرايجية المؤسسة وتقييم المعرفة داخل المؤسسة والوقوف علي نقاط القوة والضعف في الإستراتيجية الموضوعة والعمل علي تطويرها بصفة مستمرة لتتلي متطلبات المؤسسة كذلك يكونوا قادرين علي دعم نظم المؤسسة والعمل علي تمييزها عن غيرها.

- مهنيو المعرفة : ويقصد بهم الأفراد العاملون في المؤسسة والقادرون علي الحصول علي المعرفة وتطويرها وابتكار معارف جديدة وهم أساس العمل في المعرفة وأساس رأس المال الفكري.
- عمال المعرفة : هم الاشخاص المسؤولون عن الدعم المهني للمعرفة حيث يقومون بجمع المعرفة وتصنيفها وتخزينها وحفظها واسترجاعها عند الحاجة اليها .
- ويمكن الحصول علي المعرفة من خلال عدة وسائل هي :
 - المؤتمرات والندوات الداخلية .
 - التعلم الصفي والحوار .
 - العمليات الداخلية للأفراد عبر الذكاء والعقل والخبرة والمهارة .
 - التعلم بالعمل أو البحوث وبراءات الإختراع الداخلية.
- 2/4/2 المصادر الخارجية : هي المصادر التي يمكن من خلالها الوصول والحصول علي المعرفة وذلك من خلال مؤسسات المعرفة التي تعمل في المجال، وقد يكون من خلال الأفراد اللذين يمتلكون المعرفة، ومن أمثلة المصادر الخارجية :
- المستفيدون : يعتبر المستفيدون من أهم مصادر المعرفة الخارجية، من حيث امداد المؤسسة بالمعرفة الجديدة من خلال التعرف علي ارائهم في المنتجات وخدمات المؤسسة كذلك التعرف علي متطلباتهم والعمل علي تلبيةها .
- الموردون : يعتبر الموردون هم الركيزه الأساسية والاكثر أهمية بالمعرفة المتعلقة بالسوق الصناعية وموارد ومواصفات هذه المعرفة.
- المنافسون : يعمل المنافسون علي معرفة ما تقدمه المؤسسات الاخري والعمل علي تطوير المعرفة بشكل أفضل وذلك لجذب العملاء .
- الشركاء : يعد المصدر الذي يوفر للمؤسسة ما ينقصها من معارف وخبرات عن طريق التشارك مع المؤسسات الأخرى

- ويعد مراكز المعلومات، وشبكة الإنترنت والمكتبات، والجامعات ومراكز البحث العلمي من مصادر المعرفة الخارجية والتي قد تعتمد عليها المؤسسة في الحصول علي المعرفة.

وتعد البيئة المحيطة هي المصدر الخارجي للمعرفة، حيث يقوم الإنسان بإستخدام حواسه في التفاعل مع البيانات التي يحصل عليها ويستطيع تحويلها الي معلومات ويقوم بإضافة خبراته عليها وبالتالي تصبح معرفة يمكن له مشاركتها مع المجتمع، وكلما امتلك الإنسان قدرات ومهارات مميزه في التحليل والتفسير كلما استطاع تحويل المعلومات الي معرفة .

وهناك من يقسم مصادر الحصول علي المعرفة الي خمسة فئات رئيسية هم²⁰:

1. موردي المعدات أو المواد أو المكونات أو البرمجيات.
2. العملاء أو المستهلكين.
3. المنافسين أو الشركات الأخرى في نفس النشاط.
4. الاستشاريين والمختبرات التجارية.
5. الجامعات ومؤسسات التعليم العالي سواء كانت مؤسسات حكومية أو خاصة .

5/2 معوقات اكتساب المعرفة

توجد العديد من المعوقات التي تقف حاجزاً بين الفرد واكتساب المعرفة ومن هذه المعوقات ما يكون فردياً أو تنظيمياً او مجتمعيّاً ويمكن سردها علي النحو التالي :

أولاً: المعوقات الفردية: يقصد بها المعوقات الخاصة بالفرد نفسه ويكون هو سبباً فيها ومنها²¹ :

- الإدمان : يعد الإدمان من أخطر المشاكل التي تواجه الإنسان في العالم العربي بصفة خاصة، فالانسان المدمن غالباً ما يكون همه الشاغل هو الحصول علي المواد

المخدرة ويفتقر الي التفكير الصحيح ويقل دوره في المجتمع فهو لا يقوم بتنمية قدراته ومعارفه.

- الاستخدام المفرط للحاسوب : ان الاستخدام المفرط للحاسب الآلي ووسائل التكنولوجيا الحديثة يؤثر بالسلب علي الأفراد علي اختلاف فئاتهم العمرية، فإستخدام الإنسان لهذه الأجهزة لفترات طويلة يجعله في عزله عما يحدث حوله من متغيرات واقعية فقد يعيش الفرد في عالم إفتراضي خاص به، ويكتفي بالمعرفة التي يحصل عليها من الأفراد أو المواقع الإلكترونية ويكون غير قادر علي التفكير والتحليل .

ثانياً : المعوقات التنظيمية : ينتج هذا النوع من المعوقات كنتيجة للتنظيمات الرسمية المحيطة بالفرد ومنها:

- النظام الشمولي : ويقصد به سيطرة شخص معين علي مقاليد الأمور في الدولة أو المؤسسة، فيقوم هذا الشخص بمساعده مستشاريه أو بعض حلفاؤه بإخفاء المعلومات والمعرفة عن باقي الأفراد مما يؤثر بدوره علي الفرد والمجتمع ككل ويساعد علي خلق جيل غير فعال في المجتمع وغير قادر علي تنمية قدراته، ويوتر ذلك بدوره علي مؤشر الشفافية لتلك الدول .

- الاسلوب التعليمي الخاطيء : يظهر هذا الأسلوب في معظم الدول العربية، فالتعليم بداية من النشء في مجتمعنا العربي يقوم علي التحفيظ بدلاً من التفكير، الأمر الذي ينتج عنه عقلية غير قادرة علي التفكير الجديد أو التفكير خارج الصندوق كذلك الابتكار.

ثالثاً : المعوقات المجتمعية : يوجد العديد من المعوقات التي تندرج تحت هذا المصطلح منها:

- الإغتراب : يعتبر الإغتراب أحد المعوقات المجتمعية التي يفرضها المجتمع علي الإنسان فأسباب الإغتراب عديدة منها سوء النواحي الإقتصادية والإجتماعية في دولة المغترب والذي بدوره يحاول تحسين مستواه المادي والإجتماعي، وقد يكون بسبب

اضتهاد سياسي أو ديني، فليجأ الإنسان الي البلد الأفضل اقتصادياً وبها حرية، ويعمل بها ويسخر جميع امكانياته وأفكاره ومعارفه الي خدمة الألة التي يعمل عليها، مما يحول معرفته الي معرفة مادية ويهمل المعارف الأخرى.

- الأميه : تشكل الأميه عائق كبير، فالانسان الأمي يكون غير قادر علي التواصل مع المتغيرات التي تحدث في المجتمع من حوله ، وتتضائل فرص تنمية مهاراته الفكرية والمعرفية .

- البطالة : تمثل البطالة ظاهره متكرره خاصة في المجتمعات الصناعية، فعندما يفقد الفرد عملة، يزيد من تشتت تفكيره وقد يفقد المعرفة التي اكتسبها في عمله السابق.

3/الابتكار :

1/3 مفهوم الابتكار

تُعرف منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي الابتكار بأنه " تنفيذ لمنتج (سلعة أو خدمة) أو عملية جديدة أو مُحسنة بشكل معتبر، أو أسلوب تسويق جديد، أو أسلوب تنظيمي جديد في ممارسات الأعمال أو في تنظيم مكان العمل أو في العلاقات الخارجية"²²

يري الباحث أن هذا التعريف تناول الابتكار بشكل أوسع، حيث تناول العديد من أنواع الابتكارات المحتمله مثل ابتكار المنتجات، ابتكار الخدمات، الابتكار التسويقي، الابتكار التنظيمي، كذلك الابتكار التدريجي، يوضح أيضاً هذا التعريف أن الابتكار لا يتم تطويره من قبل المؤسسه فقط ولكن قد يتبنى الابتكارات الموجودة في المؤسسات الأخرى.

وفقاً للتعريف الذي اعتمده " مركز الابتكارالتكنولوجي وريادة الاعمال" (TIEC)، فإن الابتكار هو "إدخال منتج أو خدمة جديدة أو عملية جديدة من خلال نموذج أعمال معين إلى السوق، إما من خلال الاستخدام أو من خلال التسويق". ومن ثم ، فهي

تشمل: ابتكار المنتجات ، وابتكار الخدمات ، وابتكار العمليات، والابتكار في نموذج الأعمال، وتساهم جميعها في تعزيز الميزة التنافسية لشركة معينة²³

ومن خلال هذا التعريف يتضح أن الابتكار نشاط معقد ومتعدد الأبعاد لا يمكن قياسه بشكل مباشر بمؤشر واحد، كما اشتمل التعريف السابق علي بعض أنواع الابتكار والتي من شأنها المساهمة في رفع قدرة المؤسسة وخلق ميزه تنافسية في سوق العمل.

هناك من يعرف الابتكار علي أنه " الوصول إلى الجديد الغير مسبوق، الذي تكون له قيمته وفائدته، والذي يتضمن تغييرًا للمفاهيم والمدارك"²⁴

يري الباحث أن هذا التعريف تناول نوعًا واحدًا من الابتكارات وهو الابتكار الجذري، الذي يشمل الإتيان بكل ما هو جديد غير مسبوق ويحقق النفع والفائدة للمؤسسة.

ويعرف الابتكار علي أنه عملية معرفية تهدف إلى خلق معارف جديدة موجهة نحو تطوير حلول تجارية وقابلة للتطبيق، إذ أن الابتكار هو عملية يتم فيها اكتساب المعرفة ومشاركتها واستيعابها بهدف خلق معرفة جديدة، والتي تجسد المنتجات والخدمات²⁵

يري الباحث أن الابتكار مرتبط بالمعرفة، فهو يساعد علي اكتساب مهارات ومعارف جديدة ومشاركة المعرفة بين العاملين تؤدي إلى خلق أفكار جديدة أخرى يمكن تحويلها إلى خدمات ومنتجات جديدة.

وهناك من يعرف الابتكار علي أنه " عملية متعددة المراحل تقوم فيها المنظمات بتحويل الأفكار إلى منتجات أو خدمات أو عمليات جديدة ومفيدة، من أجل التقدم والتنافس والتميز الناجح في السوق"²⁶

يتناول التعريف السابق أنواع مختلفة من الابتكار هي : ابتكار المنتجات، ابتكار الخدمات، الابتكار في العمليات، ويعتمد هذا التعريف علي أن الابتكار يتم عن طريق مراحل معده من قبل المؤسسة ويهدف الابتكار إلى خلق ميزه تنافسية.

وأخر يعرف الابتكار علي أنه " عملية يتم من خلالها تقديم طرق وأفكار جديدة في المنظمة لتسهيل عملها وجعلها تتوافق مع المبادئ الحديثة"²⁷

ويعرف الباحث الابتكار علي أنه " التطبيق الفعلي للأفكار الجديدة من قبل المؤسسة، بغرض تطوير وتحسين المنتجات والخدمات والعمليات وبالتالي خلق ميزه تنافسية وزيادة في الأرباح "

أن الابتكار في المكتبات قديم قدم المكتبات نفسها . ففي مكتبات مصر القديمة وبلاد ما بين النهرين منذ 3000 سنة قبل الميلاد، خضعت موارد المعلومات في تلك الفترة لسلسلة من التطورات في طرق التخزين، وفقاً لسجلات ذلك الوقت، فكانت المكتبات تقوم بتخزين المعلومات بشكل عام في أوراق البردي والطين²⁸

2/3 خصائص الابتكار:

يتضمن الابتكار مجموعة من الخصائص يمكن تناولها علي النحو التالي²⁹

1/2/3 الطلاقة: ويقصد بالطلاقة هنا سرعة التفكير والقدرة علي انتاج عدد كبير من الأفكار وفقاً لمتطلبات معينة، بغض النظر عن استخدامها من عدمه، حيث يقوم الشخص المبتكر بتوليد العديد من الأفكار، ويقوم بعد ذلك بتصنيفها وفقاً لمتطلبات المؤسسة والاستفادة من الأفكار المميزه في خدمة المؤسسة

2/2/3 المرونة: يقصد بالمرونة هنا المرونة في التفكير والنظر الي الأشياء نظره عميقة وواسعة، بمعنى أن يكون الشخص المبتكر واسع الأفق ومتعدد الرؤى للأشياء ولا ينظر الي الأشياء بشكل تقليدي، فالأشخاص اللذين يتمتعوا بالمرونة في التفكير هو أكثر الاشخاص قدرة علي الابتكار، وهناك نوعين من المرونة هم : المرونة العفوية، ويقصد بها مرونة تفكيرالفرد نفسه، المرونة التكيفية ويقصد بها قدرة الفرد علي إحداث التغييرات المناسبة وفي الوقت المناسب.

3/2/3 الأصالة: يقصد بالأصالة هنا توليد أفكار غير تقليدية وتكون جديدة غير مألوفة، ولا يعني ذلك أن نهمل الأفكار السابقة (المألوفة) بل يمكن الاستعانه بها لتوليد أفكار جديدة، حيث يمكن التوصل الي الأفكار الجديدة من خلال الأفكار التقليدية، فيقوم المبتكر بإنتقادها وادخال تعديلات عليها لتصبح جديدة ومبتكره.

4/2/3 التوسيع : وهي قدرة الفرد علي الاتيان بجديد ذات قيمة علي أفكار موجوده بالفعل بحيث تكتمل الفكره بشكل أفضل ويمكن تطبيقها علي الواقع بشكل دقيق وسهل .

5/2/3 الكم والكيف : ان الشحض الذي ينتج عدد كبير من الأفكار، سنجد من بين هذا الكم الهائل من الأفكار ما هو جيد وذو قيمة ويمكن تطبيقه في المؤسسة، ويجب توليد الأفكار بشكل علمي مدروس.

6/2/3 القدرة علي حل المشكلات : يعتبر القدرة علي حل المشكلات من أكثر خصائص الابتكار أهمية، اذ يتم توظيف قدرات ومهارات وخبرات الفرد في حل المشكلات التي قد تواجهه أثناء عمله.

7/2/3 القدرة علي التحليل : يمتاز الشخص المبتكر بالقدرة علي تحليل الأفكار وامكانية الربط بين بعضها البعض وتنظيمها وتصنيفها والأحتفاظ بها من أجل استخدامها في الوقت المناسب، وتتضمن مهارة تحليل وترتيب الأفكار حسب أهميتها في حدوث المشكلة، أو في تفسيرها، ويتم ذلك وفق خطوات محددة تتمثل في وضع الأكثر أهمية ثم يليه الأقل أهمية.

3/3 أنواع الابتكار :

يمكن تقسم الابتكار داخل المؤسسة إلى ثلاثة أنواع هي³⁰

الابتكار الإداري : يعد الابتكار الإداري مجالاً واسعاً، فهو يركز علي الأنشطة الفعالة التي تساعد علي تحقيق الأهداف وانجاز العمل بأفضل صوره، ويعمل ايضاً علي تبسيط الإجراءات في العمل والقضاء علي الروتين الذي يعيق عملية الانتاج أو تقديم الخدمه بطريقة أفضل، علاوة علي تحسين طرق قنوات الاتصال بين العاملين وبعضهم البعض وايضاً بين العاملين في المؤسسة والمستفيدين من خدماتها ومنتجاتها.

هناك من يعرف الابتكار الإداري علي أنه الوصول الي أفكار ومفاهيم جديدة يمكن تحويلها الي سياسات واستراتيجيات وأعمال وهيكل تنظيمية من شأنها تطوير أداء المؤسسة³¹

ويري الباحث أن الابتكار الإداري هو ابتكار معرفة إدارية جديدة، واستحداث أساليب ومهارات إدارية من شأنها تطوير العمل في المؤسسة إدارياً وزيادة كفاءتها، فالابتكار الإداري يساعد علي التالي:

- تساهم في توليد أفكار جديدة من قبل الباحثين وتنمية قدراتهم ومهاراتهم من خلال العديد من البرامج التدريبية.

- أن يجعل المؤسسة دائماً مواكبة للتكنولوجيا والتطورات الحديثة.

- يعمل الابتكار الإداري علي القضاء علي العمليات الروتينية التي تتم داخل المؤسسة، مما يزيد من فرض نجاح المؤسسة وريادتها، ويعتمد هذا الابتكار علي الهياكل التنظيمية والعمل علي تطوير المؤسسة من خلال خطط جديدة مبتكرة لتطوير أداء المؤسسة.

الابتكار التقني: يعرف الابتكار التقني أو التكنولوجي وفقاً لتقرير المجلس الاستشاري المركزي للعلوم والتكنولوجيا في الولايات المتحدة الأمريكية بطرائق متعددة، ولكن الابتكار أخذ في هذا التقرير معنى عام مشيراً إلى الخطوات التجارية والصناعية والفنية، التي تقود لتسويق السلع الجديدة والمصنعة، والإستعمال التجاري للتجهيزات والعمليات الفنية الجديدة³²، هناك من يعرف الابتكار بأنه تقديم افكار وطرق أدوات في اغلب الأحيان على شكل تقنيات جديدة³³، وفي هذا التعريف يتم تجسيد الأفكار الجديدة علي هيئة تقنية جديدة، نجد آخر يعرف الابتكار التقني بأنه يقتصر على المنتجات والعمليات المبتكرة التي تجد التطبيق في القطاع الخاص ويضمن الابتكار التقني الأبعاد الآتية³⁴.

- التغيير في الخصائص وتصميم الخدمة وطرق الانتاج والتقنيات في ذات العلاقة مع هدف الابتكار.

- يتضمن طرق جديدة ومعدلة لتلبية حاجات الزبائن.

- ابتكارات إدارية وتنظيمية طرق تنظيم نشاطات جديدة.

- تقديم مهام جديدة، أهداف واستراتيجيات .

ويجب الإشارة الي أنه من أهم النشاطات لعملية الابتكار التقني وهي : البحث (أساسي، تطوير، هندسي)، التطبيق(التصنيع)، الاستخدام النهائي (زبائن، ناتج العملية، أو المنتج)، الترابط (جمع المعرفة الكاملة).³⁵ التعليم

ويعرف الباحث الابتكار التقني وهو الذي يتعلق بإستخدام أوابتكار تقنية أو وسيلة جديدة أو عملية أو نظام جديد يهدف الأرتقاء بمنتجات المؤسسة من السلع والخدمات وتحقيق ميزة تنافسية.

ويري الباحث أن الابتكار التقني قد لقي أهتمام ملحوظ من قبل دولة الإمارات العربية المتحدة من خلال إنشاء كلية تحت اسم كلية الابتكار التقني، التابعة لجامعة زايد، فهي تهدف الي إعداداد جريجين لديهم القدرة علي التعليم الذاتي والتواصل الفعال وإثقال مهاراتهم في مجال تقنيات المعلومات.

الابتكار الإضافي: يعرف الابتكار الإضافي بأنه : الابتكار الذي يذهب إلى ما وراء الوظائف التقليدية، كأن يقوم محترفو التسويق بتطوير برنامج تسويقي بمساعدة الزبائن، وتعزيز برنامج خدمة عامة فريدة، يعد هذان ابتكار إضافي³⁶

وهناك من يعرف الابتكار الإضافي علي أنه الابتكار الذي يهدف إلى تقديم تحسينات في المنتجات كخدمات إضافية، لتلبية حاجات السوق والاستعانة بقدرات المنظمة في مجال البحث والتطوير والتدريب³⁷

ومن خلال التعريفين السابقين يتضح لنا أن الابتكار الإضافي لا تقف عند حدود ما وقفت عنده الابتكارات الإدارية في إدخال الجديد على الإدارة، وإلى الابتكارات التقنية

التي ركزت على التقنية والجديد فيها، بل إلى أبعد من ذلك كله، وهو يعد مواصلة لذلك من خلال المحافظة على الزبون وضمان تقديم السلع والخدمات بالطريقة الجيدة التي تجعل الزبون راضيًا ومتفاعلاً مع المنظمة، وتعتمد عليه المؤسسة في الإستفادة من آراءهم، والعمل على تقديمها من خلال تجاوز الوظائف التقليدية للإدارة، فكل الخدمات الإضافية هي التي تحدد الميزة التنافسية للمنظمة وتضمن زيادة رأس مالها الزبون.

ويعرف الباحث الابتكار الإضافي علي أنه الابتكار الذي يقوم علي تطوير أو إضافة جديدة الي المنتج أو الخدمة أو العملية، لتلبي طلبات ورغبات المستفيدين.

4/3 مصادر الابتكار

هناك من حدد مصادر الابتكار الي سبع مصادر علي النحو التالي³⁸:

1/4/3 الأحداث الغير متوقعه: قد يكون أحد مصادر الابتكار هي الصدفة، فهناك العديد من الابتكارات التي قد تنتج عن الصدفة نتيجة لمواقف معينة فقد يقوم الإنسان بعمل شيء معين ويظهر لو نتيجته أخري تصلح لاستخدام آخر فمثلاً اكتشاف الميكروويف الذي قاد إلى اختراع آلة من نفس الاسم التي ابتكرت عملية طبخ الطعام وإعادة تسخينه، كان بسبب غير متوقع، عندما لاحظ المهندس (*Percy Spencer*) أن أصابع الشيكولاتة في جيبه تنصهر أثناء عمله على جهاز رادار نشط، ويرجع نجاح الابتكار أو فشله الي القدرة علي تطويره وتحسينه ليتماشى مع تغيرات المجتمع .

2/4/3 التناقضات أو التباعدات: تنشأ التناقضات نتيجة الي اختلاف الواقع الراهن للمنتج أو الخدمة عما هو متوقع أو مأمول، ويولد هذا الوعي بالاختلاف أو التناقض طاقة ايجابية ودافعة الي من يري هذا وكمثال على هذا، ظهرت فكرة الأعمال المبتكرة للتأمين الصحي الخاص وسط واقعين: الواقع بتزايد تكلفة الرعاية الصحية باستمرار، وواقع أن أغلب الناس لم يدخروا ما يكفيهم من المال تحسباً لأي طارئ طبي.

3/4/3 استناد الابتكار علي الاحتياجات الهيكلية : أن وجود مشكلة معينة ودائمة يؤدي الي محاولة ايجاد طريقة لحلها فالحاجة أم الاختراع ، فعل سبيل المثال مشكلة ارتفاع حوادث السيارات ادت الي ابتكار جهاز الرادار كوسيلة للحد من هذه المشكلة.

4/4/3 التغيير في هيكل الصناعة أو السوق : التغيير الدائم لرغبات العملاء وما يصاحبه من تطور تكنولوجي أدى الي حدوث تغيرات كبيرة في هيكل الصناعة وأجبر المؤسسات علي الابتكار لتلبية رغبات المستفيدين وللمحافظة علي وضع المؤسسة بين المؤسسات المنافسة لها وتحقيق ميزه تنافسية.

5/4/3 التغيرات الديمغرافية : تلعب التغيرات الديمغرافية المتمثلة في الزيادة السكانية والبطالة والأمية المعلوماتية ومستوي الدخل دورًا مهم في إبتكار وسائل وادوات جديدة تعمل علي حل المشكلات وتقديم حلول مبتكره من شئها لتلبية رغبات المجتمع.

6/4/3 المعارف الجديدة : تمثل المعارف الجديدة مصدرًا حيويًا من مصادر الابتكار، فالمعارف الجديدة تحمل أفكار جديدة، قابلة للتطبيق حيث يمكن استغلالها في ابتكار منتجات أو خدمات جديدة تشبع رغبات العملاء، وكل ما يعاب عليها هو انها قد تستغرق وقت طويل في تحويل هذه الأفكار الي منتجات.

7/4/3 التغيرات الإدراكية والمزاجية : تؤثر التغيرات المزاجية للمستفيدين علي المؤسسات الانتاجية والخدمية. فتغير سلوك المستفيد تجاه منتج معين سواء بالسلب أو بالإيجاب تجعل المؤسسات في صراع نحو استخدام التقنيات التكنولوجية الحديثة لتلبية رغبات المستفيدين .

4/ المعرفة وعلاقتها بالابتكار

أصبحت المعرفة المستندة إلى الابتكار هي القيمة الرئيسة للمجتمع، وأداة أساسية للوصول إلى اقتصاد تنافسي، بما تولده من قيم اقتصادية كبيرة تسهم في إرساء كل

الجهود التنموية، حيث تسعى كل الدول من خلال المعرفة إلى توسيع قاعدة الإنتاج وامتلاك المقومات اللازمة لزيادة تنافسية اقتصاداتها³⁹

وعلى صعيد مؤسسات المعلومات نجد أن المعرفة تلعب دورًا مهمًا في خلق الميزة التنافسية بين مؤسسات المعلومات علي اختلاف أنواعها وتوجهاتها، إذ يمكن من خلالها اكتشاف نقاط القوة والضعف في مؤسسات المعلومات، فهي تعمل علي تعزيز نقاط القوة ومعالجة نقاط الضعف، وبغض النظر عن نوع المعرفة سواء كانت معرفة ضمنية أو صريحة : فالمعرفة هي نقطة حرجة وأساسية لبقاء أي مؤسسة، وعبر التاريخ نجد أن الابتكار قد اعتمد على المعرفة الجديدة، فالمؤسسات التي تسعى للتميز من خلال المعرفة بوسعها الابتكار من خلال زيادة المعرفة الضمنية لأعضائها عن طريق تنمية وتحفيز الأفكار والاقتراحات الابتكارية فالمؤسسات التي يتاح لها معرفة أكثر، ستكون أكثر قدرة على خلق معرفة جديدة تساعدها في صنع قرارات أفضل وتحقيق الابتكار الذي يقودها للحصول على ميزة تنافسية أكبر مقارنة بمنافسيها⁴⁰

هناك من يري أن المعرفة تعتبر من الموارد المهمة لأي مؤسسة في الوقت الحالي، فالمؤسسات التي تريد البقاء في هذا العالم التنافسي سواء على مستوى الخدمات أو المنتجات، هي التي ترفع شعار الحفاظ علي أصولها المعرفية، وكيفية العمل على استغلالها من أجل ميزة تنافسية، وبما أن الابتكار يعني تحويل المعرفة إلى خدمات ومنتجات فإن المعرفة هي مصدر لتحقيق الابتكار في المؤسسة.⁴¹

واشار king أن المؤسسات التي تسعى إلى التميز من خلال المعرفة بوسعها الابتكار من خلال زيادة المعرفة الضمنية لدى أفرادها واعتبر أن إحداث التغيير الحقيقي وتحقيق الابتكار يتسوجب نقل المعرفة الضمنية وتشاركها⁴²

وهناك من يرى أن الابتكارات تنشأ عن طريق الاستثمار في الأصول المعرفية، حيث تمثل المعرفة الأساس الذي تعتمد عليه المؤسسات لزيادة إنتاجها ونموها الاقتصادي فالمعرفة والابتكار متشابكان بشكل وثيق، فالمعلومة يتم تحويلها الي معرفة والمعرفة الي ابتكار من خلال العمل التجريبي ويأتي علي رأس هؤلاء المتميزون من المفكرين

والمبدعين والمبتكرين القارون علي انتاج اعمال ممتازة تضيف جديدًا للمعرفة، أو تطور البناء المعرفي، أو تحسن استخدام المعرفة والتكنولوجيا بعمل تطبيقي، أو تحل قضايا أو اشكالات فكرية أو اقتصادية أو اجتماعية أو سياسية أو تقانية⁴³

وهناك من يرى أن لكي تكون المعرفة فعالة وداعمة للابتكار، هناك ثلاثة جوانب للإدراة يجب أن تتكامل ككل، هي⁴⁴:

أولاً: يجب على المؤسسات أن تتبنى المبادئ التي تركز على المعرفة لتعزيز دورها في خلق المعرفة من أجل الابتكار.

ثانياً: يجب على المؤسسات الاهتمام بالبنى التحتية لمشاركة المعرفة من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتعزيز فرص التعاون المعرفي بشكل أفضل في السعي وراء الابتكار.

ثالثاً: يجب على المؤسسات تنفيذ مبادرات قائمة على المعرفة لتسهيل توليد رأس مال معرفي للابتكار بشكل أفضل.

5/ نتائج الدراسة وتوصياتها

1/5 نتائج الدراسة :

من خلال البحث في موضوع المعرفة والابتكار توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج المهمة والتي يمكن إيجازها في النقاط التالية :

- تلعب المعرفة بأنواعها المختلفة (صريحة أو ضمنية) دورًا مهمًا في خلق الميزة التنافسية بين مؤسسات المعلومات علي اختلاف أنواعها وتوجهاتها، إذ يمكن من خلالها اكتشاف نقاط القوة والضعف في مؤسسات المعلومات، فهي تعمل علي تعزيز نقاط القوة ومعالجة نقاط الضعف.
- تنوع وتعدد مصادر المعرفة، فمنها المصادر الداخلية وتكمن في الخبرات التي يمتلكها أفراد المؤسسة، ومن هذه المصادر (استراتيجيو المعرفة، ومهنيو

المعرفة، و عمال المعرفة). أما المصادر الخارجية ، فتكمن في (المستفيدون، والموردون، والمنافسون، والشركاء).

- توجد العديد من المعوقات التي تحيل دون اكتساب المعرفة. منها المعوقات الفردية والتي يكون الفرد سببًا فيها مثل (الإدمان، والاستخدام المفرط للحاسوب) ؛ المعوقات التنظيمية ومنها (النظام الشمولي في الإدارة، والاسلوب التعليمي الخاطئ) ؛ كذلك المعوقات المجتمعية ومنها : الأمية، والبطالة. والاغتراب)

- تتنوع أنواع الابتكارات حسب المجال الذي تطبق فيه كذلك حسب ما تريده المؤسسه سواء كان ابتكار جذري أو ابتكار إضافي.

- تتعدد مصادر الابتكار، فقد ينتج الابتكار عن طريق الصدفة، و التناقضات أو التباعدات، قد ينتج الابتكار من خلال الاحتياجات الهيكلية أو التغيرات الديمغرافية والمتمثلة في الأمية المعلوماتية والبطالة والزيادة السكانية.

- للمعرفة دورًا أساسيًا في دعم الابتكار بكافة أنواعه، فالمعرفة تساعد مؤسسات المعلومات على انشاء أو تطوير أو تحسين الخدمات المعلوماتية خلق ميزة تنافسية.

2/5 توصيات الدراسة :

- ضرورة تبني مفهوم المعرفة وأهميتها لمؤسسات المعلومات ودورها في دعم الابتكار بمختلف أنواعه.

- يجب علي مؤسسات المعلومات إزالة المعوقات التي تحيل نحو اكتساب المعرفة وخلق بيئة مناسبة ومحفزه لتبادل المعرفة.

- يجب أن تعمل الإدارة على تشجيع أفرادها علي الابتكار وأن تقوم باستغلال المعرفة المتواجده لديهم وتوجيهها نحو الابتكار.

- يجب على الإدارة مناقشة الأفكار الجدية لدى العمل والعمل على تطبيق ما يتناسب مع طبيعة المؤسسة
- يجب على مؤسسات المعلومات أن تتعاون فيما بينهم لابتكار خدمات ووسائل جديدة لتحقيق الفوائد المرجوه منها.

هوامش الدراسة:

¹ وناس، اسماء (2015) . دور المعرفة الضمنية في عملية ابتكار الخدمات الجديدة : دراسة ميدانية في مؤسسات الهاتف النقال في الجزائر. مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، جامعة زيان عاشور بالجلفة، ع25، متاح على الرابط التالي :

<http://search.mandumah.com/Record/834847>

² مزعل، فراس فاضل(2018). دور خلق المعرفة في تحقيق الابتكار التسويقي : دراسة ميدانية علي الفنادق بإقليم كردستان- العراق . المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، جامعة قناة السويس، مج9، ع2، متاح علي الرابط التالي :

<http://search.mandumah.com/MyResearch/Home?url=%2FRecord%2F933530>

³ [Goh, A.L.S.](#) (2005), "Harnessing knowledge for innovation: an integrated management framework", [Journal of Knowledge Management](#), Vol. 9 No. 4, pp. 6-18. Retrieved august10, 2020, from :

<https://doi.org/10.1108/13673270510610297>

⁴ [Belkahla Hakimi, W.](#), [Triki, A.](#) and [Mjahed Hammami, S.](#) (2014), "Developing a customer knowledge-based measure for innovation management", [European Journal of Innovation Management](#), Vol. 17 No. 3, pp. 349-374.<https://doi.org/10.1108/EJIM-02-2013-0019>

⁵ [Montoro-Sánchez, A.](#), [Ortiz-de-Urbina-Criado, M.](#) and [Mora-Valentín, E.M.](#) (2011), "Effects of knowledge spillovers on innovation and collaboration in science and technology parks", [Journal of Knowledge Management](#), Vol. 15 No. 6, pp. 948-970

<https://doi.org/10.1108/13673271111179307>

⁶ عبد الباسط، سهير (2015) . مشاركة المعرفة بين أعضاء الهيئة التدريسية بجامعة بني سويف : دراسة مسحية . الفهرست، ع52 ، ص 11.

⁷ Knowledge In : ODLIS, Retrieved November 10, 2019, from :

https://www.abc-clio.com/ODLIS/odlis_jk.aspx

⁸ عبدالباسط، سهير(2015) مصدر سابق. ص 11 .

⁹ شطيبي، أسماء (2014) . مفهوم إدارة المعرفة . مجلة القانون المغربي، دار السلام للطباعة والنشر، المغرب، ع 24، ص 202، ص2020، متاح علي الرابط التالي :

<http://search.mandumah.com/MyResearch/Home?url=%2FRecord%2F574394>

¹⁰ الهوش، أبوبكر محمود (2016) . إستراتيجيات إدارة المعرفة . القاهرة : مجموعة النيل العربية، ص 27.

¹¹ عبدالباسط، سهير(2015) مصدر سابق . ص 11.

¹² Ali, Mustafa Rateb Mahmoud (2012) . Determinants of knowledge sharing in professional services : Case study : The Network operations directories In Jawwal company . master degree . Gaza : Islamic university, p28.

¹³ Vafaie, Vajihe, Rahimi, Ebrahim,Rostami (2016). The importance of knowledge management on innovation.P69, Retrieved November 10, 2019, from

https://www.researchgate.net/publication/328791839_The_importance_of_knowledge_management_on_innovation/citation/download

¹⁴ السبع، هيثم سعد أحمد (2017) . أثر أنواع المعرفة علي أداء العاملين في وزارة الصحة الأردنية . رسالة ماجستير، جامعة ال البيت، كلية إدارة المال والاعمال، الاردن، ص 9، متاح علي الرابط التالي :

<http://search.mandumah.com/Record/854973>

¹⁵ Ali, Mustafa Rateb Mahmoud(2012) Op.Cit . p 29 .

¹⁶ مناد، لطفي ، محمامي، نسرين (2016) . العلاقة ييسن استعداد المؤسسة لتبني إدارة المعرفة والإبداع المنظمي : دراسة حالة مؤسسات جزائرية ، أطروحة ماجستير، جامعة مولاي الطاهرن الجزائر، ص 9، متاح على الرابط التالي :

https://pmb.univ-saida.dz/busegopac/doc_num.php?explnum_id=224

¹⁷ العلي، عبد الستار، وآخرون (2009) . المدخل إلي إدارة المعرفة (الطبعة الثانية) . عمان : دار المسير، الأردن، ص 26.

¹⁸ الزطمة، نضال محمد (2011) . إدارة المعرفة وأثرها علي تميز الأداء : دراسة تطبيقية علي الكليات والمعاهد التقنية المتوسطة العاملة في قطاع غزه ، ص ص 20-21، متاح علي

الرابط التالي : <http://library.iugaza.edu.ps/thesis/95832.pdf>

¹⁹ نجم، عبود نجم (2008) . إدارة المعرفة والمفاهيم والأستراتيجيات والعمليات . عمان : مؤسسة الوراق، ص 24

²⁰ Simao, L. and Franco, M. (2018)." External knowledge sources as antecedents of organizational innovation in firm workplaces: a knowledge-based perspective ."Journal of Knowledge Management, Vol. 22 No. 2, pp. 237-256, Retrieved march27,2020, from: <https://0810bzgb4-1106-y-https-https-org.mplbci.ekb.eg/10.1108/JKM-01-2017-0002>

²¹ غزالي، عادل (2016) . دور إدارة المعرفة في الرفع من أداء التنظيم الصناعي الجزائري : دراسة ميدانية . أطروحة دكتوراه، جامعة محمد مين دباغين سطيب، الجزائر. ص ص 115-116، متاح علي الرابط التالي

<http://dspace.univsetif2.dz/xmlui/bitstream/handle/setif2/668/%D8%B9%D8%A7%D9%84%D9%8A.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

²² innovation definition, Retrieved october 11, 2019, from :
<https://stats.oecd.org/glossary/detail.asp?ID=6865>

²³ - Gamal,Dalia.How to measure organization innovativeness, Giza, Egypt,2011,
P 7, Retrieved october 25, 2019, from :
<http://www.tiec.gov.eg/backend/Reports/MeasuringOrganizationInnovativeness.pdf>

²⁴ عنایت، راجی (1995) . الابتكار والمستقبل : خواطر وأراء للتأمل والمناقشة والتطوير حول
الابتكار والمستقبل، مستقبل التربية العربية ، مج1، ع2، ص 244. متاح علي الرابط التالي :
<http://search.mandumah.com/Record/15654>

²⁵ Marina du Plessis, (2007) "The role of knowledge management in innovation"
. Journal of Knowledge Management, Vol. 11 Issue: 4, pp.20-29, Retrieved
November 12, 2019, from :
<https://doi.org/10.1108/13673270710762684>

²⁶ Anahita Baregheh, Jennifer Rowley, Sally Sambrook,(2009) "Towards a
multidisciplinary definition of innovation", Management Decision, Vol. 47
Issue: 8, pp.1323-1339, Retrieved September 13, 2019, from :
<https://doi.org/10.1108/00251740910984578>

²⁷ Sania Awais, Kanwal Ameen, (2018) "The current innovation status of
university libraries in Pakistan", Library Management, p3, Retrieved october 21,
2019, from : <https://doi.org/10.1108/LM-11-2017-0125>

Sania Awais, Kanwal Ameen (2018) Op.Cit . P4. ²⁸

²⁹ بروبي، سمیه (2011) . دور الابداع والابتكار في إبراز الميزه التنافسية للمؤسسات
المتوسطة والصغيرة . أطروحة ماجستير، جامعة فرحات عباس، سطيف، كلية العلوم
الإقتصادية، ص ص 77-78، متاح علي الرابط التالي :

<http://www.univ-ecosetif.com/bib/theses/151.pdf>

³⁰ أبو خوصة، إبراهيم محمد عودة، و ممدوح عبدالعزيز محمد رفاعي (2015). "أثر المعرفة على الابتكار التنظيمي: دراسة تطبيقية على قطاع الاتصالات الفلسطينية . المجلة العلمية للإقتصاد والتجارة، جامعة عين شمس، كلية التجارة ع4، ص ص 13 - 28، متاح علي

الرابط التالي : <https://search.mandumah.com/Record/763601>

³¹ الدوري، جمال أحمد أحمد، أحمد فتحي محمد . أثر عمليات إدارة المعرفة في الابتكار التنظيمي في شركات الصناعات الدوائية في الأردن، كلية العلوم الإدارية والمالية، جامعة عمان الأهلية، ص9، متاح علي الرابط التالي :

<https://www.ammanu.edu.jo/English/pdf/StaffResearch/business/925/>

³² أبو حلوب، مهند محمد عرفه سالم (2015) . التخطيط الإستراتيجي وعلاقته بالابتكار التنظيمي : دراسة ميدانية عن العاملين في القطاع الخاص الانتاجي الصناعي الفلسطيني في الاستراتيجية الوطنية للتصدير . أطروحة ماجستير، غزة، جامعة الأزهر ، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، ص 35، متاح علي الرابط التالي :

<https://www.alazhar.edu.ps/arabic/He/files/20113352.pdf>

³³ Margaret B. Dardess, Robert K. M achan, (2003), tracking innovation report staff , north Carolina board of science and technology, Retrieved December 19, 2019, from :

https://files.nc.gov/ncommerce/documents/files/Tracking_Innovation_NC_Innovation_Index_2003.pdf

³⁴ أبو حلوب، مهند محمد عرفه سالم (2015) مصدر سابق . ص 36.

³⁵ Charles Edquist(2001), The Systems of innovation approach and innovation policy : An account of the state of the art , national systms of innovations and public policies, Retrieved December 10, 2019, from :

https://www.researchgate.net/publication/228823918_The_Systems_of_Innovation_Approach_and_Innovation_Policy_An_Account_of_the_State_of_the_Art

³⁶ أبو حلوب، مهند محمد عرفه سالم (2015) . مصدر سابق . ص ص 36-37.

³⁷ G.S.Dangayach, s.c.pathak, A.dasharma (2005) . Managing Innovation , Retrieved, January 10, 2020, from : http://www.techmonitor.net/tm/images/7/7f/05may_jun_sf3.pdf

³⁸ Peter.F.Drucker (2015) . Innovation and Entrepreneurship, Routledge Classic :Taylor & Francis Group, New York, USA , Retrieved February 10, 2020, from : http://www.untag-smd.ac.id/files/Perpustakaan_Digital_1/ENTREPRENEURSHIP%20Innovation%20and%20entrepreneurship.PDF

³⁹ المنصوري، سعيد بن سلطان (2015) . المعرفة والابتكار أساس نمو الاقتصاد الوطني، متاح علي الرابط التالي : <https://www.alittihad.ae/article/89251/2015>

⁴⁰ عمر، حسن الشيخ (2013) . دور رأس المال المعرفي في تحقيق الابتكار لدي عمداء الكليات في الجامعات السورية : دراسة ميدانية . مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الإقتصادية ، مج 21، ع2، ص ص375 ، متاح علي الرابط التالي :

⁴¹ وناس، اسماء(2015) مصدر سابق. ص 75

⁴² وناس، اسماء(2015) مصدر سابق. ص 75.

⁴³ حجر، إبراهيم الأمين (2004) . رؤية لتعزيز مجتمع المعرفة والابتكار في الوطن العربي. مجلة اتحاد الجامعات العربية، 43، ص ص 293-303، متاح علي الرابط التالي :

<http://search.mandumah.com/Record/18691>

⁴⁴ [Goh, A.L.S. \(2005\), Op.Cit , pp. 6-18. Retrieved august10, 2020, from :](https://doi.org/10.1108/13673270510610297)

<https://doi.org/10.1108/13673270510610297>