

دور رأس المال الفكري في تحقيق الابداع المصرفي - دراسة حالة الجزائر -

The Role of Intellectual Capital in Achieving Innovation in Banks - A case Study of Algeria -

د. عامر بشير *

كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير ، جامعة البليدة 2 ، الجزائر
bameur@outlook.fr

د. سي أحمد ندير

كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير ، جامعة البليدة 2 ، الجزائر
siahmed_nadir@yahoo.fr

د. مزوغ عادل

كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير ، جامعة البليدة 2 ، الجزائر
mezough.adel@hotmail.fr

تاريخ الاستلام: 2019/04/28 تاريخ القبول: 2019/05/31

ملخص :

تهدف هذه الدراسة الى ابراز دور رأس المال الفكري في تحقيق الابداع بالبنوك الجزائرية ، من خلال تفعيل عملية صناعة الخدمات المصرفية المتميزة بجودتها و تنوعها من اجل التكيف و الاستجابة لمتطلبات زبائنها و السوق المصرفي من جهة ، و تحقيق التفوق و التميز و تحسين الموقع التنافسي للمصرف من جهة أخرى ، حتى نجعل من المصرف منظمة متفوقة و مستمرة غير قابلة للزوال و الافلاس في ظل حدة المنافسة المحلية و الاجنبية .

الكلمات المفتاحية : رأس المال الفكري ، الابداع ، المصارف الجزائرية

Abstract :

This study aims to highlight the role of intellectual capital in achieving innovation in Algerian banks by focusing on the quality and diversity of the banking services in order to respond to the requirements of customers and the banking market. Algerian banks aim to achieve the excellence, to improve the competitive position

* مؤسل المقال : د. عامر بشير

on one hand, and to face bankruptcy in light of the intensity of domestic and foreign competition On the other hand.

Key words : Intellectual capital's , Creativity , Algerian banks

تمهيد:

في الوقت الذي ركز فيه إقتصاد المعرفة على معالجة المعلومات والبيانات والتكنولوجيات الرقمية ، فإننا نجد الآن انتقل تركيزه إلى قيمة القدرات الفكرية لدى الفرد، بوصفه منتجا للمعرفة، و موردا و مصدرا لتحقيق الميزة التنافسية للمنظمة ، و تبرز مكانة وأهمية الموارد البشرية في تنمية الدولة من خلال الخط الفاصل القائم والمتنامي بين الدول التي استغللت تقنية المعلومات ورأس مالها الفكري بفاعلية وتلك التي أخفقت في ربط النمو الاقتصادي بعجلة تنمية الموارد البشرية.

فالأفراد اليوم هم رأس المال الحقيقي للمنظمات ، إذ لم تعد العوائد تلك التي تجنيها المنظمات جراء الاستثمار في الموجودات الثابتة و المتداولة فقط ، و إنما أصبحت العوائد الفكرية – الابداع و براءات الاختراع هي الأكثر أهمية منها ، إذ أدركت المنظمات أن الاستثمار في الموارد البشرية بشكل أمثل أصبح من أولى الأولويات ليأتي بعده الاستثمار في الماديات ، باعتبارها ميزة تنافسية في حد ذاتها مستدامة غير قابلة للتقليد و مصدرا لتحقيق ميزة تنافسية في منتجاتها و خدماتها ، خصوصا في ظل بيئة الأعمال المعاصرة التي تتسم بزيادة حدة المنافسة و التغير المستمر ، و هو ما نريد دراسته في هذا البحث من خلال ابراز دور و أهمية الاستثمار في رأس المال الفكري في صناعة الخدمات المصرفية مع دراسة حالة المصارف الجزائرية ، و عليه يمكن طرح الاشكالية التالية : كيف يمكن لرأس المال الفكري تعزيز العملية الابداعية في صناعة الخدمات المصرفية ، و تحقيق ميزة تنافسية للمصارف الجزائرية ؟

1: مفهوم رأس المال الفكري

يعتبر مصطلح رأس المال الفكري من المصطلحات الحديثة نسبيا، التي لا تزال غير مكتملة الملامح وبالتالي يصعب الوقوف على مفهوم متكامل له، إلا أن استعراض الأدبيات التي تناولت هذا الموضوع وإسهاماتهم ستساعدنا على الخروج لمفهوم شامل لرأس المال الفكري.

1.1: بعض تعاريف رأس المال الفكري:

يعرف "REID" رأس المال الفكري أنه "المادة الفكرية المتكونة من المعرفة و المعلومات و المهارات والخبرات ذات القيمة الاقتصادية التي يمكن وضعها موضع التنفيذ بهدف خلق الثروة". (بسام عبد الرحمان يوسف ، 2004 ، ص 31)

اما "Edvinsson" فيرى بأنه عبارة عن " الموجودات الفكرية التي تتجاوز قيمتها قيمة الموجودات الأخرى التي تظهر في الميزانية، وتتكون هذه الموجودات من نوعين: بشري: يمثل مصدر الابتكار والتجديد، و هيكلية: يمثل الجزء المساند للبشري كنظم المعلومات و قنوات السوق و علاقات الزبائن". (سعد علي العنزي ، سنة 2001 ، ص 168)

و باستعراض مفاهيم رأس المال الفكري تبين أن الباحثين ركزوا على المعرفة، و الخبرات لدى العاملين في أي منظمة، بحيث يكون هذان العنصران - المعرفة و الخبرة - متميزين لا توجد لدى منظمة أخرى و هما بذلك يشكلان موارد اقتصادية للمنظمة ، و عليه يمكن تعريف رأس المال الفكري على انه " مجموعة الافكار و المعارف التي يمتلكها الافراد ، بحيث تكون ابداعية و متميزة و تتوافق مع استراتيجية المنظمة و تنسجم مع أهدافها و أهداف المجتمع، و التي تسهم في تطوير أداء المنظمة، التي تعود عليها بعوائد مالية و معنوية و تجعلها منافسة لغيرها من المنظمات."

2.1: أهمية رأس المال الفكري.

تظهر أهمية رأس لمال الفكري من أهمية الدور الذي تلعبه هذه النخبة ، و المتمثل بتقديم أفكار جديدة

و الابتكارات و المخترعات التي تساهم في تحسين المركز التنافسي للمنظمة، وفي هذا السياق يؤكد الدكتور **Stane** "Davis أن الدول التي تجعل استثماراتها في مجال القوى العاملة عالية الخبرة يتوقع لها أن تفوق سرعة تطورها الدول التي تهمل مثل هذا النوع من الإستثمار (جمال سند السويدي، سنة 2004 ،ص 16) ، و على هذا الأساس يمكن استعراض هذه الأهمية على النحو الآتي:

1.2.1 : المنزلة الرفيعة :

يعتبر العقل أثن من ما وهبه الله للإنسان، فيه يميز الإنسان عن سائر المخلوقات الأخرى، كما اعتبر من أهم مكونات الكيان البشري و به رصيد معارف و معلومات، و العقل معقل للعلم، و خزينة للفكر .(العلي صالح ، سنة 1990 ، ص 20)

2.2.1 : تأسيس المنظمات الذكية :

إن الإدارة الفاعلة لرأس المال الفكري قد تكون المحدد النهائي للأداء المنظمي، إذ أن المنظمات التي ترغب بالنجاح في بيئة أعمال اليوم و الانتقال إلى المنظمة الذكية ينبغي عليها أن تقوم باستثمارات مناسبة للموجودات الفكرية بهدف أن يصبحوا يتمتعون بقدرات و مهارات تفوق منافسيها.

3.2.1.العولمة:

إن النمو المتزايد في الوظائف المعرفية فرضته ظاهرة العولمة ، لأن سوق العمل في ظلها سيشهد اتجاها متزايدا للطلب على رأس المال الفكري الذي يتصف بخبرات متنوعة و مهارات متعددة ، و ذلك لطبيعة التحدي العلمي و التقني المعاصر.

4.2.1.استثمارات ناجحة و عوائد عالية :

يعد رأس المال الفكري مصدرا لتوليد و خلق الثروة في المنظمة، إذ يشير "QUIAN" من مدرسة تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات للأعمال أن ثلاثة أرباع القيمة المضافة تشتق من المعرفة (بسام عبد الرحمان يوسف ، سنة 2004 ، ص 38)، ففي عام 1980 حققت شركة IBM أكثر من بليون دولارا كعوائد لبراءات الاختراع (ص 1، سنة 2010، koeing)، أما شركة (Microsystemes) الأمريكية لإنتاج الحواسيب حققت أرباحا تزيد عن 6 مليارات بواسطة 6 إلى 8 موظفين فقط يمثلون رؤوس أموال فكرية، كما تراوحت قيمة رأس المال الفكري لشركة ميكرو سوفت ما بين 67 إلى 91.6 بليون دولار لنفس السنة (سعد علي العنزي ، احمد علي صالح ، سنة 2000 ، ص 175)).

5.2.1. مورد استراتيجي و سلاح تنافسي:

في ظل الاقتصاد المعرفي أصبح رأي المال الفكري موردا استراتيجيا يشكل قوة فاعلة لهذا الاقتصاد ومصدرا رئيسيا للثروة و الازدهار من خلال امتلاكه للعناصر التالية (Bollinger and smith, annee 2010,P 10)

- يعتبر ثمينا و يظف قيمة للمنظمة،
- لا يمكن تقليده،
- يتسم بالندرة،
- لا يمكن إحلال بديل عنه.

و عليه فقد أصبح رأس المال الفكري أقوى سلاح للتنافس و مصدرا من مصادر الميزة التنافسية للمنظمات المعاصرة ، وبالتالي فان فقدان المنظمة لرأس المال الفكري أو ضعف أدائه بسبب عدم فعالية طرق التسيير المعتمدة رغم كفاية الموارد المالية يعد سببا رئيسيا في فشل استراتيجيات و سياسات المنظمة للتنافسية، إذ أن إستراتيجية التميز لا يمكن تحقيقها إلا من خلال الإنتاجات الفكرية و المتمثلة في الإبداع و تقديم منتجات جديدة وكل ما يتعلق بالبحث و التطوير (ulrich , annee 1998,p77)،

6.2.1 . رأس المال الفكري و تحقيق القيمة :

في ظل الاقتصاد المعرفي أصبحت اللاملموسات محركات أساسية لانشاء القيمة و الخبرة التنافسية و تعزيز القدرات الابداعية ، و هذا ما نجب ان نعترف به ، و مع ذلك فان المشكلة الاساسية التي تواجه ادارة اللاملموسات تتمثل في كيفية توظيف اللاملموسات في انشاء القيمة أو كيف يمكن تحويل اللاملموسات الى قيمة مالية؟ و من أجل الاجابة يمكن ان نتحدث عن مستويين في انشاء القيمة هما : انشاء القيمة المالية في السوق القائمة على المعرفة ، و انشاء القيمة داخل المنظمة في تعزيز قدرة و خبرات و مفاهيم و أدوات المنظمة على تحقيق القيمة المالية في السوق و التميز على المنافسين

3.1. مكونات رأس المال الفكري

و يتكون رأس المال المالي من رأس المال المادي و رأس المال النقدي ، إن أغلب الباحثين متفقين على أن رأس المال الفكري يتكون من ثلاثة مكونات فرعية هي: راس المال البشري ، رأس المال الهيكلي و رأس المال الربوبي.

1.3.1 رأس المال البشري :

يعد رأس المال البشري من أهم مكونات رأس المال الفكري و يتمثل في القوى العاملة التي تمتلك المقدرة على التفكير و الإبداع، و تشير هنا أن رأس المال البشري يتكون من المعارف و المهارات والخبرة التطبيقية المكتسبة في المنظمة، كما يعد رأس المال البشري محرك الإبداع في المنظمات في ظل اقتصاد المعرفة، و منه فإن رأس المال البشري يتضمن العناصر التالية:

-المقدرة على الابتكار ،

-المقدرة التخصصية ،

-المقدرة الاجتماعية

2.3.1 رأس المال الهيكلي :

هو مجموعة الإجراءات و الصيغ والبراءات والقواعد ومستودعات البيانات والأنظمة التي تبنى و تتطور المنظمة عبر الزمن لتمكين العاملين (رأس المال البشري) بالقيام بمهامها في إنشاء المعرفة وتوليقاتها و تحقيق رافعتها و تطوير منتجات و خدمات المنظمة ، ويقسم رأس المال الهيكلي (التنظيمي) إلى عناصر فرعية هي كآتي:

-الملكية الفكرية

-أصول البنية التحتية

3.3.1 رأس المال الزبوني :

و هو يعكس طبيعة العلاقات التي تربط المنظمة بعملائها و مورديها و منافسيها، و هو يقوم على ثلاثة أسس رئيسية هي:

- التوجه نحو الزبون؛

- الوعي بالزبون؛

- العلاقات الزبونية أصبحت مصدرا ذا القيمة الأكبر.

4.1 آليات بناء رأس المال الفكري و متطلبات تطويره

على أساس كون رأس المال الفكري هو المعرفة المفيدة التي يمكن توظيفها و استثمارها بشكل صحيح لصالح منظمة الأعمال، يستوجب على هذه الأخيرة البحث عن آليات بناء رأس المال الفكري و متطلبات تطويره و التي يمكن إجمالها في آليتين هما آلية الاستقطاب و آلية الصناعة.

1.4.1 آلية استقطاب رأس المال الفكري

يرجع سبب الاهتمام باستقطاب رأس المال الفكري إلى التوجهات السائدة في منظمات اليوم مثل العالمية، التوجه نحو الاقتصاد المعرفي، التنافسية الشديدة، لا سيما بعد تنامي إدراكهم بحقيقة تغيير مهمة إدارة الموارد البشرية من كونها عامل الكلفة إلى أن تتوجه نحو عامل النجاح، وعليه ينبغي على المنظمات وضع استراتيجيات واضحة و ملائمة لآلية الاستقطاب، و التي يمكن حصرها فيما يلي:

1.1.4.1. شراء العقول من سوق العمل:

يتطلب من إدارة الموارد البشرية أو من لجان متخصصة تابعة لهذه الإدارة متابعة العقول البراقة و النادرة، سواء كانت من داخل الوطن او خارجه (هجرة الادمغة) لغرض جذبها واستقطابها كمهارات و خبرات متقدمة تستفيد منها المنظمة بشكل كبير في زيادة رصيدها المعرفي الذي ينعكس في زيادة عمليات الإبداع و الابتكار باستمرار.

2.1.4.1. شجرة الكفايات:

إن الكفاية تتضمن مكونين رئيسيين هما: المكون المعرفي و المكون السلوكي. (سعد علي العنزي ، أحمد علي صالح ، مرجع سابق ، ص 265)

فالمكون المعرفي هو مجموعة من المعارف و المهارات و الخبرات المتصلة بجدارة الشخص، أما المكون السلوكي فهو مجموع ما يقوم به الشخص أثناء تأدية العمل و الذي يمكن ملاحظته و تقويمه ، أما شجرة الكفايات فتعد أحد تقنيات إدارة الموارد البشرية الإلكترونية و تمثل مخطط يوضح المهارات والخبرات و المعارف المطلوبة في المنظمة و بالتالي فشجرة الكفايات تسهل استخدام أسواق الموارد البشرية (الاستقطاب الإلكتروني لرأس المال الفكري).

3.1.4.1.مراجعة منظمات المعرفة و التعليم :

تركز رؤية هذه الإستراتيجية على أن المنظمات التعليمية (مدارس، معاهد، جامعات) تعد مصدرا مهما لاكتشاف المواهب و استقطابهم. و على هذا الأساس يجب جمع المسؤولين في المنظمات على أن يقوموا بزيارة المنظمات التعليمية و التكوينية و تحديدا للمراحل المنتهية فيها لاستقطاب هؤلاء الطلبة الذين يتمتعون بمهارات و مقدرات ابداعية في حل مشاكل عمل فريدة من نوعها.

2.4.1.صناعة رأس المال الفكري:

تمثل صناعة رأس المال الفكري أمرا في غاية الأهمية، لأنه يمثل مصدرا للميزة التنافسية ، و هذه بعض الاستراتيجيات الخاصة بصناعة رأس المال الفكري.

1.2.4.1.ادارة المعرفة :

تعرف ادارة المعرفة على أنها: تقديم عرض مرئي للمعرفة الحيوية المؤدية إلى تحقيق أهداف الأعمال الإستراتيجية، (سعد علي العنزي ، احمد علي صالح ، مرجع سابق، ص 268) فغاية استخدام ادارة المعرفة تتمحور في:

-تحديد المركز المعرفي للمنظمة مقارنة بالمنظمات المنافسة و الذي يتم على أساس ما يلي:

- المعرفة الجوهرية: وهي المعرفة الواجب توفرها لدى المنظمة لمواجهة المنافس؛
- المعرفة المتقدمة: وهي المعرفة التي تمكن المنظمة من إكتساب قدرات تنافسية؛
- المعرفة الابتكارية: وهي المعرفة التي تعطي للمنظمة ميزة تنافسية.

-تحديد فجوات المعرفة التي تمثل النقص أو الضعف في المعرفة، و من أجل العمل على غلق تلك الفجوات تقوم المنظمة بالممارسات التالية: (سعد علي العنزي ، احمد علي صالح ، مرجع سابق ، ص 269)

- تعزيز قابليات الأفراد في مجال حل المشكلات بالإفادة من المعرفة المدونة في أنظمة البرمجيات؛
- تمكين الأفراد من العمل مع ذوي الطاقات الذهنية (رأس المال الفكري) و الاحتكاك بهم.

2.4.1. بناء الأنسجة الفكرية:

تشكل الأنسجة الفكرية عند تفاعل و تعلم مجموعة من المختصين و المهنيين والمبتكرين مع بعضهم البعض ثم تنحل عند انتهاء المشروع المحدد ، وتؤكد هذه الإستراتيجية أنها تؤدي حتما إلى التعلم السريع، و زيادة الرافعة المعرفية و تحقيق الوثوب السريع من الفكرة إلى المنتج .

3.2.4.1. القيادة الذكية :

يؤدي صنع المعرفة و التعامل مع الناس الأذكياء (رأس المال الفكري) إلى قيادة ذكية لأن المدير الذكي يركز اهتمامه على التعلم المنظمي و التدريب لموظفيه ، و من أجل أن يكون هو القادر على ممارسة نشاطه بذكاء عليه إتباع أسس التقدير الفعال المتمثلة في:

- الاستمرار: و هو القيام بتقدير موظفيه لأنه يعرف أن التقدير يدفع إلى التفوق؛
- الفورية: أن يكون تقديره فوري لأنه يعلم أن التقدير المتأخر يؤثر فيه؛
- الشمولية: أن يكون التقدير لجميع الموظفين، وأن يقدر الصغير قبل الكبير؛
- الدستور: التقدير له دستور و هو جزء من الثقافة التنظيمية.

2:ميررات صناعة الخدمات المصرفية

إن التوجه إلى صناعة الخدمات المصرفية توجه لا بديل منه في ظل العولمة المالية والمصرفية وتعدد حاجات المجتمع ، بحيث أصبح بحاجة إلى مزيد من الخدمات المصرفية الجديدة و أكثر تنوعا ، وإلى أدوات استثمارية تدر لهم عائدا ماليا مناسباً، وسنرى بالتفصيل ميررات صناعة الخدمات المصرفية فيما يلي:

1.2 العولمة المالية:

كفرت التعريفات حول العولمة المالية و لم تتفق الآراء على تعريف واحد وشامل و رغم ذلك فقد حاولنا الخروج بتعريف مناسب من التعريفات التي وردت و هي : " ذلك النمط الموحد والمتكامل في الجانب المالي والقائمة على تزايد درجتي الاعتماد المتبادل والتحرر المالي " ، و باعتبار صناعة الخدمات المصرفية ، تمثل تغير كبير في أعمال البنوك وتوسع في مساحة ودائرة ونطاق أعمالها المصرفية سواء على المستوى المحلي أو الدولي، فقد أخذت البنوك تتجه إلى أداء خدمات مصرفية لم تكن تقوم بها من قبل و انعكس ذلك بوضوح على هيكل ميزانيات البنوك، حيث تنوعت مصادر أموال البنوك وتنوعت مجالات توظيفها واستخدامها مما يعني التنمية

و الربط بين الأسواق المصرفية .

ولذلك فمن الضروري على البنوك العمومية الجزائرية أن تتطور ، وأن تتجه إلى العولمة محالا و نشاطا وفكرا، فالأشكال العالمية للخدمات المصرفية أكثر ربحية و أكثر استقرارا ، وأكثر فاعلية وقدرة على تحقيق أهداف البنك ، وهي في ذلك ليست خيارا يمكن رفضه أو العدول عنه ، بقدر ما هي التزام واع مدرك لحقائق الحياة ، وأساس التواجد في عالم الغد.

2.2 ربحية البنك وتحسين الخدمات للزبائن :

أفاد تطبيق التقنيات والخدمات الحديثة في البنوك التجارية في الدول الصناعية على تحقيق أربعة أهداف رئيسية :

-التعامل بكفاءة مع النمو الهائل و المتسارع لعدد من حسابات الزبائن بالبنوك ، أي تحقيق كفاءة في التعامل من الناحية المحاسبية بدون زيادة عدد الموظفين مع تحقيق السرعة في انجاز المعاملات المصرفية.

-تخفيض التكلفة الحقيقية لعملية المدفوعات وإجراء المقاصة فيما بين الشبكات التي تمثل هذه المدفوعات و لقد ازداد استخدام الشيكات كأداة لسداد المدفوعات و تقليص استخدام النقود إلى حد ما ،

-أدى إلى تحرير الزبائن من قيود المكان و الزمان فإذا كان من المعتاد في الماضي أن يتعامل الزبائن مع بنوكهم داخل مقرها وخلال مواعيد العمل الرسمية فانه أصبح الآن في وسع زبائن البنوك أن يتعاملوا معها في أي وقت ودون الحاجة إلى الانتقال إلى مقر هذه البنوك.

-أدى تطبيق التقنيات الحديثة إلى تمكين البنوك من تقديم خدمات لزيائنها لم تكن معروفة من قبل، كما أتاحت لهؤلاء الزبائن الاستفادة من فرص أفضل لتوظيف أموالهم ، إذ أنهم أصبحوا أكثر وعيا ودراية ، ففي دراسة أجريت على أحد البنوك الأمريكية اتضح أنه بعد تطبيق التقنيات الحديثة في البنك ، تحقق خلال عشر سنوات زيادة في عدد الحسابات نسبتها 30 % وخفضا لعدد موظفي الفرع الواحد بنسبة 15 % ،زيادة في حجم العمليات المصرفية بـ 50 % ، تحقيق خفض في تكلفة العمليات المصرفية بنسبة 33 % .(مدحت صادق ، سنة 2001 ، ص 293)

2.2.3 قوة المنافسة :

نظرا لشدة المنافسة ، يتعين على البنوك العمومية الجزائرية كبقية المؤسسات الاقتصادية الاخرى أن تقلد التكلفة حسب مواردها الخاصة و أن تحرص على المردودية التي تساعدها على الزيادة في مواردها الخاصة (Philippe)

(D'arvisenet , année 1999,P329 ، وبالتالي لا بد من البنوك العمومية تحقيق المردودية، ومن الخصائص الملاحظة بحكم تحديث البنوك وجعلها أكثر منافسة هي ما يعرف بتصنيع الخدمات البنكية سواء في مجال وضع المخططات أو الإنتاج أو التوزيع ، إلا أنه في ذاته اخذ بعين الاعتبار الخطر الوارد وعليه أن تحاط حرية التسيير المصرفي بمجموعة من الضوابط واتخاذ قواعد الحيطة والحذر .

3.عوامل نجاح عملية تطوير الخدمات المصرفية:

إن من بين الأهداف المهمة لعملية تطوير الخدمات المصرفية زيادة الإنتاجية للمصرف و ذلك عن طريق توفر أو استخدام مجموعة من العوامل أهمها:

استخدام تطبيقات التكنولوجيا الرقمية؛

توفر رأس المال الفكري (التفكير الإبداعي) في المصارف ؛

توفر ثقافة الخدمة المصرفية (المعارف)؛

1.3.أهمية التكنولوجيا في تطوير الخدمات المصرفية:

إن استخدام التكنولوجيا في تنفيذ تقديم الخدمات المصرفية المختلفة يزيد من كفاءة و فعالية أداء المصرف ، من خلال سرعة انجاز الخدمة الحالية و الدقة في تنفيذها ، كما تمثل مصدرا لكثير من الخدمات المصرفية الجديدة .

2.3.توفر رأس المال الفكري (التفكير الإبداعي):

إن التفكير الإبداعي هو عملية جماعية تشجع التفكير على إيجاد و خلق الأفكار، و هذا يعني أن الهدف الأساسي للتفكير الإبداعي المصرفي تشجيع عملية توليد الأفكار المصرفية و تظهر فائدة هذا النوع من التفكير في حل المشكلات المصرفية ، و يعد هذا النوع من التفكير بمثابة الخطوة الأولى في برنامج عولمة جودة الخدمة المصرفية لأنه ذو قدرة هائلة على التعامل مع المشكلات بأسلوب سهل وبسيط بالإضافة إلى قدرة تكيفه مع المستجدات الجديدة في السوق المصرفي الدولي.

وتظهر أهمية التفكير الإبداعي في مجال صناعة الخدمات المصرفية بتأثير نوعين من القوى، الأولى:داخلية ناتجة عن الحاجة المستمرة لتطوير الخدمات المصرفية للتوسع والامتداد بغية إشباع رغبات واحتياجات الزبائن، والثانية قوى خارجية من البيئة المحيطة بالمصرف ناتجة عن ظهور قيم مجتمعية جديدة وحدة المنافسة بين المصارف العالمية.

3.3.توفر ثقافة الخدمة المصرفية (المعارف):

يقصد بثقافة الخدمة المصرفية إلى أنواع المعتقدات و القيم و الطرق التي تم تعلمها بالتجربة ، فالمعارف المكتسبة تعد أساسا للتطوير الفعال في تصميم المصرف وخدماته، و تطويره و خلق الميزة التنافسية التي يمكن اكتسابها من ثقافة

الخدمة ، خصوصا بعد التطورات التي لحقت بتقنيات و وسائل الاتصالات و المعلومات فالجديد في إدارة المعارف في المصارف اليوم هو استعمال الثقافات المعاصرة للمعلومات كالاترنترنت و الانترنت

و وكلاء البرمجيات لتنظيم و تسهيل و تعجيل إدارة المعرفة على المستوى المصرف و يربط مديرو المصارف العالميون عولمة جودة الخدمة المصرفية بإدارة المعرفة عن طريق التعليم الجامعي و التعليم المستمر و المصرف المتعلم.

4.فرص و تحديات تطوير الخدمات المصرفية في البنوك الجزائرية:

إن من خلال دراستنا لجوانب متعددة للمصارف التجارية الجزائرية فإنه هناك عدة عوامل تساهم في تطوير الخدمات المصرفية لعل من أهمها: توجهات الإدارة العليا لدى المصرف نحو عملية التطوير ، كذلك فإن هناك عاملا مهما و هو الخبرة العملية لدى المصرف منذ تأسيسه و التي تؤدي إلى زيادة الوعي نحو أهمية تطوير الخدمات المصرفية بشكل مستمر ليتلاءم مع الإحتياجات المتجددة و المتعددة لدى الزبائن.

واهم المبررات أو الفرص لعملية تطوير الخدمات البنكية في السوق البنكي الجزائري هي:

- وجود إرادة سياسية للإصلاح المصرفي و المالي الموجه نحو تطوير الخدمات المصرفية؛
- الدورات المكثفة لمديري الفروع و التنفيذ بين المصارف؛
- توسع الصناعات الجزائرية و الأنشطة التجارية المختلفة وتنوعها؛
- وجود منافسة بين المصارف الجزائرية و الأجنبية وإتساع السوق المصرفي؛
- تقديم خدمات متطورة تناسب مع حاجات الزبائن ، باستخدام المكننة و أجهزة الحاسوب المتطورة؛
- الحاجة إلى رفع كفاية المصارف لاستيعاب فائض الأموال و استثمارها؛
- طلب الزبائن الحصول على خدمة سريعة؛

ومن خلال المقابلات الشخصية التي تم إجراؤها مع المديرين العاملين لبعض المصارف التجارية من قبل الباحث تبين أن هناك أمورا مهمة يجب الإشارة إليها ، و هي وجود عوامل تؤدي إلى إعاقة عملية تطوير الخدمات المصرفية ، أو الحد منها ، و أهمها ما يلي:

- عدم استيعاب موظفي المصرف للتكنولوجيا الحديثة استيعابا كاملا ؛
- غياب التدريب الضروري لتوجيه الموظفين حول كيفية التعامل مع الزبائن ، وعدم معرفتهم بممارسة الأنشطة المصرفية على أتم وجه؛
- عدم إتقان اللغة الإنجليزية لدى بعض المختصين ، و خاصة في مجال التعامل مع الخدمات المصرفية الحديثة التي يتطلب استخدامها إتقان هذه اللغة؛
- عدم إدخال المكننة الشاملة لجميع أنظمة المصارف؛
- إتباع هرمية الإدارة و صعوبة اتخاذ قرار بتطوير خدمات مصرفية ، ما يقلص دور الموظف في تحسين الخدمات أو ابتكار خدمات جديدة؛
- عدم وجود تحفيزات مادية أو معنوية لتشجيع تطوير الخدمات المصرفية؛

- البطء في عملية التطوير عند تقديم خدمة مصرفية جديدة من قبل لزيائن و الموظفين ،ذلك أن عددا كبيرا من الزيائن يفضل الطرق التقليدية؛

5 : مساهمة رأس المال الفكري في تحقيق الإبداع في البنوك الجزائرية

يتمثل الإبداع في المنتجات المصرفية في قدرة المصرف على ابتكار منتجات جديدة و تقديمها ، أو تطوير منتجات موجودة أصلا بهدف إشباع حاجات الزيائن ، فالإبداع في تطوير المنتجات المصرفية يعتبر من الضروريات الإستراتيجية التي تحقق للمصرف الميزة التنافسية و الاستمرارية ، عن طريق توفير بعض الفرص و المساعدة على تقوية مركز البنك التنافسي بالمقارنة مع المنافسين الرئيسيين في السوق.

1.5 خطوات ابداع الخدمات المصرفية

هناك خطوات أو إجراءات تقترن بابداع الخدمات الجديدة يمكن إيجازها كآآتي : (عطا الله فهد السرحان ، سنة 2005 ، ص 40)

- توليد أفكار جديدة ابداعية ، سواء كانت من مصادر داخلية أو خارجية ؛
- غريلة الأفكار و استخلاص أفضلها في ضوء إمكانيات البنك؛
- التقييم الاقتصادي للأفكار من نواحي كلفتها و الطلب المتوقع و القدرات الإنتاجية و التوزيعية والخدمات المنافسة؛
- اختيار الخدمة : و يتم ذلك من خلال طرحه في السوق من اجل تجربته في نطاق محدود و محاولة الحصول على ردود أفعال المستهلكين إزاءه؛
- التقييم النهائي : يتم ذلك بعد نجاح الخدمة الجديدة في الاختبار ويطرح بكميات كبيرة تنافسية في السوق؛
- يعتبر نجاح البنك في طرح خدمة جديدة أمرا يتطلب مجموعة من العوامل تتفاعل فيما بينها أهمها:
- تحقيق الكفاءة في اداء الخدمة المصرفية ؛
- تحري الدقة وسرعة الانجاز و التبسيط عند التصميم بما يحقق الأسبقيات التنافسية؛
- رفع مستوى الجودة و تخفيض تكلفة انتاجها.

2.5 أهداف الإبداع في الخدمات المصرفية

تهدف عملية الإبداع في الخدمات المصرفية إلى تطوير هذه الخدمات و توسعها ، حيث إنها عملية شاملة و متكاملة ترتبط بنشاط البحث و التطوير لدى المصرف ، و هي ضرورية و حيوية في ظل تزايد حدة المنافسة التي تدفع المصرف إلى الابتكار في خدماته المصرفية و تطويرها من أجل إشباع حاجات الزيائن الجديدة، و جذب مزيد من الزيائن الجدد ، مع المحافظة على الزيائن الحاليين ، و بالتالي تعزيز وضع المصرف التجاري التنافسي الذي من شأنه زيادة ربحيته على المدى الطويل ، و هو ما يتم تحقيقه الا عندما يستطيع المصرف إقناع زيائنه بأنه مؤسسة مصرفية متميزة بنوعية خدماته المقدمة و تنوعها ، و أنه كذلك سريع الاستجابة لتلبية متطلبات زيائنه من الخدمات في السوق المصرفي.

6الخلاصة :

مما سبق ذكره في دراستنا هذه ، يمكن استخلاص النتائج التالية:

- يعد رأس المال الفكري عنصر وثيق الصلة بالمستجدات و الظواهر الإدارية المعاصرة و التغيرات البيئية، كما يعد كذلك مورداً "إستراتيجياً" و سلاحاً تنافسياً للمنظمة المعاصرة بعدما اختفت الموارد الأخرى في تحقيق التفوق و الميزة التنافسية في الأمد الطويل وضمن بيئات مضطربة.
- إن رأس المال الفكري هم شريحة متميزة ذهنياً بالذكاء و التحليل و القدرة على الإبداع و الاختراع.
- بناء قاعدة لرأس المال الفكري والمحافظة عليه، باعتباره مفتاح التقدم الإقتصادي وتكوين الثروة ، لذا تسعى الأمم إلى الصراع العالمي على المواهب.
- لا يمكن للنظام المصرفي الجزائري أن يساير التطور العالمي بدون تقديم خدمات مصرفية مرضية للزبائن، لذلك لا بد من تعزيز فكرة جودة الخدمة البنكية و تعزيز الابتكارات المصرفية.
- إن نجاح عملية تطوير الخدمات المصرفية مرتبط بعوامل استخدام تطبيقات التكنولوجيا المتقدمة و المعرفة المتجددة ، و بتوفر رأس المال الفكري و توفر ثقافة الخدمة المصرفية من أجل التحكم فيهما.
- يلعب الإبداع و الابتكار دوراً أساسياً في مجال المنتجات و الخدمات المصرفية والوصول إلى خدمات جديدة أو إدخال تعديلات على المنتجات الحالية ، من أجل تحقيق التميز و التفوق على منافسيها.

7قائمة المراجع :

اولا : الكتب

- 1العلي صالح، سنة 1990 ، مكانة العقل في الفكر الإسلامي، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، طبعة1
- 2جمال سند السويدي، سنة 2004، تنمية الموارد البشرية في إقتصاد مبني على المعرفة ، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، أبو ظبي ، ط1.
- 3سعد علي العنزي، أحمد علي صالح، إ سنة 2000 ، ادارة رأس المال الفكري في منظمات الأعمال، دار اليازوري للنشر و التوزيع، عمان،.
- 4مدحت صادق ، 2001 ، أدوات و تقنيات مصرفية ، دار غريب

ثانيا : المجلات:

- 5سعد علي العنزي ، سنة 2001 ، أثر رأس المال الفكري في أداء المنظمة، مجلة العلوم الاقتصادية و الادارية، العدد 28 ، جامعة بغداد.

ثالثا : الاطروحات و الرسائل الجامعية

- 6بسام عبد الرحمان يوسف، سنة 2009 ، اثر تقنية المعلومات و رأس المال الفكري في تحقيق الأداء المتميز، شهادة دكتوراه فلسفة في إدارة الأعمال ، جامعة الموصل، الأردن

7عطا الله فهد السرحان ، سنة 2005 ، دور الابتكار و الابداع التسويقي في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك التجارية الاردنية ، اطروحة دكتوراه ، جامعة عمان العربية للدراسات العليا ، كلية الدراسات الادارية و المالية العليا ، تخصص تسويق

رابعا : المراجع باللغة الاجنبية

1/ Les Livres

7 Philippe D'arvisenet – jean Pierre Petit , 1999, économie internationale: la place des banques , danod , paris .

2/ Les Revues

8 Bollinger and smith,2001, managing organizational Knowledge of strategic asset ,journal of Knowledge management vol 45, , N61

9 Dave ,Ulrich,1998 , intellectuel capital competence commitment, sloan management review N°39, .

10 Koeing.M, 2010 , the resurgence of intellectual capital : the emphasis shifts measurement to management information today, vol 07.

I BOOKS

-Ali saleh , 1990 , The place of reason in Islamic thought , Center for Arab Unity Studies , Beirut

-Djamel sened elsouaidi , 2004 , Developing human resources in a knowledge economic , Emirates Center for Strategic Studies and Research , Abu Dhabi

-Saad ali elinzi , Ahmed ali saleh , 2000 , Management of intellectual capital in business organizations , Al Yazouri Publishing and Distribution

-Medhet sadek , 2001 , Banking tools and technologies , ghrib Publishing and Distribution

-Philippe D'arvisenet – jean Pierre Petit , 1999, international economy: the place of banks, danod , paris

II REVIEWS

-Saad ali elinzi , 2001 , , The impact of intellectual capital on the performance of the Organization , reviews of Economic and Administrative Sciences , vol 28 , Baghdad University

-Bollinger and smith,2001, managing organizational Knowledge of strategic asset ,journal of Knowledge management vol 45, , N61

-measurement to management information today, vol 07 Dave , Ulrich,1998 , intellectuel capital competence commitment, sloan management review N°39, .

-Koeing.M, 2010 , the resurgence of intellectual capital : the emphasis shifts

III Theses :

- Bessam abdelrahmane youcef , 2009 , The impact of information technology and intellectual capital in achieving outstanding performance , PHD management , Moussel university , Jordan

-Attallah fahd elssarhan , 2005 , The role of innovation and marketing innovation in achieving the competitive advantage of Jordanian commercial banks , PHD , Aman university , College of Administrative and Financial Studies , marketing specialty