

دراسة العلاقة بين أبعاد استراتيجية المحيط الأزرق وتعزيز اقتصاديات المعرفة بالتطبيق على قطاع الأدوية في مصر

د/ سلوى محمود أبوضيف أحمد

عضو هيئة تدريس بقسم الاقتصاد

كلية التجارة جامعة الأزهر، مصر

Salwa_Mahmoud@azhar.edu.eg

د/ صدفة الطاهر محمد الطاهر

عضو هيئة تدريس بقسم إدارة الأعمال

كلية التجارة جامعة الأزهر، مصر

dr.sodfa@azhar.edu.eg

المستخلص:

استهدفت هذه الدراسة تحليل العلاقة بين أبعاد استراتيجية المحيط الأزرق وأبعاد اقتصاديات المعرفة، فضلاً عن تأثير أبعاد استراتيجية المحيط الأزرق على أبعاد اقتصاديات المعرفة بالتطبيق على العاملين في شركات الأدوية بمصر، ويتمثل مجتمعة هذه الدراسة في جميع العاملين بقطاع صناعة الأدوية المصرية، ووفقاً لتباين الأنشطة التي يقومون بها والبالغ عددهم (11) شركة؛ حيث بلغ حجم العينة (384) مفردة، كما اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وتم تصميم قائمة استقصاء لجمع البيانات الأولية، وقد توصلت الدراسة إلى وجود علاقة معنوية بين متغيرات الدراسة، فضلاً عن وجود تأثير معنوي إيجابي لأبعاد استراتيجية المحيط الأزرق (الاستبعاد والتقليص والزيادة وابتكار القيمة) على أبعاد اقتصاديات المعرفة: (المعرفة - التعليم والتدريب المهني - الإبداع). وبناءً على هذه النتيجة تم تقديم مجموعة من التوصيات.

الكلمات المفتاحية: استراتيجية المحيط الأزرق، اقتصاديات المعرفة، شركات الأدوية المصرية

Abstract:

This study aimed to analyze the relationship between the dimensions of the Blue Ocean Strategy and the dimensions of knowledge economics, as well as the impact of the dimensions of the Blue Ocean Strategy on the dimensions of knowledge economics by applying it to workers in pharmaceutical companies in Egypt. The population of this study is represented by all workers in the Egyptian pharmaceutical industry sector, and according to the variation in the activities that they carry out. The sample size was (384) individuals, and the study relied on the descriptive analytical approach, and a survey list was designed to collect primary data. The study found that there was a significant relationship between the variables of the study, as well as the presence of a positive moral effect for the strategic dimensions. The Blue Ocean (exclusion, reduction, increase, and value innovation) on the dimensions of knowledge economics: (knowledge - education and vocational training - creativity). Based on this result, a set of recommendations were presented.

Keywords: Blue Ocean Strategy, knowledge economics, Egyptian pharmaceutical companies

مقدمة:

اتجه الاقتصاد العالمي في عصر المعلومات إلى تطبيق الاقتصاد المعرفي، وذلك لما يوفره من تحسين ملحوظ للممارسات الاقتصادية في دول العالم، ويعد الاقتصاد المعرفي والبشري أحد أقسام العلوم الاقتصادية التي ظهرت مؤخراً، حيث يقوم هذا المصطلح على فهم دور الابتكار ورأس المال المعرفي في تعزيز معدلات النمو الاقتصادي (Mohamed, 2022).

وحيث يعتبر التحول إلى الاقتصاد المعرفي البوابة الذهبية للدول النامية للخروج من الأزمات الاقتصادية والاجتماعية التي تعاني منها في العقود الأخيرة، يجب على الدول النامية اتخاذ خطوات جادة للاهتمام بالاقتصاد المعرفي وتطبيقه في العديد من المجالات للمساهمة في زيادة معدلات النمو الاقتصادي وزيادة قدرتها على المنافسة العالمية (Sadiku, et al.,2017).

الأمر الذي أوجب ضرورة اتباع الاستراتيجيات الحديثة؛ حيث لم يعد كافياً بالنسبة لمنظمات الأعمال الذكية القبول بالوضع الحالي، فاستراتيجية المحيط الأزرق، التي تعد ثورة في علم الإدارة الاستراتيجية، هي من أحدث الاستراتيجيات التي تم اكتشافها وتطبيقها من قبل المنظمات التي تبحث عن التجديد والتغيير، و فرصة جديدة للإبحار إلى المحيطات الزرقاء التي لم يتم اكتشافها بعد، فهي بمثابة خيار أمام المنظمات لتذهب بعيداً عن المنافسة الدموية عبر تكوين مساحة من السوق لا منازع فيها بحيث تصبح المنافسة أمراً غير مطروح؛ فإن إجراء تحول في المحيط الأزرق هو رحلة تحولية، تتطلب هذه الرحلة أكثر من مجرد فكرة واستراتيجية واضحة لفتح حدود جديدة ذات قيمة مضافة؛ فقد أوجبت التطورات التكنولوجية وفي مختلف الأصعدة عالمياً وإقليمياً ومحلياً أن تبحث منظمات الأعمال الذكية في المسارات التي تمكنها من تحقيق الابتكار والخروج من المنافسة الحالية، حيث تقوم فلسفة المحيطات الزرقاء على ركيزة أساسية وهي ابتكار القيمة (Kim. W.C & Mauborgne. R, 2017).

1- الإطار النظري**1/1 مفهوم وأبعاد إستراتيجية المحيط الأزرق:****1/1/1 مفهوم إستراتيجية المحيط الأزرق:**

➤ استراتيجية المحيط الأزرق Blue Ocean ويرمز لها باختصار (BOS):

حيث عرف كل من (Kim, & Mauborgne, 2017) "استراتيجية المحيط الأزرق بأنها تمثل خلق مساحة جديدة من السوق خالية من النزاعات التنافسية؛ بحيث يكون المنافسون غير متصلين

تمامًا بهذه المساحة من السوق، كما أنها تخلق قيمة استهلاكية جديدة، وغالبًا ما تقوم بالعمل على خفض التكاليف مع تعزيز القدرة التنافسية لمنظمتها ومنافع جديدة، وجذب عملاء جدد، وتحقيق التمايز وخفض التكلفة في آن واحد، وذلك بهدف ابتكار قيمة للعملاء وللمنظمة معاً".

➤ المحيط الأحمر Red Ocean: هو جميع الصناعات والأسواق الحالية التي تكون مشبعة بالمنافسين والمنتجات المتشابهة، وتبنى فيها المنظمات استراتيجية التمايز أو انخفاض التكلفة بهدف تقديم منتجات وخدمات تفوق المنافسين. وتسمى بالمحيط الأحمر بسبب استخدام المنظمات لأساليب المنافسة الحادة في الأسواق كأساليب القتال الدموية في أرض المعركة (Kim, & Mauborgne, 2005).

2/1/1 أبعاد استراتيجية المحيط الأزرق: وسوف يتم عرض الدعامات الأربعة الأساسية التي تناولتها معظم الدراسات السابقة والتي سوف تتبناها الدراسة الحالية كما يلي:

➤ ابتكار القيمة: (Value innovation) هو حجر الزاوية في استراتيجية المحيط الأزرق ومدخل استراتيجي يهدف إلى تحقيق نمو الأعمال، ويتضمن التحول من التركيز على المنافسة الحالية إلى التركيز على خلق أسواق جديدة، وتقديم عروض جديدة ذات قيمة (www.qfinance.com/dictionary/value-innovation, 2011). في حين يري كل من (Made & Mosseby, 2005) ابتكار القيمة بأنه هو عملية التأثير على هيكل التكاليف وافتراضات القيمة المدركة لدى العملاء، بهدف تقديم قيمة جديدة في المنتجات والخدمات بسعر جذاب للعملاء.

➤ الزيادة (Raising): وتعني زيادة أي من العوامل التي يجب أن تزيد من مجال السوق اتساعاً (Kim, & Mauborgne, 2017).

➤ التقليل (Reduction): ويعني تخفيض أي من العوامل التي تمثل عائقاً في المساحة السوقية التي تؤدي إلى تقليل مخاطر الحجم الكبير Alhaddi, 2014; Kim, & Mauborgne, 2017).

➤ الاستبعاد (Elimination): ويعني استبعاد بعض العناصر التي يراها متخذ القرار غير ضرورية في عملها ومن شأنها أن تخفض التكاليف (Kim, & Mauborgne, 2017).

2/1 مفهوم وأبعاد اقتصاديات المعرفة:

1/2/1 اقتصاديات المعرفة Economy knowledge

لقد جاء مصطلح الاقتصاد المعرفي نتيجة لدور المعرفة وإسهامها الكبير في الأنشطة الاقتصادية والنمو الاقتصادي وتحقيق الثروة. وفي دراسة صادرة عن البنك الدولي لـ (2006)

Dahlman & Chen، تم تعريف الاقتصاد المعرفي بأنه الاقتصاد الذي استخدام من أجل تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية، وهذا يتضمن تطبيق المعارف بشكل فعلي، بالإضافة إلى تكيف وتكوين المعرفة من أجل تلبية احتياجاته الخاصة.

2/2/1 أبعاد اقتصاديات المعرفة:

في ظل التغيرات الكبيرة والمتسارعة في الاقتصاد العالمي والناجمة عن دخول تكنولوجيا المعلومات في كل ركن من أركان الاقتصاد الذي أصبح عنصراً لا يمكن الاستغناء عنه، أصبحت تكنولوجيا المعلومات حجر الزاوية الذي يركز عليه الاقتصاد، ويشتمل اقتصاد المعرفة على عدة مؤشرات؛ حيث يتم التركيز على بعض المؤشرات وليس كلها، وبالأخص المؤشرات التي برز فيها التطور الواضح والواسع في مضامين ومعطيات اقتصاد المعرفة التي توضح وضوحاً كافياً اقتصاد المعرفة وواقعه. كما أنه لا يمكننا حصرها، وهذا راجع لأن الاقتصاد الظاهر لا يزال يعرف جداراً واسعاً ما بين الباحثين، الا أنه هناك شبه اتفق بين معظم الباحثين على أن مفهوم اقتصاديات المعرفة يشمل ثلاثة أبعاد أساسية متمثلة في بعد: (المعرفة، والإبداع، والتعلم والتدريب المهني) ويمكن سردها على النحو التالي: (البزاز، 2015؛ الشمري، 2008؛ بن جيمة، 2018؛ ربحي، 2012؛ عباس، 2017؛ نجم، 2008):

بعد المعرفة:

لقد أجمع العديد من الباحثين على أنه من الصعب التسليم بوجود مفهوم جامع وشامل لإدارة المعرفة، ما أدى إلى ظهور العديد من التعاريف للعديد من الباحثين في هذا المجال نذكر منها:

- ✓ إدارة المعرفة: مصطلح يستند على فكرة أن الموارد الأثمن في المنظمة هي معارف أفرادها.
- ✓ إدارة المعرفة: هي العملية التي يمكن من خلالها استخراج قيمة من الموجودات الفكرية للمنظمات.
- ✓ إدارة المعرفة: هي عملية محدد ومنهجية ومنظمة لاكتساب، تنظيم، نقل المعرفة الصريحة والضمنية للأفراد العاملين حتى يتسنى لهم الاستفادة منها بهدف تحقيق فعالية وأكثر إنتاجية في عملهم.
- ✓ إدارة المعرفة: هي عبارة عن العمليات التي تساعد المنظمات على توليد والحصول على المعرفة واختيارها وتنظيمها واستخدامها ونشرها وتحويل هذه المعلومات العامة والخبرات التي تمتلكها المنظمة التي تعتبر ضرورية للأنشطة الإدارية المختلفة لاتخاذ القرارات، وحل المشكلات، والتعلم، والتخطيط الإستراتيجي.

ومن هذا المنطلق يمكن القول بأن إدارة المعرفة ظاهرة حديثة ومعقدة تقوم على فكرة أن الموجودات الفريدة والهامة في المنظمة هي معارف أفرادها، فهي عملية منظمة ومنهجية ترتبط بالعمليات الداخلية في المنظمة وتساعد على استخراج قيمة من موجوداتها الفكرية حيث تعمل على اكتشاف، خلق المعرفة ونشرها والاستفادة منها لغرض حل المشكلات، واتخاذ القرارات، والابتكار، والتخطيط الاستراتيجي (عروف، 2018).

➤ بعد الإبداع: الإبداع ظاهرة قديمة الجذور حديثة الاهتمام فمنذ بدء الخليقة والإنسان يبدع ويبتكر لوحده أو مع الجماعة لكن الاهتمام العلمي المنظم للإبداع فيعرف بأنه مجموعة من المتغيرات الكمية والسلوكية مثال آمال والتطلعات والخبرة السابقة والحاجة والقدرات الذاتية وغيرها من المتغيرات في المنظمات .

كما يعرف بأنه عملية جماعية منظمية تهدف إلى ضمان تبني تغيرات جديدة على المنظمة تتمثل في مدخلات جديدة للمنظمة (اختراع وأفكار) أو تحفيز للعاملين على تقديم مقترحات للتغيير. ويعرف أيضاً بأنه ناتج الفرد أو الجماعة أو المنظمة لشيء جديد وأصيل مفيد كمنتج على هيئة سلعة أو خدمة أو فكرة فضلاً عن الأدوات والأساليب والعمليات، بالإضافة إلى أنه يعد عملية تتضمن النظر إلى الظواهر والأشياء والمشكلات بمنظور وعلاقات جديدة غير مألوفة، يتفاعل فيها الفرد ويقوم الفرد بالبحث والاستقصاء والربط بين الأشياء بما يؤدي إلى إنتاج شيء جديد وأصيل ذي قيمة للمجتمع. أما الابتكار فهو إيجاد تطوير جديد أو تعديل على مادة علمية أو عملية إنتاجية أو خدماتية للحصول على عائد اقتصادي أو دفاعي، ونظراً للتطور الهائل في مجال الابتكار الذي صاحب الثروة المعرفية التي يشهدها العالم فإن عدد براءات الاختراع قد عرف نمواً متزايداً وخاصة في السنوات الأخيرة .

وعليه يمكن أن التميز بين مفهومي الإبداع والابتكار حيث يعرف الابتكار على أنه عملية التفكير الذهنية والضمنية الخارجة عن النطاق التقليدي والتي تعمل على خلق الأفكار الجديدة بدرجة عالية من الأصالة والقيمة، وهي المرحلة الأولى للتحسين والإبداع، أما الإبداع فيعني تطبيق تلك الأفكار والحلول في الواقع الميداني حتى تظهر بأشكالها النهائية للمستفيدين، ومما سبق يمكن القول بأن الإبداع هو نتيجة تطبيق الابتكار في الواقع العملي .

فالإبداع هو تطبيق التغيير في التقنية التي تؤدي إلى تحسين في السلعة أو الخدمة أو تحسينات في أساليب العملية الإنتاجية، والتعاون في المنظمة من أجل صنع منتجات جديدة أو تحسين

المنتجات بما يتوافق لتلبية رغبات الزبائن أو تحسين العملية الإنتاجية بما يحقق منتجات جديدة تحقق رغبات وتطلعات الزبائن، ويمكن أن يلاحظ الإبداع من خلال التغيرات التي تحدث في الشكل الخارجي للسلعة أو المنتج أو في تحسين العملية الإنتاجية، ويستخدم الإبداع للإشارة إلى العملية التي يتم من خلالها التقدم التكنولوجي، ويعتبر كالعلمية التي تولد المعلومات وتبقي المعرفة لصاحب الإبداع، ومن المهام الأساسية للإبداع تقديم منتجات جديدة (سلع وخدمات) أو تطوير منتجات قائمة التي يحتاجها الزبون أو تطوير العملية الإنتاجية القائمة نحو الأفضل، من أجل إنتاج وتقديم سلع وخدمات تلي حاجات ورغبات الزبائن.

كما أن الإبداع هو العملية التي يمكن من خلالها أن تحقق المنظمة التنسيق والتعاون بين أنشطة المنظمة الصناعية كالإنتاج والبحث والتطوير بهدف تبني الأفكار والأساليب الجديدة وترجمتها في ميدان العمل إلى منتج جديد أو تطوير منتج قائم أو استخدام عملية إنتاجية جديدة أو تطوير عملية إنتاجية قائمة لتلبية متطلبات الزبائن من المنتجات فضلاً عن جعل المؤسسة هي الأفضل في سوق المنافسة

➤ التعلم والتدريب المهني: تسمح المؤشرات القائمة علي البيانات المتعلقة بالتعليم والتدريب بتقييم المعارف والمهارات أو (رأس المال البشري) المكتسبة خلال العملية الرسمية للتعليم، وتسمح هذه المؤشرات أيضاً بتقييم المخزون والاستثمار في الرأسمال البشري، تجمع إحصاءات التعليم علي قاعدة دولية من قبل منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية وإدارة الإحصاء في المجموعة الأوروبية وهي تتوفر عادة لبضعة أعوام ويعد هذا المؤشر علي درجة عالية من الأهمية لما له من تأثير مباشر علي ثورة التكنولوجيا والمعرفة من حيث زيادة نسبة المتخصصين في مجالات المعرفة المختلفة وبالتالي زيادة الإنتاجية. كما أن النهج المتبع في الدول المتقدمة من أجل التعليم المستمر وزيادة عدد الدورات التي يلتحق بها الموظف تجعله مؤهلاً للعمل في خضم التغيرات التي طرأت على الاقتصاد بصورة عامة وعلى مهارات العاملين بصورة خاصة والخدمات الجديدة التي استحدثت بفعل التطور التكنولوجي الهائل (Siddiqui, et al., 2022).

ومن جانب آخر فإن الشركات المتعددة الجنسية هي الأخرى تتولي مهمة الإنفاق على البحث والتطوير من أجل جعل منتجها ينافس المنتجات في السوق العالمية ويتفوق عليها من خلال احتكار براءات الاختراع وشراء الابتكارات الجديدة. حيث تنتشر في اقتصاديات المعرفة مخابر البحث والتطوير وتولي لها الحكومات والخواص وقطاع الخدمات بالغ الاهتمام باعتبارها القلب النابض للتقدم

التكنولوجي وبصورة تاريخية أصبح البحث والتطوير خاصة في البلدان الصناعية يشكل أهم جوانب التطور التكنولوجي فيها ذلك لأنه يمثل وسيلة لتوسيع المعارف التكنولوجية التي تعتمد عليها عملية الإبداع والابتكار كما يؤدي إلى زيادة عائد الاستثمارات المادية والبشرية .

2- البحوث والدراسات السابقة:

1/2 البحوث والدراسات التي تناولت "استراتيجية المحيط الأزرق":

تشتمل هذه المجموعة على البحوث والدراسات التي تناولت موضوع استراتيجية المحيط الأزرق، والتي توضح أبعاد الاستراتيجية ونماذج قياسها المختلفة كالتالي:

- دراسة (المشني، 2011): استهدفت هذه الدراسة تقييم دور استراتيجية المحيط الأزرق في تمكين (شركة النبيل) كنموذج للصناعات الغذائية الأردنية في ريادة منتجات وأسواق جديدة، والتعرف على دوافع شركة النبيل نحو ابتكار القيمة وتقييم مدى تطبيقها لمبادئ استراتيجية المحيط الأزرق، وتم استخدام منهج البحث النوعي من خلال دراسة الحالة، كما استخدمت المقابلات مع المشاركين في الدراسة وهم (6) مديرين في شركة النبيل للصناعات الغذائية ممن يملكون قدراً وافياً من المعلومات المتعلقة بموضوع الدراسة، كما اعتمدت الدراسة على المنهج الاستقرائي في التحليل واستخلاص النتائج، وتوصلت الدراسة إلى نتائج عديدة أهمها: من أهم دوافع شركة النبيل في تطبيق استراتيجية المحيط الأزرق هي: الاتجاهات المعاصرة في بيئة الأعمال، ومواكبة التطورات التكنولوجية الحديثة والمتسارعة، وزيادة حدة المنافسة، والتغير في نمط الحياة ومتطلبات العملاء، والعولمة، والانفلات في أسواق المنافسة، وابتكار القيمة للشركة والعميل. كذلك تطبق شركة النبيل للصناعات الغذائية المبادئ الأربعة الرئيسة لإستراتيجية المحيط الأزرق، المتمثلة في (إعادة بناء حدود السوق، والتركيز على الصورة الكلية، وليس على الأرقام، والامتداد لما هو أبعد من الطلب الحالي، والسعي نحو السياق الإستراتيجي الصحيح)، حيث إن تطبيق هذه المبادئ يؤدي إلى ابتكار القيمة وتحقيق القيمة للعملاء والشركة معاً. كما أن تطبيق استراتيجية المحيط الأزرق في شركة النبيل مكّنها من تحقيق الريادة وتقديم منتجات متميزة وأنشاء أسواق جديدة وجذب عملاء جدد، ونمو المبيعات والحصة السوقية وزيادة الأرباح.

- دراسة (Dehkordi, et.al, 2012): استهدفت هذه الدراسة تقييم دور إستراتيجية المحيط الأزرق كأكثر الإستراتيجيات التي تمكن الشركة من مواجهة التحديات في البيئة التنافسية وزيادة قدرتها على البقاء والاستمرار في ظل العولمة والأسواق وتقنية المعلومات، وطبقت الدراسة على (18) شركة في

ماليزيا، حيث تم توزيع الاستبانة على عينة من (120) مديراً ومسؤولاً عن هذه الشركات، وشملت الاستبانة أبعاد إستراتيجية المحيط الأزرق كمتغير مستقل، والقدرة على المنافسة والبقاء في البيئة التنافسية كمتغير تابع، وبعد تحليل البيانات التي تم الحصول عليها، وتوصلت الدراسة إلى نتائج عديدة من أهمها: أن تطبيق إستراتيجية المحيط الأزرق يسهم في فتح مساحة أسواق جديدة غير مطروقة سابقاً، ويسهم في خلق طلب جديد، يزيد من فرص النمو والتطور، وحركة متسارعة للمنتجات والخدمات، وزيادة هامش الربح. كما خلصت الدراسة إلى أن ابتكار القيمة للمنظمة وللعميل هو حجر الزاوية في إستراتيجية المحيط الأزرق من خلال الموازنة بين الوسيلة والسعر والتكلفة والتخلص من المنافسة الدموية.

وأوصت الدراسة الشركات بتطبيق استراتيجية المحيط الأزرق والابتعاد عن إستراتيجيات المحيطات الحمراء، حيث تتسابق الشركات في هذه المحيطات للمنافسة التقليدية وبناء موقف دفاعي ضمن الترتيب في مجال الصناعة أو الخدمة.

- دراسة (Mirrahimi., 2013): استهدفت هذه الدراسة توضيح أهمية إستراتيجية المحيط الأزرق وفعاليتها؛ باعتبارها ثورة في مجال الإدارة الاستراتيجية، كما هدفت إلى توضيح المبادئ التي تركز عليها إستراتيجية المحيط الأزرق والفوائد المتوقع إحرازها جراء تطبيق هذه الإستراتيجية، وتوصلت هذه الدراسة إلى: أن هذه الإستراتيجية صالحة للتطبيق في شتي أنواع المنظمات في مختلف القطاعات الاقتصادية والخدمية، كما أنها قابلة للتطبيق في مختلف المنظمات، وعلى اختلاف أحجامها. كما أوضحت الدراسة المبادئ الستة الأساسية في إستراتيجية المحيط الأزرق، وهي: (إعادة بناء حدود السوق للبعد عن المنافسة والتركيز على الصورة الكلية للوصول إلى الترتيب الإستراتيجي الصحيح وعدم الاعتماد على الأرقام فقط، وابتكار المنتجات التي قد يحتاج إليها السوق في المستقبل بحيث ترضي رغبات العملاء وأذواقهم، ثم الوصول إلى السياق الإستراتيجي والترتيب الصحيح، وتوظيف الخبرات للوصول إلى متطلبات العملاء في كل مرحلة، ثم مبدأ تخطي الحواجز الرئيسة للمنظمات وتفادي أي مشكلات يتوقع حدوثها في البيئة المحيطة، وأخيراً مبدأ السعي لتقليل مخاطر الإدارة وبذل جهد إضافي كفريق عمل واحد داخل المنظمة لتطبيق الإستراتيجيات الموضوعية).

وخلصت الدراسة أيضاً إلى أن: تطبيق هذه الإستراتيجية يسهم في إيجاد أسواق جديدة وطلب جديد وزيادة معدلات النمو ومواكبة المستجدات العلمية الحديثة وزيادة حجم الموارد وفعاليتها استغلالها.

- دراسة (Shafiq, et al., 2017): استهدفت هذه الدراسة بيان علاقة استراتيجية المحيط الأزرق بأداء الابتكار من خلال دراسة استكشافية، حيث تناقش الدراسة مشكلة الابتكار في ماليزيا مقارنة بمؤشر الابتكار العالمي وعلاقتها باستراتيجية المحيط الأزرق المطبقة في ماليزيا والمطبقة في العديد من الشركات الصناعية، وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وبلغ عدد مجتمع الدراسة (3511) عاملاً يعملون في الصناعات التحويلية، وبلغت حجم عينة الدراسة (351) عاملاً، واستخدم الاستبانة كأداة لجمع المعلومات. ومن أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة: أنه هناك علاقة قوية موجبة بين أداء الابتكار وجميع أبعاد إستراتيجية المحيط الأزرق، وأن كل من: توسيع مساحة الأسواق غير المتنازع عليه وتطويرها، وخلق واستيعاب الطلب الجديد، وخلق التمايز وانخفاض تكلفة الإنتاج جميعهم له علاقة إيجابية مع أداء الابتكار.

- دراسة (Samsul.,et.al., 2018): استهدفت هذه الدراسة تقييم وإظهار السيناريو العام لاستراتيجية المحيط الأزرق BOS وتأثيرها على الأداء التنظيمي. كما هدفت إلى الاستناد على مزايا وعيوب استراتيجية المحيط الأزرق التي توفر للمستخدمين إطار عمل لأنشاء مساحة سوقية غير قابلة للنقاش وتحويل وجهات النظر من المنافسة الحالية إلى خلق قيمة مبتكرة. واعتمدت الدراسة على منهج التحليل الوصفي من خلال وصف الخلفية التاريخية وإظهار إيجابيات وسلبيات استراتيجية المحيط الأزرق (BOS)، وعمل نظرية مقارنة مع استراتيجية المحيط الأحمر (ROS) ومن أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة: أن استراتيجية المحيط الأزرق توفر إلى حد كبير فوائد للصناعات المختلفة حيث يمكن استخدامها في الصناعات الربحية وايضاً بالنسبة للقطاع العام، كما تحتاج الصناعة إلى اتباع بعض الاعتبارات الأساسية مع تبني استراتيجية المحيط الأزرق والتي قد تخول لبعض القيود والمخاطر بحيث ينبغي للمنظمة أن تفكر في المخاطر الموجودة والقيود أثناء تنفيذ استراتيجية المحيط الأزرق كما تستند هذه الإستراتيجية على اجراء دراسة عملية من أربع خطوات لكسر المنافسة وتوليد المحيط الأزرق من خلال (الاستبعاد، التقليل، الزيادة، الابتكار).

التعقيب على الدراسات الخاصة باستراتيجية المحيط الأزرق:

• أظهرت هذه الدراسات الاهتمام المتزايد بموضوع استراتيجية المحيط الأزرق، وذلك على مستوى الدراسات الأجنبية، والتي بدأت توجه اهتماماً كبيراً إلى هذه الإستراتيجية منذ عام (2005) وحتى الوقت الحالي، وأبرزت الدراسات أن مصفوفة إستراتيجية المحيط الأزرق بجوانبها الأربعة والمتمثلة في (الاستبعاد، التقليل، الزيادة، ابتكار القيمة) تعد مدخلاً حديثاً يمكن للمنظمات الاعتماد عليها في

مواجهة التحديات ومواكبة التطورات والتغيير السريع وعدم الاستقرار في بيئة الأعمال اليوم، من أجل الحفاظ علي بقاء واستمرار هذه المنظمات، ومن الجدير بالذكر أنه هناك اتفاق بين معظم الدراسات على أن هذه الاستراتيجية قابلة للتطبيق في مختلف المنظمات باختلاف أنواعها ونشطها والقطاعات الاقتصادية والخدمية المختلفة بل وعلى مستوى الدول وليست المنظمات فحسب كما توصلت دراسات عدة اجرها الباحثان (Kim, & Mauborgne). منذ (2005) وحتى (2017) إلى أن استراتيجية المحيط الأزرق يسهل تطبيقها بشكل أفضل في المنظمات الصغيرة والمتوسطة الحجم عنها في المنظمات الكبيرة وذلك نظراً لانخفاض التكلفة في الاستبعاد والتقليص وزيادة وخلق قيمة جديدة للمنتجات والخدمات.

- اتفقت معظم هذه الدراسات على نموذج الأبعاد الأربعة كمقياس هام لقياس إستراتيجية المحيط الأزرق متمثل في: (بعد التقليص، وبعد الاستبعاد، وبعد الزيادة، وبعد ابتكار القيمة) دون غيرها من الأبعاد الأخرى، وهذا ما سوف تتبناه الدراسة الحالية ايضاً بحيث يتم تحكيم هذا المقياس وتقنيه بما يتلاءم مع طبيعة البيئة العربية بصفة عامة والبيئة المصرية بصفة خاصة.
- أظهرت الدراسات أهمية دور ابتكار القيمة للمنظمة وللعميل حيث يعد حجر الزاوية في إستراتيجية المحيط الأزرق وذلك من خلال الموازنة بين الوسيلة والسعر والتكلفة والتخلص من المنافسة الدموية وكذلك أهميته في مواجهة تغيرات البيئة الخارجية سريعة التغيير، ومن ثم تكون هناك حاجة ماسة إلى ضرورة تبنى مفهوم إستراتيجية المحيط الأزرق في المنظمات الأكثر تأثيراً بالتغيرات البيئية. ومن هنا تكون أهمية دراسة إستراتيجية المحيط الأزرق في قطاع الأدوية وهو مجال التطبيق في هذه الدراسة.

2/2 البحوث والدراسات الخاصة باقتصاديات المعرفة:

تشتمل هذه المجموعة على البحوث والدراسات العربية والأجنبية التي تناولت موضوع اقتصاديات المعرفة وأهميتها، وطبيعة العلاقة بينها وبين بعض المتغيرات الأخرى.

- دراسة (Dung., et al., 2016): اهتمت بمعرفة دور مكونات الاقتصاد المعرفي في النمو الاقتصادي لعدة دول آسيوية خلال الفترة (1990-2014)، باستخدام طريقة تقدير Kraaty -Driscoll وطريقة "regression unrelated seemingly" والمربعات الصغرى ثلاثية المراحل (SLS3)، وأكدت النتائج على وجود ارتباط إيجابي بين النمو الاقتصادي ومؤشرات الاقتصاد المعرفي الأربعة. ولذلك أوصت الدراسة بأنه يجب على صانعي السياسات إيلاء المزيد من الاهتمام لتحسين الابتكار والتعليم

والبنية التحتية للمعلومات والاتصالات والنظام المؤسسي بشكل منهجي لتحقيق معدلات مرتفعة ومستمرة من النمو الاقتصادي.

- دراسة (Bousriha, et al., 2020): استهدفت هذه الدراسة تحليل تأثير بعض مؤشرات اقتصاد المعرفة على النمو الاقتصادي في المملكة العربية السعودية باستخدام نموذج "VAR" خلال الفترة (1992-2018). وقد بينت نتائج الدراسة أن مؤشر "التعليم والموارد البشرية" هو الركن الأكثر أهمية الذي أثر بشكل حاسم على النمو الاقتصادي. كما تعزز هذه النتائج منهجية صانعي القرار بشأن تحويل الاقتصاد السعودي نحو التنويع الاقتصادي وليس الاعتماد فقط على الموارد النفطية.

- دراسة (عبد الحميد، 2023): استهدفت هذه الدراسة تحديد أثر مؤشرات الاقتصاد المعرفي على النمو الاقتصادي في مصر خلال الفترة (1990-2020)، وذلك باستخدام نموذج "ARDL Augmented". ولقد أظهرت النتائج القياسية للدراسة عدم معنوية تأثير نسبة الطالب إلى المدرسين في المرحلة الابتدائية على النمو الاقتصادي، ومعنوية وإيجابية تأثير عدد طلبات تسجيل براءات الاختراع للمقيمين داخل الدولة على النمو الاقتصادي، ومعنوية وسالبيه تأثير كل من اشتراكات الهاتف المحمول لكل 100 من السكان وعدم الاستقرار السياسي على النمو الاقتصادي. وتؤكد الدراسة على أن التحول نحو الاقتصاد المعرفي يمكن اعتباره وسيلة هامة لتعزيز معدلات النمو الاقتصادي في مصر. كما تؤكد الدراسة على ضرورة تبني مصر سياسات تهدف إلى التغلب على العوائق التي تواجهها في طريقها للتحول إلى الاقتصاد المعرفي، بحيث تكون نقطة الانطلاق لتعزيز مؤشر الحوافز الاقتصادية والنظام المؤسسي الأمر الذي يوفر المناخ المناسب لارتفاع قيمة مؤشر المعرفة والذي يعبر عن المؤشرات الثلاثة "التعليم، وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، والبحث والتطوير".

التعقيب على البحوث والدراسات الخاصة باقتصاديات المعرفة:

• أظهرت هذه الدراسات أهمية تبنى مفهوم اقتصاديات المعرفة للمنظمات على مستوى الدراسات العربية والأجنبية، لما له من دور بالغ الأهمية في تحقيق فوائد ومكاسب كبيرة للمنظمات والمجتمعات تجعلها في قمة الهرم التنافسي حيث إن تبنى المنظمات لهذا المفهوم من خلال الالتزام بالسلوكيات الداعمة على مستوى الفرد وفرق العمل وسياسة المنظمة والمجتمع يؤدي إلى تعزيز الإبداع والتعلم والتدريب المهني والمعرفة.

• قامت الدراسات السابقة بدراسة العلاقة بين موضوع اقتصاديات المعرفة وبعض المتغيرات الأخرى، كمتغير تابع يتأثر ببعض المتغيرات مثل النمو الاقتصادي، والاستقرار والأداء الاقتصادي، التعلم

وتكنولوجيا المعلومات وغيرها من المتغيرات، إلا أنها لم تقوم بدراسة العلاقة بين استراتيجية المحيط الأزرق واقتصاديات المعرفة في ضوء الأبعاد التي تتبناها الدراسة الحالية.

- اتفقت معظم الدراسات السابقة على ثلاث أبعاد أساسية لقياس اقتصاديات المعرفة متمثلة في: (المعرفة، والتعلم والتدريب المهني، والإبداع) بإختلاف مؤشرات كل بعد بما يتناسب مع طبيعة وغرض كل دراسة بما يناسبها.

3/2 البحوث والدراسات الخاصة بدراسة العلاقة بين استراتيجية المحيط الأزرق واقتصاديات المعرفة:

تشتمل هذه المجموعة على البحوث والدراسات العربية والأجنبية التي تناولت موضوع استراتيجية المحيط الأزرق واقتصاديات المعرفة.

- دراسة (عمر، 2017): استهدفت هذه الدراسة التحقق من وجود علاقة بين استراتيجية المحيط الأزرق وتنمية الإبداع في المنظمة، والتعرف أيضاً على إستراتيجية المحيط الأزرق وإمكانية تطبيقها في السوق المصري بصفة عامة وفي قطاع الفنادق بصفة خاصة، وذلك باستخدام مصفوفة السوق الأزرق: (الزيادة، الاستبعاد، الابتكار، التقليل)، وتكون مجتمع الدراسة من جميع العاملين في قطاع الغرف: (الإدارة العليا و الإدارة الوسطى)، وقطاع التسويق والمبيعات: (الإدارة العليا والإدارة الوسطى) وقد تم تحديد اطار لمجتمع الدراسة من خلال بيانات قطاع المنشآت الفندقية والسياحية بوزارة السياحة، وقد تبين من خلال هذه البيانات أن مجتمع الدراسة يتكون من (21) فندقاً، تمثل فنادق خمس نجوم في القاهرة وتمثل حجم العينة في (10) فنادق واعتمدت الدراسة على اسلوب الحصر الشامل للعاملين في القطاعين محل الدراسة حيث بلغ عددهم (338) مفردة في حين بلغ عدد الاستجابات الصحيحة بالردود (176) استجابة بنسبة (88%). وكانت من أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة: أن الإدارات الفندقية تستخدم تحركات إستراتيجية لمواجهة المنافسة أو الأزمات السياحية أو الراجح السياحي، هذه التحركات هي جزء من استراتيجية المحيط الأزرق، أن إستراتيجية المحيط الأزرق لديها تأثير على التميز التنافسي لقطاع المنشآت الفندقية في السوق السياحي المصري. رغم أن الإدارات الفندقية تستخدم أبعاد هذه الاستراتيجية دون معرفة بالتطبيق العلمي لها، حيث تعتمد بعض التحركات الاستراتيجية لمحاولة التغلب على الأزمات السياحية التي تواجهها أو مواجهة منافسيها.

- دراسة (منصور، 2017): استهدفت هذه الدراسة تحديد ما إذا كان هناك علاقة بين إستراتيجية المحيط الأزرق والمتمثلة في الأبعاد التالية: (الاستبعاد، التقليل، الزيادة، الابتكار) والميزة التنافسية والمتمثلة في الأبعاد (التكلفة، الجودة، المرونة، التسليم، الإبداع)، وتمثل مجتمع الدراسة في عملاء شركات المحمول في مصر والمتمثلة في (فودافون-اتصالات-أورانج) وكأنت من أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة: وجود علاقة معنوية بين أبعاد إستراتيجية المحيط الأزرق والميزة التنافسية بمؤشراتها وهي (التكلفة، الجودة، المرونة، التسليم، الإبداع)، حيث توجد علاقة معنوية موجبة بين المتغيرات الخارجية المتعلقة بأبعاد إستراتيجية المحيط الأزرق لكل من: الاستبعاد، التقليل، الزيادة، الابتكار، وبين الميزة التنافسية لكل من: التكلفة، الجودة، المرونة، التسليم، الإبداع تجاه شركات المحمول محل البحث.

بناءً على البحوث والدراسات التي تم عرضها، يمكن القول أنه على رغم ثراء الأدبيات التي تناولت كل متغير من متغيرات الدراسة على حدة إلا أن هناك قلة في الدراسات التي تناولت العلاقة بين استراتيجية المحيط الأزرق واقتصاديات المعرفة، فإنه على حد علم الباحثين توجد دراسة واحدة فقط ربطت بينهما وهي دراسة كل من (عمر، 2017)، (منصور، 2017) والسابق عرضهما والتي تناولت متغير واحد فقط من متغيرات اقتصاد المعرفة متمثل في (بعد الإبداع) ومن هنا تختلف معها الدراسة الحالية من حيث أبعاد اقتصاديات المعرفة ومجال التطبيق الميداني، وهذا ما يعطي الأهمية للدراسة الحالية بشقيها النظري والتطبيقي حيث تكون هذه هي الدراسة التطبيقية الأولى في البيئة المصرية.

3- مشكلة الدراسة:

من خلال الإطلاع على الدراسات السابقة الخاصة باستراتيجية المحيط الأزرق واقتصاديات المعرفة، توصلت الباحثين إلى وجود فجوة معرفية تتطلب إجراء دراسة متعمقة لتحديد مدى وجود علاقة بين استراتيجية المحيط الأزرق واقتصاديات المعرفة وعليه تتبلور مشكلة الدراسة في كيفية الإجابة نظرياً وميدانياً على التساؤلات الآتية:

- 1) ما مدى إدراك العاملين بالشركات محل الدراسة لمفهوم استراتيجية المحيط الأزرق؟ وما مدى إدراكهم لأبعاد اقتصاديات المعرفة؟
- 2) هل يوجد ارتباط معنوي بين أبعاد استراتيجية المحيط الأزرق وأبعاد اقتصاديات المعرفة في الشركات محل الدراسة؟
- 3) هل يوجد تأثير مباشر لأبعاد استراتيجية المحيط الأزرق على أبعاد اقتصاديات المعرفة في

الشركات محل الدراسة؟

4- هدف الدراسة:

تمثل هدف الدراسة في الهدف الرئيس التالي:

- التعرف على أثر استراتيجية المحيط الأزرق على تحقيق اقتصاديات المعرفة، من خلال قياس مدى إدراك العاملين بالشركات محل الدراسة لاستراتيجية المحيط الأزرق ومدى إدراكهم أيضاً لأبعاد اقتصاديات المعرفة، وكذلك تحديد وتحليل العلاقة بينهما.

5- فروض الدراسة:

من خلال ما توصلت إليه الباحثين في ضوء الاطلاع على الدراسات السابقة في ذات المجال البحثي، وفي ضوء أهداف الدراسة، فإن البحث الحالي يقوم على فرض رئيس هو:

"من المتوقع وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استراتيجية المحيط الأزرق (ابتكار القيمة - الاستبعاد - التقليل - الزيادة) وأبعاد اقتصاديات المعرفة (المعرفة - البعد الإبداع - التعلم والتدريب المهني) على العاملين في شركات الأدوية محل الدراسة"، وذلك من خلال قياس مدى إدراك العاملين بالشركات محل الدراسة لمتغيرات البحث، وقياس العلاقات الارتباطية والتأثيرية لاستراتيجية المحيط الأزرق على أبعاد اقتصاديات المعرفة بشكل مجمل، في ضوء استخدام كل من مصفوفة ارتباط بيرسون ونموذج الانحدار البسيط والمتعدد.

6- أهمية الدراسة:

- تتمثل الأهمية العملية في تقييم مدى تطبيق استراتيجية المحيط الأزرق بأبعادها الأربعة في إدارة الشركات محل الدراسة في قطاع الأدوية المصرية، وتقييم مدى تطبيق كل بعد من أبعاد مصفوفة استراتيجية المحيط الأزرق (ابتكار القيمة - الاستبعاد - التقليل - الزيادة)، وعليه فإن الأهمية العملية لهذه الدراسة تتمثل فيما سوف تتوصل إليه الدراسة من نتائج وتوصيات ومقترحات لمساعدة الشركات في زيادة سلع وأسواق جديدة بلا منافس.
- تكمن الأهمية العلمية لهذه الدراسة في حداثة موضوعها وخاصة موضوع اقتصاديات المعرفة وأهميته في مجال الأعمال الإدارية والاقتصادية. مما يكون له بالغ الأثر في تدعيم أبعاد اقتصاديات المعرفة على أسس موضوعية ورؤية شاملة من الناحية العلمية للمساعدة في تطبيق آليات نجاح المنظمات والمجتمع على نحو أكثر كفاءة وفعالية، ومساعدة فئات الدراسة موضع التطبيق في زيادة

وتعديل إدراكهم لتحقيق أبعاد اقتصاديات المعرفة تماشياً مع استراتيجية الدولة في تحقيق اقتصاديات المعرفة 2030،

• يستمد هذا البحث بعض أهميته من محاولته الإسهام في تفسير ظاهرة التحرك الاستراتيجي نحو تحقيق ابتكار القيمة باعتباره حجر الزاوية في تحقيق استراتيجية المحيط الأزرق والتي تعد من التحركات الاستراتيجية ذات التأثير المحتمل على أداء وإنتاجية المنظمة والتي قد تفيدهم متخذي القرار واصحاب المصالح في المنظمات في التعرف على القدرة التنافسية للمنظمة ودخول الاسواق الابتكارية بلا منافس او منازع، مما قد يؤدي إلى الوصول إلى الفهم البيئي والاجتماعي والاقتصادي المحيط بمنظمات الأعمال اليوم.

• من ناحية أخرى تكمن أهمية هذه الدراسة في أهمية مجال التطبيق، حيث يعد صناعة الأدوية المصرية من القطاعات الاستراتيجية الهامة والتي تحظى بدرجة عالية من النمو والابتكار حيث تجاوزت حجم الاستثمارات في هذا القطاع حوالي 20 مليار جنيه بالإضافة إلى وجود نحو 70 مصنع جديد تحت الأنشاء (اتحاد الصناعات المصرية، 2019).

7- منهجية الدراسة

1/7 مجتمع وعينة الدراسة:

- يتمثل مجتمع هذه الدراسة في جميع العاملين بقطاع الأعمال العام لصناعة الأدوية المصرية، ووفقاً لتباين الأنشطة التي يقومون بها والبالغ عددهم (11) شركة وفقاً لما ورد (بمركز المعلومات بغرفة الصناعات الكيماوية والمستلزمات الطبية (2017-2018)، وقد بلغ حجم هذا المجتمع (22041) مفردة وفقاً لسجلات شؤون العاملين بهذه الشركات، وقد تم سحب عينة عشوائية طبقية مكونة من (378) مفردة عند مستوى معنوية 5% ودرجة ثقة 95% والتي تم تحديدها باستخدام برنامج ^{1(*)}Sample size calculator، وتم توزيعها على الشركات محل الدراسة وذلك بالاعتماد على أسلوب النسبة والتناسب والموضح بالجدول رقم (1) على النحو التالي:

(*) مصدر برنامج حساب حجم العينة على الرابط التالي: <http://www.surveysystem.com/sscalc.htm>

جدول رقم (1)

حجم مجتمع وعينة الدراسة وعدد الاستجابات الصحيحة ونسبة الاستجابة

م	الشركة	حجم المجتمع	حجم العينة	عدد القوائم الصحيحة	نسبة الاستجابة
1	تنمية الصناعات الكيماوية "سيد"	2734	47	43	91%
2	النيل للأدوية	2123	36	32	88%
3	مفيس للأدوية	1626	28	25	89%
4	القاهرة للأدوية	2502	43	41	95.3%
5	العربية للأدوية	1261	22	20	90.9%
6	إسكندرية للأدوية	1525	26	25	96%
7	النصر للكيماويات الدوائية	2403	41	39	95%
8	الجمهورية للأدوية	998	17	17	100%
9	المصرية لتجارة الأدوية	4648	80	77	96%
10	العبوات الدوائية	598	10	10	100%
11	مصر للمستحضرات الطبية	1623	28	27	96.4%
	الإجمالي	22041	378	356	94.2%

المصدر: تم جمع البيانات من وقائع سجلات شئون العاملين لكل شركة على حدة في عام 2022.

2/7 بيانات الدراسة:

- مصادر ثانوية: وذلك من خلال الرجوع إلى الأدبيات الحديثة في الموضوع سواء كانت مراجع أو دوريات، أو مقالات، عربية أو أجنبية موجودة في المكتبات، أو متاحة على مواقع شبكة الأنترنت العالمية، والتي تناولت متغيرات الدراسة (استراتيجية المحيط الأزرق، واقتصاديات المعرفة)، وذلك بغرض وضع الإطار الفكري لكل متغير على حدة، وايضاً لدراسة العلاقة بين المتغيرات، وأخيراً لتحديد المقاييس المستخدمة لقياس متغيرات الدراسة.

- مصادر أولية: وقد تم الحصول على البيانات الأولية من خلال قائمة استقصاء معدة ومصممة لهذا الغرض وتحليلها إحصائياً لاختبار مدى صحة فرضيات الدراسة بم يتلاءم مع طبيعة البيئة المصرية.

3/7 اختبار صدق وثبات مقاييس الدراسة:

1/3/7 اختبار الصدق:

تم اختبار الصدق من خلال صدق المحتوى، وذلك من خلال عرض قائمة الاستقصاء الخاصة بالدراسة على مجموعة من الأساتذة الأكاديميين ومجموعة من المهنيين للتأكد من صلاحيتها من الناحية العلمية وسلاسة وسهولة المفهوم لدى المهنيين محل الدراسة، كما تم اختبار الصدق ايضاً

بأسلوب التحليل العاملي التوكيدي: (CFA) وهو أحد نماذج المعادلة البنائية الهيكلية و باستخدام برنامج AMOS Version22 وذلك للتأكد من أن العبارات تقيس ما أعدت من اجله، وأظهرت نتائج التحليل الاحصائي أن جميع العبارات مقبولة ماعدا العبارة رقم (9) في القائمة، حيث بلغ المعامل المعياري لها (0.258) وهو أقل من المعيار المقبول، حيث يرى (Hair et al., 2006) أن قيم المعاملات المعيارية المقبولة لا بد أن تكون مساوية أو أكبر من (0.50)، ولذلك تم حذف هذه العبارة من المقياس مما أدى إلى تحسن في مؤشرات الصدق، حيث كأن مؤشر جودة المطابقة (GFI) لاستراتيجية المحيط الأزرق قبل حذف العبارة يساوي (0.785)، ومؤشر المطابقة المقارن (CFI) كأن (0.679)، وقيمة الجذر التربيعي لمتوسط البواقي (RMR) لاستراتيجية المحيط الأزرق (0.076)، حيث تتراوح قيمة كل منهم بين الصفر والواحد الصحيح، وكلما اقترب من الواحد الصحيح كلما كأن النموذج معنوياً، وبعد حذف العبارة أصبحت القيم على التوالي (0.909)، (0.921)، (0.057)، كما اتضح ايضاً أن جميع المعاملات المعيارية لاقتصاديات المعرفة مقبولة دون حذف اي من العبارات حيث أصبح قيمة مؤشر جودة المطابقة (GFI) لاقتصاديات المعرفة دون حذف اي من العبارات يساوي (0.908)، ومؤشر المطابقة المقارن (CFI) كأن (0.932)، وقيمة الجذر التربيعي لمتوسط البواقي (RMR) لاقتصاديات المعرفة (0.052).

2/3/7 اختبار الثبات:

وتم ذلك باستخدام أسلوب معامل ألفا لكرونباخ Cronbach's α ، فقد أظهرت النتائج معامل الصدق لمتغيرات الدراسة مرتفع حيث تراوحت قيمته لكل من استراتيجية المحيط الأزرق واقتصاديات المعرفة على التوالي (0,974)، (0,951)، وكذلك فأن معامل ألفا لكرونباخ لكل من استراتيجية المحيط الأزرق واقتصاديات المعرفة على التوالي (0,948)، (0,905)، وبناء عليه فأن معامل ألفا لكرونباخ لمتغيري الدراسة مقبول حيث يرى (Hair et al., 1998) أن قيم ألفا المقبولة لا بد أن تكون أكبر من (0.7) وهو ما يشير إلى درجة عالية من الاعتمادية على المقاييس المستخدمة للدراسة الحالية. كما هو موضح بالجدول رقم (2) على النحو التالي:

جدول رقم (2)

معاملات الصدق والثبات لمتغيرات الدراسة باستخدام الفاكرونباخ

الصدق	الثبات	عدد العبارات	متغيرات الدراسة
أبعاد استراتيجية المحيط الأزرق (المتغير المستقل)			
0.918	0.844	6	1- التقليل
0.937	0.878	3	2- الاستبعاد
0.943	0.890	8	3- الزيادة
0.942	0.887	6	4- ابتكار القيمة
0.974	0.948	23	إجمالي استراتيجية المحيط الأزرق
اقتصاديات المعرفة (المتغير التابع)			
0.941	0.827	4	1- المعرفة
0.934	0.873	4	2- التعلم والتدريب المهني
0.941	0.886	4	3- الإبداع
0.951	0.905	12	إجمالي اقتصاديات المعرفة
0.975	0.951	35	إجمالي أبعاد المقياس

4/7 الأساليب الإحصائية لتحليل البيانات:

بتحليل البيانات التي تم جمعها من خلال قوائم الاستقصاء وباستخدام الحزمة الإحصائية SPSS (Version20). وقد تم الاعتماد على عدد معين من الأساليب الإحصائية في تحليل البيانات التي احتوت عليها قوائم الاستقصاء وذلك لاختبار فروض الدراسة وتمثلت هذه الأساليب فيما يلي:

- 1- معاملات الصدق والثبات باستخدام الفاكرونباخ، والتحليل العاملي التوكيدي للتقييم درجة الاعتماد على المقياس المستخدم.
- 2- الأساليب الإحصائية الوصفية المتمثلة في المتوسطات الحسابية للمتغيرات، والانحرافات المعيارية، وذلك من أجل توضيح مدى ادراك المستقصي منهم لمتغيرات الدراسة
- 3- معامل ارتباط بيرسون لتحديد مدى وجود ارتباط بين المتغيرات المستقلة أو التابعة.
- 4- معامل التحديد لمعرفة النسبة المئوية التي يفسرها كل متغير مستقل وكذلك كل متغير وسيط في المتغير التابع، الانحدار والارتباط المتعدد لتحديد نوع العلاقة بين المتغير المستقل والتابع، وتحديد نسبة التباين التي يمكن تفسيرها في المتغير التابع بواسطة المتغير المستقل.

5/7 حدود الدراسة:

اقتصرت هذه الدراسة على دراسة اربعة أبعاد للمتغير المستقل: استراتيجية المحيط الأزرق والمكونة من الأبعاد التالية (ابتكار القيمة، الاستبعاد، التقليل، الزيادة) دون غيرها من الأبعاد. وايضاً على

الأبعاد: (المعرفة والإبداع والتعلم والتدريب المهني) فقط دون التطرق للأبعاد الأخرى لاقتصاديات المعرفة (المتغير التابع).

كما اقتصرَت الدراسة على العاملين في شركات قطاع الأدوية (11) شركة بالقطاع العام فقط في جمهورية مصر العربية والتابعة لشركة هولندي فارما، دون باقي الشركات الخاصة الأخرى والبالغ عددها (55) شركة فقد تم استبعادهم من مجتمع الدراسة، مع ملاحظة أنه تم جمع البيانات الخاصة بالدراسة الميدانية في الفترة من مايو (2023) وحتى سبتمبر (2023).

الدراسة الميدانية:

يناقش هذا الجزء نتائج تحليل بيانات الدراسة الميدانية، وذلك من خلال قياس مدى إدراك العاملين بالشركات محل الدراسة لمتغيرات البحث، وكذلك تحليل واختبار الفرض الرئيس للدراسة والذي ينص على أنه: من المتوقع وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استراتيجية المحيط الأزرق (ابتكار القيمة، الاستبعاد، التقليل، الزيادة) وأبعاد اقتصاديات المعرفة (المعرفة-التعلم والتدريب المهني- الإبداع) على العاملين بشركات الأدوية محل الدراسة". والتي سوف يتم سردها بالتفصيل على النحو التالي:

1/8 قياس مدى إدراك العاملين بالشركات محل الدراسة في قطاع الأدوية لمتغيرات الدراسة:

يوضح الجدول رقم (3) أساليب الاحصاء الوصفي المستخدمة من خلال الوسط الحسابي والانحراف المعياري وذلك لقياس مدى إدراك العاملين بالشركات محل الدراسة للمتغيرات البحثية

جدول رقم (3)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغيرات الدراسة

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المكونات	المتغير الأساسي
0.23	4.18	ابتكار القيمة	استراتيجية المحيط الأزرق
0.35	4.00	الاستبعاد	
0.22	4.05	التقليل	
0.31	4.11	الزيادة	
0.42	4.23	المعرفة	اقتصاديات المعرفة
0.38	4.20	الإبداع	
0.28	4.15	التعلم والتدريب المهني	

يتضح من الجدول رقم (3) ما يلي:

- 1- هناك درجة مرتفعة من ابتكار القيمة لدى العاملين بالشركات محل الدراسة، حيث كأن المتوسط الحسابي لها (4.18) ما يدل على أن العاملين بهذه الشركات لديهم الرغبة في الابتكار وخلق طلب جديد وتطوير منتجات جديدة (تناسب مع متطلبات الرقمنة).
- 2- هناك درجة مرتفعة من الاستبعاد لدى العاملين بالشركات محل الدراسة، حيث كأن المتوسط الحسابي المرجح لها (4)، ما يدل على أن العاملين بهذه الشركات لديهم استعداد لدعم شركاتهم في استبعاد كل ما يعوق ابتكار منتج جديد مميز كالأنشطة المكلفة والتعقيد في المنتجات.
- 3- هناك درجة مرتفعة من التقليص لدى العاملين بالشركة محل الدراسة، حيث كأن المتوسط الحسابي المرجح (4.05)، ما يدل على أن العاملين بهذه الشركات لديهم استعداد لإعادة بناء السوق للخروج من المنافسة الدموية وذلك من خلال تخفيض حجم المخاطر الداخلية والأجهزة والآلات والمعدات القديمة.
- 4- هناك درجة مرتفعة من الزيادة لدى العاملين بالشركة محل الدراسة، حيث كأن المتوسط الحسابي المرجح لها (4.11)، ما يدل على أن العاملين بهذه الشركات لديهم الرغبة في دعم عمليات الاحلال والتجديد وزيادة التركيز على بعض العوامل بشكل أكثر من بقية المنافسين في مجال عمليات الإنتاج أو التسويق وصولاً إلى حالة منفردة بلا منافسة دموية والسعي نحو الجودة وكسب رضا العملاء وسرعة انتشار المعلومة وتبليغها.
- 5- هناك درجة مرتفعة من إدراك العاملين لبعد المعرفة بالشركات محل الدراسة، حيث كأن المتوسط الحسابي المرجح لها (4.23)، ما يدل على أن العاملين بهذه الشركات يدركون مدى تركيز إدارة المنظمة على القضايا المعرفية والحفاظ على الموارد واستخدام استراتيجيات المشاركة المعرفية بما يتوافق مع المتطلبات المعرفية الداخلية والخارجية
- 6- هناك درجة مرتفعة من إدراك العاملين لبعد الإبداع بالشركات محل الدراسة، حيث كأن المتوسط الحسابي المرجح لها (4.20)، ما يدل على أن العاملين بهذه الشركات يدركون مدى سعي الشركة نحو تحقيق (الإبداع والابتكار، العمليات الداخلية، وزيادة فرص التسوق جذب المزيد من الفرص الاستثمارية).
- 7- هناك درجة مرتفعة لدى العاملين لبعد التعلم والتدريب المهني بالشركات محل الدراسة والبحث، حيث كأن المتوسط الحسابي المرجح لها (4.15)، ما يدل على أن العاملين بهذه الشركات يدركون

مدى تبني الشركة لاستراتيجية تطوير العلاقات بينها وبين عملائها ومشاركة العاملين في صنع القرارات من خلال (المسؤولية الاجتماعية، الدوافع والحوافز، تطوير رأس المال البشري، السلوك الأخلاقي، المشاركة في الأنشطة الثقافية وتطويرها، توفير التبادلات الثقافية).

ويوضح الجدول رقم (4) الوسط الحسابي والانحراف المعياري ومعاملات الارتباط لمتغيرات الدراسة. حيث يشير إلى أن استراتيجية المحيط الأزرق كانت بدرجة مرتفعة (4.11) ويدل على أن العاملين بالشركات محل الدراسة على استعداد لبذل مجهوداً كبيراً يتعدى حدود الوظيفة الرسمية لإعادة بناء سوق جديد بلا منافسة دموية. كما يوضح الجدول أيضاً أن اقتصاديات المعرفة كانت بدرجة مرتفعة (4.18) ويدل ذلك على الإدراك المرتفع للعاملين بالشركات محل الدراسة لاقتصاديات المعرفة بمكوناته الثلاثة (المعرفة، والإبداع، والتعلم والتدريب المهني).

جدول رقم (4)

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ومعاملات الارتباط لمتغيرات الدراسة

معاملات الارتباط		الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	المتغيرات
2	1			
	1.00	0.31	4.11	استراتيجية المحيط الأزرق
1.00	**0.77	0.21	4.18	اقتصادات المعرفة

* معنوي عند مستوى معنوية 0.05 ** معنوي عند مستوى معنوية 0.01

2/8 اختبار فرض الدراسة:

تم اختبار الفرض الرئيس للدراسة والذي ينص على أنه: "من المتوقع وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استراتيجية المحيط الأزرق (الاستبعاد-التقليص - الزيادة-ابتكار القيمة) وأبعاد اقتصاديات المعرفة (المعرفة - بعد الإبداع - التعلم والتدريب المهني) على العاملين بشركات الأدوية محل الدراسة" من خلال قياس العلاقة الارتباطية بين متغيرات الدراسة، وذلك باستخدام معاملات ارتباط بيرسون، وقياس أثر استراتيجية المحيط الأزرق على اقتصاديات المعرفة، في ضوء استخدام كل من نموذج الانحدار البسيط والمتعدد التدريجي.

1/2/8 قياس العلاقة بين استراتيجية المحيط الأزرق واقتصاديات المعرفة:

ويوضح جدول (5) نتائج أسلوب ارتباط بيرسون لتحديد مدى قوة واتجاه ومعنوية العلاقة بين استراتيجية المحيط الأزرق كمتغير مستقل وأبعاد اقتصاديات المعرفة كمتغير تابع.

جدول رقم (5)

نتائج اختبار العلاقة بين "استراتيجية المحيط الأزرق" وأبعاد اقتصاديات المعرفة "باستخدام معامل ارتباط بيرسون

العلاقة	معامل الارتباط (r)	مستوى المعنوية	النتيجة (الدالة)
أبعاد استراتيجية المحيط الأزرق والمعرفة	.734	**0.001	دالة
أبعاد استراتيجية المحيط الأزرق وبعد الإبداع	.743	**0.001	دالة
أبعاد استراتيجية المحيط الأزرق والتعلم والتدريب المهني	.730	**0.001	دالة
أبعاد استراتيجية المحيط الأزرق وأبعاد اقتصاديات المعرفة	0.768	**0.001	دالة

أظهرت نتائج الجدول السابق أنه من خلال حساب معامل الارتباط بين كل بعد من أبعاد الدراسة لتحديد العلاقة بينهم، فإن جميعها أكبر من 0.7 ما يدل على وجود علاقة قوية وكذلك إيجابية في مجملها بين "استراتيجية المحيط الأزرق" وأبعاد اقتصاديات المعرفة."

2/2/8 قياس أثر استراتيجية المحيط الأزرق على اقتصاديات المعرفة:

يوضح الجدول رقم (6) تحليل وتحديد معنوية أثر استراتيجية المحيط الأزرق على اقتصاديات

المعرفة بشكل مجمل من خلال استخدام نموذج الانحدار الخطي البسيط، كما يلي:

جدول رقم (6) نتائج تحليل نموذج الانحدار الخطي البسيط لتحديد معنوية أثر أبعاد استراتيجية المحيط الأزرق على اقتصاديات المعرفة

R ²	قيمة F		قيمة T		المعلمت المقدرة β_i	المتغير المستقل
	مستوى المعنوية	القيمة	مستوى المعنوية	القيمة		
48 %	**0.000	277.281	**0.000	7.648	0.965	الجزء الثابت
			**0.000	17.725	0.795	أبعاد استراتيجية المحيط الأزرق

*** دالاً إحصائياً عند مستوى معنوية (0.001)

معامل التحديد (R²):

وفقاً لمعامل التحديد R² فإن المتغير المستقل (أبعاد استراتيجية المحيط الأزرق) تفسر (48%)

من المتغير الكلي التابع (اقتصادات المعرفة) وباقي النسبة (52%)، قد ترجع إلى الخطأ العشوائي في

المعادلة أو ربما لعدم إدراج متغيرات مستقلة أخرى كأن من المفروض إدراجها ضمن النموذج أو

لاختلاف نموذج الانحدار البسيط عن النموذج الخطي.

اختبار معنوية المتغير مستقل:

باختبار T - test نجد أن المتغير المستقل (أبعاد استراتيجية المحيط الأزرق) ذو تأثير معنوي على أبعاد اقتصاديات المعرفة، حيث بلغت قيمة "ت" (17.725) وذلك عند مستوى معنوية أقل من (0.001).

معادلة النموذج:

إجمالي أبعاد اقتصاديات المعرفة = 0.965 الجزء الثابت + 0.795 إجمالي أبعاد استراتيجية المحيط الأزرق وذلك النموذج يدل على أن كل زيادة في إجمالي مقياس استراتيجية المحيط الأزرق بمقدار واحد صحيح يؤدي إلى زيادة أبعاد اقتصاديات المعرفة بصورة إجمالية بمقدار (0.795)، بينما يشير الجدول رقم (7) إلى دراسة العلاقة بين أبعاد استراتيجية المحيط الأزرق الأكثر تأثيراً على اقتصاديات المعرفة وذلك باستخدام نموذج الانحدار الخطي المتعدد التدريجي كما هو موضح على النحو التالي:

جدول رقم (7) نتائج تحليل نموذج الانحدار الخطي المتعدد التدريجي للتنبؤ باقتصاديات المعرفة من خلال أبعاد استراتيجية المحيط الأزرق

R ²	VIF	قيمة ف		قيمة ت		المقدرة β_i	المتغير المستقل
		مستوى المعنوية	القيمة	مستوى المعنوية	القيمة		
64.7%		**0.01	148.870	**0.01	4.478	0.564	الجزء الثابت
	3.606			**0.01	4.421	0.268	ابتكار القيمة
	2.279			**0.01	4.862	0.236	الاستبعاد
	2.381			**0.01	3.383	0.191	التقليص
	3.781			*0.03	3.330	0.147	الزيادة

** دالاً إحصائياً عند مستوى معنوية (0.01) * دالاً إحصائياً عند مستوى معنوية (0.05)

اختبار معنوية جودة توفيق نموذج الانحدار:

باختبار F - test نجد أن المتغير المستقل (أبعاد استراتيجية المحيط الأزرق) ذو تأثير معنوي على أبعاد اقتصاديات المعرفة، حيث بلغت قيمة "F" (148.870) وذلك عند مستوى معنوية أقل من (0.01).

معادلة تضخم التباين (VIF):

تم احتساب معامل التضخم لتحديد مدى وجود ازدواج خطى بين المتغيرات المستقلة وبعضها البعض، وظهرت النتائج التحليلية أن المتغيرات المستقلة مقبولة ضمن نموذج الانحدار الخطى المتعدد وليس بها أى مشاكل للازدواج في أيًا من هذه المتغيرات، حيث إن قيم المعامل أقل من (10) ما يدل على عدم وجود مشكلة

معادلة النموذج:

$$\text{اقتصاديات المعرفة} = 0.965 \text{ الثابت} + (0.268) \text{ ابتكار} + (0,236) \text{ الاستبعاد} + (0,191) \text{ التقليل} + (0,147) \text{ الزيادة}$$

من خلال نموذج العلاقة الإندرية، يمكن التنبؤ بدرجات اقتصاديات المعرفة، من خلال قياس أبعاد استراتيجية المحيط الأزرق، وتطبيق ذلك النموذج، وهو يدل على أن: λ كل زيادة في درجة ابتكار القيمة قدرها واحد صحيح تؤدي إلى زيادة اقتصاديات المعرفة بمقدار (0.268).

λ كل زيادة في درجة الاستبعاد قدرها واحد صحيح تؤدي إلى زيادة اقتصاديات المعرفة بمقدار (0,236)

λ كل زيادة في درجة التقليل قدرها واحد صحيح تؤدي إلى زيادة اقتصاديات المعرفة بمقدار (0,191)

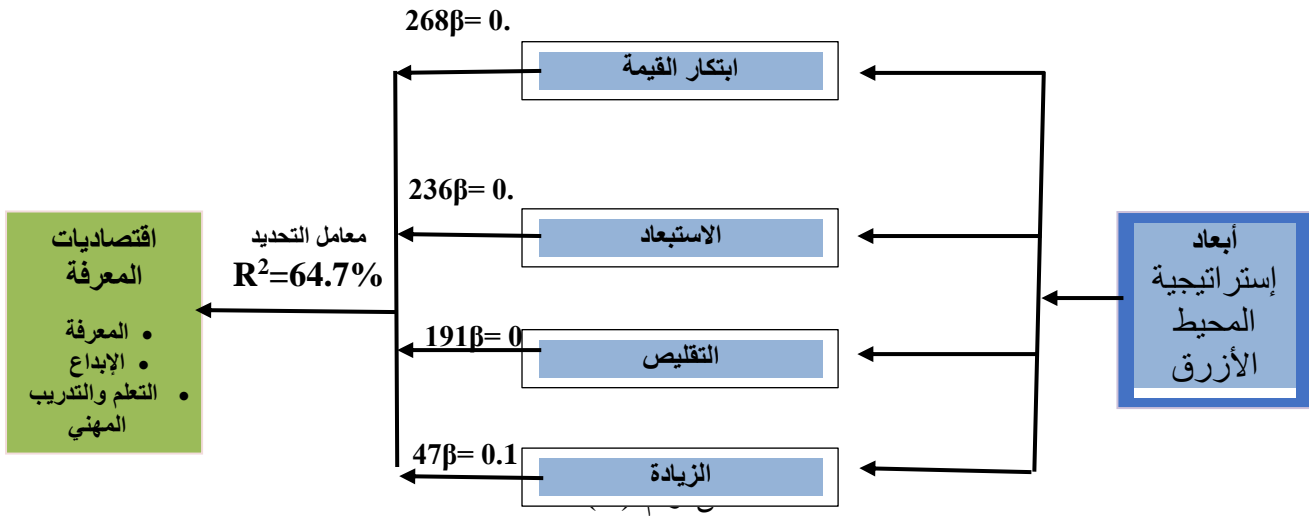
λ كل زيادة في درجة الزيادة قدرها واحد صحيح تؤدي إلى زيادة اقتصاديات المعرفة بمقدار (0,147)

أى أن على الإدارة العليا أن تهتم بتطبيق أبعاد استراتيجية المحيط الأزرق على أسس علمية دقيقة، والذي يؤدي بدوره تبعاً بالزيادة من درجة اقتصاديات المعرفة بأبعادها الثلاثة.

λ كما أظهرت نتائج التحليل أن المتغير المستقل (إجمالي أبعاد إستراتيجية المحيط الأزرق) لديه القدرة على تفسير (64.7%) من التغير الكلي في المتغير التابع (اقتصادات المعرفة) وباقي النسبة قد يرجع لعوامل أخرى. مما يفسر وجود تأثير قوي لأبعاد استراتيجية المحيط الأزرق على اقتصاديات المعرفة.

λ كأن معامل الانحدار الخطى المتعدد التدريجي لأبعاد إستراتيجية المحيط الأزرق (ابتكار القيمة، الاستبعاد، التقليل، الزيادة) كأن (0.268، 0.236، 0.191، 0.147) على التوالي وهذا يشير إلى أن ابتكار القيمة يعتبر أكثر أبعاد الإستراتيجية تأثيراً في اقتصاديات المعرفة، ثم يأتي بعد

الاستبعاد في المرتبة الثانية وفي المرتبة الثالثة بعد التقليل وفي المرتبة الأخيرة الزيادة دون خروج أي بعد من الأبعاد من النموذج كما هو موضح بالشكل رقم (1) كما يلي:



العلاقة بين أبعاد إستراتيجية المحيط الأزرق واقتصاديات المعرفة

9- النتائج والتوصيات:

1/9 النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة:

- ثبت من الدراسة الميدانية أن اتجاهات العاملين (بعينة الدراسة) قد اتسمت بالإيجابية نحو تحقيق كل من أبعاد استراتيجية المحيط الأزرق وأبعاد اقتصاديات المعرفة.
- كما تبين من الدراسة الميدانية أيضاً أن أبعاد استراتيجية المحيط الأزرق الأكثر تأثيراً على اقتصاديات المعرفة جاءت بالترتيب على النحو التالي (ابتكار القيمة، الاستبعاد، التقليل، الزيادة) وهذا الترتيب يعطي تفسير منطقي بما يتوافق مع شركات الأدوية محل الدراسة ذات الحجم الكبير واستراتيجيات إعادة الهندسة سعياً نحو المعرفة والإبداع والتعلم التطوير المهني المستمر.
- تم قبول الفرض الرئيس للدراسة: "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استراتيجية المحيط الأزرق (ابتكار القيمة - الاستبعاد - التقليل - الزيادة) وأبعاد اقتصاديات المعرفة (المعرفة - الإبداع - والتعلم والتدريب المهني) على العاملين بشركات الأدوية محل الدراسة"
- أن إستراتيجية المحيط الأزرق كاستراتيجية تنافسية للأعمال يمكن أن تستخدم للاستفادة من مساحة الاستفادة كمجال للنمو والإبداع وإيجاد مساحة السوق المحتملة وتوليد الأرباح. كما يحقق تطبيق استراتيجية المحيط الأزرق ميزة تنافسية مستدامة يصعب تقليدها أو محاكاتها من المنافسين وذلك من خلال امتلاك موارد ذات قيمة ونادرة وغير قابلة للتقليد أو الإحلال. كما أن تطبيق

استراتيجية المحيط الأزرق يؤدي إلى خلق طلب جديد، ويقود إلى مساحة سوق دون منازع يساعد في احداث التنمية المستدامة وذلك لتنفيذ مبادرات الاستدامة.

2/9 التوصيات:

- من الضروري إبراز دور إستراتيجية المحيط الأزرق لدى شركات الأدوية في تفعيل سوق صناعة الأدوية، والتعرف على المتغيرات التي تساعد على تحقيق رضا عملائها لخلق أسواق جديدة بلا منازع، ومن ثم امتلاك ميزة تنافسية تنفرد بها كل شركة عن غيرها من المنافسين. كما يجب تسليط الضوء على إستراتيجية المحيط الأزرق كمدخلاً حديثاً يمكن لشركات الأدوية اعتماده في مواجهة التحديات ومواكبة التطورات والتغير السريع وعدم الاستقرار من أجل الحفاظ على بقاء واستمرار هذه الشركات في ظل الظروف البيئية التي أصبحت تتسم بالتغير السريع.
- كما أن أدوات إستراتيجية المحيط الأزرق وإطار العمل الخاص بها يمكن أن يساعد شركات الأدوية على إضافة قيمة مبتكرة لمنتجاتها وكذلك خلق أسواق جديدة، لذا يجب على الشركات أن تحدد القيمة المبتكرة بعوامل مقترنة مع المنتج وكذلك من خلال دورة عملية الشراء المتعلقة بالمستهلك وليس عند استخدام المنتج فقط.
- ضرورة وضع وتفعيل خطة قومية لدعم الاستثمار في مجالات اقتصاديات المعرفة بجوانبها المختلفة تعمل على تقبيل الفجوة الرقمية على المستوى الدولي والمحلي فضلاً عن الربط بين مختلف المنظمات والمؤسسات المحلية والدولية.
- العمل على دعم البنية الأساسية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتوجيهها نحو الاستخدام الأمثل والأفضل بما يساهم في زيادة اقتصاديات المعرفة.
- السعي نحو تطوير مهارات العاملين بالمنظمات بالمجتمع المصري بصفة عامة وبقطاع الأدوية المصري بصفة خاصة بما يتناسب مع متطلبات واحتياجات سوق العمل في ظل الرقمنة والتحول الرقمي.

قائمة المراجع:

1- المراجع العربية:

- البزاز، نجاح هاوار سعيد (2015): إسهامات الاقتصاد المعرفي في التنمية الاقتصادية (دراسة استطلاعية لآراء عينة من تدريسي عدد من كليات جامعة كركوك)، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد 11، العدد 33، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة كركوك، العراق، ص 286.
- اتحاد الصناعات المصرية، (2019)، النشرة الدورية، (fei.org.eg).

- الشمري، هاشم والليثي، ناديا (2008): الاقتصاد المعرفي، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، ص 14 .
- المشني، نانسي داود (2011) " استراتيجية المحيط الأزرق ودورها في ريادة منتجات وأسواق في قطاع الصناعات الغذائية في الأردن: دراسة حالة شركة النبيل للصناعات الغذائية". رسالة ماجستير غير منشورة، كلية إدارة الأعمال جامعة الشرق الأوسط (MEU)-الأردن.
- بن جيمة مريم (2018): اقتصاد المعرفة ومبررات التحول إليه، مجلة البشائر الاقتصادية، المجلد 4، العدد 1، جامعة بشار، الجزائر، ص 125 .
- ربحي، مصطفى عليان (2012): اقتصاد المعرفة، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، ص. ص 112- 113 .
- عباس، محسن خضير (2017): دور اقتصاد المعرفة في تحقيق التنمية البشرية (بلدان مجلس التعاون الخليجي والعراق حالة دراسة)، مجلة الكوت للعلوم الاقتصادية والإدارية، العدد 26، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة واسط، العراق، ص 5.
- عبد الحميد، أسماء محمد حافظ، (2023)، أثر الاقتصاد المعرفي على النمو الاقتصادي في مصر خلال الفترة (1990 2020)، دراسة قياسية، المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية م، 4، ع، 2، ج، 4.
- عروف، راضية (2018) تطبيق إدارة المعرفة كإستراتيجية لبناء المنظمة المتعلمة. مجلة اقتصاد المال والأعمال، 2(3)، 351-365. <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/60286>.
- عمر، أميرة محمد أحمد، (2017) "أثر تطبيق استراتيجية المحيط الأزرق على تنمية الإبداع في المنظمة"، المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، المجلد الثامن، العدد الثالث، كلية التجارة، جامعة قناة السويس.
- منصور، شيماء صابر عبد الكريم (2017)، " دور استراتيجية المحيط الأزرق في تحقيق الميزة التنافسية دراسة تطبيقية على عملاء على شركات المحمول ". رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التجارة، جامعة عين شمس.
- نجم، عبود نجم (2008): إدارة المعرفة المفاهيم والاستراتيجيات والعمليات، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الثانية، ص 184 .

2- المراجع الأجنبية:

- (2005). "Blue Ocean Strategy How to create uncontested Market and Make the competition Irrelevant Boston: Harvard Business School Pres.
- (2015). Blue Ocean Strategy, Boston, Massachusetts: Harvard Business School Pres.
- Alhaddi, H. (2014). Blue Ocean Strategy and Sustainability for Strategic Management, International Conference on Business, Management and Governance, 82 (16).
- Bousriha, J., Hasanb, F., & Balobaid, T. (2020). The Impact of Knowledge Economy on Economic Growth for the Kingdom of Saudi Arabia over the Period 1992-2018. Multi-Knowledge Electronic Comprehensive Journal for Education and Science Publications (MECSJ) (29).
- Dehkordi, G, et.al (2012): Blue Ocean Strategy: A study over A Strategy which help the firm to survive from competitive environment, International Journal of Academic research in business and social sciences, Vol (2), No (6), pp477-495.
- Dung, N. V., Hoai, N. T., & Kien, N. S. (2016). Economic growth: The role of knowledge economy in the context of selected Asian countries. Journal of Economic Development, 24(1), 4-31.
- Francis F, (2018) "Design for Environment Model through Total Quality Management "IOSR Journal of Engineering (IOSRJEN), vol. 8, no. 4, pp. 63-66.
- Hair, F. J., Anderson, R., Ronald, L., Tatham, R. T., & Black W. C. (1998). Multivariate data analysis. Upper Saddle River: Prentice Gall.
- Hair, J.F. Jr, Black, W.C., Babin, B.J., Anderson, R.E. and Tatham, R.L. (2006), Multivariate Data Analysis, 6th ed., Prentice Hall, Upper Saddle River, NJ.
- Kim, W. C. &Mauborgne, R. (2017). Blue ocean shift: Beyond competing; proven steps to inspire confidence and seize new growth. New York: Hachette Book Group, Inc.
- King, D., Lawley.S, (2016) Organizational Behaviour (Oxford, UK, Oxford University Press).
- Made, P. & Mosseby, P. (2005). Innovating customer value: A study in creating uncontested market space, (Unpublished bachelor's thesis), Stockholm university: Sweden. (On-Line), available: <http://web.ebscohost.com>.
- Mirrahimi, E., (2013): Blue Ocean Strategy as Revolution in the field of strategic Management, Interdisciplinary Journal of Contemporary research in business, Vol (4), No (9), pp. (39-56).
- Mohamed, M. M., Liu, P., & Nie, G. (2022). Do Knowledge Economy Indicators Affect Economic Growth? Evidence from Developing Countries. Sustainability, 14(8).
- Samsul., et.al, (2018) "Impact of Blue Ocean Strategy on Organizational Performance: A literature review toward implementation logic." Available from: <https://www.researchgate.net/publication/312489650> Impact of Blue Ocean Strategy on Organizational Performance A literature review toward implementation logic [accessed Nov 08.
- Shafiq, M, et al, (2017). Relationship of Blue Ocean Strategy and Innovation Performance, an Empirical Study", City University Research Journal, Special Issue:

AIC, Malaysia, pp. 74-80.

- Sadiku, M. N. O., Nelatury, S. R., & Musa, S. M. (2017). Knowledge economy. *Journal of Scientific and Engineering Research*, 4(9), 291-294.
- Siddiqui, S. A., & Afzal, M. N. (2022). Sectoral diversification of UAE toward a knowledge-based economy. *Review of Economics and Political Science*, 7(3), 177-193.
- Whitfield, K. (2015), *Quick Guide to Sustainable Development, History & Concepts*, Research Service, National Assembly for Wales, Cardiff, E-mail, Karen.whitfield@assembly. Wales.