

انعكاسات اقتصاد المعرفة على تفعيل التنمية السياحية

د سيدي أحمد كبداني

جامعة عبد الحميد ابن باديس مستغانم

د فراح رشيد

جامعة البويرة

مرابطي عبد الغاني

جامعة البويرة

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى تقييم استخدام المؤسسات السياحية لأبعاد اقتصاد المعرفة وتأثيرها على تفعيل التنمية السياحية، انطلاقاً من التوجه الحديث للاقتصاديات العربية ومنها الجزائر نحو القطاع السياحي لتنويع اقتصادها لاسيما بعد تراجع أسعار النفط، الأمر الذي جعل المؤسسات الناشطة في القطاع السياحي ملزمة بالتفكير في خلق منتجات سياحية، سواء كانت أفكاراً أو سلعاً أو خدمات في ظل بيئة شديدة التنافس، وذلك من خلال الاعتماد على منتجات معرفية، بتجسيد الاقتصاد المعرفي الذي أصبح نمطاً جديداً له تأثيرات بالغة على الطلب في مجال الخدمات السياحية ومنه التنمية السياحية والاقتصادية الشاملة.

الكلمات المفتاحية: اقتصاد المعرفة، السياحة، التنمية السياحية.

Abstract:

This study aims to attempt to evaluate the use of tourism enterprises to the dimensions of the knowledge economy and its impact on the activation of tourism development, based on our conviction that the attention of the Arab countries, especially Algeria headed towards the tourism sector to diversify its economy, especially after oil prices fell and it became active in the tourism sector institutions

obliged to think about creating products tourist only ideas or goods or services under a highly competitive environment, and this will not be achieved with in only through reliance on knowledge products fact that the knowledge economy is in fact a new type of knowledge-based economy has a great impact on demand in the field of tourism services and from tourism and economic development over all. The study found that the activation of the knowledge economy in good form in the tourist organizations strongly affect and effectively in tourism development

Keywords : Knowledge economy, tourism, tourism development.

مقدمة

يشكل الاقتصاد المعرفي اليوم محور اهتمام الباحثين ومتخذي القرار في ظل التغيرات والأحداث المتسارعة التي يشهدها العالم، مما جعل الدول على اختلاف مقوماتها الاقتصادية تسعى للتركيز أكثر عليه بهدف تحفيز النمو الاقتصادي، بحيث أصبحت تستخدم المنتجات المعرفية بشكل كبير، مما يؤكد أنها بحاجة للتركيز على إنتاج المعرفة كي تستطيع مشاركة البشرية في السير في موابك العلم والمعرفة، والتوجه باقتصادياتها نحو الاقتصاد المعرفي الكفيل بحل المشكلات التي تواجهها على مستوى التنمية عموماً وتنمية السياحة خصوصاً. كما أن الاهتمام بالاقتصاد المعرفي هو في الحقيقة محطة الانطلاق للإنتاج الوطني والقومي فيظل تراجع أسعار النفط وماله من تداعيات على جميع المستويات والقطاعات، مما يحدث آثار بالغة على معدلات النمو الاقتصادي لهذه الدول. وعلى الرغم من الدعاية التي تحيط بمفهوم اقتصاد المعرفة، فإن فكرة اقتصاد المعرفة ليست جديدة كلياً، فقد شهدت الفترة الحالية وبشكل متزايد أهمية المعرفة في مختلف ميادين العلوم، حيث شهدنا عولمة سريعة للنشاط الاقتصادي، وزيادة مدهشة في مخرجات العلم والتكنولوجيا، وكذلك نمواً هائلاً في أهمية الشبكات والاتصالات، وكلها أصبحت قائمة على المعرفة واستخداماتها.

ومن هذا المنطلق فإن المعرفة في هذا الاقتصاد الصاعد، باعتبارها المحرك الأساسي للمنافسة الاقتصادية والنجاح، حيث أضافت قيم هائلة للمنتجات السياحية من خلال زيادة الإنتاجية والطلب على خدمات الفنادق والضيافة خصوصاً وبدأ اقتصاد المعرفة يأخذ أهمية كبيرة على مستوى منظمات الأعمال، حيث سعت الجزائر في هذا الإطار إلى ترسيخ الضيافة التقليدية المميزة لشعوبها من خلال تلك

المرافق السياحية التي أنشأت لغرض السياح سواء محليين أو أجانب على المستوى المحلي، ومنهنا كان لزاما عليه التقييد بإستراتيجية اقتصاد المعرفة باعتباره أحد الاستراتيجيات الكبرى لترشيد القطاعات الخدمية لاسيما منها السياحية.

ومن خلال هذا الطرح يمكن الوصول إلى صياغة التساؤل الأساسي التالي: **مامدى مساهمة اقتصاد المعرفة في تنشيط التنمية السياحية؟**

فرضيات البحث

يساهم اقتصاد المعرفة في تفعيل التنمية السياحية في ظل التطور الحاصل في مجال التكنولوجيا الرقمية والاتصالات الحديثة.

أهداف البحث

- 1- محاولة إيضاح الأسس المتعلقة باقتصاد المعرفة والاهتمام بالقطاع السياحي الجزائري واعتماده كبديل اقتصادي عن قطاع المحروقات.
- 2- إظهار الإطار المفاهيمي للتنمية السياحية والسعي إلى تسليط الضوء على الغاية من تنشيطها باعتبارها مدخل للتنمية الاقتصادية وكونها من أبرز محركات الاقتصاد الوطني.
- 3- إبراز تأثير اقتصاد المعرفة وأثر ذلك في تفعيل الطلب على الخدمات السياحية كإحدى منطلقات التنمية السياحية والاقتصادية الشاملة وطنيا وعربيا.

محاوير البحث

- 1- اقتصاد المعرفة في ظل ثورة الاتصال والعولمة.
- 2- عملية التنمية في القطاع السياحي.

3- اقتصاد المعرفة ودوره في التنمية السياحية

المحور الأول: اقتصاد المعرفة في ظل ثورة الاتصال والعولمة.

أولاً: اقتصاد المعرفة (المفهوم والتوجهات الحديثة)

تزامنت محاولات العولمة المالية والاقتصادية معال دخول في عصر المعلومات، لتفرض ديناميكية اقتصادية أفضت إلى الولوج نائياً إلى العصر ما بعد الصناعي. في هذا الخضم، أخذ اقتصاد المعرفة يحل بسرعة فائقة محل اقتصاد العضلة والأرض والآلة كمصدر للقوة وينبوع للثروة، بعد أن انتقل التوازن بين المعرفة والموارد بالنسبة للبلدان الأكثر رخاء وتطوراً نحو المعرفة، لتصبح هذه الأخيرة العامل الأكثر أهمية في تحديد مقياس الحياة، متفوقة في ذلك على باقي العوامل التقليدية ك رأس المال والعمل والتنظيم والطبيعة التي استنفذت دورها في عصري الزراعة والصناعة. ولقد زاد اهتمام الباحثين الأكاديميين ببلورة نظريات

اقتصادية واضحة وموضوعية عن هذا الاقتصاد الجديد، معتمدة على محاولة إعطاء تعريف لاقتصاد المعرفة، باعتباره حقلاً علمياً حديثاً، ونمطاً اقتصادياً جديداً¹، وإذ أن اقتصاد المعرفة هو:

- اقتصاد جديد يقوم على أساس إنتاج المعرفة، واستخدام ثمارها و إنجازاتها، واستهلاكها بالمعنى الاقتصادي بلا استهلاك؛
- اقتصاد حديث، فرض طائفة جديدة من ألوان النشاطات المرتبطة بالمعرفة والتكنولوجيات والمعلومات، خلاف الأدبيات الكلاسيكية للتنمية؛
- اقتصاد يعمل على زيادة نمو معدل الإنتاجية بشكل مرتفع على المدى الطويل، بفضل إنتاج وملائمة وانتشار تكنولوجيات الإعلام والاتصال؛
- اقتصاد فريد برز نتيجة وقوع حدث تقني كبير تجلّى في ظهور تكنولوجيات الإعلام والاتصال TIC، وتميز بالانخفاض في تكاليف ترميز المعرفة ونقلها واكتسابها، فانعكس ذلك بزيادة قوية في مخرجات المعرفة، وفي تنامي مكانة التغيير في النشاط الاقتصادي، خاصة فيما يتعلق بالأنشطة المكرسة للتجديد والابتكار².

1- النظرة الحديثة لاقتصاد المعرفة

لقد أطلق على اقتصاد المعرفة بالاقتصاد الجديد ما بعد الصناعي، واقتصاد المعلومات، واقتصاد الإنترنت، والاقتصاد الرقمي، والافتراضي، والكتروني، والشبكي، واقتصاد اللاملموسات، و أخيراً اقتصاد المعرفة الذي يعد نمطاً متطوراً عن الأنماط السابقة، وهو الاقتصاد الذي تؤدي فيه المعرفة دوراً أساسياً في خلق الثروة، وتحتل فيه مساحة أكبر وأكثر عمقاً مما كانت في أشكال الاقتصاد السابقة، فلم يعد من حدود لدور المعرفة في الاقتصاد، إذ أصبحت تُشكل مكوناً أساسياً في العملية الإنتاجية، وتحقق الجزء الأعظم من القيمة المضافة فيه.

يشير مصطلح اقتصاد المعرفة إلى الاقتصاد الذي يركز على إنتاج المعرفة وإدارتها في إطار محددات اقتصادية معينة، وهو يختلف عن الاقتصاد القائم على المعرفة الذي يرمز إلى الاقتصاد الذي يستخدم تقنيات المعرفة كالمهندسة المعرفية وإدارة المعرفة . ففي اقتصاد المعرفة تكون المعرفة منتجاً أما في الاقتصاد القائم على المعرفة فهي أداة، وبشكل عام فإن اقتصاد المعرفة يشير إلى التحول الاقتصادي العالمي الناجم عن مجتمع المعلومات وعن نجاح الاقتصاد الصناعي في إعادة صياغة أسسه و قواعده في إطار اقتصاد معلوم ومتواصل، بحيث تكون مصادر المعرفة كأسرار العمل والخبرات أساسية كالمصادر الاقتصادية الأخرى.

إن الاقتصاد المعرفي هو ذلك الاقتصاد الذي يهتم بدراسة نظم الإنتاج وتصميم المعرفة وإجراء تطوير هذه النظم بهدف تحسين رفاهية الأفراد والمنظمات والمجتمع، ويعتمد أسلوب البحث العلمي للوصول إلى نماذج نظرية تساهم في تطوير الأدوات العلمية والقدرات التقنية وإمكانية تطبيقها على الواقع لتحقيق أهداف المشروع³، وبالتالي تصبح طبيعة الاقتصاد الجديد الدافع نحو التعامل المتواتر مع المعرفة التكنولوجية والعلمية لتحقيق الميزة التنافسية من خلال خلق تقنيات جديدة تولد مهارات و سلع وخدمات جديدة.

2- تعريف اقتصاد المعرفة

يعرف بأنه "الاقتصاد الذي ينشئ الثروة من خلال عمليات المعرفة وخدماتها (الإنشاء، والتحصين، والتقاسم، والتعلم، والتطبيق والاستخدام للمعرفة بأشكالها) في القطاعات المختلفة بالاعتماد على الأصول البشرية واللاملموسة و وفق خصائص وقواعد جديدة"⁴

ويعرف أيضا بأنه "الاقتصاد الذي يدور حول الحصول على المعرفة وتوظيفها، وابتكارها بهدف تحسين نوعية الحياة بمجالاتها كلها من خلال الاستفادة من خدمة معلوماتية ثرية، وتطبيقات تكنولوجية متطورة، واستخدام العقل البشري كرأس للمال، وتوظيف البحث العلمي لإحداث مجموعة من التغيرات الإستراتيجية في طبيعة المحيط الاقتصادي وتنظيمه ليصبح أكثر استجابة و انسجاماً مع تحديات العولمة وتكنولوجيا الاتصالات وعالمية المعرفة والتنمية المستدامة"⁵.

إن التعريف السابق يبين هدف اقتصاد المعرفة من خلال رؤية عامة عنه. وإن اقتصاد المعرفة هو كذلك "الاقتصاد الذي يكون للتطور المعرفي و الإبداع العلمي الوزن الأكبر في نموه، ويقوم على تنمية الموارد البشرية (عمال المعرفة) علمياً ومعرفياً كي تتمكن من التعامل مع التقنيات الحديثة و المتطورة، معتمداً على المعرفة التي يمتلكها العنصر البشري كمورد استثماري، وكسلعة إستراتيجية، وكخدمة وكمصدر للدخل القومي"⁶.

كما يمكن استنباط أن التعريف الأخير يركز على الأهمية النسبية التي تحتلها الأصول البشرية واللاملموسة في اقتصاد المعرفة التي تعد من عناصر الإنتاج الأساسية فيه، ومن ثم يعبر بشكل أدق عن اقتصاد المعرفة.

وعليه، يمكن القول أن اقتصاد المعرفة هو "نمط تكنو-اقتصادي متطور، قائم على الاستخدام واسع النطاق للمعلوماتية وشبكات الإنترنت، في مختلف أوجه النشاط الاقتصادي، وخاصة في التجارة الإلكترونية، ومركزا بقوة على المعرفة و الإبداع والتطور التكنولوجي، خاصة ما يتعلق بتكنولوجيات الإعلام والاتصال"⁷.

ورغم أن اقتصاد المعرفة لم يبلغ نضجاً سابقه، ولم يستطع لحد الساعة أن يهيمن بشكل كامل على الحياة الاقتصادية، إلا أنه يختلف عن باقي أنماط الاقتصاد السابقة، كتميزه بعدم نقل عنصر الإنتاج الرئيسي

فيه متمثلاً في المعرفة، فعلى عكس عناصر الإنتاج الأخرى لا يمكن نقل ملكية المعرفة من طرف إلى طرف آخر. كما أنه يتسم بأنه اقتصاد وفرة أكثر من كونه اقتصاد ندرة، فعلى عكس أغلب الموارد التي تنضب من جراء الاستهلاك تزداد المعرفة في الواقع بالممارسة والاستخدام وتنتشر بالمشاركة.

من ناحية أخرى، فإن استخدام التقنيات الملائمة يسمح بخلق أسواق ومنشآت افتراضية، تلغ قيود الزمان والمكان من خلال التجارة الإلكترونية، التي توفر كثيراً من المزايا من حيث تخفيض التكلفة، ورفع الكفاءة، والسرعة في إنجاز المعاملات على مدار الساعة وعلى نطاق العالم.

ثانياً: اهتمامات اقتصاد المعرفة وأهميته

1- اهتماماته:

يهتم الاقتصاد المعرفي بما يلي :

- صناعة المعرفة من خلال التعليم والتدريب والاستشارات والمؤتمرات والبحوث والتطوير؛
- إنتاج المعرفة أي ابتكار واكتساب ونشر واستعمال وتخزين المعرفة . حيث أثبتت الدراسات تأثير المعرفة على النمو الاقتصادي إذ يساهم نمو المعارف الجديدة بنسبة 34% في النمو الاقتصادي، ويساهم الاستثمار في رأس المال الإنساني أي في التعليم بنسبة 16% من النمو الاقتصادي، وهذا معناه أن 50% من النمو الاقتصادي يعتمد على تطور المعرفة من مصادرها الخارجية والداخلية؛
- إن المنهج الاقتصادي يرى في إدارة المعرفة رأس مال فكري وقيمة مضافة تتحقق عند استثمارها فعلياً، إذ أن رأس المال الفكري أصبح حقيقة في الاقتصاد الجديد وضمن أهم الأصول في الشركات، وسلاح قوي بيد هذه الشركات، فهو يعزز قيم العلامات التجارية وبراءات الاختراع، حيث أن الأصول المعرفية الكامنة في عقول البشر تلعب دوراً رئيسياً في الاقتصاد المعرفي اليوم، إذ لها القدرة على تحويل التقنية من مرحلة البحث إلى مرحلة التطبيق لإنتاج سلع وخدمات جديدة متطورة والذي يعد مؤشراً "حقيقياً" لنجاح المنظمة؛
- إن اقتصاد المعرفة هو اقتصاد الوفرة والتحدي، وهو يتمحور في كيفية "إدارة الوفرة" حيث انتقل الاهتمام إلى خلق الوفرة من المعلومات، فلمعرفة هي تلك الموجودات التي تزداد قيمتها بالاستخدام

- والمعرفة تعد سلعة لا تستهلك إذ أنها تتولد ذاتيا بالاستهلاك، مع نسخة لاحقة على النسخة الأصلية ومع التوسع في استخدام التكنولوجيا الرقمية تكون الكلفة الحدية مساوية أو قريبة إلى الصفر؛
- وعليه، يكمن السر في الاقتصاد المعرفي، أن المنتجات لا تعد مهمة كاهمية الكفاءات والأفراد الذين ينتجونها في المشروع، ولا يُعتمد على المنتجات لأنها سرعان ما تستبدل بمنتجات جديدة مبتكرة، لذا ستزداد المنافسة في الكفاءات والقابلية على حل المشكلات والمعرفة والإبداع.

2- أهمية الاقتصاد المعرفي

تأتي أهمية الاقتصاد المعرفي من ارتفاع نسبة مساهمة عناصره في القيمة المضافة للمشاريع، فيمكن عرض أهمية اقتصاد المعرفة كما يلي:

- القدرة على تحقيق النمو المتسارع في الاقتصاد من خلال الدور الكبير للصناعات المولدة للثروة وتكثيف استخدام المعرفة وتفعيل المعرفة المتولدة مقارنة بالصناعات التقليدية؛
- ارتفاع قيمة الأصول غير الملموسة إذ تزداد أهمية الأفكار، العلامات التجارية كمدخلات وأهمية الخدمات كمخرجات، إذ تظهر أسعار الأسهم في السوق المالي، إن قيمتها تمثل عشرة أضعاف أو أكثر من قيمة أصولها الدفترية في السجلات المحاسبية، ويعود الفرق إلى رأس المال الفكري الذي يزيد قيمة الأصول غير الملموسة كالعلامات التجارية وبراءات الاختراع وحقوق التأليف والخبرات العلمية المولدة للابتكارات؛
- تكوين أسواق مالية تتاجر في الأصول المعرفية كالأصول غير الملموسة أو خلق منتجات معرفية مشتقة تكونت من الإبداع الإنساني فحسب كالمشتقات المالية (عقود الآجلة والمستقبلية وعقود الخيارات)؛
- إن إعادة استخدام المعرفة المتولدة والمتجددة يقلل من الكلفة ويسرع من طرح المنتجات في الأسواق بشكل مبكر، ويحقق العوائد ثم يؤدي إلى الاختراق المبكر للسوق وهذا يحقق ميزة تنافسية لمدة أطول للمشروع⁸؛

- إن سعر كل شيء يميل إلى الانخفاض، فبدلاً من تزايد الأسعار فإن النمو الاقتصادي المعرفي يدفع باتجاه تخفيض الأسعار؛
- إن قاعدة الثروة في اقتصاد المعرفة هي المعرفة والفكر الخلاق المبدع المبتكر؛
- إن عملية اتخاذ القرار تعتمد على حساب القيمة المتوقعة للمعلومات الكاملة والقيمة لمعلومات العينة؛
- إن طبيعة العاملين الجدد (الأفراد ذوي الياقات الذهبية) بما يمتلكون من قدرات عالية تحقق دخل مالي كبير إلى المشاريع، وإن نسبة مساهمتهم كبيرة في الاقتصاد الجديد.

إن الأساس في خلق القيمة المضافة في الاقتصاد المعرفي في الاعتماد على اليد العاملة المؤهلة والمتخصصة، إذ يلعب التطور السريع للتكنولوجيا وانتشار المعرفة بشكل واسع دوراً أساسياً في دفع سوق العمل إلى الاعتماد على الكفاءات العاملة، وهذا سيؤدي إلى ارتفاع الطلب على اليد العاملة ذات الكفاءة العالية والمتخصصة في ميدان المعرفة وانخفاض الأنشطة التي تعتمد على اليد العاملة الأقل كفاءة. فالمؤهلات المطلوب تزداد بوتيرة مرتفعة ففي بعض الدول تركز بعض المشاريع على الكفاءات باعتبارها العامل الحاسم في المنافسة والقاعدة التي تساهم في إطالة البقاء في عالم الأعمال، منها على سبيل المثال صناعة الطباعة، والآليات والإعلاميات المبرمجة وصناعة الخدمات، فظهرت كفاءة اليد العاملة في مستواها التدريبي الذي ارتفع كثيراً عما كان عليه في السنوات السابقة، فالحاصلين على الدبلومات العالية والمتخصصة ازداد كماً ونوعاً.

ثالثاً: خصائص اقتصاد المعرفة والميزة التنافسية

1- الميزة التنافسية في قلب الاقتصاد المعرفي:

إن التحول في النظام الاقتصادي من الاقتصاد الذي يعتمد على الإنتاج الكمي إلى الاقتصاد الذي يعتمد على المعلومات والمعرفة أحدث اضطراباً في بيئة الأعمال، إذ حلت مفردات ومعايير جديدة تساهم في تحقيق الأرباح والحصول على القيمة المضافة للمشاريع، وهذه المفردات ذات خصائص غير

ملموسة، وأصبح تأثيرها ذو أهمية كبيرة على نجاح وتطور المشاريع مقارنة بدور الموجودات الملموسة، وباتت الميزة التنافسية للمشاريع تكمن في رأس المال الفكري (الموهبة البشرية).

إن ما جاء في أعلاه يعني أن المعلومات أصبحت الركن الرابع في العملية الإنتاجية وتتجاوز الأركان الثلاث الأخرى بالأهمية النسبية في مساهمتها في الإنتاج، وهي (الملكية ورأس المال والعمل)، كما أن التحول إلى المجتمع المعلوماتي ومن ثم إلى الاقتصاد المعرفي، أحدث اضطراب في بيئة الأعمال نتيجة التحول في النظام الاقتصادي من الاعتماد على الإنتاج الكمي إلى ارتفاع الأهمية النسبية للاعتماد على المعلومات والمعرفة، وحلت مفردات ومعايير جديدة في تحقيق الأرباح والحصول على القيمة المضافة للمشاريع، وأصبحت هذه المفردات تلعب دور أكبر في نجاح وتطور المشاريع، وباتت الميزة التنافسية تكمن في الإبداع والقدرات والخبرات والمهارات والتحسين والابتكار والتطور المستمر ورأس المال الفكري (الموهبة البشرية)، وتعميق قيم التزام وولاء العاملين للمشروع في ضوء ترسيخ مفهوم مجتمع المعرفة، والذي يجعل من كيفية تفعيل المعرفة المتولدة لإضافة قيمة للمشروع والمساهمة في الاقتصاد المعرفي للمشروع أمراً ضرورياً، حيث إن طبيعة منتجات وخدمات المشروع المعتمدة على المعرفة تتصف بجملة صفات خاصة تتميز بها، وتزداد إنتاجية المشروع واعتبار المعرفة مصدر مهما للقيمة المضافة الذي يساهم بتكوينها صناعة المعرفة .

2- خصائص اقتصاد المعرفة

يتميز اقتصاد المعرفة بخصائص تجعله نمطاً اقتصادياً جديداً يعمل على تغيير الاقتصاد التقليدي وأساسه، لأن:

- المعرفة هي المورد الأساسي ورأس المال الرئيسي في هياكلها، وهي مصدر الثروة والسلطة؛
- العالمية: يعمل من خلال اقتصاد عالمي مفتوح بفضل التطورات التكنولوجية الهائلة، ويدفع نحو التكامل الاقتصادي العالمي؛
- التبشر: إذ أتاح التكنولوجيا الحديثة الاطلاع على المعرفة من قبل الجميع، وبدأ احتكار الشركات الكبرى بلهايتها وبالصالح للأفراد.

- التنوع :يوفر طيفا هائلا وكثيفا من المنتجات المتنوعة تُلبى حاجات مختلف شرائح الأفراد والشركات و رغباتها،بعد أن كانت ستهدفُ الشرائح الكبرى فقط،وبما يسرع من تصميم المنتج وإنتاجه ويتجاوز الأخطاء،ويقلص حجم التخزين.
- الانفتاح :أصبح تعاون الشركات وحتى مع الأفراد لإنتاج المعرفة أمراً طبيعياً ومطلوباً، ضمن إطار شراكة تتخطى الحدود و العقلية المركزية الضيقة.
- نموذج جديد للإدارة يستند إلى منظور متكامل من المعرفة،ويتعامل بنظرة شمولية للعملية الإنتاجية،تتجاوز المدى القصير و الأهداف الخاصة بالشركة فقط.
- قوة عمل تتمتع بمهارات وخبرات عالية و قابلة للتطور بشكل مستمر،وتعمل من خلال فريق عمل متكامل يستطيع كل فرد فيه في أي مرحلة أن يبدي ملاحظاته و اقتراحاته، ليس فقط بالنسبة إلى المرحلة التي يعمل بها وإنما للمراحل الأخرى أيضاً⁹

رابعا:متطلبات الاقتصاد المعرفي

لغرض الإيفاء بمتطلبات إسهام عناصر اقتصاد المعرفة في تحقيق النمو الاقتصادي وخلق القيمة المضافة لا بد من توفر المتطلبات الأساسية التالية:

1- إدارة الأصول المعرفية:

إن معرفة السوق والمنتجات والتكنولوجيا والمنظمات بهدف تطوير أعمال المشروع لزيادة الأرباح وخلق قيمة مضافة والعمليات المنبثقة عنها، والتي تتضمن تطوير المعرفة والحفاظ عليها واستخدامها والمشاركة فيها، أي توليدها والحصول عليها من حيث اختيارها وتنظيمها ونشرها وجعلها متاحة يمكن الاستفادة منها، وتحويل المعلومات والخبرات (المعرفة) التي تمتلكها المنظمة للمساهمة في الأنشطة الإدارية كاتخاذ القرار وحل المشكلات والتخطيط الاستراتيجي، إذ أن الهدف الرئيسي من إدارة المعرفة هو تخطيط جهود المعرفة وتنظيمها وتوجيهها بصورة فاعلة من اجل تحقيق الأهداف الاستراتيجية والأهداف التشغيلية.

والمعرفة قد تكون ضمنية (Tacit Knowledge) وهي تلك التي تتعلق بالمهارات الفنية والإدراكية والسلوكية وتوجد داخل عقل كل فرد ومن الصعوبة تحويلها ونقلها إلى الآخرين، وتستطيع المشاريع زيادة فاعلية هذه المعرفة وتعزيز درجة التنافس لدى المشروع إذا كانت هذه المعرفة ترتبط بطبيعة أعمال المشروع ويمكن تحويلها إلى سلع وخدمات. قد تكون المعرفة ظاهرة (Explicit Knowledge) وهي المعلومات المطبقة أو تلك التي يمكن نقلها إلى الآخرين ويمكن الحصول عليها واستخدامها.

وقد تضمنت إدارة المعرفة مدخلين هما:

المدخل الأول: الذي استمد أسسه من الأنثروبولوجيا ونظرية النظم وعلم الاقتصاد لإنتاج المعرفة الطبيعية؛ المدخل الثاني: نتج عن استخدام الكمبيوتر في إدارة المعرفة وارتباط ذلك بالذكاء الصناعي والمساهمة في إيجاد حقل جديد يدعى هندسة المعرفة التي هي عبارة عن تطبيق النظم على إدارة واستخدام المعرفة.

إن إدارة المعرفة هي إدارة المعلومات من خلال تحويل المعلومات المخزونة إلى منفعة، وتسمى بالمعرفة التي هي عبارة عن سائل خليط من تجارب محددة وقيم ومعلومات سياقية وبصيرة نافذة وتزود بأساس يقوم ويجسد تجارب ومعلومات جديدة ويمكن التعبير عنها بالمعادلة التالي:

المعلومات = البيانات + المعنى

المعرفة = المعلومات المختزنة + القدرة على استخدام المعلومات

ويمكن التعبير عنها بالنموذج التالي (DIKIAR)

إن الذكاء هو الطاقة الذهنية التي تطبق على المعارف لتوليد الأفكار واكتشاف العلاقات وبرهنة النظريات أي الإجابة على الأسئلة بصورة سليمة ومنسقة وحل المشاكل الصعبة منها والسهلة، لأنه ومن أهداف إدارة المعرفة القدرة على التوليد المعرفي وإنجاز العمليات المعرفية وتحقيق عمليات التعلم ونشر المعرفة، وتطويرها وتحديد طبيعة رأس المال الفكري وكيفية تطويره بهدف زيادة القيمة المضافة بكلف منخفضة، وتحقيق الرفع في أسواق المال عن طريق رأس المال الفكري، وزيادة حصة المشروع المولد للثروة في الاقتصاد القومي. ومن أهم وظائف المعرفة تشكيل الموارد الأساسية للمنظمة باتجاه ممارسة الوظائف

المختلفة بدرجة عالية من الفاعلية، وتوفير الأصول ذات القيمة التي تحقق النجاح لعمليات البيع والتسويق والتبادل.

وهذا الصدد يشير (Drucker) إلى أن مصدر القيمة الآن يتمثل بالمعرفة البشرية وإذا ما استخدمت المعرفة في الواجبات التي تعرف كيف ننجزها بشكل واضح نطلق عليها الإنتاجية وإذا ما استخدمنا المعرفة في الواجبات التي تعد جديدة ومختلفة نطلق عليها الابتكار¹⁰

وفي ظل الاقتصاد المعرفي والانتقال إلى ما يسمى بالصناعات المعرفية أو المنظمات المكثفة معرفياً جرى التحول في تركيز العمل من اليدوي / الصناعي إلى المعرفي/الخدمي مثل صناعة الخدمات المالية والمصرفية وصناعة خدمات الاتصال . ويشير Reich, إلى أن مستقبلنا من الاقتصاد وسيعتمد إلى حد ما كبير على التفكير أكثر منه تكرار المعلومات التي تعلمناها .

ويؤكد "Rastoqi" أن المنظمات التي تسعى لتتلاءم مع متطلبات اقتصاد المعرفة يجب أن يتضمن برنامج إدارة المعرفة فيها جملة أمور أهمها ضمان الانسيابية المستمرة للعمليات الجوهرية للمنظمة ، تطوير وتعميق كفاءة وقابلية المنظمة الجوهرية غير القابلة للتقليد، تعزيز الإبداعات الجذرية والتدريبية في المنتجات والخدمات وصيغ ابتكارها وتحويل القيمة.

من جهة أخرى، تلعب الموجودات المعرفية الكامنة في عقول البشر دوراً رئيسياً في الاقتصاد المعرفي اليوم، فقد وسع " Endyes " وصفه للموجودات المعرفية التي لها القدرة على تحويل التقنية من مرحلة البحث إلى مرحلة التطبيق لإنتاج سلع وخدمات والذي عُده المؤشر الحقيقي لنجاح المنظمة¹¹، لأن المنظمات المعرفية تعكس عدة أبعاد منها كفاءتها في كيفية إبرازها للجانب غير الملموس المقاس لخدماتها ومنتجاتها، بمعنى أن منتجاتها وخدماتها رغم أنها غير ملموسة مادياً إلا أنها محسوسة ويمكن قياسها أو أنها تعتمد على أسواق العمل المهيكلة على نحو كبير والتي تحوي أطر تعليمية وتدريبية لإكساب الداخلين الجدد المهارات اللازمة إضافة إلى قدرتها على التمدد والتوسع والانفتاح عالمياً.

وقد تم صياغة الاقتصاد المعرفي العالمي نتيجة لارتباط تغيرين كبيرين هما انفجار وتقارب الحوسبة والاتصالات وتكنولوجيات الوسائط وعدم تنظيم شؤون الاقتصاد، فأصبحت القابلية على تحويل المعرفة إلى

التطبيق الفعال هي بداية التحويل للصناعات الحالية إلى الصناعات الجديدة، والتحول من الشركات المكثفة رأسمالياً وعالمياً إلى الشركات المكثفة معرفياً، والتحول من العمل الروتيني إلى العمل المعرفي.

2- المحتوى المعلوماتي:

يتطلب الاهتمام بالبنية التحتية الأساسية لمجتمع المعلومات، إذ تشكل صناعة المحتوى القائمة على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتكنولوجيا الحيوية من أهم مخرجات الاقتصاد المعرفي من حيث المردود المادي والثقافي والعلمي والتنموي، فصناعة المحتوى هو التوسع في صناعتي النشر الورقي والالكتروني والإعلامي وتطبيقات البرمجيات، وهي تقوم على ثلاث مقومات أساسية وهي مواد التصنيع المعلوماتي، ومعالجة المعلومات التي تمثل أدوات الإنتاج، وأخيراً شبكات الاتصال التي تمثل قنوات التجميع والتوزيع.

فعلى سبيل المثال ففي أمريكا تتكون صناعة المحتوى من صناعة المعلوماتية بنسبة 45% وتوزيع المعلومات 27% والمعالجة 27%، إن صناعة المحتوى هو المحرك الأساسي لاقتصاد المعرفة لمساهمتها بزيادة الإنتاجية والمكاسب في اقتصاد المعرفة وبالرغم من ارتفاع الكلف الثابتة للمنتج المعرفي عند إنتاج النسخة الأولى، إلا أن الكلفة الحدية المستقبلية تكون صفر أو اقرب إلى الصفر.

3- المهارات المطلوبة

ابتداءً، لا بد من الاهتمام المتزايد بإعداد العناصر البشرية لترجمة الأفكار إلى حقائق فعلية تنفيذية تساهم في خلق الثروة، ويتطلب الأمر زيادة المعارف الفنية والنظرية بمهارات الاتصالات لكي يستطيعوا التعبير عن الأفكار المفيدة لديهم والتعبير عنها بوضوح، حتى لا يفقد المشروع هذه الأفكار بسبب الافتقار إلى مجموعة من المهارات وهي مهارة الكتابة أو الاتصال، ومهارات الرياضيات لكي يفهم العناصر المكونة لميزانية المشروع وقائمة الدخل، للمساهمة في تخفيض الكلف وتحسين النتائج المالية من جهة، ومهارات الإدارة الذاتية التي تتكون من خلال التعليم الذاتي وكيفية استخدامه في العمل، ومهارات الأعمال. فعلى الأشخاص أن يفهموا العمليات الأساسية للمشروع وقوائمه المالية، وكيفية تحليل المشاكل واتخاذ القرارات بصدد مع الشعور بالمسؤولية الكاملة، ومهارات العمل مع الفريق، ومهارات الوظائف المحددة لكي يكسب المهارات في الأعمال المحددة له ويبلغ الأهداف من الأعمال المنجزة من قبله.

وبما أن عناصر الاقتصاد الجديد تتمثل في رأس المال الفكري (الموهبة البشرية)، فهذا ما يجعل نقطة الانطلاق واحدة للمشاريع المتشابهة نسبياً في أنشطتها، إلا القدرة على الاستخدام الأمثل للمعرفة، والمشاريع التي تستفيد من اقتصاد المعرفة هي تلك التي تستبدل تنظيم الوحدات المركزية واللامركزية بوحدات معرفية مستقلة ومتصلة فيما بينها، والشكل المطلوب في التنظيم المستقبلي هو إيجاد وحدات معرفة يكون تفكير المنظمة محفزاً للعلاقات الديناميكية المتداخلة، ويكون السلوك فيها معبراً عنه في قبول المخاطر نتيجة التغيير والإبداع أكثر من السعي للمحافظة على الوضع الراهن، وتعميق قيم التزام وولاء العاملين للمشروع في ضوء ترسيخ مفهوم مجتمع المعرفة، لأن التحدي الذي يواجه المشاريع ليس فقط في توليد المعرفة ذاتها بل في كيفية تفعيل المعرفة المتولدة لإضافة قيمة للمشروع وتحديد دوره في الاقتصاد المعرفي، من خلال مساهمته في رفع مستوى معيشة الشعوب وزيادة إنتاجية الفرد وتحقيق النمو الاقتصادي.

ويشير "S.Davis, J.Botkin" إلى أن طبيعة منتجات وخدمات المعرفة لأي مشروع تتصف بجملة صفات خاصة تتميز بها، وتزداد إنتاجية ورسوخا مع الاستخدام وتمتخ الزبون فائدة أكبر، وتساهم في زيادة التعلم لمستخدمها وتزيد من مهاراته في حقل اختصاصه، وتتكيف مع الظروف، ولها دورة حياة قصيرة نسبياً تمكن العميل من اتخاذ إجراء المعالجة والصيانة فوراً¹².

ومما تجدر الإشارة إليه، أنه توجد عوامل متعددة ساعدت على تطور اقتصاد المعرفة من أهمها¹³:

- انتشار مظاهر العولمة المتمثلة في الاستخدام الموسع لتكنولوجيا المعلومات والانفتاح الاقتصادي التي أدت إلى تحقيق منافسة شديدة بين المشاريع لمختلف القطاعات الاقتصادية؛
- زيادة ثقافة المستهلك وذوقه وتطور حاجاته وتعقيدها وخاصة في مجال التوريد؛
- تطور وسائل الحصول على المعلومات بالتنوع والكمية والوقت المناسب؛
- تزايد القدرات التكنولوجية مما فسح المجال للأفراد المالكين للمعرفة بلعب دور أساسي في زيادة فاعلية المشروع، واعتبار هذه المعرفة مصدراً مهماً للقيمة المضافة التي يساهم بتكوينها صناعات المعرفة، كونهم ذو مؤهلات عالية.

وفي نفس السياق، فقد بينت إحدى الدراسات أن استخدام تكنولوجيا المعلومات يساعد في تخفيض التكاليف بنسبة 39%، ثم تحسين الإنتاجية بنسبة 51%، ثم المساهمة في تعزيز دقة القرار بنسبة 36%، وصولاً إلى تحسين العلاقات مع الزبائن بنسبة 35%، إذ سيشهد المستقبل القريب تسجيل حسابات رأس المال الفكري في أسواق رأس المال في ضوء اهتمام الإدارات في وضع برامج راسخة لإدارة المعرفة عنوانها الابتكارات وتبني مبادئ اقتصاد المعرفة وإدارة المعرفة مهتمة بتكوين رأس المال الفكري من خلال استخدامه وتداوله والمحافظة عليه وتطويره ومنحه الهيكلية بالاتجاه الذي يجعله محسوساً لأن أساليب التسجيل والتبويب المحاسبية والميزانيات التقليدية تهتم بالأصول والخصوم الملموسة، وأن هذه الأساليب والمعايير والميزانيات غير ملائمة لتحديد القيمة الحالية والمستقبلية للمعرفة على مستوى المشروع، كون أصول المعرفة تختلف عن الأصول المادية لأنها أصول خائية يمكن أن تبقى طويلاً ويتم توليدها بلا حدود، طالما أن الكلفة الحدية أقرب إلى الصفر إذا حافظت على الاستغلال الأمثل للطاقت المتاحة.

كما تشير إحدى الدراسات التي تمت عن عينة من خمسمائة (500) شركة أمريكية بأن موجودات المعرفة (المعنوية والفكرية) تساهم بمقدار (5) دولارات في كل (6) دولارات من هذه القيمة، وتساهم الموجودات المادية والمالية بدولار واحد بهذه القيمة، وأن التقديرات الاقتصادية لقيم رأس المال في السوق تشير إلى أن 1/4 رأس المال عبارة عن أصول معنوية أي أصول معرفية، والتي تشمل البحث والتطوير، والعلامة التجارية، والامتيازات الممنوحة من الاستثمار في المصادر البشرية، وشبكة الانترنت، وقنوات التجهيز والتوزيع، وأنها تشكل عناصر رئيسية لقيمة المنظمة في ظل الاقتصاد الجديد¹⁴.

إن كل ماورد في أعلاه يبين بأن الاقتصاد العالمي يتجه أكثر من أي وقت مضى في تاريخ البشرية إلى اقتصاد مبني على المعرفة، وتعد التكنولوجيا العنصر المعرفي الأهم في عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية، فالتكنولوجيا أصبحت أكثر مما مضى عاملاً أساسياً في الإنتاج والإنتاجية، وفي توفير فرص العمل الحقيقية، وتنويع الهيكل الاقتصادي، وزيادة القيمة المضافة والأرباح ورفع معدلات النمو في الدخل القومي، وفي توفير مقومات الدفاع والأمن الذاتيين.

المحور الثاني: عملية التنمية في القطاع السياحي

أولاً: السياحة كمنشأ اقتصادي

لا شك أن التقدم السريع في طرق المواصلات والاتصالات والتطورات التكنولوجية كان له الدور الإيجابي في تطور صناعة السياحة وانتشارها، حيث يعتبر اقتصاد المعرفة جوهر هذا النشاط التسويقي في منظمات الأعمال لإحداث عملية التنمية السياحية. كما تعتبر السياحة من أكثر النشاطات الاقتصادية الواعدة، ذلك أنها تنتج حوالي 15% من الناتج الاقتصادي العالمي، وهي تكتسي أهمية كبيرة في مجال التجارة الدولية، إذ أصبحت تشكل 25% من التجارة العالمية في قطاع الخدمات، وتشير التوقعات إلى استمرارية الصناعة السياحية في النمو المتواصل لكثير من البلدان، إذ تعتبر منظمة التمويل الدولية أن المعدل العام للنمو في السياحة يبلغ حوالي 8% كزيادة سنوية، أما من زاوية أخرى فالسياحة تعتبر ظاهرة حضارية ذات أبعاد اجتماعية وثقافية واقتصادية¹⁵.

ثانياً: تعريف السياحة

تعرفه المنظمة العالمية للسياحة بأنها "تشمل أنشطة الأشخاص الذين يسافرون إلى أماكن تقع خارج بيتهم المعتادة، ويقيمون فيها لمدة لا تزيد عن سنة بغير انقطاع، للراحة أو لإغراض أخرى"¹⁶. وتباينت التعريفات المقدمة لمصطلح "السياحة" وإن تلاقى كلها في حب التمتع بالسفر والارتحال من أجل الترفيه أو الراحة أو الثقافة، حيث يمكن إيجاز مفهوم السياحة في كونها "مجموع العلاقات التي تترتب على سفر وعلى إقامة مؤقتة لشخص أجنبي في مكان ما، طالما أن هذه الإقامة المؤقتة لا تتحول إلى إقامة دائمة وطالما لم ترتبط هذه الإقامة بنشاط يظل ربحاً لهذا الأجنبي"¹⁷.

ثالثاً- العرض السياحي: "هو مختلف عناصر الجذب والمغريات السياحية الموجودة بها، سواء كانت طبيعية أو صناعية، بالإضافة إلى الخدمة العامة والخدمة السياحية التي تقدمها الدول إلى السائحين القادمين إليها من مختلف أنحاء العالم. وبذلك يكون العرض السياحي مختلفاً عن العرض المادي للسلع الملموسة الذي يمثل

مجموع السلع والخدمات المعروضة في الأسواق للمشتريين في وقت معين وعند مستوى محدد من الأسعار¹⁸.

ثالثا: أهمية السياحة من الجانب الاقتصادي

تعتبر السياحة من أهم المراكز الاقتصادية في البلاد، وذلك لكون:

- القطاع السياحي مصدرا مهما من مصادر الدخل نتيجة بيع الخدمات والسلع السياحية المتعلقة به.
- تعتبر السوق السياحية سوقا متجددة وقابلة للتوسع نتيجة لتحسين مستوى المعيشة وزيادة الدخل.
- لا يتطلب النشاط السياحي استثمارات مالية مرتفعة مثل بعض الأنشطة الاستثمارية الأخرى وخاصة النشاط الصناعي والتكنولوجي.
- يتميز النشاط السياحي بأنه نشاط كثيف العمل حيث يؤدي إلى خلق العديد من فرص العمل المباشرة وغير المباشرة في العديد من المشروعات المرتبطة بالقطاع السياحي.
- تؤدي التغيرات والتكتلات العالمية إلى الحد من الصادرات بالإضافة إلى نقص الحصيلة المتوقعة للصادرات البترولية نتيجة لتذبذب أسعاره مما يجعل النشاط السياحي نشاطا اقتصاديا هاما بالنسبة للاقتصاد الجزائري خصوصا.
- كما أنها تساهم في تحصيل وعاء ضريبي جيد، حيث تستطيع الدولة تحقيق زيادة كبيرة في إيراداتها العامة من خلال تحصيل أنواع مختلفة من الضرائب والرسوم التي تفرض على الأنشطة والخدمات السياحية.

رابعا: التنمية في قطاع السياحة

تعتبر التنمية السياحية في حد ذاتها مرحلة من مراحل تحقيق هدف أكبر ألا وهو تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية للدولة. حيث تهدف هذه الأخيرة إلى زيادة الدخل القومي الإجمالي وتدعيم المردودات الاقتصادية للسياحة، وتحقيق نمو سياحي متوازن، فضلا عن زيادة نصيب الدولة من النشاط السياحي وفرص العمل وخفض معدلات البطالة بالإضافة إلى تنمية البنية الأساسية وتوفير التسهيلات اللازمة للسائحين والمقيمين بالدولة. كما تساهم في حل المشاكل الاقتصادية والاجتماعية، بحيث تتميز

صناعة السياحة الناجحة في أي دولة سياحية بقدراتها على التفاعل مع مشاكل المجتمع ومساهمتها في حل مختلف المشاكل الاقتصادية والاجتماعية التي تواجهها تلك الدولة، وهو ما يجعلها تحاول تحقيق أهداف محددة أهمها هو التعريف بالمقومات الأثرية والدينية والتاريخية التي يزرع بها البلد والتعريف بالجانب الحضاري الذي يمتلكه .

خامسا: متطلبات التنمية السياحية

إذا كان مفهوم التنمية الاقتصادية يعني: "استخدام الموارد الاقتصادية المتاحة في المجتمع أحسن استخدام ممكن، بحيث تدر أكبر عائد ويستفاد منها أكبر استفادة ممكنة لزيادة مستوى الدخل والتشغيل في المجتمع"، فإن مفهوم التنمية السياحية يعني: "تعظيم الدور الذي يمكن أن يلعبه النشاط السياحي في نمو الاقتصاد الوطني، من حيث تحسين ميزان المدفوعات وزيادة موارد الدولة من العملات الأجنبية والمحلية وخلق فرص عمل جديدة، وزيادة في التوسع العمراني عن طريق خلق مناطق جذب سياحية وسكانية في المناطق النائية.

وعليه، فإن أي خطة للتنمية السياحية تتطلب تحديد المشاكل التي تعوق تنمية الصناعة السياحية، ووضع خطط بديلة في حال حدوث طارئ، وتدريب الأيدي العاملة المتخصصة ووضع الأهداف الاستثمارية المتطورة، بالإضافة إلى ضرورة دعم الدولة للقطاع السياحي وربط خطة التنمية السياحية مع خطط التنمية الاقتصادية والإدارية والاجتماعية.

ومنه، فإن القيام بإدراج مشاريع استثمارية سياحية جديدة ضمن خطط التنمية يجب أن يسبقه ذلك إجراء دراسة شاملة للتأكد من الجدوى الاقتصادية لها، ويتطلب أيضا دراسة السوق السياحي من أجل تحديد تفضيلات السياح للسعي لتأمينها قدر الإمكان، والتأكد من أن تنفيذها يسمح بالمحافظة على المواقع السياحية بشكل دائم، لأن جذب السياح إلى هذه المناطق قد يعتمد على المناخ أو الطبيعة أو التاريخ أو أية عوامل تتميز به المواقع السياحية، وعلى توفير شبكة من مواقع الإيواء، وعلى رفع مستوى نظافة وجودة الخدمة السياحية .

المحور الثالث: اقتصاد المعرفة ودوره في التنمية السياحية

إن المعرفة تعتبر المسألة الحاسمة في تمكين المجتمع من توسيع مجالات اختياراتهم، وتمثل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الأدوات الأساسية للمجتمعات التي تنشأ التقدم المؤسس على الاقتصاد المعرفي المرتكز الأساسي للتحويل الحقيقي نحو استغلال الموارد الطبيعية والمادية، وبالتالي التأسيس لبعدها جوهري في التنمية البشرية، هذه التنمية سيكون لها امتداد في عقلنة التسيير الراشد لمنظمات الأعمال بصفة عامة والمنظمات السياحية بصفة خاصة، ومن هذا المنطلق تباشر إدارة المنظمات السياحية في تفعيل العمليات الابتكارية والأنشطة التسويقية في المجال السياحي مباشرة عملية التنمية التي تعول عليها البلدان غير السياحية للنهوض باقتصادياتها خاصة تلك التي تعتمد على وفرة المصادر الطاقوية في خلق الثروة الوطنية، وما يصاحبه من تراجع أسعارها في السوق الدولية.

وفي هذا المضمار، تعد بعض البلدان العربية معنية بذلك، كونها تعاني غياب التبادل الأفقي في مجال المعلومات البينية بين أعضائها بسبب ضعف البنى التحتية، وكذلك هجرة الموارد البشرية العربية، وهي عناصر تشكل عائقا تجاه بؤاد التنمية الاقتصادية الشاملة، وأن تطبيقات المعرفة تجسد العامل الحاسم في تحديد الوضع التنافسي للمؤسسات السياحية لكل دولة. لذلك يتعين على الدول العربية تبني خطط التنمية على أساس توليد واستخدام المعرفة في المجالات المحددة، بما في ذلك الاهتمام المتزايد بإعداد القادة القادرة على توظيف واستخدام مفردات الاقتصاد المعرفي، لأن زيادة المعارف الفنية والنظرية بهذا الشأن سوف تقوي بطبيعة الحال المستثمرين في الأسواق السياحية من المخاطر المحدقة بهم في ظل بيئة معقدة ومضطربة.

وإن قيام المنشآت السياحية بإجراء أبحاث السوق السياحي انطلاقا من مبادئ الاقتصاد المعرفي بهدف الوقوف على حاجات ورغبات السائح سيساهم بفعالية في توظيف أبعاد التنمية السياحية كونها مدخلا للتنمية الاقتصادية الشاملة. وأن عدم وجود استراتيجية عربية (موحدة أو شبه موحدة) مناسبة لصناعة محتوى المعلوماتي ينعكس ذلك في انخفاض جهود البحث والتطوير والابتكار لهذه الصناعة ومنه تراجع وتيرة التنمية السياحية.

النتائج والملاحظات الختامية

النتائج

- ✓ التنمية السياحية هي المنطلق الأساسي لتحقيق التنمية الاقتصادية للدولة في ظل بيئة معقدة تتميز بالمنافسة الشرسة في مجالات الابتكار، حيث تهدف هذه الأخيرة لتحقيق نمو اقتصادي شامل، مما يشجع على زيادة الدخل القومي الإجمالي.
- ✓ إن المعرفة لها قيمة اقتصادية هي قيمة التبادل عند الاستخدام، وبدون الاستخدام لقيمة تبادلية لها خلافاً للسلعة المادية التي تحمل قيمتها فيها، وأن المنتجات المعرفية سهلة التقليد مما يجعلها من سهلة التحويل إلى سلع عامة.
- ✓ إن أكثر مفاهيم اقتصاد المعرفة استقراراً هو الاقتصاد الذي يكون فيه إنتاج وتوزيع واستخدام المعرفة الموجه أو القاطرة الأساسية للنمو الاقتصادي وخلق الثروة والعمل عبر مجموع الصناعات.
- ✓ يؤدي الاقتصاد يعتمد في نموه وفلسفته وآلياته على مدخلات المعرفة كقيمة مضافة في النظام الاقتصادي المعاصر إلى المساهمة في ترقية التنمية، ومنها السياحة.

الملاحظات الختامية

- ❖ يتوجب على الاقتصاديات الريفية منها الجزائر إعادة الاهتمام الفعلي بتفعيل اقتصاد المعرفة في القطاع السياحي والاستثمار فيه، مع إعادة النظر في الإستراتيجية المتبعة في مجال الصناعات التقليدية وبقية القطاعات الأخرى التي تلتقي معه، خاصة بعد تراجع أسعار النفط العالمية.
- ❖ يُنتظر من الجمعيات التنشيطية في المجال السياحي عمل كبير إذا أرادت أن يكون لنشاطاتها صدى كبيراً وتأثيراً قوياً في اقتصاد المعرفة، فهي يطلب منها تنشيط المنتجات السياحية من خلال الأنشطة التي تقوم بها.
- ❖ وفي ضوء غياب الدور الفاعل للمنظمات المهنية العربية والمحلية في الدول العربية لمتابعة التغيرات المتسارعة في بيئة اقتصاد المعرفة وتداعياتها على استراتيجيات التسويق في المجال السياحي في العالم العربي، يرجى من الحكومات إعطاء الأهمية القصوى لموضوع إعادة هيكلة التعليم وبكافة

مراحلته وتقوية البحث العلمي والتطوير والحث على الابتكار والابتكار التسويقي من خلال خطط وطنية مدعومة باتفاقيات إقليمية ودولية.

❖ تدعيم نظام المعلومات التسويقي للقطاع الحكومي في المجال السياحي كآلية لكشف أسباب تراجع نشاطات بعض المنظمات الفندقية والوكالات السياحية المحلية.

❖ هناك ضرورة ملحة وعاجلة في مواكبة التغييرات التكنولوجية المتسارعة لاستيعاب التطورات المستمرة في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وبقية المعارف الإنسانية، ومحاولة ممارستها ميدانياً، لتسهيل تقليص الفجوة الرقمية من خلال العمل على توسيع استخدام الانترنت على كل المستويات، والعمل على تعليم السكان اللغات الحية لتمكينهم على الاطلاع المستمر لما يُستجد من طرق ومكونات المعرفة.

❖ ضرورة توحيد الجهود لإيجاد تكتل عربي معرفي ينهض بنشر المعرفة في الدول العربية ويوصلها إلى مرحلة الإنجاز

❖ العمل على إنشاء أنظمة معلوماتية شاملة وموحدة للدول العربية ترتبط بالشبكات العالمية، وإيجاد موارد تمويل مناسبة لمؤسسات المعرفة العربية التخصصية في هذا المجال.

الهوامش والمصادر والمراجع

¹ سالمى جمال، "أثر اقتصاديات المعرفة في تطوير التسويق السياحي الإلكتروني بالجزائر، الملتقى الجزائري، 2013.

² فوراى دومينيك، اقتصاد المعرفة، ترجمة محمد عرب صاصيلا، مكتبة دار طلاس، دمشق، سوريا، 2004.

³ Newman Brian, Kurt W. Conrad, "Papers", 1999, p.55.

⁴ نجم عبود، إدارة المعرفة المفاهيم والاستراتيجيات والعمليات، الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2005، ص25

⁵ مؤتمن منى، دور النظام التربوي الأردني في تقدمنا نحو الاقتصاد المعرفي، رسالة المعلم، مج 43، ع 1، عمان، الأردن، 2004، ص12.

⁶ الهاشمي عبد الرحمن محمد العزاوي فائزة، المنهج والاقتصاد المعرفي: اتجاهات اقتصاد المعرفة في البلدان العربية، دار المسيرة للنشر

، عمان، الأردن، 2007، ص 27.

⁷سالمي جمال، مستقبل المؤسسات الشبكية بالجزائر في ظل الانتقال إلى اقتصاد المعرفة، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة عنابة، 2006.

⁸Duffy, B. Knowledge management what every information professional should know. The information management journal, July 2000 (PP 10-15).

⁹الهاشمي عبد الرحمن و محمد العزاوي فائزة، مرجع سابق، ص 45.

¹⁰Koenig, Michael E.D: Education for Knowledge management .Information services and use. Vol . 19. .1999, (PP17-31).

¹¹Endres, A.: Improving R & D performance the Juran way. (New York: John Wiley & Sons) , 1997.

¹²- Davis , stan , Botkin, Jim ' The coming of knowledge – Based , Business Harvard Business , Review – Sep. oct , 1994,pp.167-169.

¹³-Wiig, Karl, Comprehensive Knowledge Management, Working Paper, Knowledge Research Institute, Inc.p7 ,1999.

¹⁴Davis ,stan , Botkin, Jim, idem.

¹⁵أبو نبعة، عبدالعزيز، تسويق الخدمات المتخصصة: منهج تطبيقي، دارالورق للنشر والتوزيع، الأردن 2005، ص 188-189

¹⁶المنظمة العالمية للسياحة، تصنيفات وإحصائيات السياحة: مفاهيم وتعريف، دليلي، 1995، ص 11.

¹⁷محمود كامل، السياحة الحديثة، مصر للكتاب 1975، ص 16

¹⁸علي فلاح الزعبي، التسويق السياحي والفندقي: مدخل صناعة السياحة والضيافة، دارالمسيرة للنشر

والتوزيع، عمان، الأردن، 2013، ص 12.