

نحو مجتمع المعرفة

سلسلة دراسات يصدرها

مركز الدراسات الاستراتيجية

جامعة الملك عبدالعزيز

الإصدار الخمسون

روح المبادرة والابتكار كدعائم للإقتصاد القائم

على المعرفة

ردمك: ١٦٥٨-٣٥٦٦
رقم الايداع: ١٤٢٨/٢٦٧٣

تعلّموا العلم فإنّ تعلّمه لله خشية، وطلبه عبادة، ودراسته
تسبيح، والبحث عنه جهاد، وتعليمه من لا يعلمه صدقة،
وبذله إلى أهله قرينة

(الصحابي الجليل معاذ بن جبل رضي الله عنه)



مكتب مدير الجامعة



(كلمة)

معالي الأستاذ الدكتور اسامة بن صادق طيب مدير الجامعة

من المسلم به أن دخول تقنية الاتصالات والحاسبات بشتى أنواعها إلى المملكة العربية السعودية في العقود الأخيرة قد أسهم بدرجة كبيرة في إحداث طفرة نوعية في توظيف وتسخير المعلومات للارتقاء بجودة حياة المواطن وتطوره ورفاهيته ، وساعد في تحول قطاعات كثيرة من المملكة عن الأنماط التقليدية للمعرفة بدرجة أو أخرى . ومن المعروف أن مجتمع المعلومات يتطلب أساسي لإقامة مجتمع المعرفة الذي نسعى جاهدين لإقامته في بلادنا . و التحول إلى مجتمع معرفي له متطلبات عديدة ، ومن أهمها فيما يتعلق بالجامعة :

- نظام تعليمي يوفر ركائز المعرفة وآلياتها ويعمق توظيفها .
- أجهزة فعالة للبحث والتطوير في كل كيانات الدولة العامة والخاصة .
- خطة إستراتيجية لإحداث تغيير جذري في بنية التعليم العالي وأنظمتها .

وتفخر جامعة المؤسس (جامعة الملك عبدالعزيز) بأنها بدأت منذ عدة سنوات مسيرتها على طريق التطوير والتحديث في كل مجالاتها العلمية والتعليمية والبحثية وفي ميادين خدمة المجتمع بعد أن اتخذت من التخطيط الإستراتيجي منهاجاً ، ومن التطوير هدفاً وغاية ، تحقيقاً لمتطلبات مجتمع المعرفة . وقد حققت - بفضل الله - خلال سنوات قلائل نقلات كمية ونوعية على جميع المستويات المحلية والعالمية . وقد شهدت الأعوام الأخيرة توسعات أفقية ورأسية للجامعة ، من إنشاء لوكالات جديدة للجامعة ، وعمادات ، ومراكز بحثية متميزة ، ومعاهد ، وإنشاء كليات وتأسيس جامعات جديدة ، واستحداث أنماط جديدة من التعليم الجامعي ، ومسارات أكاديمية ، وتطوير للمناهج ، واعتماد التعلم الإلكتروني والتعليم عن بعد ، واستحداث برامج جديدة في الدراسات العليا ، وتطوير لبقية البرامج ، وقبل ذلك كله فقد قطعت الجامعة شوطاً بعيداً في مجال تحقيق هدفها للتحول إلى جامعة بحثية وجامعة إلكترونية ، إضافة إلى إقامة شراكات جديدة في مجال التعاون

ز

الرقم : Ref.: التاريخ: Date: المشفوعات: Encl.:



البريد الإلكتروني : E-mail :
president-office@kau.edu.sa

ص.ب. : ٨٠٢٠٠ جدة - ٢١٥٨٩
P.O.Box: 80200 Jeddah: 21589

فاكس : ٦٩٥١٩٩٦
Fax.: 6951996
٦٩٥٢٠٠٩ / ٦٩٥٢٠٠٨ : ٢
٦٩٥٢٠٠٨ / ٦٩٥٢٠٠٩ : ٢
٦٩٥٢٠٠٨ / ٦٩٥٢٠٠٩ : ٢



مكتب مدير الجامعة

الدولي ، ومؤتمرات ولقاءات علمية متتالية تعقد في رحاب الجامعة وغير ذلك كثير من النشاطات الأكاديمية التي يتطلبها التحول إلى مجتمع معرفي .

وفي إطار السعي نحو مجتمع المعرفة ، فقد حددت أهداف الجامعة عموماً في التعليم وتنمية المجتمع وإثراء ونشر المعرفة من خلال التركيز على النشاطات البحثية . فتلك هي رسالة جامعات البحث التي يحتاج إليها مجتمع المعرفة .

وإذا كانت جامعة الملك عبدالعزيز ، المعروفة بمبادراتها الرائدة في تطوير الأداء العلمي والأكاديمي والتخطيط الاستراتيجي ، تعرف طريقها إلى مجتمع المعرفة والذي تسير عليه منذ سنوات ، فقد رأت من واجبها وفاءً برسالتها في نشر الثقافة العلمية وثقافة التطوير ، أن تساهم في بناء مجتمع المعرفة في بلادنا ، فبادرت إلى إصدار سلسلة من الدراسات العلمية التي تضع الأسس السليمة لإقامة مجتمع المعرفة في بلادنا ، وتعريف مؤسسات المجتمع المعنية بالآليات والتقنيات التي اعتمدتها الدول المتقدمة في تحقيق التنمية الشاملة والمستدامة ، والتعريف بالمدلولات العلمية الصحيحة للمصطلحات والاتجاهات الجديدة التي شاعت مؤخراً في أدبيات البحث العلمي والتنمية والتطوير التقنية والتي يتعين علينا جميعاً الأخذ بها ، وتطبيق ما يصلح منها لمجتمعنا طالما أنه لامتصاص لنا من اتخاذ التقنية الحديثة والتطوير سبيلاً للتقدم والتنمية ، وطالما أن التعامل مع معطيات العصر وإنجازاته العلمية والتكنولوجية أصبح ضرورة بقاء .

إن جامعة الملك عبدالعزيز لترجو أن تكون سلسلة " نحو مجتمع المعرفة " هادياً ودليلاً لكل من ينشد الدخول إلى مجتمع المعرفة من مؤسساتنا الوطنية والعربية .

نسأل الله السداد والتوفيق في تحقيق التقدم المعرفي لبلادنا وامتنا العربية .

مدير الجامعة

أ. د / أسامة بن صادق طيب

ح

Encl.: المشفوعات:

Date: التاريخ:

Ref.: الرقم:



E-mail: البريد الإلكتروني :
president-office@kau.edu.sa

ص. ب. ٨٠٢٠٠ جدة ٢١٥٨٩
P.O.Box: 80200 Jeddah: 21589

فاكس: ٦٩٥١٩٩٦
Fax.: 6951996

٦٩٥٢٠٠٩/٦٩٥٢٠٠٨
٦٩٥٢٠٠٩/٦٩٥٢٠٠٨

تقديم المشرف على السلسلة

تقدم سلسلة "نحو مجتمع المعرفة" دراسات علمية موضوعية للمفاهيم المستحدثة والآليات الجديدة التي يعتمد عليها مجتمع المعرفة والتي راجت في العقود الأخيرة من جراء الإقبال واسع النطاق على استخدام تقنيات الاتصالات والمعلومات، والتي كان لها أبلغ الأثر في تحول الاقتصاد العالمي إلى اقتصاد يعتمد أساساً على المعرفة العلمية، أو الاقتصاد المعرفي المبني على المعرفة التي تسفر عنها البحوث المدنية والتكنولوجية، وهي المعارف الجديدة التي تحولت بسرعة إلى سلعة أو خدمة أو هيكلية أو طريقة إنتاج، وأصبحت قدرة أية دولة وثروتها تتمثل في رصيدها المعرفي. وكان لزاماً على بلادنا / المملكة، والدول العربية بصفة عامة، أن تتأهل للدخول في مجتمع المعرفة لكي تبلغ المكانة العالية التي تطمح إليها في العصر الحالي.

وقد أدركت حكومة خادم الحرمين الشريفين منذ سنوات أن التقدم التكنولوجي هو الحلقة الحاسمة لتحقيق التقدم الاقتصادي والتنمية المستدامة فبادرت إلى التوسع في التعليم العام والعالي بكل مستوياته وأنماطه الجديدة، وأنشأت الجامعات في كل مناطق المملكة وأقامت لها فروعاً في كل المدن والمحافظات، وأعدت برامج طموحة للابتعاث إلى مختلف الدول المتقدمة علمياً وتقنياً، وهي البرامج التي بدأت تؤتي أكلها بفضل الله. حيث بدأت طلائع الخريجين تصل إلى المملكة. وأصبح لدى المملكة جامعات حكومية وخاصة الكترونية بالكامل، وجامعات بحثية بالكامل على أعلى مستوى علمي وتقني. وأغدقت في الإنفاق على البحث العلمي وتشجيع العلماء، في نهضة علمية واسعة النطاق وغير مسبوق.

وقد ظهر أثر هذه النهضة العلمية المباركة واضحاً بصفة خاصة في مؤسسات التعليم العالي في المملكة، وفي مقدماتها بطبيعة الحال جامعة المؤسس (جامعة الملك عبدالعزيز) بما لها من ريادية مبكرة في تطوير التعليم العالي في المملكة منذ نشأتها، وقد نصت في الرؤية المستقبلية للبحث العلمي



على أن تكون الجامعة الأولى للبحث العلمي على مستوى العالم العربي وضمن أفضل خمس جامعات على مستوى العالم الإسلامي في إطار الهدف البعيد للجامعة وهي أن تصبح جامعة الملك عبدالعزيز الرائدة في كافة برامجها على مستوى المملكة والعالم العربي، وهو ما يتضح من تحولها السريع / في غضون أعوام قليلة / إلى جامعة بحثية وجامعة الكترونية تعتمد التعلم الإلكتروني في مناهجها والتعليم عن بعد، وإنشاء مراكز تميز بحثي في التخصصات العلمية والتقنية الجديدة، واعتماد التخطيط الاستراتيجي منهاجاً لأعمال التطوير في كل القطاعات، وسعيها الدؤوب لاستقطاب العلماء البارزين في التخصصات العلمية الدقيقة والتقنيات الجديدة، وحصول الكثير من برامجها التعليمية على الاعتماد الأكاديمي الدولي، وإنشاء الحاضنات، وعقد شراكات مع الجامعات المرموقة ومراكز البحوث الدولية، وتضاعف أعداد الأوراق العلمية التي ينشرها أعضاء هيئة التدريس في المجالات المصنفة دولياً في نظام ISI، وتوالي الانجازات العلمية والطبية في وحدات الجامعة المتخصصة، وتكاثر براءات الاختراع المسجلة بأسماء الباحثين في الجامعة، وإنشاء مراكز لتشجيع الموهوبين وتنمية مهاراتهم، وراح علماء المملكة وطلابها ومبتعثوها يحصدون الجوائز العلمية في الداخل والخارج ... إلى غير ذلك من مؤشرات وشواهد التقدم العلمي والارتقاء المعرفي (الذي تحقّقه جامعة الملك عبدالعزيز في سعيها الحثيث للوصول إلى العالمية) وهي كثيرة بفضل الله، والتي تعني بكل وضوح أننا قد بدأنا بالفعل في إقامة مجتمع المعرفة الذي دعت إليه وبشرت به سلسلة "نحو مجتمع المعرفة" منذ صدورهما في عام ١٤٢٥هـ.

لقد أصدرت جامعة المؤسس هذه السلسلة من الدراسات القيمة كجزء من رسالتها العلمية في نشر الثقافة العلمية الجادة، بهدف وضع الأسس العلمية لإقامة مجتمع المعرفة في المملكة وفي العالم العربي بعامه، من خلال التعريف بالمفاهيم الصحيحة بالآليات المستحدثة والوسائل الفعالة لإقامة التنمية الشاملة والمستدامة، والتنظيمات المؤسسية والمبادرات التطويرية والمنتجات الرقمية وغيرها من ركائز النظام المعرفي العالمي، وصولاً إلى تأسيس مجتمع معلومات عربي على أسس علمية وقواعد وقيم سليمة. ومن هنا فإن هذه الدراسات تتوخى دائماً تحديد إمكانية تطبيق هذه المفاهيم واستخدام

هذه الآليات الجديدة في المملكة وكيفية الاستفادة منها في تنفيذ برامجها التنموية التزاما بمبدأ التفاعل مع احتياجات المجتمع والمساهمة في حل مشكلاته بالطرق العلمية، وهو الهدف الأسمى للبحث العلمي بأنشطته وبرامجه ومشروعاته المتنوعة التي ترعاها جامعة الملك عبدالعزيز.

المشرف على سلسلة "نجوم مجتمع المعرفة"

أ.د. عصام بن يحيى الفيلاحي

المحتويات	رقم الصفحة
تصدير لمعالي مدير الجامعة	ز
تقديم المشرف على السلسلة	ط
المقدمة	١
الفصل الأول: روح المبادرة Entrepreneurship	
مقدمة	٩
روح المبادرة Entrepreneurship	٩
ثقافة المجتمع وروح المبادرة	٩
دور المبادرة في دعم النمو الإقتصادي	١٠
من هو المبادر؟ Entrepreneur	١٢
ما الذي يجعل المرء مبادراً في المشروعات والأعمال	١٤
الإبداع Creativity	١٥
التفاني Dedication	١٥
العزيمة Determination	١٥
المرونة Flexibility	١٥
القيادة Leadership	١٥
الشغف Passion	١٦
الثقة بالنفس Self-confidence	١٦
النباهة Smarts	١٦
نماذج المبادرة الفردية	١٦
نموذج المستشار CONSULTANT MODEL	١٦
نموذج الأعمال الإضافية MOONLIGHTING	
MODEL	١٧
نموذج الإمتياز FRANCHISE MODEL	١٧
نموذج الفكرة البراقة BRILLIANT IDEA	
MODEL	١٧

المحتويات	رقم الصفحة
إطار عمل المبادرة في مجال قطاع الأعمال	١٨
١ - إختيار الشركاء	١٨
٢ - إختيار المنتج أو الخدمة	٢٠
عوامل تخفيض مخاطر الشركات الجديدة	٣٨
(١) تحديد الدافع	٣٨
(٢) تحديد الاستراتيجية	٣٨
(٣) تحديد مدى واقعية الرؤية	٣٩
نظريات وفرضيات روح المبادرة	٣٩
فرضية علم الاجتماع Sociological Theories	٣٩
الفرضيات الاقتصادية Economic Theories	٤٠
الفرضيات الثقافية Cultural Theories	٤٠
فرضية الابتكار وروح المبادرة Entrepreneurship	
Innovation Theory	٤٠
الفرضيات النفسية Psychological theories	٤١
فرضية الحافز للإنجاز Theory of Achievement	
Motivation	٤١
إطار عمل سياسات تطوير وتشجيع روح المبادرة	
على المستوى الوطنى	٤٢
الفصل الثانى: الابتكار Innovation	
مقدمة	٤٩
إطار عمل الابتكار	٤٩
المرحلة الأولى: خلق ثقافة الابتكار داخل المؤسسة	٥٠
المرحلة الثانية: تحديد المشكلة أو الفرصة المطلوب إغتنامها	٥٢
طرق وأدوات مرحلة تحديد المشكلة أو الفرصة	
المطلوب إغتنامها	٥٢

رقم الصفحة	المحتويات
٥٢	(١) مقابلات التشخيص Diagnostic Interviews
	(٢) رسم خرائط العمليات الإدارية Process mapping
٥٣	(٣) تحليل الفجوة Gap Analysis
	(٤) الحوار والتنظيم الذاتي Dialogue and Self-Organizing
٥٣	المرحلة الثالثة: توليد مجموعة من الأفكار لحل المشكلة أو
٥٤	إغتنام الفرصة المتاحة
٥٤	طرق وأدوات مرحلة توليد الأفكار
٥٥	المرحلة الرابعة: التجريب والنمذجة
٥٧	النمذجة السريعة Rapid prototyping
٥٩	طرق وأدوات مرحلة التجريب
٥٩	المرحلة الخامسة: المشاركة
٦٢	طرق وأدوات مرحلة النشر والتوسع
٦٥	معوقات الابتكار
	الفصل الثالث: الإقتصاد القائم على المعرفة
	Knowledge-Based Economy
٧١	مقدمة
٧٢	إقتصاد المعرفة
٧٤	خصائص إقتصاد المعرفة
٧٧	مدخلات إقتصاد المعرفة
٧٨	(١) توفر المهارات العقلية القادرة على الابتكار
٧٨	(٢) توفر الأجهزة الالكترونية والمعدات والمعامل والبنية التحتية
٧٨	(٣) توافر مصادر المعرفة الصريحة
٧٩	القوى الدافعة الرئيسية لإقتصاد المعرفة
٧٩	(١) الزيادة المطردة في كثافة المعرفة

المحتويات	رقم الصفحة
(٢) العولمة	٨٠
الفصل الرابع: روح المبادرة والابتكار كدعائم للاقتصاد السعودي القائم على المعرفة	
مقدمة	٨٣
روح المبادرة والابتكار كدعائم للاقتصاد السعودي	
القائم على المعرفة	٨٣
نقاط القوة في نظام التعليم السعودي	٨٥
نقاط الضعف في نظام التعليم السعودي	٨٦
ملحق أ: إطار عمل إقتصاد المعرفة	١٠٣
ملحق ب: أثر العولمة على إقتصاد المعرفة	١١٧
المراجع والهوامش	١٢٣

مقدمة

مقدمة

المقاصد العامة من هذا الإصدار هي توضيح أهمية وكيفية جعل روح المبادرة والابتكار كدعائم للإقتصاد القائم على المعرفة، حيث أنه مع إستمرار تطور العالم من الإقتصاد الصناعي، إلى النظام الإقتصادي القائم على المعرفة، ظهرت أهمية توظيف الآليات الخاصة بالمبادرة والابتكار، كما أدت التطورات في مجال الاتصالات، وتكنولوجيا المعلومات، والإنترنت في بيئة قطاع الأعمال على مستوى العالم، إلى توسيع قواعد الحياة الإقتصادية والأعمال لتشمل عالم المعرفة، حيث أصبحت الموارد المعرفية، والعاملين في مجال المعرفة، والمشاريع المعرفية هي بؤر الاهتمام على مستوى العالم.

هذه البيئة الجديدة تجلب معها تحديات جديدة، لتنظيم مشروعات المبادرة سواء على المستوى الفردي، أو على مستوى المؤسسات. ويقدم البحث توضيحا لهذه التحديات، وطرق وإستراتيجيات التغلب عليها.

وبالتركيز على خصوصيات المملكة ومتطلباتها يتناول هذا البحث ثقافة الابتكار، والتي يمكن إعتبارها المصدر الرئيسى للتمايز وتحقيق الميزة التنافسية لأية مؤسسة على نطاق واسع. ويقوم البحث بوضع إطار عمل جديد، وأساليب جديدة، للإبتكار، وتوضيح كيفية إستخدامها في وضع حلول إستراتيجية غير مسبوقة في إطار القوة الناعمة.

الفصل الأول: روح المبادرة

وفي هذا الفصل يتم بحث روح المبادرة والتي تعنى بخلق شئ جديد ذو قيمة من خلال تكريس الوقت والجهد اللازمين مع إفتراض المخاطر المالية المصاحبة، وجنى المكافآت الناجمة عن الإشباع النقدي والشخصي للإستقلال، وأثر ثقافة المجتمع على مقدار روح المبادرة القائمة السائدة في المجتمع، ودور المبادرة في دعم النمو الإقتصادي. ويبدأ الفصل بتعريف من هو المبادر، وما الذى يجعل المرء مبادرا في المشروعات والأعمال، مع تقديم نماذج تفصيلية للمبادرة الفردية.

ثم يقدم الفصل الأول إطاراً جديداً لعمل المبادرة في مجال قطاع الأعمال، وعوامل تخفيض مخاطر الشركات الجديدة. هذا بالإضافة إلى تقديم إطار عمل سياسات تطوير وتشجيع روح المبادرة على المستوى الوطني، حيث أنه من مصلحة جميع الحكومات أن تنفذ سياسات تعمل على تشجيع المشاريع وجني ثمار أنشطتها.

الفصل الثاني: الابتكار

وفي هذا الفصل تم بحث العناصر الناعمة للثقافة المؤسسية في استخدام الأسلوب والمهارات، والقيم والمبادئ، والشعور بالالتزام نحو الابتكار، مع تقديم إطار عمل تفصيلي للابتكار داخل المؤسسات والذي يتكون من خمسة مراحل:

- المرحلة الأولى: خلق ثقافة الابتكار
- المرحلة الثانية: تحديد المشكلة أو الفرصة المطلوب إغتنامها
- المرحلة الثالثة: توليد مجموعة من الأفكار لحل المشكلة أو إغتنام الفرصة المتاحة.
- المرحلة الرابعة: التجريب والنمذجة
- المرحلة الخامسة: المشاركة الواسعة

كما يتضمن الفصل توضيح معوقات الابتكار داخل المؤسسات حيث أن الابتكار ليس نشاطاً سهلاً، كما أنه لا يمكن أن يتم بمعزل عن الظروف التي يولد فيها، لهذا فإن الابتكار هو ابن بيئته الابتكارية بدرجة كبيرة.

الفصل الثالث: إقتصاد المعرفة

وفي هذا الفصل يتم بحث إقتصاد المعرفة وهو الإقتصاد الذي تكون المعرفة هي المحرك الرئيسي للنمو الإقتصادي، ففي القرن الحادي والعشرين، تتضائل الميزة التنافسية للموارد الطبيعية، ورأس المال، والأيدى العاملة، وتنتقل تلك الميزة لتمثل في المهارات، والابتكارات، والتكنولوجيا. وبهذا ينحصر دور الموارد الطبيعية إلى أضيق الحدود في حين يلعب الإبداع، والابتكار الدور الأكبر في التنمية الإقتصادية.

كما يتم بحث خصائص إقتصاد المعرفة والركائز الأساسية لهذا الإقتصاد والتي تشمل:

- الحاكمية الرشيدة
- الابتكار
- التعليم
- البنية التحتية للمعلومات

كما تم بحث مدخلات إقتصاد المعرفة، والقوى الدافعة الرئيسية لإقتصاد المعرفة.

الفصل الرابع: روح المبادرة والابتكار كدعائم للإقتصاد السعودي القائم على المعرفة

وفى هذا الفصل يتم بحث التحديات الحقيقية لتنمية وتطوير إقتصاد المملكة المبنى على المعرفة، وتقديم إطار عمل لإستخدام روح المبادرة والابتكار كدعائم للإقتصاد السعودي القائم على المعرفة، حتى يمكن تخطى العوائق التي تواجه الإقتصاد المعرفي السعودي في ظل وجود الركائز الأساسية لإقتصاد المعرفة والتي تتوافر في المملكة بصور يسهل تنميتها وتطويرها بالإستعانة بالمبادريين السعوديين.

كما يتم بحث نقاط القوة ونقاط الضعف في الركائز الأساسية لإقتصاد المعرفة السعودي.

الملحق أ: إطار عمل إقتصاد المعرفة

يوضح هذا الملحق إطار عمل إقتصاد المعرفة والذي يتبناه معهد البنك الدولي لبرنامج التنمية حتى يمكن تقديم توصيات للدول المشتركة من أجل اصلاح السياسات المتعلقة بإقتصاد المعرفة مع توصيات اضافية بشأن تحديد ما تحتاجه الدولة للقيام به لتطوير القدرات المناسبة لتحقيق هذه السياسات، ويتكون اطار العمل من أربعة ركائز اساسية والتي تقوم بمساعدة البلدان على وضع استراتيجيات مناسبة لأجل الإنتقال الى إقتصاد قائم على المعرفة.

الملحق ب: أثر العولمة على إقتصاد المعرفة

يشمل الملحق بحث العوامل والأسباب التي أدت إلى العولمة، والآثار الإقتصادية للعولمة على شعوب العالم والتي تشمل:

- تكامل أسواق المال الدولية
- تحرير السياسات وتلاشي الحدود بين البلدان
- تحرير المنافسة الإقتصادية
- إنشاء أسواق إنتاج عالمية
- تدفق الإستثمارات الاجنبية المباشرة

الفصل الأول

روح المبادرة
Entrepreneurship

مقدمة

من البديهي أن روح المبادرة على المستويات الفردية والمؤسسية والمجتمعية ضرورية لتحفيز النمو الإقتصادي وتأمين فرص العمل في كافة المجتمعات، حيث تُشكّل شركات الأعمال الصغيرة الناجحة المحركات الأولية لخلق فرص العمل، وتنمية الدخل، وتخفيض مستوى الفقر في كافة أنحاء العالم. لذلك فإن التوجيه الحكومي لدعم روح المبادرة في الأعمال يُشكّل استراتيجية حاسمة للتنمية الإقتصادية.

روح المبادرة Entrepreneurship

روح المبادرة هي عملية خلق شئ جديد ذي قيمة من خلال تكريس الوقت والجهد اللازمين مع افتراض المخاطر المالية المصاحبة، وجني المكافآت الناجمة عن الإشباع النقدي والشخصي للاستقلال^١.

وتقترن روح المبادرة بإجراءات تتسم بالتجديد والالتزام والاجتهاد والمثابرة والجهد المقنن مع توقعات الإنجاز المستقبلية لأجل القيام ببعض المهام المحددة الخاصة بأداء الأنشطة الإنتاجية والقدرة على تحمل الجهود المرتبطة بالإستثمار^١.

ويختلف خبراء الإقتصاد ورجال الأعمال في تعريفاتهم لروح المبادرة، ومع ذلك، اتفق معظمهم على أن روح المبادرة الفردية هي أمر حيوي لتحفيز النمو الإقتصادي ولخلق فرص العمل في جميع المجتمعات^٢. وينطبق هذا التعريف، خصوصا، على دول العالم النامي، حيث تعتبر الأعمال التجارية الصغيرة والناجحة بمثابة المحرك الرئيسي لخلق فرص العمل والحد من الفقر.

ثقافة المجتمع وروح المبادرة

قد تؤثر ثقافة المجتمع على مقدار روح المبادرة القائمة والساندة في المجتمع، فالمجتمع الذي يمنح المركز الأعلى والقيمة فقط لأولئك الموجودين على قمة المؤسسات الهرمية القائمة أو الذين يملكون الخبرة المهنية قد تثبط همة المبادرين، بينما يكون من

المرجح أن يتم تشجيع روح المبادرة عن طريق نشر ثقافة المبادرة أو سياسات تشجيع المبادرين والتي تمنح أعلى تقدير للفرد "العصامي" أو "المبادر".

وهناك مستويات مختلفة من التفاوت الثقافي بين المجتمعات التي تجعل من روح المبادرة أمرا يعود بالنفع الشخصي على المبادر أو لا يعود، ومن التحديات التي تواجه العالم العربي والتي كانت من أسباب الانتفاضات الشعبية في بعض البلدان العربية هي غياب البيئة المحفزة لنمو المنشآت بالغة الصغر والصغيرة والمتوسطة، نتيجة لضعف ثقافة روح المبادرة والمعرفة غير الكافية بشأن كيفية إطلاق شركات قطاع الأعمال وكيفية إدارتها، بالإضافة إلى الافتقار إلى بيئة تشجع على إنشاء المشاريع في قطاع الأعمال^٣.

دور المبادرة في دعم النمو الإقتصادي

يقوم المبادرون بخلق أعمال تجارية جديدة وإنشاء شركات جديدة والتي تؤدي بدورها إلى توفير فرص عمل، وتكثيف المنافسة، وربما حتى زيادة الإنتاجية من خلال التغيير التكنولوجي، وبالتالي، فإن وجود مستويات عالية من روح المبادرة سوف يترجم بصورة مباشرة إلى مستويات عالية من النمو الإقتصادي.

ويعتبر مشروع الرصد العالمي لروح المبادرة وريادة الأعمال دراسة فريدة من نوعها وقد تم توجيهها نحو إدراك العلاقة بين روح المبادرة والنمو الإقتصادي القومي، ويقوم هذا المشروع بتسليط الضوء على ثلاثة أهداف رئيسية:

- قياس حجم ونطاق النشاط التجارى وتحليل كيفية إختلافه عبر البلدان.
- كشف العوامل التي تؤثر على المستويات المحلية للنشاط التجارى.
- تحديد السياسات التي قد تعزز من المستوى المحلى للنشاط التجارى.

وفى الأبحاث المتعلقة بمشروع الرصد العالمي لروح المبادرة في ريادة الأعمال التجارية، تم تصنيف الدول إلى ثلاث مجموعات على أساس مستويات تطورها الإقتصادى. ويعرض النموذج النظرى لهذه الدراسة لثلاث مجموعات من الظروف المصاحبة لإطار العمل الإقتصادى:

- الظروف التي تحقق المتطلبات الرئيسية للنشاط التجاري.
- الظروف التي تعزز الكفاءة.
- الظروف التي تعزز روح المبادرة والابتكار.

وكما تقدمت البلدان إقتصاديا، كلما كان هناك تحول في الأهمية النسبية لهذه المجموعات الثلاث من الظروف المصاحبة لإطار العمل الإقتصادي، وتعتبر روح المبادرة أمرا ناشئا، فمع تقدم العلوم والتكنولوجيا شهدت المبادرة في ريادة الأعمال تحولا أساسيا وبرزت كعامل أساسي في التنمية الإقتصادية والاجتماعية. وقد قام بعض الكتاب بوضع نظريات مختلفة لروح المبادرة وهو ما أدى إلى إشاعة هذا المفهوم بين عامة الناس.

معنى المبادرة في اللغة العربية

هناك كلمات ذات دلالة علي معنى المبادرة منها: المسارعة، والمسابقة، والمنافسة والمعالجة:

المسارعة:

المسارعة بمعنى المبادرة والتقدم والسبق والخفة إلى الشيء، ومن خف في طلب شيء كان سهلا عليه وفي متناوله، متمكناً منه، إلى ما في ذلك مما يخالف معنى البطء والتثاقل، ويدل على علو الهمة والإقبال على الأمر. فالمسارعة إذن هي المبادرة والمضي إلى الأمر بجد وهمة ونشاط ورغبة وإقبال والتقدم فيه متمكناً من غير بطء ولا توان ولا تقصير.

المسابقة:

في المسابقة معنى التقدم والمبادرة والإسراع، وتدل على وجود متسابقين، مما يفيد بذل غاية الجهد والاجتهاد لتحقيق السبق والفوز على الآخر، وهؤلاء السابِقون في الخير هم ممن بادروا إلى بذل غاية جدهم واجتهادهم وطاقتهم ليكون لهم التقدم، وتحقيق معنى الانتصار على الغير.

تتفق المسارعة والمسابقة حيث أن كلاهما فيه معنى المبادرة والجهد في الأمر وعدم البطء فيه والإقدام وعدم التواني والتقصير، إلا أن المسارعة تختلف عن المسابقة حيث أن الأولى تتعلق بذات العامل بغض النظر عن منافسه في ذلك، فهو يجد ويجتهد أبلغ الاجتهاد لذاته،

يحركه ما يراه من واجب عليه في ذات الأمر، وهذا لا يكون إلا لمن علت همته وسمت اهتماماته، أما المسابقة فتكون حال وجود قرين يسابق فتجتهد لتحقيق السبق، فيكون وجود القرين المسابق المخالف دافعا لك لمزيد من بذل الجهد والتحري. كما يلحظ في المسارعة خشية فوات الفرصة، كما يظهر فيها جانب ضيق الوقت خشية عدم إدراكه، فهو يسارع لذلك، وفي المقابل يلحظ في المسابقة ظهور النتيجة، وهي مادية واضحة.

المنافسة:

المنافسة اشتقت من النفاسة، فيقال لكل شيء ذي خطر وشأن: نفيس، والمتنافس: يبرز أعلى ما عنده فيما فيه خطر وشأن، وهي إذن تدل على علو همة، وطلب الأعلى شأنًا، وإبراز كل الطاقات فيما هو نفيس ذي خطر وشأن عندك.

العجلة أو المعالجة:

تكون العجلة في الخير أو المعالجة فيه أمر محمود ينسجم مع معنى المبادرة إلى الخيرات

من هو المبادر؟ Entrepreneur

في نظر بعض علماء الإقتصاد، فإن الشخص "المبادر" في الأعمال التجارية هو المرء الذي يكون دائما على استعداد لتحمل المخاطر المترتبة عن إطلاق مشروع جديد في حال توفرت فرصة كبيرة لتحقيق الربح، فقد تكون الفرصة فكرة قد تنضج لتصبح مشروعا مجسدا يجني ثماره مستقبلا، ومهما كانت قوة الإنسان العلمية والفكرية فإنه لن يحقق مكسبا إلا إذا انتهاز فرصة الفكرة ليبادر إليها فيقوي مكانته ويفيد مجتمعه ووطنه. ويؤكد آخرون على دور المبادر كمبتكر يقوم بتسويق ابتكاره، وهناك عدد آخر من علماء الإقتصاد لا يزال يدعون أن رجال الأعمال المبادرون يكمن دورهم في القيام بتطوير منتجات أو عمليات جديدة التي توافق إحتياجات السوق والتي لم يتم توريدها من قبل، أو لم يعد يجرى توريدها حاليا، وقد اعاد خبير إدارة الأعمال "بيتر دراكر" (١٩٠٩-٢٠٠٥) صياغة هذه الفكرة، بوصفه للمبادر أنه الشخص الذي يسعى حقا للتغيير، ويستجيب له، ويقوم بإستغلال هذا التغيير بإعتباره فرصة جديدة.

ويمكن من خلال النظر إلى التغييرات القائمة في مجال المعلومات والإتصالات،

بدءا من نشوء الآلة الكاتبة إلى اجهزة الكمبيوتر الشخصية إلى الإنترنت، أن ندرك أن مثل هذه الأفكار قد ظهرت نتيجة لروح المبادرة.

وفي القرن العشرين، ركز عالم الإقتصاد جوزف شومبيتر على كيف أن حماس المبادر للابتكار والتحسين يحدث ثورة وتغييرا. وقد اعتبر شومبيتر أن روح المبادرة هي بمثابة قوة «تدمير خلاقة» للطرق القديمة. يجري المبادر "ائتلافات جديدة"، مما يساعد في جعل الصناعات القديمة بالية. ويتم تدمير الطرق الراسخة للقيام بالأعمال بفعل استحداث طرق جديدة أفضل للقيام بها.

ويجمع معظم الإقتصاديين اليوم على أن روح المبادرة تمثل عنصرا ضروريا لتحفيز النمو الإقتصادي وتوفير نشوء فرص عمل جديدة في جميع المجتمعات.

وفي العالم النامي، تعتبر الأعمال التجارية الصغيرة محركا رئيسيا لخلق فرص العمل، ولنمو الدخل، والحد من الفقر. ولذلك، لا بد من دعم الحكومات لروح المبادرة في تنظيم المشروعات الصغيرة، ووضعها ضمن الإستراتيجية الأساسية للتنمية الإقتصادية. كما أكدت اللجنة الإستشارية لقطاع الأعمال والصناعة الخاصة بمنظمة التعاون الإقتصادي والتنمية في عام ٢٠٠٣:

"تعتبر السياسة الخاصة بتعزيز روح المبادرة في إبتكار المشروعات الجديدة أمرا ضروريا لخلق فرص العمل والنمو الإقتصادي، ويمكن للمسؤولين الحكوميين أن يقوموا بتوفير الحوافز اللازمة لتشجيع أصحاب المشاريع الجديدة على الإنخراط في مشروع مغامر وجديد. ومن بين تلك الحوافز القوانين التي تفرض حقوق الملكية الفكرية وتقوم بتشجيع نظام الأسواق التنافسية".

ما الذي يجعل المرء مبادرا في المشروعات والأعمال؟

لا يوجد وصف محدد للشخص المبادر، حيث يبرز المبادرون الناجحون من مختلف الأعمار، ومستويات الدخل، ومن مختلف الجنسيات والأعراق، كما أن المبادرون يختلفون في مستوى تعليمهم وتجربتهم ولكن الأبحاث تشير إلى أن معظم المبادرين الناجحين يتشاطرون مزايا شخصية معينة، (شكل ١) تشمل: الإبداع، التفاني، التصميم، المرونة، القيادة، الشغف، الثقة بالنفس، والفتوة السليمة أو "النباهة"، والعزيمة. يملك كل مبادر في الأعمال هذه الصفات بدرجات مختلفة. لكن ماذا بشأن فرد تنقصه واحدة أو أكثر من هذه الصفات؟ هناك العديد من المهارات التي يمكن تعلمها؛ أو ربما يمكن توظيف شخص يملك نقاط قوة يفتقدها المبادر التجاري. فالاستراتيجية الأكثر أهمية هي أن يدرك الشخص نقاط القوة وأن يبني عليها في إطلاق مشروعه.



شكل ١: تشير الأبحاث إلى أن معظم المبادرين الناجحين يتشاطرون مزايا شخصية معينة تفسر لغز شخصية الشخص المبادر

الإبداع Creativity

الإبداع هو الشرارة التي تدفع تطوير منتجات أو خدمات جديدة، أو طرق ممارسة الأعمال. إنه الدافع إلى الابتكار والتحسين. إنه الاستمرار في التعلم، وطرح الأسئلة، والتفكير خارج المعادلات الراسخة.

التفاني Dedication

التفاني هو الدافع الذي يحفز المبادرات التجارية على العمل الشاق، لمدة ١٢ ساعة أو أكثر في اليوم الواحد وحتى سبعة أيام في الأسبوع ولا سيما في بداية إطلاق المشروع، حيث يجب أن يترافق التخطيط والأفكار مع العمل الشاق من أجل تحقيق النجاح، والتفاني هو الذي يجعل كل ذلك يتحقق.

العزيمة Determination

العزيمة هي الرغبة القوية جداً لتحقيق النجاح، وتشمل هذه الرغبة المثابرة والقدرة على الوقوف من جديد بعد مواجهة ظروف قاسية. يقنع المبادرات التجاري بإجراء المكالمات الهاتفية العاشرة بعد أن أدت المكالمات الهاتفية التسع السابقة إلى لا شيء. بالنسبة للمبادرات الحقيقي، لا يُشكّل المال الحافز، بل النجاح هو الحافز والمال هو المكافأة.

المرونة Flexibility

المرونة هي القدرة على التحرك السريع استجابة إلى الحاجات المتغيرة للسوق؛ وإن يكون المرء صادقاً بالنسبة لحلمه بينما يكون أيضاً واقعياً بالنسبة لحقائق السوق. يتم تداول قصة حول سيدة أعمال فتحت متجرّاً فآخراً تباع فيه فقط المعجنات الفرنسية. لكن الزبائن كانوا يريدون أيضاً شراء فطائر المافيز. وبدلاً من المخاطرة بخسارة هؤلاء الزبائن، عدلت المرأة المبادرة رؤيتها للتكيف مع هذه الاحتياجات.

القيادة Leadership

القيادة هي القدرة على إنشاء قواعد ووضع أهداف، والقدرة على المتابعة للتأكد من إتباع القواعد وإنجاز الأهداف.

الشغف Passion

الشغف هو الذي يجعل أصحاب المشاريع يبدأون العمل ويبقيهم فيه. الإنسان الشغوف هو الذي لديه القدرة على إقناع آخرين للإيمان برؤيته، ولا يمكن للشغف ان يحل محل التخطيط ولكنه يساعد الأشخاص على التركيز في إهتماماتهم ويجعل الآخرين ينظرون إلى خططهم بإمعان وجدية وإهتمام.

الثقة بالنفس Self-confidence

تبرز الثقة بالنفس من التخطيط الشامل الذي يخفض مقدار الشك ومستوى المخاطرة كما تبرز عن الخبرة، وتمنح الثقة بالنفس رجل الأعمال القدرة على الاستماع دون ان يتعرض بسهولة إلى تغيير رأيه أو تخويفه.

النباهة Smarts

كلمة النباهة مصطلح يصف الفطرة السليمة المترافقة مع المعرفة أو التجربة في عمل أو مسعى معين، وتعطي الفطرة السليمة المترافقة مع المعرفة للمرء الغرائز الصحيحة بينما تعطيها التجربة الخبرة اللازمة.

ويتحلى اناس عديدون بميزة النباهة، ولكنهم لا يدركون هذه الميزة ولا يستفيدون منها، فعلى سبيل المثال: إن الشخص الذي يعمل بصورة ناجحة في مشروع ما ضمن موازنة محددة، فإنه يملك بالتأكيد مهارات تنظيمية ومالية كبيرة. وتساهم الوظيفة، والتعليم، وتجارب الحياة جميعها في تكوين النباهة، أو الفطرة السليمة المترافقة مع المعرفة والتجربة.

نماذج المبادرة الفردية

نموذج المستشار CONSULTANT MODEL

يعتبر نموذج المستشار نموذجا شائعا بين الأكاديميين وذوى الخبرة الناتجة عن الصناعة، حيث يتقلد الكثير من مديري الشركات بعد تقاعدهم من وظائفهم العادية منصب الإستشاريين، إما بطريقة مباشرة أو من خلال تولى أدوار إدارية في شركات

مختلفة. كما يميل العديد من محترفي تكنولوجيا المعلومات، خصوصا ذوى المهارات المتخصصة أو حاملي الشهادات المتخصصة إلى الانتقال إلى أدوار إستشارية.

نموذج الأعمال الإضافية MOONLIGHTING MODEL

وهو نموذج شائع بين من يريد تجربة المبادرة في مشروع ما لجزء من الوقت "نصف دوام"، بدون المجازفة في التعرض للمخاطر المصاحبة لأنشطة تنظيم المشاريع ذي الدوام الكامل. ولا يعتبر مثل هذا النموذج جديدا حقا، حيث يتم تبنى الفرص في الصناعات التي تقوم بإستخدام خبراتها لتنفيذ الأفكار البحثية في الأوساط الأكاديمية. ويلجأ بعض المهنيين لإستخدام طريقة الخطابة أو كتابة عمود صحفى وذلك في محاولتهم لنشر أفكارهم خارج نطاق مؤسساتهم.

نموذج الإمتياز FRANCHISE MODEL

وهنا يقرر الأفراد ممن لا يرغبون في الإستمرار في عالم الوظيفة في الشركات بالبدء في المشروع الخاص بهم، بحيث يسعى المبادر لإتخاذ نهج شركة ما، وعندئذ يقوم بحمل مسؤولية إدارة أعماله التجارية على عاتقه مستعينا بدعم التسويق والعلامة التجارية من المؤسسة صاحبة الإمتياز.

نموذج الفكرة البراقة BRILLIANT IDEA MODEL



وهو النموذج الذى يتم تطبيقه على المهنيين وغيرهم من العاملين في عالم الشركات أو لأرباب العمل المعتادين، فهم يدركون أن لديهم "فكرة تساوى ملايين الدولارات" والتي يمكن الإستفادة منها، بحيث يقوم الموظفون بعرض فكرتهم الجديدة المبتكرة على صاحب العمل (شكل ٢) مع إقتراح تنفيذها داخل نطاق العمل.

شكل ٢: يدرك بعض الأشخاص أن لديهم فكرة يمكن الإستفادة منها وقد تساوى الملايين.

وإذا لم يتم إتخاذ الأفكار الجديدة من قبل الإدارة، فلاشك أن صاحب الفكرة يقوم بإتخاذ

طريق المبادرة في إدارة مشروع جديد إذا كان شعوره قويا حيال هذه الفكرة.

إطار عمل المبادرة في مجال قطاع الأعمال

ويشمل إطار عمل المبادرة في مجال قطاع الأعمال الخطوات التالية (شكل ٣):



شكل ٣: إطار عمل المبادرة في مجال قطاع الأعمال

١ - إختيار الشركاء

- هل يجب ان تبدأ الشركة أو المشروع بمفردك أو مع شركاء؟
- هل تريد حقاً أن تكون مسؤولاً عن شركة؟
- هل يجب أن تعمل بدوام كامل أو بدوام جزئي لبدء شركة جديدة؟
- ما هو الحافز لبدء شركة الأعمال؟

إن روح المبادرة هي خيار مهني جذاب، ولكن يجب اتخاذ العديد من القرارات قبل إطلاق وإدارة شركة أعمال جديدة مهما كان حجمها، ويكمن التحدي أمام مبادر الأعمال في إقامة توازن بين اتخاذ القرارات والحذر، أي أن يكون شخصاً عملياً لا يماطل قبل النقاط الفرصة، وفي نفس الوقت بأن يكون حاضراً لأي فرصة من خلال إنجاز كل العمل التحضيري الممكن الذي يخفف مخاطر المشروع الجديد. ومن أحد الخيارات المهمة التي يتوجب على المبادرين الجدد اتخاذها عند إطلاق شركة أعمال بمفردهم أو بالمشاركة مع مبادرين آخرين أن يأخذوا في الاعتبار العديد من العوامل التي تشمل المؤهلات والمهارات الشخصية وطبيعة العمل المخطط لتنفيذه.

وتتوفر أفضليات عديدة لإطلاق شركة أعمال بالمشاركة مع مبادرين آخرين تنتشاطر أعضاء الفرق اتخاذ القرارات وتحمل المسؤوليات الإدارية، وتوحيد الموارد المالية والخبرات والمهارات، كما يستطيعون أيضاً منح الدعم العاطفي لبعضهم البعض الأمر الذي يمكنه أن يساعد في تخفيف الإجهاد الفردي، كما يستطيع مبادرون من أعمار مختلفة تأسيس فرق متكافئة لإطلاق شركة أعمال فالتفاؤل وروحانية «التمكن من الإنجاز» يميزان الشباب بينما يوفر التقدم في العمر الخبرة والواقعية. من المهم أن يكون المبادر الجديد مدركاً للمشاكل المحتملة خلال درسه لأفضليات وسيئات العمل مع مبادرين آخرين مثل تشاطر الملكية، وكيفية إتخاذ القرارات، أو التناظر بين بعض الشخصيات في بعض الأحيان.

وكثيراً ما تولد التفاعلات بين أعضاء فريق ما شعلة الإبداع، حيث يستطيع أعضاء الفريق أن يتداولوا الأفكار فيما بينهم ويقومو بطرح الأفكار لاستنباط حلولاً للمشاكل. وفي الولايات المتحدة، على سبيل المثال، بينت الدراسات أن حوالي نصف عدد كافة الأعمال الجديدة بالكامل أوجدتها فرق مكونة من شخصين أو أكثر. في أحيان كثيرة يكونون على معرفة وثيقة ببعضهم البعض، وبالفعل من الاعتيادي أن تتكون الفرق من زوج وزوجة، كما تظهر الدراسات أن المستثمرين والمصارف يفضلون على ما يبدو تمويل الأعمال الجديدة التي يطلقها أكثر من مبادر واحد، وهذا الأمر وحده قد يُبرر تشكيل فريق المشروع.

وبوجه عام، تملك الفرق القوية فرصة افضل للنجاح. فقد أشار البروفسور إدوارد روبرتس من معهد ماساشوسيتس للتكنولوجيا (MIT) في كتابه «المبادرون في التكنولوجيا الراقية»، أن شركات التكنولوجيا التي شكلها فريق من المبادرين عرفت معدلاً من الفشل أقل مما عرفت شركات أطلقها أفراد. وهذا صحيح بوجه خاص عندما يضم الفريق خبيراً في التسويق.

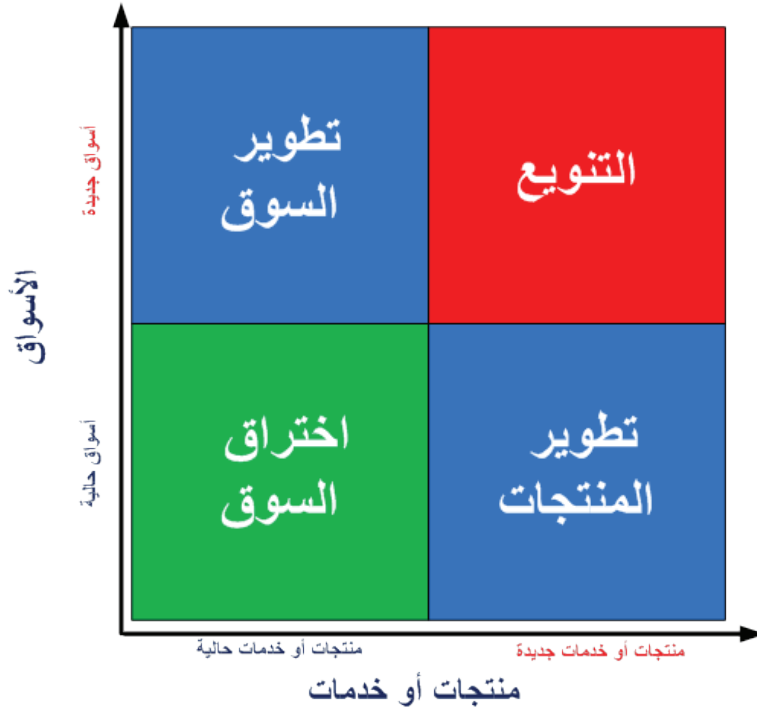
٢ - إختيار المنتج أو الخدمة

• أي منتج أو خدمة يجب أن يشكل الأساس للشركة؟

هناك طرق عديدة للبحث عن أفكار لمنتجات أو خدمات جديدة، وليس من الضروري أن تكون هذه الأفكار ثورية. فعن طريق البحث والتوقيت السليم، يمكننا تحويل الأفكار الاعتيادية إلى أعمال تجارية ناجحة. ويمكن التحدث مع الناس، ودراسة الإجابات التي تتعلق بالأسئلة الآتية للبحث عن أفكار جديدة:

- ما هي التقييدات القائمة في المنتجات والخدمات الحالية؟
 - ما الذي ترغب به الناس وهو غير متوفر؟
 - هل هناك استعمالات أخرى للتكنولوجيا الجديدة؟
 - هل يتغير المجتمع؟ ما هي مجموعات الناس التي لا تُلبي احتياجاتها؟
 - ماذا بشأن الإدراك الحسي للناس في الوقت الحالي؟
- فعلى سبيل المثال فإن خلق الوعي الصحى المتزايد لدى الشعب الأمريكى قد أدى إلى الطلب المتزايد على الوجبات الخفيفة الصحية مما خلق فرص عمل جديدة عديدة في الولايات المتحدة. إن أفكار الأعمال تلائم عادة واحدة من الفئات الأربع (شكل ٤):

- إختراق السوق
- التنويع
- تطوير منتجات أو خدمات
- تطوير السوق



شكل ٤: هناك طرق عديدة للبحث عن أفكار جديدة

(١) إختراق السوق : عرض سلعة أو خدمة موجودة لسوق قائمة

وهى من البدايات الصعبة لمشروع أى مبادر، وتعني كسب المستهلكين من خلال جاذبية البضائع المعروضة، والدعاية، وغير ذلك.

(٢) التنوع: إيجاد سلعة جديدة أو خدمة جديدة لسوق جديدة

هذه أكثر الاستراتيجيات خطورة بالنسبة لشركة جديدة لأن السلعة والسوق غير معروفين. إنها تتطلب قدراً كبيراً من الأبحاث والتخطيط، ولكن في حال نجحت فإنها تملك أكبر الاحتمالات لشركة أعمال جديدة ويمكن ان تكون مربحة للغاية.

(٣) تطوير منتجات أو خدمات: إيجاد سلعة جديدة أو خدمة جديدة لسوق موجودة

ويتم في أحيان كثيرة توسيع هذا المفهوم ليشمل التعديلات على السلع /الخدمات

الموجودة . فعلى سبيل المثال، يستعمل صانعو بطاقات المعايدة المبادرون الدعابة الحادة جداً وأنواع الرسائل التي لا تنتجها شركتنا هولمارك او أميركان غريتنغز- الشركتان الرئيسيتان لصنع بطاقات المعايدة- للتمكن من التنافس في سوق موجودة.

(٤) تطوير السوق: استخدام سلعة أو خدمة موجودة في سوق جديدة

قد تكون السوق الجديدة في دولة أو منطقة مختلفة أو جزء من سوق معينة. فالمبادرون في الأعمال الذين يزودون السلع/الخدمات إلى منازل او مكاتب زبائنهم، او الذين يبيعونها عبر الإنترنت يستهدفون أيضاً سوقاً جديداً، للناس الذين لا يرغبون بالتسوق او المنشغلين للغاية للقيام بذلك.

٣ - دراسة السوق

- ما هو السوق المستهدف؟
- أين موقع السوق؟
- ماهو حجم السوق المستهدف؟

إن عملية تحديد ماهية ومواصفات السوق المناسبة للمنتج أو الخدمة تعد من العمليات الهامة في إطار عمل المبادرة في مجال قطاع الأعمال، حيث تعتبر دراسة الأسواق من العناصر الأساسية لنجاح الشركة لأن السوق يعتبر أحد طرفي التبادل حيث يتم توجيه السلع والخدمات التي تنتجها الشركة إلى هذه الأسواق والتي تحدد بدرجة أساسية مدى نجاح الشركة أو فشلها في إشباع احتياجات المستهلكين.



وقد تكون السوق الجديدة في شكل هـ: يجب على المبادر ان يجري أبحاثا حول السوق المستهدف وان يحلل المنتجات التنافسية له داخل هذا السوق دولة أو منطقة مختلفة أو جزء من

سوق معينة. فالمبادرون في الأعمال الذين يزودون السلع/الخدمات إلى منازل أو مكاتب زبائنهم، أو الذين يبيعونها عبر الإنترنت يستهدفون الناس الذين لا يرغبون الذهاب للتسوق أو المنشغلين للغاية ويستخدمون الإنترنت لتلبية احتياجاتهم. كما أن مواصفات السوق المناسبة المحددة هي محاولة لتزويد منتج يلبي أو خدمة تلبي حاجات مجموعة فرعية معينة من الزبائن. من خلال التركيز على قطاع في السوق ضيق إلى حد ما، وقد يلبي المشروع الجديد حاجات الزبائن أفضل مما يستطيع المنافسون الأكبر حجماً أن يفعلوه.

ويجب على المبادر أن يجري أبحاثاً حول السوق المستهدف وأن يحلل المنتجات التنافسية له داخل هذا السوق. ويعتمد تقدير المبيعات عادة على أبحاث السوق، وغالباً ما يستخدم بيانات مبيعات لمنتجات مماثلة وخدمات تنتجها شركات منافسة.

٤ - تحديد الإستراتيجيات

هذه هي بعض الاستراتيجيات الفعالة التي تساعد المشروع الجديد على جذب العملاء والبدء بتحقيق المبيعات:

○ الممايزة Differentiation Strategy

تتطوي هذه الإستراتيجية على تمييز منتج من منتجات المؤسسة عن باقي منتجاتها الأخرى، وعن منتجات المنافسين الآخرين لجعلها أكثر جاذبية لسوق مستهدف. وقد يكون التمييز لمنتج أو خدمة مقدمة، ويتم توفير قيمة مضافة للعملاء من خلال الميزات الفريدة والمميزة للمنتجات أو الخدمات بدلاً من ميزة "أقل الأسعار"، ويمكن للمؤسسة فرض أسعار أعلى مقابل المنتجات أو خدمات متميزة (شكل ٦).

والممايزة هي محاولة لفصل منتج أو خدمة الشركة الجديدة عن منافسيها. وعندما تكون الممايزة ناجحة يكون المنتج الجديد أو الخدمة الجديدة أقل تأثراً نسبياً من ناحية تقلبات الأسعار لأن الزبائن يقدرّون النوعية التي تجعل المنتج فريداً. من الجائز أن يكون المنتج مماثلاً من الوجهة الوظيفية للمنتج الذي يطرحه المنافسون، ولكنه يملك مزايا تستطيع أن تجعل تشغيله أحسن، مثلاً، قد يكون أصغر حجماً، أخف وزناً، أسهل

للاستعمال والتركيب، وغير ذلك. وتسعى إستراتيجية الممايزة إلى تحقيق عائد يفوق العائد السائد في القطاع، وتعزيز القدرة الدفاعية للمؤسسة لمواجهة المنافسين، ومن وسائل تحقيق إستراتيجية التمييز:

مجال التفاضل	المزايا	
	منتج أو خدمة منخفضة السعر	منتج متميز أو خدمة متميزة
على مستوى واسع (مستوى الصناعة)	إستراتيجية الريادة (في خفض التكلفة)	إستراتيجية التمايز
على مستوى ضيق (مستوى جزء من السوق)	إستراتيجية التركيز (خفض التكلفة)	إستراتيجية التركيز (التمايز)

شكل ٦: إستراتيجية التمايز توفر قيمة مضافة للعملاء من خلال الميزات الفريدة للمنتجات أو الخدمات بدلا من ميزة «أقل الأسعار»

○ تحليل احتياجات العميل

وذلك عن طريق معرفة ما هي احتياجات العميل والتي لا تلبىها المنتجات المعروضة في السوق وأن ندرس القيمة التي يمكن أن يدفعها العميل مقابل هذه الخدمة.

القدرة العالية على تطوير المنتجات أو الخدمات

وذلك لتطوير وتسويق منتجات أو خدمات جديدة وفريدة لا تقدمها المؤسسات المنافسة.

○ القدرة العالية على التسويق

وذلك لأن قياس دراسة احتياجات العميل وتطوير المنتج يحتاجان قدرات تسويقية عالية.

○ التركيز على التطوير والإبداع

المؤسسة التي تنافس عن طريق تمييز منتجاتها/خدماتها تحتاج أن تشجع العاملين على الإبداع والتطوير.

(٥) البحوث والتطوير

إن البحوث هي الأساس الذي تعتمد عليه الشركات المتقدمة تكنولوجياً لإنتاج منتجات جديدة مثل شركات السيارات والأجهزة الكهربائية والإلكترونية والأدوية وغيرها.

○ الكفاءة العامة للمؤسسة لتقليل التكلفة

إن كفاءة إدارة المؤسسة على إدارة عمليات التطوير للمنتجات المختلفة وتطبيق كافة التحسينات والأفكار المقترحة هي أحد الدعام الأساسية لنجاح استراتيجية التميز.

○ الإلتزام من قبل موظفي المؤسسة بالمحافظة على التميز

ويمكن أن يتم تمييز المنتجات عن طريق واحدة أو أكثر من العوامل الآتية: الجودة الفائقة، أو الخصائص والميزات الفريدة من نوعها، أو الإستجابة السريعة في خدمة العملاء أو الابتكار السريع أو الميزات التكنولوجية المتقدمة.

○ التركيز على سوق محددة Niche Market

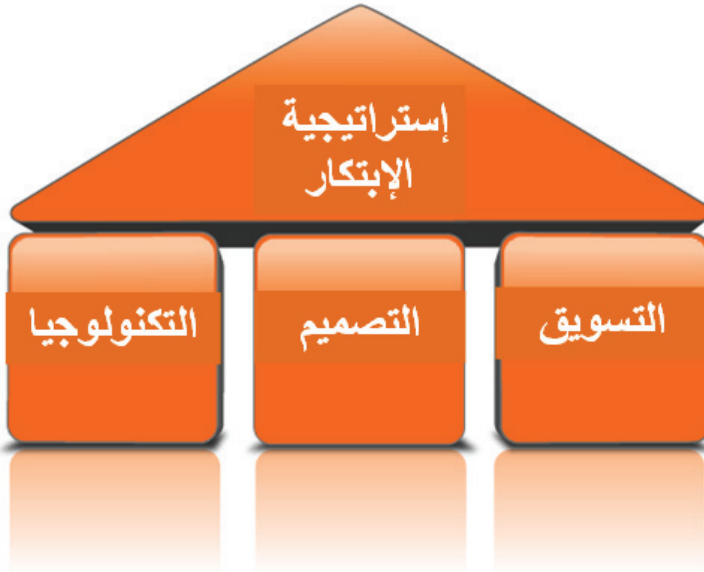
تحديد مواصفات السوق المناسبة المحددة هي محاولة لتزويد منتج أو خدمة



لتلبية حاجات مجموعة فرعية معينة من العملاء (شكل ٧)، من خلال التركيز على قطاع في السوق ضيق إلى حدٍ ما، قد يلبي المشروع الجديد حاجات الزبائن أفضل مما يستطيع المنافسون الأكبر حجماً أن يفعلوه.

○ الابتكار Innovation

الإبتكار هو عملية متعددة المراحل، يقوم بها المبادر لتحويل الأفكار إلى منتجات، أو خدمات، أو عمليات جديدة، أو محسنة، من أجل تحقيق التقدم والقدرة على المنافسة والتميز بنجاح في الأسواق، والابتكار هو الخاصية الأكثر تمييزاً للمبادرة ولقد فسر الخبير في الأعمال وصاحب الرؤية بيت راف دروكر، الابتكار على أنه "تغيير يخلق بعداً جديداً



شكل ٨: إطار إستراتيجية الابتكار المبني على التطوير التقني، والتصميم الصناعي، والتسويق في تطوير المنتجات، والخدمات والعمليات، يُمكن المؤسسة من سرعة وكفاءة تقديم الابتكارات الجديدة إلى السوق.

من الأداء". و هناك نوعان رئيسيان لابتكار المنتجات:

○ الابتكار الجذري

وهو الابتكار الذي يجسد اخترافاً تكنولوجياً أو منتجاً جديداً لم يظهر في أى دولة من دول العالم.

○ الابتكار الإضافي

وهو الابتكار الذى يشمل تعديلات على المنتجات الموجودة. في أحيان كثيرة يقوم مبادرون في الأعمال في دول اقل نمواً بتقليد وتكييف منتجات ابتكرت في دول متطورة. وقد أطلق دروكر على هذه العملية "التقليد الخلاق" وقد يحدث التقليد الخلاق في أي وقت يفهم فيه المقلدون كيف يمكنهم تطبيق الابتكار، واستعماله، او بيعه في سوقهم الخاصة بشكل أفضل مما يستطيع المبتكرون الأصليون القيام به.

حماية الملكية الفكرية

إن الغرض من قانون الملكية الفكرية هو تشجيع الاختراع والابتكار من خلال منح المبتكرين والمخترعين الوقت الكافي للإفادة وتحقيق الربح من أفكارهم الجديدة واسترداد ما أنفقوا في تطويرها، ولكي تنجح المشاريع، يتعين على القانون أن يصون الملكية الفكرية. فإذا تعذرت حماية الإبتكارات بشكل قانوني من خلال البراءات والعلامات المسجلة وحقوق النشر سيميل أصحاب المشاريع إلى عدم المجازفة، وهو أمر ضروري لاختراع منتجات جديدة أو استنباط اساليب جديدة.

وحماية الملكية الفكرية قرار عملي بالنسبة للعمل التجاري. فالمال والوقت اللذان يستثمران وينفقان في تطوير فكرة واكتمالها يكونان قد ضاعا عبثاً إذا قلدها أو اقتبسها الآخرون. فبإمكان المنافسين أن يتقاضوا سعراً أدنى لها لأنهم لم يتحملوا التكاليف التي ترتبت على بدئها.

٥ - تحديد الموقف المالي ومصادر التمويل

تشتمل المكونات المالية لخطة عمل المشروع الجديد عادة على ثلاثة تقديرات هي:

(١) الموازنة Budgeting

وهي قائمة بجميع النفقات والإيرادات المخطط لها. فهي خطة للاقتراض، والادخار والإنفاق. والغرض من الموازنة هو: تقديم توقعات للإيرادات والنفقات، بناء على نموذج لكيفية أداء أعمال الشركة ماليا إذا نفذت استراتيجيات معينة. بعد إطلاق المؤسسة الجديدة، يحتاج المالكون إلى إرسال معلومات حول منتجاتهم أو خدماتهم إلى أكبر عدد ممكن من العملاء المحتملين، بطريق ذات فعالية وكفاءة عالية، وضمن حدود الموازنة.

(٢) بيان الدخل المتوقع

ويحدد بيان الدخل كل العائدات والنفقات المتوقعة للمبادر بالعمل، بما في ذلك الاستهلاك ومدفوعات الرهن العقاري والأصول التي تقل مع مرور الزمن والاستعمال. وذلك لتقدير أرباح المشروع الشهرية والسبوعية. والاستهلاك هو وسيلة لتقدير حساب انخفاض قيمة الأصول التي تقل مع مرور الزمن والاستعمال.

(٣) تحليل السيولة النقدية Flow Cash

ويشمل بيان التدفق النقدي تقدير المبيعات النقدية المتوقعة والمدفوعات النقدية المتوقعة لتسديد الفواتير. ويمكن وضع هذه التقديرات على أساس أسبوعي أو شهري أو فصلي (كل ثلاثة أشهر)، لكن الخبراء ينصحون بوضع التقديرات مرة كل شهر في السنة الأولى أو السنتين الأوليين من إنشاء العمل التجاري الجديد.

ويستخدم هذا الأسلوب في التنبؤ لتقدير كمية المال المطلوب لتمويل العملية سنوياً. إذ يستطيع المبادر بالعمل التجاري من خلال حساب هذه التنبؤات على أساس تراكمي أن يتكهن سلفاً بمبلغ رأس المال الإجمالي الذي يحتاجه للمباشرة في عمله.

وبين صافي التدفق النقدي الشهري كم تزيد عائدات المبادر التجاري النقدية أو تقل عن نفقاته الشهرية النقدية.

ومن المحتمل أن تتعدى النفقات النقدية الشهرية في معظم السنة الأولى من مباشرة العمل العائدات. إذ يتم في كثير من الأحوال إرسال أو شحن البضائع والسلع قبل الحصول على مدفوعات أثمانها. وفي غضون ذلك يترتب على صاحب العمل التجاري أن يسدد الفواتير مستحقة الدفع. ولذا فإن التدفق النقدي التراكمي الذي يضاف كل شهر إلى المبلغ الإجمالي المتراكم من الشهور السابقة سينجم عنه مبلغ أو حساب سلبي متزايد.

وتتطلب هذه التقديرات تقديرات مفصلة للنفقات والمبيعات. ومن السهل نسبياً تقدير النفقات أما تقدير المبيعات فهو يستند عادة إلى أبحاث السوق، وغالباً ما يستخدم بيانات مبيعات لمنتجات مماثلة وخدمات تنتجها شركات منافسة.

ونادراً ما تحقق المؤسسات التجارية الجديدة أرباحاً في الشهور الأولى من مباشرة نشاطها. فتحقيق المبيعات يحتاج إلى وقت، والعائدات لا تكون عادة كافية لموازنة تكاليف المبادرة وبدء العمل وسد النفقات الشهرية. ولذا فإن المبادرين بالعمل التجاري يحتاجون إلى تقدير مبلغ المال الذي يحتاجونه وإلى جمع ذلك المبلغ كي يكونوا قادرين على ترجمة أحلامهم إلى حقائق واقعة.

وقد لا يحتاج إيجاد عمل تجاري ناجح الكثير من المال نقداً بالضرورة. وهناك العديد من مبادري الأعمال الذين بدأوا أعمالاً تجارية بمبلغ خمسة دولار أو أقل، أي ما كان كافياً لمجرد إنشاء الشراكة واستثمار جزء منه في الموجودات وفي إيجاد بعض المواد الإعلانية والدعائية. وهناك عدة طرق لتخفيض النفقات منها على سبيل المثال: العمل في البداية من منزل أحد المشاركين بدلاً من استئجار مكتب، وإستئجار أجهزة وتجهيزات مكتبية بدلاً من شرائها.

غير أنه يجب على المبادرين التجاريين أن يقدّروا مبلغ المال الذي يحتاجونه نقداً لتغطية النفقات إلى أن يبدأوا عملهم في تحقيق أرباح. وأفضل وسيلة وآلية مالية

لتحقيق هذا الغرض هي وضع بيان للعائدات والتدفق النقدي وبدل التدفق النقدي على مبلغ المال الفعلي المتوفر للمشتريات وتسديد الفواتير والالتزامات، وهو الفارق بين العائدات النقدية (الدخل المالي الحاصل) والنفقات النقدية (المصروفات المالية المدفوعة) خلال فترة محددة من الزمن.

(٤) تحديد مصادر التمويل

من أصعب المراحل التي تواجه رجال الأعمال هي مرحلة البحث عن مصادر تمويل ورأس مال لتأسيس مشاريع تجارية جديدة. وهناك مصادر كثيرة يمكنهم أخذها في الاعتبار لذلك. ولهذا، فإن من الأهمية بمكان أن يستكشف رجال الأعمال الطيف الكامل لخيارات التمويل لديهم. كما ينبغي عليهم التقدم بطلب اقتراض مبالغ مالية من مجموعة واسعة من مصادر التمويل.

○ حسابات الادخار الشخصية

يتفق الخبراء على أن أسهل وأسرع مصدر لرأس المال لأي نوع من أنواع العمل التجاري الجديد هو الأموال الخاصة بصاحب المشروع التجاري. ولا توجد شروط خاصة بالتسديد ونقل الملكية أو أي شيء من هذا القبيل. كما أنها تبين للمستثمرين المحتملين أن صاحب المشروع التجاري على استعداد للمجازفة بأمواله الخاصة والصمود في وجه الأوقات الصعبة.

○ الأسرة والأصدقاء

عادة ما يؤمن أفراد العائلة والأصدقاء بفكرة صاحب المشروع التجاري، وهم يمثلون ثاني أسهل مصدر للأموال لناحية الوصول إليها. وهم عادة لا يطلبون المعاملات الورقية التي يقتضيها سواهم من مقرضين. لكن هذه الأموال يجب أن توثق وتعامل على أنها قروض. ولا يجب منح هؤلاء المقرضين ملكية جزئية أو صلاحيات اتخاذ قرارات ما لم تتوفر لديهم الخبرات التي يمكن لهم تقديمها للمشروع. والعيب الرئيسي لهذا النوع من الأموال هو أنه في حال أخفق المشروع وتبددت الأموال فإن أي علاقة

شخصية ثمينة أو حميمة قد تصبح في خطر.

○ بطاقات الائتمان

تشكل بطاقات الائتمان الشخصية التي يمتلكها رجل الأعمال مصدرا للتمويل يسهل الوصول إليه، خاصة لأغراض شراء معدات مكتبية مثل أجهزة التصوير والحواسيب الشخصية والطابعات. وفي العادة يمكن حيازة هذه الآلات لقاء دفع القليل من المال، أو بدون تسديد أي جزء من أثمانها لدى شرائها، أو عن طريق دفع أقساط شهرية صغيرة. لكن من عيوب بطاقات الائتمان الفائدة المرتفعة على المبالغ المستحقة غير المسددة في كل شهر.

○ المصارف

تعد المصارف مؤسسات إقراض محافظة جدا في سياساتها ومعاملاتها، ولكن العديد من أصحاب الأعمال المحتملين يخيب ظنهم لدى إدراكهم أن البنوك لا تقدم قروضا لمشاريع ناشئة ما لم تكن هناك موجودات وأصول يتم التعهد بها لقاء الإقراض. وعادة لا يملك كثير من أصحاب المشاريع ما يكفي من الموجودات للحصول على قرض مكفول من مؤسسة تسليف. لكن، إذا توفر المال لدى صاحب مشاريع في حساب ادخار مصرفي، فإنه يكون بمقدوره أن يقترض مقابل ذلك الحساب. وإذا كان لرجل الأعمال سجل ائتمان جيد سيكون من السهل له نسبيا أن يحصل على قرض شخصي من مصرف. وهذه القروض تميل لأن تكون قصيرة الأمد ولا تكون كبيرة بحجم القروض التجارية.

○ البرامج الحكومية

توفر معظم الحكومات الوطنية والإقليمية برامج لتشجيع الأعمال الصغيرة والمتوسطة الأحجام. وعلى سبيل المثال في الولايات المتحدة فإن إدارة الأعمال الصغيرة التابعة للحكومة الأميركية تساعد شركات صغيرة من خلال كفالتها للقروض التي تقدمها مؤسسات تمويل في القطاع الخاص لمقترضين لا يكونوا مؤهلين من دون

تلك الكفالات للحصول على قروض تجارية.

○ المستثمرون المغامرون

هؤلاء هم مصدر رئيسي لتمويل مشاريع تأسيسية أو ناشئة لديها إمكانات قوية للنمو، لكن هؤلاء المستثمرين يصرون على الاحتفاظ بجزء من ملكية العمل الجديد الذي يمولونه.

٦ - تحديد نوع الشراكة

الشراكة تتألف من اثنين أو أكثر من الأشخاص الذين يشتركون في أصول، ومسؤوليات، وأرباح الشركة، وأفضل ما تتميز به الشراكة هو أن الشركاء يتقاسمون المسؤوليات. كما تستفيد الشراكات أيضا من وجود المزيد من المستثمرين ونطاق أكبر من المعارف والمهارات. وأكبر عيب في أية شراكة هو احتمال حدوث خلافات، بغض النظر عن نوعية ومدى معرفة الشركاء بعضهم بعض.

وهناك نوعان رئيسيان من الشراكات: شراكات عامة وشراكات محدودة. ففي الشراكة العامة، يكون جميع الشركاء مسؤولين عن تصرفات وأفعال جميع الشركاء الآخرين. كما يتحملون جميعا مسؤولية شخصية غير محدودة عن ديون الشركة. وعلى النقيض من ذلك، فإنه يوجد في الشراكة المحدودة شريك واحد عام تقع عليه المسؤولية الكاملة بالإضافة إلى شريك آخر محدود أو أكثر يكون مسؤولا فقط عن مقدار الأموال التي يستثمرها في هذه الشراكة.

ويتفق الخبراء على أن اتفاق شراكة يقوم بوضعه محام من ذوي الخبرة يعد أمرا ضروريا لقيام شراكة ناجحة. وكثيرا ما يستخدم ذلك في:

وضع آلية لتسوية الخلافات

- تحديد مساهمة كل شريك في الشراكة
- تقسيم المسؤوليات الإدارية

- تحديد ما يحدث إذا غادر أحد الشركاء أو توفي

الشركات المؤسسية

ينصح الخبراء بإنشاء الشركات المؤسسية للمباردين الذي يخططون لفتح مشاريع تجارية كبرى. إذ تستطيع الشركة باعتبارها كيانا قانونيا منفصلا عن أصحابه رفع دعوى قضائية أو أن تكون عرضة للمقاضاة، كما تستطيع حيازة وبيع الممتلكات، وإقراض الأموال.

وتقسم الشركات المؤسسية إلى حصص أو أسهم قد يملكها شخص واحد، أو عدد قليل أو كثير من الأشخاص. وتستند الملكية إلى النسبة المئوية للأسهم المملوكة. والمساهمون ليسوا مسؤولين بصفة شخصية عن ديون الشركة، ما لم يكونوا قد ضمنوها شخصيا واستثمار المساهم هو أحد مسؤولياته.

وتستطيع الشركات المؤسسية الحصول على الاستثمار، وجمع رأس المال عن طريق بيع الأسهم، ويمكنها أن تظل على قيد الحياة في حال تغير مالكوها، كما أنها توفر حماية من المسؤولية أكثر من الأشكال الأخرى من الأعمال التجارية. وإمكانات النمو فيها غير محدودة. ومع ذلك، فإن الشركات المؤسسية هي أكثر تعقيدا وإنشاؤها يكون أكثر تكلفة من الأشكال الأخرى للأعمال التجارية؛ وهي عادة ما تكون خاضعة لمستوى أعلى من التنظيم والمراقبة الحكومية.

٧ - وضع خطة عمل Business Plan

يضع صاحب المشروع التجاري خطة العمل لكي تساعد في تشكيل رؤيته الأصلية وتحويلها إلى فرصة أفضل عن طريق طرح الأسئلة الحرجة، والبحث عن أجوبة عن هذه الأسئلة، ومن ثم الإجابة عليها. وقد يضع بعض رجال الأعمال خطتين هما: وثيقة التخطيط للاستخدام الداخلي ووثيقة التسويق لجذب الاستثمار الخارجي.

أهداف خطة العمل

(١) تحديد رؤية صاحب المشروع

إن وضع خطة عمل شاملة يعد أمرا حاسما لبدء الأعمال التجارية نظرا لأنها تحدد

رؤية صاحب المشروع، وتساعده في التوصل إلى قناعة شخصية بأن المشروع الجديد جدير بالاهتمام وذو جدوى قبل تقديم أي التزام شخصي ومالي ذي شأن وتعمل بمثابة سيرة ذاتية للشركة، ويمكن أن تساعد خطة العمل رجل الأعمال في تخصيص الموارد بشكل مناسب، والتعامل مع أية مشاكل غير متوقعة، واتخاذ قرارات تجارية صائبة.

(٢) الحصول على قرض لتمويل المشروع

كما أن وضع خطة عمل جيدة التنظيم يشكل جزءاً أساسياً من أي طلب للحصول على قرض لتمويل المشروع. وينبغي أن تحدد الخطة كيفية قيام الشركة التجارية بتسديد أي أموال مقترضة. كما يتعين على صاحب المشروع التجاري أن يأخذ في الحسبان ويراعي كافة نفقات بدايات المشروع والأخطار المحتملة.

(٣) أسباب أخرى

وهناك العديد من الأسباب الأخرى التي تدعو إلى وضع خطة عمل:

- مساعدة الإدارة في تحديد الأهداف والتخطيط للأمد الطويل
- اجتذاب المستثمرين والحصول على التمويل.
- توضيح المشروع التجاري للشركات الأخرى التي قد يكون من المفيد إقامة تحالف أو تعاقد معها.
- اجتذاب الموظفين للعمل في الشركة الجديدة.

محتويات خطة العمل

وتشمل العناصر الرئيسية لخطة العمل:

- عنوان الصفحة

ويشمل:

- اسم الشركة

- عنوان الشركة
- وسائل الإتصال
- عنوان الصفحة الإلكترونية
- العلامة التجارية
- قائمة المحتويات
- الملخص التنفيذي: هو حجر الزاوية في أية خطة جديدة. فهذا هو القسم الذي يقرأه الناس من أجل تقرير ما إذا كانوا سيقروا ببقية الوثيقة. وينبغي أن يلخص بإيجاز (في حدود صفحتين) التفاصيل التقنية والتسويقية والمالية والإدارية. والأهم من ذلك لا بد أن يقنع القارئ أن المشروع الجديد هو استثمار ذو جدارة. وينبغي أن يشمل هذا الجزء على:
 - الرسالة والرؤية والأهداف
 - الشكل القانوني للشركة
 - وصف المنتج أو الخدمة والخصائص المميزه
 - وصف موجز لسوق المنتج أو الخدمة
 - وصف موجز للفريق الإداري ومهاراته وخبراته
 - المنافسون: نقاط القوة والضعف
 - الميزة التنافسية للمنتج أو الخدمة
 - التكاليف والإيرادات المتوقعة
 - الإحتياجات المالية وكيف سيتم تمويلها
- نبذة عن الشركة: وينبغي أن يبرز وصف الشركة حلم صاحب المشروع التجاري وإستراتيجيته وأهدافه.
- المنتج / الخدمة: وينبغي أن يشدد قسم المنتج /الخدمة على خصائص ومزايا المشروع التجاري الجديد. وما يميزه عن الشركات المنافسة له؟ وهل هو مبتكر؟ وينبغي أن يشمل هذا الجزء على:

- ما هو المنتج أو الخدمة؟
- وصف تفصيلي للمنتج أو الخدمة
- خطة تطوير المنتج
- تكاليف التنفيذ أو التصنيع
- المخاطر
- السوق والمنافسة: وينبغي أن يوضح هذا الجزء من الخطة أهمية وفرص نجاح المنتج أو الخدمة. وينبغي أن يشمل هذا الجزء على:
 - الفجوات / الاحتياجات
 - خصائص السوق المستهدف
 - المتغيرات التي قد تؤثر على الطلب
 - الحصة السوقية
 - المنافسة المباشرة وغير المباشرة ونقاط قوتها وضعفها
- إستراتيجية التسويق والبيع: وينبغي أن يوضح هذا الجزء من الخطة الكيفية التي سيتم استخدامها في الترويج للمنتج أو الخدمة. وينبغي أن يشمل هذا الجزء:
 - المنتج أو الخدمة
 - الخطة الترويجية
 - خطة البيع
 - الموقع
 - استراتيجيات النمو
- الإدارة/ والتنظيم: وينبغي أن يوضح هذا الجزء من الخطة من المسؤول أمام القانون والموظفين والزبائن. وينبغي أن يشمل هذا الجزء:
 - الهيئة الإدارية: الأدوار والمسؤوليات

- الموظفون: أعداد، ومهارات، المستوى التعليمي
- الوصف الوظيفي وأسلوب التقييم، والامتيازات
- السياسات والأنظمة الداخلية
- الهيكل التنظيمي
- حماية الملكية الفكرية
- التمويل: وينبغي أن يوضح هذا الجزء من الخطة من أين سيتم توفير التمويل المالي. وينبغي أن يشمل هذا الجزء:
 - مصادر التمويل وسبل استثماره
 - أسس وضع التنبؤات
 - الموازنة عند بدء التشغيل والمتوقعة بعد ثلاثة سنوات
 - بيان التدفقات النقدية المتوقعة (شهرية للسنة الأولى، وفصلية للسنوات الثانية والثالثة)
 - بيان الأرباح والخسائر المتوقعة في خلال السنوات الثلاث الأولى
 - تحليل نقطة التعادل
- الوثائق الداعمة: وينبغي أن يشمل هذا الجزء من الخطة الوثائق الداعمة للخطة مثل:
 - السيرة الذاتية للمؤسسين
 - السيرة الذاتية للهيئة الإدارية
 - بيان الوضع المالي للمؤسسين
 - المواد الترويجية
 - العقود
 - وثائق حماية الملكية
 - صور للمنتج أو الخدمة

- بحث السوق
 - إتفاق المحافظة على السرية
- عوامل تخفيض مخاطر الشركات الجديدة**

تنخفض مخاطر الشركات الجديدة بإتباع الخطوات التالية (شكل ٩):



شكل ٩: عوامل تخفيض مخاطر الشركات الجديدة

(١) تحديد الدافع

○ ما هو الحافز لبدء شركة الأعمال؟ هل هو المال فقط؟

من الصحيح ان العديد من مبادري الأعمال يحققون ثروات طائلة، لكن المال يكون دائماً شحيحاً في مرحلة بدء الشركة الجديدة وفي المراحل المبكرة للمشروع. وهناك العديد من مبادري الأعمال الذين لا يتلقون رواتب إلى ان يتمكنوا من تحقيق النجاح الكامل بالرغم من وجود السيولة والتدفق النقدي الإيجابي للشركة.

(٢) تحديد الاستراتيجية

○ ما هي الاستراتيجية لممايزة المنتج أو الخدمة؟ هل الخطة هي المنافسة على أساس سعر البيع فقط؟

إن سعر المنتج أو الخدمة مهما في معظم الأحيان، ولكن معظم علماء الاقتصاد يتفقون على أن المنافسة المبنية على أساس السعر فقط قد تنطوي على خطورة فائقة للشركات الصغيرة، فالمؤسسات الكبرى تمتلك القدرة على إنتاج كميات ضخمة ولها الأفضلية في تخفيض السعر.

(٣) تحديد مدى واقعية الرؤية

○ هل توجد رؤية واقعية لإمكانيات مشروع الأعمال؟

إن عدم وجود الأموال التشغيلية الكافية هو سبب فشل العديد من الشركات الصغيرة في كثير من الأحيان، وعادة ما يسيء مبادرو الأعمال في تقدير تكاليف بدء الشركة وبيالغون في تقدير عائدات المبيعات في خططهم للشركة وينصح بعض المحللين بإضافة ٥٠ ٪ إلى تقديرات الكلفة النهائية، وتخفيض توقعات المبيعات، عندئذ فقط يستطيع مبادرو الأعمال تفحص توقعات التدفق النقدي واتخاذ القرارات المناسبة والتحقق ما إذا كان جاهزاً لإطلاق شركة جديدة.

نظريات وفرضيات روح المبادرة

Sociological Theories علم الاجتماع

من المرجح أن يأخذ مفهوم روح المبادرة مكانه بين كلا من قيم الثقافة الاجتماعية في المجتمع، وبين المعتقدات الدينية، والعادات، والمحظورات، مما يعود بالأثر على سلوك الأفراد في المجتمع. وتوضح النظريات التالية كيفية تأثير العوامل الاجتماعية على تسريع نمو أصحاب المشاريع: نظرية المعتقدات الدينية ونظرية التغيير الاجتماعي.

قام ماكس فيبر بطرح نظرية المعتقد الديني: "تعتبر المبادرة في إقامة الأعمال الحرة مسألة معتقدات دينية، حيث يشكل الأثر الديني ثقافة الأعمال الحرة. كما أن طاقات المبادرة تعتبر أمراً خارجياً يتم دعمه من خلال المعتقدات الدينية".

ويقدم "إيفرت هاجن" Everett E. Hagen في نظريته أن التغيير الاجتماعي يطرح كيفية أن المجتمع التقليدي يصبح شيئاً واحداً عند استقرار التقدم التقني فيه،

وتكشف النظرية نمودجا عاماً للمجتمع الذى يعنى بالعلاقة بين البيئة والمادة، والبنية الإجتماعية والشخصية والثقافة. وقد رفض هاجن فكرة أن حل التنمية الإقتصادية يكمن في محاكاة التكنولوجيا الغربية، وهذا ما أدى إلى تثبيط أتباعه في الجانب الخاص بالمبادرون.

الفرضيات الإقتصادية Economic Theories

توضح تلك الفرضيات الإقتصادية الترابط والإعتماد المتبادل بين روح المبادرة والتنمية الإقتصادية، حيث تنشأ التنمية الإقتصادية من زيادة دخل الدولة الفعلي في خلال فترة زمنية محددة والتي يبرز فيها دور رجال الأعمال، كما تنشأ روح المبادرة والنمو الإقتصادى عندما تكون الظروف الإقتصادية مواتية. وتعتبر الحوافز الإقتصادية بمثابة الدوافع الرئيسية للأنشطة الخاصة بتنظيم المشاريع الجديدة. وتشمل الحوافز الإقتصادية كلا من السياسة الضريبية، والسياسة الصناعية، ومصادر التمويل والمواد الخام، ومدى توفر البنية التحتية، وفرص الاستثمار والتسويق، والقدرة على الحصول على المعلومات الخاصة بظروف السوق والتكنولوجيا... إلخ.

الفرضيات الثقافية Cultural Theories

تعتبر الفرضيات الثقافية أن روح المبادرة نتاجاً ثقافياً، فالموهوبون والمبادرون دائماً ما يبرزون كنتيجة للقيم والأنظمة الثقافية المدرجة في بيئة ثقافية محددة. وطبقاً لنظرية "هوزيلتز" Hoeselitz: تخضع روح المبادرة لعدة عوامل ثقافية، وتعتبر مجموعات الأقليات الثقافية بمثابة الحافز الأول للتنمية الإقتصادية وتنمية روح المبادرة لإدارة المشروعات، وفي كثير من البلدان دائماً ما يبرز الكثير من المبادرين فيها من فئة إجتماعية وإقتصادية معينة.

فرضية الابتكار وروح المبادرة Entrepreneurship Innovation

Theory

وتعد فرضية الابتكار وروح المبادرة لـ "جوزيف شمبيتير" Joseph Schumpeter أن المبادر يساعد في عملية التنمية الإقتصادية في الدولة، ويقول: إن المبادر هو الشخص

المبتكر المبدع الذى يملك بصيرة نافذة . وطبقا للنظرية: فإن الابتكار ينشأ من خلال المبادر عندما يقوم بإدراج منتج جديد أو طريقة إنتاج جديدة أو يقوم بإدراج تنظيم جديد في أى صناعة، أو يفتح سوقا جديدة، أو يكتشف مصدرا جديدا لتوريد المواد الخام.

وتؤكد النظرية على الابتكار وتتجاهل المخاطر التى يمكن أن يتعرض لها المبادر أو حتى قدراته التنظيمية.

الفرضيات النفسية Psychological Theories

تتعرز روح المبادرة في مجتمع ما إذا كان المجتمع متشعبا بأشخاص لهم الخصائص النفسية اللازمة. وتشمل تلك الخصائص النفسية: الحاجة إلى الإنجاز بصورة عالية، ورؤية ثاقبة أو بصيرة نافذة، والقدرة على مواجهة المعارضة.

فرضية الحافز للإنجاز Theory of Achievement Motivation

قام ماكلياند McClelland بتحديد إثنان من خصائص صفة الريادة أو المبادرة في شخص ما وهما: إجراء الأعمال بطريقة جديدة وأفضل، والقدرة على إتخاذ القرار في ظل عدم اليقين، وقد أكد ماكلياند على أن الأفراد الموجهين لتحقيق إنجاز أو نجاح بصورة عالية أكثر عرضة لأن يصبحوا أصحاب مشاريع أو رجال أعمال فيما بعد، ومثل هؤلاء الأشخاص لا يتأثرون بالمال أو الحوافز الخارجية، فهم يعتبرون أن الربح هو مسألة نجاح وكفاءة.

وطبقا لمكلياند McClelland: "لدى أى فرد ثلاثة متطلبات رئيسية في أى وقت:

- الحاجة إلى الإنجاز: حيث يشعر الفرد بضرورة تحقيق النجاح من خلال جهوده الشخصية.
- الحاجة إلى السلطة: حيث يشعر الفرد بأهمية الهيمنة على الآخرين أو القدرة للتأثير عليهم.
- الحاجة إلى الانتماء: حيث يشعر الفرد بالحاجة إلى الآخرين وضرورة الحفاظ على علاقات ودية معهم. ولاشك أن الحاجة إلى الإنجاز تعتبر هى

أعلى المتطلبات أولوية بالنسبة لأصحاب المشاريع.

إطار عمل سياسات تطوير وتشجيع روح المبادرة على المستوى الوطني

إن دور المشروعات الريادية في النمو الإقتصادي تتعدى مجرد زيادة دخل الشخص الواحد إلى إحداث التغير في بيئة العمل والمجتمع، كما تقضي أنشطة الأعمال التجارية الحرة إلى النمو الإقتصادي وتسهم في خفض مستويات الفقر وتؤسس الطبقة المتوسطة وتشجيع الإستقرار.

إن من مصلحة جميع الحكومات أن تنفذ سياسات تعمل على تشجيع المشاريع وجني ثمار نشاطاتها. وتكون السياسات الحكومية النشطة وغير النشطة عاملاً فعالاً في تشجيع الأعمال التجارية الصغيرة، كما يشير غاريت Gharit، لكن السياسات غير النشطة تروج للمشاريع التجارية المغامرة بصورة أعم. ويقول: "إن البيئة المواتية للمشاريع التجارية المغامرة هي تلك التي تتيح لأي فرد أو مؤسسة أعمالاً، بغض النظر عن حجمها أو موقعها أو رسالتها، وأن تتوسع وتزدهر" ومن أنجح الاستراتيجيات لتشجيع تأسيس المشاريع والأعمال الصغيرة التعديلات التي تدخل على السياسة الضريبية والسياسة التنظيمية وسبل الوصول إلى رؤوس الأموال والحماية القانونية لحقوق الملكية.

(١) الموازنة بين هدف زيادة العائدات الضريبية وهدف تشجيع إقامة المشاريع التجارية

تجبي الحكومات الضرائب لتعزيز وارداتها المالية. لكن الضرائب تعمل على رفع تكاليف النشاط التجاري الخاضع للضرائب وقد تثبط نشاطه إلى حد ما. وبالتالي يحتاج صناع السياسات إلى الموازنة بين هدف زيادة العائدات المالية من ناحية وهدف تشجيع إقامة المشاريع التجارية من ناحية ثانية.

إن خفض الضرائب التي يتم تحصيلها من الشركات والميزات الضريبية التي تقدم للمستثمرين أو للتعليم والحسومات على الضرائب التي تقدم لمؤسسات الأعمال من الأساليب المستخدمة لتشجيع نمو الأعمال.

(٢) تسهيل الإجراءات الحكومية

كلما كانت العمليات التنظيمية أسرع واثيرة وذات إجراءات أبسط، كلما زادت احتمالات توسيع الأعمال الصغيرة، كما أن خفض كلفة التقيد بالنظم الحكومية هو أمر مفيد أيضا. فبمقدور الحكومات مثلا أن توفر مراكز "الخطوة الواحدة" One Stop Shop التي يمكن لأصحاب المشاريع من خلالها أن يتلقوا المساعدة والتوجيه وتخليص الإجراءات حيث تتيح تقديم البيانات إلكترونيا وتخزين النماذج في نفس الوقت.

(٣) تيسير الوصول إلى رؤوس الأموال

إن تأسيس عمل تجاري يتطلب مالا. وهناك إجراءات ورسوم مطلوب تقاضيها إضافة إلى التكاليف التأسيسية للمشروع بالذات. وبالتالي فإن أهم نشاط يمكن أن تقوم به الحكومة هو مساعدة أصحاب المشاريع التجارية المحتملين على إيجاد مصادر التمويل للتأسيس. وفي الولايات المتحدة، تساعد إدارة الأعمال الصغيرة أصحاب المشاريع على الحصول على الأموال. وهذه الإدارة هي هيئة حكومية وظيفتها الرئيسية هي ضمان القروض لأصحاب المشاريع الصغيرة. وبذلك تتيح للبنوك وغيرها من الجهات المقرضة التي تشترك في برامج هذه الإدارة تخفيف الشروط الصارمة للقروض لأن الحكومة تتعهد بكفالة القروض في حال تخلف المقرض عن تسديدها. وهذه السياسة توفر العديد من القروض لأعمال جديدة محفوفة بالمجازفات.

(٤) الحماية القانونية لحقوق الملكية الفكرية

تستطيع الأعمال الصغيرة أن تنجح حينما يكون هناك احترام لحقوق الملكية الفكرية في ظل نظام قانوني لحماية تلك الحقوق، وبدون حقوق الملكية الفكرية تلك سيكون هناك القليل من الحوافز للإبداع أو الإستثمار. ولكي تنجح المشاريع، يتعين على القانون أن يصون الملكية الفكرية. فإذا تعذرت حماية الابتكارات بشكل قانوني من خلال البراءات والعلامات المسجلة وحقوق النشر سيميل أصحاب المشاريع لعدم المجازفة، وهو أمر ضروري لاختراع منتجات جديدة أو استنباط اساليب جديدة.

وطبقا لتقرير للبنك الدولي ٢٠٠٧ فإنه يتم تقديم تكنولوجيا جديدة بصورة أسرع حينما تعمل المحاكم بصورة أكثر كفاءة والسبب وراء ذلك أن معظم الابتكارات تتم في مؤسسات الأعمال الجديدة، التي بخلاف الشركات الكبرى، لا تتمتع بالقدرة على فض النزاعات خارج النظام القضائي.

(٥) نشر ثقافة العمل التجاري

يمكن للحكومات أن تبين أنها تثنى المشاريع الخاصة بتسهيل اكتساب الأفراد للمهارات التجارية وتقدير إنجازات أصحاب مشاريع ومؤسسات الأعمال الصغيرة. مثلا بمقدور صناع القرارات السياسية أن يعرضوا حوافز مالية لإنشاء حاضنات تجارية توفر للأعمال الجديدة مساحات وأماكن زهيدة الثمن للتأسيس، وخدمات مثل آلات الطباعة والاستنساخ التي ليس بمقدور معظم الأعمال الجديدة أن تقتنيها. وكثيرا ما تقتزن الحاضنات التجارية بكليات وأساتذة ذوي خبرات في هذا المجال. هذا بالإضافة إلى تعميم المعلومات والبيانات والإرشادات التي تساعد رجال الأعمال، وتعزيز مكانة أصحاب المشاريع ورجال الأعمال في المجتمع. وعلى سبيل المثال فإنه بمقدور الحكومات مثلا أن تؤسس برامج تقدم جوائز قومية أو محلية تقديرا لهؤلاء وتدعو كبار رجال الأعمال كي يشاركوا في لجان وهيئات ذات صلة بالأعمال والمشاريع التجارية.

ويمكن تلخيص دور الريادة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية في النقاط الآتية:

- زيادة القدرة على المنافسة من خلال المعرفة الواعية للبيئة المحلية والخارجية وتطوير أساليب العمل من خلالها والتفاعل معها بإيجابيه.
- خلق فرص عمل جديدة.
- رفع مستوى الإنتاجية.
- المساهمة في وسائل توزيع الإنتاج وإيجاد أسواق جديدة
- التجديد وإعادة الهيكلة للمشروعات الاقتصادية.

ويشمل إطار عمل سياسات تطوير وتشجيع روح المبادرة على المستوى الوطنى

النقط الآتية^٢ (شكل ١٠):

- صياغة استراتيجية وطنية للريادة في قطاع الأعمال
- تحسين البيئة التنظيمية
- الإهتمام بالتعليم وتحسين المهارات في مجال الريادة
- تسهيل عمليات التبادل التكنولوجي والإبتكار
- تسهيل عمليات تمويل المشروعات
- تعزيز الوعي والتواصل



شكل ١٠: إطار عمل صياغة السياسات لتطوير الريادة على المستوى الوطني

الفصل الثاني

الابتكار

Innovation

مقدمة

تشمل ثقافة المؤسسة مجموعة القيم والاتجاهات واللغة المتميزة التي تنشئ الهوية المشتركة وحس الجماعة داخل المؤسسة. وإذا كانت المؤسسات تطور ثقافتها من أجل إكساب العاملين هوية متميزة وتحقيق الفهم المشترك لأهدافها ومبادئها وطريقة المعالجة لأعمالها؛ فإن ذلك يتم من خلال مجموعة العناصر الصلبة والناعمة المؤثرة في الثقافة.

● العناصر الصلبة للثقافة المؤسسية (Hard Elements)

و تتمثل العناصر الصلبة للثقافة المؤسسية في الهيكل التنظيمي: الأنظمة والقواعد والإجراءات الروتينية المحددة.

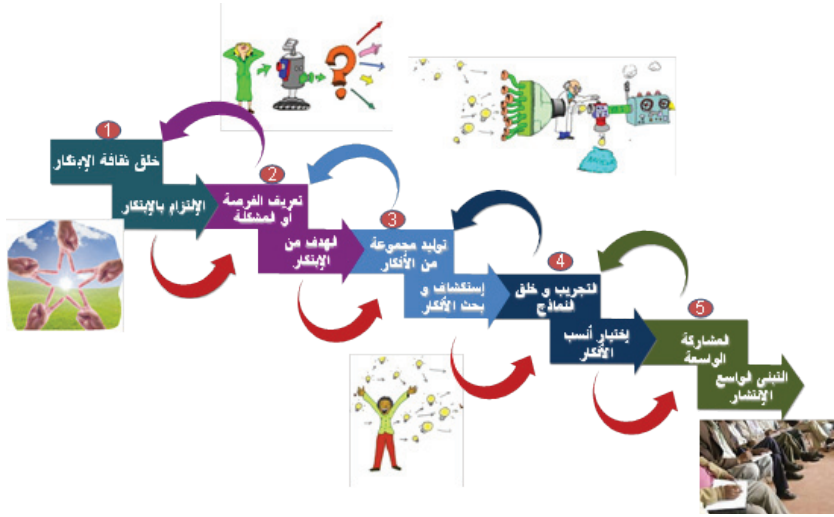
● العناصر الناعمة للثقافة المؤسسية (Soft Elements)

و تتمثل العناصر الناعمة للثقافة المؤسسية في الأسلوب والمهارات، والقيم والمبادئ، والشعور بالالتزام نحو الابتكار، وأخيراً الرموز والقصص الخاصة بالمؤسسة.

إطار عمل الابتكار

يتكون إطار عمل الابتكار من خمسة مراحل:

- المرحلة الأولى: خلق ثقافة الابتكار
- المرحلة الثانية: تحديد المشكلة أو الفرصة المطلوب إغتنامها
- المرحلة الثالثة: توليد مجموعة من الأفكار لحل المشكلة أو إغتنام الفرصة المتاحة.
- المرحلة الرابعة: التجريب والنمذجة
- المرحلة الخامسة: المشاركة الواسعة



شكل ١١: إطار عمل الابتكار

المرحلة الأولى: خلق ثقافة الابتكار داخل المؤسسة

لاشك أن أولى الخطوات في عملية الابتكار هو الشعور بالالتزام نحو الابتكار، فتطوير الثقافة المستدامة التي تؤدي إلى الابتكار وتشجيعه على كل مستوى من وظائف المؤسسة يعتبر الأساس في دراسة الواقع على كل عنصر من عناصر إطار عمل الابتكار. ويعد خلق ثقافة الابتكار بمثابة قاعدة الإنطلاق الأولى لعملية الابتكار بأكملها، بمعنى أن خلق ثقافة مُحِبّة للابتكار تؤدي السير بخطى ثابتة نحو التغييرات الشاملة والتي تجعل من المؤسسة مكان مختلف. ويرتبط خلق ثقافة الابتكار مع خلق ثقافة التعلم، فقد نمت لغة " مؤسسات التعلم " بالنسبة لبعض المؤسسات بالفعل.

والآن يعتبر الابتكار أمراً أساسياً في التعلم الفعال، كما تساعد عمليات التعلم المعني بها على تحديد الإمكانيات الكاملة للابتكار الذي تم تطويره عمداً أو لاكتشاف قيمة الفكرة العرضية. فبدون ثقافة التعلم التي تسعى دوماً للبحث عن أنماط مختلفة للأنشطة، وتحسينها، وإعادة تشكيلها، وغرلة معاني الأشياء.. فسوف ينتهي الأمر بالمؤسسات، في كثير من الأحيان، إلى فقدان تخزين معارفها ومعلوماتها التي تعتبر الأفضل.

ويطلب الابتكار المنهجى مزيداً من الإعتناء بثقافة التعلم، أى خلق أجواء

في العمل تشجع على تحقيق التعاون، والتجريب، وتقبل المخاطر، وتقبل التعلم من الإنتكاسات أو الفشل والإلتزام حيال ذلك.

وسوف نجد أن إدراك ضرورة خلق ثقافات التعلم التي تتجاوز مجرد نظم المعلومات أمرا حتميا لأجل فهم الابتكار من خلال البحث المباشر على الابتكار ذاته.

أما في المؤسسات القائمة على الابتكار والتي تعمل في بيئات أعمال متغيرة؛ فإن العناصر الصلبة للثقافة المؤسسية تضعف وتتقلص ليتم التعويل بدرجة أكبر على العناصر الناعمة المكونة للثقافة المتمثلة بقيم المبادرة، وأساليب العمل القائمة على الفريق، والاستجابة السريعة للتغيرات في البيئة والتفكير والنظر خارج الصندوق (المؤسسة وثقافتها الحالية)، مما يجعلها أكثر تقبلا للأفكار والمفاهيم وطرق العمل الجديدة، التي يأتي بها الابتكار والمبتكرون في المؤسسة. إن ثقافة المؤسسات الابتكارية تتسم بالميل إلى تأكيد روح المبادرة وأسبقية الأفراد على الإلتزام بالقواعد والإجراءات المحددة، مع رؤية مفتوحة لتقبل أية فكرة جديدة بأقل قدر من الاعتراضات التي تحبط الابتكار ومبادراته. ولكي تستطيع المؤسسات تحقيق ذلك لابد من تقليص قواعد العمل الجاهزة وأدلة العمل.

وإذا كانت المؤسسات يختلف بعضها عن بعض في القدرة المالية والتكنولوجية والبشرية والابتكارية، فإنها أيضا تختلف في ثقافة المؤسسة وموقفها من الابتكار.

وتشير الأبحاث إلى أن الثقافات التي من شأنها أن تعزز الابتكار غالبا ما تركز على عدد من الممارسات الأساسية التي يمكن إدراجها في أي مؤسسة: مثل إلتزام الإدارة العليا بدعم روح الابتكار، حيث يتطلب الابتكار إلتزام واضح وصريح من الإدارة العليا بالمؤسسة، بتقديم الحوافز والموارد اللازمة لعملية الابتكار،، ونجد أنه بمجرد إعطاء القيادات إشارة دعم الابتكار، فهم بذلك يفتحون الطريق لمبدأ "الابتكار للجميع". وفي الوقت نفسه، ينبغي على القيادات السعي لإجتذاب بعض الأفراد من ذوى الكفاءات العالية المحورية في مجال الابتكار لدعم وقيادة ودمج أنشطة الابتكار.

المرحلة الثانية: تحديد المشكلة أو الفرصة المطلوب إغتنامها

لا يحدث الابتكار من فراغ، ولكنه يحدث إستجابة لتحديات وفرص تواجه المؤسسة. وكذلك في حالة الابتكار المنهجي المنتظم، فغالبا ما يبدأ بمشكلة تم تحديدها أو فرصة للتحسين. فعملية تغيير الوضع الراهن تتطلب من الإدارة الإستباق للإعتراف بوجود مشكلة ما أو فرصة ما، مما يوفر حافزا للقيام بأنشطة مختلفة تحت إشراف وتوجيه هذه الإدارة. ويمكن أن يركز الابتكار على:

- تطوير منتج أو خدمة جديدة
- ابتكار إجراءات عمل Core processes جديدة أو طرق جديدة للعمل
- ابتكار نماذج أعمال جديدة
- نظريات جديدة للتغيير
- تغيير طرق تقديم الخدمة

ويعتمد إختيار أى من المجالات السابقة كمركز للإبتكار على أساس العائد من القيمة بالنسبة للمؤسسة، ولذا فإنه من المهم أن نتفهم هذه المجالات جيدا حتى يتسنى إدارة التوقعات الناتجة عن الابتكار.



طرق وأدوات مرحلة تحديد المشكلة أو الفرصة المطلوب إغتنامها

(١) مقابلات التشخيص Diagnostic Interviews

وتشمل مقابلات التشخيص المحادثات الداخلية مع الموظفين الرئيسيين والخبراء وأصحاب المصلحة الآخرين الذين يمكنهم تقديم معلومات ذات صلة بالمشكلة أو الفرصة المتاحة للمساعدة على

شكل ١٢: تشمل مقابلات التشخيص المحادثات الداخلية مع الموظفين الرئيسيين والخبراء وأصحاب المصلحة الآخرين الذين يمكنهم تقديم معلومات ذات صلة بالمشكلة أو الفرصة

فهم كيف تعمل المؤسسة ولتحديد مجالات الابتكار (شكل ١٢)، وتساعد هذه المقابلات الوصول والإحساس بنبض المؤسسة وأيضاً فتح قنوات جيدة من التبصر في بعض الجوانب الملموسة والمحددة، كما توفر المقابلات معلومات هامة حول مشاكل النظم الحالية والفرص الجديدة التي قد تكون ناشئة.

(٢) رسم خرائط العمليات الإدارية Process mapping

تمثل عملية رسم الخرائط العمليات نهج منظم لتوثيق تدفق النشاط داخل المؤسسة (شكل ١٣)، كما يساعد رسم الخرائط على تحديد ما تفعله المؤسسة بالضبط، ومن هي الجهات المسؤولة، وما هو القرار الذي يجب إتخاذهُ أثناء العمليات.



وتسمح عملية رسم خرائط العمليات فهماً أفضل لمكونات سير العمل وتحديد الأماكن التي يتم فيها البطء أو التكدس، والأماكن التي تعمل بشكل جيد، والأماكن التي يمكن أن يتم إجراء تسارع أو تحسين.

شكل ١٣: تعد عملية رسم خرائط العمليات نهج منظم لتوثيق تدفق النشاط داخل المؤسسة

(٣) تحليل الفجوة Gap Analysis

تحليل الفجوات هو أداة التقييم التي تسمح بمقارنة نتائج العمليات الحالية مع التوقعات أو المعايير الواضحة للأداء، وبالتالي فإن الفرق بين المعيار والنتائج الفعلية للعمليات الحالية تشير إلى المدى الذي يجب أن نقوم بتحسينه، وتشير التناقضات بين الأداء الفعلي والمتوقع إلى المناطق التي يجب أن نوجه إليها الابتكار.

(٤) الحوار والتنظيم الذاتي Dialogue and Self-Organizing

يمكن عن طريق الاجتماعات المفتوحة والتي من خلالها يتم تقديم أمثلة وأفكار عملية أن يعهد ذوو الخبرة والمعرفة المباشرة في تحديد قضية، أو فكرة، أو مشكلة للتفاعل معا لتحقيق الحكمة والبصيرة بخصوصها. وتعد الاجتماعات المفتوحة طريقة فعالة لتبادل

الأفكار والخروج بأفكار جديدة لإيجاد حلول للمشكلات أو إيجاد فرص جديدة، وتعمل هذه الاجتماعات المفتوحة بشكل أفضل عندما يقوم متخصص بعملية تيسير الاجتماع لتسهيل التعامل مع مئات من الأشخاص الذين يعملون وجها لوجه.

المرحلة الثالثة: توليد مجموعة من الأفكار لحل المشكلة أو إغتنام الفرصة المتاحة

وتشير البحوث إلى أنه من المفيد أن نأخذ الوقت الكافي في هذه المرحلة من مراحل عملية الابتكار وهي توليد مجموعة من الأفكار لحل المشكلة أو إغتنام الفرصة المتاحة، وعلينا في البداية الإجابة على بعض الأسئلة:

- ماهي العملية التي يمكن إتباعها لتطوير ورعاية الأفكار الجديدة؟
- من هم أصحاب المصلحة المطلوب إشراكهم في عملية توليد الأفكار الجديدة؟
- هل ستأتى الأفكار الجديدة من داخل أو من خارج المؤسسة؟
- هل سنحصل على الأفكار الجديدة من مجموعة محددة من الخبراء، او من مجموعة واسعة من أصحاب المصلحة؟

طرق وأدوات مرحلة توليد الأفكار

(١) طرق التحسين المستمر "كايزن" "Kaizen"

وهي أداة للتحسين، تركز على تخفيض تكلفة عملية إنتاجية قائمة، وتحسين الإنتاج الحالي وأداء الأنشطة ذات الارتباط وذلك للوصول إلى التخفيضات المستهدفة في التكلفة. إن هدف التغيير باستخدام كايزن هو التخلص من الهدر أو الفاقد في العمليات قدر الإمكان مما يؤدي بالتالي لتحسن زمن العملية وتكلفتها وجودتها وهذا هو الجانب التقني في العملية، والجانب الاجتماعي في كايزن يتضمن التغيير في ثقافة العاملين والمؤسسة من خلال التعلم واعتبار أنشطة التعلم جزءاً أساسياً في فلسفة كايزن حيث يتعلم الفرد كيف يحدد أهدافه ويصل إليها بنفسه.

(٢) تخصيص وقت للابتكار Sanctioned time for innovation

حيث تفرض بعض المؤسسات تخصيص وقت للعاملين للإكتشاف والتفكير والتجريب.

(٣) العصف الذهني Brainstorming

العصف الذهني هو عملية جماعية إبداعية حيث تحاول المجموعة إيجاد حل لمشكلة معينة بتجميع قائمة من الأفكار العفوية التي يساهم بها افراد المجموعة. وعلى الرغم من أن معظم أماكن العمل تقوم باستخدام العصف الذهني من نوع ما، ولكنها لا تحقق نفس النتائج، وهناك طرق معينة لزيادة الفاعلية،و للمساعدة في العمليات المدروسة للحصول على أفكار جديدة في جلسات العصف الذهني.

المرحلة الرابعة: التجريب والنمذجة



وفى هذه المرحلة يتم تجريب واختبار مثل هذه الأفكار لمعرفة مدى نجاح عملها أثناء الممارسة، فبمجرد توليد فكرة جديدة، تعتبر الخطوة التالية هى إخراج الفكرة إلى الواقع الملموس من خلال صورة من صور الإختبار والتقنية، بدءاً من بساطة النماذج باستخدام التكنولوجيا المنخفضة لوضع النماذج الأولية، مثل الإسكتشات المرئية واللوحات التى تشرح

شكل ١٤: العصف الذهني هو عملية جماعية إبداعية حيث تحاول المجموعة إيجاد حل لمشكلة معينة بتجميع قائمة من الأفكار العفوية التي يساهم بها افراد المجموعة

تنفيذ الفكرة في صورة قصة، أو استخدام أساليب الإختبار والمحاكاة ذات التكنولوجيا الفائقة ووضع النماذج الأولية وهذا ما يمثل عملية تكرارية، وقد يتم تنفيذ الفكرة من خلال التكرارات المتعددة لوضع النماذج الأولية لها أو الإختبار، حتى يتم تحسينها بصورة مرضية وكافية لأجل القيام بالتنفيذ الكامل، وتعتبر القيمة الإيجابية للمضى سريعا وبصورة متكررة خلال فكرة ما وتطبيقها هى التصور المهيمن في جميع أنحاء

ما عرف عن الابتكار.

وفي الأنظمة الأكثر ابتكاراً، تعتبر القدرة على التعلم مبكراً في عملية الابتكار ضرورية للنجاح. وقد قام "ستيفن سموك" Stefan Thomke، مؤلف المسائل التجريبية، بتحديد ستة مبادئ رئيسية لكيفية التنظيم الناجح للتجريب والاختبار:

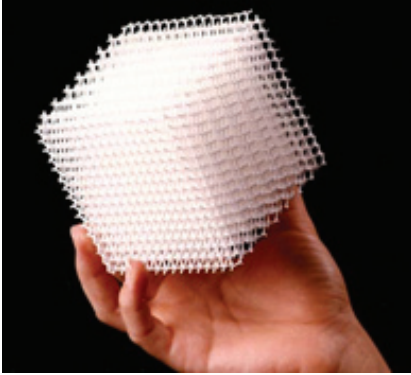
١. توقع وإستغلال المعلومات الإبتدائية من خلال عمليات الإبتكار الإبتدائية، وتجنب النفقات العالية من أجل تصحيح مشاكل التطوير التي يمكن أن تظهر في وقت لاحق من العملية، ويعد إستخدام التكنولوجيا الجديدة، مثل أساليب المحاكاة أو النماذج الرقمية، أكثر فعالية عندما يتم إستخدام ما يصلح منها وإستبعاد ما لا يصلح في أقرب وقت ممكن.
٢. ينبغي القيام بالتجربة بصورة متكررة، ولا ينبغي زيادة الحمل على فريق العمل أو المؤسسة من أجل الحصول على المعلومات، فإستراتيجية التجريب الناجحة توازن بين قيمة المعلومات المبكرة مقابل تكلفة الإختبار المتكرر.
٣. يجب علينا إدراج كلا من التكنولوجيات الجديدة والتقليدية لقياس الأداء في كل حالة ومقارنة الأداء.
٤. يجب علينا تنظيم عملية التجريب السريع، فالقدرة على التجربة بسرعة تعتبر جزءاً لا يتجزأ من الابتكار، حيث أن الآراء الناتجة وردود الأفعال السريعة تشكل أفكاراً جديدة من خلال تعزيز وتعديل وإستكمال المعرفة القائمة.
٥. يجب أن نتقبل الفشل المتكرر في البداية ولكن يجب أن نتجنب الأخطاء التي تقع فيها في كل مرة. وعلينا أن نسأل: كم مرة يتم مكافأة الناس على كشف الفشل مبكراً، وبالتالي تجنب الخسارة عند الإستثمار بإستخدام موارد ثمينة في فرص غير مبشرة بنتائج قيمة. ولكن لا ينبغي علينا الخلط بين "الفشل" وأخطاء الآخرين أو الأداء السيئ.
٦. إدارة المشروعات والتجارب وتحقيق أقصى قدر من التعلم.

مع وضع مثل تلك المبادئ في الإعتبار، لابد من النظر في الوتيرة المناسبة للتجريب، فوضع النماذج الأولية للعملية دائماً ما يحتل صدارة ما كتب عن الابتكار،

كما أن هذا يساعد الشركات بالإضافة إلى منظمات القطاع الإجتماعى على حل مشاكل التصميم في وقت مبكر من العملية التنموية للمنتجات والعمليات، ولكن في ابتكار القطاع الإجتماعى، في كثير من الأحيان، تتضمن الفكرة حركة تغييرات إجتماعية واسعة وتصميم أكثر تعقيدا، وهناك نهج آخر، وهو النمذجة الأولية البطيئة التى قد يتم إستدعائها في مثل هذه الظروف.

النمذجة السريعة Rapid prototyping

تساعد النمذجة السريعة في عملية الإختبار السريع للإصدارات الأولية للفكرة، ومن ثم إستخدام بيانات الإختبار لإدخال التحسينات الملائمة، وفى الواقع، يقوم المبتكر أو الشركة ببناء منتج من خلال عملية تطويرية بإستخدام دورات سريعة لتنمية وإختبار المنتج، وهذا ما يوفر وقتا وغالبا ما يحد من الأخطاء المكلفة بصورة كبيرة في محاولة بناء نموذج أولى كامل على مدى فترة طويلة من الزمن قبل إختباره، لأن الفشل في تلك الحالة يعتبر مكلفا بصورة غير مقبولة،



في حين يكون الفشل في عملية وضع النماذج الأولية بصورة سريعة بمثابة معلومات هامة للأنشطة التصحيحية أو لتوسعة الأنشطة الإبداعية، والمحك الشائع لفهم فائدة وضع النماذج الأولية بصورة سريعة، هو أفضلية إختبار معظم الطلاب بصورة متكررة ومبكرة أثناء الفصل الدراسى، فالإختبار

المبكر، مع وجود فرص التحسين من إختبار شكل ١٥: تساعد النمذجة السريعة في عملية الإختبار السريع للإصدارات الأولية للفكرة، ومن ثم إستخدام بيانات الإختبار لإدخال التحسينات الملائمة من خلال عملية تطويرية الصف بأكمله على ورقة إختبار في آخر الفصل الدراسى والتي يمكن أن تكشف عن

وجود نقص أساسى لفهم المادة، وعندئذ يكون قد فات الاوان على التصحيح وإعادة التأهيل. وبهذا، فإن وضع مثل هذا المثال في الإعتبار يساعدنا كثيرا على تصور لماذا وكيف يمكن تكييف ممارسة الإختبارات السريعة وقياس النتائج وردود الأفعال بصورة

مستمرة مع حلول أى فكرة جديدة أو حل جديد أو تصميم أو عملية أو منتج جديد. وفى حين أن التجارب الأولى ووضع النماذج الأولية يمكن أن تتخذ صوراً مختلفة، فيمكن دمج أفكار الكثير من المؤلفات حول التجريب في عدة خطوات أساسية لتوجيه النماذج الأولية والإختبار والتعلم:

- تجميع الموارد: تبدأ عملية النمذجة الأولية من خلال تحديد الموارد اللازمة للدخول في عملية التنمية، فينبغى على الممول المعنى بنمذجة فكرة جديدة أن يتأكد بأن لديه الموارد البشرية والتكنولوجية والمالية، فالإختبار والنمذجة الأولية قد تفشل إذا لم تتوفر الموارد الكافية للتصميم بصورة مناسبة.
- المسح: بما أن الفكرة الجديدة أو الحل الجديد يمكن أن ينكشف بصورة مختلفة تبعا للسياق، فإن مرحلة الإختبار والنمذجة الأولية تتيح وقتاً إضافياً يسمح بالمسح الخارجى لمعرفة كيف يمكن للفكرة الجديدة أن تكمل الأخرى.
- التخطيط: بحيث يمكن تخيل النتائج المثالية ومن ثم نبدأ بالعمل باثر رجعى بدءاً من تلك النقطة "الهندسة إلى الوراء"، وذلك لأجل إضافة التفاصيل على منتج أو عملية جديدة، وهذه هى النقطة التى قد تصبح فيها النمذجة المرئية وسيلة جيدة لإختبار الفكرة.
- التصميم/التحديد: إستخدام كل ما حصلت عليه من معلومات جديدة أيا كانت لإجراء تعديلات على الفكرة والتصميم.
- الإختبار: حتى لو كان الإبتكار مؤهلاً لأن يكون وظيفياً في الدورات الأولى من النمذجة الأولية، فإن عليك أن تقوم بالإختبار مع الآخرين للتأكد من أن ذلك مناسباً للحاجة.
- وضع المقاييس: استخدام الدورات الأولى من العمل لوضع المقاييس الصحيحة اللازمة للنجاح، أى أنك سوف تدرك مدى نجاح الفكرة عند مقارنة النتائج.
- إقتناص الفرص والتعلم وإعادة صياغة الفكرة. ففى الوقت الذى يبدأ فيه التعلم من خلال المهمة الاولى لإخراج الإبتكار إلى الواقع، فإن هناك معالم أساسية على الطريق والتي يتم تبادلها بصورة أكثر توسعاً من خلال نظام ما

أو مع أصحاب المصالح الآخرين الأساسيين.

طرق وأدوات مرحلة التجريب

تقييم نتائج استخدام المنتج بواسطة العملاء Participatory test market feedback

يعتبر تقييم نتائج الإختبارات التي تتم في السوق وسيلة لتحويل مسؤولية التجريب خارج حدود عملية التقييم الضيقة إلى قاعدة العملاء والمستخدمين وأصحاب المصالح، وطبقا لثموك Thomke: "من خلال وضع تقنيات التجريب في أيدي العملاء أو المستخدمين المباشرين، يمكن للمديرين الاستفادة من أكبر مصدر متاح لقدرة التجريب الكامنة، ولا يمكن فقط أن ينتج تحويل التجريب إلى العملاء المباشرين عن تطور المنتجات بصورة سريعة أكثر ملاءمة لإحتياجاتهم، بل إن تجربتهم أيضا يمكن أن تؤدي إلى إبتكارات جديدة لا يمكن نحن ببساطة أن نتخيلها اليوم".

ويحدث إختبار التسويق في مرحلة تطوير المنتج حيث يتعرض المنتج لقطاع صغير من العملاء يتم إختياره بعناية قبل إطلاق المنتج بصورة كاملة. ويمكن لإختبار التسويق أن يشرك أصحاب المصالح في محادثة تعليمية غير رسمية أو قد تكون تجارب رسمية في إختبار المجال لمواقف الحياة الفعلية، غالبا دون معرفة الناس أنهم يقومون فعلا بالمشاركة، يحتاج المبتكر أن يقرر ما إذا كانت المحاكاة مهمة لظروف الاستخدام الفعلي أو أن ردود الفعل الإنعكاسية كافية.

وقد يدوم إختبار التسويق من أسابيع معدودة إلى عدة شهور اعتمادا على كمية ونوعية البيانات المطلوبة. وقد يكون ذلك مكلفا وينبغي أن يتم تنظيمه في الحجم والحساب المناسب والملائم مع الفكرة، ونسبة الفوائد/المخاطر المحتملة.

المرحلة الخامسة: المشاركة الواسعة

بمجرد النجاح في إختبار إبتكار ما، يجب أن نفكر بسرعة في مدى جاهزية الإبتكار للنمو والنشر والتوسع، وعلينا أن ندرك أنه ليس كل ما هو جديد يمكن أن

ينمو أو يتم مشاركته. وليس من الحكمة أن نفترض أنه عندما يوجد الابتكار العظيم، فإنه ينتشر بصورة اتوماتيكية.

على سبيل المثال: في مجال الرعاية الصحية، لا يزال الاعتماد على الورق في المقام الأول أكثر من استخدام الوسائل الإلكترونية الحديثة، على الرغم من توفر الابتكارات والتقنيات الحديثة في هذا المجال. وفي الولايات المتحدة الأمريكية تتسبب الأخطاء الناتجة عن استخدام الورق خسائر فادحة لمؤسسات الرعاية الصحية تصل إلى ٢٥٠ بليون دولار سنوياً، ولكن لا بد أن نعي أن قرارات كل شخص مشارك في عملية الرعاية الصحية يتم تعزيزها من خلال توقعاته لقرارات الآخرين، فمثلاً: من وجهة نظر الصيدلي، لا يعنى بالنسبة له تغيير نظام شبكى على الإنترنت عندما يصير الأطباء على كتابة الروشتات الدوائية بصورة غير مقروءة، وبالمثل، لن يقرر الأطباء الإقلاع عن استخدام الروشتات الدوائية المكتوبة بخط اليد إلا لو أدركوا أن الصيادلة سوف يدرجون النظام الإلكتروني في طلب الدواء، ولذا نجد أنه لا يوجد شخص أو حتى مجموعة تود أن تقوم بالتغيير من جانب واحد، لأنه لا يوجد سبب يجعلهم يتأكدون أن الآخرين سوف يتغيرون تبعاً.

ولأجل نشر الابتكارات الجديدة بصورة ناجحة في العالم المترابط اليوم، فلا بد أن ندرك جيداً النظام الذى يحافظ على كلا من الوضع القائم والنظام الجديد الذى تحاول إنشاؤه مثل هذه الابتكارات. ومن خلال التعرف على أصحاب المصالح المترابطين اللازمين لكسر الوضع الراهن وخلق نظام جديد، يكون من الأفضل تحديد ومعالجة الحواجز التى تمنع كلا من الجهات المعنية وأصحاب المصالح من تبني ابتكار ما. وبمجرد فهمنا لهذه العقبات، يمكننا أن نخلق حججاً مقنعة لإعتماد الفكرة، وأن نولى اهتمامنا في إقناع أصحاب المصالح كيف أن الابتكار الجديد يمكنه أن يجلب مميزات نسبية لهم، وأنه متوافق مع الأنظمة القائمة ولا يتعارض معها.

ويحدد جريج ديس Greg Dees خمسة عوامل رئيسية لنشر الابتكار على المستوى الإجتماعى:

- مدى الإستعداد: هل الابتكار جاهز للنشر؟

- مدى الاستعداد على تقبل الابتكار الجديد: ماهى الإستراتيجية التى سوف تضمن أن الابتكار سوف يتم إستقباله بصورة حسنة من قبل المستخدمين الجدد؟.

- قيمة العائد من الابتكار: ماهى الميزة التنافسية لإعتماد الابتكار؟

- تقييم المخاطر: ماهى الآثار السلبية المحتملة في حالة فشل الابتكار؟

ومع وضع تلك المبادئ في الاعتبار، قام الباحثون بتحديد أربعة مناهج أساسية على الأقل لنشر الابتكارات:

(١) النشر Dissemination

يجب توفير المعلومات الكافية عن الابتكار وتوفير وتقديم المساعدات التقنية لدعم ومشاركة الابتكار مع الآخرين. هذا النهج، غالبا ما يعد من أبسط الإستراتيجيات لنشر ابتكار ما عن طريق تسهيل وصول الآخرين للمعلومات التى تمكنهم من تعلم وتبنى الابتكار الجديد، على الرغم من أنه قد يكون صعبا في كثير من الأحيان قيام المؤسسات بترجمة مثل هذه المعرفة الجديدة إلى إجراء واقعى وتغيير حقيقى في مؤسساتهم.

(٢) النمو Growth

ويعنى ذلك المساعدة في نمو وصول الابتكار داخل المؤسسة صاحبة الابتكار، ومن ثم توسيع نطاقها. ويقوم هذا النهج بالتركيز على التوسع في إستخدام ممارسة تجريبية جديدة للمنتج داخل المؤسسة بحيث يمكن إستخدامه على نطاق واسع في مجالات مختلفة في المؤسسة أو مع شركاء مقربين.

(٣) نسخ الابتكار Replication

ويعنى ذلك المساعدة في عملية تكرار نفس الابتكار في سياقات أخرى خارج المؤسسة صاحبة الابتكار وإدراج الابتكار في أماكن عديدة أخرى غير مترابطة ببعضها.

(٤) تعزيز البيئة المواتية Promoting an enabling environment

ويعنى ذلك المساعدة في تعزيز السياسات، والمعايير والأسواق التي تعزز إنتشار إبتكار ما، وغالبا ما يكون ذلك غير كاف لنمو أو تكرار الإبتكار ببساطة، ولكن علينا أن نقوم بتغيير نظم كثيرة لتعزيز الإستخدام الأوسع نطاقا، ومن خلال تغيير السياسات والتنظيم الذاتي والآليات الأخرى.

طرق وأدوات مرحلة النشر والتوسع

(١) نشر المعرفة Knowledge dissemination

ويتم ذلك عن طريق توفير المعلومات لدعم نشاط الآخرين الذين يتطلعون لإدراج الإبتكار الجديد في مؤسساتهم أو مجتمعهم، ومشاركة معلومات عن الإبتكار والتي تتيح للآخرين معرفة أفكارك ومن ثم إختيارهم لإعتماد هذا الإبتكار أولا، وفي جوهر هذا المعنى، تضعنا حاجتنا إلى النشر في قلب عالم الإتصالات، بحيث يمكننا إختيار الوسيلة الأنسب لمشاركة المعرفة وإقناع المستمعين بتجربة نهج جديدة.

وبمشاركة المعرفة عن الإبتكار بهذه الصورة، فإنه لابد من تحديد كلا من المبادرين الأوائل في تبنى هذا الإبتكار، والمسؤولين عن التغيير في هذه المؤسسات، وقادة الرأى ممن يمكنهم المساعدة على نشر الإبتكار عبر الشبكات. وبالتالي، فإن نقل المعلومات إلى هذه المحاور الرئيسية يتضمن مسألة تحديد أفضل قنوات ومنتديات الإتصال، من خلال إستخدام إما "إستراتيجية الدفع" أى إرسال المعلومات خارجا، عن طريق البريد الإلكتروني مثلا، أو "إستراتيجية السحب" أى جذب الناس إلى المعلومات، كما هو الحال مع المواقع الشبكية.

(٢) المساعدة التقنية Technical assistance

ويتم ذلك عن طريق تقديم المساعدة التقنية والتدريب والإستشارات أو غيرها من المساعدات في بناء قدرات الآخرين المهتمين بتنفيذ الإبتكار. وتساعد المساعدة التقنية الآخرين على بناء القدرات والمهارات التي تتيح لهم تبنى الأفكار الإبداعية، والحصول

على مساعدة عملية في تنفيذ المناهج الجديدة.

(٣) إستراتيجيات الإنتساب Affiliation strategies

ويتم ذلك عن طريق الإتفاق القائم بين مؤسستين أو أكثر للعمل معا كشبكة في تنفيذ الابتكار.

(٤) التفرع Branching

ويتم ذلك عن طريق إنشاء مثيلات إضافية حيث يتم تنفيذ الابتكار، تماما مثل إنشاء فروع جديدة لمتجر ما، ويوفر التفرع وسيلة جيدة لضمان التحكم في الجودة بصورة عالية، وإدارة مركزية إلى حد ما، ولكن يمكن للنهج أيضا أن يسمح بالإستقلال الذاتي المحلي، والذي يمنح الفروع المحلية قدرا كبيرا من الإستقلال الذاتي في حين يتم إدارة الإستراتيجية الكلية للمؤسسة بشكل وثيق حتى تضمن إلزامها نحو رسالتها الكبرى.

(٥) التعبئة والتغليف والترخيص Packaging and licensing

ويتم ذلك عن طريق تعبئة وتغليف ابتكار ناجح وترخيصه للمؤسسات الموجودة، ويستخدم هذا النهج أحيانا بالإقتران مع إستراتيجيات الإنتساب affiliation strategies بما يتيح للمؤسسات الأخرى إستخدام ابتكار ما في مقابل عائد معين أو لأجل الإلتزام بقواعد ومبادئ محددة. على سبيل المثال تقوم شركة ما بالسماح للشركات التابعة والتي تحمل نفس الاسم قدرا كبيرا من التحكم المستقل على المستوى المحلي، ولكنها حريصة في ذات الوقت على حماية العلامة التجارية من خلال إتفاق الترخيص الذي يضمن التقيد بالمبادئ العامة والرسالة المشتركة.

(٦) التدخل في توجية وإصدار سياسات عامة Public policy intervention

ويتم ذلك عن طريق إشتراك واضعي السياسات العامة والمشرعين وغيرهم من المسؤولين الحكوميين للتأثير على التشريعات التي تشجع على إنتشار إبتكار ما. وفي

بعض الحالات، فإن أفضل الطرق لنشر الابتكار هو تغيير القوانين واللوائح بحيث تجعل منها معززا لتبنى الممارسات الجديدة. وقد يؤدي التغيير السياسى إلى تغيير القواعد الدائمة، بحيث يؤدي إلى اضطراب الوضع الراهن وتمهيد الطريق لإعتماد ممارسة جديدة على نطاق واسع. وقد يفرض تغيير الأنظمة المتعلقة بالكشف عن النتائج المحمودة، وعلى سبيل المثال، يتم إجراء تغييرات واسعة النطاق في الممارسات الخيرية.

(٧) المعايير والتنظيم الذاتى Standards and self-regulation

ويتم ذلك عن طريق إنشاء معايير متفق عليها بصورة متبادلة عبر المؤسسات والتي من شأنها أن تعزز إعتماد الممارسات المبتكرة الجديدة، وفي بعض الحالات، يمكن لنفس النوع من التغيير المنهجي - عن طريق التغييرات السياسية - أن يفرض نفسه على صناعة ما، ويمكن للإتحادات التجارية مثل "مجلس المؤسسات" أن يعجل إعتماد الابتكار بشكل كبير من خلال التغيير في المعايير التي فرضت نفسها والتي توجه السوق طوعا.

(٨) التوعية العامة Public awareness

ويتم ذلك عن طريق تغيير المفاهيم العامة من أجل زيادة الوعي والطلب على تبني ابتكار جديد. وفي كثير من الحالات، فإن أفضل الطرق لنشر الابتكار هو خلق حاجة المستخدمين والمستفيدين المحتملين له. ويمكن لإستراتيجيات التوعية أن تساعد في بناء قاعدة مهمة من الدعم والنفوذ لتشجيع إعتماد ممارسة أو نهج جديدة.

(٩) تغيير أو خلق أسواق جديدة Changing or creating markets

ويتم ذلك عن طريق تأسيس أسواق جديدة أو بإستخدام قوى السوق لتعزيز نشر الابتكار عبر المجال المعنى. ومثل إستراتيجيات التوعية العامة، يمكن للتدخلات القائمة على السوق أن تزيد من الطلب وتخلق الحوافز الدائمة لتبنى الممارسات الجديدة بصورة

واسعة النطاق.

معوقات الابتكار

الابتكار ليس نشاطاً سهلاً، كما أنه لا يمكن أن يتم بمعزل عن الظروف التي يولد فيها، لهذا فإن الابتكار هو ابن بيئته الابتكارية بدرجة كبيرة، دون أن نستثني بعض الحالات التي يصنع فيها المبتكرون المتميزون ظروفهم رغم العقبات.

ولابد من الإشارة إلى أن فهم المعوقات يساعد على تعزيز دور الإدارة في كل شركة لتبني مدخلاً فعالاً في مواجهة هذه المعوقات؛ للحد من تأثيراتها السلبية. فالمبتكرين يواجهون المعوقات على مستويات عدة، أفراداً أو جماعة أو حتى شركات. ومع أن المعوقات كثيرة ومتنوعة إلا أن أكثرها شيوعاً هي:

(١) عدم وجود التمويل اللازم



كل مشروع لابتكار جديد يتطلب تمويلاً مناسباً يتم الحصول عليه في الوقت المناسب (شكل ١٦)، ويخصص بشكل ملائم على مراحل تطويره المتعددة.

فتجربة الشركات الابتكارية الرائدة تشير إلى أن الابتكار المتميز يتطلب موارد إضافية تتجاوز التمويل الأولي المخصص للبرنامج. وعدم توفير هذا التمويل يحدّ من فاعلية الابتكار.



(٢) الحرص الشديد على تجنب المخاطرة

أغلبنا لا يرغب في تحمل المخاطرة (شكل ١٧)، ويسعى للمحافظة على الصحة والثروة وهذء الأعصاب، ومع ذلك فإنه لا تقدّم دون تحمل المخاطرة والقبول بذلك. والابتكار يحمل مخاطره المرتبطة بالفشل في كل مراحله. لهذا تزر الشركات

شكل ١٧: لا تقدّم دون تحمل المخاطرة والقبول بذلك

بالعبارات المألوفة التي تعبر عن الميل نحو تجنب المخاطرة مثل: "نحن لم نجرب ذلك من قبل"، "لقد فشل هذا عندما جربناه في السابق".. الخ. لهذا فإن الشركات التي تجتهد في تحديد المخاطر إنما هي تقتل الابتكار لا تُنمّيه.

(٣) وجود حواجز وظيفية بين الأفراد والإدارات

إن الشركات تُنشأ لتحمي الحدود وتُحدد المسؤوليات، وتصنع القواعد الصارمة؛ ونتيجة لذلك تحرم الأقسام والأفراد من ميزة العمل المشترك (شكل ١٨).



شكل ١٨: الحواجز الوظيفية تحرم الأقسام والأفراد من ميزة العمل المشترك وتقتل روح الابتكار

إن المبتكرين يميلون بطبيعتهم لتخطي الحدود، وإنشاء الوضعيات الجديدة، ولكن هؤلاء المبتكرين الذين يستفيدون من الشركة ككل، قد يواجهون عقبات جمة جرّاء الحدود والتخصص في الأقسام أو الصوامع الوظيفية مما يقتل الابتكار.

(٤) التذرع بضيق الوقت

الوقت نادر، وهو الأكثر قيمة في الشركات، وعمل الإدارة يتمثل في تقييم تلك الدقائق من وقت العمل، وكيف يمكن أن تكون ذات مردود مناسب. وهذا ما لا يمكن عمله مع الابتكار إذ من الصعب إثبات أن الابتكار ذو مردود مناسب في أغلب مراحلها قبل أن يصل المنتج الجديد إلى السوق.

(٥) عدم وجود مقاييس تشجع على الابتكار

تعتمد الكثير من الشركات إلى استخدام مقاييس العوائد والأرباح والحصة السوقية لأنها الأسهل في التقييم من تلك اللاملموسات مثل السمعة، والمعرفة، واجتذاب المواهب، والمنتجات الجديدة المبتكرة، والقيادة وغيرها من الأصول التي تساهم في صنع القيمة الحقيقية للشركة. إن أغلب الابتكارات لا يمكن تفسيرها بمعيار العائد على الاستثمار (ROI)، حتى تلك الابتكارات الواعدة بإنشاء أسواق جديدة، إذا ما قورنت مع مشروعات ناجحة أخرى. لهذا فإن الحاجة ماسة لإنشاء مقاييس جديدة لتجنب عقبات المقاييس التقليدية مثل العائد على الاستثمار.

الفصل الثالث

الاقتصاد القائم على المعرفة

Knowledge-Based Economy

مقدمة

- لقد أصبحت المعرفة واحدة من أهم صور رأس المال الفكرى اليوم سواء في إبتداء أو إدارة الأعمال التجارية، مما جعل التعليم والبحث والتطوير والإبتكار، بمثابة بؤر التركيز الأساسية للمشروعات في عملية إضفاء القيمة على الأعمال التجارية (شكل ١٩)، وتلعب المعرفة الدور الأكبر في التنمية الإقتصادية وذلك مقارنة بدور الموارد الطبيعية، ورأس المال، والأيدي العاملة ذوى المهارات الضعيفة في الإقتصاد التقليدى.



شكل ١٩: ركائز إقتصاد المعرفة

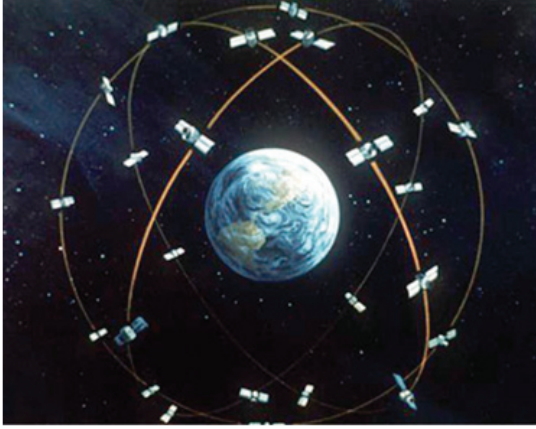
ويعتمد النجاح الإقتصادى للدول بشكل متزايد على إستغلال جميع أنواع المعرفة في شتى أنواع الأنشطة الإقتصادية، فيما يعرف باسم "إقتصاد المعرفة". كما يبرز في إقتصاد المعرفة دور عملية توليد المعرفة واستغلالها في صناعة الثروات. وبذلك نستطيع أن نقول أن الإقتصاد القائم على المعرفة هو الإقتصاد الناتج عن شركات ومؤسسات تجمع ما بين أجهزة الكمبيوتر، وكفاءات وعقول مفكرة ومتعلمة جيدا لأجل خلق الثروة.

ويعتبر إقتصاد المعرفة موردا جديدا، ويمثل ميزة تنافسية ويمكن تطبيقها في جميع القطاعات، والمؤسسات، والمناطق، والمجالات، بدءا من الزراعة وحتى البرمجيات،

والتكنولوجيا الحيوية، وذلك عن طريق الاستغلال الفعال للاصول الضمنية للمعرفة، مثل المهارات، والقدرة على الابتكار، كموارد جديدة للميزات التنافسية.

إقتصاد المعرفة

إقتصاد المعرفة هو الإقتصاد الذى تكون المعرفة فيه هى المحرك الرئيسى للنمو الإقتصادى، ففى القرن الحادى والعشرين، أصبحت تتضائل الميزة التنافسية للموارد الطبيعية، ورأس المال، والأيدى العاملة، وتنتقل تلك الميزة لتتمثل فى المهارات، والابتكارات، والتكنولوجيا (شكل ٢٠). وبهذا ينحصر دور الموارد الطبيعية إلى



أضيق الحدود فى حين يلعب الإبداع، والابتكار الدور الأكبر فى التنمية الإقتصادية.

وقد عرّف برنامج الأمم المتحدة الإنمائى الإقتصاد المعرفى بأنه نشر المعرفة وإنتاجها وتوظيفها بكفاية فى جميع مجالات النشاط المجتمعي، الإقتصادي، والمجتمع المدني، والسياسة، والحياة الخاصة وصولاً

شكل ٢٠: تعتمد إقتصادات المعرفة على توافر تكنولوجيات المعلومات، ووسائل الاتصال الرقمية، وعمليات الابتكار والتحول إلى التكنولوجيا الرقمية

لترقية الحالة الإنسانية باطراد؛ أي إقامة التنمية الإنسانية باطراد، ويتطلب ذلك بناء القدرات البشرية الممكنة والتوزيع الناجح للقدرات البشرية على مختلف القطاعات الإنتاجية.

وتعتمد إقتصادات المعرفة على توافر تكنولوجيات المعلومات، ووسائل الاتصال الرقمية، وعمليات الابتكار والتحول إلى التكنولوجيا الرقمية (شكل ٢٠)، وعلى العكس من الإقتصاد المبني على الإنتاج، حيث تلعب المعرفة دوراً أقل، وحيث يكون النمو مدفوعاً بعوامل الإنتاج التقليدية، فإن الموارد البشرية المؤهلة وذات المهارات العالية،

أو رأس المال البشري، هي أكثر الأصول قيمة في الإقتصاد الجديد، المبني على المعرفة.

وفي الإقتصاد المبني على المعرفة ترتفع المساهمة النسبية للصناعات المبنية على المعرفة أو تمكينها، وتتمثل في الغالب في الصناعات ذات التكنولوجيا المتوسطة والرفيعة، مثل الخدمات المالية وخدمات الأعمال. وقد صيغ مصطلح إقتصاد المعرفة ليعكس الأهمية المتزايدة للمعرفة باعتباره عاملاً حاسماً للاداء الإقتصادي.

والإقتصاد القائم على المعرفة هو الإقتصاد الذي يسعى فيه أفراد مؤسسة ما الى خلق، واكتشاف، ونشر، واستخدام المعرفة من أجل تحقيق مزيد من التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

ولقد تحركت الدول المتقدمة وبعض الدول النامية نحو "إقتصاد جديد قائم على المعرفة" أى أننا في طريقنا الى "مجتمع المعرفة" والذي يتغير فيه دور واهمية المعرفة كأداة للعمليات الاقتصادية تغييراً جذرياً. وأحياناً، يقال أن ذلك يعتمد بدوره على مدى التقدم في تكنولوجيا المعلومات التي تؤدي بدورها الى نقلة وتغيير كبير في علم الإقتصاد وفي العملية الاقتصادية ككل، وهناك تغييرات أساسية لهذه الدول في الاداء الإقتصادي لكلا من رجال الأعمال، وصناع القرار، وهناك تغييرات في الدور الإقتصادي للمعرفة في مسيرة التقدم.

ويشكل حجم إقتصاد المعرفة ما يزيد عن ٦٠٪ من الإقتصاد العالمي الآن. فهو يعتبر المصدر الاساسي للقيمة المضافة للمنتج والعامل في نمو الإقتصاد. ولقد أصبح إقتصاد المعرفة محركاً قوياً للتحويلات الاقتصادية والاجتماعية لأنه قائم على المزج بين النظام الإقتصادي والاجتماعي المعاصر، وبين التجربة العالمية الناجحة مع الخبرة الوطنية لتوفير منتجات ذات قيمة، واعداد افراد مؤهلين.

وقد ادت مثل هذه التطورات إلى إضفاء الحيوية في معظم الإقتصادات، وذلك على الرغم من التحديات المصاحبة لذلك:

● يتطلب الامر من المبادرون أصحاب المشاريع الجديدة إلى معرفة كيفية

الإستفادة من النخبة التكنولوجية المسؤولة عن مثل هذه الجهود، والإستفادة من الموارد المالية المتاحة لمواجهة تحديات الأعمال التجارية القائمة على المعرفة.

- لابد أن يعيد رجال الأعمال النظر في طريقة عملهم، ولابد من إدراج ثقافة جديدة ومبتكرة ضمن مؤسساتهم، وتشكيل شبكات معرفية، في الوقت نفسه، أو تحالفات إستراتيجية مع الآخرين لأجل تحقيق مكاسب مشتركة وتعزيز القدرة التنافسية.
- يتطلب الأمر من واضعي السياسات دراسة سبل إعداد بلدانهم للإنخراط في الإقتصاد القائم على المعرفة ودراسة أفضل السبل لتعزيز روح المبادرة في القطاع القائم على المعرفة.

خصائص إقتصاد المعرفة

يتسم إقتصاد المعرفة بالتوسع المستمر والمتزايد في توظيف العلم والتكنولوجيا في جميع ميادين الإقتصاد، وفي الدور الفاعل والجوهري الذي تضطلع به المعرفة كعامل حاسم في عملية الإنتاج، وتأثيرها الكبير على الخبرات، والقدرة على التعلم والتنظيم والابتكار في المنظومة الإقتصادية. فقد حُلَّت المعرفة المستقاة من المصادر العلمية والتقنية في المكان الأول محل رأس المال وغدت المصدر الرئيس للنمو، وباتت تستثمر كعنصر أساسي لتعزيز الميزة التنافسية للشركات. وبرز توسُّع كبير في صناعة الخدمات وفي حجم دورها ضمن المنظومة الإقتصادية.

ومن أهم الخصائص التي يتسم بها إقتصاد المعرفة يتمثَّل في التوسع المستمر والمتزايد في توظيف العلم والتكنولوجيا في جميع ميادين الإقتصاد، وفي الدور الفاعل والجوهري الذي تضطلع به المعرفة كعامل حاسم في عملية الإنتاج، وتأثيرها الكبير على الخبرات، والقدرة على التعلم والتنظيم والابتكار في المنظومة الإقتصادية. فقد حُلَّت المعرفة المستقاة من المصادر العلمية والتقنية في المكان الأول محل رأس المال وغدت المصدر الرئيس للنمو، وباتت تستثمر كعنصر أساسي لتعزيز الميزة التنافسية للشركات. وبرز توسُّع كبير في صناعة الخدمات وفي حجم دورها ضمن المنظومة الإقتصادية^٩.

ونشير هنا الى أن إقتصاد المعرفة يملك ميزات أهمها، نشر المعرفة التي تحتاج اليها كل أمة ناهضة، وحفز الحس المعرفي لديها، ونتاجها بكفاءة وتوظيفها في كل نشاط مجتمعي. وتحويل النشاط الإقتصادي من انتاج السلع الى انتاج الخدمات المعرفية والمعلوماتية. اضافة الى المساعدة في تسريع وتيرة التطور التقني العالي والذي يعتبر ان المعلومات والمعرفة هي اهم السلع في المجتمع.

ويتميز الإقتصاد القائم على المعرفة بالإضطراب والتغير الدائم في أجواء المشاريع والأعمال التجارية، فالإنتاجية والتنافسية الآن تعتمد على الدول الماضية على طريق إقتصاد المعرفة. وقد أدت التطورات التي حدثت في الإتصالات وتكنولوجيا المعلومات والإنترنت إلى تحول مسار بيئة الأعمال التجارية العالمية، حيث تم مد قواعد الحياة الإقتصادية والأعمال التجارية لتندرج تحت عالم المعرفة. وقد أصبح كل من الأصول المعرفية، والعاملون في مجال المعرفة، والمشاريع القائمة على المعرفة بمثابة بؤر الاهتمام والتركيز. وبالطبع، تجلب تلك البيئة الجديدة تحديات جديدة لصورة المبادرة في تنظيم المشروعات سواء على المستوى الفردي (بداية مشروع جديد) أو على مستوى الشركات (مشاريع الشركة الداخلية).

وتمكن المعرفة الكامنة في التكنولوجيات والعمليات الجديدة من دفع عجلة النمو وزيادة القدرة على المنافسة وخلق فرص عمل جديدة، ومع ذلك، لابد من إعتبار المعرفة جزءاً من إطار عمل أوسع الذى تنمو من خلاله وتمضى الأعمال التجارية.

ويتطلب الأمر لأجل بناء إقتصاد قائم على المعرفة. مستويات كافية من الإستثمار في كل من البحث والتطوير والتعليم وتكنولوجيا الإتصالات والمعلومات، فضلا عن تهيئة بيئة مواتية للإبتكار.

وتعنى زيادة القدرة التنافسية بالتغيير الإقتصادى من خلال إدراج تكنولوجيات جديدة وأساليب جديدة للإنتاج وكذلك تطوير مهارات جديدة. ويعتبر الإبتكار في صميم تلك العملية.

ويؤدى التغيير التكنولوجى والتنظيمى مع الحاجات الجديدة الناشئة عن إرتفاع

مستويات الدخل إلى خلق فرص إقتصادية جديدة، وهذا مما يساهم في إمكانية النمو العام لتلك المناطق. ويقوم إقتصاد المعرفة على أربعة ركائز مترابطة ومتشابكة (شكل ٢١):

- الحاكمية الرشيدة
- الابتكار
- التعليم
- البنية التحتية للمعلومات



شكل ٢١: يقوم إقتصاد المعرفة على أربعة ركائز أساسية

(١) الابتكار

في الإقتصاد المبني على المعرفة، يصبح من الضروري الربط الفعال بين مؤسسات الأعمال، والمؤسسات الأكاديمية والبحثية التي تستطيع مواكبة ثورة المعرفة المتنامية واستيعابها، وتكييفها مع الاحتياجات المحلية لقطاع الأعمال.

(٢) التعليم عنصر أساسي للإنتاج والتنافس الإقتصادي

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. وذلك لتنامي الحاجة إلى دمج تكنولوجيا المعلومات والاتصالات فضلاً عن المهارات الإبداعية في المناهج التعليمية وبرامج التعلم مدى الحياة. ويعد التعليم المتطور والحديث أساساً للإنتاجية والتنافسية في الإقتصاد القائم على المعرفة، حيث يتعين على الحكومات أن توفر اليد العاملة الماهرة، والابداعية والتي تمثل رأس المال البشري القادر على إدماج التكنولوجيا الحديثة في العمل. وتنتمى الحاجة إلى دمج تكنولوجيا المعلومات، والاتصالات فضلاً عن المهارات الإبداعية في المناهج التعليمية، وبرامج التعلم مدى الحياة.

(٣) وجود بنية تحتية مبنية على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات

يتطلب إقتصاد المعرفة وجود البنية التحتية المبنية على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتسهيل إعداد ونقل ونشر المعلومات والمعرفة والمشاركة في المعرفة وتكييفها مع الاحتياجات المحلية لدعم النشاط الإقتصادي وتحفيز المشاريع على إنتاج قيم مضافة عالية.

(٤) الحاكمية الرشيدة

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

مدخلات إقتصاد المعرفة

تقوم تكنولوجيا المعلومات، والأجهزة، والبرمجيات، والعقول النابغة محل

الفئات التقليدية من مدخلات الإقتصاد مثل رأس المال، والمواد الخام، والعمالة المنتجة، حيث يقوم الإنتاج بصناعة الأجهزة، ويقوم التعليم بتوليد العقول المفكرة، ويقوم الابتكار بصنع البرمجيات اللازمة. ولذا فقد إحتلت المعرفة الاهمية الكبرى كمصدر ومورد للإقتصاد مقارنة بالموارد الطبيعية ورأس المال المادى والعمالة ضعيفة المهارة ومن أهم مدخلات إقتصاد المعرفة:

(١) توفر المهارات العقلية القادرة على الابتكار

يستلزم إقتصاد المعرفة توفر القوى البشرية بما لديها من معرفة ضمنية والقدرة على الابداع والفهم والادراك من خلال قدرتها على الابتكار، ومن إنتاج واستغلال البرمجيات. وتمثل المعلومات والافكار المهمة في إقتصاد المعرفة نوعا جديدا له خصائص مختلفة عن الاصول التقليدية من البضائع في الإقتصاد الصناعى، حيث تزداد القيمة الاجتماعية والإقتصادية للأفكار والمعلومات وخاصة عندما يتم مشاركتها واستخدامها من قبل الآخرين.

(٢) توفر الأجهزة الالكترونية والمعدات والمعامل والبنية التحتية

يتطلب إقتصاد المعرفة وجود الأجهزة الالكترونية والمعدات والمعامل والبنية التحتية المبنية على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتسهيل إعداد ونقل ونشر المعلومات والمعرفة والمشاركة في المعرفة وتكييفها مع الاحتياجات المحلية.

(٣) توافر مصادر المعرفة الصريحة

يستلزم إقتصاد المعرفة توافر مصادر المعرفة الصريحة التى يتم تدوينها وتبادلها من خلال تكنولوجيا المعلومات مثل الارشادات، والكتيبات، ومدونات الكمبيوتر، والكتب، والقواعد، والأنظمة العلمية، والتكنولوجية، وكذلك البرمجيات، وتكنولوجيا المعلومات والوسائل التى يمكن من خلالها أداء مهمة معينة والتى بمجرد نشوءها يمكن تخزينها واستعادتها لاعادة استخدامها من قبل عدد كبير من الأفراد في نفس الوقت. ولذا، تعتبر برامج تكنولوجيا المعلومات هى العملة الاساسية للإقتصاد

القائم على المعرفة، ولذا فإن من أهداف التعليم الحديث تخريج جيل جديد من الطلاب ذوى العقول النابغة في مجال العلوم والرياضيات والتكنولوجيا والهندسة والتي سوف تسعى بدورها الى تعزيز إبتكار برامج تكنولوجيا المعلومات.

القوى الدافعة الرئيسية لإقتصاد المعرفة

هناك عدد من القوى الدافعة الرئيسية التي تؤدي إلى تغيير قواعد التجارة، والقدرة التنافسية الوطنية في ظل إقتصاد المعرفة:

- (١) زيادة كثافة المعرفة للأنشطة الإقتصادية
- (٢) العولمة

(١) الزيادة المطردة في كثافة المعرفة

وقد شهد العالم في العشرين عاما الاخيرة، ثورة في تطبيق تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات في جميع مجالات العمل والحياة المجتمعية. وقد كان الدافع وراء هذا الانفجار التكنولوجي هو الإنخفاض الحاد في تكاليف عمليات الاتصالات والحوسبة، وايضا بسبب التطور السريع للتطبيقات المتعلقة بتلبية حاجات المستخدمين. ومما يساعد المستخدمين على ادراك وتحقيق الفوائد العائدة من ثورة تكنولوجيا المعلومات، والتكنولوجيا الرقمية، وأنظمة المعايير والبرمجيات المطورة، والتقنيات اللازمة لدعم تطبيق أنظمة الحوسبة وأنظمة الاتصالات بما في ذلك تقنيات التصوير، والمسح وتقنيات الذاكرة، والتخزين، وأنظمة العرض، وتقنيات النسخ. وفي شبكة الإنترنت، نجد كل هؤلاء مجتمعين، لذلك فظاهرة الإنترنت هي التي تجسد فعليا ثورة تكنولوجيا المعلومات، وترجع الزيادة المطردة في كثافة المعرفة إلى:

- ظهور ثورة المعلومات التي أصبحت تشكل كثافته عالية في الإنتاج الذي زاد إعماده بصورة واضحة على المعلومات والمعارف ؛ فنحو أكثر من ٧٠ في المائة من العمال في الإقتصادات المتقدمة هم عمال معلومات ؛ فالعديد من عمال المصانع صاروا يستخدمون رؤوسهم أكثر من أيديهم.

- انتشار شبكات الحاسوب والربط بينها والإنترنت، وشبكات التواصل الإجتماعى التى جعلت العالم بمثابة قرية واحدة أكثر من اى وقت مضى.
- المنافسة المتزايدة التى أجبرت الشركات على اكتشاف طرق جديدة لزيادة كفاءتها، بما فى ذلك استخدام أسواق جديدة وتغيير أماكن الأنشطة الإنتاجية لتقليل التكاليف . وكنتيجه لذلك ازدادت الحاجة إلى تطوير السلع والخدمات بصفة مستمرة، وفى كثير من الحالات أصبحت السلع والخدمات تباع وتشتري من خلال الشبكات الإلكترونية.

(٢) العولمة

العولمة هى القوة الاخرى الدافعة لنشوء إقتصاد المعرفة، وعلى الرغم من تواجد انفتاح نسبى في الإقتصاد العالمي فى الماضى، الا أن وتيرة ومدى المرحلة الحالية من العولمة لم يسبق لها مثيل. وقد نتج عن كل ذلك مفهوم جديد لا يزال يؤثر جدلا واسع النطاق حوله من حيث تحديد آثاره، وأبعاده وهو مفهوم العولمة. فالعولمة والحد من الحواجز التقنية التى تعترض الوصول الى المعلومات، هما الجانبان الاساسيان فى اجتياز المعرفة عبر الحدود وبسرعة أكبر من أى وقت مضى، فالإقتباس والنسخ قد أصبحا أسرع وأفضل، واصبحت المنافسة أكثر شراسة.

الفصل الرابع

روح المبادرة والابتكار كدعائم
للاقتصاد السعودي القائم على المعرفة

**Entrepreneurship & Innovation: Tools in
knowledge-Based Saudi Economy**

مقدمة

تواجه المملكة تحديات حقيقية لتنمية وتطوير إقتصادها المعرفي، منها: التعليم ونشر المعرفة لمعالجة مجموعة من القضايا تتعلق بتطوير المناهج، والتعليم مدى الحياة، وربط التعليم بالتنمية، وتعريب المعرفة، تخصيص التعليم، وذلك للإسهام في تنمية القدرات التحليلية وامتلاك المهارات العملية، فضلاً عن تعزيز روح المبادرة في مجال قطاع الأعمال والمتعلق بأنشطة إقتصاد المعرفة، حيث ينطوي هذا النمط التعليمي على أهمية بالغة للوصول إلى إقتصاد قائم على المعرفة ومجتمع معرفي، من خلال تطوير منظومة التعليم في مختلف مراحلها.

و ينبغي رفع مستوى الوعي والإدراك في الربط بين النجاح في التنمية الإقتصادية في إقتصاد المعرفة ومجالات الابتكار، وروح المبادرة وريادة الأعمال وتوفير قاعدة علاقات تربط ما بين المؤسسات الحكومية والمالية والجامعات ومؤسسات البحوث والشركات التجارية والغرف التجارية، والترويج للابتكار التقني وروح المبادرة .

روح المبادرة والابتكار كدعائم للإقتصاد السعودي القائم على المعرفة

يمكن تخطي العوائق التي تواجه الإقتصاد المعرفي في ظل وجود الركائز الأساسية لإقتصاد المعرفة والتي تتوافر في المملكة ويمكن الاعتماد عليها للتحويل إلى هذا النوع من الإقتصادات، حيث يستطيع المبادرون السعوديون خلق أعمال تجارية وإنشاء شركات جديدة والتي تؤدي بدورها إلى توفير فرص عمل، وتكثيف المنافسة، وربما حتى زيادة الإنتاجية من خلال التغيير التكنولوجي، وبالتالي، فإن وجود مستويات عالية من روح المبادرة سوف يترجم بصورة مباشرة إلى مستويات عالية من نمو إقتصاد المعرفة السعودي.

وحتى يتبلور دور المبادرين السعوديين في تنمية إقتصاد المعرفة السعودي، يجب ان يتم توجية ركائز إقتصاد المعرفة لتشجيع وتحفيز روح المبادرة (شكل ٢٢):



شكل ٢٢: يمكن تخطي العوائق التي تواجه الإقتصاد المعرفي السعودي في ظل وجود الركائز الأساسية لإقتصاد المعرفة والتي تتوافر في المملكة بصور يسهل تنميتها وتطويرها بالإستعانة بالمباريين السعوديين

(١) التعليم

يعد التعليم من أهم وسائل تنمية الثروة البشرية المبدعة والتي تعد أهم متطلبات الريادة في مجال أنشطة إقتصاد المعرفة، ولذا يجب التركيز على رفع مستوى التعليم من الحضانه الى الجامعة والتسابق للوصول الى المعايير العالمية من أجل تنمية وتطوير الجيل الجديد الذي سيقود المملكة في تحولها إلى مجتمع معرفي من خلال تطوير الموارد البشرية المسؤولة عن العملية التعليمية وتوفير برامج تعليمية وتدريبية متطورة والتركيز على أهمية تطبيق المعرفة من أجل تحقيق نمو إقتصادي، إضافة الى إعطاء الحوافز اللازمة.

ويتكون نظام التعليم الشامل في المملكة العربية السعودية من حوالي اربعة وعشرين جامعة عامة، وسبع جامعات أهلية والعديد من الكليات والمعاهد الخاصة،

التعليم		
نسبة الأمية ١.5 سنة فكثر (%)	2009	13.9
ذكور (%)	2009	9.1
إناث (%)	2009	19.5
نسبة الإناث إلى الذكور من الملتحقين بالقراءة والكتابة (%)	2009	6 430 689
عدد طلبة المدارس في كافة المراحل	2009	2.8
رياض الأطفال (%)	2009	50.6
ابتدائي (%)	2009	25.0
إعدادي (%)	2009	21.6
ثانوي (%)	2009	...
أخرى (%)	2009	...
نسبة الإناث إلى الذكور رياض الأطفال (%)	2009	94.7
نسبة الإناث إلى الذكور ابتدائي (%)	2009	95.5
نسبة الإناث إلى الذكور إعدادي (%)	2009	90.6
نسبة الإناث إلى الذكور ثانوي (%)	2009	440 634
عدد المدرسين	2009	15
عدد الطلاب لكل مدرس	2009	315 884
عدد الفصول	2007	19
عدد الطلاب لكل شعبة (فصل)	2007	855 007
عدد الطلاب في التعليم العام وما فوق	2009	99.98
نسبة الإناث إلى الذكور في التعليم العام وما فوق (%)	2009	...
موزانة وزارة التعليم من موزانة الحكومة (%)	2009	...

شكل ٢٣: إحصائيات التعليم في المملكة العربية السعودية^{١٥}

قطاعات المجتمع، مما يؤدي إلى تنمية وتطوير الإقتصاد الوطني والنهوض بالمجتمع بكافة طوائفه.

نقاط القوة في نظام التعليم السعودي

إنخفاض نسبة الأمية: تقدر إحصائيات الجامعة العربية^{١٢} أن نسبة الأمية في المملكة العربية السعودية قد إنخفضت إلى أقل من ١٤٪ ، كما أظهر تقرير الرصد العالمي للتعليم للجميع^{١٣} (٢٠٠٦) أن فرص المملكة العربية السعودية لتحقيق هدف محو الأمية لدى الكبار بحلول عام ٢٠١٥ مرتفعة.

العمالة الوافدة: يمكن الإستفادة من العمالة الوافدة في التعليم والتدريب ؛ خاصةً الفئات المتعلمة والماهرة من الحرفيين، فهناك ما يقارب من سبعة ملايين وافد من بينهم شريحة كبيرة من الأطباء والمهندسين والمتخصصين في المعلومات والمحامين وأساتذة الجامعات والمدرسين والإعلاميين والمثقفين. وتعداد هؤلاء المقيمين أو المغتربين قد يشكل ثلث سكان المملكة.

البعثات الخارجية: تقوم المملكة بإرسال البعثات الخارجية للتدريب أو التعليم في

الخارج إلى العديد من الدول الأوروبية والأمريكية والإسلامية والعربية التي تمثل فرصة هائلة للتعليم، والتدريب واكتساب الخبرات في مجالات البحث العلمي والمعرفة، واكتساب سلوكيات جديدة تحبذ على العمل الجاد من أجل رفع مستوى المعيشة على المستوى الفردي والمجتمعي.

جامعة الملك عبد الله للعلوم والتقنية: تعد جامعة الملك عبد الله جامعة عالمية للأبحاث على مستوى الدراسات العليا وتكرس جهودها لانطلاق عصر جديد من الإنجاز العلمي في المملكة العربية السعودية والمنطقة والعالم، وبما تحمله من رؤية وبرامج، والدعم الكبير لقطاع التعليم الفني والمهني والتقني. وتركز جامعة الملك عبد الله على الارتقاء بأبحاث العلوم والهندسة في المجالات التي لها أهمية لمستقبل المملكة والمنطقة والعالم.

مشروع خادم الحرمين الشريفين لتطوير التعليم: ويهدف مشروع خادم الحرمين الشريفين لتطوير التعليم العام^{١٤} إلى بناء معايير عالمية لمختلف جوانب العملية التعليمية وعناصرها، وتطوير نظام متكامل لتقويم التعليم وقياس مستوى الجودة، وتطوير مختلف عناصر العملية التعليمية ويشمل ذلك: تطوير المناهج التعليمية بمفهومها الشامل لتستجيب للتطورات العلمية والتقنية الحديثة، وتلبي الحاجات القيمة والمعرفية والمهنية والنفسية والبدنية والعقلية والمعيشية لدى الطلاب. هذا بالإضافة إلى إعادة تأهيل المعلمين والمعلمات، وتهينتهم لأداء مهامهم التربوية والتعليمية بما يحقق أهداف المناهج التعليمية المطورة، وتحسين البيئة التعليمية وتأهيلها وتهينتها لإدماج التقنية والنموذج الرقمي للمنهج ؛ لتكون بيئة الفصل والمدرسة بيئة محفزة للتعلّم من أجل تحقيق مستوى أعلى من التحصيل والتدريب. كما يهدف المشروع إلى تعزيز القدرات الذاتية والمهارية والإبداعية وتنمية المواهب والهوايات وإشباع الرغبات النفسية لدى الطلاب والطالبات، وتعميق المفاهيم والروابط الوطنية والاجتماعية من خلال الأنشطة غير الصفية بمختلف أنواعها.

نقاط الضعف في نظام التعليم السعودي

التعليم التقني: إن التعليم التقني هو الركيزة الأساسية لتقدم الدول، ويواجه التعليم التقني في المملكة تحديات متلاحقة تتمثل في تباطؤ مساهمة الثورة العلمية والتكنولوجية

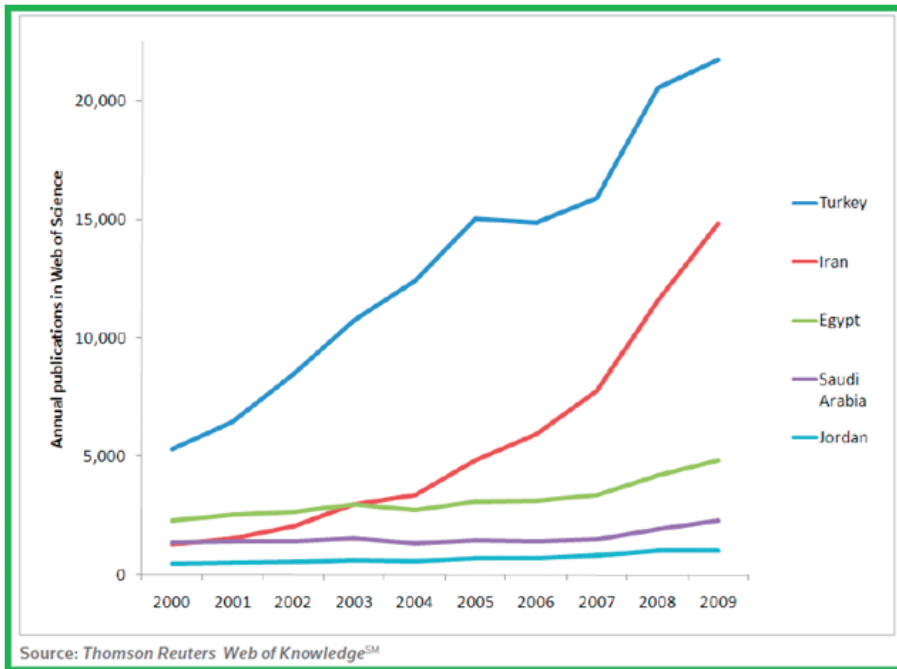
والمعلوماتية، لذا فمن الأهمية تفاعل العملية التعليمية مع التقدم الصناعي لما له من تأثير مباشر على الحياة الاجتماعية والمتغيرات الثقافية في المجتمع. فالتكنولوجيا ليست فقط في صناعة الأجهزة واستخداماتها بل ان التكنولوجيا الحقيقية تمتد الى مايصاحب التغيرات في سلوكيات الافراد في المجتمع واكتساب معارف وخبرات ومهارات تدريبية وخلق الطرق للتعامل مع التكنولوجيا بالشكل الذي يؤمن توظيفها في خدمة المجتمع، للتغلب على القصور الملحوظ لدى الشباب السعودي في معارفهم ومهاراتهم المهنية وسلوكياتهم العملية اللازمة للحياة وسوق العمل والنتاج عن قصور برامج التعليم والتدريب^{١٥}.

الاحتياجات التدريبية: يواجه نظام التعليم بالمملكة تحديا واضحا وخطيرا في توفير الاحتياجات التدريبية من عمالة وطنية على مستوى عال من المهارة والتقنية والمهنية التي تواكب التطورات العلمية والتكنولوجية المتسارعة وما اعقبها من تبدل في المهن والحرف والمهارات ووسائل الانتاج والذي يتوافق مع ما يجب ان يحصل من تطور في نظم التعليم التقني، لتحقيق اهدافه في بناء شخصية الطالب المزود بالعلوم والمهارات التقنية المستندة على قاعدة علمية تؤهله لممارسة مهنته فور تخرجه والتي توازي هذه التحديات، ومايتطلب من التأكيد على رأس المال البشري وبناء قواعد وركائز متينة للتعليم بصورة عامة وللتعليم التقني بصورة خاصة لارتباط ذلك وانعكاسه على المجتمع برمته.

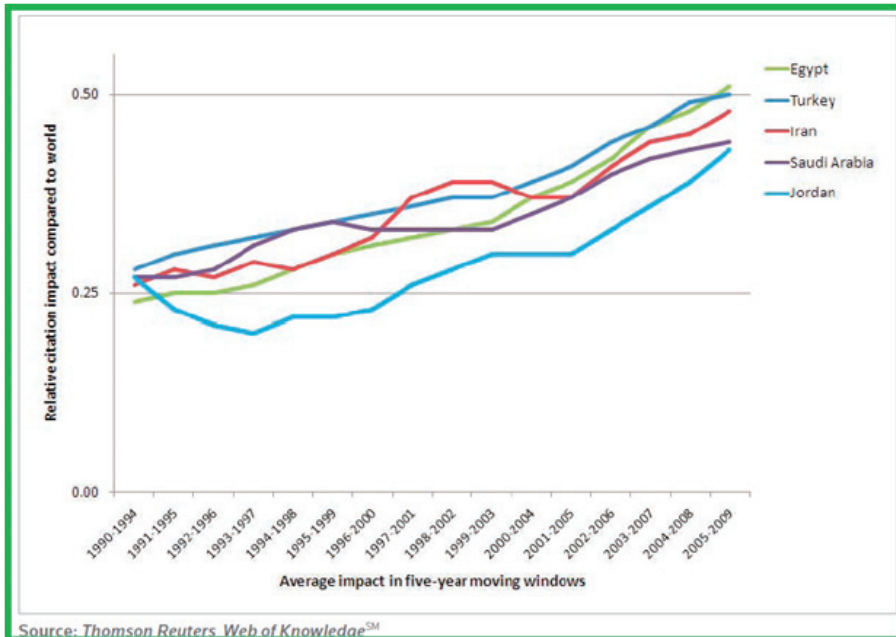
السياسات التعليمية: ضرورة اجراء مسح علمي وعلمي وميداني مستمر للسياسات التعليمية بالمملكة بكل اتجاهاتها في مدخلاتها وعائداتها ومخرجاتها لخدمة التنمية أو من حيث كفاءتها ورسالتها العلمية والبحثية والتدريسية (أشكال ٢٤، ٢٥).

خطط التعليم: عدم وجود ربط بين خطط التعليم وتطويره، وبين خطط التنمية الشاملة للمملكة، حيث يجب السعي باستمرار للربط بين خطط التعليم وتطويره، وبين خطط التنمية الشاملة للمملكة وتحقيق التوازن بين التوسع في التعليم والحاجات المجتمعية.

برامج خدمة المجتمع: غياب برامج خدمة المجتمع في مؤسسات التعليم العالي وانفصال معارف الخريجين ومهاراتهم عن حاجات المجتمع، ووجوب ربط خطط



شكل ٢٤: معدل نمو بطنى لحجم الأبحاث المنشورة للمملكة العربية السعودية مقارنة بدول المنطقة



شكل ٢٥: قلة الإستشهاد بالأبحاث التى تمت في المملكة مقارنة بدول بالمنطقة

القبول في التعليم العالي بمواقع العمل والانتاج لرشد خطط التنمية الشاملة بالمملكة بالعناصر الكفوءة والماهرة والمدرية والقادرة على استيعاب وتطوير التكنولوجيا المتقدمة من جهة ودراسة حاجة السوق لهذه العناصر.

(٢) الابتكار

يقاس تطور الأمم بما حققته على المستوى السياسي والإقتصادي والاجتماعي، كما يقاس أيضا بما حققته في مجال بحثها العلمي، والابتكار ولقد جندت الدول المتقدمة وعلى رأسها الولايات المتحدة الأمريكية كل طاقاتها وقدراتها ونابغيتها للنهوض بالبحث العلمي، فاستقطبت العقول المتميزة من دول العالم، وخصصت أموالا باهضة من دخلها القومي لهذا المجال. إن قوة الدول أصبحت رهينة بما توليه هذه الأخيرة للبحث العلمي من أهمية، ولذا يجب أن تقوم المملكة بإنشاء مراكز أبحاث جديدة في المجالات ذات الأولوية الاستراتيجية للمملكة، في كل من القطاعين العام والخاص، وتشجيع انشاء المراكز المشتركة بين القطاعين العام والخاص، وتوفير ميزانية أكبر للأبحاث في جميع المجالات مع التركيز على العلوم والتكنولوجيا، وأن تشمل ميزانية الأبحاث تكلفة إستقطاب وجذب العقول المتميزة من دول العالم وخاصة العلماء والخبراء من دول العالم الإسلامي، والعلماء والخبراء المسلمين الذين يعملون في معامل الأبحاث في الولايات المتحدة الأمريكية والدول الأوروبية.

نقاط القوة في نظام الابتكار السعودي

مدينة الملك عبدالعزيز للعلوم والتقنية^{١٨}: وقد قامت بتخصيص نحو ثمانية مليارات ريال للاستثمار في بناء منظومة العلوم والتقنية والابتكار في المملكة، وتقوم مدينة الملك عبدالعزيز للعلوم والتقنية بدعم وتشجيع البحث العلمي للأغراض التطبيقية، وتنسيق نشاطات مؤسسات ومراكز البحوث العلمية في هذا المجال بما يتناسب مع متطلبات التنمية في المملكة، والتعاون مع الأجهزة المختصة لتحديد الأولويات والسياسات الوطنية في مجال العلوم والتقنية من أجل بناء قاعدة علمية تقنية لخدمة التنمية في المجالات الزراعية والصناعية والتعدينية وغيرها، والعمل على تطوير الكفايات العلمية الوطنية واستقطاب الكفايات العالية القادرة لتعمل بالمدينة في تطوير وتطوير

التقنية الحديثة لخدمة التنمية في المملكة، وتشتمل هذه المدينة على متطلبات البحث العلمي كالمختبرات ووسائل الاتصالات ومصادر المعلومات، كما تشتمل على جميع المرافق اللازمة للعاملين في المدينة، ولها في سبيل تحقيق أغراضها دون أن يكون في ذلك تحديد لاختصاصاتها القيام بإقتراح السياسة الوطنية لتطوير العلوم والتقنية ووضع الاستراتيجية والخطة اللازمة لتنفيذها وتنفيذ برامج بحوث علمية تطبيقية لخدمة التنمية في المملكة، ومساعدة القطاع الخاص في تطوير بحوث المنتجات الزراعية والصناعية التي تتم عن طريقها، ودعم برامج البحوث المشتركة بين المملكة والمؤسسات العلمية الدولية، وتقديم منح دراسية وتدريبية، وتقديم منح للأفراد والمؤسسات العلمية للقيام بأجراء بحوث علمية تطبيقية، والتنسيق مع الأجهزة الحكومية والمؤسسات العلمية ومراكز البحوث في المملكة في مجال البحوث وتبادل المعلومات والخبرات ومنع الازدواج في مجهوداتها.

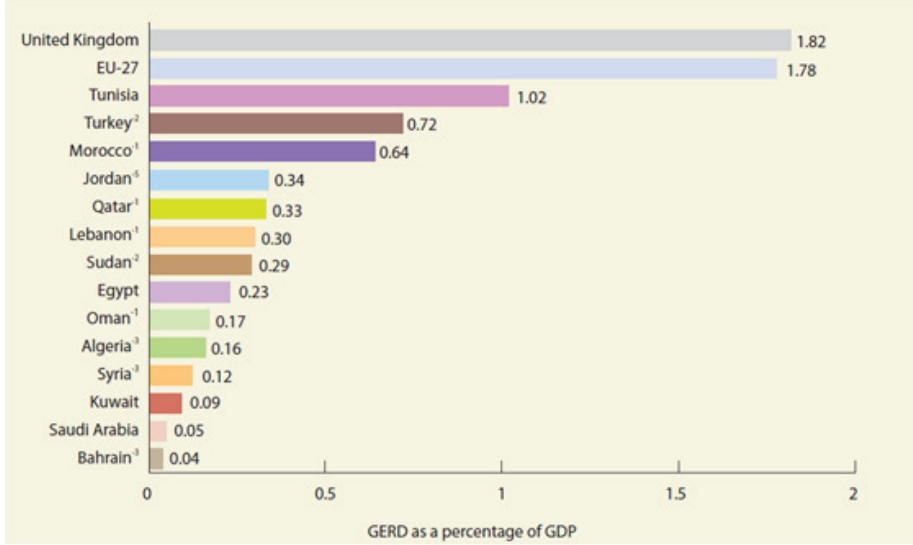
مؤسسة الملك عبدالعزيز ورجاله للموهبة والإبداع: وهي مؤسسة تقوم بدعم وبناء وتطوير بيئة ومجتمع الإبداع بمفهومه الشامل في المملكة لكي يتمكن الموهوبون وبفئاتهم المختلفة من استغلال وتسخير مواهبهم لخدمة الوطن. ورسالتها هي اكتشاف الموهوبين ورعايتهم، وتمثل هذه الرسالة عملياً في الأهداف التالية: تحسين ما يقدم لتربية الموهوبين وتوسيعه، ورفع مستوى وعي المجتمع بشأن التعليم والابتكار، ودعم النماء الدائم للمملكة وتشمل أيضاً:

- القدرة المالية على الإستثمار في الاختراعات والإبتكارات الجديدة
- القدرة على استقطاب الخبرات العلمية والعملية من كفاءات عالمية في المجالات الطبية والعلمية والإدارية.
- المواطنين المبتعثين للدراسة في الخارج
- يشهد قطاع النفط والغاز تركيزاً كبيراً في الجهود والطاقات الابتكارية والمعرفية.

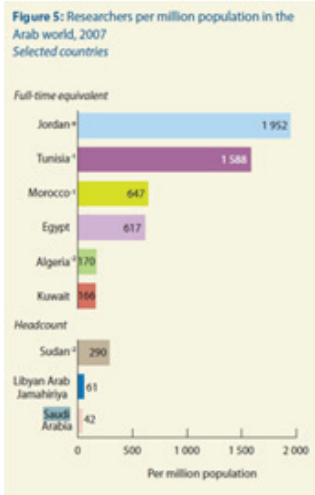
نقاط الضعف في نظام الابتكار السعودي

مخصصات البحث العلمي: تخصص المملكة للبحث العلمي نسبة ضعيفة بالنسبة

لناتجها العلمي كما هو موضح في تقرير هيئة اليونسكو لعام ٢٠١٠ (شكل ٢٦)، هذا بخلاف الدول السابقة في هذا المجال التي تخصص نسبة معتبرة من الدخل القومي للبحث العلمي (GERD3) من الناتج الداخلي للبحث العلمي.



شكل ٢٦: مخصصات الإنفاق على البحث العلمي بالنسبة للدخل القومي



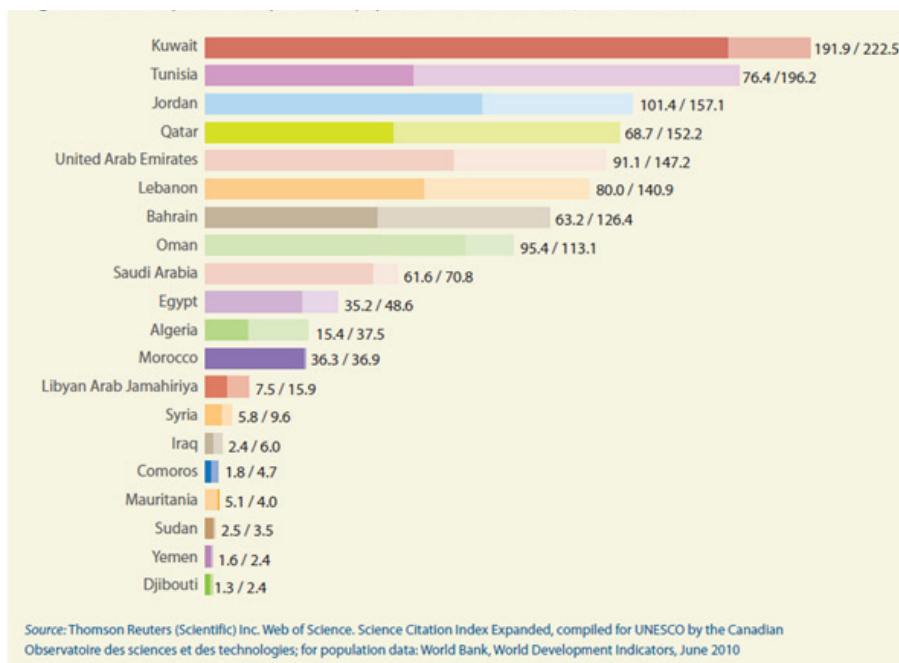
شكل ٢٧: عدد الباحثين في كل مليون نسمة من تعداد السكان

عدد الباحثين السعوديين: عدم توجه العدد الكافي من المواطنين السعوديين للبحث العلمي حيث بلغ عدد الباحثين السعوديين إلى ٤٢ باحثاً في كل مليون نسمة طبقاً للبيانات المتاحة في تقرير اليونسكو لعام ٢٠١٠، هذا مع وجود نسبة كبيرة من العمالة الأجنبية غير المؤهلة علمياً، مما يحد من قدرة نشر المعرفة، حيث لا تستطيع شريحة العمالة الأجنبية تعلم التقنيات الجديدة أو اكتساب معرفة جديدة وهي بذلك لن تساهم في تطور تلك التقنيات المعرفية أو حتى في نقلها.

٣ GERD: Growth in gross domestic Expenditure on Research and Development

الشركات الوطنية: محدودة انتشار الشركات الوطنية في الأسواق الأجنبية، مما يحد من مقدرتها على الإطلاع على المنتجات المعرفية الجديدة، حيث ينصب تركيز معظم المؤسسات السعودية على السوق المحلية والإقليمية على حساب الانتشار العالمي، مع ضعف التواصل محلياً بين الشركات العاملة بالمملكة فيما بينها، وكذلك تواصل هذه الشركات مع الجامعات والمؤسسات التعليمية المحلية أيضاً. هذا بالإضافة إلى عدم الاستفادة من الخبرات المستقطبة في قطاع النفط والغاز لإنتاج قيمة مضافة في القطاعات الخدمية والإنتاجية الأخرى بالمجتمع.

ضعف النشر العلمي: عدم وجود العدد الكافي من المهتمين بالنشر العلمي في الجامعات السعودية ومراكز البحوث.



شكل ٢٨: عدد المنشورات العلمية لكل مليون نسمة من تعداد السكان في الدول العربية في الفترة ٢٠٠٢-٢٠٠٨

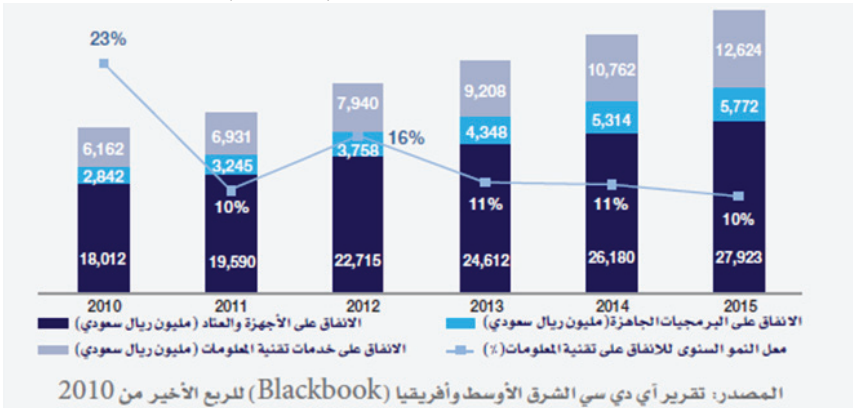
استخدام المعرفة: تركز المملكة العربية السعودية على استخدام المعرفة والاستفادة الأمثل من المنتجات المبتكرة من قبل مناطق أخرى في العالم على أن تقوم بابتكار

معرفة جديدة.

مؤشرات المعرفة: عدم وجود مؤشرات واضحة لقياس أثر سياسات الدولة على نشر ثقافة المعرفة وتهيئة مناخ الإبداع في المجتمع. وعلى سبيل المثال، يعتمد مؤشر القدرة التطويرية للمعرفة على عاملين، وهما تطوير وابتكار معرفة جديدة، أو الاستثمار الفعال للمعرفة الجديدة.

(٣) البنية التحتية للمعلومات

تهتم المملكة العربية السعودية ببناء البنية التحتية الحديثة لقطاع تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات لتوفير بيئة مواتية لعمل الحكومة، وقطاع الأعمال في عموم المملكة، وربط هذه البنية الحديثة بنظيراتها حول العالم. وسوق تقنية المعلومات والاتصالات السعودي يأتي في مقدمة الأسواق العربية والشرق أوسطية بما ينفقه على البنيات التحتية والمشروعات، وهو يتيح إمكانية التواصل مع الأسواق العالمية كما يوفر أفضل بيئة تجارية في المنطقة. وتعد المملكة من الدول الأسرع نمواً في المنطقة من حيث الإنفاق على الاتصالات وتقنية المعلومات فقد بلغ حجم الإنفاق الإجمالي ٢٧ مليار ريال سعودي في عام ٢٠١٠، ومن المتوقع أن يصل إلى نحو ٤٦ مليار ريال سعودي في عام ٢٠١٥، وهو ما يعادل ١١,٤ ٪ نمو سنوي مركب (شكل ٢٩).



شكل ٢٩: الإنفاق في أسواق تقنية المعلومات في المملكة

○ المؤشر العام لجاهزية المملكة للاستفادة من أحدث التطورات التكنولوجية (طبقا للتقرير الأخير للتصنيف العالمي للمنتدى الإقتصادي العالمي):

٢٠١١-٢٠١٠	٢٠١٠-٢٠٠٩	٢٠٠٩-٢٠٠٨
الترتيب العام للملكة: ٣٣ من ١٣٨	الترتيب العام للمملكة: ٣٨ من ١٣٣ دولة	الترتيب العام للمملكة: ٤٠ من ١٣٤ دولة

○ تقييم جاهزية المملكة للاستفادة من أحدث التطورات التكنولوجية بناء على أساس الدخل القومي الإجمالي للفرد الواحد (طبقا للتقرير الأخير للتصنيف العالمي للمنتدى الإقتصادي العالمي):

٢٠١١-٢٠١٠	٢٠١٠-٢٠٠٩
الترتيب العام للملكة: ٣٢ من ١٣٨ دولة	الترتيب العام للمملكة: ٣٦ من ١٣٣ دولة

○ مؤشر البيئة التكنولوجية في المملكة (طبقا للتقرير الأخير للتصنيف العالمي للمنتدى الإقتصادي العالمي)

٢٠١١-٢٠١٠	٢٠١٠-٢٠٠٩	٢٠٠٩-٢٠٠٨	المؤشر / عام
الترتيب: ٣٢ عدد الدول: ١٣٨	الترتيب: ٣٨ عدد الدول = ١٣٣	الترتيب: ٣٨ عدد الدول = ١٣٤	
الترتيب: ٩١	الترتيب: ٣٣	الترتيب: ٨٣	بيئة السوق
الترتيب: ٥٢	الترتيب: ٥٣	الترتيب: ٢٤	البيئة السياسية والتشريعية
الترتيب: ٤٥	الترتيب: ٨٤	الترتيب: ٤٤	بيئة البنية التحتية

○ مؤشر الجاهزية التكنولوجية في المملكة (طبقاً للتقرير الأخير للتصنيف العالمي للمنتدى الإقتصادي العالمي)

المؤشر / عام	٢٠٠٨-٢٠٠٩	٢٠٠٩-٢٠١٠	٢٠١٠-٢٠١١
	الترتيب: ٤١ عدد الدول = ١٣٤	الترتيب: ٣٠ عدد الدول = ١٣٣	الترتيب: ٢٤ عدد الدول = ١٣٨
جاهزية الأفراد	الترتيب: ٩٧	الترتيب: ٦٤	الترتيب: ٤٣
جاهزية مؤسسات الأعمال	الترتيب: ٨٢	الترتيب: ٨٢	الترتيب: ٨٣
جاهزية الحكومة	الترتيب: ٦٣	الترتيب: ٥٢	الترتيب: ٢١

○ مؤشر إستخدام التكنولوجيا في المملكة (التقرير الأخير للتصنيف العالمي للمنتدى الإقتصادي العالمي)

المؤشر / عام	٢٠٠٨-٢٠٠٩	٢٠٠٩-٢٠١٠	٢٠١٠-٢٠١١
	الترتيب: ٤٤ عدد الدول = ١٣٤	الترتيب: ٤١ عدد الدول = ١٣٣	الترتيب: ٣٩ عدد الدول = ١٣٨
مؤشر استخدام الأفراد	الترتيب: ٣٥	الترتيب: ٢٤	الترتيب: ٠٤
مؤشر استخدام مؤسسات الأعمال	الترتيب: ٩٣	الترتيب: ٩٤	الترتيب: ٤٤
مؤشر استخدام الحكومة	الترتيب: ٢٤	الترتيب: ٢٥	الترتيب: ٢٥

نقاط القوة في البنية التحتية للمعلومات في المملكة

- استخدام الإنترنت في المملكة أخذ بالزيادة المطردة عاما بعد آخر منذ أن أتيح استخدامها في عام ١٩٩٨ م، فقد كشفت دراسة عن استخدام الإنترنت

في المجتمع السعودي أن نسبة الاستخدام الحالي تزيد عن ٥١٪ بين أفراد المجتمع الذين شملتهم الدراسة، وتكتسب الإنترنت اليوم أهمية خاصة في المملكة العربية السعودية، وذلك بسبب تسارع انتشار استخدامها، وكثافة هذا الاستخدام لاسيما من قبل الشباب ذكوراً وإناثاً. وتتنوع دوافع الاستخدام، وتختلف أغراضه وأشكاله، فالإنترنت التي اعتبرت في بداية ظهورها مجرد وسيلة أخرى للمعلومات والترفيه، أصبحت اليوم مصدراً للأخبار، وبيئة خصبة للشائعات، وساحة مفتوحة وبعيدة عن الرقابة، للحوار والاتصال والاطلاع على الآراء والتعليقات حول القضايا والأحداث. فهي وسيلة للتفاعل، وتبادل المعلومات والأفكار والصور والمواقع بين الأفراد والمؤسسات. وفي دراسة منشورة في مركز أسبار للدراسات والبحوث والإعلام^{٢٠} من استخدام الإنترنت في المجتمع السعودي:

- تواصل المملكة العربية السعودية الصعود في مؤشر الجاهزية للاستفادة من أحدث التطورات التكنولوجية حيث ارتفع المؤشر بنسبة ١٣٪ في التقرير الأخير للتصنيف العالمي للمنتدى الإقتصادي العالمي في تقرير التنافسية لقطاع الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات حتى وصلت إلى المركز ٣٣ .
- الإشادة ببرنامج "يسر" للتعاملات الإلكترونية الحكومية وبدوره الممكن والمحفز لتطبيق التعاملات الإلكترونية الحكومية، وتقليل المركزية في تطبيق التعاملات الإلكترونية الحكومية بأكبر قدر ممكن، مع وضع الحد الأدنى من التنسيق بين الجهات الحكومية. ويستند عمل البرنامج على القواعد الرئيسية التالية: رؤية وأولويات ومواصفات موحدة وتقليل المركزية وإعادة استخدام البرمجيات التي يتم تطويرها. ويقوم البرنامج بتجميع وتعميم أفضل الممارسات والدروس المستفادة في مجالات تقنية المعلومات في الجهات الحكومية، وتشمل أفضل الممارسات لتصميم الهيكل التنظيمي لإدارة تقنية المعلومات، وأفضل الممارسات لتحضير ميزانية تقنية المعلومات، وأفضل الممارسات لتخطيط إستراتيجية تقنية المعلومات وكذلك في عمليات تقنية المعلومات.
- تواصل المملكة في الصعود في مؤشر البيئة التكنولوجية، حيث إرتفع المؤشر

بنسبة ١٥٪ في التقرير الأخير في التصنيف العالمي للمنتدى الإقتصادي العالمي في مؤشر البيئة و يقيس هذا المؤشر مدى درجة تميز البيئة التي توفرها الدولة لتطوير واستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بشكل فعال.

- تواصل المملكة في الصعود في مؤشر الجاهزية التكنولوجية في المملكة، حيث إرتفع المؤشر بنسبة ٢٠٪ في التقرير الأخير في التصنيف العالمي للمنتدى الإقتصادي العالمي و يقيس هذا مدى قدرة الأفراد ومؤسسات الأعمال والحكومة على تحسين وتطوير الإمكانيات الواعدة لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات.
- هناك تحسن طفيف حيث ارتفع مؤشر استخدام التكنولوجيا في المملكة بنسبة ٥ ٪، و يقيس هذا المؤشر درجة استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتطبيقاتها من قبل الأفراد، ومؤسسات الأعمال، والحكومة.

(٤) الحاكمية الرشيدة

يهدف نظام الدولة الإقتصادي والمؤسسى بالمملكة إلى توفير الحوافز اللازمة لأجل الاستغلال الكفاء لكل من المعرفة القائمة والمعرفة الجديدة ولأجل تنشيط روح المبادرة. فالنظام الإقتصادي والمؤسسى الجيد الذى يقوم بتوفير الحوافز لخلق معرفة جديدة بكفاءة ونشر واستغلال المعرفة القائمة

نقاط القوة في الحاكمية لإقتصاد المعرفة في المملكة

- تشجيعا للصناعة الوطنية وللمستثمرين فإن جميع مستوردات المصانع الوطنية من مواد خام ومواد أولية ومعدات وأجهزة وقطع غيار تعفى من الرسوم الجمركية كما تعفى جميع صادرات المملكة من أى رسوم جمركية بموجب التعريفات الجمركية (باستثناء الجلود الخام او الجلود غير المدبوغة).
- تأسيس بنية تحتية من شبكات الحاسب الآلي لتطبيق الأنظمة الآلية في جميع المنافذ الجمركية البرية والبحرية والجوية، وتعميم الحاسب الآلى في مصلحة

الجمارك وكافة فروعها وأصبحت الإجراءات الجمركية لفسح البضائع تنتهي آلياً لجميع الإجراءات الجمركية كإجراءات الإستيراد والتصدير والتعريف، الإعفاءات، الإيرادات، الاتفاقيات الدولية، بيانات المخلصين والمستوردين، والبطاقة الجمركية للسيارات وحركة الركاب والمركبات، والأنظمة المالية والإدارية، والأنظمة، هذا بالإضافة إلى تطبيق بيان جمركي موحد لجميع العمليات الجمركية.

- إنشاء منطقة التجارة الحرة فيما بين دول المجلس والتي تم بموجبها إعفاء كافة المنتجات الوطنية من الرسوم الجمركية والرسوم ذات الأثر المماثل وفق شروط معينة، بالإضافة إلى الاتفاقية الاقتصادية الجديدة التي أقرها قادة دول المجلس في قمة مسقط في ديسمبر ٢٠٠١م لتواكب التطور الشامل للعمل الخليجي ولتعكس المتغيرات الاقتصادية المحلية والإقليمية والدولية.
- نظام الرقابة السعودية قد اثبت فعاليته امام محك تراجع اسعار النفط والاضاع الاقتصادية والتقلبات في الاسواق العالمية وحتى الصراعات الاقليمية، و اشار الى ان نجاح الرقابة المصرفية في السعودية يمكن قياسه من خلال تجنب حدوث افلاس مصرفي والمحافظة على موثوقية النظام المصرفي السعودي عبر خمسين عاماً.

نقاط الضعف في الحاكمية لإقتصاد المعرفة في المملكة

- **صعوبة إجراءات الجمارك:** وعلى سبيل المثال نحو ٧١٪ من شركات دبي اشكت من مشاكل "غير جمركية" يواجهها التجار عند حدود المملكة تمثلت في صعوبة إجراءات الجمارك السعودية!! كما اعتبر ٦٠٪ أنهم تعرضوا لتأخير في التخليص الجمركي خلال التجارة من أو إلى المملكة!! في حين رأى ٤٥٪ أن هنالك تفاوتاً في هيكل الرسوم في السعودية، و٢٨٪ منهم واجههم تفاوت في مواصفات السلع.
- **القضاء:** يعاني القضاء بشكل سيء من نقص كوادره وتعقيد التعيين فيه، وكذلك لا وجود لهيئة قضائية داخلياً بسبب ضعف الإنجاز وتطويل مدة التقاضي ويرجع السبب ؛ كثرة القضايا أمام المحاكم العامة والمحاكم الإدارية ونقص عدد القضاة في مواجهة الكم الكبير من القضايا، ولا يوجد

قضاة التنفيذ ولا قضاة التحقيق بشكل جدي وقوي وإنما هناك في دولة تعد في المرتبة الثالثة عشر عالمياً من حيث المساحة لا يوجد فيها قضاة تنفيذ إلا بعدد أصابع اليد !

● القضاء: يعاني القضاء من قلة عدد القضاة حيث يوجد قاضٍ واحد لكل ٣٢ ألف مواطن بينما الوضع المثالي يكون قاضٍ لكل ٢٠٠٠ ساكن، فعدد القضاة في السعودية ١٢٥٠ قاضٍ تقريباً حسب الإحصائيات الأخيرة ينظرون ٨٠٠ ألف قضية تقريباً في العام الواحد، تزداد نسبتها تصاعدياً بنسبة ١٢٪. كل قاضٍ ينظر ما بين ١٥ إلى ١٠ قضية يومياً وهذا يضر في سير العدالة ويؤخر النظر في مداوالات القضايا، ويعزو المهتمين بالشأن القضائي في المملكة سبب ذلك إلى القيادة القضائية ؛ كمجلس الأعلى للقضاء، ومجلس القضاء الإداري، وإلى سوء التخطيط والتنفيذ، وطرد الخبرات القضائية النابهة كالقضاة وخريجي الشريعة، وإلى عدم الضمان الوظيفي لأعضاء السلك القضائي.

● المجلس الأعلى للقضاء: يرى البعض أن المجلس الأعلى للقضاء له قيادة بطيئة التطوير والتنفيذ

● مجلس القضاء الإداري: يرى البعض أن مجلس القضاء الإداري حبيس الأنظمة والتعقيد الإداري .

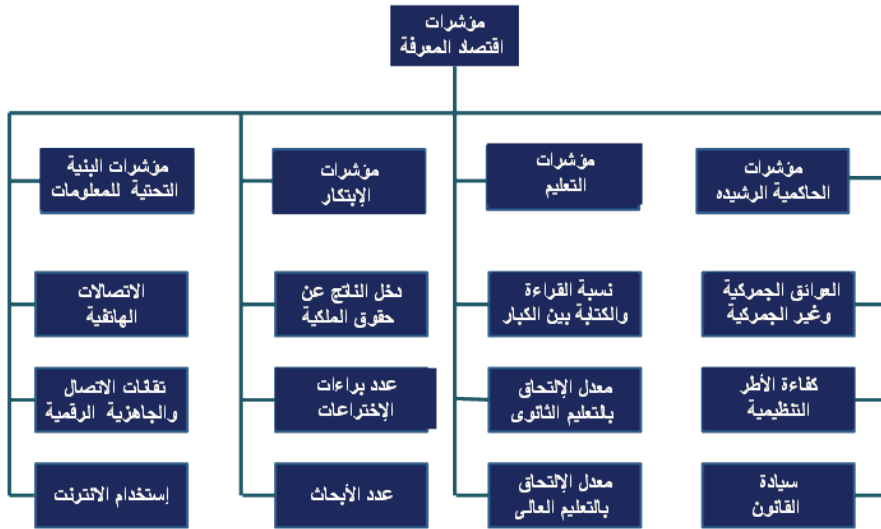
الملحقات

ملحق أ: إطار عمل إقتصاد المعرفة Knowledge Economy Framework

تعتبر الخطوة الاولى في بناء إقتصاد معرفة وطني هو فهم وتحديد نقاط القوة والضعف في الدولة وكذلك نقاط القوة والضعف للمنافسين الفعليين والمحتملين. كما ينبغي على الدولة تفصيل أهدافها وتطوير السياسات والإستثمارات التي تحقق هذه الاهداف. وقد قام معهد البنك الدولي للمعرفة، والمختص ببرامج التنمية بتطوير أداة قياس تفاعلية والتي تتيح للبلدان تحديد المشاكل والفرص التي يواجهونها على طريق تحولهم الى إقتصاد جديد قائم على المعرفة، حيث انها قد تساعد على شد إنتباه السياسيين من أجل تشجيع استثمارات المستقبل. وقد يتمكن اى فرد من استخدام منهجية تقييم المعرفة من خلال اتصاله بالإنترنت، على الرغم من أن هذه المنهجية قد صممت خصيصا لمخططي وصانعي السياسة المنخرطين في تقييمات المعرفة المحلية. ويقضي الاصدار الحديث "لعام ٢٠٠٨" بإجراء مقارنات على أساس ٨٣ متغير نوعي وهيكلية والتي تمثل ركائز إقتصاد المعرفة الاربعة. ويقوم معهد البنك الدولي لبرنامج التنمية بمساعدة الدول المشتركة في بناء قدراتها من أجل الوصول الى المعرفة واستخدامها وذلك لتعزيز قدراتهم التنافسية ورفع مستوى الاوضاع الإقتصادية والاجتماعية، كما يقوم البرنامج بالعمل مع الدول المشتركة في تصميم وتطوير استراتيجيات واقعية وقابلة للتحقيق للمضى نحو تنمية قائمة على المعرفة، كما أنه يساعد الدول على تقييم كيفية أدائها ومقارنتها مع الآخرين في مجال قدرتها على التنافس في إقتصاد المعرفة لمساعدتها في تحديد السياسات الملائمة لتحقيق اهدافها.

كما يقوم معهد البنك الدولي لبرنامج التنمية بتقديم توصيات للدول المشتركة من أجل اصلاح السياسات المتعلقة بإقتصاد المعرفة مع توصيات اضافية بشأن تحديد ما تحتاجه الدولة للقيام به لتطوير القدرات المناسبة لتحقيق هذه السياسات.

يتكون اطار العمل التالي من أربعة ركائز اساسية (شكل ٣٠) والتي تقوم بمساعدة البلدان على وضع استراتيجيات مناسبة لأجل الإنتقال الى إقتصاد قائم على المعرفة.



شكل ٣٠: يتكون إطار عمل إقتصاد المعرفة من أربعة ركائز اساسية

(١) الحاكمية الرشيدة

يجب أن يقوم نظام الدولة الإقتصادي والمؤسسى بتوفير الحوافز اللازمة لأجل الاستغلال الكفاء لكل من المعرفة القائمة والمعرفة الجديدة ولأجل تنشيط روح المبادرة. فالنظام الإقتصادي والمؤسسى الجيد الذى يقوم بتوفير الحوافز لخلق معرفة جديدة بكفاءة ونشر واستغلال المعرفة القائمة.

وتشمل مؤشرات الحاكمية الرشيدة:

- العوائق الجمركية، والغير جمركية والتي تمثل مقياسا لدرجة المنافسة، وهى تأتى من التصويت على متوسط معدل التعريف الجمركية والحوافز الغير جمركية والفساد في دائرة الخدمات الجمركية.
- كفاءة الأطر التنظيمية: كما تقوم الجودة التنظيمية بتحديد انتشار سياسات غير ودية في السوق، مثل الرقابة على الاسعار أو عدم كفاية الرقابة المصرفية وكذلك التصورات المحتملة للاعباء التى يفرضها التنظيم المفرط في المجالات الخاصة بأعمال التجارة الخارجية وفى مجال تطوير الأعمال التجارية الحرة.

- سيادة القانون: ويأتى دور سيادة القانون في تحديد مدى ثقة العملاء في قواعد وقوانين المجتمع ومدى الالتزام بها، وهذا ما يشمل: بعض التوقعات الخاصة بوقوع جرائم عنيفة أو غير عنيفة، وقدرة وفعالية السلطة القضائية على مثل هذه التنبؤات، ومدى قابلية تنفيذ العقود المبرمة.

(٢) التعليم والموارد البشرية

يحتاج الناس في الدولة الى التعليم والى المهارات التى تمكنهم من خلق ومشاركة المعرفة والمهارات واستخدامهما بشكل جيد لأجل خلق مجتمع وأجيال متعلمة وذى مهارات عالية بحيث يتمكنوا بدورهم من خلق واستخدام المعرفة.

وتشمل مؤشرات التعليم والموارد البشرية:

- النسبة المئوية لمعرفة القراءة والكتابة ما بين الافراد الذين تتراوح أعمارهم ما بين ١٥ عام أو أكثر، وهذا ما يعتبر مقياسا واسعا لنسبة الافراد المتعلمين.
- معدلات الالتحاق بالتعليم الثانوى والتعليم العالى الذى يقيس معدل تدفق أفراد الدولة الى التعليم، ومعدل معرفة البالغين (فوق ١٥ عاما) للقراءة والكتابة يشير الى النسبة المئوية للافراد فوق ١٥ عاما الذين يمكنهم قراءة وكتابة وفهم جمل مبسطة عن حياتهم اليومية. واجمالى نسبة الالتحاق بالتعليم هى النسبة بين جملة الالتحاق بغض النظر عن العمر الى عدد الافراد في مرحلة عمرية معينة المستجيبين بشكل رسمى لمستوى التعليم المشار اليه. اما التعليم الثانوى، فيعتبر مكملا للتعليم الاساسى الذى بدأ في المرحلة الابتدائية، وهو ما يهدف الى ارساء أساس التعليم مدى الحياة والتنمية البشرية وذلك من خلال تقديم مزيد من التعليم القائم على المهارة أو التعليم الخاص بمجالات محددة وذلك من خلال معلمين اكثر تخصصا.
- معدل الإلتحاق بالتعليم العالى، والذى يتطلب حداً أدنى من القبول أى استكمال الطلب للتعليم بنجاح في المرحلة الثانوية.

(٣) الابتكار

ينبغي على أنظمة الابتكار في الدولة مثل مراكز البحوث، وشركات قطاع الأعمال، والجامعات، ومؤسسات الفكر والرأى، والاستشاريين، والمؤسسات الأخرى، أن تكون قادرة على الاستفادة من رصيد المعرفة العالمية واستيعابها وتكييفها مع الاحتياجات المحلية، وصناعة تكنولوجيا جديدة تتيح إبتكارات فعالة وخلق معرفة جديدة هذا مع الاستفادة من رصيد المعرفة العالمية القائمة واستيعابها وتكييفها مع الاحتياجات المحلية.

وقد تم اختيار ثلاثة متغيرات لتمثيل الابتكار:

- تحديد عدد الباحثين في مجال البحث والتطوير لكل مليون نسمة "وهو ما يمثل مدخل لنظم الابتكار"،
- عدد طلبات استمارات براءات الاختراع لكل مليون نسمة والتي يمنحها مكتب العلامات التجارية وبراءات الاختراع.
- هذا،بالإضافة الى عدد مقالات المجالات العلمية والتقنيكية، وتشمل الإشارة في المقالات الصحفية العالمية والتقنيكية الى عدد المقالات العلمية والهندسية التى تم نشرها في المجالات الاتية: الفيزياء، والاحياء، والكيمياء والرياضيات، والطب الاكلينيكي، والبحوث الطبية الحيوية، والهندسة، والتكنولوجيا، وعلوم الارض والفضاء.

(٤) البنية التحتية للمعلومات

لابد من انشاء بنية أساسية وحيوية للمعلومات من أجل تسهيل الاتصال والنشر والمعالجة الفعالة للمعلومات.

يتم استخدام ثلاثة مؤشرات للبنية التحتية للمعلومات:

- الهواتف: عدد الهواتف لكل ١٠٠٠ من السكان من اجمالى الخطوط الهاتفية الرئيسية والهواتف النقالة، وهى تمثل مؤشرا على تواجد الاتصال فيما بين الناس أكثر من العزلة.

- عدد أجهزة الكمبيوتر لكل ١٠٠٠ من السكان، وهو ما يشير الى عدد من ١٩ جهاز كمبيوتر، والتي تم تصميمها لأجل استخدام كل منها من قبل شخص واحد، وهو مؤشر على اختراق أجهزة الكمبيوتر الشخصية واستخدام تكنولوجيا جديدة نسبيا لمعالجة المعلومات.
- عدد مستخدمي الإنترنت لكل ١٠٠٠٠ من السكان وهو يشير الى عدد أجهزة الكمبيوتر المتصلة بعناوين فعالة على الإنترنت، ويعتبر هذا المتغير مؤشرا على مدى تقدم المواطنين في استخدام قنوات الاتصال المتقدمة والإنترنت والتكيف معها لأجل خدمة أولوياتهم.

خصائص إقتصاد المعرفة

يعتمد الإقتصاد القائم على المعرفة في المقام الاول على استخدام الافكار بدلا من القدرات البدنية، وعلى تطبيق التكنولوجيا بدلا من تحويل المواد الخام أو استغلال أيدي عاملة رخيصة. ويجرى الآن تطوير المعرفة وتطبيقها باستخدام وسائل جديدة. ونجد ان الإقتصاد القائم على المعرفة يختلف اختلافا جوهريا عن النظام الإقتصادى القائم على الموارد الطبيعية في القرن الماضي، ولذلك وجب اعادة النظر في الفهم التقليدى للإقتصاد، في إقتصاد المعرفة.

وهذه هي مقارنة بين الإقتصاد التقليدى وإقتصاد المعرفة في مفاهيم القيمة، والملكية، والطلب والعرض، والكلفة والأصول، والسرعة والأسواق ودورة حياة المنتج:

المفهوم	الاقتصاد التقليدي	اقتصاد المعرفة
القيمة	يقوم الاقتصاد الصناعي على أساس ثنائية القيمة: القيمة الإستعمالية للسلعة القيمة التبادلية للسلعة تتسم القيمة بالثبات النسبي حتى في حال عدم استخدامها (الأرض ترتفع قيمتها عادة مع مرور الزمن)	أضاف اقتصاد المعرفة قيمتين جديدتين، هما: (١) قيمة المعلومات والمعرفة. (٢) القيمة الرمزية، مثل قيمة العلم وقيم الحضارة والهوية. تفقد الأصول المعرفية قيمتها إن لم تستخدم، كما أنها قابلة لأن تفقد قيمتها بسرعة حالما تظهر معرفة أو تكنولوجيا أكثر حداثة وتطوراً تقوم بإزاحتها. وهذا ما يدفع منتجي السلع المعرفية إلى المبالغة في تحديد أسعارها عند ظهورها للمرة الأولى على نحو لا يتناسب مع كلفة إنتاجها
الملكية	الأشياء تنسم بالملكية الحصرية: عندما يبيع المرء شيئاً فإنه لا يعود يملكه، أي تحصل عملية انفصال بين المالك السابق وما كان ملكاً له قبل بيعه.	المعرفة تنسم بالملكية التعددية غير المحدودة وغير الحصرية: المرء عندما يبيع المنتج المعرفي، فإنه يظل عملياً يملك المعرفة الكامنة فيه. كما أن الذي يشتري المنتج المعرفي فإنه يملك عملياً المعرفة الكامنة فيه. صعوبة تحديد الملكية وتوثيقها ومن ثم حمايتها بسبب كون تكنولوجيا المعلومات قد وفرت إمكانات هائلة للنسخ والإرسال والتحويل والتحويل.

المفهوم	الإقتصاد التقليدي	إقتصاد المعرفة
الطلب والعرض	الطلب هو الذي يحدّد العرض بصفة عامة حيث أن حاجات المجتمع عادة ما تكون أكبر من قدراته الإنتاجية على إشباعها. كما ان الموارد الإقتصادية وعناصر الإنتاج تنضب مع استهلاكها.	العرض صار، إلى حدّ كبير، هو الذي ينشئ الطلب. وهذا يعني أن قدرات المجتمع الإنتاجية صارت أكبر من حاجاته وأن العرض صار أكبر من حيث الكم وأفضل من حيث الجودة وأثرى من حيث التنوّع، وذلك بفضل التكنولوجيا الفائقة التطوّر حيث تم الانتقال من مرحلة الكم إلى مرحلة الجودة. عناصر الإنتاج لا تواجه مشكلة النضوب لأنها تتسم بالنمو المستمر.
الكلفة	التكلفة الثابتة لإنتاج جميع النسخ ويجب تحديد الحد الأمثل للإنتاج	التكلفة الثابتة لإنتاج النسخة الأولى من المنتج المعرفي عالية، ولكن التكلفة الحدية لإعادة إنتاج النسخ الإضافية تكون عادة منخفضة جداً أو أقرب إلى الصفر ولا معنى للحد الأمثل للإنتاج
الأصول	تتسم الأصول الملموسة (المادية) بتجميع الملكيات ورأس المال المادي ينجذب المستثمرين إلى الموجودات والأصول الملموسة على شكل أراضي ومصانع ومعدات	إقتصاد اللاوزن واللاحجم، بل تتمثل أصوله الأساسية في الأصول المعرفية والتغيّر في القيمة من الأصول الملموسة (المادية) إلى الأصول غير الملموسة (المجرّدة). ينجذب المستثمرين إلى الموجودات والأصول غير الملموسة على شكل أفكار وتطبيقات معرفية وبرامج ومواهب وخبرات العاملين المعرفيين فيها

المفهوم	الإقتصاد التقليدي	إقتصاد المعرفة
السرعة	إقتصاد الحركة البطيئة نسبياً، حيث يعتمد على القطار والسيارة والطائرة والبريد التقليدي.	إقتصاد الحركة الفائقة السرعة، ويعتمد على الأقمار الصناعية والبريد الإلكتروني وشبكة الإنترنت وغيرها من وسائل الاتصال والمواصلات الحديثة. وتساعد هذه السرعة الفائقة على كسر حاجزي الزمان والمكان، وذلك نتيجة لتوظيف تقنيات الواقع الافتراضي والتعامل في الفضاء المعلوماتي
الأسواق	يقوم على فكرة مقايضة الملكيات في الأسواق. السوق هي المعيار لوضع المجتمع ولإمكانات تطوره. ولذا عُرف الإقتصاد بأنه "إقتصاد السوق".	تتراجع الأسواق لصالح "الشبكات"، وأخذ ما يسمى النفاذ Access أي إمكان الوصول إلى شيء ما، يحل بصورة متزايدة مكان الملكية بمفهومها التقليدي المعروف. بدأ التخلي عن سوق مقايضة الملكيات بين المشتريين والبائعين يحتفظ المزودون إلى منح الآخرين حق الاستخدام أو الاستئجار، أو يفرضون رسوماً على الدخول إليها أو الاشتراك فيها أو العضوية فيها مقابل استخدامها لفترة معينة، قد تقصر أو تطول.
دورة حياة المنتج	تبقى المنتجات في السوق فترات طويلة قد تصل إلى عقد من الزمن أو أكثر	دورة حياة المنتج (السلعة) تتضاءل باستمرار في كل الصناعات، حيث يبلغ متوسط دورة حياة المنتجات الاستهلاكية لشركات الإلكترونيات اليابانية اليوم نحو ثلاثة أشهر، فنجاح الشركة في دخول السوق قبل غيرها يمكنها من تحديد الأسعار العالية والحصول على هوامش الربح، بل أن البقاء في صدارة المنافسة لأشهر قليلة فقط يعني الكثير جداً بالنسبة إلى الشركة.

أهمية تدوين المعرفة

لقد أدت ثورة تكنولوجيا المعلومات الى تكثيف الاتجاه نحو تدوين المعرفة، وبالتالي، زادت مشاركة أصول المعرفة المدونة الخاصة بالأنظمة الاقتصادية المتقدمة. والآن يمكن لاي معرفة، والتي يمكن تدوينها واختزلها الى معلومات أن تنتقل حول العالم وبتكلفة قليلة نسبيا، ولذا، تكتسب المعرفة المزيد من خصائص السلعة. وتسهم زيادة معدل عمليات تدوين المعرفة في :

- تسهيل معاملات السوق
 - الحد من الإستثمارات المضافة والمضاعفة لاكتساب المعرفة
 - بناء الجسور وتقوية الترابط بين الكفاءات في مختلف المجالات الذى يؤدي بدوره الى الحد من تشتت المعرفة. ولذا، فمثل هذه التطورات تؤدي بدورها الى تسارع معدل نمو مخزون المعرفة "المتاحة"، فضلا عن آثارها الايجابية على النمو الإقتصادي.
 - مرونة المؤسسات
- و تتميز المؤسسات المرنة بالحد من الإهدار وزيادة إنتاجية كل من العمالة ورأس المال وذلك من خلال:
- دمج "التفكير" مع "العمل" على مستويات عملياتها المختلفة، والغاء طبقات كثيرة من الإدارة الوسطية لأن لديها قصوراً في تدفق المعلومات.
 - تجنب الوقوع في التخصصات والأقسام الزائدة عن الحد اللازم، وذلك من خلال تحديد مسؤوليات وظيفية متعددة المهام وأيضاً من خلال الاستعانة بالعمل الجماعي والتناوب على المهام الوظيفية.
 - دمج كل من المرونة وارتفاع جودة المنتجات ودرجة التخصيص مع السرعة في إنجاز إنتاج ضخم ذو تكلفة منخفضة لكل وحدة.

المعرفة والمهارات والتعليم

أدت المعلومات وتكنولوجيا الاتصالات الى الحد من التكلفة بشكل كبير، والى زيادة قدرة المؤسسات على تدوين المعرفة والمعلومات الخاصة بالعملية الإنتاجية والمعلومات الخاصة بالتواصل. وقد أدى ذلك الى تغيير جذري في التوازن ما بين المعرفة المدونة والمعرفة الضمنية في المخزون الكلي من المعرفة، أو انها أدت إلى خلق نقص في المعرفة الضمنية، فقد أصبح الوصول الى المعرفة أكثر سهولة وأقل تكلفة عن ذي قبل، وأصبحت المهارات والكفاءات التي تمكن من اختيار واستغلال كفاء للمعلومات، أكثر أهمية عن ذي قبل، فقد أصبحت الآن تلك المعلومات واستثمارات تكنولوجيا المعلومات داعما لاستثمارات المهارات والموارد البشرية. ولا شك، سوف تزداد الحاجة الى المهارات البشرية المتكاملة وليست البديلة مع تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات. ففي الحين الذي حلت فيه الآلة محل الأيدي العاملة في عصر الثورة الصناعية، سوف تكون تكنولوجيا المعلومات موضعاً ومخزناً للمعرفة المدونة في عصر إقتصاد المعرفة، وسوف يتطلب العمل في مثل هذا الإقتصاد مهارات بشرية فريدة بشكل متزايد وهي المهارات الضمنية مثل: مهارات التواصل ومهارات الادارة البشرية ومهارات القدرة على تحديد أسباب المشاكل وحلها لتخدم مصلحة المؤسسة بأكملها.

إن ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أعادت بنهاية القرن العشرين صياغة طرق إنشاء المعرفة وجني ثمارها، وتجميعها، وتوليدها، ومعالجتها، وتحسينها، وتوجيهها. وهذا الامر يزيد من كفاءة استخدام المعرفة وفاعليتها في النمو والتنمية في الميدان الإقتصادي إلى الحد الذي أصبحت فيه المعرفة عاملاً رئيسياً من عوامل إضافة القيمة وإنشاء الثروة في إقتصاد السوق. وفي عصر المعرفة الحالي، أصبح العقل والافكار الخلاقة والإبتكارية مصدراً رئيساً من مصادر التفوق. وهذه العوامل تبشر أيضاً بدفع عجلة التنمية البشرية وتحسين نوعية الحياة على نحو كبير.

الابداع وشبكات المعرفة

يعتمد إقتصاد المعرفة بشكل متزايد على تدفق واستغلال المعرفة، فضلاً عن صناعة

المعرفة ذاتها. وبالتالي، سوف يصبح نجاح المؤسسات والشركات والإقتصادات الوطنية ككل أكثر اعتمادا على فعالية كل منها في جمع واستيعاب والإستفادة من المعرفة وكذلك في صناعتها. ويعتبر إقتصاد المعرفة في الواقع، هو تسلسل هرمى شبكى يقوده من خلال تسريع معدل التغيير والتعليم، حيث يتحدد المركز الاجتماعى والإقتصادى للأفراد والشركات من خلال الفرص المتاحة للحصول على المعرفة والانضمام للعلاقات التى تميزها المعرفة المكثفة والالتحاق بالتعليم المكثف.

ولذا، يجب على المؤسسات أن تتحول الى مؤسسات تعليمية تقوم بتهيئة الادارة والتنظيم والمهارات اللازمة بإنتظام من أجل ادراج التكنولوجيات الجديدة واغتنام الفرص الجديدة. وبهذا، سوف يتم انضمامهم للشبكات على نحو متزايد حيث يكمن التعليم التفاعلى الذى يتضمن المبدعين والمنتجين والمستخدمين في اختبار وتبادل المعلومات التى تؤدى الى الابتكار.

حقوق النشر

ينبغى توفر مستوى عال من حماية حقوق الطبع اللازمة للإبتكار الفكرى، وذلك لان حقوق الطبع تكفل الحفاظ على الابداع والتطوير في مجالات المؤلفين والمنتجين والمستهلكين والجمهور بصفة عامة. وهناك نظام صارم وفعال لحماية حقوق المؤلف والحقوق ذات الصلة والضرورية لمكافأة الكتاب والمبدعين على جهودهم الابداعية ولتشجيع المنتجين والناشرين على الإستثمار في الأعمال الابداعية.

وتعتبر حقوق الطبع أيضا سياسة حتمية تماشيا مع طريق تعزيز التقدم والإبتكار. وقد حاولت قوانين حقوق النشر إيجاد التوازن بين ضمان حقوق ومكافآت الإبتكار والإستثمار السابق مع نشر منتجات المعرفة مستقبلا، وذلك من خلال وضع بعض الاستثناءات والحدود للسماح لأنشطة محددة "المتعلقة بالبحث العلمى والأنشطة المكتبية" للأفراد غير القادرين على الإستفادة منها.

المنافسة العالمية والإنتاج

كانت من نتائج رفع القيود والتقدم في مجال تكنولوجيا المعلومات.. تعزيز المنافسة

العالمية وظهور صور جديدة من "المنافسة العالمية"، ولم تعد تنتمي معظم الشركات ذات المراكز المهيمنة الى بلد واحد فقط، وذلك لأنها أصبحت متعددة الجنسيات ومتعدية للحدود الدولية.

و ينبغي على الشركات ان تقوم بمنافسة أندائها في جميع الاسواق (بما في ذلك الاسواق المحلية)، كما يجب أن تسرع في طرح مستوى عال من الإنتاج أو طرح منتجات وخدمات كثيرة في العديد من الاسواق وذلك لأجل اللحاق بمثل هذا التنافس. وفي تلك الاجواء الجديدة، أصبح التنافس يعتمد بشكل متزايد على تناسق وتضافر الجهود بين مدى واسع من المهارات التكنولوجية والتجارية والمالية والصناعية المتخصصة والادارية والثقافية التي يمكن أن تتواجد حول العالم.

ويجرى الآن ترشيد الإنتاج على الصعيد العالمي مع الشركات التي تجمع بين العوامل والمميزات والمهارات من مختلف البقاع وذلك في عملية "المنافسة في الاسواق العالمية".

وهناك ثلاثة أبعاد رئيسية للتغيير المنشود: يكون في تعزيز التخصص المحلي، وفي زيادة التجزئة الدولية لسلاسل الإنتاج" والتي يستدل عليها من ازدهار كل من التجارة الخارجية والصناعة الخارجية، وفي التفكك التنظيمي للإقتصاد المحلي والقومي وحتى الأقليمي الذي يتبعه الحاجة الى تكيف تنظيمي جوهري.

مؤسسات التعليم وأنظمة الابتكار

في إقتصاد المعرفة، تبحث الشركات عن الروابط التي تعزز التعلم من خلال التفاعل بين الشركات ولأجل توفير الاصول المكملة للشبكات وللشركاء الخارجيين.

هذه العلاقات، لا شك، تساعد الشركات على توزيع التكاليف والمخاطر ذات الصلة بالابتكار، كما تعزز القدرة على الوصول الى نتائج بحثية جديدة، واكتساب عناصر تكنولوجية رئيسية، وتبادل الاصول المعرفية في التصنيع والتسويق والتوزيع.

وخلال عملية تطوير الشركات لمنتجات وعمليات جديدة، تقوم الشركة بتحديد كل

من الأنشطة التي ستضطلع بها بشكل فردي، والأنشطة محل التعاون مع الشركات الأخرى، والأنشطة المتعاون عليها في الجامعات أو مؤسسات البحث، والأنشطة المدعومة من قبل الحكومة. ولذا فالإبتكار هو حسيطة تفاعلات عديدة بين الجهات الفاعلة والمؤسسات والتي تشكل معا نظم الإبتكار.

ونظم الإبتكار تلك، تتكون من العلاقات القائمة بين الصناعة والحكومة والاطواسط الأكاديمية في مجال تطوير العلوم والتكنولوجيا، وتؤثر تلك التفاعلات داخل مثل هذه الأنظمة، بلا شك، على الاداء الإبتكارى للشركات وعلى الإقتصاد في نهاية الامر. ولذا، فان "معدل توزيع المعرفة" للنظام أو قدرته على ضمان وصول المبتكرين الى مخزون من المعرفة ذات الصلة في الوقت المناسب يعتبر من العوامل الرئيسية للازدهار.

الاستراتيجية

تعتبر العولمة في الاساس ظاهرة إقتصاد جزئى تتحرك من خلال استراتيجيات وسلوك الشركات، وفي الاستراتيجية العالمية، لم تعد تعتبر المزايا النسبية لكل أمة أو ولاية أو دولة منفصلة بذاتها، حيث يتم تحديد الميزات النسبية من خلال أهداف الشركة مثل: انتاج ذو تكاليف منخفضة، أسواق جديدة لمنتجات متباينة أو موحدة، القدرة على الحصول على معارف وتكنولوجيات جديدة؛ وبالتالي فان المزايا النسبية ومزايا الموقع سوف تتنوع تباعا وفقا للاستراتيجية العالمية للشركة.

ولا شك أن البلدان والمؤسسات في حاجة الى تبنى تطوير مجموعة متصلة من المزايا، وان تجد لها مكانا في الإقتصاد العالمى الذى يستقطب نوعية النشاط الإقتصادى الجارى تطويره من قبلهم، ولذا، أصبح الالتحاق بأجواء الأعمال العامة ضروريا ولكن لم يعد كافيا.

التجمع الشبكي والجغرافى في إقتصاد المعرفة

تعتبر التجمعات والتكتلات الشبكية والجغرافية سمة ذات أهمية خاصة في إقتصاد المعرفة، فقد وجدت الشركات ضرورة العمل مع الشركات والمؤسسات الأخرى في

تحالفات قائمة على التكنولوجيا، وذلك يعزى الى ارتفاع تكلفة التكنولوجيا وزيادة تعقيدها واتساع نطاقها، ولذا، تتجه الآن العديد من الشركات الى ان تتحول الى شركات متعددة التكنولوجيا متمركزة في مختلف الدول المتميزة.

وعلى الرغم من عمليات التحسين القائمة في الاتصالات العالمية، الا أن الشركات تزداد حاجتها الى التجمع في مواقع موحدة وذلك لان هذا هو السبيل الوحيد لتبادل المعارف الضمنية. وبناء على ذلك، أصبحت المهارات وأنماط الحياة من العوامل الموقعية ذات الاهمية الكبرى.

ومع دخولنا عصر رأس المال البشرى، حيث تعتمد الشركات على مجرد الاصول المعرفية، سيتم اتخاذ قرارات خاصة بتحديد مواقع الشركات بناء على عوامل خاصة بجودة ونمط الحياة (مستوى المعيشة) اللازمة لجذب أكثر الاصول الإقتصادية حيوية والحفاظ عليها. وفي خدمات التكنولوجيا العالية، سوف تنحصر أهمية مقاييس تكلفة الأعمال في مجرد نمو التجمعات التكنولوجية والاستبقاء عليها، وسوف يكون لعامل الموقع، والذي يعتبر الجاذب الأكبر لاصول المعرفة، دورا حيويا في تحديد النجاح الإقتصادي لمنطقة ما أو دولة ما.

ملحق ب: أثر العولمة في إقتصاد المعرفة

The Impact of Globlization on Knowledge-Based Economy

يعرف البنك الدولي العولمة على أنها "التكامل المتنامي للإقتصاديات والمجتمعات حول العالم"، وقد وصفت موسوعة الأنترنت (Wikipedia) العولمة على أنها التغييرات في المجتمعات والإقتصاد العالمي الناتجة عن الزيادة الهائلة في التجارة الدولية والتبادل الثقافي. فقد شهد الربع الأخير من القرن العشرين وبشكل أكثر تحديداً في عقد التسعينات العديد من التغييرات العالمية السريعة والمتلاحقة والعميقة في آثارها وتوجهاتها المستقبلية، فالإقتصاد العالمي تحول إلى قرية صغيرة متنافسة الأطراف بفعل الثورة التكنولوجية والمعلوماتية، مما أدى إلى تحرير السياسات وتلاشى الحدود بين البلدان، الأمر الذي أفسح المجال أمام كل أنواع الإستثمار الأجنبي المباشر والترتيبات الرأسمالية المختلفة.

و يشير مصطلح العولمة إلى تعميق مبدأ الاعتماد المتبادل بين الفاعلين في الإقتصاد العالمي بحيث تزداد نسبة المشاركة في التبادل الدولي والعلاقات الإقتصادية الدولية لهؤلاء من حيث المستوى والوزن والحجم في مجالات متعددة، وأهمها السلع والخدمات وعناصر الإنتاج بحيث تنمو عملة التبادل التجاري الدولي لتشكل نسبة هامة من النشاط الإقتصادي الكلي وتكون أشكالا جديدة للعلاقات الإقتصادية في الإقتصاد العالمي. ولعل من الواضح أن هذا التعريف للعولمة يركز على أنها عملية متعلقة على تعميق الاعتماد المتبادل وتحويل الإقتصاد العالمي إلى سوق واحدة تزداد فيها نسبة المشاركة في التجارة العالمية على أساس إعادة النظر في مبدأ التخصص وتقسيم العمل الدولي، والوصول إلى نمط جديد للتخصص وتقسيم العمل الدولي.

العوامل والأسباب التي أدت إلى العولمة

- انخفاض القيود وتحرير التجارة العالمية

أدى نمو التجارة العالمية بمعدلات كبيرة ؛ نتيجة لتحرير تجارة السلع والخدمات وحقوق الملكية الفكرية إلى ظهور ظاهرة العولمة، حيث بدأت القيود بعد الحرب

العالمية الثانية تخفض من وطأة الحماية، وفي ظل رعاية الجات (GATT) تم تخفيض الحواجز الجمركية مما أدى إلى زيادة حجم وحركة التبادل الدولي ومن ثم زيادة انتعاش حركة وحجم الإنتاج، وزيادة إمكانية نفاذ صادرات من الدول النامية إلى أسواق الدول المتقدمة مما أدى إلى إمكانية أكبر لمرور صادرات الدول النامية من السلع التي فيها مزايا نسبية وواضحة إلى أسواق الدول الصناعية المتقدمة، وأدى إلى إنتعاش بعض قطاعات الإنتاج في الدول النامية وإنتعاش الإنتاج المحلي، وتخفيض الرسوم الجمركية على احتياجات الدول النامية من السلع الأساسية الذي أدى إلى تخفيض أعباء وتكاليف الإنتاج المحلي.

● التقدم التكنولوجي وانخفاض تكاليف النقل والاتصالات

لقد أدى التطور الهائل في وسائل الإتصالات والمعلومات وفي مقدمتها الإنترنت والقنوات الفضائية إلى ظهور العولمة. فقد كان تبادل السلع ورؤوس الأموال هو العنصر المسيطر على العلاقات بين الدول حتى وقت قريب جداً، ثم بدأ تبادل المعلومات والأفكار يصبح هو العنصر الغالب على هذه العلاقات. فالعلوم والتقنية صارت هي المحرك الرئيس للإقتصاد العالمي، الطامح إلى المزيد من التحرر من أسر الحاجة إلى المواد الخام القادمة من الدول النامية. ويصعب اليوم، فهم القواعد الأساسية للتنمية والتصنيع والعولمة، والإنترنت والقنوات الفضائية أدى إلى ظهور دون الإهتمام أولاً بالعلوم والتقنية.



شكل ٣١: تطور وسائل الاتصال والمعلومات والإنترنت والقنوات الفضائية أدى إلى ظهور العولمة

لقد كانت التغيرات التكنولوجية أحد محركات العولمة، وكذلك أثر على أهمية هذا العامل دور التقدم التكنولوجي في المواصلات والاتصالات على تسارع عمليات العولمة. ويمكننا القول بأن الابتكار والمعرفة الداعمة له قد أصبحا العنصران الرئيسيان للتنافس المحلى والعالمى بشكل متزايد. فالبلدان التى تقوم بتشجيع وتبنى مجتمعاتها بحيث يزدهر الابتكار فيها، لا شك سوف تزداد التنمية الإقتصادية والاجتماعية فيها في القرن المقبل. ودائماً ما يتم الربط بين تنمية إقتصاد المعرفة والعولمة، فالشركات

العالمية قد قامت ببناء سلاسل انتاج عالمية متكاملة وذلك من خلال الابتكار، (فعلى سبيل المثال: فإن تسهيل امكانية البحث والتطوير في الولايات المتحدة وأوروبا وهو ما يؤدي الى إبتكار منتجات جديدة التى يتم بناؤها في مصانع التجميع " التركيب" في الصين ومن ثم اعادة تدفقها الى الغرب وذلك من أجل الحصول على القيمة المضافة في مجالات المعرفة في مثل هذه المناطق مثل التصميم، والتسويق، وتوفير الخدمات اللازمة لذلك في أوروبا والولايات المتحدة. وقد تم تدعيم بعض خدمات الاداء الاساسية في بعض الدول النامية مثل معالجة البيانات وخدمات النسخ، والخدمات الاستهلاكية البسيطة التى يتم تداولها عبر مراكز الاتصالات (مراكز خدمة العملاء).

الآثار الإقتصادية للعولمة

وتتميز آثار المرحلة الحالية للعولمة بالآتى (شكل ٣٢):

- تكامل أسواق المال الدولية
- تحرير السياسات وتلاشى الحدود بين البلدان
- تحرير المنافسة الإقتصادية
- إنشاء أسواق إنتاج عالمية
- تدفق الإستثمارات الاجنبية المباشرة



شكل ٣٢: الآثار الاقتصادية للعولمة

● تكامل أسواق المال الدولية

إنشاء الأسواق المالية العالمية وإتاحة مزيد من السهولة واليسر بصدد حصول المقترضين على التمويل الخارجي. ولكن مع نمو وتطور هذه الهياكل العالمية بسرعة تفوق أي نظام رقابي انتقالي، زاد مستوى عدم استقرار البنية التحتية المالية العالمية بشكل كبير – وهو ما اتضح جلياً في الأزمة المالية التي حدثت في أواخر عام ٢٠٠٨ .

وتعتبر الحركة الدولية لرأس المال مظهراً أساسياً من مظاهر التكامل المالي الدولي كما أن صورة هذه الحركة ودرجاتها ترتبط ارتباطاً وثيقاً بغرض كفاءة الأسواق المالية الدولية حيث تعد هذه الأسواق هي القناة التي تتدفق من خلالها الأدوات المالية المختلفة عبر مختلف دول العالم وتأتي هذه التدفقات بين الدول أو خلال الأسواق المالية إستجابة

للإختلاف في معدلات الفائدة على الأدوات والأوعية المختلفة فيما بين الأسواق المختلفة بالإضافة إلى الإختلافات في درجات وأشكال الرقابة المفروضة على تحركات رأس المال. إن الزيادة السريعة في تدفق الإستثمار الاجنبي المباشر والتحويلات الرأسمالية أصبحت أكثر من الإستثمارات المباشرة، والتدفق التجارى للبضائع والخدمات والحوالات التكنولوجية. وهذا ما يفترض أن المرحلة الحالية من العولمة تتميز بحركة رأس المال وليس الحركة التجارية. هذا بالإضافة إلى زيادة الترابط المتوقع بين تلك التدفقات من الإستثمار الاجنبي المباشر ورؤوس المال الوطنية والتكنولوجيا.

● تحرير السياسات وتلاشى الحدود بين البلدان

إنشاء سوق عالمية مشتركة تعتمد على حرية تبادل السلع ورؤوس الأموال. وعلى الرغم من ذلك، فإن ترابط هذه الأسواق يعني أن حدوث أي انهيار إقتصادي في أية دولة قد لا يمكن احتواؤه.

وهذا الأمر الذي أفسح المجال أمام كل أنواع الإستثمار الأجنبي المباشر والترتيبات الرأسمالية المختلفة. حيث قامت كثير من الدول النامية بتحرير الإقتصاديات حيث تخلت أكثر من ٣٠ دولة عن التخطيط المركزي كنموذج لتخصيص الموارد النادرة كما حررت أكثر من ٨٠ دولة تدفقات الإستثمار الأجنبي لها بالإضافة إلى إتباعها لسياسات التحويل نحو الخصصة والقضاء على الإختلال الهيكلية كل ذلك أدى إلى تشجيع تكامل الشركات عبر الحدود، مما أدى إلى التطور الصناعي في الدول النامية وزيادة تكاملها مع السوق العالمية.

مع عولمة النشاط الإقتصادي، يظهر الاعتماد المتبادل بشكل متزايد بين التدفقات الدولية للسلع والخدمات والإستثمارات المباشرة من جهة، والتكنولوجيا وحركة رأس المال من جهة أخرى.

● تحرير المنافسة الإقتصادية

لم تعد تواجه الصناعة أسواقا محلية محمية من المنافسة الدولية، وأصبح التنافس عالميا بشكل متزايد، حيث أصبحت القدرة على تنافس الأنداد في جميع الاسواق العالمية

ضروريا لأجل النجاح. وتشير عدد من الدراسات أن السياسات الاقتصادية للحد من احتكار بعض الشركات العالمية والمتعددة الجنسية قد أعطت ثمارها. فعلى سبيل المثال نجد في ألمانيا أن المستهلك قد استفاد بشكل مباشر من تحرير سوق الاتصالات السلكية واللاسلكية، حيث لم تعد شركة تيليكونم للاتصالات تحتكر السوق الداخلية. وبذلك يكون دخول منافسين جدد لهذا المجال قد ساهم إلى حد كبير في خلق منافسة اقتصادية مما ساهم في تخفيض الأسعار وتحسين الخدمات لدى المستهلك. ولكن رغم بعض الجوانب الإيجابية لتحرير المنافسة الاقتصادية تظل نتائجها نسبية وتحتاج إلى ضوابط قانونية موحدة تنظم المنافسة الاقتصادية على الصعيد الدولي.

● إنشاء أسواق إنتاج عالمية

إنشاء أسواق إنتاج عالمية وتوفير المزيد من السهولة بصدد الوصول إلى عدد كبير من المنتجات الأجنبية بالنسبة للمستهلكين والشركات، فضلاً عن سهولة انتقال الخامات والسلع داخل الحدود القومية وبين الدول بعضها مع بعض. لقد أدى إنتعاش بعض قطاعات الإنتاج في الدول النامية إلى انتعاش الإنتاج المحلي حتى إستطاعت بعض الدول النامية من تحقيق مكاسب هائلة وببساطة شديدة من خلال شراء أفكار الآخرين، وهذا ما يفسر جزئيا النمو الذي تم تحقيقه من قبل العديد من شعوب الدول النامية في عقد التسعينات.

● تدفق الإستثمارات الاجنبية المباشرة

حدثت تطورات هامة خلال العشر سنوات الاخيرة تمثلت في ظهور أدوات ومنتجات مالية مستحدثة ومتعددة، اضافة الى أنظمة الحاسب الالى ووسائل الاتصال والتي كفلت سرعة انتشار هذه المنتجات، وتحولت أنشطة البنوك التقليدية الى بنوك شاملة تعتمد الى حد كبير على ايراداتها من العمليات المكتسبة من الصفقات الإستثمارية من خارج موازنتها العمومية .

المراجع والهوامش

المراجع و الهوامش

Richard J. Goossen. ENTREPRENEURIAL EXPERT PETER (١)
F. DRUCKER: THE DRUCKER LEGACY ON INNOVATION
.AND ENTREPRENEURSHIP

Jeanne Holden. Principles of Entrepreneurship: Jeanne (٢)
Holden Available at: [http://amview.japan.usembassy.gov/e/
amview-e20110131-63.html](http://amview.japan.usembassy.gov/e/amview-e20110131-63.html)

(٣) هولدن، جين مبادئ المبادرة التجارية.

(٤) بوابة موهبة: مؤسسة الملك عبد العزيز ورجاله للموهبة والإبداع

Thomke, S. H. (2003). Experimentation matters: unlocking the (٥)
potential of new technologies for innovation. Boston, Mass.,
.Harvard Business School Press

Thomke, S. H. Innovation, Experimentation and Technological (٦)
Change. Harvard Business School

Kasper G., Clohesy S. (2008) Intentional Innovation: How Getting (٧)
More Systematic about Innovation Could Improve Philanthropy
and Increase Social Impact. Prepared for the W. K. Kellogg
.Foundation

(٨) دياب، محمد إقتصاد المعرفة: حقبة جديدة نوعياً في مسار التطور الاقتصادي، أستاذ في
كلية العلوم الاقتصادية وإدارة الأعمال في الجامعة اللبنانية.

(٩) الاقتصادية الإلكترونية، إقتصاد المعرفة الوطني. المسار الغامض: متاح على
http://www.aleqt.com/2012/02/05/article_623198.html

(١٠) جامعة الدول العربية، الدول العربية أرقام ومؤشرات، العدد الثالث ٢٠١١، متاح
على [http://www.arableagueonline.org/wps/wcm/connect/b8](http://www.arableagueonline.org/wps/wcm/connect/b8d02b8049993e998d13ffcde376ffea/INDICATOR+PDF2011+%28version+2-1-2012.pdf?MOD=AJPERES&CONVERT_TO=url&CACHEID=b8d02b8049993e998d13ffcde376ffea)

[d02b8049993e998d13ffcde376ffea/INDICATOR+PDF2011+%2
8version+2-1-2012.pdf?MOD=AJPERES&CONVERT_TO=url
&CACHEID=b8d02b8049993e998d13ffcde376ffea](http://www.arableagueonline.org/wps/wcm/connect/b8d02b8049993e998d13ffcde376ffea/INDICATOR+PDF2011+%28version+2-1-2012.pdf?MOD=AJPERES&CONVERT_TO=url&CACHEID=b8d02b8049993e998d13ffcde376ffea)

- (١١) جامعة الدول العربية، المرجع السابق.
- (١٢) <http://www.unesco.org/ar/home/worldwide/regions/arab-states/> /saudi-arabia
- (١٣) <http://www.tatweer.edu.sa/Ar/Pages/default.aspx>
- (١٤) إستراتيجية المملكة العربية السعودية في التحول إلى مجتمع معرفي: مجموعة الأغر للفكر الإستراتيجي.
- (١٥) [/Http://slimani-med.maktoobblog.com/1066875](Http://slimani-med.maktoobblog.com/1066875)
- (١٦) Jonathan Adams, Christopher King, David pendlebury, Daniel hook, James Wilsdon, Foreword by Ahmed Zewail, Global .research report middle eas
- (١٧) <http://www.kacst.edu.sa/ar/about/Pages/default.aspx>
- (١٨) <http://www.kacgc.org.sa/Home/Topics/AboutUs/Message.htm>
- (١٩) <http://unesdoc.unesco.org/images/0018/001899/189958E.pdf>
- (٢٠) UNESCO Science Report (2010) The Current Status of Science .around the World
- (٢١) Ibid
- (٢٢) Ibid
- (٢٣) هيئة الاتصالات وتقنية المعلومات في المملكة العربية السعودية (٢٠١١م) تقرير تقنية المعلومات.
- (٢٤) مركز أسبار للدراسات والبحوث والإعلام، الدراسات والبحوث الاجتماعية.
- <http://www.asbar.com/ar/contents.aspx?c=66>
- (٢٥) المفرج، فهد بن ابراهيم: مدير إدارة الاشراف البنكي في مؤسسة النقد العربي السعودي
- (٢٦) جريدة الرياض الإقتصادي التذمر الإماراتي من الجمارك السعودية
- <http://www.alriyadh.com/200824/04//article337205.html>

المراجع والهوامش-أبجديا

- إستراتيجية المملكة العربية السعودية في التحول إلى مجتمع معرفي: مجموعة الأغر

للفكر الإستراتيجي.

- الاقتصادية الإلكترونية، اقتصاد المعرفة الوطني. المسار الغامض.
- بوابة موهبة: مؤسسة الملك عبد العزيز ورجاله للموهبة والإبداع
- جامعة الدول العربية، الدول العربية أرقام ومؤشرات، العدد الثالث ٢٠١١.
- جريدة الرياض الاقتصادي التذمر الإماراتي من الجمارك السعودية!
- دياب، محمد اقتصاد المعرفة: حقبة جديدة نوعياً في مسار التطور الاقتصادي، أستاذ في كلية العلوم الاقتصادية وإدارة الأعمال في الجامعة اللبنانية.
- مركز أسبار للدراسات والبحوث والإعلام، الدراسات والبحوث الاجتماعية.
- المفرج، فهد بن ابراهيم: مدير إدارة الاشراف البنكي في مؤسسة النقد العربي السعودي هولدن، جين مبادئ المبادرة التجارية.
- هيئة الاتصالات وتقنية المعلومات في المملكة العربية السعودية (٢٠١١م) تقرير تقنية المعلومات.

Jeanne Holden. Principles of Entrepreneurship: Jeanne Holden Available at: <http://amview.japan.usembassy.gov/e/amview-e20110131-63.html>

Jonathan Adams, Christopher King, David pendlebury, Daniel hook, James Wilsdon, Foreword by Ahmed Zewail, Global .research report middle eas

Kasper G., Clohesy S. (2008) Intentional Innovation: How Getting More Systematic about Innovation Could Improve Philanthropy and Increase Social Impact. Prepared for the W. K. Kellogg .Foundation

Richard J. Goossen. ENTREPRENEURIAL EXPERT PETER F. DRUCKER: THE DRUCKER LEGACY ON INNOVATION .AND ENTREPRENEURSHIP

Thomke, S. H. (2003). Experimentation matters: unlocking the potential of new technologies for innovation. Boston, Mass.,

.Harvard Business School Press

Thomke, S. H. Innovation, Experimentation and Technological Change. Harvard Business School •