



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عبد الحميد بن باديس

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم علوم التسيير

مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي

تخصص: إدارة واقتصاد المؤسسة



عنوان المذكرة

عملية تحقيق الإبداع والابتكار من منطلق مردودية رأس المال الفكري

دراسة حالة مؤسسة إنتاج الحليب ومشتقاته "سايمكس"

إشراف الأستاذ:

* نخالدي علي

إعداد الطالبة:

* مولاي اسمهان

لجنة المناقشة:

رئيسا

جامعة مستغانم

أ/ ودان بوعبد الله

مشرفا

جامعة مستغانم

أ/ نخالدي علي

مناقشا

جامعة مستغانم

أ/ حجار آسيا

السنة الجامعية: 2015/2014

الإهداء

بسم الله الرحمن الرحيم

(قل إعملوا فسيرى الله عملكم ورسوله والمؤمنون)

صدق الله العظيم

إلهي لا يطيب الليل إلا بشكرك ولا يطيب النهار إلا بطاعتك .. ولا تطيب اللحظات

إلا بذكرك .. ولا تطيب الآخرة إلا بعفوك .. ولا تطيب الجنة إلا برؤيتك سبحانك

إلى من بلغ الرسالة وأدى الأمانة .. ونصح الأمة .. إلى نبي الرحمة ونور

العالمين سيدنا محمد عليه أفضل الصلاة والسلام

إلى روح أبي الطاهرة أسكنه الله فسيح جناته

إلى ينبوع الصبر والتفاؤل إلى كل من في الوجود بعد الله ورسوله إلى أمي الغالية

أطال الله في عمرها وغمرها بالصحة والعافية

إلى من أظهروا لي ما هو أجمل من الحياة إلى إخوتي

إلى الأخوات اللواتي لم تدهن أمني .. إلى من تحلو بالإخاء وتميزوا بالوفاء

والعطاء إلى ينابيع الصدق الصافي إلى من معهم وبرفقتهم سعدت إلى من كانوا

معي على طريق النجاح والخير

إلى من عرفت كيف أجدهم وعلموني أن لا أضيعهم إلى صديقاتي

الشكر والتقدير

"ربي أوزعني أن اشكر نعمتك التي أنعمت علي

وعلى والدي وأن أعمل صالحا ترضاه وأدخلني

برحمتك في عبادك الصالحين"

أشكر الله وأحمده قبل كل شيء على اتمام هذا العمل المتواضع

وأتقدم بأسمى عبارات الشكر والتقدير إلى الذين مهدوا لنا طريق العلم

والمعرفة إلى جميع أساتذتنا الأفاضل

ونخص بالشكر الأستاذ المأطر " خالدي علي " الذي أشرف علي

هذا البحث جزاه الله خيرا وله منا كل الاحترام والتقدير

كما واتوجه بجزيل الشكر والعرفان إلى الأستاذ "ودان بوعبد الله"

على كل المساعدات والتوجيهات المقدمة لنا

كما ونشكر عمال مؤسسة سايمكس.

قائمة الأشكال:

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
07	جوهر عملية إدارة المعرفة وبيئتها المحيطة	01
15	طرق تجميع البيانات لميزان المدفوعات التكنولوجي	02
22	أركان مفهوم رأس المال الفكري	03
24	دور المورد البشري في بناء المؤسسة	04
25	مكونات رأس المال الفكري	05
32	نموذج القياس المتوازن للأداء	06
38	الأربعة p للإبداع	07
40	مدخلات ومخرجات المؤسسة الإبداعية	08
44	نموذج كلارك التكاملي للإبداع	09
46	أنواع الإبداع	10
55	العلاقة التبادلية والتكاملية بين الإبداع وممارسات الموارد البشرية والقدرات التنظيمية	11
56	نموذج دراسة العلاقة بين إدارة المعرفة والابتكار وأداء المؤسسة	12
58	ملامح النظام الإداري والإبداعي	13
64	الهيكل التنظيمي لمؤسسة سايمكس	14

قائمة الجداول:

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
04	خصائص المعرفة الصريحة والضمنية	01
08	عمليات إدارة المعرفة	02
28	المؤشرات المالية والمؤشرات المتعلقة بالعملاء	03
70	الأصناف المهنية	04
71	توزيع عينة الدراسة حسب الخبرة	05
71	المستوى التعليمي للعمال	06
72	أفراد الخبرة والمهارة بالمؤسسة	07
72	استقطاب الخبرات والمهارات الفنية وخريجي الجامعات	08
73	الاعتماد على الخبرات والمهارات في تطوير المنتجات	09
73	دورات تدريبية للعمال	10
74	تحفيز العمال	11
74	رأي العمال حول المشكلة المطروحة	12
75	الاهتمام بالأفكار والحلول المقدمة من طرف العمال	13
76	تقديم منجات جديدة لم يسبق انتاجها	14
77	التعاون مع الخبرات والاستشارات الخارجية	15
77	تخصيص مبالغ مالية من أجل تطوير المنتجات	16
78	خطة جديدة من أجل تصميم منتج جديد	17
78	اتباع الأساليب العلمية واستخدام وسائل تكنولوجيا متطورة	18
79	استعمال وسائل الاتصال الحديثة	19
79	تشجيع المبادرات العلمية والمهارات الفردية والابتكار لدى العمال	20
80	تقديم منتجات مختلفة	21
80	خفض نسب العيوب في منتجاتها باستمرار	22
81	تبني واحداث التغييرات المطلوبة	23
82	الاهتمام بأراء المستهلك ومقترحاته في تقديم خدمات جديدة	24

الفهرس

	التشكرات
	الإهداء
	قائمة الجداول والأشكال
	المقدمة العامة
1	الفصل الأول: مدخل إلى رأس المال الفكري
2	تمهيد
3	المبحث الأول: إدارة المعرفة (مفهومها وأهميتها)
3	المطلب الأول: تعريف المعرفة وأنواعها
5	المطلب الثاني: مفهوم إدارة المعرفة وعملياتها
9	المطلب الثالث: أهداف إدارة المعرفة ومجالاتها
10	المبحث الثاني: اقتصاد المعرفة
10	المطلب الأول: مفهوم اقتصاد المعرفة وخصائصه
12	المطلب الثاني: مؤشرات اقتصاد المعرفة
18	المطلب الثالث: ركائز اقتصاد المعرفة، مقوماته والقوى الدافعة له
20	المبحث الثالث: الايطار المفاهيمي لرأس المال الفكري
20	المطلب الأول: تطور رأس المال الفكري ومفهومه
23	المطلب الثاني: مكونات رأس المال الفكري وأهميته
26	المطلب الثالث: قياس رأس المال الفكري وإدارته
27	المطلب الرابع: طرق قياس رأس المال الفكري
34	خلاصة الفصل
35	الفصل الثاني: رأس المال الفكري مدخل للابتكار والإبداع
36	تمهيد
37	المبحث الأول: مفاهيم عامة حول الابتكار والإبداع
37	المطلب الأول: تعريف الابتكار والإبداع

42	المطلب الثاني: مراحل الإبداع والابتكار
43	المطلب الثالث: الصفات الإبداعية للأفراد
46	المبحث الثاني: تشخيص الإبداع والابتكار
46	المطلب الأول: أنواع الإبداع وشروطه
49	المطلب الثاني: مستويات الإبداع والابتكار
51	المطلب الثالث: دوافع ومعوقات الإبداع والابتكار
53	المبحث الثالث: دور رأس المال الفكري في تحقيق الإبداع والابتكار
53	المطلب الأول: دعم الإدارة العليا لعملية الإبداع والابتكار
54	المطلب الثاني: العلاقة بين رأس المال الفكري وإدارة المعرفة والابتكار
57	المطلب الثالث: علاقة إدارة المعرفة بالإبداع
60	خلاصة الفصل
61	الفصل الثالث: دراسة ميدانية في مؤسسة سايمكس
62	تمهيد
63	المبحث الأول: لمحة تاريخية عن مؤسسة سايمكس
63	المطلب الأول: التعريف بالمؤسسة سايمكس
64	المطلب الثاني: نشاط وأهداف مؤسسة سايمكس، وهيكلها التنظيمي
66	المطلب الثالث: دور المصالح المتواجدة في المؤسسة
69	المطلب الرابع: وظائف مؤسسة سايمكس لانتاج الحليب ومشتقاته
70	المبحث الثاني: واقع المؤسسة ومدى توفرها على المورد البشري الكفؤ
71	المطلب الأول: خصائص عينة الدراسة ورأس المال الفكري بالمؤسسة
77	المطلب الثاني: واقع الإبداع والابتكار بالمؤسسة
84	خلاصة الفصل
86	الخاتمة العامة
91	المراجع
96	الملاحق

تقديم:

لقد بين التاريخ ما حققته الحضارات القديمة من تراكم معرفي مكن الإنسان من تحقيق إنجازات كبيرة، ومن ناحية أخرى فإن زيادة التقدم التكنولوجي واتساع مطالب الحياة، أدى إلى زيادة حاجة الإنسان في استخدام قدراته العقلية، وهذا ما أصبح يعرف في المؤسسات برأس المال الفكري الذي يعد مفتاح رئيسي محدد للتنمية، وذلك في ظل الاقتصاد التنافسي وعصر المعلوماتية.

كما أصبح يمثل رأس المال الحقيقي للمؤسسات باعتباره يلعب دور رئيسي في انطلاقها نحو الابتكار والإبداع ومن ثم النجاح والاستمرارية، إذ يمكن استخدامه كسلاح تنافسي في عملية التطوير الإبداعي والاستراتيجي.

ويعد الاهتمام به أحد أبرز التحديات التي تواجه إدارة الموارد البشرية وذلك بسبب الحاجة الملحة إلى تنظيم كل من الابتكار والإبداع تنظيمًا منهجيًا، إذ أنه يركز على الطاقات الموجودة عند العاملين بالمؤسسة، وكيفية اكتشافها واستثمارها، والمحافظة عليها باعتبار أن المؤسسات المعاصرة تنظر إلى مواردها البشرية على أنها أغلى الموارد وأكثر الأصول قيمة، كما أن رأس المال الفكري يمكن أن يزداد بازدياد القدرات الإبداعية التي تعمل على زيادة الإتقان التكنولوجي والوظيفي، ومن ثم زيادة الإنتاجية من خلال مهارات ومعلومات ومعارف العاملين. ومن هذا نستخلص أن المؤسسة الناجحة، من أجل ضمان بقاءها واستمراريتها قوية ومؤثرة، يجب أن لا تقف عند حد الكفاءة، وإنما تسعى ويكون طموحها أبعد من ذلك، حيث أن الابتكار والإبداع من أهم السمات الأساسية المميزة لأدائها وخدماتها.

وقد دعت الحاجة إلى الإبداع، المؤسسات إلى الإستجابة له بأشكال مختلفة حيث توجه بعضها إلى تدريب الموظفين على التفكير و الممارسة الإبداعية، كما وقد قامت مؤسسات أخرى بإنشاء فروع خاصة تهتم بتشجيع الابتكار و تنمية الإبداع، مما زاد من حدة التنافس بين المؤسسات، ومن هنا يمكن أن نعتبر الإبداع والابتكار وجها آخر أو بعدا جديدا لعملية التغيير.

إشكالية البحث:

ونظرا لتراكم الأفكار والآراء حول هذا الموضوع تمكنا من طرح الإشكالية التالية: كيف يساهم رأس

المال الفكري في تحقيق عملية الابتكار والإبداع؟

أما فيما يخص الأسئلة الفرعية فهي كالآتي:

- ما هي علاقة رأس المال الفكري بإدارة المعرفة؟
- إلى أي مدى تعتمد مؤسسة سايمكس في الحاضر أو المستقبل على رأس المال الفكري؟
- كيف يمكن لرأس المال البشري أن يساهم في خلق وتنمية الابتكار والإبداع؟

الفرضيات:

على ضوء ما توصلنا إليه من أسئلة فرعية تمكنا من صياغة الفرضيات التالية:

- هناك علاقة وطيدة بين إدارة المعرفة ورأس المال الفكري، حيث أن كفاءة إدارة المعرفة تساهم في تنمية رأس المال الفكري الأمر الذي يؤدي إلى تحقيق الأهداف النهائية للمؤسسة كتقديم منتجات متميزة وتنمية الحصة السوقية وتعظيم الربحية.
- طالما نحن نعيش في ظل التحول التاريخي إلى اقتصاد المعرفة ومجتمع المعلومات والمعرفة فإن قوة التغيير الصاعدة في المؤسسة هي باتجاه رأس المال الفكري.
- يعمل رأس المال البشري كأهم مكون لرأس المال الفكري على خلق وتنمية الابتكار والإبداع.

أهداف الدراسة:

- نهدف من خلال بحثنا هذا إلى التعرف على مدى توافر رأس المال الفكري داخل المؤسسات، بالإضافة إلى التطرق إلى دوره في تنمية القدرات الإبداعية والابتكارية، وذلك من خلال دراسة مدى مساهمة مردوديته في تحقيق عملية الابتكار والإبداع؛
- التعرف بالاقتصاد الجديد المتمثل في اقتصاد المعرفة؛
- التعرف على صفات المبدعين والمبتكرين؛
- عرض الجوانب الأساسية لرأس المال الفكري، وتحديد أساليب قياسه.

أهمية الدراسة:

- نظرا لأهمية الموضوع فقد كانت لنا دوافع عديدة ومتنوعة لاختياره تكمن في الآتي:
- ضرورة المحافظة على رأس المال الفكري وسبل استثماره بالشكل الذي يحقق الأنشطة الابتكارية والإبداعية.

أسباب ودوافع اختيار الموضوع:

- كون أن المعلومات والمعرفة تعتبر سلاحا قويا للمنافسة في وقتنا الحالي؛
- بروز مؤسسات متطورة ويعود السبب وراء تطورها امتلاكها لأفضل وأحسن المعلومات؛
- إبراز أهمية المعرفة ودورها في بناء رأس المال الفكري؛
- تبيان أهمية رأس المال الفكري؛
- إبراز مدى مساهمة الجانب الفكري للفرد في خلق الإبداع والابتكار؛
- استمرار المؤسسات وتطورها يعتمد على مدى كفاءتها في إدارة وتقييم وقياس رأس المال الفكري.

منهجية الدراسة:

من خلال دراستنا سنعتمد على المنهج التحليلي الوصفي لإبراز أهمية ومدى تأثير رأس المال الفكري في تحقيق عملية الإبداع والابتكار، كما أننا سنعتمد على المنهج التاريخي نظرا لما نراه من فروقات كبيرة بين المؤسسات خاصة التي تتميز برأس مال فكري كبير مقارنة مع المؤسسات الأخرى.

هيكل البحث:

قسمنا بحثنا إلى فصلين وكل فصل يحوي على ثلاث مباحث كالتالي:

- الفصل الأول: مدخل إلى رأس المال الفكري
- المبحث الأول: مفاهيم عامة حول إدارة المعرفة
- المبحث الثاني: اقتصاد المعرفة
- المبحث الثالث: الايطار المفاهيمي لرأس المال الفكري
- الفصل الثاني: رأس المال الفكري مدخل للإبداع والابتكار
- المبحث الأول: مفاهيم حول الابتكار والإبداع
- المبحث الثاني: تشخيص الابتكار والإبداع
- المبحث الثالث: دور رأس المال الفكري في تحقيق الابتكار والإبداع
- الفصل الثالث: دراسة ميدانية في مؤسسة سايمكس
- المبحث الأول: لمحة تاريخية عن مؤسسة سايمكس
- المبحث الثاني: واقع المؤسسة ومدى توفرها على المورد البشري الكفؤ

تمهيد:

إن عملية إدارة المعرفة وما تتضمنه من تخطيط وما تتطلبه من تنظيم ورقابة وتوجيه تعتبر حاسمة في بناء رأس المال الفكري وتنميته والاستفادة مما يتولد عنه من إبداع تكنولوجي يتجسد في تقديم منتجات (سلع وخدمات)، أو تحسين هذه المنتجات أو ابتكار عمليات إنتاجية لم تكن معروفة، بالإضافة إلى تحسين الأساليب إنتاجية.

إن عملية نقل وإنتاج المعرفة تشكل دورة جديدة تزامن دورة حياة المؤسسة التقليدية المعروفة، وبناءً على هذه الأهمية للمعرفة نحاول من خلال هذا الفصل التطرق إلى مختلف مفاهيم رأس المال الفكري وعلاقته بإدارة المعرفة، حيث تم تقسيمه إلى ثلاث مباحث كالاتي:

- المبحث الأول: إدارة المعرفة (مفهومها وأهميتها)؛
- المبحث الثاني: اقتصاد المعرفة؛
- المبحث الثالث: الايطار المفاهيمي لرأس المال الفكري.

المبحث الأول: إدارة المعرفة (مفهومها وأهميتها)

إن إدارة المعرفة ظاهرة حديثة ومعقدة بدأ الاهتمام بها والسعي لتطويرها في أواسط التسعينات من القرن الماضي، ويشير إليها على أنها المسؤولة عن تنظيم وملاحظة إنتاج رأس المال الفكري، والبحث عنه.

المطلب الأول: تعريف المعرفة وأنواعها

1/ تعريف المعرفة:

هناك عدة تعاريف للمعرفة ويمكن حصرها في التالي¹:

يمكن تعريف المعرفة على أنها: "حصيلة استخدام البيانات والمعلومات والتجربة التي يتم الحصول عليها عن طريق التعلم والممارسة، إذ تمكن مالكتها من مواجهة مختلف المشاكل وإيجاد حلول مناسبة لها".

كما وقد جاء في مركز الإمارات للدراسات والبحوث التسويقية تعريف المعرفة على النحو التالي²:

"تعتبر المعرفة مورداً رئيسياً بالنسبة للمؤسسة ومصدراً من مصادر الثروة، وميزة تنافسية للأمم".

وقد قدم مفهوم المعرفة على أنه يقوم على فرضيات أساسية وهي كالتالي³:

- إن المعرفة عامة وشخصية في نفس الوقت؛

- إن المعرفة المكتوبة أو الصريحة ضرورية ومهمة للغاية، إذ تنبع من المعرفة الضمنية.

2/ أنواع المعرفة:

هناك نوعين أساسيين للمعرفة هما المعرفة الضمنية والمعرفة الصريحة، وستتطرق إليهما في الآتي:

أ- المعرفة الضمنية:

هي معرفة غير مكتوبة مخزنة في عقول الأفراد تتعلق بمهاراتهم، معارفهم وأفكارهم، إذ يمكن اكتسابها من خلال تراكم الخبرات، وهذا النوع من المعرفة يشير إلى الحدس والبديهة والإحساس الداخلي، ولا تظهر بوضوح إلا من خلال الحوار والنقاش، كما يصعب نقلها أو تحويلها للآخرين⁴.

¹ نعيم إبراهيم الظاهر، إدارة المعرفة، عالم الكتب الحديث، عمان، الطبعة الأولى، 2009، ص10.

² مركز الإمارات للدراسات والبحوث التسويقية، تنمية الموارد البشرية في اقتصاد مبني على المعرفة، أبو ظبي، الطبعة الأولى، 2004، ص14.

³ سعد غالب ياسين، إدارة المعرفة (المفاهيم، النظم، والتقنيات)، دار المناهج، الأردن، الطبعة الأولى، 2007، ص ص37-38.

⁴ فليح حسن خلف، اقتصاد المعرفة، عالم الكتب الحديث، الأردن، الطبعة الأولى، 2007، ص10.

ب- المعرفة الصريحة:

هي المعرفة المكتوبة التي تحتويها المراجع، الكتب، الوثائق، المدونات، التقارير، وأوساط تخزين المعلومات الرقمية، لذا هي معرفة سهلة الوصف والتحديد يمكن تحويلها بسهولة إلى أي لغة، كما يمكن تخزينها واسترجاعها وإعادة قراءتها، وبالتالي الاستفادة منها وتطبيق ما تفرزه من حلول للمشكلات¹.

وبالتالي يمكن القول أن المعرفة الضمنية هي معرفة الذات العاقلة أو معرفة الإنسان، أما المعرفة الصريحة المكتوبة فهي المعرفة بالموضوع وتحويل الفكر إلى نتاج معرفي ملموس ومكتوب.

وخصائص المعرفة الضمنية والصريحة موضحة في الجدول التالي²:

الجدول رقم (01): خصائص المعرفة الصريحة والضمنية

خصائص المعرفة الضمنية	خصائص المعرفة الصريحة
القدرة على التكيف للتعامل مع الظروف الاستثنائية والجديدة.	القدرة على النشر، الإنتاج، والوصول إليها، وإعادة تطبيقها في المؤسسات.
الخبرة، ومعرفة كيف ولماذا ورعاية ماذا.	القدرة على التعليم والتدريب.
القدرة على التعاون ومشاركة الرؤيا لنقل الثقافة.	القدرة على تنظيمها، توليفها، وترجمة الرؤيا إلى الرسالة، ومن ثم تطبيقها.
التدريب والتوجيه لنشر المعرفة.	نقل المعرفة من خلال السلع والخدمات والعمليات الموثقة

المصدر: عامر عبد الرزاق الناصر، إدارة المعرفة في إطار نظم ذكاء الأعمال، اليازوري، الأردن، 2015، ص27.

¹ احمد الخطيب، خالد زبغان، إدارة المعرفة ونظم المعلومات، عالم الكتاب الحديث، جدارا، الأردن، الطبعة الأولى، 2009، ص07.

² عامر عبد الرزاق الناصر، إدارة المعرفة في إطار نظم ذكاء الأعمال، اليازوري، الأردن، 2015، ص27.

المطلب الثاني: مفهوم إدارة المعرفة وعملياتها

1/ مفهوم إدارة المعرفة:

إدارة المعرفة: " هي عبارة عن مجموعة من العمليات التي تساعد المؤسسة على توليد المعرفة والحصول عليها، وحسن اختيارها وتنظيمها، مما يسهل استخدامها ونشرها، وبالتالي تحويل المعلومات الهامة التي تساعد على اتخاذ القرار السليم وحل المشكلات إضافة إلى التخطيط الاستراتيجي"¹.

كما تعرف على " أنها مختلف العمليات المتمثلة والأنشطة التي تستخدمها المؤسسة للاستحواذ على المعرفة وتوليدها، نقلها، توثيقها، بثها واستخدامها في المؤسسة"².

كما أنها " عملية تنظيمية متكاملة من أجل توجيه نشاطات المؤسسة للحصول على المعرفة وتخزينها ومشاركتها وتطويرها واستخدامها من قبل الأفراد والجماعات من أجل تحقيق أهدافها"، ويعبر عنها على أنها " الجهود المبذولة من المديرين لغرض تنظيم، وبناء رأس مال المؤسسة من الموارد المعلوماتية، أو ما يمكن أن نسميه برأس المال الفكري الذي تمتلكه المؤسسة"³.

2/ عمليات إدارة المعرفة:

رغم الاختلافات في تحديد عمليات إدارة المعرفة إلا أن هناك أربع عمليات أساسية نذكرها في الآتي:

أ/ توليد المعرفة:

توليد المعرفة يعني إبداعها من خلال مشاركة فرق العمل وجماعات العمل الداعمة لتوليد رأس مال فكري جديد يساهم في حل مختلف المشاكل بصورة ابتكارية مستمرة، مما يساهم في قدرة المؤسسة على التفوق في الانجاز وتحقيق مكانة سوقية عالية من خلال ممارسة استراتيجيات جديدة والتسريع في حل المشكلات وتطوير مهارات المهنيين والاحتفاظ بالمواهب⁴.

¹ عبد اللطيف محمود مطر، إدارة المعرفة والمعلومات، دار كنوز المعرفة العلمية، الأردن، 2007، ص23.

² نبيل محمد مرسى، احمد عبد السلام سليم، الإدارة الإستراتيجية، أبو الخير للطباعة والتجديد، مصر، 2007، ص108.

³ عادل حرحوش المرفجي، احمد علي صالح، رأس المال الفكري (طرق قياسه وأساليب المحافظة عليه)، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، الطبعة الثانية، 2008، ص58.

⁴ ربحي مصطفى عليان، اقتصاد المعرفة، دار صفاء، عمان، الطبعة الأولى، 2012، ص67.

ب/ تخزين المعرفة:

يتضمن تخزين المعرفة حفظ المعلومات التي يملكها العاملون في نظم المؤسسة التي تشمل الوثائق المكتوبة، السجلات، والمعلومات المهيكلة وغير المهيكلة المخزنة في قواعد البيانات الإلكترونية، والمعرفة الفنية التي يكتسبها بعض الأفراد وشبكات العمل، حيث تلعب تكنولوجيا المعلومات دوراً مهماً في توسيع الذاكرة التنظيمية واسترجاع المعلومات والذاكرة المخزنة¹.

ج/ توزيع المعرفة:

يدخل في إطار توزيع المعرفة كل العمليات المتعلقة بمصطلحات التبادل، النشر، المشاركة، وتقاسم المعرفة، حيث أصبح توزيع المعرفة أمراً متاحاً وسهلاً باستخدام التكنولوجيا المتطورة كالانترنت وشبكات الاتصال بمختلف أنواعها.

د/ تطبيق المعرفة:

تطبيق المعرفة هو عملية التكامل والتناسق بين المعرفة المتحصل عليها واستخدام صناعات القرار لها في عملية صنع القرار واتخاذ التصرف الملائم².

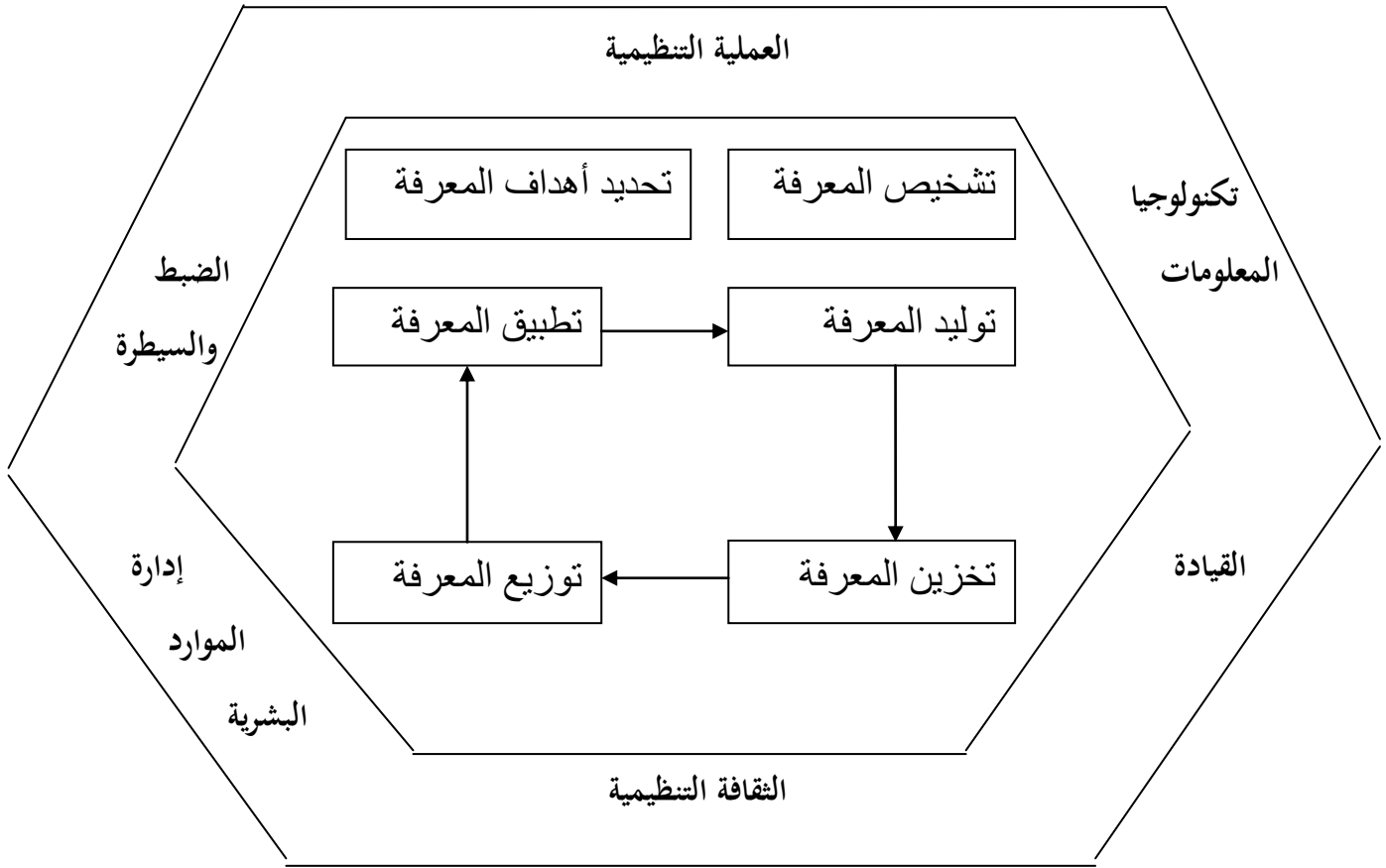
والشكل التالي يمثل جوهر عملية إدارة المعرفة وبيئتها المحيطة³.

¹ حسين عجلان حسن، استراتيجيات الإدارة المعرفية في منظمات الأعمال، إثراء، عمان، الطبعة الأولى، 2008، ص 28.

² نبيل محمد مرسى، احمد عبد السلام سليم، مرجع سبق ذكره، ص 141.

³ عبد الستار العلي، عامر ابراهيم قنديلي، غسان العمري، المدخل إلى إدارة المعرفة، دار المسيرة، عمان، الطبعة الأولى، 2006، ص 349.

الشكل رقم (01): جوهر عملية إدارة المعرفة وبيئتها المحيطة



المصدر: عبد الستار العلي، عامر إبراهيم قنديلي، غسان العمري، المدخل إلى إدارة المعرفة، دار المسيرة، عمان، الطبعة الأولى، 2006، ص349.

تقتضي عملية إدارة المعرفة التكامل بينها وبين الأنشطة الداعمة لها سواء تكنولوجيا المعلومات أو العمليات التنظيمية والثقافة التنظيمية أو الضبط والسيطرة و إدارة الموارد البشرية.

يمثل تشخيص المعرفة التعرف على المعرفة الحرجة وتحديدتها داخل المؤسسة وخارجها، أما تحديد أهداف المعرفة فتتلخص في وضوحها وتحسين العمليات والمنافسة، وبالتالي الوصول إلى النجاح وتحقيق رضا العملاء وتبني الابتكار وشفافية العمليات¹.

¹ عبد الستار العلي، عامر إبراهيم قنديلي، غسان العمري، المدخل إلى إدارة المعرفة، دار المسيرة، عمان، الطبعة الأولى، 2006، ص349.

والجدول التالي يمثل مختلف عمليات وممارسات إدارة المعرفة¹:

الجدول رقم (02): عمليات إدارة المعرفة

العمليات الأساسية	العمليات الفرعية
إنشاء المعرفة	- توليد طرق جديدة لعمل الأشياء - تطوير الدراية الفنية
الحصول على المعرفة	- تحويل المعرفة الجديدة القيمة - جلب المعرفة الخارجية للمؤسسة
تنقيح المعرفة	- وضع المعرفة الجديدة في سياق معين - مراجعة المعرفة في ضوء الوقائع الجديدة
خزن المعرفة	- وضع المعرفة في صيغة ملائمة - خزنها في مستودع يسهل الوصول إليه
إدارة المعرفة	- المكتبة للاحتفاظ بالمعرفة - تقييم المعرفة لجعلها ذات صلة ودقيقة
نشر المعرفة	- سهولة الوصول إليها - إتاحتها للجميع في أي وقت ومكان

المصدر: نجم عبود نجم، مرجع سبق ذكره، ص101.

¹ احمد علي صالح، عادل حرحوش المبرجي، مرجع سبق ذكره، ص101.

المطلب الثالث: أهداف إدارة المعرفة ومجالاتها

إن إدارة المعرفة تتميز بوجود عدة مجالات، مما يسمح لها برسم عدة أهداف، حيث أننا سنتطرق إلى أهداف ومجالات إدارة المعرفة في التالي:

1/ أهداف إدارة المعرفة:

تتميز إدارة المعرفة بعدة أهداف نذكر منها مايلي¹:

- تبسيط العمليات وخفض التكاليف من خلال التخلص من الإجراءات المطولة وغير الضرورية؛
- حماية المعرفة وخلق المعرفة الضرورية لتطوير المؤسسة؛
- تحديد المعارف والكفاءات الموجودة في المحيط الخارجي للمؤسسة؛
- تحسين صورة المؤسسة وتطوير علاقاتها مع المؤسسات الأخرى؛
- تفعيل المعرفة ورأس المال الفكري لتحسين طرق إيصال الخدمات؛
- إيجاد بيئة تفاعلية لتجميع وتوثيق ونقل الخبرات المكتسبة أثناء الممارسة اليومية؛
- تطوير المعارف والكفاءات الموجودة؛
- تكوين مصدر موحد للمعرفة؛
- تعلم كيفية تحسين الذاكرة العملية؛
- تبني فكرة الإبداع عن طريق تشجيع مبدأ تدفق الأفكار بحرية.

2/مجالاتها:

إن إدارة المعرفة تتطلب وجود تنسيق فاعل بين مختلف النشاطات والموجودات داخل المؤسسة، إذ يوجد أربع مجالات رئيسية يجب إدارتها معا وهي كالتالي²:

أ- مجال موجودات المعرفة:

يشمل هذا المجال على الخبرة، البراعة، الكفاءة، المهارات، القدرات، والقابليات.

ب- مجال نشاطات المعرفة:

ويحتوي على عمليات توليد المعرفة وبناءها، نقلها، المراقبة، الاستخدام والتقييم.

¹ نعيم ابراهيم الظاهر، مرجع سبق ذكره، ص ص90- 93.

² ربحي مصطفى عليان، إدارة المعرفة، دار صفاء، الطبعة الثانية، عمان، 2015، ص198.

ج- مجال القدرات والميول:

يشمل هذا الأخير مختلف النشاطات المتمثلة في قدرات الأفراد وميولهم، بالإضافة إلى قدرات المؤسسة لبناء المعرفة واستخدامها من أجل تحقيق الحد الأعلى من مصالح المؤسسة.

د- مجال المؤسسة:

يحتوي مجال المؤسسة على أهدافها، توجيهها، إستراتيجيتها، ممارستها وثقافتها.

المبحث الثاني: اقتصاد المعرفة

جاء اقتصاد المعرفة ليعكس مدى تنامي الاعتراف بالمعرفة كوجود جوهري غير ملموس أصبح في ظل احتدام المنافسة يمثل التحدي الأساسي أمام المؤسسة الاقتصادية التي أصبح يقاس رصيدها بمدى استثمارها في المعرفة.

المطلب الأول: مفهوم اقتصاد المعرفة وخصائصه

1/ مفهوم اقتصاد المعرفة:

اقتصاد المعرفة هو " الاقتصاد الذي تحقق فيه المعرفة الجزء الأعظم من القيمة المضافة "، كما يمكن اعتباره " نمط اقتصادي متطور قائم على الاستخدام واسع النطاق للمعلوماتية وشبكات الانترنت في مختلف أوجه النشاط الاقتصادي خاصة بما يتعلق بالتجارة الإلكترونية، حيث يقوم هذا الاقتصاد على المعرفة والإبداع والتطور التكنولوجي في كل ما يتعلق بتقنيات الإعلام والاتصال"¹.

ويعرف اقتصاد المعرفة بأنه " دراسة عملية تراكم المعرفة وحوافز الأفراد لاكتشاف وتعلم المعرفة، والحصول على ما يعرفه الآخرون "، وقد جاء في برنامج الأمم المتحدة الإنمائي 2003 أن الاقتصاد المعرفي يمثل " نشر المعرفة وإنتاجها وتوظيفها بكفاية في جميع مجالات النشاط المجتمعي فيما يخص الاقتصاد، المجتمع المدني، السياسة والحياة الخاصة، وصولاً لترقية الحالة الإنسانية بناءً على القدرات البشرية الممكنة والتوزيع الناجح لها"².

¹ عدنان داود محمد العذاري، هدى زوير مخلف الدعيمي، الاقتصاد المعرفي وانعكاساته على التنمية البشرية، دار جرير، عمان، الطبعة الأولى، ص65.

² عبد الرحمن الهاشمي، فائزة محمد العزاوي، المنهج والاقتصاد المعرفي، دار المسيرة، الطبعة الأولى، 2007، الطبعة الثانية، 2010، عمان، ص 26.

كما وقد عرفته منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OCDE) بأنه "الاقتصاد المبني أساسا على إنتاج ونشر واستخدام المعرفة والمعلومات، ويعد المحرك الأساسي لعملية النمو وخلق الثروة وفرص التوظيف"¹.

ويعرف على أنه "نتيجة لظاهرة مزدوجة"²:

- اتجاهها طويل في زيادة الموارد المخصصة لإنتاج ونقل المعرفة؛
 - التغيير التكنولوجي الكبير أو الثورة الصناعية، بالإضافة إلى ظهور التقنيات الجديدة للمعلومات والاتصالات.
- ومن هذه التعاريف يمكن استخلاص مفهوم لاقتصاد المعرفة إذ أنه "ينطوي على توليد المعرفة وحسن استغلالها مما يسهل استثمارها وبالتالي خلق الثروة وتحقيق النمو".

2/خصائصه:

تتسم المعرفة من الناحية الاقتصادية بخصائص أصبحت تمثل الإطار الفكري لاقتصاد المعرفة تتضمن الآتي³:

- الاهتمام بالبحث العلمي، الإبداع والابتكار بما يساعد في توليد المعارف المفيدة في شتى المجالات؛
- العمل على نشر المعارف من خلال التعليم، التدريب والإعلام من أجل بناء فرد يتمتع بمعارف ومهارات وقدرات عالية تمكنه من العمل بفاعلية؛
- التركيز على ضرورة استخدام المعارف والمهارات والقدرات بما يدعم عطاء المجتمع ويعزز تطوره؛
- تحفيز العمل المعرفي والانجاز المادي الذي يستند إليه، وذلك بتأمين بنية تقنية مناسبة؛
- توفير بيئة تفاعلية مناسبة تساعد على إظهار إمكانات الفرد وتشجعه على زيادة قدراته وتعزيز مهاراته.

كما أن اقتصاد المعرفة يحمل بعض السمات نذكر منها مايلي⁴:

¹ Kheladi Mokhtar, Développement économique et économie de la connaissance (Quels enjeux pour l'algérie dans le cadre de la mondialisation, Mémoire de magistère, sciences économiques, option Développement et Mondialisation, Université Abderahman Mira, Bejaia, Alger, Avril 2006, p 17.

² Segueni Fadhila, L'analyse de la demarche knowledge management au sein de l'entreprise algérienne, Mémoire de magister, Science de Gestion, Option Management des entreprises, Université Mouloud Mammeri, Tizi-Ouzou, alger, 2006, p25.

³ عدنان داود محمد العزاوي، هدى زوير مخلف الدعيمي، مرجع سبق ذكره، ص77.

⁴ عبد الرحمن الهاشمي، فائزة محمد العزاوي، مرجع سبق ذكره، ص35.

- يتمتع بمرونة فائقة وقدرة على التكيف مع المتغيرات والمستجدات البيئية؛
- يملك القدرة الفائقة على التحدد والتواصل الكامل مع الاقتصاديات الأخرى؛
- له القدرة على الابتكار وتوليد منتجات فكرية ومعرفية، مما يساهم في زيادة رأس المال الفكري؛
- مجالات خلق القيمة المضافة فيه متعددة ومتنوعة، وممتدة ومتجددة؛
- اقتصاد مفتوح حيث يتمتع بسهولة الدخول إليه اعتمادا على معرفة عقلية وإرادة تشغيلية ووعي كامل بأبعاده وجوانبه؛
- ارتباطه بالذكاء والقدرة الابتكارية، والوعي الإدراكي لأهمية الاختراع والخلق والمبادرة؛
- الاجتهاد، المثابرة، البحث والدراسة، واستخدام العقول الكبيرة تمكن صاحبها من الوصول إلى قمة قوة الاقتصاد المعرفي.

المطلب الثاني: مؤشرات اقتصاد المعرفة

اشتمل اقتصاد المعرفة على مجموعة مهمة من المؤشرات التي من خلاله يتم التعرف على متغيراته، ويمكن تصنيفها كالاتي¹:

1/ مؤشرات العلم والتكنولوجيا:

ترتكز هذه المؤشرات على مجموعة من البيانات المتعلقة بالأبحاث والتنمية، إحصاءات براءات الاختراع، المنشورات العلمية، بالإضافة إلى ميزان المدفوعات التكنولوجية ومؤشرات نشر المعلومة والاتصالات، إذ أن هذه الأخيرة تعد الركيزة الأساسية في تطور ونجاح الاقتصاد القائم على المعرفة، وتشمل هذه المؤشرات مايلي:

أ- الأبحاث والتطوير:

تشكل بيانات الأبحاث والتطوير المؤشرات الأساسية لاقتصاد المعرفة، إذ تخضع منذ مدة طويلة لعملية جمع منظمة ومعيارية للبيانات، مما يسمح بإجراء تحاليل ديناميكية ومقارنات دولية، حيث تتصل هذه المؤشرات بدعم بلد معين للبحث والتطوير، إذ يتم الاعتماد على الإنفاق الحكومي والمساهمات الواردة من الخارج لتمويل عملية البحث والتطوير.

¹ هاشم الشمري، ناديا الليثي، الاقتصاد المعرفي، دار صفاء، عمان، الطبعة الأولى، 2008، ص 34.

ب- إحصائيات براءات الاختراع:

إن براءة الاختراع هي عبارة عن وثيقة قانونية تمنح المبتكر أو المؤسسة المالكة للابتكار حقاً احتكارياً مؤقتاً على الأفكار أو المعارف القابلة للتحويل مقابل نشر اختراعهم لمدة زمنية محدودة وفق شروط معينة¹.

إن حصيلة البراءات التي يولدها نظام وطني للعلم والتكنولوجيا تشكل مؤشراً إجمالياً على الحالة التكنولوجية، ويستعمل للنجاح والتخصص بالنسبة إلى البلدان الأخرى، وتعد الناتج المباشر لعملية الاختراع،

وهناك ثلاث معايير رئيسية لتسجيل براءات الاختراع²:

- التسجيل وفق الأولوية للبلد الذي تم فيه تقديم الطلب الأول؛
- التسجيل وفق بلد إقامة المخترع تعكس القدرة التكنولوجية لبلد ما؛
- التسجيل على وفق بلد إقامة مودع الطلب تمثل التحكم بالاختراع.

تكتسب هذه المعايير أهمية كبيرة كون أن لها أثر كبير على حماية الملكية الفكرية وعدم ضياع حقوق الأفراد أو المؤسسات التي تولي رعاية خاصة للاختراعات، بالإضافة إلى تحقيق الأرباح³.

ج- المنشورات العلمية:

تعد من المؤشرات المهمة في مجالات دولية إذ تعتبر أداة لتقييم نتائج البحوث الأساسية، بالإضافة إلى أنها تساعد في بناء ثلاثة أنواع من المؤشرات وهي كالتالي⁴:

- مؤشرات الكثافة العلمية؛
- مؤشرات التخصصات العلمية الانضباط؛
- أثر مؤشرات بحوث (عدد الاستشهادات) الانضباط.

¹ نجم عبود نجم، الإدارة والمعرفة الالكترونية (الإستراتيجية- الوظائف - المجالات)، اليازوري، الأردن، 2009، ص582.

² هاشم الشمري، ناديا الليثي، مرجع سبق ذكره، ص36.

³ عدنان داود محمد العذاري، هدى زوير مخلف الدعيمي، مرجع سبق ذكره، ص ص 90-91.

⁴ هاشم الشمري، ناديا الليثي، مرجع سبق ذكره، ص38.

د- ميزان المدفوعات التكنولوجي:

هو عبارة عن مجموعة العمليات التي تهتم بنقل التكنولوجيا دوليا ويسمح بتسجيل الأموال المتعلقة بالملكية الفكرية، كما يشمل مختلف عمليات بيع وشراء التكنولوجيا غير المحسدة المتمثلة في حقوق الملكية الفكرية والتراخيص، بالإضافة إلى المساعدة الفنية من جهة والمدفوعات التي لا تتعلق بالتكنولوجيا من جهة الأخرى والتي تشمل الخدمات الإدارية¹.

يضم هذا الميزان أربع فئات كبيرة تشمل مايلي²:

- عمليات نقل التكنولوجيا التي تظم براءات الاختراع والتراخيص ونقل الدراية؛
- عمليات نقل الرسومات وتشمل التراخيص، الامتيازات، والمراكات أو الموديلات؛
- يجب أن تكون هناك دراسات تقنية وهندسية بالإضافة إلى المساعدة التقنية خلال تقديم الخدمات التقنية؛
- الأبحاث والتنمية ذات طابع صناعي.

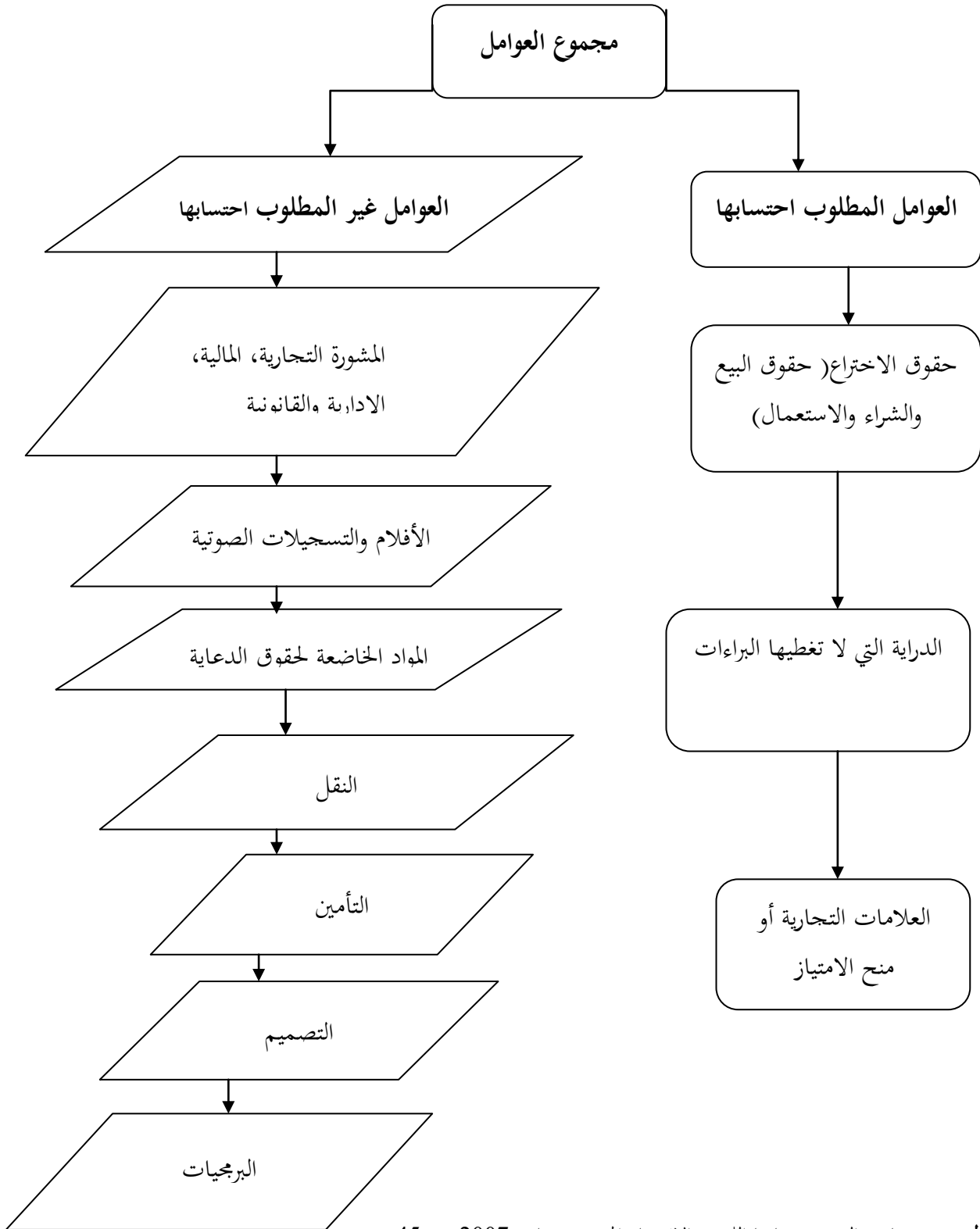
ومن هذا نستنتج أنه لا بد أن يكون ميزان المدفوعات التكنولوجي ملما بحقوق براءات الاختراع، الدراية، والعلامات التجارية والامتيازات.

إن منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية قامت باقتراح مجموعة من الطرائق لتجميع مختلف البيانات المتعلقة بالميزان واستخدامها بشكل صحيح، إذ اتخذت مجموعة من التوصيات بشأن كيفية تطبيق ميزان المدفوعات التكنولوجي لقياس نشاط نقل التكنولوجيا، ونلاحظ هذه الطرق من خلال الشكل التالي:

¹ هاشم الشمري، ناديا اليشي، مرجع سبق ذكره، ص 40-41.

² عامر بشير، دور الاقتصاد المعرفي في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، فرع نقود مالية وبنوك، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2011-2012، ص43.

الشكل رقم (02): طرق تجميع البيانات لميزان المدفوعات التكنولوجي



المصدر: هاشم الشمري، ناديا الليثي، الاقتصاد المعرفي، عمان، 2007، ص45.

أما المؤشرات الأخرى تتمثل في الآتي¹:

2/ المؤشرات المتعلقة بالموارد البشرية:

تتميز هذه المؤشرات بقلتها بسبب نقص الأعمال في مجال اقتصاد المعرفة، بالإضافة إلى صعوبة قياس كفاءة الأفراد مباشرة، كما أن الاستثمار في الموارد البشرية عالي العوائد.

ولمؤشرات الموارد البشرية مصادر رئيسية ذات أهمية كبيرة نذكرها في الآتي:

أ- التعليم والتدريب:

تسمح المؤشرات القائمة على البيانات المتعلقة بالتعليم والتدريب بتقييم المعارف والمهارات أو (الرأسمال البشري) المتكسبة خلال العملية الرسمية للتعليم، بالإضافة إلى تقييم المخزون والاستثمار في الرأسمال البشري.

يعد هذا المؤشر على درجة عالية من الأهمية لما له من تأثير مباشر على ثورة التكنولوجيا والمعرفة من حيث زيادة نسبة المتخصصين في مجالات المعرفة المختلفة وبالتالي زيادة الإنتاجية، كما أن مؤشر التعليم والتدريب يسمح بتقديم المخزون والاستثمار في رأسمال البشري.

ب- مخزون رأس المال البشري:

يعد رأس المال البشري المورد الاستراتيجي في العملية الإنتاجية، إذ يصعب نسخه أو تقليده من قبل أي مؤسسة أخرى غير التي يعمل بها .

وهناك ثلاث مقاربات لتقدير مخزون الرأسمال البشري وهي كالآتي:

- الأولى: تركز على قياس مستوى تدريب السكان ومدى قدراتهم وقابليتهم الفكرية؛

- الثانية: تقوم على قياس مهارات الراشدين مباشرة؛

- الثالثة: تركز على تحديد الفروقات التي تميز عائدات الراشدين التي ترتبط بخصائص الأفراد، وعلى تقدير القيمة التجارية لهذه الخصائص، وبالتالي تحديد القيمة الإجمالية لمخزون الرأس مال البشري.

¹ هاشم الشمري، ناديا الليثي، مرجع سبق ذكره، صص 46، 59.

ج- الاستثمار في الرأس المال البشري:

إن مجموعة الإجراءات المالية للاستثمار والاستثمار في الرأس المال البشري تعد أهم ما يساعد على تقييم الاستثمار فيه ويشمل على الإجراءات المالية للاستثمار التي تركز على عدة جوانب منها النفقات العامة الإجمالية للتعليم بدورها تشمل نفقات عامة تخص الدورات التدريبية، وفتح معاهد متخصصة ضمن اختصاصات معينة ومراكز تعاون مع الجامعات في سبيل تطوير المناهج الدراسية بما ينسجم على العصر ومختلف التغيرات التي تطرأ عليه، بالإضافة إلى نفقات التدريب المهني المخصصة للبحوث وبراءات الاختراع من قبل الشركات.

3/ مؤشر نشر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات:

تكنولوجيا المعلومات والاتصالات هي مجموعة من الأنشطة التي تسهل تجهيز المعلومات وإرسالها وعرضها بالوسائل الإلكترونية.

ولهذا المؤشر أهمية كبيرة إذ يحتوي على تفاصيل تتعلق بالتكنولوجيا والجانب الاقتصادي والسياسي، ولنشر التكنولوجيا الجديدة ثلاث تأثيرات في الاقتصاد نذكرها في الآتي:

- تسمح بتحصيل أرباح إنتاجية خاصة في مجال المعالجة والتخزين وتبادل المعلومات؛
- تعزز تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الجديدة ظهور وازدهار صناعات جديدة التي تشمل على خدمات البرمجة ومعالجة البيانات؛
- ظهور وظائف جديدة بدلا من القديمة أو جعلها مساعدة لها.

ومن هذا نستخلص بأن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات تحتل مكانة جوهرية في اقتصاد المعرفة، إذ لا بد من توفر ابتكار مكثف لإنتاج هذه التكنولوجيا، بالإضافة إلى كونها يمكن تصنيفها بتكنولوجيات عامة فتعد أساس ابتكارات الخدمات والمنتجات في مجمل الاقتصاد، وبالتالي تعد كدعامة لترميز المعارف.

المطلب الثالث: ركائز اقتصاد المعرفة، مقوماته والقوى الدافعة له.

1/ ركائز اقتصاد المعرفة:

حدد البنك الدولي أربعة ركائز أساسية لاقتصاد المعرفة هي كالتالي¹:

أ- **الإطار الاقتصادي والمؤسسي**: يجسد دور الحكومة في توفير الإطار الاقتصادي والحوافز لمجتمع الأعمال الذي يؤدي إلى رفع اقتصاد المعرفة، بالإضافة إلى الأداء الفعلي للاقتصاد، ويضمن هذا الإطار بيئة اقتصادية كلية مستقرة ومنافسة وسوق عمل مرنة وحماية اجتماعية كافية.

ب- **نظم التعليم**: تؤكد على أن المواطنين معدين للاستحواذ أو الحصول على المعرفة واستخدامها والمشاركة فيها.

وتعد التكنولوجيا من الأسباب التي تساهم في جعل التعليم يحدث تغيرات كبرى في جميع المستويات، وفي عدة مجالات التي تتضمن المنهجيات وقنوات التوزيع.

ج- **نظم الإبداع**: هو نظام التعاون الواسع والقوي بين الأعمال التجارية ومراكز التفكير من أجل تكوين المفاهيم الإبداعية وتطبيقها ومختلف الطرق والتكنولوجيات التي تعطي المنتجات والخدمات ميزة تنافسية مما يساهم في تطوير وتحقيق اقتصاد المعرفة.

د- **البنية الأساسية لمجتمع المعلومات**: تخص مجال الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، كما تتضمن البنى الأساسية التي تدعم مجتمع واقتصاد معلومات فعال.

2/ مقوماته والقوى الدافعة له

يعتمد الاقتصاد المعرفي على مجموعة من المقومات، كما يتمتع بمجموعة من القوى الدافعة له والتي تتمثل

في الآتي²:

أ- مقوماته:

لكي يوجد اقتصاد يعتمد على المعرفة لابد من الاعتماد على المقومات التالية:

- **مجتمع المعرفة بكل مستوياته**: يعد من أهم العناصر التي يتأسس عليها اقتصاد المعرفة، حيث أن المجتمع المعرفي يتكون من الأفراد ذوي مهارات تأهلهم للتعامل مع أي تقنية جديدة واستخدامها في مجال أعمالهم.

¹ ربحي مصطفى عليان، مرجع سبق ذكره، ص ص 148- 143.

² عبد المطلب عبد الحميد، الاقتصاد المعرفي، الدار الجامعية، مصر، 2011، ص ص 87- 89.

- التعليم: تعد المدرسة والجامعة كيان رئيسي في مجتمع يعتمد على المعرفة أساسا لاقتصاده.
- البحث والتطوير: إن وجود مراكز للبحث التي تتواصل مع احتياجات مجتمعتها واحتياجات الصناعة، ووجود مراكز التطوير وأنظمة وقوانين الإبداع والابتكار تشجع المبدعين وتحمي انتاجهم، وتسعى إلى ترجمة إبداعاتهم مما يساهم في العملية الإنتاجية ورفق المجتمع.
- توفر شبكات لتواصل مراكز الإبداع والبحث والمعرفة: تعد الصناعة شريكا رئيسيا في عملية الإبداع والاختراعات في الجامعة والبحث الذي يلزم وجود علاقة مع المحيط والمشاركة في تنميته المعرفية، وتعدد مراكز البحوث التطبيقية والحاضنات العلمية.
- القوى الدافعة الرئيسية للاقتصاد المعرفي:
 - هناك مجموعة من القوى الدافعة الرئيسية التي تؤدي إلى تغيير قواعد التجارة والقدرة التنافسية الوطنية في ظل اقتصاد المعرفة وهي كالتالي:
 - العولمة: والتي ساهمت في تطور الأسواق والمنتجات.
 - ثورة المعلومات والاتصالات: أي أن المعلومات والمعرفة أصبحت تشكل كثافة عالية في الإنتاج، مما زاد الاعتماد عليها بصورة واضحة، حيث تشمل الاقتصاديات المتقدمة على 70% من عمال المعلومات.
 - انتشار الشبكات: المتمثلة في شبكات الحاسوب والربط بين التطورات كالانترنت، إذ ازدادت الحاجة إلى تطوير السلع والخدمات بصفة مستمرة والتي أصبحت تباع وتشتري من خلال الشبكات الالكترونية، مما يزيد من ضرورة الإلمام بتطبيقات التكنولوجيا الجديدة التي يتوقف عليها تلبية الطلب الاقتصادي.

المبحث الثالث: الايطار المفاهيمي لرأس المال الفكري

لقد شاع استخدام مفهوم رأس المال الفكري أو المعرفي (Intellectual Capital (IC في التسعينات من القرن الماضي، وأصبح ينظر إليه باعتباره ممثلاً حقيقياً لقدرة المؤسسة على المنافسة، وتحقيق النجاح بعد أن كانت المصادر الطبيعية تمثل الثروة الحقيقية لها.

المطلب الأول: تطور رأس المال الفكري ومفهومه

سنتطرق في هذا المطلب إلى مفهوم رأس المال الفكري، كما سوف نعرض تطوره في الآتي:

1/ تطور رأس المال الفكري:

لقد بدأ الاهتمام برأس المال الفكري في بداية التسعينات، حيث كان الشغل الشاغل لبحوث رجال الأعمال إذ حاولوا العثور على طرق لحسابه وجعله جزءاً من الميزانية، مما اتضح أنه يصعب قياسه من الناحية العملية، لذا فقد اختفى الاهتمام به.

وبدأ في الظهور مرة أخرى لكونه يعد أساس بناء إدارة المعرفة، وهذا ما قد أشار إليه احد الباحثين في مقالته "انبعاث رأس المال الفكري: تأكيد التحول من القياس إلى الإدارة".

ويعد (Ralph Stayer) مدير شركة (Johnsonville) للأطعمة أول من أطلق عبارة " رأس المال الفكري " في عام 1990 قائلاً " في السابق كانت المصادر الطبيعية أهم مكونات الثروة القومية، وأهم موجودات المؤسسة، بعد ذلك أصبح رأس المال متمثلاً بالنقد والموجودات الثابتة، هو أهم مكونات المؤسسات والمجتمع، أما الآن فقد حل محل المصادر الطبيعية والنقد والموجودات الثابتة، رأس المال الفكري الذي يعد أهم مكونات الثروة القومية وأعلى موجودات المؤسسة".

وفي المدة الممتدة بين 20 - 30 جوان عام 2000 عقد في نيويورك مؤتمر حول رأس المال الفكري وإدارته¹.

ومن ذلك الحين شاع مصطلح رأس المال الفكري وأصبح يستخدم في جميع المؤسسات كرأس مال أساسي أهم من الرأس المال المادي.

¹ عادل حرحوش المرفجي، احمد علي صالح، مرجع سبق ذكره، ص 14-16.

2/ مفهومه:

يعرف رأس المال الفكري على أنه " مجموعة مهارات المؤسسة التي تتمتع بمعرفة واسعة تجعلها قادرة على الرقي بالمؤسسة عالميا من خلال الاستجابة لمتطلبات الزبائن والفرص التي تتيحها التكنولوجيا"¹.

وهو عبارة عن "قدرة متفردة تتحقق من تكامل المهارات المختلفة التي تتفوق بها المؤسسة على منافسيها، بحيث تسهم في زيادة القيمة المقدمة للعملاء، وتعد أهم مصادر الميزة التنافسية"².

وعرفته منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OCDE) Organisation de coopération et de développement économiques) بـ " رأس المال الفكري هو القيمة الاقتصادية لفئتين من الأصول غير المادية للمؤسسة وهما رأس المال التنظيمي ورأس المال البشري"³.

بينما وقد جاء أن رأس المال الفكري يتمثل " في مجموعة الكفاءات ذات القدرات المعرفية والتنظيمية التي تمكنهم من إنتاج أفكار جديدة أو تطوير الأفكار القديمة التي تساعد المؤسسة من توسيع حصتها السوقية وتعظيم نقاط قوتها"، كما أنه " يتمثل في المعرفة، المعلومات، الملكية الفكرية، والخبرة التي يمكن وضعها في الاستخدام لتنشئ الثروة، وهو القوة الذهنية التي تحقق للمؤسسات التميز والتفوق التنافسي، ويصنف رأس المال الفكري في ثلاث فئات رأس المال الهيكلي، رأس المال البشري ورأس المال الزبوني"⁴.

وفي ضوء التعاريف سالفة الذكر، يتضح أن رأس المال الفكري يتمثل في القدرة العقلية لدى فئة معينة من الموارد البشرية، ممثلة في الكفاءات القادرة على توليد الأفكار المتعلقة بالتطوير الخلاق والاستراتيجي للأنظمة والأنشطة، العمليات، والاستراتيجيات بما يضمن للمؤسسة امتلاك ميزة تنافسية.

والشكل التالي يمثل أركان مفهوم رأس المال الفكري:

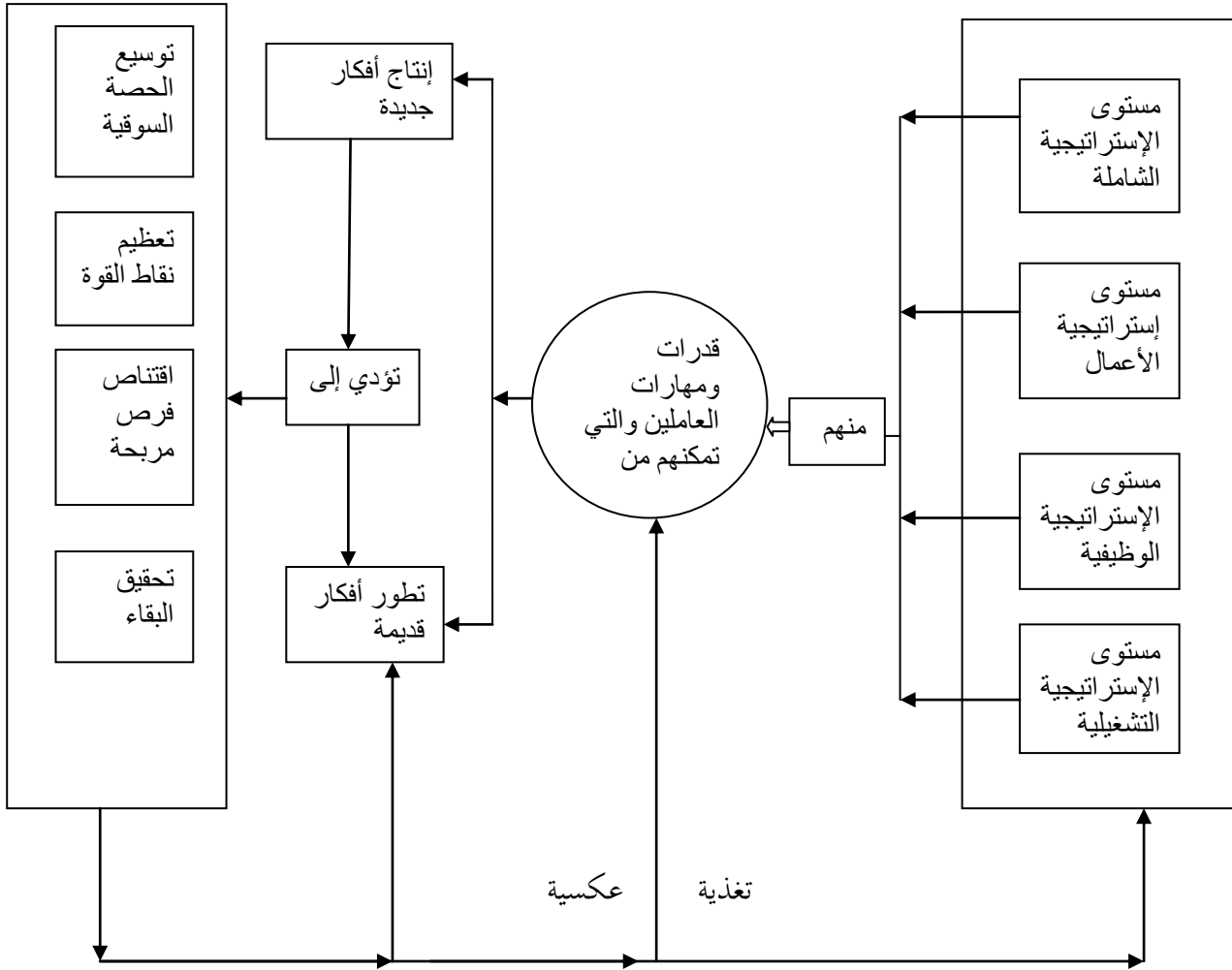
¹ ايت مختار عمر، حمدي معمر، طرق ونماذج قياس رأس المال الفكري، رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في ظل الاقتصاديات الحديثة، المنعقد يومي 13-14 ديسمبر، 2011، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي، شلف، الجزائر، ص04.

² براهيمية إبراهيم، بالقلة إبراهيم، دور تسيير رأس المال الفكري في تعزيز تنافسية المنظمة، الملتقى الدولي الخامس حول "رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في ظل الاقتصاديات الحديثة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي، شلف، الجزائر، 13-14 ديسمبر، 2011، ص04.

³ حاتم بن صالح أبو الجدائل، رأس المال البشري، مركز الخبرات المهنية للإدارة، القاهرة، الطبعة الأولى، 2012، ص163.

⁴ نجم عبود نجم، إدارة المعرفة، مرجع سبق ذكره، ص290.

الشكل رقم (03): أركان مفهوم رأس المال الفكري



المصدر: عادل حروحش المبرجي، احمد علي صالح، مرجع سبق ذكره، ص 19.

المطلب الثاني: مكونات رأس المال الفكري وأهميته

1/ مكوناته:

يتكون رأس المال الفكري من العناصر التالية¹:

أ- رأس المال الهيكلي:

هو كل عنصر تحتويه المؤسسة بإمكانه أن يخدم أهدافها ويساهم في تحقيق مصالحها المستقبلية من خلال استخدامه بكفاءة ويطلق اصطلاح رأس المال هيكلي، التنظيمي، أو أصول البنى التحتية على الهياكل التنظيمية والمالية للمؤسسة، نظم المعلومات، سياساتها وإجراءاتها، ثقافتها، تكنولوجيا الاتصال، والعمليات التشغيلية وغيرها من العناصر التي تحوزها المؤسسة.

ب- رأس المال العلاقات:

يرتبط هذا المكون بعلاقة المؤسسة مع عملائها من خلال تلبية احتياجاتهم وكسب رضاهم ومورديها ومنافسيها وجميع الأطراف ذات العلاقة معها، وكيفية كسب عملاء جدد والمحافظة على ولاء العملاء الحاليين، إضافة إلى العلاقة مع الموردين والعلامات التجارية وسمعة المؤسسة في السوق.

ج- رأس المال البشري:

يتعلق هذا العنصر بالمعرفة التي يمتلكها العاملون ولا تمتلكها المؤسسة، والمتمثلة في مختلف الخبرات والمعارف المتراكمة لدى العامل، وقدراته على التجديد والابتكار، إذ أن رأس المال البشري يتمثل في مستوى التعليم، الخبرة، معارف العاملين، روح الابتكار، القيم والتدريب².

ويعرف على أنه "البنية العقلية من المعارف، المعلومات، المهارات، الخبرات، والملكية الفكرية وغيرها، والتي يمكن توظيفها واستخدامها على نحو تفاعلي تكاملي لخلق الثروة وتقديم المجتمع"³.

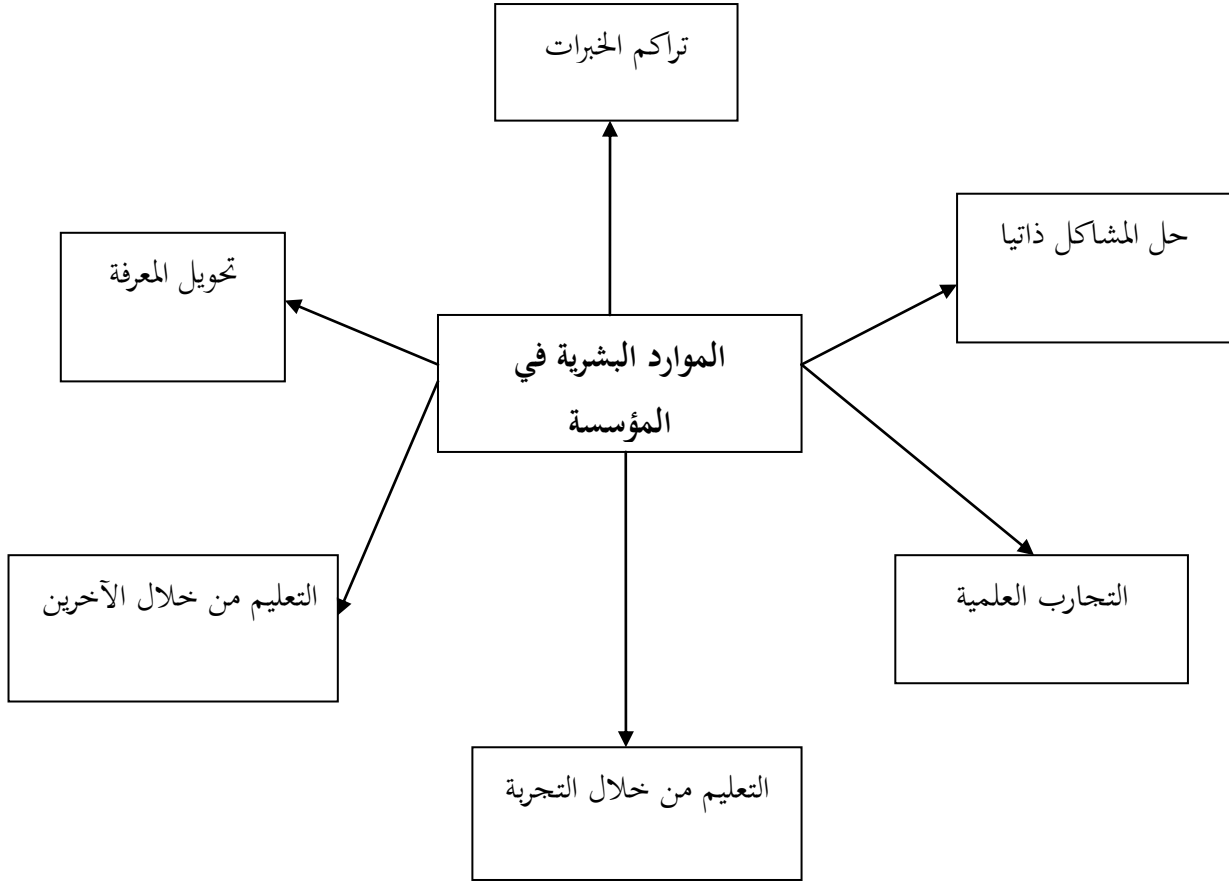
¹ سهام دريالي، عبد القادر زيتوني، رأس المال الفكري (الحاجة الفعلية للمصارف الإسلامية في ظل اقتصاد المعرفة)، المؤتمر العالمي التاسع للاقتصاد والتمويل الإسلامي (النمو، العدالة، الاستقرار من منظور إسلامي)، اسطنبول، تركيا، 9-10 سبتمبر، 2013، ص07.

² عصام الدين محمد متولي، صلاح علي أحمد، مفهوم ونماذج القياس المحاسبي لرأس المال الفكري، المؤتمر السنوي الدولي الخامس والعشرون حول إدارة المعرفة (الاستراتيجيات والتحديات)، جامعة المنصورة، 4-6 ماي 2010، ص15.

³ فتحي الزيات، اقتصاد المعرفة نحو منظور اشمل للأصول المعرفية، دار النشر للجامعات، القاهرة، 2011، ص380.

والشكل التالي يمثل دور المورد البشري في تكوين كل نشاط من الأنشطة التي تساهم في بناء المؤسسة:

الشكل رقم (04): دور المورد البشري في بناء المؤسسة



المصدر: حسين عجلان حسن، مرجع سبق ذكره، ص135.

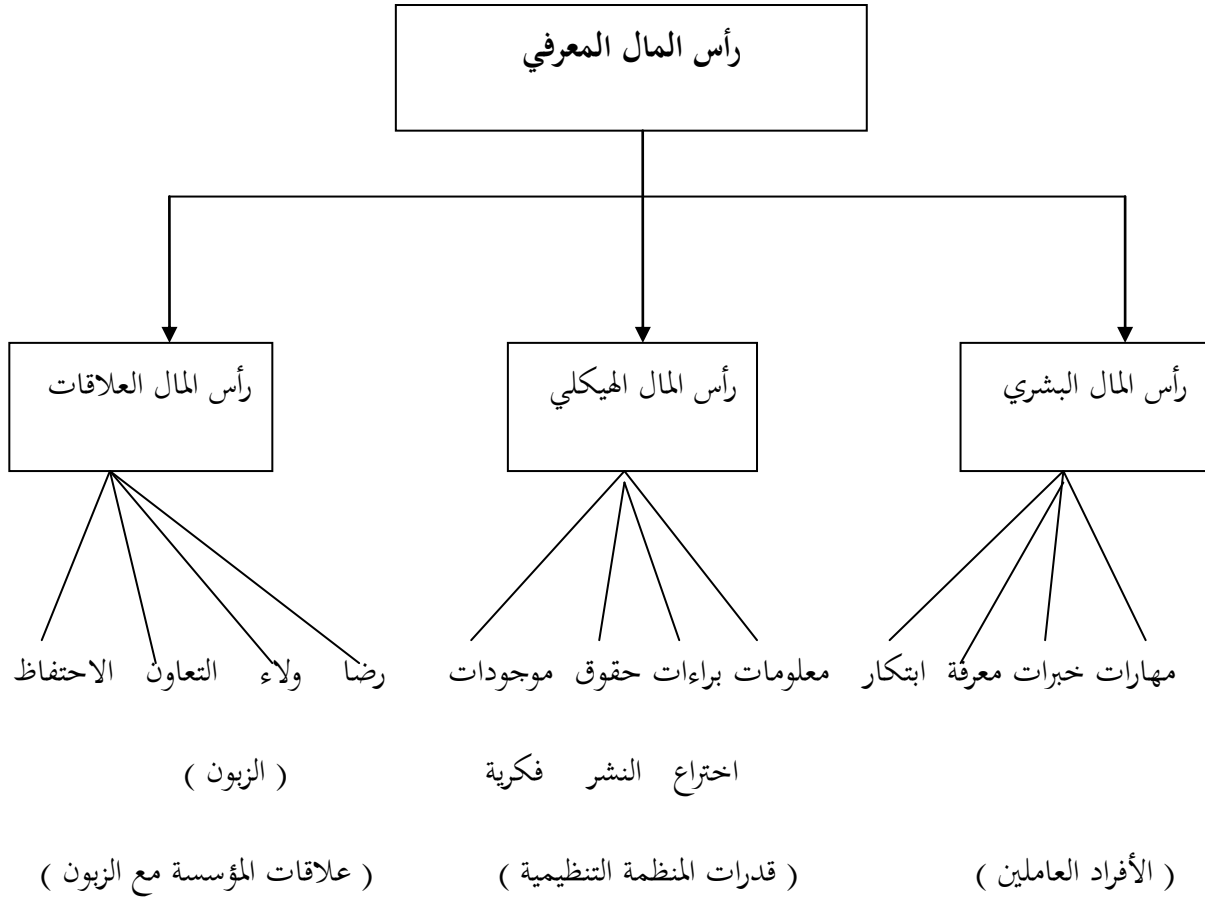
يوضح الشكل مختلف العمليات والأنشطة المتواجدة لدى المورد البشري التي تساهم في بناء المؤسسة، حيث يعد المورد البشري رأس مال فكري يساهم بشكل فعال في بناء المؤسسات الراغبة في بناء قوة تنافسية، وتسعى إلى تحقيق الابتكار والإبداع، وذلك من خلال فهم وإدراك عمليات المؤسسة.

حسب تقسيم رؤوس الأموال الفكرية المؤسسة إلى ثلاث أقسام والمذكورة سابقا، فإنه بدون هذه المكونات الثلاثة لا تستطيع أي مؤسسة إدارة أعمالها بكفاءة، إذ أن رأس المال البشري يتكون من أفراد ذو

قدرات ومستوى مرتفع مما يساعد على خلق القيمة والإبداع، أما رأس مال العلاقات يصنع عالم المؤسسة حيث بوجوده تصل إلى تحقيق أهداف وطموحات عملاءها¹.

والشكل التالي يوضح مكونات رأس المال الفكري :

الشكل رقم (05): مكونات رأس المال المعرفي



المصدر: حسين عجلان حسن، مرجع سبق ذكره، ص133.

ومن الشكل نستخلص أن رأس المال المعرفي يتكون من ثلاثة عناصر متكاملة ذات تأثير متبادل وهي رأس المال الهيكلي، رأس مال العلاقات ورأس المال البشري، حيث تتكامل وتتفاعل مع بعضها لزيادة فاعلية رأس المال الفكري للمؤسسة.

¹ سيد محمد جاد الرب، إدارة الموارد الفكرية والمعرفية في منظمات الأعمال العصرية، مطبعة العشري، مصر، 2006، ص117.

2/ أهمية رأس المال الفكري:

تظهر أهمية رأس المال الفكري في الآتي¹:

- أ- يعد رأس المال الفكري أساس المؤسسة: إذ أن الموجودات الفكرية تمثل القوة التي تضمن بقاء واستمرارية المؤسسة، حيث أن معظم المؤسسات تعتمد على الموجودات المعرفية أكثر من المادية.
- ب- يعد مصدر توليد ثروة المؤسسة والأفراد: إذ أن ثلاثة أرباع القيمة المضافة تشتق من المعرفة، إذ أن التعلم ينتج عنه قوة في الربح.
- ج- رأس المال الفكري قادر على توليد ثروة خيالية لمنظمات الأعمال: يمكن تحقيق ذلك من خلال القدرة على تسجيل براءات الاختراع.

المطلب الثالث: قياس رأس المال الفكري وإدارته

1/ قياس رأس المال الفكري:

إن الهدف من قياس رأس المال الفكري هو التعرف على جدوى الاستثمارات الرأسمالية التي تنفذها المؤسسة في مجالات التنمية البشرية والهيكلية، وعملية القياس تعتبر أداة لاكتساب نقاط القوة ودعمها وتعزيزها، واكتشاف نقاط الضعف ومحاولة علاجها.

أ- معطيات صحيحة لقياس رأس المال الفكري:

للتمكن من الخروج بمؤشرات حقيقية وصادقة لعملية القياس لابد من ارتباطها بما يلي²:

- الإدراك المتزايد لأهمية قياس وتقييم الأداء الكلي أو الجزئي في المؤسسة من قبل الإدارة العليا وقادة المؤسسة؛
- الاعتماد على نظم معلومات فعالة توفر المعلومات الصحيحة والدقيقة لعملية القياس؛
- توفر معايير عادلة وموضوعية ومتفق عليها، حيث لا تثير أي تداخل في المفاهيم والمعاني؛
- لابد من اكتساب توفر المهارة والخبرة لدى القائمين بعملية القياس؛
- إعطاء المقاييس مؤشرات إيجابية وفقا لنظم تقييم الأداء الكلي للمؤسسة؛

¹ حسين عجلان حسن، مرجع سبق ذكره، ص130.

² سيد محمد جاد الرب، مرجع سبق ذكره، ص ص426- 427.

- المقارنة التاريخية لأداء المؤسسة في السنوات الماضية والحالية؛
- المقارنة مع إحدى المؤسسات المتميزة في نفس المجال التي تعمل فيه؛
- التكامل بين النماذج الكمية والنماذج الوصفية أو النوعية.

2/ إدارته:

تحتل إدارة رأس المال الفكري بالاهتمام الكبير في المؤسسات المعاصرة، إذ لا يمكن ضمان استثماره أو المحافظة عليه بدون توافر إدارة قوية، ولتحقيق ذلك لابد للمؤسسات من وضع المبادئ الأساسية للإدارة الفاعلة له وتتلخص في التالي¹:

- بناء العلاقات الودية بين المؤسسة وموظفيها وزبائنها؛
- ضمان روح الابتكار من خلال عدم المبالغة في إدارة رأس المال الفكري؛
- توفر المعلومات اللازمة في المكان الصحيح والوقت المناسب؛
- الزيادة من فاعلية وكفاءة المعلومات من خلال هيكله رأس المال الفكري.

المطلب الرابع: طرق قياس رأس المال الفكري

ترجع أهمية قياس رأس المال الفكري إلى سببين أساسيين هما²:

- قياس رأس المال الفكري يساعد على الحكم على كفاءة وفاعلية الاستثمارات المخصصة له؛
- يساهم قياس رأس المال الفكري بشكل كبير في تحديد القيمة الحقيقية للمؤسسة على اعتبار أنه يمثل جزءا كبيرا من الفرق بين القيمة الدفترية والقيمة السوقية للمؤسسة.

هناك عدة أساليب تستخدم في قياس رأس المال الفكري وهي كالتالي³:

¹ آيت مختار عمر، حمدي معمر، مرجع سبق ذكره، ص 08.

² هاني محمد سعيد، رأس المال الفكري (انطلاقاً إدارية معاصرة)، دار السحاب، مصر، الطبعة الأولى، 2008، ص 39.

³ حسين عجلان حسن، مرجع سبق ذكره، ص 145 - 146.

1/ أسلوب الاستبعاد:

يستخدم أسلوب الاستبعاد في تقييم رأس المال الفكري لقياس التأثيرات الاقتصادية للمعرفة، حيث يعتمد هذا الأسلوب على استبعاد الدخل المتوقع من الأصول المالية والأصول الملموسة من العوائد السابقة. ويقترح استخدام أسلوب المستوى الكلي لقياس رأس المال الفكري، حيث يعامل رأس المال الفكري على أنه القيمة المتبقية من استبعاد رأس المال المالي أو النقدي، إذ يتم التوصل إلى هذا الأسلوب بتطبيق القيمة المضافة الاقتصادية التي تمثل التكلفة الحقيقية لرأس المال والتي يتم حسابها باستبعاد جميع التكاليف الاقتصادية، كمثال على ذلك التكاليف المتعلقة بالأراضي وتكاليف السلع والضرائب وتعويضات المساهمين من الإيراد الكلي للوصول إلى القيمة المتبقية ألا وهي رأس المال الفكري.

2/ أسلوب المؤشرات المتعددة:

استخدم هذا الأسلوب من قبل لقياس رأس المال الفكري، حيث يحتوي نموذج المؤشرات المتعددة على 140 مؤشر ومشتقاتها جميعها تتعلق به ويفترض من هذا النموذج أنه يمكن الحصول على الأوجه الكافية لرأس المال الفكري الضرورية للفهم الكامل لهذه الظاهرة.

الجدول الموالي يمثل هذه المؤشرات دون وجود صيغة نظرية للعلاقات بينها، حيث يمكن توضيح الأصول المعرفية أو رأس المال الفكري بالمؤشرات المالية ومؤشرات العملاء.

الجدول رقم (03): المؤشرات المالية والمؤشرات المتعلقة بالعملاء

المؤشرات المالية	المؤشرات المتعلقة بالعملاء
إجمالي الأصول (بالقيمة)	الحصة السوقية %
إجمالي الأصول / الموظفين (القيمة)	عدد العملاء
الإيرادات / إجمالي الأصول %	المبيعات السنوية بالنسبة للعميل (بالقيمة)
الأرباح / إجمالي الأصول %	عدد العملاء الذين لم تستطع الشركة التعامل معهم
الإيرادات الناتجة عن المشروعات الجديدة / القيمة	عدد زيارات العملاء للشركة
الإيرادات الخاصة بالموظف الواحد %	عدد العملاء بالنسبة للموظف الواحد
وقت العمل / حضور الموظف	متوسط الفترة بين اتصال العميل واستجابة المبيعات
الأرباح بالنسبة للموظف الواحد / القيمة	مؤشر رضا العملاء %
الإيرادات من العملاء الجدد / الإيرادات الجمالية	الاستثمار بتكنولوجيا المعلومات / مندوب البيع

المصدر: حسين عجلان حسن، مرجع سبق ذكره، ص 146.

3/ أسلوب نماذج التكلفة:

يفترض أسلوب نماذج التكلفة أنه لفهم قيمة المعرفة لابد من حساب تكلفتها أو قيمتها السوقية، وأن القيمة السوقية لمعرفة الفرد تمثل أحد المقاييس الخاصة بقيمة المعرفة لديه، إذ أنه لا يوجد أي معنى للارتباط بين تكلفة الحصول على المعرفة وقيمتها، حيث أن قيمة رأس المال الفكري لا تتبع بالضرورة إلا تكلفة حيازته.

4/ أسلوب المعرفة / القيمة:

هناك علاقة مباشرة بين المعرفة والقيمة التي تخلقها، كما هناك عدة أساليب للبحث تهدف إلى تتبع عملية تحويل المعرفة إلى مخرجات ذات قيمة، حيث من خلال هذا الأسلوب لا تستهلك المعرفة عند استخدامها لخلق التغيرات بالقيمة المضافة، ومثال على ذلك شركة "مايكروسوفت" التي لديها قيمة دفترية تصل إلى حوالي (3-20) مليار دولار، بينما القيمة السوقية فتقدر بحوالي (300-400) مليار دولار، ويمثل ذلك القدرة الكافية لدى الشركة وقيمة استخدامها للمعرفة المحسدة ضمن العمليات والتكنولوجيا والأفراد والموظفين.

وسنبرز في الأتي أهم الطرق المستخدمة في قياس رأس المال الفكري¹:

1/ معادلة توبين Tobin's Equation:

تعتمد هذه الطريقة على مؤشر القيمة السوقية إلى تكلفة الإحلال ويعبر عنها بـ الآتي:

القيمة السوقية إلى تكلفة الإحلال = القيمة السوقية للمؤسسة / تكلفة الإحلال لأصول المؤسسة

حيث كلما كان الناتج أكبر من واحد الصحيح دل ذلك على تحقيق المؤسسة للأرباح نتيجة استثمارها في رأس المال الفكري، وتساهم هذه المعادلة في قياس مدى كفاءة وفاعلية السياسات الإدارية المطبقة في المؤسسة، من خلال تحديد مقدار التغير في النسبة من سنة إلى أخرى.

2/ القيمة الاقتصادية المضافة:

القيمة الاقتصادية المضافة هي مقياس شامل للأداء، يربط بين التخطيط المالي والموازنة الرأسمالية وتحديد الأهداف، والعلاقة والاتصال مع حملة الأسهم وقياس الأداء ونظم التعويضات والتحفيز، وكيفية زيادة قيمة المنظم بالاعتماد على هذه المتغيرات².

تعتمد هذه الطريقة على المؤشر التالي:

القيمة الاقتصادية المضافة = (صافي دخل العمليات - الفوائد) - تكلفة التمويل محسوبة على أساس المتوسط المرجح لإجمالي الأموال المستثمرة.

إذا كان الناتج موجبا فإن المؤسسة تحقق قيمة اقتصادية مضافة، وبالتالي تحقيق أرباح أكبر مما هو متوقع لها، وهذا ما يدل على استخدام الأمثل لعناصر ومكونات رأس المال الفكري التي تمتلكها المؤسسة.

تعتبر هذه الطريقة من أوسع الطرق انتشارا في الولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا، إذ تعتبر من أهم مقاييس الأداء في منظمات الأعمال الحديثة في الدول المتقدمة.

¹ هاني محمد السعيد، مرجع سبق ذكره، ص39.

² رضا إبراهيم صالح، رأس المال الفكري ودوره في تحقيق الميزة التنافسية للمنظمات، المؤتمر الدولي للتنمية الإدارية نحو ادعاء متميز في القطاع الحكومي، المحور الرابع (إدارة المعرفة ودورها في تطوير الأداء الحكومي)، معهد الإدارة العامة، الرياض، المملكة العربية السعودية، 01-04 نوفمبر، 2009، ص12.

3/ طريقة القيمة السوقية مقابل القيمة الدفترية:

تعتمد هذه الطريقة على المعادلة التالية:

$$\text{رأس المال الفكري} = \text{القيمة السوقية للمؤسسة} - \text{القيمة الدفترية}$$

يتم قياس القيمة السوقية لمنظمات الأعمال من خلال متوسط القيمة السوقية للسهم خلال فترة زمنية معينة مضروبا (*) في عدد الأسهم التي يتكون منها رأس المال المدفوع.

متوسط القيمة السوقية للسهم = قيمة التداول للأسهم خلال فترة زمنية معينة / كمية التداول للأسهم نفسها وفي نفس الفترة¹.

إذ تعكس القيمة الدفترية صافي القيمة المحاسبية التي يمكن الحصول عليها من القوائم المالية، أما القيمة السوقية فتعكس وجهة نظر السوق للربحية لأن المستثمر يعتبر أن سعر السهم مؤشرا لأداء ربح المؤسسة المستقبلي، وتشمل هذه الأخيرة رأس المال الفكري في الأصول المادية للمؤسسة بالإضافة إلى رأس المال الفكري بمكوناته الثلاث التي يتم من خلالها توليد تدفقات نقدية التي تعتبر المحرك الرئيسي للقيمة².

4/ طريقة (Buren & Hark):

تهدف هذه الطريقة إلى تقييم مخزون رأس المال الفكري في المؤسسة وتحديد قيمة العوائد الناتجة عن

تقديم سلع وخدمات ابتكاره متميزة، وتشمل هذه الطريقة على أربعة إجراءات أساسية هي:

- تحديد عدد براءات الاختراع؛
- عدد العاملين من حملة الشهادات الأكاديمية والمهنية؛
- تشخيص مكونات رأس المال الفكري وتقييم مدى مساهمتها في إنتاجية المؤسسة؛
- تقييم الفاعلية من خلال العائد على الاستثمار في الأصول المعنوية غير الملموسة.

¹ هاني محمد السعيد، مرجع سبق ذكره، ص 40-41.

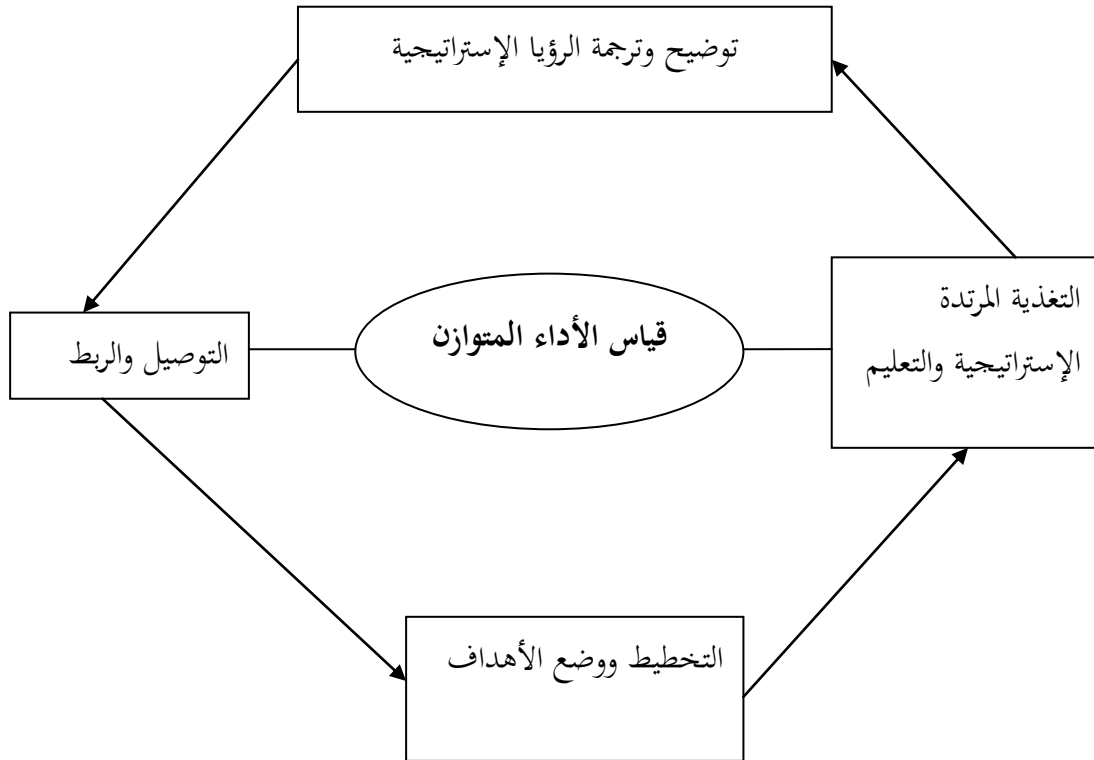
² رشا الغول، قضايا محاسبية معاصرة المحاسبة عن رأس المال الفكري (التنظير العلمي والتطبيق العملي)، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، الطبعة الأولى، 2014، ص 135.

5/ نموذج القياس المتوازن للأداء:

بطاقة الأداء المتوازن أداة للرقابة على الأداء تقوم بالربط والموازنة بين المؤشرات المالية وغير مالية، وبين المقاييس الملموسة وغير ملموسة، والمنظور الداخلي والخارجي، وبين الأداء الموجه والنتائج¹.

والشكل التالي يمثل نموذج القياس المتوازن للأداء:

الشكل رقم (06): نموذج القياس المتوازن للأداء



المصدر: عبد الرحمن توفيق، الأداء البشري الفعال قياس الأداء المتوازن (أفكار علمية معاصرة)، مركز الخبرات المهنية للإدارة، القاهرة، 2003، ص41.

¹ الجليلي بن علو، سارة بوقسري، تأثير رأس المال الفكري على أداء أعمال المؤسسات، مداخلة مقدمة في الملتقى الدولي الثاني حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، الطبعة الثانية (نمو المؤسسات والاقتصاديات بين تحقيق الأداء المالي وتحديات الأداء البيئي، جامعة ورقلة، الجزائر، 22-23 نوفمبر، 2011، ص99.

عملية قياس الأداء المتوازن دورة لتوضيح الرؤيا والاشترك فيها، ويتم توصيلها من خلال أهداف وحوافز تستخدم في تركيز العمل وتخصيص الموارد ووضع الأهداف، وينتج عن هذه الدورة تعلم يقودنا الى إعادة فحص رؤيتنا حيث كل خطوة للقياس تعد بمثابة وسيلة اتصال¹.

¹ عبد الرحمن توفيق، الأداء البشري الفعال بقياس الأداء المتوازن (أفكار عالمية معاصرة)، مركز الخبرات المهنية للإدارة بميك، القاهرة، 2003، ص 40-41.

خلاصة الفصل:

إدارة المعرفة هي عبارة عن مجموعة من العمليات الداخلية للمؤسسة، والتي تساهم في اكتشاف وخلق المعرفة بنوعيتها الضمنية والصريحة، وتعمل على توزيعها ونشرها وتطبيقها وبالتالي الاستفادة منها.

كما أن الاقتصاد الحالي والقائم على المعرفة ينطوي على توليدها وحسن استغلالها مما يسهل استثمارها، ويعمل اقتصاد المعرفة على الاهتمام بالبحث العلمي، الابتكار والإبداع من خلال استخدام المهارات والمعارف والقدرات بما يدعم عطاء المجتمع ويعزز تطوره.

إن رأس المال الفكري هو مجموعة من العاملين الذين يكتسبون قدرات عقلية ومهارات فنية وعلمية تميزهم عن الآخرين، ويتكون من ثلاث عناصر أساسية وهي رأس المال الهيكلي، رأس المال العلاقات، بالإضافة إلى أهم مكون له وهو رأس المال البشري الذي يتعلق بالمعرفة التي يمتلكها الأفراد.

تمهيد:

إن التفوق الاقتصادي للمؤسسات أصبح لا يتحقق إلا بالاعتماد على قوة اقتصادية تقوم على الاستغلال الأمثل لمواردها الاقتصادية المتاحة سواء بشرية، مالية أو تكنولوجية من جهة والقدرة على الابتكار والإبداع لأساليب تسويقية وإنتاجية جديدة لتكون قادرة على الإدارة الفاعلة من جهة أخرى، وعلى تحقيق الأداء الجيد والتميز الذي يساعدها على الدخول في جو المنافسة.

ومع اشتداد المنافسة وتزايد احتياجات ورغبات العملاء بشكل كبير كان لابد للمؤسسات أن تركز مفهوم الإبداع والابتكار في نشاطاتها والقيام بها بكفاءة وفعالية للمحافظة على حصتها السوقية وتلبية احتياجات عملائها الآنية والمستقبلية والتفوق عليها وتوليد حاجات جديدة بشكل مستمر، وتحقيق ميزة تنافسية تستطيع من خلالها التغلب على منافسيها.

وبناء على هذا سنقوم في هذا الفصل بالتطرق إلى:

- المبحث الأول: مفاهيم عامة حول الابتكار والإبداع؛
- المبحث الثاني: تشخيص الإبداع والابتكار؛
- المبحث الثالث: دور رأس المال الفكري في تحقيق عملية الابتكار والإبداع.

المبحث الأول: مفاهيم عامة حول الابتكار والإبداع

إن الإبداع والابتكار ظاهرة قديمة تعني الرغبة العامة في استخدام ما يدرك العقل في تطبيقات عملية تبذل نتائج جديدة، وسنعرض فيما يلي مفاهيم الإبداع والابتكار.

المطلب الأول: تعريف الابتكار والإبداع

1/ الابتكار:

يعرف الابتكار على أنه الإنتاج الناجح واستيعاب واستثمار شيء جديد يعمل على خلق حلول جديدة لمختلف المشاكل ويساهم في تلبية احتياجات الأفراد والمجتمع.

كما يعرف بـ "الابتكار ظاهرة اجتماعية تحدث عندما يفكر الناس بأفكار جديدة مقبولة، بحيث يعملون معاً لإدراك وفهم هذه الأفكار"¹.

يعرف الابتكار "على أنه العملية التي يحول من خلالها منتج أو فكرة جديدة إلى عمل ملموس"².

ويعد الابتكار "مجموعة من الأفكار الجديدة والمفيدة التي تساعد على حل مشكلات معينة، وبالتالي هو عملية خلق أو تقديم فكرة جديدة لغرض تطوير سلعة أو خدمة أو طريقة عمل معينة بغض النظر عن تطبيق هذه الفكرة"³.

بالإضافة إلى أنه يعني "التجديد وذلك من خلال إعادة تشكيل أو عمل الأفكار الجديدة مما يساهم في إنتاج شيء ما جديد".

وللابتكار شكلان أساسيان هما⁴:

¹ رفعت عبد الحليم الفاعوري، إدارة الإبداع التنظيمي، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، الأردن، 2005، ص9.

² جمال خير الله، الإبداع الإداري، دار أسامة، الطبعة الأولى، الأردن، 2009، ص10.

³ سفيان نقماري، الإبداع والابتكار في النظام المصرفي ودوره في تحسين الميزة التنافسية للبنوك، ورقة بحثية مقدمة في الملتقى الدولي الأول حول اقتصاديات المعرفة والإبداع، المنعقد يومي 17-18 أبريل 2013، جامعة سعد دحلب، البليدة، ص4.

⁴ سليم بطرس جلدة، زيد منير عبوي، إدارة الإبداع والابتكار، دار كنوز المعرفة، الأردن، 2006، ص ص23-24.

أ- الابتكار الجذري (الاختراق): ويتمثل في التوصل إلى المنتج أو العملية الجديدة التي تختلف كلياً عما سبقها وتحقق وثبة إستراتيجية في السوق، وهذا النوع من الابتكار قليل يحدث على فترات زمنية متباعدة كونه يتطلب جهود كبيرة واستثمارات عظيمة.

ب- الابتكار التدريجي (التحسين): وهو التوصل إلى المنتج الجديد جزئياً من خلال التحسينات التي يتم إدخالها على المنتجات الحالية، وهذا الشكل من الابتكار يأتي كبديل للابتكار الجذري.

وقد جاء في أحد التعاريف للابتكار انه " يتميز بالحدثة وعدم التقليد، الندرة والواقعية، إذ يتطلب مثابة للذهاب إلى ما هو أبعد عن الأداء السابق ".

إن الابتكار " الوحدة المتكاملة لمجموعة العوامل الذاتية والموضوعية التي تقود إلى تحقيق إنتاج جديد وأصيل وذو قيمة من قبل الفرد والجماعة " ¹.

2/ الإبداع:

يعرف الإبداع لغة على أنه " إحداث شيء جديد على غير مثال سابق، أي اختراع شيء غير مكرر أو له شبه، حيث انه يمثل إنتاج شيء جديد لم يكن موجوداً من قبل ".

وجاء في أحد التعاريف أن الإبداع " مزيج من القدرات والإستعدادات والخصائص الشخصية التي إذا وجدت بيئة مناسبة يمكن أن ترقى بالعمليات العقلية لتؤدي إلى نتائج أصلية ومفيدة للفرد أو المؤسسة، المجتمع أو العامل "، ويعد " عملية الوعي بمواطن الضعف وعدم الانسجام والنقص بالمعلومات والتنبؤ بالمشكلات والبحث عن مختلف الحلول، وإضافة فرضيات واختبارها، صياغتها وتعديلها باستخدام المعطيات الجديدة للوصول إلى نتائج جيدة " ².

وعُبر عن الإبداع كما يلي ³:

¹ فاطيمة سناوي، التفكير الابتكاري لدى تلامذة المرحلة التحضيرية، مذكرة ماجستير، علم النفس المدرسي وتطبيقاته، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2011-2012، ص76.

² جمال خير الله، مرجع سبق ذكره، ص6.

³ مجدي عزيز إبراهيم، التفكير لتطوير الإبداع وتنمية الذكاء، عالم الكنب، الطبعة الأولى، القاهرة، 2007، ص371.

عُرف الإبداع عام 1970 على أنه " عملية تحسس للمشكلات والوعي بها ومواطن الضعف والفجوات والنقص فيها، ومن ثم صياغة فرضيات جديدة والتوصل إلى ارتباطات متينة باستخدام مختلف المعلومات المتوفرة ".

ويعبر عن الإبداع بالأربع P للإبداع وهي كالتالي:

- Person: الشخص

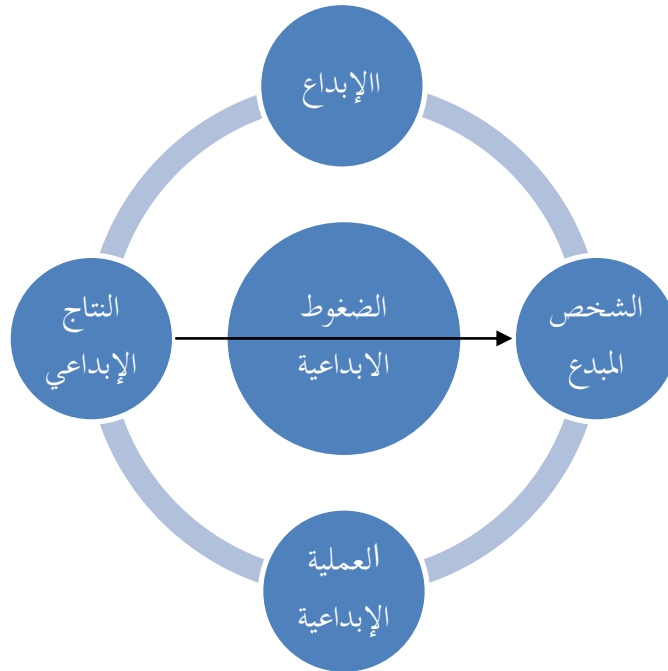
- Process: العملية

- Press: الضغوط الاجتماعية المتبادلة بين المبدع والمجتمع الذي يعيش فيه

- Product: النتائج الإبداعية

والشكل التالي يعبر عن التعريف:

الشكل رقم (07): الأربعة P للإبداع



المصدر: مجدي عزيز إبراهيم، مرجع سبق ذكره، ص371.

والإبداع هو " عملية توليد الأفكار الابتكارية التي تستجيب للفرص في المؤسسة، وهو يعتبر الخطوة الأولى للابتكار ويساهم في نجاحها على المدى الطويل، ويعمل على تحسين عملية صنع القرار " ¹.

ويؤكد آخرون أن الإبداع هو " القيام بأي شيء لأول مرة وفي أي مكان، أو خلق معرفة جديدة " ².

أما بالنسبة للاقتصاديين فإن الإبداع يعد " محرك النمو " ³.

ويلعب الإبداع دور كبير في الاقتصاد، إذ أنه جاء عن طريق منافسة المؤسسات، أو عن طريق رأس المال المستثمر في البحث والتطوير وتراكم المعارف الصناعية والتكنولوجية التي تحققت بدورها من خلال المعاملات ما بين المنتج والمستهلك ⁴

ومنه فإن الإبداع هو " إنتاج أفكار جديدة ومفيدة خارجة عن المؤلف بحيث تكون هذه الأفكار متميزة وأصلية تساهم في تقدم وتطور الحياة الإنسانية في شتى الميادين " .

ومن خلال تطرقنا إلى تعاريف كلا من الابتكار والإبداع نرى أن العلاقة بينهما علاقة تكاملية ⁵.

والشكل التالي يمثل مدخلات ومخرجات المؤسسة الإبداعية في الآتي:

¹ عبد الستار العلي، عامر إبراهيم قنديلجي، غسان العمري، مرجع سبق ذكره، ص 68.

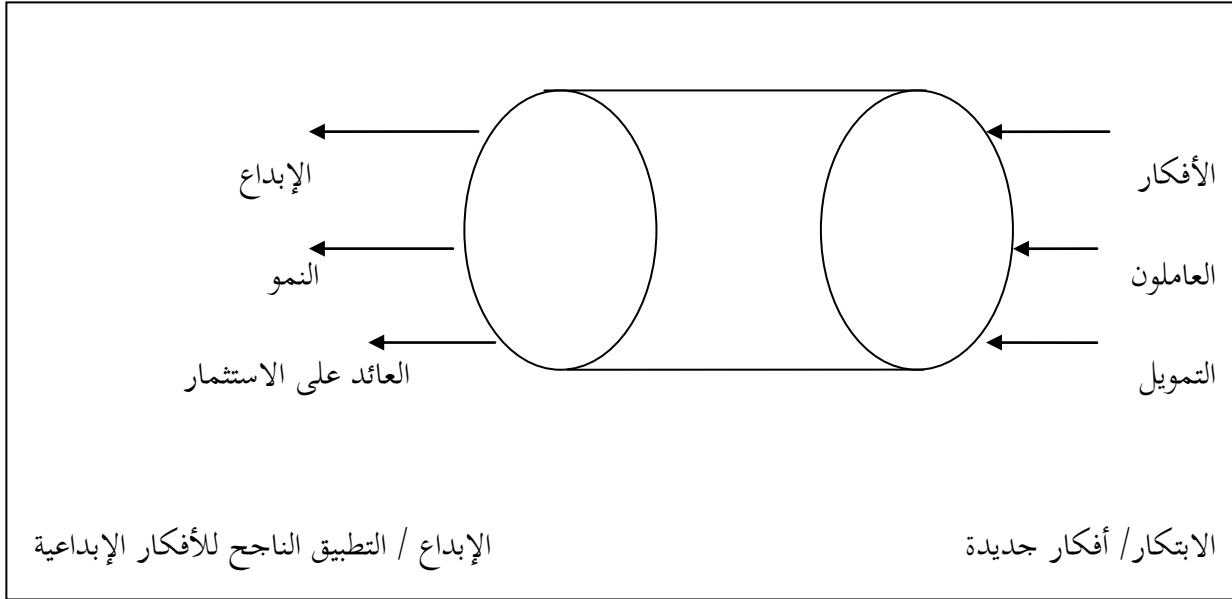
² رفعت عبد الحليم الفاعوري، مرجع سبق ذكره، ص ص 8-10.

³ Alain Dutheil, les meilleurs articles de la Harvard Business Review sur L'innovation, édition d'organisation, paris, 2003, p1.

⁴ Dimitri Uzunidis, l'innovation et l'économie contemporaine, DeBoeck et larcier, 1^{er} édition, Bruxelles, 2004, p10.

⁵ عمر بوسلامي، دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية، مذكرة ماجستير، إدارة الأعمال الإستراتيجية للتنمية المستدامة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة سطيف 01، الجزائر، 2011-2012، ص 4.

الشكل رقم (08) : مدخلات ومخرجات المؤسسة الإبداعية



المصدر: بوسلامي عمر، دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية، مذكرة ماجستير، إدارة الأعمال الإستراتيجية للتنمية المستدامة، كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير، جامعة سطيف 01، الجزائر، 2012-2013، ص 04.

ومن الشكل نلاحظ أن المؤسسة المبدعة تشمل على مدخلات متمثلة في الأفكار، العاملون، والتمويل، تؤدي إلى الخروج بأفكار جديدة وما يعرف بالابتكار، وفي مقابل ذلك مخرجات متمثلة في الإبداع وتحقيق النمو وزيادة الأرباح.

ومن هنا فإن الابتكار عبارة عن أفكار تتصف بالحدأة وهي مفيدة ومتصلة بحل مشكلات معينة¹، أما الإبداع فيتعلق بوضع الفكرة الجديدة حيز التنفيذ على شكل سلعة أو خدمة تقدمها المؤسسة إلى زبائنها.

الابتكار هو التفكير حول أشياء جديدة، أما الإبداع فهو التفكير حول عمل أشياء جديدة، وعليه فإن كلا النوعين لا يحدثا مستقلين ولكنهما متفاعلان ويدعم كل منهما الآخر².

¹ سليم بطرس جلدة، مرجع سبق ذكره، ص 22.

² مجدي عزيز ابراهيم، مرجع سبق ذكره، ص 365.

المطلب الثاني: مراحل الإبداع والابتكار

إن عملية الإبداع والابتكار تمر بالمراحل التالية:

1/ مرحلة الإعداد أو التحضير:

يتم فيها جمع المعلومات اللازمة حول الموضوع أو المشكلة وتعد البداية الأولى للعمل الإبداعي، ولهذا المرحلة مجموعة من الوظائف تتمثل في الآتي¹:

- خلق الانجاز العام وبلورة الشروط الأولية للفكرة؛

- التهيأ لجمع المعلومات والبيانات؛

- العمل المكثف والموجه لتأييد الفكرة.

وتتضمن هذه المرحلة الفهم الجيد والدقيق للمشكلة، وجمع المعلومات اللازمة حولها، سواء عن طريق المعارف المكتسبة أو المطالعة.

2/ مرحلة التبصر:

تعد هذه المرحلة أدق مراحل الإبداع والابتكار وأهمها، والتي تشمل عمليات التفاعل بين العوامل الشعورية واللاشعورية للفرد، وذلك لمحاولة وجود حل للمشكلة وإشباع ذهن المبدع بما يدور حولها².

3/ مرحلة الإشراق:

تتجسد في هذه المرحلة خصائص الإبداع الذاتية، حيث لا يمر بهذه المرحلة إلى الأشخاص المبدعون، وتتمثل في بزوغ الفكرة الجوهرية من خلال إعادة ترتيب أفكار المبدع وترابطها بما يسمح بالوصول إلى الترتيب الأمثل دون تخطيط لذلك، وخروج كل ما بداخل الشخصية المبدعة، وتسمى هذه المرحلة بشراة الإبداع أو اللحظة الإبداعية ويذهب الغموض والإبهام فيها³.

¹ فاطيمة سناوي، مرجع سبق ذكره، ص78.

² رفعت عبد الحليم الفاعوري، مرجع سبق ذكره، ص17.

³ مجدي عزيز إبراهيم، مرجع سبق ذكره، ص415.

4/ مرحلة التحقق والتنفيذ:

إن عملية الاختراق الإبداعي لا تنتهي عادة بمجرد حدوث الإشراق وتوارد الأفكار أو التوصل إلى حل المشكلة، وإنما يتطلب ذلك بذل المزيد من الجهد إضافة إلى التحقق من صحة الفكرة وتحديد طرق تطبيقها، وإعادة النظر فيها إذ كانت صحيحة ومفيدة باستعمال مختلف عمليات الفحص والتطوير وتقديم الأدلة لإثبات أصالتها وجديتها¹.

إن عملية الإبداع والابتكار تتم بالمرور من خلال المراحل السابقة، لكن ذلك ليس ضروريا في بعض الأحيان أن يتم الإبداع أو الابتكار بالمرور عبر خطوات مرتبة ومنتالية، بل يأتي كعملية مستمرة ومتداخلة تأتي كمحور إبداعي في ذهن الفرد في أي لحظة ما، ويمكن ألا يتعلق ذلك الموضوع الإبداعي بالمشكلة التي يعانيها الباحث، ويتحول ذلك إلى شيء جديد لم يكن له وجود.

المطلب الثالث: الصفات الإبداعية للأفراد

بالاعتماد على ما قدمه الباحثون من قبل يمكن تصنيف خصائص المبدعين في أربع فئات، إذ أن هذه الخصائص تتفاوت حسب الزاوية أو الاتجاه الذي ينظر من خلاله لعملية الإبداع، ونذكر هذه الفئات في التالي²:

1/ الخصائص المنطقية:

يمكن حصر هذه الخصائص في مايلي:

- الاستقلالية في الحكم والانضباط الذاتي؛
- القدرة على مواجهة الضغوط الاجتماعية؛
- روح المخاطرة والميل إلى المغامرة والفضول؛
- إدراك المشكلة والفهم الصحيح لها والانتباه للتفاصيل؛
- المعرفة، التعلم والذكاء وتفضيل المسائل المعقدة.

¹ فتحي عبد الرحمن جروان، مرجع سبق ذكره، ص 139.

² فتحي عبد الرحمن جروان، مرجع سبق ذكره، ص 117 - 119.

2/ الخصائص الحدسية:

وتتضمن ما يلي:

- الانفتاح بغير حدود؛
- القدرة على التعبير عن أفكاره اللاشعورية وتحريرها؛
- الحماس الزائد والتسرع، التفاعل مع الأفكار الأصيلة والموسيقى الجديدة والتصميم الجميل؛
- وضوح الرؤيا والشفافية اتجاه المشكلات.

3/ الخصائص العاطفية:

وتتمثل في الآتي:

- إدراك الأشياء بطريقة خاصة؛
- القدرة على حل الصراعات الداخلية ومواجهة المواقف الغامضة؛
- حب الاطلاع والتطور، البدهاة والحدس، والتوحد مع مشاعر الآخرين وتوقعاتهم؛
- الرغبة في مواجهة خبرات جديدة كل يوم؛
- الثقة في النفس وتحمل الغموض.

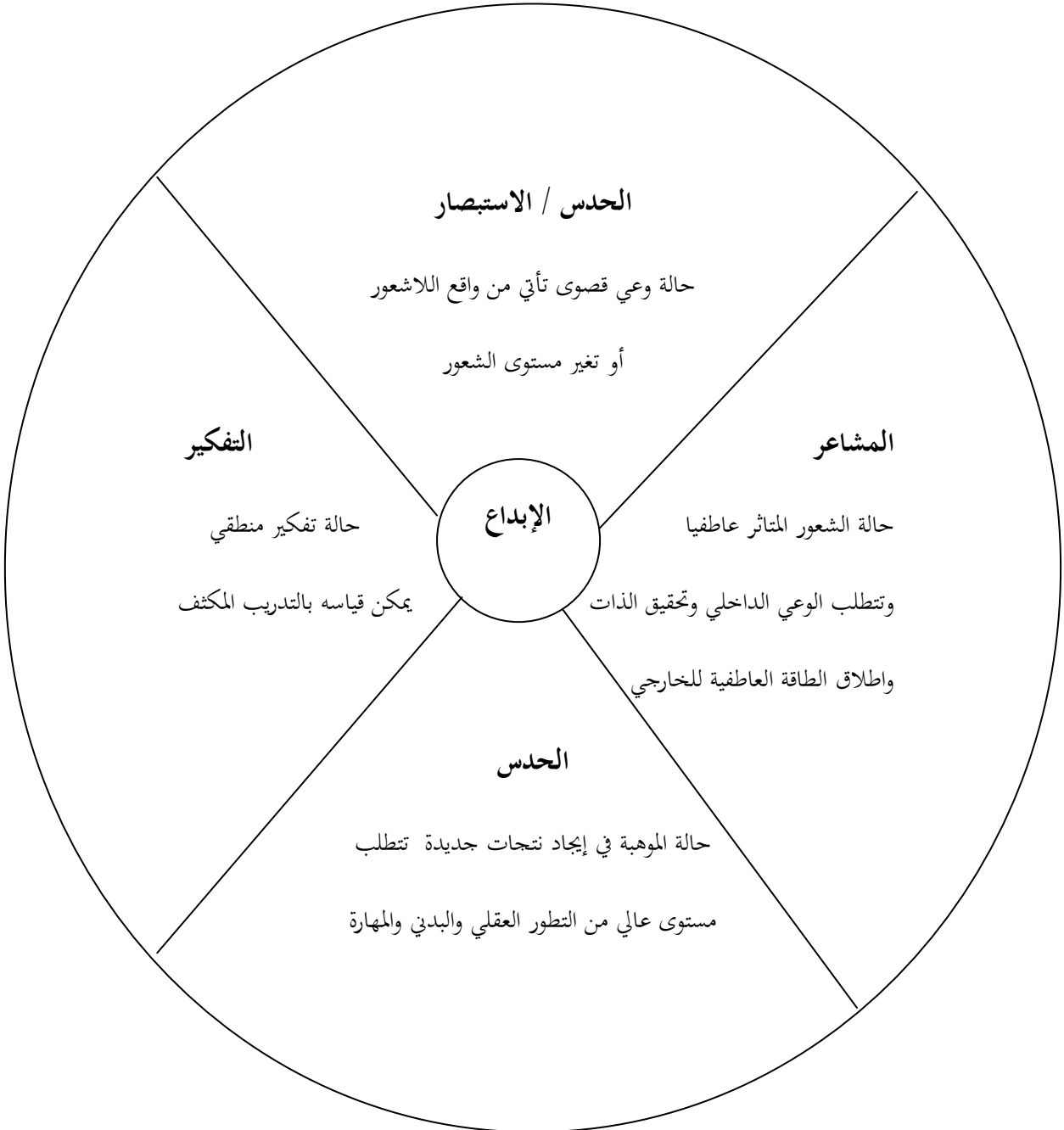
4/ الخصائص الحسية:

يمكن حصرها في التالي:

- الأداء الحاذق للفنون التقليدية؛
- القدرة على التلاعب بالعناصر والمفاهيم، بالإضافة إلى الضبط والتحكم الذاتي؛
- الانفتاح على الخبرات والأفكار الجديدة؛
- الاهتمام بالعالم الداخلي والخارجي، والقدرة على تحمل المخاطر وتقبل الصراع.

والشكل التالي يمثل نموذج كلارك التكاملي للإبداع:

الشكل رقم (09): نموذج كلارك التكاملي للإبداع



المصدر: فتحي عبد الرحمن جروان، مرجع سبق ذكره، ص 117.

المبحث الثاني: تشخيص الإبداع والابتكار

لابد للشخص المبدع أن تتوفر فيه بعض الشروط الإبداعية لكي يستطيع أن يمارس أي نوع إبداعي، وسوف نتعرف على أنواع الإبداع وشروطه في التالي.

المطلب الأول: أنواع الإبداع وشروطه

1/ أنواع الإبداع:

إن للإبداع خمسة أنواع ومستويات نذكرها في التالي¹:

- أ- الإبداع التعبيري: بمعنى تطوير فكرة أو نواتج فريدة بغض النظر عن نوعيتها أو جودتها.
- ب- الإبداع الإنتاجي: من خلال البراعة في التوصل إلى نواتج من الطراز الأول.
- ج- الإبداع الاختراعي: يشير إلى البراعة في استخدام المواد لتطوير استعمالات جديدة لها، ويخضع هذا النوع من الإبداع لمعايير ومواصفات تحددها براءات الاختراع بشرط أن يكون العمل جديد وغير مسبق وذو فائدة.
- د- الإبداع التجديدي: بمعنى القدرة على اختراق القوانين والمبادئ وتقديم أفكار جديدة .
- و- الإبداع الإنشائي: أو التخيلي وهو أعلى مستويات الإبداع، إذ يعمل على الوصول إلى مبدأ أو نظرية جديدة كلياً ويترتب عليه بروز مدارس وأبحاث جديدة.

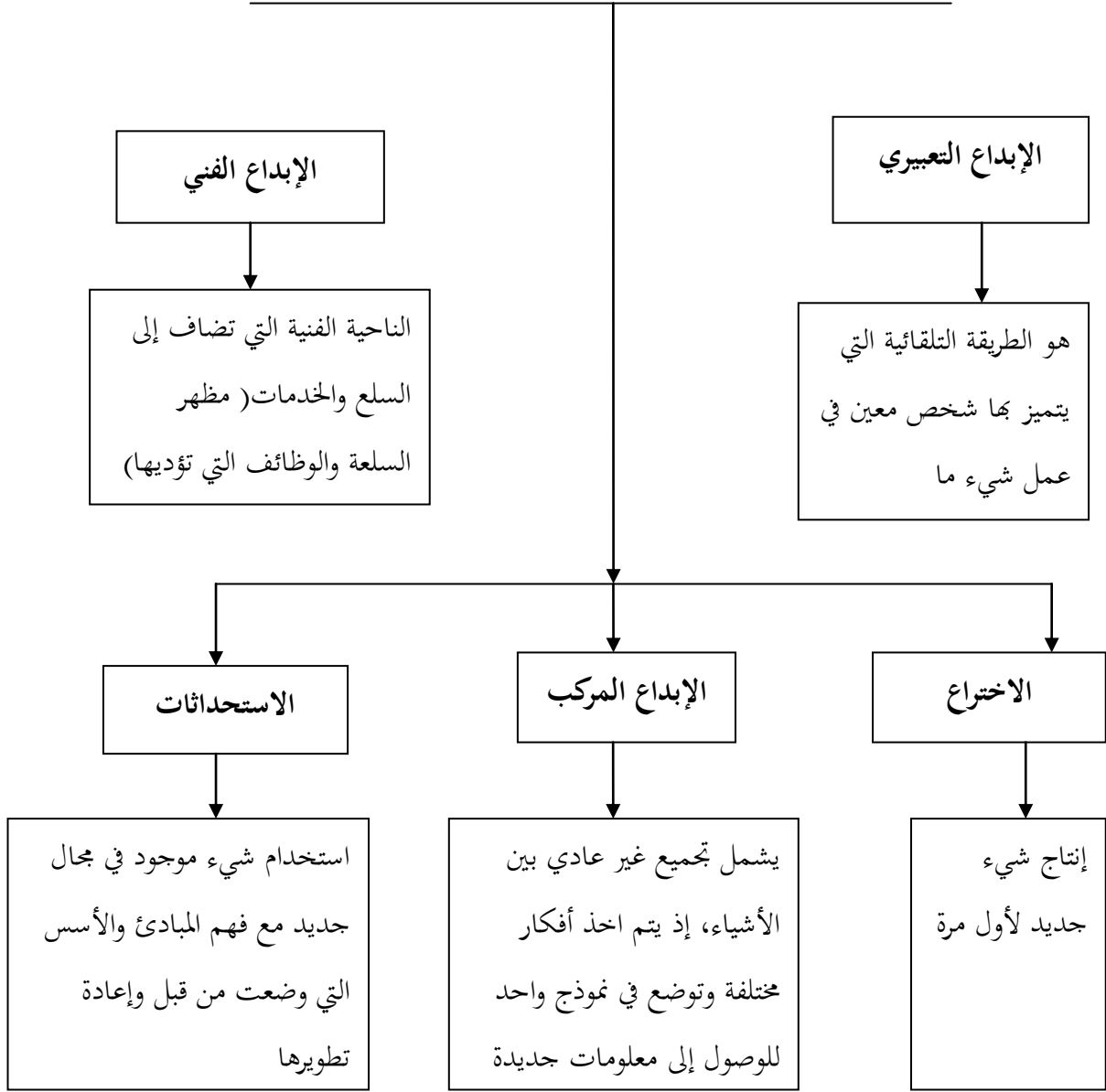
ويتميز هذا النوع من الإبداع بالندرة لما يتطلبه من وضع أشكال وافتراسات جديدة².

¹ فتحي عبد الرحمن جروان، الإبداع (مفهومه، معاييره، نظرياته، قياسه، تدريبه، مراحل العملية الإبداعية)، دار الفكر، الطبعة الأولى، الأردن، 2002، صص 65-66.

² سليم بطرس جلدة، زيد منير عبوي، مرجع سبق ذكره، ص 53.

والشكل التالي يمثل أنواع الإبداع¹:

الشكل رقم (10): أنواع الإبداع



المصدر: سليم بطرس جلدة، زيد منير عبوي، مرجع سبق ذكره، ص54.

2/ شروط الإبداع:

¹ سليم بطرس جلدة، زيد منير عبوي، مرجع سبق ذكره، ص54.

أشارت البحوث والدراسات العلمية والتربوية أن للإبداع ستة شروط أساسية يمكن حصرها في الآتي:¹

- أ- الأصالة: يقصد بها قدرة الفرد على توليد أفكار جديدة ونادرة.
- ب- الطلاقة: بمعنى قدرة الفرد على إنتاج كمية كبيرة من الأفكار في غضون فترة زمنية محددة، والطلاقة أنواع هي كالآتي:
 - الطلاقة اللفظية: تتمثل في سهولة إنتاج كلمات تحت شروط تركيبية معينة كإنتاج كلمات تبدأ أو تنتهي بحرف معين.
 - الطلاقة الارتباطية: بمعنى القدرة على إنتاج كلمات تشترك في المعنى أو في أي صفة أخرى بأسرع وقت ممكن، كإنتاج أكبر عدد ممكن من المصطلحات المتشابهة والمتضادة.
 - الطلاقة الشكلية: وهي القدرة على الإنتاج السريع لعدد من الأمثلة والتوضيحات والتكوينات استناداً إلى مشيرات شكلية أو وصفية معطاة.
 - الطلاقة الفكرية: وتمثل القدرة على استدعاء أكبر قدر ممكن من الأفكار المناسبة في فترة زمنية محددة لمشكلة أو موقف مثير.
 - الطلاقة التعبيرية: وهي القدرة على التفكير السريع في تكوين كلام مترابط ومتصل.
- ج- المرونة: تمثل تنوع الأفكار في جوهرها، وتكوين مجموعة من الحلول حول المشكلة، مع التغيير المستمر في المعنى والتفسير لها.
- د- الحساسية: وهي قدرة الإحساس بالمشكلة وإدراك طبيعتها، إذ أن المبدع يلاحظ وجود مشكلة ما في حين الآخرين لا يرون ذلك.
- و- الاستنباطية: والمقصود بذلك الميل إلى التفاصيل والقدرة على استنباطها بصورة مبدعة، إذ أن بإمكان المبدع الربط بين عدد من الأفكار والاحتفاظ بها في ذهنه.
- هـ- القبول: بمعنى تقبل الناس للفكرة الجديدة المطروحة من قبل المبدع من خلال إنتاجه الإبداعي.

¹ جمال خير الله، مرجع سبق ذكره، ص ص 29-30.

المطلب الثاني: مستويات الإبداع والابتكار

يظهر للإبداع والابتكار العديد من المستويات ويمكن التمييز بين ثلاث مستويات في المؤسسات وهي

كالتالي¹:

1/ الإبداع على مستوى الفرد:

يتم تحقيقه من قبل الأفراد ذوي قدرات ومهارات عالية وسمات إبداعية، ومن أهم خصائص الفرد المبدع والتي تكون عادة فطرية مايلي:

أ- المعرفة: حيث يبذل الفرد وقتا طويلا لإتقان عمله.

ب- التعليم والذكاء: إذ أن الإنسان المبدع ليس بالضرورة أن يكون عالي الذكاء وإنما يتمتع بقدرات تفكيرية على تكوين علاقات مرنة بين الأشياء.

ج- الشخصية: كروح المخاطرة والمثابرة وأن يكون مستقل وعالي الدافعية، بالإضافة إلى انفتاحه على الآراء الجديدة والقدرة على التسامح، ويتمتع بحس الفكاهة.

د- الطفولة: حيث أن المبدع تكون طفولته قد اتسمت بالتنوع وقد واجه اضطرابات عائلية وأوضاع اقتصادية صعبة.

و- العادات الاجتماعية: إذ أن المبدع يميل إلى التفاعل ويبادل الآراء مع الآخرين وليس منطويا على نفسه.

2/ الإبداع على مستوى الجماعة:

هو نمط اجتماعي يتم تحقيقه أو التوصل إليه من قبل جماعة (قسم، إدارة أو لجنة...الخ)، وإبداع الجماعة يفوق كثيرا مجموع الإبداعات الفردية للأعضاء، ويعود هذا نتيجة للتفاعل وتبادل الخبرات بين الأفراد، ومساعدة بعضهم البعض، كما أن إبداع الجماعة يتأثر بمجموعة من العوامل لعل أهمها مايلي:

أ- الرؤية: حيث أن وجود قيم متقاسمة واضحة بين الأفراد تولد توحدا في التصور والفكر، وهذا ما يساعد على العملية الإبداعية.

¹ سليم بطرس جلد، زيد منير عبوي، مرجع سبق ذكره، ص 45 - 51.

ب- التفوق والتميز في الأداء: يشجع على خلق مناخ مناسب يسمح بتقسيم إجراءات العمل.

ج- البيئة والمناخ: حيث تلعب البيئة دور هام في تشجيع الأفراد على التفكير في الأفكار السليمة وتعزيز العملية الإبداعية.

د- الدعم والمؤازرة: له دور في العملية الإبداعية من خلال المساندة على عملية التغيير لكي يكون للإبداعات صدى.

هـ- جنس الجماعة وتنوعها: حيث أن الجماعة المختلفة من حيث الجنس تنتج حلولاً أفضل من الجماعة أحادية الجنس، والجماعة شديدة التنوع تعطي بعد للعملية الإبداعية وتنتج هي الأخيرة حلولاً أفضل.

و- تماسك الجماعة وانسجامها وعمرها: حيث أن الجماعة المتماسكة تكون أكثر استعداداً وحماساً ونشاطاً مقارنة مع الجماعة الأقل تماسكاً، وكلما كانت منسجمة كلما كانت أكثر ميلاً للإبداع، والجماعة حديثة التكوين تميل إلى الإبداع أكثر من الجماعة قديمة التكوين.

3/ الإبداع على مستوى المؤسسة:

أصبح الإبداع على مستوى المؤسسة ضرورة حتمية لا يمكن التخلي عنها، وهذا نظراً لمتغيرات متسارعة وظهور تقنيات متطورة ساهمت في تغيير العمليات الإنتاجية وأثرت على مجال التنافسية وسعي المؤسسات نحو البقاء والاستمرارية والتفوق.

والإبداع في المؤسسات المعاصرة يتطلب مجموعة من الشروط لعل أهمها:

- إدراك المؤسسة بأن العنصر البشري المتعلم هو مصدر العملية الإبداعية؛
- إدراك وتعلم حل المشكلات بصورة إبداعية؛
- ضرورة تنمية المهارات والقدرات الإبداعية في إيجاد المشكلات وتعزيزها، صنع المشكلات وبناءها وهذا ما يساعد على التفكير المطلق.

وقد أشارت العديد من الدراسات إلى أن المؤسسات المبدعة تتصل بجملة من الصفات لعل أهمها ما يلي:

- الميل نحو التجربة المستمرة؛

- قوة العملية الاتصالية مع رغبات وحاجيات الزبائن؛
- تطوير مبادئ وقيم وأخلاقيات العمل؛
- الالتزام بالمهارة الأصلية للمؤسسة المبدعة.

المطلب الثالث: دوافع ومعوقات الإبداع والابتكار

1/ دوافع الإبداع والابتكار:

إن كل فرد منا قادر على أن يكون مبدعا شرط معرفة الطريق إلى ذلك، وتنمية الدوافع التي تكمن وراء العمل الإبداعي، ويمكن تصنيف هذه الدوافع إلى مايلي¹:

أ- الدوافع الذاتية الداخلية:

يمكن حصر الدوافع الذاتية الداخلية في الآتي:

- الحماس في تحقيق الأهداف الشخصية؛
- الرغبة في تجريب أكثر من مجال في العمل؛
- الرغبة في معالجة الأشياء الغامضة والمعقدة؛
- الحصول على رضا النفس وتحقيق الذات؛
- الرغبة في تقديم مساهمة مبتكرة وقيمة وصياغة جديدة ومبتكرة.

ب- الدوافع البيئية:

- مجالات العمل المختلفة التي في حاجة إلى الإبداع؛
- الحيوية والنمو تحتاج إلى الإبداع، لأن التفكير الإبداعي ضروري لأي إدارة؛
- التصدي للمشكلات العامة والخاصة ومحاولة الوصول إلى حلول جديدة وفعالة؛
- الحاجة إلى صنع الأحداث بطريقة إبداعية، لأنه في غالب الأحيان هناك أمور ينبغي القيام بها ومشكلات تتطلب الحل، وفرص مطلوب اكتشافها وتطويرها ومجازفات ينبغي التخطيط لها؛
- الحاجة إلى التقدم والازدهار.

¹ جمال خير الله، مرجع سبق ذكره، صص 15-17.

ج- دوافع مادية ومعنوية:

- الرغبة في المكافأة المالية؛
- الحلم بالشهرة والرغبة في الحصول على التقديرات والمدح؛
- الحصول على منصب عمل متقدم؛
- خدمة الأمن والوطن؛
- رغبة الوصول إلى مرتبة علمية مرموقة.

د- دوافع خاصة بالعمل الإبداعي:

يمكن حصر الدوافع الخاصة بالعمل الإبداعي في الرغبة الشديدة في إيجاد الفكرة والحصول عليها، حيث أن رغبة المبدع الشديدة في إيجاد الأفكار تجعل منه يعمل على التفتيش في الملبسات التي تثير الخيال.

2/ معوقات الإبداع والابتكار:

إن معوقات الإبداع والابتكار كثيرة، ويمكن تحديد بعضها في الآتي¹:

- المعوقات المادية والمتمثلة في إمكانات وممتلكات المؤسسة أو الفرد؛
- الأنظمة والقوانين التي تحد من الابتكار والمبادرة؛
- المناخ التنظيمي وغياب التحريب على الأشياء الجديدة؛
- الإعتماد المفرط على الخبراء الخارجيين؛
- التباعد بين استراتيجية المؤسسة وأهداف إدارة الابتكار فيها؛
- ضعف المهارات والقدرات القيادية؛
- غياب البرامج التدريبية في مهارات الابتكار وتطبيق الأفكار الجديدة.

بالإضافة إلى المعوقات التالية:

- ضعف الثقة بالنفس التي تعد عامل مهم في التفكير الإبداعي، مما يقود إلى الخوف وتجنب المخاطرة؛
- الحماس المفرط؛
- التسرع وعدم احتمال الغموض؛

¹ نجم عبود نجم، القيادة وإدارة الابتكار، دار صفاء، عمان، الطبعة الثانية، 2015، ص 189.

- الخوف من المبادرة والوقوع في الخطأ؛
- الضغوط الإجتماعية المختلفة؛
- رغبة المبدع في تحقيق النجاح السريع.

المبحث الثالث: دور رأس المال المعرفي في تحقيق الإبداع والابتكار

لمعرفة مدى مساهمة رأس المال الفكري في تحقيق الإبداع والابتكار ندرس دعم الإدارة العليا في إدارة رأس المال الفكري لعملية الإبداع والابتكار، وهي كالتالي:

المطلب الأول: دعم الإدارة العليا لعملية الإبداع والابتكار

إن دعم عمليات الإبداع والابتكار من جانب الإدارة العليا يعتبر نقطة بداية في بناء وتكوين رأس المال الفكري، حيث تعتبر توجهات الإدارة العليا المحدد الأساسي لعمليات التحديث والتطوير والإبداع في كافة المؤسسات، ويمكن تحديد أهم ملامح الدور الإيجابي للإدارة العليا في النقاط التالية:

- تقديم الدعم المالي اللازم لأنشطة البحوث والتطوير، وتوفير الإمكانيات المادية والتجهيزات التي يحتاجها الخبراء والمتخصصين حتى يمكن استخراج أكبر قدر من طاقتهم الإبداعية والابتكارية الكامنة؛
- تبني الإدارة العليا ابتكارات واختراعات العاملين وجعلها موضع التنفيذ؛
- توفير الإمكانيات المادية والمالية اللازمة لخلق بيئات التعلم الذاتي؛
- توفير المتطلبات اللازمة لتحقيق أكبر استفادة ممكنة من تكنولوجيا المعلومات؛
- زيادة المبالغ المخصصة للإنفاق على التدريب الإبداعي و اتخاذ قرارات فورية بمكافأة المبتكرين وأصحاب الأعمال الإبداعية، وتشجيع العاملين على المشاركة في المؤتمرات المحلية والدولية الساعية إلى نشر الإبداع والابتكار؛
- التشجيع على تبادل الخبرة والمعرفة مع المؤسسات العاملة في نفس المجال؛
- تحول توجهات وأفكار الإدارة العليا من الفكر القائم على تجنب المخاطرة إلى تحفيز وتشجيع المخاطرة والإبداع.
- منح إدارة الموارد البشرية كافة الصلاحيات التي من شأنها تنمية الطاقات الإبداعية والابتكارية لدى العاملين، إذ أن إدارة الموارد البشرية تعد أهم الإدارات التي تقوم بدور فعال في بناء وتنمية رأس المال الفكري في المؤسسة.

المطلب الثاني: العلاقة بين رأس المال الفكري وإدارة المعرفة والابتكار

1/ علاقة رأس المال الفكري بإدارة المعرفة:

إن إدارة المعرفة هي المسؤولة عن تنظيم وملاحظة إنتاج رأس المال الفكري، والبحث عنه وتحقيق المحاوره بين أعضائه، حيث يتفق الباحثون على أن العلاقة بين رأس المال الفكري وإدارة المعرفة وطيدة باعتبارهما نوعين من المنافسة المعتمدة على الفرد، مع توفر عناصر الثقة والتعاون والإخلاص والمساعدة والاهتمام، إذ تتولى إدارة المعرفة في أول مهامها استخراج المعرفة الضمنية لرأس المال الفكري، ثم القيام باستثمار معطياته وتطبيقها لتحقيق التفوق التنافسي¹.

أ- علاقة رأس المال البشري كمكون رئيسي لرأس المال الفكري كما ذكرنا سابقا بإدارة المعرفة، والقدرات التنظيمية، وتأثير ذلك على الإبداع²:

إن الإبداع والابتكار ماهو إلا ناتج الفكر المتميز والعقول عالية الجودة للأفراد العاملين في المؤسسة، حيث أن السبب الرئيسي في نجاح المؤسسات يعود إلى إدارة الموارد البشرية، من خلال عمليات التدريب والتحفيز وغيرها، إذ تأثر هذه الأخيرة بشكل فعال في رأس المال الفكري وإدارة المعرفة.

ويتجلى دورها في خلق الإبداع والابتكار من خلال الاعتماد على ما يلي:

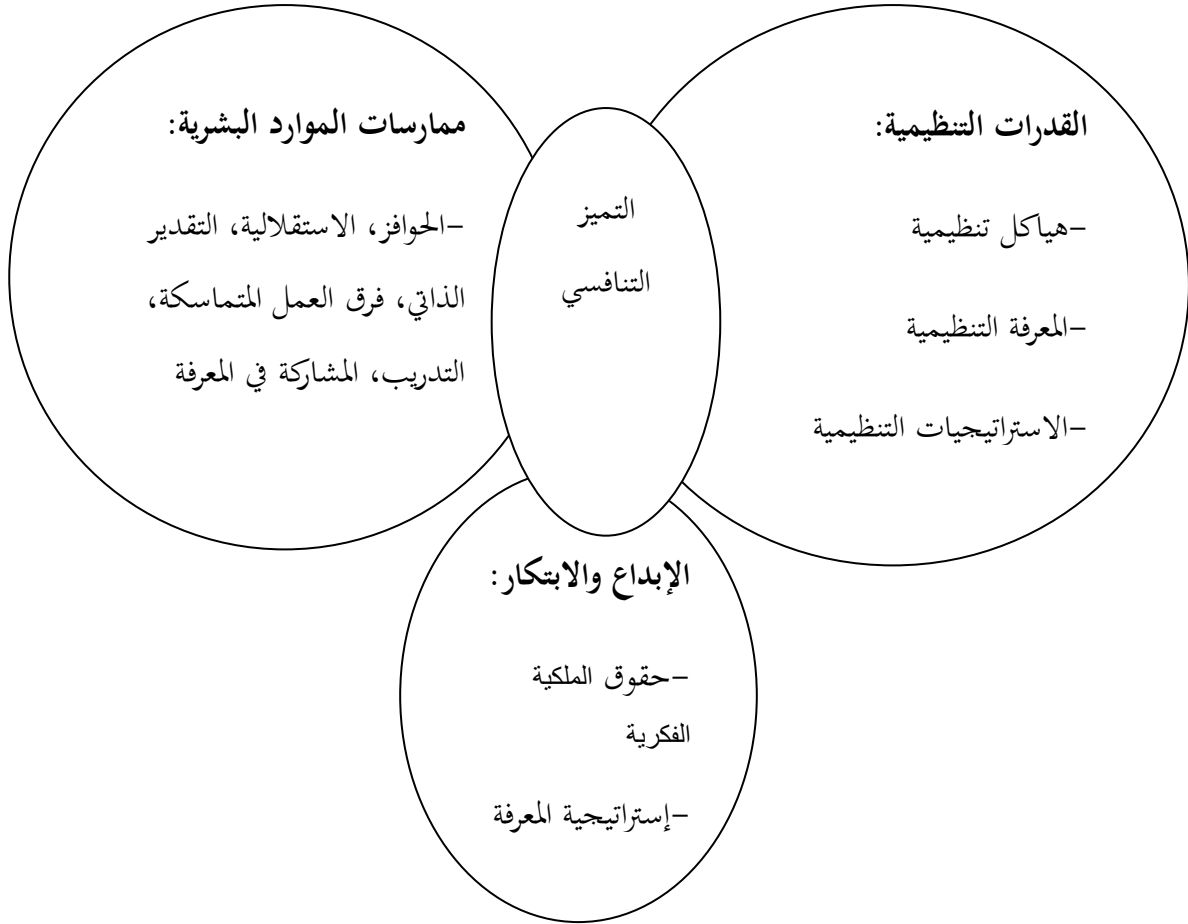
- فرق عمل متماسكة ومتكاملة؛
- تشجيع الأفراد على الإبداع وتقديم أفكار وحلول جديدة؛
- مشاركة العاملين في إنتاج واستخدام المعرفة؛
- إقامة برامج للتدريب والتطوير المناسبة مما يسهم في تأهيل الأفراد على التفكير ومن ثم الإبداع؛
- استخدام الحوافز والمكافآت والاستقلالية والمشاركة في خلق المعرفة وتوزيعها واستغلالها مما يؤدي إلى الإبداع والابتكار.

¹ عادل حرحوش المبرجي، احمد علي صالح، مرجع سبق ذكره، ص 58-60.

² سيد جاد الرب، مرجع سبق ذكره، ص 269.

والشكل التالي يمثل العلاقة التبادلية بين القدرات التنظيمية والموارد البشرية والإبداع:¹

الشكل رقم (11): العلاقة التبادلية والتكاملية بين الإبداع وممارسات الموارد البشرية والقدرات التنظيمية



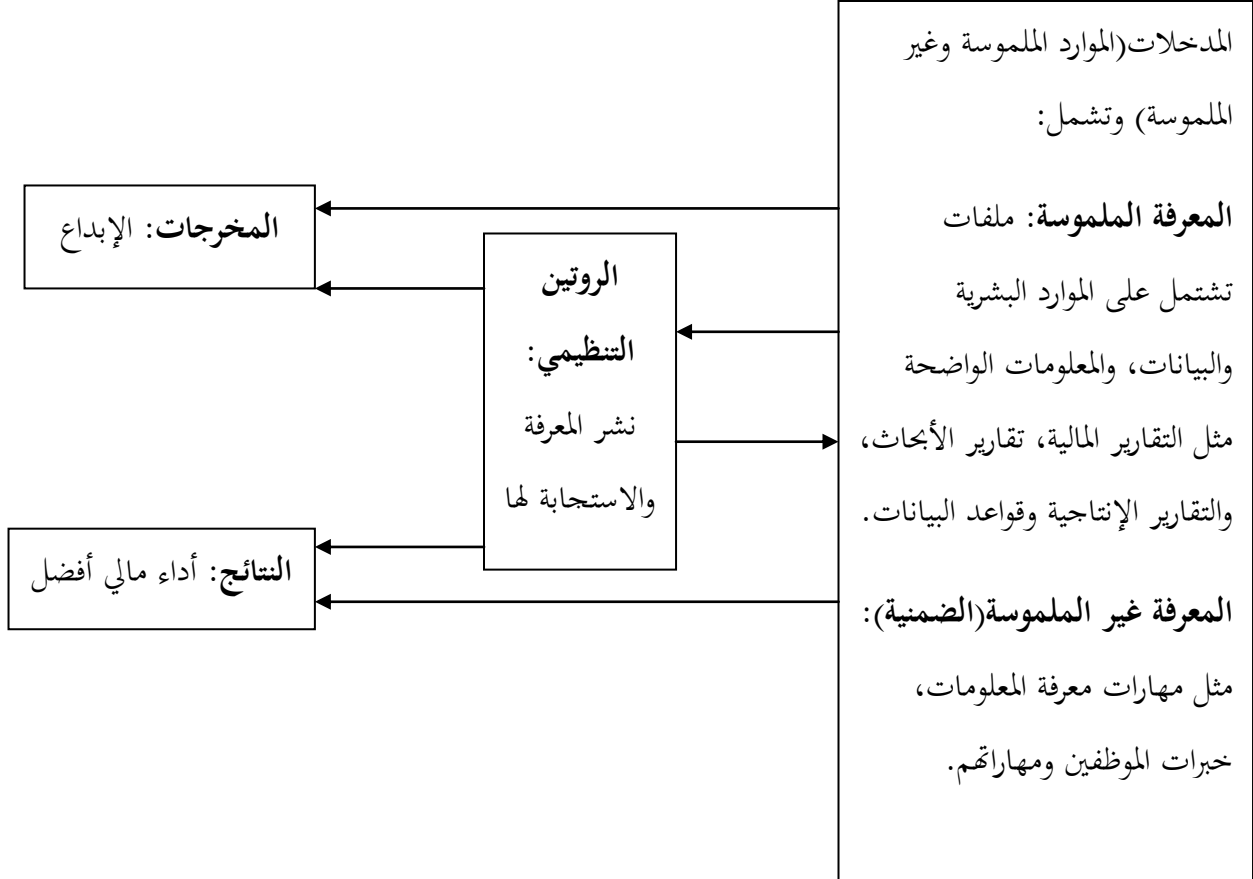
المصدر: سيد جاد الرب، مرجع سبق ذكره، ص 270.

¹ سيد جاد الرب، مرجع سبق ذكره، ص 270.

2/ علاقة إدارة المعرفة والابتكار

سوف نلخص علاقة إدارة المعرفة بالابتكار والإبداع من خلال عرضنا للشكل التالي:

الشكل (12): نموذج دراسة العلاقة بين إدارة المعرفة والابتكار وأداء المؤسسة



المصدر: سيد محمد جاد الرب، مرجع سبق ذكره، ص396.

من الشكل نرى بأن نشر المعرفة واكتسابها يؤثر بشكل ايجابي على الابتكار والإبداع، من خلال تجميع المعلومات والمعارف الخاصة بالمؤثرات، والقوى التنظيمية والبيئية التي تؤثر في الأداء التنظيمي، ومنه فإن إدارة المعرفة تساهم في خلق الإبداع والابتكار¹.

¹ سيد جاد الرب، مرجع سبق ذكره، ص396.

المطلب الثالث: علاقة إدارة المعرفة بالإبداع

إن الإبداع يحتاج إلى الموهبة والبراعة والمعرفة، وعنصر الالتزام والمواصلة، وتعد المعرفة بمختلف أشكالها (الضمنية والصريحة) أساس القدرات الإبداعية، وبدوره الإبداع المعرفي مصدره المورد البشري الذي يخلق عملية الإبداع¹.

كما أن الكفاءات البشرية تعمل على تحويل الأفكار إلى إبداعات مربحة للمؤسسة من خلال استحداث هياكل جديدة أو تطوير الهياكل التنظيمية القائمة وتعديل منظومة القيم في الثقافة السائدة في المؤسسة، وفي هذا المجال يؤكد على سعي الإدارة الإبداعية في منظمات الأعمال إلى خلق وتطوير منظومة من القيم تضم مجموعتين من العناصر المتمثلة في الموارد المعرفية (رأس المال الفكري والتركيز على الجودة والإنتاج المتميز)، وثاني عنصر هو استثمار الطاقات وتوظيف التكنولوجيا لمواكبة التغيرات السريعة، وذلك بالاهتمام بتطوير الموارد البشرية المؤهلة والاستثمار في تعليمها وتدريبها وتأهيلها.

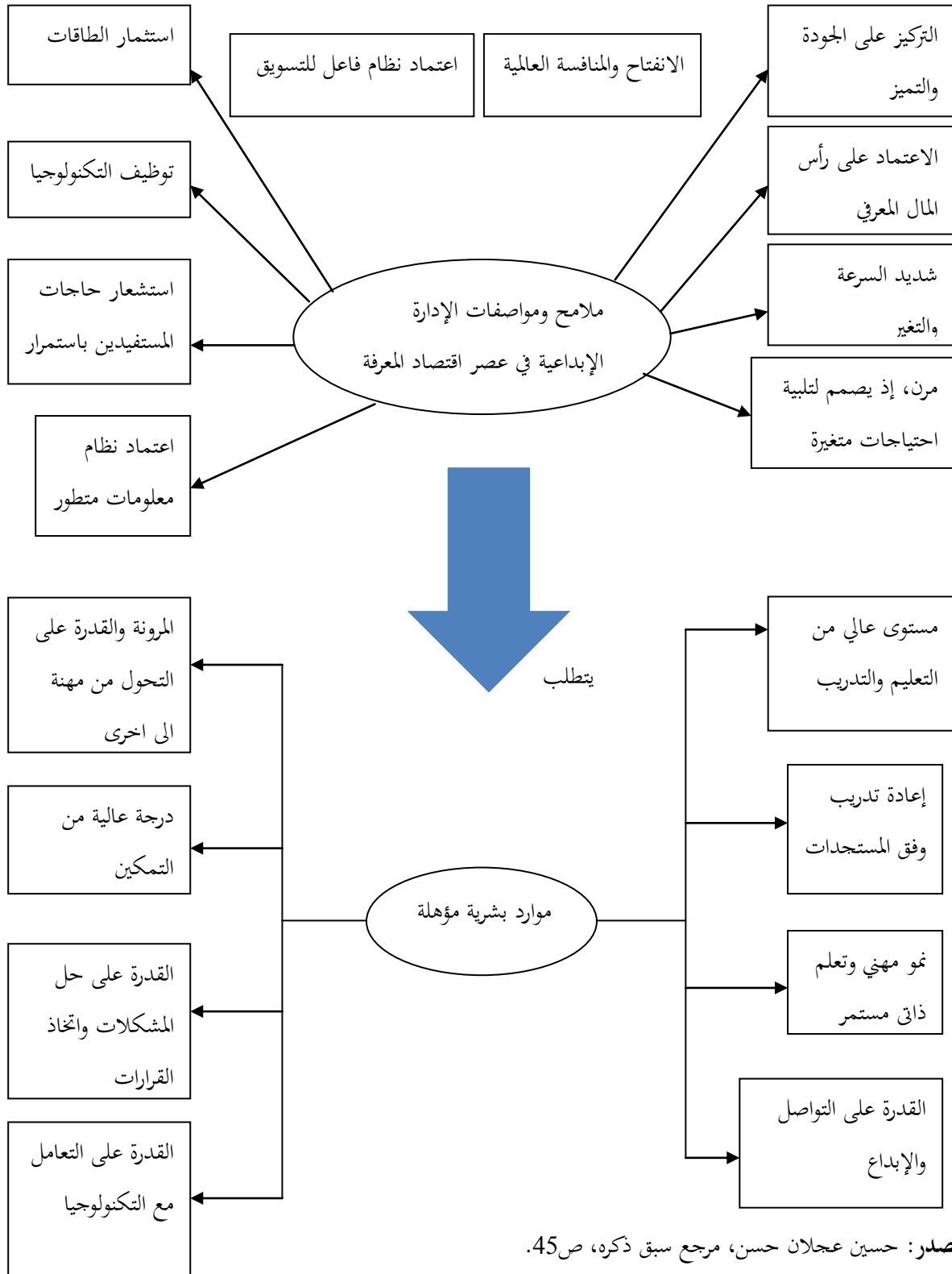
وسنبرز في ما يلي أهم المبادئ الأساسية للإدارة الإبداعية التي تساهم في تدعيم القدرات الإبداعية على مستوى مؤسسات الأعمال:

- العمل على الاستغلال الأمثل للموارد الحقيقية المتاحة من مهارات ومعارف والتكنولوجيا؛
 - تحويل القدرات الإبداعية إلى عمليات وخدمات جديدة؛
 - التعلم يساعد في اكتساب قدرات جديدة من خلال التركيز على الهياكل والعمليات التي تسهل عملية التعلم على مستوى الأفراد والجماعات والمنظمة؛
 - التجديد المستمر لتنمية الفرد العامل من حيث الأفكار والطموحات².
- والشكل التالي يمثل ملامح النظام الإداري والإبداعي كالتالي:

¹ حسين عجلان حسن، مرجع سبق ذكره، ص 42.

² حسين عجلان حسن، مرجع سبق ذكره، ص 43-44.

الشكل رقم (13): ملامح النظام الإداري والإبداعي



المصدر: حسين عجلان حسن، مرجع سبق ذكره، ص 45.

وإضافة إلى هذا هناك أربع استراتيجيات للمعرفة تسهم في تعزيز الإبداع وهي كالآتي:

1/ إستراتيجية الرفع:

تؤكد على ضرورة نشر المعرفة بين مجالات المؤسسة لتحسين عمليات الإبداع.

2/ الإستراتيجية التخصصية:

تعمل على تحول المعرفة الجديدة من الأقسام لتعزيز الإبداع مستقبلاً.

3/ إستراتيجية الفحص:

تؤكد على ابتكار المعرفة الجديدة لإبداع العملية والمنتج الجذري.

4/ إستراتيجية التوسع:

تؤكد على ابتكار إبداعات المنتج والعملية من خلال المعرفة.

ويتلخص دور رأس المال الفكري في تحقيق الابتكار والإبداع من خلال ما يلي¹:

- توسيع الذكاء كونه يمثل مجموعة من العمليات الذهنية التي تستخدم لتحقيق النجاح؛
- إعادة تعريف المشكلة المطروحة وتحديدتها؛
- غرابة الأفكار والتفريق بين ماهو جيد وسيء؛
- الصبر عند مواجهة العقبات وتقبل المخاطرة؛
- التركيز على نقاط القوة والتخلص من نقاط الضعف؛
- النظر إلى الأمور من زوايا جيدة، والتفكير في طرق جديدة وغير معروفة؛
- التعاون وتوحيد الأفكار والأعمال، مما يساهم في خلق المعرفة وبالتالي التشجيع على الإبداع والابتكار.

¹ آيت مختار عمر، حمدي معمر، مرجع سبق ذكره، ص 07.

خلاصة الفصل:

يمثل الإبداع والابتكار رغبة الفرد في استخدام ما يدرك عقله وذلك لإنتاج شيء جديد، وهناك من فرق بينهما، إذ يعرف الإبداع على أنه إنتاج شيء جديد لم يسبق له وجود، أما الابتكار فهو التطبيق العملي لهذا الشيء على أرض الواقع، وهذا الأخير يركز على النشاط النظري أما الابتكار فيركز على النشاط المؤسسي والتطبيقي، وهناك عدة مراحل للمرور بالعملية الإبداعية والابتكارية بداية بجمع المعلومات حول المشكلة وتوارد الأفكار للوصول إلى إيجاد الحلول لها، ويكون الإبداع إما على مستوى الفرد أو الجماعة أو المؤسسة، وذلك من خلال تنمية دوافعهم الذاتية أو البيئية أو المعنوية، أو التي تخص العمل الإبداعي، ولا بد أن تتوفر فيهم مواصفات وشروط الإبداع بكل أنواعه.

هناك علاقة وطيدة بين الإبداع والابتكار ورأس المال الفكري، إذ أن العنصر البشري بإعتباره أهم مكون لرأس المال الفكري يعد مصدر للإبداع والابتكار من خلال تنمية مهاراته وقدراته العقلية بإتباع عدة طرق كالتدريب والتحفيز والاستثمار في البحث والتطوير، حيث كلما كان للموارد البشرية المعرفة الكافية والجيدة من خلال استخدامها ونشرها والاستجابة لها يعمل ذلك على خلق الإبداع والابتكار.

تمهيد:

بعد أن قمنا بدراسة نظرية حول رأس المال الفكري ودوره في تحقيق الابتكار والإبداع، نرغب في هذا الفصل التعرف على مميزات مؤسسة سايمكس وقدراتها التنظيمية، والتطلع على مدى فعالية كفاءة عنصرها البشري في سوق العمل المحلي أو الوطني وإن كانت تسعى إلى تحقيق ذلك، إذ أننا سنحاول من خلال هذا الفصل تطبيق ما درسناه نظريا على مؤسسة سايمكس لإنتاج الحليب ومشتقاته، ولمعرفة مدى توفرها على الموارد البشرية التي تتمتع بكفاءات عالية ومدى مساهمة هذا الأخير في تحقيق الابتكار والإبداع داخلها، مما يحقق أهدافها والعمل على زيادة حصتها التنافسية والسوقية.

ومن خلال هذا تم تقسيم هذا الفصل إلى المباحث التالية:

المبحث الأول: لمحة تاريخية عن المؤسسة؛

المبحث الثاني: واقع المؤسسة ومدى توفرها على المورد البشري الكفؤ.

المبحث الأول: لمحة تاريخية عن مؤسسة سايمكس

قبل التطرق إلى تاريخ مؤسسة سايمكس نتحدث عن المجمع أرولي الذي يمثل أول وحدة إنتاج للحليب، ويعتبر أهم مؤسسة لتوزيع المادة الأولية للحليب في الجزائر عن طريق ثلاث وحدات في الغرب أرولي، أورلاك في الجزائر العاصمة، وأورالي الواقعة في الجهة الشرقية للبلاد.

المطلب الأول: التعريف بالمؤسسة سايمكس

مؤسسة سايمكس يرمز لها بـ " ذ.ش.و.ذ.م.م " أي الشركة الجزائرية للاستيراد والتصدير ذات الشخص الوحيد والمسئولية المحدودة الواقعة في صلامندر منطقة أرولي بلدية مستغانم، ولاية مستغانم. قبل تأسيسها كانت تسمى بـ " OFLA "، مؤسسة الفواكه ومخزن للخضر. وفي الثاني من سبتمبر 1991 تم تأسيسها على شكل شركة ذات المسئولية المحدودة كان نشاطها الرئيسي شراء وبيع الأسماك المجهزة SARLE SAIMEX. تعد STCIO تحويل الحبوب للغرب الجزائري الموجودة في سيق الشركة الأم لمؤسسة سايمكس لإنتاج الحليب ومشتقاته.

- وبدأت مشاورها كبداية لتركيب المعدات وآلات الإنتاجية عام 2000.
- وفي عام 2003 بدأ نشاطها في إنتاج مادة الحليب المبستر.
- وصل إنتاج الحليب المبستر 120000 لتر يومي مما جعلها تنافس شركة أرولي في عام 2004.
- وفي عام 2007 ارتفع سعر مسحوق الحليب مما أدى بها إلى إعلان إفلاسها وعدم قدرتها على تغطية تكاليفها رغم وعد الدولة بتدعيمها.
- بعد توقفها من النشاط لمدة ثلاث سنوات تم إعادة فتحها في عام 2011 بهدف إعادة إحياء النشاط ويستمد هذا النشاط الإستراتيجي من إنتاج الحليب، اللبن والرايب، وقد تم تعزيز تسمية علبة الحليب المنتجة بـ " الممتاز " التي سيتم تركيبها كعلامة تجارية شعبية في السوق المحلية.

المطلب الثاني: نشاط وأهداف مؤسسة سايمكس، وهيكلها التنظيمي

1/ نشاط المؤسسة:

إن نشاط المؤسسة هو نشاط تجاري إقتصادي، يسعى إلى تلبية رغبات الزبون إلى حد معين، ويرتكز نشاطها على ما يلي:

- إنتاج الحليب المبستر المصنوع بالمادة الأولية الممونة من طرف الديوان الوطني المهني للحليب.
- إنتاج حليب البقر المبستر وهذا النشاط يخص القسم الفلاحي الذي يعمل على إثبات اتفاقية مع مربي الأبقار والتي تنص على أن المرابي يحضر الحليب كامل الدسم بمقابل الحصول على علف الأبقار والتسديد في نهاية الشهر.

2/ أهدافها:

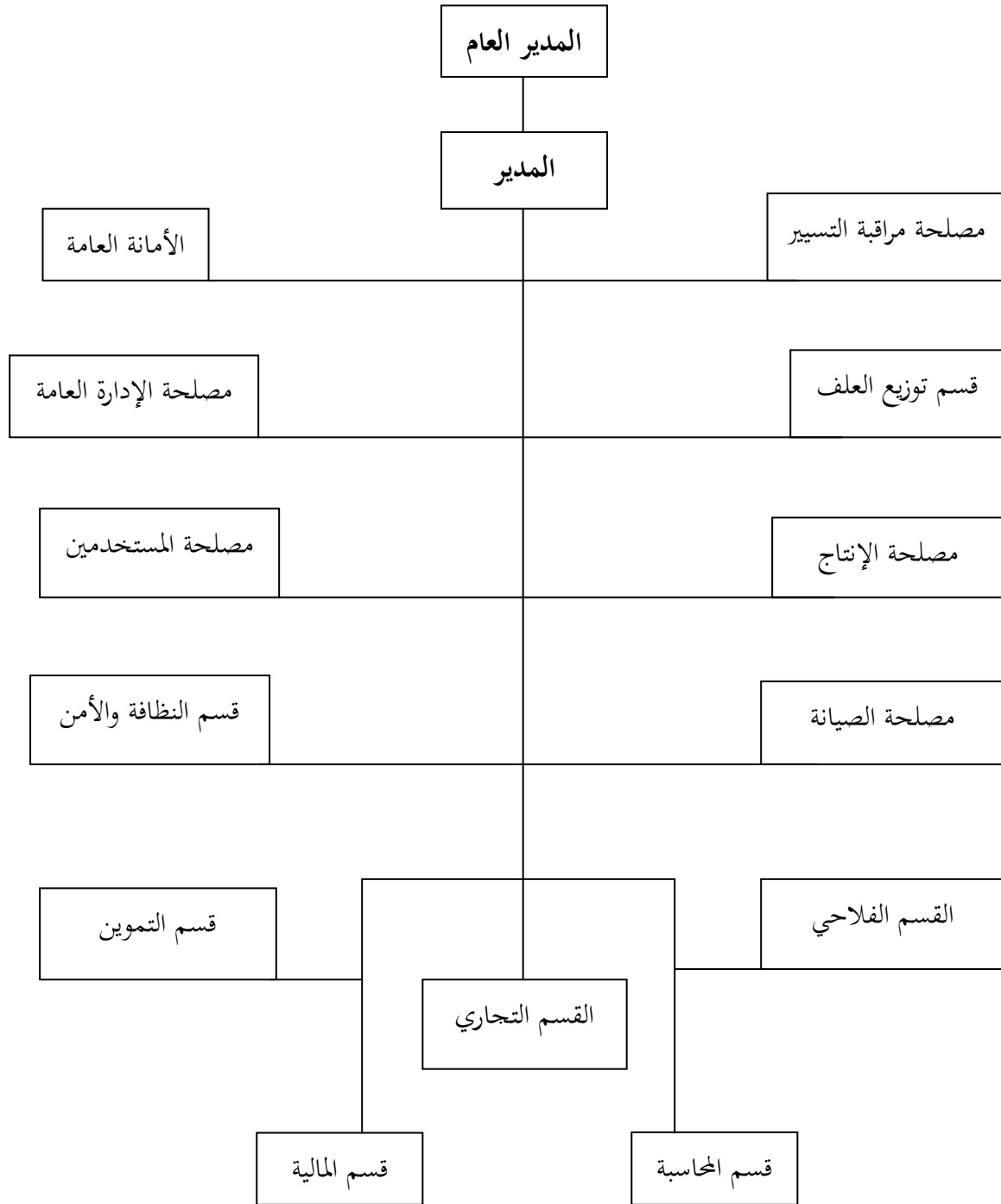
توظف حاليا 22 موظفا وتهدف المؤسسة إلى رفع هذا العدد بالتوازي مع تطور منتجات الحليب ومشتقاته، ومن بين أهدافها ما يلي:

- تنوع المنتوجات بحليب البقر، الرايب، اللبن، الزبدة.
- إنتاج منتوجات ذو جودة عالية.
- تلبية حاجيات المستهلك.
- إثبات نفسها مع المنافسين في سوق الحليب.
- تغطية السوق المحلية وتحقيق الاكتفاء الذاتي.

3/ الهيكل التنظيمي للمؤسسة:

الشكل التالي يمثل الهيكل التنظيمي لمؤسسة سايمكس لإنتاج الحليب ومشتقاته:

الشكل رقم (14): الهيكل التنظيمي لمؤسسة سايمكس



المصدر: المدير العام للمؤسسة.

المطلب الثالث: دور المصالح المتواجدة فيها

1/ المدير العام:

- تمثل المهام الأساسية لهذه المصلحة في متابعة تنظيم سياسة الإنتاج، البيع والتمويل، وهذا بالتناسق مع المديرية العامة، بالإضافة إلى ما يلي:
- توضيح وضعية الوحدة إلى مدير المجمع؛
- مراقبة نشاط الوحدة؛
- تحديد المشاريع المستقبلية للمؤسسة؛
- تسيير وتوجيه المدير على السياسة العامة للإنتاج، البيع والتمويل.

2/ المدير:

- وتتلخص مهامه فيما يلي:
- توضيح وضعية الوحدة إلى المدير العام؛
- تسيير وتوجيه رؤساء المصالح لمساعدتهم على تنفيذ مهامهم؛
- مراقبة نشاط الوحدة.

3/ مصلحة مراقبة التسيير:

- تقوم بإرسال تقارير أسبوعية إلى إدارة المجمع من رؤساء المصالح ومقارنتها مع التقارير المسطرة؛
- حساب الإنحرافات؛
- مراقبة التكاليف والحصص الاقتصادية والمالية.

4/ مصلحة الإنتاج:

- هذه المصلحة خاصة بإنتاج الحليب ومشتقاته أي هي المسؤولة عن الإنتاج؛
- تحويل المادة الأولية إلى منتج نهائي حليب، رايب أو لبن؛
- التسجيل والإمضاء على الكميات المنتجة والمقدمة للتسويق.

5/ مصلحة الصيانة:

من مهامها ما يلي:

- مراقبة نشاط المصالح التي تشملهم لمسئوليتها؛
- مراقبة ميدان الماء لمعرفة صلاحياته؛
- مراقبة ميدان الطاقة، الكهرباء والغاز؛
- ضمان الصيانة والحفظ الجيد والنوعي للعتاد؛
- تطبيق الصيانة والوقاية لتجنب الوقوع في الخسارة.

6/ مصلحة النظافة والأمن:

- الأمن على الوحدة وعلى وسائل العمل؛
- مراقبة دخول وخروج العمال والبضائع المحملة؛
- التأكد من نظافة الوحدة.

7/ قسم توزيع العلف:

وهي مادة العلف الممتاز التي تقوم بشرائه المؤسسة على الشركة الأم الذي يمثل الغذاء الأولي للأبقار، ويقم هذا القسم بتقسيم العلف على الفلاحين بقدر الحليب الذي تم جمعه.

8/ مصلحة المستخدمين تسيير الموارد البشرية:

تقوم بالمهام التالية:

- وضع القرارات المتعلقة بتنظيم مهنة المستخدمين؛
- تسيير الملفات الإدارية؛
- متابعة برامج التكوين.

9/ مصلحة التموين:

تتمثل المهام الرئيسية لهذه المصلحة في توفير المواد الأولية المستعملة في إنتاج الحليب ومشتقاته والعلاقات الخاصة بهذين المنتجين والمواد الكيميائية وتنقسم إلى نوعين وهي:

أ- المواد الأولية المحلية: يتم شرائها في الجزائر.

ب- المواد الأولية المستوردة: تم اقتناءها من الخارج.

10/ القسم الفلاحي:

يقوم هذا القسم بالأعمال التالية:

- جمع الحليب؛
- إعادة تحليل الحليب المستلم.

11/ القسم التجاري:

يعمل على ما يلي:

- توزيع الحليب ومشتقاته على مستوى الولاية؛
- دراسة السوق والبحث عن الأسواق الخارجية؛
- القيام بالحملة الإشهارية.

12/ القسم المالية والمحاسبة:

ينقسم قسم المالية والمحاسبة إلى قسمين هما كالتالي:

أ- مصلحة المحاسبة العامة:

فيها يقوم المحاسب بعد استلامه كل الفواتير والوثائق التي تثبت وتبين المعطيات التي قامت بها المؤسسة بتسجيل كل عملية للمحاسب الخاص بها مثل عمليات الشراء، البيع، خروج المواد الأولية من المخزون، وتقديم طلبية الشراء، بعد أن تمر هذه الفاتورات بمصلحة المالية التي تقوم بتسديد المبلغ، وفي آخر السنة يقوم المحاسب بانجاز الميزانية السنوية لتحديد النتيجة من خلال جدول النتائج ويجب أن تنطبق هاتين النتيجتين، أي إيجاد نفس النتيجة باستعمال الطريقتين وإلا فإنه يوجد خطأ ما.

ب- مصلحة المالية:

تتمثل المهام الأساسية لهذه المصلحة في الآتي:

- تسديد مبلغ الفواتير المختلفة مثل شراء حليب البقر التي تعتبر مصاريف وفي نفس الوقت لديها مداخيل تتمثل في مبالغ البيع الخاصة بالحليب ومشتقاته، وهي تقوم شهريا بحساب مجموع المصاريف ومجموع المداخيل وعندما تريد تسيير مبلغ شراء مثلا يجب أن تكون هناك أربع وثائق لذلك وهي:

- وثيقة الطلبية؛

- الفاتورة التي تبين الثمن؛

- وثيقة طلب الشراء؛

- وثيقة الدخول.

المطلب الرابع: وظائف مؤسسة سايمكس لإنتاج الحليب ومشتقاته

تقوم المؤسسة بمجموعة من الوظائف وهي كالتالي:

1/ الشراء:

تقوم المؤسسة بعقد صفقات مع الموردين لتزويدها بالمواد الأولية من أجل مباشرة عملياتها الإنتاجية، حيث يتم اختيار المورد المناسب على أساس الجودة والسعر.

تقوم المؤسسة بعقد صفقة تجارية مع مؤسسات خاصة بمجال التغليف لتزويدها بالغللاف المتفقق عليه، ومن بين هذه المؤسسات ما يلي:

- **Alger compo**: تنتج ماركات للغللاف.

- **صالة فيلاي**: تعمل على الغلاف البلاستيكي وهي المصنع الخاص بالمؤسسة.

كما تقوم المؤسسة بشراء حليب الأبقار الجاهز من الفلاحين وإعادة تجهيزه ثم بيعه قصد توسيع نشاطها الإنتاجي.

2/ الإنتاج:

بعد أن تقوم المؤسسة بعملية شراء المواد الأولية اللازمة تقوم بعملية الإنتاج، إذ تعتبر أهم مرحلة في نشاط المؤسسة، حيث تقوم بتحويل المواد الأولية من حالتها الطبيعية إلى منتوجات نهائية قابلة للاستهلاك، والتي تتمثل في الحليب المبستر، الرايب، اللبن، وحليب البقر، وتنتج هذه المنتوجات في مختلف المواسم.

3/ البيع:

تقوم المؤسسة ببيع منتوجاتها مباشرة إلى الموزع أو الزبون، حيث تتم عملية البيع على مستوى وحدة الإنتاج، وكل من رغب في الشراء تقوم المؤسسة بالبيع له.

تتعامل المؤسسة مع وحدات البيع التالية:

- وحدة غليزان؛

- وحدة شلف؛

- وحدة تيارت.

4/ الترويج:

تقوم المؤسسة بسياسة الترويج من خلال الإنضمام إلى مختلف النشاطات التي تخص الحملات الإعلانية متمثلة في الآتي:

- **صالون المستهلك الجزائري:** حيث تقوم المؤسسة بعرض منتوجاتها على المستهلكين لأخذ آرائهم حول المنتج والتعليق عليه، وفي هذا العرض تلقت منتوجات المؤسسة للحليب ومشتقاته إقبالا كبيرا من قبل المستهلك الجزائري نظرا لتوافقه مع متطلباته، بالإضافة إلى سعره الملائم، إذ أن كل مستهلك بإمكانه اقتناء علبتين أو أكثر في اليوم حسب الحاجة.

المبحث الثاني: واقع المؤسسة ومدى توافرها على المورد البشري الكفؤ

إن مؤسسة سايمكس لإنتاج الحليب ومشتقاته مؤسسة صغيرة جدا في طريق النمو، تحوي على 22 عاملا، ويشكل 07 أو 08 عمال رأس المال الفكري ذو الكفاءة داخلها، أما الآخرون فلهم مستوى أقل من ذلك، لكن تسعى المؤسسة الآن إلى التوسع والاستثمار في الموارد البشرية حسب مجال التكوين من أجل ضمان ميزة تنافسية مستمرة مرتكزة على العنصر البشري الذي يمثل رأس مالها الفكري.

وسيكون هذا المبحث عبارة استبيان فيه مجموعة من الأسئلة مقدمة للمؤسسة والإجابة عنها حول مدى توافرها على رأس المال الفكري ومدى أهمية هذا العنصر في خلق وتنمية إبداعاتها وابتكاراتها.

المطلب الأول: خصائص عينة الدراسة ورأس المال الفكري بالمؤسسة

ملاحظة: للأسف لم نلقى توافقا كبيرا من قبل عمال المؤسسة، نظرا لعدم تجاوبهم معنا، وذلك لأسباب عديدة من بينها مستواهم التعليمي الذي لم يسمح لهم بالتعرف على بعض المصطلحات والموجودة في الأسئلة المطروحة، وقد قام 07 عمال فقط بالإجابة على الاستبيان.

1/ معلومات متعلقة بالمؤسسة:

المؤسسة خاصة ويتراوح عدد عمالها من 10 إلى 49 عامل، ونشاطها ولائي، إذ تتعامل مع وحدات غليزان، تيارت، وشلف بالإضافة إلى ولاية مستغانم بكل بلدياتها، بدأت هذه المؤسسة مشاورها منذ عام 2003 إلى غاية يومنا هذا مما يدل على أنها تمارس نشاطها منذ أكثر من 10 سنوات.

وكانت معظم إجابات العمال أنهم يتلقون معاملات جيدة من قبل أصحاب المؤسسة، وذلك حسب ماجاءوا به سواء من خلال ملاءة الإستمارة، أو من خلال طرح الأسئلة الشفهية للذين لم يرغبوا بملئها.

أما فيما يتعلق بقرار المستهلكين حول شراءهم لمنتجات المؤسسة فكان كله إيجابيا، نظرا لكون المنتج وسعره يتناسب مع متطلبات المستهلك، كما أن هناك انطباع ايجابي من طرفهم حول نوعية غلاف المنتج حسب ما جاء به العمال، أما فيما يخص انتهاج المؤسسة لسياسة واضحة وموثقة للجودة، وامتلاكها لمرونة في إنتاج الحليب ومشتقاته بما يتناسب مع تقلبات طلبات المستهلك، وكان الرد بأن المؤسسة تعمل على ذلك، وأن منتوجها يتمتع بجودة تناسب ومتطلبات المستهلك، بالإضافة إلى تمتع المؤسسة بقدرة انتاجية لا بأس بها.

2/ بيانات خاصة بالعمال:

أ- الأصناف المهنية: لقد لقينا توافقا فقط من 07 عمال بالإدارة، وتم الحصول على الجدول التالي:

الجدول رقم (04): الأصناف المهنية

النسبة %	التكرار	الفئة
14.28	01	مدير
42.86	03	مسير
42.86	03	عامل عادي
100	07	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج الإستبيان

من الجدول نلاحظ أن المؤسسة يرأسها مدير، بالإضافة إلى وجود 03 مسيرين، و03 عمال عاديين وشكلت نسبتهم 42.86%.

ب- الخبرة: لقد تم الحصول على النتائج المبينة في الجدول التالي:

الجدول رقم (05): توزيع عينة الدراسة حسب الخبرة

الفئة	التكرار	النسبة %
أقل من 05 سنوات	02	28.57
5-10 سنوات	03	42.86
أكثر من 10 سنوات	02	28.57
المجموع	07	100

المصدر: إعداد الطالبة بالإعتماد على نتائج الإستبيان

من خلال الجدول أعلاه، نلاحظ أن عمال المؤسسة يتمتعون بخبرة مهنية تفوق 05 سنوات، حيث قدرت نسبة ذلك بـ 42.86%، ومثلت نسبة الفئة الأقل من 05 سنوات بـ 28.57%، أما نسبة العمال الذين لديهم خبرة أكثر من 10 سنوات قدرت بـ 28.57%، ومن خلال الملاحظة واستجواب العمال تمكنا من معرفة أن باقي العينات الأخرى تتمتع بخبرة مهنية تفوق 05 سنوات.

ج- المستوى التعليمي: سنتعرف على المستوى التعليمي لعمال مؤسسة سايمكس للإنتاج الحليب ومشتقاته من خلال الجدول الموالي:

الجدول رقم (06): المستوى التعليمي للعمال

الفئة	التكرار	النسبة %
ابتدائي	00	00
متوسط	00	00
ثانوي	00	00
جامعي	07	100
المجموع	07	100

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على نتيج الاستبيان

مما تقدم نلاحظ أن 07 عمال من المؤسسة لديهم مستوى جامعي.

3/ الاستثمار في الموارد البشرية ورأس المال الفكري بالمؤسسة

نتعرف على مدى امكانية المؤسسة في تخصيص عنصر رأس المال الفكري ضمن قوائمها المالية، ومدى توافرها على ذوي الخبرة والمهارة من خلال مايلي:

أ- تحتوي مؤسستكم على أفراد الخبرة والمهارة:

نتعرف على ذلك من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (07): أفراد الخبرة والمهارة بالمؤسسة

النسبة %	التكرار	الفئة
85.72	06	نعم
14.28	01	لا
100	07	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان

تولي المؤسسة اهتماما كبيرا بأفرادها، خاصة ذوي الخبرة والمهارة، حيث كلما ارتفعت انتاجيتهم كلما زاد إنتاجها، إذ من خلال الدراسة نرى بأن نسبة الإجابة بـ"نعم" مثلت أكبر نسبة وقدرت بـ 85.72%، و14.28% أجابوا بـ"لا" بمعنى أن المؤسسة لا تحوي على الأفراد ذوي الخبرة والمهارة.

ب- تعمل المؤسسة على استقطاب أفراد ذو مهارات فنية وتقنية وخريجي الجامعات:

نلاحظ ذلك من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (08): استقطاب الخبرات والمهارات الفنية وخريجي الجامعات

النسبة %	التكرار	الفئة
57.14	04	نعم
42.86	03	لا
100	07	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان

هناك تفكير جدي حول استقطاب ذو الكفاءات والمهارات الفنية والبحث عن أصحاب الشهادات والخبرات للرفع من أدائها التنافسي، ولكن لا توجد سياسة واضحة لعملية الاستقطاب، حيث مثلت نسبة محاولة المؤسسة في استقطاب الأفراد ذو المهارات الفنية والتقنية وخريجي الجامعات 57.14% حسب العمال الذين أجابو بـ "نعم"، والباقي فقد أجابوا بـ "لا"، أي ما يعادل نسبة 42.86%.

ج- يتم الإعتماد على الخبرات والمهارات الموجودة بالمؤسسة في تطوير المنتوجات:

ستعرف على ذلك من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (09): الاعتماد على الخبرات والمهارات في تطوير المنتجات

النسبة %	التكرار	الفئة
85.72	06	نعم
14.28	01	لا
100	07	المجموع

المصدر: من اعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان

نلاحظ أن نسبة الإجابة بـ "نعم" قدرت بـ 85.72%، أما نسبة 14.28% فقد أجابوا بـ "لا"، أي أن المؤسسة لا تعتمد على الخبرات والمهارات.

د- تقوم المؤسسة بعقد دورات تدريبية لعمالها:

نتعرف على مدى قيام المؤسسة بدورات تدريبية لعمالها من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (10): دورات تدريبية للعمال

النسبة %	التكرار	الفئة
14.28	01	نعم
85.72	06	لا
100	07	المجموع

المصدر: من اعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان

كان معظم الإجابات بـ "لا"، حيث مثلت نسبة 85.72% نظرا لعدم توفرها على الامكانيات المادية الضرورية للقيام بالحملات التدريبية، وقدرت نسبة الاجابة بـ "نعم" بـ 14.28%.

هـ- تقوم المؤسسة بتحفيز العمال:

لمعرفة مدى قيام المؤسسة بتحفيز عمالها قمنا بوضع الجدول التالي:

الجدول رقم (11): تحفيز العمال

النسبة %	التكرار	الفئة
71.43	05	نعم
28.57	02	لا
100	07	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

إن أي مؤسسة كانت صغيرة أو كبيرة تسعى إلى زيادة انتاجيتها وكسب حصة سوقية مما يدخلها جو المنافسة والحصول على الأرباح والاستمرارية، وتعمل المؤسسة جاهدة لتحقيق ذلك من خلال اتباعها لسياسات عديدة لتحفيز عمالها، مما يزيد من انتاجيتهم وحبهم وإتقانهم للعمل، ونرى أن معظم الإجابات كانت ايجابية، ومثلت نسبة قيام المؤسسة بتحفيز عمالها سواء بزيادة أجورهم أو بترقيتهم بـ 71.43%، وقدرت نسبة 28.57% للفئة التي أجابت بـ "لا".

و- تسمح المؤسسة للعامل بإبداء رأيه حول مشكلة ما:

لمعرفة مدى سماح المؤسسة للعامل بإبداء رأيه حول مشكلة ما قمنا بصياغة الجدول التالي:

الجدول رقم (12): رأي العمال حول المشكلة المطروحة

النسبة %	التكرار	الفئة
71.43	05	نعم
28.57	02	لا
100	07	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

من خلال ما تقدم نلاحظ أن المؤسسة تهتم بعمالها وتأخذ بأرائهم حول المشاكل المطروحة بداخلها، حيث تقدر نسبة ذلك بـ 71.43%، أما الفئة التي أجابت بـ "لا" فقدرت نسبتهم بـ 28.57%.

ذ- تولي المؤسسة اهتماما كبيرا بالأفكار والحلول التي يقترحها العاملون المتميزون لمعالجة مشاكل العمل:

نلاحظ ذلك من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (13): الاهتمام بالأفكار والحلول المقدمة من طرف العمال

النسبة %	التكرار	الفئة
57.14	04	نعم
42.86	03	لا
100	07	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان

نرى بأن المؤسسة تعمل على التوسع في علاقاتها مع العمال وكسب ثقتهم ورضاهم وذلك من خلال تعاملهم مع بعضهم البعض، حيث تطرح المؤسسة مشاكلها على العمال وتأخذ بأراء المتميزون منهم لمعالجة هذه المشاكل، وبلغت نسبة مشاركتهم بـ 57.14% حسب الفئة التي أجابت بـ "نعم"، وقدرت نسبة الإجابة بـ "لا" بـ 42.86%.

مما تقدم يتضح أن إدارة المؤسسة تهتم باستقطاب رأس المال الفكري، مما يستوجب زيادة الاهتمام بعملية الاستقطاب من خلال البحث عن أصحاب الشهادات والخبرات وخرجي الجامعات وجذبهم للعمل فيها، مع وضع سياسة واضحة ومفهومة لعملية الاستقطاب.

كما تأكدنا من أن المؤسسة تعطي اهتماما ملحوظا لرأس المال الفكري من خلال الأسئلة الشفهية على العمال، مما يستلزم زيادة الاهتمام بتنمية القدرات الذهنية للعاملين وتطوير أفكارهم من خلال تنمية العلاقات الانسانية بين العاملين، مع منحهم فرص كافية لمناقشة آرائهم ومقترحاتهم الخاصة بتطوير العمل.

أما فيما يخص بقيام المؤسسة بتحفيز العمال فكانت نسبة ذلك جيدة، وذلك من خلال قيام المؤسسة بمنح تحفيزات مادية ومعنوية للعمال ذوي الخبرة، مما يستوجب زيادة عملهم وقدراتهم الإبداعية، حيث تقوم بذلك من خلال تقييم العاملين على أساس ما يقدمونه من جهد علمي وعملي والتعامل معهم على أساس الثقة. لكن رغم ذلك نلاحظ أن رأس المال الفكري في مؤسسة سايمكس لا زال دون المستوى المطلوب بكثير.

المطلب الثاني: واقع الإبداع والابتكار بالمؤسسة

سنتعرف على واقع المؤسسة ومدى تحقيقها للإبداع والابتكار من خلال مايلي:

1- تسعى المؤسسة إلى تقديم منتجات جديدة لم يسبق إنتاجها من قبل:

سنتعرف على ذلك من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (14): تقديم منتجات جديدة لم يسبق إنتاجها

النسبة %	التكرار	الفئة
00	00	دائما
71.43	05	أحيانا
28.57	02	نادرا
100	07	المجموع

المصدر: من اعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان

نرى بأن المؤسسة لا تسعى دائما إلى إنتاج أي نوع آخر من المنتوجات، لكن "أحيانا" ما تنتج منتج جديد، وقدرت نسبة ذلك بـ 71.43%، وقدرت نسبة الذين أجابوا بـ "نادرا" ما تقوم المؤسسة بإنتاج منتج جديد بـ 28.57%، أما نسبة فئة الذي أجابوا بـ "نادرا" بلغت 28.57%.

2- تتعاون المؤسسة مع خبرات واستشارات خارجية من أجل تقديم منتجات جديدة:

سوف نتعرف على ما إذا كانت المؤسسة تتعاون مع خبرات واستشارات خارجية من أجل تقديم منتجات

جديدة من خلا الجدول التالي:

الجدول رقم (15): التعاون مع الخبرات والاستشارات الخارجية

النسبة %	التكرار	الفئة
14.28	01	دائما
42.86	03	أحيانا
42.86	03	نادرا
100	07	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان

باعتبار أن المؤسسة صغيرة وتمارس نشاطها مع عدد قليل من العمال معظمهم لا يتمتعون بالمهارات والقدرات الفنية، من خلال الدراسة نرى بأنها أحيانا ما تسعى إلى التعاون مع الخبرات والاستشارات الخارجية، وقدرت نسبة ذلك بـ 42.86%، وبلغت نسبة الإجابة بـ "نادرا" 42.86% كونها لا تتطلب إنتاج منتجات جديدة، ومثلت الاجابة "دائما" نسبة 14.28%.

3- تخصص مؤسستكم مبالغ مالية من أجل تطوير منتجاتها

نلاحظ ذلك من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (16): تخصيص مبالغ مالية من أجل تطوير المنتجات

النسبة %	التكرار	الفئة
71.43	05	دائما
28.57	02	أحيانا
00	00	نادرا
100	07	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان

كانت الإجابة على هذا من طرف العمال كالتالي، مثلت نسبة 71.43% كأعلى نسبة "دائما" ما تخصص المؤسسة مبالغ مالية لأجل تطوير منتجاتها، و 27.57% "أحيانا".

4- تعتمد المؤسسة خطة إنتاجية جديدة من أجل تصميم منتج جديد:

نتطرق إلى ذلك من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (17): خطة جديدة من أجل تصميم منتج جديد

النسبة %	التكرار	الفئة
71.43	05	دائما
28.57	02	أحيانا
00	00	نادرا
100	07	المجموع

المصدر: من اعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان

إن أي مؤسسة كانت تسعى إلى كسب رضا الزبون من خلال تقديمها للمنتجات التي يتطلبها في الوقت المناسب بأقل سعر وأعلى جودة، وعادة ما يتحقق ذلك إلا من خلال رسم الخطط الإنتاجية التي تساعد على تحقيق كل فترة من أجل تصميم منتج جديد، وكانت نسبة ذلك بـ 71.43% "دائما"، أهدافها، والمتمثلة في إعادة تصميم المنتج أو الزيادة عليه، وحسب ما جاء به العمال فإن مؤسسة سايمكس تعمل على وضع خطط إنتاجية و28.57% "أحيانا".

5- تسعى المؤسسة إلى اتباع الأساليب العلمية لتصميم وتحسين العمليات الإنتاجية بمساعدة وسائل تكنولوجيا متطورة:

نتعرف على ذلك من خلال الجدول الموالي:

الجدول رقم (18): اتباع الأساليب العلمية واستخدام وسائل التكنولوجيا المتطورة

النسبة %	التكرار	الفئة
42.86	03	دائما
28.57	02	أحيانا
28.57	02	نادرا
100	07	المجموع

المصدر: من اعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

قدرت نسبة سعي المؤسسة "دائما" إلى اتباع الأساليب العلمية لتصميم وتحسين العمليات الانتاجية باستخدام وسائل التكنولوجيا المتطورة بـ 42.8%، وبلغت نسبة الإجابة "أحيانا" بـ 28.57%، و"نادرا" بـ 28.57%.

6- تستعمل مؤسستكم وسائل اتصال حديثة:

نتعرف على إذا كانت المؤسسة تستعمل وسائل اتصا حديثة من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (19): استعمال وسائل الاتصال الحديثة

النسبة %	التكرار	الفئة
14.28	01	دائما
14.28	01	أحيانا
71.44	05	نادرا
100	07	المجموع

المصدر: من اعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان

باعتبار أن المؤسسة صغيرة وقد باشرت نشاطها حديثا، فإنها لا تتوفر على الامكانيات التي تساعدنا على جلب التقنيات التكنولوجية الحديثة بما فيها وسائل الاتصال، لذا فقد قدرت نسبة "دائما" ما تستعملها بـ 14.28%، و14.28% "أحيانا" و71.44% كأكبر نسبة أكدوا بأنها "نادرا" ما تستعمل وسائل اتصال حديثة.

7- تشجع المؤسسة المبادرات الإبداعية والمهارات الفردية والابتكار لدى العاملين:

نلاحظ ذلك من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (20): تشجيع المبادرات العلمية والمهارات الفردية والابتكار لدى العاملين

النسبة %	التكرار	الفئة
42.86	03	دائما
28.57	02	أحيانا
28.57	02	نادرا
100	07	المجموع

المصدر: من اعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان

تمثلت الإجابة على ذلك من طرف العمال بـ 42.86 % أجابوا بـ "دائما"، 28.57 % أجابوا بـ "أحيانا"، و 28.57 % أجابوا بـ "نادرا".

8- تسعى المؤسسة إلى تقديم منتجات مختلفة:

نلاحظ ذلك من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (21): تقديم منتجات مختلفة

النسبة %	التكرار	الفئة
42.86	03	دائما
28.57	02	أحيانا
28.57	02	نادرا
100	07	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان

إن سعي المؤسسة وراء تقديم منتجات مختلفة يعد أمرا صعبا بالنسبة لها كونها لا تتوفر على الامكانيات المادية والبشرية التي تساعد على ذلك، لذا تقسمت آراء العمال حول هذا بـ 42.86 % قد صرحوا بأن المؤسسة "دائما" تسعى إلى تقديم منتجات جديدة، فيما قد يرى آخرون أنها "أحيانا" ترغب في ذلك وقدرت نسبتهم بـ 28.57%، أما الآخرون فقد راو أنها "نادرا" ما تسعى إلى ذلك، وقدرت نسبتهم بـ 28.57%.

9- تسعى المؤسسة إلى خفض نسب العيوب في منتجاتها باستمرار:

نرى ذلك من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (22): خفض نسب العيوب في منتجاتها باستمرار

النسبة %	التكرار	الفئة
85.72	06	دائما
14.28	01	أحيانا
00	00	نادرا
100	07	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان

إن معظم العمال يرون بأن مؤسستهم تسعى "دائما" إلى خفض نسب العيوب بمنتجاتها، وقدرت نسبة ذلك بـ 85.72%، والآخرون يرون بأنها "أحيانا" ما تسعى إلى تحقيق ذلك ووصلت نسبة تقديرهم إلى 14.28%.

10- تسعى المؤسسة إلى تبني وإحداث تغيير مطلوب لصالحها:

نلاحظ ذلك من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (23): تبني واحداث التغييرات المطلوبة

النسبة %	التكرار	الفترة
28.58	02	دائما
57.14	04	أحيانا
14.28	01	نادرا
100	07	المجموع

المصدر: من اعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان

قدرت نسبة الذين أجابوا "دائما" بـ 28.58%، إذ أن بعض العمال يرون بأن المؤسسة تحدث تغييرات جذرية كل فترة سواء بما يتعلق بالمنتوج بخصائصه ونوعية غلافه، أو بما يخص إدارتها، ومثلت نسبة 57.14% بأنها تقوم بذلك "أحيانا"، و14.28% رأوا بأنها "نادرا" ما تسعى إلى ذلك.

11- تهتم المؤسسة بآراء المستهلك ومقترحاته في تقديم خدمات جديدة وإجراء تحسينات على الخدمات المقدمة إليهم:

نلاحظ ذلك من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (24): الاهتمام بآراء المستهلك ومقترحاته في تقديم خدمات جديدة

النسبة %	التكرار	الفئة
71.43	05	دائما
28.57	02	أحيانا
00	00	نادرا
100	07	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان

كانت أكثر إجابات العمال بـ "دائما" وقدرت نسبة ذلك بـ 71.43%، وآخرون يرون بأنها "أحيانا" ما تهتم بآراء المستهلك ومقترحاته في تقديم خدمات جديدة، وبلغت نسبة ذلك بـ 28.57%.

وبما تقدم نلاحظ أن لا وجود للإبداع والابتكار بمؤسسة سايمكس، إذ أنها تسعى فقط إلى إنتاج الحليب ومشتقاته، وذلك لتلبية رغبات الزبون، وبالتالي كسب ثقته بالمؤسسة، مما يزيد من حصتها السوقية والقدرة على المنافسة، لكن لاحظنا بأنها تسعى إلى إنتاج منتجات تتصف بالجودة، وتباع بأقل التكاليف حيث تمكن المستهلك البسيط من اقتنائها، وذلك من خلال اتباعها للأساليب العلمية لتصميم وتحسين العمليات الإنتاجية، كما أنها تعمل على خفض العيوب الموجودة بمنتجاتها، وإحداث أي تغييرات مطلوبة.

خلاصة الفصل:

إن كل مؤسسة من المؤسسات الإنتاجية تسعى سواء كانت عامة أو خاصة بشكل مستمر إلى الاستحواذ على حصة في السوق، وكسب رضا الزبون من خلال تحقيق حاجياته ورغباته بأعلى جودة وبأقل التكاليف، وفي الوقت المناسب.

ومن خلال دراستنا القصيرة لمؤسسة إنتاج الحليب ومشتقاته "سايمكس"، فوجدنا أنها تفتقد للنظام، مما ظهر غياب الثقافة التسويقية للمؤسسة مع إنعدام برامج التدريب للعاملين وتأهيلهم.

كما أننا لاحظنا أنه لا وجود لعنصر الابتكار والإبداع بالمؤسسة، إذ أنها توجه كافة مبادراتها لإنتاج الحليب ومشتقاته فقط ولا تسعى لغير ذلك، كما لاحظنا عدم وجود عنصر رأس المال الفكري ضمن القوائم المالية للمؤسسة، ولا يوجد توجه لذلك.

الخاتمة:

من خلال بحثنا الذي يعالج عملية تحقيق الابتكار والإبداع من منطلق مردودية رأس المال الفكري، واعتمادا على الإشكالية التي تدور حول كيف يساهم رأس المال الفكري في تحقيق عملية الابتكار والإبداع؟، سنعمل على الإجابة عليها والتأكد من صحة الفرضيات المطروحة واختبارها والتي انطلقنا منها وهي كالتالي:

- الفرضية الأولى: هناك علاقة وطيدة بين إدارة المعرفة ورأس المال الفكري.

لقد اتضح لنا من خلال الدراسة النظرية والميدانية أن هناك علاقة وطيدة بين رأس المال الفكري وإدارة المعرفة، إذ تعمل هذه الأخيرة على استخراج المعرفة الضمنية لرأس المال الفكري، والمتمثلة في الخبرات الشخصية والقدرات والمهارات الفنية والعلمية للفرد، واستثمار معطياته وتطبيقها لكسب الريادة وتحقيق التفوق التنافسي، ومنه فإن الفرضية الأولى مقبولة.

- الفرضية الثانية: طالما نحن نعيش في ظل التحول التاريخي إلى اقتصاد المعرفة ومجتمع المعلومات فإن قوة التغيير الصاعدة في مؤسسة سايمكس هي باتجاه رأس المال الفكري.

يمثل رأس المال الفكري في الاقتصاد العالمي الجديد (اقتصاد المعرفة) المورد الرئيسي لأي مؤسسة، وهو أساس إبداعها وسر نجاحها، لذا فقد أدركت أغلب المؤسسات حقيقة مهمة هي أن العمال مورد ثمين يتفوق في أهميته على الموارد المادية الأخرى، وأن رأس المال الفكري هو الموجود غير الملموس الأكثر أهمية، لكن مؤسسة سايمكس للأسف لا تعتمد كثيرا عليه، كونها غير متطورة ولا تحتوي على عدد كبير من العمال ذو الخبرة والمهارة ولا يمثل موردها الرئيسي، وبالتالي فإن الفرضية الثانية مرفوضة.

- الفرضية الثالثة: يعمل رأس المال البشري كأهم مكون لرأس المال الفكري على خلق وتنمية الابتكار والإبداع.

يعد رأس المال البشري عنصر أساسي في تحقيق الابتكار والإبداع، وذلك من خلال تنمية القدرات الفكرية والمهارات العلمية والفنية التي يتمتع بها الفرد، بالإضافة إلى فهم وإدراك عمليات المؤسسة، كما أننا نلاحظ أن معظم المؤسسات تعمل على استقطاب الأفراد ذو الخبرة والمهارة للعمل فيها، حيث يعود السبب في نجاحها إلى إدارة الموارد البشرية من خلال التدريب والتحفيز، مما يساهم خلق الابتكار والإبداع الذي يعتبر ناتج الفكر المتميز والعقول عالية الجودة للعاملين بالمؤسسة.

النتائج والتوصيات:

1/ النتائج:

لقد تناولنا موضوع عملية تحقيق الابتكار والإبداع من منطلق مردودية رأس المال الفكري دراسة نظرية وميدانية في مؤسسة سايمكس لانتاج الحليب و مشتقاته، ومن خلال هذا توصلنا إلى النتائج التالية:

- أنه في ظل المنافسة الشديدة بين المؤسسات، أصبح من واجبها أن تتبنى رأس المال الفكري الذي يعد الركيزة الأساسية لبناء التقدم الاقتصادي وتطويرها؛

- المؤسسات بحاجة إلى رأس مال غير ملموس لمساعدتها على التقدم ودخول جو المنافسة، وبالتالي تحقيق أهدافها؛

- إن أهم مصدر لتحقيق الابتكار والإبداع هو رأس المال البشري وما يتمتع به من مهارات ذهنية وقدرات وخبرات فنية وعلمية؛

- كما أوضحت الدراسة أن أهم مكون لرأس المال الفكري والمتمثل في رأس المال البشري يساهم بصفة كبيرة في تحقيق الابتكار والإبداع؛

- أما فيما يخص دراستنا الميدانية فقد استنتجنا أن المؤسسة لا تهتم برأس المال الفكري، بل تركز فقط على رأس المال المادي، بالإضافة إلى قلة عدد العمال خاصة الذين يملكون المهارات والقدرات الفردية؛

كما كشفت النتائج الإحصائية أن لرأس المال الفكري أثر ذو دلالة إحصائية في الابتكار والإبداع، وذلك من خلال عمل المؤسسة على زيادة استقطاب المتميزين وذو المهارات.

كما أظهرت نتائج البحث أن اهتمام المؤسسة باستقطاب الأفراد المتميزون للعمل فيها، مما يعني أن إدارتها تميل كثيرا لصناعة رأس المال الفكري داخلها، وتنشيطه والحفاظة عليه، كما أنها تسعى جاهدة إلى توفير التقنيات الحديثة ووسائل الاتصال.

ومن خلال الدراسة تمكنا من استخلاص ما يلي:

- رغم قلة موارد المؤسسة إلا أنها تسعى إلى تقديم منتج ذو جودة عالية من أجل كسب رضا الزبون؛

- تسعى إلى تلبية رغبات المستهلك من خلال تسليم المنتج في الوقت المناسب؛
- تعمل على استقطاب مهارات وخبرات فنية وعلمية، بالإضافة إلى خريجي الجامعات؛
- ومن أبرز النتائج المتوصل اليها في الدراسة الميدانية:
- إن المؤسسة تمنح للعامل الحرية في إبداء رأيه حول مشكلة ما، مما يساعده على التفكير في إنتاج منتجات جديدة.
- من أجل أن تكون هذه المؤسسات لديها ثقة عالية في منتجاتها بالنسبة للمستهلك أصبحت تقلل من نسب العيوب في منتجاتها، كما تستقطب الأفراد ذوي المهارات وخريجي الجامعات.
- نظرا للعلاقة المباشرة بين الزبون والمؤسسات تسعى دائما إلى تقديم منتجاتها في الوقت المناسب، مما يمنحها مصداقية وكسب ثقة الزبون.
- كما أظهرت نتائج البحث اهتمام المؤسسة بجذب الأفراد والمتميزين واستقطابهم للعمل فيها، مما يعني أن إدارة المؤسسة تميل لصناعة رأس مالها الفكري من داخل المؤسسة، وتنشيطه والمحافظة عليه، كما تسعى جاهدة إلى توفير التقنيات الحديثة وبرامج الحاسوب.
- ومن خلال قيام المؤسسة بتدريب عمالها الذين يتمتعون بالمهارة والخبرة، وتحفيزهم على العمل، بدوره ذلك سيؤدي إلى زيادة الابتكار والإبداع مستقبلا بالمؤسسة، وهذا ما يؤكد على أن رأس المال الفكري يلعب دور كبير في تحقيق عملية الإبداع والابتكار.

2/ التوصيات:

- على ضوء النتائج السابقة يمكن أن نقترح مجموعة من التوصيات كالاتي:
- العمل على استقطاب الخبرات والمهارات، مع وضع استراتيجية مبنية على معايير دقيقة للكشف عن المبدعين والموهوبين، والعمل على تدريبهم وتحفيزهم لتنمية قدراتهم الابداعية؛
 - المحافظة على رأس المال الفكري باعتباره يساعد على زيادة القيمة السوقية للمؤسسة.
 - على المؤسسات الصغيرة كانت أو الكبيرة أن تخصص عنصر رأس المال الفكري ضمن قوائمها المالية.
 - السعي للاستثمار في المورد البشري وتطويره والاحتفاظ به كونه يعمل على تعزيز ميزة التنافسية للمؤسسة.
 - العمل على اشراك العاملين في نشاطات المؤسسة وأخذ آرائهم وأفكارهم لحل المشاكل المطروحة، مما يزيد من ثقتهم بالمؤسسة وكسب ولائهم لها.
 - إقامة برامج تدريبية للعمال سواء داخل المؤسسة أو خارجها.
 - الدعوة إلى الاستثمار في إقامة مؤتمرات دورية في مجال رأس المال الفكري، والاهتمام بالاستثمار في مجال البحث والتطوير.
 - الاستفادة من تجارب الدول المتقدمة في احتضان واستثمار رأس المال الفكري باعتباره أحد الأصول الثابتة في اقتصاديات المعرفة.
 - المحافظة على رأس المال الفكري والحد من هجرة الأدمغة، والاهتمام بالتعليم والتكوين والتفتح على التيارات الخارجية.
 - العمل على تفعيل الإبداع ونشر الثقافة التكنولوجية.
 - العمل على ادخال آليات جديدة لدعم العملية الإبداعية، وإزالة العقبات أمام التعاون التكنولوجي الدولي.
 - دعم النظام الوطني للإبداع وهيئات الابتكار الصناعي.
 - تسهيل التعاون بين مختلف القطاعات، ووضع تكنولوجيا المعلومات تحت تصرف المؤسسة والهيئات.

قائمة المراجع:

المراجع باللغة العربية:

➤ الكتب:

- 1- أحمد الخطيب، خالد زيغان، إدارة المعرفة ونظم المعلومات، عالم الكتاب الحديث، جدارا، الأردن، الطبعة الأولى، 2009.
- 2- جمال خير الله، الإبداع الإداري، دار أسامة، الطبعة الأولى، الأردن، 2009.
- 3- حاتم بن صالح أبو الجدائل، رأس المال البشري، مركز الخبرات المهنية للإدارة، القاهرة، الطبعة الأولى، 2012.
- 4- حسين عجلان حسن، استراتيجيات الإدارة المعرفية في منظمات الأعمال، إثراء، عمان، الطبعة الأولى، 2008.
- 5- ربحي مصطفى عليان، إدارة المعرفة، دار صفاء، الطبعة الثانية، عمان، 2015.
- 6- ربحي مصطفى عليان، اقتصاد المعرفة، دار صفاء، عمان، الطبعة الأولى، 2012.
- 7- رشا الغول، قضايا محاسبية معاصرة المحاسبة عن رأس المال الفكري (التنظير العلمي والتطبيق العملي)، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، الطبعة الأولى 2014.
- 8- رفعت عبد الحليم الفاعوري، إدارة الإبداع التنظيمي، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، الأردن، 2005.
- 9- سعد غالب ياسين، إدارة المعرفة (المفاهيم، النظم، التقنيات)، دار المناهج، الأردن، الطبعة الأولى، 2007.
- 10- سليم بطرس جلدة، زيد منير عبوي، إدارة الإبداع والابتكار، دار كنوز المعرفة، الأردن، 2006.
- 11- سيد محمد جاد الرب، إدارة الموارد الفكرية والمعرفية في منظمات الأعمال العصرية، مطبعة العشري، مصر، 2006.
- 12- عادل حرجوش المفرجي، أحمد علي صالح، رأس المال الفكري (طرق قياسه وأساليب المحافظة عليه)، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، الطبعة الثانية، 2008.

- 13- عامر عبد الرزاق الناصر، إدارة المعرفة في إطار نظم ذكاء الأعمال، اليازوري، الأردن، 2015.
- 14- عبد الرحمن توفيق، الأداء البشري الفعال بقياس الأداء المتوازن (أفكار علمية معاصرة)، مركز الخبرات المهنية للإدارة بميك، القاهرة، 2003.
- 15- عبد الرحمن الهاشمي، فائزة محمد العزاوي، المنهج والاقتصاد المعرفي، دار المسيرة، عمان، الطبعة الأولى، 2007.
- 16- عبد الرزاق الناصر، إدارة المعرفة في إطار نظم ذكاء الأعمال، اليازوري، الأردن، 2015.
- 17- عبد الستار العلي، عامر ابراهيم قنديللي، غسان العمري، المدخل إلى إدارة المعرفة، دار المسيرة، عمان، الطبعة الأولى، 2006.
- 18- عبد اللطيف محمود مطر، إدارة المعرفة والمعلومات، دار كنوز المعرفة العلمية، 2007.
- 19- عبد المطلب عبد الحميد، الاقتصاد المعرفي، الدار الجامعية، مصر، 2011.
- 20- عدنان داود محمد العذاري، هدى زوير مخلف الدعيمي، الاقتصاد المعرفي وانعكاساته على التنمية البشرية، دار جرير، عمان، الطبعة الأولى.
- 21- فتحي الزيات، اقتصاد المعرفة نحو منظور اشمل للأصول المعرفية، دار النشر للجامعات، القاهرة، 2011.
- 22- فتحي عبد الرحمن جروان، الإبداع (مفهومه، معايير، نظرياته، قياسه، تدريبيه، مراحل العملية الإبداعية)، دار الفكر، الطبعة الأولى، الأردن، 2002.
- 23- فليح حسن خلف، اقتصاد المعرفة، عالم الكتاب الحديث، الأردن، الطبعة الأولى، 2007.
- 24- مجدي عزيز إبراهيم، التفكير لتطوير الإبداع وتنمية الذكاء، عالم الكتب، الطبعة الأولى، القاهرة، 2007.
- 25- مركز الامارات للدراسات والبحوث التسويقية، تنمية الموارد البشرية في اقتصاد المعرفة، أبو ظبي، الطبعة الأولى 2004.
- 26- نبيل محمد مرسى، أحمد عبد السلام سليم، الإدارة الاستراتيجية، أبو الخير للطباعة والتجديد، مصر، 2007.

- 27- نجم عبود نجم، الإدارة والمعرفة الإلكترونية (الاستراتيجية- الوظائف- المجالات)، اليازوري، الأردن، 2009.
- 28- نجم عبود نجم، القيادة وإدارة الابتكار، دار صفاء، عمان، الطبعة الثانية، 2015.
- 29- نعيم ابراهيم الظاهر، إدارة المعرفة، عالم الكتاب الحديث، عمان، الطبعة الأولى، 2009.
- 30- هاشم الشمري، ناديا الليثي، الاقتصاد المعرفي، دار صفاء، عمان، الطبعة الأولى، 2008.
- 31- هاني محمد السعيد، رأس المال الفكري (انطلاقة إدارية معاصرة)، دار السحاب، الطبعة الأولى، 2008.

الكتب باللغة الفرنسية:

- 32- Alain Dutheil , les meilleur articles de la Harvard Business Review sur L'innovation, édition d'organisation, paris.
- 33- Dimitri Uzunidis, L'innovation et l'économie contemporaine, deboeck et lacier, 1^{er} édition, Bruxelles, 2004.

➤ المذكرات:

- 1- عامر بشير، دور الاقتصاد المعرفي في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص نقود وبنوك، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2011-2012.
- 2- عمر بوسلامي، دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية، مذكرة ماجستير، إدارة الأعمال الإستراتيجية للتنمية المستدامة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة سطيف 01، الجزائر، 2011-2012.
- 3- فاطيمة سناوي، التفكير الابتكاري لدى تلامذة المرحلة التحضيرية، مذكرة ماجستير، علم النفس المدرسي وتطبيقاته، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2011-2012.

➤ المداخلات والملتقيات:

- 1- الجليلي بن علو، سارة بوقسري، تأثير رأس المال الفكري على أداء أعمال المؤسسات، مداخلة مقدمة في الملتقى الدولي الثاني حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، الطبعة الثانية (نمو المؤسسات والاقتصاديات بين تحقيق الأداء المالي وتحديات الأداء البيئي، جامعة ورقلة، الجزائر، 22- 23 نوفمبر، 2011.
- 2- ايت مختار عمر، حمدي معمر، طرق ونماذج قياس رأس المال الفكري، رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في ظل الاقتصاديات الحديثة، المنعقد يومي 13- 14 ديسمبر، 2011، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة حسنية بن بوعلي، شلف، الجزائر.
- 3- براهيمية إبراهيم، بالقلة إبراهيم، دور تسيير رأس المال الفكري في تعزيز تنافسية المنظمة، الملتقى الدولي الخامس حول "رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في ظل الاقتصاديات الحديثة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة حسنية بن بوعلي، شلف، الجزائر، 13-14 ديسمبر، 2011.
- 4- رضا إبراهيم صالح، رأس المال الفكري ودوره في تحقيق الميزة التنافسية للمنظمات، المؤتمر الدولي للتنمية الإدارية نحو ادعاء متميز في القطاع الحكومي، المحور الرابع (إدارة المعرفة ودورها في تطوير الأداء الحكومي)، معهد الإدارة العامة، الرياض، المملكة العربية السعودية، 01-04 نوفمبر، 2009.
- 5- سفيان نقماري، الإبداع والابتكار في النظام المصري ودوره في تحسين الميزة التنافسية للبنوك، ورقة بحثية مقدمة في الملتقى الدولي الأول حول اقتصاديات المعرفة والإبداع، المنعقد يومي 17- 18 أبريل 2013، جامعة سعد دحلب، البليدة.
- 6- سهام دربالي، عبد القادر زيتوني، رأس المال الفكري (الحاجة الفعلية للمصارف الإسلامية في ظل اقتصاد المعرفة)، المؤتمر العالمي التاسع للاقتصاد والتمويل الإسلامي (النمو، العدالة، الاستقرار من منظور إسلامي)، اسطنبول، تركيا، 9- 10 سبتمبر، 2013.
- 7- عصام الدين محمد متولي، صلاح علي أحمد، مفهوم ونماذج القياس المحاسبي لرأس المال الفكري، المؤتمر السنوي الدولي الخامس والعشرون حول إدارة المعرفة (الاستراتيجيات والتحديات)، جامعة المنصورة، 4- 6 ماي 2010.

8- Kheladi Mokhtar, Développement économique et économie de la connaissance (Quels enjeux pour l'Algérie dans le cadre de la mondialisation, Mémoire de magistère, sciences économiques, option Développement et Mondialisation, Université Abderahman Mira, Bejaia, Alger, Avril 2006.

9- Segueni Fadhila, L'analyse de la démarche knowledge management au sein de l'entreprise algérienne, Mémoire de magister, Science de Gestion, Option Management des entreprises, Université Mouloud Mammeri, Tizi-Ouzou, Alger, 2006.

الملحق رقم (01): الإستبيان

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

كلية العلوم التجارية، الاقتصادية وعلوم التسيير

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم التسيير

تخصص إدارة واقتصاد المؤسسات

عنوان الإستبيان: عملية تحقيق الابتكار والإبداع من منطلق مردودية رأس المال الفكري

في ظل التحضير لشهادة الماستر نضع بين ايديكم هذا الإستبيان الخاص بعملية تحقيق الابتكار والإبداع من منطلق مردودية رأس المال الفكري، ونرجو من سيادتكم ان تساعدونا على الإجابة على الأسئلة، إذ أن هذه المعلومات تخص البحث العلمي لا غير ذلك، كما سنعمل بها بمنتهى السرية.

نأمل بدعمكم لنا ومساندتكم القيمة وذلك بإمدادنا بالبيانات اللازمة لإتمام هذه المذكرة ، حيث تكون الاجابة من خلال وضع علامة (*) في المكان المناسب.

نرجوا من سيادتكم ان تلبوا رغباتنا هذه لتكملة مذكرتنا، مع فائق الاحترام والتقدير.

الجزء الأول:

1/ معلومات متعلقة بالمؤسسة:

- نوع المؤسسة:

خاصة عامة مختلطة

- حجم المؤسسة (عدد العمال):

9-1 10-49 50-250

- نطاق النشاط:

ولائي جهوي وطني

- مدة النشاط:

أقل من 05 سنوات 5-9 سنوات أكثر من 10 سنوات

- معاملة أصحاب المؤسسة مع العمال جيدة لا بأس بها سيئة

- قرار المستهلكين حول شراءهم لمنتجات المؤسسة ايجابي سلبي

- انطباع المستهلك حول نوعية غلاف المنتج ايجابي سلبي

- تملك المؤسسة سياسة واضحة وموثقة للجودة نعم لا

- مرونة انتاج الحليب ومشتقاته تتناسب مع تقلبات طلبات المستهلك نعم لا

- قدرة المؤسسة الإنتاجية عالية لا بأس بها ضعيفة

2/ معلومات متعلقة بالعمال:

-الأصناف المهنية:

مسير مسير عامل عادي

- الخبرة:

أقل من 05 سنوات 5-10 سنوات أكثر من 10 سنوات

- المستوى التعليمي:

ابتدائي متوسط ثانوي جامعي

الجزء الثاني:

1/ رأس المال الفكري:

الرقم	العبارة	نعم	لا
01	تحتوي مؤسستكم على أفراد الخبرة والمهارة		
02	تعمل المؤسسة على استقطاب أفراد ذو مهارات فنية وتقنية وخريجي الجامعات		
03	يتم الإعتماد على الخبرات والمهارات الموجودة بالمؤسسة في تطوير المنتوجات		
04	تقوم المؤسسة بعقد دورات تدريبية لعمالها		
05	تقوم المؤسسة بتحفيز العمال		
06	تسمح المؤسسة للعامل بإبداء رأيه حول مشكلة ما		
07	تولي المؤسسة اهتماما كبيرا بالأفكار والحلول التي يقترحها العاملون المتميزون لمعالجة مشاكل العمل		

2/ الإبتكار والإبداع:

رقم	العبارة	دائما	أحيانا	نادرا
01	تسعى المؤسسة إلى تقديم منتجات جديدة لم يسبق إنتاجها من قبل			
02	تتعاون المؤسسة مع خبرات واستشارات خارجية من أجل تقديم منتجات جديدة			
03	تخصص مؤسستكم مبالغ مالية من أجل تطوير منتجاتها			
04	تعتمد المؤسسة خطة إنتاجية جديدة من أجل تصميم منتج جديد			

			05	تسعى المؤسسة إلى إتباع الأساليب العلمية لتصميم وتحسين العمليات الإنتاجية بمساعدة وسائل تكنولوجية متطورة
			06	تستعمل مؤسستكم وسائل الاتصال الحديثة
			07	تشجع المؤسسة المبادرات الإبداعية والمهارات الفردية والابتكار لدى العاملين
			08	تسعى المؤسسة إلى تقديم منتجات مختلفة
			09	تسعى المؤسسة إلى خفض نسب العيوب في منتجاتها باستمرار
			10	تسعى المؤسسة إلى تبني وإحداث أي تغيير مطلوب لصالحها
			11	- تهتم المؤسسة بأراء المستهلك ومقترحاتهم في تقديم خدمات جديدة وإجراء تحسينات على الخدمات المقدمة اليهم

نشكركم لحسن تعاونكم

الطالبة مولاي اسمهان

الملخص:

تناولت الدراسة عملية تحقيق الابتكار والإبداع من منطلق مردودية رأس المال الفكري، وذلك من خلال التعرف على رأس المال الفكري بأبعاده الثلاث (رأس المال البشري والتنظيمي ورأس مال العلاقات)، حيث يتمثل في القدرات المتميزة المتواجدة لدى العاملين، إذ في ضوء امتلاكهم لهذه القدرات والخبرات والمعرفة يمكن أن يقدموا أفكارا جديدة، لذا أدركت المؤسسات أهمية وجوده داخلها، حيث كلما توفرت عليه ساهم ذلك في زيادة ابتكاراتها وابداعاتها، وبالتالي عليها السعي للاستثمار في المورد البشري وتطويره والاحتفاظ به حتى تعزز من قوتها وتنافسيتها، أي أن تبني لها رأس مال متجدد من الأفكار والمعرفة البشرية والموجودات الفكرية بشكل عام، وأن تهتم بما ينمي روح الإبداع والابتكار ويرفع الأداء لدى موظفيها، ونظرا لأهمية الابتكار والإبداع داخل المؤسسة فإنه لا بد من توفير الجو المناسب واعتماد سياسات دقيقة في مجال تنظيم وتخطيط نشاطات الابتكار والإبداع، وإعطاء الكفاءات البشرية الوسائل اللازمة والسهر على تكوينها.

الكلمات المفتاحية: المعرفة، رأس المال الفكري، اقتصاد المعرفة، الابتكار والإبداع.

Résumé :

L'étude a porté sur le processus de l'innovation et de la créativité en termes de coût-efficacité du capital intellectuel, et à travers l'identification du capital intellectuel des trois dimensions (capital humain et de capital réglementaire et de relations de capitaux), où est la capacité unique situé entre les travailleurs, comme dans la lumière de la possession de ces capacités, de l'expertise et de la connaissance Ils pourraient fournir de nouvelles idées, alors je pris conscience de l'importance de sa présence au sein des institutions, où qu'ils deviennent disponibles, il a contribué à l'augmentation des innovations et des créations, et donc en cherchant à investir dans les ressources humaines et le développement et le maintenir pour améliorer la résistance et de la compétitivité, qui est, de construire une tête de renouvellement du capital d'idées et de connaissances les actifs intellectuels en général et humaine, et de développer un intérêt à ce que l'esprit de créativité et d'innovation et augmenter le rendement de son personnel.

Compte tenu de l'importance de l'innovation et la créativité au sein de l'organisation, il doit fournir la bonne atmosphère et l'adoption de politiques précises dans le domaine de l'organisation et de la planification des activités d'innovation et de créativité, donnant les ressources humaines et les moyens d'assurer la composition.