

جامعة الجزائر -3-

كلية العلوم الاقتصادية و التجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم الاقتصادية

رأس المال الفكري الميزة التنافسية الجديدة للمؤسسات الاقتصادية في ظل

الاقتصاد المعرفي

"دراسة ميدانية على بعض مؤسسات القطاع الصناعي في الجزائر"

أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم

فرع تحليل اقتصادي

إشراف الأستاذ الدكتور:

فارس فضيل

إعداد الباحثة:

فرطاس فتيحة

أعضاء لجنة المناقشة:

رئيسا	جامعة الجزائر -3-	أستاذ التعليم العالي	أ.د. لخلف عثمان
مقررا	جامعة الجزائر -3-	أستاذ التعليم العالي	أ.د. فارس فضيل
عضوا	جامعة الجزائر -3-	أستاذ التعليم العالي	أ.د. بن ديب عبد الرشيد
عضوا	المدرسة العليا للتجارة -الجزائر	أستاذ التعليم العالي	أ.د. عدمان مرزيق
عضوا	المركز الجامعي بتيبازة	أستاذ التعليم العالي	أ.د. بوجميل أحمد
عضوا	جامعة الخلفة	أستاذ محاضر أ	أ.د. نوي طه حسين

السنة الجامعية: 2014 - 2015

آية قرآنية

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

﴿فَتَعَالَى اللَّهُ الْمَلِكُ الْحَقُّ وَلَا تَعْجَلْ بِالْقُرْآنِ مِنْ قَبْلِ أَنْ يُقْضَىٰ إِلَيْكَ وَحْيُهُ

﴿وَقُلْ رَبِّ زِدْنِي عِلْمًا﴾

صدق الله العظيم

(سورة طه: 114)

ملخص

في ظل البيئة الاقتصادية المعاصرة المتميزة بالتغيرات و التطورات المتسارعة، أصبح على المؤسسات التي تريد تحقيق التميز و الاستمرارية، البحث عن مختلف السبل و الآليات لتنمية قدراتها التنافسية و احتلال مركز الريادة في السوق، بحيث أصبحت المنافسة تعتمد و بشكل أساسي على استغلال المزايا غير السعرية، و المتمثلة في المعرفة الكامنة في عقول الموارد البشرية، كالاتكار، المستوى التكنولوجي، جودة المنتج، الكلفة، التكيف مع الطلب، السمعة، العلامات التجارية،...، أي رأس المال الفكري.

وفي ظل تزايد الاهتمام برأس المال الفكري في الآونة الأخيرة، تهدف هذه الدراسة إلى اختبار تأثير رأس المال الفكري على الميزة التنافسية للمؤسسات الصناعية الوطنية، و من أجل تحقيق أهداف هذه الدراسة قمنا بإجراء دراسة ميدانية على عينة مكونة من 79 مؤسسة (عمومية و خاصة) ناشطة بالجزائر العاصمة. ولقد اعتمدنا في عملية جمع البيانات الأولية، على استبيان قمنا بإعداده بغرض اختبار فرضيات الدراسة. كما أنه وللإجابة على تساؤلات الدراسة و اختبار الفرضيات، اعتمدنا على مجموعة من الأساليب الإحصائية باستخدام برنامج (SPSS).

و لقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها أن لرأس المال الفكري تأثير على الميزة التنافسية للمؤسسات. كما خلصت الدراسة إلى مجموعة من التوصيات، أهمها ضرورة إدراك المؤسسات الجزائرية للمكانة المتميزة التي أصبح يحتلها رأس المال الفكري في ظل الاقتصاد الجديد، و أن تتمكن من إدارته بالشكل الذي يؤدي إلى تحقيق تميزها و اندماجها بشكل أفضل في عالم الأعمال المعاصر.

Résumé

Dans un environnement économique mondialisé, ultra concurrentiel, la compétitivité-prix n'arrive plus à expliquer et justifier à elle seule les performances des entreprises. La nouvelle compétitivité est en effet principalement basée sur l'exploitation des avantages hors prix. L'essentiel de ces avantages réside dans les facteurs humains, l'innovation, le niveau technologique, l'adaptation à la demande, la qualité des produits, la réputation, l'image de marque, ... en un mot le Capital Intellectuel. L'objectif de cette étude est d'analyser l'effet du capital intellectuel sur l'avantage compétitif au sein des entreprises industrielles nationales. Pour se faire, une enquête par questionnaire a été menée auprès d'un échantillon de 79 entreprises (publiques et privé) situées à Alger.

Et pour répondre aux questions de l'étude et tester les hypothèses de recherche, on a fait appel à un ensemble de tests statistique on utilisant le logiciel (SPSS). Ce qui nous a permis de tirer quelques résultats qui affirment que le capital intellectuel affecte significativement l'avantage compétitif des entreprises. Notre étude a révélé également un ensemble de recommandations, dont la plus importante est la nécessité de reconnaître la position exceptionnelle qu'occupe le capital intellectuel dans la nouvelle économie. Pour cela les entreprises algériennes doivent apprendre à mieux manager leur capital intellectuel, pour renforcer leur avantage concurrentiel, et mieux s'intégrer dans le contexte contemporain.

الإهداء

أهدي هذا العمل إلى روح جدتي الغالية رحمها الله

و إلى كل عائلتي الغالية حفظها الله.

فرطاس فتيحة

شكر و تقدير

نحمد الله عز و جل كما ينبغي لجلال وجهه و عظيم قدرته و سلطانه، الذي وفقنا و منّ علينا بإتمام هذا العمل المتواضع، و الصلاة و السلام على سيدنا و نبينا محمد صلى الله عليه و سلم وعلى آله و صحبه أجمعين.

عن أبي هريرة عن النبي عليه أزكى الصلاة و السلام قال: "لا يشكر الله من لا يشكر الناس".

و اقتداءً بهذا الهدي النبوي أتوجه بخاص الشكر و التقدير لأستاذنا الفاضل الدكتور فارس فضيل لتفضله بالإشراف على هذا العمل، من خلال إرشاداته و توجيهاته القيّمة التي ساعدتنا على إتمام هذه الأطروحة، فجزاه الله عنا خير الجزاء.

كما أتوجه بجزيل الشكر و الامتنان إلى العائلة الكريمة التي ساندتنا خلال إنجاز هذا العمل.

و لا يفوتنا أن نخص بالشكر أعضاء لجنة المناقشة لقبولهم مناقشة هذا العمل وتسخيرهم وقتنا لقراءته و تقييمه.

قائمة الأشكال

الرقم	العنوان	الصفحة
01	هرم المعرفة	06
02	تقانة المعلومات في المجتمع المعرفي	13
03	الاستثمار في المعرفة كنسبة من إجمالي الناتج الداخلي في بعض دول منظمة التعاون والتنمية (OCDE) (1998-1991)	15
04	مضمون الاقتصاد المعرفي	18
05	مؤشرات اقتصاد المعرفة	30
06	نموذج لمكونات رأس المال الفكري	62
07	أدوار رأس المال الفكري	64
08	نموذج بطاقة الأداء المتوازن (Balanced Scorecard)	73
09	التصور الأولي لنموذج Scandia Navigator	75
10	المراحل الأساسية في عملية إدارة المعرفة	82
11	توليد المعرفة عن طريق التفاعل حسب نموذج Nonaka and Takeuchi	85
12	البيئة و المتغيرات البيئية	100
13	القوى التي تتحطم في المنافسة داخل القطاع	101
14	مراحل الميزة التنافسية	108
15	مكونات إستراتيجية التنافس	112
16	الإستراتيجيات العامة للتنافس	112
17	خصائص الموارد البشرية لتحقيق الميزة التنافسية	121
18	العناصر الأساسية الداعمة للابتكار	126
19	النموذج الخطي للابتكار	129
20	العلاقة رأس المال الفكري- الابتكار- و تحسين الأداء	129
21	مسار القيمة (Le chemin de la valeur)	131
22	منصة القيمة (La plateforme de la valeur)	132
23	هيكل الصادرات الجزائرية خلال الفترة 2006-2012 (بالمليار دولار أمريكي)	145
24	هيكل القيمة المضافة خلال الفترة 2000-2011	146
25	توزيع المؤسسات الاقتصادية حسب طبيعة النشاط	146

150	النموذج المفاهيمي للدراسة	26
152	توزيع الوحدات الاقتصادية على المناطق الوطنية	27
165	توزيع المؤسسات حسب طبيعة القطاع	28
166	توزيع المؤسسات المدروسة حسب قطاع النشاط	29
172	نسبة المؤسسات التي تعاني من نقص الكفاءات	30
173	مؤشرات الابتكار بالجزائر حسب المنتدى العالمي للتنافسية	31
197	الإنفاق على البحث والتطوير في الجزائر بالمقارنة مع بعض البلدان الأخرى	32

قائمة الجداول

الصفحة	العنوان	الرقم
21	ملامح التطور الاقتصادي	01
25	خصائص الاقتصاد المعرفي مقارنة بالاقتصاد التقليدي	02
48	المفاهيم المختلفة لرأس المال الفكري	03
50	المقارنة بين رأس المال المادي و رأس المال الفكري	04
76	مراقب الأصول غير الملموسة لـ (Sveiby, 1998)	05
153	الاستبيانات الموزعة و المسترجعة	06
161	قيمة معامل الثبات لمتغيرات الدراسة	07
162	اختبار التوزيع الطبيعي (K-S)	08
163	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الخصائص الشخصية و الوظيفية	09
171	نتائج التحليل الإحصائي للفقرات المتعلقة برأس المال البشري	10
175	نتائج التحليل الإحصائي للفقرات المتعلقة برأس المال الهيكلي	11
180	نتائج التحليل الإحصائي للفقرات المتعلقة برأس مال العلاقات	13
183	نتائج التحليل الإحصائي لمجاور رأس المال الفكري	14
184	نتائج اختبار T للعينة الواحدة	15
185	نتائج التحليل الإحصائي للفقرات المتعلقة بالميزة التنافسية	16
188	مصفوفة الارتباط بين مكونات رأس المال الفكري	17
190	انحدار رأس المال الفكري على مستوى الميزة التنافسية للمؤسسات	18
191	إحصاءات و معاملات نموذج الانحدار	19
195	نتائج التحليل الإحصائي للفقرات المتعلقة برأس المال المالي	20
198	معاملات ارتباط رأس المال المالي بأبعاد رأس المال الفكري	21
199	انحدار رأس المال المالي على الميزة التنافسية للمؤسسات	22
199	إحصاءات و معاملات نموذج انحدار رأس المال المالي على الميزة التنافسية	23
201	تدوير مصفوفة المركبات	24
202	اختبار معامل تضخم التباين والتباين المسموح	25
203	انحدار طبيعة المؤسسة على الاستثمار في رأس المال الفكري	26
203	معاملات انحدار طبيعة المؤسسة على الاستثمار في رأس المال الفكري	27

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
	الملخص باللغة العربية
	الملخص باللغة الفرنسية
	الملخص باللغة الانجليزية
	الإهداء
	شكر وتقدير
	فهرس المحتويات
	قائمة الأشكال
	قائمة الجداول
أ-ي	المقدمة العامة
ب-ج	أولا- الإشكالية و الفرضيات
ج-د	ثانيا- مبررات اختيار الموضوع.
د	رابعا- أهمية الدراسة
د-ه	خامسا- أهداف الدراسة
هـ	سادسا- حدود الدراسة
هـ-ط	سابعا- الدراسات السابقة
ط	ثامنا- مناهج الدراسة
ي	تاسعا- التقسيم المنهجي للبحث
	الفصل الأول: الاقتصاد المعرفي التحدي الجديد للاقتصاديات المعاصرة
02	تمهيد
03	المبحث الأول: مدخل نظري للمعرفة و مجتمع المعرفة
03	المطلب الأول: ماهية المعرفة
10	المطلب الثاني: التحول نحو مجتمع المعرفة
15	المطلب الثالث: تنامي التوجه العالمي نحو الاستثمار في اللاماديات
16	المبحث الثاني: مفاهيم أساسية حول الاقتصاد المعرفي
16	المطلب الأول: الاقتصاد المعرفي المفهوم النشأة و التطور

21	المطلب الثاني: أهمية الاقتصاد المعرفي
22	المطلب الثالث: سمات و خصائص الاقتصاد المعرفي
25	المطلب الرابع: الركائز الأساسية للاقتصاد المعرفي و مؤشرات
32	المبحث الثالث: اتجاهات الاقتصاد المعرفي عالميا و عربيا
32	المطلب الأول: الرؤية العالمية لاقتصاد المعرفة
33	المطلب الثاني: الرؤية العربية لاقتصاد المعرفة
37	المطلب الثالث: واقع اقتصاد المعرفة بالجزائر
38	المطلب الرابع: الفجوة الرقمية و المعلوماتية
41	خلاصة الفصل
	الفصل الثاني: رأس المال الفكري الدعامة الأساسية للاقتصاد المعرفي
43	تمهيد
44	المبحث الأول: الإطار المفاهيمي لرأس المال الفكري
44	المطلب الأول: ظهور و تطور نظرية رأس المال الفكري
48	المطلب الثاني: مفهوم و أهمية رأس المال الفكري
55	المطلب الثالث: مكونات رأس المال الفكري
63	المطلب الرابع: خصائص و أدوار رأسمال الفكري
65	المبحث الثاني: آليات بناء رأس المال الفكري و أساليب قياسه
65	المطلب الأول: آليات بناء رأس المال الفكري
70	المطلب الثاني: مفهوم القياس و أهمية قياس رأس المال الفكري
71	المطلب الثالث: طرق و نماذج قياس رأس المال الفكري
78	المبحث الثالث: إدارة رأس المال الفكري وتحديات الأعمال المعاصرة
78	المطلب الأول: ماهية إدارة المعرفة
82	المطلب الثاني: أهمية إدارة رأس المال الفكري بالمؤسسات
84	المطلب الثالث: دور إدارة المعرفة في بناء و تطوير رأس المال الفكري
86	المطلب الرابع: رأس المال الفكري و التحديات الإدارية المعاصرة
89	خلاصة الفصل
	الفصل الثالث: رأس المال الفكري كمدخل لاكتساب و تطوير مزايا تنافسية في ظل الاقتصاد الجديد
91	تمهيد

92	المبحث الأول: التنافسية و البيئة التنافسية للمؤسسة
92	المطلب الأول: مفهوم و أنواع التنافسية
95	المطلب الثاني: مؤشرات قياس التنافسية
97	المطلب الثالث: البيئة التنافسية للمؤسسة
103	المبحث الثاني: الإطار المفاهيمي للميزة التنافسية
104	المطلب الأول: ماهية الميزة التنافسية
107	المطلب الثاني: الميزة التنافسية، أنواعها، محدداتها و معايير الحكم على جودتها
110	المطلب الثالث: الإستراتيجية التنافسية
116	المطلب الرابع: مصادر بناء المزايا التنافسية
120	المبحث الثالث: رأس المال الفكري كمدخل لخلق ميزة تنافسية للمؤسسات
120	المطلب الأول: رأس المال الفكري مورد استراتيجي
123	المطلب الثاني: رأس المال الفكري دعامة للميزة التنافسية من خلال الإبداع و الابتكار
130	المطلب الثالث: دور رأس المال الفكري في خلق القيمة و تعزيز تنافسية للمؤسسة
137	خلاصة الفصل
	الفصل الرابع: طريقة و إجراءات إعداد الدراسة الميدانية
138	تمهيد
149	المبحث الأول: واقع و تحديات القطاع الصناعي بالجزائر
139	المطلب الأول: لمحة عن تطور القطاع الصناعي بالجزائر
143	المطلب الثاني: خصائص و مميزات القطاع الصناعي الجزائري
147	المطلب الثالث: القطاع الصناعي بالجزائر في مواجهة تحديات اقتصاد المعرفة
149	المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة
149	المطلب الأول: مناهج و نموذج الدراسة.
151	المطلب الثاني: مجتمع و عينة الدراسة
154	المطلب الثالث: أداة الدراسة و مصادر الحصول على المعلومات
157	المبحث الثالث: أساليب التحليل الإحصائي و خصائص العينة
157	المطلب الأول: أساليب المعالجة الإحصائية
159	المطلب الثاني: اختبار صدق و ثبات أداة الدراسة
162	المطلب الثالث: خصائص و سمات عينة الدراسة

167	خلاصة الفصل
	الفصل الخامس: تحليل و تفسير العلاقة بين رأس المال الفكري و الميزة التنافسية بالمؤسسات
169	تمهيد
170	المبحث الأول: واقع و مستوى أهمية رأس المال الفكري بالمؤسسات
170	المطلب الأول: تحليل فقرات رأس المال البشري بالمؤسسات
174	المطلب الثاني: تحليل فقرات رأس المال الهيكلي بالمؤسسات
179	المطلب الثالث: تحليل فقرات رأس مال العلاقات بالمؤسسات
183	المطلب الرابع: تحليل محور رأس المال الفكري بالمؤسسات
185	المبحث الثاني: العلاقة بين رأس المال الفكري و الميزة التنافسية للمؤسسات
185	المطلب الأول: تحليل محور الميزة التنافسية بالمؤسسات
188	المطلب الثاني: التفاعل بين المكونات الأساسية لرأس المال الفكري
190	المطلب الثالث: تأثير رأس المال الفكري على الميزة التنافسية للمؤسسات.
194	المبحث الثالث: الاستثمار في رأس المال الفكري بالمؤسسات
194	المطلب الأول: تحليل فقرات رأس المال المالي بالمؤسسات
198	المطلب الثاني: تأثير رأس المال المالي على العلاقة رأس المال الفكري الميزة التنافسية
201	المطلب الثالث: تأثير طبيعة المؤسسة على الاستثمار في رأس المال الفكري
205	خلاصة الفصل
207	الخاتمة العامة
208	أولا: ملخص لطريقة العمل
209	ثانيا: إسهامات الدراسة
210	ثالثا: نتائج اختبار الفرضيات
212	رابعا: استنتاجات الدراسة
214	خامسا: التوصيات و المقترحات
216	سادسا: أفاق الدراسة
218	المراجع
237	الملاحق

المقدمة العامة

المقدمة العامة

لقد مر التطور الاقتصادي للمجتمع بعدة مراحل، تمثلت المرحلة الأولى في الاقتصاد الزراعي الذي كانت ركيزته الأساسية الأرض، ثم تلتها المرحلة الثانية والمتمثلة في الاقتصاد الصناعي، والذي كان قوامه رأس المال المادي القائم على الآلة، و استمرت هذه المرحلة فترة طويلة، امتدت من بداية الثورة الصناعية حتى منتصف القرن الماضي تقريبا، حيث شهد الربع الأخير من القرن العشرين أعظم تغير في حياة البشرية، فمع ثورة الحاسوب و تصاعد أهمية المعلومات كوحدة فنية للثروة القائمة على تكنولوجيا المعلومات، ظهرت المرحلة الثالثة و المتمثلة في اقتصاد المعلومات.

و قد أدى بدوره هذا التطور الهائل في تقنيات المعلومات و الاتصالات إلى اهتمام مكثف بالإنسان، تخطى الدور التقليدي له باعتباره كعنصر من عناصر الإنتاج يتمتع بقدرات جسمانية ومهارات يدوية بالدرجة الأولى، ليصبح الاهتمام بالعلم والبحث العلمي ركيزة أساسية في المنظومة العالمية الجديدة، حيث تعاضم دور المعرفة كوحدة إنسانية للثروة القائمة على الأفراد و خبراتهم و قدراتهم على الإبداع و الابتكار و توليد المعرفة الجديدة، و منه فإن اكتشاف آخر أخذ طريقه إلى مركز الاهتمام والحديث عنه على نطاق متصاعد هو اقتصاد المعرفة، والذي يمثل المرحلة الحالية للتطور الاقتصادي.

و يتميز هذا الاقتصاد الجديد بارتفاع الأهمية النسبية للأصول غير المادية، إذ أصبحت تمثل النسبة الأكبر في أصول المؤسسات. و تتمثل هذه الأصول غير الملموسة في المعرفة المتراكمة في عقول الموارد البشرية، أي رأس مالها الفكري، الذي أصبح بمثابة أقوى معبر عن مكانتها في ظل النظام العالمي الجديد، مما دفع بالمؤسسات، على اختلاف أنواعها و مجالات نشاطها، إلى البحث عن مختلف السبل و الآليات لتنمية قدراتها التنافسية و احتلال مركز الريادة في السوق، عن طريق الاستثمار في المجالات المعرفية و تشجيع روح الإبداع و الابتكار، لما يحققه من وفورات في التكلفة ورفع الكفاءة والإنتاجية، و من هنا برزت فكرة الاهتمام برأس المال الفكري و الموجودات المعرفية و على رأسها: رأس المال البشري، التعليم التنظيمي، الملكية الفكرية، و دورها في تحقيق الميزة التنافسية.

و ضمن هذا التصاعد المستمر للدور الذي تلعبه المعرفة في الاقتصاد الجديد، و بالأخص في الدول المتطورة، تجد الدول العربية، و من بينها الجزائر، صعوبة كبيرة في وضع السياسة الاقتصادية الملائمة و تكييفها مع الخصوصيات المحلية الداخلية و التغيرات العالمية الديناميكية، مما جعل الفجوة الرقمية بينها و بين الدول المتقدمة في

اتساع مستمر، فإرضاء العديد من التحديات بسبب الافتقار إلى وجود بيئة بحثية مشجعة، تخلف مناهج التعليم، تدني مستوى البحث و التطوير وهجرة الأدمغة نحو الخارج، وغيرها من معوقات اللحاق باقتصاد المعرفة.

و عليه فمن أجل اللحاق بالركب الحضاري المتعولم و لمواكبة التطورات الاقتصادية العالمية المتلاحقة، لا بد من العمل الجاد و المكثف، من أجل صياغة سياسة اقتصادية قادرة على تحضير آليات الانتقال الإيجابي نحو الاقتصاد الجديد القائم أساسا على الكفاءات البشرية، من خلال امتلاك وسائل المعرفة بشكل موجه و صحيح واستثمارها بكافة أبعادها العلمية الدقيقة، و الاستخدام المكثف لأدوات المعرفة الفنية والابتكارية و التقانة المتطورة، لما تشكله من إضافة حقيقية على مستوى الاقتصاد الكلي. أما على مستوى الاقتصاد الجزئي، فيتوجب على المؤسسات، لاسيما الجزائرية، أن لا تبقى بمعزل عن هذه المتغيرات المتسارعة و أن تدرك المكانة التي أصبح يحتلها رأس المال الفكري، كمورد استراتيجي لتحديد بقاءها واستمراريتها.

أولا - الإشكالية و الفرضيات

إن الواقع الذي يبدو جليا، في الوقت الحاضر، هو أن الثروة والقيمة و تطور المجتمعات و الاقتصاديات أصبح يعتمد بدرجة كبيرة على رأس المال الفكري، و الذي يتركز على الطاقة الابتكارية و الإبداعية الموجودة عند العاملين في المنظمة و كيفية اكتشافها و استثمارها والحفاظة عليها. و في ظل هذا المحيط الاقتصادي الجديد أضحت الكفاءات و المعارف هي العلامات الدالة على هوية المؤسسات، و حلت محل التنظيم التaylorي، شيئا فشيئا، عوامل جديدة، مثل العلاقة مع الزبون، و الذكاء الاقتصادي، و الجودة. و من هذا المنطلق لم يعد للمؤسسات الجزائرية أن تتجرد من هذه التحولات الثقيلة التي تمس محيطها المباشر، و لم يعد يسعها إلا أن تخوض هذه المنافسة و أن تحرص على الاستفادة من امتيازاتها، وذلك من خلال جعل المعارف، التي تمثل المصادر الأساسية لإنتاج السلع و الخدمات و المعارف المنبثقة من البيئة الاقتصادية و التنافسية، تعمل ضمن مسارات متجانسة و متناغمة، من أجل مواكبة هذه التطورات المتسارعة في بيئة الأعمال.

و نظرا لاتفاق العديد من الأدبيات على أن رأس المال الفكري أصبح من أغلى الموارد و أكثر الموجودات تأثيرا على ديمومة المؤسسات و حفاظها على ميزتها التنافسية في العصر الراهن، نهدف من خلال هذه الدراسة معرفة مدى تطابق هذه النتائج على سياق الأعمال الجزائري، من خلال اختبار العلاقة التي تربط رأس المال الفكري بتحقيق الميزة التنافسية بالمؤسسات الصناعية الوطنية، و كذا التعرف على مدى إدراك و وعي القيادات الإدارية

بهذه المؤسسات بالأهمية الإستراتيجية لرأس المال الفكري، و مدى توجهها للاعتماد على هذا الأخير في تحقيق الأسبقية التنافسية. و بناء على ما سبق تتبلور إشكالية دراستنا فيما يلي:

ما مدى اعتماد المؤسسات الصناعية الجزائرية على رأس المال الفكري في دعم ميزتها التنافسية، خاصة في ظل المحيط الاقتصادي الجديد المبني على المعرفة؟

و من أجل معالجة و تحليل الإشكالية الرئيسية تم تقسيمها إلى جملة من الأسئلة الفرعية، التي نأمل الإجابة عنها من خلال الجزء النظري و التطبيقي للدراسة، و التي تتمثل فيما يلي:

- ما هو واقع رأس المال الفكري بالمؤسسات الصناعية الجزائرية؟
 - هل هناك علاقة ارتباط و تفاعل بين المكونات الأساسية لرأس المال الفكري؟
 - هل لرأس المال الفكري أثر على الميزة التنافسية للمؤسسات الصناعية الجزائرية؟
 - هل لرأس المال المالي تأثير على العلاقة بين رأس المال الفكري و الميزة التنافسية؟
 - هل لطبيعة المؤسسة تأثير على الاستثمار في رأس المال الفكري؟
- استنادا إلى مشكلة دراستنا التي تناولت العلاقة بين رأس المال الفكري و الميزة التنافسية للمؤسسات الصناعية الجزائرية، تم صياغة الفرضيات التالية التي سيجري اختبارها لتأكد من مدى صحتها:

- لا تتوفر المؤسسات الصناعية الجزائرية على أبعاد رأس المال الفكري.
- هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين المكونات الأساسية لرأس المال الفكري.
- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لرأس المال الفكري على الميزة التنافسية للمؤسسات الصناعية الجزائرية.
- لرأس المال المالي أثر على العلاقة بين رأس المال الفكري و الميزة التنافسية للمؤسسات.
- هناك تأثير ذو دلالة إحصائية لطبيعة المؤسسة على الاستثمار في رأس المال الفكري.

ثانيا- مبررات اختيار الموضوع

- إن من أهم الأسباب التي دفعتنا لاختيار موضوع البحث ما يلي:
- تنامي الاتجاه الفكري العالمي الحديث، الذي يرجع سبب تحقيق المؤسسة الاقتصادية لميزة تنافسية مستدامة، إلى ما تمتلكه من موارد لاملموسة أي "رأس مالها الفكري"، و مدى قدرتها على استقطابه والمحافظة عليه و إدارته بفعالية لتعظيم الاستفادة منه؛

- قناعتنا الخاصة بالقيمة المتميزة و الأهمية الإستراتيجية، التي تكتسيها الموارد البشرية و الكفاءات الفردية والجماعية في تحقيق الأداء المتميز للمؤسسات الاقتصادية و خلق و استدامة ميزتها التنافسية، بفضل ما تحوزه من معارف متجددة، مهارات، قدرات، و خبرات نادرة يصعب تقليدها؛
- ضرورة تغيير الأساليب الإدارية التقليدية في المؤسسات الجزائرية، و تكثيف الاعتماد على آليات جديدة في تحقيق مزايا تنافسية تتماشى مع متطلبات العصر لضمان بقائها و استمراريتها؛
- قلة الدراسات الميدانية التي تناولت واقع رأس المال الفكري بالمؤسسات الاقتصادية الجزائرية، فالأمر يعود في نظرنا إلى الصعوبة الملازمة لهذا النوع من الدراسات المرتبطة بالعنصر البشري مقارنة بالدراسات الأخرى، من جهة، و لصعوبة الدراسة الميدانية، من جهة أخرى.
- محاولة تقديم إضافة جديدة، و مساهمة في إثراء المجال المعرفي و تدعيم الباحثين و المهتمين بهذا الموضوع للقيام بدراسات جديدة.

ثالثا - أهمية الدراسة

- تأتي أهمية الدراسة من الأهمية الكبيرة التي يحظى بها موضوع رأس المال الفكري من قبل مفكري الإدارة، لكونه يشكل أحد التطورات الفكرية المعاصرة في عالم الأعمال، و تكمن أهمية هذه الدراسة فيما يلي:
- الوضع الاقتصادي الجديد، الذي له مميزات و معايير خاصة به و قائم على السرعة في التغيير و الديناميكية و يعتمد على الذكاء البشري، مما يفرض على الاقتصاديات و المؤسسات مواجهته بصفته واقعا مفروضا؛
 - الأهمية الكبيرة التي يكتسبها رأس المال الفكري في ظل الاقتصاد الجديد، لكونه أصبح المورد الفريد الذي يمكن أن يحقق للمنظمة ميزة تنافسية مستدامة يصعب نسخها أو تقليدها؛
 - تحديد الفرص و البدائل و الاستراتيجيات التي يمكن أن يوفرها رأس المال الفكري، لكي تصبح المؤسسات الجزائرية متطورة و مرنة في تلبية متطلبات زبائنها و المحافظة على وضع تنافسي جيد.

رابعا - أهداف الدراسة

- بحث موضوع رأس المال الفكري، أو الأصول المعرفية، من خلال التطرق إلى المفاهيم الأساسية المتعلقة بهذا المصطلح و التعرف على سبل تنميته و إدارته، و كذا أهم النماذج المستخدمة لتقويمه بالمؤسسات؛

- تحديد طبيعة العلاقة القائمة بين المكونات الأساسية لرأس المال الفكري، و إبراز دوره في بناء وتوليد ميزة تنافسية للمؤسسات المعاصرة.
- التعرف على واقع و مستوى أهمية رأس المال الفكري بالمؤسسات الجزائرية و مدى دعم الإدارة العليا بها للإبداع والابتكار في تحقيق التميز.

خامسا - حدود الدراسة

لقد اقتضى التوصل إلى تحقيق أهداف البحث ضرورة ضبط الإطار الزمني و المكاني، الذي يسمح بالفهم الصحيح للمسار المتبع من أجل اختبار الفرضيات و التوصل إلى النتائج، و بذلك قمنا بإنجاز هذه الدراسة ضمن الأبعاد التالية:

- البعد الزمني: يتوافق سياق التحليل في بحثنا هذا في مجاله الزمني (2009-2015) مع تحولات العولمة المتشابكة و المتسارعة و المتداخلة فيما بينها، التي برزت نهاية القرن العشرين، و مازالت تدفع بالتحول نحو اقتصاد عالمي مبني على المعرفة، و الذي تتسم بيئته التنافسية ببروز الموارد اللاملموسة، و المتمثلة في الكفاءات و المعرفة، و الجودة الشاملة كمصادر أساسية للميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية.
- البعد المكاني: يركز تحليلنا في هذه الدراسة على المستوى الجزئي، أي الميزة التنافسية على مستوى المؤسسة، و تقتصر هذه الدراسة على دراسة أثر رأس المال الفكري على خلق و استدامة الميزة التنافسية، بعينة من المؤسسات الصناعية الجزائرية، لذا لا يمكن تعميم النتائج على المؤسسات الاقتصادية في الدول الأخرى.

سادسا - الدراسات السابقة

تمثل الدراسات السابقة أحد أهم الأركان البحث العلمي، بحيث تساعد الباحث لإلمام بموضوع الدراسة، والتعرف على مختلف الآراء و وجهات نظر الكتاب و الباحثين، مما يساعد للوصول إلى استنتاجات و نظريات وأفكار جديدة.

1. الدراسات الأجنبية

- دراسة (Bontis, et.al, 2000)، بعنوان " Intellectual Capital and Business Performance in Malaysian Industries"، هدفت إلى التعرف على العلاقات بين مختلف أنواع الأصول غير الملموسة

(رأس المال البشري، رأس المال العميل، رأس المال الهيكلي) و تأثيرها على أداء المؤسسات في قطاع الصناعة الماليزية، و ذلك عن طريق استبيان شمل 107 من طلبة الماجستير في إدارة الأعمال. و قد توصلت الدراسة إلى أن هناك علاقة إيجابية بين رأس المال البشري و رأس مال العملاء مهما كان نوع الصناعة، في حين أن تأثير رأس مال العملاء على رأس المال الهيكلي مرتبط بطبيعة القطاع، حيث تبدو العلاقة أكثر أهمية في الصناعات غير الخدمية. كما خلصت الدراسة إلى أهمية رأس المال الفكري في تحسين أداء المؤسسات.

• دراسة (Chen, et.al, 2005)، بعنوان " An empirical Investigation of the relationship between Intellectual Capital and Firms' value and Financial Performance"، هدفت لاختبار العلاقة بين كفاءة توليد القيمة و قيمة الشركات و الأداء المالي. أجريت الدراسة على الشركات التايوانية المسجلة في سوق الأوراق المالية و البالغ عددها (92). و قد توصلت الدراسة إلى أن هناك علاقة دالة إحصائيا بين كفاءة توليد القيمة وقيمة الشركات و الأداء المالي للشركات المبحوثة.

• دراسة (Martinez-Torrez,2006)، بعنوان " A procedure to design a structural and measurement model of intellectual capital an exploratory study"، و هي دراسة استطلاعية في محاولة لفهم كيفية استخدام رأس المال المعرفي في منظمات المعرفة، و قامت الدراسة بتحليل العلاقة بين المكونات المختلفة لرأس المال الفكري (البشري، الهيكلي والعلاقات)، عن طريق المعادلات النموذجية، وتوصلت إلى أن هذه المكونات تتضمن الأصول المعنوية في المنظمة التي لم يتم تسجيلها في القوائم المالية، و تشكل 80% من القيمة السوقية للمنظمة، و هي العنصر الأساسي لتوليد القيمة المستقبلية.

• دراسة (Peng, et.al, 2007)، بعنوان " Intellectual Capital and Performance indicators in Taiwanese healthcare sector"، هدفت الدراسة إلى كشف التأثير المحتمل بين رأس المال الفكري والأداء. ولقد تكونت عينة الدراسة من (30) مديرا عن كافة مؤسسات الرعاية الصحية العاملة في تايوان. و قد توصلت الدراسة إلى أن هناك تأثيرا ذو دلالة معنوية لرأس المال الفكري على الأداء بهذه المؤسسات.

• دراسة (Kamath, 2008)، بعنوان " Intellectual Capital and corporate performance in Indian pharmaceutical industry"، هدفت الدراسة إلى كشف العلاقة بين مكونات رأس المال

الفكري و أداء الشركات العاملة في صناعة الأدوية، عن طريق عينة تتكون من (25) شركة في الهند. وقد توصلت الدراسة إلى أن هناك علاقة بين رأس المال الفكري و أداء الشركات العاملة في صناعة الأدوية في الهند.

2. الدراسات العربية

- **دراسة (عبيد، 2000)**، بعنوان "أثر الاستثمار في رأس المال الفكري على الأداء المنظمي" ، و لقد هدفت الدراسة إلى تحديد أثر رأس المال الفكري و انعكاساته على الأداء المنظمي، من خلال دراسة ميدانية في ست شركات صناعية عراقية. و لقد تكونت عينة الدراسة من (130) شخصاً، و توصلت الدراسة إلى وجود تأثير إيجابي لرأس المال الفكري على رفع مستوى الأداء المنظمي.
- **دراسة (حرحوش، صالح، 2003)**، بعنوان "الإنفاق على رأس المال الفكري و أثره في نجاح الشركات الصناعية". و قد هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر الإنفاق على رأس المال الفكري في نجاح الشركات الصناعية في العراق، بحيث شملت عينة الدراسة (36) فرداً ممن يشغلون مواقع إدارية. و لقد توصلت الدراسة إلى أن هناك تأثير إيجابي للإنفاق على رأس المال الفكري في نجاح شركاتهم، لما له من تأثير بعيد المدى على ميزتها التنافسية.
- **دراسة (الحواجرة، 2009)**، بعنوان "دراسة ارتباط استراتيجيات رأس المال المعرفي بالأداء التنافسي للمؤسسات"، هدفت إلى تحليل علاقة ارتباط استراتيجيات الاستثمار في رأس المال المعرفي بالأداء التنافسي لدى شركات التأمين الأردنية، و توصلت الدراسة إلى عدة نتائج كان أهمها: وجود ارتباط هام ذو دلالة إحصائية لاستراتيجيات الاستثمار في رأس المال المعرفي و الأداء التنافسي للمؤسسات من حيث تنمية التعلم و نشر وتوظيف المعرفة.
- **(دراسة عبد المنعم، 2009)**، بعنوان " رأس المال الفكري و أثره على منشآت الأعمال الصناعية- دراسة حالة شركة الألبسة الجاهزة الأردنية"، و التي ركزت على تحليل مفهوم رأس المال الفكري و أثره في رفع كفاءة وقيمة شركات الأعمال الصناعية الأردنية، و ذلك من خلال مقابلة عينة من أعضاء مجلس إدارة شركة للملابس الجاهزة. و كان أهم ما توصلت إليه الدراسة هو وجود غموض لمفهوم و أهمية رأس المال الفكري في هذه الشركة، و عدم وضوح أثر رأس المال الفكري على كفاءة الشركة و قيمتها السوقية.

3. الدراسات المحلية

• **دراسة (سملالي يحضيه، 2004)**، بعنوان أثر التسيير الاستراتيجي للموارد البشرية وتنمية الكفاءات على الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية مدخل الجودة والمعرفة، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، و قد ركزت الدراسة على تأثير التسيير الاستراتيجي للموارد البشرية والكفاءات الفردية على الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية. و توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها أن فعالية التسيير الاستراتيجي للرأس مال الفكري وتسيير الكفاءات يساهمان في خلق القيمة وتحسين الأداء التنافسي للمؤسسة الاقتصادية.

• **دراسة (محمد حباينة، 2011)**: بعنوان "دور رأس المال الهيكلي في تدعيم الميزة التنافسية للمؤسسات الجزائرية"، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، تخصص إدارة أعمال، جامعة الجزائر 3، استهدفت هذه الدراسة تبيان دور رأس المال الهيكلي في تحقيق ميزة تنافسية للمؤسسات، من خلال عينة مكونة (637) فرد ينشطون ب ست (6) مؤسسات جزائرية كبرى و خمس (5) مؤسسات أجنبية متعددة الجنسيات. وقد خلصت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها الأهمية البالغة لرأس المال الهيكلي في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات.

• **دراسة (عامر بشير، 2011)**: بعنوان دور الاقتصاد المعرفي في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك - دراسة حالة الجزائر - أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، و التي هدفت لتبيان مدى مساهمة التكامل بين المعرفة و تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، في تحقيق الثروة و دفع النمو الاقتصادي، وذلك بالتركيز على أثرهما على البنوك العمومية الجزائرية في تحسين أداء نشاطها المصرفي و الرفع من جودة خدماتها، و بالتالي تحقيق ميزة تنافسية تضمن لها البقاء والاستمرارية.

و يتبين من تحليل الدراسات السابقة التي تناولت العلاقة بين رأس المال الفكري و الميزة التنافسية، و التي أجريت في أماكن مختلفة من دول العالم، اختلاف النتائج التي تم التوصل إليها، كنتيجة طبيعية لاختلاف الزمان والمكان الذي تمت فيه، بالإضافة إلى اختلاف طبيعة المشاريع و القطاعات الاقتصادية التي أجريت عليها. و تعتبر هذه الدراسة امتدادا للدراسات السابقة، العربية منها والأجنبية، التي حاولت الربط بين مفهوم رأس المال الفكري والميزة التنافسية للمؤسسة، إلا أنها تشكل في الوقت نفسه إضافة جديدة من حيث تكملة النقائص أو النقاط التي لم تتعرض لها هذه الدراسات، ويمكن إنجاز ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة فيما يلي:

- من حيث بيئة الدراسة و قطاع التطبيق: أجريت أغلب الدراسات السابقة على المؤسسات الأمريكية، الأوربية، الآسيوية..، بالإضافة إلى بعض المؤسسات العربية، في حين تم تطبيق الدراسة الحالية في بيئة القطاع الصناعي الجزائري، مما يعني احتمال ظهور اختلاف في نتائج الدراسة.
- أما فيما يخص ما يميز هذه الدراسة عن الدراسات المحلية، فإضافة إلى النقص الكبير في الدراسات التي تناولت تأثير رأس المال الفكري على الميزة التنافسية للمؤسسات الوطنية و تحديدا في القطاع الصناعي، فإن هذه الدراسات نظرية تفتقر إلى الجانب التطبيقي، كما أن العدد القليل جدا من الدراسات التطبيقية اعتمدت على دراسة حالة مؤسسة واحدة فقط.
- من حيث هدف الدراسة: تنوعت الاتجاهات البحثية للدراسات السابقة، و التي هدفت إلى قياس التأثير والعلاقة بين رأس المال الفكري و تنافسية المؤسسات المبحوثة، في حين تسعى الدراسة الحالية إلى دراسة العلاقة والتأثير المتبادل بين مكونات رأس المال الفكري، و أثره على الميزة التنافسية للمؤسسات، و ذلك من خلال دراسة ميدانية على عينة من المؤسسات الصناعية الجزائرية.
- من حيث المنهجية: تعتبر الدراسة الحالية دراسة استطلاعية، وصفية و تحليلية لكونها تبحث في بيان أثر رأس المال الفكري على خلق ميزة تنافسية مستدامة للمؤسسات الاقتصادية، و هي بنفس الوقت دراسة مسحية، بالاعتماد على المسح الميداني لمجتمع الدراسة لاختبار الفرضيات التي أسندت إليها الدراسة.
- من حيث أساليب التحليل الإحصائي: تم الاعتماد على عدة أساليب إحصائية، كأسلوب الانحدار المتعدد في تحديد العلاقة والأثر بين كل من المتغيرات المستقلة و المتغير التابع، و كذا أسلوب التحليل العاملي لتفسير الارتباطات بين مختلف المتغيرات. كما أنه، و من ناحية أخرى، فإن المؤشرات التي تم اعتمادها لقياس متغيرات رأس المال الفكري و الميزة التنافسية تختلف من دراسة لأخرى.

سابعاً - منهج الدراسة

بغية القيام بتحليل علمي و منهجي لإشكالية مدى تأثير رأس المال الفكري على الميزة التنافسية للمؤسسات الصناعية الجزائرية، و بهدف اختبار صحة الفرضيات المقترحة، اعتمدنا في بحثنا على المنهج الوصفي التحليلي، لاستيعاب الإطار النظري من البحث، و هذا لكونه منهجا مساعدا على التحليل الشامل و العميق للمشكلة قيد الدراسة، و على هذا الصعيد تم الاعتماد على البحوث النظرية و الميدانية في هذا المجال من خلال المسح المكتبي.

و فيما يخص الإطار التطبيقي فقد تم إجراء دراسة ميدانية، بالاعتماد على استمارة الاستبيان (*)، التي تم إعدادها من طرف الباحثة، استنادا إلى مقاييس توصلت إليها الدراسات السابقة. كما أنه، و للإجابة على تساؤلات الدراسة و اختبار صحة الفرضيات، تم استخدام برنامج الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS).

ثامنا - التقسيم المنهجي للبحث

للإحاطة بمختلف جوانب الدراسة شملت هيكلته بحثنا على خمسة فصول:

- **الفصل الأول:** و الذي نحاول من خلاله الإمام بأهم النقاط النظرية المتعلقة باقتصاد المعرفة، حيث اشتمل هذا الفصل على ثلاث مباحث أساسية، تناول المبحث الأول له مدخل للمعرفة و المجتمع المعرفي، أما المبحث الثاني فقد تناول المفاهيم الأساسية للاقتصاد المعرفي: مفهومه، نشأته و تطوره، أهميته خصائصه ومؤثراته... إلخ، في حين خصصنا المبحث الثالث لدراسة واقع الاقتصاد المعرفي عالميا وعربيا.
 - **الفصل الثاني:** و يضم ثلاث مباحث أساسية، تم من خلالها استعراض المفاهيم الأساسية لرأس المال الفكري، مكانته و أهميته في ظل الاقتصاد الجديد، آليات بناءه و متطلبات تطويره، ثم عرض طرق و أساليب قياسه وإدارته، و أخيرا علاقته ببعض التحديات الإدارية المعاصرة.
 - **الفصل الثالث:** و يتضمن ثلاث مباحث، تضمنت المفاهيم الأساسية للتنافسية و البيئة التنافسية، ثم تحليل الإطار المفاهيمي للميزة التنافسية، وتحديد أهم مصادر امتلاكها وتطويرها بالمؤسسات، لنتطرق في الأخير إلى تحليل دور رأس المال الفكري و أهميته في تحقيق ميزة تنافسية مستدامة للمؤسسات الاقتصادية.
 - **الفصل الرابع:** و يتضمن النقاط الأساسية التالية: تقديم لمحة عن تطور القطاع الذي أجريت عليه الدراسة، ألا و هو القطاع الصناعي و وصف أهم خصائصه. كما قمنا بعرض الإطار المنهجي لإعداد الدراسة الميدانية، وكذا تحليل سمات وخصائص العينة.
 - **الفصل الخامس:** و يتضمن تفسير و تحليل نتائج الدراسة الميدانية، و ذلك من خلال تحليل واقع و مستوى أهمية رأس المال الفكري بالمؤسسات المدروسة، و كذا تحليل العلاقة بين مكونات رأس المال الفكري و تأثيره على الميزة التنافسية للمؤسسات.
- فيما ندرج في خاتمة البحث أهم النتائج و الاستنتاجات و التوصيات المتعلقة بالدراسة.

(*) - أنظر الملحق رقم 01 .

الفصل الأول:

الاقتصاد المعرفي التحدي الجديد

للاقتصاديات المعاصرة

تمهيد

يعيش العالم اليوم في، ظل العولمة، واقعا جديدا يمتاز بالديناميكية و سرعة التغير، و الانفتاح الاقتصادي على سلوكيات تحكمها مفاهيم جديدة متسارعة في نشرها و انتقالها عبر شبكات الاتصال السريعة، مما رجع ترك الماضي الذي يعتمد في عوامل إنتاجه على الأرض و رأس المال و العمل، و التحرك نحو المستقبل، مستقبل البرمجيات و الرقميات و الانترنت، إنه العالم الذي يتعد عن الملموسات و يتجه نحو اللاملموسات، عالم المعرفة والتطور المعرفي و هو ما يطلق عليه بالاقتصاد المعرفي.

و قد ظل الاقتصاد المعرفي، و حتى وقت قريب، أقل الجوانب حظا من حيث التناول بالبحث و الدراسة والتحليل، إلا أنه مع بزوغ فجر العولمة و ظهور النظم الشبكية و المنظومات المفتوحة للإنتاج الابتكاري والإبداعي، أصبح الاقتصاد المعرفي مطروحا على طاولات البحث، فافرضا و جوده و تداوله في المؤتمرات والندوات. و يعتمد النجاح في ظل الاقتصاد المعرفي بشكل أساسي، على المعرفة المفيدة التي يمكن توظيفها واستثمارها بشكل صحيح لصالح منظمات الأعمال، إذ تشير الدلائل التطبيقية إلى أن المنظمات التي تنجح في الاقتصاد المبني على المعرفة، هي تلك التي تستثمر بكثافة في مجال توليد المعرفة، وامتلاكها، ونشرها واستخدامها.

و من هذا المنطلق سوف نحاول من خلال هذا الفصل الإلمام بأهم المفاهيم المتعلقة باقتصاد المعرفة، و بما أن المعرفة أصبحت أهم العوامل المحددة لما يطلق عليه "اقتصاد المعرفة"، فقد تطرقنا في المبحث الأول إلى بحث ماهية المعرفة و المجتمع المعرفي و استنباط أهم الآليات اللازمة لإقامة مجتمع معرفي، ثم تطرقنا بعدها إلى توضيح مفهوم وسمات الاقتصاد المعرفي، في حين خصصنا المبحث الثالث لدراسة اتجاهات الاقتصاد المعرفي عالميا وعربيا.

المبحث الأول: مدخل نظري للمعرفة و مجتمع المعرفة

تعد المعرفة من أهم دعائم تقدم الأمم و النهوض بها، فضلاً عن أنها مصدر من مصادر القوة في المجتمع، والباعث على الحراك الفكري والاجتماعي. ويطلق على العصر الحاضر "بعصر المعرفة"، حيث أصبحت مورداً اقتصادياً مهماً، ومصدراً للدخل الوطني، و عاملاً أساسياً للتقدم في مختلف مجالات الحياة. وإذا كان لكل عصر ثروته، فإن المعرفة هي ثروة هذا العصر، حيث أصبح مجتمع المعلومات يتحول تدريجياً نحو مجتمع المعرفة، الذي لم يعد اعتماده مقتصرًا على المعلومات وحدها، بل أصبح يعتمد بشكل أكثر على الخبرة و الذكاء والابتكار.

المطلب الأول: ماهية المعرفة

إن المعرفة هو مصطلح قديم وليس بالأمر الجديد، فالمعرفة رافقت الإنسان منذ أن تفتح وعيه وتطورت معه من مستوياته البدائية، مرافقة لعمق واتساع مداركه حتى وصلت إلى ما هي عليه الآن، إلا أن الجديد في هذا المفهوم، هو حجم تأثيرها على الحياة الاقتصادية والاجتماعية خلال العقود الأخيرة¹، فلقد أصبح عامل التطور في مجال المعرفة، أكثر تأثيراً في الحياة من بين العوامل الأخرى المادية، مما جعل منها مورداً أساسياً، و رصيذاً إنتاجياً جديداً، و مكن من مكائن استحداث الثروة وتطور اقتصاديات الدول في العصر الراهن، بعد أن كان الاقتصاد التقليدي يعتمد في تحليله لتكوين الثروة على عوامل الإنتاج الرئيسية (الأرض، العمل و رأس المال).

أولاً - مفهوم و أهمية المعرفة

ليست المعرفة بالمفهوم الجديد في الفكر الإنساني، حيث يعود ظهورها إلى العصور القديمة، إلا أن الطابع الغالب عليها آنذاك، لم يخرج عن كونه خبرات متوارثة، ومقتزنة في جانب كبير بالإلهام. وقد قرنت المعرفة في اللغة العربية بالعلم و القدرة على الفهم، فهي إذن كل ما هو معروف أو مفهوم، أي إدراك الشيء على حقيقته². أما ضمن قاموس (Webster)، فورد تعريفها على أنها: "فهم و إدراك واضح للأشياء والحقائق و السلوكيات، وهي تجسد حقيقة المعلومات و المبادئ المكتسبة في العقل البشري"³. و لقد ظهر، ضمن التوجهات الإدارية الحديثة، تباين في وجهات نظر المختصين حول تعريف مصطلح المعرفة، ويمكن إبراز بعض هذه التعاريف فيما يلي:

¹ - عدنان داود محمد العذاري، هدى زهير مخلق الدعيمي، الاقتصاد المعرفي و انعكاساته على التنمية البشرية - نظرية و تحليل في دول عربية مختارة -، دار جرير للنشر و التوزيع، عمان، 2010، ص 68.

² - www.almaany.com/ar/dict/ar-ar/معرفة/.

³ - Webster's Ninth New Collegiate Dictionary, A Merriam—Webster, Merriam—Webster Inc., Publishers, Springfield, Massachusetts, U.S.A. 1991.

لقد تناولت الجمعية الأمريكية للتدريب والتطوير (ASTD, American Society for Training & Development) مفهوم المعرفة بصيغة معرفة كيف (Know How) و معرفة لماذا (Know Why)، أي معرفة الشخص بالمنظمة كيف يؤدي مهامه، وظائفه، واجباته و كذا معرفة المغزى من نشاطه، وبذلك اعتبرت المعرفة أحد موجودات المنظمة الأكثر أهمية من الموجودات المادية. ويرى كل من: (Northcraft & Neale, 1990:3) (Aaker & Day, 1990:3) بأن: "المعرفة عبارة عن معالجة معلومات وتصورات ذهنية للأفراد"¹.

و لقد عرفها كل من (Endres,1997: 161)، (zeithaml & bitner, 1996: 89) بأنها: "الموجودات التي لها القدرة على تحويل التقنية، من مرحلة البحث إلى مرحلة التطبيق، لإنتاج سلع وخدمات"². أما (Drucker, 1993)، فيعرفها بأنها: "القدرة على ترجمة المعلومات إلى أداء لتحقيق مهمة محددة أو إيجاد شيء محدد، وهذه القدرة لا تكون إلا عند البشر ذوي العقول والمهارات الفكرية"³.

و يرى (Darling,1996: 1) بأنها: "تعبّر عن الموجودات غير المنظورة، والتي تشمل الخبرة الواسعة، أسلوب الإدارة المتميز، وكذا الثقافة المتراكمة للمؤسسة". في حين يعبر عنها (Howell, 1998: 4) بأنها: "تمثل القدرة على استعمال التقنية لربط أجزاء لا تخصى من المعلومات بطريقة مفيدة". و ينظر كل من (Stewart&Vail, 1999: 57, 16) و (Davenport & Prusak, Reid, 1998 :2, 5)، إلى المعرفة بأنها: "رأس مال فكري و تمثل قيمة مضافة للمنظمة، هذا إن تم اكتشاف هذه المعارف، استثمارها وتحويلها إلى قيمة لخلق الثروة من خلال التطبيق".

و لقد اختلط مفهوم المعرفة بالمعلومات، فهناك من اعتبر المعلومات والمعرفة المفهوم ذاته، و من بينهم (Kogut & Zander,1992)، اللذان لا يفرقان بين المعرفة والمعلومات ويفترضان أن المعلومات هي شكل من أشكال المعرفة، وهم بذلك يؤكدون على المعرفة الصريحة التي يسهل تداولها⁴، في حين يرى آخرون و من بينهم: (Temple, 1999)، (Thorngate, 1996)، (Nonaka & Takeuchi, 1994)، (Polanyi,1998) أن المعلومات ليست هي المعرفة، فالمعلومات هي الشكل الملموس للنتائج الفكرية، بينما تكون المعرفة هي الشكل غير

¹ - محمد أحمد إسماعيل، مفهوم إدارة المعرفة في العصر الحديث مفاهيم و اتجاهات، منتدى الموارد البشرية، على الموقع: <http://www.hrdiscussion.com/hr4521.html>، تصفح يوم: 12-01-2012.

² - صلاح الدين الكبيسي، إدارة المعرفة، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، 2005، ص 09.

³ - محمد أحمد إسماعيل، المرجع السابق.

⁴ - هالة أحمد صبري، العرب والمعرفة والمستقبل، وقائع المؤتمر العلمي السنوي الدولي الرابع- إدارة المعرفة في العالم العربي-، جامعة الزيتونة الأردنية، 2004، ص5.

الملموس من المعرفة المتواجدة في العقل البشري. و يؤيدهم في ذلك الصباغ بأن المعرفة ليست معلومات بل هي أعلى شأن منها، كما انه لغرض الحصول على المعرفة نسعى إلى المعلومات، وهو بذلك يعتقد أن المعلومات هي الخطوة الأولى للحصول على المعرفة، و بالتالي فإن مفهوم المعرفة هو أوسع كثيرا من المعلومات، التي تعتبر بيانات منظمة ويمكن تداولها¹. و بناءا على ما سبق، يتضح أن مصطلح المعرفة كثيرا ما يختلط بمفاهيم و كلمات أخرى، كالبيانات والمعلومات، و منه فإن المدخل المناسب لتحليل مفهوم المعرفة هو التمييز بين مصطلح: البيانات، المعلومات والمعرفة².

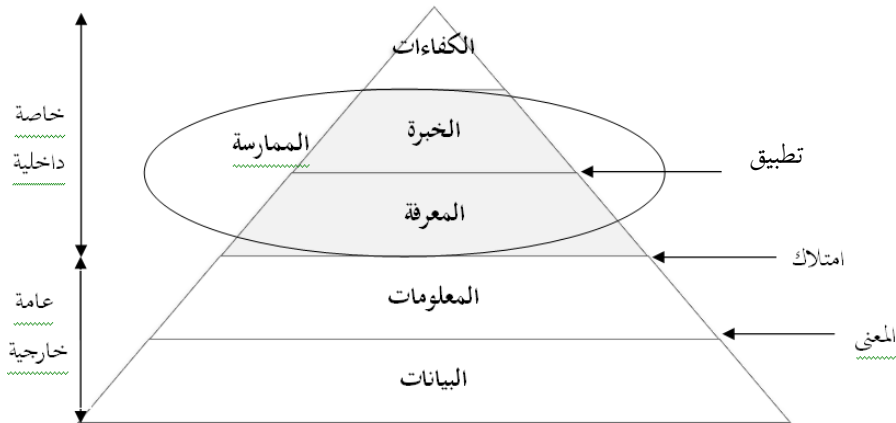
- البيانات (Data): تمثل المادة الخام التي يتم التوصل إليها و جمعها استنادا إلى ما يحصل من أحداث ووقائع، فهي عبارة عن مجموعة من الحقائق الموضوعية غير المترابطة، التي يتم الحصول عليها عن طريق الملاحظة، البحث والتسجيل، و من ثم إبرازها وتقديمها في شكل أرقام، كلمات، أشكال، أو رموز، بحيث تتاح إمكانية الاستفادة منها بشرط أن تتوفر في عملية جمعها الدقة و الموضوعية.
- المعلومات (Information): تتمثل فيما يتم التوصل إليه من معطيات، من خلال تحليل البيانات ومعالجتها يدويا، أو حاسوبيا، أو بهما معا، ويمكن تقديمها في أشكال متعددة: كتابي، صورة، أو محادثة مع طرف آخر. وعليه فإن المعلومات يتم استنباطها من البيانات، لخدمة أغراض معينة و هي تزيد من مستوى المعرفة لمن يحصل عليها.
- المعرفة (knowledge): و هي عبارة عن نتاج تفاعل حيوي ناتج عن الحصول على البيانات والمعلومات، مضافا إليها الخبرة، و القدرات العقلية، الإدراكية، الفكرية و الإبداعية التي يمتلكها الإنسان، والتي من خلالها يتمكن من اتخاذ القرارات و استثمارها في تحسين الحياة الإنسانية.

و منه فإن المعرفة هي أكثر من المعلومات و مرحلة أعلى منها، كما هو الحال في كون المعلومات أكثر من البيانات و مرحلة أعلى منها، و من ثم فإن البيانات تتيح المعلومات، و المعلومات تتيح المعرفة، فالشخص الذي يمتلك معلومات أو معرفة في ميدان ما، نظري أو عملي، يكون قادرا على إنتاج معلومات أو معرفة جديدة متعلقة بهذا الميدان. و ذلك كما هو موضح في الشكل الموالي:

¹ - هالة أحمد صبري، المرجع السابق، ص 06.

² - فليح حسن خلف، اقتصاد المعرفة، جدارا للكتاب العالمي، الأردن، 2007، ص 08.

الشكل رقم 01: هرم المعرفة



Source : (Claire Beyou , Manager les connaissances, Liaisons, 2003)

و هكذا فإن المعرفة أولاً و أساساً هي القدرة على التعلم و القدرة على الإدراك، في حين أن المعلومة تبقى مجموعة من المعطيات المشككة و المركبة، الحاملة أو الساكنة بطريقة ما، و غير قادرة بنفسها على توليد معلومات جديدة، فالمعرفة كقدرة يمكن أن تكون إدراكية (تعبئة طرق معروفة و قابلة لأن نحفظ في الذاكرة، حل لغز، تحديد تكتيك)، أو تفاعلية (الحوار، النقاش، الإشراف)، أو آلية من خلال استخدام التقنيات التي تتيح المعرفة بالاستناد على المعالجة الالكترونية (Hatchuel and Weil, 1992)¹، أي أن المعرفة يمكن أن تتولد نتيجة القدرة على الإدراك و التعلم أو النسخ، في حين أن النسخ فقط مرتبط بإعادة إنتاج المعلومات.

و تبرز الأهمية الواضحة للمعرفة في الوقت الحاضر، و بالذات في الدول المتقدمة، من خلال استخدام معطياتها في كافة مجالات الاقتصاد لتطوير نشاطه و نموه، حيث أصبحت مورداً اقتصادياً هاماً و عنصراً أساسياً في الإنتاج، تفسر الإنتاجية المرتفعة و النمو الملموس. كما أنها تمثل الأساس المهم في تحقيق الاكتشافات و الابتكارات والاختراعات التكنولوجية، مما يقود إلى استثمارات جديدة، و من ثم زيادة القدرة الإنتاجية، و كذا الإسهام في مرونة المنظمات من خلال دفعها لاعتماد أشكال للتنسيق، و التصميم، و الهيكلة، تكون أكثر مرونة للتكيف مع التغيرات البيئية المتسارعة.

¹ - غازي محمد يوسف الرجب، درجة تبي مديري المدارس لاقتصاد المعرفة في العمليات الإدارية من وجهة نظر المشرفين و المعلمين في محافظ اربد، دكتوراة في الإدارة التربوية، قسم الإدارة و أصول التربية، جامعة اليرموك، 2008، ص 24.

ثانياً - أنواع المعرفة

تختلف أنواع المعرفة تبعاً لاختلاف مصادرها، طبيعتها، الغرض و المجال الذي تتصل به، أو الذي تستخدم فيه، هذا فضلاً عن اختلاف وجهات نظر الباحثين الذين درسوها.

و حسب (Lundvall, 1999) فإن المعرفة تنقسم إلى أربعة أنواع¹:

- معرفة ماذا (Know What)، وتعبر عن المعرفة حول الحقائق التي يمكن ترميزها؛
- معرفة لماذا (Know Why)، وهي المعرفة حول المبادئ والقوانين الطبيعية؛
- معرفة كيف (Know How)، و هي المهارات والقابلية لتنفيذ مهمة معينة؛
- معرفة من (Know Who)، وهي المعلومات حول من يعرف ماذا أو من يعرف كيف، فهي علاقات تفاعلية اجتماعية بين الأفراد والخبراء لاستخدام معرفتهم بفعالية.

و يتم استيعاب الأنواع الأربعة المذكورة من المعرفة بطرق مختلفة، فبينما يمكن الحصول على معرفة "ماذا" و "لماذا" من قراءة مراجع، أو كتب، أو حضور محاضرات، أو دورات تدريبية، فإن الحصول على معرفة "كيف" و "من"، يتم من خلال اكتساب الخبرة العلمية.

و تصنف المعرفة حسب أغلب الباحثين ومن بينهم: (Nanouka&Takeuchi,1994)، (Polanyi,1998) ، (Vail,1999) ، (Hauer,1999) ، (Duffy,2000) ، (King,2000) ، (Daft, 2001) إلى:

أ- **المعرفة الصريحة (Explicit Knowledge):** و يطلق عليها أيضا بالمعرفة الظاهرة أو المعلنة، وهي المعرفة التي تتجسد بشكل مادي على الورق، و قد تكون في شكل كتب، تقارير، بحوث، دراسات، إجراءات، مخططات ومستندات، أو تكون مخزنة في أجهزة الحاسوب أو غيرها من أجهزة التوثيق و التخزين²، فهي بذلك المعرفة الرسمية و المنظمة التي يمكن ترميزها، كتابتها ونقلها بسهولة إلى الآخرين، و من أمثلتها: براءات الاختراع، العلامات التجارية، خطط العمل، برنامج حاسوب، مواصفات منتج،...إخ.

ب- **المعرفة الضمنية أو الكامنة (Tacit Knowledge):** و هي المعرفة الخفية الموجودة في عقول و سلوك الأفراد. ويقصد بها كل ما لدى الفرد من قيم، مفاهيم واتجاهات، خبرات و مهارات، وما يعتمد عليه من أنماط التفكير والثقافة، وما يتمتع به من مواهب و قدرات فكرية، ومن إدراك وحدس وقدرة على التحليل؛

¹ - صلاح الدين الكبيسي، مرجع سابق، ص 23.

² - فليح حسن خلف، مرجع سابق، ص 11.

تمكنه من الاستنباط العلمي و التطوير، لاستنتاج أفكار جديدة وحلول مبتكرة للمشاكل والمتغيرات المحيطة به¹. وهذه المعرفة تعتبر غير موثقة أو مقننة، و بذلك يصعب اكتشافها، توليدها و نقلها من شخص لآخر بمعزل عن أصحابها.

ومما لا شك فيه، أن هناك حركة و تفاعل بين نوعي المعرفة الظاهرة و الضمنية، بما يؤدي إلى تكوين معرفة تنظيمية (organizational knowledge)، و التي تمثل مجمل التجارب، الخبرات، التوجهات، المعلومات، الدراسات، القرارات، السياسات و الاستراتيجيات، التي تكون القاعدة الفكرية التي توجه و تنظم، بشكل مباشر وغير مباشر، كافة أنشطة و تصرفات الأفراد بالمؤسسة، و من ثم فهي المورد الحقيقي لإنتاج الثروة في المنظمات المعاصرة².

ثالثا- مصادر المعرفة

عرف صافادي (Saffady,2000)، مصدر المعرفة بأنه "ذلك المصدر الذي يحوي أو يجمع المعرفة، و حسب (marquardt,1996)، يمكن تقسيم مصادر المعرفة إلى مصدرين أساسيين هما³:

- أ- **المصادر الخارجية:** وهي تلك المصادر التي تظهر في بيئة المؤسسة المحيطة، ومن أمثلتها المكتبات، الانترنت، الصحف، و المجلات، و المؤتمرات العلمية، الجامعات و مراكز البحث العلمي، جمع المعلومات والبيانات من الزبائن و المنافسين و الموردين، و براءات الاختراع الخارجية...إخ.
- ب- **المصادر الداخلية:** تتمثل في ذكاء، مهارة و خبرات أفراد المؤسسة المتراكمة حول مختلف الموضوعات و قدرتها على الاستفادة منها و من عملياتها و التكنولوجيا المعتمدة، و من أمثلتها: التعلم من العمل، الإستراتيجية والمؤتمرات الداخلية، المكتبات الإلكترونية، الحوار، البحوث و براءات الاختراع الداخلية.

رابعا- سمات و خصائص المعرفة:

المعرفة هي سلعة اقتصادية خاصة، لها خصائص تختلف بشكل ملموس عن تلك التي تميز السلع ذات الطبيعة المادية، و من بين هذه الخصائص⁴:

¹ - فليح حسن خلف، المرجع السابق، ص 10.

² - Hay, David C, Knowledge Management, 2000, p 06, sur le site <http://www.odtug.com>, consulté: le 03/06/2011.

³ - محمد عواد الزيادات، اتجاهات معاصرة في إدارة المعرفة، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص 51.

⁴ - فليح حسن خلف، مرجع سابق، ص ص 12-13، بتصرف؛ أنظر أيضا صلاح الدين الكبيسي، مرجع سابق، ص 15.

- المعرفة سلعة غير مادية أي غير ملموسة، فهي فعل إنساني ناتج عن التفكير؛
 - المعرفة ذات طبيعة مضمرة أي خفية تصاغ في عقول الأفراد، و تتولد نتيجة القدرة على الإدراك و التعلم أو النسخ؛
 - تتسم المعرفة المتولدة بالترتيب و التنظيم، بالشكل الذي يتيح للمستفيد الوصول إليها بسهولة؛
 - تتصف المعرفة بالدقة واليقين، وهو ما يعني التعبير عن الحقائق بالاعتماد على أدلة مقنعة؛
 - تتميز المعرفة بالشمولية، حيث لها القدرة على تخطي المسافات و الحدود للانتقال إلى كل الناس، خاصة إذا كانت مرقمة؛
 - المعرفة سلعة يصعب حصرها و التحكم بها، فقد تتسرب باستمرار من الكيانات التي أنتجتها، فتكون مفيدة لمعاملين آخرين دون أن يتحملوا تكاليف الأبحاث والتنمية؛
 - المعرفة سلعة تراكمية و غير قابلة للنضوب، فهي تتجدد، تزداد و تتراكم، من حيث أن كل معرفة قد تكون العامل الأساسي في إنتاج معارف جديدة؛
 - المعرفة مورد غير قابل للنفاذ، فيوسع العنصر اللجوء إلى معرفة ما مرات لا متناهية، دون أن يكلفه ذلك شيئاً بغية إنتاج عمل ما. كما بوسع عددٍ لا متناهٍ من العناصر استخدام المعرفة ذاتها دون أن يحرم أحد منها؛
 - المعرفة تتعرض للتغيير السريع و المستمر، أي أنها غير ثابتة و تتغير بتغير المعلومات التي تتصل بها، كما أن تكاليف تجديدها قد تكون مرتفعة.
- و لقد جاءت العصور الحديثة و قدمت قفزة معرفية كبيرة، تمثلت ليس فقط في زيادة المعارف كما و نوعا، وإنما في طرق التعامل معها من خلال التقنيات الرقمية التي تسمح بتخزينها، نقلها و نشرها على نطاق واسع بسرعة وفعالية¹. و قد أدت هذه القفزة المعرفية إلى بروز معطيات جديدة للمجتمعات لم تكن معروفة من قبل، وأصبحت المعرفة و كيفية استخدامها و تطويرها مقياسا لتطور الأمم و الشعوب، و من ثم برز تعبير "مجتمع المعرفة"، حاملا في طياته الصفات المنشودة المؤدية إلى تعزيز الإمكانيات المعرفية، و العمل على الاستفادة منها في تطوير المجتمعات الإنسانية و تقدمها.

¹ - سعد علي الحاج بكري، هل نملك خطة لإيجاد مجتمع المعرفة، الرياض، المنتدى العام للمكتبات و المعلومات، على الموقع، <http://www.almarefah.com/article.php?id=389> ، تصفح يوم 13-07-2013.

المطلب الثاني: التحول نحو مجتمع المعرفة

لقد أصبحت المعرفة والإبداع من أهم العوامل المؤثرة والمحددة لقيام ما يطلق عليه حالياً باسم مجتمع المعرفة، والذي لا يكتفي باستخدام المعلومات لفهم واقع الحياة وأحداثها وتفاعلاتها والاستفادة منها في توجيه مختلف أنماط الأنشطة، وإنما يعمل، بالإضافة إلى ذلك، على إنتاج المعرفة وتسويقها، بحيث تصبح مصدراً اقتصادياً رئيسياً يحمل في ثناياه بذور الهيمنة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية.

أولاً - مفهوم مجتمع المعرفة

يعد مفهوم مجتمع المعرفة من المصطلحات الحديثة التي تم تداولها والتركيز عليها مؤخراً. و على الرغم من أن هناك مؤشرات و إحصائيات كثيرة ترتبط بالمعارف و التقنية يجري استخدامها في الدراسات المختلفة، و خصوصاً تلك التي تبناها الدول أو المؤسسات الدولية، فإنه لا يوجد بعد اتفاق على تعريف موحد معتمد دولياً لمجتمع المعرفة، يحدد مدى اقتراب مجتمع من المجتمعات من كونه مجتمعاً معرفياً أم لا، ناهيك عن عدم وجود مقاييس ومؤشرات موحدة لهذا المجتمع.

ولقد أورد (عبد الهادي، 1999) بعض التعريفات لمجتمع المعرفة منها: " أنه مفهوم يرى التحول من مجتمع صناعي إلى مجتمع حيث المعلومات، في أكثر أشكالها اتساعاً و تنوعاً، هي القوة الدافعة و المسيطرة". أو أنه: "المجتمع الذي يعتمد أساساً على المعلومات الوفيرة، كمورد استثماري، وكسلعة إستراتيجية وكخدمة، و كمصدر للدخل القومي و مجال للقوة العاملة"¹. و يعرف مجتمع المعرفة حسب تقرير التنمية البشرية العربية لعام 2003 بأنه: " ذلك المجتمع الذي يقوم أساساً على نشر المعرفة، إنتاجها و توظيفها بكفاءة في جميع مجالات نشاطات المجتمع: الاقتصاد، المجتمع المدني، السياسة و الحياة الخاصة، وصولاً للارتقاء بالحالة الإنسانية باطراد " (الهاشمي و العزاوي 2006، ص 25)².

كما يعرف حسب أندرسون و رونالد (Ronald E, Anderson, 2008) بأنه: "مجموعة من الناس تجمعها مصالح مماثلة ويحاولون الاستفادة من معرفتهم مجتمعة، وهذا المجتمع لا ينحصر فقط في قطاعات التكنولوجيا العالية أو تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، ولكنه ينتشر تدريجياً على مختلف قطاعات الاقتصاد

¹ محمد طالب سيد سلمان، التعلم مدى الحياة في اقتصاد المعرفة العالمي تحديات للبلدان النامية، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة،

2008، ص 40.

² تقرير التنمية الإنسانية العربية لعام 2003، برنامج الأمم المتحدة و الصندوق العربي الإنمائي الاجتماعي و الاقتصادي، 2003، ص 39.

بأكمله، ليحول أغلبها إلى أنشطة كثيفة المعرفة¹. أما من المنظور الاقتصادي فإن مجتمع المعرفة يعني: "تطوير نمط الإنتاج نحو إنتاج المعرفة بدلا من الاعتماد على الثروات الطبيعية، وتعني إقامته تأسيس أنماط إنتاج المعرفة عوضا عن هيمنة نمط الإنتاج الريعي، الذي تشتق القيمة الاقتصادية فيه أساسا من استنضاب المواد الخام"².

و يرى دروكر (Drucker, 1993) أن مجتمع المعرفة، سوف يتميز بأن المورد الرئيسي فيه هو المعرفة و ليس رأس المال، أو الخامات، و غيرها من عناصر الإنتاج. و هذا المجتمع الجديد يضم طبقات جديدة تختلف عما كان سائدا في المجتمع الرأسمالي، ففي ذلك المجتمع توجد طبقتان: الرأسماليون و العمال، أما مجتمع المعرفة فيتكون من طبقتين أساسيتين هما: عمال المعرفة و عمال الخدمات. كما ستكون الأنشطة المعرفية هي أساس إنتاج الثروة، وستكون المهارة الإدارية الأساسية هي كيفية توظيف المعرفة في استخدامات مفيدة. و من هنا سيكون في مجتمع المعرفة: المديرون ذو المعرفة، المهنيون ذو المعرفة و الموظفون ذو المعرفة³، فالمجتمعات التي في مقدورها إنتاج المعرفة ونشرها، يتطلب منها أن تكون لديها موارد بشرية، ذات خبرة، و كفاءة، و مهارات معرفية، و تمتلك أهدافا تنشد تحقيقها و خططها ترسمها لتحقيق أهدافها تلك.

وهكذا يتبين أن المعادلة الاقتصادية الجديدة " لا تعتمد أساسا على وفرة الموارد الطبيعية فحسب، ولا على وفرة الموارد المالية، بل على المعرفة و الكفاءات و المهارات، أي على العلم و الابتكار و التجديد⁴. و غالبا ما يميل كثير من الناس للمساواة إلى حد كبير ما بين المعلومات والمعارف، وبالتالي فهم لا يفرقون بين مجتمع المعلومات ومجتمع المعرفة، فبينما يرتبط مجتمع المعلومات مع ثورة نظم المعلومات و التكنولوجيات الجديدة، فإن مجتمع المعرفة يشير أساسا إلى النظم الاقتصادية حيث تعد الأفكار أو المعرفة بمثابة السلع. و عليه فإن مجتمع المعلومات لا يصلح إلا وسيلة لتحقيق مجتمع حقيقي للمعرفة⁵، فازدهار الشبكات لا يمكن له وحده أن يقيم

¹- Ronald E, Anderson, Implications of the Information and Knowledge Society for Education, International Handbook of Information Technology in Primary and Secondary Education, Part One, volume 20, University of Minnesota, MN, USA, 2008, P26.

²- تقرير التنمية الإنسانية العربية لعام 2003، مرجع سابق، ص 40.

³- غازي محمد يوسف الرجب، مرجع سابق، ص 28.

⁴- عبد الله تركماني، مجتمع المعرفة و أبعاده في العالم العربي، على الموقع الإلكتروني: <http://hem.bredband.net/dccls2/s142.htm>، تصفح يوم 04-08-2013.

⁵- اللجنة الاقتصادية و الاجتماعية لغربي آسيا (الاسكوا)، قطاع تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في المنطقة، الأمم المتحدة، على الموقع css.escwa.org.lb/ICTD/1433/10a.pdf، ص 14.

قواعد المعرفة، لأنه إذا كانت المعلومات فعلا وسيلة للمعرفة، فليست هي المعرفة، و منه لا يمكن اختزال مجتمع المعرفة إلى مجتمع المعلومات.

ثانيا - آليات الانتقال إلى مجتمع المعرفة:

إن آليات الانتقال إلى مجتمع المعرفة متداخلة و متفاعلة مع بعضها يؤثر كل منها على الآخر و يتأثر به ويمكن استنباط أهمها فيما يلي¹:

- إرادة و قيادة سياسية واعية تلتزم مبدأ الحكم الراشد الذي يعد ضمانا لعقلانية اتخاذ القرار، مما يؤدي بدوره إلى تعزيز الطلب على المعرفة في جميع قطاعات المجتمع، و بالتالي الدفع بعملية إنتاج المعرفة.
- إيمان و اقتناع أفراد المجتمعات بضرورة وأهمية التغيير و استعدادهم لبذل أقصى طاقاتهم لذلك، وهنا يبرز دور الإعلام في توعية و تثقيف المجتمعات و إعادة تشكيل الثقافات و الآراء؛
- الدور الفعال للقطاع الخاص في الارتقاء بالأنشطة، لذلك يجب دعم الشراكة بين القطاع العام والخاص لتحقيق أكبر عائد من استخدام البنية التحتية القائمة، و من الاستثمارات الجديدة، و الإدارة التنافسية الكفئة.
- إيجاد التحولات الهيكلية التنظيمية، بإحداث تغيير جذري لهياكل المنظمة التي تتسم بالتخلف وفقا لمتطلبات مجتمع المعرفة، وذلك بتوفير بنية تحتية متطورة في مجال تقنية المعلومات و الاتصالات.

ثالثا - خصائص و مبادئ مجتمع المعرفة

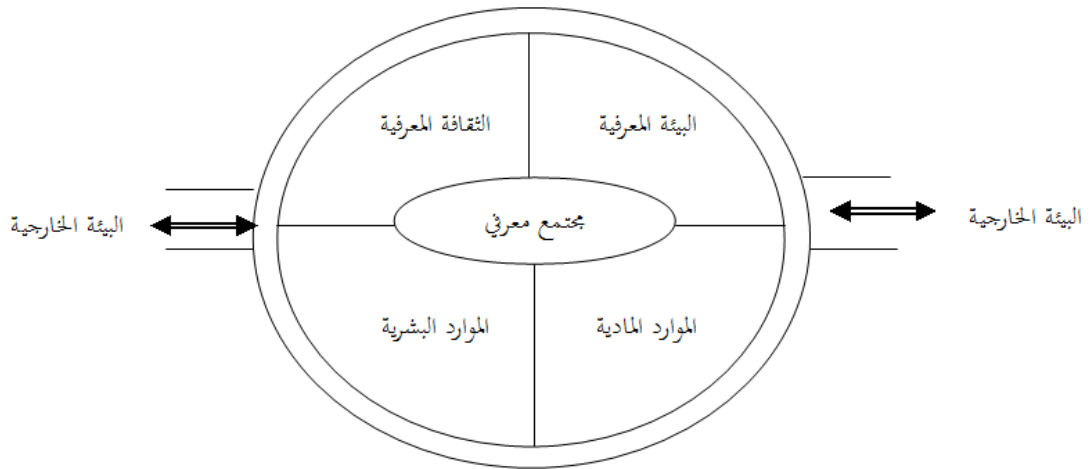
يرتكز مجتمع المعرفة على نشر المعلومات و تبادلها على نطاق واسع و المشاركة الفعالة لجميع الأطراف المعنية: الحكومات، القطاع الخاص و المجتمع المدني، و تنطوي هذه الأطراف على قيمة حيوية في الجهود المبذولة، لتمكين الجميع من الانتفاع بمختلف مزايا و فوائد مجتمع المعرفة، و الذي يتمتع بمجموعة من الخصائص ينفرد بها عن باقي المجتمعات من بينها²:

¹- أروى أبو بكر بكران، اقتصاد المعرفة و تأثيره في تغيير البنية الاقتصادية في الجمهورية اليمنية، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية الاقتصاد، جامعة عدن، اليمن، 2006، ص 8.

²- محمد فتحي عبد الهادي، أسس مجتمع المعلومات و ركائز الإستراتيجية العربية في ظل عالم متغير، دراسات عربية في المكتبات و علم المعلومات، مجلد 4، عدد 3، سبتمبر، 1999، ص 276.

- ضمان استفادة الأفراد و المنظمات من النفاذ إلى المعلومات و المعرفة و الأفكار، و ذلك بطريقة آمنة و موثوقة و بأسعار معتدلة، إضافة إلى احترام التنوع الثقافي و اللغوي و الهوية الثقافية؛
- التوظيف و الاستخدام الأمثل لتكنولوجيا المعلومات و الاتصالات، و تسخيرها لغرض التنمية الشاملة، و محاربة الفقر و البطالة، و رفع مستوى المعيشة ، و تقديم الخدمات الحكومية للمواطنين بشكل أسهل وأسرع؛
- تكوين و تأهيل الموارد البشرية من خلال إتاحة التعليم و التدريب لكافة أفراد المجتمع، لإكسابها القدرة على التخطيط و الإدارة و التشغيل، إضافة إلى تشجيع القدرة البحثية و دعم الابتكار؛
- الاحتفاظ بأشكال المعرفة المختلفة في بنوك المعلومات و إمكان إعادة صياغتها، و تشكيلها، أو تحويلها إلى خطط تنظيمية؛
- ظهور قطاع المعلومات، كقطاع مهم من قطاعات الاقتصاد، حيث أصبح إنتاج المعلومات، تجهيزها و توزيعها نشاطا اقتصاديا رئيسيا في كثير من الدول؛
- تحول مؤسسات المجتمع الخاصة و الحكومية إلى هيئات و منظمات متعلمة، تعتمد اعتمادا كبيرا على المعلومات و استثمارها بالشكل الأمثل في معالجة نشاطاتها و أعمالها، مثل ظهور الحكومة الالكترونية، المدارس الالكترونية، التجارة الالكترونية، البنوك الالكترونية، و غيرها. و يوضح الشكل الموالي تقانة المعلومات في المجتمع المعرفي.

الشكل 02: تقانة المعلومات في المجتمع المعرفي



المصدر: عدنان داود محمد العذاري، هدى زهير مخلوق الدعيمي، الاقتصاد المعرفي و انعكاساته على التنمية البشرية- نظرية و تحليل في دول عربية مختارة-، دار جرير للنشر و التوزيع، عمان، 2010، ص 83.

يتضح من الشكل أنه لا بد من توفر أربعة عناصر مهمة تحيط بمجتمع المعرفة و هي: البيئة المعرفية من البنى التحتية اللازمة لإقامة مجتمع معرفي معتمد على التكنولوجيا و الثقافة المعرفية، أي وجود وعي كاف لدى الأفراد بضرورة الوصول إلى مجتمع معرفي، و كذلك لا بد من توفر الموارد المادية الكافية، و أهم عنصر هو المورد البشري والمهياً من الناحية العلمية و الصحية، علما أن هذه العناصر الأربعة تخضع لتأثيرات البيئة الخارجية الداعمة للمجتمع المعرفي.

رابعا- معايير مجتمع المعرفة

لقد حدد مارتن (Martin) خمسة معايير لمجتمع المعرفة، و تتمثل فيما يلي¹:

- **المعيار التكنولوجي:** إذ تصبح فيه تكنولوجيا المعلومات مصدر القوة الأساسية، و يحدث انتشار واسع لتطبيقات المعلومات في المكاتب و المصانع و التعليم و المنازل.
- **المعيار الاجتماعي:** حيث تبرز أهمية المعلومات في تحسين شروط الحياة، و ينتشر استخدام الحاسوب والاستفادة من المعلومات و توظيفها في شتى النشاطات الإنسانية.
- **المعيار السياسي:** ويركز على زيادة وعي الناس بأهمية المعلومات في اتخاذ القرارات و مشاركتهم في صنع القرار السياسي، واستخدام المعلومات في الاقتراع، والتصويت؛
- **المعيار الثقافي:** الاعتراف بالقيم الثقافية للمعلومات (كاحترام الملكية الفكرية، الحرص على سرية البيانات الشخصية و الصدق الإعلامي و الأمانة العلمية...).
- **المعيار الاقتصادي:** تبرز المعلومات بوصفها عاملا اقتصاديا أساسيا، سواء كانت موردا اقتصاديا، أو خدمة أو سلعة، أو مصدرا للقيمة المضافة، أو مصدرا لخلق فرص جديدة للعاملة.

و بذلك فإن مجتمع المعرفة يمثل برنامجا متكاملا مخصصا للتنمية بكافة جوانبها، و يتسع في منظومة كبيرة تنتشر في جميع جوانب النشاط الإنساني: السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية و الثقافية، و منه فإن اقتصاد المعرفة ما هو إلا جزء من مجتمع المعرفة.

¹- [http://binaryegypt.com/art/2012/04/page/2/\(24/09/2013\)](http://binaryegypt.com/art/2012/04/page/2/(24/09/2013)).

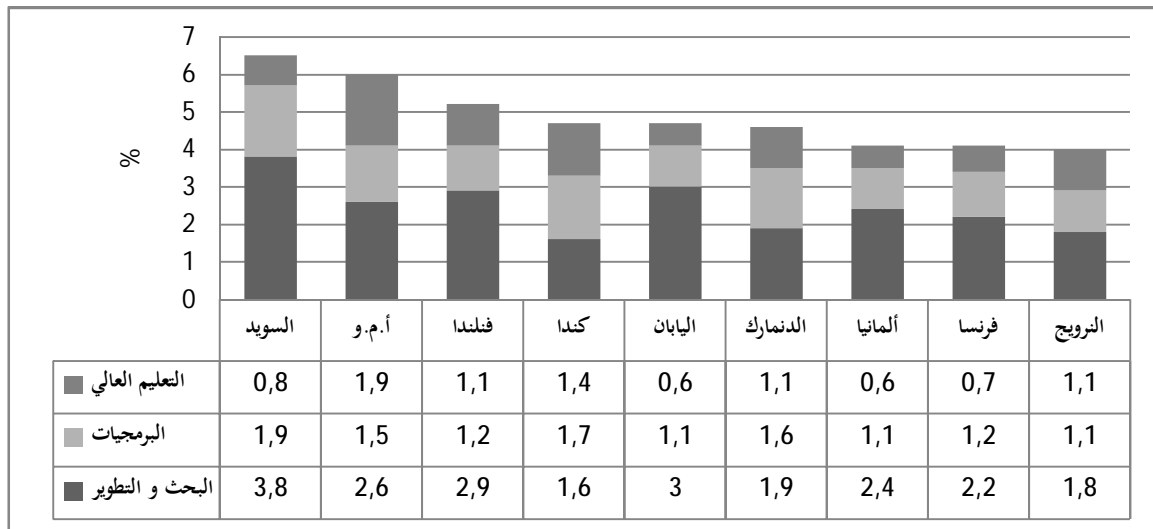
المطلب الثالث: تنامي التوجه العالمي نحو الاستثمار في اللاماديات

لقد كان النمو الاقتصادي، طوال القرن التاسع عشر، مرتكزا بشكل كبير على رأس المال الملموس (الآلة، الأرض، البنية التحتية..)، في حين و مع بداية القرن العشرين، فإن النمو الاقتصادي أصبح شيئا فشيئا، يعتمد وبدرجة كبيرة، على رأس المال اللامادي، ممثلا في مجمل المعلومات و المعارف، التي أصبحت كمورد أساسي للتطور التقني و نمو إنتاجية العمل، بفضل التكوين الجيد للعمالة و نمو حجم الاستثمارات في البحث والتطوير.

كما رافق هذه التغيرات في مدخلات الإنتاج تغييرات في الهياكل الإنتاجية، و التي أصبحت تتركز أكثر فأكثر على خلق، استخدام ونشر المعارف الجديدة، حيث عرفت الأنشطة كثيفة التكنولوجيا، مثل الالكترونيات، أجهزة الإعلام الآلي، البرمجيات و الانترنت، الاتصالات والتكنولوجيا الحيوية... نمو سريعا جدا في اقتصاديات الدول، مقارنة بالقطاعات الأخرى. و يبين الشكل الموالي الاستثمار في المعرفة، كنسبة من إجمالي الناتج الداخلي في بعض دول منظمة التعاون والتنمية (OCDE) ما بين 1991-1998.

الشكل رقم 03: الاستثمار في المعرفة كنسبة من الناتج الداخلي الخام في بعض دول منظمة التعاون

والتنمية (OCDE) (1998-1991)



Source: OCDE (2002), « Renforcer l'économie fondée sur le savoir », dans *la Science, technologie et industrie : Perspectives de l'OCDE 2002*, Éditions OCDE, http://dx.doi.org/10.1787/sti_outlook-2002-3-fr, p 27.

لقد شهدت فترة التسعينات ارتفاع الاستثمار في المعرفة بوتيرة سريعة في منطقة منظمة التعاون و التنمية الاقتصادية (OCDE)، من خلال زيادة الإنفاق على البحث والتطوير (R&D)، التعليم العالي، و البرمجيات. و لقد شمل هذا الارتفاع جميع البلدان المعنية تقريبا، رغم وجود تفاوتات كبيرة بينها، ففي السويد وصلت الاستثمارات في المعرفة إلى (6.5)٪ من الناتج المحلي الإجمالي بين عامي 1991 و 1998. كما كرست الولايات المتحدة وفنلندا، كندا، اليابان و الدنمارك، أيضا موارد كبيرة كنسبة مئوية من الناتج المحلي الإجمالي للاستثمار في المعرفة. و هذا ما مهد الانتقال، شيئا فشيئا، إلى حقبة جديدة من التطور الاقتصادي، ألا و هو الاقتصاد اللامادي أو الاقتصاد المعرفي. و عموما يمكن القول أن هناك مجموعة من التحولات المعاصرة في الاقتصاد العالمي أدت إلى ظهور الاقتصاد المعرفي و التي يمكن إيجازها فيما يلي¹:

- الابتكارات والاكتشافات العلمية المتزايدة بشكل مطرد؛
- التطور الهائل في التقنيات المستخدمة و تزايد أهمية المعلومات و المعارف في تحقيق النمو الاقتصادي؛
- تكامل الاقتصاديات وتحويلها إلى اقتصاد عالمي مفتوح.

المبحث الثاني: مفاهيم أساسية حول الاقتصاد المعرفي

لقد ساهمت العديد من التحولات العميقة التي عرفها الاقتصاد العالمي في الانتقال إلى عهد جديد من اللامادية، حيث تجاوز الاستثمار في المعرفة الاستثمار في الهياكل و التجهيزات. و بذلك ما فتئت الموارد المستثمرة في الإنتاج و نشر المعارف (البحث و التطوير، التربية و التكوين) و كذلك في تكنولوجيا الإعلام والاتصال تتزايد باضطراد، و منه أخذ الاقتصاد القائم على المعرفة يتكسر تدريجيا.

المطلب الأول: الاقتصاد المعرفي المفهوم النشأة و التطور

يشهد عصرنا ظاهرة الاعتماد المتزايد على المعرفة و انتشار استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في جميع مجالات الإدارة و الاقتصاد و المجتمع، مما أدى إلى بزوغ اقتصاد المعرفة، و هو نمط جديد يختلف في كثير من سماته عن الاقتصاد التقليدي الصناعي.

¹ -Towards the Knowledge Economy, The Technology Ventures Initiative, Scotland, 2007, <http://www.scotland.gov.uk/library/documents-w9>>.

أولاً - مفهوم الاقتصاد المعرفي

لقد استخدمت عدة مصطلحات للتعبير عن اقتصاد المعرفة من بينها: الاقتصاد الجديد، ما بعد الصناعي، الاقتصاد الرقمي، اقتصاد المعلومات، اقتصاد اللاماديات، اقتصاد الانترنت، الاقتصاد الشبكي كما تعددت الآراء التي تناولت مفهوم الاقتصاد المعرفي و من بينها:

عرفته منظمة التعاون و التنمية الاقتصادية (OCDE ,1996, p13) بأنه: " ذلك الاقتصاد المبني أساسا على إنتاج ونشر واستخدام المعرفة والمعلومات"¹.

ويعرفه البنك الدولي بأنه : الاقتصاد الذي يحقق استخداماً فعالاً للمعرفة من أجل تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية، وهذا يتضمن جلب وتطبيق المعارف الأجنبية، بالإضافة إلى تكييف وتكوين المعرفة من أجل تلبية احتياجاته الخاصة.

كما عرفه أجمد قاسم على أنه فرع من فروع علوم الاقتصاد الحديثة، و الذي يقوم على فهم جديد لدور المعرفة في تحقيق التقدم و التطور الاقتصادي"².

أما التقرير الاستراتيجي العربي فقد عرفه كما يلي : اقتصاد المعرفة هو اقتصاد جديد فرضته طائفة جديدة من الأنشطة المرتبطة بالمعرفة وتكنولوجيا المعلومات ومن أهم ملامحه التجارة الالكترونية.

ويعرف (نجم، 2004: 189) اقتصاد المعرفة على أنه: " الاقتصاد الذي يخلق الثروة، من خلال عمليات وخدمات المعرفة المختصة بالإنشاء، التحسين، التقاسم، التعلم، التطبيق والاستخدام للمعرفة بأشكالها في القطاعات المختلفة، بالاعتماد على الأصول البشرية اللاملموسة و وفق خصائص وقواعد جديدة".

وبناءً على ما ورد من التعاريف السابقة، يمكن تعريف اقتصاد المعرفة على أنه: الاقتصاد الذي يتعاضم فيه دور المعرفة في كافة الأنشطة الاقتصادية، حيث يكون فيه اكتساب، استيعاب، توليد، إنتاج، توزيع و استخدام المعرفة، المحرك الأساسي للنمو الاقتصادي و خلق الثروة، فهو اقتصاد يعتمد في نموه و فلسفته وآلياته، على مدخلات المعرفة، كقيمة مضافة في نظام الاقتصاد المعاصر.

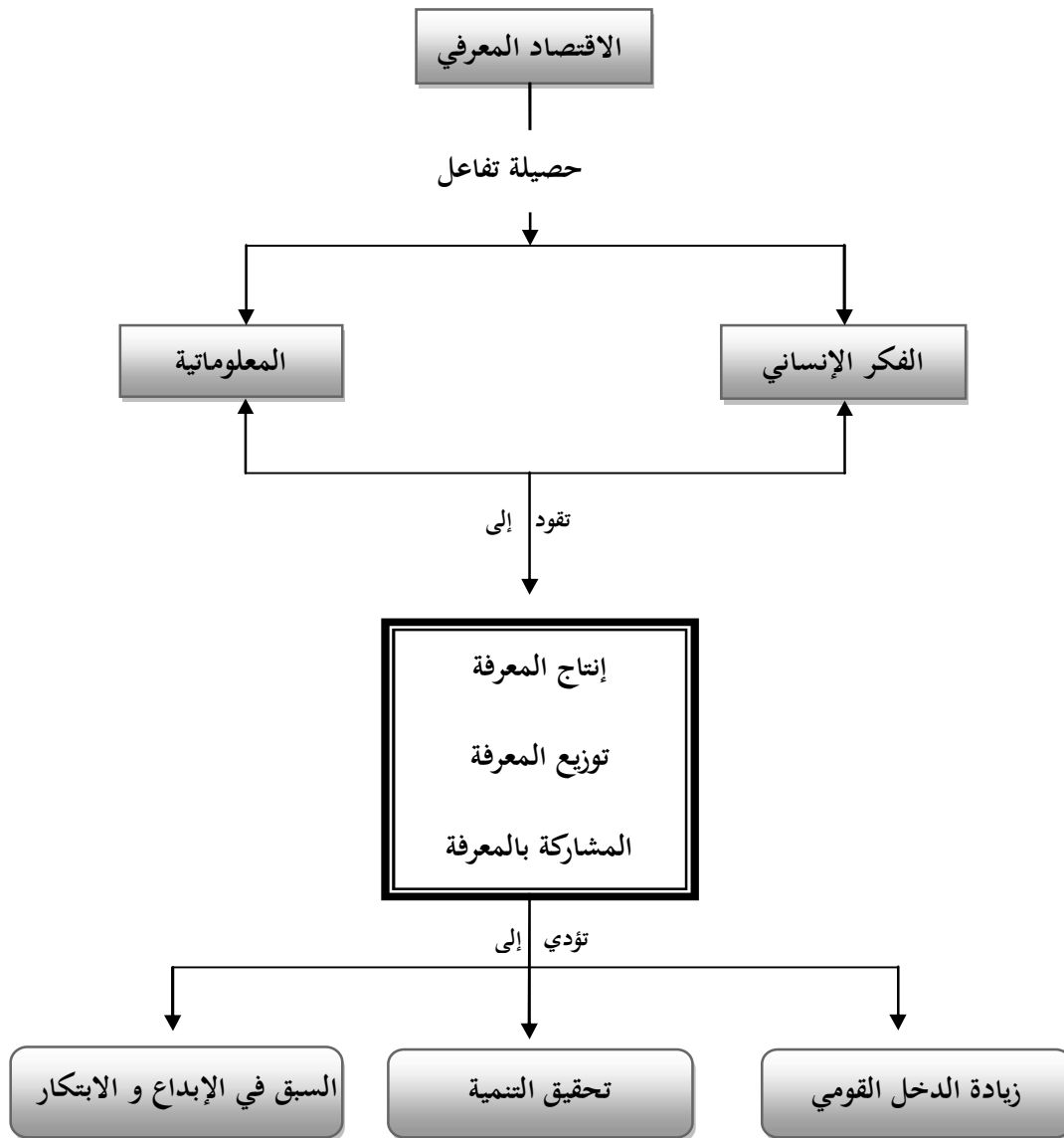
و بما أن المعرفة خليط من التعلم و الخبرة المتراكمة و تعتمد الفهم و الإدراك البشري، فإنها بهذه الصفة يمكن أن تتحول إلى سلع و خدمات يكون مستهلكوها على استعداد لدفع مقابل للحصول عليها، و من هذا المنطلق

¹ - محمد طالب سيد سلمان، مرجع سابق، ص 25.

² - قيس بن حمد بن علوي الشهاب، استثمار القطاع الخاص و مؤسسات التعليم العالي في الاقتصاد المعرفي في سلطنة عمان، دكتوراه في الإدارة التربوية، جامعة اليرموك، 2008، ص 21.

يكون وضع كل بلد في الاقتصاد العالمي الجديد محددًا بكمية المعارف التي يمتلكها، وذلك من خلال تطوير التعليم و تكثيف برامج البحث و التطوير فضلا عن التدريب (Michael A. Peters, 2004:160)¹. و يمكن تصوير مضمون الاقتصاد المعرفي في الشكل التالي:

الشكل رقم 04: مضمون الاقتصاد المعرفي



المصدر: سعد علي العنزي، أحمد علي صالح، إدارة رأس المال الفكري في منظمات الأعمال، دار اليازوري العلمية للنشر و

التوزيع، عمان، الأردن، 2009، ص 442.

¹-عدنان داود محمد العذاري، هدى زهير مخلوق الدعيمي، مرجع سابق، ص 65.

ثانياً: نشأة و تطور الاقتصاد المعرفي

خلال التطور الاقتصادي الطويل كان التغيير في العامل الأساسي للإنتاج هو المحدد الأكثر تأثيراً و تحكما في هذا التطور، ففي الاقتصاد الزراعي كانت الأرض هي عامل الإنتاج الرئيسي، و في الاقتصاد الصناعي كان رأس المال و نموذج الممثل بالآلة هو عامل الإنتاج الرئيسي، في حين أصبحت المعرفة عامل الإنتاج الرئيسي في الاقتصاد الجديد " اقتصاد المعرفة ". ولقد ترافق ظهور اقتصاد المعرفة مع تطور كبير في التكنولوجيا الرقمية والشبكية و الاتصالات عن بعد والموجة الخلوية، مما أعطى له خصائص إضافية جعلت المعرفة العامل الحاسم، والأوسع، و الأعمق تأثيراً في تكوين قاعدة الاقتصاد الجديدة، و إنشاء الثروة و القيمة و الميزة التنافسية على المستوى الوطني (الكلي) و المؤسساتي (الجزئي).

و من هذا المنطلق، و من ناحية التاريخ الاقتصادي، فقد ربط المؤرخون تطور المجتمع البشري بثلاث مراحل أساسية، شكلها انفجار ثلاث ثورات رئيسية، فمن ثورة الزراعة، نحو ثورة الصناعة، و من ثمة الثورة المعرفة أو ما يعرف بالتحول الثالث. و يمكن إيجاز هذه التحولات فيما يلي¹:

أ- العصر الزراعي:

و تعتبر هذه المرحلة أبسط و أول المراحل التي عرفها الإنسان خلال كفاحه المستمر لإشباع حاجاته. و قد كان من سمات هذا العصر: سيطرة الإنتاج الزراعي كنشاط إستراتيجي في الاقتصاد؛ الاعتماد على الثروات الطبيعية و الجهد العضلي للإنسان بشكل كبير، ضعف تحكم الإنسان بالبيئة مما يقي الإنتاج عرضة لعوامل طبيعية غير مضمونة. و قد استمر هذا العصر لآلاف السنين، و شهد تطورات تقنية و علمية متعددة أدت لاحقاً إلى ظهور الآلة و بزوغ عصر الصناعة.

ب- العصر الصناعي:

بدأ هذا العصر في منتصف القرن الثامن عشر في أوروبا، متزامناً مع نهضة ثقافية وقومية واسعة النطاق، فقد أدى تطور وسائل الإنتاج، بفضل الابتكارات و الاختراعات المتسارعة، إلى تطوير الزراعة و زيادة الإنتاج كما ونوعاً، و منه ظهور المصانع الضخمة و المنتجات الصناعية الثقيلة، التي استعملت في مختلف مجالات الحياة المدنية و الحربية وغيرها، و هذا ما أحدث تغييراً جذرياً في وسائل الإنتاج و علاقاته. و قد امتد هذا العصر إلى مدى ما

¹ - عدنان داود محمد العذاري، هدى زهير مخلق الدعيمي، مرجع سابق، ص ص 69-75، بتصرف من الباحثة.

يقارب من القرنين و نصف، و قد تميز بالتطور المستمر و المتسارع في العلوم و التقنيات و كان من خصائص هذا العصر:

- نشوء التكتلات الصناعية المتطورة، التي تحتكر المعرفة و التقنيات و الخبرة الصناعية الحديثة، مقابل شعوب متخلفة، مما أدى إلى اتكال الثانية على الأولى و تسلط الأولى على الثانية اقتصاديا سياسيا وعسكريا؛
 - أدى التنافس بين الدول الصناعية إلى الصراع على المستعمرات لتأمين المواد الأولية و العمالة الرخيصة والأسواق الوفيرة، و كذا احتكار أسرار التكنولوجيا لإبقاء الدول المستعمرة في العصر الزراعي؛
 - أدى التطور التقني إلى تطور كبير في كافة مجالات الحياة، وخاصة في مجال الاتصال و التواصل، ومنه تنشيط و تكثيف حركة التفاعل داخل المجتمعات و ربطها بعضها ببعض؛
 - ظهور تكتلات اقتصادية إقليمية تزيل الحواجز فيما بينها لتسهيل انتقال الأشخاص و البضائع دون عوائق، مما عزز التكامل بين الصناعات و مقدرتها على المنافسة في الأسواق الخارجية.
- في هذه الأثناء، بدأ بزوغ عصر جديد قائم على العلوم و التكنولوجيات الحديثة وتطبيقاتها المتعددة في مختلف الميادين الاجتماعية، الاقتصادية والعسكرية، و خاصة في مجالات الاتصالات و المعلوماتية، مما سهل الوصول إلى المعرفة و التفاعل المباشر و الفوري بين الشعوب، و قد سمي هذا العصر الناشئ بعصر المعرفة.

ج- عصر المعرفة:

لقد كان من نتائج العولمة و تحرير التجارة العالمية، تلاشي الحدود بين البلدان و أصبحت الأسواق والمنتجات أكثر عالمية، و منه احتداد المنافسة بين المؤسسات على اكتشاف طرق جديدة لزيادة كفاءتها. كما أدى الانفجار المعلوماتي الذي أخذ بالاتساع مع نهاية القرن العشرين وظهور تطبيقاته المختلفة في شبكة الانترنت و ثورة المعلومات، إلى سهولة الوصول إلى المعلومات و المعارف، و منه ظهور عصر المعرفة، الذي يعتمد على ميزة تنافسية من خلال الصناعات الإبداعية، و تحديث العلوم و الأبحاث و تطبيقاتها في مختلف مجالات الحياة، من الطب إلى الزراعة، وفي بلورة مفاهيم و معايير الجودة في الخدمات و تقديم معظمها عبر الشبكات، من الحكومة الالكترونية إلى التعليم الالكتروني إلى الاستشفاء و الإدارة¹. و يبين الجدول الموالي بعض ملامح التطور الاقتصادي.

¹ جون هارتلي، الصناعات الإبداعية كيف تنتج الثقافة في عالم التكنولوجيا و العولمة، ترجمة حسين بدر و السيد سلمان الرفاعي، الجزء الثاني، دار المعرفة للطباعة و النشر، بيروت، 2007، ص 89.

الجدول 01: ملامح التطور الاقتصادي

المعلومات المعرفة	الصناعة	الزراعة	القطاع المؤشرات
الحاسب	الآلة	المحراث	التقنية المسيطرة
الهندسة الحيوية	الهندسة الميكانيكية	الهندسة المدنية	العلم
النمو الشخصي	الثروة المادية	البقاء	الهدف
معلومات	بضائع	طعام	المخرج
المعرفة	رأس المال	الأرض	المصادر الإستراتيجية
الشبكات	المؤسسة	العائلة	شكل المنظمة
العقل	البترول	الحيوانات	مصدر الطاقة
عمال المعرفة	عمال المصانع	مزارعين	طبيعة العمل
فردى(خاص بمستهلك بعينه)	جماهيرى	ذاتى	طبيعة الإنتاج

المصدر: عصام احمد فريحات، إعداد القوى العاملة لمجتمع المعلومات، 2004، على موقع الانترنت،

www.informaties.gor.sa/irc/profile.php ، ص 11.

نلاحظ في الجدول أعلاه الفرق أو التطور الاقتصادي بالنسبة إلى القطاعات الثلاثة (الزراعة، الصناعة، المعرفة) من حيث نوع التقنية المستخدمة، إذ ابتداءً بالمحراث، ثم الآلة، وصولاً إلى الحاسب بالنسبة للقطاعات على التعاقب، ثم يوضح العلم و الهدف في كل مرحلة و مخرجاته المرجوة لتحقيق الهدف، و هناك مصادر إستراتيجية لكل قطاع، فالأرض مصدر قطاع الزراعة، و رأس المال مصدر قطاع الصناعة، و المعرفة مصدر قطاع المعرفة، ثم يبين مصدر الطاقة لكل قطاع إذ ابتداءً بالحيوانات، ثم تحول إلى البترول، وصولاً إلى العقل، كمصدر للطاقة (رأس المال البشري).

المطلب الثاني: أهمية الاقتصاد المعرفي

يمكن تلخيص أهمية الاقتصاد المعرفي في النقاط التالية¹:

- الإسهام في تحسين الأداء ورفع الإنتاجية، و كذا تخفيض كلف الإنتاج وتحسين نوعيته، من خلال استخدام الوسائل والأساليب التقنية المتقدمة التي يتضمنها اقتصاد المعرفة، وما يتاح في إطاره من معرفة علمية وعملية التي تعتبر الأساس المهم لتوليد الثروة وزيادتها وتراكمها؛

¹ - قيس بن حمد بن علوي الشهاب، مرجع سابق، ص ص 22-25، بتصرف من الباحثة.

- الإسهام في زيادة الإنتاج و الدخل القومي والمؤسسي، وكذا دخول الأفراد الذين ترتبط نشاطاتهم بالتقنيات الحديثة، كصناعة الأجهزة والمعدات الالكترونية الدقيقة، صناعة الحاسوب والبرمجيات، معدات الفضاء، معدات الاتصال القريب والبعيد المدى، الصناعة الطبية، الكيماوية، البيولوجية وغيرها..؛
- زيادة الأهمية النسبية للعاملين ذوي المهارات والقدرات المتخصصة عالية المستوى، التي تتناسب واستخدام التقنيات الحديثة؛
- إحداث التجديد و التطوير في النشاطات الاقتصادية، بما يسهم في توسعها ونموها بدرجة كبيرة وبشكل متزايد ومتسارع؛
- توفير الأساس الضروري للتحفيز على التوسع في الاستثمار، وبذات الاستثمار في المعرفة العلمية والعملية من أجل تكوين رأس مال معرفي، يسهم في توليد إنتاج معرفي وزيادته؛
- الزيادة المستمرة في المؤسسات و المشروعات التي تعمل في مجال المعرفة توليدا، إنتاجا و استخداما، بما فيها شركات المعلومات، الاتصالات، البرمجيات، البحوث، الاستشارات، شركات الخدمة المالية والمصرفية، الإعلان و الإعلام و غيره؛
- تحقيق تغيرات هيكلية واضحة في الاقتصاد، نتيجة زيادة الأهمية النسبية للصادرات من المنتجات المعرفية، و بالذات الصادرات غير المادية (أي غير الملموسة)؛
- إيجاد نمط جديد للتخصص وتقسيم العمل في المؤسسة مما يؤدي إلى إحداث إبداع في الكفاءة الإنتاجية؛
- التركيز على حقوق الملكية الفكرية والتشديد عليها والحفاظ على سريتها، عن طريق متابعتها عالميا عبر المنظمة العالمية للملكية الفكرية (wipo)؛
- ارتباطه بتكنولوجيا المواد التي يتم من خلالها إضافة موارد وعناصر إنتاج مهمة وحديثة، وتقليل الاعتماد على الموارد الطبيعية التي تتصف بالندرة، (كالمواد الصناعية التي تحل محل الطبيعية ومواد الطاقة البديلة عن المواد المستخدمة حاليا)، ومنه ضمان استمرار النشاط الاقتصادي وتطوره دون محددات تحد من ذلك.

المطلب الثالث: سمات و خصائص الاقتصاد المعرفي

إن الاقتصاد المعرفي بمضامينه، و معطياته، و تقنياته يتسم بالعديد من السمات و الخصائص نذكر منها¹:

¹ - هاشم الشمري، ناديا الليثي، الاقتصاد المعرفي، دار صفاء للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2008، ص ص 22-25، بتصرف من الباحثة؛ وأنظر أيضا محمد طالب سيد سلمان، مرجع سابق، ص 35.

- اندماج العلوم في منظومات الإنتاج وتحول المعرفة إلى قوة منتجة، من خلال الاستخدام الكثيف للمعرفة العلمية و العملية في عمل الاقتصاد و في أداء نشاطاته و في توسعه و نموه؛
- ارتباطه بالذكاء و بالقدرات الإبداعية و الابتكارية و بالخيال، و بالوعي الإدراكي بأهمية الاختراع والمبادرات الذاتية و الجماعية، مما يساعد على توليد معارف مفيدة في شتى المجالات؛
- الاستثمار في الموارد البشرية وتكوين رأس المال الفكري، باعتباره القاعدة الأساسية لتكوين الثروة المتجددة، بحيث أصبح الإنسان و قدرته العقلية المحرك الأساسي و الرأس المال الأول في الاقتصاد؛
- توظيف تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات بفعالية، لما له من تأثير على مجريات الاقتصاد بشكل خاص والحياة الاجتماعية بشكل عام؛
- تنمية القدرات البشرية من خلال التعلم و التدريب المستمرين، مما يضمن للعاملين مواكبة التطورات التي تحدث في ميادين المعرفة؛
- تفعيل عمليات البحث و التطوير كمحرك للتغير و التنمية، و إنشاء مراكز للبحوث القادرة على إنتاج المعرفة والاستفادة من الخبرات المتراكمة، والمساعدة في خلق وتوفير المناخ الثقافي الذي يمكن من فهم مغزى هذه التغييرات والتجديدات و يتقبلها ويتجاوب معها؛
- يتميز سوق العمل فيه بالطلب على الأيدي العاملة التي تتمتع بمهارات و كفاءات و خبرات عالية والمتخصصة في التقنيات الجديدة، و الذين يعرفون بعمال المعرفة (knowledge workers)؛
- ظهور الحاجة إلى العمل في فريق، نتيجة لطبيعة التحديات التي تواجه عمال المعرفة، من حيث صعوبة مهامهم أو ضيق الزمن المطلوب لإنجازها؛
- انتقال النشاط الاقتصادي من إنتاج وصناعة السلع إلى إنتاج وصناعة الخدمات المعرفية، مثل: علوم الحاسوب، الاتصالات وصناعة المحتوى وصناعة السمعي البصري...؛
- طغيان الطابع الأوتوماتيكي على وسائل ودورات الإنتاج، حيث أدخل ما يدعى بالعقول الإلكترونية ضمن نظام التشغيل للآلة، فأصبح نظام تشغيلها أوتوماتيكيا دون الحاجة إلى كثير من اليد العاملة؛
- اعتماده أكثر على المدخلات المعرفية التي تحقق قيمة مضافة مرتفعة، باعتبار قيمة المنتجات المعرفية تفوق بدرجة كبيرة قيمة مدخلات إنتاجها؛

- خضوع اقتصاد المعرفة لقانون تزايد العوائد أي تناقص التكاليف، باعتبار أن زيادة مدخلات الإنتاج المعرفي يحقق إنتاجا معرفيا بنسبة أعلى وبصورة كبيرة، وذلك يعود لكون المعرفة تراكمية وبتجاه متزايد متصاعد ومتسارع، فإنتاج معرفة يقود إلى إنتاج معرفة جديدة أخرى؛
- يعد اقتصادا لا تنافسيا بحكم الموارد و الإمكانيات الضخمة التي يتطلبها، و التي تعد مقصورة على عدد محدود جدا من المشاريع ذات القدرة التنافسية الأكبر في الأسواق؛
- إن اقتصاد المعرفة يتمتع بمرونة فائقة والقدرة على التكيف مع التغيرات المتسارعة، و ضرورة الانفتاح الكامل على الاقتصاد العالمي و الاندماج فيه، لأنه لا يوجد اقتصاد يمكنه خلق واحتكار المعرفة دون أن يشارك أو يستورد المعارف الجديدة من الآخرين؛
- إنه إقتصاد افتراضي، لأن استخدام التقنية الملائمة يخلق أسواق و منشآت افتراضية تلغي قيود الزمان والمكان (بنوك الكترونية، تجارة الكترونية...).

أما بالنسبة لكالبريث (Galbreath) فيرى أن خصائص اقتصاد المعرفة تتمثل فيما يلي: العالمية (أصبحت الأسواق و المنتجات أكثر عالمية)، الزبائية (التركيز على إرضاء الزبائن من خلال منتجات و خدمات ذات نوعية عالية)، الخدمة الذاتية (والتي يستطيع الزبون من خلالها تقديم الخدمة لنفسه)؛ انتشار التجارة الالكترونية (عمليات البيع و الشراء عن طريق الانترنت)، و كذا حلول النقد الالكتروني محل النقد الورقي (فالتبادل النقدي لم يعد سوى أرقام و رموز مسجلة على حواسيب الشبكات الدولية)، انتهاء التوظيف مدى الحياة و الحاجة إلى التعلم مدى الحياة¹.

هذا و يرى روبرت قرانت (R.Grant) أن الخصائص الأساسية لاقتصاد المعرفة تتمثل فيما يلي: أنه يركز على اللاملموسات (الموارد الفكرية)، أنه شبكي (من خلال تطور وسائل الاتصالات الجديدة)، أنه رقمي (فرقمة المعلومات له تأثير على سعة نقلها، خزنها و معالجتها)، أنه افتراضي (التحول من العالم المادي الحقيقي إلى الافتراضي)، الأسواق الجديدة (الأسواق الالكترونية كأماكن جديدة للتجارة)، التكنولوجيا الجديدة (التغير التكنولوجي السريع وانخفاض تكاليف النقل و الاتصالات).

ومن خلال استعراضنا لخصائص وسمات اقتصاد المعرفة، يمكننا أن نلخص أهم السمات التي تميز الاقتصاد المعرفي عن الاقتصاد التقليدي - في وجه مقارنة أخرى - من خلال عرض الجدول الموالي:

¹ - ربحي مصطفى عليان، إدارة المعرفة، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008، ص 358.

الجدول رقم 02: خصائص الاقتصاد المعرفي مقارنة بالاقتصاد التقليدي

الاقتصاد القديم	الاقتصاد المعرفي		
وطنية	عالمية	الخصائص التنظيمية	مجال المنافسة
مستقرة	متقلبة		الأسواق
منخفض/متوسط	مرتفع		حركة الأعمال
غير متكافئة، إذ تفرض الدولة سيطرتها وتصدر أوامرها طبقا لمتطلبات الدولة وتوجهاتها الاقتصادية	قائمة على التحالف والتعاون	الخصائص العمالة والتوظيف	العلاقة بين قطاعات الأعمال والدولة
تنافسية	تضامنية/مشتركة		علاقات سوق العمل
التوظيف الكامل للقوى العاملة دون تحديد مهارات مميزة لأداء العمل	استخدام العاملة ذات المهارات العالية		المهارات المطلوبة
محدد حسب المهام	تعلم مستمر مدى الحياة، تعلم بالممارسة	الخصائص الإنتاج	التنظيم اللازم
إحداث فرص التوظيف	الأجور/الدخول المرتفعة		أهداف السياسات
التكتلات الاقتصادية	التجديد، الجودة، النوعية		مصادر الميزة التنافسية
الميكنة (Mechanization)	الرقمية (Digitization)		المصدر الرئيسي للإنتاجية
مدخلات العوامل (العمل، رأس المال)	الابتكار، التجديد، الاختراع، والمعرفة		موجهات النمو

المصدر: علي بن حسن يعن الله القرني، متطلبات التحول التربوي في مدارس المستقبل الثانوية بالمملكة العربية السعودية في ضوء تحديات اقتصاد المعرفة، رسالة دكتوراه في الإدارة التربوية والتخطيط، كلية التربية، جامعة أم القرى، المملكة العربية السعودية، 2009، ص 49.

المطلب الرابع: الركائز الأساسية للاقتصاد المعرفي و مؤشرات

يشتمل اقتصاد المعرفة على عدة مؤشرات مهمة و ضرورية، يمكن من خلالها معرفة إمكانية انضمام الدول ضمن هذا الاقتصاد الجديد، وبغية إضفاء صورة أوضح لهذا الاقتصاد، سوف نتناول فيما يلي الركائز الأساسية لبناء الاقتصاد المعرفي و أهم المؤشرات التي يشتمل عليها حسب البنك الدولي.

أولاً - الركائز الأساسية للاقتصاد المعرفي

للاقتصاد المعرفي ركائز أساسية تدعمه و تثبت وجوده كإقتصاد قوي، و تتمثل هذه الركائز فيما يلي:

1. بنية تحتية لتكنولوجيا المعلومات و الاتصالات:

لم تحض تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات بتعريف موحد، بل تعددت هذه التعاريف وتنوعت تبعاً لرؤية كل واحد لها، و عموماً يمكن تعريفها على أنها: تعبر عن مجموعة من المكونات المادية (حواسب وأجهزة ملحقة)، التي يمكن استخدامها لاستقبال البيانات والمعلومات، وتخزينها، ومعالجتها، واسترجاعها، نقلها وتوصيلها بعد ذلك عبر أجهزة الاتصالات المختلفة، في شكل الكتروني سواء صوت، أو صورة، أو نص، أو فيديو، أو أي بيانات أخرى، إلى أي مكان في العالم. و تتميز تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بمجموعة من الخصائص من بينها¹: تقليص الوقت والمكان، قابلية التحرك والحركية و قابلية التحويل. و من أهم مكوناتها: نظم الحواسيب، البرمجيات، شبكات الاتصال و قواعد المعلومات.

و تحتل تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات بكل أنواعها مكانة هامة في ظل الاقتصاد المعرفي، فهي تمثل البنية التحتية التي تسهل الحصول على المعرفة، من خلال تطوير قدرات التخزين، والمعالجة، وسرعة استرجاع و تبادل المعلومات اللازمة لإنجاز كافة المعاملات بكفاءة و سرعة. كما تلعب تكنولوجيا المعلومات و الاتصال دوراً هاماً في تنمية العنصر البشري، من خلال توصيل منافع الإلمام بالقراءة والكتابة، التعليم، التدريب و التثقيف إلى أكثر المناطق انعزلاً و بتكلفة منخفضة، إضافة إلى تحسين مستوى حياة الأفراد على نحو لم يكن ممكناً في السابق.

أما على مستوى المؤسسات فتلعب تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات، و بصفة خاصة دوراً رائداً، كون أن المعلومات تستخدم كأداة من أجل التنسيق، و دعم العمليات الإدارية، و اتخاذ القرارات من جانب، و كأداة اتصال بداخل المؤسسة و مع البيئة المحيطة بها من جانب آخر، و منه مساهمتها الجادة لتعزيز عناصر الميزة التنافسية للمؤسسات على المستوى المحلي و العالمي. و يمكن إجمال أهم آثار تكنولوجيا المعلومات على أداء المؤسسة فيما يلي²:

¹ - مراد رايس، أثر تكنولوجيا المعلومات على الموارد البشرية في المؤسسة، رسالة ماجستير في علوم التسيير فرع إدارة الأعمال، جامعة الجزائر 2005-

2006، ص 29.

² - هاشم الشمري، ناديا الليثي، مرجع سابق، ص ص 54-55.

- خفض تكاليف العمليات و الأنشطة المختلفة (التخزين و المبيعات و التوريد...)، زيادة العوائد، و رفع إنتاجية المؤسسة، و كذا تسهيل عمليات تسويق المنتجات و الخدمات من خلال التجارة الإلكترونية، ومنه زيادة حجم مبيعاتها؛
- زيادة القدرة على الابتكار و تسريع وتيرة التجديد في طرق الإنتاج و التوزيع، و في طرق تنسيق و تصميم المنتجات، و منه تحسين جودة الخدمات و المنتجات المقدمة للعملاء؛
- زيادة الطلب على العمالة ذات الخبرة و المؤهلات العالية، و تدريبها باستمرار بما يتناسب مع تطور التجهيزات والبرمجيات.
- زيادة التنسيق الداخلي بين أجزاء المؤسسة، مما يسهل تدفق المعلومات و تحليلها و الاستفادة منها في تطوير أدائها، و كذا توطيد علاقاتها بمحيطها الخارجي، بحيث تساعد على إنشاء علاقات مثالية مع الزبائن، الموردين، و الشركاء، و التفاعل مع تحركات المنافسين، و من ثم تقليص الجهد و الوقت و سرعة اتخاذ القرار.

2. الابتكار المستند على البحث و التطوير

يقصد بالبحث و التطوير استعمال التفكير البشري بأسلوب منظم، لمعالجة المشكلات التي لا تتوفر لها حلول، أو للكشف عن حقائق جديدة، أو للتنقيح و إعادة النظر في نتائج صار مسلماً بها، بما يسهم في تحقيق إضافة جديدة و إثراء المعرفة، و بذلك فهو يتضمن الرغبة في الاستطلاع و التقصي من أجل الوصول إلى الحقائق العلمية و تطبيقها على المجالات العملية، و الانتفاع بنتائجها في مختلف الأنشطة، وبالذات الاقتصادية منها، وكذا معالجة المشاكل التي تعترض عمل هذه النشاطات¹.

و تأتي أهمية البحث العلمي و التطوير التكنولوجي في ظل الاقتصاد المعرفي، كونه المنبع الرئيسي لإنتاج و تجديد المعرفة، و التي يتم استخدامها في مجالات الحياة المختلفة، لتساعد على تطوير الوسائل و أساليب الإنتاج، بما يكفل زيادة الإنتاجية، تحسين نوعية الإنتاج أو خلق منتجات جديدة، مع التقليل من الجهد و التكاليف التي يتم تحملها؛ و كذا تطوير القدرات الإبداعية و الابتكارية من خلال توطين المعرفة لدخول سوق المنافسة العالمية، وبناء

¹ - عمار الطيب كشرود، البحث العلمي و مناهجه في العلوم الاجتماعية و السلوكية، دار المناهج، عمان، الأردن، 2007، ص ص 31-32،

يتصرف من الباحثة.

كقادر بشري علمية وطنية مؤهلة تأهيلا عاليا لممارسة البحث التطبيقي بكفاءة وفعالية، بحيث أصبح تكوين وتطوير رأس المال الفكري بنوعية عالية أهم عنصر من عناصر الإنتاج في ظل اقتصاد المعرفة.

3. تنمية الموارد البشرية من خلال التعليم و التدريب

تعد تنمية الموارد البشرية الحجر الأساس في اقتصاد المعرفة، و يعتبر تطوير التعليم عاملا أساسيا في تنمية الموارد البشرية و في نشر المعرفة، إنتاجها، اكتسابها و توظيفها، فمن خلال إحداث تغييرات شاملة في نظام التعليم، ونوعيته، و السياسات و الخطط التعليمية، و في تركيبته و محتواه كما و نوعا، و وضع إستراتيجية واضحة المعالم والأهداف تعمل على تدعيم مستوى التعليم و التأهيل، و إقامة المراكز و المعاهد المؤهلة للنهوض بمستوى الإطارات الموجودة، و زيادة الخبرة لدى الطلبة المتخرجين؛ يمكن تحقيق تقدم في عملية التربية و التعليم لتكوين رأس مال معرفي عال التأهيل قادر على بناء اقتصاد معرفي قوي.

إن القيمة الاقتصادية للتعليم ترتبط بإسهامه في الاقتصاد في جوانبه المختلفة، و بالذات الإنتاجية منها. و بما أن التعليم يعتبر القاعدة الأساسية التي تبنى عليها المعارف و المهارات، فإن ذلك دفع بالعديد إلى تناول القيمة الاقتصادية للتعليم باعتباره استثمارا في الإنسان، و بأنه يمثل شكل من أشكال رأس المال، و من ثمة اعتباره تكوين لرأس المال البشري، و استثمارا في المعرفة لتكوين رأس مال فكري قادر على الإبداع و التجديد و التطوير. و تبرز أهمية التعليم و دوره في المجتمع، من خلال إسهامه فيما يلي: توفير القدرات الإدارية و التنظيمية عالية المستوى؛ تطوير قدرات العاملين بالشكل الذي يرفع كفاءة الأداء و فعاليته؛ إحداث التطور العلمي و التكنولوجي؛ توفير عاملين ذوي مهارات و معارف تتيح ممارسة الأعمال و المهن الجديدة؛ زيادة درجة وعي الفرد و ثقافته، مما يسهم في تحقيق الرشد و العقلانية في سلوكه و تصرفاته، و عند اتخاذ قراراته الاقتصادية، تحقيق التنمية و تحسين مستوى معيشة الأفراد...

و من أهم السمات التي ينبغي أن تستوفها أنظمة التعليم في ظل الاقتصاد المعرفي ما يلي¹:

- استيعاب أعداد أكبر من الطلبة في مراحل التعليم الأساسي على نحو خاص، و الاهتمام بالجودة لا بالكم، و توفير فرص متكافئة للذكور و البنات في مختلف مراحل التعليم؛
- رفع مستوى التعليم بالمناطق الريفية، و إعطاء الأولوية لحو الأمية خاصة عند الكبار؛

¹- فليح حسين خلف، مرجع سابق، ص ص 89-99، بتصريف من الباحثة.

- إقامة مدارس ذات المواصفات المتطورة و المزودة بالتكنولوجيات الحديثة؛
- تأهيل و تدريب المعلمين و حفز الإبداع و الابتكار لديهم لمواكبة التطور التقني و التكنولوجي؛
- تعزيز العمل الجماعي، عن طريق التفاعل الذي يمثل نهما جماعيا في العمل، و يتطلب مهارات في النقاش و الإقناع و التنظيم و الإدارة؛
- الحاجة المتزايدة لتأهيل أعداد أكبر في المجالات العلمية و التقنية، فأسواق العمل تتزايد طلبا على كفاءات في مواضيع مثل التكنولوجيا الحيوية، و المواد الجديدة، و تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات، و غيرها. كما أن عملية الابتكار و التجديد تحتاج إلى عمال من ذوي المهارات العلمية؛
- تخصيص نسب أعلى و مقبولة من الإنفاق على التعليم، و رفع مستوى الوعي المجتمعي بأهمية التعليم،
- الاعتماد على التعليم الإلكتروني، و هو أحد الوسائل التعليمية التي تعتمد على الوسائط الالكترونية لإتاحة المعرفة لشرائح واسعة من المجتمع، وذلك باستخدام شبكة الانترنت التي تيسر وتتيح التعلم عن بعد في أي وقت و في كل مكان.

4. البيئة الاقتصادية و التنظيمية المواتية:

يرتكز اقتصاد المعرفة على إنشاء بيئة تمكينية، بما في ذلك الأطر الاقتصادية، القانونية، السياسية و التنظيمية، جديدة بالثقة و تتسم بالشفافية، تركز على نشر، توليد، استخدام المعارف، و الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات و تشجيع الابتكار التكنولوجي، و التنافس، و ريادة الأعمال، بما يساعد على الانتقال إلى اقتصاد المعرفة. و تضم عناصر هذه الركيزة جملة من المتغيرات ضمن محورين رئيسيين¹:

- العوائق ذات الصلة بدرجة التنافسية القائمة في السوق، و مستوى التنظيم الذي يعد مقياسا لحالات سياسة السوق التي تحاول التحكم بالأسعار، و المحددات التي تعتمد في مجالات التجارة الخارجية، وآليات التطور في التجارة و الأعمال، بما يشمل بيئة نقدية ملائمة، معدلات مواتية للدخار و الاستثمار، سياسات لتشجيع المنافسة، سياسات لحماية الملكية الفكرية، و غيرها من العوامل الاقتصادية الأخرى المحفزة للنمو.

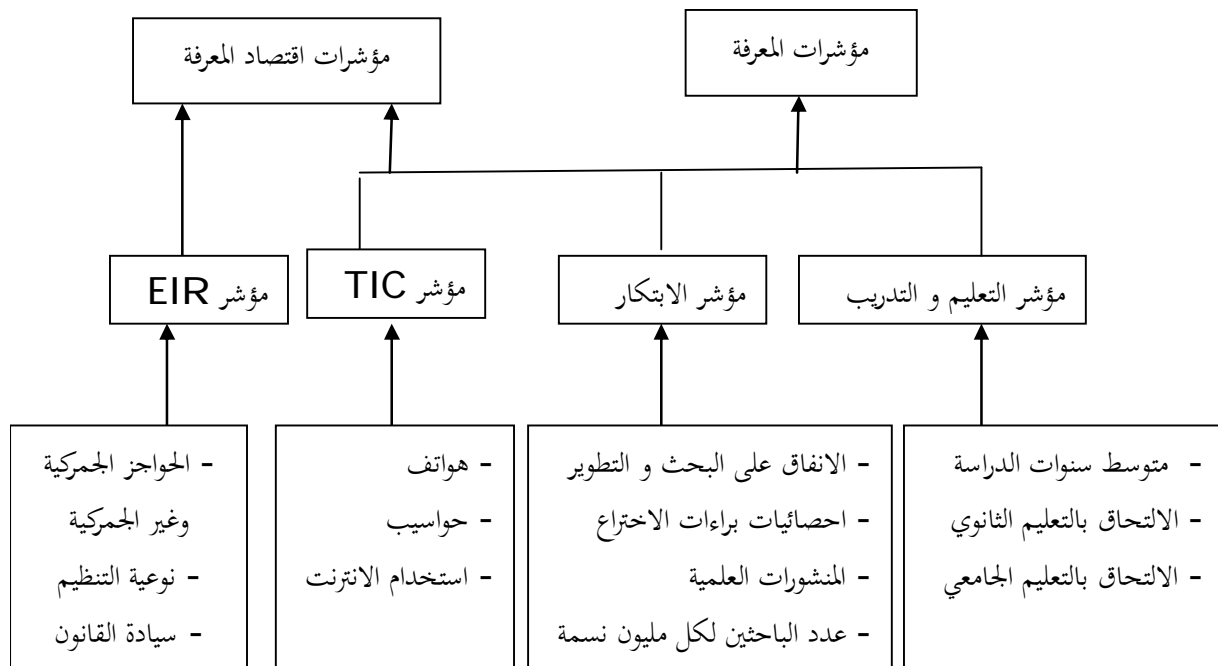
¹ - اللجنة الاقتصادية و الاجتماعية لغربي آسيا (الاسكوا)، رؤية مقترحة لتعزيز قطاع المعلومات و الاتصالات من أجل مواكبة تحديات اقتصاد المعرفة في منطقة الاسكوا، الأمم المتحدة، على الموقع: css.escwa.org.lb/ICTD/1433/24a.pdf ، ص5.

- دور القوانين و التشريعات السيبرانية التي تعد مقياسا لمقدار الثقة التي يعدها العميل مؤشر على قدرته على العمل و الاستثمار في هذه البيئة الرقمية.

ثانيا: مؤشرات الاقتصاد المعرفي (Knowledge Economy Index KEI)

استنادا إلى الركائز الأربعة الأساسية للاقتصاد المعرفي، فقد حدد البنك الدولي مؤشر الاقتصاد المعرفي (Knowledge Economy Index KEI)، و الذي يعتبر الأكثر استخداما لقياس اقتصاد المعرفة، ونعني بهذا المؤشر: قياس قدرة البلد على خلق، توظيف، نشر و استخدام المعرفة في التنمية الاقتصادية. وقد وضع هذا المؤشر كوسط حسابي بسيط لأربعة مؤشرات مفتاحية، التي تمثل الركائز الأساسية لولوج اقتصاد المعرفة، و هي مؤشر التعليم و التدريب، مؤشر الابتكار و مؤشر تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات، التي تمثل مؤشرات المعرفة Knowledge Index (KI)، إضافة إلى مؤشر الحوافز الاقتصادية. و يبين الشكل الموالي مؤشرات اقتصاد المعرفة حسب البنك الدولي:

الشكل رقم 05: مؤشرات اقتصاد المعرفة



Sources: Knowledge Economy Index (KEI) 2012 Rankings, the World Bank's Knowledge Assessment Methodology (KAM: www.worldbank.org/kam).

من خلال الشكل السابق تتجسد مؤشرات اقتصاد المعرفة في¹:

1. **التعليم والتدريب (Education and Training)**: تسمح هذه المؤشرات بتقييم المعارف و المهارات المكتسبة خلال عملية التعليم و التدريب، و التي تسمح بخلق، وتبادل، واستخدام المعرفة في المجتمع، ومن بينها: معدل محو الأمية لدى الكبار، متوسط سنوات الدراسة، المعدل الإجمالي للالتحاق بالمرحلة الثانوية، المعدل الإجمالي للالتحاق بالمرحلة الجامعية...

2. **الابتكار وتبني التكنولوجيا (Innovation and Technological Adoption)**: توفر منظومة ابتكار تتمتع بكفاءة عالية، كالشركات، مراكز البحوث، الجامعات و المستشارين، وغيرها من المنظمات، التي تكون قادرة على الاستفادة من تزايد المخزون العالمي من المعارف، استيعابه و تكييفه مع الاحتياجات المحلية و خلق تكنولوجيا جديدة. و من بين هذه المؤشرات: الإنفاق على البحث و التطوير، إحصائيات براءات الاختراع، المنشورات العلمية، عدد الباحثين لكل مليون نسمة...

3. **بنية تحتية تكنولوجية حديثة للمعلومات والاتصالات (Information and Communications Technologies Infrastructure)**: تعد البنية التحتية للمعلومات و الاتصالات القاعدة الأساسية التي تنمو عليها أنشطة الاقتصاد المرتكز على المعرفة، باعتبارها أمراً ضروريا لتسهيل التواصل الفعال و نشر المعلومات واستخدامها، و يضم هذا المؤشر:

- مؤشرات إنتاج تكنولوجيا المعلومات والاتصالات: تسارع تطور و تجدد المنتجات في مجال إنتاج تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات، من البرمجيات و الالكترونيات و الحاسبات...

- مؤشرات نشر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات: عدد مستخدمي الهواتف (لكل 1000 نسمة)، عدد مستخدمي الكمبيوتر (لكل 1000 نسمة)، عدد مستخدمي الانترنت (عن كل 10000 نسمة).

4. **الحوافز الاقتصادية والنظام المؤسسي (Economic Incentive and Institutional Regime)** ((EIR)): و ذلك بتوفير الحوافز التي تعزز الاستخدام الفعال للمعرفة الموجودة والجديدة وازدهار ريادة الأعمال، و من أهمها: الحوافز الجمركية وغير الجمركية، نوعية التنظيم والضبط، سيادة القانون، حقوق الملكية...

¹ - Knowledge Economy Index (KEI) 2012 Rankings, The World Bank, <http://siteresources.worldbank.org/INTUNIKAM/Resources/2012.pdf>

المبحث الثالث: اتجاهات الاقتصاد المعرفي عالميا و عربيا

نهتم في هذا المبحث بتقديم رؤية شمولية للاقتصاد المعرفي على المستوى العالمي و العربي، مع التركيز على التفاوت الكبير بين دول الشمال و الجنوب في مجال التحكم في مصادر الاقتصاد القائم على المعرفة، مما زاد من توسع الفجوة الرقمية بشكل كبير جدا. كما سوف نتعرض إلى تقييم مكانة الجزائر في العالم ضمن هذا المسار المتسارع من التطور العالمي.

المطلب الأول: الرؤية العالمية لاقتصاد المعرفة

حسب آخر تصنيف عالمي للبنك الدولي لمعدل مؤشر اقتصاد المعرفة في عدة مناطق من العالم، تصدر كل من أمريكا الشمالية، و أوروبا و آسيا الوسطى هذه القائمة، بمعدل 8,80 و 7,47 على التوالي، ثم تأتي كل من منطقة شرق آسيا و المحيط الهادي، و أمريكا اللاتينية، بمعدل 5,32 و 5,15. في حين تحتل منطقة الشرق الأوسط و شمال أفريقيا المرتبة الخامسة بمعدل 4,74. أما جنوب آسيا و أفريقيا فقد احتلتا مؤخرة الترتيب بمعدلات متدنية بلغت 2,84 ، 2,55 على التوالي¹.

و تمثل دول الشمال الأوربي الدول الأفضل أداء في مجال مؤشرات اقتصاد المعرفة*، حيث احتلت السويد المركز الأول عالميا في اقتصاد المعرفة سنة 2000 و 2012، و المرتبة الثانية في 2008، و تظهر قوة بشكل خاص في مجال الحوافز الاقتصادية، الابتكار و تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، مع تراجع طفيف في التعليم (المرتبة السادسة)، ويرجع ذلك أساسا إلى انخفاض معدلات الالتحاق بالثانوي والجامعي. ولقد عرفت فنلندا قفزة نوعية بانتقالها من المرتبة الثامنة عام 2000 إلى المرتبة الثانية في 2012، ويعزى ذلك لجهودها الكبيرة في مجال الركائز الأربعة للاقتصاد المعرفي. أما بالنسبة للدنمارك فلم تتجاوز المرتبة الثالثة بين 1995 و 2012، كما هو الحال بالنسبة لهولندا التي لم تتجاوز المرتبة الخامسة. في حين حافظت النرويج على الترتيب الخامس ما بين 2008 و 2012.

و تبدوا ركائز اقتصاد المعرفة الأربعة جد متطورة و متوازنة في هذه البلدان، و التي تتميز بالأداء القوي وخاصة في مجال الحوافز الاقتصادية (EIR) بتمركز لا يتعدى الرتبة العشرة، ومع حد أقل في عمود التعليم، مع أن رتبها لم تتجاوز المرتبة الخامسة عشر. أما بالنسبة للولايات المتحدة الأمريكية، فلقد عانت من ضعف في جميع مؤشرات

¹ -World bank, http://info.worldbank.org/etools/kam2/KAM_page5.asp, most recent January 2012.

(*) أنظر الملحق رقم 02، الذي يبين العشر دول الأفضل أداء في مجال مؤشر اقتصاد المعرفة.

الاقتصاد المعرفي، مما أدى إلى تراجعها من المرتبة الأولى عام 1995 إلى المرتبة الرابعة في عام 2000، و بعدها المرتبة الثانية عشر في 2012، فبالرغم أنها لا تزال قوية نسبيا في عمود الابتكار (المرتبة 6) يدعمها عدد كبير من براءات الاختراع والعلوم، والمقالات المنشورة، إلا أنها تتعدى المرتبة العاشرة في بقية الأعمدة الأخرى.

و في ما يخص الركائز الأربعة للاقتصاد المعرفي فقد أظهر هذا التقرير النتائج التالية:

- في مجال الحوافز الاقتصادية (RIE): تحتل سنغافورة المرتبة الأولى، بفضل أدائها القوي في مجال الحواجز الجمركية وغير الجمركية و جودتها التنظيمية العالية، تليها فنلندا، الدنمارك، السويد، الصين، كندا، النرويج، لكسمبورغ و أستراليا على التوالي.
- في مجال الابتكار (Innovation): تحتل سويسرا المركز الأول في مؤشر عمود الابتكار، و يعود ذلك لعدد المقالات المنشورة في المجالات العلمية لكل مليون شخص بمؤشر (1,212) و هو الأعلى بين البلدان. ولقد حققت كل من السويد، فنلندا، سنغافورة، الدنمارك، الولايات المتحدة الأمريكية و إسرائيل، تايوان، الصين و كندا تطورا سريعا في مجال الابتكار، مما جعلها تحتفظ بمكانتها بين العشر دول الأفضل أداء.
- في مجال التعليم (Education): تتمتع كل من نيوزيلندا، أستراليا، النرويج، كوريا، اليونان، أيسلندا، تايوان، الصين، أيرلندا و إسبانيا بأداء قوي جدا في عمود التعليم، مما جعلها تحتل العشر مراتب الأولى على التوالي.
- في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (TIC): حققت البحرين تقدما مذهلا بانتقالها من المرتبة الأربعين سنة 2000 إلى المرتبة الأولى في (2012)، و يعود ذلك إلى ارتفاع عدد مستخدمي الإنترنت لكل ألف شخص و ارتفاع الاختراقات في شبكة الهاتف، كما احتلت السويد المرتبة الثانية، و لكسمبورغ والمملكة المتحدة المرتبة الثالثة و الرابعة على التوالي، وذلك بفضل الزيادة السريعة في أعداد الهاتف وانتشار الإنترنت، في حين سجلت ألمانيا بدورها تقدم ملموس، لتنتقل من المركز التاسع عشر سنة 2000 إلى المركز الثامن سنة (2012). و احتفظت كل من تايوان وهونغ كونغ على حد سواء، بالمرتبة التاسعة و العاشرة على التوالي، بين العشر دول الأوائل في تصنيف ركن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

المطلب الثاني: الرؤية العربية لاقتصاد المعرفة

تتسم الدول العربية بأنها اقتصاديات ساعية للنمو تحاول اللحاق بركب التقدم الاقتصادي، و ما يترتب عن ذلك من تصنيفها ضمن مجموعة البلدان منخفضة و متوسطة الدخل، و لعل ذلك ناتج عن اختلال الهياكل

الاقتصادية و عدم توازن الهياكل الأساسية للإنتاج لاعتمادها غالبا على إنتاج المواد الخام، و بالتالي تختلف في واقعها الاقتصادي و الاجتماعي على البلدان المتقدمة صناعيا، و التي تتمتع بتكامل و توازن هياكلها.

و يبين مؤشر اقتصاد المعرفة و مؤشر المعرفة ببعض الدول العربية، حسب آخر تقرير للبنك الدولي^(*)، الفارق الشاسع بين العالم العربي و بقية دول العالم، بتمركز أغلبية بلدانه في أواخر الترتيب، مع وجود تباين واسع نسبيا في مؤشر اقتصاد المعرفة بين هذه الدول، و حتى بين الركائز المكونة لكل مؤشر في البلد الواحد. و حيث أن مؤشر اقتصاد المعرفة يميز بين أربع مجموعات من البلدان، تجدر الإشارة هنا، أنه لا تظهر أي دولة عربية في الربع الأعلى من بين البلدان التي تتجاوز قيمة مؤشر اقتصاد المعرفة فيها (7.5)، و في المقابل تقع ثماني دول عربية ضمن الربع الثاني، و التي يتراوح مؤشر اقتصاد المعرفة فيها ما بين (5,0-7,5)، و هي دول مجلس التعاون الخليجي الست، و على رأسها الإمارات العربية المتحدة، بتمركزها في المرتبة (46) سنة 1995 و المرتبة (42) في 2012.

كما احتلت كل من، البحرين، عمان، قطر، الكويت مراتب متقاربة ما بين (36) و (65) خلال الفترة (2012-1995)، حيث تجاوز مؤشر اقتصاد المعرفة بها (5.0)، و حققت المملكة العربية السعودية تحسنا كبيرا في مؤشر اقتصاد المعرفة، بانتقالها من المرتبة (72) إلى المرتبة (50)، لتأتي بعد ذلك كل من الأردن و لبنان، بمؤشر تراوح ما بين (4.56 و 5.55)، خلال الفترة (2012-1995). في حين تقع سبع دول عربية في الربع الثالث بمؤشر يتراوح ما بين (2,5-5,0)، و هي تونس، مصر، المغرب، الجزائر، ليبيا، سوريا، و العراق. أما بالنسبة لبقية الدول العربية فتأتي في الربع الأدنى ضمن التصنيف مع نتائج المؤشر أقل من (2,5)، و هي موريطانيا، السودان، اليمن، جيبوتي و الصومال.

إن هذه النتائج تعكس الواقع الحقيقي للبلدان العربية، إذ تسجل أغلب هذه البلدان تخلفا كبيرا في مختلف مؤشرات الاقتصاد المعرفي، و ذلك كما يلي:

- في مجال الحوافز الاقتصادية: لا يزال الإطار الاقتصادي و المؤسسي في الدول العربية لا يشجع على إقامة قاعدة قوية للولوج إلى الاقتصاد المعرفي، حيث كشف تقرير التنافسية العالمي لعام 2014²، الذي شمل تنافسية (148) دولة، تخلفها في هذا المجال، بدليل تمركز أغلبها في المراتب الأخيرة، باستثناء دول

(*) - أنظر الملحق رقم 3، الذي يبين مؤشرات اقتصاد المعرفة ببعض الدول العربية.

² - The World Economic Forum (WEF), The Global Competitiveness Report 2013 - 2014, www.weforum.org/gcr.

الخليج العربي وعلى رأسها قطر، الإمارات العربية المتحدة، و السعودية التي احتفظت بمكانتها ضمن العشرين دولة الأفضل أداء في مجال الحوافز الاقتصادية.

• **في مجال الابتكار:** كشف تقرير اليونسكو لعام 2010 ، أنه حسب عدد المنشورات العلمية المسجلة في مؤشر اقتباس العلوم الصادر عن مجموعة طومسون رويتر (l'Index de citation de la science de Thomson Reuters SCI)، " أكثر المؤشرات شيوعا في مجال الإنتاج العلمي"، فإن حصة البلدان العربية لا تجاوز (1,4%) من المجموع العالمي لإنتاج المنشورات العلمية، و هي نسبة ضئيلة جدا، خاصة إذا ما قورنت بالولايات المتحدة الأمريكية (28%)، والاتحاد الأوروبي (37%)، الصين (10%) واليابان (8%).

كما تعرف المنطقة العربية نقصا كبيرا فيما يخص التكنولوجيا المبتكرة، فحسب عدد براءات الاختراع المودعة لدى المكاتب المختصة في "المجموعة الثلاثية"، (أي المكتب الأمريكي، الأوروبي و الياباني)، فإن هيمنة الولايات المتحدة الأمريكية على السوق العالمية تبدو واضحة جدا (52,2%)، تليها في ذلك كل من اليابان (21,4%)، ألمانيا (6,2%)، الصين (4,7%) و كوريا الجنوبية (4,1%). أما بالنسبة للدول العربية فالنسبة تكاد تكون معدومة (0,1%)¹.

و فيما يخص الإنفاق على البحث والتطوير (R&D) كنسبة من الناتج المحلي الإجمالي (PIB)، تحتل السويد مقدمة الدول، تليها اليابان، فنلندا، الولايات المتحدة الأمريكية، ألمانيا، فرنسا، المملكة المتحدة و كندا، بحيث تنفق هذه الدول ما يتجاوز (2%) من ناتجها المحلي على البحث و التطوير، كما عرفت حصة الصين، سنغافورة، الهند، و كوريا الجنوبية ، البرازيل زيادة كبيرة في السنوات الأخيرة. في حين يعد العالم العربي المنطقة الأقل ديناميكية من حيث الاستثمار في البحث والتطوير، حيث لا تتجاوز مخصصات ما تنفقه الدول العربية على البحث و التطوير في الغالب (0.2%). و تعد تونس، مصر، الأردن، الكويت، السعودية، و الإمارات من بين الدول العربية الأكثر استثمارة في المعرفة، مخصصة ما يقارب (0.4%) من ناتجها المحلي الإجمالي على البحث و التطوير، في حين قد تنخفض الأرقام بالنسبة للمنطقة إلى (0.1%).

¹ - RAPPORT DE L'UNESCO SUR LA SCIENCE, L'état actuel de la science dans le monde, <http://www.unesco.org/new/fr/natural-sciences/science-technology/prospective-studies/unesco-science-report/unesco-science-report-2010/>, pp 9-13, بتصرف من الباحثة.

و فيما يتعلق بعدد الباحثين يتجلى التركيز الهائل للباحثين على المستوى العالمي في كل من الولايات المتحدة، الاتحاد الأوروبي و الصين، بنحو (20٪) من عدد الباحثين في العالم، تليها في ذلك اليابان بنسبة (10٪) و روسيا (7٪). في المقابل لا تضم قارتي أمريكا اللاتينية وأفريقيا سوى (3.5٪) و (2.2٪) على التوالي. و لا تضم الدول العربية سوى ما يقارب (1.7٪) من عدد الباحثين في العالم.

• **في مجال التعليم:** إن تحليل النظام التعليمي على مستوى الوطن العربي، يبين الضعف الكبير الذي يعاني منه هذا الأخير، بسبب التركيز على الكم من مخرجات التعليم دون الكيف، و بهذا لم تتمكن من تلبية احتياجات سوق العمل المحلي، من حيث التأهيل المناسب و إبراز الكفاءات العلمية. و رغم الجهود العربية لتحسين نوعية التعليم، غير أن هذه التطورات لا تزال بطيئة جدا بسبب العديد من المشاكل، منها¹: ارتفاع نسبة الأمية، انخفاض نصيب الفرد من الإنفاق على التعليم، و كذا تدهور نوعية التعليم وضعف القدرات التحليلية و الابتكارية نتيجة تدني التحصيل المعرفي.

• **في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات:** إن مؤشرات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بالمنطقة العربية تظهر أنها تحتاج إلى المزيد من الاهتمام و الدعم الاستراتيجي، فرغم تحسن نسبة الاشتراك في الهواتف المحمولة والثابتة وفي عدد مستخدمي الانترنت، إلا أنها تبقى أقل بكثير من المعدلات العالمية، وتتصدر دول مجلس التعاون الخليجي المراتب الأولى، و على رأسها قطر، البحرين، الإمارات العربية، السعودية، و يرجع ذلك إلى ارتفاع عدد مستخدمي الانترنت، و عدد مشتركى الهواتف المحمول و الهاتف الثابت، تليها كل من عمان والأردن، ثم تونس والمغرب، لبنان، مصر و بعدها الجزائر.

و على هذا الأساس لا تزال البنية التحتية للاتصالات في الدول العربية ضعيفة و ذات ملامح خاصة نذكر منها²: احتكار الحكومات لتكنولوجيا المعلومات و الاتصالات، الشيء الذي لا يخلق المنافسة بين المتعاملين، وبالتالي عدم تلبية طلبات جميع الزبائن كما ونوعا، ضعف الإنفاق على تقنيات المعلومات و الاتصالات، و كذا ارتفاع تكلفة هذه الأخيرة.

¹ - جمال داود سلمان، اقتصاد المعرفة، دار البازوري، 2009، ص 160.

² - الاتحاد الدولي للاتصالات، تقرير حول تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المنطقة العربية، الواقع و الأفاق، 2012، ص ص 10-14، بتصرف من الباحثة.

المطلب الثالث: واقع اقتصاد المعرفة بالجزائر

لقد هيئت الجزائر، في إطار تنفيذ السياسة القطاعية للبريد و الاتصالات منذ سنة 2000، محيطا قانونيا ومنظميا محفزا لروح المنافسة و مساعدا على تحسين الاستفادة من خدمات الاتصالات، لاسيما في الهاتف النقال، لكنه في المقابل لم تنتهج إستراتيجية واضحة ومنسجمة من شأنها تجسيد مجتمع معلومات حقيقي واقتصاد رقمي. و يتضح من تحليل مكانة الجزائر أنها لازالت بعيدة عن الاقتصاد المعرفي، رغم المشاريع الهامة التي شرعت في إنجازها مؤخرا، و لعل أبرزها مشروع الحظيرة الالكترونية بسيدي عبد الله نحو 30 كم غرب العاصمة، والذي خصص له مبلغ 22 مليار دينار من مخطط الإنعاش الاقتصادي، و هو مبلغ متواضع بالنظر إلى أهمية المشروع، ومع ذلك فهي خطوة هامة جدا، خاصة و أنه من المقرر تشييد مدن أخرى مماثلة في مناطق أخرى من الوطن: وهران، عنابة، سطيف... الخ، الهدف منها تطوير التكنولوجيات الحديثة في الإعلام والاتصال في الجزائر، من خلال آليات متعددة، نذكر منها: البحث و التطوير المتخصص، التكوين، إنشاء محاضن للمؤسسات...¹

كما أن و في إطار البرنامج العمومي للتنمية الاقتصادية والاجتماعية 2010-2014 تم تخصيص ميزانية قدرها (150) مليار دينار من قبل الدولة لتطوير التكنولوجيات الجديدة للمعلومات و الاتصالات. لهذا الغرض، خصص مبلغ (100) مليار دينار جزائري منه، لتنفيذ برنامج الحكومة الإلكترونية «e-algerie» و (50) مليار دينار لتوفير المعدات اللازمة لتعميم تعليم الحاسوب في منظومة التعليم الوطني وتطوير القطاعات الأساسية المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات.²

و بالعودة إلى التقرير السابق للبنك الدولي، نجد أن الجزائر قد شهدت تطورا ملحوظا إلى حد ما، في المؤشرات أو المقاييس الأربعة لاقتصاد المعرفة خلال الفترة (1995-2012)، حيث انتقل مؤشر اقتصاد المعرفة بها من (3,50) في 1995 إلى (3,79) سنة 2012، مما جعلها تنتقل من المرتبة (108) إلى المرتبة (96)، إلا أن وتيرة نمو هذه المقاييس تختلف من مقياس لآخر، كما أن هذه النتائج لا تزال دون المستوى المطلوب، فرغم التقدم المتوسط في مجال الإصلاحات المؤسساتية (التنظيم، التعريفات الجمركية و غير الجمركية)، إلا أن ذلك مازال غير كاف لإحلال مناخ ملائم للاستثمار و لا يزال يتطلب المزيد من الدعم.

¹ - عامر بشر، دور الاقتصاد المعرفي في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك الدولي - دراسة حالة الجزائر -، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم

الاقتصادية وعلوم التسيير، فرع نقود مالية و بنوك، جامعة الجزائر، 2011، 89.

² -agence nationale de développement de l'investissement , secteur des TIC, sur le site <http://www.andi.dz/index.php/fr/secteur-de-tic>, consulté le : 16-11-2014.

و في ميدان التعليم و التدريب لازالت النتائج لا تسجل الأهداف المرجوة و لا سيما على صعيد النوعية. أما فيما يخص تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات (الهاتف الثابت و النقال، الحواسيب، الانترنت)، فرغم أن الجزائر حققت نموا في هذا المجال، إلا أن ذلك لا يزال غير كاف. كما أن ميدان البحث و التطوير (بما في ذلك المنشورات العلمية، عدد الباحثين) مزال دون مستوى متطلبات التنافسية و الاندماج ضمن الاقتصاد المعرفي.

مما سبق يتبين أن مكانة الجزائر تسجل تأخرا كبيرا في مجال مؤشرات المعرفة، حيث أنها لا تزال بعيدة حتى عن الدول العربية، باحتلالها المرتبة الثانية عشر، و هذا أمر يكاد يكون غير معقول في بلد يتوفر على إمكانيات اقتصادية ممتازة. و عليه و من أجل سد هذا الفارق، يتطلب اقتصاد المعرفة تحقيق تقدم متوازن في جميع الميادين، بما فيها: التربية و التعليم، الابتكار، و تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، و الحوافز الاقتصادية.

المطلب الرابع: الفجوة الرقمية و المعلوماتية

إن توجهات العالم اليوم تذهب إلى ما يسمى بالاقتصاد الرقمي، الذي يعتمد بدرجة كبيرة على استخدام أدوات ثورة تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات، مما خلق صراعا بين الدول المتقدمة لاحتكار توليد التقنيات المتقدمة و استخدامها، مع جعل الدول النامية مقتصرة على استهلاك هذه المنتجات، و هذا ما أدى إلى إحداث فجوة رقمية و معرفية بين الدول المتقدمة و النامية.

أولا - مفهوم الفجوة الرقمية

هي درجة التفاوت في مستوى التقدم، سواء بالاستخدام أو الإنتاج، في مجال الاتصالات و تكنولوجيا المعلومات بين بلد و آخر، أو تكتل و آخر، أو مناطق البلد الواحد¹. و من هنا نجد بأن الفجوة الرقمية هي تلك الفجوة التي تفصل بين من يمتلكون المعرفة والقدرة على استخدام التقنيات الحديثة، وبين من لا يملكون هذه المعرفة وتلك القدرة.

ثانيا - أسباب الفجوة الرقمية في العالم العربي: تعد الفجوة الرقمية واحدة من سلسلة العوائق التي يواجهها العالم العربي، لأنها تعيق تسارع النمو الاقتصادي، و تعيق التنمية و الابتكار، و بلوغ الأسواق العالمية. و قد تفسر العديد من العوامل، السياسية، الاقتصادية، التقنية والتكنولوجية، و كذا الثقافية والاجتماعية، أسباب هذه

¹ - نبيل علي، نادبة حجازي، الفجوة الرقمية: رؤية عربية لمجتمع المعرفة، عالم المعرفة، العدد 318، أغسطس، 2005، ص 4.

الفجوة الرقمية الخطيرة، التي أدت إلى ضعف قدرة اقتصاديات الدول العربية، و من بينها الجزائر، على الانتفاع من مضامين اقتصاد المعرفة، و التي يمكن إجمالها فيما يلي¹:

- اعتماد نمط الإنتاج السائد فيها على إنتاج المواد الخام، و على رأسها النفط، و هو ما يضاعف الطلب على المعرفة، و يهدر فرص إنتاجها محليا، و توظيفها بفعالية في النشاط الاقتصادي؛
- محدودية نشاطاتها الاقتصادية وضعف الإمكانيات المتاحة لدى الجهات المختصة التي تتولى القيام بها وإتباعها في الغالب أساليب ووسائل غير متطورة لا تتناسب مع معطيات ومضامين اقتصاد المعرفة؛
- ضعف درجة توفر البنية التحتية التي تسهم في توليد مضامين الاقتصاد المعرفي ومعطياته؛
- إن توطين تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات يحتاج إلى بنية تحتية، وهذا يتطلب إمكانيات مالية هائلة لتغطية تكاليف إنشائها و تطويرها؛
- الاكتفاء بإستيراد التكنولوجيا دون توطينها و استيعابها و توليدها، أي أن المنطقة العربية تفضل تكنولوجيا تسليم المفتاح، استنادا إلى منتجات قابلة للاستخدام على الفور، على حساب التكنولوجيا المحلية، فهي المستهلك الرئيسي للتقنيات، تعتمد اعتمادا كليا على البلدان المتقدمة للرد على احتياجاتها الخاصة، سواء كانت كيميائية أو الصيدلانية، أدوات تقنية و مواد النقل أو الدفاع؛
- تدني مستوى البحث والتطوير العلمي والتكنولوجي و ضعف أدائه في مجال الربط بين البحوث النظرية الأكاديمية و محاولة تطبيقها في المجالات العلمية الإبتكارية، و ذلك بسبب ضعف الإنفاق عليه و عدم الاهتمام بالباحثين؛
- استنزاف العقول العربية من خلال هجرة الباحثين و الكفاءات إلى العالم المتقدم؛
- ارتفاع نسبة الأمية، و كذا الضعف الكمي والنوعي للتعليم، مما أدى إلى ضعف مواردها البشرية و تراجع القدرة على الإبداع والابتكار لديها؛
- تحمل كلف مرتفعة في استخدام التقنيات المتقدمة في الدول النامية إذا تم الأخذ في الاعتبار محدودية الموارد والدخول في هذه الدول، فالإنسان لا يسعى إلى تعلم التكنولوجيا و التطوير و الإبداع، و هو يعاني نقصا في الغذاء و الدواء و المأوى؛
- الجمود المجتمعي و نقص الوعي لدى أفراد المجتمع بأهمية العلم و التكنولوجيا؛

¹ - نفس المرجع، ص ص 39-42، بتصرف من الباحثة.

- غياب الشفافية في تبادل المعلومات و التعاملات، و غياب روح العمل الجماعي والتطوير وحب العمل والابتكار التي يمتلكها الفرد الغربي؛
 - الفجوة اللغوية، خاصة أن أغلب المنتجات التكنولوجية و مواقع الانترنت مبرمجة باللغة الأجنبية، ما أسفر في صعوبة فهمها و ممارستها لدى الدول النامية خاصة الدول العربية؛
 - إن القادة السياسيين العرب لا ينظرون إلى العلوم والتقنية باعتبارها قضية ذات أولوية، وهذا يعكس عدم تقدير العلم و العلماء في المنطقة؛
 - سيطرة قضايا الفقر و الأمراض المعدية و الظروف المعيشية الصعبة على أغلب برامج الحكومات العربية، وبالتالي تبقى مسائل إقامة البنية التحتية و الاستثمار في رأس المال الفكري لتوظيفه في إنتاج التقنية وتحقيق النمو الاقتصادي من المسائل الثانوية.
- انطلاقاً من هذه الأسباب السابقة الذكر، نجد أن مشكلة الفجوة الرقمية هي كبيرة، و أثارها تنعكس بشكل مباشر على شعوبنا العربية مما يستدعي ردم هذه الهوة، من أجل اللحاق بالعصر الرقمي.

خلاصة الفصل

من خلال عرضنا للفصل الأول الذي يمثل المدخل التمهيدي لموضوع الدراسة، و الذي تناولنا فيه تقديم الإطار العام للاقتصاد المعرفي، خلصنا إلى النتائج التالية:

- لقد تزايدت أهمية المعرفة اليوم، بحيث أصبحت مورداً استراتيجياً و مصدراً هاماً لتوليد الثروة و دفع عجلة النمو الاقتصادي، كما أنا أصبحت أهم العوامل المؤثرة و المحددة لما يطلق عليه مجتمع المعرفة، الذي يقوم أساساً على إنتاج، نشر و استخدام المعرفة في جميع مجالات الحياة، مما يتطلب إشراك جميع أطراف المجتمع من حكومة، وقطاع خاص، و أفراد، على نحو فعال في تناول القضايا الاقتصادية، الاجتماعية، السياسية و الثقافية ..إخ؛

- تواجه المؤسسات اليوم تحدياً كبيراً يتمثل في تسريع وتيرة تحويل المعرفة إلى مكاسب مالية، ففي حين كان الاعتماد في السابق على الأصول الثابتة والأصول الملموسة لتحقيق النمو الاقتصادي، يسود اليوم اقتصاد المعرفة حيث الأصول غير الملموسة بأشكالها المتعددة، بالإضافة إلى تكنولوجيا المعلومات وشبكات الحاسبات الإلكترونية هي التي تعمل على تحقيق النمو الاقتصادي وخلق القيمة.

- لقد أصبحت قوة اقتصاد الدول تقاس بمدى الاستثمار في المعرفة و إرساء قواعد الاقتصاد المعرفي، و الذي أضحى الدعامة و الركيزة الأساسية لتحقيق تنافسية المؤسسات و الاقتصاديات العالمية؛

- يعتمد بناء الاقتصاد المعرفي على شقين أساسيين هما: توفير بنية تحتية من تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات، التي يعتمد عليها المجتمع في معالجة المعلومات وبشها بسرعة و دقة، و كذا الاستثمار في تكوين رأس المال الفكري، باعتباره مصدر الإبداع و الابتكار و التجديد، من خلال إعطاء الأولوية للتعليم و التدريب و البحث العلمي؛

- بالرغم من الجهود المبذولة لا تزال الدول العربية، والجزائر خاصة، بعيدة كل البعد عن الاقتصاد المعرفي مما أدى إلى تفاقم الفجوة الرقمية بينها و بين العالم الغربي، نظراً لعدم توفر الإمكانيات المادية و التكنولوجية والاستثمارات الضخمة الخاصة بإنشاء تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، بالإضافة إلى غياب إستراتيجية لإعداد الموارد الفكرية ذات الطابع الإبداعي و الابتكاري.

- في خضم المعوقات و التحديات السالفة، يفترض اليوم على كل المجتمعات العربية إعادة تحديث تكنولوجيا وإداري شامل، لبناء المجتمع و منظماتها الاقتصادية والعلمية و الثقافية، بأسس تصلح لمجابهة تحديات القرن الحادي والعشرين، الذي يعتر مجتمع المعرفة أهم سماته.

و بعد عرض أهم المفاهيم المتعلقة بالمعرفة، و الاقتصاد المعرفي، و واقعه عالمياً و عربياً، سوف نتطرق ضمن الفصل الموالي إلى بحث موضوع رأس المال الفكري، باعتباره الدعامة الأساسية التي يقوم عليها الاقتصاد المعرفي.

الفصل الثاني:

رأس المال الفكري الدعامة الأساسية

للاقتصاد المعرفي

تمهيد

تعيش معظم اقتصاديات العالم في الآونة الأخيرة، في ظل بيئة تتسم بالتغيرات المتسارعة و المستمرة، متمثلة بانفجار الإبداع التكنولوجي، عولمة الأسواق، تزايد الطلب، احتداد المنافسة و توجه الاقتصاديات نحو الاقتصاد المعرفي، مما جعل المؤسسات في صراع كبير و دائم لإيجاد وسائل، أساليب و استراتيجيات فعالة، تؤهلها لإنتاج منتجات ذات جودة عالية، تكون في مستوى تطلعات الزبائن و تسمح لها بالبقاء في السوق.

و لقد فرضت هذه التحديات على المنظمات مهمة جديدة و حرجة، تتمثل في الاعتماد المتزايد على تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات، و ضرورة استقطاب نوعية جديدة من الموارد البشرية، تتميز بمعارف عالية وقدرات متميزة، يطلق عليهم بـ "رأس المال الفكري"، و العمل على الاستثمار فيه و المحافظة عليه، باعتباره قادرا على إضافة ابتكارات جديدة تساعد في صنع الاختلاف و التميز، و الذي أصبح المورد الدائم و المتجدد لخلق القيمة و تعزيز تنافسية المنظمة في ظل الاقتصاد الجديد.

و ضمن هذا السياق نهدف من خلال هذا الفصل إلى بحث موضوع رأس المال الفكري، من خلال عرض أهم المفاهيم المرتبطة به، نشأته و مراحل تطوره، أهميته و آليات بناءه، وكذا التعرف على خصائصه، مكوناته الأساسية و أساليب قياسه و إدارته بالمؤسسات. كما سوف نتطرق إلى علاقته رأس المال الفكري ببعض التحديات الإدارية المعاصرة.

المبحث الأول: الإطار المفاهيمي لرأس المال الفكري

لقد شهد عصر ما بعد الثورة الصناعية ظهور أهمية وقوة رأس المال المادي، و الذي امتدت سيطرته على المفهوم السائد لرأس المال حتى منتصف القرن الماضي تقريبا، لكن و مع بداية ثورة تكنولوجيا المعلومات والحاسوب، وتعاضل دور المعرفة كوحدة إنسانية للثروة القائمة على الخبرات والمهارات وقدرات الأفراد على توليد المعارف الجديدة، ولد مفهوم رأس المال الفكري وتزايد الاهتمام به. و يعتبر رأس المال الفكري من الموارد الأساسية للمؤسسات الحديثة في ظل اقتصاد المعرفة، بحيث أصبح متغيرا مهما ذا تأثير كبير على نجاح أو فشل المؤسسات، مما دفع الكتاب و الباحثين إلى الاهتمام المتزايد به.

المطلب الأول: ظهور و تطور نظرية رأس المال الفكري

لقد مر ظهور و تطور مفهوم رأس المال الفكري بثلاث مراحل أساسية ساهمت في تطويره و بناء استخداماته، و قد حددها (العنزي و صالح، 2009: 157-164) كما يلي¹:

أولا - إضاءات البداية و توجهات الاهتمام بالقابليات البشرية

لقد تميزت هذه المرحلة بتسليط الاهتمام على القابليات البشرية عامة، (فكريا، جسديا و أداء)، حيث شدد الانتباه إلى أهمية المورد البشري و ضرورة دراسته، بوصفه عاملا مكملا لرأس المال المادي. و تعود بدايات الاهتمام بالقابليات البشرية إلى القرن السابع عشر، حين أكد الاقتصادي (Petty William) على فكرة اختلاف نوعية العمالة و تأثيرها على الإنتاجية، و التي صارت فيما بعد يعبر عنها بمصطلح "رأس المال البشري"، ثم استمرت جهود الاقتصاديين في هذا الاتجاه، ففي عام (1776)، أشار (Adam Smith) في كتابه: "ثروة الأمم" إلى تأثير خبرة العاملين و معارفهم و مهاراتهم في العملية الإنتاجية و جودة المخرجات، و من ثم التأكيد على ضرورة تحديد الأجور على أساس الجهد المبذول.

كما أكد الاقتصادي (Alfred Marshall) في عام (1890)، على ضرورة الاستثمار في البشر بقوله: "إن أتمن ضروب رأس المال هو ما يستثمر في البشر"، و ذلك لأن رأس المال البشري يتميز بسمة لا تتوفر في غيره من رؤوس الأموال، و هي أن منحى إنتاجيته يتصاعد بنفس اتجاه منحى خبراته و مهاراته، التي لا تتوقف إلا بانتهاء

¹ - سعد علي العنزي، أحمد علي صالح، إدارة رأس المال الفكري في منظمات الأعمال، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع، عمان الأردن، 2009، ص ص 157-164، بتصرف من الباحثة.

عمره الزمني، بمعنى أنه لا يخضع لقانون المنفعة المتناقصة. و جاء عام (1906)، ليشهد ظهور الأساس الفعلي لنظرية رأس المال البشري المعاصرة على يد الاقتصادي (Fisher Irving) عندما، أدخل رأس المال البشري في مفهوم رأس المال العام، بتأكيده على أن جميع أنواع المخزون يمكن أن تكون رأس مال عندما تقدم خدمات، حتى وإن كان الظاهر أو الصريح منها هو البشر نفسه.

و لقد توسع بعد ذلك (Schultz, 1960) في نظرية رأس المال البشري، من خلال اعتباره فئة من رأس المال مستقلة عن رأس المال التقليدي، حيث أكد على ضرورة اعتبار مهارات ومعرفة الأفراد، كأحد أشكال رأس المال الذي يمكن الاستثمار فيه. و لقد بنى شولتز مفهومه لرأس المال البشري على ثلاث فروض أساسية، و هي¹:

- أن النمو الاقتصادي الذي لا تفسره زيادة المدخلات المادية، يرجع إلى زيادة تراكم رأس المال البشري؛
- يمكن تفسير الاختلاف في الإيرادات، وفقا للاختلاف في مقدار رأس المال البشري المستثمر في الأفراد؛
- يمكن تحقيق العدالة في الدخل من خلال زيادة نسبة رأس المال البشري إلى رأس المال التقليدي.

و بذلك ركز على أهمية التعليم في تنمية الموارد البشرية و في ارتفاع الدخل الحقيقي للعامل و زيادة الثروة.

كما يعد (Becker, 1964)، أحد أهم الباحثين الذين ساهموا بأبحاثهم في تطوير نظرية رأس المال البشري، مبينا بأن الاستثمار في العنصر البشري، من خلال التعليم و التدريب، يحقق عائد أكبر من العائد الذي يمكن الحصول عليه في أي مجال آخر، و أن العائد الاجتماعي يفوق العائد الخاص، من خلال نشر و تطوير المعرفة الاقتصادية. و دفع الاهتمام بمفاهيم الاستثمار البشري (Mincer, 1974)، إلى محاولة قياس التكلفة والمنفعة الاقتصادية المترتبة على الاستثمار في التعليم والتدريب، و لذلك فقد استخدم مفهوم رأس المال البشري في بناء نموذج يهدف إلى تفسير الانحرافات في توزيع الإيرادات، حيث تمثل الاختلافات بين الوظائف، وفقا للنموذج، انعكاسا لاختلاف الفترة التدريبية، وبالتالي الاختلافات في توزيع الدخل بين الوظائف، بينما تعكس الاختلافات داخل الوظيفة الواحدة نمو وتحسين الخبرة الإنتاجية بتقدم عمر الفرد².

و بناء على ما سبق، يمكن القول أن نظرية رأس المال البشري، قد تطورت بالفعل، و بسرعة خلال مرحلة الستينات من القرن العشرين على أيدي علماء اقتصاديين متخصصين، كما أصبح لها تطبيقات واسعة في العلوم الإدارية و الاقتصادية و الاجتماعية و السياسية.

¹ - بوزيان عثمان، اقتصاد المعرفة مفاهيم و اتجاهات، الملتقى الدولي حول التنمية البشرية و فرص الاندماج في اقتصاد المعرفة، 04-05 مارس، جامعة ورقلة، الجزائر، 2004، 242، نقلا عن رابوية حسن، إدارة الموارد البشرية، 2002.

² - نفس المرجع، ص244.

ثانيا - تلميحات المفهوم و توجه الاهتمام بالقابلية الذهنية

مع بداية ثمانينات القرن العشرين، أصبح المديرين، الأكاديميون و المستشارون، في جميع أنحاء العالم، واعين نوعا ما بأن الموجودات غير الملموسة التي تمتلكها المؤسسات، كانت غالبا المحدد الرئيسي لأرباحها، حيث لاحظ (Hiroyuki) عام (1980)، و جود تباين في أداء الشركات اليابانية، و تأكد بعد دراسته أن الموجودات غير الملموسة هي سبب التباين في عوائد الشركات، لأنها قابلة للاستخدام المتعدد و المتزامن (Harrison & Sullivan, 2000).

و في عام (1986)، نشر (Karl-Eric Sveiby)، و هو مدير شركة نشر صغيرة، كتابا باللغة السويدية عنوانه "شركة معرفة كيف" (The Know-How Company)، إذ أوضح فيه ضرورة الاهتمام بالموجودات غير الملموسة و كيفية إدارتها، لأنها تمثل المصدر الحقيقي لبقاء الشركة و نموها (Sveiby, 1986: 13). كما أنشأ (Patrick Sullivan)، و هو مستشار متخصص في استخراج الأرباح و الفوائد من التكنولوجيا، عام (1989) و لأول مرة، نشاطا استشاريا قابلا للتطبيق، يركز على كيفية استخراج القيمة من الإبداع من وجهة نظر تجارية (Harrison & Sullivan, 2000: 33).

و لقد شهدت البدايات المبكرة لتسعينات تنويجا للجهود السابقة، تمثل بثلاث أحداث أولها: عام (1990) عندما أطلق (Ralph Stayer)، مدير شركة (Johnsonville) للأطعمة، أول مرة، مصطلح رأس المال الفكري، بقوله: " أن الموارد الطبيعية كانت تمثل أهم موجودات الشركات، بعد ذلك أصبح رأس المال ممثلا في النقد والموجودات الثابتة هو أهم مكونات الشركات و المجتمع، أما الآن فقد حل محل، المصادر الطبيعية، النقد والموجودات الثابتة "رأس المال الفكري"، الذي يعد أهم مكونات الثروة القومية وأعلى موجودات الشركات" (Stewart 1997 :5)، ثانياها: عندما نشر (Stewart, 1991) مقالة بعنوان: "القوة الذهنية"، وثالثها في نفس السنة عند تعيين (Leif Edvinsson) أول مدير في العالم لرأس المال الفكري من قبل شركة التأمين السويدية (Skandia).

ثالثا - تكثيف الجهود البحثية و ولاة النظرية

في منتصف التسعينات من القرن العشرين تكاثفت الجهود البحثية حول موضوع رأس المال الفكري، في محاولة لإيجاد فهم مشترك فيما بين الباحثين و الاتفاق على مبادئ و ممارسات هذا الموضوع، ففي عام (1993)،

اهتمت شركة (Dow Chemical) بتطوير الأرباح و المنافع الجديدة، من خلال تطوير الأفكار و القدرات الإبداعية التي أهملتها سابقا. و في عام (1995)، عقد اجتماع بعد اتفاق كل من (Edvinsson, Retrash & Sullivan) عرف بـ "إدارة رأس المال الفكري"، شارك فيه ثماني شركات من أصل اثني عشر، بحيث تضمن عددا من المسائل أهمها: محاولة إيجاد تعريف موحد لرأس المال الفكري، أهم عناصره و كيفية استخراج القيمة منه.

و شهد عام (1999)، انعقاد الندوة الدولية لرأس المال الفكري في أمستردام، و تركزت جهودها حول مناقشة أهداف رأس المال البشري، و اتجاهاته، و طرائق قياسه، و مستوياته، و أبعاده. كما عقد بكندا في (2001) المؤتمر الدولي الرابع لإدارة رأس المال الفكري و بنيويورك (2000-2003) مؤتمرين حول رأس المال الفكري وإدارته، إضافة إلى عدد من الدراسات و الرسائل الجامعية التي كتبت في هذا الموضوع بعد ذلك. ولقد توصلت الجهود آنفة الذكر إلى إيجاد نظرية لرأس المال الفكري، حيث صيغت افتراضات النظرية على النحو الآتي (العنزي، 2001):

- أن قيمة رأس المال الفكري كموجود غير ملموس يتجاوز قيمة الموجودات الملموسة بعدة مرات؛
- أن رأس المال الفكري هو المادة الأساسية التي تتولد منها النتائج المالية؛
- أن المقياس المالي لرأس المال الفكري يمثل الفرق بين القيمة الدفترية للشركة و القيمة السوقية لها؛
- أن رأس المال الفكري يعد أداة تحليل استراتيجي؛
- أن رأس المال الفكري إذ تراكم يزيد من إنتاجية المؤسسات.

و قد حددت مبادئ نظرية رأس المال الفكري كما يلي:

- حركية المفهوم: أي أن مفهوم رأس المال الفكري غير ثابت بل حركي متجدد لأنه يمثل قوة فعالة للتكيف مع متغيرات البيئة؛
- الأداء الواقعي: تكشف نتائج رأس المال الفكري من خلال الأداء الميداني في الواقع؛
- الالتزام الحقيقي: الدور الجوهرى لرأس المال الفكري، هو الالتزام العالي في الأداء و الإبداع و التجديد؛
- تكامل المقومات: يعامل رأس المال الفكري كوحدة واحدة متكاملة ذات تفاعل مستمر، و لا يجوز تجزئة مكوناته الأساسية، لأنها لا تعطي صورة واضحة عن الأداء الإجمالي؛
- الفائدة المتعددة: يمكن الاستفادة من رأس المال الفكري في مراحل و عمليات مختلفة في الوقت نفسه؛
- التقويم والقياس: توليد القيمة للمنظمة و تعظيمها يعتمد على القياس و التقويم المستمر.

المطلب الثاني: مفهوم وأهمية رأس المال الفكري

سوف نتطرق فيما يلي إلى استعراض المفاهيم المتعلقة برأس المال الفكري حسب آراء ووجهات نظر الباحثين و الكتاب المختلفين، كما سوف نتطرق إلى تبيان مكانة وأهمية رأس المال الفكري في ظل الاقتصاد الجديد.

أولاً: مفهوم رأس المال الفكري

لقد توسع استخدام مصطلح "رأس المال الفكري" مؤخراً، وأصبح ينظر إليه باعتباره ممثلاً حقيقياً لقدرة المنظمة على المنافسة و تحقيق النجاح، بعد أن كانت المصادر الطبيعية تمثل الثروة الحقيقية للمؤسسات، كما تعددت التسميات التي أطلقت عليه، كـرأس المال المعرفي، رأس المال اللاملموس و الأصول غير المادية..، إلا أنه، و في كل هذه التسميات، يعبر عما يقابل رأس المال المادي. و نظراً لحدثة مفهوم رأس المال الفكري، فإنه لم ينعقد بعد اتفاق واضح بين الباحثين حول تحديد مفهوم موحد و متكامل لهذا المصطلح الجديد، و عليه يمكن استعراض بعض مفاهيم رأس المال الفكري حسب وجهات نظر الباحثين و الكتاب المختلفين من خلال الجدول الموالي:

الجدول رقم 03: المفاهيم المختلفة لرأس المال الفكري

الباحث و السنة	مفهوم رأس المال الفكري
(Marshall,1965)	جزء كبير من المعرفة و التنظيم و هي أكبر محرك للإنتاج
(Drucker, 1990)	مهارات العاملين و معارفهم المتميزة، و التي لا يوجد من يمتلكها في المؤسسات الأخرى.
(Stayer,1990)	"القدرة العقلية التي تمثل الثروة الحقيقية للمنظمات، و التي لم يتابعها المحاسبون مثلما يتابعون النقد والموجودات وغيرها".
(Edvinsson,1991)	"الموجودات الفكرية التي تتجاوز قيمتها الموجودات الأخرى التي تظهر في الميزانية، وتتكون هذه الموجودات من نوعين، بشري: يمثل مصدر الابتكار و التجديد، و هيكلية: يمثل الجزء المساند للبشري، كنظم المعلومات، قنوات التسويق، و علاقات الزبائن".
(Hamel, 1994:19)	" قدرة متفردة تتفوق بها المنظمة على منافسيها، تتحقق من تكامل مهارات مختلفة وتسهم في زيادة القيمة المقدمة للمشتريين، و هي مصدر من مصادر الميزة التنافسية".
(Webster, 1995:136)	" صفة للقياديين التحويليين، تمثل قدرتهم على تحويل التقنية من البحث إلى التصنيع بنجاح عال يساهم في بقاء المنظمة في عالم المنافسة لمدة طويلة".
(Brooking, 1996 : 112)	مصطلح يأخذ بربط الموجودات غير الملموسة للمنظمة، و التي تمكنها من أداء أعمالها.
(Youndt, et. al,1996:839)	" قدرات متميزة يتمتع بها عدد محدود من الأفراد العاملين في المنظمة، تمكنهم من تقديم إسهامات فكرية، تساعد المنظمة على زيادة إنتاجيتها و تحقيق مستويات أداء عالية مقارنة بالمنظمات المماثلة".

"امتلاك المنظمة نخبة متميزة من العاملين على كافة المستويات، و هذه النخبة لها القدرة على إعادة تركيب و تشكيل النظام الإنتاجي بطرق متميزة".	(Spender ,1996 :46)
"المادة الفكرية المتكونة من المعرفة، المعلومات، المهارات وكذا الخبرات، و التي يمكن وضعها موضع تطبيق بهدف خلق ثروة". و بالتالي ليس كل الأفراد رأس مال فكري، إذ يطلق هذا المفهوم فقط بصفة خاصة على قيمة معرفة العاملين، مهاراتهم و معلوماتهم، أي يشترط أن تكون هذه المعرفة المتميزة (لا يوجد من يملك نفس المعلومات أو نفس المهارات في المنظمات المنافسة) و إستراتيجية (ذات قيمة يمكن للزبون أن يدفع ثمنها للحصول عليها).	(Stewart , 1997 :57)
"الشيء الذي يتحدث كثيرا عن مستقبل المنظمة و فعاليتها، و يمثل أفضل مقياس للأداء يتم استخدامه".	(Roos&Roos,1997 : 413)
"مجموع المهارات المتوافرة في المنظمة التي تتمتع بمعرفة واسعة، تمكنها من جعل المنظمة عالمية، من خلال الاستجابة لمتطلبات الزبائن و الفرص التي تتيحها التقنيات".	(Ulrich,1998:126)
"الموجودات التنافسية التي تقوم بعملية التطوير الخلاق و الاستراتيجي، المعتمدة على الابتكار و التجديد، الذي يعد المفتاح المؤدي إلى البقاء في بيئة العمل المتغيرة بسرعة".	(Hansen , et al, 1999:106)
"زيادة قدرة مؤسسات المجتمع على التكيف، من خلال تطوير منتجاتها و تقنيات إنتاجها و خفض تكاليفها، و ذلك بفضل تطوير و تنمية الإبداع، و التعلم المؤسسي، والاستثمار في البشر تعليما و تدريباً".	(عاشور، 1998: 1)
"المعرفة المفيدة التي يمكن توظيفها واستثمارها بشكل صحيح لصالح المنظمة". و هو يعد الفكر الذي يكمن في ذهن الأفراد، لا يمكن لمسه، ولا رؤيته، أو قياسه، أو تقديره بثمن".	(العنزي، 2001: 117)
"جزء من رأس المال البشري للمنظمة، يتمثل بنخبة من العاملين الذين يمتلكون مجموعة من القدرات المعرفية والتنظيمية دون غيرهم، و تمكنهم هذه القدرات من إنتاج الأفكار الجديدة أو تطوير أفكار قديمة، التي تمكن المنظمة من توسيع حصتها السوقية، و تعظيم نقاط قوتها، و جعلها في موقع يمكنها من اقتناص الفرصة المناسبة. و لا يتركز رأس المال الفكري في مستوى إداري معين دون غيره و لا يشترط توفر شهادات أكاديمية لمن يتصف به، بل يكفي توفر الكم المعرفي المتميز، امتلاك الخبرات و التجارب، وكذا المقدرة العقلية القادرة على توليد الأفكار الجديدة، والتي تضمن للمنظمة امتلاك ميزة تنافسية".	(المفرجي و صالح، 2003)
"هو مجموعة الأفراد اللذين يستخدمون عقولهم أكثر من استخدامهم أيديهم، لأنهم يمتلكون خبرات، قيم، ثقافة، و قدرة على الابتكار و الإبداع، من أجل إيجاد حل متخصص أو خلق قيمة".	(Awad&Gaziri , 2004)
"مجموع رؤوس الأموال البشرية و المادية و الهيكلية، التي بلغت مستوى الكفاءة لتحسن الأداء و بالتالي تجعل قيمة المنظمة السوقية أكبر من قيمتها الدفترية".	(Chen, et. Al , 2005)

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على (المفرجي و صالح، 2003، ص ص 15-18)؛ (سعد العنزي و صالح،

2009، ص ص 167-169).

من خلال الرؤى سألقة الذكر حول تعريف رأس المال الفكري، يمكن استنتاج ما يلي:

- هناك تركيز على ارتباط رأس المال الفكري بالمعرفة البشرية؛
 - يمثل قدرة عقلية ذات مستوى معرفي عالٍ و متميز تملكها مجموعة محدودة من العاملين دون غيرهم؛
 - يمثل موجودات فكرية غير ملموسة مما يصعب عملية قياسه بدقة؛
 - سريع الفقدان و الزوال، كما يتزايد بالاستعمال؛
 - يمثل الفرق بين القيمة الدفترية للشركة والقيمة السوقية لها؛
 - لا ينشأ رأس المال الفكري من فراغ، بل يحتاج إلى بناء داخل الشركة، من خلال استقطابه، صناعته، ثم تطويره و المحافظة عليه؛
 - في حالة ترصين بناءه داخل الشركة، يصبح بمثابة السلاح التنافسي لها ويضمن لها البقاء في عالم الأعمال.
 - ليس كل مهارات، معارف و خبرات العاملين تعد رأس مال فكري، و لكن يمكن عدّها كذلك، إذا ما كانت متميزة، بحيث لا تملك مثلها المنظمات المنافسة، إلى جانب أن تكون إستراتيجية إلى المستوى الذي يجعل الزبون يدفع ثمنًا للاستفادة منها على شكل منتجات و خدمات متميزة.
- و لدى تحليل الأركان السابقة يتضح الفرق بين رأس المال الفكري و المادي من خلال الجدول الموالي:

الجدول رقم 04: المقارنة بين رأس المال المادي و رأس المال الفكري

البيان	رأس المال المادي	رأس المال الفكري
الميزة الأساسية	مادي ملموس	غير مادي غير ملموس
موقع التواجد	ضمن البيئة الداخلية للشركة	في عقول الأفراد العاملين في الشركة
التمثيل النموذجي	الألة، المعدات، المباني	الأفراد ذوي المعارف والخبرات
القيمة	متناقصة بالإنذار	متزايدة بالابتكار
نمط خلق الثروة	بالإستخدام المادي	بالتركيز والإنتباه والخيال الواسع
المستخدمون له	العمل العضلي	العمل المعرفي
الواقع التشغيلي	يتوقف عند حدوث المشاكل	يتوقد عند حدوث المشاكل
الزمن	له عمر إنتاجي وتناقص بالطاقة	ليس له عمر مع تزايد في القدرات الإبداعية

المصدر: نجم عبود نجم، إدارة المعرفة - المفاهيم و الاستراتيجيات و العمليات -، 2008، ص 289.

ثانيا - أهمية رأس المال الفكري

يمثل رأس المال الفكري، أكثر الموجودات قيمة في القرن الحادي والعشرين (Drucker, 1999:75)، و تكمن أهميته في كونه يمثل مجموع القدرات الإبداعية و الابتكارية، التي تسمح بتخفيض التكاليف، زيادة إنتاجية و ربحية المؤسسات، و كذا تحسين علاقاتها مع العملاء والموردين بتقديم خدمات ومنتجات مميزة، و بذلك فهو يعد موردا لا غنى عنه لتحقيق التفوق و التميز التنافسي للمنظمات و ضمان بقائها في عالم الأعمال، حيث عبر عنه (Brown, 1988) من حيث الأهمية بقوله: "إن رأس المال الفكري غير المستثمر عملية يمكن تشبيهها بالذهب غير المستخرج". و منه يمكن إجمال أهمية رأس المال الفكري فيما يلي¹:

1 - عامل بقاء للمؤسسة: يمثل وجود رأس المال الفكري بالمؤسسة عاملا هاما لبقائها، واستمرارها، و تطورها في عالم الأعمال، باعتباره يمثل النخبة المتميزة التي تكونت لديها الخبرة العلمية والعملية المتراكمة، و القدرة على القيام بتغييرات و تعديلات جوهرية على كل مهام و أنشطة المنظمة، للتأقلم مع مختلف المستجدات البيئية. ويقول (Ramanathan, 1990) في هذا الصدد: " إن بقاء منظمات المنافسين و استمرارها في الأجل الطويل، رهن بقدرتها على الابتكار المستمر " (غراب، 1994: 175). كما أشار (Stewart , 1999) أن " ثلثي الشركات المصنفة ضمن قائمة ال (500) شركة الثرية سنة 1954، قد اختفت أو لم تعد كبيرة إلى درجة لتحتفل بالذكرى الأربعين لتأسيسها"، حيث حلت محلها شركات صغيرة معتمدة على الأصول المعرفية، أكثر من اعتمادها على الأصول المادية الأخرى.

2 - مصدر هام لتوليد الثروة: يعد رأس المال الفكري مصدرا هاما لتوليد ثروة للمنظمة، إذ يقول (Quinn) من "مدرسة Tic للأعمال عن ذلك: "إن ثلاثة أرباع القيمة المضافة تشتق من المعرفة، والأكثر مما سبق فإن التعلم يسفر عن قوة في الربح، فالأفراد الذين أكملوا دراساتهم العليا يكون لهم دخل يزيد بنسبة 130%، عن أقرانهم الذين لم يكملوا دراساتهم العليا". كما أن رأس المال الفكري قادر على توليد ثروة خيالية من خلال قدرته على تسجيل براءات الاختراع، ففي عام 2000، حققت شركة (IBM - International Business machines) للحواسب و البرمجيات، أكثر من بليون دولار كعوائد لبراءات الاختراع (Koenig, 2000, 1).

¹ - عادل حرحوش المبرحي، أحمد علي صالح، رأس المال الفكري - طرق قياسه وأساليبه المحافظة عليه-، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، 2003، ص 126-131، بتصرف من الباحثة ؛ و أنظرا أيضا سعد علي العنزي، أحمد علي صالح، مرجع سابق ص 172-174.

و أما شركة (Microsystems) الأمريكية لإنتاج الحواسيب، و على لسان مديرها التنفيذي (John Gage)، فقد حققت أرباح تزيد عن (6) مليارات دولار بفضل (6 إلى 8) موظفين فقط يمثلون رأس مالها الفكري (مارتن وشومان، 2003: 24). و حققت شركة (Coca cola) أفضل تقييم و توليد لرأس مالها الفكري، إذ قال (Strassmann) الخبير المتخصص بحساب الموجودات غير الملموسة، إن هذه الشركة التي تبيع الماء و السكر وقليل من الفقاعات، تحقق ثروة عالية، عن طريق معرفتها الحميمة في السوق، و أسهم علامتها التجارية، وعلاقتها مع منافذ التوزيع (نجم، 2004: 424).

3- تأسيس المنظمات الذكية: و هي المنظمات التي تعمل على المزج بين تكنولوجيا الحديثة و ذكاء الأفراد الناتج عن عمليات التعليم و التدريب، و ذلك من خلال نظام قيمي راق يعتمد الشفافية و الإفصاح المعلوماتي، و ينبذ الهياكل الهرمية و المراكز الوظيفية كمبادئ أساسية له¹. و هذا ما يستلزم بالدرجة الأولى، توفر العقول المتميزة بذكائها و قدرتها على استثمار باقي الموارد، و تسخيرها لصالح توسيع مساحة التميز لمنظمتهم.

4- سلاح تنافسي: يتسم رأس المال الفكري بالندرة و عدم قابليته للتقليد قياسا لرأس المال المادي، و منه فإنه يعتبر موردا أساسيا لتحقيق الميزة التنافسية المستدامة، و الكفاءة، و الفعالية التنظيمية لمنظمات الأعمال، وهذا ما دعا مدير التكوين و التدريب في شركة (Shell) النفطية للقول " نحن ملتزمون لأن نصبح منظمة متعلمة و نعتقد أن الميزة التنافسية تكمن في قابلية المستخدمين على التعلم بشكل أسرع، و يؤيده (Stewart) في ذلك بقوله: "إن الفكر الموجود في المنظمة يصبح رأس مالا فكريا عندما، يمكن نشره للقيام بشيء لا يمكن إجراؤه، لأنه يحوي معرفة مفيدة (Brown , 1998). و يحذر (Brooking) من نتائج عدم نشر المعرفة، من خلال قوله: " إن المعرفة بوصفها أصول في المنظمة غالباً ما تغفل، وبالتالي لا تنشر، و السبب يكمن في أنهم لا يحولون المعرفة إلى رأس مال في شركاتهم ولا يعززون القدرات العقلية، التي تبني العمل و تطوره" (Brown , 1998).

5- رأس المال الفكري هو أساس تقدم المجتمعات و المنظمات: إن الذكاء البشري أصبح الآن السلاح الأقوى لتقرير تقدم المجتمعات و المنظمات، و في هذا الصدد يقول (جواهر لال نهرو)² " لا أرى طريقاً أكثر فعالية لمحاربة الفقر غير استثمار العقول و القدرات المتميزة التي تعمل على خلق التكنولوجيا و التقدم". و يوافق في ذلك

^{1,2} - رياض بن صوشة، رأس المال الفكري كمورد استراتيجي لتحقيق الميزة التنافسية في ظل اقتصاد المعرفة (دراسة حالة المؤسسة الوطنية لجيوفيزياء)، بحث مقدم للمشاركة في اليوم الدراسي بالمركز الجامعي بالوادى، الموارد الإستراتيجية الرهان الأقوى لتميز المؤسسات الاقتصادية في ظل الاقتصاد اللامادي، 26-04-2011، ص 09.

(ماوتسي تونغ)، إذ يرى أنه "لا توجد بلاد غير منتجة بل توجد عقول غير منتجة". كما يعضد الآراء السابقة رئيس مجلس الإدارة و المدير العام للصندوق العربي للإئتماء الاقتصادي و الاجتماعي، بقوله: " لم يعد امتلاك الثروات هو العامل الوحيد المحدد لمكانة الدول، بل القدرات العلمية أو امتلاك وسائل المعرفة".

ثالثا - الاستثمار في رأس المال الفكري

1 - مفهوم الاستثمار في رأس المال الفكري

يعرف الاستثمار بشكل عام بأنه: "الموارد المالية التي تخصصها المؤسسة لمشروع استثماري مقترح تنفيذه خلال فترة زمنية معينة، أي إيداع مقدار معين من الأموال في الوقت الحاضر بغية الحصول على مقدار أكبر منه في المستقبل". و يمكن تعريف الاستثمار في رأس المال الفكري على أنه "توظيف الأموال من قبل المؤسسة بغية حصولها على الموارد المعرفية، و التي تتمثل في الموارد البشرية العالية التخصص في مجال المعرفة و إعادة تأهيل و تدريب العاملين فيها، و تكوين الخبرات المعرفية، أو بغية الحصول على المعلومات و خزنها و تحديثها واسترجاعها¹.

و يعرف (Pierrat et Martory, 1996) "الاستثمار اللامادي" باختصار بأنه "الإنفاق في مجال اللاملموسات، أي الإنفاق في ميدان تدعيم الكفاءات البشرية و تطوير التقنيات و المهارات التي تعزز المنافع التنافسية. أما بالنسبة (Afriat.C 1992) فإن مفهوم "الاستثمار اللامادي" يرتبط بطبيعة الموارد التي تمتلكها المؤسسة، أو بعبارة أخرى نوع خاص من الموارد غير المادية، من خلال تبني فكر عام يهدف إلى استخدام الذكاء في عملية التصميم، الإنتاج، التسويق وتنظيم علاقات العمل والاتصالات. و ترى منظمة التعاون و التنمية (OCDE) بأن الاستثمار في "الأصول غير الملموسة" يشمل جميع النفقات المتعلقة أساسا بالبحث و التطوير، التعليم و التدريب، نظم المعلومات، التسويق...، بحيث عرف هذا النوع من الاستثمار نمو ملحوظ بين عامي 1994 و 2002 أكثر من الاستثمار في الآلات والمعدات)².

¹ - مؤيد الساعدي، مستجدات فكرية معاصرة في السلوك التنظيمي و إدارة الموارد البشرية، مؤسسة الوراق للنشر و التوزيع، الأردن، عمان، 2008، ص 290.

² - MHEDHBI Imen, Capital immatériel: interaction et création de valeur- Cas d'entreprises tunisiennes-, thèse de doctorat en Sciences de gestion, Université Jean Moulin Lyon 3, France, 2010, pp 32-33.

2- أشكال الاستثمار في رأس المال الفكري

يتعين على المؤسسات، التي تريد البقاء في دائرة المنافسة، الاستثمار في كل ما هو غير مادي، لأن فعالية الاستثمار الإنتاجي أصبحت تعتمد على الاستثمارات غير الملموسة، حيث أصبح الإنفاق على البحث والتطوير، التسويق، نظم المعلومات والتدريب على نحو متزايد ومنتشر على نطاق واسع وكبير، مقارنة بالاستثمار في الأصول المادية. و فيما يلي أهم أشكال الاستثمار اللامادي¹:

أ. **الاستثمار في البحث والتطوير:** تكمن الأنشطة الأساسية للبحث و التطوير في: تحسين المنتجات والتكنولوجيات القائمة، ابتكار المنتجات والعمليات، تطوير تكنولوجيات جديدة و تحسين عمليات الإنتاج. ولقد أصبح على المؤسسات التي تريد الحفاظ على مركزها التنافسي و مواجهة التطورات التي لا تحصى في عالم المعرفة وتكنولوجيا المعلومات، أن تكون خلاقة ومبدعة في مجال نشاطها، بتوفير منتجات جديدة أو استبدال المنتجات القديمة بمنتجات ذات جودة أفضل. كما أن اقتصار الابتكار على المنتجات والخدمات وتقنيات الإنتاج أصبح غير كاف، بل يجب توسيعه ليشمل جميع وظائف وأنشطة الشركة وترابطها فيما بينها، أي الجانب التنظيمي للشركة. وينبغي دعم جهود البحث والتطوير بالجهود التسويقية الكافية لتحديد متطلبات وأذواق المستهلكين. وفي الواقع، فإن المهارات، معارف الموظفين، جودة وأهمية المعلومات التي تم جمعها تشكل متطلبات لنجاح النشاط الابتكاري.

ب. **الاستثمار في نظم المعلومات:** تعمل الشركة في بيئة تتدفق فيها المعلومات بسرعة وبكميات كبيرة، مما يقتضي أن تعمل و بشكل مستمر على البحث و جمع المعلومات المتعلقة ببيئة عملها، التي يمكن أن تؤثر عليها، و معالجتها واستخدامها بشكل صحيح، يسمح لها بالاستجابة و التفاعل مع محيطها، للشروع في التغييرات اللازمة و في الوقت المناسب. و يتطلب ذلك توفر نظام معلومات الذي يمثل مجموعة متداخلة من العمليات، الهياكل، تكنولوجيا المعلومات (الأجهزة والبرامج)، الإجراءات والأساليب، التي تمكن الشركة من الحصول على المعلومات التي تحتاجها في مجال عملها، تحليلها، تخزينها توزيعها داخليا وخارجيا لدعم قرارات المنظمة والسيطرة عليها.

ج. **الاستثمار في التسويق:** لقد أصبح الزبون في عصر المعرفة محل اهتمام المؤسسة، التي تعمل باستمرار على خلق منتجات و خدمات لإرضائه و الرد على متطلباته المتزايدة. و لقد أصبح الدور الأساسي

¹ - MHEDHBI Imen, Op cit, pp 33-35.

للتسويق هو ضمان التكيف الحيوي للمؤسسة مع ضغوطات البيئة و جعل المؤسسة في خدمة رضا عملائها. لذلك فإن الإنفاق على التسويق يشكل مجموع النفقات التي تسمح بتعزيز إمكانيتها التجارية، و يسمح بتحديد استراتيجيات تطوير الشركة من حيث موقعها التنافسي.

د. الاستثمار في التعليم و التدريب: لقد أصبح العامل البشري ودكائه هو الدعم الأساسي لأية شركة تتطلع إلى تسويق منتجات مناسبة لإرضاء عملائها، وذلك بفضل المعارف و المهارات التي يمتلكها، لهذا يجب أن تعمل المؤسسة على البحث على هذه الكفاءات، تحفيزها، تعليمها وتدريبها بشكل دائم للتأقلم مع التغيرات البيئية الدائمة.

المطلب الثالث: مكونات رأس المال الفكري

لا شك أن تحديد عناصر و مكونات رأس المال الفكري، تعتبر من الأمور الجوهرية التي تساعد في قياسه وتقييمه، لذلك فقد حاولت العديد من الدراسات تحديد مكوناته، و مع ذلك فقد كان هناك تباين في وجهات نظر الكتاب و الباحثين حول تحديد تقسيم موحد لمكونات رأس المال الفكري، و فيما يلي استعراض لأهم تلك التصنيفات¹:

1- (Brooking,1996): و الذي يقسم رأس المال الفكري كما يلي:

- الموجودات المتركة بالموارد البشري: المؤهلات، المهارات، الخبرات، والقدرات، أسلوب القيادة..
- رأس المال البنيوي: و يضم موجودات البنية التحتية: التكنولوجيا، العمليات،..
- موجودات الملكية الفكرية: براءات الاختراع و الدراية.
- موجودات السوق: العلامات التجارية، ولاء الزبائن، قنوات التوزيع..

2- (Edvinsson&Malone, 1997): ولقد اقترحا التقييم اللاحق لرأس المال الفكري:

- رأس المال البشري: و يضم الكفاءات، المعارف، المهارات، خبرات العاملين، قدرات الإبداع والابتكار،...
- رأس المال الهيكلي: و يمثل ما يتبقى في المؤسسة عند عودة الموظفين إلى ديارهم، و يضم رأس مال الزبائن(قوة علاقة المنظمة بالزبائن و أصحاب القرار)، رأس المال التنظيمي: والذي ينقسم إلى: رأس

¹ - عبد الستار حسين يوسف، دراسة و تقييم رأس المال الفكري في شركات الأعمال، كلية الاقتصاد و العلوم الإدارية، جامعة الزيتونة الأردنية، عمان، 2005، ص ص 7-8؛ سعد علي العنزي مرجع سابق، ص ص 5-6، بتصرف من الباحثة.

مال التجديد و التطوير (براءات الاختراع، التراخيص،..)، و رأس مال العملية (مجموع الإجراءات المطبقة بالمؤسسة و التي تزيد جودة عملياتها وإنتاجيتها).

3- (Sveiby, 1997): و يقسم أصول رأس المال الفكري إلى:

- الهيكل البشري: القدرات، المعارف، المهارات، الخبرات الفردية والجماعية..
- الهيكل الداخلي: النظم الإدارية، العمليات، قواعد البيانات، حقوق النشر، الهيكل التنظيمي..
- الهيكل الخارجي: العلاقات مع الزبائن، الموردين، الشركاء، المستثمرون..، وكل ما يتعلق بالتميز والسمعة (الاسم التجاري، العلامة التجارية...).

4- (Roos,1997): يضيف أهمية الثقافة في رأس المال الفكري، و يقسمه على النحو التالي:

- رأس مال بشري: الكفاءات، المواقف، و المهارات الفكرية ...
- رأس مال تنظيمي: الابتكار، العمليات، الملكية الفكرية والثقافة...
- رأس مال التجديد: براءات الاختراع الجديدة، جهود التدريب...
- رأس مال العلاقات: و الذي يشمل العلاقات مع أصحاب المصالح الداخلية والخارجية.

5- (Stewart, 1997): وهذا التقسيم يعتبر الأكثر شيوعا استنادا لأدبيات الموضوع المتداولة و يشمل:

- رأس المال البشري: و يضم معارف، خبرات، مهارات و معنويات العاملين بالمنظمة، و كذا قدراتهم الإبداعية و الابتكارية والتجديدية.
- رأس المال الهيكلي: و هو الذي يصنع المعرفة الصريحة، التي توجد عادة في هياكل و أنظمة و إجراءات المنظمة، و يضم: تكنولوجيا المعلومات، حقوق الملكية، المقاييس النوعية، النماذج التنظيمية، الثقافة..
- رأس المال العملاء: و يعكس طبيعة العلاقات، التي تربط المنظمة بعملائها، مورديها ومنافسيها.

6- (OCDE ,1999): تقسمه منظمة التعاون و التنمية الاقتصادية إلى رأس مال بشري، و رأس مال بنيوي،

ويضم هذا الأخير رأس المال التنظيمي و رأس المال العلاقات.

7- (Bontis,2001): و يقسم رأس المال الفكري كما يلي:

- رأس المال البشري: المعرفة، و المهارات و القدرات، و التعاون بين العاملين، و الثقة و الاحترام التي يظهرها العاملون عندما يعملون ضمن فريق عمل و ينجزون أعمالهم بشكل جماعي؛
- رأس المال البيئي: الأصول غير البشرية (القدرات التنظيمية المستخدمة لتحقيق متطلبات السوق)؛
- رأس المال العلاقي: يمثل العلاقات الخارجية للمنظمة و جزء من العلاقات التنظيمية.

8- (Chen,2004): يقسم عناصر رأس المال الفكري كالأتي:

- رأس المال البشري: و يضم قدرات العاملين (قدرات التعلم، القدرة على اتخاذ القرار..)، إبداع العاملين (قدرات الإبداع و الابتكار)، اتجاهات العاملين (رضا العاملين، معدل دوران العمل،..).
- رأس المال الزبوني: و يضم القدرات التسويقية للمنظمة (بناء واستخدام قاعدة بيانات للزبائن و القدرة على تحديد حاجياتهم)، كثافة السوق (الحصة السوقية، السوق المحتملة، سمعة العلامة التجارية، بناء قنوات التوزيع)، مؤشرات ولاء الزبائن (رضا الزبائن، شكاوى الزبائن، مستوى كسب زبائن جدد،..).
- رأس المال الابتكاري: و يضم إنجازات الابتكار، آلية الابتكار، ثقافة الابتكار..
- رأس المال الهيكلي: ثقافة المنظمة، الهيكل التنظيمي، التعلم التنظيمي، نظم المعلومات، العمليات ..

9- (Calvalcanti et al,2006): و يقسم رأس المال الفكري إلى: رأس مال بشري، بيئي و علاقي، و يضيفون البعد الربع لرأس المال الفكري و هو رأس المال الاجتماعي، الذي يمثل شبكة العلاقات الاجتماعية، التي يمكن أن يتمتع بها الفرد (الاستعداد، القدرة على تنفيذ مشاريع مشتركة و الثقة).

يتجلى مما سبق أنه و رغم الاختلاف الواضح بين هذه التقسيمات إلا أنها تتفق في مضمونها على أنه يتكون من ثلاث مكونات أساسية و هي كالتالي:

أولا - رأس المال البشري (Capital Humain, CH):

يمكن القول أن رأس المال البشري، يمثل نقطة الارتكاز الأساسية في دراسة رأس المال الفكري، باعتباره من مكوناته الأساسية، ويعتبر من أهم القوى وأعظمها أثرا في تشكيل حركية المؤسسات، فهو من ينتج القرار الذي يتيح للمؤسسة فرص النجاح أو يتسبب في المشكلات المصحوبة بخسائر. و لقد تعددت واختلفت تعريف الكتاب لرأس المال البشري، باعتباره من المفاهيم التي لاقت رواجاً كبيراً واهتماماً بالغاً من طرف الباحثين والمفكرين الاقتصاديين، و فيما يلي بعض هذه التعريف:

يعرف رأس المال البشري للمجتمع من قبل (Theodor & Schultz, 1961:15) على أنه: "مجموع الطاقات البشرية، التي يمكن استخدامها لاستغلال مجمل الموارد الاقتصادية". و يعرفه (Harrison&Meyers,1966:12) بأنه: "يمثل جميع القوى البشرية القادرة على شغل الوظائف الإدارية والفنية". كما يعرفه (Youndt,et,al,1996 : 839) بأنه: "مجموع الناس الذين يمتلكون مهارات، ومعارف، وقابليات، تسهم في زيادة القيمة الاقتصادية للمنظمات"¹. و حسب مشروع (Meritum,2002)، فإن رأس المال البشري يتمثل في "المعرفة التي يأخذها معهم العاملون عند مغادرتهم المؤسسة، و يضم المعارف وخبرات وقدرات العاملين بالمنظمة".

و بذلك فإن رأس المال البشري هو المعرفة الضمنية الموجودة بعقول الموظفين، و هو يمثل مورد دخل للمنظمة ولكنه ليس ملكاً لها². و يرى (Malhotra,2003) بأنه: "قوة عقلية مصادرها: المعرفة، المعلومات، الذكاء والخبرة، وهي تؤثر في زيادة القيمة السوقية، و التشغيلية، و التطويرية للمنظمة"³. و يعطيه (وهيب وآخرون،1987: 34) التعريف التالي: "المجموع الكلي، الكمي والنوعي، للقوى البشرية المتاحة في المجتمع، فالجانب النوعي يمثل الكفاءات الذهنية والمستويات العلمية للسكان، أما الجانب الكمي فيحتسب من خلال الحجم الكلي للسكان".

و يعرفه (العنزي،2001: 117) على أنه: "المعرفة المفيدة التي يمكن توظيفها و استثمارها بشكل صحيح لصالح المنظمة". أما (المفرجي و صالح، 2003: 9) فيعرفانه بأنه: "مجموع القدرات، الخبرات، و المهارات البشرية، المقسمة بالتباين في مستوى أدائها، العاملة في المنظمة حالياً، أو التي ستهدأ للعمل مستقبلاً، أو حتى المعطلة منها بسبب، حوادث العمل، أو الإجازات، أو الغياب اللإرادي، والتي ينطبق عليها الحد الأدنى من وصف ومواصفات الوظيفة على أقل تقدير، و تقع عليها مسؤولية تنفيذ الأهداف العامة للمنظمة".

و في ضوء ما سبق يمكن تعريف رأس المال البشري على أنه يتمثل في جميع الموارد البشرية ذات الإمكانيات المتميزة، و يشتمل على معارف العاملين المتطورة، و الخبرات المتراكمة من التجارب الحياتية و العملية، والمهارات التقنية و الفنية، الكفاءات، و قدرات الابتكار و الإبداع و التجديد، التي يمتلكها مجموع الأفراد داخل المنظمة في

¹ - عادل حرحوش المفرجي و أحمد علي صالح، مرجع سابق، ص 09.

² - Jean-yves prax, le guide du knowledge management, dunod, France, 2003 ,p13.

³ - مصطفى رجب علي شعبان، رأس المال الفكري ودوره في تحقيق الميزة التنافسية لشركة الاتصالات الخلوية الفلسطينية جوال، رسالة ماجستير في إدارة الأعمال، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية غزة، 2011، ص 49.

مختلف المستويات الإدارية. هذا فضلا عن رضاهم و معنوياتهم و تماسكهم كفريق عمل متكامل. ويمكن تمييز رأس المال البشري عن رأس المال الهيكلي من خلال أن رأس المال البشري يتزايد بالاستخدام ويميل للتوليد الذاتي، بخلاف رأس المال الهيكلي الذي تتقدم معرفته الصريحة المتمثلة في أنظمته وقواعده وإجراءاته.

و لقد أصبح تحقيق التميز في أداء المنظمات المعاصرة لا يستند إلى مجرد امتلاكها للموارد الطبيعية و المالية والتكنولوجية فحسب، و إنما و بالدرجة الأولى على قدرتها على امتلاك كفاءات بشرية لها القدرة على تعظيم الاستفادة من تلك الموارد، فالموارد المالية، المادية و المعلوماتية، و إن كان شرطاً ضرورياً لتحقيق الميزة التنافسية، إلا أنها ليست شرطاً كافياً لتكوين تلك الميزة، ذلك أنه لا بد من توفر الكفاءات البشرية باعتبارها مصدراً هاماً للإبداع و الابتكار. و ترجع هذه الأهمية الكبيرة للموارد البشرية باعتبارها مورداً استراتيجياً يتمتع بالندرة، وصعوبة التقليد...إخ، مما يجعل من الصعوبة الحصول على نفس النتائج من موارد مختلفة.

و في هذا الصدد أشار مؤتمر هيئة الأمم المتحدة، المنعقد في القاهرة عام 1966 بشأن التصنيع في البلدان الأفريقية، أن مدى و نوعية تأهيل الناس يعتبران عاملاً رئيسياً للتقدم، و أن النقص في العمل المؤهل و الخبرة الفنية، هو السبب الرئيسي، الذي يحول دون التنمية السريعة. و عليه فإن الالتزام بالدعائم الأساسية لتكوين رأس المال البشري، و المتمثلة في (التعليم، التدريب، المحافظة على القدرات المتميزة)، و التعامل معها كمنظومة تفاعلية تكاملية يعد أمراً في غاية الأهمية، لأنها المسؤولة عن إعادة تشكيل رأس المال البشري على نطاق فعال و على نحو أكثر ايجابية في تحقيق الأهداف الموضوعية.

ثانياً - رأس المال الهيكلي (Capital Structure, CS):

و يعرف أيضاً برأس المال التنظيمي (Capital Organisationnel, CO)، و هو المكون الرئيسي الثاني من مكونات رأس المال الهيكلي، و يعبر عن الجدارة الجوهرية للمنظمة و معرفتها الصريحة، التي يتم اكتسابها والاحتفاظ بها في هياكل و أنظمة وإجراءات المؤسسة، أي تلك المعرفة التي لا تذهب إلى البيت مع العاملين، بل تبقى في المنظمة و تتداولها داخلياً، و في ذلك يؤكد (McElroy, 2002) بأن رأس المال الهيكلي هو "عبارة عن كل الأشياء التي تدعم رأس المال البشري و لكنه يبقى في الشركة عندما يتركها الأفراد و يذهبون إلى بيوتهم، فهو

يمثل ما ينضج من معارف وخبرات الأفراد ليتحول إلى قواعد بيانات، إجراءات وأدلة عمل وبرمجيات تظل في المنظمة¹.

و يعطي (Löthgren,1998:105) مفهوما شموليا لرأس المال الهيكلي، بأنه: "أي شيء بالمنظمة يدعم العاملين في أداء أعمالهم، و هو يتمثل في البنية التحتية الداعمة للعاملين، و يعد ملكا للمنظمة و يبقى معها حتى عند مغادرة العاملين لها" (عطية، 2008: 150)². أما (Grandhan,2002 : 198) فيرى بأنه: "مجموعة الاستراتيجيات و الهياكل و الأنظمة و الإجراءات، التي بموجبها تتمكن المنظمة من إنتاج و تسليم المنتجات إلى الزبائن" (الفضل، 2009: 175). في حين يعرفه (Mazlan,2005 : 9) بأنه عبارة عن القدرات التنظيمية التي تمكن المنظمة من انجاز أعمالها³.

و تأسيسا على ما سبق يمكن إجمال أهم أبعاد رأس المال الهيكلي فيما يلي:

- حقوق الملكية الفكرية: كبراءات الاختراع و الابتكار و الاكتشاف (و التي تأخذ شكل امتياز يحصل عليه الفرد لقاء اختراعه لشيء ما)، حقوق النشر و التأليف (امتياز يحصل عليه الفرد من جراء تأليفه ونشره فكرة ما أو بحث أو كتاب)، العلامات التجارية (و تمثل شخصية المنظمة و قيمتها و هويتها الموضوعية على منتجاتها أو خدماتها).
- تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات: و تشمل قواعد البيانات و أنظمة المعلومات (و التي تعد كمجموعة مكونات مترابطة: برمجيات، حواسيب، نظم الشبكات، تقنيات)،
- السياسات و الإجراءات و العمليات الإدارية (السياسات و عمليات التشغيل التي تحسن كفاءة إنتاج السلع و الخدمات، أي الآليات التي تنفذ الشركة فلسفتها من خلالها)،
- قيم و ثقافة المؤسسة (مجموع القيم والمفاهيم التي يؤمن بها العاملون في المؤسسة)،
- الهيكل التنظيمي (التركيب الداخلي للمنظمة من كافة التقسيمات التنظيمية المكونة لها، و كذا العلاقة بينها).
- التعلم التنظيمي (بناء مخزون تعليمي بالمؤسسة و استخدامه).

¹- McElroy, M. W., (2002), Study: Social Innovation Capital, Journal of Intellectual Capital. Vol. 3, n°1.

² - Löthgren, A., The legal protection of Structural Capital, School of Economics and Commercial Law Gothenburg University, Sweden, Autumn –1999.

³ - Mazlan, I., The Influence of intellectual Capital on the Performance of Telecom Malaysia, PhD, Thesis, Engineering Business Management, Business & Advanced Technology Centre, University Technology Malaysia, 2005.

- و يمكن للمؤسسة أن تمتلك رأس مال هيكلية متميز من خلال:
- تشجيع و تطوير قدرات الإبداع و المشاركة لدى الأفراد و نشر المعرفة لغرض تعميق إنتاجيتهم في مختلف الميادين؛
 - تكثيف الأنشطة و تطوير البنى التحتية و تكييفها بما تقتضيه متغيرات البيئة الداخلية و الخارجية للمؤسسة، و من أمثلة ذلك اقتناء أحدث نظم المعلومات و البرمجيات و قواعد البيانات؛
 - اعتماد هيكل تنظيمي مناسب يشجع الأفراد، مهما كانت مواقعهم التنظيمية، على بذل المزيد من الجهد و الاستغلال الأمثل لكل المعارف الظاهرة منها و الضمنية.

ثالثا- رأس مال العلاقات (Capital Relationnel CR):

و يعرف أيضا برأس المال الزبائن أو العملاء (Capital Client, CC)، و هو يمثل حسب (Gannon et al, 2008: 9) "التحالفات الإستراتيجية التي تقيمها المنظمة، بالإضافة إلى العلاقات التي تربطها بزبائنها ومورديها"¹. و يرى (Mazlan, 2005: 9) أن رأس مال العلاقات يشتمل على "جميع العلاقات التي تربط المنظمة بأصحاب المصالح، مثل: الموردين، و الجهات الحكومية، و المستثمرين، و الزبائن، و قنوات التوزيع، و كذا التحالفات الإستراتيجية التي تقيمها المنظمة".

و لقد قدم مشروع (Meritum, 2002) في إرشاداته تعبير رأس مال العلاقات بديلا لرأس مال العملاء، فعرفه بأنه "جميع الموارد المتعلقة بالعلاقات الخارجية للمنشأة، مثل علاقاتها بالعملاء، الموردين، الشركاء، المساهمون، وما استطاعت المنظمة من بنائه من علاقات متميزة مع هذه الأطراف (صورة المنشأة، ولاء و رضا العميل، قدرات التفاوض مع الموردين و الكيانات الأخرى)². و تتمثل أهمية رأس مال العلاقات في:

- تحقيق التفوق و التميز، من خلال تقديم منتجات في مستوى تطلعات الزبائن و رغباتهم المتغيرة؛
- تقديم منتجات ذات جودة عالية أو منتجات جديدة، مما يساهم في كسب عملاء جدد؛
- كسب رضا و ولاء الزبائن و من ثم اختراق أسواق جديدة و توسيع الحصة السوقية للمؤسسة؛
- زيادة قيمة العملاء عن طريق عمليات إدارة العملاء، و تعميق العلاقة مع العملاء الحاليين؛

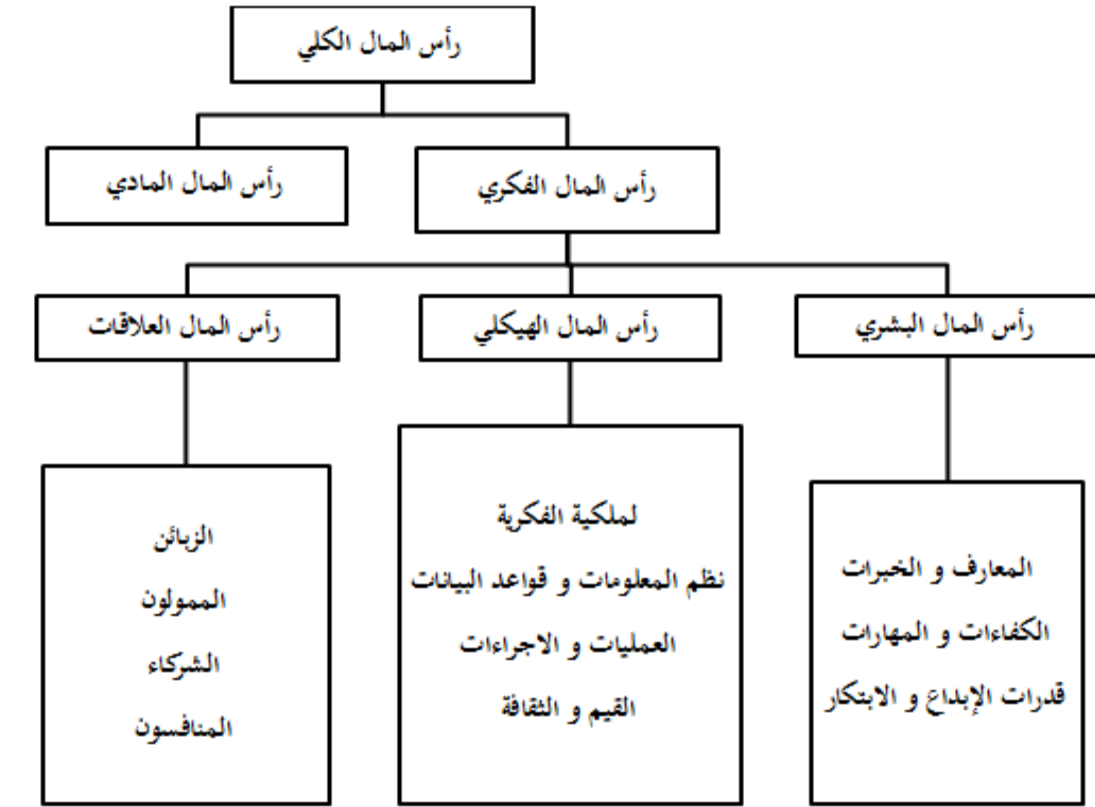
¹ - Gannon, C., Lynch, P., & Harrington, D., 2008, Study: Managing intellectual capital for sustained competitive advantage in the Irish tourism industry, Waterford Institute of Technology (WIT), Tourism and Hospitality Research in Ireland Conference (THRIC), 16th-17th, June 2009, DIT.

² - Imen MHEDHBI, OP.Cit, P 43.

- تخفيض أوقات التسليم أو سرعة الاستجابة لطلبات العملاء؛
- التعرف على البيئة الخارجية، مما يجعلها أكثر مرونة في مواجهة التغيرات المختلفة؛
- التزود بمختلف المعلومات المتعلقة بعملية الإنتاج، وكذا تلك المتعلقة بالمنافسين، مما يساعد على تعزيز مركزها التنافسي؛
- ربط المؤسسة بمحيطها الخارجي، من خلال ترسيخ علاقات حقيقية و مؤثرة مع أصحاب المصالح الخارجيين، من ممولين، شركاء...إخ.

و أخيرا تجدر الإشارة إلى أن التفاعل بين هذه الأنواع الثلاثة لرأس المال الفكري، هو الذي يساعد على تحديد القيمة الحقيقية لرأس المال الفكري الكلي للشركة. و يوضح الشكل الموالي أهم عناصر رأس المال الفكري:

الشكل رقم 06: نموذج لمكونات رأس المال الفكري



Source : Club Informatique des Grandes Entreprises Françaises (CIGREF), Capital immatériel - 7 jours pour comprendre, [http://www.CIGREF.fr/Capital immatériel-7-jours-pour-comprendre](http://www.CIGREF.fr/Capital%20immat%C3%A9riel-7-jours-pour-comprendre), France, 2006, P31.

المطلب الرابع: خصائص و أدوار رأسمال الفكري

سنتطرق فيما يلي إلى عرض أهم خصائص رأس المال الفكري، وكذا أهم أدواره.

أولاً - خصائص رأس المال الفكري: من مراجعة العديد من الأدبيات التي تناولت خصائص رأس المال الفكري، يمكن استخلاص الخصائص الآتية¹:

- **الخصائص التنظيمية:** ترتبط بيئة المؤسسة وتتمثل فيما يلي: يتوزع رأس المال الفكري على المستويات الإستراتيجية كافة (الشاملة، الأعمال، الوظيفية، التشغيلية) وينسب متباينة، يميل للعمل ضمن الهياكل الإدارية المرنة، يركز على استخدام الرسمية بشكل منخفض جداً، و يتعد عن الميل للمركزية الإدارية بشكل كبير.

- **الخصائص المهنية:** ترتبط بممارسة العناصر البشرية داخل التنظيم، و التي تتضمن: تميز رأس المال الفكري بمهارات عالية و متنوعة، وخبرات متقدمة، وأفكار ومقترحات بناءة في خدمة المنظمة، دون أن تكون الشهادات الأكاديمية ضرورية لذلك.

- **الخصائص السلوكية والشخصية:** و ترتبط بالعنصر البشري و بنائه الذاتي، وتتمثل فيما يلي: يميل رأس المال الفكري إلى تحمل المخاطر بدرجة كبيرة، يجذب التعامل مع الموضوعات التي تتسم بعدم التأكد، يبادر بتقديم الآراء والمقترحات البناءة، كما يتسم ببعض السمات الشخصية، مثل: الحسم و عدم التردد في إصدار القرارات، الذكاء، الحدس، الانفتاح على الخبرة، المشاركة في العمل، الثقة العالية بالنفس والاستقلالية في الفكر و العمل.

ثانياً - أدوار رأس المال الفكري

يمكن تحديد أدوار رأس المال الفكري حسب (Harrison&sullivan, 2000,P38): (العنزي و صالح،

2009، 177)، (راوية حسن، 2005: 374) فيما يلي:

1 - الأدوار الدفاعية (Defensive Roles): وتشمل الممارسات الآتية:

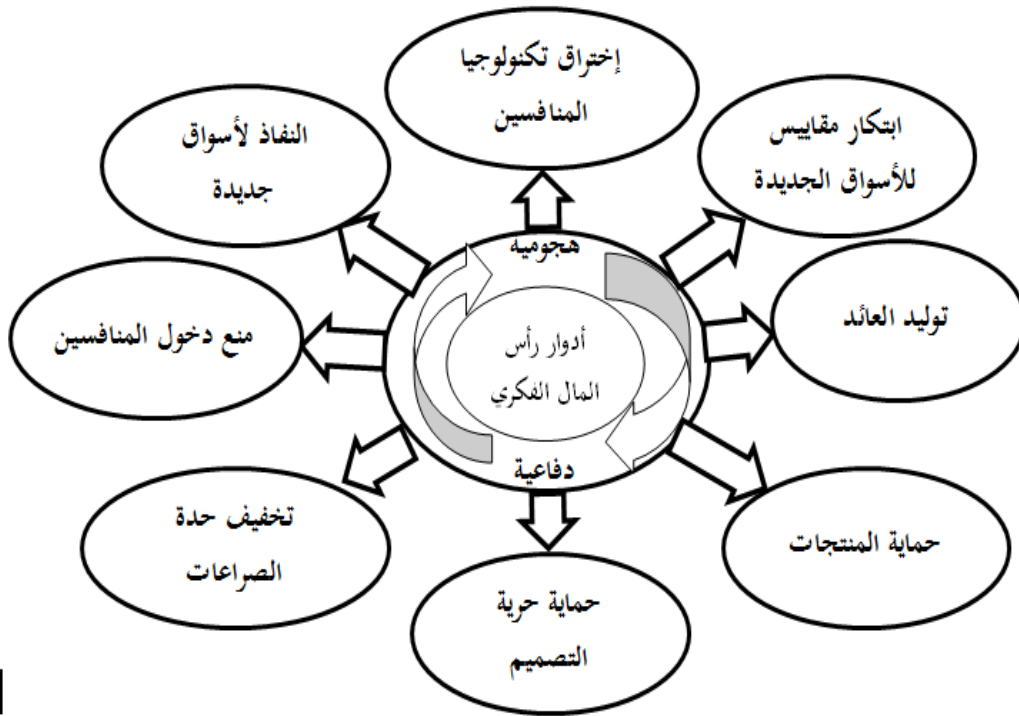
- حماية المنتجات و الخدمات المتولدة من إبداعات رأس مال الفكري للمؤسسة؛
- حماية حرية التصميم و الإبداع؛
- تخفيف حدة الصراعات و تجنب رفع الدعاوى.

¹ - عادل حرموش المرغحي، أحمد علي صالح، مرجع سابق، ص ص 26-29، بتصرف من الباحثة.

2- الأدوار الهجومية (Offensive Roles): و تضم الممارسات الآتية:

- توليد العائد عن طريق المنتجات و الخدمات المتولدة من إبداعات رأس مال الفكري للشركة و الملكية الفكرية للشركة و الموجودات الفكرية للشركة؛
- ابتكار مقاييس للأسواق الجديدة و للخدمات و المنتجات الجديدة؛
- تهيئة منافذ لاختراق تكنولوجيا المنافسين؛
- تحديد آليات النفاذ إلى الأسواق الجديدة؛
- صياغة إستراتيجية تعيق دخول منافسين جدد.

الشكل رقم 07: أدوار رأس المال الفكري



المصدر: سعد علي العنزي، أحمد علي صالح، إدارة رأس المال الفكري في منظمات الأعمال، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع، عمان الأردن، 2009، ص 178.

و يوضح الشكل إمكانية انتقال رأس المال الفكري من الدور المحمومي إلى الدفاعي و العكس.

المبحث الثاني: آليات بناء رأس المال الفكري و أساليب قياسه

إن رأس المال الفكري ممثلاً في الكفاءات، يعتبر أحد أهم العوامل المسؤولة عن امتلاك ميزة تنافسية للمنظمة، وكذا عاملاً دافعاً لها إلى النجاح في اختراق الأسواق العالمية، وهذا بالنظر إلى أن تلك الكفاءات هي المسؤولة عن اتخاذ وتطبيق القرارات الإستراتيجية التي تهيئ للمنظمة فرص النجاح، ومن هنا كان الدافع الأساسي لقياس رأس المال الفكري، و المحافظة عليه، والعمل على تنشيطه وتطويره بمختلف الوسائل، ضماناً لبقائه بالمنظمة و تعظيم الاستفادة منه.

المطلب الأول: آليات بناء رأس المال الفكري

من خلال مراجعة الأدبيات الفكرية، عن آراء ووجهات نظر الكتاب والباحثين، حول موضوع رأس المال الفكري، يمكن تحديد أهم آليات بناء رأس المال الفكري بالمنظمات، إذ يتفق كل من (Quinn, et. al., 1996)، (Stewart, Endres : 1997)، (عبيد، 2000)، (العنزي، 2001)، (المفرجي وصالح، 2003) على الأبعاد الآتية:

أولاً - استقطاب رأس المال الفكري

يركز هذا البعد على البحث عن الخبرات المتقدمة وجذب المهارات التقنية العالية، بالاعتماد على نظام معلومات يسهل مهمة الجذب والاستقطاب. و لقد بين (العنزي، 2009: 265-266) بعض استراتيجيات الاستقطاب منها:

- **شراء العقول من سوق العمل:** و يتم ذلك عن طريق متابعة العقول المتميزة و النادرة، لغرض جذبها واستقطابها، كمهارات و خبرات متقدمة، تستفيد منها المنظمة بشكل كبير في زيادة رصيدها المعرفي، الذي ينعكس في زيادة قدرات الإبداع و الابتكار باستمرار (Buena&Sanchez,2003:6).
- **شجرة الكفايات:** تتضمن الكفاية أو الأهلية مكونين رئيسيين هما: المكون المعرفي (الذي يتضمن المفاهيم النظرية و المعلومات و المهارات و الخبرات المتصلة بجدارة الشخص)، و المكون السلوكي (الذي يتضمن مجموع ما يقوم به الشخص في أثناء تأدية العمل، بحيث يمكن ملاحظته و تقويمه) (Clerk,2000:98). و أما شجرة الكفايات، فتعد أحد تقنيات إدارة الموارد البشرية الالكترونية، وتمثل

مخطط يسمح بتزويد المؤسسة بنظرة مفصلة حول حالة رأس المال البشري فضلا عن سيرتهم الذاتية، من أجل تحديد المهارات و الخبرات و المعارف المطلوبة للشركة.

- **مراجعة منظمات المعرفة و التعلم:** تركز رؤية هذه الإستراتيجية على أن المنظمات التعليمية (مدارس، معاهد، جامعات)، تعد مصدرا مهما لاكتشاف المواهب و استقطابهم، لذا لا بد من التركيز على البحث عن الخبرات و المواهب بالجامعات سنة بعد أخرى، بدلا من الاكتفاء بالتعيين من منظمات أخرى.

ثانيا - صناعة رأس المال الفكري

و تعني قدرة المنظمة على زيادة رصيدها المعرفي باستمرار، من خلال تعزيز القدرات و تنمية العلاقات بين الأفراد، و التعاون في حل المشكلات المعقدة. و من بين الاستراتيجيات الخاصة بصناعة رأس المال الفكري (العززي، 2009: 266-267):

- **إستراتيجية خريطة المعرفة:** و هي تقديم عرض مرئي للمعرفة الحيوية المؤدية إلى تحقيق أهداف الأعمال الإستراتيجية، و من ثم تركز على نوع المعرفة التي نأمل بمشاركتها، و مع من، و أين يمكن أن نجدها. و على هذا الأساس تتمكن المنظمة من التعرف على محفظة المعرفة بها و مستوى الفجوة بداخلها.
- **إستراتيجية بناء الأنسجة الفكرية:** و تتمثل في تشكيل فرق تشبه نسيج العنكبوت، يشارك فيها مجموعة ابتكارية تتفاعل و تتعلم من بعضها، ثم تحل عند نهاية المشروع المحدد، ليتشكل مشروع آخر بمجموعة ابتكارية جديدة و نسخة أخرى و تعلم جديد آخر (نجم، 2003: 202).
- **إستراتيجية القيادة الذكية:** إن صنع المعرفة يتطلب التعامل مع القادة الأذكياء، اللذين يركزون أكثر على التعلم و ممارسة أسس التقدير الفعال للعاملين بدل الاكتفاء بإصدار الأوامر، و هذا ما يؤدي إلى مزيد من التفوق (Awad&Ghaziri,2004:422).

ثالثا - تنشيط رأس المال الفكري

بغية توسيع الاستفادة من رأس المال الفكري، لابد من تنشيطه و تطويره باستمرار لإنعاشه، و لبلوغ ذلك هناك طرق و أساليب تساعد على تنشيط الذهن، و تفعيل المشاركة الجماعية، و تشجيع الاندماج بين الإدارة والأفراد العاملين. و من بين أساليب تنشيط رأس المال الفكري حسب (المفرجي و صالح، 2003: 133-137):

- **عصف الأفكار (Brain Storming) :** يعد (Osborn) أول من ابتكر هذا الأسلوب عام 1937، و نشره في كتابه الخيال التطبيقي (Applied Imagination, 1957)، وهو أسلوب يركز على إثراء القدرات الإبداعية للأفراد لتوليد أكبر عدد ممكن من الأفكار، بالاعتماد على الجماعة، حيث يتم طرح المشكلة التي تعاني منها المنظمة، ومن ثم تبادل الأفكار المختلفة و انتقاء أفضلها حول كيفية التعامل معها.
- **حلقات السيطرة النوعية (Quality controls) :** هي طريقة أدخلت في الصناعة اليابانية من قبل (Ikhikawa, 1961) ، و تتمثل في التقاء مجموعة من العاملين ذوي اختصاصات متشابهة ساعة في الأسبوع، لمناقشة مشكلات العمل و إيجاد الحلول المناسبة لها. و تهدف هذه الطريقة إلى الوصول إلى صيغ مثلى و أفكار ايجابية، تساعد على تحقيق الكفاءة الإنتاجية، بالاعتماد على الروح الجماعية في تحديد الإستراتيجية الأنسب لسير للعمل¹.
- **أسلوب الإدارة على المكشوف (Open- Book Management):** و هو يمثل منهج حديث في الإدارة و طريقة جديدة في التفكير. و يقوم هذا الأسلوب على تكوين فريق عمل ذو معرفة دقيقة بإستراتيجيات المنظمة، الحالية و المستقبلية، و توفير الجو الملائم لتوليد الأفكار، من خلال اجتماعات ولقاءات تتضمن المصارحة بلغة الأرقام بين أعضاء المنظمة، بحيث يتكون لديهم الحس الرقمي الذي يمكنهم من إطلاق طاقاتهم، و غرلة الاقتراحات نحو التطوير².
- **أسلوب الجماعات الحماسية (Hot Groups):** يتمثل في مجموعة صغيرة من الأفراد تكون نشيطة و تحب الإنجازات الصعبة، و ذات الدرجة العالية في العمل و المخاطرة. و يرتكز هذا الأسلوب على توليد الإثارة والمتعة في المناقشة، بالشكل الذي يجعل مجموع المشتركين يشعرون بالحيوية والتفاؤل، مما يضاعف من استخدام أفكارهم، بحيث يتم إشراك العاملين وجها لوجه مع أصحاب الخبرة في مجال تخصص المنظمة.

¹ - شعاع المؤسسة العربية للإعلام العلمي، الدليل العلمي لتطبيق منهج الإدارة على المكشوف، السنة الرابعة، العدد 15، القاهرة، 1996، ص 25.

² - حمود خضير كظيم، مفهوم و أهمية حلقات السيطرة النوعية في الصناعة، مجلة التنمية الصناعية العربية، العدد 5، 1985، ص 39.

رابعاً - المحافظة على رأس المال الفكري

و يتمثل في قدرة المنظمة على الاهتمام و المحافظة على الطاقات المعرفية، و النجوم اللامعة من العاملين القادرين على إنتاج أفكار جديدة، أو تطوير أفكار قديمة تخدم المنظمة. و من بين أهم أساليب المحافظة على رأس المال الفكري (المفرجي و صالح، 2003: 138-151):

- **تنشيط الحفز المادي و الاعتباري:** هناك مجموعة من العوامل و المؤثرات الخارجية المثيرة للفرد تدفعه لأداء المهام الموكلة إليه على أكمل وجه، من خلال إشباع حاجاته و رغباته المادية (كالأجور، المكافآت و مشاركة الأرباح..)، و المعنوية (إشعارهم بأهميتهم، إشراكهم في الإدارة، منح الأوسمة..)، وكذا الاجتماعية (احترام العاملين أياً كان موقعهم الوظيفي، وتوفير الظروف الملائمة لهم كالسكن، فرص إكمال الدراسات العليا...) ¹.
- **التصدي للتقادم التنظيمي:** إن "التقادم" يشير إلى عجز الفرد عن تطوير مهاراته وخبراته باستمرار، وتخلفه عن مسيرة التطوير والتجديد الحاصل في حقل اختصاصه، في حين يشير "التصدي للتقادم" إلى جميع الإجراءات والوسائل التي تتخذها المنظمة من اجل تطوير قدرات، إمكانيات و خبرات العاملين فيها باستمرار، مما يجعلهم قادرين على مواكبة آخر التطورات. ويتم ذلك من خلال إجراء تقويم للأداء، أو من خلال استمارة الاستقصاء.
- **مواجهة الإحباط التنظيمي:** يرى الدباغ أن الإحباط هو: "الحالة النفسية التي تنشأ من جراء فشل الفرد في إنجاز أو تحقيق أهداف معينة، بسبب وجود عوائق وعقبات لا يمكن مواجهتها أو السيطرة عليها" ². وتتمثل أهم مظاهره فيما يلي: مظاهر مادية (العدوان و تخريب الآلات و المعدات..)، مظاهر نفسية (عدم الرضا، الاستياء، التوتر، القلق والاكتئاب...)، وكذا مظاهر تنظيمية (الغياب، ارتفاع معدل دوران العمل، ارتفاع نسبة الشكاوي، ضعف الانتماء والولاء). ويتم تشخيص ذلك، من خلال استمارة الاستقصاء، المقابلات الشخصية مع العاملين، تقويم الأداء، و صناديق الشكاوى..
- **تقليل فرص الاغتراب التنظيمي:** ينظر (Finifter, 1970: 65) إلى الاغتراب على أنه: "حالة نفسية اجتماعية تسيطر على الفرد وتجعله غريباً وبعيداً عن نواحي واقعه الاجتماعي". و يعبر عنه الصائغ بأنه:

¹ - مدحت محمد أبو النصر، بناء و تدعيم الولاء المؤسسي، أترك للطباعة و النشر و التوزيع، 2005، ص 45.

² - الصباغ عصام عبد الوهاب، إدارة الأفراد، مطبعة الخلود، بغداد، 1993، ص 33.

"عدم القدرة على التكيف مع المحيط و الظروف البيئية الجديدة". و يمكن تقليل فرص الاغتراب التنظيمي من خلال التحفيز، الثقة بالنفس، التكيف و الاندماج...

• **تعزيز التميز التنظيمي:** يقصد بالتميز التنظيمي جميع الوسائل و الأساليب، التي من شأنها زيادة عدد المساهمات الفكرية للعاملين بالمنظمة، من أجل امتصاص المعرفة المفيدة و الأفكار الجديدة المتواجدة بعقولهم، ويتم ذلك عن طريق تشجيع الإبداع و الابتكار، العمل بروح الفريق، احترام الآراء و زيادة الحوارات المفتوحة بين جميع المستويات الإدارية في المنظمة.

خامسا - الإهتمام بالزبائن:

يمثل العملاء محور عمل المؤسسات، فتحقيق النجاح و النمو و كذا الاستمرارية في السوق يتوقف على جذب أكبر عدد ممكن من الزبائن و ضمان ولائهم الدائم، من خلال سرعة الاستجابة لاحتياجاتهم و رغباتهم، و تكيف منتجاتها وفق أذواقهم و متطلباتهم، ضمان جودة منتجاتها، و كذا توفير و تحسين خدمات ما بعد البيع... و لقد ساهم التطور الهائل في تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في تدعيم و تفعيل عملية إدارة العلاقات مع الزبائن، حيث أصبح على المؤسسات التي تريد أن تحقق التميز في الأداء و البقاء في سوق المنافسة، أن تقوم بوضع الخطط التي تهدف لتحسين علاقتها بزبائنهم بغية التعرف عليهم بشكل أفضل، و كذا الحفاظ على علاقات قوية و طويلة الأمد معهم.

المطلب الثاني: مفهوم القياس و أهمية قياس رأس المال الفكري

بالرغم من الأهمية المتزايدة التي يحتلها رأس المال الفكري في الآونة الأخيرة، إلا أن الأنظمة المالية و الحاسوبية لازالت لا تأخذ بنظر الاعتبار الأصول غير الملموسة للمؤسسة في ميزانيتها، باستثناء حالات محدودة، مثل: شهرة المحل، براءات الاختراع و حقوق النشر. و لقد توالى الكثير من المحاولات الموضوعية لقياس و تقييم رأس المال الفكري قدمت نماذج و أساليب متعددة، إلا أنه لا يزال هناك عدم اتفاق بين المختصين حول طرق قياسه، كونه غير ملموس مما يصعب عملية قياسه عكس الأصول الملموسة.

أولا - مفهوم القياس و أهميته لرأس المال الفكري

القياس عملية أساسية في البحث الإداري لأنها أفضل طريقة لفهم الشيء و الحدث الذي نريد قياسه، و لهذا السبب فإن الاهتمام بموضوع القياس قد تزايد لدى متخذي القرارات و الباحثين في مجال الإدارة. و بالرغم من أن

كلمة القياس مألوفة لدى عامة الناس، إلا أن تعاريفه قد تعددت و اختلفت، و مع ذلك يمكن تعريف القياس (حسب الظاهر، 1999: 11) بأنه "العملية التي بواسطتها نحصل على صورة كمية لمقدار ما يوجد في الظاهرة عند الفرد من سمة معينة، و تتوقف دقة نتائج القياس على دقة الأداة المستعملة"¹.

و تنطلق أهمية القياس لرأس المال الفكري من المبررات الآتية:

- تقديم مقاييس موضوعية و كمية، تسمح بالتنبؤ بسلوك الأفراد مستقبلا و تكييفه لصالح المؤسسة بما يسهم في تحقيق التميز عن المنافسين؛
- يساعد في الكشف على خصائص الأفراد العاملين، و يحدد ذوي القدرات الإبداعية و المتميزة منهم، وبالتالي تعزيز مكانتهم بالمؤسسة؛
- يعد أداة من أدوات المحافظة على رأس المال الفكري، لأنه يحدد نقاط القوة و الضعف في أدائهم، بما يسهم في وضع خطط لتطوير كفاءاتهم و حماية خبراتهم من التقادم؛
- يمثل مؤشر لتقويم أداء المؤسسة، من خلال تحديد مستوى أدائها و مدى تحقيقها لأهدافها بالنسبة للسياسة التي تنتهجها مع رأسمالها الفكري، خاصة وأن الأفراد يحاولون دائما الإجابة في الأنشطة التي يتم قياسها.

ثانيا - أهمية قياس رأس المال الفكري

مع تزايد أهمية الأصول غير الملموسة، وبشكل خاص أصول المعرفة أو رأس المال الفكري، ودورها في تعظيم أصول المؤسسة الكلية، لم يعد بالإمكان إلا الاعتراف بالقيمة الحقيقية لهذه الأصول، خاصة أن الكثير من المؤسسات، كالمؤسسات الاستشارية، والمهنية المتخصصة، والمؤسسات الرقمية، ليس لها من رأس مال مادي كبير، وإنما رأس مالها الحقيقي يتمثل في أصولها الفكرية بشكل أساسي، ومن هنا تنبثق أهمية قياس رأس المال الفكري ابتداء من الحاجة الملحة لتطوير معايير توظف لحساب قيمة المبادرات المعرفية، و إقناع الإدارة بمبررات الاهتمام بها و الإنفاق عليها. و تعود الأهمية المتزايدة لقياس رأس المال الفكري إلى ما يلي²:

¹ - عادل حرحوش المرعجي، أحمد علي صالح، مرجع سابق، ص 82.

² - سعد عبد الكريم الساکني، رأس المال الفكري و التحديات التي تواجه المحاسبين في قياسه، على الموقع:

www.iasj.net/iasj?func=fulltext&id=52819، تصفح يوم 24-06-2013.

- أ- أن رأس المال الفكري حين لا يقاس لا يمكن إدارته، و من ثم لا يمكن الحكم على قيمته و فعالية الاستثمارات فيه؛
- ب- إن قياس رأس المال الفكري يؤدي إلى زيادة الاهتمام و الوعي باللاملموسات في المنظمة و سهولة فهمها و تحسين استخدامها؛
- ج- كون رأس المال الفكري أصبح موردا استراتيجيا للمنظمة في ظل الاقتصاد المعرفي، و هو الأساس في تحديد القيمة الحقيقية (السوقية) للمؤسسات و أداء الاقتصاد الوطني؛
- د- الاعتراف المتزايد بالدور الأساسي الذي يلعبه رأس المال الفكري في الأداء الإجمالي للشركة على صعيد النتائج المادية أو على صعيد المنافسة السوقية.
- هـ- يحفز الإدارة و يحثها على ما هو مهم، كما يستخدم كأساس لتبرير الاستثمار في أنشطة إدارة المعرفة، بواسطة التركيز على المنفعة أو العائد؛
- و- توفير الأساس لتقييم المنظمة من خلال التركيز على الموجودات الفكرية؛
- ز- الحاجة إلى توفير البيانات المعول عليها في مجال اللاملموسات و رأس المال الفكري.

و يتطلب أن يتجه سعي المقاييس التي تطور في حقل إدارة المعرفة، إلى تكميم وقياس رأس المال الفكري وموجودات المعرفة. فقد أكد (Malone,1997) على الحاجة إلى وجود مقاييس جديدة لعصر جديد، و يرى (Lev,1997) بأن مهنة المحاسبة تحتاج إلى معايير جديدة لقياس مقدار الانتفاع بالموجودات غير الملموسة واستغلالها. كما أشار (Bontis&Girard, 1998) إلى الحاجة الكبيرة لقياس رأس المال الفكري¹.

المطلب الثالث - طرق ونماذج قياس رأس المال الفكري

لا توجد بعد طرق و مقاييس موحدة، متفق عليها، يمكن الاعتماد عليها في قياس رأس المال الفكري، تتمتع بصدق و ثبات عال، رغم الجهود الكثيرة المبذولة في هذا المجال، و قد يكون ذلك أمرا لا غرابة فيه بسبب حداثة الموضوع، مما يجعلها تستدعي المزيد من التطوير والتحسين. و قبل استعراض بعض نماذج قياس و إدارة رأس المال الفكري، يستلزم الأمر تحديد مفهوم النموذج (Model)، و الذي يعني "مجموعة العلاقات المنطقية التي قد تكون في صورة كمية أو كيفية، و تجمع مع الملامح الرئيسية للواقع الذي نهتم به (Rivett,1992 :200).

¹ - عبد الكرم محسن باقر، قياس و إدارة المعرفة، على الموقع www.elbassair.net، تصفح يوم 2013-08-07.

و نعرض فيما يلي بعض النماذج لقياس رأس المال الفكري (*):

أولاً - الأسلوب المباشر لقياس رأس المال المعرفي

يعتمد هذا الأسلوب على قياس قيمة رأس المال المعرفي، من خلال تحديد عناصره المتعددة بدقة بحيث يمكن تقييمها بصورة مباشرة. و يركز هذا الأسلوب على الأصول السوقية، مثل رضا العملاء، و الأصول البشرية، مثل المعارف، التعليم والتدريب والأصول الهيكلية مثل نظم المعلومات. وعندما يتم قياس هذه الأصول يمكن اشتقاق القيمة الإجمالية لرأس المال المعرفي في الشركات².

ثانياً - نموذج بطاقة الأداء المتوازن (Balanced Scorecard BSC)

لقد طور هذا النموذج (Kaplan & Norton) ليخدم نظرة شمولية إستراتيجية لتقييم الأنشطة ذات العلاقة بتوليد القيمة الملموسة و اللاملموسة، حيث يضيف النموذج مكونات جديدة لقياس الأداء من عدة مناظير أهمها: منظور التعلم و النمو (الاهتمام بأفراد المنظمة وبنائها التحتي)، المنظور الداخلي (الاهتمام بأداء العمليات الداخلية الرئيسة والتي تنشق منها أنشطة المنظمة)، منظور الزبائن (يركز على علاقة المنظمة بزبائنها) ، و المنظور المالي (تكوين القيمة يقيس النتائج النهائية التي تحققها المنظمة إلى حملة أسهمها)³.

و يمكن القول أن ما يميز هذا النموذج عن غيره من نماذج تقييم وقياس رأس المال الفكري، هو أنه يقدم رؤية شمولية للوضع الحالي للمنظمة، وذلك من حيث ما تضيفه أنشطتها من قيمة ملموسة وغير ملموسة، ضمن سياق عملية تكوين القيمة، على خلاف النماذج الأخرى التي تركز على تحديد قدرات العاملين و مستوى إنجازاتهم الحالية فقط.

و هذا يعني أن نموذج (BSC) يحاول أن يربط عملية تقييم رأس المال الفكري برسالة المنظمة وإستراتيجيتها وذلك من خلال ترجمة الرؤية الإستراتيجية إلى خدمة شاملة، متنوعة و مترابطة من مؤشرات الأداء، و بذلك فإن هذا النموذج يهدف إلى تحقيق التوازن ما بين تقييم وقياس المتغيرات الخارجية المرتبطة بأصحاب المصلحة والزبائن وقياس المتغيرات الداخلية ذات العلاقة بأنشطة الأعمال الجوهرية.

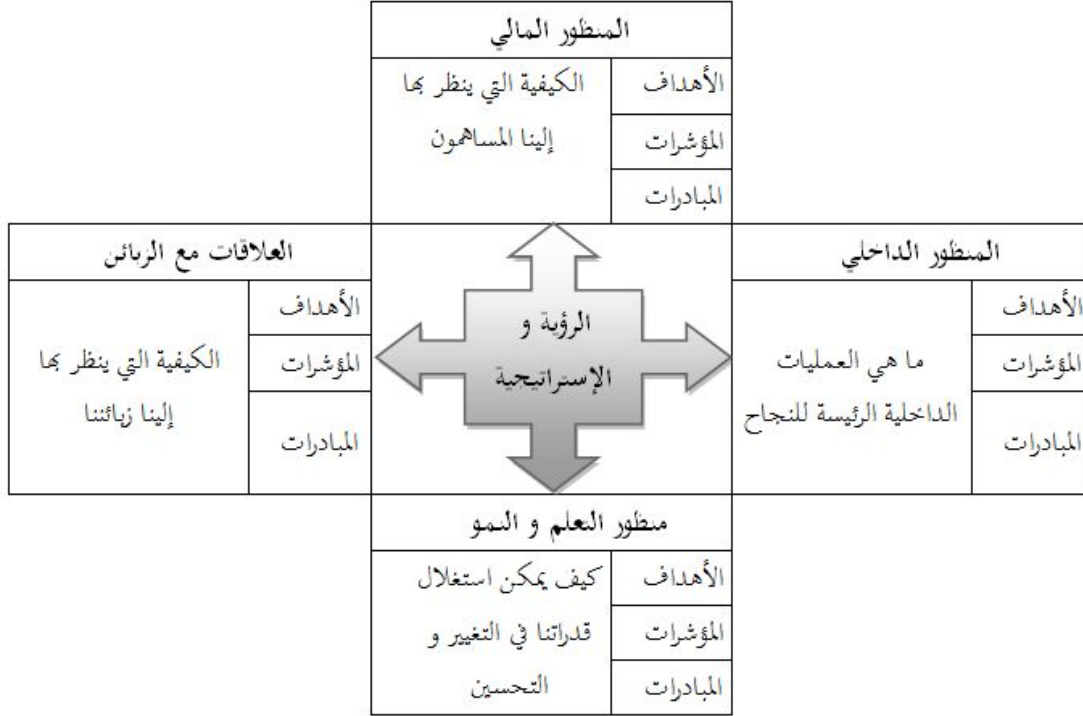
(*) أنظر الملحق رقم 04، الذي يبين المزيد من النماذج المقترحة لقياس رأس المال الفكري.

² - سعد عبد الكريم الساكني، المرجع السابق.

³ - BSC balanced scorecard, <http://www.balancedscorecardreview.com/pages/bsc-concept/>, (20-09-2013).

و يوضح الشكل الموالي نموذج بطاقة الأداء المتوازن:

الشكل رقم 08: نموذج بطاقة الأداء المتوازن (Balanced Scorecard)



Source: adapted from (Kaplan & Norton, 1996) *The Balanced Scorecard*, Harvard business school press:9 original from HBR 1996, p76.

و تتصل الأبعاد الأربعة للبطاقة من خلال علاقة السبب و الأثر، حيث يدعم كل بعد الآخر و تساهم مجتمعة في قياس مدى تحقيق الإستراتيجية. و يؤكد كل من (Kaplan & Norton) أن تسجيل و تحقيق المحاور يتم بشكل تسلسلي من أسفل إلى أعلى، حيث يسمح بمجهود التعلم و النمو بتحسين العمليات الداخلية، مما يؤدي إلى زيادة رضا الزبائن، ما من شأنه أن يولد في النهاية النتائج المالية التي تحقق رضا المساهمين.

ثالثا - نموذج Scandia Navigator (Edvinsson et Malone, 1997)

يرتبط هذا النموذج بشركة التأمين السويدية "Scandia"، والتي تعتبر أولى المنظمات التي أعدت تقريرا سنويا لتحليل رأس المال الفكري، بل قد ذهبت إلى أبعد من ذلك عندما عينت (Leif Edvinsson) مديرا لرأس المال

الفكري، حيث قام بالاشتراك مع زملاء له بتطوير نموذج رأس المال من منظور شامل، لا يقتصر فقط على المؤشرات المرتبطة برأس المال المالي.

و يستخدم كل من (Edvinsson et Malone) لقياس رأس المال المعرفي نموذج متعدد المؤشرات يحتوي على 164 مؤشر قياس موزعة على 91 مؤشر لقياس المكونات المعرفية، و 73 مؤشر لقياس المكونات التقليدية. غير أن هذا العدد الكبير من المؤشرات لقياس المكونات المقترحة من النموذج دون وجود صيغة نظرية للعلاقات بين هذه المؤشرات، قد يكون غير عملي إلى الحد الذي يؤدي إلى اضطراب الرؤية الإستراتيجية لإدارة وتقييم رأس المال الفكري، ويجعل من الصعوبة بإمكان جعل هذا المقياس خطياً بسبب الحاجة لحل حسابي معقد لجمع هذه المؤشرات، و مع ذلك يمكن الاستفادة من هذا الأسلوب لتقديم معلومات مفيدة على أساس المؤشر تلو الآخر، وذلك بالاعتماد على حاجة المدير أو المستثمر للمعرفة¹.

و نشير إلى أن هذا النموذج اعتمدت عليه العديد من المنظمات لشموله على المؤشرات المالية وغير المالية في تحديد القيمة السوقية للمنظمة. كما أنه إضافة إلى ذلك يفيد في مقارنة الأداء التنظيمي في الماضي (المؤشرات المالية) و الأداء الحالي ضمن منظور مستقبلي لتحليل القدرات التنافسية للمنظمة في السوق.

وتغطي مؤشرات هذا النموذج خمس مجالات:

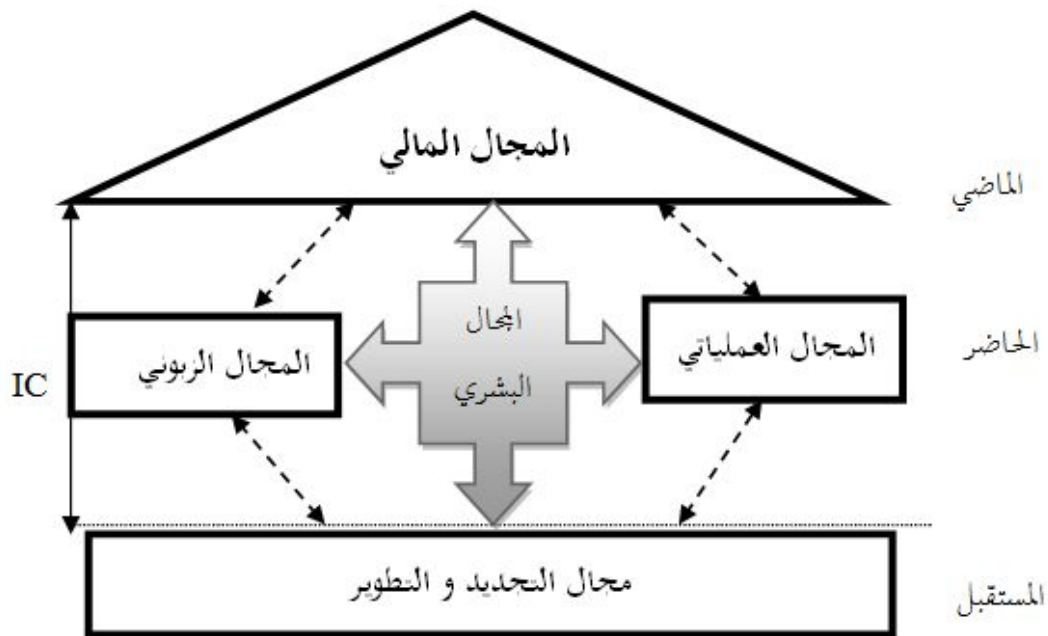
- **المجال المالي:** و من بين المؤشرات المالية نذكر: الاستثمار في نظم المعلومات، القيمة السوقية، العائد الصافي (القيمة المضافة)/عدد العمال، العائد على الأصول، دخل العمليات الجديدة، ...
- **مجال الموارد البشرية:** و من بين المؤشرات: التأهيل المهني، معدل الدوران، المستوى الدراسي، تحكم الموظفين في تكنولوجيا المعلومات...
- **المجال الزبوني:** و من بين مؤشرات: الحصة السوقية، رضا الزبون، وفاء الزبون، القدرة على كسب زبائن جدد..
- **المجال العملياتي:** و من بين المؤشرات: عدد الإداريين، عدد الحواسيب الإلكترونية بالنسبة لعدد الموظفين، التغيير في مخزون تكنولوجيا المعلومات، المصاريف الإدارية/الإيرادات الإجمالية % ، تكلفة

¹ - WEGMANN Grégory, Les tableaux de bord du capital intellectuel, Afnor Editions, VI-10-12, avril 2009, p 07.

الأخطاء الإدارية/الإيرادات الإدارية% ، المصاريف الإدارية/العلاوات الإجمالية% ، مصاريف تكنولوجيا المعلومات/ المصاريف الإدارية% ...

- مجال التطوير والتجديد: و من بين مؤشرات: فرص الابتكار، الاستثمار في التأهيل و التدريب، الإنفاق في البحث و التطوير، نفقات التسويق،...

الشكل رقم 09: التصور الأولي لنموذج Scandia Navigator



Source: Edvinsson and Malone, *Intellectual Capital, Realizing your company's true value by finding its hidden brainpower*, HarperBusiness, New York, 1997, P 68

رابعاً - مراقب الأصول غير الملموسة لـ Sveiby

ويعرف بنموذج (Intangible Asset Monitor) أو مراقب الأصول غير الملموسة الذي قدمه (Karl Erik Sveiby)، و هو يمثل مدخل غير نقدي لقياس الأصول غير الملموسة في المنظمة، حيث يقوم على مقابلة الأصول الملموسة بالأصول غير الملموسة لاستخراج القيمة السوقية، و تتكون الأصول غير الملموسة من ثلاثة مكونات أساسية هي: الجدارة المحورية، الهيكل الداخلي، والهيكل الخارجي، و يتم قياس كل فئة من الفئات

الثلاثة للأصول غير الملموسة في ضوء ثلاثة مؤشرات هي النمو و التجديد ، الكفاءة و الاستقرار، كما يتم قياس القيمة الدفترية الصافية للأصول الملموسة في ضوء المؤشرات الثلاث آنفة الذكر¹.

الجدول رقم 05: مراقب الأصول غير الملموسة ل (Sveiby,1998)

مكونات الأصول غير الملموسة			
الهيكل الخارجي	الهيكل الداخلي	الجدارة المحورية	
الربحية عدد الزبائن - النمو الإجمالي/النمو	-الاستثمار في نظم المعلومات -البحث و التطوير في المنتجات -إيرادات المنتجات الجديدة	- عدد سنوات العمل - المستوى التعليمي للمهنيين المحترفين - الخبرة المهنية - العمر المتوسط للعمال	النمو و التجديد
- رضا الزبون -النمو في حجم -المبيعات/ عدد الزبائن	- تعامل الموظفين مع الزبائن -العوائد المحققة من خلال الموظفين الإداريين	- قدرة المهنيين المحترفين على تحقيق عوائد إضافية - القيمة المضافة للعمال - القيمة المضافة للمحترفين - الكفاءة في التعامل مع الزبائن	الكفاءة
- نسبة الزبائن الدائمين - كمية المبيعات المتنوعة	- أقدمية المؤسسة - نسبة المبتدئين - دوران الموظفين الإداريين - وفاء الزبون	- متوسط عدد السنوات لتواجد العمال بالمؤسسة سنوات الأقدمية - معدل دوران العمل	الاستقرار

Source : WEGMANN Grégory, *Les tableaux de bord du capital intellectuel*, Afnor Editions, VI-10-12, avril 2009, p 11.

ويمكن التعبير عن نموذج (Sveiby) بالمعادلات التالية :

القيمة السوقية = القيمة الدفترية الصافية للأصول الملموسة + قيمة الأصول غير الملموسة.

قيمة الأصول غير الملموسة = الكفاءة الفردية + الهيكل الداخلي + الهيكل الخارجي.

¹ - WEGMANN Grégory, Op cit, p 10.

خامسا - أسلوب معدل العائد على الأصول (ROA)

يُحسب معدل العائد على الأصول بقسمة متوسط العوائد السنوية الصافية قبل الضريبة على متوسط الأصول الملموسة لنفس الفترة الزمنية، والنتائج يقارن مع متوسط العائد لعموم الصناعة التي يقع نشاط الشركة ضمنها، والفرق يمكن أن يكون بمثابة عائد على المعرفة. فإذا كان الفرق (صفرًا) أو سالبًا تكون الشركة ليس لديها رأس مال معرفي يزيد عن المتوسط في الصناعة، وتبعاً لذلك تكون قيمة رأس المال المعرفي مساوية للصفر. أما إذا كان الفرق بين معدل العائد على الأصول وبين متوسط الصناعة موجباً، عندها تكون الشركة لديها رأس مال معرفي موجب ويزيد عن المتوسط في الصناعة¹.

سادسا - أسلوب الرسملة السوقية (نموذج القيمة السوقية إلى القيمة الدفترية)

تم تقسيم هذا النموذج من قبل (Stewart)، و الذي يستند في حساب قيمة رأس المال المعرفي على الفرق بين القيمة السوقية لرأس المال المؤسسة وقيمتها الدفترية، ويتم تعديل القوائم المالية على أساس التكلفة التاريخية لإظهار تأثيرات التضخم أو تكاليف الاستبدال، لأن استخدام التكاليف التاريخية قد يشوه عملية الحساب، وبصورة خاصة في الصناعات التي تتميز بوجود الأصول الرأسمالية القديمة، كصناعة الفولاذ مثلاً.

و رغم أهمية هذه الطرق المتنوعة في تقديم محاولات جديدة من أجل فهم رأس المال الفكري ومكوناته، وتكوين قاعدة قوية من المبررات من أجل شموله بالتحليل والتقييم المالي، ومن ثم إدخاله في القياس والتسجيل المحاسبي، لازالت هذه الطرق بحاجة إلى المزيد من التأصيل من جهة، والمزيد من الاستجابة للشروط المالية والمحاسبية في حساب الأصول الفكرية، وخاصة ما يتعلق بثبات القيمة ودقة التقييم من جهة أخرى. و يتضح مما سبق أن رأس المال الفكري، الذي يرتبط بموجودات غير ملموسة، و التي تتمثل بشكل أساسي في عنصر (المعرفة)، صعب القياس، و يعود ذلك إلى عدة أسباب من بينها²:

- إن القياس المحاسبي معني بالماضي و بالتكلفة التاريخية، فالقواعد المحاسبية رغم تنقيحها باستمرار على أسس منتظمة، قد جرى تصميمها في الأصل، لموجودات مادية ملموسة، مثل: المنشآت، المكائن والآلات، التي كانت تمثل مصدر الثروة خلال العصر الصناعي؛

¹- عبد الكريم محسن باقر، مرجع سابق.

²- Certified Institute of Management Accounting, Understanding Corporate Value, 2003, Meaning, reporting Intellectual Capital :www.cimaglobal.com.,pp 4-6.

- بعض الموجودات غير الملموسة يصعب قياسها أساساً، فالإبداع، مثلاً، الذي هو في صلب عملية توليد المعرفة، يصعب التكهن به وبتأثيره، حيث يمكن أن يظهر بطرق عدة؛
- إن رأس المال الفكري الذي يعتبر ذا قيمة بالنسبة لشركة معينة، قد لا يكون كذلك بالنسبة لشركة أخرى ذات طبيعة مختلفة، مما نتج عنه نظم قياس مختلفة تجعل من الصعب المقارنة بين الشركات و القطاعات.
- و من الممكن أن حل مشكلة القياس في مجال رأس المال الفكري يمثل مسألة وقت ليس إلا، حيث أن التطور يسارع من أجل إيجاد طرق و أساليب دقيقة و معول عليها في القياس و تقييم الموجودات الفكرية، بشكل صحيح و دقيق و في كل قطاع من القطاعات.

المبحث الثالث: إدارة رأس المال الفكري و تحديات الأعمال المعاصرة

ينظر إلى إدارة رأس المال الفكري كخيار استراتيجي تفرضه طبيعة الضغوط التنافسية المتزايدة، ذلك أن مسيري المؤسسات في ظل الاقتصاد المعرفي يقفون أمام تحديات لا تتعلق بفهم وإدراك الموارد المادية الملموسة، بل وإدراك مكونات الأصول غير الملموسة و إدارتها، وبالتالي ضرورة البحث عن أساليب تسيير تقدر قيمة رأس المال الفكري وتنجح في استقطاب المعرفة، توظيفها و المحافظة عليها. و في هذا الإطار ينظر إلى إدارة المعرفة على أنها تمثل إحدى الآليات المستخدمة في إدارة رأس المال الفكري، باعتبارها عملية تفاعلية تسعى المنظمة من خلالها إلى خلق و زيادة ما تملكه من رأس مالها الفكري.

المطلب الأول: ماهية إدارة المعرفة

في ظل تزايد أهمية المعرفة في العصر الحديث، سوف نستعرض ضمن هذا المطلب مفهوم إدارة المعرفة، عملياتها الأساسية، و كذا الأهمية الإستراتيجية لإدارة المعرفة بالمؤسسة الاقتصادية.

أولاً - مفهوم إدارة المعرفة

لقد ساهم عدد من مختصي "علم الإدارة" في نشأة مفهوم "إدارة المعرفة" ومن بينهم على وجه الخصوص (Donald Marchand)، و الذي يعد أول من استخدم هذا المصطلح في بداية الثمانينات من القرن الماضي، باعتبارها "المرحلة النهائية من الفرضيات المتعلقة بتطور نظم المعلومات". كما تنبأ (Drucker) بأن العمل النموذجي سيكون قائماً على المعرفة، وبأن المنظمات ستكون منظمات معرفية، تكون الأفكار منتجاتها، والبيانات موادها الأولية، والعقل البشري أداؤها، إلى حد باتت المعرفة المكون الرئيسي للنظام الاقتصادي

والاجتماعي المعاصر¹. و بالرغم أن مصطلحات المعرفة و الإدارة قديمة، متداولة و مألوفة، إلا أن مصطلح إدارة المعرفة لم يحظى بعد بمفهوم موحد.

و يمكن فيما يلي تناول بعض تعاريف إدارة المعرفة، حيث يرى (Koenig, 1999: 1) بأن: "إدارة المعرفة هي المسؤولة عن تنظيم و ملاحظة إنتاج رأس المال الفكري، و البحث عنه، و تحقيق المحاوره بين أعضائه". ويعرفها (Rastogi, 2000: 1) بأنها: "عملية تنظيمية متكاملة، تهدف إلى توجيه نشاطات الشركة للحصول على المعرفة، خزنها، مشاركتها، تطويرها و استخدامها من قبل الأفراد و الجماعات، من أجل تحقيق أهداف المنظمة". في حين يعبر عنها (Daft, 2001: 257) بأنها: "الجهود المبذولة من المديرين لغرض تنظيم و بناء رأس مال المنظمة من الموارد المعلوماتية، أو ما يمكن أن نسميه برأس المال الفكري الذي تمتلكه المنظمة"².

و مما سبق يتضح أن إدارة المعرفة هي تلك العمليات المنهجية المنظمة و المستمرة، التي تساعد المؤسسات على رصد المعرفة و استخدامها، من خلال: توليدها، اختيارها، تنظيمها، استخدامها، نشرها و تقاسمها، مما يضمن الاستفادة القصوى من الخبرات الفردية الكامنة بعقول موظفيها في الأنشطة الإدارية المختلفة، كحل المشكلات، التخطيط الاستراتيجي، و اتخاذ القرارات. لذا فإن من أهم مميزات تطبيق هذا المفهوم هو الاستثمار الأمثل في رأس المال الفكري، و تحويله إلى قوة إنتاجية تسهم في تنمية أداء الفرد ورفع كفاءة المؤسسة، بالشكل الذي يحقق لها الديمومة و النجاح.

و كما هو الحال بالنسبة للفرق بين المعلومات و المعرفة، فإن هناك فرق بين إدارة المعلومات و إدارة المعرفة، وفي هذا المجال، يشير (Grey Denham) أن التعامل مع الأشياء (البيانات أو المعلومات) هو إدارة معلومات، و التعامل مع البشر هو إدارة المعرفة، فإدارة المعلومات تتعلق بالوثائق، رسومات التصميم المسندة بالحاسوب، الجداول الإلكترونية و نظم البرمجة، بهدف توفير المدخل، و الأمانة، و الانتقال، و الخزن، أي أنها تتعامل حصرياً مع التمثيل الواضح و الجلي³، في حين أن إدارة المعرفة، تتعامل مع ما هو مخزن في عقول الأفراد، فهي تهتم بالابتكار، العلاقات، الأنماط، المهارات، الذكاء، التعلم الفردي و الجماعي، و تقوي التعاضد بين أفراد

¹ - صلاح الدين الكبيسي صلاح الدين، مرجع سابق، ص 32.

² - عادل هادي البغدادي، و آخرون، أثر إدارة المعرفة في إعادة هندسة عمليات منظمة الأعمال دراسة تطبيقية في معمل إدارات بابل، مجلة العلوم الاقتصادية، العدد 21، المجلد الخامس، جوان 2008، جامعة الكوفة، بغداد، ص 118.

³ - Grey Denham, Knowledge Management and Information Management :The Differences. www.it-consultancy.com/ extern/sws/km-info.htm, consulté le : 11/07/2007.

المجموعات، و تشجع مشاركتهم و تبادل الخبرة و الأفكار بينهم. و انطلاقا من ذلك يتوجب على المؤسسات تفعيل دور تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات لدعم العمليات المختلفة لإدارة المعرفة (Duffy,2000). كما أكد (Morse,2000) على أهمية اعتماد المؤسسات على التكنولوجيا في خلق بيئة داخلية تساعد على التعلم و تبادل المعرفة بين الموظفين لتحسين إنتاجيتهم¹.

و يتكون نظام إدارة المعرفة من أربع عناصر أساسية و هي²:

- التعاون بين الأفراد: من خلال تبادل الأفكار و الخبرات و المهارات في مختلف الأقسام والوحدات؛
- التكنولوجيا: (الحواسب الآلية، برامج الحاسوب، شبكة الانترنت..)، التي تهيئ البيئة الملائمة للتفاعل الاجتماعي و تسهم في تسهيل وتسريع كل عمليات إدارة المعرفة؛
- العمليات: التي تتضمن تطوير ممارسات العمل الجديدة التي تزيد من مهارة الأفراد و الترابط فيما بينهم و تراقب عملية التقدم في تنفيذ البرنامج؛
- الإستراتيجية: التي تساعد على تأطير أو تبني الخيارات الصحيحة والملائمة لمواجهة تهديدات البيئة.

ثانيا- الأهمية الإستراتيجية لإدارة المعرفة بالمؤسسة الاقتصادية:

تتحلى أهمية إدارة المعرفة بالمؤسسة الاقتصادية في جوانب رئيسية أهمها³:

- تسريع نمو المعرفة من خلال الابتكار و الحوافز، و تفعيل عملية صنع القرارات الإستراتيجية في ظل التطورات البيئية المتسارعة؛
- بناء إمكانات التعلم وإشاعة ثقافة المعرفة وتحفيز التنافس من خلال الذكاء البشري؛
- إدخال تحسينات في المنتجات و جودة الخدمات، و بالتالي تحقيق رضا العملاء؛
- إطلاق الطاقات الفكرية و قدرات الأفراد الفنية بالمؤسسة على كافة المستويات، بما يسهم في رفع كفاءة العمليات و تحسين الإنتاجية و توفير الحلول الأفضل للمشكلات؛

¹ - مطيران عبد الله مطيران، إدارة نظم المعرفة (رأس المال الفكري)، 2007، موسوعة الاقتصاد و التمويل الإسلامي، تصفح يوم 17-11-2014، ص 08.

² سعداوي موسى، إدارة المعرفة و تنمية رأس المال الفكري للمؤسسة، مداخلة مقدمة ضمن المؤتمر الدولي الخامس رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في ظل الاقتصاديات الحديثة، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، الجزائر، 13/14 ديسمبر 2011، ص 06.

³ - محمد زرقون، الحاج عرابة، أثر إدارة المعرفة على الأداء بالمؤسسات الاقتصادية، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، العدد 01، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، ديسمبر 2014، ص 130-131، بتصرف من الباحثة.

- بناء و تنمية قدرة المؤسسة على التعامل مع المتغيرات التنافسية مبكرا و الاستعداد للتكيف معها؛
- تحقق التكامل بين قدرات الموارد البشرية المبدعة من ذوي المعرفة و متطلبات تقنية الاتصال و المعلومات، حتى تصبح للمؤسسة القدرة على رصد المعرفة من مختلف مصادرها، معالجتها و إتاحتها للاستخدام الفعال في صياغة و تنفيذ الاستراتيجيات و تشغيل الأنظمة و الوظائف و العمليات؛
- تساعد إدارة المؤسسة على تغيير إطارها الفكري، و تحديث المفاهيم، و الخبرات، و الثقافات و توظيفها؛
- يوفر المناخ الايجابي للعاملين ذوي المعرفة، بما يؤدي إلى إطلاق معرفتهم الكامنة و دفعهم لتنميتها؛
- تعريف و تحليل موارد المعرفة، المتوفرة و المطلوبة، و حمايتها من الاندثار.

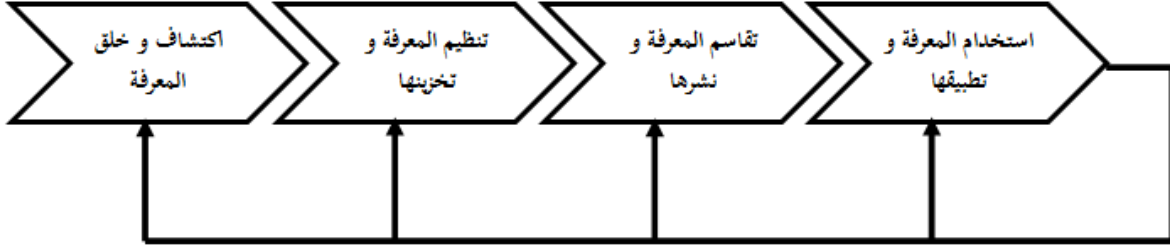
ثالثا- العمليات الأساسية لإدارة المعرفة:

تمر عملية إدارة المعرفة بأربع خطوات أساسية حسب العديد من المختصين (Adams and Lamont, 2003; Alavi and Leidner, 2001 ; Huber, 1991..) و يمكن إيجازها فيما يلي¹:

- (أ) - اكتشاف و خلق المعرفة: يقصد باكتشاف المعرفة، التعرف على الموارد المعرفية التي تمتلكها المنظمة، خاصة المعرفة الضمنية الموجودة لدى الكفاءات العاملة بها، أما خلق المعرفة فيقصد بها إنتاج معرفة جديدة، و يبدأ ذلك عندما تنتقل المعرفة من ضمنية إلى ظاهرة، ثم ضمنية من جديد من خلال التفاعل الاجتماعي.
- (ب) - تنظيم المعرفة و تخزينها: تستلم المنظمات يوميا أحجاما هائلة من المعلومات تحتاج إلى اختيارها، تجميعها، تصنيفها، تحليلها و تنظيمها. و يكمن الهدف هنا في حفظ المعارف المكتسبة و المطورة في المنظمة بهدف إعادة استعمالها مرة أخرى.
- (ج) - تقاسم المعرفة و نشرها: و تعني تعميم المعرفة على مجموعة أوسع من الأفراد، بهدف تحويل المعرفة الضمنية الشديدة الانفرادية إلى معرفة صريحة أكثر تشاركا، سواء باستعمال الوسائل التكنولوجية (انترانت..) أو اللقاءات و الحوارات...إلخ.
- (د) - استخدام المعرفة و تطبيقها: أي إدماج المعرفة المتاحة في تصميم الأعمال، خطط الأداء و تحديد مهام العاملين، بحيث توضع المعرفة في الاستخدام الفعلي و يتم تنميتها و تحديثها باستمرار. و يبين المخطط الموالي المراحل التي تمر بها عملية إدارة المعرفة.

¹ - Claire Bayou, manager les connaissances, liaisons, France, 2003,pp12-16, sur le site <http://www.amazon.fr/Manager-connaissances-Claire-Beyou/dp/2878805178>, بتصرف

الشكل رقم 10: المراحل الأساسية في عملية إدارة المعرفة



المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على (Claire Bayou ,manager les connaissances, 2003)

المطلب الثاني: أهمية إدارة رأس المال الفكري بالمؤسسات

أصبح الاهتمام بإدارة رأس المال الفكري موضوعاً بارزاً و ذو أولوية في فكر إدارة الأعمال. و قد أكد (Green,1998 :14) أن معظم الموجودات الفكرية لا تفضل الإدارة و السيطرة بل كثيراً ما تقاوم محاولات الاحتواء و الاندماج، و عليه يشير (Kawatra,1995 :68) ضرورة توفير إدارة قوية تعمل بأقصى ما يمكن من أجل ضمان استثمار أفضل لرأس المال الفكري و المحافظة عليه.

و تشير معظم الأدبيات إلى أن على المؤسسات التي تسعى إلى الحفاظ على قدراتها التنافسية، في سياق يتميز بالتعقيد وعدم التأكد والمنافسة العالية، أن توظف رصيدها كاملاً من الذكاء الجماعي، وأن تحكم إدارة ما يتوافر لديها من معرفة بوصفها مورداً مهماً. وفي اتجاه التطور الحاصل في الاهتمام بالمعرفة في المنظمات المعاصرة، يتوجب أن تتم عملية إدارة تلك المعارف من خلال توفير المعلومات وإتاحتها لجميع العاملين في المنظمة، إذ يرتكز مفهوم إدارة المعرفة على الاستفادة القصوى من المعلومات المتوفرة في المنظمة والخبرات الفردية الكامنة في عقول موظفيها، لتحويلها إلى قوة إنتاجية تسهم في تنمية أداء الفرد و رفع كفاءة المنظمة.

و قد قدم الكتاب و الباحثون العديد من مبادئ اللازمة لإدارة رأس المال الفكري بشكل فعال، و من بين بعض النماذج المقترحة لإدارة رأس المال الفكري، نذكر:¹

¹ - محمود علي الروسان، محمود محمد العجلوني، أثر رأس المال الفكري في الإبداع في المصارف الأردنية، مجلة جامعة العلوم الاقتصادية والقانونية، جامعة دمشق، المجلد 26، العدد الثاني، 2010، ص ص 45-46.

1- نموذج (Stewart,1997): و قد قدم المبادئ التالية من أجل الإدارة الفعالة لرأس المال الفكري:

- تحسين علاقاتها مع عاملها والزبائن، والعمل على الاستفادة قدر المستطاع من أفكارهم ومقترحاتهم؛
- العمل على توفير الموارد التي يحتاجها العاملون، و مساعدتهم على بناء شبكة علاقات داخلية متكاملة فيما بينهم؛
- إشاعة أجواء الابتكار و الحرية و العفوية في طرائق الأفكار، بعيدا عن القيود التي تفسد الإبداع و تقتل الطموح؛
- الاحتفاظ بنظام معلومات كفاء، و بالذات قاعدة بيانات ممتازة.

2- نموذج (Daniel,1997): و قد أشار في نموذجه إلى خمس خطوات و هي:

- البدء بالإستراتيجية، و ذلك من خلال تأطير دور المعرفة في العمل، و بيان أثر الاستثمارات الفكرية في تطوير المنتجات؛
- تقييم استراتيجيات المنافسين و ما لديهم من موجودات فكرية؛
- فتح ملف خاص بالموجودات الفكرية، ماذا تملك؟، و ماذا تستخدم؟، و إلى أين تعود؟؛
- تقييم موجوداتها الفكرية، و ماذا تحتاج لتعظيم قيمتها؟؛
- تجميع ملف المعرفة، و تصنيف الموجودات الفكرية حسب قيمتها و أهميتها.

3- نموذج (Leonard&Strauss,1999): و قد قدم نموذجه وفق الآتي:

- تعزيز قابليات حل المشكلات المهنية، عن طريق كسب المعرفة في النظم و برمجيات الحاسوب؛
- المشاركة بالمعلومات، باعتبارها على درجة كبيرة من الأهمية، و لأن الموجودات الفكرية على عكس الموجودات المادية تزداد قيمتها بالاستعمال؛
- التخلي عن الهياكل الهرمية التقليدية، و إعادة تنظيم نفسها وفق هياكل تسمح بإدارة رأسمالها الفكري بمرونة عالية؛
- تكوين شبكات فردية، أي ما يطلق عليه أنسجة العنكبوت، للتشارك في حل المشكلات، و منه إشاعة روح التعاون و تحفيز التعلم.

و استنادا إلى ما تقدم فإن سر بقاء ونجاح المؤسسات أصبح مرهونا بمدى استثمارها الصحيح لطاقتها الفكرية، بالشكل الذي يعززها و يعمل على صيانتها و يضمن المحافظة عليها، الأمر الذي يزيد من أهمية وجود إدارة فعالة لرأس المال الفكري، تهتم بقدرة المؤسسة على التكيف مع متغيرات البيئة التنافسية، و مدى اعتمادها على مبدأ التعاون و التوافق بين القدرات التكنولوجية و القدرات الفكرية.

المطلب الثالث: دور إدارة المعرفة في بناء و تطوير رأس المال الفكري

يتفق كل من (Stevenson,2000,1) و (Rastogi,2000,1) بأن العلاقة بين رأس المال الفكري و إدارة المعرفة علاقة وطيدة، باعتبارهما نوعين من المنافسة المعتمدة على قوة دماغ الأفراد، و تلك القوة لا يمكن استخدامها في حالة فقدان النسيج الاجتماعي، الذي يمثل مزيجا من الثقة و التعاون و الإخلاص و المساعدة والاهتمام¹. و باعتبار أن امتلاك المؤسسات للمعرفة بمختلف أنواعها (رأس المال الفكري) يعد أمرا في غاية الأهمية، إلا أن امتلاكها و حشدتها لا يعد مجديا في حد ذاته من دون استغلالها و إدارتها بكفاءة، حتى تتحقق الاستفادة القصوى منها في الأنشطة الإدارية المختلفة والوصول إلى أفضل التطبيقات، و هو ما تسعى إدارة المعرفة إلى إحداثه فعلا في المنظمة.

و يمكن تلخيص دور إدارة المعرفة في تنمية و تطوير رأس المال الفكري بالمؤسسة، كي يتعاضد دوره في الإبداع و الابتكار وتحسين الأداء على كافة المستويات، فيما يلي:

- تساعد عمليات إدارة المعرفة على توليد معارف جديدة، عن طريق التفاعل الاجتماعي و خلق البيئة التنظيمية، التي تشجع تقاسمها بين الأفراد في مختلف أقسام المنظمة. وقد قدم (Nonaka and Takeuchi, 1995) أربع طرق تتولد بها المعرفة من خلال التفاعل (Interaction) بين المعرفة الضمنية والمعرفة الظاهرة وهي²:

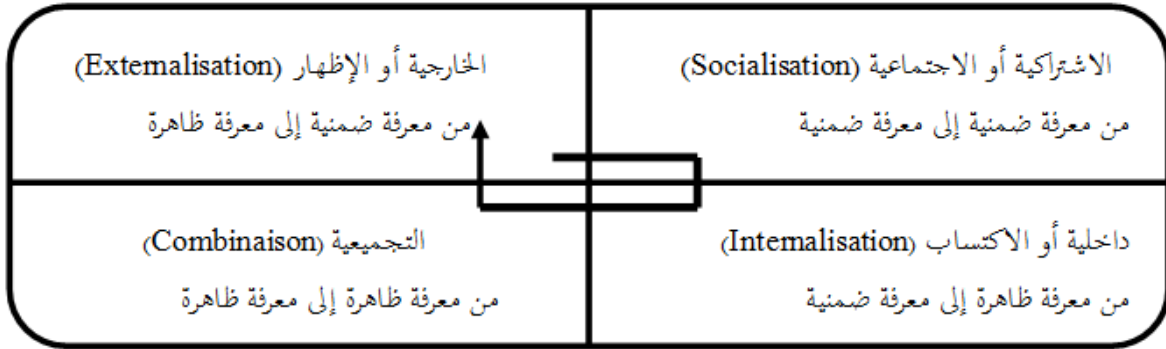
- الاشتراكية أو الاجتماعية (Socialisation): وتتضمن تحويل المعرفة من معرفة ضمنية إلى معرفة ضمنية، من خلال اجتماعات للعصف الذهني وحلقات التوعية والتعليم الموجه، مما يسمح للجميع بالتعلم.

¹ - عادل حرحوش المرعجي و أحمد علي صالح ، مرجع سابق، ص 59.

² - Aurélie Duzert, Le KM au cœur de la stratégie d'entreprise, <http://www.cairn.info/revue-documentaliste-sciences-de-l-information-2012-2-page-26.htm>.

- الخارجية أو الإظهار (Externalisation): أي تحويل المعرفة من ضمنية إلى ظاهرة، من خلال إظهار المعرفة المكتسبة للجميع بصورة واضحة، في صيغة أفعال أو أقوال يمكن للجميع فهمها.
- التجميعية (Combinaison): أي الانتقال من معرفة ظاهرة إلى معرفة ظاهرة، من خلال تجميع، تنظيم وتصنيف المعرفة الموجودة، ثم وضعها على شكل قواعد معلومات يمكن للجميع الوصول إليها.
- الداخلية أو الاكتساب (Internalisation): والتي تعني الانتقال من معرفة ظاهرة إلى معرفة ضمنية، حيث يتم اكتساب المعرفة من خلال استيعابها، مما يعمل على تكامل المعرفة والخبرات السابقة والاحتفاظ بها مخزنة في ذاكرة الفرد.

الشكل رقم 11: توليد المعرفة عن طريق التفاعل حسب نموذج (Nonaka and Takeuchi)



Source: Nonaka & Takeuchi, *The knowledge creating company*, New York, Oxford. University Press, 1995, p 83.

كما تكمن أهمية إدارة المعرفة في:

- تعزيز إدارة المعرفة المستوى الرفيع من مهارات التكيف التي تجعل الفرد أكثر مرونة و استجابة للتغيرات؛
- تساعد على زيادة الوعي الثقافي لدى العاملين، من خلال التدريب و التعلم و الحوار و حرية تدفق الأفكار؛
- تدعيم رضا العمل لدى الموظفين، و كذا تعزيز مهارات الاتصال و النقاش و الاحترام المتبادل لوجهات النظر المختلفة؛
- تلعب إدارة المعرفة دورا مهما في تنمية و إدارة الكفاءات، أي الجزء من المعرفة المخزن في عقول الأفراد، والذي يجب أن يستفيد منه بقية أفراد المنظمة. كما تساعد على اكتشاف العلاقات الموجودة بين الكفاءات وكيفية تطويرها لبناء كفاءات جديدة و الحفاظ عليها؛

- توفير الخدمة لإدارة علاقات الزبون و تحسينها، و ذلك بالاعتماد على تكنولوجيا المعلومات في بناء قواعد معلومات عن الزبائن، مما يساعد على تطوير المهارات التسويقية للموظفين و يكسبهم القدرة على التعامل، الاحتفاظ و بناء علاقات فعالة مع العملاء، كما تعمل إدارة المعرفة على رفع القدرات الإبداعية و الابتكارية للموظفين، و تعزيز الدقة في اتخاذ القرارات الإستراتيجية في الوقت المناسب¹؛
- تساعد إدارة المعرفة على تحسين العمليات المختلفة داخل المنظمة، مما يسهم في خفض التكاليف و التخلص من الإجراءات المطولة أو غير الضرورية²؛
- تسعى إدارة المعرفة لاستخلاص المعرفة الكامنة في عقول مواردها البشرية، و تحويلها إلى أصول فكرية (أي أصول معلنة ومملوكة للمنظمة)، و كذا التوثيق المنتظم والشامل لكافة العمليات الفكرية (عمليات التخطيط، الدراسات، التصميم، التغيير والتطوير،...)
- تحويل رأس المال الفكري إلى قيمة سوقية ، من خلال استثمار الاختراعات والابتكارات في زيادة الأرباح ودعم القدرات التنافسية للمنظمة.

و من خلال ما سبق يتضح أن سر التفوق لا يكمن في امتلاك رأس المال الفكري، وإنما يكمن في الكيفية التي يتم من خلالها تطبيق تلك المعارف والأفكار ووضعها موضع التنفيذ، مما يتطلب أن يكون هناك إدارة كفوءة تتمكن من ترجمة كل تلك المعارف إلى الواقع العملي، لتكون بمثابة مفتاح لنجاح المنظمة وبقائها في إطار ما تشهده البيئة المعاصرة من تنافسية عالية . و عليه فإن عمليات إدارة المعرفة تعتبر أداة لا غنى عنها في تنمية وتطوير رأس المال الفكري بالمؤسسات، من أجل تعظيم الاستفادة منه في تطوير الأنشطة المختلفة، و من ثم تحقيق ميزة تنافسية مستدامة و الحفاظ على بقائها واستمراريتها.

المطلب الرابع: رأس المال الفكري و التحديات الإدارية المعاصرة

لقد فرضت بيئة الأعمال التنافسية المتسمة بحركيتها الدائمة و تغيراتها المستمرة، تحديات معاصرة ألزمت بموجبها منظمات الأعمال بضرورة استيعابها و مسايرتها، و الأكثر من ذلك أن هذه التحديات نشرت تأثيرها بشكل فعال على متغيرات تنظيمية و سلوكية لعل أبرزها وفي مقدمتها رأس المال الفكري، لذلك حتمت الضرورة

¹ - ثامر ياسر البكري، أحمد هاشم سليمان، إدارة المعرفة التسويقية و انعكاساتها على العلاقة مع الزبون لتحقيق الميزة التنافسية، المؤتمر العلمي الثاني: الجودة الشاملة في ظل إدارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات، جامعة العلوم التطبيقية الأردنية، 2006، ص ص: 14-15.

² - أحمد طرطار، سارة حليمي، أثر تطبيق إدارة المعرفة على وظيفة الإبداع في منظمات الأعمال، الملتقى الدولي حول رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في الاقتصاديات الحديثة، جامعة الشلف، الجزائر، 2011، ص 14.

الأكاديمية و المنهجية دراسة هذه التحديات المعاصرة في محاولة للتعرف على علاقتها برأس المال الفكري، و هذا ما سنتعرض إليه من خلال العناصر الآتية¹:

أولاً - علاقة رأس المال الفكري بالتفكير الاستراتيجي

لقد عرفت بداية الثمانينات تحولا كبيرا و جذريا في النظرة إلى التفكير الاستراتيجي مفهوما و مضمونا ففكرا وممارسة و ترافق هذا التحول مع كتابات (Mason,1986)،(Ohmae,1982)، (Mintzberg,1994) (Liedtok,1998) و غيرهم، و بناءا عليهم يمكن تعريف التفكير الاستراتيجي بأنه: نمط من أنماط التفكير العام، يتضمن توظيف مجموع القدرات (الحدسية، الابتكارية، الإبداعية، النقدية)، في التعامل مع المعطيات المتاحة لتحديد الرؤى و صياغة الإستراتيجية التي تحقق التكامل بين أهداف المنظمة و تضمن لها البقاء في المستقبل.

إن نمط التفكير الاستراتيجي يختلف عن نمط التفكير التقليدي الذي يخرج بخلاصات و حلول دون تحليل حقيقي فهو بذلك يستلزم مجموعة من القدرات المتميزة، و عليه فإن المفكرون الإستراتيجيون هم جزء من رأس المال الفكري، إذ يمتلكون نفس القدرات و المواصفات التي يتميز بها، إلا أنهما يختلفان في بعض النقاط، حيث يتمركز المفكرون الإستراتيجيون في الإستراتيجية الشاملة (القمة الإستراتيجية)، و يمتلكون صلاحيات واسعة كونهم أعضاء في مجلس الإدارة، كما يتوافر فيهم شروط الموقع الوظيفي مثل التحصيل العلمي، الخبرة المهنية..، بينما يتمركز رأس المال الفكري في مستويات الإستراتيجية كافة، من الشاملة إلى التشغيلية، و يمتلك صلاحيات محددة أو ضيقة أو قد لا يمتلك صلاحيات إطلاقا، كما لا يشترط بالضرورة توفر شروط معينة للحصول على وظيفته.

و منه يمكن القول أن كل مفكر استراتيجي يعد رأس مال فكري، لكن ليس بالضرورة كل رأس مال فكري مفكر استراتيجي، و من هنا تتأتى المسؤولية الكبيرة للمفكرين الاستراتيجيين إزاء المحافظة على رأس المال الفكري و تطويره من أجل الرفع من أداء المنظمات.

ثانياً- علاقة رأس المال الفكري بالهندسة الإدارية

الهندسة الإدارية أو الهندرة أو إعادة هندسة الأعمال (Reengineering) منهج جديد في الفكر الإداري المعاصر يقوم على التغيير الجذري، و طرح الأساليب القديمة جانبا و إعادة تصميم العمليات، التي تقوم بها المنظمة حتى تقدم سلعة أو خدمة بالمواصفات التي يفضلها الزبائن (عبد الوهاب، 1999، ص 9). و تتطلب فعالية

¹ - المرفجي و صالح، مرجع سابق، ص 43-76، بتصرف من الباحثة.

عملية الهندرة و جود رأس مال فكري يستطيع التعامل مع متطلباتها، باعتباره الوحيد القادر على ذلك لان من أبرز خصائصه تنوع مهاراته و قدراته الابتكارية العالية على تركيب المعطيات التي تسمح إحلال أساليب عمل جديدة ومختلفة كلياً عن القديمة.

ثالثاً- علاقة رأس المال الفكري بإدارة الجودة الشاملة

لقد عرفت إدارة الجودة الشاملة (Total quality management, TQM) عدة تعاريف يمكن إجمالها فيما يلي: مدخل إداري معاصر، يعتمد على تضافر جميع جهود العاملين في المنظمة بغرض تحسين مستوى جودة السلع و الخدمات، لتحقيق رضا الزبائن و الحفاظ على موقعها التنافسي.

و تنبثق العلاقة بين المتغيرين كون رأس المال الفكري يعد العنصر الجوهرى لتطبيق فلسفة إدارة الجودة الشاملة، لما يمتلكه من قدرات فكرية و تنظيمية عالية و مهارات متنوعة، و بالتالي فإن لهم الأثر الكبير في تطوير الجودة وإمكانية تطبيق برامج ناجحة فيها.

رابعاً- رأس المال الفكري والقدرة على إدارة التغيير

تعيش المؤسسات المعاصرة في ظل بيئة شديدة الديناميكية و التغيير، و قد يعود ذلك سواء لعوامل خاصة بالبيئة الخارجية (سياسية، اقتصادية، تكنولوجية، اجتماعية، قانونية)، أو بالبيئة الداخلية (تغيير مجال النشاط، تغيير الأهداف، تغيير الهيكل، ..)، مما يحتم عليها تدعيم قدرتها على إدارة هذه التغييرات المتسارعة بإيجابية. وتعرف إدارة التغيير بأنها فلسفة لإدارة المنظمة تتضمن تدخل مخطط و منظم في أحد أو بعض جوانب المنظمة، (تكنولوجيا، هياكل تنظيمية، أساليب عمل...)، لتغييرها بهدف زيادة فعاليتها وتحقيق التوافق مع التغيير. ويتوقف نجاح عملية إدارة التغيير على مدى توفر الكفاءات و المهارات المتميزة (رأس المال الفكري)، و مدى قناعتها واستعداداتها و تعاونها لقيادة هذا التغيير.

خلاصة الفصل

تناولنا من خلال هذا الفصل عرضاً للمركزات الفلسفية لرأس المال الفكري عبر تحديد بدايات ظهوره وأساسها الفكري و النظري ثم أوضحنا مؤشرات تطوره عبر الحقب الزمنية حتى تبلور بصيغة نظرية لها قواعد ومبادئ و افتراضات. كما تناولنا عرضاً لأهم المفاهيم الأساسية لرأس المال الفكري و أهم مكوناته مع التأكيد على أهميته و ضرورة الاهتمام به بالمؤسسات، و كذا سبل تنميته، قياسه و إدارته.

و من العرض التحليلي السابق لأدبيات رأس المال الفكري تم التوصل إلى النتائج التالية:

- إن رأس المال الفكري هم شريحة متميزة ذهنياً بالذكاء و التحليل و القدرة على الإبداع والابتكار؛
- إن تحليل مفهوم رأس المال الفكري يبين تعقده و تشعبه، كونه يضم مكونات مختلفة و التي تنطوي بدورها على عدة مؤشرات يصعب حصرها و تحديدها بصفة دقيقة؛
- يتفق أغلب الباحثين على المكونات الأساسية لرأس المال الفكري، و المتمثلة برأس المال البشري، الهيكلي والزبائني، إذ لا تعمل هذه المكونات بشكل مستقل عن بعضها و إنما بشكل متكامل، حيث يعد رأس المال البشري المكون الأبرز باعتباره مصدر الإبداع و الابتكار، في حين يمثل رأس المال الهيكلي البنية التحتية المساندة والداعمة له، و أخيراً فإن المحصلة النهائية توجه لإشباع رغبات و حاجات الزبائن؛
- لا تتوقف أهمية رأس المال الفكري على امتلاكه فحسب، بل يجب البحث عن أساليب فعالة لإدارته، والتي تقدر قيمة رأس المال الفكري وتنجح في تحقيق الاستفادة القصوى منه، لتحويله إلى قوة إنتاجية تسهم في تنمية أداء الفرد و رفع كفاءة المنظمة؛
- رغم تعدد النماذج القياسية لرأس المال الفكري، إلا أنها تبقى غير قادرة على قياس رأس المال الفكري بصفة دقيقة و مطلقة لأنها لا يمكنها قياس المعرفة الكامنة الموجودة بعقول الأفراد؛
- إن تحليل مفهوم رأس المال الفكري يشير إلى كونه وثيق الصلة بالتغيرات البيئية و التحديات الإدارية المعاصرة، مما يضاعف من أهميته، و يحتم على المؤسسات ضرورة دراسة علاقته بهذه التحديات، من أجل التمكن من التحكم فيها و تسييرها لصالح تحقيق أهدافها المنشودة.

بعد تحديد أهم المفاهيم المتعلقة برأس المال الفكري، سوف نتطرق ضمن الفصل الموالي إلى تحليل الإطار النظري للميزة التنافسية، و تبيان أهمية رأس المال الفكري كمدخل لاكتساب و تطوير مزايا تنافسية في ظل الاقتصاد الجديد المبني على المعرفة.

الفصل الثالث:

رأس المال الفكري كمدخل لاكتساب و تطوير

المزايا التنافسية في ظل الاقتصاد الجديد

تمهيد

يقتضي الاندماج في الاقتصاد العالمي المبني على المعرفة، ضرورة سعي المؤسسات الاقتصادية إلى تثمين مواردها الداخلية وكفاءتها الإستراتيجية، و رصد المعارف الكامنة لدى مواردها البشرية، باعتبارها موردا إستراتيجيا، وقدرة فكرية، ومصدرا للمعلومات والابتكارات، يضمن للمؤسسة ديمومة ميزتها التنافسية.

و تجمع أغلب أدبيات الفكر الإداري على أن حيازة ميزة تنافسية مستدامة يعتبر هدفا إستراتيجيا، تسعى أغلب المؤسسات الاقتصادية لتحقيقه، مما يفرض عليها تحديد مصادر الميزة التنافسية الكامنة في بيئتها الداخلية بهدف تثمينها واستغلالها بكفاءة، من جهة، والتعرف بدقة على مختلف فرص البيئة التنافسية لاستثمارها وتجنب التهديدات والمخاطر الملازمة لها، من جهة أخرى، الأمر الذي يمكن المؤسسة من اختيار أنسب الاستراتيجيات التنافسية المحققة لأهدافها الإستراتيجية.

في إطار هذا السياق نهدف ضمن هذا الفصل إلى تحليل الإطار النظري للميزة التنافسية، وأثر التحليل الاستراتيجي للبيئة التنافسية في اختيار الاستراتيجيات المحققة لها، كما سنتطرق إلى أهمية إدارة رأس المال الفكري و الاستثمار فيه، باعتباره مدخلا إستراتيجيا لخلق وتطوير ميزة تنافسية للمؤسسات الاقتصادية في ظل الاقتصاد الجديد.

المبحث الأول: التنافسية و البيئة التنافسية للمؤسسة

لقد أفرزت التغيرات و التحولات العالمية وضعا جديدا فيما يمكن اعتباره نظام أعمال جديد، سمته الأساسية هي التنافسية، و التي تعتبر التحدي الرئيسي الذي يواجه المؤسسات المعاصرة، كونها حقيقة أساسية تحدد نجاح مختلف مشاريع المؤسسة أو فشلها بدرجة غير مسبوقة.

المطلب الأول: مفهوم و أنواع التنافسية

لقد أصبحت عبارة التنافسية ذات وقع متزايد الأهمية في عصرنا، لذا سنتناول في هذا المطلب أهم المفاهيم المتعلقة بالتنافسية، و كذا أنواعها وفق المعايير المختلفة.

أولا - مفهوم التنافسية:

يصعب تقديم تعريف دقيق للتنافسية باعتبار هذه الأخيرة يكتنفها نوع من الغموض، و يرجع ذلك إلى الاختلاف في وجهات نظر الباحثين و تجربة الممارسين في الميدان. و مع ذلك يمكن إدراج بعض التعاريف التي تناولت مفهوم التنافسية من بينها:

- يعرفها (Pottier,2001) « بأنها قدرة المؤسسة على تحمل المنافسة بشتى أشكالها لفترة أطول»¹.
- أما (Percerou,1984) فإنه يقدم ثلاثة تعاريف للتنافسية²، حيث يستند الأول إلى العوامل المتمثلة في السعر، الجودة والتكلفة، و حسب ذلك تعني التنافسية تقديم منتج ذو جودة عالية وبسعر مقبول، أما التعريف الثاني فهو يركز على السوق، ومفاده أنّ التنافسية تقاس من خلال أداء المؤسسة في السوق مقارنة بأداء نظيراتها وذلك اعتمادا على الحصة السوقية، أما التعريف الثالث فهو يعتبر التنافسية كسلوك، وهذا يعني أنه ينظر للتنافسية من زوايا مختلفة تخضع لتقويم ذاتي من قبل الممارسين، فمنهم من يرى أنها قيد تحول دون النمو في السوق، و منهم من يرى أنها محفز قوي يدفع نحو بذل المزيد من الجهد، قصد التحسين المتواصل للأداء على كل المستويات.
- و تعرف التنافسية حسب المعهد الدولي للتنمية و الإدارة (IMD, 1991) بأنها القدرة الحالية و المستقبلية و الفرص المتاحة لرواد الأعمال، لإنتاج سلع بجودة عالية و بشكل أكثر تميز عن المنافسين في السوق المحلية والعالمية.

¹ - P.Pottier, Introduction a la gestation, Foucher édition, France, 2001,P 70.

² -R. Percerou, Entreprise: Gestion et compétitivité, ed ECONOMICA, 1984, pp 53-54.

ولتوضيح دقيق لمفهوم التنافسية، لا بد من دراسة كل مستوى من مستويات التنافسية على حدى¹:

تعني تنافسية المؤسسة: "قدرتها على تلبية الرغبات المختلفة و المتنوعة للمستهلكين، و ذلك بتوفير منتجات وخدمات ذات جودة معينة و سعر معين، بشكل أكثر كفاءة و فعالية من المنافسين الآخرين في السوق، مما يحقق نجاحا مستمرا للمؤسسات على الصعيد المحلي أو الدولي، و يتم ذلك من خلال رفع إنتاجية عوامل الإنتاج (العمل، رأس المال، التكنولوجيا)"، في ظل غياب الدعم و الحماية من قبل الحكومة.

كما تعني التنافسية على مستوى القطاع: "قدرة قطاع معين في دولة ما على تحقيق القيمة المضافة العالية ونجاح مستمر في الأسواق الدولية، ضمن بيئة أعمال ذات تشريعات مرنة تتماشى مع التطورات الاقتصادية، و ضمن آليات فعالة لقوى السوق.

أما تنافسية الدولة، فتعرف حسب منظمة التعاون و التنمية الاقتصادية (OCDE) بأنها: "مدى قدرة الدولة على إنتاج السلع و الخدمات و الوصول إلى الأسواق العالمية، بما يساهم في نمو الدخل القومي الحقيقي على المدى الطويل". و يعرفها المعهد العربي للتخطيط (API) بأنها تمثل "الأداء النسبي الحالي و الكامن في القطاعات والأنشطة المنافسة مع الاقتصاديات الأخرى". في حين يعرفها المعهد الدولي للتنمية و الإدارة (IMD) على أنها: "قدرة البلد على توليد القيمة المضافة العالية و منه تحقيق الثروة الوطنية و ازدهار الشعوب".

و تربط بين المستويات الثلاث للتنافسية علاقة تكاملية، فلا يمكن الوصول إلى تنافسية القطاع دون وجود مؤسسات قادرة على قيادة القطاع، لإكسابه قدرة تنافسية على المستوى الدولي، ومن ثم الوصول إلى تنافسية الدولة التي تنشط فيها هذه المؤسسات.

على ضوء ما سبق، يمكن تقديم صورة التنافسية كمفهوم متعدد الأبعاد (مؤسسة أو قطاع أو دولة)، من خلال تعريف "إمانويل أوكامبا" (Emmanuel Okamba)، فهي تعني: "القدرة على مواجهة المنافسة ضمن الشروط الملائمة لها، و هذه القدرة يمكن أن تتجسد من خلال وضع إستراتيجية فعالة لتوجيه النشاطات والأعمال، بغرض تطوير الموقع التنافسي في السوق والمحافظة عليه لأطول فترة ممكنة².

¹ - المرصد الوطني للتنافسية، التقرير الوطني الأول لتنافسية الاقتصاد السوري 2007، برنامج الأمم المتحدة الإنمائي و هيئة تخطيط الدولة، 2008، ص ص 29-30 .

² - Emmanuel Okamba, Mondialisation, Concurrence et Compétitivité dans la Caraïbe, site : www.publibook.com/librairies/publibook/images/2201PREV.pdf. Date : 2000.

وتجدر الإشارة هنا إلى ضرورة التمييز بين المنافسة والتنافسية، فالأولى تعنى بالظروف التي تنشط ضمنها المؤسسات، أما الثانية فتتعلق بالظروف الذاتية و قدرات المؤسسة التي تتيح لها المجابهة في السوق.

ثانيا - أنواع التنافسية:

تميز الكثير من الأدبيات بين عدة أنواع من التنافسية، و ذلك حسب مجال البحث، حيث يمكن التمييز بين التنافسية حسب معيار السعر، أو حسب الزمن، أو حسب الموضوع، و ذلك كما يلي¹:

1. التنافسية حسب معيار السعر: تنقسم التنافسية حسب معيار السعر إلى التنافسية السعرية و غير السعرية.

• **التنافسية السعرية:** و تعني أنه يمكن مؤسسة أو بلد ذي التكاليف الأقل من بيع أو تصدير السلع بصورة أفضل من البلدان أو المؤسسات الأخرى.

• **التنافسية غير السعرية:** و تنقسم إلى التنافسية النوعية و التنافسية التقانية، و يمكن التمييز بينهما كما يلي: فالتنافسية النوعية تعتمد على إنتاج منتجات ذات جودة عالية، و التي يمكن بيعها بأسعار مرتفعة، أما التنافسية التقانية، فتعتمد على الصناعات عالية التقانة ذات القيمة المضافة المرتفعة.

2. التنافسية حسب الزمن: يميز تقرير التنافسية الكونية للمنتدى الاقتصادي العالمي (The World

Economic Forum, 2000) بين التنافسية الظرفية (الجارية) و التنافسية الكامنة (المستدامة):

• **التنافسية الظرفية (الجارية):** تعتمد هذه التنافسية على النتائج الإيجابية المحققة خلال دورة محاسبية، غير أنه لا يجب التفاؤل بشأن هذه النتائج، لكونها قد تنجم عن فرصة عابرة في السوق، أو عن ظروف جعلت المؤسسة في وضعية احتكارية.

• **التنافسية الكامنة (المستدامة):** تركز التنافسية الكامنة على العوامل التي تساهم في زيادة التنافسية على المدى الطويل، مثل الاستثمار في رأس المال البشري و الفكري، و الابتكار.

¹ - التقرير الوطني الأول لتنافسية الاقتصاد السوري 2007، مرجع سابق، ص 31.

التنافسية بحسب الموضوع: و تتضمن¹:

- **تنافسية المنتج:** تعتبر تنافسية المنتج شرطاً لازماً لتنافسية المؤسسة، وكثيراً ما يُعتمد على سعر التكلفة كمعيار وحيد لتقويم تنافسية منتج معين، لكنه ليس كافي باعتبار أن هناك معايير أخرى قد تكون أكثر دلالة، كالجودة وخدمات ما بعد البيع...
- **تنافسية المؤسسة:** و يتم تقويمها بالأخذ بعين الاعتبار هوامش كل المنتجات، من جهة، والأعباء الإجمالية، التي نجد من بينها: النفقات العامة، نفقات البحث والتطوير والمصاريف المالية... إلخ، من جهة أخرى، ومن ثمة فإن تحقيق تنافسية المؤسسة يتطلب تحقيق قيم إضافية في كل مستوياتها.

المطلب الثاني: مؤشرات قياس التنافسية

وضعت منظمات دولية عديدة منهجيات وآليات مختلفة لقياس التنافسية على مستويات متعددة، تدعى المؤشرات التنافسية، ولهذا لا يوجد هناك آلية موحدة عالمياً لقياس مستويات التنافسية للدول، وفيما يلي سوف نتعرض إلى أهم هذه المؤشرات من خلال مستويات التنافسية الثلاث:

أولاً - مؤشرات قياس تنافسية المؤسسة: تتضمن هذه المؤشرات قياس مدى كفاءة إدارة المؤسسة على صياغة وتنفيذ الاستراتيجيات التنافسية التي تعكس التكلفة والربحية والتي نوجزها فيما يلي²:

1. **مؤشر التكلفة:** تلعب التكلفة دوراً هاماً كمؤشر تنافسي لأنه لا يمكن تحديد أسعار تنافسية دون ضبط مستمر للتكاليف، لذلك نجد أن الكثير من المؤسسات تستهدف أن تكون الرائدة في خفض التكلفة عن منافسيها لتحقيق مركز تنافسي يضمن لها البقاء في السوق.
2. **مؤشر الربحية:** بحيث لا بد من أن تكون هذه الربحية بشكل متصاعد وقابل للاستمرار، من أجل ضمان بقاء المؤسسة في السوق.

¹ - H. LESCA, Structure et système d'information: Facteurs de compétitivité, MASSON, 1982, pp 11-13.

² - رضا عبد السلام، مكانة مصر والدول العربية في المؤشرات العالمية، دار السلام، مصر، 2004، ص ص 21-22.

3. **مؤشر الحصة السوقية:** يعكس مدى مساهمة المؤسسة في الأسواق المحلية والأسواق الدولية على حد سواء، إذ تحقق المؤسسة أرباحاً كبيرة كلما كانت حصتها السوقية أكبر، وهذا ما يساعدها على توسيع أنشطتها وتنمية قدراتها التنافسية.

4. **مؤشر الإنتاجية الكلية للعوامل:** يقيس الفعالية التي يحول فيها المشروع مجموع عوامل الإنتاج إلى منتجات.

ثانياً- مؤشرات قياس تنافسية القطاع: إن تقييم تنافسية قطاع معين في دولة ما يتم من خلال مقارنتها مع قطاع مماثل في دول أخرى، أما فيما يخص مؤشرات فهي تنحصر في¹:

1. **مؤشر التكاليف الإنتاجية:** يكون القطاع تنافسياً إذا كانت الإنتاجية الكلية لعوامل الإنتاج فيه مساوية أو أعلى منها لدى المنافسين الأجانب، أو عندما يكون مستوى تكاليف الوحدة بالمتوسط يساوي أو يقل عن تكاليف الوحدة للمنافسين الأجانب.

2. **مؤشر التجارة والحصة من السوق الدولية:** حيث يفقد القطاع تنافسيته عندما تتناقص حصته من الصادرات الوطنية الكلية، أو عندما تزداد حصته من المستوردات الوطنية الكلية لمنتج معين، وإذا أخذنا بعين الاعتبار حصة الدولة في التجارة الدولية، فإن القطاع يفقد تنافسيته عندما تتناقص حصته من الصادرات الدولية الإجمالية لمنتج معين.

ثالثاً- مؤشرات قياس تنافسية الدولة: إن التقارير العالمية التي تناولت مؤشرات قياس تنافسية الدولة عديدة ومتنوعة، أهمها: المعهد العربي للتخطيط (API)، المعهد الدولي للتنمية الإدارية (IMD)، المنتدى الاقتصادي العالمي (WEF)، مؤشرات البنك الدولي (WB)، إضافة إلى مؤشرات صندوق النقد الدولي (FMI).

و استناداً للمنتدى الاقتصادي العالمي (WEF)، يمكن تصنيف مؤشرات تنافسية الدولة إلى اثنا عشر مؤشراً رئيسياً تمثل فيما يلي²: حالة المؤسسات، البنية التحتية، بيئة الاقتصاد الكلي، الصحة والتعليم الابتدائي، التعليم

¹ - مسعود بن مويظة، الإبداع التكنولوجي لتطوير القدرة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الأغواط، 2005، ص 31.

² -The Global Competitiveness Report 2012–2013, PDF, World Economic Forum, at www.weforum.org/gcr, PP 4-7.

العالي والتدريب، كفاءة سوق السلع، كفاءة سوق العمل، تطور السوق المالية، الجاهزية التكنولوجية، حجم السوق، تطور بيئة الأعمال و الابتكار.

المطلب الثالث: البيئة التنافسية للمؤسسة

تنشط مختلف المؤسسات اليوم في ظل بيئة تتميز بتغيرات نوعية و بحركية دائمة يصعب التنبؤ باتجاهاتها، ومن ثمة، فإن التعامل مع هذه البيئة يتطلب من المؤسسات متابعة و دراسة جميع التغيرات التي تحدث خارج نطاقها وبعيدا عن سيطرتها، والتي تمثل في مضمونها البيئة التنافسية التي يجب التكيف معها، من خلال تحديد الخطوات التي يجب أن تتبعها من أجل ضمان التحسين المستمر في أدائها، بما يمكنها من احتلال موقع متميز في السوق والتغلب على جميع القوى التنافسية المحتملة.

أولا - مفهوم بيئة المؤسسة

تعّد البيئة محل اهتمام المؤسسات الاقتصادية، باعتبارها مصدرا للتهديدات و الفرص في آن واحد، ويرى (Denis, 1990) على أنه من الصعوبة تقديم تعريف دقيق للبيئة، غير أنه يقول بأنها «تمثل بشكل واسع كل ما يحيط بنقطة مركزية، والمقصود هنا المؤسسة»¹. أما (Duncan, 1972) فيرى، بأنّ البيئة توافق "كل عامل مادي أو اجتماعي، حيث يؤخذ في الحسبان بشكل مباشر ضمن عملية اتخاذ القرار من قبل الأفراد المسيرين في المؤسسة"². و يستند كل من (Johnson et Scholes, 2002) في تعريفيهما للبيئة إلى مكونات هذه الأخيرة والمتثلة في الأبعاد السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية و الثقافية، التكنولوجية و القانونية.

و استنادا إلى ما سبق، يمكن القول أن بيئة المؤسسة تضم كل المتغيرات والعوامل والقيود والظروف التي تواجه المؤسسة وتؤثر على سلوكها الاستراتيجي، سواء كانت عوامل تدخل ضمن بيئتها الداخلية أو متغيرات خارجية³، و من خصائص البيئة التي تعمل فيها المؤسسة: التغير المستمر و التعقيد بسبب تفاعل متغيراتها المختلفة وتداخلها

¹ - Philippe Vaesken, l'environnement territorialisé : Un nouveau concept de structuration de l'environnement dans la stratégie de l'entreprise,colloque A I M S ,1996, P5.

² - G.Gueguen, L'environnement perçu des PME, 5eme congrès international francophone sur la PME, 25- 27 Octobre 2000, Lille, sur le site www.sciencesdegestion.com/pdf, Consulté le 30/05/2004, P 4.

³ - عبد السلام أبو قحف، التسويق: وجهة نظر معاصرة، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، بيروت، ص ص 68-69.

فيما بينها، مما يصعب السيطرة عليها و التحكم فيها، و يستوجب استمرارية عملية تحليل هذه متغيرات و مراعاة تأثيرها على إستراتيجيتها¹.

ثانيا - تحليل البيئة التنافسية للمؤسسة:

تمثل البيئة التنافسية للمؤسسة تلك العوامل والمتغيرات، التي ترتبط ارتباطا وثيقا بطبيعة عمل المؤسسة ولها علاقة مباشرة بها، بحيث تؤثر بشكل مباشر أو غير مباشر في أنشطتها وإستراتيجياتها، و يصعب السيطرة عليها والتحكم فيها²، فقد تكون إيجابية تعمل في صالح المؤسسة كالفرص التي تتيحها، أو سلبية تعمل في غير صالحها متمثلة في التهديدات التي تواجهها، وبالتالي يجب على المؤسسة رصد هذه المتغيرات وتحليلها لضمان التكيف معها والاستفادة منها، ويمكن تصنيفها كالآتي³:

1 - تحليل البيئة التنافسية الخاصة:

- **العملاء:** هم الأفراد والجماعات المشترون للسلع أو الخدمات التي تقدمها المؤسسة، والذين يشكلون قوة رئيسية من القوى التي تؤثر على نشاطها⁴، بحيث يتطلب الأمر التعرف عليهم وعلى احتياجاتهم، ودراسة خصائصهم وعاداتهم، بالإضافة إلى معرفة قدرتهم الشرائية وظروفهم الاجتماعية؛
- **المنافسون:** يمثلون تلك المؤسسات التي تقدم سلع وخدمات مماثلة أو بديلة، لذلك يجب على المؤسسة التعرف عليهم ودراسة وتحليل حصتهم السوقية، ونقاط القوة والضعف لديهم، وإستراتيجياتهم؛
- **الموردون:** ونعني بهم تلك المؤسسات التي تمد المؤسسة باحتياجاتها من الموارد (كالمواد الخام والآلات..)، لذا يجب التعرف عليهم، و على مراكزهم، وأسعار التوريدات لديهم، وجودة منتجاتهم...

1 - محمد صالح الحناوي، وآخرون، مقدمة في الأعمال والمال، الدار الجامعية، للإسكندرية، 1999، ص 105.

2 - عابدة سيد الخطاب، الإدارة والتخطيط الإستراتيجي، القاهرة، دار الفكر العربي، 1985، ص 77.

3 - سمالي بحضيه، أثر التسيير الاستراتيجي للموارد البشرية وتنمية الكفاءات على الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية مدخل الجودة والمعرفة، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2003، ص ص 21-22.

4 - علي الشريف، الإدارة المعاصرة، ط2، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 1997، ص 102.

- **الوسطاء:** هم حلقة الوصل بين المؤسسة والعملاء، كتجار التجزئة والجملة أو الوكلاء لدى المؤسسة، لذلك يتطلب الأمر دراسة قدراتهم وخصائصهم، أماكن تواجدهم و شروط التعامل معهم؛
- **الممولون:** وهم المساهمون في المؤسسة ومصادر التمويل الأخرى، كالبنوك، لذا يجب على المؤسسة مراعاة الخصائص والشروط اللازمة والمتعلقة بمختلف تلك المصادر؛
- **الحكومة:** تمثل المؤسسات التي تملك حق إصدار التشريعات المانحة أو المانعة لبعض نشاط المؤسسة، الأمر الذي يستدعي دراسة وتحليل تلك التشريعات خاصة المتعلقة بالأسعار، والضرائب والتأمينات؛
- **مقدمو الخدمات:** يمثلون مختلف الجهات أو المصالح، التي لها علاقات ومعاملات تربطهم بالمؤسسة، من خلال تقديم الخدمات الاستشارية، كوكالات الإعلان، والمكاتب الاستشارية، وهيئات النقل... الخ؛

2- تحليل البيئة التنافسية العامة (الخارجية):

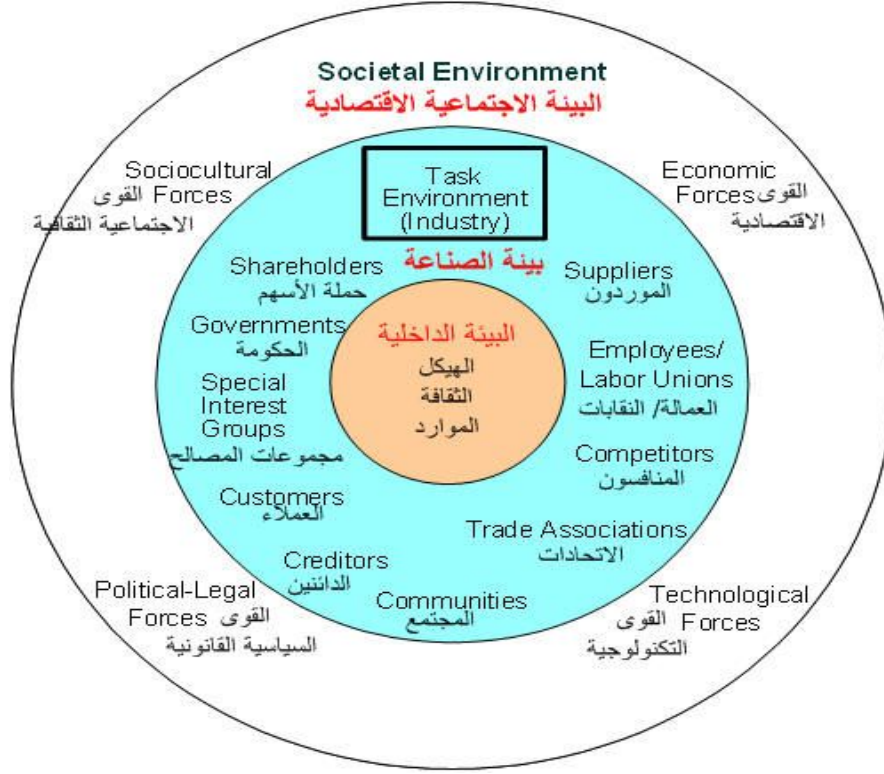
تتمثل البيئة التنافسية العامة للمؤسسة في مجموعة العوامل والقوى التي تقع خارج المؤسسة، دون أن يكون لها تأثير مباشر على إستراتيجية المؤسسة، وتمثل تلك العوامل فيما يلي¹:

- **العوامل السياسية و القانونية:** تعمل المؤسسة ضمن الإطار القانوني والسياسي للدولة، الذي يسن التشريعات و القوانين التي تحدد دورها وأهدافها، مما يؤثر على كافة معاملاتها؛
- **العوامل الاجتماعية و الثقافية:** يقصد بها مجموع القيم والعادات الاجتماعية والثقافية السائدة في مجتمع ما، والتي تؤثر على المستهلكين من حيث رغباتهم، عاداتهم ، توقعاتهم واتجاهاتهم، و مدى تقبلهم لنشاط الأعمال؛
- **العوامل التكنولوجية:** تعمل المؤسسة على متابعة التقدم العلمي والتكنولوجي، للاستفادة من كل ما هو جديد في مجال نشاطها، من أجل خلق سلع وخدمات جديدة تشبع رغبات المستهلكين؛
- **العوامل الاقتصادية:** تشير إلى خصائص وعناصر النظام الاقتصادي الذي تعمل فيه المؤسسة، ومن أهم تلك العوامل الدخل، والطلب، وعوامل الإنتاج، والسياسات النقدية والمالية للدولة، إضافة إلى المتغيرات الاقتصادية التي تلعب حاليا دورا مؤثرا في البيئة الاقتصادية، كالعولمة، وتحرير التجارة،

¹ - سملاي يحضيه، مرجع سابق، ص ص 22-23.

والتكتلات الاقتصادية المختلفة. و يمكن توضيح أهم المتغيرات المؤثرة على المؤسسة من خلال الشكل الموالي:

الشكل رقم 12: البيئة و المتغيرات البيئية

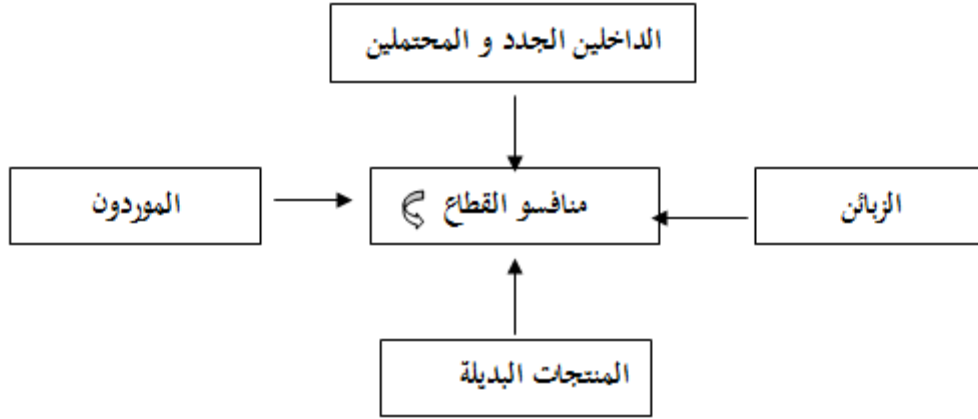


المصدر: مركز الإدارة و التنمية، الإدارة الإستراتيجية، www.mdcegypt.com

3- تحليل القوى التنافس الخمس لبورتر (Porter)

يرى (M.Porter) ، بأنّ المؤسسات لا تواجه بعضها البعض ضمن القطاع الذي تنشط ضمنه فحسب، بل يتعداه إلى عناصر أخرى، والتي تساهم في التأثير على مردودية القطاع سلبيا أو إيجابيا، وتدعى هذه العناصر بقوى التنافس، حيث يمكن توضيحها من خلال الشكل الآتي:

الشكل رقم 13: القوى التي تتحكم في المنافسة داخل القطاع



Source : M. Porter, *Choix stratégique et concurrence, Economica* 1982,P 04.

1- **الداخليين الجدد و المحتملين:** يتوجب على المؤسسات الاهتمام و التركيز على الداخليين الجدد والمحتملين، بسبب رغبتهم في امتلاك حصص في السوق، مما يؤثر في مردودية قطاع النشاط، من خلال تخفيض أسعار المنتجات. و تتحدد درجة خطورة الداخليين الجدد، من خلال نوعية حواجز الدخول التي يفرضها قطاع النشاط، و التي يمكن حصرها في: اقتصاديات الحجم، الحصول على المواد الخام، كسب التقنية و المهارة المتخصصة، الاحتياجات الرأسمالية، تمييز المنتج، سهولة الوصول إلى منافذ التوزيع، تكلفة البديل، السياسات الحكومية إلخ.....¹.

2- **تهديدات المنتجات البديلة:** و هي المؤسسات التي تنتج منتجات أو خدمات بديلة لمنتجات أو خدمات الصناعة، أو تقدم منتجات أو خدمات مشابهة، أو أفضل بكلفة أقل و جودة عالية، مما يمثل تهديدا حقيقيا بالتقليص من المردودية المحتملة للقطاع، من خلال مدى توفر بدائل قريبة، أو في تكلفة التبدل.

3- **قوة التفاوض مع الزبائن:** تؤثر قوة مساومة الزبائن على شدة المنافسة في الصناعة، خصوصا عند زيادة الأهمية النسبية لمشترياتهم من القطاع، و تتمثل هذه القوة في قدرتهم على التفاوض في تدنية الأسعار، رفع النوعية و تنوع المنتجات و الخدمات، الأمر الذي يكون له تأثير على مردودية المؤسسة، و تزداد هذه القوة في

¹ - http://chohmann.free.fr/strategie/modele_porter.htm.

بعض الظروف منها: مدى توفر منتجات منافسة أو بديلة و انخفاض تكلفة التحول إليها، تأثير الجودة والأسعار.

4- قوة تفاوض الموردين: بإمكان الموردين التأثير على مردودية المؤسسات، وذلك بتحكّمهم في أسعار المواد الأولية، أو النصف المصنعة، أو فرضهم لشروط بيع معينة، أو امتلاكهم الحق في بعض الأنشطة التسويقية، كالتوزيع مثلا. وتزداد قوة تفاوض الموردين في بعض الحالات منها: ارتفاع درجة تركيز الموردين مقارنة بالزبائن، القطاع المشتري لا يمثل زبونا مهما، ارتفاع تكلفة التحول إلى مواد أولية أخرى...

5- شدة المنافسة في القطاع: تمثل شدة التنافس بين المنافسين الموجودين مركزا أساسيا في نموذج بورتر لتحديد جاذبية الصناعة، ومن بين العوامل المؤثرة على درجة التنافس: عدد المنافسين في القطاع، نمو قطاع النشاط، نصب التكلفة الثابتة إلى إجمالي القيمة المضافة للنشاط، مدى عمق تمييز المنتج، التمرکز و الاختلاف بين المنافسين.

و منه على المؤسسة أن تأخذ بعين الاعتبار عدة إجراءات منها ما يلي: تحديد ومعرفة أصل تلك التهديدات والضغوطات بدقة، ترتيبها حسب تأثيرها، و منه توقع الإستراتيجيات الممكنة إتباعها لمواجهة هذه القوى.

ثالثا - متابعة البيئة التنافسية

قبل الاستعلام عن المنافسين من خلال متابعة البيئة التنافسية، ينبغي على المؤسسة دراسة عناصر البيئة التنافسية التي تنشط فيها، ومن ثم التعرف على مدى تأثير الأطراف المختلفة على وضعها التنافسي.

1. عناصر البيئة التنافسية

هناك ثلاث خطوات تساعد المؤسسة في التعرف على المنافسين الذين تواجههم¹:

- **تحديد المنافسين:** أي تحديد المنافسين الحاليين و المحتملين، الذين يمثلون تهديدا للمؤسسة نظرا لأنهم يشبعون نفس الحاجة عن القطاع المستهدف.
- **تحديد استراتيجيات المنافسين:** فلا بد على المؤسسة بعد تحديد منافسيها، تصنيفهم في مجموعات وفقا للاستراتيجيات المتبعة، من أجل اختيار الإستراتيجية المناسبة التي تمكنها من مواجهتهم.

¹ - نصيرة بن عبد الرحمان، آليات تطوير الميزة التنافسية للمنظمات الاقتصادية الجزائرية في ظل تحرير التجارة الخارجية، مذكرة ماجستير في إدارة الأعمال، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة البليدة، الجزائر، 2006، ص ص 45-47، بتصرف من الباحثة.

- تحديد نقاط قوة وضعف المنافسين: إن إمكانية تنفيذ الاستراتيجيات وتحقيق أهداف المؤسسة، تتوقف بدرجة كبيرة على قوة أو ضعف المنافسين، و بهذا تنتج فكرة تقييم نقاط القوة و الضعف لكل منهم، و يتم ذلك عن طريق جمع المعطيات الأساسية عن كل منافس فيما يخص: رقم الأعمال؛ حصة السوق؛ المردودية؛ قدرة الإنتاج...

2- كيفية متابعة البيئة التنافسية

يتطلب التعرف على عناصر البيئة التنافسية للمؤسسة خطوات هامة، وهي¹:

- جمع المعلومات عن البيئة التنافسية: و تخضع هذه العملية إلى جهد، منظم و مستمر، للحصول على المعلومات المطلوبة و تقديمها في شكل يسهل فهمه و تحليله، فالدراسة المستمرة لأوضاع السوق، تعتبر عملية حتمية لتكوين رصيد متجدد من المعلومات، و التي من أمثلتها: أنواع المنتجات التي يمكن للمؤسسة إنتاجها بمزايا نسبية أكبر من منافسيها، تفضيلات الزبائن لمختلف المنتجات من حيث المواصفات والأسعار، أنواع المنافسين ودرجات سيطرتهم على الأسواق والمزايا التي يتمتعون بها في مواجهة المؤسسة، و كذا حجم السوق الحالي والمرقب في الفترات القادمة...
- الكشف عن الفرص والتهديدات: تعكس المعلومات التي تم جمعها فرصا أو تهديدات للمؤسسة، حيث تشير الفرص إلى أوضاع أفضل للمؤسسة يمكن الاستفادة منها، أما التهديدات فتعني أضرار محتملة قد تنشأ من تغيرات غير مواتية في الظروف البيئية، ينبغي على المؤسسة تفاديها أو التعامل معها بأفضل شكل ممكن.
- تحليل الفرص والتهديدات: تقدم عملية تحليل الفرص والتهديدات احتمالات وجود مركز معين يمكن أن تحتله المؤسسة، مما يساعدها على توجيه جهودها لاستغلال الفرصة أو مواجهة التهديدات.

المبحث الثاني: الإطار المفاهيمي للميزة التنافسية

يشغل مفهوم الميزة التنافسية حيزا و مكانة هامة في كل من مجالي الإدارة الإستراتيجية و اقتصاديات الأعمال، فهي تمثل العنصر الاستراتيجي الذي يقدم فرصة جوهرية لكي تحقق المنظمة تفوقا متواصلا مقارنة بمنافسيها، ولقد تزايد الاهتمام بهذا المفهوم خلال الثمانينات حيث بدأت فكرة الميزة التنافسية في الانتشار و التوسع، خاصة بعد

¹ - صلاح الشنواني، اقتصاديات الأعمال، مركز الإسكندرية للكتاب، مصر، 2000، ص ص 94-95.

ظهور كتابات (Porter) بشأن الإستراتيجية التنافسية والميزة التنافسية، و ما تزامن معه من تحرر في التجارة العالمية وكذا تزايد دور المعرفة و التركيز على المهارات كمورد استراتيجي لتحقيق ميزة تنافسية مستدامة للمؤسسات، و بذلك تزايد اهتمام المنظمات بمفهومها و كيفية تحقيقها والحفاظ عليها.

المطلب الأول: ماهية الميزة التنافسية

أولاً: مفهوم الميزة التنافسية

تظهر مراجعة أدبيات التسيير أن مفهوم الميزة التنافسية يرجع في الأساس إلى (Chamberlin, 1939)، ثم إلى (Selznick, 1959)، الذي ربط الميزة بالقدرة. و حصل بعدها تطور في هذا المفهوم حين وصف (Schendel & Hofer, 1978) الميزة التنافسية بأنها الوضع الفريد الذي تطوره المؤسسة مقابل منافسيها من خلال تخصيص الموارد. و لقد وضع كل من (porter & day 1985) الجيل التالي الصياغة المفاهيمية للميزة التنافسية، معتبرين أنها تعد هدف الإستراتيجية، ذلك أن امتلاك وتطوير الميزة التنافسية يمثل هدفا استراتيجيا تسعى المؤسسات الاقتصادية لتحقيقه في ظل اشتداد حدة المنافسة¹.

و يرى (Porter) أن الميزة التنافسية تنشأ أساسا بمجرد توصل المؤسسة إلى اكتشاف طرق جديدة أكثر فعالية من تلك المستعملة من قبل المنافسين، حيث يكون بمقدورها تجسيد هذا الاكتشاف ميدانياً، أي أنها تنشأ من القيمة التي استطاعت مؤسسة ما أن تخلقها لزبائنها، بحيث يمكن أن تأخذ شكل أسعار أقل بالنسبة لأسعار المنافسين بمنافع متساوية، أو بتقديم منافع متفردة في المنتج تعوض بشكل واسع الزيادة السعرية المفروضة².

أما (Kotler, 1997) فيرى أن الميزة التنافسية هي مقدرة المنظمة على أداء التنافسية بالشكل الذي يصعب على منافسيها تقليده، و يمكن تحقيقها بواسطة تنفيذها لوظائف تعمل على خلق قيمة في مجالات تقليل الكلف مقارنة بمنافسيها أو العمل على أدائها بأساليب تقود إلى التميز³.

¹ - سملاي محضيه، مرجع سابق، ص 03.

² - M. Porter, L' Avantage Concurrentiel des nation .Paris, inter-édition, 1993, P48.

³ - شيخ نجيب و بدر، فادي محمد، العلاقة بين نظم المعلومات والميزة التنافسية في قطاع الأدوية الأردنية، مجلة الإدارة العامة، رقم 44، العدد 3، السعودية، سبتمبر، 2004، ص 634.

و يعرفها علي السلمي على أنها: "مجموع المهارات والتكنولوجيات والقدرات التي تستطيع الإدارة تسييقها واستثمارها، بهدف إنتاج قيم ومنافع للعملاء أعلى مما يحققه المنافسون، وتأكيد حالة من التميز والاختلاف فيما بين المؤسسة ومنافسيها"¹. في حين يعرف "نبيل مرسي خليل الميزة التنافسية على أنها" ميزة أو عنصر التفوق للمؤسسة، الذي تحققه جراء اعتمادها إستراتيجية تنافسية معينة، سواء تعلق الأمر بإستراتيجية قيادة التكلفة أو إستراتيجية التمييز"².

كما تشير الميزة التنافسية إلى المجالات التي يمكن للمؤسسة أن تنافس غيرها بطريقة أكثر فعالية، وبهذا فهي تمثل نقطة قوة تتسم بها المؤسسة دون منافسيها في أحد أنشطتها، الإنتاجية، أو التسويقية، أو التمويلية، أو فيما يتعلق بمواردها وكفاءتها البشرية، فالميزة التنافسية تعتمد على نتائج فحص وتحليل كل من نقاط القوة والضعف الداخلية، إضافة إلى الفرص والمخاطر المحيطة والسائدة في بيئة المؤسسة مقارنة بمنافسيها³.

ومن خلال ما سبق يمكن القول بأن الميزة التنافسية تمثل قدرة المنظمة على اكتساب عنصر التميز و التفوق عن منافسيها، من خلال تبني إستراتيجية تنافسية ذكية و فعالة، تمكنها من الاستغلال الأمثل لإمكاناتها ومواردها الفنية، المادية، التنظيمية، المعلوماتية و الفكرية، لخلق قيمة لزبائنها تضمن ولائهم و تعزز بقاءها و استمرارها في السوق. و تكون الميزة التنافسية مستدامة حين لا تهدف الإستراتيجية فقط لاحتلال مركز تنافسي في السوق تستطيع أن تحقق من خلاله هامش ربح أعلى من منافسيها فقط، بل تستطيع أيضا الحفاظ على ذلك المركز لمدة طويلة، وفي عالم اليوم فإن الفترة الزمنية الطويلة قد تكون قصيرة للغاية، و خاصة في حالة الصناعات المتسمة بالتطورات التكنولوجية السريعة، و يترتب على ذلك أنه تبعا لسرعة التغيير سوف تحتاج المؤسسات لإجراء مراجعات إستراتيجية على فترات متكررة بشكل ملائم⁴.

ثانيا - خصائص وشروط الميزة التنافسية:

تتميز الميزة التنافسية عادة بالخصائص التالية⁵:

- تبني وتصاغ على اختلاف وليس تشابه (التجديد و الابداع)؛

1 - علي السلمي، "إدارة الموارد البشرية الاستراتيجية"، دار غريب للنشر والطباعة، القاهرة، 2001، ص 104.

2 - نبيل مرسي خليل، الميزة التنافسية في مجال الأعمال، مرجع سابق، ص 37.

3 - عبد الحميد عبد الفتاح المغربي، الإدارة الإستراتيجية، القاهرة، مجموعة النيل العربية، 1999، ص 27.

4 - فيليب سادلر، الإدارة الإستراتيجية، ترجمة علاء أحمد إصلاح، مجموعة النيل العربية، مصر، 2008، ص 30.

5 - نجم عبود نجم، إدارة العمليات النظم و الأساليب و الاتجاهات الحديثة، الجزء الأول، معهد الإدارة العامة، 2001، ص 27.

- تؤسس على المدى الطويل باعتبار تختص بالفرص المستقبلية؛
 - تكون غالبا مركزة جغرافيا؛
 - تشتت من رغبات و حاجات الزبائن.
- و عليه فإن الشروط الواجب توافرها كي تكون الميزة التنافسية فعالة، تتلخص فيما يلي¹:

- أن تكون حاسمة، بمعنى أنها تتيح للمؤسسة عامل السبق والتفوق على المنافسين؛
- أن تكون دائمة، أي أنها تحقق الاستمرارية عبر الزمن؛
- إمكانية الدفاع عنها، بمعنى صعوبة تقليدها، أو محاكاتها، أو إلغائها من قبل المنافسين؛
- أن يكون أثرها ملموسا و ملحوظا.

ولكي تضمن هذه الشروط فعالية الميزة التنافسية يجب ألا ينظر إليها كل على حدة، بل ينبغي أن يتم تفعيلها مجتمعة، لأن كل شرط مرهون ومرتبط بالآخر؛ بمعنى أنه لا استمرارية دون حسم، ولا إمكانية للدفاع دون وجود استمرارية.

ثالثا - أسباب تطوير الميزة التنافسية

في ظل التحديات الراهنة يمكن تلخيص أهم الأسباب التي تدفع بالمؤسسة إلى تطوير ميزتها التنافسية في النقاط التالية²:

- ظهور تكنولوجيات جديدة في مجالات عديدة، كتصميم المنتج باستخدام الحاسوب، طرق التسويق عبر الانترنت والخدمات المقدمة للعميل⁵؛
- ظهور حاجات جديدة للمستهلك أو تغييرها مما يدفع بالمؤسسة لتطوير ميزتها التنافسية لضمان إشباع هذه الحاجات؛
- ارتفاع تكاليف المدخلات، كتكاليف العمالة، المواد الخام، الطاقة، وسائل النقل، الدعاية.. الخ، و عليه تلجأ المؤسسة في هذه الحالة إلى البحث عن ميزة تنافسية أخرى تضمن لها تحقيق التميز مرة أخرى؛
- حدوث تغييرات في القيود الحكومية في مجالات مواصفات المنتج، حملة حماية البيئة من التلوث، قيود الدخول إلى الأسواق و حواجز التجارة، مما يجعل المؤسسة ملزمة بالتحكم في عوامل الإنتاج و حسن استغلالها قصد تمكنها من تحقيق تميز منتجاتها.

¹ - G.GARIBALDI. Stratégie concurrentielle: choisir et gagner, ed. d'organisation, 1994, pp 95-96.

² - نبيل مرسي خليل، الميزة التنافسية في مجال الأعمال، مرجع سابق، ص ص 98-99.

المطلب الثاني: الميزة التنافسية، أنواعها، محدداتها و معايير الحكم على جودتها

أولاً - أنواع الميزة التنافسية: يمكن تصنيف الميزة التنافسية إلى شكلين أساسيين انطلاقاً من أبعادها و هما ميزة التكلفة الأقل و ميزة التميز.

- **ميزة التكلفة الأقل:** و تعني تقديم منتجات ذات جودة مماثلة أو أفضل من منتجات المنافسين و لكن بسعر أقل، أي قدرة المنظمة على تصميم، تصنيع وتسويق منتجات بأقل تكلفة ممكنة مقارنة بمنافسيها، بما يؤدي في النهاية إلى تحقيق عوائد أكبر¹. وللحيازة عليها يتم الاستناد إلى مراقبة عوامل تطور التكاليف، حيث أن التحكم الجيد في هذه العوامل، مقارنة بالمنافسين، يكسب المؤسسة ميزة التكلفة الأقل.
- **ميزة التميز:** و تعني تقديم منتجات يدرك الزبائن بأنها فريدة في خصائصها عما يقدمه المنافسون، أي تقديم منتجات وخدمات متميزة لها قيمة مرتفعة من وجهة نظر المستهلك.

و تجدر الإشارة إلى انه من فائدة المؤسسة أن تحوز على كلتا الميزتين في آن واحد، بشرط ألا تتعارضتا، أما إذا لم يكن الإمكان الجمع بينهما و كان لا بد على المؤسسة أن تختار إحدهما، فيتم الاستناد في اختيار نوع من الميزة دون الآخر إلى العوامل الآتية²: جاذبية النشاط، حدة المنافسة، التكنولوجيا المستعملة، تطور احتياجات الزبائن خلال الزمن، الفرص المستقبلية، و يمكن إضافة عوامل أخرى، وذلك حسب نظرة المؤسسة لأهمية هذه الأخيرة.

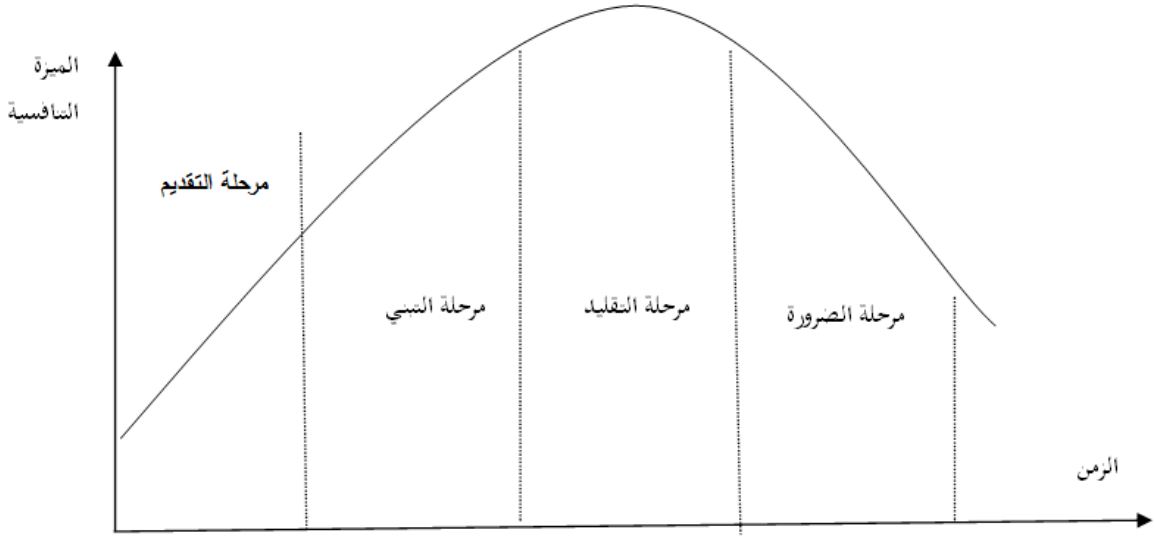
ثانياً - محددات الميزة التنافسية: تتحدد الميزة التنافسية للمؤسسة انطلاقاً من بعدين هامين هما:

- 1- **حجم الميزة التنافسية:** حيث تمر الميزة التنافسية بنفس دورة حياة المنتجات الجديدة، من خلال أربع مراحل أساسية، كما هو موضح في الشكل الموالي.

¹ - نبيل مرسي خليل، مرجع سابق، ص 129.

² - عمار بوشناف، الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية: مصادرها، تنميتها و تطويرها، رسالة ماجستير، جامعة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، 2000، ص 25.

الشكل رقم 14: مراحل الميزة التنافسية



المصدر: نبيل مرسي خليل، الميزة التنافسية في مجال الأعمال، مركز الإسكندرية للكتاب، مصر، 1998، ص 86.

أ. **مرحلة التقديم:** تعد أطول المراحل بالنسبة للمؤسسة، لكونها تحتاج الكثير من التفكير والاستعداد البشري، المادي والمالي. و تعرف الميزة التنافسية مع مرور الزمن انتشارًا أكثر فأكثر، حيث يعود ذلك إلى القبول الذي تحض به من قبل عدد متزايد من الزبائن.

ب. **مرحلة التبني:** تعرف الميزة هنا استقرارا نسبياً من حيث الانتشار، باعتبار أن المنافسين بدءوا يركزون عليها، وتكون الوفورات هنا أقصى ما يمكن.

ج. **مرحلة الركود:** يتراجع حجم الميزة وتتجه شيئاً فشيئاً إلى الركود بسبب قيام المؤسسات المنافسة بتقليدها، و من ثمة انخفاض في الوفورات.

د. **مرحلة الضرورة:** تأتي هنا ضرورة أن تقوم المؤسسة بتحسين أو الحصول على ميزة جديدة تحقق قيمة أكبر لعملائها، و إلا فإنها تفقد أسبقيتها تماماً. وهنا، يقل دور المنافسة السعرية المستندة على انخفاض تكاليف الإنتاج و يزداد دور المنافسة المعتمدة على الابتكار و التكنولوجيا.

و تجدر الإشارة إلى أنه لا يمكن أن تحوز المؤسسة على ميزة تنافسية إلى الأبد، وبالتالي فهي مطالبة بتتبع دورة حياة الميزة، وتعرف الزمن المناسب لإجراء التحسين والتطوير أو إنشاء ميزة جديدة، فللميزة التنافسية طبيعة ديناميكية، يجعل أمر مراجعتها شيئاً عادياً يدخل ضمن البحث عن التحسين المستمر لنشاط المؤسسة.

2- نطاق التنافس: و يعبر عن مدى اتساع أنشطة و عمليات المؤسسة بغرض تحقيق مزايا تنافسية، فنطاق النشاط على مدى واسع يمكن أن يحقق وفورات في التكلفة عن المؤسسات المنافسة، و من أمثلة ذلك: الاستفادة من تقديم تسهيلات إنتاجية مشتركة، خبرة فنية واحدة، استخدام نفس منافذ التوزيع لخدمة قطاعات سوقية مختلفة، أو في مناطق مختلفة، أو صناعات مترابطة، و من جانب آخر يمكن للنطاق الضيق تحقيق ميزة تنافسية، من خلال التركيز على قطاع سوق معين و خدمته بأقل تكلفة أو إبداع منتج مميز له. وهناك أربعة أبعاد محددة لنطاق التنافس من شأنها أن تؤثر على الميزة التنافسية و هي¹:

أ. القطاع السوقي: يعكس مدى تنوع مخرجات المؤسسة و العملاء الذين يتم خدمتهم، وهنا يتم الاختيار ما بين التركيز على قطاع معين من السوق أو خدمة كل السوق.

ب. درجة التكامل الأمامي: يشير إلى درجة أداء المؤسسة لأنشطتها سواء كانت داخلية أو خارجية، فالتكامل الأمامي المرتفع مقارنة بالمنافس قد يحقق مزايا التكلفة الأقل أو التمييز.

ج. النطاق الجغرافي: يمثل عدد المناطق الجغرافية أو الدول التي تنافس فيها المؤسسة، حيث يسمح هذا البعد من تحقيق مزايا تنافسية، من خلال تقديم نوعية واحدة من الأنشطة والوظائف عبر عدة مناطق جغرافية.

د. قطاع النشاط: يعبر عن مدى الترابط بين الصناعات التي تعمل في ظلها المؤسسة، فوجود روابط بين الأنشطة المختلفة عبر عدة صناعات، من شأنه خلق فرص لتحقيق مزايا تنافسية عديدة، فقد يمكن استخدام نفس التسهيلات أو التكنولوجيا أو الأفراد أو الخبرات عبر الصناعات المختلفة التي تنتمي إليها المؤسسة.

ثالثا- معايير الحكم على جودة الميزة التنافسية:

يكمن تحديد نوعية و مدى جودة الميزة التنافسية من خلال ثلاث عوامل رئيسية، و هي²:

1. مصدر الميزة: يمكن ترتيب الميزة التنافسية وفق هذا المعيار إلى نوعين:

1 - نبيل مرسي خليل، الميزة التنافسية في مجال الأعمال، ص 87.

2 - نبيل مرسي خليل. مرجع سابق. صص 99-100، بتصرف.

أ. مزايا تنافسية من مرتبة منخفضة، مثل: التكلفة الأقل لكل من قوة العمل والمواد الخام، حيث يسهل نسبيًا تقليدها ومحاكاتها من قبل المؤسسات المنافسة؛

ب. مزايا تنافسية من مرتبة مرتفعة، مثل: التميز والتفرد من خلال تقديم منتج أو خدمة من نوعية عالية، السمعة الطيبة و العلامة التجارية القوية، العلاقات الوطيدة بالعملاء، وتتطلب هذه المزايا توافر مهارات وقدرات عالية المستوى.

و عليه فإن المزايا ذو المرتبة المنخفضة أقل قابلية للاستمرار أو التواصل مقارنة بالمزايا المترتبة عن تميز المنتجات أو الخدمات التي تعبر عن المرتبة المرتفعة.

2. عدد مصادر الميزة التي تمتلكها المؤسسة

فكلما امتلكت المؤسسة أكثر من ميزة تنافسية، مكنها ذلك من البقاء و الحفاظ على مركزها التنافسي، لصعوبة تقليدها من قبل المنافسين خاصة في الأجل القصير، بينما الحياة على ميزة واحدة يعرضها إلى خطر سهولة تقليدها، فيصبح من الضروري البحث عن ميزة أخرى.

3. درجة التحسين، التطوير والتجديد المستمر في الميزة

يعتبر التطور السريع في عام الأعمال تحديا كبيرا للمنظمات، بحيث يتوجب عليها العمل باستمرار نحو التحسين و التطوير و التجديد بهدف إيجاد مزايا تنافسية جديدة وبشكل أسرع، قبل قيام المؤسسات المنافسة بتقليد أو محاكاة ميزتها التنافسية وبالتالي تدهورها.

المطلب الثالث: الإستراتيجية التنافسية

إن استدامة الميزة التنافسية ليست بالأمر السهل، خاصة في بيئة الأعمال الحالية، التي تتميز بالتغيرات والتطورات المتسارعة، الأمر الذي يسهل تقليدها من قبل المنافسين، وبذلك يتوجب على المنظمات الساعية نحو التفوق و البقاء، انتهاج إستراتيجية تنافسية محكمة وفق مصادر و أسس سليمة تسمح لها بالتميز عن منافسيها وتوسيع نشاطاتها، كما يجب أن تتسم تلك الإستراتيجية بالمرونة الكافية لإحداث التكيف الإيجابي مع تغيرات البيئة التنافسية و استراتيجيات المنافسين، و منه ضمان الحفاظ على ميزتها التنافسية طويلا.

1. مفهوم الإستراتيجية التنافسية:

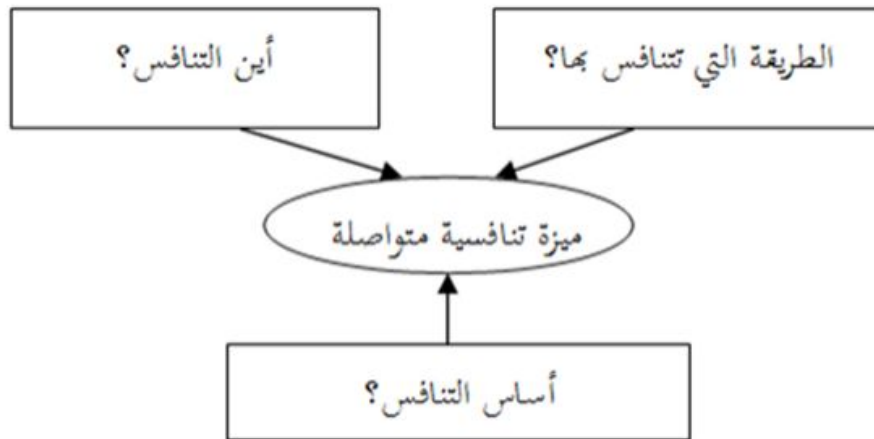
لقد حظي مفهوم الإستراتيجية بعدة تعاريف وأخذ العديد من المعاني ارتبط الكثير منها بعنصر المجاهدة أو التحدي، فقد ظهرت الإستراتيجية في بداية الأمر كمفهوم عسكري، معبرا عن فن استخدام القوى العسكرية من أجل الوصول إلى النتائج المحددة من طرف الرجل السياسي، ثم انتقل، بعد انتشار مصطلح الحرب الاقتصادية واحتدام شدة المنافسة، إلى اقتصاد المؤسسة للاستفادة منه باعتبار التشابه الكبير الموجود بين المجالين الاقتصادي والعسكري.

و رغم أن مصطلح الإستراتيجية قد ظهر منذ القدم إلا أن كثيرا هي التعاريف التي أطلقت على الإستراتيجية بعد ذلك، و يمكن تعريف الإستراتيجية التنافسية على أنها: "مجموع القرارات المهمة المتعلقة بالمؤسسة في مجموعها و المرتبطة باختيار الوسائل، اختيار خطط العمل و تخصيص الموارد الضرورية، من اجل الوصول إلى الأهداف المسطرة على المدى البعيد، و مواجهة المشاكل و التكيف مع كافة التغيرات، التي يتسم اتخاذ القرارات فيها بعدم التأكد"¹. و تعتمد صياغة الإستراتيجية التنافسية للمؤسسة على تحليل طبيعة و امتداد البيئة التنافسية للمؤسسة، من أجل تحديد التموضع المناسب لها و اكتساب تمركز جيد في البيئة التنافسية. و حسب الشكل التالي فإن الإستراتيجية التنافسية تتحدد من خلال ثلاث مكونات أساسية وهي:

- طريقة التنافس: و تشمل الاستراتيجيات المتبعة لتحقيق الميزة التنافسية، سواء تعلق الأمر باستراتيجية (المنتج، الموقع، مصادر التوريد، التسعير)؛
- حلبة التنافس: و تتضمن الأصول و المهارات المتوفرة لدى المنظمة، و التي تعتبر أساس الميزة التنافسية المتواصلة و الأداء في الأجل الطويل، لصعوبة تقليدها من قبل المنافسين
- مكان التنافس: و يعني اختيار السوق و المنافسين المستهدفين.

¹- R.A.THIEPART, la stratégie d'entreprise, 2eme Edition MC graw-hill, Paris, 1991, p 02.

شكل رقم 15: مكونات إستراتيجية التنافس



المصدر: نبيل مرسي خليل، الميزة التنافسية في مجال الأعمال، مركز الإسكندرية للكتاب، مصر، 1998، ص 82.

2. أنواع الاستراتيجيات التنافسية:

إن المدخل أو التصنيف الشائع بين الكتاب و الباحثين حول الاستراتيجيات العامة للتنافس هو الذي قدمه (M.Porter)، و ذلك بتصنيفها إلى ثلاث أنواع: إستراتيجية قيادة التكلفة، إستراتيجية التميز و إستراتيجية التركيز. و لقد أطلق عليها الاستراتيجيات العامة للتنافس تعبيراً عن أن هذه الأخيرة يمكن انتهاجها من طرف جميع المنظمات الصناعية أو الخدمية خاصة كانت أو عمومية. و يوضح الشكل التالي هذه الإستراتيجيات:

الشكل رقم 16: الإستراتيجيات العامة للتنافس

الميزة التنافسية		
تكلفة أقل	تميز المنتج	
قيادة التكلفة	التمييز	الصناعة ككل الهدف
التركيز		قطاع سوقي معين

Source : <http://www.succes-marketing.com/management/notion/strategie-generique>

1.2. إستراتيجية قيادة التكلفة: تهدف هذه الإستراتيجية إلى تحقيق ميزة تنافسية، من خلال التوصل إلى إنتاج و توزيع المنتجات بأقل تكلفة ممكنة قياسا بالمنافسين في نفس الصناعة، دون إهمال عامل الجودة و التأثير على معدل الإنتاج، و ذلك بفضل الاستخدام الأمثل لموارد المؤسسة المتاحة. و هذا ما يمكنها من بيع منتجاتها بسعر أقل من منافسيها، و بالتالي الحصول على حصة هامة في السوق و تحقيق قدر كبير من الربح. و من بين الدوافع التي تشجع المؤسسة على تطبيق إستراتيجية قيادة التكلفة: توافر اقتصاديات الحجم، آثار منحى التعلم والخبرة، وجود فرص مشجعة على تخفيض التكلفة و تحسين الكفاءة، و جود مناخ سوقي يكون فيه العملاء على دراية كافية بالسعر.

و يحقق إتباع إستراتيجية قيادة التكلفة عدة مزايا توفر لها قدرا من الحماية التي تمكنها من مواجهة قوى التنافس، و التي تتمثل في: تمركز في موقع أفضل من حيث المنافسة على أساس السعر؛ التمتع بالحصانة من الزبائن الأقوياء، حيث لا يمكن المساومة على تخفيض السعر مع إمكانية اتساع الوعاء الزبوني؛ تفادي الموردن الأقوياء بمواجهة ضغوط ارتفاع أسعار المدخلات؛ احتلال موقع تنافسي جيد يمكن من تخفيض السعر لمواجهة أي هجوم من المنافسين الجدد؛ إمكانية استخدام التخفيضات كسلاح ضد السلع البديلة التي قد تتمتع بأسعار جذابة.

كما أن تحقيق هذه الإستراتيجية بشكل فعال مرهون بتوفر بعض الشروط منها¹: وجود طلب مرن على السلع؛ نمطية الإنتاج؛ عدم وجود طرق متعددة لتمييز المنتج؛ عدم وجود إمكانيات مالية لدى الزبائن لإجراء التبديل. إلا أنه، و مهما توفرت هذه الشروط فإن إستراتيجية قيادة التكلفة تواجه أخطار، تتمثل في مقدرة المنافسين على إيجاد طرق و وسائل لإنتاج منتجات بتكلفة أقل، كما تنطوي هذه الإستراتيجية على مخاطر التركيز على تخفيض الأسعار و صرف الاهتمام عن الجودة.

2.2. إستراتيجية التميز: وفقا لهذه الإستراتيجية فإن المؤسسة تقوم بتمييز منتجاتها عن المؤسسات المنافسة، ويرتكز هذا الخيار على مدى إمكانية المؤسسة تلبية حاجات و رغبات عملائها بطريقة فريدة، من خلال تقديم منتجات مبدعة و ذات نوعية عالية، مما يساهم في جذب أكبر عدد من الزبائن و يزيد من ولاءهم لسلعة المنظمة، و بالتالي انخفاض حساسيتهم اتجاه السعر و صعوبة تحولهم إلى سلع منافسة أخرى.

¹ - عبد الرحمان ابتهاج مصطفي، الإدارة الإستراتيجية- البدائل الإستراتيجية- التنفيذ و الرقابة- إدارة التغير الاستراتيجي، المنظمة العربية للنشر والتوزيع، مصر، 1995، 79.

و يمكن تطبيق هذه الإستراتيجية من خلال¹: تقديم تشكيلات مختلفة للمنتج، سمات خاصة بالمنتج، تقديم خدمة ممتازة، توفير قطع الغيار، الجودة المتميزة، الريادة التكنولوجية، مدى واسع من الخدمات المقدمة، وكذا السمعة الجيدة. وتزايد درجات نجاح هذه الإستراتيجية بزيادة تمتع المؤسسات بالمهارات والكفاءات التي يصعب على المنافسين تقليدها بسهولة.

و من مزايا إستراتيجية التميز²: أنها تسمح بوضع المنظمة بمأمن من حدة المنافسة بفضل ولاء الزبائن الذي يعتبر من عوائق الدخول؛ صرف الزبائن عن الاهتمام بالمنتجات المنافسة و أسعارها؛ تحقيق هامش ربح عالي مما يسمح بمواجهة سلطة الموردين؛ تحقيق وضع أفضل عن المنافسين في مواجهة المنتجات البديلة. و يرتبط تحقيق أهداف هذه الإستراتيجية بتوفر بعض الشروط: منها ما يرتبط بالمحيط الخارجي، و تتمثل في: إدراك المستهلكين لتمييز المنتج مقارنة بمنتجات المنافسين، توافق استخدامات المنتج مع رغبات المستهلكين و تنوعها، عدم وجود منافسين يتبعون نفس إستراتيجية التميز. و منها ما يتعلق بالمحيط الداخلي للمؤسسة، كتوفر مواد أولية ذات نوعية رفيعة، تكثيف الجهود في مجال البحث و التطوير لتحسين جودة المنتجات، وجود نظام معلومات تسويقي وخدماتي فعال..، و غيرها من الخصائص التي تسمح بتوفير جودة وأداء متميز للمنتج النهائي. و يتطلب نجاح وديمومة هذه الإستراتيجية توفر عدة وسائل منها³:

- تميز المنتج، من خلال الخصائص، الجودة، المتانة، التنوع، العمر الافتراضي، إمكانية الإصلاح و التصميم؛
- تميز الخدمة، من خلال السرعة في التسليم، الاستشارات والنصائح المقدمة للزبون، الصيانة و التصليح (خدمة ما بعد البيع)؛
- تمايز الموظفين، بامتلاكهم قدرات، مهارات، معارف عليا، إضافة إلى اتسامهم بالثقة و بذل الجهد لفهم الزبون و التواصل معه بشكل واضح و شفاف.
- تميز قنوات التوزيع، من خلال طريقة التوزيع: تغطيتها، خبرتها و أدائها.
- و من ناحية أخرى تكمن الأخطار الرئيسية المرتبطة بهذه الإستراتيجية، في قدرة المنظمة على تميزها في أعين الزبائن على المدى الطويل، و ذلك بسبب قيام المنافسين بتقليد منتجاتها المتميزة، وبالتالي صعوبة الحفاظ

1 - نبيل مرسي خليل، مرجع سبق ذكره، ص 118.

2 - حيدر إبراهيم يونس، الإدارة الإستراتيجية للمنظمات: التحليل الاستراتيجي - أساليبه و نماذجه و أدواته، دار الرضا، سوريا، 2005، ص 186.

3 - عمار بوشناق مرجع سابق، ص 22.

على السعر المرتفع، كذلك نجد أن التركيز على جعل المنتجات أكثر تميزاً قد يجعلها تفوق حاجة الزبائن كما قد يسبب فروق عالية في الأسعار.

3.2. إستراتيجية التركيز: تهدف هذه الإستراتيجية إلى بناء ميزة تنافسية و الوصول إلى أفضل موقع في السوق، من خلال إشباع حاجات خاصة لمجموعة معينة من المستهلكين، أو بالتركيز على سوق جغرافي محدود، أو التركيز على استخدامات معينة للمنتج، فلسمة الميزة لاستراتيجية التركيز هي تخصص المؤسسة في خدمة نسبة معينة من السوق الكلي بدلا من السوق ككل، و ذلك بتقديم منتجات ذات تكاليف منخفضة أو منتجات متميزة. ويستلزم تطبيق هذه الاستراتيجية جملة من الشروط من بينها:

- وجود مجموعات متميزة من الزبائن لهم حاجات و رغبات متنوعة و طريقة استخدامهم للمنتج متميزة؛
- عدم محاولة أي منافس آخر التركيز على نفس القطاع السوقي المستهدف؛
- تفاوت قطاعات الصناعة من حيث الحجم، معدل النمو، الربحية؛
- عندما لا تسمح موارد المؤسسة إلا بتغطية قطاع سوقي معين (محدود)؛
- اشتداد حدة قوى التنافس الخمس، مما ينتج عنه تفاوت في جاذبية قطاعات الصناعة.

أما بالنسبة لمتطلبات هذه الإستراتيجية فهي تتطلب خطوتين مهمتين:

- **اختيار و تحديد قطاع السوق:** يعتمد ذلك على مدى القدرة على تحليل قطاعات السوق ودراستها، لتحديد مدى الجاذبية التي يتمتع بها كل قطاع من وجهة نظر المنظمة، و يستند التحليل إلى ضرورة معرفة حجم القطاع، و مدى المنافسة والأهمية النسبية للقطاعات من وجهة المنافسين الرئيسيين، الربحية المتوقعة لكل قطاع، و مدى التوافق بين إمكانيات المنظمة واحتياجات القطاع.
- **تحديد كيفية تحقيق الميزة التنافسية في القطاع المستهدف:** تتم المفاضلة بين تحقيق قيادة في التكاليف أو اتباع إستراتيجية التميز في ظل التوافق بين إمكانيات المنظمة و احتياجات القطاع المستهدف.

مما سبق نجد أن الاستراتيجيات الثلاث ما هي إلا بدائل إستراتيجية يتم اختيار الأنسب منها وفق ظروف المنظمة بالدرجة الأولى، أي دراسة نقاط القوة و الضعف لديها، و مصادر الفرص و التهديدات في البيئة الخارجية. و مع تطور بيئة الأعمال أدركت المنظمات أن العمل على التكامل و الدمج بين الاستراتيجيات هو

الأجدر بالتبني للاستفادة أكبر من مزاياها و التقليل من مخاطرها، ذلك مثلا أن إمكانية تبني الإستراتيجيتين معا شريطة أن لا تتعارضاً، أي تمييز المنتج مع تخفيض السعر، يصعب تقليدها من قبل المنافسين.

المطلب الرابع: مصادر بناء المزايا التنافسية

إن المصادر التي تكتسب بفضلها المؤسسة ميزة تنافسية عديدة ومتنوعة، فقد تنشأ الميزة التنافسية إما نتيجة لعوامل داخلية مرتبطة بموارد المؤسسة الملموسة و غير الملموسة، و التي لا تكون متوفرة بنفس الشكل لدى المنافسين الآخرين، أو عوامل خارجية تتمثل في التغيرات التكنولوجية، أو الاقتصادية، أو القانونية، و التي قد تخلق ميزة تنافسية لبعض المؤسسات نتيجة لسرعة رد فعلهم على هذه التغيرات.

1. **الموارد الملموسة:** تظهر أهمية الموارد الملموسة في الكيفية التي يتم الحيازة عليها، وكذا الطريقة التي يتم استغلالها بها، والتوليف بينها بشكل يتيح الأداء الجيد للأنشطة، باعتبار هذه الموارد تستغل من قبل معظم الأنشطة. و يمكن التمييز بين الموارد التالية:¹

أ- **-المواد الأولية:** لها تأثير بالغ على جودة المنتجات، لذا يجب على المؤسسة أن تحسن اختيار مواردها والتفاوض على جودتها و أسعارها ومواعيد تسليمها، إضافة إلى توفير قواعد الحفظ و السلامة من الحوادث والأخطار.

ب- **-معدات الإنتاج:** تعتبر من أهم أصول المؤسسة، والتي تحقق القيمة المضافة الناتجة عن تحويل المواد الأولية إلى منتجات، ومن ثمة، فإن الحيازة عليها، وتشغيلها بشكل سليم، و كذا صيانتها، يضمن فعاليتها لأطول وقت ممكن.

ج- **-الموارد المالية:** و هي السيولة التي تمكن المؤسسة من خلق منتجات جديدة وطرحها في السوق أو توسيعها في نطاق أكبر (كفتح قنوات جديدة للتوزيع)، لذا يجب على المؤسسة أن تحقق صحتها المالية باستمرار وتحافظ عليها، بهدف جذب اهتمام المتعاملين (بنوك، موردين، زبائن)، و بالتالي تعزيز موقفها التنافسي وتطويره على المدى البعيد.

2. **الموارد غير الملموسة:** يصعب تحديد الموارد غير الملموسة، باعتبار أنه لا توجد قاعدة متفق عليها لذلك، غير أنه، و بالرجوع إلى الأدبيات السابقة، يمكن أن تشمل ما يلي:

¹ - عمار بوشناق، مرجع سابق، ، ص ص 48-50، بتصرف.

1.2. الكفاءة المتفوقة: تتجسد الكفاءة في الاستغلال الأمثل للموارد المتاحة، و تقاس بكمية المدخلات لانتاج مخرجات محددة، لذلك نجد أن أبسط قياس للكفاءة يتمثل في مقدار المدخلات المطلوبة لإنتاج مخرجات معينة، حيث تتمثل المدخلات في العوامل الأساسية للإنتاج، كالعالة و الأرض، أما المخرجات فتتمثل في السلع والخدمات، فكلما قلت المدخلات المطلوبة لإنتاج مخرجات معينة ارتفع معدل كفاءة المنظمة، الأمر الذي يسمح بتحقيق مزايا تنافسية منخفضة التكلفة. و من بين العناصر التي تسمح برفع الكفاءة وتخفيض التكاليف، نجد: اقتصاديات الحجم، آثار التعلم، منحى الخبرة، إدارة الموارد¹.

2.2. الجودة المتفوقة: نتيجة للتغيرات السريعة والتطورات المتعاقبة، زاد اهتمام المؤسسات بتلبية رغبات المستهلكين والحرص على رضاهم، إذ لم يعد السعر العامل المحرك لسلوك المستهلك، بل أصبحت الجودة- والتي تشير إلى قدرة المنتج أو الخدمة على الوفاء بتوقعات المستهلك أو تزيد عنها²- هي الاهتمام الأول له والقيمة التي يسعى للحصول عليها. هذا ما أوجب على المؤسسات التي ترغب في تحقيق مزايا تنافسية أن تصنع منتجات ذات جودة عالية، تتضمن ثلاث عناصر، و هي³: (المطابقة، الاستجابة، الصلاحية)، فتدعيم السمعة من خلال الجودة يزيد من قيمة المنتجات في أعين المستهلكين و يمنح المؤسسة فرصة فرض سعر عالي، كما أن العمل على سلامة العملية الإنتاجية وخلوها من أي عيوب يدعم ويزيد الكفاءة و من ثم تخفيض التكاليف.

و يتم تحقيق الجودة باستخدام التكنولوجيات الجديدة، بالإضافة إلى التحسين المستمر للمنتجات و العمليات من خلال التدريب الجيد و عملية البحوث و التطوير التي تساهم في رفع كفاءة المؤسسة. وقد دفع إدراك المؤسسة لأهمية الجودة الاستناد إلى مفهوم الجودة الشاملة، الذي يعني: البحث عن الجودة في المؤسسة برمتها، ابتداء من الترتيبات الأمنية إلى تلبية حاجيات الزبائن و خدمات ما بعد البيع، كسلاح استراتيجي للحيازة على مزايا تنافسية ودخول السوق الدولية، وكذا كسب ثقة المتعاملين.

3.2. التكنولوجيا: إن العامل التكنولوجي يعتبر من أهم الموارد الداخلية القادرة على إنشاء ميزة تنافسية للمنظمة، لأنه يشمل تركيبة التجهيزات و الوسائل و كل التطبيقات العملية للنظريات العلمية و الخبرات المكتسبة لتطوير عمليات الإنتاج، حيث يمكن للتطور التكنولوجي أن يخلق فرصا جديدة في مجالات عديدة، كتصميم

¹ - عامر بشير، مرجع سابق، ص 187-188، بتصرف من الباحثة.

² - مونيا محمد البكري، إدارة الإنتاج والعمليات: مدخل النظم، الدار الجامعية، 1999، ص 110.

³ - J.P. NEUVILLE, « la Qualité en question », revue française de gestion, MARS-AVRIL-MAI, 1996, p.40

المنتج باستخدام الحاسوب، طرق التسويق عبر الانترنت والخدمات المقدمة للعميل، و منه فهو يقدم فرصا كبيرة لتحسين القدرة التنافسية للمؤسسة، بالشكل الذي يصعب على المنافسين تقليدها. و يبرز هنا، الدور الهام والفعال لتكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في تحقيق تميز المنظمات، من خلال العمليات و الأعمال و الأنشطة المختلفة التي تنجز عبر هذه الإستراتيجية، مما يؤدي إلى تعزيز الكفاءة، الجودة، تعزيز القدرة على الابتكار، تخفيض التكلفة و كسر حواجز الوقت.

4.2. المعلومات: في ظل بيئة شديدة التنافسية، يجب على المؤسسة أن تكون في استماع و يقظة دائمين، لذا تعد المعلومات وسيلة فعالة لتطوير منتجاتها و اكتشاف منتجات جديدة، كما أنها تشكل مصدراً لاكتشاف خطط المنافسين وتحركاتهم وكذا متغيرات الأسواق. وتُستمد المعلومات من مصدرين، الأول داخلي ويتمثل في المعلومات المحاسبية والمؤشرات المالية، كمستوى المبيعات وتطورها عبر الزمن، مستوى المخزون، أداء العمال وإنتاجية العمل لديهم، التكنولوجيا المستخدمة... أما المصدر الخارجي فيتمثل في حالة الأسواق (هل هي في نمو أو ركود أو ثبات)، المنافسين الحاليين و المحتملين، المنتجات الجديدة و هل أنها تشكل خطراً على منتجات المؤسسة، التكنولوجيات والإبداعات الجديدة، سلوك الزبائن واتجاهاتهم المستقبلية، التشريعات والقوانين المتعلقة بالاستثمار أو تلك التي تفتح مجالات جديدة... فكل هذه المعلومات تأخذها المؤسسة بعين الاعتبار قصد تحليلها، ثم اتخاذ القرارات الحاسمة والمناسبة في الوقت المناسب¹.

5.2. المعرفة: تعد الأصول الفكرية ركيزة أساسية لاستمرار نشاط المؤسسة في البيئة التنافسية المرتكزة على المعلومات والمعرفة، فلقد زاد اهتمام المؤسسات بالمعرفة باعتبارها شرطاً أساسياً ضمن سياساتها الاستثمارية، كما أصبح قياس القيمة الحقيقية للمعرفة أمراً ضرورياً لها، فالمؤسسات الناجحة هي التي تستثمر في المعرفة، بحيث تنقل تلك المعرفة عبر قنواتها التنظيمية، للاستفادة منها في عمليات إنتاج السلع والخدمات، أو في تطوير الهياكل والوظائف والعمليات، و من ثم الوصول إلى اكتساب ميزة أو مزايا تنافسية فريدة².

ويمكن أن تستمد المؤسسات المعارف الجديدة في مجال نشاطها من الجامعات المختصة، المدارس العليا، مراكز البحوث...إخ. كما يمكن أن تستفيد المؤسسة من الكفاءات، و المهارات، و الخبرات، و المعارف الكامنة في عقول موظفيها، و قدراتهم الإبداعية و الابتكارية، و كذا معرفة كيفية العمل، التي تعبر عن تلك الدرجة الراقية من

¹ - عمار بوشناق، مرجع سابق، ص 54.

² - سملاي يحضية، مرجع سابق، ص 9، بتصرف.

الإتقان مقارنة بالمنافسين، سواء كان ذلك في الميدان الإنتاجي، أو التنظيمي، أو التسويقي، مما يساعد على تحقيق التفوق و التميز عنهم.

6.2. الكفاءات: تمثل أصل من الأصول غير الملموسة للمؤسسة التي تساعد على الاستغلال الأمثل للموارد المتاحة، و هي ذات طبيعة تراكمية و صعبة التقليد من قبل المنافسين. وتصنف الكفاءات إلى صنفين:

أ- **الكفاءات الفردية:** تمثل حلقة وصل بين الخصائص الفردية والمهارات المتحصل عليها من أجل الأداء الحسن لمهام محددة¹، ومن بين الخصائص المرجعية للكفاءات الفردية²: أن يكون الفرد حيويًا، سريع التعلم، يملك فكرة اتخاذ القرار، متجه نحو العمل الجماعي، يتصرف بالمرونة... ويمكن للمؤسسة الحياة على الكفاءات الفردية، بالاستناد إلى معايير موضوعية ودقيقة في عملية التوظيف، وكذا تكوين الأفراد بشكل يتماشى مع المناصب التي يشغلونها.

ب- **الكفاءات الجماعية أو المحورية:** تدعى أيضاً بالكفاءات المتميزة أو القدرات، وتعرف على أنها، تلك المهارات الناجمة عن تظافر وتداخل بين مجموعة من أنشطة المؤسسة، الأمر الذي يتيح تطويرها وتراكمها³، ومن ثم ظهور موارد جديدة. ويرجع إطلاق صفة المحورية على هذه الكفاءات لأن بقاء المؤسسة واستمرارها وتطورها أو انسحابها مرهون بها، لذلك يجب أن تتوفر فيها بعض الخصائص أهمها: أن تساهم بشكل معتبر في قيمة المنتج النهائي الموجه للزبون، أن يصعب تقليدها من قبل المنافسين وأن تتيح الوصول إلى عدة أنواع من الأسواق.

7.2. الإبداع و الابتكار: و هو استغلال أفكار جديدة لتقديمها إلى السوق على شكل سلع وخدمات، و يمثل الابتكار أحد أهم الأسس أو المصادر لبناء ميزة تنافسية على المدى الطويل، من خلال تقديم منتج جديد أو العمل بأسلوب جديد مختلف عن المنافسين. و تتعزز القدرات الابتكارية عن طريق تفعيل توليد الأفكار و تطبيق طرق جديدة في إنتاج سلع و خدمات تزيد من قيمتها لدى الزبائن⁴.

8.2. المرونة و سرعة الاستجابة: تعد المرونة الأساس لتحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة، من خلال الاستجابة السريعة للتغيرات التي قد تحدث في تصميم المنتجات و بما يلاءم حاجات العملاء. و تساهم المرونة في توفير أربع

¹ - عمار بوشناف، مرجع سابق، ص 58، بتصرف.

² - L. LEVY-LEBOYER, la Gestion des compétences, 2ème édition, ed. D'organisation, 1997, p 42.

³ - J.L ARREGLE, «analyse ressource based et identification des actifs stratégiques», revue française de gestion, MARS-AVRIL-MAI, 1996, p. 26.

⁴ - عامر بشير، مرجع سابق، ص 188.

متطلبات و هي: مرونة المنتج (تقديم منتجات جديدة أو معدلة)، مرونة الميزج (قدرة العمليات على إنتاج مزيج من المنتجات)، مرونة الحجم (القدرة على تغيير حجم المنتجات)، مرونة التسليم (الرد على احتياجات و طلبات الزبائن وفق رغبتهم و في أسرع وقت ممكن).

3- الاطار الوطني:

يتيح الإطار الوطني الجيد للمؤسسات القدرة على الحيازة على ميزة أو مزايا تنافسية، لذلك نجد مؤسسات بعض الدول متفوقة ورائدة في قطاع نشاطها عن بعض المؤسسات في الدول الأخرى، فالدولة التي تملك عوامل الإنتاج الضرورية والمثلة في الموارد البشرية، الفيزيائية، المعرفية، المالية والبنية التحتية، تتمكن من توفير إطار وطني محفز ومدعم لبروز مزايا تنافسية للصناعات الوطنية، وبالتالي يصبح الإطار الوطني منشأ لمزايا تنافسية يمكن تدويله¹.

المبحث الثالث: رأس المال الفكري كمدخل لخلق ميزة تنافسية مستدامة للمؤسسات

إن اشتداد حدة المنافسة العالمية فرضت على المؤسسات منذ عقود زمنية قليلة، وتحديدًا بعد ظهور مصطلح العولمة للوجود، الاهتمام بالاستثمار في تنمية مواردها البشرية، إذ أصبح يقينا لديها أن العنصر البشري لا يمكن أن يستبدل بغيره من الموارد المادية، المالية و التقنية مهما تطورت وتقدمت، فهو المسئول عن سير كافة العمليات بالمنظمة من تخطيط و برمجة، تنسيق وتنظيم، إعداد و تهيئة، إبداع و تطوير، تنفيذ وإجاز، وغيرها من العمليات التي هي من إنتاج العمل الإنساني، و التي دونها لا يتحقق أي نجاح مهما كانت الموارد المتاحة للمنظمة.

و مع ذلك فإن توفر العنصر البشري أو تواجده ليس كافيًا بمفرده لضمان تحقيق أهداف المنظمة، ما لم يتم الاهتمام المكثف بالاستثمار في تنمية مهاراته و قدراته الفكرية وإطلاق الفرصة أمامه للإبداع و الابتكار، من أجل تقديم منتجات ذات جودة عالية، زيادة الأرباح و دعم قدراتها التنافسية في ظل التغيرات العالمية المتسارعة.

المطلب الأول: رأس المال الفكري مورد استراتيجي

لقد بدأ الاهتمام برأس المال الفكري في المؤسسات بداية مع عقد الثمانينات، حين أدرك الأكاديميون، والاستشاريون، والمدراء أهمية وقيمة الأصول غير الملموسة في المؤسسة، و التي أصبحت محددًا أساسيًا لما تحققه

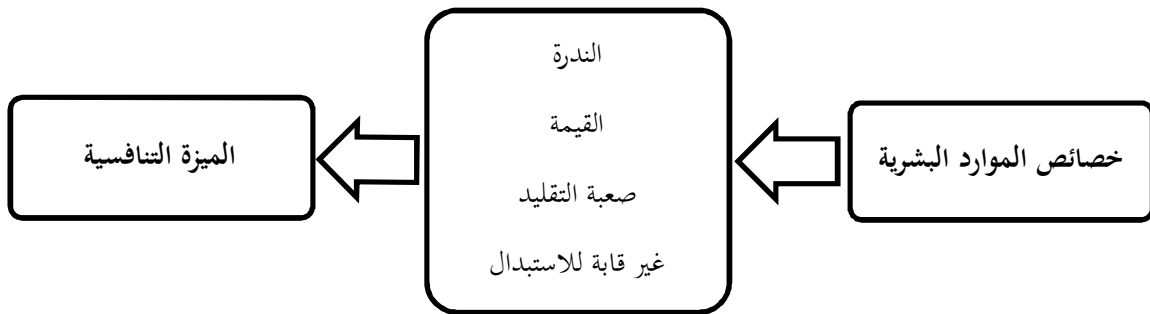
¹ - عمار بوشناف، مرجع سابق، ص 61.

المؤسسة من أرباح. وبداية مع عقد التسعينات تعددت الكتابات المركزة على رأس المال الفكري في المؤسسة، باعتباره موردا استراتيجيا و محددًا لميزاتها التنافسية، حيث بدأت تلك المؤسسات في التفكير في كيفية إدارة تلك الأفكار والابتكارات وتنميتها لخدمة أهدافها.

و حسب (Berney,1991) فإن موارد المؤسسة تتمثل في: "مجموع الأصول، القدرات، الطاقات والإجراءات التنظيمية، الخصائص، المعلومات، المعارف.. التي تتحكم فيها المنظمة وتسيطر عليها، و التي تمكنها من إعداد وتنفيذ استراتيجيات تنافسية من شأنها أن تزيد من فعاليتها و نجاعتها". و يميز (Berney) بين الموارد المادية (التكنولوجيا، المعدات و التجهيزات، الموقع الجغرافي، مصادر الطاقة..)، الموارد التنظيمية (نظام المراقبة والتنسيق، التنظيم الرسمي و غير الرسمي، العلاقات الداخلية و الخارجية)، و الموارد البشرية (التعلم، الذكاء، الخبرة، العلاقات الشخصية..).¹ و تتميز هذه الموارد بطبيعتها اللاملموسة، صعوبة تقليدها و إحلالها، غير قابليتها للتبديل، نادرة و ثمينة، و هي بذلك تمثل مصدر الاختلاف و التميز في أداء المؤسسات، و بالتالي الحفاظ على ميزتها التنافسية (Bounfour, 1998).

إن اعتبار رأس المال الفكري مورد استراتيجي مسئول عن خلق الميزة التنافسية المستدامة يتطلب أن يتصف بنفس الخصائص التي تتميز بها بقية الموارد الإستراتيجية، و هي: أن يكون المورد نادرا، أن يكون غير قابل للتقليد، أن يكون غير قابل للإحلال، و أن يساهم المورد في خلق القيمة. و يبين الشكل الموالي أهم هذه الخصائص.

الشكل رقم 17: خصائص الموارد البشرية لتحقيق الميزة التنافسية



Source: Marta fossas olalla, the resources based, *International Advances in Economic Research*, February 1999, Volume 5, Issue 1, p 85.

¹ - سملاي يحضية، مرجع سابق، ص 47.

1. رأس المال الفكري مورد ثمين و نادر: إن رأس المال الفكري يعتبر مورداً ثميناً و نادراً، باعتباره يضم الموارد البشرية ذات الكفاءة العالية و المهارات المتميزة، التي يصعب الحصول عليها، و التي تساهم في اكتشاف تطبيقات و أساليب جديدة في الإنتاج و الخدمات. وذلك كما هو الحال بالنسبة للمنظمات الصناعية اليابانية، التي تراجع استخدامها للمواد الخام بنسبة كبيرة بين 1973 و 1984 لإنتاج نفس الكمية بفضل المعرفة، كما أن المعرفة مكنت من استعمال (50 إلى 70) رطل من الألياف الزجاجية لتقوم بتوصيل عدد من المكالمات الهاتفية، لما يقوم به استعمال (طن واحد) من الأسلاك النحاسية (مرسي، 1999: 16)¹.

2. رأس المال الفكري غير قابل للتقليد: إن المعرفة في أي منظمة تكون خاصة بها و لها بصمتها المميزة، التي استطاعت بنائها خلال مدة زمنية و بإنفاق كلف عالية. و من أهم ما يصعب من إمكانية تقليد رأس المال الفكري: طبيعة ثقافة المنظمة و معايير أدائها التي لا يمكن تجسيدها في بيئة مغايرة، صعوبة التحديد الدقيق لمدى مساهمة كل كفاءة أو فرد في القيمة التي تم خلقها في المنظمة بسبب تداخل مختلف النشاطات و صعوبة تكرار العلاقات الاجتماعية بخصائصها الجوهرية التي كانت وراء عملية خلق القيمة بسبب التعقد الاجتماعي للعلاقات. و تجدر الإشارة إلى أنه و حتى في حالة توصل المنظمة إلى استقطاب كفاءات من المؤسسات المنافسة من خلال عرض حوافز مغرية، فإن الموارد البشرية كما أشار كل من (Wright, Mac Mahon, Mac Williams) لا تتحرك بسهولة و بشكل تام بسبب تكلفة الإحلال و الاستقطاب المرتفعة، وكذا صعوبة تحقيق نفس التداؤب والتعاوض داخل المنظمة المستقطبة².

3. رأس المال الفكري مورد غير قابل للإحلال: إنه مورد لا يمكن إحلاله بمورد مماثل له، فهو مرتبط بالقدرة المميزة للمجاميع و التعاون بين العاملين، الذي لا يمكن نسخه و إحلاله محل المعرفة السابقة، فحسب (Wright, Mac Mahon, Mac Williams)، فإن رأس المال الفكري يعتبر من بين الموارد غير القابلة للإحلال، لأنه يصعب استمرار الميزة التنافسية المحققة في حالة تبديل الموارد و الكفاءات البشرية التي ساهمت في خلقها.

4. رأس المال الفكري و خلق القيمة: إن الطبيعة البشرية من خلال اختلاف مستوياتها و قدراتها تجعل مساهمتها في خلق القيمة متباينة، فمثلاً بقدر ما تزيد كفاءة المستخدمين بقدر ما يكون أدائهم جيداً، وبالتالي

1 - سعد علي العنزي و أحمد علي صالح، مرجع سابق، 173.

2 - سملاي يحضية، مرجع سابق، ص 61.

يزداد ما يضيفونه من قيمة للمنتج أو الخدمة، كما أنه كلما كانت المؤسسة تمتلك مستخدمين ذوي قدرات ومهارات عالية بقدر ما يكون رصيدها من رأس المال الفكري قيما و مميزا.

المطلب الثاني: رأس المال الفكري دعامة للميزة التنافسية من خلال الإبداع و الابتكار

أولاً: مفهوم الإبداع و الابتكار

أصبح الحديث عن إدارة وتطوير الابتكار في المنظمات أمراً مألوفاً بين الباحثين والمديرين، وأصبح الكثير ينظر إلى الابتكار باعتباره عامل منافسة بالغ الأهمية، فبقدر ما تولي المنظمات اهتمامها بالابتكار وتطويره بقدر ما يكون لذلك أثر كبير على بقاءها ونموها. و يعرف الابتكار حسب المفهوم الشائع والأكثر تداولاً على أنه «التوصل إلى ما هو جديد»¹. و يرى كل من (Hurley et Hult, 1998) بأن الابتكار هو: قبول وتنفيذ أفكار، عمليات، و منتجات أو خدمات جديدة.

ونقصد بالابتكار في المنظمات «الابتكار الذي تنتجه منظمة ما وليس فرداً محدداً، فقد أصبحت الاختراعات والابتكارات منتج أساسي للمنظمة المعاصرة التي تحتاج أن تستمر في النمو»²، و هذا التعريف يبين أن الابتكار في المنظمات يكون على مستوى المنظمة، فالابتكارات لا تعتمد على جهد فرد واحد أو عدد من الأفراد، بل هي نتيجة جهد جماعي منظم. كما يعرف الابتكار في المنظمات بأنه «تقديم منتج جديد على شكل سلعة أو خدمة أو التحديد في عملية الإنتاج أو توزيع هذه السلعة أو الخدمة»³.

أما (J.Schumpeter, 1912) فعرف الابتكار في المنظمات بأنه يعني "طرح منتجات جديدة، أو طرق إنتاج جديدة، أو فتح أسواق جديدة، أو تطوير موارد جديدة، أو إيجاد أشكال تنظيمية جديدة في الصناعة"⁴. و لقد أشار كل من (Garand & Carrier, 1996) إلى الفرق بين الابتكار (Innovation) والإبداع (Créativité)، من خلال أن الإبداع يتعلق باستكشاف فكرة جديدة مميزة، أما الابتكار فيتعلق بوضع هذه

¹ - نجم، عبود نجم، إدارة الابتكار: المفاهيم والخصائص الحديثة، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2003، ص 19.

² - بزنوطي، سعاد نايف، الإدارة: أساسيات إدارة الأعمال، الطبعة الثانية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2004، ص 395.

³ - عبوي، زيد منير، الاتجاهات الحديثة في المنظمات الإدارية، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2006، ص 128.

⁴ - Draft(2005), Innovation Definition comparative assessment, developed under Gnu.free Documentation <http://www.gnu.org>, P: 08.

الفكرة موضع التنفيذ على شكل عملية، أو سلعة، أو خدمة تقدمها المنظمة لزيائنها، فإذا كان الإبداع متعلق بالأشخاص فإن الابتكار يتعلق بالمنظمة وبنشاطها الإنتاجي والتسويقي¹.

من هذا المنطلق يمكن القول وبصفة عامة يسبق الإبداع الابتكار، وهذا ما أوضحه (الديب، 2006) بأن « طريق الابتكار يمر غالباً عبر محطة الإبداع»²، وأكد ذلك (David, 1990) بأن الابتكار ما هو إلا نتيجة للإبداع ويستخدم كوسيلة لإخراج المنتج إلى السوق. و حسب (Daft, 1992) فإن الإبداع هو « تبني فكرة جديدة أو سلوك جديد بالنسبة لمجال صناعتها وسوقها وبيئتها العامة»³، أما الابتكار فهو « الاستخدام الأول أو المبكر لإحدى الأفكار من قبل واحدة من المنظمات التي تنتمي لمجموعة المنظمات ذات الأهداف المتشابهة»⁴.

و بذلك فلا ابتكار هو « التطبيق العملي للأفكار المبدعة، أما الإبداع فهو موهبة نظرية يولدها الإنسان مع مجموعة من المهارات المكتسبة واستخدامها من خلال حل المشكلات اليومية»⁵. مما سبق يتضح أن الابتكار هو ظاهرة متعددة الأشكال ومعقدة يمكن أن تتخذ أشكالاً عديدة، وتجد مكانها في المنتجات والمكونات والخدمات، والعمليات، والتكنولوجيا، والعلاقات مع العملاء، والموردين، والأسواق والتمويل. و الابتكار يمكن أن يكون تقني (بحيث يتعلق بتكنولوجيا الإنتاج أي بنشاطات و عمليات المنظمة الأساسية التي ينتج عنها السلع أو الخدمات)، ولكن أيضاً إداري (و يتعلق بشكل مباشر بالهيكل التنظيمي والعمليات الإدارية في المنظمة، وبشكل غير مباشر بنشاطات المنظمة الأساسية) (Damanpour, 1991; Damanpour et Evan, 1984).

كما يمكن تصنيفه وفقاً لدرجة التغيير (Damanpour, 1991) إلى ابتكارات جذرية " تحدث تغييرات جوهرية و عميقة في منتجات، خدمات و عمليات المنظمة"؛ أو ابتكارات إضافية "لا تحدث تغيير لا في شروط الاستخدام ولا في حالة التقنية، بل تنطوي على تعديلات و تحسينات بسيطة على منتجاتها، خدماتها أو عملياتها"⁶.

¹ -C.carrier, DJ Garand: Le concept d'innovation débats et ambiguïtés, 5 eme conférence internationale de management stratégique, Lille, du 13 au 15 mai 1996, P 3.

² - رمضان إبراهيم الديب، أسس ومهارات الإبداع والابتكار وتطبيقاتها في منظومة التربية والتعليم، مؤسسة أم القرى للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2006، ص 82.

³ -Richard.L, Daft, Organization Theory and Design, 4 th ed, Westen Publishing cp.new York, 1992, P 245.

⁴ - العميان، محمود سليمان، السلوك التنظيمي في منظمات الأعمال، الطبعة الثانية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2004، ص، 389.

⁵ - جاومان، كارول، الإبداع في العمل دليل عملي للتفكير الإبداعي، دار المعرفة للتنمية البشرية، 2004، ص، 01.

⁶ - SOPHIE BOHÉMIER, La performance organisationnelle par l'intégration de l'orientation marché et l'orientation innovation, mémoire présenté comme exigence partielle de la maîtrise en administration des affaires, université du Québec à MONTRÉAL, MAI 2006, P 27-29.

أما (J.Schumpeter,1912)، فيميز بين خمس أشكال للابتكار: الابتكار في المنتجات، الابتكار في العمليات، الابتكار في طرق الإنتاج، والابتكار في موارد الإنتاج و في طرق الإنتاج. و وفقا لدليل أوسلو (Oslo)¹، فإن الابتكار يغطي أربع فئات: ابتكار المنتجات (يتوافق مع تقديم سلعة أو خدمة جديدة، أو إجراء تعديلات عليها)؛ الابتكار في العمليات (اعتماد أسلوب جديد في عملية الإنتاج أو التوزيع)؛ الابتكار التسويقي (اعتماد طريقة جديدة في التسويق تنطوي على تغييرات كبيرة في تصميم المنتج، أو تغليفه، أو الترويج له، أو تسعيره)؛ الابتكار التنظيمي (الذي ينطوي على إدخال إجراءات جديدة في الإدارة العامة، على سبيل المثال: التغييرات في الممارسات التجارية، التنظيم الداخلي، علاقات المؤسسة مع محيطها الخارجي). و يمكن قياس القدرة على الابتكار من خلال عدد الابتكارات التي تكون المنظمة قادرة على اعتمادها أو تنفيذها بنجاح.(Berthon et al., 2004; Hurley et Hult, 1998).

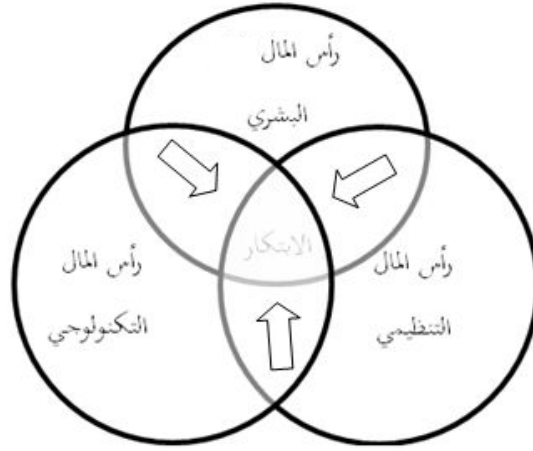
ثانيا: دور رأس المال الفكري في تطوير الإبداع و الابتكار بالمؤسسات

يلعب رأس المال الفكري، بمكوناته الأساسية الثلاث، دورا هاما في نجاح و استدامة التفوق المؤسسي، باعتباره موردا أساسيا لدعم الابتكار و الإبداع المتجدد، بما يساهم في تقديم منتجات و خدمات كفئة للزبائن، فحسب دراسة أجراها مركز تسهيل البحث و الابتكار في المنظمات (CEFRIO, 2010)، فإن لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، بالإضافة إلى تبني إستراتيجية تنظيمية مناسبة (ثقافة مؤسسية معينة، اللامركزية في صنع القرار، نظام الحوافز، القيادة، سياسة التوظيف.... الخ) دور كبير في دعم و تنمية الابتكار بالمؤسسة. و يمكن توضيح هذه العلاقة من خلال ما يلي²:

¹ - Le Manuel d'Oslo est la principale source internationale de principes directeurs en matière de collecte et d'utilisation d'informations sur les activités d'innovation dans l'industrie. Il est édité par l'OCDE et existe en Français, Anglais, Espagnol et Russe. La première édition date de 1992 et la troisième, la plus récente, de 2005.

²-Rohana Ngah, the Relationship of Intellectual Capital, Innovation and Organizational Performance: a Preliminary Study in Malaysian SMEs, University Malaya, Malaysia International Journal of Management Innovation Systems ISSN 1943-1384, 2009, Vol. 1, No. 1: E1, www.macrothink.org/ijmis , PP 6-7; SOPHIE BOHÉMIER, OP.Cit, PP 39-49; - Muammer Zerenler et al, Intellectual Capital and Innovation Performance: Empirical Evidence in the Turkish Automotive Supplier, JOURNAL OF TECHNOLOGY MANAGEMENT & INNOVATION © JOTMI Research Group, 2008, Volume 3, Issue 4, ISSN: 0718-2724. (<http://www.jotmi.org>), P 34.

الشكل رقم 18: العناصر الأساسية الداعمة للابتكار



Source : CEFRIO, Innovation et TIC, 2010, p30.

و يمكن تبيان أهمية المكونات الأساسية لرأس المال الفكري و دورها في دعم الابتكار بالمؤسسات، من خلال

ما يلي:

1- رأس المال البشري والابتكار

في عصر اقتصاد المعرفة فإن رأس المال البشري، الذي يمثل المكون الأساسي لرأس المال الفكري، أصبح واحدا من الأصول الهامة لتطوير المؤسسات و بقائها في عالم المنافسة. و لقد اتفق العديد من الكتاب و الباحثين أن رأس المال البشري الذي يضم المعارف، الخبرات، المهارات، القدرات،... الخ، يمثل مصدرا هاما لتعزيز القدرات الابداعية و الابتكارية بالمنظمة، حيث توصل كل من (Barczak et al, 2004), (Dakhli et De Clercq, 2004) و (Wilemon, 2003) أن لرأس المال البشري تأثير إيجابي على الابتكار في المنظمة، أي أن هناك علاقة إيجابية بينهما.

كما خلصت دراسات (Stewart, 1997), (Bontis, 1999), (Egbu et Sturges, 2001) أن رأس المال البشري، الذي يمثل المعرفة الضمنية المتضمنة في عقول الموظفين، هو المصدر الرئيسي للابتكار و التجديد. ويرى (Hermlin, 1999) أن المنظمة لا يمكنها خلق المعرفة دون الأفراد، وبذلك عليها دعم الأفراد المبدعين وتوفير المناخ الملائم لخلق وتطبيق المعرفة الجديدة في تحسين عملية الابتكار. كما يؤكد

(Villavicencio, 2000) أن الابتكار هو نتيجة للعمل المبدع و الخلاق للعناصر الفاعلة بالمنظمة، مما يساعد على تحسين أو خلق منتجات وعمليات جديدة.

و لقد بين (Drucker, 1996)، أن الإبداع عبر التاريخ اعتمد على المعرفة الجديدة، و أن إنتاج المعارف الجديدة يتوقف على المعرفة التي يمتلكها الفرد، أو الجماعة، أو المنظمة. وهذا يقودنا إلى افتراض أن مفتاح نجاح عملية الابتكار يكمن في اكتشاف المعرفة الضمنية، تحويلها إلى معرفة صريحة و تشاركتها (King, 2000)، ذلك أن تفاعل الموظفين، من خلال ثقافة تبادل المعارف و تقاسمها يشجع و يرفع من القدرة على الابتكار داخل المنظمة (Leonard et Strauss, 1997).

2. رأس المال التنظيمي و الابتكار:

تتميز الأسواق الحديثة بتغيرات سريعة في التكنولوجيا، الظروف الاجتماعية واحتياجات المستهلكين، وانخفاض دورة حياة المنتج.... ونتيجة لذلك، ينبغي على المؤسسات النظر في وضع الإستراتيجية الملائمة لتحسين أداء ابتكاراتهم، فالمؤسسات الأكثر ابتكارا في المستقبل سوف تكون تلك التي خلقت الثقافة التنظيمية التي تحفز باستمرار أعضائها على الإبداع و الابتكار (Pervaiz K. Ahmed, 1998). و لقد توصل (Menon et al, 2002) إلى أن النظم الإدارية، والبنية التحتية، والعمليات و الإجراءات من شأنها أن تؤثر إيجابيا على القدرات الابتكارية.

و يضيف (Marsh et Stock, 2003) أن القدرات التنظيمية الديناميكية، مثل: نظم إدارة فعالة، العمليات والإجراءات وعمليات إدارة المعرفة، تحفز نشاطات خلق القيمة بالشركات، بفضل تأثيرها الإيجابي على قدرات العاملين في مجال الابتكار. كما أكدت الدراسة التي أجراها (Brentano et Kleinschmidt, 2004) إلى أن الثقافة التنظيمية لها تأثير كبير على الابتكار. هذا و وفقا لدراسة أجريت على المؤسسات الفرنسية الكبيرة حول " الابتكار في المؤسسة الرقمية" (CEFRIO, 2013)، فإن التغييرات الكبيرة في سياق تحسين العمليات الداخلية بالمؤسسة، إضافة إلى اكتساب الخبرة (الخطوات التي اتخذتها الشركات للحصول على المعرفة والمهارات الجديدة)، تمثل عامل مهم لتحفيز الابتكار بالمنظمة و الاستفادة القصوى منه.

و بالتالي للمنظمة دور أساسي تلعبه في مقدمة أي عمل من أجل خلق بيئة مواتية لتبادل المعارف من خلال نظام فعال لإدارة المعرفة، يعزز نقل المعرفة للتعلم أكثر و خلق معارف جديدة. إن إنشاء نظام لإدارة المعرفة

يتطلب الاستثمار المكثف في مجال التكنولوجيا وتطوير البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات (أجهزة الكمبيوتر والبرمجيات، نظم المعلومات، الشبكات وقواعد البيانات) لتسهيل عملية الترميز، وتنظيم المعرفة في قواعد بيانات يمكن الوصول إليها واستخدامها من قبل أعضاء المنظمة. كما أن أنظمة المعلومات يجب أن تكون ذات كفاءة عالية، للرد على الاحتياجات المتزايدة للاتصال والتفاعل والتعاون بين الأفراد، وبالتالي فإن كثافة استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المنظمة تساهم بشكل إيجابي وملحوظ على رفع مستوى الابتكار بالمنظمات (CEFRIO, 2013).

3. رأس مال العلاقات والابتكار:

يشمل رأس مال العلاقات كل المعارف المتضمنة في الروابط المختلفة التي تخلقها المؤسسات في إطار عملها مع محيطها الخارجي من عملاء، موردين، مستثمرين، أو الشركاء. هذه العلاقات تساعد على إثراء معارف الموظفين بسرعة، و تعزز الدقة في اتخاذ قرارات تسويقية صائبة و في الوقت المناسب (Bontis,2000)، فعلاقات المؤسسة بعملاءها تؤدي إلى تطوير المهارات التسويقية لموظفيها و تعزز قدرة المنظمة على تحسين عروض منتجاتها أو خدماتها، عن طريق تحديد أكثر دقة لحاجتهم و تفضيلاتهم، و منه تشجيع الابتكارات الهامة في المنتجات والعمليات (Bonner & Walker, 2004).

وبالإضافة إلى ذلك، أصبحت العديد من الشركات تعمل على إقامة علاقة وثيقة مع مورديها للاستفادة من معلوماتهم و معارفهم، في التزود بالموارد اللازمة لتطوير منتجات جديدة بشكل أسرع وبتكلفة أقل، مما له تأثير إيجابي على أداء الابتكار في الشركات (Walter, 2003). و هذا ما يؤكد (Capello et Faggian, 2005) بأن العلاقات الخارجية مع العملاء والموردين والشركاء الآخرين، هي مفيدة لتحقيق الأداء المطلوب في الابتكار.

ثالثاً - تطوير الميزة التنافسية للمؤسسة من خلال الإبداع و الابتكار

في ظل بيئة الأعمال الحالية المتسمة بعدم التأكد، و ازدياد حدة التنافسية و تنوع استراتيجياتها، و مداخلة، وأساليبها، و مع التزايد الكبير في أعداد المؤسسات، و تقلب الأسواق و تطور التكنولوجيا، و بالتالي تقادم المنتجات و العمليات بشكل سريع؛ أصبح الابتكار الدعامة الأساسية للمحافظة على الميزة التنافسية و تطويرها، حيث يعتمد الابتكار على توليد أفكار جديدة و وضعها حيز التطبيق، من خلال التسلسل من الفكرة إلى المنتج

إلى السوق أين تظهر الميزة التنافسية لهذا الأخير، بفضل ما يوفره من تفرد و تميز في المنتج عن بقية منتجات المنافسين.

و يبين الشكل الموالي أن عملية الابتكار تنطلق من البحث العلمي، الذي يتم تطويره، بحيث ينتهي بعملية إنتاج منتج جديد، و من ثم طرحه في السوق.

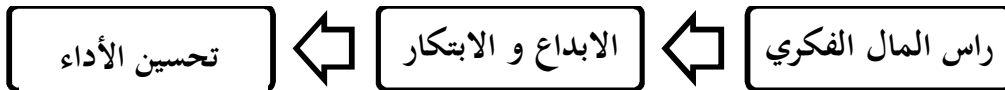
الشكل رقم 19: النموذج الخطي للابتكار



Source : (Anne SANDER , Les politiques de soutien à l'innovation, une approche cognitive 2005,p19).

و يمكن تلخيص أهم آثار الإبداع و الابتكار على الميزة التنافسية للمؤسسة في النقاط التالية: المساهمة في تحسين طرق و أساليب الإنتاج و جودة المنتجات، ومنه كسب رضا الزبائن و زيادة الحصة السوقية للمؤسسة؛ تمكين المؤسسات من مواكبة التسارع التكنولوجي؛ حماية المؤسسة من الداخلين المحتملين و الحفاظ على مكانتها في السوق؛ تخفيض تكاليف المؤسسة و زيادة أرباحها؛ تعزيز القدرة على اتخاذ القرارات الصائبة؛ السرعة و السبق في تقديم منتجات جديدة؛ و كذا دوره في تنمية و تطوير العنصر البشري من خلال التفاعل الجماعي. و يمكن تمثيل العلاقة بين رأس المال الفكري، الابتكار و تحسين الأداء بالمؤسسات كما يلي:

الشكل رقم 20: العلاقة رأس المال الفكري - الابتكار - و تحسين الأداء



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على (CEFRIO, l'innovation dans l'entreprise numérique, 2013)

يوضح الشكل أعلاه العلاقة بين رأس المال الفكري و الإبداع من جهة، و بين الإبداع و تحسين أداء المؤسسات من جهة أخرى، حيث يعد رأس المال الفكري مصدرا أساسيا للإبداع و الابتكار بالمؤسسات، والذي يؤدي بدوره إلى تحسين أداء المؤسسات، و منه الحفاظ على استمراريتها في السوق، و يتم ذلك من خلال¹:

¹ - شارلز هيل، جاريت جونز، الإدارة الإستراتيجية مدخل متكامل، ترجمة رفاعي محمد رفاعي، محمد سيد أحمد عبد المعتال، دار المريخ، الرياض، المملكة العربية السعودية، 2001، ص 202.

- إيجاد حلول للمشكلات من خلال اكتشاف بدائل جديدة لمعالجة و مواجهة المشكلات؛
- تطوير أساليب و طرق إنتاج و توزيع السلع و الخدمات و تحقيق مستويات أفضل من الناحيتين الكمية و النوعية في جميع الأنشطة؛
- سرعة التكيف و مواكبة التطور و إمكانية التغيير في العمليات الإنتاجية و تقديم منتجات جديدة؛
- تحسين إنتاجية المؤسسة عن طريق تحقيق الكفاية و الفعالية في الأداء، و إنجاز الأهداف و الاستخدام الأمثل للموارد و الطاقة؛
- تخفيض تكاليف الأنشطة الإنتاجية المختلفة و منه التحكم في الأسعار و الهوامش؛
- خلق منتجات جديدة ذات جودة عالية و في مستوى تطلعات الزبائن، و منه تحسين سمعة المؤسسة في السوق و تميزها عن منافسيها.

المطلب الثالث: دور رأس المال الفكري في خلق القيمة و تعزيز تنافسية المؤسسة

أولاً - دور رأس المال الفكري في خلق القيمة

في ظل اقتصاد المعرفة أصبحت الموجودات غير الملموسة تشكل الدعامة الأساسية و المورد الاستراتيجي لخلق ثروة للمنظمات وازدهارها، كما أن نجاح المنظمات أصبح مرهوناً بقيمة هذه الموجودات وإستراتيجية إدارتها، وذلك عن طريق التوظيف الفعال لقدرات العاملين ومهاراتهم وخبراتهم، لتعزيز ميزتها التنافسية وخلق القيمة (Stewart,1997: p5). ويمثل رأس المال الفكري الإمكانيات المتاحة لإدارة المنظمة، و المتعلقة بقدرات وكفاءة العاملين، مهاراتهم ومعارفهم، تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات، ثقافة المؤسسة التي تعزز الابتكار وحل المشكلات، والعلاقات الحميمة مع الزبائن، التي بتضافر استخدامهما مع الموارد المادية الأخرى، يمكن لإدارة المنظمة خلق الإبداعات ومن ثم التفوق والتميز، وعليه فأن رأس المال الفكري، من وجهة نظر العديد من الباحثين، و في مقدمتهم (Kaplan and Norton,2004) و (Mouritsen ,Thorsgaard Larsen and) (Bontis et al, 1999)، (Bukh,2005)، (Edvinsson,1997) (Sullivan, 2000) يعد مصدراً أساسياً لخلق القيمة.

ولقد بينت الأدبيات مجالات تميز كل مكون من مكونات رأس المال الفكري في تحقيق القيمة المقترحة للزبائن، ففيما يخص مجالات تميز رأس المال البشري، فإن وضع إستراتيجية فعالة للتعلم بالمنظمة، يعد حجر الأساس في زيادة كفاءة و مهارة الموظفين، بالشكل الذي يؤدي إلى إنجاز العمليات الداخلية بكفاءة وفعالية، وبالتالي يزداد ما

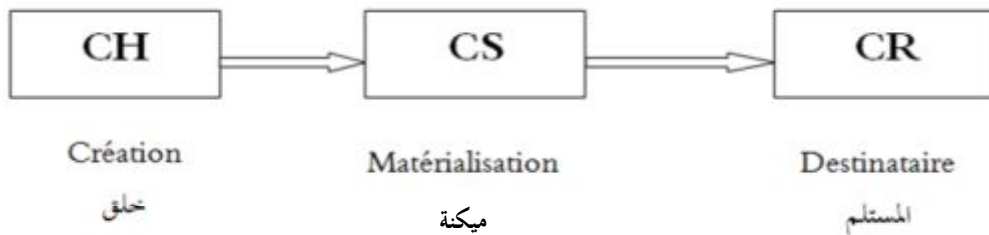
يضيفونه من قيمة للمنتج أو الخدمة المقدمة للزبائن (Ulina and Macey, 2005)¹. أما تميز رأس المال الهيكلية فيمكن في المجال التشغيلي والعمليات، فحسب (Mary, Gray and Neely, 2004) فإن تحقيق التفوق التشغيلي يتم من خلال: تحسين العمليات التشغيلية اللوجستية الهادفة إلى تحقيق النوعية العالية بالكلفة الواطئة، وخفض زمن دورة العمليات الداخلية، والاستفادة القصوى من طاقة الموجودات المادية والإدارية، تحسين سرعة تدفق الإنتاج، رفع جودة المنتجات و الخدمات عن طريق الإدماج السريع للتكنولوجيات الجديدة في عملية الإنتاج، و كذا خفض نسبة التلف و تخفيض مستوى المخزون إلى أدنى حد ممكن².

أما فيما يتعلق بتميز رأس المال الزبائني فمجالاته حسب (Kaplan and Norton, 2004) هي خلق التفوق والتميز عن طريق الإبداع والتطوير، مثل (إيجاد منتجات جديدة، أو اختراق أسواق جديدة، أو كسب زبائن جدد)؛ توطيد العلاقة بالزبائن عن طريق عمليات إدارة الزبائن؛ تخفيض أوقات التسليم أو سرعة الاستجابة لطلبات الزبائن؛ العمل على أن تصبح المنظمة عضو أو شريكاً جديداً في المجتمع من خلال ترسيخ علاقات حقيقية ومؤثرة مع أصحاب المصالح الخارجيين.

ثانياً: التفاعل بين مكونات رأس المال الفكري و خلق القيمة

لقد بينت العديد من الأدبيات التي تناولت أهمية رأس المال الفكري بأنه موارد هام يساهم في خلق قيمة للمؤسسة، و ذلك عن طريق عملية التفاعل بين مكوناته الأساسية، و التي تبدأ من رأس المال البشري (CH) مروراً برأس المال التنظيمي (CO) إلى رأس المال الزبوني (CC)، كما يوضحه الشكل الموالي:

الشكل رقم 21 : مسار القيمة (Le chemin de la valeur)



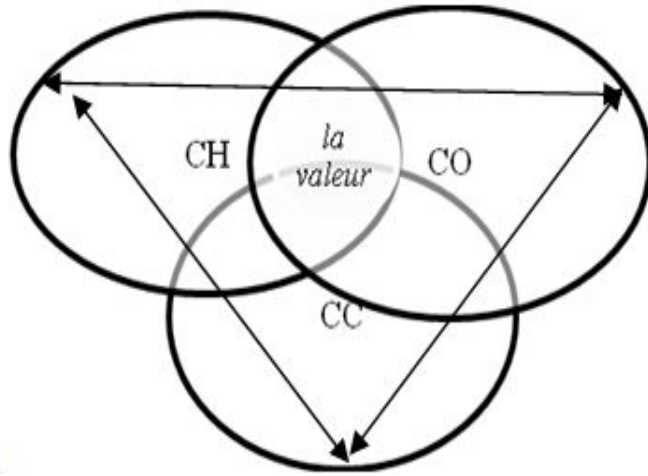
Source : MHEDHBI, 2010, Inspiré des travaux de (Pierrat et Martory , 1996).

^{2.1} - مؤيد محمد علي الفضل، العلاقة بين رأس المال الفكري وخلق القيمة دراسة ميدانية على الصناعة المصرفية في دول الخليج العربي، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، كلية الادارة و الاقتصاد، جامعة القادسية، العراق، المجلد 11 العدد 3، 2009، ص 176.

و مع ذلك فإن استخدام هذه المكونات في تركيبة واحدة لا يكفي لتحقيق ميزة تنافسية، بل يجب أن يرافق ذلك عملية تحول تعتمد على قدرات إدارة المعرفة بالمؤسسة لتحقيق ميزة تنافسية مستدامة (Grant, 1996). وتعتبر عمليات إدارة المعرفة ضرورية جدا للمؤسسة من أجل الحصول على المعرفة، تخزينها، نشرها واسترجاعها في جميع أنحاء المنظمة (Bontis, 1996)، مما يساعد على نفوذ، نشر وتدقيق المعرفة بين مكونات رأس المال الفكري و تفاعلها فيما بينها، لتحقيق أقصى قدر من الكفاءة والمعرفة القيمة (Marr et al, 2004) ¹.

و يعتبر رأس المال البشري الفاعل الأساسي الذي تركز عليه عملية خلق القيمة، باعتباره يمثل مجموع القدرات، المهارات، المواهب و الخبرات الموجودة بعقول العاملين بالمؤسسة (معرفة ضمنية)، التي تساعد على تفعيل عملية الإبداع و الابتكار، حيث يتم استخراج هذه المعارف لتعالج أليا و تخزين في قواعد معلومات، لتصبح بذلك معرفة ظاهرة موجودة في هياكل و أنظمة المؤسسة، ثم تستخدم في أنشطتها و عملياتها لإنتاج سلع وخدمات ذات جودة عالية توجه أخيرا لإرضاء الزبائن.

الشكل رقم 22: منصة القيمة (La plateforme de la valeur)



Source : Edvinsson et Malone, 1999, d'après (MHEDHBI, 2010).

يتضح من الشكل العلاقة الترابطية و التكاملية بين العناصر الأساسية المكونة لرأس المال الفكري، حيث يعتبر رأس المال البشري موردا ضروريا لبناء رأس المال الهيكلي، باعتبار أن معارف ومهارات الموظفين لن تكون ذات قيمة حقيقية للشركة ما لم يتم استخلاصها من عقول موظفيها، ترميزها، تخزينها في هياكل المنظمة، تقاسمها

¹ - MHEDHBI Imen, OP cit, P 58.

واستخدامها، بفضل مختلف عمليات إدارة المعرفة (Carson et al, 2004). كما يساعد رأس المال البشري بدوره، بفضل مهاراته و خبراته المكتسبة على تقديم سلع و خدمات ذات جودة عالية و في مستوى تطلعات الزبائن¹. و من جهة أخرى يشكل رأس المال الهيكلي (CO) البنية التحتية التي توفرها المؤسسة لدعم و تنمية رأس مالها البشري، بحيث يمثل المناخ الملائم الذي يشجع على خلق و تقاسم المعرفة (Bontis, 1998). كما يمثل رأس المال الهيكلي ركيزة أساسية لدعم رأس مال علاقات (Bollen et al, 2005)، من خلال توفير السياسة التنظيمية و الإجراءات الملائمة، التي من شأنها توطيد علاقات المؤسسة بعملائها (Sveiby, 2001).

في حين يعد رأس مال العلاقات موردا هاما لتطوير رأس المال البشري (Carson et al, 2004)، بحيث أن علاقات المؤسسة بمحيطها الخارجي، من موردين وعملاء، بفضل توفر قاعدة معلومات و البيانات الضرورية المتعلقة برغبات الزبائن و توجهاتهم، يساعد على تحسين مهارات و كفاءات رأس المال البشري بالمنظمة (Sveiby, 2001). كما يمكن الاستفادة من المعرفة المتوفرة بفضل العلاقات الخارجية في تعزيز الإجراءات والنظم داخل الشركة (Bollen et al, 2005).

مما سبق يتبين أن خلق القيمة لا يتركز على عنصر واحد بل بتفاعل العناصر الثلاث، لذلك على المؤسسة ان تحسن تسيير هذا التفاعل حتى تستطيع تحويله الى قيمة، والتي يمكن أن تأخذ عدة أشكال منها: تخفيض التكلفة، تحسين الإنتاجية، اكتساب موقع تنافسي ممتاز، تراكم الأرباح كنتيجة لتسويق منتجات وخدمات متميزة و ذات جودة عالية و جاذبية مقارنة بمنافسيها، الصورة و السمعة الجيدة، الولاء الكبير للعملاء... الخ.

ثالثا: رأس المال الفكري سلاح تنافسي للمؤسسة الاقتصادية

لقد بدأ الاعتماد على التكنولوجيا يتراجع لسرعة تغيرها، إذ أصبح التنافس والتفوق المرتكز عليها أمرا صعبا، خاصة بعد توسع استخدام تكنولوجيا المعلومات التي جعلت قدرة تصميم العمليات الإنتاجية والتسويقية متاحا لجميع المنافسين، علاوة على قدرتهم على تقليد التكنولوجيا بعد مضي وقت قصير من ظهورها. و في ظل عالم تتحرك فيه المعلومات، والموارد والتكنولوجيا بحرية عبر المؤسسات والحدود، أصبحت أصول المؤسسة قابلة للتبادل مع مثيلاتها في المؤسسات الأخرى، لذلك فقد أدركت هذه الأخيرة أن العامل الإنتاجي الوحيد الذي يمكن أن يوفر لها ميزة تنافسية مستمرة و يضمن نجاحها في اختراق الأسواق العالمية، هو رأس مالها الفكري ممثلا في

¹ - Gannon, et al., Op cit, P 13.

الكفاءات البشرية القادرة على خلق القيمة المضافة، من خلال ما تملكه من معارف، وقدرات، ومهارات مختلفة مؤهلة للإبداع و التجديد، مما يجعل عملية تقليدها أمرا في غاية الصعوبة.

و لقد حاولت الكثير من الدراسات أن تربط بين رأس المال الفكري وأداء المؤسسة التنافسي على نحو متباين من حيث المقاييس والنتائج، و خلص العديد من الكتاب و الباحثين من بينهم:

(Wright et al.,1994), (McWilliams,1994), (MacMillian&Schuler,1984), (Macduffie,1995)، (Huselid,1995)، (Pahalad & Hamel,1995)، (Porter,2000)، بأن الموارد البشرية، و التي تعتبر المكون الأساسي لرأس المال الفكري، تشكل مصدرا أساسيا للميزة التنافسية خاصة إذا تم إدارتها بشكل فعال، حيث تتمثل الأساليب الأساسية لإدارة الموارد البشرية في اختيار الموارد البشرية، وتوظيفها، وتحفيزها، وتكوينها، و الحفاظ عليها.

و في دراسة لـ (Stewart,1997) وجد أن الموارد الفكرية تعد أهم موارد المؤسسة ، وأن استثمار المقدره العقلية والعمل على تعزيزها وتسييرها بشكل فعال يؤدي إلى التفوق التنافسي¹. كما أوضح (Pfeffer,1998) أن البيئة التنافسية الجديدة سريعة التغير، والمتسمة بعملة الأسواق، وشدة المنافسة، وتغير أذواق الزبائن، وتعدد حاجاتهم، مازالت تدفع بالمؤسسات إلى تحسين أدائها، عن طريق الابتكار والتطوير للوظائف والعمليات لتحسين إنتاجيتها وجودة منتجها، وذلك من خلال توظيف رأس مالها الفكري، و هذا ما يؤكد دوره المحوري في تعزيز أداء المؤسسة و ميزتها التنافسية، إذ ينظر إلى الموجودات الفكرية كمصدر لخلق القيمة، مما جعلها تتجاوز دورها التقليدي لتصبح شريكا استراتيجيا في أغلب المؤسسات.

كما بين (Gwan) أن القيمة الحقيقية للمؤسسة تكمن في رأسمالها الفكري وقدرة توظيفها للمعرفة الكامنة فيه، و تحويلها إلى تطبيقات تحقق الأداء العالي، وبالتالي تحسين قدراتها التنافسية. بينما يرى (Youndt) أن التسيير الفعال لرأس المال الفكري يعد محمدا أساسيا لأداء و نجاعة المؤسسة، وبالتالي يتطلب الأمر من المؤسسات الرغبة في التفوق التنافسي، أن تحسن الاستثمار في موجوداتها الفكرية و جذب الكفاءات ذات القدرات والمهارات التي تفوق ما لدى منافسيها.

¹ - سعد علي العنزي، مرجع سابق، ص 161، بتصرف.

و لقد أشار كل من (Beatty&Richard) إلى أن إنتاجية الموجودات الفكرية تشكل محور عمل المؤسسة وأساس نجاحها، وبالتالي أصبح من الضروري أن تدرك تلك المؤسسات أهميتها كعامل أساسي في تحسين الأداء، إذ أن حسن الاستثمار في رأس المال الفكري ينعكس بالضرورة على تحقيق مستويات عالية من الأداء العالي والمريح بدليل نمو المبيعات، و زيادة الحصة السوقية، و تحسين الربحية¹.

وحسب (Miller) تتمثل الموجودات الفكرية الأساسية لدى أي مؤسسة في المعرفة والذكاء اللذين يؤثران على الأداء الكلي للمؤسسة، وأن نجاح المؤسسة يعتمد على مدى استثمارها للقدرات العقلية، إذ أصبح الذكاء المادة الخام الرئيسية لما يتم إنتاجه وبيعه، و أن القيمة الحقيقية للمؤسسة تتوقف على قدرة التعلم ونقل المعرفة الجديدة ووضعها حيز التطبيق. و في دراسة له أكد (Brown) وجود علاقة إيجابية بين استثمار القدرات العقلية للعاملين والأداء المالي، فتفعيل رأس المال الفكري والارتقاء به يؤدي إلى تحسن أداء المؤسسة و ارتفاع ربحية أسهمها²، و بالتالي يمكن أن يكون رأس المال الفكري مقترنا بالأداء الاقتصادي العالي عندما يكون مصدرا للميزة التنافسية.

كما أنه و استناداً إلى البحث الذي أجراه (Zack, 1999)، والذي تضمن 25 مؤسسة تم التوصل إلى أن تطبيق إدارة صحيحة لرأس المال الفكري في المنظمات يعد سلاحاً قوياً لتحقيق مزايا تنافسية، من خلال تمكين المنظمة من صياغة وتطبيق أحسن لإستراتيجيتها التنافسية، وبذلك فإن المنظمة التي تريد الاستفادة من رأسمالها الفكري أو المعرفي بحاجة إلى مراقبة ومتابعة كيفية تكوينه والاستثمار فيه من أجل تطويره في المنظمة عبر الزمن³.

يتضح مما سبق أهمية رأس المال الفكري كمخزون استراتيجي، و مصدر الكفاءة، و المعرفة، و الجودة المتميزة، إذ يشتمل على القدرات و المهارات التي يجب تسييرها وفق نظم فعالة لإدارة المعرفة و الكفاءات، حتى تستطيع المؤسسة بواسطتها تحقيق الاستغلال و التثمين الناجع لها، بما يضمن لها امتلاك ميزة تنافسية.

1 - سملاي محضية، مرجع سابق، ص ص 133-134، بتصرف من الباحثة.

2 - سعد علي العنزي، مرجع سابق، ص 162.

3 - غالب عوض الرفاعي الأكرم، أثر إدارة مخاطر استثمار رأس المال المعرفي في تحقيق مزايا تنافسية لمنظمات التأمين الأردنية، مداخلة مقدمة ضمن المؤتمر العلمي الدولي "إدارة المخاطر والاقتصاد المعرفي"، جامعة الزيتونة الأردنية الخاصة، الأردن، أبريل 2007، ص 7.

خلاصة الفصل

استعرضنا من خلال هذا الفصل بالدراسة و التحليل كل من مفهوم التنافسية و الإطار النظري للميزة التنافسية، و دور تحليل البيئة التنافسية في اختيار المؤسسة للاستراتيجيات التنافسية الملائمة لمواردها و كفاءاتها، وكذا دور رأس المال الفكري كمحرك أساسي للإبداع و الابتكار، و مصدر لخلق القيمة و تعزيز تنافسية المؤسسات الاقتصادية.

و قد خالصنا إلى أن مصطلحي المنافسة و التنافسية يعدان من المفاهيم الأكثر تداولاً على المستويين الاقتصادي و التسيري رغم تداخلهما ضمن ما أصبح يعرف بالميزة التنافسية، و التي أصبحت هدفاً استراتيجياً كبيراً للمنظمات الأعمال المعاصرة لما تتطلبه من كفاءة في استغلال الموارد، و الجودة الشاملة في الأداء، و التحسين المستمر لأنظمة الكلف، و رعاية الإبداع و المبدعين، و السرعة المتميزة للتسويق، و الموقف في هذا المجال يستلزم التثمين الفعال للمعرفة، من خلال جذب الموارد الفكرية، وتمييزها، المحافظة عليها و استغلالها، وصولاً إلى تحقيق الأهداف الإستراتيجية بالمنظمة.

كما خالصنا إلى نجاح المنظمة في الحياة على ميزة تنافسية مقارنة بمنافسيها، يتوقف على مدى مواجهة التغيير والتكيف مع البيئة التنافسية، و الذي لا يتم إلا من خلال التحليل الناجح للبيئة الداخلية و الخارجية، و المتابعة المستمرة لمتغيراتها، لاختيار أجمع الاستراتيجيات التنافسية المناسبة مع إمكانياتها. كما تستدعي الحياة على ميزة تنافسية، التعرف على المصادر التي تستمد منها هذه الأخيرة، حيث يتيح ذلك تصويب الجهود نحو أهداف واضحة، مما يؤدي إلى وفورات في الوقت والجهد والمال.

هذا و يعد بناء رأس المال الفكري و تطويره أهم مصدر للميزة التنافسية في ظل الاقتصاد الجديد، كونه المورد الاستراتيجي الذي يقدم البيانات و المعلومات و المعارف حول الإجراءات، الخدمات، الزبائن و العمليات التي ترفع من كفاءة المنتج أو الخدمة، و تحوله إلى مورد عالي القيمة في السوق. و من هنا يكون أبرز تحدي يواجه الإدارة في العصر الحديث، هو مدى قدرتها على تهيئة رأس المال الفكري و صناعته و تنشيط إنتاجيته.

بعد أن تناولنا المفاهيم الأساسية المتعلقة بالتنافسية، و الميزة التنافسية، و التي يعتبر رأس المال الفكري من أهم آليات تحقيقها و استدامتها في الوقت الراهن، سنتطرق في الفصل الموالي إلى تحليل واقع القطاع الصناعي بالجزائر، و أهم التحديات التي تواجهه في ظل الاقتصاد المعرفي، وكذا طريقة و إجراءات إعداد الدراسة الميدانية.

الفصل الرابع:

طريقة و إجراءات إعداد الدراسة الميدانية

تمهيد

هدفت الدراسة الحالية إلى قياس أثر رأس المال الفكري على الميزة التنافسية للمؤسسات الصناعية الجزائرية. وقد اتبعت الباحثة في تحقيق أهداف الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، إضافة إلى استخدام الأسلوب التطبيقي، من خلال دراسة ميدانية على المؤسسات قيد الدراسة، بالاعتماد على استبيان تم تصميمه بناء على نتائج الدراسات السابقة.

و باعتبار هذه الدراسة تقتصر على المؤسسات الصناعية، تراء لنا تخصيص المبحث الأول لتقديم لمحة شاملة ومختصرة حول واقع القطاع الصناعي بالجزائر، تناولنا من خلالها أهم المراحل تطور هذا القطاع، مميزاته وخصائصه، وكذا أهم التحديات التي يواجهها في ظل الاقتصاد الجديد.

في حين تطرقنا في المبحث الثاني إلى الطريقة و الإجراءات المتبعة لتحقيق أغراض الدراسة الميدانية: و ذلك من خلال وصف المناهج و النموذج المستخدم في الدراسة، التعريف بمجتمع و عينة الدراسة، و كذا عرض أدوات الدراسة ومصادر الحصول على المعلومات. أما في المبحث الأخير فقد تطرقنا إلى بعض النقاط الأساسية، والمتمثلة في عرض أهم الأساليب الإحصائية المعتمدة في اختبار فرضيات الدراسة، فحص صدق أداة الدراسة و ثباتها، وكذا تحليل سمات و خصائص العينة المدروسة.

المبحث الأول: واقع و تحديات القطاع الصناعي بالجزائر

لقد عرفت معدلات النمو التي حققها الاقتصاد الجزائري نموا محسوسا خلال السنوات الأخيرة (+3.6 سنويا خلال الفترة 2000-2012)¹، مما مكن من المحافظة على التوازنات الكبرى و إعادة بناء استقرار الاقتصاد الكلي، إلا أن هذا النمو المسجل كان مرتبطا بشكل كبير جدا بقطاع المحروقات، في حين لا تزال مساهمات القطاعات الأخرى في هيكلة هذا النمو ضعيفة جدا و هامشية، و يعود ذلك إلى ضعف تنوع الاقتصاد الجزائري إلى جانب ضعف القطاع الخاص الذي يعاني من نقص جاذبيته لرؤوس الأموال الأجنبية. و ايزاء هذه الوضعية، فإن تحسين مناخ الأعمال يمكن أن يساعد في تطوير و تنوع القطاع خارج المحروقات، خلق مناصب الشغل، و التقليل من تبعية الاقتصاد الجزائري الذي لا يزال رهينة تقلبات العوائد النفطية.

المطلب الأول - لمحة عن تطور القطاع الصناعي بالجزائر

لقد تمحورت أولى نشاطات الجزائر، غداة الاستقلال، حول إنشاء اقتصاد و طني يقوم على تطوير صناعة ثقيلة ذات شموليه، من 1962 إلى 1985، تابعة للقطاع العام و مموله من عائدات النفط، بينما ينشط القطاع الخاص في مجال الصناعة التقليدية. و من خلال استرجاع الثروات الوطنية المنجمية و البنوك سنة 1966، و المحروقات سنة 1971، أمنت الدولة مصادر لتمويل مسارها التنموي، فضلا عن اللجوء إلى المديونية الخارجية القائمة أيضا على الموارد النفطية، و بدفع من الدولة دخل الاقتصاد الجزائري مرحلة تصنيع تقوم على "صناعة مصنعة" قادرة على ضمان عصرة القطاع الفلاحي في الأجل المحدد².

و لقد سمح استقرار أسعار النفط الخام بعد أول "صدمة نفطية" سنة 1973، بتطوير برنامج جد طموح، حيث تم في هذا الإطار إنجاز كبرى الأقطاب الصناعية بأرزو و سكيكدة (بيتروكيميا) و الحجار (الحديد والصلب) و روية (الميكانيك) و بسيدي بلعباس (العتاد الفلاحي و الإلكتروني)، الأمر الذي أكسب البلاد مهارة في عدة مجالات و سمح باستحداث 1.4 مليون منصب شغل خاصة في مجال الصناعة.

¹ - Natixis, Algérie : une croissance dynamique malgré la dépendance accrue aux hydrocarbures, flash économie, 25 juillet 2013 – N° 555, sur le site : cib.natixis.com/flushdoc.aspx?id=72280,P02, consulté le 27-12-2014.

² - البوابة الرسمية لحمسينية استقلال الجزائر، الصناعة قاطرة التنمية الإجتماعية و الإقتصادية للجزائر، على الموقع <http://demo.kdconcept.net/50-site/>، تصفح يوم 2014-09-03.

لكن إستراتيجية "الصناعات المصنعة" تعرضت إلى العديد من الصدمات المعاكسة التي هزت في كل مرة النموذج الاقتصادي، حيث اتضح أنها تستقطب أموالا طائلة وغير ناجحة في مجالات تتطلب مهارة كبيرة وتكنولوجيات متقدمة¹. و باستثناء قطاع المحروقات لا يتم تصدير الكثير من المنتجات الصناعية التي لا تلي حتى الطلب الداخلي، الأمر الذي أدى إلى زيادة تبعية هذا القطاع للدولة، و التي اضطرت إلى اللجوء إلى الديون الخارجية و إعادة الهيكلة التنظيمية للمؤسسات ابتداء من سنة 1980، واضعة بذلك حدا لإستراتيجية "الصناعات المصنعة"، التي لم تنجح في بلوغ هدف وضع قطاع مستقل خارج المحروقات.

و على عكس التوقعات فإن أولى عمليات إعادة الهيكلة (1980-1984)، التي كان من المفروض أن تشكل الحل الشامل، قد تسببت في تفكيك النسيج الصناعي، حيث تميزت هذه الفترة بتباطؤ حركية الاستثمار المنتج، وتكريس جزء كبير من موارد الدولة للاستهلاك، و كانت أسعار الإنتاج محددة من طرف الدولة، و تواصل دعم الخزينة العمومية لعدد هام من المنتجات و الخدمات . و من جهة أخرى فإن الصدمة النفطية لسنة 1986 وتراجع أسعار النفط الخام، قد أفشلت الجهود التي تمت مباشرتها لبعث النمو، مما أدى إلى تفاقم أزمة مديونية البلاد، التي اضطرت إلى اللجوء إلى برامج التعديل الهيكلي في مطلع التسعينات قصد تقويم الاقتصاد، بعد اتفاقات أبرمت مع صندوق النقد الدولي.

و هذا ما جسد نوعا ما الانتقال إلى اقتصاد السوق الذي تمت مباشرته سنة 1988 من خلال إطار تشريعي جديد للإصلاحات، الأمر الذي سرع وتيرة خصوصية المؤسسات الاقتصادية العمومية، و إطلاق المؤسسات الصغيرة و المتوسطة. و بالرغم من الجهود المبذولة من أجل النهوض بالاقتصاد الجزائري، فإن المنافع المحتملة لعملية التحرير والإصلاح لم تتحقق في مجموعها. ففي عام 1992 تباطأت خطى الإصلاحات الهيكلية واتسع نطاق الاختلالات الاقتصادية الكلية (ارتفاع التضخم، البطالة، تدهور ميزان المدفوعات...)، نتيجة لتطورات سياسية خطيرة، أدت إلى انعدام اليقين السياسي وتدهور الوضع الأمني و انخفاض أسعار البترول، مما ادخل الاقتصاد في أزمة حادة.

و على خلفية الاختلالات السابقة تم الشروع في دفعة جديدة من الإصلاحات الاقتصادية في 1994، مست كل الميادين المتعلقة بإنعاش و دعم استقرار الاقتصاد الوطني، من خلال برامج إعادة الهيكلة، إلا أن أزمة

¹ - البوابة الرسمية لخمسينية استقلال الجزائر، الصناعة قاطرة التنمية الاجتماعية و الاقتصادية للجزائر، المرجع السابق.

التسعينات و برنامج التقويم الهيكلي الموالي لها، زاد من خطورة تخلف البلاد و انخفاض مستوى المعيشة، و كذا تأخرها في مجال اكتساب المعرفة و استعمالها و نشرها.

و كنتيجة لذلك، اتجه تفكير الدولة مجددا إلى العمل على تكثيف مسار الإصلاحات، لتشمل جميع الجوانب الاقتصادية والاجتماعية وتحرير الاقتصاد الوطني، من أجل تمكين المؤسسة الجزائرية من أن تصبح المصدر الرئيسي للثروة. و لذلك حاولت السلطات العمومية أن تستفيد من الوضع المالي الجيد الناتج عن ارتفاع أسعار البترول ابتداء من سنة 2000، وقامت ببعث ثلاث مخططات خماسية على التوالي من أجل دعم الإنعاش الاقتصادي خلال الفترة 2000-2014.

ولقد شمل أولى هذه المخططات الفترة (2001-2004)، بقيمة 6.9 مليار دولار أمريكي، و تمحور حول الأنشطة المخصصة لدعم المؤسسات والأنشطة الزراعية المنتجة التي تخلق القيمة المضافة وتوفر الشغل، وإلى تعزيز المرافق العمومية في ميدان الري والنقل والمنشآت القاعدية، وتحسين ظروف المعيشة والتنمية المحلية وتنمية الموارد البشرية¹.

بينما امتد المخطط الموالي (برنامج الدعم التكميلي للنمو PCSC) ما بين (2005-2009)، بغلاف قدر بـ 155 مليار دولار (استفاد من مبلغ 25 مليار دولار مع تأجيل باقي المبلغ أي 130 مليار دولار للمخطط الموالي)، حيث اهتم بخصوصية المؤسسات الاقتصادية العمومية، و وضع برنامج لتأهيل القدرة الصناعية المتوفرة، من خلال بعث الشراكة مع المؤسسات التي تملك مهارة أكيدة، قصد عصرنة المؤسسات و تعبئة الوسائل العمومية لفائدة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، التي تشكل أساسا النسيج الصناعي. كما ركز على الحفاظ على أداة الإنتاج و تنوع النسيج الصناعي، بحيث تم استحداث 206567 مؤسسة صغيرة و متوسطة (خاصة/عمومية) خلال هذه الفترة بنسبة تطور بلغت حوالي 40 بالمائة².

و رغم الدعم المالي المتتالي الذي كلفه القطاع الصناعي خلال الفترة 1991-2009، بقيت الصناعة العمومية و الخاصة على حد سواء تعاني من انكماش حاد، فلقد كشفت النتائج التي سجلها القطاع الصناعي، خلال السنوات الأخيرة، عن مدى ركود هذا القطاع، و بينت قصور و فشل السياسات الصناعية الماضية و نقص فعاليتها في تحقيق أهدافها، حيث لا زالت المؤسسات الصناعية الوطنية غير قادرة على التكيف مع المتغيرات

¹ - شلغوم سهيلة، تأهيل المؤسسة الاقتصادية الجزائرية للاندماج في الاقتصاد العالمي في ظل الشراكة الأوروبية - الجزائرية، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، فرع التحليل و الاستشراف الاقتصادي، جامعة منتوري قسنطينة، 2009، ص 79.

² - البوابة الرسمية لخمسينية استقلال الجزائر، الصناعة قاطرة التنمية الاجتماعية و الاقتصادية للجزائر، المرجع السابق.

الحاصلة، و لم تصل بعد إلى المستوى المرغوب لمواجهة المنافسة الأجنبية المحتمة من جانب الشركات الكبرى، ذات القدرة التنظيمية، الإدارية، التسويقية و المالية العالية، لاسيما في ظل التحرير التجاري المتزايد و تدفق الاستثمارات الأجنبية.

و هذا ما دفع بالدولة الجزائرية للسعي مجددا إلى تطبيق إستراتيجية جديدة لإنعاش الصناعة الوطنية في إطار المخطط الخماسي (برنامج الاستثمارات العامة: Programme d'Investissement Publique (PIP) (2010-2014)، بقيمة 286 مليار دولار، و الذي تضمن - حتى و لو أن تأثيره مازال محدودا لحد الآن - المحاور الأساسية التالية¹:

- تحسين التنمية البشرية (40٪)؛
- تطوير البنية التحتية (30٪)؛
- تطوير الاقتصاد الوطني (20٪)؛
- تحسين الخدمة العامة (10٪).

و لقد تضمنت الإستراتيجية الصناعية الجديدة توجهات هامة من بينها:

- بعث الإنتاج الصناعي من خلال دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، و استحداث مناصب شغل مستقرة، لامتصاص البطالة التي تمس أكثر من 10 بالمائة من السكان النشيطين؛
- تعبئة موارد معتبرة لتحديث المؤسسات العمومية والخاصة في جميع القطاعات، و رفع مساهمة القطاع الصناعي في الناتج الداخلي الخام؛
- تنويع الإنتاج الصناعي الوطني و استقطاب الموارد المالية التي مصدرها الاستثمارات الأجنبية المباشرة، حتى تتمكن المؤسسات الصغيرة و المتوسطة من المساهمة بفعالية في النمو الاقتصادي الوطني، و تحسين القيمة المضافة للقطاع؛
- إعادة بعث القطاع العمومي بسبب تباطؤ الاستثمار في القطاع العام و نقص التزام المتعاملين الخواص في كبرى المشاريع التي تتطلب رؤوس أموال كبيرة. إضافة إلى إيلاء أهمية قصوى لتسيير المؤسسة العمومية من خلال ربط استقلالية تسييرها بمطلب النجاح الاقتصادية، و إقامة شراكات إستراتيجية مع مجموعات دولية كبيرة و تحفيز الاستثمارات الأجنبية المباشرة.

¹ - Plan quinquennal 2010-2014, sur le site <http://www.algeriecompetences.gov.dz/fr/projets/2-plan-quinquennal-2010-2014.html>, consulté le 06-02-2015.

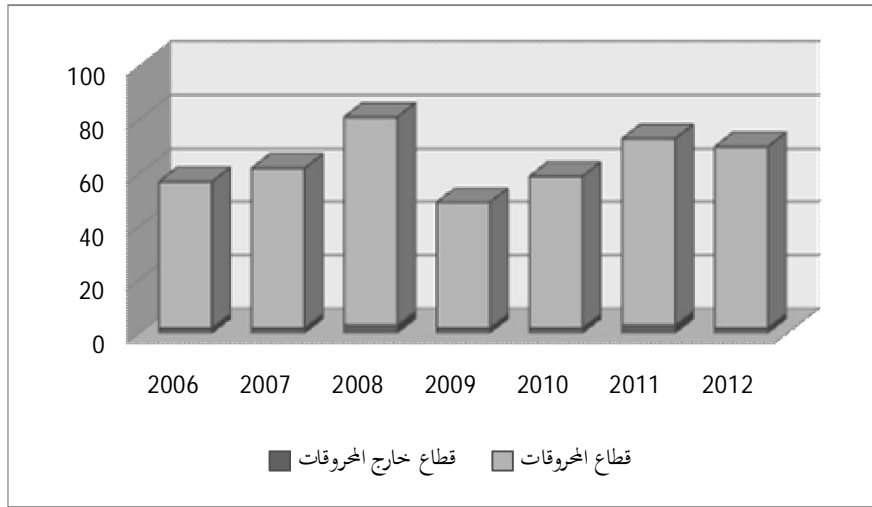
المطلب الثاني - خصائص و مميزات القطاع الصناعي الجزائري

نشأت الصناعة الجزائرية ضمن أسوار من الحماية المطلقة أو شبه المطلقة، و انحصر عملها بشكل أساسي في تلبية الطلب المحلي ضمن السياسات الصناعية الموضوعة من قبل الدولة الجزائرية، مما جعلها تكتسب خصائص نوعية تظهر و بوضوح هشاشة الصناعة في هيكلها الحالي و ضعف قدرتها التنافسية. و بشكل عام يمكن تلخيص أهم مميزات و خصائص الصناعة الجزائرية فيما يلي:

- تراجع مكانة القطاع العام و تنامي أهمية القطاع الخاص ضمن الجهاز الإنتاجي، بفضل سياسات التحفيز على الاستثمار و دعم الدولة لهذا القطاع، من خلال الإصلاحات التي خاضتها الجزائر في إطار إعادة الهيكلة الصناعية، و التي سمحت بإعادة الاعتبار للمؤسسات الخاصة، و الاعتراف بالدور الهام الذي يمكن أن تلعبه في التنمية الاقتصادية و الاجتماعية، و بذلك فقد أصبح القطاع الخاص حاليا يمثل ما نسبته (98%) من مجموع المؤسسات الاقتصادية مقابل (1.8%) فقط للقطاع العام¹.
- خلق مناصب العمل مرتبط بشكل كبير بالقطاع العام، و يرجع ذلك إلى قلة الاستثمارات الأجنبية خارج قطاع المحروقات، و كذا ضعف القطاع الخاص، بسبب محدودية إمكانياته التكنولوجية و انخفاض قيمته المضافة، و من ثم عدم قدرته عن خلق مناصب عمل تستوعب العدد المتزايد من البطالين؛
- تبعية كبيرة لقطاع المحروقات، أدت إلى نقص في تنوع الصادرات، حيث تمثل صادرات البترول و الغاز معظم الصادرات الجزائرية (98% في المتوسط ما بين 2006 و 2013)، كما هو مبين في الشكل التالي:

¹- Source : L'Office National des Statistiques ONS, Le premier recensement économique, statistique économique, série N° 172, Alger, juillet 2012, p13.

الشكل رقم 23: هيكل الصادرات الجزائرية خلال الفترة 2006-2012 (بالمليار دولار أمريكي)



Source : Natixis, *Algérie : une croissance dynamique malgré la dépendance accrue aux hydrocarbures, flash économie, 25 juillet 2013 – N° 555, p07.*

إن هذا الارتباط القوي للاقتصاد الجزائري بالعوائد النفطية (أكثر من 47% من إجمالي القيمة المضافة)، راجع إلى ضعف تنوع اقتصادها، و رغم توسع بعض القطاعات، إلا أنها لا يمكن أن تخفي حقيقة الصعوبات والهشاشة، التي تعرفها الصناعة خارج قطاع المحروقات، فضعف القطاع الخاص الذي يرجع و بدرجة كبيرة إلى مناخ الأعمال غير المواتي للاستثمارات الأجنبية، لا يزال المشكلة الرئيسية، مما يجعل الجزائر أقل جاذبية مقارنة بغيرها من بلدان المغرب العربي المجاورة. فلقد صنفت الجزائر في المرتبة 152 فيما يخص مناخ الأعمال وفق إحصائيات البنك الدولي لسنة 2013^(*)، بعيدة عن المغرب (97) و تونس (50)، كما أن خلق المؤسسات يبدو أكثر صعوبة مقارنة بالبلدان المجاورة بسبب تعقد الإجراءات و طول مدتها الزمنية.

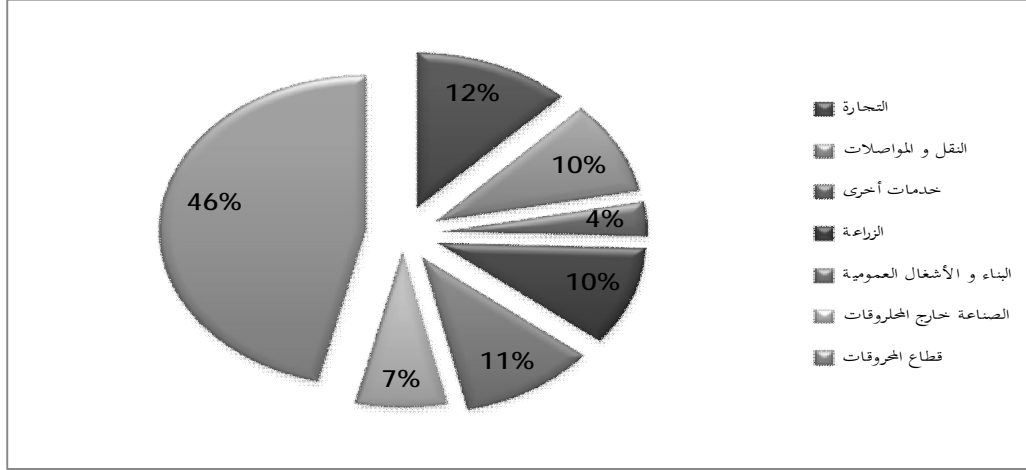
- إن حجم مساهمة القطاع الصناعي خارج المحروقات في الناتج الداخلي الخام في انخفاض مستمر (من 7% سنة 2000 إلى 5% سنة 2011)، في حين أن مساهمته في القيمة المضافة، هي الأخرى، تعرف انخفاضا مستمرا، حيث لم تتجاوز في المتوسط 7% خلال الفترة 2000-2011، لتصل إلى دون 6% في نهاية 2011².

(*) - أنظر الملحق رقم 05، الذي يبين تصنيف الجزائر حسب مناخ الأعمال وفق تقرير البنك الدولي لسنة 2013.

² - Rapport du Cinquantenaire de l'indépendance : Enseignement et vision pour l'Algérie de 2020, NABNI (Notre Algérie Bâtie sur de Nouvelles Idées), Janvier 2013, sur le site : www.nabni.org/rapport-nabni-2020.pdf, consulté le 20-12-2014, p 27.

ويوضح الشكل التالي تحليل هيكل متوسط القيمة المضافة حسب القطاع خلال الفترة 2000-2011.

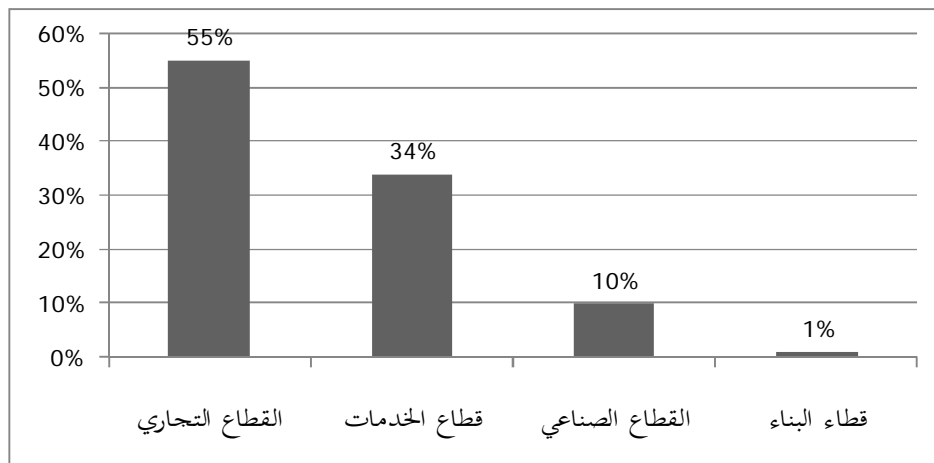
الشكل رقم 24: هيكل القيمة المضافة خلال الفترة 2000-2011



Source : Natixis, Algérie : une croissance dynamique malgré la dépendance accrue aux hydrocarbures, flash économie, 25 juillet 2013 – N° 555, p 08.

- إن توزيع المؤسسات الاقتصادية حسب قطاع النشاط يظهر بوضوح هيمنة القطاع التجاري بنسبة (55%)، يليه قطاع الخدمات بنسبة (34%)، في حين لا يمثل القطاع الصناعي سوى (10%) من المجموع. كما يظهر في الشكل الموالي:

الشكل رقم 25: توزيع المؤسسات الاقتصادية حسب طبيعة النشاط



Source : L'Office National des Statistiques ONS, Le premier recensement économique, statistique économique, série E N° 172, Alger, juillet 2012, p 11.

و من حيث نوعية الصناعات تتميز الصناعة الجزائرية اليوم، بهيمنة الصناعات الخفيفة، و على وجه الخصوص الصناعات الغذائية بنسبة (24.8%)، تليها الصناعات الحديدية بنسبة (23.4%)، صناعة النسيج و الألبسة الجاهزة ب (12.4%)، ثم الصناعات الميكانيكية و الالكترونية، الصناعات الكيماوية، صناعة الخشب و الفلين، بنسب أقل¹.

و يتركز الإنتاج الصناعي الجزائري للقطاع العام في الفروع التالية: الصناعات غذائية، و الصناعات المعدنية، الحديدية، الالكترونية، الكهربائية و الميكانيكية، و فرع الكيمياء و الجلود، و تساهم هذه الفروع بحوالي 35% من إجمالي الإنتاج الصناعي العمومي، في حين أن القطاع الخاص يتركز هو الآخر على فرعين من الصناعات، الصناعة الغذائية و صناعة النسيج و الألبسة الجاهزة و يمثل ما نسبته 42% من إجمالي الإنتاج الصناعي الخاص. كما تجدر الإشارة إلى أن القطاع الصناعي يتوجه أكثر فأكثر نحو الصناعات التركيبية أو التجميعية والاستثمارات ذات العائد السريع².

- تمثل المؤسسات الصناعية التي يساوي أو يقل رقم أعمالها عن (20 مليون دينار) ما نسبته (83.8%) من مجموع المؤسسات الصناعية. في حين لا تمثل المؤسسات التي يساوي أو يتجاوز رقم أعمالها (2 مليار دينار) سوى (0.4%) فقط من مجموع المؤسسات، أي ما يعادل 423 مؤسسة من مجموع 95445 مؤسسة صناعية محصاة، بحيث تنشط (300) مؤسسة منها في قطاع الصناعات التحويلية، (86) مؤسسة في الصناعات الإستخراجية، (22) مؤسسة في إنتاج و توزيع المياه، و (15) مؤسسة في إنتاج و توزيع الكهرباء و الغاز، أي في الصناعات كثيفة رأس المال.

و بناء على ما سبق يمكن القول أن الصناعة الجزائرية تتميز اليوم ب³:

- تبعية كبيرة لقطاع المحروقات، أدت إلى نقص في تنوع الصادرات؛
- ضعف استغلال القدرات الإنتاجية، بسبب عوامل الإنتاج الضعيفة و عدم نجاعة تقنيات التسيير و إدارة الأعمال؛

¹ - L'Office National des Statistiques ONS, Le premier recensement économique, OP cit, p11.

² - قوريش نصيرة، أبعاد و توجهات إستراتيجية إنعاش الصناعة في الجزائر، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد 5، جامعة الشلف، الجزائر، جانفي 2008 ص 91.

³ - عروب رتيبة، بوسبعين تسعديت، أهمية تأهيل و تميم الموارد المتاحة في تفعيل الاستراتيجيات الصناعية و دفع عجلة التنمية الاقتصادية، الملتقى الوطني الاستراتيجية الصناعية الجديدة في الجزائر استمرارية أم قطيعة، جامعة عبد الحميد ابن باديس، مستغانم، الجزائر، 6-7 مارس 2012.

- مردودية منخفضة و معدلات نمو متدنية ترتب عنها إنتاجية ضعيفة، راجعة لعدم تماشي المؤسسات الصناعية و قواعد التنافسية في السوق؛
- ارتفاع تكلفة الإنتاج الصناعي بسبب الاعتماد على التكنولوجيا المستوردة؛
- ضعف استخدام التكنولوجيات المتطورة في الصناعات الحديثة، أدى إلى تراجع نوعية المنتجات الصناعية؛
- و لعل أهم ما يميز القطاع الصناعي بالجزائر حاليا، هو اعتماده بالدرجة الأولى على الصناعات الخفيفة، ليلاحظ غياب شبه تام للصناعات الثقيلة التي تعتبر أساس بناء هيكل اقتصادي قوي.

المطلب الثالث - القطاع الصناعي بالجزائر في مواجهة تحديات اقتصاد المعرفة

غداة الاستقلال بادرت الجزائر لمواجهة الاحتياجات الاجتماعية و الاقتصادية المتنامية بعدة مخططات تنموية، على المدى المتوسط، احتلت فيها التربية و التكوين و نقل التكنولوجيا مكانة بارزة، إلى جانب التصنيع السريع و المكثف. و هكذا، كانت صفقات انجاز الوحدات الصناعية الجاهزة تدمج تكوين الآليين و التقنيين والمهندسين في مجال معالجة المواد الأولية و المنتجات و عملية الإنتاج و الصيانة و التجريب و المراقبة. و غالبا ما كانت تكمل هذه الصفقات بعقود الرخصة و / أو المهارة التي كانت ترجح مكانة نقل التكنولوجيا و الالتزام بتحيين المعارف التقنية و العلمية و نشر الابتكارات، و كل ذلك في اجل طويل نسبيا(عشر سنوات فما أكثر)، من أجل السماح لرأس المال البشري بالتحكم في هذه التكنولوجيات و مواكبة تطورها¹.

و كان ينبغي لإنشاء معاهد تكوين تقني و هندسي و الفروع حول أقطاب تكنولوجية مثل الاتصالات اللاسلكية في تلمسان، الإلكترونيك في سيدجي بلعباس، الالكتروتقنية في قصر البخاري، صناعة الحديد والصلب في عنابة، الصناعات التحويلية البتروكيميا و الكيمياء في بومرداس، أن تشكل مراكز لرسملة المعرف و العلوم ونشرها في مجالات الرسملة التكنولوجية و العلمية، غير أن بعض هذه المشاريع قد تم التخلي عنها و تم انحراف البعض الآخر عن وجهتها الأصلية و دمجها ضمن الدورات التكنولوجية التقليدية.

و في مجال البحث فإن أغلب المؤسسات العمومية الكبرى كانت تتوفر على مخابر مجهزة بتجهيزات تسمح بالتدريب على المبادئ الأولية في مجال البحث التطبيقي، و كان يستعمل البعض منها كأرضية لإجراء التجارب لصالح بعض المؤسسات الكبرى مثل سونطراك صناعة الحديد و الصلب و الشركة الوطنية لمواد البناء. و لقد تم

¹ - المجلس الوطني الاقتصادي و الاجتماعي، اقتصاد المعرفة عامل أساسي في التنمية، أي إستراتيجية للجزائر، ديسمبر 2004، ص 90.

نسج خطوط العلاقات بين التكوين، و لاسيما بين الأنشطة الإنتاجية منذ الاستقلال و تطورت فيما بعد ضمن إطار متناسق و منتظم إلى حد ما¹.

و بالفعل، كان الطلبة التقنيون و المهندسون يتابعون بانتظام التدريب على مستوى الوحدات الصناعية والمخابر و منشآت قطاعات المحروقات و الكهرباء و المناجم و مراكز البحث و الجيولوجيا و مكاتب الدراسات و ورشات البناء و الأشغال العمومية، تحت تأطير المسؤولين في الميدان، و إشراف الأساتذة، و كانت عدة مؤسسات تضع منشآتها في خدمة الباحثين الجامعيين و العكس. و استمرت هذه الوضعية حتى تاريخ انطلاق إعادة هيكلة المؤسسات العمومية في بداية الثمانينات التي تسببت من جراء فصل أنشطة تسويق الإنتاج عن أنشطة الدراسات و الهندسة، في إضعاف إمكانيات البحث و التطوير، كما ساهمت في تشتت القدرات البشرية، جراء تراجع عمليات دعم رأس المال اللامادي الذي تفكك حتى الزوال في بعض الأحيان.

و في ظل هذا السياق تطور القطاع الصناعي حتى النصف الثاني من الثمانينات الذي كان يتميز بأزمة مالية حادة سنة 1986 مست كذلك قطاعات التربية و التكوين و البحث، حتى أن تنفيذ الجيل الأول من الإصلاحات الاقتصادية، منذ نهاية الثمانينات و بداية التسعينات، لم يتجسد في استقلال المؤسسات العمومية وإقامة هياكل تسيير رؤوس الأموال، كما أنه لم يمنح الاهتمام اللازم للحفاظ على رأس المال البشري و تربيته.

و لقد زادت أزمة التسعينات و برنامج التقويم الهيكلي الموالي لها، من خطورة تخلف البلاد و تأخرها في مجال اكتساب المعرفة و استعمالها و نشرها، فعلى اثر إعادة الهيكلة الصناعية و المخططات الاجتماعية التي واكبتها، تم تسريح عشرات الآلاف من التقنيين و العمال المؤهلين، بحيث ترتب عنه هدر لمهارات صناعية تراكمت خلال العقود الماضية، و انعكست هذه الآثار بشكل مباشر على الرقي الاجتماعي و تحقيق حياة أفضل.

و لقد أدت آثار أزمة عشرية التسعينات بالسلطات العمومية و المجتمع معا إلى إدراك خطورة هذه الهوة، و تحت تأثير انفتاح السوق شهدنا بداية الوعي بضرورة اكتساب المعرفة و العلوم عن طريق إدماج التكنولوجيات الجديدة في تسيير المؤسسات من خلال الإعلام الآلي، ثم شبكة الانترنت حتى و لو كانت النتائج دون الحجات المتنامية، و من جهة أخرى، فقد مست هذه الصحوة العديد من القطاعات، مثل الاتصالات عن بعد، التربية، التعليم العالي و البحث العلمي، الصحة، الصناعة الطاقة.

و بذلك بدأت تكنولوجيات الإعلام و الاتصال، و الشبكات الداخلية بالمؤسسات، و الشبكات المتخصصة والمترابطة، و البحث في مجال التكنولوجيات المتطورة، تتجسد جزئيا على أرض الواقع، و ذلك بفضل دعم التمويل

¹ - المجلس الوطني الاقتصادي و الاجتماعي، المرجع السابق، ص 91.

العمومي و الدولي، و أصبح عدد متزايد من المؤسسات الجزائرية تهتم باستيعاب التكنولوجيات الجديدة، سواء ما تعلق منها بأسواق الصنع أو بنوعية المنتجات، و تسييرها و علاقاتها بالمحيط الداخلي و العالم الخارجي، بل أصبحت تتقبل كل ما يساعد على زيادة مردوديتها وأرباحها، و كذا تقليص تكاليفها، كما هو حال الجمعيات العمومية الكبرى، مثل صيدال، سوناطراك.

المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة

تعتبر الدراسة الميدانية إسقاطا لما جاء في الجانب النظري للبحث، و لا يمكن القيام بهذه الدراسة دون بناء إطار منهجي لها يسمح بتحديد و تنظيم المعلومات التي يجب الحصول عليها، بهدف التأكد من صحة الفرضيات الموضوعية و استخلاص النتائج. و من هذا المنطلق سوف نتناول ضمن هذا المبحث طريقة إعداد الدراسة الميدانية، بحيث تم تقسيمه إلى ثلاث مطالب تطرقنا فيها إلى عرض منهج الدراسة و نموذج الدراسة، مجتمع الدراسة و عينته، أدوات الدراسة و مصادر الحصول على المعلومات، و كذا تحليل خصائص عينة الدراسة.

المطلب الأول - مناهج و نموذج الدراسة

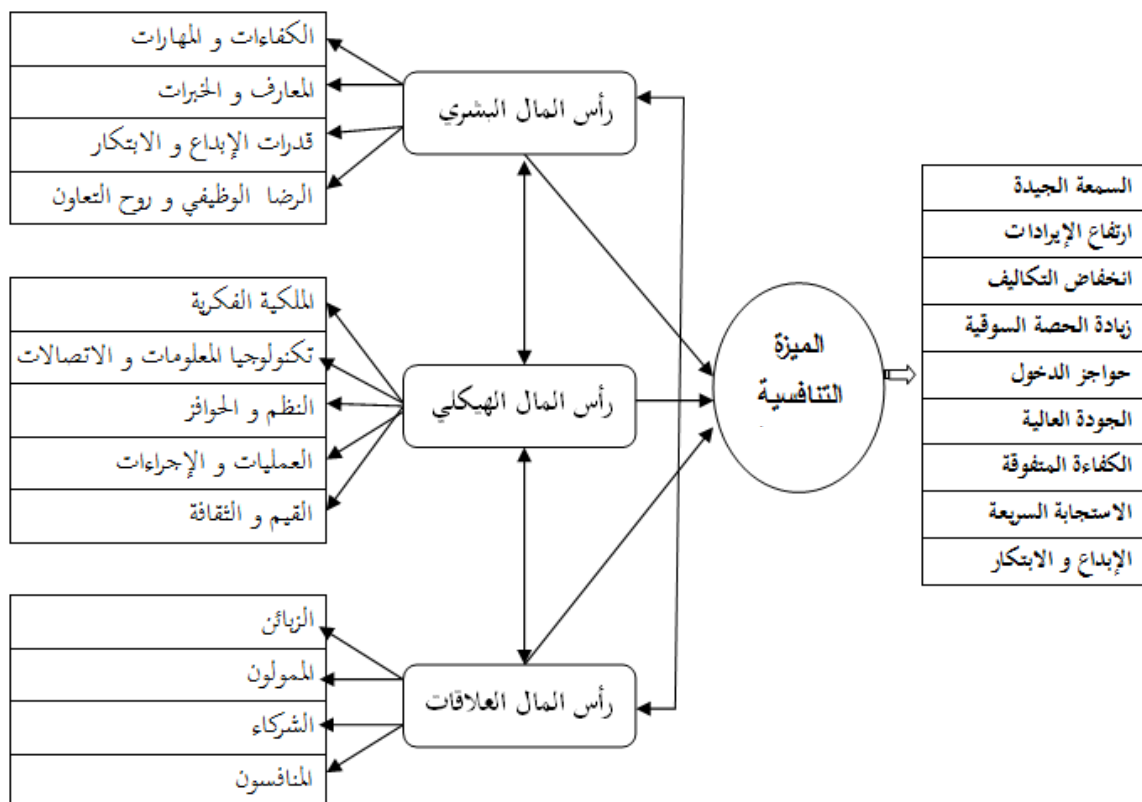
إن الحديث عن البحث العلمي لا يمر إلا من خلال قناة الحديث عن المنهج العلمي، حيث مهما كان موضوع البحث، فإن قيمة النتائج تتوقف على قيمة المناهج المستخدمة. و عليه فمن أجل استخلاص النتائج وتحقيق أهداف هذه الدراسة، و التي تسعى إلى اختبار العلاقة بين رأس المال الفكري و الميزة التنافسية بعينة من المؤسسات الصناعية الوطنية، تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي لمعالجة الجزء النظري من البحث، حيث يقوم هذا المنهج على أساس تحديد خصائص الظاهرة ووصف طبيعتها ونوعية العلاقة بين متغيراتها وأسبابها واتجاهاتها، من أجل التعرف على حقيقتها على أرض الواقع. و على هذا الصعيد، فقد اعتمدت الباحثة على جملة من البحوث النظرية و الميدانية المتعلقة بمجال البحث، من خلال المسح المكتبي.

و منهجية دراستنا الحالية لا تقتصر على المنهج الوصفي فقط، بل اعتمدنا بالإضافة لذلك على المنهج المسحي، من خلال إجراء مسح ميداني على عينة تتكون من (79) مؤسسة جزائرية ناشطة بالقطاع الصناعي والمنتشرة بالجزائر العاصمة و ضواحيها، و ذلك من خلال الاعتماد على أداة الاستبيان في جمع البيانات والمعلومات المتعلقة بالموضوع، و الذي يعتبر من ضمن أهم و أفضل أدوات جمع المعلومات. و لقد تم تصميم هذه الاستبانة بعد مراجعة لمختلف الأدبيات (الكتب، التقارير وغيرها من الوثائق) التي تناولت مختلف المفاهيم التي تطرقنا إليها في هذه الدراسة، مما ساعدنا على استنتاج مختلف التفاعلات و العلاقات المتعلقة بمتغيرات الدراسة.

و لقد سمحت لنا المعلومات التي تم الحصول عليها بفضل الاستبيان باختبار فرضيات البحث، باستخدام جملة من أساليب المعالجة الإحصائية، و ذلك بالاعتماد على برنامج (SPSS). كما أنّ مناقشة نتائج هذه الدراسة سمحت لنا بالإجابة على الأسئلة البحثية و المتعلقة بتحديد مستوى أهمية رأس المال الفكري بالمؤسسات قيد الدراسة، و كذا اختبار العلاقة بين رأس المال الفكري و الميزة التنافسية.

و بما أن الدراسة الحالية تهدف لاختبار تأثير رأس المال الفكري على الميزة التنافسية للمؤسسات المدروسة، فإن نموذج دراستنا يتكون من متغير مستقل (رأس المال الفكري)، و الذي يشتمل على ثلاث أبعاد هي: (رأس المال البشري، رأس المال الهيكلي، و رأس مال العلاقات)، و متغير تابع هو (الميزة التنافسية). و يوضح الشكل الموالي حوصلة العلاقات المختلفة بين متغيرات نموذج الدراسة.

الشكل رقم 26: النموذج المفاهيمي للدراسة



المصدر: من إعداد الباحثة

و تجدر الإشارة أن المتغيرات التي تم استخدامها في قياس أبعاد رأس المال الفكري، تم استخلاصها من الأدبيات السابقة التي تناولت هذا الموضوع و التي من بينها: (Stewart, 1997)، (Sveiby, 1997) (Bontis, 2001)، (Edvinsson & Malone, 1997)، حيث ساعدتنا هذه الدراسات في تحديد التقسيم الأكثر

تداولاً لعناصر رأس المال الفكري، و كذا تحديد المتغيرات المختلفة لكل عنصر، و بالتالي صياغة مؤشرات القياس التي تم اعتمادها.

و مع ذلك فإن هناك العديد من الملاحظات التي يمكن أخذها على المتغيرات المستخدمة لقياس رأس المال الفكري، حيث تم اختبار هذه المقاييس في سياق الاقتصاديات الأجنبية، و التي تختلف عن سياق دراستنا الحالية، و هي بيئة الأعمال الجزائرية، مما يزيد من محدوديتها و يصعب من تكيفها مع هذه الأخيرة. هذا فضلاً عن اختلاف و تباين وجهات نظر الكتاب و الباحثين حول تحديد تقسيم موحد لمكونات رأس المال الفكري، إضافة إلى اختلاف في تحديد المتغيرات المستخدمة في قياس كل مكون، فمثلاً فيما يتعلق برأس المال الهيكلي فإن (Bontis) يلغي الملكية الفكرية، و على مستوى رأس المال العلاقات يؤخذ فقط بعين الاعتبار علاقات الشراكة مع العملاء و يتجاهل علاقات الشراكة مع بقية الأطراف الخارجية. كما أن أنه ينظر لمحور رأس مال العلاقات على أنه يضم العلاقات الخارجية و الداخلية بالمؤسسة.

و بذلك فقد قامت الباحثة بتقسيم رأس المال الفكري حسب التصنيف الأكثر تداولاً، أي إلى:

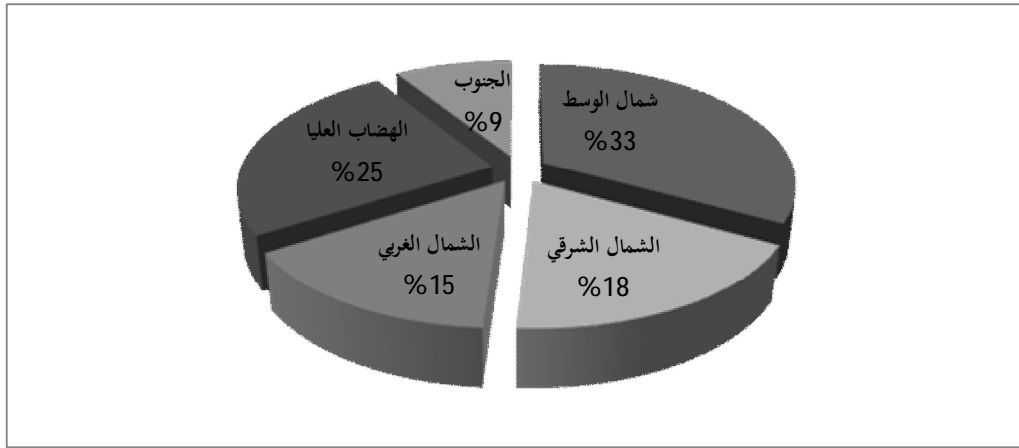
- رأس المال البشري: الذي يمثل المعرفة الضمنية للعاملين، كالكفاءات و المهارات، المعارف و الخبرات، قدرات الإبداع و الابتكار، الرضا الوظيفي و روح التعاون؛
- رأس المال الهيكلي: و الذي يمثل المعرفة الصريحة المخزنة في وسائل التخزين المختلفة و العلاقات الداخلية، كالملكية الفكرية، تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات، العمليات و الإجراءات، القيم و الثقافة، النظم و الحوافز.
- رأس مال العلاقات: الذي يضم العلاقات مع مختلف الأطراف الخارجية، الزبائن، الممولون، الشركاء و المنافسون. أما فيما يخص المؤشرات المعتمدة في قياس الميزة التنافسية، فقد تم استخلاصها بالاعتماد على المؤشرات الأكثر تداولاً في الأدبيات و التقارير العالمية، و التي من بينها: الربحية، التكلفة، الحصة السوقية، السمعة الجيدة، الكفاءة، الجودة، الاستجابة السريعة، الحواجز ضد دخول المنافسين، الإبداع و الابتكار.

المطلب الثاني - مجتمع و عينة الدراسة

يعتبر الاختيار الجيد لمجتمع و عينة الدراسة من العوامل الأساسية للوصول إلى نتائج ذات مصداقية و تحقيق أهداف الدراسة، لذا فقد حاولنا قدر الإمكان الالتزام بالمعايير أو الخطوات المتعارف عليها، للوصول إلى عينة مناسبة لدراستنا.

و بناء على النتائج النهائية للإحصاء الاقتصادي الأول (2011)، الذي أجراه الديوان الوطني للإحصائيات (ONS)، يبلغ عدد المؤسسات الاقتصادية المنتشرة عبر أنحاء الوطن حوالي 934250 مؤسسة. و لقد أظهر التقرير وجود اختلاف و تباين كبير في توزيع هذه المؤسسات، حيث أن عدد كبير جدا منها منتشر في الشمال و على وجه الخصوص المنطقة الشمالية الوسطى. و هذا ما يوضحه الشكل الموالي:

الشكل رقم 27: توزيع الوحدات الاقتصادية على المناطق الوطنية



Source : L'Office National des Statistiques ONS, Le premier recensement économique, statistique économique, série E N° 172, Alger, juillet 2012, p21.

يظهر توزيع الوحدات الاقتصادية حسب مناطق تواجدها ، أن المنطقة الشمالية الوسطى هي المنطقة الأكثر كثافة من حيث تمركز المؤسسات الاقتصادية، حيث تضم 309830 وحدة اقتصادية بنسبة قدرها (33%)، أي ما يقارب ثلث مجموع المؤسسات المنتشرة عبر أنحاء الوطن، في حين تضم ولاية الجزائر العاصمة وحدها حوالي 97019 وحدة اقتصادية، تنشط حوالي (56%) منها في قطاع التجارة و حوالي (34%) في قطاع الخدمات، فيما لا تمثل المؤسسات الصناعية سوى 8892 وحدة، أي ما يقارب (10%) فقط من إجمالي المؤسسات.

و بناء على ما سبق يتكون مجتمع دراستنا من مجموعة من المؤسسات الصناعية الجزائرية الخاصة و العامة، الناشطة بمنطقة الجزائر العاصمة وضواحيها، و يمكن تبرير هذا الاختيار لمجتمع الدراسة بالأسباب التالية:

- لقد تم اختيار المؤسسات الاقتصادية الناشطة في القطاع الصناعي، و التي تجمعها وظائف و خصائص مشتركة، و استبعاد المؤسسات الناشطة في القطاعات الأخرى، و منه ضمان تجانس مجتمع البحث.

- لقد تم اختيار القطاع الصناعي، باعتباره من القطاعات الحيوية في الاقتصاد الوطني، نظرا لدوره الفعال والحاسم في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية، و منه فقد أصبح من الضروري العمل الجاد و التطبيق الفعلي لمختلف الإجراءات و السياسات الكفيلة بالنهوض بهذا القطاع و تحسين قدراته التنافسية، خاصة في ظل الانفتاح الذي فرضته اتفاقيات الشراكة و مناطق التبادل الحر مع الاتحاد الأوروبي، و الانضمام المقبل إلى المنظمة العالمية للتجارة، حيث يعتبر القطاع الصناعي أكثر القطاعات الاقتصادية تأثرا بدخول هذه الاتفاقيات حيز التنفيذ، مما قد يجعل الصناعة الجزائرية في وضعية حرجة، و منه فإن التفكير في تنميتها و إنعاشها بات شيء حتمي.

و يرجع تركيزنا على المنطقة الشمالية الوسطى بالذات، إلى وجود اختلافات إقليمية قوية و واضحة في تركيز و توزيع الأنشطة الاقتصادية على المستوى الوطني، حيث تتمركز أغلب المؤسسات في المنطقة الشمالية الوسطى، و تعتبر منطقة الجزائر العاصمة و ضواحيها، الأكثر كثافة من حيث عدد المؤسسات في هذه المنطقة. كما أن اختيارنا للمنطقة الشمالية الوسطى كان نتيجة صعوبة الاتصال بالمؤسسات المتوزعة عبر كافة أنحاء الوطن، لبعد المسافة و محدودية الإمكانيات.

و نظرا لعدم إمكانية إجراء مسح شامل لكل المؤسسات الصناعية السابقة، فقد ركزنا في دراستنا على المناطق التالية: منطقة الدار البيضاء، الرويبة، الرغاية و الشارقة، و التي تضم حوالي 15722 مؤسسة، من بينها 1265 مؤسسة صناعية، أي ما يقارب 8% من إجمالي الوحدات الاقتصادية في المنطقة. و لقد قمنا باختيار مجموعة تتكون من 120 مؤسسة، تم اختيارها بطريقة عشوائية مع و جود بعض الاستثناءات، حيث تعمدنا استبعاد المؤسسات الصغيرة جدا و التي تضم من (0-9) عمال، لأن أغليبتها مؤسسات فردية حديثة النشأة، حيث أنشئ أغلبها في إطار دعم و تشغيل الشباب. و بناء على ذلك فقد تم توزيع 120 استبيان، في حين كان عدد الاستبيانات المسترجعة 79 فقط، أي ما نسبته 65.83% من العينة الإجمالية. و يبين الجدول الموالي عدد الاستبيانات التي تم توزيعها و استرجاعها، خلال مرحلة الدراسة الاستقصائية:

جدول رقم 06: الاستبيانات الموزعة و المسترجعة

عدد الاستبيانات المسترجعة			عدد الاستبيانات الموزعة		
المجموع	إلكترونيا	وجها لوجه	المجموع	إلكترونيا	وجها لوجه
79	4	75	120	45	75

من إعداد الباحثة

يتبن من خلال الجدول أنه قد تم استرجاع كل الاستبيانات الموزعة بشكل مباشر أي بنسبة 100%، أما بالنسبة للاستبيانات الموزعة الكترونياً، فقد كانت نسبة الاسترجاع ضعيفة جداً، بحيث لم تتجاوز 09%. و هذا يعود ربما إلى عدم انتشار ثقافة الاستبيان الإلكتروني بالمؤسسات الجزائرية أو إلى الحرص الكبير للاحتفاظ بسرية المعلومات.

المطلب الثالث - أداة الدراسة و مصادر الحصول على المعلومات

تمثل عملية جمع البيانات والحصول على المعلومات محور البحث العلمي وأساسه، لأنه بدون الحصول على البيانات والمعلومات، لا يمكن أن تتم إجراءات البحث العلمي وخطواته الأخرى؛ لذا فإن عملية جمع المعلومات لا بد لها من أدوات محددة تختلف باختلاف مناهج البحث التي اعتمدها الباحث. و فيما يلي عرض لأهم مصادر الحصول على البيانات و المعلومات المتعلقة بالدراسة.

أولاً-مصادر الحصول على المعلومات

تمثل مصادر المعلومات جميع الأوعية، أو الوسائل، أو القنوات، التي يمكن عن طريقها الحصول على المعلومات المتعلقة بالمواضيع المختلفة. و إن كانت هذه المصادر متعددة و متنوعة، إلا أن طبيعة الموضوع أو المشكلة محل البحث أو الدراسة هي التي تحدد حجم، نوعية، و طبيعة أدوات البحث، التي يجب أن يستخدمها الباحث في إنجاز و إتمام بحثه، و بهدف الحصول على المعلومات المتعلقة بالجانب النظري و التطبيقي لدراستنا، تم الاعتماد على المصادر التالية:

(أ) - المصادر الثانوية: لقد تم الاعتماد في جمع المعلومات المتعلقة بالجانب النظري: على الدراسات، والرسائل الجامعية، و الكتب العلمية، العربية و الأجنبية، المتخصصة بموضوع الدراسة، إضافة إلى الدوريات، المقالات، التقارير، الإحصائيات و الأبحاث التي تناولت موضوع بحثنا، كما قمنا بعملية البحث والمطالعة في المواقع المختلفة للانترنت.

(ب) - المصادر الأولية: و تمثل مصادر جمع البيانات المتعلقة بمعالجة الجوانب التحليلية للدراسة، بحيث اعتمدنا في دراستنا هذه على أداة الاستبيان، و الذي تم توزيعه على المؤسسات قيد الدراسة من أجل جمع البيانات لمعالجة الجوانب التحليلية للدراسة، و الذي قمنا بتصميمه، من خلال المسح الميداني للكتب و الدراسات المختلفة، للتعرف على آراء الكتاب و الباحثين في مجال موضوع الدراسة، و القيام باختيار المقاييس المناسبة

لمتغيرات البحث، و من ثم استكمال الجانب التطبيقي للدراسة. كما استعنا بعدد من التقارير الدولية و المحلية (تقارير البنك الدولي، تقرير التنافسية العالمي، تقرير نبي،...)، و ذلك من أجل استكمال تحليل النتائج و إثراء البحث.

ثانيا - تصميم و إدارة الاستبيان

يمثل الاستبيان أحد أهم أدوات البحث العلمي، و يتكون من مجموعة من الأسئلة المرتبة حول موضوع معين يتم تدوينها في استمارة، ترسل لأشخاص المعنيين عن طريق البريد أو يجري تسليمها باليد، تمهيدا للحصول على أجوبة للأسئلة الواردة فيها، بهدف التحليل الإحصائي للإجابات، و من ثم التوصل إلى الحقائق المتعلقة بالمواضيع المختلفة.

و لقد تضمن الاستبيان الذي قمنا بتصميمه بغرض التحقق من فرضيات الدراسة أربع أجزاء رئيسية:

1. معلومات عامة حول المؤسسة و الشخص المبحوث: وقد سمحت لنا هذه الفئة من الأسئلة بالحصول على معلومات عامة عن المؤسسة كقطاع، الحجم (عدد العمال، رقم الأعمال)، السوق (محلي، وطني، عالمي) وغيرها. إضافة إلى معلومات خاصة بالشخص، الذي أجاب عن أسئلة الاستبيان كالسن، الجنس و الخبرة المهنية.
2. رأس المال الفكري بالمؤسسات المستجوبة: حيث قمنا بتقسيم رأس المال الفكري إلى ثلاث مكونات أساسية (رأس المال البشري، الهيكلي و العلاقات)، ثم قمنا بعرض المتغيرات الخاصة بكل منها، بغرض الوصول إلى تحليل واقع رأس المال الفكري بهذه المؤسسات، و تحديد مدى التأثير من عدمه لكل بعد من هذه الأبعاد على الميزة التنافسية للمؤسسات المبحوثة. و لقد تضمن هذا الجزء ثلاث محاور أساسية:

- المحور الأول: أسئلة تتعلق برأس المال البشري، و يتكون من ثمان فقرات.
- المحور الثاني: أسئلة تتعلق برأس المال الهيكلي، و يتكون من إثنا عشر فقرة.
- المحور الثالث: أسئلة تتعلق برأس مال العلاقات، و يتكون من إحدى عشر فقرة.

3. العلاقة بين رأس المال الفكري و الميزة التنافسية بالمؤسسة: و لقد تضمن عرض لأهم المتغيرات المتعلقة بالميزة التنافسية للمؤسسة، من أجل التوصل إلى أوجه العلاقة الكامنة بين رأس المال الفكري والميزة التنافسية، و يتكون هذا الجزء من تسع فقرات.

4. رأس المال المالي بالمؤسسات المستجوبة: و الذي تضمن عرض لبعض متغيرات رأس المال المالي بالمؤسسات قيد الدراسة، لمعرفة حجم تأثيره على العلاقة بين رأس مالها الفكري و ميزتها التنافسية، ويتكون هذا الجزء من ست فقرات.

و لقد تضمن الاستبيان عدة أسئلة مغلقة، بحيث حددت إجاباتها مسبقا بعدد من الخيارات: موافق، غير موافق... الخ.، و يقوم الجيب باختيار الإجابة المناسبة من بين الخيارات الموضوعية المقترحة. و قد اعتمدنا على الاستبيان المغلق، باعتباره لا يتطلب وقتا وجهدا كبيرين، حيث يجعل من السهل تفرغ البيانات وتحليلها إحصائيا. و فيما تنوع أساليب القياس، فإن الدراسة الحالية اتبعت أسلوب القياس المستند على مقياس (Likert, 1961) الخماسي. و تكون المقياس من ستة و أربعين فقرة تتراوح الاستجابة فيها من (1-5) حسب درجة الموافقة، كما يلي: (لا اتفق بشدة / لا اتفق / محايد / اتفق / اتفق بشدة).

وقد خضع استبيان الدراسة إلى اختبار مسبق وذلك، من خلال الحصول على آراء ونصائح الأساتذة والباحثين، و التماس وجهات نظرهم في إجراء التعديلات اللازمة، لتحسين مضمون وشكل الاستبيان. كما قمنا بعرض الاستبيان على بعض مدرء ورؤساء المؤسسات، لمعرفة ما إذا كانت أسئلة الاستبيان واضحة و مفهومة. وقد سمحت هذه الخطوة بإحداث تغييرات طفيفة على الأسئلة، و في نهاية هذه المرحلة تمكنا من صياغة الاستبيان، بالشكل الذي يسمح لنا بالحصول على نتائج أفضل. أما فيما يخص طريقة توزيع الاستبيان، فقد اعتمدنا بشكل كبير على المقابلات الشخصية المباشرة، بسبب حداثة موضوع البحث و طول الاستبيان، و يعد هذا الأسلوب المثالي في عرض الاستبيان، و ذلك من أجل التأكد من وضوح الأسئلة و ضمان استكمال الإجابات.

كما حاولنا الاعتماد على البريد الإلكتروني من جهة أخرى، من خلال الاستفادة من خدمات Google¹ Doc، و الذي يسهل عملية تجميع الإجابات وإدراجها في قاعدة البيانات (EXCEL)، إلا أننا لم نتلقى

¹ Google Doc هي خدمة مجانية على الخط ل محرك البحث Google و التي من خلالها يمكن معالجة النصوص، الجداول الاستبيان و غيرها.

الإجابة على أغلب الاستبيانات التي أرسلت إلكترونياً، و لعل ذلك مرتبط بعدم انتشار ثقافة الاستبيان الإلكتروني في سياق بيئة الأعمال الجزائرية، و حرص المؤسسات على الاحتفاظ بسرية المعلومات المتعلقة بها.

المبحث الثالث: أساليب التحليل الإحصائي و خصائص العينة

نلجأ إلى التحليل الإحصائي في الدراسات الكمية لكي نتمكن من الوصول إلى أغوار العوامل الديناميكية والممكنة، والتي قد تلقى بعض الضوء على الجوانب التي قد تحتاج إلى فحص جديد. وثمة قاعدة عامة في هذا الصدد، وهي الحرص على دراسة وفحص البيانات في ضوء خصائصها وطبيعتها الأساسية قبل اختيار الطريقة الإحصائية في معالجة هذه البيانات، ويجب أن يضع الباحث في نصب عينه أن البيانات نفسها هي التي تحدد طريقة الإجراءات التي يجب أن تستخدم. لذا سوف نتطرق ضمن هذا المبحث لعرض مختلف الأساليب الإحصائية، التي تم استخدامها بغرض اختبار فرضيات الدراسة و استخلاص النتائج، إضافة إلى اختبار صدق وثبات أداة الدراسة.

المطلب الأول: أساليب المعالجة الإحصائية

تنوع و تعدد الأساليب و الاختبارات الإحصائية المستخدمة تبعاً للأهداف التي يسعى الباحث لتحقيقها، وبغرض تحليل معطياتنا إحصائياً و تحقيق الأهداف التي تسعى إليها هذه الدراسة، اعتمدنا على برنامج التحليل الإحصائي SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) إصدار 18.0، إضافة إلى التطبيق الجاهز لبرنامج Excel. كما تم اعتماد مستوى الدلالة (0,05)، الذي يقابله مستوى ثقة 95%. و للإجابة على أسئلة الدراسة و اختبار فرضياتها اعتمدنا على الأساليب الإحصائية التالية:

أولاً - معامل الثبات ألفا (Alpha Cronbach): للتأكد من درجة ثبات فقرات الاستبيان، و قياس درجة المصدقية في إجابات أفراد العينة على أسئلة الاستبيان، كما قمنا بحساب معاملات الارتباط (Corrélation)، للتعرف على مدى الاتساق الداخلي لفقرات الاستبيان.

ثانياً - التحليل الإحصائي الوصفي: تم الاعتماد على الأساليب الإحصائية، كالمتوسطات الحسابية، الانحرافات المعيارية، التكرارات و النسب المئوية، من أجل الإجابة على أسئلة الدراسة و معرفة الأهمية النسبية لكل فقرة؛

(أ) - **الوسط الحسابي (Arithmetic Mean)**: و يعد من أكثر المتوسطات تداولاً لسهولة استخدامه، لذا استخدم في وصف متغيرات الدراسة. و قد اعتمدنا مستوى الأثر الذي قمنا بحسابه انطلاقاً من بعض الدراسات السابقة، وفقاً للمعادلة التالية:

$$1.33 = 3/(1-5) = 3/(\text{العلامة الدنيا} - \text{العلامة القصوى})$$

و استناداً إلى ذلك فإن قيم المتوسطات الحسابية التي ستتوصل إليها الدراسة، سيتم التعامل معها لتفسير البيانات على النحو التالي:

- الدرجة منخفضة: من 1 إلى أقل من 2.33.

- الدرجة متوسطة: من 2.33 إلى 3.66.

- الدرجة مرتفعة: أكثر من 3.67.

وبناءً على ذلك فإذا كانت قيمة المتوسط الحسابي للفقرات أكبر من (3.67) فيكون مستوى التصورات مرتفعاً، وهذا يعني موافقة أفراد العينة على الفقرة، أما إذا كانت قيمة المتوسط الحسابي يتراوح ما بين (2.33 و 3.66) فإن مستوى التصورات متوسط، أما إذا كان المتوسط الحسابي أقل من (2.33) فيكون المستوى منخفض.

(ب) - **الانحراف المعياري (Standard Deviation)**: يعد من مقاييس التشتت المهمة، ويستخدم في تحديد مدى اقتراب إجابات أفراد العينة وتشتتها عن أوساطها الحسابية، إذ كلما قلت قيمته زادت درجة تركيز الإجابات حول الوسط الحسابي.

(ت) - **التكرارات و النسب المئوية**: استخدمت لوصف المشاهدات و إعطائها ترتيب حسب أهميتها من وجهة نظر عينة الدراسة.

ثالثاً - التحليل العاملي (Factor Analysis): هو عبارة عن أسلوب إحصائي لتفسير الارتباطات بين مختلف المتغيرات التي تدخل في التحليل، وصولاً إلى العوامل المشتركة التي تفسر العلاقة بين هذه المتغيرات. و يبدأ التحليل العاملي، بحساب الارتباط بين عدد من المتغيرات على شكل مصفوفة الارتباط، التي تبين العلاقة بين متغيرين فقط دون إبراز أهمية ذلك بالنسبة للمتغيرات الأخرى. لذا نقوم بعد ذلك بتحليل هذه المصفوفة تحليلاً عاملياً، لنصل إلى أقل عدد ممكن من المحاور أو العوامل التي تعبر عن أكبر قدر من التباين.

رابعاً - الانحدار الخطي المتعدد (Régression Multiple): يصف العلاقة والأثر بين كل من المتغيرات المستقلة و المتغير التابع، ويستخدم لإيجاد العلاقة السببية بين متغيرات الدراسة، و تحليل اتجاه العلاقة بين هذه المتغيرات ومحاولة تمثيلها على شكل معادلة خطية، و ذلك للتنبؤ بقيمة المتغير التابع من خلال المتغيرات المستقلة.

خامساً - معامل الارتباط: استخدمنا معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) لقياس العلاقة بين متغيرين، و من خلال الاختبار الإحصائي المرافق لقيمة معامل الارتباط، يمكن إقرار وجود علاقة ذات دلالة إحصائية أو لا.

سادساً - معامل التحديد: و هو مربع معامل الارتباط، ويستعمل لتوضيح التباين المشترك بين متغيرات الدراسة، من خلال تفسير التباين في المتغير المعتمد، والذي يحدد بالتباين في المتغير المستقل بغية تحديد العلاقة الخطية الموجودة بين المتغيرات.

سابعاً - اختبار T للعينة الواحدة، مع اختبار F باستخدام جدول تحليل التباين (ANOVA)؛

ثامناً - اختبار (K-S) Kolmogorov-Smirnov: يستخدم هذا الاختبار لمعرفة فيما إذا كانت عينة الدراسة موزعة توزيعاً طبيعياً أم لا، و يعتمد هذا الاختبار على درجة التوافق بين التوزيع التكراري لقيم العينة التي تسمى بالقيم الملاحظة (Observed) مع قيم التوزيع النظري لها، و إجراء مقارنة بينهما لإيجاد قيمة الاحتمال (P) لمعرفة فيما إذا كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية من عدمها بين القيم الملاحظة و قيم التوزيع النظري. ويعتبر هذا الاختبار مهم لتحديد فيما إذا كان ممكناً استخدام الاختبارات المعلمية أو اللامعلمية (Parametric or Nonparametric)، و لا بد من الإشارة إلى أنه لا توجد قيود لاستخدام الاختبارات اللامعلمية.

المطلب الثاني - اختبار صدق و ثبات أداة الدراسة

تعتبر مرحلة جمع البيانات من أصعب مراحل البحث العلمي، خاصة فيما يتعلق باختيار أو تصميم أداة جمع بيانات مناسبة لتحقيق أهداف الدراسة. و عادة ما يعتمد الباحث على عدة أسس عند اختياره أداة من بين الأدوات المتاحة له في عملية جمع البيانات، ومن أهم هذه الأسس هي مدى صدق و ثبات البيانات التي توفرها الأداة، ذلك لأن ضعف صدق أو ثبات الأداة يؤدي بالضرورة إلى ضعف صحة وسلامة نتائج الدراسة بأكملها.

و يقصد بالمصدقية قدرة المتغيرات المستخدمة في البحث على قياس المقصود من قياسه " (Campbell, Stanley & 1963)، في حين يعبر ثبات المقياس على: " قدرة الأداة على إعطاء نفس النتائج إذا تم تكرار القياس على نفس الشخص عدة مرات في نفس الظروف " (Carmines & Zeller, 1991)، أي إلى أي درجة يعطي المقياس قراءات متقاربة عند كل مرة يستخدم فيها.

و لقد اعتمدنا في التحقق من مصداقية و ثبات أداة الدراسة على بعض المعايير، من بينها:

أولاً - صدق المحكمين: و هم الأشخاص المختصين في مجال و موضوع الدراسة، و يملكون من المؤهلات والخبرة العلمية والعملية، ما يؤهلهم لتقييم الأسئلة الموضوعية في الاستبانة و التأكد من أنها تقيس فعلاً ما وضعت لقياسه، لذلك فقد تطلب التحقق من صدق أداة الدراسة الاستبانة بنخبة منتقاة من الأساتذة المتخصصين في علوم الإدارة و الإحصاء بالجامعات المختلفة، بقصد الاستفادة من آرائهم و مقترحاتهم، و إجراء ما يلزم من تعديلات لجعل الدراسة أكثر دقة و موضوعية.

ثانياً - الصدق الداخلي للفقرات: يقصد بالاتساق الداخلي للفقرات، مدى اتساق كل فقرة من فقرات الاستبيان مع المجال الذي تنتمي إليه. و لقد تم احتساب الاتساق الداخلي لفقرات الاستبيان على عينة الدراسة الاستطلاعية، و البالغ عددها ست و أربعون فقرة، و ذلك بحساب معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات الاستبيان و الدرجة الكلية للمحور التابعة له، و قد كانت النتائج كما يلي * :

- إن معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات محور "رأس المال البشري" و المعدل الكلي لفقراته، دالة عند مستوى معنوية (0.01 و 0.05)، و منه تعتبر فقرات محور "رأس المال البشري" صادقة لما وضعت لقياسه.

- إن معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات محور "رأس المال الهيكلية" و المعدل الكلي لفقراته، دالة عند مستوى معنوية (0.01 و 0.05)، و منه تعتبر فقرات محور "رأس المال الهيكلية" صادقة لما وضعت لقياسه.

(*) - أنظر الملحق رقم 06، و الذي يبين معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات الاستبيان و الدرجة الكلية للمحور التابعة له.

- إن معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات محور "رأس مال العلاقات" و المعدل الكلي لفقراته، دالة عند مستوى معنوية (0.01 و 0.05)، و منه تعتبر فقرات محور "رأس مال العلاقات" صادقة لما وضعت لقياسه.
- إن معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات محور "الميزة التنافسية" و المعدل الكلي لفقراتها، دالة عند مستوى معنوية (0.01 و 0.05)، و منه تعتبر فقرات محور "الميزة التنافسية" صادقة لما وضعت لقياسه.
- إن معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات محور "رأس المال المالي" و المعدل الكلي لفقراته، دالة عند مستوى معنوية (0.01 و 0.05)، و منه تعتبر فقرات محور "رأس المال المالي" صادقة لما وضعت لقياسه.

ثالثا - ثبات أداة الدراسة (Reliability)

تكمن أهمية قياس درجة ثبات أداة الدراسة في الحصول على نتائج صحيحة، فالأداة المتذبذبة لا يمكن الاعتماد عليها ولا الأخذ بنتائجها. وهناك عدد من الطرق الإحصائية لقياس الثبات و من أكثرها شيوعا، و التي يمكن من خلالها قياس الثبات هي طريقة ألفا كرونباخ (Alpha Crunbach)، و التي تعتمد على الاتساق الداخلي وتعطي فكرة عن اتساق الأسئلة مع بعضها البعض ومع كل الأسئلة بصفة عامة. و تتراوح قيمة معامل α بين 0 و 1، حيث من الناحية التطبيقية يكون ألفا معقولا أي مقبولا إحصائيا، إذا كانت قيمته أكبر أو تساوي 0.6، و منه تكون مصداقية الأداة جيدة. و عليه فقد قمنا باستخراج معامل الثبات (α) للتأكد من الاتساق الداخلي لفقرات الاستبيان، وقد بلغت قيمها كما يبينها الجدول الموالي:

جدول رقم 07: قيمة معامل الثبات لمتغيرات الدراسة

الجزء	المتغيرات	عدد الفقرات	معامل الثبات
المحور الثاني رأس المال الفكري	رأس المال البشري بالمؤسسة	8	0.815
	رأس المال الهيكلي بالمؤسسة	12	0.736
	رأس مال العلاقات بالمؤسسة	11	0.769
المحور الثالث	مستوى الميزة التنافسية	9	0.691

0.772	6	رأس المال المالي	المحور الرابع
0.756	46	مجموع الفقرات	

المصدر: من إعداد الباحثة في ضوء مخرجات SPSS

يظهر من الجدول أن معاملات الثبات لمحاو الاستبيان كانت أكبر من الحد الأدنى المقبول، حيث تراوحت بين 0.691 و 0.815، و قد بلغ معامل ألفا كرونباخ لجميع الفقرات 0.756. و تعتبر هذه النسب مرتفعة مما يعني توفر درجة عالية من المصدقية في الإجابات.

كما يبين الجدول الموالي نتائج تحليل التوزيع الطبيعي (Kolmogorov-Smirnov) لمعرفة فيما إذا كانت عينة الدراسة موزعة توزيعاً طبيعياً أم لا. و تبين النتائج أن قيمة مستوى الدلالة لكل قسم أكبر من ($sig. \geq 0.05$)، و هذا يدل على أن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي، لذا يجب استخدام الاختبارات المعلمية.

جدول رقم 08: اختبار التوزيع الطبيعي (K-S)

المحاور	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة الاختبار Z	مستوى المعنوية
رأس المال البشري بالمؤسسة	3.496	0.837	0.776	0.584
رأس المال الهيكلي بالمؤسسة	3.045	0.861	0.983	0.288

0.155	1.131	0.755	3.57	رأس المال العلاقات بالمؤسسة
0.170	1.111	0.856	3.207	مستوى الميزة التنافسية
0.383	0.907	0.694	2.918	رأس المال المالي
-	-	0.800	3.247	المعدل الكلي لفقرات الاستبيان

المصدر: من إعداد الباحثة في ضوء مخرجات SPSS

المطلب الثالث: خصائص و سمات عينة الدراسة

سنتطرق في هذا المبحث إلى عرض النتائج الأولية للدراسة الميدانية، و التي تتعلق بخصائص الأفراد المستجوبين و طبيعة المؤسسات قيد الدراسة، و ذلك حتى يتسنى لنا استكمال تحليل بيانات الدراسة الاستقصائية و التحقق من صحة الفرضيات.

أولاً - خصائص أفراد عينة الدراسة

يوضح الجدول الموالي النتائج التي توصلت إليها الدراسة حول الخصائص الديموغرافية لأفراد العينة، من حيث (العمر، الجنس، المؤهل العلمي و الخبرة العلمية).

الجدول رقم 09: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الخصائص الشخصية و الوظيفية

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية %
الجنس	ذكر	62	78.49%
	أنثى	17	21.51%
	المجموع	79	100%
العمر	أقل من 30 سنة	7	8.86%
	من 30 إلى 40 سنة	44	55.69%
	أكثر من 40 سنة	28	35.45%
	المجموع	79	100%
الخبرة العلمية	أقل من 5 سنوات	13	16.45%
	من 5 إلى 10 سنوات	39	49.37%
	أكثر من 10 سنوات	27	34.18%

المجموع	79	%100
---------	----	------

المصدر: من إعداد الباحثة

أ- **الجنس:** يتبين من الجدول أعلاه أن عدد المستجوبين من الذكور بلغ (62) أي ما نسبته 78.49%، في حين بلغ عدد الإناث المستجوبات (17)، أي ما يعادل 21.51% من النسبة الإجمالية لأفراد عينة الدراسة، وتعكس هذه النتائج سيطرة جنس الذكور على تولي المراكز القيادية بالمؤسسات الصناعية الجزائرية، رغم التحول الكبير الذي عرفه المجتمع الجزائري من حيث تفعيل دور المرأة للمساهمة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

ب- **العمر:** تشير نتائج تحليل أعمار الأشخاص المستجوبين لعينة الدراسة، أن نسبة الأفراد الذين تتراوح أعمارهم ما بين 30 و 40 سنة تمثل النسبة الأكبر بمعدل 55.69%، مما يفسر ميل هذه المؤسسات للاعتماد بشكل كبير على الكوادر الشابة في شغل الوظائف الإدارية في المستويات العليا والمتوسطة. تليها الفئة العمرية التي تتجاوز 40 سنة في المركز الثاني بنسبة 35.45%، ويبدو ذلك و بوضوح خاصة في المؤسسات العمومية، التي مازالت تعتمد بشكل كبير على هذه الفئة في شغل المناصب الإدارية العليا، باعتبار أقدميتها والخبرة العلمية التي تراكمت لديها مع مر السنين. و تأتي في الأخير الفئة الأقل من 30 سنة بنسبة ضئيلة قدرها 08.86%.

ج- **الخبرة المهنية:** تشير النتائج إلى أن غالبية أفراد عينة الدراسة هم ممن لديهم خبرة تتراوح بين 5 و 10 سنوات، بنسبة قدرها 49.37%، ثم تلتها الفئة التي تملك خبرة أكثر من 10 سنوات بنسبة 34.18%، في حين لا يمثل الأفراد الذين تقل خبرتهم في الوظيفة عن خمس سنوات سوى 16.45% من المجموع. وهذا يدل أن معظم أفراد العينة يمتلكون عنصر الخبرة والإلمام بالعارف والمهارات اللازمة، لأداء أعمالهم و متابعة إنجاز الأعمال المتعلقة بوظائفهم على أكمل وجه.

وتجدر الإشارة إلى أن أغلبية الأفراد المستجوبين يمتلكون مؤهلا علميا(شهادات الجامعية، دراسات عليا)، وذلك لحرصنا على استجواب مدراء ورؤساء الأقسام شخصيا (مدير الموارد البشرية، مدير المالية والمحاسبة...)، نظرا لخصوصية هذا الموضوع و ما يتطلبه من استفسارات و توضيحات.

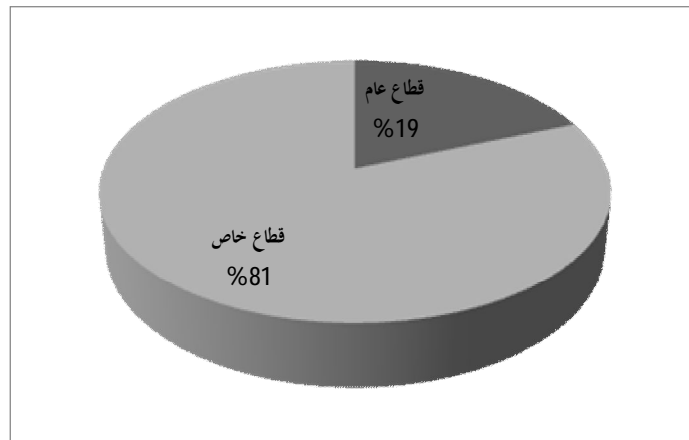
ثانيا - خصائص و طبيعة المؤسسات المدروسة

سوف نقوم فيما يلي باستعراض أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة، حول خصائص و طبيعة المؤسسات المدروسة، من حيث (نوع القطاع، الهيكل القانوني، الحجم، النشاط، و طبيعة الأسواق).

1- تصنيف المؤسسات حسب القطاع:

تبين نتائج الدراسة أن أغلب مؤسسات عينة الدراسة تنتمي إلى القطاع الخاص، حيث شملت دراستنا على 64 مؤسسة خاصة، أي ما يقارب 81% من عينة الدراسة، مقابل 15 من المؤسسات العمومية بنسبة تقارب 19%. و يعود ذلك إلى تنامي دور القطاع الخاص ضمن الجهاز الإنتاجي، بفضل الإصلاحات التي خاضتها الجزائر في إطار إعادة الهيكلة الصناعية، من خلال فتح المجال له للقيام بالاستثمارات في النشاطات الاقتصادية المختلفة تحت وقع تحرير التجارة و عولمة الاقتصاد، حيث أصبح القطاع الخاص يمثل ما يقارب 98% من مجموع المؤسسات الاقتصادية. و يوضح الشكل الموالي توزيع مؤسسات عينة الدراسة حسب القطاع:

الشكل رقم 28: توزيع المؤسسات حسب طبيعة القطاع



المصدر: من إعداد الباحثة

2- تصنيف المؤسسات حسب الحجم و الشكل القانوني:

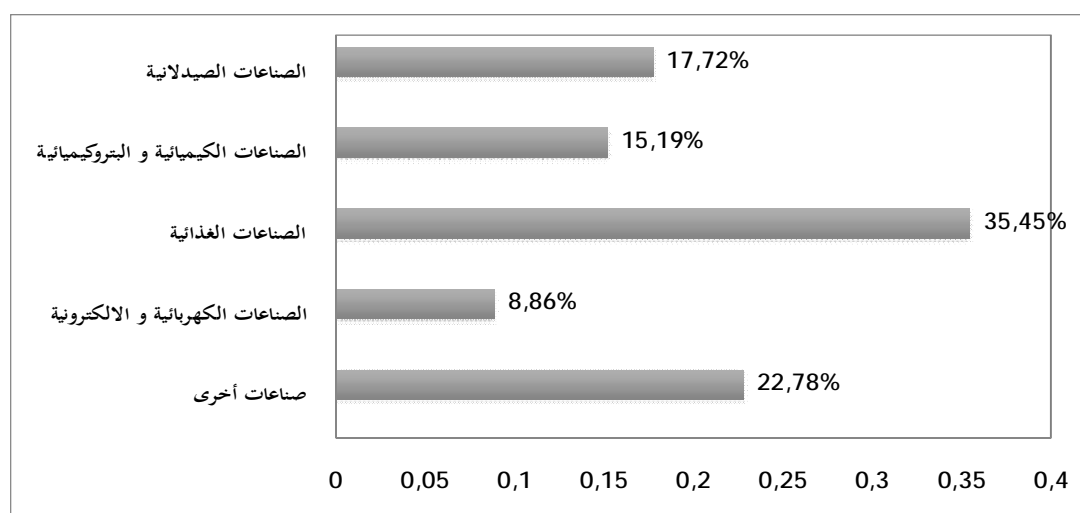
لقد قمنا بتصنيف المؤسسات قيد الدراسة حسب الحجم (حيث أخذنا عدد العمال و رقم الأعمال كمقياس)، و تشير نتائج الدراسة إلى أن 58.22% من المؤسسات المستقصاة لا يتجاوز رقم أعمالها السنوي 2 مليار دينار جزائري. كما أن 74.68% من عينة الدراسة تشغل أقل عن 250 عامل، لذلك فإن أغلبية هذه

المؤسسات تدخل ضمن إطار المؤسسات الصغيرة و المتوسطة . كما أن تصنيف هذه المؤسسات حسب شكلها القانوني يشير إلى أن المؤسسات ذات المسؤوليات المحدودة (SARL) تمثل النسبة الأكبر من عينة البحث بمعدل (53.16%) من العينة الإجمالية، تليها المؤسسات ذات الأسهم (SPA) بنسبة (36.71%) من عينة الدراسة، ولا تمثل المؤسسات الشخصية ذات المسؤولية المحدودة (EURL) سوى (10.13%) من العينة الإجمالية.

3- توزيع المؤسسات حسب النشاط و طبيعة الأسواق:

تتكون عينة دراستنا من المؤسسات الصناعية، و التي يتوزع نشاطها على قطاعات مختلفة، و يوضح الشكل الموالي توزيع المؤسسات الصناعية حسب قطاع النشاط.

الشكل رقم 28: توزيع المؤسسات حسب قطاع النشاط



المصدر: من إعداد الباحثة

يتبين من خلال النتائج أن مؤسسات قطاع الصناعة الغذائية تمثل النسبة الأكبر بـ: 35.45% من مجموع المؤسسات، تليها مؤسسات قطاع الصناعات الصيدلانية بنسبة 17.72%، ثم الصناعات الكيميائية والبتروكيميائية في المركز الثالث بنسبة 15.19%، و الصناعات الالكترونية و الكهربائية بنسبة 8.86%، في حين

شملت القطاعات الأخرى على صناعة الألبسة و المنسوجات، الصناعة الميكانيكية، صناعة الورق، و غيرها، بنسبة 22.78% من عينة الدراسة. كما تبين نتائج توزيع هذه المؤسسات حسب مستوى انتشارها في الأسواق، أن ما يقارب 52% منها تسوّق مبيعاتها على المستوى المحلي، في حين أن 36.70 منها، تسوق مبيعاتها على المستوى الوطني، و لا تمثل نسبة المؤسسات التي تسوق مبيعاتها على المستوى العالمي سوى ما يقارب 12% من العدد الإجمالي للمؤسسات، مما يعكس ضعف تنافسية هذه المؤسسات على المستوى العالمي.

خلاصة الفصل

لقد تطرقنا من خلال هذا الفصل إلى شرح و تحليل طريقة و إجراءات إعداد الدراسة الميدانية، و التي شملت مجموعة من المؤسسات الصناعية الجزائرية، لذلك فقد قمنا بتقديم نظرة شاملة عن تطور القطاع الصناعي بالجزائر، وأهم مميزاته و خصائصه، و كذا واقعه في ظل التحديات التي يفرضها النظام الاقتصادي الجديد القائم على المعرفة و الكفاءات في تحقيق النمو الاقتصادي.

و لقد قمنا بعد ذلك، بعرض نموذج و منهجية إعداد الدراسة، من خلال تحديد مجتمع و عينة الدراسة، والتي شملت تسع و سبعون مؤسسة ناشطة في القطاع الصناعي بالجزائر العاصمة و ضواحيها، و ذلك بالاعتماد على الاستبيان كأداة لجمع البيانات الأولية، و منه قمنا بشرح طريقة إعداد و إدارته و أساليب اختبار صدقه وثباته. كما قمنا بعرض مختلف أساليب المعالجة الإحصائية المستخدمة في اختبار فرضيات الدراسة، لتتطرق في الأخير إلى وصف و تحليل خصائص العينة المدروسة.

و بعد عرض أهم إجراءات إعداد الدراسة الميدانية سنتطرق ضمن الفصل الموالي إلى تفسير و تحليل نتائج الدراسة الميدانية، بهدف التعرف على واقع و مستوى أهمية رأس المال الفكري بالمؤسسات المدروسة، و كذا تحليل العلاقة و التفاعلات الكائنة بين مختلف مكوناته، و اختبار مدى تأثيره على الميزة التنافسية للمؤسسات.

الفصل الخامس:

تحليل و تفسير العلاقة بين رأس المال الفكري

والميزة التنافسية بالمؤسسات

تمهيد

بعد استعراض الإطار النظري للدراسة، و الذي تم التطرق فيه إلى أهم المفاهيم الأساسية المتعلقة بالاقتصاد المعرفي، و رأس المال الفكري و أهميته في خلق و استدامة الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية. و بعد أن تطرقنا في الفصل الرابع من الجزء التطبيقي إلى مسار القطاع الصناعي بالجزائر، واقعه و أهم التحديات التي تواجهه في ظل التطورات الراهنة، و عرض الطريقة و الإجراءات المتبعة لتحقيق أغراض الدراسة الميدانية، و أهم أساليب المعالجة الإحصائية المستخدمة، و كذا تحليل خصائص عينة الدراسة.

سنتناول من خلال الفصل الموالي اختبار الفرضيات و تحليل نتائج الدراسة الميدانية، وذلك من خلال ثلاث مباحث أساسية، حيث سنتناول في المبحث الأول واقع و مستوى أهمية رأس المال الفكري بالمؤسسات المدروسة، من خلال تحليل الفقرات المتعلقة بمحاورة الأساسية (رأس المال البشري، الهيكلي و العلاقات)، و ذلك بهدف التعرف على مدى توفرها على متطلباته أي مكوناته، ثم سنتطرق إلى تحليل العلاقة بين المكونات المختلفة لرأس المال الفكري، و اختبار مدى تأثيره على الميزة التنافسية للمؤسسات.

أما في المبحث الأخير فسوف نتطرق إلى تحليل محور رأس المال المالي، و اختبار تأثيره على العلاقة بين رأس المال الفكري و الميزة التنافسية للمؤسسات. كما قمنا بتصنيف مكونات رأس المال المالي، لنستكمل دراستنا في الأخير، بتحليل بعض العوامل المؤثرة على الاستثمار في رأس المال الفكري بالمؤسسات.

المبحث الأول: واقع و مستوى أهمية رأس المال الفكري بالمؤسسات

سوف نتطرق من خلال هذا المبحث إلى تحليل مكانة و مستوى أهمية رأس المال الفكري بالمؤسسات محل الدراسة، للتعرف على مدى توفرها على متطلباته أو مكوناته، و لهذا الغرض، فقد قامت الباحثة باستخراج المتوسط الحسابي العام و الانحراف المعياري للإجابات المتعلقة بفقرات المحاور الأساسية لرأس المال الفكري، والمتمثلة في رأس المال البشري، رأس المال الهيكلي و رأس مال العلاقات. و فيما يلي عرض لنتائج التحليل الإحصائي الوصفي للبيانات المتعلقة بقيمة المتوسطات الحسابية، و الانحرافات المعيارية، و درجة الموافقة لمتغيرات الدراسة، المتعلقة بكل مكون من هذه المكونات، بحيث أخذنا بعين الاعتبار تدرج المقياس المستخدم في الدراسة كما يلي: لا أوافق بشدة (1)، لا أوافق (2)، محايد (3)، أوافق (4) و أوافق بشدة (5).

المطلب الأول: تحليل فقرات رأس المال البشري بالمؤسسات

يمثل رأس المال البشري المعارف والمهارات والقدرات التي تجعل العنصر البشري قادراً على أداء واجباته ومسؤولياته الوظيفية بكل فاعلية، لذا أصبحت تنمية رأس المال البشري، من خلال اجتذاب الكفاءات المهنية والاستفادة القصوى منها، والحفاظ عليها وتطويرها، محور اهتمام المؤسسات المعاصرة. و بهدف التعرف على مستوى أهمية رأس المال البشري بالمؤسسات المدروسة، يبين الجدول الموالي آراء أفراد العينة بالنسبة للفقرات المتعلقة برأس المال البشري، حيث تشير نتائج التحليل الإحصائي إلى أن المتوسط الحسابي لتصورات الباحثين حول أهمية رأس المال البشري، قد تراوحت ما بين (2.94 و 4.15)، أي أن مستوى آرائهم تتباين من متوسط إلى مرتفع.

الجدول رقم 10: نتائج التحليل الإحصائي لل فقرات المتعلقة برأس المال البشري

الترتيب حسب الأهمية	درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرة	الرقم
2	مرتفعة	0.925	3.87	يملك موظفو المؤسسة المعارف اللازمة لأداء مهامهم بأفضل وجه.	1
7	متوسطة	0.982	3.09	تمتلك المؤسسة مهارات و كفاءات متميزة.	2
1	مرتفعة	0.786	4.15	يملك أغلبية الموظفون بالمؤسسة المؤهلات اللازمة من شهادات أكاديمية و مهنية.	3
3	مرتفعة	0.757	3.70	تمتلك المؤسسة عدد كاف من الموظفين ذوي الخبرة في مجال العمل.	4
8	متوسطة	1.049	2.94	يتميز موظفو المؤسسة بقدرتهم على الإبداع و الابتكار.	5
6	متوسطة	0.856	3.13	يشعر العاملون في المؤسسة بالرضا الوظيفي.	6
4	مرتفعة	0.710	3.67	نحن راضون على أداء الموظفين بالمؤسسة.	7
5	متوسطة	0.633	3.42	يتمتع موظفونا بروح تعاونية.	8
-	-	0.837	3.496	المعدل العام لل فقرات	

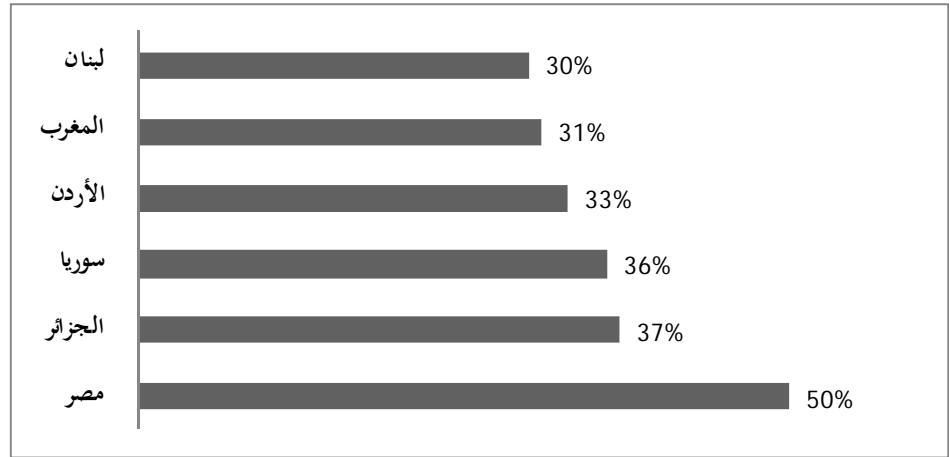
المصدر: من إعداد الباحثة في ضوء مخرجات SPSS

يتبين من الجدول أن الفقرة الثالثة: "يملك أغلبية الموظفون بالمؤسسة المؤهلات اللازمة من شهادات أكاديمية ومهنية"، و الفقرة الأولى "يملك موظفو المؤسسة المعارف اللازمة لأداء مهامهم بأفضل وجه"، قد احتلت المراتب الأولى والثانية، بمتوسط حسابي بلغ (4.15) و (3.87) على التوالي، و يرجع ذلك إلى التوجه المتزايد نحو منح الأولوية في شغل الوظائف المختلفة، للأشخاص المتعلمين و المؤهلين و المتخصصين في مجال العمل، لضمان أداء الأنشطة المختلفة على أكمل وجه.

كما عرفت الفقرة الرابعة "تمتلك المؤسسة عدد كاف من الموظفين ذوي الخبرة في مجال العمل" و الفقرة السابعة "نحن راضون على أداء الموظفين بالمؤسسة" أهمية مرتفعة ضمن إجابات الأشخاص المستجوبين، بمتوسط حسابي بلغ (3.70) و (3.67) على التوالي، مما يؤكد حرص تولي المناصب القيادية بالمؤسسات من قبل الموظفين ذوي الخبرة، لما لهم من تجربة كبيرة في مجال العمل، تأهلهم لمواجهة المشاكل المختلفة و اتخاذ القرارات المناسبة، بالإضافة لدورهم في نقل خبرة العمل من خلال تعليم الموظفين الجدد، و من ثم تحسين أداء المهام المختلفة بالمؤسسات.

في حين شغلت الفقرة الخاصة بتوفر المؤسسات على الكفاءات و المهارات المتميزة، أهمية متوسطة ضمن أجوبة المبحوثين بمتوسط حسابي قدر بـ (3.09)، حيث صرحت معظم المؤسسات الكبيرة على توفرها على كفاءات متميزة، و لعل ذلك راجع لتوفرها على الموارد المالية التي تجعلها قادرة على استقطابها، على عكس بقية المؤسسات، لاسيما الصغيرة منها، و التي تفتقر العديد منها لمثل هذه الكفاءات. و ضمن هذا السياق كشف تقرير بعنوان " خمسينية من الاستقلال - التعليم ورؤية للجزائر في 2020 -¹ عن ضعف موائمة النظام التعليمي بالجزائر مع متطلبات سوق العمل، حيث أثبتت نتائج مسح أجراه البنك الدولي للمؤسسات عبر العالم، أن معدل المؤسسات التي تعرف نقصا في الكفاءات بالجزائر هو الأكبر (37%) من بين مجموعة كبيرة من الدول النامية.

الشكل رقم 30: نسبة المؤسسات التي تعاني من نقص الكفاءات



Source : www.entreprisesurveys.org.

هذا، وقد عرفت الفقرات المتعلقة بالروح التعاونية، الرضا الوظيفي، هي الأخرى، أهمية متوسطة ضمن أجوبة المبحوثين، حيث تراوحت متوسطاتها الحسابية على التوالي (3.42 و 3.13)، مما يدل على أن عدد كبير من هذه المؤسسات لا تزال تؤدي أعمالها بالطريقة التقليدية الروتينية، التي تفتقر إلى العمل الجماعي، ضعف نظم الحوافز، وغياب الدعم للمبادرات الفردية و الجماعية، و التي تعتبر من أهم العوامل المساعدة على تنمية العنصر البشري وتعظيم الاستفادة منه. و في هذا الصدد أظهرت نتائج الدراسة التي قام بها (Mazlan, 2005)، عند تقييم رأس المال البشري لشركة تيليكوم ماليزيا، أنها تحصل على أفضل الأداء عندما ينجح موظفوها الأعمال بشكل جماعي

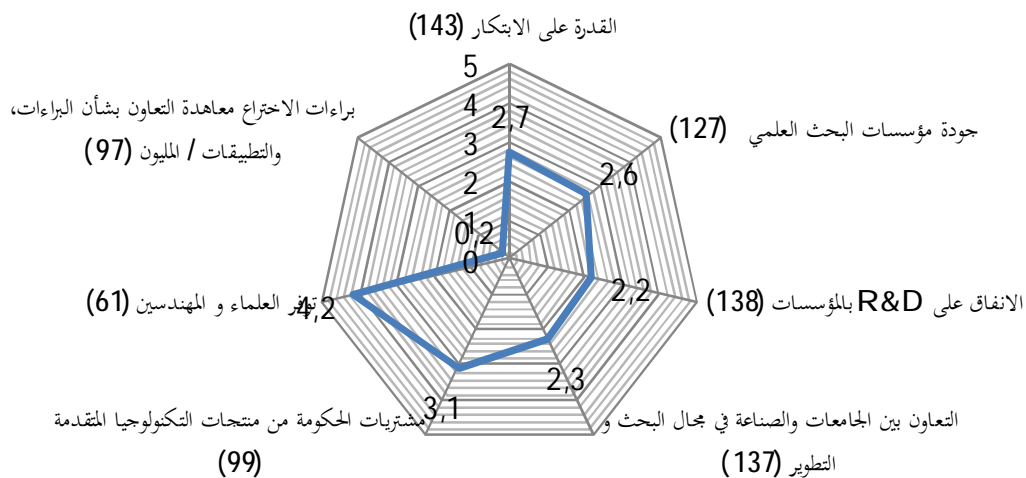
¹ Rapport NABNI, Op-cit, p 133, à partir de www.entreprisesurveys.org.

ويروح تعاونية تسودها الثقة المتبادلة. كما حاولت العديد من الدراسات الأجنبية سابقا (Elton Mayo,1924)، (Herzberg,1959)، (Mcgregor,1940)، (Masloue,1954)، (Aldelfer, 1972)، تفسير الرضا الوظيفي وعلاقته بسلوكيات الأفراد، إضافة إلى العديد من الدراسات العربية و المحلية، التي اهتمت مؤخرا بأهمية الحوافز والرضا الوظيفي و تأثيرها على أداء العاملين بالمؤسسات (الشهري، 2009) ، (ميلاط، 2006)، (بلخيري، 2012). وهذا ما يستوجب من هذه المؤسسات أن تجعل تحسين المحيط الداخلي للعمل و العلاقات التنظيمية ضمن أولوياتها و اهتماماتها الأساسية.

أما الفقرة المتعلقة بقدرة الموظفين على الإبداع و الابتكار، فقد جاءت في المرتبة الأخيرة بأهمية متوسطة نسبيا، حيث بلغ متوسطها الحسابي (2.94)، و لعل ذلك مرتبط بضعف العوامل المحفزة على خلق و تنمية القدرات الابتكارية بالمؤسسات. و يتجلى في هذا السياق الدور الذي يجب أن تلعبه إدارات الموارد البشرية، و التي تعد بمثابة الشريك الاستراتيجي للقيادة العليا، في وضع السياسات و الخطط و تحفيز الموظفين و تأهيلهم و تنمية مهاراتهم، من أجل دعم الابتكار و تكريس الفكر الإبداعي لديهم. و باعتبار الموظف أساس الإبداع و الابتكار و صانع النجاح في المؤسسات، و ذلك مهما كان مستواه و تربيته في السلم الوظيفي، لذا لا بد من الاستثمار فيه و الحفاظ عليه.

و بالحديث عن الإبداع و الابتكار، فقد صنفت الجزائر، حسب تقرير التنافسية العالمي لسنة 2014، في المرتبة 128 وفقا لمؤشر الابتكار من بين 144 بلدا شملها المسح، بعد أن احتلت المرتبة 141 سنة 2012، حيث يوضح الشكل الموالي مؤشرات الابتكار بالجزائر حسب تقرير المنتدى العالمي للتنافسية لسنة 2014 .

الشكل رقم 31: مؤشرات الابتكار بالجزائر حسب المنتدى العالمي للتنافسية



Source : Global Competitiveness Report 2014-15.pdf, p 107.

و تبين هذه النتائج الضعف الذي تسجله الجزائر في مختلف مؤشرات الابتكار، بدليل تمركزها في المراتب الأخيرة، حيث احتلت المرتبة 138 فيما يخص الإنفاق على البحث و التطوير، و المرتبة 137 في مجال التعاون بين الجامعات و الصناعة في البحث و التطوير، و المرتبة 127 بالنسبة لجودة مؤسسات البحث العلمي، و كذا المرتبة 143 فيما يخص القدرة على الابتكار، و ذلك بالرغم من الوفرة النسبية للعلماء و المهندسين (المرتبة 61) عالميا.

و بالعودة إلى النتائج الواردة في الجدول السابق، يتبين أن المتوسط الحسابي الكلي لفقرات رأس المال البشري كان متوسطا، بمعدل قدره (3.496) و انحراف معياري بلغ (0.837)، و هذا يعتبر مؤشرا هاما على أن المؤسسات محل الدراسة تتوفر على رصيد بشري لا بأس به، من حيث وفرة العمالة المؤهلة و المتعلمة و ذات الخبرة، إلا أن هذه النتائج تعكس من جهة أخرى، ضعف الاهتمام الذي توليه هذه المؤسسات لموظفيها، و الذي يعتبر العامل الأساسي و السر الجوهرى وراء رفع و تحسين أداءهم، مما يتطلب ضرورة منحهم المزيد من الاهتمام، خاصة فيما يتعلق بالرضا الوظيفي، و تشجيع فرق العمل و روح الإبداع و الابتكار، بما يضمن تحقيق أهدافها الإستراتيجية و الحفاظ على ميزتها التنافسية.

و من هنا يمكننا التأكيد على أن السر لا يكمن في امتلاك الكفاءات و المهارات و المعارف، و إنما يكمن وبالدرجة الأولى في كيفية التعامل مع هذا الرصيد البشري و قيادته نحو تحقيق التقدم و التميز، و لعل هذا ما تفتقر إليه منظومتنا الاقتصادية و السياسية، بدليل هجرة الكثير من الأدمغة إلى البلدان التي تقدر الثروة النادرة التي تمتلكها. و من هذا المنطلق، أصبحت إدارة الموارد البشرية في المؤسسات من ركائز تقدمها و تطورها، لأنّ رأس المال البشري أي الإنسان هو «العنصر المفكر والرئيسي في الإنتاج والخدمات والوسيلة والغاية من عمليات الإنتاج» (*).

المطلب الثاني: تحليل فقرات رأس المال الهيكلي بالمؤسسات

يعبر رأس المال الهيكلي عن قدرة المنظمة على نقل، نشر وتوظيف المعرفة والمهارة والخبرة المتوفرة عند العاملين في المنظمة لترجمتها إلى واقع فعلي، أي دمجها في عملية الإنتاج، وهذا النقل أو التوظيف والنشر يتم من خلال وجود هيكل تنظيمي ملائم وواضح الصلاحيات والمسؤوليات ولديه الكفاءة في تطبيق المعرفة والمهارة والخبرة في المنظمة.

(*)- وفق توصيف رئيس الاتحاد الدولي للمصرفيين العرب رئيس اللجنة التنفيذية لاتحاد المصارف العربية جوزف طرييه، في منتدى «التوجهات العصرية في إدارة المواهب والتدريب»، إدارة الموارد البشرية ركن أساس في تطور المؤسسات، www.alhayat.com

و للتعرف على مستوى أهمية رأس المال الهيكلي بالمؤسسات، يعرض الجدول الموالي آراء أفراد العينة بالنسبة للفقرات المتعلقة برأس المال الهيكلي.

الجدول رقم 11: نتائج التحليل الإحصائي للفقرات المتعلقة برأس المال الهيكلي

الترتيب حسب الأهمية	درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الرقم	الفقرة
2	مرتفعة	0.843	3.71	1	تعد حماية العلامة التجارية من بين الاهتمامات الأساسية للمؤسسة.
1	مرتفعة	0.849	3.78	2	تستخدم المؤسسة قواعد بيانات متكاملة، تسهل عملية تنظيم، تخزين و استعادة المعلومات.
5	متوسطة	0.894	3.37	3	لدينا نظم معلومات متطورة تزيد من فعالية أداء المهام المختلفة.
6	متوسطة	0.983	3.08	4	تحرص المؤسسة على التطوير المستمر لعملياتها الإدارية.
4	متوسطة	0.797	3.44	5	تواظب المؤسسة على تقييم نوعية منتجاتها و خدماتها.
9	متوسطة	0.720	2.71	6	تشجع المؤسسة أساليب العمل الجماعي و تكريس روح الفريق، من خلال تشارك و تبادل معارفهم وخبراتهم.
3	متوسطة	0.885	3.48	7	يساعد الهيكل التنظيمي بالمؤسسة على تدفق و سريان المعلومات إلى كافة المستويات الإدارية.
7	متوسطة	0.884	3.04	8	يتميز الهيكل التنظيمي للمؤسسة بالمرونة مما يساعدها على التأقلم مع المتغيرات البيئية.
11	منخفضة	0.962	2.32	9	تضمن سياسات و إجراءات العمل بالمؤسسة الأخذ بعين الاعتبار أفكار و مقترحات الموظفين في معالجة مشكلات العمل.
8	متوسطة	0.883	2.91	10	تهتم المؤسسة بتكوين الموظفين لتطوير مهاراتهم و رفع كفاءاتهم.
12	منخفضة	0.928	2.29	11	تقدم المؤسسة حوافز معنوية و مكافآت تحفيزية مادية للعاملين، من أجل تشجيعهم على الإبداع و الابتكار.
10	متوسطة	0.707	2.41	12	نشعر بالرضا فيما يخص نتائج الابتكار المحققة.
-	-	0.861	3.045		المعدل العام للفقرات

المصدر: من إعداد الباحثة في ضوء مخرجات SPSS

يتبين من خلال هذه النتائج أن الفقرة الأولى "تعد حماية العلامة التجارية من الاهتمامات الأساسية للمؤسسة"، قد عرفت أهمية مرتفعة بالمؤسسات قيد الدراسة، بمتوسط حسابي قدره (3.71) و انحراف معياري بلغ

(0.843)، حيث أكدت غالبية المؤسسات بأن الحرص على حماية علامتها التجارية من الغش و التقليد، يعد من بين اهتماماتها الأساسية، ذلك لأن العلامة التجارية تعبر عن هوية المنتج، حيث تمكن المستهلك من معرفة مصدر المنتج، و من ثم فهي تعكس صورة المؤسسة لدى زبائنها.

و تبين النتائج المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات و الاتصالات بالمؤسسات، أن هناك تحسنا ملحوظا من حيث استخدام هذه التقنيات، حيث سجلت الفقرة المتعلقة باستخدام قواعد البيانات بالمؤسسات، أهمية مرتفعة بمتوسط حسابي بلغ (3.78) و انحراف معياري (0.849)، و هذا يعود إلى اعتماد أغليبتها على استخدام قواعد البيانات في تسهيل عملية تنظيم، تخزين و استرجاع المعلومات المتعلقة بالعمل. كما عرفت الفقرة المتعلقة بحدثة و تطور نظم المعلومات المستخدمة أهمية متوسطة، بمتوسط بلغ (3.37)، يعكس نوعا من التحسن في مجال التوجه نحو الاعتماد على التقنيات الحديثة في أنشطة المؤسسات.

و رغم جهود الجزائر مؤخرا لوضع الأرضية اللازمة لدعم و تحسين أداء المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، من خلال إدماج التكنولوجيا الحديثة، وذلك في إطار البرنامج الطموح "الجزائر الكترونية" 2009-2014، و الذي يرمي إلى تعزيز تنافسية المؤسسات باستعمال المعرفة الرقمية، إلا أنه لا تزال العديد من المؤسسات، و بالأخص الصغيرة و حتى المتوسطة منها، تفتقر لنظم معلومات فعالة و متطورة، قادرة على مواكبة التطورات المتسارعة في تكنولوجيا الحواسيب، التي تؤدي إلى التقادم السريع لنظم المعلومات، و يكلف المنظمة أعباء مالية إضافية في حالة تغييرها، و هذا مما يؤدي إلى استخدام نظم معلومات أقل حداثة ولفترات طويلة نسبيا.

كما أنه، و بالرغم من التوجه الحالي نحو استيعاب التكنولوجيا الحديثة على مستوى المؤسسات الوطنية، إلا أن فعالية استخدامها لم تتبلور بعد، ففي الحين الذي صرحت العديد من هذه المؤسسات استخدامها للتطبيقات المختلفة لتكنولوجيا المعلومات و الاتصالات، كأجهزة الحاسوب و المعدات المكتبية، شبكة الانترنت، البرمجيات، الهواتف الثابتة و النقالة، الفاكس، البريد الإلكتروني، الموقع الإلكتروني، في الأنشطة المكتبية الروتينية، كمعالجة النصوص و جداول البيانات و الرسومات، الاتصال و التواصل، إعداد المرتبات..، إلا أن هناك ضعف كبير في دمج تكنولوجيا المعلومات من منظور الاستخدام و مدى تحقيق الفعالية المنتظرة (تحسين النوعية، تنويع المنتجات، تحسين خدمة المستهلك)، أي عدم استغلال هذه الأخيرة في تحسين الأداء و تفعيل المنافسة.

و فيما يتعلق بالهيكل التنظيمي بالمؤسسات، فإن النتائج تشير أن العينة تميل بشكل متوسط إلى أن الهيكل التنظيمي يساعد في انتقال المعرفة بين مختلف المستويات الإدارية، حيث بلغ المتوسط الحسابي (3.48). كما تظهر النتائج أن العينة تميل بشكل ضئيل إلى مرونة الهيكل التنظيمي و قدرته على التأقلم مع التطورات المتلاحقة، خاصة و أن العديد من هذه المؤسسات تعاني من ضعف الثقافة المقاولاتية و محدودية إمكانياتها، في العصر الذي أصبحت فيه محددات الأداء والتفوق تقاس بمدى التحكم في الوقت، أي بمدى السرعة في مواكبة التطورات المختلفة و التغييرات المتسارعة في أذواق المستهلكين.

أما فيما يخص الفقرة المتعلقة بالمواظبة على تقييم نوعية المنتجات، فلقد عرفت أهمية لا بأس بها بالمؤسسات المستجوبة، بمتوسط حسابي بلغ (3.44)، حيث أكدت المؤسسات أنها تحترم معايير السلامة و النوعية، لأنها مجبرة على الخضوع للمقاييس الموضوعية من طرف الدولة، و بالتالي لا تستطيع تسويق منتجات رديئة أو مضرّة بصحة المستهلك، إلا أن نجاح نظام إدارة الجودة بهذه المؤسسات، يبقى مرهونا بمدى التزام هذه الأخيرة بضمان تطبيقه وتحسين فعاليته باستمرار، من خلال إنشاء خلية داخلية لمتابعة الجودة، من أجل ضمان دقة المواصفات، و حسن التصميم للمنتج، مع الفحص الدوري لتحديد المطابقة و اتخاذ التصحيحات الفورية، إذا لزم ذلك، بالاستعانة بالتغذية الرجعية للمعلومات.

و على الرغم من جهود الدولة الرامية إلى تشجيع المؤسسات إلى تبني الجودة أسلوبا للإدارة، في إطار برنامج دعم المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، و تزايد عدد المؤسسات الجزائرية، من مختلف أحجامها، الساعية للحصول على مختلف معايير الايزو (9000 للجودة، 14000 للبيئة، 26000 للمسؤولية الاجتماعية..)، إلا أن عدد المؤسسات الجزائرية الحائزة على شهادة للمواصفات الدولية بمختلف أنواعها يظل ضئيلا مقارنة بالعدد الكلي للمؤسسات الجزائرية و بالدول المجاورة أيضا.

كما تعكس النتائج ضرورة بذل المزيد من الجهود فيما يخص تشجيع التعاون و العمل الجماعي، حيث تبين النتائج أن المتوسط الحسابي لهذه الفقرة قد بلغ (2.71) فقط، فقد أوضح المستجوبون أن العمل يتم عادة بالشكل الفردي، الذي يركز فيه كل موظف على أداء المهام المناطة بها، باستثناء الاجتماعات المتعلقة بمعالجة مشاكل العمل، أما فيما يتعلق بالحوار و تبادل المعلومات و الخبرات بين العمال فهو يتم غالبا بشكل عفوي، دون سياسة واضحة لتشجيع هذا النوع من حلقات النقاش.

هذا، و من جهة أخرى، يتضح أن هناك نقص في البرامج المخصصة لتكوين الموظفين، من أجل تطوير مهاراتهم و رفع كفاءتهم، حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي (2.91) فقط، و إن كانت هذه القيمة متوسطة إلا أنها ضعيفة مقارنة بأهمية التدريب المستمر للعمال في زيادة كفاءتهم الإنتاجية. و لقد لاحظنا أن المؤسسات التي تهتم بتعليم و تدريب عمالها هي مؤسسات كبيرة، كما هو الحال بالنسبة لمؤسسة صيدال، مؤسسة سوناطراك، مجمع كوندور، سفيتال... ، في حين تقل هذه البرامج في المؤسسات المتوسطة و الصغيرة.

و فيما يخص اهتمام الإدارة بأفكار و مقترحات الموظفين في اتخاذ القرارات و حل مشكلات العمل، فقد عرفت أهمية متدنية ضمن أجوبة المبحوثين (2.32)، مما يدل على ميل الإدارة إلى القيام بالأعمال بالطريقة المعتادة الروتينية، و اعتبار العامل مجرد وسيلة لتنفيذ أفكار الإدارة و ليس شريكا لها، و لعل هذا من أكثر التصرفات التي تقتل الإبداع بالمؤسسات الوطنية، أي تجاهل المعارف الكامنة في عقول الموظفين، و حصر عملية اتخاذ القرارات بالمستويات الإدارية العليا. كما احتلت الفقرة الخاصة "بتقديم حوافز معنوية و مكافآت مادية للعاملين من أجل تشجيعهم على الإبداع و الابتكار"، أهمية منخفضة بمتوسط حسابي (2.29)، مما يعكس ضعف نظم الحوافز بهذه المؤسسات، وهذا قد يكون سببا كافيا لتراجع روح المبادرة و الرغبة في الإبداع والابتكار.

و بالإضافة فقد عرفت الفقرة الخاصة بالرضا على نتائج الابتكارات المحققة أهمية متدنية نسبيا ضمن أجوبة الأشخاص المستجوبين، بمتوسط حسابي (2.41) فقط، مما يعكس النقص الكبير في عدد الابتكارات المحققة، خاصة فيما يتعلق بابتكار منتجات جديدة، و تعكس هذه النتائج غياب عنصر الابتكار ضمن خارطة أهداف الصناعات الصغيرة والمتوسطة بالأخص، ما دامت برامج البحث تركز على القطاعات الكبرى ذات العلاقة بالاقتصاد الكلي، و لعل هذا ما يفسر ضعف المكون التكنولوجي في نشاط الصناعات الجزائرية. كما أن طبيعة البحث العلمي تستدعي توليفة من القدرات الوطنية المدعمة بسياسات علمية و تقنية و تحفيزية، وهو ما ليس موجود بشكل كاف (غياب نظام وطني للابتكار).

و باعتبار أن النظام الوطني للإبداع والابتكار هو وليد لإطار متكامل يفعل العلاقات بين مركبات سياسة البحث العلمي والتطور التكنولوجي، و يخضع لاستراتيجيات و سياسات واضحة لإدارته، فإنه باستطاعته أن يوفر المناخ الملائم لنمو و تطور المؤسسات الصغيرة المبدعة. و في هذا الإطار تتجلى ضرورة إعادة صياغة إستراتيجية وطنية للابتكار في إطار اقتصاد المعرفة، مع ضرورة إعادة إدماج المؤسسة ضمن نظام الابتكار، حتى تستطيع

القدرات الإبداعية للأفراد والمؤسسات على حد سواء أن تنمو وتتطور وتتجسد ميدانيا في اختراعات وابتكارات سواء كانت على شكل سلع أو خدمات.

هذا و تشير العديد من التقارير العالمية إلى التأخر الذي تسجله الجزائر في مجال مؤشرات الابتكار، حيث أظهر تقرير (l'UNESCO) 'organisation des nations unies pour l'éducation la science et la culture' أن عدد المقالات الجزائرية المنشورة في الجرائد العلمية و التقنية يفضل متواضعا جدا (606) سنة 2009، مقارنة بالدول العربية المجاورة بمصر (2247) و تونس (1022). كما أن عدد براءات الاختراع الممنوحة في كل ألف شخص من طرف مكتب الولايات المتحدة للبراءات و العلامات التجارية United States Patent and Trademark Office (USPTO) ما بين (2005 و 2009) يكاد يكون منعدما (0.01)¹.

و بالعودة إلى النتائج المبينة في الجدول السابق، فإن المتوسط الحسابي للفقرات المتعلقة برأس المال الهيكلي كان متوسطا نسبيا، بمعدل (3.045) و انحراف معياري بلغ (0.861)، مما يؤكد ضرورة العمل الجاد و السعي نحو تبني نظام فعال لإدارة المعرفة، يقوم على التحكم في التكنولوجيات الحديثة و تسخيرها لخدمة رأس المال البشري وأقسام الموارد البشرية في مختلف المؤسسات من كل القطاعات الاقتصادية، لما للتكنولوجيا من أثر كبير في مجال توفير الوقت والجهد وإتاحة فرص أكثر للتطوير والنمو. هذا بالإضافة إلى الحرص على اكتشاف المعارف المتواجدة بعقول مواردها البشرية، استخراجها، تقاسمها و تبادلها بين العاملين، من أجل استخدامها و تعظيم الاستفادة منها في تطوير الأنشطة المختلفة، و الذي يعد من العوامل الأساسية لبناء و تطوير رأس المال الهيكلي بالمؤسسات، مما يؤدي بدوره إلى خلق القيمة و تطوير تنافسية المنتجات.

المطلب الثالث: تحليل فقرات رأس مال العلاقات بالمؤسسات

إن رأس مال العلاقات يمثل القيمة المشتقة من الزبائن الراضين ذوي الولاء، الموردون المعول عليهم، و المصادر الخارجية الأخرى التي تقدم قيمة مضافة للمنظمة جراء علاقتها المتميزة بها، وهو بذلك يعكس طبيعة العلاقات التي تربط المنظمة بعملائها ومورديها ومنافسيها، أو أي طرف آخر يساعد في تطوير وتحويل الفكرة إلى منتج أو خدمة. و للتعرف على مستوى أهمية رأس مال العلاقات بالمؤسسات، يعرض الجدول الموالي آراء أفراد العينة بالنسبة للفقرات المتعلقة برأس مال العلاقات.

¹ - Rapport NABNI, Op-cit, p 130.

الجدول رقم 23: نتائج التحليل الإحصائي للفقرات المتعلقة برأس مال العلاقات

الترتيب حسب الأهمية	درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرة	الرقم
1	مرتفعة	0.593	4.27	تسعى المؤسسة لتكثيف منتجاتها مع احتياجات و رغبات الزبائن.	1
7	متوسطة	0.712	3.42	تقدم مؤسستنا منتجات ذات نوعية جيدة من أجل إرضاء زبائنها و المحافظة عليهم.	2
2	مرتفعة	0.679	3.97	تأخذ المؤسسة دوما مقترحات و تفضيلات الزبائن بعين الاعتبار عند تصميم منتجات جديدة أو تعديل القائمة منها.	3
10	متوسطة	0.874	3.08	تنفق المؤسسة مبالغ كبيرة لدعم ما تقدمه من خدمات ما بعد البيع.	4
4	مرتفعة	0.712	3.82	أرى أن معظم الزبائن موالون للمؤسسة و راضون عنها بصفة كبيرة.	5
9	متوسطة	0.962	3.19	تمنح المؤسسة لزبائنها الدائمين مزايا خاصة تميزهم عن الزبائن العاديين.	6
6	مرتفعة	0.913	3.68	السرعة في تسليم المنتجات للزبائن.	7
3	مرتفعة	0.769	3.85	تقوم المؤسسة بإجراء مسح دوري للبيئة التنافسية، للتعرف على المنتجات و الخدمات التي يقدمها المنافسون.	8
11	متوسطة	0.658	2.51	تحرص المؤسسة على توقيع علاقات شراكة مع المؤسسات الأخرى.	9
8	متوسطة	0.792	3.25	نشعر بالرضا فيما يخص علاقتنا بالممولين.	10
5	مرتفعة	0.740	3.80	تمتلك المؤسسة قنوات توزيع متنوعة لمنتجاتها.	11
-	-	0.755	3.57	المعدل العام للفقرات	

المصدر: من إعداد الباحثة في ضوء مخرجات SPSS

تظهر نتائج التحليل الإحصائي بالنسبة لفقرات رأس مال العلاقات، أن الفقرة المتعلقة بإجراء مسح دوري لمعرفة المنتجات التي يقدمها المنافسون، قد عرفت استجابة عالية ضمن أجوبة الباحثين، بمتوسط حسابي بلغ (3.85)، في الوقت الذي أكدت فيه غالبية المؤسسات على اهتمامها بمعرفة منافسيها و نوعية المنتجات التي يقدمونها، من خلال مراعاة نقاط القوة لديهم، والعمل على التطوير فيما يفوق تلك النقاط، مما يضمن تقديم

منتج أفضل للمستهلك، و من ثم سرعة الانتشار بالسوق. و لقد عرفت الفقرات المتعلقة بالاهتمام بكسب ولاء و رضا الزبائن و تكيف المنتجات حسب رغباتهم، تنوع قنوات التوزيع و سرعة تسليم المنتجات للزبائن، أهمية مرتفعة ضمن أجوبة المبحوثين، بمتوسطات حسابية تراوحت ما بين (3.68 و 4.27)، مما يدل على أن اهتمام هذه المؤسسات منصب بالدرجة الأولى على كسب رضا و ولاء الزبائن، بحكم أهميتهم الكبيرة في الحفاظ على حصتها السوقية و رفع عوائدها، و بالتالي ضمان إستمراريتها.

و بما أن دور المؤسسات لا ينتهي بمجرد بيع السلع و تحصيل الإيرادات، حيث قد يحتاج العملاء إلى خدمات أخرى بعد تسليمهم السلعة، كأن يكونوا في حاجة إلى المساعدة في تركيبها، أو التدريب على استخدامها أو صيانتها أو حتى إعادة تركيبها فيها، و مع ذلك فقد سجلت الفقرة المتعلقة بدعم خدمات ما بعد البيع أهمية متوسطة بالمقارنة، بمتوسط حسابي (3.08) فقط، مما يعكس ضعف خدمات ما بعد البيع التي توفرها هذه المؤسسات، و هذا يستوجب ضرورة تحسين هذه الخدمات لما لها من أهمية في الحفاظ على الزبائن و تحسين سمعة المؤسسة، علما أن الزبائن لا يكررون الشراء أو تواصل التعامل مع المؤسسات في حالة وجود تجربة سيئة معها، لذا ينبغي أن تكون خدمة ما بعد البيع جزءا لا يتجزأ من إستراتيجية المبيعات لأي منشأ مهما كان حجمها.

كما عرفت الفقرة المتعلقة بمنح امتيازات خاصة للزبائن الدائمين، أهمية متوسطة هي الأخرى، بمتوسط حسابي (3.19)، و يندرج هذا في إطار ضعف برامج الترويج للمبيعات التي تقوم بها هذه المؤسسات، من أجل التشجيع و التحفيز على استهلاك منتجاتها و الحفاظ على زبائنها، كالحصومات، التخفيضات، المسابقات والجوائز...، التي من شأنها جذب عدد أكبر من المستهلكين و ترقية مبيعات المؤسسة، في الوقت الذي نجد أن أغلب المؤسسات الأوربية، الأمريكية و اليابانية، لا تتوقف عن منح العديد من الامتيازات في سبيل كسب ولاء وإقبال الزبائن على منتجاتها. و بالإضافة إلى ذلك فإن العدد القليل من المواقع الإلكترونية، يجعل من هذه المؤسسات منعزلة عن العالم الخارجي وغائبة في السوق الدولية.

و لقد احتلت الفقرة الخاصة بتقديم منتجات ذات نوعية جيدة، أهمية لا بأس بها بالمؤسسات قيد الدراسة، بمتوسط حسابي قدر ب (3.42)، مما يؤكد و عي و توجه المؤسسات الوطنية نحو الاهتمام بجودة منتجاتها، كمعيار أساسي لكسب ثقة المستهلك المحلي، على غرار المنتجات الإلكترونية و الكهرومنزلية، كأنيام، و كوندور، و المنتجات الغذائية، كحمود بوعلام و ييمو...، و التي أصبحت تستقطب عددا كبيرا جدا من الزبائن. و من هذا المنطلق أصبح لزاما على معظم المؤسسات الوطنية ضرورة تبني مفهوم لإدارة الجودة الشاملة، من منطلق أن نجاح

أي منتج هو نتيجة منطقية لتحسينات الجودة في مختلف أطوارها (الجودة الكلية)، مثل جودة التكنولوجيا المستعملة في الإنتاج، جودة الاستماع إلى الزبائن، جودة الاتصال، جودة التسيير، جودة الفحص والمراقبة على منتجاتها.

و فيما يخص الفقرة المتعلقة بالرضا على علاقتها مع الممولين، فقد عرفت أهمية متوسطة، بمتوسط حسابي (3.25) و انحراف معياري (0.792)، مما يدل على حرص المؤسسات على التعرف على الممولين و الاحتفاظ بعلاقات متميزة معهم، و ذلك من أجل دعم نشاطاتها المختلفة. أما الفقرة الخاصة بالحرص على توقيع علاقات الشراكة، فقد جاءت في المرتبة الأخيرة باستجابة ضعيفة نوعا ما بالمقارنة (2.51)، مما يعكس ضعف أهمية محور التحالفات مع المؤسسات الأخرى في تسهيل و تفعيل انجاز مهامها، فرغم تأكيد المؤسسات الكبيرة التي شملتها عينة الدراسة على أهمية علاقة الشراكة بالنسبة لها، لا تزال المؤسسات الصغيرة و المتوسطة تفتقر للمزايا التي توفرها الشراكة، من حيث تبادل الخبرات والتكنولوجيا، التكامل بين الخبرات، تخفيض التكاليف و خلق قيمة أكبر للعملاء، و غيرها...

و بصفة عامة يتبين أن المتوسط الحسابي الكلي لفقرات رأس مال العلاقات بلغ (3.57) و قدر الانحراف المعياري بـ (0.755)، مما يعكس أهمية العلاقات الخارجية مع الزبائن و أصحاب المصلحة، ضمن إستراتيجية المؤسسات المستجوبة. و توضح النتائج السابقة، بأن هذا الارتفاع النسبي يعود إلى تركيز هذه المؤسسات على محور الزبون مقارنة بالمجالات الأخرى. و مع ذلك يبقى عدد كبير من هذه المؤسسات يسجل تراجع ملحوظ فيما يتعلق بدعم خدمات ما بعد البيع، و ضعف برامج الترويج و تحفيز العملاء نحو التعامل مع منتجاتها، إضافة إلى نوعية المنتجات التي لم ترقى بعد إلى المستوى المطلوب، و هذا ما قد يفسر تخوف و نقص ثقة المستهلك الجزائري بالمنتجات الوطنية، بدليل توجهه أكثر نحو اقتناء السلع الأجنبية.

و في ظل تطور السوق العالمية و توجه طلبات المستهلكين نحو اقتناء الجودة و النوعية، أصبح الاحتفاظ بالزبائن، أو كسب زبائن جدد، رهن بمن هو مستعد لدفع تكلفة أكبر. كما أن تبني و تطوير تحالفات إستراتيجية (alliances stratégiques) كاختيار بديل مهم من أجل النمو والبقاء والتوسع، وكذا استغلال فرص جديدة في السوق، إضافة إلى تحقيق التكامل التكنولوجي، أصبح بدوره يشكل تحديا كبيرا أمام المؤسسات التي تريد أن تواجه تحديات المنافسة.

المطلب الرابع: تحليل محور رأس المال الفكري بالمؤسسات

بعد تحليل الفقرات المتعلقة بمحور رأس المال البشري، الهيكلي و العلاقات بالمؤسسات، سنتطرق فيما يلي إلى تحليل محور رأس المال الفكري ككل بالمؤسسات، و يبين الجدول الموالي المتوسط الحسابي العام و الانحرافات المعيارية، لأراء أفراد عينة الدراسة بالنسبة لمحاور رأس المال الفكري بالمؤسسات المستجوبة:

الجدول رقم 24: نتائج التحليل الإحصائي لمحاور رأس المال الفكري

الترتيب حسب الأهمية	درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرة
2	متوسطة	0.837	3.496	رأس المال البشري
3	متوسطة	0.861	3.045	رأس المال الهيكلي
1	متوسطة	0.755	3.57	رأس مال العلاقات
-	-	0.817	3.370	رأس المال الفكري

المصدر: من إعداد الباحثة في ضوء مخرجات SPSS

توضح النتائج أن المتوسط الحسابي العام لمحاور رأس المال الفكري يساوي (3.370) و بلغ الانحراف المعياري (0.817)، و هذا ما يبين أن مستوى أهمية رأس المال الفكري بالمؤسسات المدروسة كانت متوسطا، و يعزى هذا الارتفاع الطفيف إلى أهمية محور رأس المال العلاقات ضمن أجوبة الباحثين، بمتوسط عام بلغ (3.57)، متبوعا برأس المال البشري، ثم رأس المال الهيكلي في الأخير بمعدل متوسط (3.045). و بغرض التعرف على مدى توفر متطلبات رأس المال الفكري، بأبعاده المختلفة البشري، الهيكلي، و العلاقات بالمؤسسات قيد الدراسة، قمنا باختبار الفرضية الرئيسية الأولى لا تتوفر المؤسسات الصناعية الجزائرية على متطلبات رأس المال الفكري، و التي تتفرع إلى الفرضيات الفرعية التالية:

- لا تتوفر المؤسسات الصناعية الجزائرية على متطلبات رأس المال البشري.
- لا تتوفر المؤسسات الصناعية الجزائرية على متطلبات رأس المال الهيكلي.
- لا تتوفر المؤسسات الصناعية الجزائرية على متطلبات رأس مال العلاقات.

و من أجل ذلك، قمنا باستخدام اختبار T للعينة الواحدة، للتأكد من صحة الفرضيات الفرعية السابقة، حيث أن قاعدة القرار تنص على قبول الفرضية، إذا كانت قيمة (t) المحسوبة أكبر من قيمتها الجدولية و مستوى الدلالة أقل من 0.05. و يبين الجدول الموالي نتائج هذا الاختبار:

جدول رقم 15: نتائج اختبار T للعينة الواحدة

الفرضية	المحتوى	قيمة t المحسوبة	مستوى الدلالة	النتيجة
H _{1a}	رأس المال البشري	6.653	0.000	رفض
H _{1b}	رأس المال الهيكلي	5.799	0.000	رفض
H _{1c}	رأس مال العلاقات	7.214	0.000	رفض
H ₁	رأس المال الفكري	6.55	0.000	رفض

المصدر: من إعداد الباحثة في ضوء مخرجات SPSS

يبين الجدول السابق أن قيمة اختبار t المحسوبة لآراء أفراد العينة حول رأس المال البشري تساوي (6.653)، وهي أكبر من قيمتها الجدولية التي تساوي (1.665)، كما أن مستوى الدلالة أقل من 0.05. مما يعني توفر متطلبات رأس المال البشري بالمؤسسات الصناعية الجزائرية، و بالتالي رفض الفرضية الفرعية الأولى، التي تنص على عدم توفر هذه المؤسسات على متطلبات رأس المال البشري. كما بلغت قيمة t المحسوبة لأفراد عينة الدراسة حول رأس المال الهيكلي 5.799، و هي أكبر من قيمتها الجدولية، مع مستوى الدلالة أقل من 0.05، مما يستوجب منا رفض الفرضية الفرعية الثانية، و التي تنص على عدم توفر متطلبات رأس المال الهيكلي بالمؤسسات الصناعية الجزائرية. و فيما يتعلق بالفرضية الفرعية الثالثة، فإن قيمة t المحسوبة تساوي 7.214، و هي أيضا أكبر من قيمتها الجدولية (1.665)، كما أن مستوى الدلالة أقل من مستوى الدلالة المعتمد (0.05)، لذا يجدر بنا رفض الفرضية الفرعية الثالثة لا تتوفر المؤسسات الصناعية الجزائرية على متطلبات رأس مال العلاقات.

و عليه تبين نتائج اختبار الفرضيات الفرعية السابقة، توفر المؤسسات الصناعية الجزائرية على متطلبات رأس المال الفكري، بأبعاده الثلاث (البشري، الهيكلي و العلاقات)، حيث بلغت قيمة اختبار t المحسوبة لآراء أفراد العينة حول رأس المال الفكري ككل (6.55) عند مستوى دلالة 0.000 أقل من 0.05، و منه رفض الفرضية الرئيسية الأولى لا تتوفر المؤسسات الصناعية الجزائرية على متطلبات رأس المال الفكري.

المبحث الثاني: العلاقة بين رأس المال الفكري و الميزة التنافسية بالمؤسسات

نظرا لتصاعد الاهتمام برأس المال الفكري في الآونة الأخيرة و التركيز على دوره في بناء و تطوير الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية، سنتطرق من خلال هذا المبحث إلى تحليل محور الميزة التنافسية بالمؤسسات، و كذا اختبار العلاقة و التفاعلات بين المكونات الأساسية لرأس المال الفكري، و مدى تأثير هذا الأخير على ميزتها التنافسية.

المطلب الأول: تحليل محور الميزة التنافسية لدى المؤسسات

ينصرف معنى ومفهوم الميزة التنافسية إلى الكيفية التي تستطيع بها المنظمة أن تميز بها نفسها عن منافسيها وتحقق لنفسها التفوق والتميز عليهم، وتحقيق الميزة التنافسية هو محصلة تفاعل العديد من العوامل المختلفة في أنماطها ودرجة تأثيرها. ويبين الجدول الموالي آراء أفراد عينة الدراسة بالنسبة للمتغيرات المتعلقة بالميزة التنافسية بالمؤسسات المستجوبة.

الجدول رقم 16: نتائج التحليل الإحصائي للفقرات المتعلقة بالميزة التنافسية

الترتيب حسب الأهمية	درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرة	الرقم
1	مرتفعة	0.686	3.94	لدى مؤسستنا سمعة جيدة في السوق.	1
3	متوسطة	0.885	3.59	تحقق مؤسستنا إيرادات مرتفعة.	2
5	متوسطة	0.883	3.39	انخفاض تكاليف المؤسسة.	3
2	متوسطة	0.763	3.66	زيادة الحصة السوقية.	4
8	منخفضة	0.729	2.32	الحواجز ضد دخول منافسين جدد.	5
9	منخفضة	0.928	2.29	تميز منتجاتنا، بحيث تعتبر ذات جودة عالية يصعب تقليدها.	6
6	متوسطة	0.916	3.33	التحكم في التقنيات الحديثة بما يساعد على فعالية إنجاز العمليات المختلفة.	7
4	متوسطة	1.195	3.43	تميز المؤسسة بسرعة الاستجابة للتغيرات.	8
7	متوسطة	0.720	2.91	تتمتع المؤسسة بابتكار منتجات جديدة لتواكب التغيرات في أذواق و تفضيلات الزبائن.	9
-	-	0.856	3.207	المعدل العام للفقرات	

المصدر: من إعداد الباحثة في ضوء مخرجات SPSS

توضح النتائج أن الفقرة المتعلقة بالسمعة الجيدة في السوق قد عرفت استجابة عالية ضمن أجوبة المبحوثين، بمتوسط حسابي بلغ (3.94)، و تليها بعد ذلك، الفقرات المتعلقة بتزايد الحصة السوقية، ارتفاع الإيرادات، انخفاض التكاليف، وكذا سرعة الاستجابة للتغيرات بأهمية متوسطة ضمن أجوبة المبحوثين، حيث تراوحت متوسطاتها الحسابية ما بين (3.39 و 3.66). و تعكس هذه النتائج ميل و انشغال هذه المؤسسات بكيفية تخفيض التكاليف من أجل تحسين الإيرادات و الحفاظ على حصتها السوقية.

كما عرفت الفقرة المتعلقة بحرص المؤسسات على ابتكار منتجات جديدة لتواكب التغيرات في أذواق وتفضيلات الزبائن، و التحكم في التقنيات الحديثة بما يساعد على كفاءة و فعالية أنجاز العمليات المختلفة بالمؤسسة، أهمية متوسطة نسبيا بالمؤسسات، بمتوسطات حسابية (2.91 و 3.33) على التوالي. و تعكس هذه النتائج التوجه الحديث للمؤسسات الوطنية للاعتماد على التكنولوجيا و التقنيات الحديثة، من أجل تفعيل أنجاز عملياتها المختلفة و التمكّن من إجراء تعديلات و تحسينات على منتجاتها و على طرائق إنتاجها، و منه كسب أكبر عدد من الزبائن في ظل تزايد شدة المنافسة. و مع ذلك لا يزال إدماج التقنيات الحديثة غير مستغل بشكل كاف من طرف أغلبية المؤسسات الجزائرية، لاسيما المؤسسات الصغيرة التي تشكل أساس النسيج الاقتصادي الوطني.

في حين عرفت الفقرات الخاصة بتميز المنتجات و صعوبة تقليدها، و الحواجز ضد دخول منافسين جدد، استجابة منخفضة بهذه المؤسسات، و لعل ذلك يرجع إلى تركيز أغلبية هذه المؤسسات على إستراتيجية تخفيض التكاليف في الحفاظ على ميزتها التنافسية، أكثر من اعتمادها على إستراتيجية التميز، لما تتطلبه هذه الأخيرة من كفاءات متميزة و تقنيات حديثة و متطورة يصعب تنميتها، بهذه المؤسسات التي تمتلك غالبيتها إمكانيات مالية و تقنية متوسطة. كما أنه، و من جهة أخرى، أن سعي العديد من هذه المؤسسات و راء تخفيض تكاليف الإنتاج المرتفعة و الحفاظ على إيرادات مستقرة، قد أثر نوعا ما على مستوى تميز المنتجات، مما يجعل منها سهلة التقليد، ومهددة بمجرد دخول منافسين جدد إلى السوق.

و من هذا المنطلق، فإن التغيرات التي فرضتها التحولات الجديدة في العلاقات الاقتصادية الدولية، من خلال اتفاقيات الشراكة و فتح الأسواق المحلية للمنتجات الأجنبية، سوف تؤدي إلى فقدان الكثير من المؤسسات الوطنية، للعديد من الفرص في السوق المحلية، وهذا ما يجعلها تواجه تحديا كبيرا بسبب عاملين أساسيين هما: الجودة و التكلفة.

و بصفة عامة، رغم أن هذه النتائج تبين أن المتوسط الحسابي العام لمحور الميزة التنافسية للمؤسسات كان في حدود المتوسط (3.207)، إلا أنه لا يمكن أن يخفي حقيقة اعتماد بعضها على احتكار السوق بسبب ضعف كثافة المنافسة المحلية، أو على تخفيض التكاليف دون مراعاة كبيرة لعامل الجودة، و منه فإن أغلبها مازال يفتقر إلى إمكانية بناء مزايا تنافسية من درجة مرتفعة، و هذا ما يعكس ضعف تنافسية المنتجات المحلية على المستوى العالمي، حيث تنشط أغلب هذه المؤسسات في السوق المحلية أو على الأكثر على المستوى الوطني، في حين تختفي منتجاتها في السوق العالمية.

و في هذا السياق، كشف تقرير التنافسية العالمي لعام 2014-2015 الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي، و الذي يعد أبرز مؤشرات قياس التنافسية الاقتصادية في العالم¹، أن ترتيب الاقتصاد الجزائري تحسن ليقفز إلى المرتبة الـ (79)، مقابل المرتبة (100) في تقرير السنة الماضية 2013-2014، و (110) في تقرير 2012-2013. واستند هذا الترتيب إلى عدة مؤشرات من بينها المحيط الاقتصادي الكلي، و الذي احتلت الجزائر فيه المرتبة (11) من بين 144 بلدا شملها المسح، كما احتلت الجزائر المرتبة (47) عالميا من حيث حجم السوق. غير أن التقرير شدد على ضرورة العناية بالقطاع المالي الذي سجل نتائج متدنية، حيث جاءت الجزائر في المرتبة الـ (133) من حيث وفرة الخدمات المالية و متانة البنوك، و المرتبة (72) من حيث سهولة الحصول على القروض.

كما أوصى التقرير بمراجعة الإطار المؤسسي للاقتصاد الجزائري، و زيادة الاهتمام بفعالية أسواق العمل والسلع والأسواق المالية، كشرط ضروري لوضع البلاد في "سكة تنمية أكثر استدامة"، حيث صنف التقرير الجزائر في المرتبة (136) في مجال فعالية سوق السلع، بالنظر لعدة عوامل منها: ضعف كثافة المنافسة المحلية (المرتبة 136) وتعدد الإجراءات لإطلاق مشاريع (المرتبة 139). كما احتلت الجزائر المرتبة (106) من حيث المنشآت القاعدية، في الوقت الذي يشير فيه التقرير إلى رداءة نوعية الطرقات (المرتبة 107) والموانئ (المرتبة 117) ومنشآت النقل الجوي (المرتبة 128).

و من جهة أخرى، فقد أظهر التقرير العوامل المعيقة لممارسة النشاط الاقتصادي في الجزائر، وذكر من بينها: عدم كفاءة البيروقراطية الحكومية، وصعوبة الحصول على التمويل، والفساد، إلى جانب ضعف التأهيل التعليمي

¹ - يستقي التقرير معلوماته من المؤشرات الاقتصادية للبلدان المعنية إلى جانب نتائج المسح الميداني، ويساهم مركز البحوث في الاقتصاد التطبيقي للتنمية في إجراء هذا المسح بالنسبة للجزائر.

للقوى العاملة، وعدم الاستقرار السياسي، وقواعد صرف العملات الأجنبية، وكذا عدم كفاية البنية التحتية ومعدلات الضريبة المرتفعة.

و في ظل الانخفاض الرهيب الذي عرفته أسعار البترول منذ بداية 2014، مما أثر بشكل كبير على الاقتصاد الوطني، وأدى بالحكومة لاعتماد سياسة التقشف لترشيد الاستهلاك وحصره في الضروريات فقط، جاءت حملة وزارة التجارة التي أطلقتها يوم 26 أبريل 2015، لتدوم مدة أسبوع كامل، للحد من فاتورة الاستيراد وحماية الاقتصاد الوطني والحفاظ على مناصب الشغل محليا، إضافة إلى توجيه المستهلك الجزائري، باعتباره الزبون الأول، إلى اقتناء السلع الوطنية والتي تصنع على أرض الوطن على حساب الأجنبية، و ذلك بهدف ترقية مكانة المنتج الجزائري و تعزيز قدرته التنافسية.

المطلب الثاني: التفاعل بين المكونات الأساسية لرأس المال الفكري

من أجل تحليل العلاقة و التفاعلات المختلفة بين المكونات الأساسية لرأس المال الفكري، قمنا باختبار الفرضية الرئيسية الثانية: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين المكونات الأساسية لرأس المال الفكري. و التي تتفرع إلى:

- هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين رأس المال البشري و رأس المال الهيكلي.
 - هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين رأس المال البشري و رأس مال العلاقات.
 - هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين رأس المال الهيكلي و رأس المال العلاقات.
- و يبين الجدول الموالي نتائج مصفوفة الارتباط بين المكونات المختلفة لرأس المال الفكري.

الجدول رقم 17: مصفوفة الارتباط بين مكونات رأس المال الفكري

المحاور		رأس المال البشري	رأس المال الهيكلي	رأس مال العلاقات
رأس المال البشري	معامل الارتباط	1	0.580	0.599
	مستوى الدلالة	-	0.000	0.000
رأس المال الهيكلي	معامل الارتباط	0.580	1	0.547
	مستوى الدلالة	0.000	-	0.000
رأس مال العلاقات	معامل الارتباط	0.599	0.547	1
	مستوى الدلالة	0.000	0.000	-

المصدر: من إعداد الباحثة في ضوء مخرجات SPSS

يتبين من خلال النتائج وجود علاقة ارتباط بين رأس المال البشري و رأس المال الهيكلي حيث بلغ معامل الارتباط (0.580) عند مستوى الدلالة (0.000) أقل من (0.05)، و يمكن تفسير هذه العلاقة باعتبار رأس المال الهيكلي يمثل المعرفة الصريحة المحتفظ بها في هياكل المؤسسة، و التي هي في الأساس نتاج الفكر البشري، و منه قبول الفرضية الفرعية الأولى، أي هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين رأس المال البشري و رأس المال الهيكلي. وضمن هذا السياق يرى (Stewart, 1999) أن رأس المال الهيكلي هو "الغلاف الخارجي"، الذي يحيط برأس المال البشري و يسمح له بأن يستخدم في خلق القيمة.

كما تشير النتائج إلى وجود علاقة ارتباط بين رأس المال الهيكلي و رأس مال العلاقات، حيث بلغ معامل الارتباط (0.547) عند مستوى دلالة (0.000) أقل من (0.05)، و يعزى ذلك للدور الفعال الذي تلعبه تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات، ثقافة المؤسسة و هيكلها التنظيمي... و غيرها، في بناء قاعدة معلومات حول الزبائن و الممولين و المنافسين.. و منه ربط المؤسسة بمحيطها الخارجي و بناء علاقات قوية مع مختلف الأطراف الخارجية، و منه قبول الفرضية الفرعية الثالثة، أي أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين رأس المال الهيكلي و رأس المال العلاقات.

في حين كان معامل الارتباط بين رأس المال البشري و رأس المال العلاقات الأقوى بالمقارنة و إن كان هو الآخر متوسطا بمعامل ارتباط (0.599) و مستوى دلالة 0.000، و قد يرجع ذلك لكون رأس المال البشري له تأثير كبير على طبيعة العلاقة بين المؤسسات و محيطها الخارجي من زبائن، ممولين، شركاء...، و بالتالي قبول الفرضية الفرعية الثانية، أي أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين رأس المال البشري و رأس مال العلاقات.

تظهر النتائج السابقة، وجود علاقة ارتباط و تفاعل بين المكونات الأساسية لرأس المال الفكري، إلا أن معاملات الارتباط قد تراوحت ما بين (0.547 و 0.599)، مما يدل على وجود ارتباط متوسط بين مختلف هذه المكونات، و منه قبول الفرضية الرئيسية الثانية، أي أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين المكونات الأساسية لرأس المال الفكري.

ولقد توصلت العديد من الدراسات التي تطرقت لتحليل التفاعل بين المكونات المختلفة لرأس المال الفكري، كدراسة (Bontis,2000)، (Kym,2006)، (Mhedhbi,2010)،..... إلى وجود علاقة تفاعل و ارتباط بين مكوناته المختلفة، بحيث يؤثر و يتأثر كل مكون بالآخر. و يمكن أن نستخلص من خلال هذه

القراءة أن تبني سياسة فعالة لإدارة المورد البشري، مصحوبة ببنية تحتية قوية لرأس المال الهيكلي، سوف يمكن من بناء رأس مال علاقتي قوي، و من ثم ضمان التميز و الاستمرارية. و باعتبار هذه المكونات تعمل بشكل متكامل، فإن ضعف أي مكون قد يؤثر على فعالية العناصر الأخرى و على دورها في صناعة التميز و خلق القيمة.

المطلب الثالث: العلاقة بين رأس المال الفكري و الميزة التنافسية بالمؤسسات المدروسة

بهدف اختبار تأثير رأس المال الفكري على الميزة التنافسية للمؤسسات المستجوبة، قمنا باختبار الفرضية الرئيسية الثالثة: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لرأس المال الفكري على الميزة التنافسية للمؤسسات الصناعية الجزائرية، و التي تنفرع إلى:

- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لرأس المال البشري على الميزة التنافسية للمؤسسات الصناعية الجزائرية.
- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لرأس المال الهيكلي على الميزة التنافسية للمؤسسات الصناعية الجزائرية.
- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لرأس مال العلاقات على الميزة التنافسية للمؤسسات الصناعية الجزائرية.

و لقد تم استخدام تحليل الانحدار المتعدد (Regression Multiple)، لانحدار الميزة التنافسية، كمتغير تابع، على كل من المتغيرات المستقلة (رأس المال البشري، الهيكلي و العلاقات)، و كانت نتائج نموذج الانحدار كما يبينها الجدول الموالي:

جدول رقم 18: انحدار رأس المال الفكري على الميزة التنافسية للمؤسسات

الإحصاءات	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجات الحرية	قيمة (F) المحسوبة	مستوى الدلالة
الانحدار	7,545	2,515	3	28,259	0,000 ^a
البواقي	6,675	0,089	75	-	-
المجموع	14,219	-	78	-	-
معامل التحديد (R ²)	0,531	معامل الارتباط (R)	0,728 ^a		

المصدر: من إعداد الباحثة في ضوء مخرجات SPSS

نلاحظ أن قيمة F المحسوبة بلغت 28.259، و هي أكبر من قيمتها الجدولية البالغة (2.73) عند درجات حرية (3، 75)، كما أن معامل الارتباط قد بلغ (R=0.728)، عند مستوى دلالة (0.000) و هو أقل من مستوى الدلالة المعتمد (0.05)، أما معامل التحديد للنموذج (R^2) فقد بلغ 0.531، و هذا يشير إلى أن ما قيمته (53.1%) من التغير في مستوى الميزة التنافسية ناتج عن التغير في رأس المال الفكري بأبعاده الثلاث (رأس المال البشري، الهيكلي و العلاقات).

و للتعرف على درجة تأثير كل متغير من المتغيرات المستقلة (رأس المال البشري، رأس المال الهيكلي و رأس المال العلاقات) على الميزة التنافسية للمؤسسات المدروسة، يعرض الجدول الموالي الإحصاءات و المعاملات المتعلقة بنموذج الانحدار، قيمة T المحسوبة و مستوى الدلالة.

جدول رقم 19: إحصاءات و معاملات نموذج الانحدار

المتغير	معامل الانحدار B	قيمة (T) المحسوبة (Beta)	مستوى الدلالة Sig
الثابت (Constant)	0,952	-	0,012
رأس المال البشري	0,309	0,281	0,008
رأس المال الهيكلي	-0,082	-0,072	0,482
رأس مال العلاقات	0,587	0,570	0,000

المصدر: من إعداد الباحثة في ضوء مخرجات SPSS

تظهر نتائج الجدول أن معاملات الانحدار لكل من رأس المال البشري و رأس مال العلاقات كانت دالة و ايجابية (0.309) و (0.587). كما أن قيمة T المحسوبة لكل منهما تساوي على التوالي (2.705) و (5.341) و هي أكبر من قيمة T الجدولية و التي تقدر ب (1.655)، عند مستوى دلالة (0.000) أقل من مستوى الدلالة المعتمد (0.05)، بينما كان معامل الانحدار لرأس المال الهيكلي غير معنوي عند مستوى الدلالة 0.05، حيث بلغت القيمة الاحتمالية لهذا المعامل 0.482، و هي قيمة تبعد كثيرا عن مستوى المعنوية. و يتضح من خلال النتائج التي تم التوصل إليها أن معامل الانحدار لرأس مال العلاقات كان الأكبر (0.587)، مما يفسر أن رأس مال العلاقات هو الذي يؤثر في تحقيق الميزة التنافسية بشكل أكبر، يليه رأس المال البشري بمعامل قدره 0.309، في

حين لا يوجد أثر لرأس المال الهيكلي على الميزة التنافسية للمؤسسات المستجوبة. و بناءً على ما سبق كانت نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الرابعة كما يلي:

- اختبار الفرضية الفرعية الأولى: يتم رفض الفرضية الفرعية الأولى: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لرأس المال البشري على الميزة التنافسية للمؤسسات الصناعية الجزائرية، أي أن هناك تأثير لرأس مال البشري على تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات المدروسة. و رغم ذلك يلاحظ أن معاملات الارتباط لأبعاد رأس المال البشري بالميزة التنافسية قد تراوحت ما بين الضعيف و المتوسط (0.452 و 0.633) (*)، أي أنها لم تكن قوية بشكل كافي للإسهام بدرجة كبيرة في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات قيد الدراسة. و تظهر النتائج أن فقرة المعرفة كأحد أبعاد رأس المال البشري قد حصلت على أعلى معامل ارتباط (0.633)، تليها الكفاءة، الخبرة و الشهادات و المؤهلات العلمية، بمعاملات ارتباط متوسطة تراوحت ما بين (0.536 و 0.598).

أما فيما يخص الفقرات المتعلقة بالقدرة على الإبداع و الابتكار، و فرق العمل، و الرضا الوظيفي، فقد تراوحت معاملات ارتباطها ما بين (0.452 و 0.498)، و هي تعتبر ضعيفة نوعاً ما من حيث درجة تأثيرها على الميزة التنافسية لهذه المؤسسات. و في هذا الإطار تجدر الإشارة إلى ضرورة تعزيز مبدأ انجاز الأعمال بشكل جماعي، و الاهتمام بالرضا الوظيفي و نظم الحوافز، و تحسين القدرة على الإبداع و الابتكار لدى الموظفين، باعتبارها من بين أهم آليات تنمية و تطوير رأس المال البشري بالدرجة الكافية، التي يمكنه من خلالها المساهمة في خلق القيمة و تحسين الأداء التنافسي بالمؤسسات.

- اختبار الفرضية الفرعية الثانية: يستوجب قبول الفرضية الفرعية الثانية لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لرأس المال الهيكلي على الميزة التنافسية للمؤسسات الصناعية الجزائرية.

و رغم تأكيد العديد من الدراسات على أهمية و دور رأس المال الهيكلي في تحسين الأداء و رفع القدرة التنافسية للمؤسسات، و من بينها: دراسة (مسودة، 2009) التي بينت وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين توفر متطلبات رأس المال الهيكلي و تعزيز الميزة التنافسية في شركات الأدوية الأردنية، و دراسة (الشرفا، 2008) التي خلصت إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصالات و الميزة التنافسية. و كذا دراسة (Mhedhebi, 2010)، و التي توصلت إلى أن رأس المال الهيكلي هو المكون الأكثر تأثيراً على خلق القيمة بالمؤسسات التونسية.

(*)- أنظر الملحق رقم 09، و الذي بين معاملات الارتباط بين فقرات كل محور لرأس المال الفكري و الميزة التنافسية للمؤسسات.

و مع ذلك كانت نتائج هذه الدراسة مخالفة، و لعل ذلك يرجع إلى ضعف محور رأس المال الهيكلي ضمن اهتمامات المؤسسة، خاصة فيما تعلق بنظم الحوافز و المكافآت، تشجيع العمل الجماعي و دعم روح الإبداع والابتكار، حيث تعتبر العناصر آنفة الذكر من أهم دعائم بناء و تطوير رأس المال الهيكلي بالمؤسسات، و في هذا السياق يتجلى الدور الكبير الذي يجب أن تلعبه الثقافة التنظيمية في تعزيز و تنمية تلك الجوانب، مما يسهم بشكل أفضل في تعزيز مركزها التنافسي.

و في الحين الذي عرفت فيه بعض العناصر تحسنا ملحوظا بهذه المؤسسات، كما هو الحال بالنسبة لتكنولوجيا المعلومات و الاتصالات، و التي تعتبر أحد أهم أبعاد رأس المال الهيكلي، يبقى استخدامها مكرسا بشكل أكبر لتسهيل الاتصال و التواصل و في القيام بالأنشطة المكتبية الروتينية، إلا أن الاستفادة من تطبيقاتها المختلفة يظل ضعيفا، خاصة فيما يتعلق بتصميم و تطوير المنتجات، و التسويق الإلكتروني، و من ثم عدم الاستفادة من هذه التكنولوجيات في تحسين أدائها و تعزيز تنافسيتها.

- اختبار الفرضية الفرعية الثالثة: يتم رفض الفرضية الفرعية الثالثة لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لرأس مال العلاقات على الميزة التنافسية للمؤسسة، أي أن هناك تأثير لرأس مال العلاقات على الميزة التنافسية للمؤسسات المدروسة. و تبين النتائج (*) أن معامل الارتباط للفقرة المتعلقة بتكثيف المنتجات مع رغبات و طلبات الزبائن كان قويا (0.710)، متبوعا بالفقرات المتعلقة بأخذ بعين الاعتبار آرائهم و تفضيلاتهم عند تصميم منتجات جديدة، وكذا السعي لكسب رضاهم و ولائهم، و سرعة تسليم المنتجات، بمعاملات ارتباط متوسطة، مما يؤكد ميل هذه المؤسسات للتركيز على محور الزبون كمستقبل نهائي للسلعة و المحدد الأساسي لاستمراريتها.

- اختبار الفرضيات الرئيسية الثالثة، يتم رفض الفرضية الرئيسية الثالثة لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لرأس المال الفكري على الميزة التنافسية للمؤسسة، أي أن هناك أثر ذو دلالة إحصائية لرأس المال الفكري على الميزة التنافسية للمؤسسات الصناعية الجزائرية. و في هذا الصدد أكدت العديد من الدراسات على أهمية رأس المال الفكري في تحقيق ميزة تنافسية للمؤسسات، و من بينها دراسة (بلوناس و قذايفية، 2009)، التي أشارت إلى أن رأس المال الحقيقي الذي تمتلكه المنظمات هو رأس المال الفكري، و أن استغلال الكفاءات و الموارد بشكل جيد، و التوليف بينها يؤدي إلى إنشاء مزايا تنافسية حاسمة و من درجة رفيعة. و توصلت دراسة (عبده، 2006) إلى أن إدارة ودعم رأس المال الفكري يعتبر من أهم العوامل التي تدعم القدرات التنافسية لمنظمات الأعمال.

(*) - أنظر الملحق رقم 07.

كما تتفق هذه الدراسة مع العديد من الدراسات، التي خلصت إلى دور رأس المال الفكري في تحقيق ميزة تنافسية للمؤسسات، كدراسة إيمان (Mhedhebi, 2010) حول رأس المال الفكري و دوره في خلق القيمة بعينة من المؤسسات التونسية، وكذا دراسة الجيلالي بن عبو حول تأثير رأس المال الفكري على أداء أعمال عينة من المؤسسات الجزائرية، و دراسة (Gannon et al., 2008) التي توصلت إلى دور رأس المال الفكري في تحقيق الاختلاف و التميز التنافسي، .. و غيرها، من الدراسات التي أكدت على أهمية رأس المال الفكري بالمؤسسات.

و نظرا للأهمية الكبيرة التي أصبح رأس المال الفكري يحتلها في ظل الاقتصاد الجديد، أصبح على المؤسسات الجزائرية، ضرورة تبني إستراتيجية محكمة تتولى الاهتمام برأس المال الفكري بمختلف أبعاده (البشري، الهيكلي والعلاقات) دون تمييز، بحيث أن فقرات رأس المال الفكري تعمل في شكل حلقة من التفاعلات، كما تم إثباته سابقا، فإن الضعف في أي مكون قد يؤثر على فعالية المكونات الأخرى، و من ثم محدودية تأثيرها على الميزة التنافسية. هذا بدليل أن معاملات الارتباط لكل من فقرات رأس المال البشري و رأس المال العلاقات، لم تكن قوية بشكل كبير للإسهام بدرجة كافية في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات قيد الدراسة.

المبحث الثالث: الاستثمار في رأس المال الفكري بالمؤسسات

بالاعتماد على دراسة (Roos et al., 1997) حول التفاعل بين مكونات رأس المال الفكري و أثرها على خلق القيمة، سوف نتناول رأس المال المالي في شكل الإنفاق على مختلف الأصول اللاملموسة بالمؤسسة، وبالإضافة إلى الأشكال الأربعة للاستثمار في الأصول اللاملموسة (الاستثمار في البحث و التطوير، الاستثمار على التعليم و التدريب، الاستثمار في نظم المعلومات و الاستثمار في التسويق)، قمنا بإضافة الإنفاق على تحسين ظروف العمل، و تمويل علاقات الشراكة. و عليه سوف نتطرق ضمن هذا المبحث إلى تحليل محور رأس المال المالي بالمؤسسات، اختبار تأثير رأس المال المالي على العلاقة رأس المال الفكري و الميزة التنافسية، و إلى اختبار مدى تأثير طبيعة المؤسسة على الاستثمار في رأس المال الفكري بعينة الدراسة.

المطلب الأول: تحليل فقرات رأس المال المالي بالمؤسسات

إن تكوين رأس المال الفكري بالمؤسسة هو نتاج عمليات متتابعة و معقدة تحتاج إلى استثمارات كبيرة و أوجه إنفاق لفترة زمنية طويلة لتكوينها، و لمعرفة حجم الإنفاق على الاستثمار في اللاملموسات بالمؤسسات، يبين الجدول الموالي آراء أفراد عينة الدراسة بالنسبة للفقرات المتعلقة برأس المال المالي.

الجدول رقم 20: نتائج التحليل الإحصائي للفقرات المتعلقة برأس المال المالي

الترتيب حسب الأهمية	درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرة	الرقم
4	متوسطة	0.675	3.04	الإنفاق على التعليم و التدريب	1
2	متوسطة	0.884	3.08	الإنفاق على تحسين ظروف العمل	2
3	متوسطة	0.622	2.92	تمويل الاستثمار في نظم المعلومات	3
6	منخفضة	0.384	2.18	الإنفاق على البحث و التطوير	4
1	متوسطة	0.843	3.59	الإنفاق على أنشطة التسويق	5
5	متوسطة	0.656	2.72	تمويل علاقات الشراكة	6
-	-	0.694	2.918	المعدل العام للفقرات	

المصدر: من إعداد الباحثة في ضوء مخرجات SPSS

إن تحليل فقرات رأس المال المالي تظهر نوعا من التباين من حيث درجة الإنفاق على اللاملموسات، حيث تصدر الترتيب الإنفاق على التسويق بمتوسط حسابي قدره (3.59) و انحراف معياري بلغ (0.843)، مما يدل على توجه المؤسسات إلى الاهتمام أكثر بطرق و أساليب تصريف منتجاتها، فحيث كانت مشكلة الإنتاج محور انشغال الإدارة بالمؤسسات سابقا، أصبحت وظيفة التسويق هي الشغل الشاغل للمؤسسات في الوقت الراهن، بسبب تنوع المنتجات، سرعة التغير في أذواق المستهلكين و تصاعد المنافسة من أجل جذبهم و كسب رضاهم.

و مع ذلك لا يمكن إغفال حقيقة أن التسويق بمفهومه الحديث، كسرعة ابتكار المنتجات، القيام ببحوث التسويق، تكثيف حملات الإعلان و الترويج، التسعير، لازل غير منتشر بشكل كبير في الوسط المؤسسي الجزائري، هذا ناهيك عن غياب ثقافة التسويق الإلكتروني في بلادنا، حيث أن المؤسسات الجزائرية لم تستوعب بعد، فكرة استخدام شبكة الانترنت والتكنولوجيا الرقمية المرتبطة بما لتحقيق الأهداف التسويقية.

كما عرفت الفقرة الخاصة بالإنفاق على التعليم و التدريب، أهمية متوسطة بالمؤسسات بمتوسط (3.04) وانحراف معياري (0.675)، حيث لا يزال الاستثمار في تعليم و تدريب العمال، و رغم الأهمية التي أضحي يحتلها مؤخرا، من خلال تنمية المهارات و القدرات البشرية، و جعلها قادرة على مواكبة التغير في التقنيات

وأساليب العمل، حكرا على المؤسسات الكبيرة بصفة خاصة، دون أن يحضرا بالاهتمام الكافي بالمؤسسات المتوسطة والصغيرة.

و مع الاهتمام المتزايد بتحسين ظروف العمل، نظرا لأثرها على تحسين الكفاءة و زيادة الإنتاجية، تحقيق الرضا الوظيفي، و تقليل حوادث العمل، تظهر النتائج وجود استجابة لا بأس بها بعينة الدراسة، بمتوسط حسابي بلغ (3.08)، مما يعكس تنامي التوجه نحو تحسين بيئة العمل، بما فيها الظروف المادية (إضاءة، حرارة،...)، التنظيمية و الاجتماعية (الإدارة، الإشراف، الأجور، التقليل من حوادث العمل..)، إلا أن ذلك مازال غير كاف و يتطلب المزيد من الاهتمام خاصة فيما يتعلق بمراعاة الظروف الاجتماعية للعاملين.

أما فيما يخص الفقرات المتعلقة بتمويل الاستثمار في نظم المعلومات و تمويل علاقات الشراكة، فقد عرفت استجابة متوسطة و متباينة حسب طبيعة المؤسسات، حيث كانت المؤسسات الكبيرة هي الأكثر اهتماما بتمويل الاستثمار في نظم المعلومات و علاقات الشراكة مقارنة بالمؤسسات المتوسطة و الصغيرة. في حين عرفت الفقرة الخاصة بتمويل الاستثمار في البحث و التطوير أهمية متدنية ضمن أجوبة الأشخاص المستجوبين، بمتوسط حسابي (2.18)، حيث يقتصر تمويل أنشطة البحث و التطوير غالبا على المؤسسات كبيرة الحجم، و التي تتوفر على مخابر و إمكانيات مادية و بشرية معتبرة، و الناشطة بالأخص في قطاع البيتروكيماويات، الصناعة الصيدلانية، على عكس المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، و التي لا تتوفر على هذا الكم من الإمكانيات.

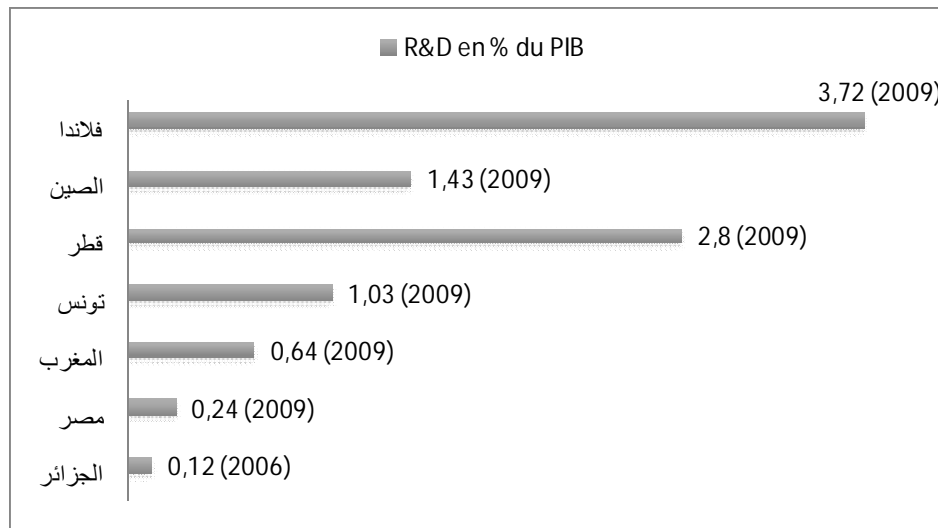
و يرجع هذا الانخفاض في الإنفاق على البحث و التطوير لعدة أسباب نذكر منها: ضعف مراكز البحوث و غياب التكامل بين الصناعة و مراكز البحث، كما أن هذه المؤسسات و التي هي مؤسسات صغيرة و متوسطة في غالبيتها، ليست مستعدة لتحمل الأعباء المالية الضخمة و الإمكانيات الكبيرة التي تتطلبها نشاطات البحث و التطوير، خاصة في ظل عدم الثقة و اليقين من العائد المترتب عن الإنفاق على البحث و التطوير، في حين تميل المؤسسات الكبيرة للاعتماد بشكل كبير على التكنولوجيا الأجنبية الجاهزة، مما يشكل بدوره كاجبا فعالا للاستثمار في أنشطة البحث و التطوير، و توطين التكنولوجيا.

و في هذا الصدد أشار (H.Kendell) إلى عدم قدرة هياكل البحث و التطوير التابعة للمؤسسات الجزائرية على تجاوز النماذج الأولية لتحقيق الأهداف، و هذا يرجع إلى عدم قدرة المؤسسات على تغيير المعدات و تنظيم أفضل لتلبية مطالب منتوجات أو عمليات جديدة. كما يرى (A.Djeflat) أن المؤسسة الجزائرية تعاني من

انخفاض القدرة على استيعاب ارتفاع نفقات البحوث و التطوير، و يعود ذلك، حسب الباحث، إلى السياسة المعتمدة من قبل الدولة، التي استثمرت بكثافة في مراكز البحث والتطوير بالجامعات و بنسبة أقل في المؤسسات (90% من الباحثين في الجامعات و 10% في المؤسسات)¹.

هذا و تشير الإحصائيات إلى أن الاستثمار في البحث و التطوير كنسبة من الناتج الداخلي الخام قد قدر بـ (0.12%) فقط في 2006، مما يفسر ضعف و محدودية نشاط الابتكار.² و يبين الشكل الموالي الإنفاق على البحث و التطوير بالجزائر كنسبة من الناتج الداخلي الخام خلال سنة 2006، بالمقارنة مع البلدان الأخرى خلال سنة 2009.

الشكل رقم 32: الإنفاق على البحث والتطوير في الجزائر بالمقارنة مع بعض البلدان الأخرى



Source : Rapport NABNI, OP.CIT, p130 (d'après UNESCO, USTPO et Banque mondiale).

كما تشير الدراسات و التقارير أن حصة الجزائر في الصادرات من المنتجات ذات التكنولوجيا العالية، تكاد تكون منعدمة (0.7%) في المتوسط خلال الفترة 2006 - 2010³، و (0.1%) خلال 2012⁴.

¹ - A.Djeflat cité par T.Mehdi, « Innovation : l'Algérie à la périphérie », 25/01/2001, <http://www.lce-algerie.com>

² - Rapport NABNI, OP.CIT, pp130-131, à partir d'UNESCO, USPTO et Banque mondiale.

³ - Facilité euro-méditerranéenne d'investissement et de partenariat (FEMIP), Mobiliser le capital humain sur l'innovation en Méditerranée, Étude réalisée par (FEMISE), 177.

www.eib.org/.../femip_study_femise_capital_humain_innovation_fr.pdf, consulté le 10-02-2015.

⁴ - The world bank, World Development Indicators 2014, data.worldbank.org/sites/default/files/wdi-2014-book.pdf, p 74.

المطلب الثاني: تأثير رأس المال المالي على العلاقة رأس المال الفكري و الميزة التنافسية

من أجل دراسة أثر رأس المال المالي على العلاقة رأس المال الفكري الميزة التنافسية بالمؤسسات المدروسة، تم اختبار الفرضية الرئيسية الرابعة: لرأس المال المالي أثر على العلاقة رأس المال الفكري - الميزة التنافسية للمؤسسات. و لقد قمنا أولاً بحساب معاملات الارتباط بين رأس المال المالي و المكونات المختلفة لرأس المال الفكري، و كانت النتائج كما يبينها الجدول الموالي:

الجدول رقم 21: معاملات ارتباط رأس المال المالي بأبعاد رأس المال الفكري

المحور		رأس المال البشري	رأس المال الهيكلي	رأس مال العلاقات	رأس المال الفكري
رأس المال	معامل الارتباط	0.670	0.541	0.793	0.719
المالي	مستوى الدلالة	0.000	0.000	0.000	0.000

المصدر: من إعداد الباحثة في ضوء مخرجات SPSS

يبين الجدول أن معاملات الارتباط لرأس المال البشري، الهيكلي و العلاقات كانت ايجابية و دالة عند مستوى دلالة (0.000)، و أن معامل ارتباط رأس المال المالي برأس مال العلاقات كان الأقوى بقيمة (0.739)، يليه رأس المال البشري بمعامل ارتباط متوسط بلغ (0.670)، ثم رأس المال الهيكلي في الأخير بمعامل ارتباط أقل بالمقارنة (0.541). و بصفة عامة تبين النتائج وجود علاقة ارتباط قوي بين رأس المال الفكري و رأس المال المالي، حيث بلغ معامل الارتباط (0.719) عند مستوى دلالة (0.000). و من ثم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.000) بين رأس المال الفكري و رأس المال المالي.

و من اجل اختبار تأثير رأس المال المالي على العلاقة رأس المال الفكري الميزة التنافسية للمؤسسات، قمنا باستخدام تحليل الانحدار المتعدد، و كانت النتائج كما يلي:

جدول رقم 22: انحدار رأس المال المالي على الميزة التنافسية للمؤسسات

الإحصاءات	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجات الحرية	قيمة (F) المحسوبة	مستوى الدلالة
الانحدار	2,913	0,485	6	6.597	0,000 ^a
البواقي	5,298	0,074	72	-	-
المجموع	8,211	-	78	-	-
معامل التحديد (R ²)	0.355	معامل الارتباط (R)	0,596 ^a		

المصدر: من إعداد الباحثة في ضوء مخرجات SPSS

تؤكد النتائج المبينة في الجدول أعلاه و جود تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.000) أقل من (0.05) لرأس المال المالي على الميزة التنافسية للمؤسسات، حيث بلغ معامل الارتباط (0.596)، و بلغت قيمة (F) المحسوبة (6.597) و هي أكبر من قيمة (F) الجدولية، كما أن معامل التحديد قد بلغ (R²=0.355)، وهذا يعني أن ما قيمته (35.5) من التغير في الميزة التنافسية للمؤسسات ناتج عن التغير في رأس المال المالي. ومنه قبول الفرضية الرئيسية الرابعة، التي تنص على أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لرأس المال المالي على العلاقة رأس المال الفكري و الميزة التنافسية للمؤسسات. و للتعرف أكثر على مدى تأثير كل فقرة من فقرات رأس المال المالي، على الميزة التنافسية للمؤسسات المستجوبة، يدرج الجدول أدناه إحصائيات و معاملات نموذج الانحدار، و التي تشير إلى كل من معامل الانحدار B، قيمة T و مستوى الدلالة لكل المتغيرات المستقلة:

جدول رقم 23: إحصاءات و معاملات نموذج انحدار رأس المال المالي على الميزة التنافسية

المتغير	B	Beta	قيمة (T)	sig
الثابت (Constant)	2.467	-	7,107	0,000
تمويل الاستثمار في التعليم و التدريب	0,126	0,239	2,242	0,028
تمويل تحسين ظروف العمل	0,002	0,005	0,053	0,958
تمويل الاستثمار في نظم المعلومات	0,052	0,116	1,132	0,261
تمويل الاستثمار في البحث و التطوير	0,012	0,031	0,319	0,751
تمويل الاستثمار في التسويق	0,199	0,543	4,926	0,000
تمويل علاقات الشراكة	-0,045	-0,096	-0,876	0,384

المصدر: من إعداد الباحثة في ضوء مخرجات SPSS

يتبين من خلال نتائج الجدول أن معاملات الانحدار، لكل من الفقرات المتعلقة بتمويل الاستثمار في التسويق، تمويل الاستثمار في التعليم و التدريب، كانت دالة و ايجابية (0.199) و (0.126) عند مستوى دلالة (0.000)، (0.028)، و هو أقل من مستوى الدلالة المعتمد (0.05). كما أن قيمة T المحسوبة لكل متغير كانت على التوالي (4.926) و (2.242)، و هي أكبر من قيمة T الجدولية، و التي تقدر ب (1.656). بينما كانت معاملات الانحدار، لكل من الفقرات المتعلقة بالاستثمار في تحسين ظروف العمل، تمويل الاستثمار في البحث و التطوير، تمويل علاقات الشراكة، و كذا الاستثمار في نظم المعلومات، غير معنوية عند مستوى دلالة (0.958)، (0.751)، (0.384) و (0.261)، و هو أكبر من مستوى الدلالة المعتمد (0.05). كما أن قيمة T المحسوبة لكل متغير كانت أقل من قيمة T الجدولية .

و يتضح من خلال نتائج نموذج الانحدار أن الاستثمار في التسويق، و الاستثمار في التعليم و التدريب، يؤثر على الميزة التنافسية لهذه المؤسسات، بينما لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لكل من الاستثمار في تحسين ظروف العمل، تمويل الاستثمار في البحث و التطوير، تمويل علاقات الشراكة، و كذا الاستثمار في نظم المعلومات، على ميزتها التنافسية.

و نظرا لأهمية رأس المال المالي من خلال تأثيره على العلاقة بين رأس المال الفكري و الميزة التنافسية للمؤسسات، قمنا بإجراء التحليل العاملي لهذا المكون، و يظهر الجدول الموالي نتائج التحليل العاملي للمركب الرئيسي (Analyse en composante principale ACP)، و الذي يستند على مصفوفة ارتباط المتغيرات لآتها تسمح بقياس العلاقة بين المتغيرات الفئوية (catégoriques). و قبل المرور إلى التحليل العاملي أجرينا اختبار Bartlett، و الذي تشير نتائجه إلى أن العناصر مرتبطة بما يكفي حتى نستطيع تحليلها إلى عوامل $\chi^2 =$ (259.665, Sig = .000). كما أجرينا اختبار ثنائي يتمثل في اختبار (*KMO (Kaiser – Meyer – Olhin) و الذي تؤكد نتيجته (KMO= 0.679) وجود عوامل كامنة تربط العناصر فيما بينها.

(*) - عندما تقرب القيمة من 1 فهذا يشير إلى أن العوامل الكامنة تفسر جميع الارتباطات بين العناصر.

جدول رقم 24: تدوير مصفوفة المركبات

المركبات		
البيئة الخارجية	البيئة الداخلية	
0,016	0,709	-تمويل الاستثمار في التعليم و التدريب
-0,020	0,937	-تمويل تحسين ظروف العمل
-0,100	0,880	- تمويل الاستثمار في نظم المعلومات
0,114	0,897	- تمويل الاستثمار في البحث و التطوير
0,893	-0,069	- تمويل الاستثمار في التسويق
0,902	0,076	- تمويل علاقات الشراكة

*Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

المصدر: من إعداد الباحثة في ضوء مخرجات SPSS

و يظهر الجدول أن هذه العوامل يمكن تقسيمها إلى عنصرين، حيث يشمل العنصر الأول المتغيرات ذات الصلة بالإنفاق على تحسين البيئة الداخلية للمؤسسة (التعليم و التدريب، تحسين ظروف العمل، البحث والتطوير، نظم المعلومات)، أما العنصر الثاني فيرتبط ببناء علاقات مع البيئة الخارجية (التسويق، علاقات الشراكة). و منه يمكننا القول أن رأس المال المالي يتحدد بحجم الإنفاق الموجه لتنمية العنصر البشري و تفعيل مختلف العمليات والأنشطة الهادفة إلى تطوير إنتاجية العمل و تحسين الأداء، هذا بالإضافة إلى الإنفاق المخصص لتقوية مختلف العلاقات بالمحيط الخارجي من شركاء، ممولين، منافسين، الزبائن بصفة خاصة... وغيرها من العلاقات التي تؤثر بدورها على مستوى تقدم المؤسسة. و لهذا فضلنا أن نربط العنصر الأول بالبيئة الداخلية و العنصر الثاني بالبيئة الخارجية.

المطلب الثالث: تأثير طبيعة المؤسسة على الاستثمار في رأس المال الفكري

بهدف اختبار الفرضية الرئيسية الخامسة "هناك تأثير لطبيعة المؤسسة على مستوى الاستثمار في " رأس المال الفكري"، سنقوم بدراسة بعض العوامل، التي من المرجح أن يكون لها تأثير على مدى اهتمام المؤسسات بالاستثمار في رأس المال الفكري، و التي يمكن تحديدها في: قطاع نشاط المؤسسة، حجم المؤسسة، و أخيرا طبيعة الأسواق. و بذلك فقد تم تقسيم هذه الفرضية إلى ثلاث فرضيات فرعية، كما يلي:

- هناك تأثير لقطاع نشاط المؤسسة على مستوى الاستثمار في رأس المال الفكري.
- هناك تأثير لحجم المؤسسة على مستوى الاستثمار في رأس المال الفكري.
- هناك تأثير لطبيعة الأسواق على مستوى الاستثمار في رأس المال الفكري.

و قبل البدء في تطبيق تحليل الانحدار، قامت الباحثة بإجراء بعض الاختبارات، وذلك من اجل ضمان ملائمة البيانات لافتراضات تحليل الانحدار، حيث تم التأكد من عدم وجود ارتباط عال بين أبعاد المتغير المستقل (Multicollinearity)، باستخدام اختبار معامل تضخم التباين (Variance inflation Factor) (VIF) واختبار التباين المسموح (Tolérance) لكل متغير من متغيرات الدراسة^(*)، و الجدول الموالي يبين نتائج هذه الاختبارات.

جدول رقم 25: اختبار معامل تضخم التباين والتباين المسموح

المتغيرات المستقلة	معامل تضخم التباين	التباين المسموح
الحجم	1,521	0,657
القطاع	1,476	0,677
طبيعة الأسواق	1,271	0,787

المصدر: من إعداد الباحثة في ضوء مخرجات SPSS

نلاحظ من خلال الجدول أن قيم اختبار معامل تضخم التباين لجميع المتغيرات تتراوح ما بين (1.271 و 1.521)، أي أنها تقل عن 10، كما أن قيم اختبار التباين المسموح تراوحت ما بين (0.657 و 0.787)، وهي أكبر من 0.05، و يعد هذا مؤشرا على عدم وجود ارتباط عال بين المتغيرات المستقلة. و من أجل اختبار الفرضية الرئيسية الخامسة، تم استخدام تحليل الانحدار المتعدد (Multiple Regression)، و قد جاءت نتائج هذا التحليل كما يلي:

(*) - مع مراعاة عدم تجاوز معامل تضخم التباين (VIF) للقيمة (10) وقيمة اختبار التباين المسموح (Tolerance) أكبر من (0.05)، كما تحققنا من قبل أن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي (Normal distribution).

جدول رقم 26: انحدار طبيعة المؤسسة على الاستثمار في رأس المال الفكري

الإحصاءات	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجات الحرية	قيمة (F) المحسوبة	مستوى الدلالة
الانحدار	3,927	1,309	3	23,168	0.000
البواقي	4,237	0,056	75		
المجموع	8,164		78		
معامل التحديد (R^2)		0,481		معامل الارتباط (R)	0,694

المصدر: من إعداد الباحثة في ضوء مخرجات SPSS

نلاحظ أن قيمة F المحسوبة بلغت 23.168، و هي أكبر من قيمتها الجدولية البالغة (2.73) عند درجات حرية (3، 75)، و أن مستوى الدلالة (0.000) أقل من مستوى الدلالة المعتمد (0.05). كما تشير النتائج إلى وجود ارتباط متوسط ما بين المتغيرين، حيث بلغ معامل الارتباط ($R=0.694$)، أما معامل التحديد للنموذج (R^2) فقد بلغ (0.481)، مما يشير إلى أن عوامل المتغير المستقل (طبيعة المؤسسة) تفسر ما مقداره 48.1% من المتغير التابع (مستوى الاستثمار برأس المال الفكري)، و من ثم قبول الفرضية الرئيسية الخامسة، أي أن هناك علاقة بين طبيعة المؤسسة و مستوى الاهتمام برأس المال الفكري.

و للتعرف أكثر على مدى تأثير كل من القطاع، الحجم و طبيعة الأسواق على مستوى الاستثمار في رأس المال الفكري في المؤسسات المستجوبة، يدرج الجدول أدناه نتائج نموذج الانحدار، و التي تشير إلى كل من معامل الانحدار B، قيمة T و مستوى الدلالة لكل المتغيرات المستقلة:

جدول رقم 27: إحصاءات و معاملات انحدار طبيعة المؤسسة على الاستثمار في رأس المال الفكري

المتغير	B	Beta	قيمة (T)	مستوى الدلالة
الثابت (Constant)	3,073	-	12,250	0,000
القطاع	0,010	0,044	0,425	0,672
الحجم	0,374	0,658	6,508	0,000
طبيعة الأسواق	-0,092	-0,128	-1,367	0,176

المصدر: من إعداد الباحثة في ضوء مخرجات SPSS

تظهر نتائج الجدول أن حجم المؤسسة يؤثر على مستوى الاستثمار في رأس المال الفكري، حيث بلغت قيمة (T) المحسوبة (6.508) و هي أكبر من قيمة (T) الجدولية و البالغة (1.665)، إضافة إلى وجود علاقة دالة وإيجابية حيث بلغ معامل الانحدار ($\beta = 0.374$) و مستوى الدلالة (Sig=0.000) أقل من 0.05، مما يستوجب قبول الفرضية الفرعية الثانية، أي أن هناك تأثير لحجم المؤسسة على مستوى الاستثمار في رأس المال الفكري، و لعل ذلك يرجع إلى أن المؤسسات الكبيرة تتوفر على الإمكانيات اللازمة من حيث الموارد المالية، المادية و البشرية التي تأهلها لتمويل الاستثمار في رأس المال الفكري و مواجهة المنافسة أكثر من المؤسسات الصغيرة.

في حين تظهر النتائج عدم وجود أثر ذو دلالة إحصائية لمتغير القطاع على الاستثمار في رأس المال الفكري، لأن مستوى الدلالة (0.672) أكبر من 0.05، و بالتالي نرفض الفرضية الفرعية الأولى، أي ليس هناك تأثير لقطاع نشاط المؤسسة على الاستثمار في رأس المال الفكري، فرغم أن هناك قطاعات قد تكون أكثر منافسة من البعض الآخر، و تتطلب آليات أكثر صلابة في تحقيق و استدامة تنافسياتها، كما هو الحال بالنسبة لرأس المال الفكري، إلا أن نتائج الدراسة توضح بأن عامل القطاع لا يمثل عاملاً محددًا للاستثمار في رأس المال الفكري بهذه العينة من المؤسسات.

كما تشير نتائج تحليل الانحدار المتعدد إلى عدم وجود أثر ذو دلالة إحصائية لطبيعة الأسواق على الاستثمار في رأس المال الفكري، لأن مستوى الدلالة (0.176) أكبر من 0.05، فرغم أنه كلما زادت درجة انتشار المؤسسة في السوق (محلي، وطني، عالمي)، كلما احتاجت إلى زيادة الاستثمار في رأس المال الفكري، بغرض مواجهة تزايد حدة المنافسة، إلا أن نتائج الدراسة تظهر عكس ذلك، و منه رفض الفرضية الفرعية الثالثة، أي ليس هناك أثر لطبيعة الأسواق على الاستثمار برأس المال الفكري.

خلاصة الفصل

لقد قمنا في هذا الفصل باختبار فرضيات الدراسة، و ذلك من خلال استخدام جملة من الأساليب الإحصائية المختلفة، التي طبقت على البيانات التي تم جمعها من 79 مؤسسة صناعية جزائرية، مما ساعدنا على استخلاص و تحليل النتائج المتعلقة بمستوى و مكانة رأس المال الفكري بالمؤسسات المستجوبة، و تحليل طبيعة العلاقة القائمة بين المكونات المختلفة لرأس المال الفكري، و كذا اختبار علاقة رأس المال الفكري بأبعاده الأساسية الثلاث (رأس المال البشري، الهيكلي و العلاقات) بالميزة التنافسية لهذه المؤسسات. هذا بالإضافة إلى تحديد مدى استثمار المؤسسات قيد الدراسة في اللاملموسات، من خلال اختبار تأثير رأس المال المالي على العلاقة رأس المال الفكري و الميزة التنافسية.

و لقد ساعدنا اختبار فرضيات الدراسة بالتوصل إلى مجموعة من النتائج، أهمها وجود توفر نسبي لمتطلبات رأس المال الفكري بالمؤسسات، مع وجود تفاوت من حيث درجة أهمية كل مكون، حيث جاء رأس مال العلاقات في المرتبة الأولى، متبوعا برأس المال البشري، ثم رأس المال الهيكلي في المرتبة الأخيرة. كما تبين النتائج وجود ارتباط متوسط بين المكونات الأساسية لرأس المال الفكري، و أن متغيرات الدراسة المستقلة الخاصة برأس المال الفكري (رأس المال البشري و العلاقات) لها دور معنوي في التأثير على المتغير التابع (الميزة التنافسية) للمؤسسات، في حين لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لرأس المال الهيكلي على ميزتها التنافسية.

و هذا ما يستدعي زيادة بذل المزيد من الجهد و الدعم للاستثمار في تنمية و تطوير رأس المال الفكري بمختلف أبعاده، لاسيما بالمؤسسات الصغيرة منها التي تفتقر إلى الإمكانيات اللازمة، من أجل تعظيم الاستفادة منه في تحسين ميزتها التنافسية بشكل أكبر.

الخاتمة العامة

الخاتمة العامة

لقد أضحى من المتعارف عليه أن التنمية الاقتصادية و الاجتماعية لا بد أن ترصد جميع القدرات البشرية، وكل المعارف المتوفرة لكي تكون هذه التنمية مستدامة، و أصبح يعترف للرصيد البشري، أكثر فأكثر، بأنه بمثابة العنصر المركزي في تحقيق تنمية و رفاهية المجتمعات. و يعد هذا الاعتراف بفوائده المعرفة حديث العهد و إن كانت تشكل منذ قديم الزمان عنصرا من عناصر استحداث القيمة المضافة، حيث لا يمكن إغفال أن المعارف هي التي كانت العامل الحاسم و المحرك لجميع ما طرأ من رقي و تقدم في مجال الزراعة، الصناعة و الخدمات، فما فتى الابتكار الذي رصد له قدر هائل من المعارف يزداد كثافة في هذه القطاعات الثلاثة. و رغم الدور القديم للمعرفة، إلا أن الشيء الذي تغير، مع الزمن، هو تطور سبل تحصيل هذه المعرفة، نقلها و نشرها، و كذا تسميتها و رسمتها، بالإضافة إلى الشكل المكثف لتلف هذه المعارف و ضرورة تحيينها باستمرار.

و لقد تعززت المعرفة بفضل العولمة و المنافسة و تقدم تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات، مما جسدت التحول، شيء فشيء، إلى اقتصاد المعرفة، و الذي يتميز بتزايد حصة الاستثمارات في اللاماديات و خصوصا في شكل نفقات في التربية و التعليم، و البحث و التطوير، و تسارع وتيرة الابتكار التكنولوجي و التنظيمي على حد سواء، مما جعل من المعرفة و المعلومات يمثلان اليوم المصادر الرئيسية للإنتاجية و النمو و التنافسية، حتى و إن ظلا يقومان بهذا الدور على درجات متفاوتة في الماضي. و في ظل هذا الاعتراف المتزايد و الاهتمام المكثف بالمعارف على المستوى العالمي، باعتبارها عنصرا جوهريا في التنمية الاقتصادية، لازلت الدول العربية، و من بينها الجزائر، تتجاهل قيمتها، مما جعلها تسجل تأخرا كبيرا في هذا المجال.

و بنظر إلى أداءات الاقتصاد الجزائري، لا تزال المقدرات و الإمكانيات الهامة التي تسخر بها الجزائر دون تسمين و استغلال كامل، فبعد عقود من الممارسات التنموية، مازالت حدود المقاربات التي قامت على تصدير موارد المحروقات دون غيرها لدفع القطاعات الأخرى، واضحة تماما نذكر منها على الخصوص العجز الهام في مناصب العمل، الذي لم يستطع نظام النمو الراهن امتصاصه، سوء تقدير الكفاءات البشرية بدليل الأعداد الهائلة من البطالين ذوي الشهادات، و نزيف الأدمغة، و التي كان بإمكانها أن تشكل قاعدة جديدة لامتيازات نسبية هامة، ضعف الإنتاجية العامة لعوامل المنظومة الإنتاجية الجزائرية، و العجز في جذب الاستثمارات الخارجية و ترقية الاستثمار الوطني الخاص، و كذا مشكلات البيئة المتعددة، هي مؤشرات كافية للبحث عن مقاربات جديدة و نظام نمو جديد.

و على الصعيد الخارجي، هناك التحولات التي طرأت على نظام المنافسة الذي أصبح يقوم، على الابتكار والتحكم في المعرفة، و الانفتاح الذي فرضته اتفاقيات الشراكة و مناطق التبادل الحر مع الاتحاد الأوروبي، كفضاء يندرج إلى حد كبير ضمن منطق العمل الذي أملتته متطلبات الاقتصاد المعرفي، و الانضمام المقبل للجزائر إلى المنظمة العالمية للتجارة، الذي يستدعي حشد كميات من المعارف تضاهي ما يوجد على الأقل في البلدان المنافسة.

و يجب أن يتحسد نجاح تطبيق اقتصاد المعرفة في اندماجه، ليس فقط ضمن رؤى شمولية على مستوى التراب الوطني أو كل قطاع على حدى، و إنما أيضا على مستوى المؤسسة، فقد أصبح من البديهي بأن قدرة المؤسسة على المنافسة، بل على البقاء، إنما تتوقف أكثر فأكثر على قدرتها على الابتكار، و بالتالي على قدرتها على التحكم في المعرفة و دمج هذا المنشط اللامادي الجديد ضمن كافة عملياتها و أنشطتها. و يشمل هذا المنشط الجديد: المعرفة، البحث و التطوير، براءات الاختراع التي تتوفر لديها، و المهارات و الكفاءات من اليد العاملة و مختلف أنواع التجارب، و المعارف الضمنية المتراكمة. و من أجل تسيير هذا المنشط الجديد هناك وظيفة جديدة تبدو ضرورية، تتمثل في تسيير المعرفة، و التي تتولى إعادة تأهيل و تسيير مسار تحديد المعارف، و تقنينها، و تبادلها، و تعتبر الشراكة بين المؤسسات و الجامعة في شكلها الجديد مفتاح النجاح.

و أمام إجماع مختلف الأدبيات الاقتصادية و الاجتماعية التي تناولت موضوع رأس المال الفكري على أهميته في تحقيق و استدامة الميزة التنافسية للمؤسسات و الاقتصاديات، هدفت هذه الدراسة للكشف عن الواقع الفعلي لرأس المال الفكري و مستوى أهميته بالمؤسسات الصناعية الجزائرية، و كذا تحديد حجم العلاقة بين رأس المال الفكري بأبعاده الأساسية الثلاث (البشري، الهيكلي و العلاقات) و الميزة التنافسية لهذه المؤسسات، خاصة في ظل تزايد الاهتمام العالمي به، مما يستدعي ضرورة استغلاله بمختلف أبعاده لمسايرة التحديات الاقتصادية الجديدة.

أولا: ملخص لطريقة العمل

من أجل تحقيق أهداف الدراسة، تم تقسيم هذا البحث إلى جانبين الأول نظري، يتناول توضيح المفاهيم الأساسية المتعلقة بالمعرفة، كرسيد جديد غير مادي، و باقتصاد المعرفة مع ضبط مستوى تقدمه بالجزائر، و بما أن رأس المال الفكري يعتبر الركيزة الأساسية التي يقوم عليها الاقتصاد المعرفي، فقد تم التطرق لبحث مفهومه، مكوناته الأساسية و مكانته في ظل الاقتصاد الجديد، مع التركيز على أهمية هذا الأخير في خلق ميزة تنافسية

مستدامة للمؤسسات الاقتصادية، و لقد تم ذلك من خلال الاعتماد على الدراسات و الأدبيات المختلفة (النظرية منها و التطبيقية) التي تناولت رأس المال الفكري و الميزة التنافسية.

أما الجزء الثاني فتطبيقي يتمحور حول دراسة تأثير رأس المال الفكري، بأبعاده المختلفة، على الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية، من خلال دراسة ميدانية على عينة من المؤسسات الصناعية الجزائرية، لمعرفة مدى اعتماد هذه الأخيرة على الاستثمار في رأس المال الفكري من أجل تحقيق تميزها و الحفاظ على حصتها السوقية. وللحصول على البيانات الأولية، تم الاعتماد على استبيان، الذي تم توزيعه على المؤسسات الناشطة في القطاع الصناعي بالجزائر العاصمة، و شملت عينة الدراسة 79 مؤسسة (عمومية و خاصة) من بين مجموع المؤسسات التي قمنا بالتواصل معها (مباشرة و الكترونيا) و التي بلغ عددها 120 مؤسسة. و للإجابة على تساؤلات الدراسة واختبار صحة الفرضيات تم استخدام (تحليل الانحدار المتعدد)، بالاعتماد على برنامج (SPSS).

ثانيا - إسهامات الدراسة

سوف نعرض فيما يلي أهم الإسهامات المتعلقة بدراستنا و التي تمس الجانب النظري و التطبيقي و المنهجي:

1 - الإسهامات النظرية

تندرج هذه الدراسة ضمن مجال بحث حديث نسبيا، لا يزال بعد يفتقر إلى المراجع و الدراسات الكافية، حيث جاء هذا العمل كمحاولة للبحث و التعمق و استكشاف المفاهيم المختلفة التي وردت في الأدبيات السابقة، والتي تناولت رأس المال الفكري و الميزة التنافسية، لاستنتاج العلاقات و التفاعلات القائمة فيما بينها، و من ثم إثراء البحث العلمي و زيادة الرصيد المعرفي لمجموع الدراسات أو البحوث التي تناولت هذا الموضوع. كما يتصف نموذجنا النظري بطابع تكاملي و تفسيري للديناميكية رأس المال الفكري، و أثر ذلك على الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية، ففي حين تناولت غالبية الدراسات مفهوم رأس المال الفكري بطريقة ساكنة، إلا أن نموذج دراستنا يبين مختلف التفاعلات القائمة بين مكونات رأس المال الفكري.

و بذلك يزود الجانب النظري مختلف المهتمين و الباحثين في هذا المجال بالإطار النظري و المفاهيمي، الذي يسمح لهم بالإحاطة بأهم التحديات التي تواجهها المنظمات في المحيط الاقتصادي العالمي المعاصر، و منه لفت مدراء المؤسسات و كافة الفاعلين بأهمية هذا الموضوع في بيئة الأعمال الراهنة، من أجل التفاعل مع ما يحدث في هذه البيئة من تطورات متسارعة، و اتخاذ التدابير اللازمة و الكفيلة بالتحول من مفهوم المؤسسة التقليدية إلى

المؤسسة المعاصرة في إطار اقتصاد المعرفة، حيث تحولت المنظمات نتيجة التراكم المعرفي إلى منظمات متعلمة، ومنه ضرورة تغيير الأساليب التقليدية و استحداث أساليب جديدة تقوم على الاهتمام و تنمية العنصر البشري الذي يعد أساس كل تقدم بالمؤسسة، و فتح آفاق جديدة تسعى للتجديد والابتكار، و تبني استراتيجية تشجع علي خلق المعارف الجديدة و تقاسمها في إطار التعاون و العمل الجماعي.

2- الإسهامات المنهجية و التطبيقية

إن أغلب الدراسات التي تناولت موضوع رأس المال الفكري، و إن كانت قليلة جدا على المستوى المحلي، كانت سواء ذات طبيعة نظرية، أو تطبيقية باستخدام طرق نوعية في البحث أو حوصلة لمختلف تقارير متابعة اللاملموسات في الشركات، ومنه غياب الدراسات الميدانية محليا، التي اهتمت بالعلاقة بين رأس المال الفكري والميزة التنافسية بالمؤسسات الجزائرية، و في قطاع الصناعة تحديدا. وبذلك تعتبر هذه الدراسة و لا ربما الأولى من نوعها، حيث تتميز بطابعها الكمي، اعتمدنا فيها على أداة الاستبيان، الذي تضمن عدة متغيرات قياس قمنا نحن بإعدادها اعتمادا على الأدبيات المختلفة، ثم اختبار هذه المقاييس على عينة من المؤسسات الصناعية الجزائرية، باستخدام أساليب متعددة في المعالجة الإحصائية.

و لقد سمح لنا هذا المسح بتحليل مستوى رأس المال الفكري و تحديد جوانب القصور في أنظمة تسيير المعارف بهذه المؤسسات، حيث تعكس النتائج حاجة المؤسسات لدعم الابتكار و تنمية القدرات البشرية، بهدف خلق القيمة و تعزيز تنافسيتها. و بالتالي يمكن أن يسهم الجانب التطبيقي لبحثنا في التحسيس و نشر الوعي عن واقع و مستوى رأس المال الفكري بعينة من مؤسستنا، مما قد يدفع لبذل المزيد من الجهد و رسم خطط أكثر انفتاحا لتسهيل الانتقال إلى اقتصاد المعرفة. و يمكن أن تعزز هذه الدراسة من كفاءة المؤسسات في إطار عصر التكنولوجيا والمعرفة، التي تنعكس بشكل ايجابي على القطاع الاقتصادي، من خلال فتح آفاق جديدة تسعى للتجديد والابتكار، وتقديم سلع جديدة بأساليب متطورة، وتحسين مستوى الخدمات و الأنشطة التنظيمية، في سبيل تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

ثالثا - نتائج اختبار الفرضيات

بعد اختبار فرضيات الدراسة، تم التوصل إلى النتائج التالية:

- **الفرضية الرئيسية الأولى:** بعد اختبار الفرضية الرئيسية الأولى، تم التوصل إلى توفر متطلبات رأس المال الفكري بالمؤسسات المستجوبة، مما يؤكد تصاعد الاهتمام و الوعي بأهمية هذا المورد التنافسي الجديد، إلا أن هناك نوع من التباين من حيث الأهمية التي يحتلها كل مكون لرأس المال الفكري ضمن أجوبة المستجوبين، حيث تظهر النتائج أهمية محور رأس المال العلاقات ضمن أجوبة المبحوثين، متبوعا برأس المال البشري، ثم رأس المال الهيكلي في الأخير بمعدل ضعيف نسبيا.

- **الفرضية الرئيسية الثانية:** يظهر اختبار العلاقة و الأثر بين المكونات المختلفة لرأس المال الفكري، وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مكوناته، أي رأس المال البشري، الهيكلي و العلاقات، حيث كانت معاملات الارتباط بين مكوناته متوسطة، و من ثم نستنتج أن هناك علاقة تكامل و تفاعل بين المكونات الأساسية لرأس المال الفكري.

- **الفرضية الرئيسية الثالثة:** يشير اختبار الفرضية الرئيسية الثالثة إلى وجود تأثير ذو دلالة إحصائية لرأس المال الفكري على الميزة التنافسية للمؤسسات المدروسة، بحيث يوجد تأثير لكل من رأس المال البشري و رأس مال العلاقات على ميزتها التنافسية، في حين لا يوجد تأثير لرأس المال الهيكلي على ميزتها التنافسية.

- **الفرضية الرئيسية الرابعة:** يشير اختبار الفرضية الرئيسية الرابعة إلى وجود تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.000) أقل من (0.05) لرأس المال المالي على العلاقة رأس المال الفكري و الميزة التنافسية للمؤسسات قيد الدراسة.

- **الفرضية الرئيسية الخامسة:** يظهر اختبار الفرضية الرئيسية الخامسة المتعلقة بوجود تأثير ذو دلالة إحصائية لطبيعة المؤسسة، (من حيث الحجم، قطاع النشاط، و مستوى الانتشار في السوق)، على مستوى الاستثمار في رأس المال الفكري، حيث تبين النتائج أن هناك تأثير لحجم المؤسسة على مستوى الاستثمار في رأس المال الفكري، أي أنه كلما زاد حجم المؤسسة، كلما زادت الأهمية التي توليها المؤسسة لرأس المال الفكري. في حين تم التوصل إلى عدم وجود تأثير ذو دلالة لقطاع نشاط المؤسسة و طبيعة الأسواق على مستوى الاستثمار في رأس المال الفكري.

رابعاً - استنتاجات الدراسة

بناء على ما تقدمنا به في الجزء النظري للدراسة، و بعد مناقشة و تحليل بيانات و متغيرات الدراسة الميدانية،

تمكنا من استخلاص النتائج التالية:

- إن اقتصاد المعرفة الذي يقصد به الطاقة و القدرة على استحداث و استعمال المعارف في إنتاج السلع والخدمات، و القدرة على التحكم في التكنولوجيا و في الإبداع، أصبح العامل الجوهري في التنمية و ضمان الرقي و العصرية، وذلك خصوصا منذ الثورة العلمية و التقنية التي حدثت في القرن الماضي، حيث أصبحت المعرفة و المعلومات هي المصدر الأساسي للإنتاجية و النمو و التنافسية.
- يحتل رأس المال الفكري مكانة هامة في ظل الاقتصاد الجديد، حيث أصبح موردا استراتيجيا للمؤسسات التي تمتلكه، فإستثمار المقدرة العقلية، و النظم و المعرفة الجماعية و ولاء الزبائن..، و غيرها من أشكال المعرفة والعمل على تسييرها بشكل فعال بتحويلها إلى تطبيقات تحقق الأداء العالي و من ثم تحقيق التفوق التنافسي.
- بعد عرض لأهم تقسيمات و تصنيفات رأس المال الفكري الواردة في الأدبيات السابقة، تراء لنا أن التقسيم الأكثر شيوعا و تداولا بينها يتمثل في: رأس المال البشري، الهيكلي و العلاقات، إذ لا تعمل هذه المكونات بشكل مستقل عن بعضها و إنما بشكل متكامل، حيث يعد رأس المال البشري المكون الأبرز باعتباره مصدر الإبداع و الابتكار، في حين يمثل رأس المال الهيكلي البنية التحتية المساندة والداعمة له، و أخيرا فإن المحصلة النهائية توجه لإشباع رغبات و حاجات الزبائن الذين يمثلون أحد أهم أبعاد رأس المال العلاقات.
- تبين لنا هذه الدراسة أن مكانة الجزائر تسجل تأخرا حقيقيا من حيث المؤشرات المختلفة للمعرفة، حتى و إن استطاعت خلال السنوات الأخيرة أن تسجل بعض التحسينات في هذا المجال، مما يتطلب ضرورة صياغة رؤية شاملة تراعى فيها كل الوظائف، مثل: توفير بنية تحتية لتكنولوجيا المعلومات و الاتصالات، بروز مجتمع متعلم و مبدع، توفير بيئة صالحة للابتكار و البحث و التطوير، محيط اقتصادي و مؤسسي ملائم لروح المبادرة والعصرية، إلى جانب وضع تنظيمات ملائمة و مؤسسات قادرة على استيعاب المعارف.
- لا يزال مفهوم رأس المال الفكري بمنظوره الشامل غامضا و غير متداول في الوسط المؤسسي الوطني، فرغم أن هناك توفر نسبي لبعض متطلبات رأس المال الفكري، ما من شأنه أن يؤثر على الاستفادة من هذا الأخير في خلق مزايا تنافسية، خاصة و أن تنافسية المؤسسات الجزائرية لا تزال دون المستوى، و بالأخص على المستوى العالمي، إلا أن الواقع يشير إلى غياب سياسة تنظيمية واضحة لبناء، تطويره و تعظيم الاستفادة منه

بمذه المؤسسات، الأمر الذي يستدعي زيادة بذل المزيد من الجهد و الدعم للاستثمار في تنمية و تطوير رأس المال الفكري بمختلف أبعاده، لاسيما بالمؤسسات الصغيرة و المتوسطة منها، التي تفتقر إلى الإمكانيات اللازمة.

رغم أن أهمية رأس المال الفكري، ككل، بالمؤسسات كانت متوسطة، إلا أن هناك نوع من التفاوت والاختلاف من حيث درجة أهمية كل مكون لرأس المال الفكري، حيث احتل رأس مال العلاقات الأهمية الأكبر، متبوعاً برأس المال البشري ليأتي في الأخير رأس المال الهيكلي. كما أنه، و من جهة، أخرى تبين وجود اختلاف وتباين أيضاً من حيث أهمية المتغيرات الخاصة بكل عنصر من عناصر رأس المال الفكري.

احتل رأس مال العلاقات الحيز الأكبر ضمن أجوبة المبحوثين، مما يؤكد قناعة و وعي المؤسسات بأهمية العلاقات الخارجية، سواء تعلق بالزبائن أو بقية الأطراف (الممولون، الشركاء..) في تحقيق استمراريته و تميزها و الحفاظ على مكانتها السوقية، إلا أن المزيد من الاهتمام لا يزال منتظراً فيما يتعلق بدعم خدمات ما بعد البيع، برامج الترويج و تحفيز العملاء نحو التعامل مع منتجاتها، المواقع الالكترونية، و كذا محور التحالفات الإستراتيجية.

فيما يتعلق برأس المال البشري، فرغم أن هناك توجه عام بغالبية هذه المؤسسات للاهتمام باستقطاب و توظيف الموارد البشرية ذات الشهادات، الخبرة و الكفاءة في شغل مختلف المناصب الإدارية، إلا أن غياب إستراتيجية فعالة لإدارة المعرفة و ضعف الاهتمام بالموظفين، و الذي يعتبر المحدد الأساسي لتحسين أداءهم و تعظيم الاستفادة منهم، جعل من عنصر الابتكار بالمؤسسات دون المستوى المطلوب، الأمر الذي يتطلب المزيد من الاهتمام، خاصة فيما يتعلق بالرضا الوظيفي، و تشجيع فرق العمل و روح الإبداع و الابتكار.

هناك تراجع في توفر متطلبات رأس المال الهيكلي بالمؤسسات، و يعود هذا التراجع لعدة عوامل من بينها: ضعف التحكم في التكنولوجيات الحديثة، انخفاض الاستثمار في البحث و التطوير، غياب ثقافة تنظيمية داخلية للتشجيع و التحفيز على الإبداع و الابتكار، و كذا غياب الوعي بأهمية العمل الجماعي و تبادل الأفكار و الحرص على احتكار المعلومة.

لا تزال الإدارة العليا بأغلب المؤسسات المشكلة لمجتمع البحث تميل للقيام بالأعمال بطريقة الروتينية المعتادة ولا تبذل الجهود المطلوبة للتشجيع على الابتكار، و هذا ما قد يفسر بغياب إستراتيجية محكمة تتولى إدارة المعرفة المتاحة من خلال اكتشاف المعارف، استخراجها، تقاسمها و تبادلها بين العاملين، من أجل استخدامها و تعظيم الاستفادة منها في تطوير الأنشطة المختلفة، مما يؤدي إلى خلق القيمة و تطوير تنافسية المنتجات.

- إن انتهاج إستراتيجية جديدة لإنعاش الصناعة الوطنية و تحقيق نمو صناعي مبني على أساس كفاءات وخبرات مواردها البشرية أصبح أمرا حتميا في ظل مستجدات النظام الاقتصادي العالمي الجديد، لكي يستطيع هذا القطاع القيام بدوره في المشاركة مع القطاعات الأخرى، في قيادة مسيرة التنمية الاقتصادية في الجزائر في المستقبل المنظور.

خامسا - التوصيات و الاقتراحات

انطلاقا من النتائج التي تم التوصل إليها من خلال هذه الدراسة، نتقدم فيما يلي بجملة من التوصيات، بهدف دعم المكاسب و التقدم بشكل أسرع في مجال اقتصاد المعرفة، الذي أصبحت فيه الوحدات الاقتصادية و المجتمعات المدنية معنية أكثر فأكثر:

- يتعين على الجزائر أن تجمع قواها حتى تتمكن من المساهمة في إنتاج المعرفة، و لهذا الغرض فلا بد من إزالة المعوقات المادية، الهيكلية والتنظيمية، من أجل رفع عدد المتدخلين في البحث و التطوير، و لا سيما في القطاعات الإنتاجية، حتى تستجيب لحاجات الاقتصاد الوطني.

- يتعين على المؤسسات أن تدرك المكانة المتميزة التي أصبح رأس المال الفكري، بأبعاده المتعددة (رأس المال البشري، الهيكلي و العلاقات)، يحتلها في ظل الاقتصاد الجديد، و إدراك أهميته و دوره في تحقيق تميزها واستمراريتها، و من ثم العمل الجاد من اجل تكوين رأس المال الفكري لاستثماره كأساس جوهري لزيادة التراكم المعرفي و نميته و المحافظة عليه، باتجاه تحقيق ميزة تنافسية مستدامة، والاندماج بشكل أفضل في عالم الأعمال المعاصر.

- ضرورة تشريع و تفعيل القوانين و التعليمات اللازمة باتجاه تشجيع مراكز البحث العلمي لإنتاج المعرفة، و توفير الحماية القانونية لها باتجاه ضمان استمرارها و تطوير مخرجاتها، و حماية حقوق الملكية الفكرية لمنظمات الأعمال في ظل بيئتها المحلية .

- التوجه نحو تطبيقات إدارة المعرفة على مستوى منظمات الأعمال، كوسيلة للاستثمار الأمثل لرأس المال الفكري لبلوغ الأداء التنافسي المنشود.

- الاستثمار بالبنى التحتية لتكنولوجيات المعلومات و الاتصالات، و تخصيص الموارد اللازمة لبناء شبكات اتصال داخلية و خارجية بالمؤسسات، مما يمكن من تقاسم المعلومات وتحسين التنسيق بين نشاطاتها، وهذا من شأنه أن يقود إلى تنمية طرق تنظيمية أكثر عقلانية وأكثر تفاعلية وأكثر فاعلية.

- وضع الآليات التي تسمح للمؤسسات بتقييم و قياس رأسمالها الفكري بناء على نماذج كمية و نوعية باستعمال قواعد بيانات محدثة .
- الاعتماد في التوظيف على استقطاب الكفاءات و ذوي المعارف و الخبرات، من أجل الاستفادة من قدراتهم المعرفية في تطوير المنتجات و أساليب العمل بالمؤسسة.
- بناء ثقافة داخلية تعمل على استخراج المعرفة تخزينها، نقلها و تقاسمها بين العاملين، فضلا عن تشجيع روح العمل الجماعي من خلال الحوار و تبادل الأفكار و التشارك في حل المشكلات التي قد تواجه المؤسسات؛
- ضرورة تقييم دوري للمعرفة لدى العاملين، و ربط نتائج التقييم بنظام الحوافز و المكافآت و الترقيات؛
- يتعين تطوير الذكاء الاقتصادي و تنمية اليقظة الإستراتيجية، و العمل ضمن شبكة واحدة (المدراس، الجامعات، مراكز البحث و المؤسسات)، و في نفس الوقت ضمان حركة المعلومات داخل المؤسسة؛
- يجب أن تشمل عملية تأهيل المؤسسات في آن واحد، الآلة الإنتاجية، مثل إدخال الآلات الرقمية محل الآلات التقليدية، و كذا الموارد البشرية ذات التأهيل العالي من خلال رفع مستواها التقني و التسييري؛
- يتعين على المؤسسات أن تزيد من الاستثمار في كسب المعرفة التكنولوجية و البحث التطبيقي، باللجوء إلى القدرات المتاحة لدى مراكز البحث و الجامعات. كما يتعين على السلطات العمومية، أن تلعب دورا تحفيزيا في ترقية العلاقات بين المؤسسات و البحث و تطويرها و دعمها.
- تنظيم العلاقات بين كل العاملين على حرية الإبداع و تبادل المعارف و الأفكار بين كافة المستويات؛
- يتعين وضع تراتيب معينة لدعم إنشاء المؤسسات الابتكارية على امتداد كل مراحل تأسيسها و تطويرها، انطلاقا من تكون الفكرة، مرورا بعملية التأسيس و التطوير إلى وضع آخر اللمسات من أجل ديمومتها
- يجب أن يشكل إصلاح المنظومة التربوية و رفع مستوى القدرات المقررة فرصة سائحة بالنسبة للجامعة من أجل مشاركة متعاملي الدائرة الاقتصادية في تحديد مهامها الجديدة؛
- بناء قاعدة معلومات لمتابعة، إثراء و تعزيز معرفة المؤسسة بزبائنها، مورديها و منافسيها و غيرها من الأطراف الخارجية.

سادسا- آفاق الدراسة

لقد تبين لنا من خلال هذه الدراسة، بأنها تنطوي على جوانب عديدة جديدة بالاهتمام و البحث، مما قد يفتح المجال أمام أعمال و اتجاهات بحثية متنوعة و جديدة، نأمل أن تنال حقتها من الدراسة و التحليل في المستقبل. و بذلك يمكن أن نقترح ما يلي:

- بما أن الدراسة الحالية اقتصرت على المؤسسات الصناعية، نأمل توسيع نطاق الدراسة على قطاعات أخرى (الخدمات، التجارة، الاتصالات...)، كما أن متغيرات القياس المستخدمة، حتى و إن كانت صحيحة، إلا أنه يتم اختبارها للمرة الأولى، مما يستدعي إعادة اختبارها على عينات أكبر للتحقق من صحتها و ثباتها، و منه الحصول على نتائج أكثر مصداقية.

- فيما يخص عينة الدراسة، فعلى الرغم من أن الدراسة شملت 79 مؤسسة، إلا أن هذا يعتبر غير كاف مقارنة بعدد مؤسسات القطاع الصناعي بالجزائر، مما قد لا يمكننا من تعميم النتائج المستخلصة من هذا البحث، ويقودنا تحليل هذه الحدود إلى اقتراح أفكار ودراسات أخرى يمكن أن تحسن من طبيعة هذا البحث و تزيد من مصداقية نتائجه.

- تنوع وإثراء مؤشرات القياس المستخدمة في نموذج دراستنا، للتحقق من الأبعاد المتعددة لجميع مكونات رأس المال غير المادي، و التعمق أكثر في الدراسة.

- في الواقع إن مفهوم رأس المال الفكري معقد و متشعب، يضم عددا هاما من العناصر و المكونات، و التي يصعب أو يستحيل الإلمام بجميعها، و عليه فإنه من الصعب علاج جميع أبعاده في نفس الدراسة، لذلك سيكون من المثير للاهتمام علاج أثر كل مكون على الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية، أي رأس المال البشري، رأس المال التنظيمي، و رأس المال العلاقات، على حدى.

- نحن بحاجة إلى دمج البعد الزمني في نموذجنا، حتى نتمكن من التحديد الأفضل للتفاعلات المختلفة على مستوى رأس المال الفكري، و منه سيكون من المثير أخذ بعين الاعتبار عنصر الزمن في تحليل ودراسة تطور العلاقات المختلفة بين مكونات رأس المال الفكري، و أثر ذلك في خلق قيمة للمؤسسات نتيجة عملية الاستثمار في اللاملموسات.

المراجع

أولا - المراجع باللغة العربية

أ- الكتب

- 1- الحبيب، مصادق جميل، التعليم و التنمية الاقتصادية، الدار الوطنية للتوزيع و الإعلان، بغداد، 1981.
- 2- الدباغ، عصام عبد الوهاب، إدارة الأفراد، مطبعة الخلود، بغداد، 1993.
- 3- الكبيسي صلاح الدين، إدارة المعرفة، المنظمة العربية للتنمية الادارية، القاهرة، 2005.
- 4- العميان، محمود سليمان ، السلوك التنظيمي في منظمات الأعمال، الطبعة الثانية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2004.
- 5- الخضري، محسن أحمد، صناعة المزايا التنافسية: منهج تحقيق التقدم من خلال الخروج إلى أفاق التنمية، مجموعة النيل العربية، مصر، 2004.
- 6- أحمد المعاني، و آخرون، قضايا إدارية معاصرة، دار وائل للنشر، عمان، 2011.
- 7- أحمد سيد مصطفى، "إدارة الموارد البشرية: الإدارة العصرية لرأس المال الفكري"، القاهرة، 2004.
- 8- جاومان، كارول، الإبداع في العمل دليل عملي للتفكير الإبداعي، دار المعرفة للتنمية البشرية، 2004.
- 9- جون هارتلي، الصناعات الإبداعية كيف تنتج الثقافة في عالم التكنولوجيا و العولمة، ترجمة حسين بدر والسيد سلمان الرفاعي، الجزء الثاني، عالم المعرفة، 2007.
- 10- جمال داود سلمان، اقتصاد المعرفة، دار اليازوري، عمان، 2009.
- 11- حيدر إبراهيم يونس، الإدارة الإستراتيجية للمنظمات: التحليل الاستراتيجي - أساليبه و نماذجه و أدواته، دار الرضا، سوريا، 2005.
- 12- حسن مظفر الرزوي، مقومات الاقتصاد الرقمي و مدخل إلى اقتصاديات الانترنت، مركز البحوث، معهد الادارة العامة، السعودية، 2006.
- 13- حسن علي الزغبى، نظم المعلومات الاستراتيجية مدخل استراتيجي، دار وائل للنشر، عمان، 2005.
- 14- حسين عجلان حسن، استراتيجيات الإدارة المعرفية في منظمات الأعمال، دار إثراء للنشر والتوزيع، عمان، 2008.
- 15- رمضان إبراهيم الديب، أسس ومهارات الإبداع والابتكار وتطبيقاتها في منظومة التربية والتعليم، مؤسسة أمالقرى للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2006.

- 16- راوية حسن، مدخل استراتيجي لتخطيط و تنمية الموارد البشرية ،الدار الجامعية ، الإسكندرية ، 2002.
- 17- ربحي مصطفى عليان، إدارة المعرفة، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008.
- 18- زيد منير عبوي، الاتجاهات الحديثة في المنظمات الإدارية، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2006.
- 19- سعاد نائف برونوطي ، الإدارة أساسيات إدارة الأعمال، الطبعة الثانية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2004.
- 20- سعد علي العنزي، احمد علي صالح، إدارة رأس المال الفكري في منظمات الأعمال، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع، عمان، 2009.
- 21- سعد غالب يسين، إدارة المعرفة، المفاهيم، النظم، التقنيات، دار المناهج للنشر و التوزيع، عمان، 2007.
- 22- صلاح الشنواني، دراسات في اقتصاديات الأعمال، مركز الإسكندرية للكتاب، مصر، 2000.
- 23- عادل حرحوش صالح، مؤيد سعيد السالم، إدارة الموارد البشرية مدخل استراتيجي، عالم الكتب الحديث، الأردن، 2002.
- 24- عادل حرحوش المبرجي، أحمد علي صالح، رأس المال الفكري - طرق قياسه وأساليب المحافظة عليه-، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، 2003 .
- 25- عبد الرحمان الهاشمي، فائزة محمد العزاوي، المنهج و الاقتصاد المعرفي، دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة عمان، 2007.
- 26- عبد الخالق فاروق، اقتصاد المعرفة في العالم العربي مشكلاته و آفاق تطوره، شركة أبو ظبي للطباعة و النشر، الإمارات العربية المتحدة، 2005.
- 27- عبد الستار العلي، و آخرون، مدخل إلى إدارة المعرفة، الطبعة الثانية، دار المسيرة، عمان، 2009.
- 28- عدنان داود محمد العذاري، هدى زهير مخلق الدعي، الاقتصاد المعرفي و انعكاساته على التنمية البشرية نظرية و تحليل في دول عربية مختارة، دار جرير للنشر و التوزيع، عمان، 2010.
- 29- علي السلمي، إدارة الموارد البشرية الاستراتيجية، دار غريب للنشر والطباعة، القاهرة، 2001.
- 30- علي السلمي، السياسات الادارية في عصر المعلومات، دار غريب للطباعة و النشر و التوزيع، القاهرة، 1995.
- 31- علي الشريف، الإدارة المعاصرة، ط2، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 1997 .
- 32- عبد السلام أبو قحف، التسويق وجهة نظر معاصرة، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، بيروت، 2006.

- 33- عايدة سيد الخطاب، الإدارة والتخطيط الإستراتيجي، القاهرة، دار الفكر العربي، 1985.
- 34- عبد الرحمان ابتهاج مصطفى، الإدارة الإستراتيجية- البدائل الإستراتيجية- التنفيذ و الرقابة- إدارة التغيير الاستراتيجي، المنظمة العربية للنشر والتوزيع، مصر، 1995.
- 35- عبد الحميد عبد الفتاح المغربي، الإدارة الإستراتيجية، القاهرة، مجموعة النيل العربية، 1999.
- 36- عبد الحكيم أحمد الخزامي، إدارة الموارد البشرية إلى أين؟ التحديات، التجارب و التطلعات، دار الكتب العلمية للنشر، مصر، 2003.
- 37- فليح حسن خلف، اقتصاد المعرفة، جدارا للكتاب العالمي، الأردن، 2007.
- 38- فريد النجار، الادارة الاستراتيجية للموارد البشرية، الدار الجامعية، الاسكندرية، 2007.
- 39- فيليب سادلر، الإدارة الإستراتيجية، ترجمة علاء أحمد إصلاح، مجموعة النيل العربية، مصر، 2008.
- 40- محمد طالب سيد سلمان، التعلم مدى الحياة في اقتصاد المعرفة العالمي تحديات للبلدان النامية، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، 2008.
- 41- محمد عواد الزيادات، اتجاهات معاصرة في إدارة المعرفة، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2008.
- 42- محمد صالح الحناوي، وآخرون، مقدمة في المال و الأعمال، الدار الجامعية، الإسكندرية، 1999.
- 43- محمد لعقاب، مجتمع الاعلام و المعلومات، دار هومة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2003.
- 44- محمد فتحي عبد الهادي، مجتمع المعلومات بين النظرية و التطبيق، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2007.
- 45- مونيا محمد البكري، إدارة الإنتاج والعمليات: مدخل النظم، الدار الجامعية، 1999.
- 46- مصطفى محمود أبو بكر، "الموارد البشرية مدخل لتحقيق الميزة التنافسية"، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2006.
- 47- نبيل مرسي خليل، الميزة التنافسية في مجال الأعمال، الدار الجامعية للنشر، الإسكندرية، 1996.
- 48- نجم عبود نجم، إدارة الابتكار: المفاهيم والخصائص و التجارب الحديثة، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2003.
- 49- نجم عبود نجم، إدارة المعرفة - المفاهيم و الاستراتيجيات و العمليات-، الطبعة الثانية، مؤسسة الوراق للنشر و التوزيع، الأردن، 2008.
- 50- نبيل علي، نادية حجازي، الفجوة الرقمية: رؤية عربية لمجتمع المعرفة، عالم المعرفة، العدد 318، أغسطس، 2005.

- 51- نجم عبود نجم، إدارة اللاملموسات إدارة ما لا يقاس، دار اليازوري للنشر و التوزيع، عمان، 2011.
- 52- هاريسون، ف و مايرز، ت، التعليم و القوى البشرية و النمو الاقتصادي، ترجمة إبراهيم حافظ، القاهرة، 1966.
- 53- هاشم الشمري، ناديا الليثي، الاقتصاد المعرفي، دار صفاء للنشر و التوزيع، عمان، 2008.
- 54- هاني محمد السعيد، رأس المال الفكري انطلاقة إدارية معاصرة، دار السحاب، القاهرة، مصر، 2008.
- 55- وهيب رضا عبد الرزاق، سعيد نضال محمد، بدر عبد العزيز، إدارة الأفراد، مطبعة التعليم العالي، بغداد، 1987.

ب- المذكرات و الرسائل الجامعية:

- 1- أروى أبو بكر بكران، اقتصاد المعرفة و تأثيره في تغيير البنية الاقتصادية في الجمهورية اليمنية، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية الاقتصاد، جامعة عدن، اليمن، 2006.
- 2- الزهرة بريش، دور رأس المال الفكري في تحقيق ميزة تنافسية للمؤسسة-دراسة حالة مؤسسة صناعة الكوابل فرع جنرال كابل بسكرة-، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم التسيير، فرع تسيير المنظمات، تخصص تسيير الموارد البشرية، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2013.
- 3- أحمد محمد الفيومي، أثر الأصول غير الملموسة في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات في ظل تبني معايير إدارة الجودة الشاملة-دراسة مقارنة على عينة من الجامعات الأردنية الرسمية و الخاصة-، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم إدارة الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، الكويت، 2010.
- 4- أنس أيوب محمد بوادري، علاقة إدارة المعرفة بتحقيق الميزة التنافسية في شركات الاتصالات العاملة في الأردن، مذكرة ماجستير تخصص إدارة الأعمال، كلية الدراسات العليا، الجامعة الأردنية، 2009.
- 5- بسام عبد الرحمان يوسف، أثر تقنية المعلومات و رأس المال الفكري في تحقيق الأداء المتميز، رسالة دكتوراه في إدارة الأعمال، جامعة الموصل، الأردن، 2005.
- 6- حازم علي أحمد بدارنة، تصورات القادة الأكاديميين في الجامعات الأردنية لأهمية رأس المال الفكري و دورهم في المحافظة عليه و تطويره، دكتوراه في الإدارة التربوية، جامعة اليرموك، إربد، الأردن، 2007.

- 7- راوية حسن، بعض العوامل ذات العلاقة بمعدل دوران الأفراد المتدربين و بتكلفة الاستثمار البشري، أطروحة دكتوراه، جامعة الإسكندرية، كلية التجارة، 1995.
- 8- سملاي يحضيه، أثر التسيير الاستراتيجي للموارد البشرية وتنمية الكفاءات على الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية مدخل الجودة والمعرفة، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2003.
- 9- عمار بوشناف، الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية: مصادرها، تنميتها و تطويرها، رسالة ماجستير في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2002.
- 10- عامر بشير، دور الاقتصاد المعرفي في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك - دراسة حالة الجزائر-، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، فرع نقود مالية و بنوك، جامعة الجزائر، 2011.
- 11- علي بن حسن يعن الله القرني، متطلبات التحول التربوي في مدارس المستقبل الثانوية بالمملكة العربية السعودية في ضوء تحديات اقتصاد المعرفة، رسالة دكتوراه في الإدارة التربوية والتخطيط، قسم الإدارة والتخطيط، كلية التربية، جامعة أم القرى، المملكة العربية السعودية، 2009.
- 12- فايزة بريش، الكفاءات المحورية والميزة التنافسية، رسالة ماجستير في التسويق، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة سعد دحلب، البلدة، الجزائر، 2005.
- 13- قيس بن محمد بن علوي الشهاب، استثمار القطاع الخاص و مؤسسات التعليم العالي في الاقتصاد المعرفي في سلطنة عمان، دكتوراه في الإدارة التربوية، جامعة اليرموك، 2008.
- 14- محمد يوسف الرجب غازي، درجة تبني مديري المدارس لاقتصاد المعرفة في العمليات الإدارية من وجهة نظر المشرفين و المعلمين في محافظ إربد، دكتوراه في الإدارة التربوية، قسم الإدارة و أصول التربية، جامعة اليرموك، 2008.
- 15- مراد رايس، أثر تكنولوجيا المعلومات على الموارد البشرية في المؤسسة، رسالة ماجستير في علوم التسيير فرع إدارة الأعمال، جامعة الجزائر 2005.
- 16- مصطفى رجب علي شعبان، رأس المال الفكري ودوره في تحقيق الميزة التنافسية لشركة الاتصالات الخلوية الفلسطينية جوال، رسالة ماجستير في إدارة الأعمال، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية غزة، 2011.

- 17- مسعود بن مويزة، الإبداع التكنولوجي لتطوير القدرة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الأغواط، 2005.
- 18- محمد حباينة، دور رأس المال الفكري في تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسة - دراسة مقارنة بين اتصالات الجزائر (AT) و أوراس كوم تيليكوم الجزائر (OTA) رسالة ماجستير غير منشورة في إدارة الأعمال، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة سعد دحلب، البليدة، 2007.
- 19- محمد حباينة، دور رأس المال الهيكلية في تدعيم الميزة التنافسية للمؤسسة الجزائرية، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، تخصص إدارة أعمال، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، 2011.
- 20- محيا بن خلف عيد المطيري، إدارة رأس المال الفكري وتنميته بالتعليم الجامعي في ضوء التحولات المعاصرة، أطروحة دكتوراه في الإدارة التربوية و التخطيط، كلية التربية، جامعة أم القرى، المملكة العربية السعودية، 2007.
- 21- نغم حسين نعمة عبيد، أثر استثمار رأس المال الفكري في الأداء التنظيمي، دراسة ميدانية في عينة من شركات القطاع المختلط، رسالة ماجستير غير منشورة في إدارة الأعمال، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة بغداد، 2000.
- 22- نصار العجمي، بناء نموذج مقترح لقياس أثر رأس المال الفكري على كفاءة أداء كليات الهيئة العامة للتعليم التطبيقي و التدريب في دولة الكويت، رسالة ماجستير في إدارة الأعمال، قسم إدارة الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، الكويت، 2010.
- 23- نصيرة بن عبد الرحمان، آليات تطوير الميزة التنافسية للمنظمات الاقتصادية الجزائرية في ظل تحرير التجارة الخارجية، مذكرة ماجستير في إدارة الأعمال، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة البليدة، الجزائر.

ت - الملتقيات و المؤتمرات

- 1- أحمد طرطار، سارة حليني، أثر تطبيق إدارة المعرفة على وظيفة الإبداع في منظمات الأعمال، الملتقى الدولي حول رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في الاقتصاديات الحديثة، جامعة الشلف، الجزائر، 2011.
- 2- بوزيان عثمان، اقتصاد المعرفة مفاهيم و اتجاهات، الملتقى الدولي حول التنمية البشرية و فرص الاندماج في اقتصاد المعرفة و الكفاءات البشرية، جامعة ورقلة، الجزائر، مارس 2004.

- 3- ثامر ياسر البكري، أحمد هاشم سليمان، إدارة المعرفة التسويقية و انعكاساتها على العلاقة مع الزبون لتحقيق الميزة التنافسية، المؤتمر العلمي الثاني: الجودة الشاملة في ظل إدارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات، جامعة العلوم التطبيقية الأردنية، 2006.
- 4- رياض بن صوشة، رأس المال الفكري كمورد استراتيجي لتحقيق الميزة التنافسية في ظل اقتصاد المعرفة (دراسة حالة المؤسسة الوطنية لجيوفيزياء)، بحث مقدم للمشاركة في اليوم الدراسي بالمركز الجامعي بالوادى، الموارد الإستراتيجية الرهان الأقوى لتميز المؤسسات الاقتصادية في ظل الاقتصاد اللامادي، أبريل 2011.
- 5- زكريا مطلق الدوري، أبو بكر أحمد بوسالم، رأس المال الفكري كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية المستدامة، الملتقى الدولي حول رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في الاقتصاديات الحديثة، ديسمبر 2011، جامعة حسبية بن بوعلى، الشلف، الجزائر.
- 6- رضا إبراهيم الصالح، رأس المال الفكري و دوره في تحقيق الميزة التنافسية للمنظمات، المؤتمر الدولي للتنمية الإدارية: نحو أداء متميز في القطاع الحكومي، معهد الإدارة، الرياض، المملكة العربية السعودية، نوفمبر 2009.
- 7- عبد الله بلوناس، أمينة قذايفة، دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية لمنظمات الأعمال، المؤتمر العلمي الثالث: إدارة منظمات الأعمال التحديات العالمية المعاصرة، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم الإدارية، جامعة العلوم التطبيقية الخاصة، الأردن، 2006.
- 8- عبد الستار حسين يوسف، تحديد وقياس رأس المال الفكري للشركات في ظل اقتصاد المعرفة، المؤتمر العلمي الدولي السنوي الخامس، اقتصاد المعرفة والتنمية الاقتصادية، جامعة الزيتونة الأردنية، 27-28 أبريل 2005، الأردن، 2005.
- 9- عبد الوهاب، علي محمد، "المدير العالمي" الملتقى السنوي الثامن لمسؤولي التدريب: أثر العولمة على الموارد البشرية، الأكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية، تونس، 1999.
- 10- عيسى خليفي، كمال منصور، البنية التحتية للاقتصاد المعرفي في الوطن العربي الواقع و الأفاق، الملتقى الدولي حول اقتصاد المعرفة، كلية العلوم الاقتصادية و التسيير، جامعة بسكرة، الجزائر، نوفمبر 2005.
- 11- عروب رتيبة، بوسبعين تسعدت، أهمية تأهيل و تثمين الموارد المتاحة في تفعيل الاستراتيجيات الصناعية ودفع عجلة التنمية الاقتصادية، الملتقى الوطني حول الاستراتيجية الصناعية الجديدة في الجزائر استمرارية أم قطيعة، جامعة عبد الحميد ابن باديس، مستغانم، الجزائر، مارس 2012.

12- غالب عوض الرفاعي الأكرم، أثر إدارة مخاطر استثمار رأس المال المعرفي في تحقيق مزايا تنافسية لمنظمات التأمين الأردنية، المؤتمر العلمي الدولي "إدارة المخاطر والاقتصاد المعرفي"، جامعة الزيتونة الأردنية الخاصة، الأردن، أبريل 2007.

13- محمد عبد العال صالح، موجهات التنمية الصناعية في الاقتصاد الجديد، المؤتمر السنوي الأول للجمعية الاقتصادية العمانية، مسقط، 2005/10/02.

14- محمد زويبر، شوقي جدي، الاستثمار في رأس المال الفكري كمدخل لتحقيق ميزة تنافسية، الملتقى الدولي الخامس: رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في ظل الاقتصاديات الحديثة، ديسمبر 2011، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة حسينية بن بوعللي، الشلف، الجزائر، 2011.

15- هالة أحمد صبري، العرب والمعرفة والمستقبل، وقائع المؤتمر العلمي السنوي الرابع - إدارة المعرفة في العالم العربي، جامعة الزيتونة الأردنية، 2004.

ث - المجالات

1- الشيخ فؤاد نجيب، بدر فادي محمد، العلاقة بين نظم المعلومات والميزة التنافسية في قطاع الأدوية الأردنية، مجلة الإدارة العامة، رقم 44، العدد 3، السعودية، سبتمبر، 2004.

2- الهلالي الشرييني الهلالي، إدارة رأس المال الفكري و قياسه و تنميته كجزء من إدارة المعرفة في مؤسسات التعليم العالي، مجلة بحوث التربية النوعية، جامعة المنصورة ، يوليو 2001.

3- جمال سعد السيد خطاب، "تأثير الإفصاح عن رأس المال الفكري على أداء الشركات السوقية والمالي، مجلة الفكر المحاسبي، كلية التجارة، جامعة عين شمس، العدد الثاني، السنة العاشرة، 2006.

4- سعد علي العنزي، رأس المال الفكري: الثروة الحقيقية لمنظمات أعمال القرن الحادي و العشرين، مجلة العلوم الاقتصادية و الإدارية، المجلد الثامن، العدد 25، بغداد، 2001.

5- عادل هادي البغدادي، و آخرون، أثر ادارة المعرفة في إعادة هندسة عمليات منظمة الأعمال دراسة تطبيقية في معمل إطارات بابل، مجلة العلوم الاقتصادية، العدد 21، المجلد الخامس، جامعة الكوفة، بغداد، جوان 2008.

- 6- قوريش نصيرة، أبعاد و توجهات إستراتيجية إنعاش الصناعة في الجزائر، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد 5، جامعة الشلف، الجزائر، جانفي 2008.
- 7- لطيف عبد الرضا، رأس المال الفكري و إدارة المعرفة- العلاقة و الأثر- دراسة استطلاعية، مجلة القادسية للعلوم الإدارية و الاقتصادية، جامعة القادسية، العراق، مجلد 10، عدد 3، 2008.
- 8- محمود علي الروسان، محمود محمد العجلوني، أثر رأس المال الفكري في الإبداع في المصارف الأردنية، مجلة جامعة العلوم الإقتصادية و القانونية، جامعة دمشق، المجلد 26، العدد الثاني، 2010.
- 9- محمد عبد الله السياني، الأهمية الاقتصادية المتزايدة لإدارة المعرفة في المنشآت الحديثة، مجلة الثوابت، صنعاء العدد 34، أكتوبر 2003.
- 10- مؤيد محمد علي الفضل، العلاقة بين رأس المال الفكري وخلق القيمة دراسة ميدانية على الصناعة المصرفية في دول الخليج العربي، مجلة القادسية للعلوم الإدارية و الاقتصادية ، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة القادسية، العراق، المجلد 11 العدد 3، 2009.
- 12- محمد فتحي عبد الهادي، أسس مجتمع المعلومات و ركائز الإستراتيجية العربية في ظل عالم متغير، دراسات عربية في المكتبات و علم المعلومات، مجلد 4، عدد 3، سبتمبر 1999.
- 13- نوي طه حسين، الاستثمار في رأس المال المعرفي ودوره في بناء الميزة التنافسية للمنظمة، المجلة العلمية للبحوث و الدراسات التجارية، مصر، 2006.
- 14- نجم عبود نجم، الابتكار مصدر متجدد للميزة التنافسية، أخبار الإدارة، العدد الثامن والعشرون، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، 1999.
- 15- نihal أحمد الجندي، قياس و تقييم رأس المال الفكري أحد المتطلبات الأساسية لتحديد قيمة المنشأة (نموذج مقترح)، مجلة المحاسبة والإدارة والتأمين، كلية التجارة، جامعة القاهرة، العدد الستون، السنة الخامس والستون، 2005.

ج- التقارير:

- 1 - المجلس الوطني الاقتصادي و الاجتماعي، اقتصاد المعرفة عامل أساسي في التنمية، أي إستراتيجية للجزائر، ديسمبر 2004.

- 2- الاحصاء الاقتصادي الأول 2011، الديوان الوطني للإحصائيات، الجزائر، 2012 .
- 3- المرصد الوطني للتنافسية، التقرير الوطني الأول لتنافسية الاقتصاد السوري 2007، برنامج الأمم المتحدة الإنمائي و هيئة تخطيط الدولة، 2008.
- 4- اللجنة الاقتصادية و الاجتماعية لغربي آسيا (الاسكوا) ، رؤية مقترحة لتعزيز قطاع المعلومات والاتصالات من أجل مواحه تحديات اقتصاد المعرفة في منطقة الاسكوا، نيويورك، الأمم المتحدة، 2005.
- 5- الاتحاد الدولي للاتصالات، تقرير حول تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المنطقة العربية، الواقع و الأفاق، 2012.
- 6- تقرير التنمية الإنسانية العربية لعام 2002، المكتب الإقليمي للدول العربية، برنامج الأمم المتحدة والصندوق العربي الإنمائي الاجتماعي و الاقتصادي، 2003.
- 7- تقرير التنمية الإنسانية العربية لعام 2003، نحو إقامة مجتمع المعرفة، المكتب الإقليمي للدول العربية، برنامج الأمم المتحدة و الصندوق العربي الإنمائي الاجتماعي و الاقتصادي، 2003.

ح- روابط الانترنت

- 1- أسباب الفجوة الرقمية في عالنا العربي، القبس، 12-10-2006، على الموقع:
<http://WWW.alqabas.com.kw>
- 2- سعد علي الحاج بكري، هل نملك خطة لإيجاد مجتمع المعرفة، المنتدى العام للمكتبات و المعلومات، على الموقع: <http://www.almarefah.com/article.php?id=389> .
- 3- عبد الله تركماني، مجتمع المعرفة و أبعاده في العالم العربي، 04-02-2004، على الموقع الالكتروني:
<http://hem.bredband.net/dccls2/s142.htm>
- 4- عصام احمد فريجات، إعداد القوى العاملة لمجتمع المعلومات، 2004، على الموقع الالكتروني،
www.informaties.gor.sa/irc/profile.php
- 5- محمد أحمد إسماعيل، مفهوم إدارة المعرفة في العصر الحديث مفاهيم و اتجاهات، منتدى الموارد البشرية، على الموقع: <http://www.hrdiscussion.com/hr4521.html>

A-Les livres :

- 1- Ahmed Bounfour, (1998), Le Management des ressources immatériels, maîtriser les nouveaux leviers de l'avantage compétitif, Dunod, Paris.
- 2- Anderson, Ronald E, (2008), Implications of Handbook of Information and Knowledge Society For education, International Handbook of Information Technology in Primary and Secondary Education, Part One, University of Minnesota.
- 3- Bontis N., (2001)," Managing organizational knowledge by diagnosing intellectual capital: framing and advancing the state of the field", Idea group publishing, USA.
- 4- Brooking A., (1996), Intellectual capital: core asset for the third millennium enterprise, Thomson Business Press, London.
- 5- BOUNFOUR Ahmed, EPINETTE Georges, (2006) Valeur et performance des SI : une nouvelle approche du capital immatériel de l'entreprise, Dunod, Paris.
- 5- Claire Beyou, (2003), manager les connaissances, liaisons, France.
- 6- CHAMAK Alain, FROMAGE Céline, (2006), Le capital humain : comment le développer et l'évaluer ?, Editions Liaisons, France.
- 7- CLAM Jean,(2004), Trajectoires de l'immatériel : contribution à une théorie de la valeur et de sa dématérialisation, Paris, France.
- 8- Daft, R.L.,(2001), Organization : theory & Design, 7ed , Cincinnati oh south western college publishing.
- 9- DE BANDT Jacques, (1999), L'investissement immatériel, cœur d'une économie fondée sur le savoir, CNRS Editions, Paris, France.
- 10-DE BANDT Jacques, GOURDET Geneviève,(2001), Immatériel, nouveaux concepts, Economica, France.
- 9- Edvinsson L., Malone M., (1997), Intellectual capital, realizing your company's true value by finding its hidden brainpower, harperBusiness, NY.

- 10- EDVINSSON L., MALONE M., (1999) : Le capital immatériel de l'entreprise, identification, mesure, management, édition Maxima.
- 11- Emmanuel OKAMBA, (2005), Concurrence et Compétitivité dans la Caraïbe, Editions Publibook, France, avril.
- 12- G.GARIBALDI,(1994), Stratégie concurrentielle: choisir et gagner, ed. d'organisation, France.
- 13- FUSTEC Alan, MAROIS Bernard, (2006), Valoriser le capital immatériel de l'entreprise, Editions d'Organisation.
- 14- Grumment, PH, (1996), Globaliwation and public policy, Cheltenham, UK.
- 15- GORZ André,(2003), L'Immatériel : connaissance, valeur et capital, Galilée éditions, France.
- 16- HALEVY Marc, (2009), Economie(s) immatérielle(s), Dangles édition, France.
- 17- HALEVY Marc, (2008), Que vaut une idée? Introduction à l'économie immatérielle, Edi. Pro.
- 18- KAPLAN Robert S., NORTON David P., (2004), Strategy Maps, converting intangible assets into tangible outcomes, Harvard Business Press.
- 19- Jean-yves prax, (2003), le guide du knowledge management, dunod, France.
- 20- Kaplan R.S., Norton D.P., (1998), Le tableau de bord prospectif, les éditions des organisations.
- 21- Kaplan R.S. et Norton D.P., (2001), Comment utiliser le tableau de bord prospectif , Editions D'organisation.
- 22- LESCA, H., (1982), Structure et système d'information: Facteurs de compétitivité, MASSON, paris.
- 23- L. LEVY-LEBOYER, C., (1997), la Gestion des compétences, ed. D'organisation, Paris.
- 24- M. Porter, (1993), L'Avantage Concurrentiel des nation, inter-édition, Paris.

- 25- M.Porter, (1982), «choix stratégiques et concurrence technique », Economica, France.
- 26- Nonaka i., Takeuchi h., (1995): The knowledge-Creating Company : How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation, Oxford University Press.
- 27- R.A.THIETART, (1990), La stratégie d'entreprise, 2eme Edition, MC graw-hill, Paris.
- 28- Pattanayak,B, Verma,H, (1988), Human resource management, Wheeler publishing, New Dellhy.
- 29- P.Pottier, (2001), Introduction a la gestation, Foucher édition, France.
- 30- Rastogi, P.N (2000), Knowledge Management and Intellectual Capital- the new virtuous reality of competitivenss, HSM 19.
- 31- R. Percerou, Entreprise, (1984), Gestion et compétitivité, ed ECONOMICA, Paris.
- 32- Roos J., Roos G., Dragonetti N., Edvinsson L. , (1998), Intellectual capital, University Press, NY.
- 33- Stewart,T. A., (1997), Intellectual capital: the new wealth of organization, double day Currency, New York.
- 34- Sullivan P.H., (2000): value driven intellectual capital, John Wiley & sons, USA.
- 35- Sveiby K E., (1997), The new organization wealth, managing & measuring knowledge based assets. Berret-Koehler Publishers, San Francisco.

B-Les Revues

- 1- Arregle, J.L. (1996) « Analyse Resource Based et identification des actifs stratégiques », Revue - française de gestion, mars-avril.
- 2- BONTIS N., (2001): “Assessing knowledge assets: a review of the models used to measure intellectual capital”, Intellectual journal of management reviews, Volume 3, Issue 1.

- 3- Duffy J., (2001):" Managing intellectual capital", Information management journal, vol 35, n°2, Avril.
- 4- Drucker P., (1999) : "Le savoir, nouveau défi pour l'entreprise ", L'Expansion Management Review, Mars.
- 5-Hamel, G., Prahalad,C., (1994), competing for the future, Harvard Business Review,novamember-december.
- 6-Hansen, M.T., Nohria, N., (1999), Tierney, T., What's Your Strategy for Managing Knowledge, Harvard Business Review, vol77.
- 7-Kaplan R S., Norton D P., (1992):" The balanced scorecard- measures that drive performance." Harvard Business Review, Janvier- Février, vol 70.
- 8-Koenig M., The resurgence of intellectual capital, the Emphasis Shifts Measurement to Management, Information today, vol 17, n° 8, September, 2000.
- 9- LINZALONE Roberto, « Leveraging knowledge assets to improve new product development performances », Measuring Business Excellence, 2008, vol. XII, Iss. 2.
- 10-MARR B., ADAMS C., « The balanced scorecard and intangible assets : Similar ideas, unaligned concepts », Measuring Business Excellence, 2004, vol.VIII, Iss. 3.
- 11- MARR B., « Intangible asset measurement », *Financial Management*, Juin 2008.
- 12-MINTZBERG H., « Rebuilding Companies as Communities », *Harvard Business Review*, Juillet 2009.
- 13-MOUSTAGHFIR Karim, « The dynamics of knowledge assets and their link with firm performance » *Measuring Business Excellence*, 2008, vol.XII, Iss. 2.
- 14-Muammer Zerenler et al, Intellectual Capital and Innovation Performance: Empirical Evidence in the Turkish Automotive Supplier, JOURNAL OF TECHNOLOGY MANAGEMENT & INNOVATION, JOTMI Research Group, 2008, Volume 3, Issue 4, ISSN: 0718-2724.
- 15-NEUVILLE, J.P. (1996), « la Qualité en question», revue française de gestion, MARS-AVRIL-MAI.

16-PELLET J.,GAINES-ROSS L., « Do intangibles matter? » *Chief Executive*, Juillet 2008.

17-Rohana Ngah, the Relationship of Intellectual Capital, Innovation and Organizational Performance: a Preliminary Study in Malaysian SMEs, University Malaya, Malaysia International Journal of Management Innovation Systems ISSN 1943-1384, 2009, Vol. 1, N°; 1:E1.

18- ROUSSEAU .A, TUROWSKI .A, « Mesure et évaluation du capital immatériel » *easybourse.com*, juillet 2008.

19-RUBINOWICZ C., « La valorisation du patrimoine immatériel public : quels enjeux? », *legalaccess.eu*, décembre 2008.

20-SCHIUMA G , LERRO A., « Intellectual capital and company's performance improvements» *Measuring Business Excellence*, 2008, vol. XII, Iss. 2.

21-TEECE D.J, « Capturing Value from Knowledge Assets : The New Economy Markets for Know-how and Intangible Assets », *California Management Review*, 1998, vol.XL, n°3.

22-Spender,J.,C., Making Knowledge the Basis of a Dynamic Theory of the Firm, *Strategic Management Journal*, vol 17, 1996.

23-Sveiby K E., (1998): "Knowledge Works: Managing Intellectual Capital at Toshiba". *Administrative Science Quarterly*, Décembre, vol 43, n°4, pp. 936-938.

24-Theodor, F., Schuttz,W., Investment in Human Capital American, *Economic Review*, vol.18,1961.

26-Taylor C., (2001):"Intellectual capital". *Computerworld*, Framingham, 12 Mars, vol 35, n°11. 27-TTNER C.D, « Does measuring intangibles for management purposes improve performance? A review of the evidence », *Accounting & Business Research*, 2008.

27-Ulrich, D.A, New mandate for human resources, *Harvard Business Review*, January-February,1998.

28-VELUT C. et CHAMPETIER M., « Intégrer le capital immatériel dans les comptes » *Le Journal du Net*, octobre 2007.

29-WARDA J., « Tax Treatment of Business Investments in Intellectual Assets : An International Comparison », OECD Science, Technology and Industry Working Papers, avril 2006.

30-Youndt, M. A., Snell S. A., Dean J. W., Lepak, D. P., Human Resource Management Manufacturing Strategy & Firm performance, Academy of management journal, vol. 39, august, 1996.

31-ZADROZNY Wlodek, «Leveraging the Power of Intangible Assets» MIT Sloan Management Review, octobre 2006.

C-Les conferences

1- C.carrier, DJ Garand, Le concept d'innovation débats et ambiguïtés, 5 eme conférence internationale de management stratégique, Lille, du 13 au 15 mai 1996.

2-Gannon, C, Lynch, P., and Harrington D., (2008), study: Managing Intellectual Capital For A Sustained Competitive Advantage In The Irish Tourism Industry, The Tourism and Hospitality Research in Ireland, Conference (THRIC) , June 2009, DIT.

3-Philippe Vaesken, l'environnement territorialisé : Un nouveau concept de structuration de l'environnement dans la stratégie de l'entreprise, colloque A I M S ,1996.

4-Werner C, Hammerer G., Schwarz K., (1998):"Intangible Investment from an Evolutionary Perspective", Institut fur Volkswirtschaftstheorie und PolitiWirtschaftsuniversitat& OECD.

D- Memoires et Theses:

1- Anne SANDER, Les politiques de soutien à l'innovation, une approche cognitive : Le cas des Cortechs en Alsace. Thèses de doctorat en sciences économiques, Ecole doctorale AUGUSTINCOURNOT, Faculté des sciences économiques et gestion, Université Louis Pasteur Strasbourg, Juin 2005.

2- Imen MHEDHBI, Capital immatériel: interaction et création de valeur- Cas d'entreprises tunisiennes-, thèse de doctorat en Sciences de gestion, Université Jean Moulin Lyon 3, France, 2010.

3-SOPHIE BOHÉMIER, La performance organisationnelle par l'intégration de l'orientation de marché et l'orientation innovation, mémoire présenté comme exigence partielle de la maîtrise en administration des affaires, université du Québec, MONTRÉAL, MAI 2006.

4-Webster, A.C. (1995), transformational leadership through intellectual capital, three case studies of elementary school principals, Ph. D., University of Colorado, 1995.

5- Mazzlan,I., (2005), The influence of Intellectual Capital on the performance of Telecom Malaysia, PhD, Thesis, Engineering Business Management, Business & Advanced Technology centre, University Technology Malaysia.

E- Les liens internet

1-Grey Denham, Knowledge Management and Information Management:The Differences.

www.it-consultancy.com/extern/sws/km-info.htm.

2- The Global Competitiveness Report 2012–2013 , PDF, World Economic Forum, at www.weforum.org/gcr.

3-Club Informatique des Grandes Entreprises Françaises (CIGREF), Capital immatériel - 7 jours pour comprendre, France, 2006, :www.cigref.fr/cigref.../Parus2006/2006-Capital-immateriel-7jours-pour.

4-OCDE.; (2008) : “ Intellectual assets and value creation : Synthesis report”,: <http://www.oecd.org/science/inno/oecdworkonintellectualassetsandvaluecreation.htm>

5-OCDE ., (1999) : " Measuring and reporting intellectual capital from a diverse

Canadian industry perspective ", OECD symposium, Amesterdam June 9-11,:

[http:// www.oecd.org/industry/ind/1947855.pdf](http://www.oecd.org/industry/ind/1947855.pdf)

6- OCDE (2002), « Renforcer l'économie fondée sur le savoir », dans Science, technologie et industrie : Perspectives de l'OCDE 2002, Éditions OCDE, http://dx.doi.org/10.1787/sti_outlook-2002-3-fr.

- 7- Agence nationale de développement de l'investissement , secteur des TIC, sur le site <http://www.andi.dz/index.php/fr/secteur-de-tic>.
- 8- Knowledge Economy Index (KEI) 2012 Rankings, The World Bank, <http://siteresources.worldbank.org/INTUNIKAM/Resources/2012.pdf>
- 9- World bank, http://info.worldbank.org/etools/kam2/KAM_page5.asp, most recent January 2012.
- 10- The World Economic Forum (WEF), The Global Competitiveness Report 2013 - 2014,M;: www.weforum.org/gcr.
- 11- RAPPORT DE L'UNESCO SUR LA SCIENCE 2010 L'état actuel de la science dans le monde, : <http://www.unesco.org/new/fr/natural-sciences/science-technology/prospective-studies/unesco-science-report/unesco-science-report-2010/4>
- 12- Towards the Knowledge Economy, The Technology Ventures Initiative, Scotland, 2007, <http://www.scotland.gov.uk/library/documents-w9>>.
- 13- Certified Institute of Management Accounting (CIMA), 2003, Understanding Corporate Value, Meaning and reporting Intellectual Capital, www.valuebasedmanagement.net/articles_cima_under
- 14-Skyrme D.J., " Measuring Intellectual Capital: A Plethora of Methods ", <http://www.skyrme.com/insights/24kmeas.htm> .
- 15-Sveiby K-E., (1997):" Measuring Intangible Assets ", 1 March. <http://www.sveiby.com.au/IntangAss.html>.
- 16-Hay, David C., Knowledge Management, Published in TDAN .com January 2000,;: <http://www.tdan.com/view-articles/4832>.

الملاحق

الملحق رقم 01: الاستبيان
QUESTIONNAIRE

Ce travail s'intègre dans le cadre d'une recherche exploratoire d'une thèse de doctorat en Analyse Economique intitulée : « Le Capital Intellectuel : le nouvel avantage compétitif pour les entreprises économiques dans le cadre de l'économie de la connaissance -Etude empirique-. L'objectif de ce questionnaire est d'identifier la relation qui existe entre le capital intellectuel et l'avantage compétitif des entreprises : c'est pourquoi notre travail se base essentiellement sur la collecte des opinions des dirigeants sur les différentes formes du capital intellectuel au sein de leurs entreprises. Ce questionnaire est devisé en trois (04) Modules principales :

Module A : Informations générales sur l'entreprise et la personne enquêtée.

Module B : Le Capital Intellectuel au sein de l'entreprise.

Module C : L'avantage compétitif.

Module D: capital financier

Votre réponse est vitale pour la réussite de ce travail, nous comptons sur votre collaboration pour aboutir aux résultats souhaités en termes de qualité et de temps de réponses. Nous vous assurons l'anonymat total au niveau des questionnaires rendus, nous garderons les informations strictement confidentielles et nous reporterons les résultats sous forme de synthèse.

Module A : Informations Générales sur l'Entreprise et la Personne Enquêtée

A - 1/- Concernant l'Entreprise

1- La dénomination de l'entreprise

2- Secteur

- Publique Privé

3- Statut juridique

- SPA SARL EURL

4- Secteur d'activité

- Agro-alimentaire Chimie-pétrochimie Pharmaceutique Electro Autres

5- Nombre de salariés

- Moins de 50 De 50 à 250 Plus de 250

6- Le chiffre d'affaires

- Inférieur à 2 Milliards de DA Supérieur à 2 Milliards de DA

7- Le marché de l'entreprise

- Régional National International

A - 2/- Concernant la Personne Enquêtée

1- Poste occupé

2- Votre âge

- moins de 30 ans De 30 à 40 ans Plus de 40 ans

3- Sexe

- Masculin Féminin

4- L'expérience dans le poste

- Moins de 5 ans De 5 à 10 ans Plus de 10 ans

Module B : Capital Intellectuel

1- Capital Humain

1- Nos employés ont des connaissances à haut niveau.

Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Sans réponse	D'accord	Tout à fait d'accord
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

2- Les employés de notre entreprise sont compétents.

Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Sans réponse	D'accord	Tout à fait d'accord
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

3- La plupart de nos employés ont une formation et des qualifications de niveau.

Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Sans réponse	D'accord	Tout à fait d'accord
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

4- Notre entreprise possède un nombre suffisant d'employés qui ont de l'expérience

Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Sans réponse	D'accord	Tout à fait d'accord
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5- Les employés de notre entreprise sont créatifs

Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Sans réponse	D'accord	Tout à fait d'accord
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6- Les employés sont satisfaits de leur entreprise

Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Sans réponse	D'accord	Tout à fait d'accord
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

7- la qualité du travail fait par les employées et satisfaisante.

Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Sans réponse	D'accord	Tout à fait d'accord
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8- Nos employés ont l'esprit de coopération.

Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Sans réponse	D'accord	Tout à fait d'accord
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

2- Capital Structurel

1- La protection de la marque commerciale constitue l'une des préoccupations fondamentales de l'entreprise

Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Sans réponse	D'accord	Tout à fait d'accord
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

2- Nous disposons des bases de données dans lesquels nous pouvons facilement stocker et avoir accès facile à nos connaissances.

Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Sans réponse	D'accord	Tout à fait d'accord
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

3- Nos systèmes d'information augmentent la performance des tâches

Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Sans réponse	D'accord	Tout à fait d'accord
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

4- nous possédons des processus d'exploitation efficaces.

Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Sans réponse	D'accord	Tout à fait d'accord
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5- l'évaluation de la qualité des produits.

Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Sans réponse	D'accord	Tout à fait d'accord
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6- l'entreprise encourage les employés à partager de façon optimale leurs connaissances et leurs expériences.

Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Sans réponse	D'accord	Tout à fait d'accord
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

7- la structure de notre entreprise facilite la circulation des informations entre les différents services

Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Sans réponse	D'accord	Tout à fait d'accord
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8- La structure de notre entreprise est assez flexible ce qui l'aide à s'adapter aux changements de l'environnement

Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Sans réponse	D'accord	Tout à fait d'accord
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9- Notre entreprise prend considération les idées et les propositions des employés pour résoudre les problèmes de rencontrés.

Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Sans réponse	D'accord	Tout à fait d'accord
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10- Notre entreprise offre des formations périodiques à ses employés.

Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Sans réponse	D'accord	Tout à fait d'accord
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

11- Notre entreprise offre des récompenses pour ses employés afin d'encourager la créativité et l'innovation.

Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Sans réponse	D'accord	Tout à fait d'accord
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

12- Nous sommes satisfaits des résultats de l'innovation.

Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Sans réponse	D'accord	Tout à fait d'accord
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

3- Capital Relationnel

Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Sans réponse	D'accord	Tout à fait d'accord
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

1- L'entreprise cherche à adopter ses produits aux besoins des clients.

Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Sans réponse	D'accord	Tout à fait d'accord
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

2- Notre entreprise présente toujours des biens de qualité pour satisfaire les clients et les maintenir.

Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Sans réponse	D'accord	Tout à fait d'accord
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

3-- Nous sommes constamment à la rencontre de nos clients pour prendre en considération leurs préférences et leurs propositions concernant nos produits.

Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Sans réponse	D'accord	Tout à fait d'accord
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

4- L'entreprise dépense des sommes importantes pour soutenir les progrès de service après-vente aux clients.

Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Sans réponse	D'accord	Tout à fait d'accord
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5- Nos clients sont généralement satisfaits de nos produits

Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Sans réponse	D'accord	Tout à fait d'accord
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6- L'entreprise accorde à ses clients permanents des avantages particuliers.

Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Sans réponse	D'accord	Tout à fait d'accord
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

7-La rapidité de livraison

Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Sans réponse	D'accord	Tout à fait d'accord
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8-l'entreprises effectue des enquêtes pour connaitre les produits des concurrents.

Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Sans réponse	D'accord	Tout à fait d'accord
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9-Nous cherchons à réaliser des relations de partenariat avec d'autres entreprises.

Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Sans réponse	D'accord	Tout à fait d'accord
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10-Nous sommes satisfaits de nos relations avec nos fournisseurs.

Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Sans réponse	D'accord	Tout à fait d'accord
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

11-l'entreprise possède des canaux de distribution diversifier à ses produits.

Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Sans réponse	D'accord	Tout à fait d'accord
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Module C : L'avantage compétitif

1- L'amélioration de la réputation de l'entreprise sur le marché

Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Sans réponse	D'accord	Tout à fait d'accord
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

2- L'amélioration des revenus des produits

Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Sans réponse	D'accord	Tout à fait d'accord
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

3- La réduction des coûts de l'entreprise

Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Sans réponse	D'accord	Tout à fait d'accord
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

4- L'accroissement de la part du marché.

Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Sans réponse	D'accord	Tout à fait d'accord
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5- Les barrières à l'entrée des concurrents potentiels

Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Sans réponse	D'accord	Tout à fait d'accord
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6-Les produits de l'entreprise sont uniques et difficile à imiter

Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Sans réponse	D'accord	Tout à fait d'accord
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

7- La maîtrise de technologies performantes qui permet d'améliorer l'efficacité des différents processus

Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Sans réponse	D'accord	Tout à fait d'accord
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8- l'entreprise s'adapte rapidement aux changements.

Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Sans réponse	D'accord	Tout à fait d'accord
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9- la création de nouveaux produits pour mieux s'adapter aux préférences des consommateurs.

Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Sans réponse	D'accord	Tout à fait d'accord
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Module C : Capital Financier

1- Le financement des investissements en formation

Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Sans réponse	D'accord	Tout à fait d'accord
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

2- Le financement pour l'amélioration des conditions de travail

Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Sans réponse	D'accord	Tout à fait d'accord
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

3- Le financement des investissements dans les systèmes d'information

Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Sans réponse	D'accord	Tout à fait d'accord
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

4- Le financement des investissements dans la recherche et développement

Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Sans réponse	D'accord	Tout à fait d'accord
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5- Le financement des investissements en marketing

Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Sans réponse	D'accord	Tout à fait d'accord
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6- Le financement des relations de partenariat.

Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Sans réponse	D'accord	Tout à fait d'accord
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

الملحق رقم 02: العشر دول الأفضل أداء في مجال مؤشر اقتصاد المعرفة

2012						2008		2000		1995		البلد
ITC	التعليم	الابتكار	EIR	الرتبة	KEI	الرتبة	KEI	الرتبة	KEI	الرتبة	KEI	
9,49	8,92	9,74	9,58	1	9,43	2	9,52	1	9,65	4	9,45	السويد
9,22	8,77	9,66	9,65	2	9,33	3	9,37	8	9,22	7	9,33	فنلندا
8,88	8,63	9,49	9,63	3	9,16	1	9,58	3	9,32	2	9,48	الدنمارك
9,45	8,75	9,46	8,79	4	9,11	4	9,32	2	9,34	5	9,44	هولندا
8,53	9,43	9,01	9,47	5	9,11	5	9,27	7	9,25	3	9,46	النرويج
8,30	9,81	8,66	9,09	6	8,97	15	8,87	9	9,19	6	9,39	نيوزلندا
8,23	8,61	9,32	9,52	7	8,92	6	9,21	10	9,07	10	9,19	كندا
9,17	8,20	9,11	9,10	8	8,9	14	8,87	15	8,84	14	8,91	ألمانيا
8,32	9,71	8,92	8,56	9	8,88	10	9,05	6	9,27	9	9,27	أستراليا
9,20	6,90	9,86	9,54	10	8,87	7	9,15	5	9,28	8	9,28	سويسرا

Source: world bank, http://info.worldbank.org/etools/kam2/KAM_page5.asp, most recent January 2012

الملحق رقم 03: مؤشرات اقتصاد المعرفة ببعض الدول العربية

2012						2008		2000		1995		البلد
EIR	Innovation	Education	ICT	Rank	KEI	Rank	KEI	Rank	KEI	Rank	KEI	
5,75	7,43	3,94	4,14	42	6,94	42	6,66	48	6,05	46	6,39	الإمارات العربية المتحدة
6,69	4,61	6,78	9,54	43	6,9	62	5,37	41	6,85	36	6,97	البحرين
6,96	5,88	5,23	6,49	47	6,14	49	6,02	65	5,28	65	5,34	عمان
5,68	4,14	5,65	8,37	54	5,84	45	6,15	49	6,01	54	5,86	قطر
6,87	6,42	3,41	6,65	64	5,33	50	6,01	46	6,16	57	5,71	الكويت
5,86	5,22	3,70	6,53	50	5,96	52	6,01	76	4,6	78	5,02	العربية السعودية
5,65	4,05	5,55	4,54	75	4,95	56	5,53	57	5,58	61	5,55	الأردن
3,81	4,97	4,55	4,89	81	4,56	70	4,86	68	4,95	63	5,38	لبنان
4,28	4,86	5,51	3,58	97	3,78	84	4,03	88	4,29	87	4,68	مصر
2,33	3,54	5,27	4,04	112	2,77	104	2,9	111	2,85	109	3,49	سوريا
4,50	4,11	3,37	3,12	80	4,56	71	4,73	89	4,15	89	4,54	تونس
4,66	3,67	2,07	4,02	96	3,79	96	3,25	110	2,85	108	3,5	الجزائر
2,04	3,07	2,40	3,55	102	3,61	92	3,45	92	3,74	96	4,17	المغرب

Source: world bank, http://info.worldbank.org/etools/kam2/KAM_page5.asp, most recent January 2012.

الملحق رقم 04: نماذج قياس رأس المال الفكري (1992-2005)

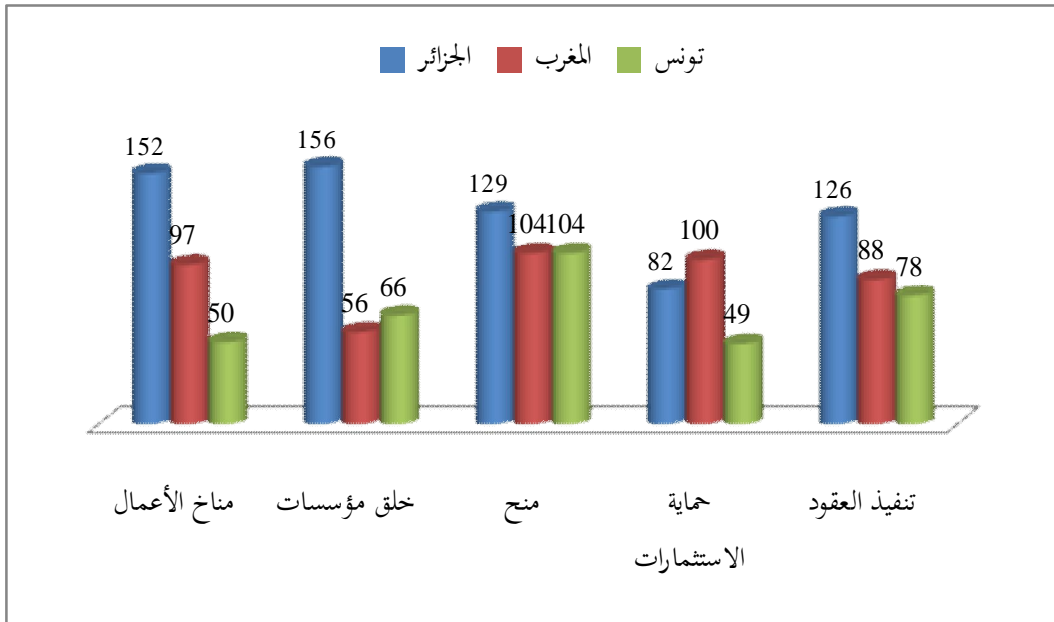
الكاتب/ السنة	اسم النموذج	وصف الطريقة
Fitz (1994)	ذكاء رأس المال البشري (وصفي) Human Capital Intelligence	يقوم النموذج باختيار مجموعة من المؤشرات المتعلقة بقياس رأس المال الفكري، و استخدامها لغرض إجراء المقارنة مع قاعدة بيانات هذا المكون.
Kaplan and Norton (1996)	بطاقات الدرجات الموزونة (وصفي) (BSC) Balanced Score Card	يهدف إلى تحقيق التوازن ما بين، تقييم وقياس المتغيرات الخارجية، المرتبطة بأصحاب المصلحة والزبائن، وقياس المتغيرات الداخلية ذات العلاقة بأنشطة الأعمال الجوهرية. و يتم قياس أداء الشركة من خلال مؤشرات تغطي أربعة منظورات رئيسية: منظور التعلم و النمو، المنظور الداخلي، منظور الزبون و المنظور المالي.
Brooking (1996)	بروكر التكنولوجيا (وصفي) Technology Broker	تقدير قيمة رأس المال الفكري للشركة، من خلال تحليل تشخيصي لمكوناته الأربعة: موجودات السوق، الموجودات المتركة بالموارد البشري، موجودات الملكية الفكرية و موجودات البناء التحتي، وذلك من خلال استبيانات فحص لكل صنف من الموجودات.
Bontis (1996)	براءات الاختراع (وصفي) Citation Weighted Patents	حساب عامل التكنولوجيا بالاعتماد على براءات الاختراع، التي طورت من قبل رأس المال الفكري للشركة. و من مؤشرات النموذج: عدد براءات الاختراع، كلفة براءات الاختراع و عائد براءات الاختراع.
Johansson (1996)	كلفة محاسبة الموارد البشرية (كمي) Human Resource Costing &Accounting HRCA	حساب الأثر الخفي على التكاليف المرتبطة بالموارد البشرية التي بدورها تخفض أرباح الشركة، يقاس رأس المال الفكري من خلال حساب مساهمة الموجودات البشرية في الشركة مقسوماً على نفقات الرواتب المنتفع بها.
(Roos, et al) (1997)	مؤشر رأس المال الفكري (وصفي) IC-Index	مراقبة التغير الذي يتحقق في رأس المال الفكري، بالاستناد إلى علاقة الارتباط بين التغيرات التي تحصل في رأس المال الفكري و التي تحصل في السوق. بإعتماد مؤشر قياسي واحد مؤلف من أربعة مؤشرات: رأسمال العلاقات، رأس المال البشري، رأسمال البناء التحتي و رأسمال الإبداع.
Stewart (1997)	q لتوبن (كمي) (Tobin's q)	طريقة لوصف الفرق ما بين الموجودات المادية للشركة و قيمتها السوقية، و يمثل q فجوة القيمة بين الاثنين، فمثلا في حالة $q=10$ فإن القيمة السوقية تكون أعلى بعشرة أضعاف من قيمة الموجودات المادية.
Stewart (1997)	قيمة الموجودات غير الملموسة (وصفي) Calculated Intangible Value	استكشاف مكونات رأس المال الفكري: رأس المال البشري، رأس المال الهيكلية، رأس المال الزبائني.
Stewart (1997)	القيمة السوقية إلى القيمة الدفترية (كمي) Market-to-Book Value	حساب قيمة رأس المال المعرفي، عن طريق الفرق بين القيمة السوقية لرأس المال المؤسسة وقيمتها الدفترية.

تحسب القيمة من خلال تسوية الربح الصريح المعلن للشركة بالنفقات المرتبطة بالموجودات غير الملموسة.	القيمة الاقتصادية المضافة (وصفي) Economic Value Added- EVA	Stewart (1997)
تحديد أدوار رأس المال الفكري في خلق القيمة و كيفية استخدامها بكفاءة، وذلك بالاعتماد على العلاقة القائمة بين ثلاثة عناصر رئيسية هي: رأس المال المستخدم، رأس المال البشري، رأس المال الهيكلي.	معامل القيمة المضافة لرأس المال الفكري (وصفي) Value Added Intellectual Coefficient-VAIC	Pulic (1997)
تحديد القيمة الشاملة الكلية للأعمال، معبراً عنها بمجموع رأس المال الفكري للتدفقات النقدية للشركة، أي قياس القيمة المضافة الكلية (النقدية وغير الملموسة). القيمة المضافة الكلية = القيمة المضافة النقدية + القيمة المضافة غير الملموسة.	منهجية التقييم الشامل (وصفي) Inclusive Valuation Methodology IVM	McPherson (1998)
حساب قيمة للتدفقات النقدية المخططة المخصصة في بداية و نهاية فترة زمنية معينة، وأن الفرق بينهما يمثل القيمة المضافة لتلك الفترة .	محاسبة التنبؤ بالمستقبل (كمي) Accounting for The Future-AFTF	Nash H. (1998)
تحديد القيمة الحقيقية للشركة من القيمة السوقية لأسهمها، و التي تنجم عن أربع مؤشرات هي: رأس المال الملموس، رأس المال الفكري المدرك، رأس المال الفكري المعروض للتداول، و الميزة التنافسية المستدامة.	قيمة السوق التي يحددها المستثمر (كمي) Investor Assigned Market Value- IAMV	Standfield (1998)
تحسب إيرادات رأسمال المعرفة كنسبة من الإيرادات الاعتيادية مقسوماً على الإيرادات المتوقعة للموجودات الدفترية.	إيرادات رأسمال المعرفة (كمي) Knowledge Capital Earnings	Lev (1999)
تقدير رأس المال الفكري وذلك اعتماداً على تحديد قيمة الموجودات والموارد غير الملموسة: المهارات والمعرفة الضمنية، والقيم والمعايير الجماعية، التكنولوجيا والمعرفة الصريحة، العمليات الرئيسية وعمليات الإدارة.	تقدير القيمة (وصفي) The Value Explorer	1Andriessen & Tiessen (2000)
يمثل طريقة منهجية لتقدير قيمة الملكية الفردية: رأس المال البشري، الموجودات الفكرية، الملكية الفكرية.	تقييم الموجودات الفكرية (وصفي) Intellectual Asset Valuation	Sullivan (2000)
هو بالأساس مشروع قد استهل من قبل المعهد الكندي للمحاسبين القانونيين (Institute of Canadian Chartered Accountants)، يستخدم النموذج التدفقات النقدية المخططة المخصصة لغرض إعادة دراسة كيفية تأثير الأحداث السابقة على الأنشطة المخططة.	خلق القيمة الكلية (كمي) Total Value Creation- TVC™	Anderson & McLean (2000)
يمثل مصفوفة من المؤشرات غير المالية تتوزع بثلاث فئات وفقاً لمراحل دورة التطوير، وهذه الفئات هي: الاكتشاف/التعلم، التنفيذ، ومرحلة استغلال العوائد.	بطاقة تسجيل سلسلة القيمة Value Chain Scoreboard™	Lev B. (2002)
رأس المال الفكري هو عبارة عن مجموعة من العناصر لكل منها وزن معين، و هي: رأس المال (البشري، الهيكلي، الإبداعي، الزبائني).	القياس الموزون (كمي) Weighted measurement	Chen (2005)

Source: traduction à partir de :

<http://www.sveiby.com/Portals/0/articles/IntangibleMethods.htm>

الملحق رقم 05: مناخ الأعمال حسب تصنيف البنك العالمي 2013



Source : Source : natixis,Algérie , op cit, p 09.

الملحق رقم 06:الصدق الداخلي لفقرات الاستبيان

		Cap_Hum1	Cap_Hum2	Cap_Hum3	Cap_Hum4	Cap_Hum5	Cap_Hum6	Cap_Hum7	Cap_Hum8	Cap_Hum
Cap_Hum1	Pearson Correlation	1	,370	,128	,202	,179	-,111	,065	-,058	,563
	Sig. (2-tailed)		,001	,259	,074	,114	,330	,567	,610	,000
	N	79	79	79	79	79	79	79	79	79
Cap_Hum2	Pearson Correlation	,370	1	,124	,158	,124	,039	,290	-,031	,665
	Sig. (2-tailed)	,001		,277	,164	,276	,732	,010	,788	,000
	N	79	79	79	79	79	79	79	79	79
Cap_Hum3	Pearson Correlation	,128	,124	1	-,164	,195	-,111	-,051	,030	,618
	Sig. (2-tailed)	,259	,277		,149	,086	,330	,657	,793	,004
	N	79	79	79	79	79	79	79	79	79
Cap_Hum4	Pearson Correlation	,202	,158	-,164	1	,164	,209	,119	,124	,533
	Sig. (2-tailed)	,074	,164	,149		,150	,064	,296	,275	,000
	N	79	79	79	79	79	79	79	79	79
Cap_Hum5	Pearson Correlation	,179	,124	,195	,164	1	-,089	-,087	-,100	,420
	Sig. (2-tailed)	,114	,276	,086	,150		,433	,445	,380	,000
	N	79	79	79	79	79	79	79	79	79
Cap_Hum6	Pearson Correlation	-,111	,039	-,111	,209	-,089	1	,016	,067	,644
	Sig. (2-tailed)	,330	,732	,330	,064	,433		,889	,555	,030
	N	79	79	79	79	79	79	79	79	79
Cap_Hum7	Pearson Correlation	,065	,290	-,051	,119	-,087	,016	1	,232	,527
	Sig. (2-tailed)	,567	,010	,657	,296	,445	,889		,040	,000
	N	79	79	79	79	79	79	79	79	79
Cap_Hum8	Pearson Correlation	-,058	-,031	,030	,124	-,100	,067	,232	1	,574
	Sig. (2-tailed)	,610	,788	,793	,275	,380	,555	,040		,015
	N	79	79	79	79	79	79	79	79	79
Cap_Hum	Pearson Correlation	,563	,665	,318	,533	,420	,244	,427	,274	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,004	,000	,000	,030	,000	,015	
	N	79	79	79	79	79	79	79	79	79

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

		Cap_Str1	Cap_Str2	Cap_Str3	Cap_Str4	Cap_Str5	Cap_Str6	Cap_Str7	Cap_Str8	Cap_Str9	Cap_Str10	Cap_Str11	Cap_Str12	Cap_Str
Cap_Str1	Pearson Correlation	1	-,045	,055	-,005	-,047	,037	-,113	,189	-,019	-,212	,008	-,197	,556
	Sig. (2-tailed)		,693	,628	,962	,682	,744	,320	,096	,869	,061	,943	,082	,062
	N	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79
Cap_Str2	Pearson Correlation	-,045	1	-,173	,198	,150	,205	,179	,227*	,298**	,318**	,198	,041	,602**
	Sig. (2-tailed)	,693		,128	,081	,187	,070	,115	,045	,008	,004	,081	,719	,000
	N	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79
Cap_Str3	Pearson Correlation	,055	-,173	1	,179	,448**	,158	,066	-,056	-,074	,114	,179	,308**	,519**
	Sig. (2-tailed)	,628	,128		,115	,000	,164	,563	,624	,517	,316	,115	,006	,004
	N	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79
Cap_Str4	Pearson Correlation	-,005	,198	,179	1	,296**	,343**	,022	,177	,037	,168	,075	,398**	,484**
	Sig. (2-tailed)	,962	,081	,115		,008	,002	,848	,120	,743	,138	,509	,000	,000
	N	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79
Cap_Str5	Pearson Correlation	-,047	,150	,448**	,296**	1	,284*	,260*	,290**	,138	,148	,093	,510**	,579**
	Sig. (2-tailed)	,682	,187	,000	,008		,011	,021	,009	,226	,193	,416	,000	,000
	N	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79
Cap_Str6	Pearson Correlation	,037	,205	,158	,343**	,284*	1	,338**	,187	,215	,204	,216	,250*	,583**
	Sig. (2-tailed)	,744	,070	,164	,002	,011		,002	,098	,058	,071	,056	,027	,000
	N	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79
Cap_Str7	Pearson Correlation	-,113	,179	,066	,022	,260*	,338**	1	,105	,459**	,357**	,155	,253*	,507**
	Sig. (2-tailed)	,320	,115	,563	,848	,021	,002		,355	,000	,001	,174	,024	,000
	N	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79
Cap_Str8	Pearson Correlation	,189	,227*	-,056	,177	,290**	,187	,105	1	,369**	,272*	,249*	,368**	,430**
	Sig. (2-tailed)	,096	,045	,624	,120	,009	,098	,355		,001	,015	,027	,001	,000
	N	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79
Cap_Str9	Pearson Correlation	-,019	,298**	-,074	,037	,138	,215	,459**	,369**	1	,571**	,352**	,187	,582**
	Sig. (2-tailed)	,869	,008	,517	,743	,226	,058	,000	,001		,000	,001	,099	,000
	N	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79
Cap_Str10	Pearson Correlation	-,212	,318**	,114	,168	,148	,204	,357**	,272*	,571**	1	,483**	,214	,639**
	Sig. (2-tailed)	,061	,004	,316	,138	,193	,071	,001	,015	,000		,000	,058	,000
	N	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79
Cap_Str11	Pearson Correlation	,008	,198	,179	,075	,093	,216	,155	,249*	,352**	,483**	1	,204	,417**
	Sig. (2-tailed)	,943	,081	,115	,509	,416	,056	,174	,027	,001	,000		,072	,000
	N	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79
Cap_Str12	Pearson Correlation	-,197	,041	,308**	,398**	,510**	,250*	,253*	,368**	,187	,214	,204	1	,570**
	Sig. (2-tailed)	,082	,719	,006	,000	,000	,027	,024	,001	,099	,058	,072		,000
	N	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79
Cap_Str	Pearson Correlation	,056	,400**	,319**	,484**	,579**	,583**	,507**	,430**	,582**	,639**	,417**	,570**	1
	Sig. (2-tailed)	,621	,000	,004	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79

	Cap_Rel1	Cap_Rel2	Cap_Rel3	Cap_Rel4	Cap_Rel5	Cap_Rel6	Cap_Rel7	Cap_Rel8	Cap_Rel9	Cap_Rel10	Cap_Rel11	Cap_Rel	
Cap_Rel1	Pearson Correlation	1	,588	,550	,325	,296	,416	,305	,454	,143	,299	,026	,718
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,004	,008	,000	,006	,000	,209	,007	,820	,000
	N	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79
Cap_Rel2	Pearson Correlation	,588	1	,281	,443	-,009	,081	,231	,406	,393	,113	,252	,634
	Sig. (2-tailed)	,000		,012	,000	,934	,480	,040	,000	,000	,321	,025	,000
	N	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79
Cap_Rel3	Pearson Correlation	,550	,281	1	,250	,237	,307	,412	,313	,057	,099	,109	,566
	Sig. (2-tailed)	,000	,012		,026	,036	,006	,000	,005	,618	,386	,340	,000
	N	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79
Cap_Rel4	Pearson Correlation	,325	,443	,250	1	-,012	,155	,299	,142	,364	-,157	,447	,573
	Sig. (2-tailed)	,004	,000	,026		,915	,173	,007	,211	,001	,167	,000	,000
	N	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79
Cap_Rel5	Pearson Correlation	,296	-,009	,237	-,012	1	,370	,164	,235	,068	,590	-,139	,433
	Sig. (2-tailed)	,008	,934	,036	,915		,001	,148	,037	,551	,000	,223	,000
	N	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79
Cap_Rel6	Pearson Correlation	,416	,081	,307	,155	,370	1	,527	,413	-,028	,292	,102	,596
	Sig. (2-tailed)	,000	,480	,006	,173	,001		,000	,000	,806	,009	,372	,000
	N	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79
Cap_Rel7	Pearson Correlation	,305	,231	,412	,299	,164	,527	1	,514	,094	,090	,298	,654
	Sig. (2-tailed)	,006	,040	,000	,007	,148	,000		,000	,412	,432	,008	,000
	N	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79
Cap_Rel8	Pearson Correlation	,454	,406	,313	,142	,235	,413	,514	1	,191	,086	,173	,669
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,005	,211	,037	,000	,000		,092	,450	,127	,000
	N	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79
Cap_Rel9	Pearson Correlation	,143	,393	,057	,364	,068	-,028	,094	,191	1	,109	,348	,578
	Sig. (2-tailed)	,209	,000	,618	,001	,551	,806	,412	,092		,339	,002	,000
	N	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79
Cap_Rel10	Pearson Correlation	,299	,113	,099	-,157	,590	,292	,090	,086	,109	1	-,324	,626
	Sig. (2-tailed)	,007	,321	,386	,167	,000	,009	,432	,450	,339		,004	,003
	N	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79
Cap_Rel11	Pearson Correlation	,026	,252	,109	,447	-,139	,102	,298	,173	,348	-,324	1	,585
	Sig. (2-tailed)	,820	,025	,340	,000	,223	,372	,008	,127	,002	,004		,000
	N	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79
Cap_Rel	Pearson Correlation	,718	,634	,566	,573	,433	,596	,654	,669	,478	,326	,385	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,003	,000	
	N	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79

	Comp_Cap_l m1	Comp_Cap_i m2	Comp_Cap_i m3	Comp_Cap_i m4	Comp_Cap_i m5	Comp_Cap_i m6	Comp_Cap_i m7	Comp_Cap_i m8	Comp_Cap_i m9	NCpmp_Cap_ im
Comp_C Pearson Correlation apl_im1 Sig. (2-tailed) N	1 79	,042 ,715 79	,302 ,007 79	,384 ,000 79	,399 ,000 79	,095 ,407 79	,153 ,177 79	,291 ,009 79	,306 ,006 79	,799 ,000 79
Comp_C Pearson Correlation ap_im2 Sig. (2-tailed) N	,042 ,715 79	1 79	,225 ,047 79	,162 ,153 79	,375 ,001 79	,228 ,043 79	,444 ,000 79	,085 ,456 79	,428 ,000 79	,537 ,000 79
Comp_C Pearson Correlation ap_im3 Sig. (2-tailed) N	,302 ,007 79	,225 ,047 79	1 79	,278 ,013 79	,272 ,015 79	,208 ,066 79	,100 ,379 79	,222 ,049 79	,386 ,000 79	,513 ,000 79
Comp_C Pearson Correlation ap_im4 Sig. (2-tailed) N	,384 ,000 79	,162 ,153 79	,278 ,013 79	1 79	,146 ,200 79	,223 ,049 79	-,017 ,885 79	,117 ,306 79	,396 ,000 79	,575 ,000 79
Comp_C Pearson Correlation ap_im5 Sig. (2-tailed) N	,399 ,000 79	,375 ,001 79	,272 ,015 79	,146 ,200 79	1 79	,275 ,014 79	,211 ,062 79	,133 ,243 79	,365 ,001 79	,644 ,000 79
Comp_C Pearson Correlation ap_im6 Sig. (2-tailed) N	,095 ,407 79	,228 ,043 79	,208 ,066 79	,223 ,049 79	,275 ,014 79	1 79	,062 ,586 79	-,198 ,080 79	,115 ,311 79	,594 ,000 79
Comp_C Pearson Correlation ap_im7 Sig. (2-tailed) N	,153 ,177 79	,444 ,000 79	,100 ,379 79	-,017 ,885 79	,211 ,062 79	,062 ,586 79	1 79	,090 ,429 79	,306 ,006 79	,485 ,011 79
Comp_C Pearson Correlation ap_im8 Sig. (2-tailed) N	,291 ,009 79	,085 ,456 79	,222 ,049 79	,117 ,306 79	,133 ,243 79	-,198 ,080 79	,090 ,429 79	1 79	,207 ,068 79	,508 ,000 79
Comp_C Pearson Correlation ap_im9 Sig. (2-tailed) N	,306 ,006 79	,428 ,000 79	,386 ,000 79	,396 ,000 79	,365 ,001 79	,115 ,311 79	,306 ,006 79	,207 ,068 79	1 79	,612 ,000 79
NCpmp_ Pearson Correlation Cap_im Sig. (2-tailed) N	,799 ,000 79	,457 ,000 79	,457 ,000 79	,575 ,000 79	,644 ,000 79	,394 ,000 79	,285 ,011 79	,408 ,000 79	,612 ,000 79	1 79

Correlations

		Cap_fin1	Cap_fin 2	Cap_fin3	Cap_fin4	Cap_fin5	Cap_fin6	CAP_FIN
Cap_fin1	Pearson Correlation	1	-,043	,234*	-,183	-,042	,160	,585
	Sig. (2-tailed)		,709	,038	,106	,712	,159	,000
	N	79	79	79	79	79	79	79
Cap_fin2	Pearson Correlation	-,043	1	,177	,066	-,290**	-,299**	,538
	Sig. (2-tailed)	,709		,118	,564	,009	,008	,000
	N	79	79	79	79	79	79	79
Cap_fin3	Pearson Correlation	,234*	,177	1	,078	-,270*	,305**	,485
	Sig. (2-tailed)	,038	,118		,495	,016	,006	,000
	N	79	79	79	79	79	79	79
Cap_fin4	Pearson Correlation	-,183	,066	,078	1	,031	,141	,630
	Sig. (2-tailed)	,106	,564	,495		,785	,214	,042
	N	79	79	79	79	79	79	79
Cap_fin5	Pearson Correlation	-,042	-,290**	-,270*	,031	1	,123	,064
	Sig. (2-tailed)	,712	,009	,016	,785		,281	,068
	N	79	79	79	79	79	79	79
Cap_fin6	Pearson Correlation	,160	-,299**	,305**	,141	,123	1	,785
	Sig. (2-tailed)	,159	,008	,006	,214	,281		,045
	N	79	79	79	79	79	79	79
Normal5	Pearson Correlation	,385**	,438**	,485**	-,230*	-,046	-,085	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,042	,688	,459	
	N	79	79	79	79	79	79	79

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		Cap_fin1	Cap_fin 2	Cap_fin3	Cap_fin4	Cap_fin5	Cap_fin6	CAP_FIN
Cap_fin1	Pearson Correlation	1	-,043	,234*	-,183	-,042	,160	,585
	Sig. (2-tailed)		,709	,038	,106	,712	,159	,000
	N	79	79	79	79	79	79	79
Cap_fin2	Pearson Correlation	-,043	1	,177	,066	-,290**	-,299**	,538
	Sig. (2-tailed)	,709		,118	,564	,009	,008	,000
	N	79	79	79	79	79	79	79
Cap_fin3	Pearson Correlation	,234*	,177	1	,078	-,270*	,305**	,485
	Sig. (2-tailed)	,038	,118		,495	,016	,006	,000
	N	79	79	79	79	79	79	79
Cap_fin4	Pearson Correlation	-,183	,066	,078	1	,031	,141	,630
	Sig. (2-tailed)	,106	,564	,495		,785	,214	,042
	N	79	79	79	79	79	79	79
Cap_fin5	Pearson Correlation	-,042	-,290**	-,270*	,031	1	,123	,064
	Sig. (2-tailed)	,712	,009	,016	,785		,281	,068
	N	79	79	79	79	79	79	79
Cap_fin6	Pearson Correlation	,160	-,299**	,305**	,141	,123	1	,785
	Sig. (2-tailed)	,159	,008	,006	,214	,281		,045
	N	79	79	79	79	79	79	79
Normal5	Pearson Correlation	,385**	,438**	,485**	-,230*	-,046	-,085	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,042	,688	,459	
	N	79	79	79	79	79	79	79

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

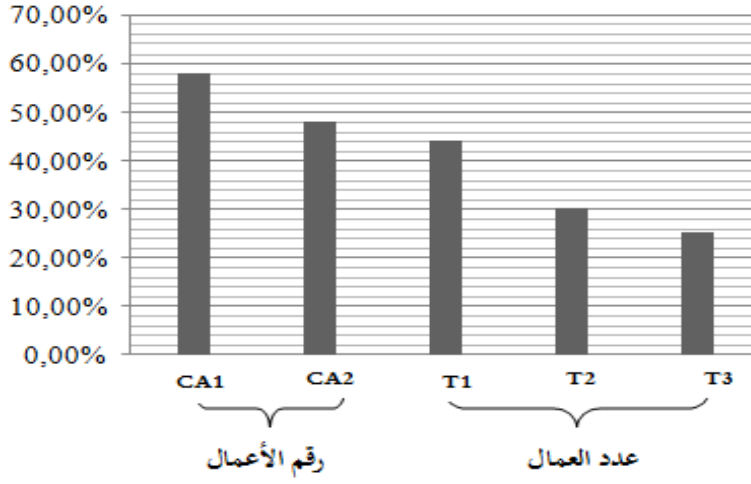
** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

الملحق رقم 07 : معاملات الارتباط بين فقرات رأس المال الفكري و الميزة التنافسية

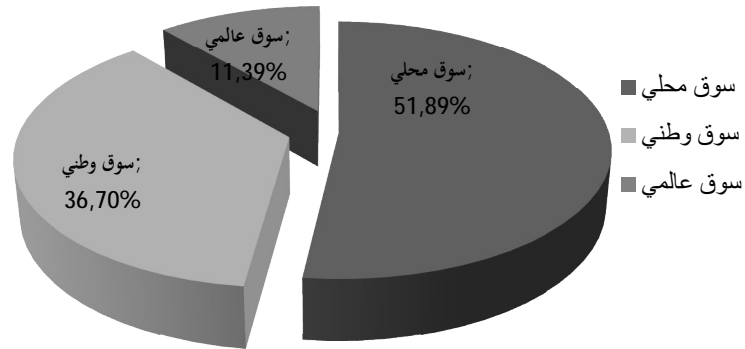
الميزة التنافسية					المحور	
مستوى الدلالة	معامل الارتباط	الفقرة	مستوى الدلالة	معامل الارتباط	الفقرة	
0.000	0.452	الإبداع و الابتكار	0.000	0.633	المعرفة	رأس المال
0.000	0.493	الرضا الوظيفي	0.000	0.598	الكفاءة	البشري
0.000	0.503	الأداء الجيد	0.000	0.541	الشهادات الأكاديمية	
0.019	0.468	روح الفريق	0.000	0.536	الخبرة	

الميزة التنافسية					المحور	
مستوى الدلالة	معامل الارتباط	الفقرة	مستوى الدلالة	معامل الارتباط	الفقرة	
0.000	0,577	سرعة تسليم المنتجات	0.000	0.710	تكييف المنتجات حسب رغبات الزبائن	رأس مال
0.000	0,621	متابعة المنافسين	0.000	0,553	رضا الزبائن	العلاقات
0.019	0,354	علاقات الشراكة	0.000	0,687	اخذ بعين الاعتبار تفضيلات الزبائن عند تعديل المنتجات	
0.000	0,502	العلاقة بالممولين	0.000	0,509	خدمات ما بعد البيع	
0.000	0,565	تعدد قنوات التوزيع	0.000	0,583	ولاء الزبائن	
			0.001	0,510	مزايا خاصة للزبائن الدائمين.	

الملحق رقم 08: توزيع المؤسسات حسب الحجم



الملحق رقم 09: توزيع المؤسسات حسب طبيعة الأسواق



الملحق رقم 10: نتائج التحليل العاملي لرأس المال المالي

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2,970	49,498	49,498	2,970	49,498	49,498	2,970	49,496	49,496
2	1,634	27,233	76,731	1,634	27,233	76,731	1,634	27,235	76,731
3	,646	10,768	87,499						
4	,413	6,880	94,378						
5	,232	3,868	98,246						
6	,105	1,754	100,000						

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2,970	49,498	49,498	2,970	49,498	49,498	2,970	49,496	49,496
2	1,634	27,233	76,731	1,634	27,233	76,731	1,634	27,235	76,731
3	,646	10,768	87,499						
4	,413	6,880	94,378						
5	,232	3,868	98,246						
6	,105	1,754	100,000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Résultat ACP



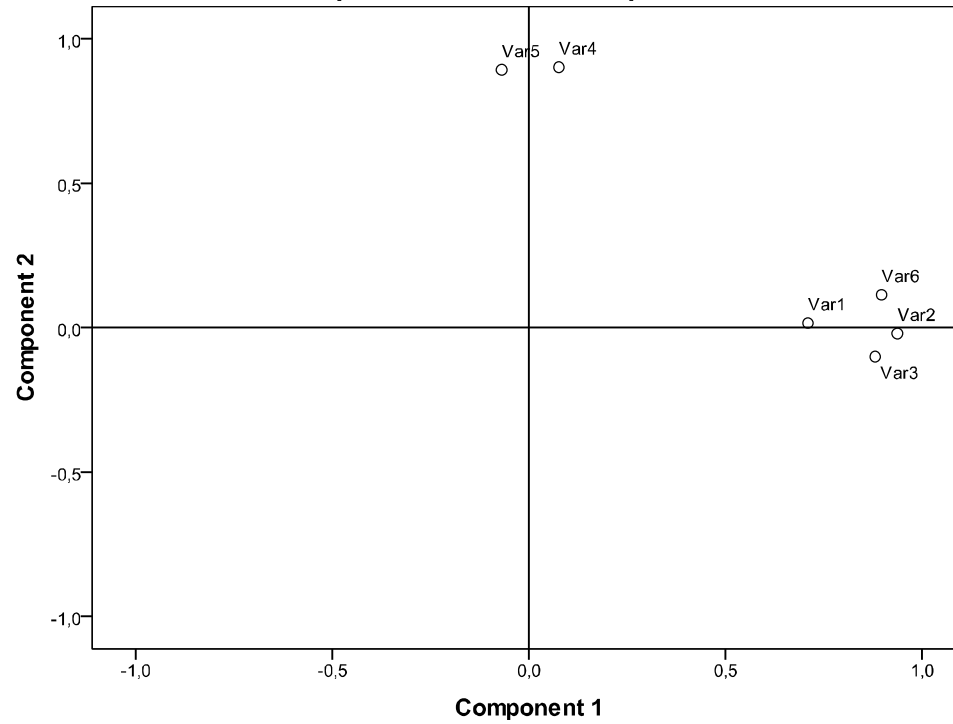
Component Matrix^a

	Component	
	1	2
Cap-fin1	,709	,009
Cap-fin2	,937	-,029
Cap-fin3	,879	-,109
Cap-fin4	,085	,901
Cap-fin5	-,061	,893
Cap-fin6	,898	,105

Rotated Component Matrix^a

	Component	
	1	2
Var1	,709	,016
Var2	,937	-,020
Var3	,880	-,100
Var4	,076	,902
Var5	-,069	,893
Var6	,897	,114

Component Plot in Rotated Space



الملحق رقم 11: التمثيل البياني للتوزيع الطبيعي للمتغيرات

