

أثر رأس المال الفكري على الإبداع في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية  
- دراسة ميدانية لمجموعة من المؤسسات الاقتصادية -

- أ. بوقابة وردية\*

**الملخص:**

يعد رأس المال البشري مفتاح الإدارة الاستراتيجية المحدد للتنمية، وعندما تحدث الفجوة بين رأس المال البشري وباقي رؤوس الأموال، فلا بد أن ينصب الاهتمام على البشر إعدادا وتدريباً وتعميقاً للخبرة، فحين يتكامل الإعداد البشري يصبح من السهل زيادة القدرة التنموية في استغلال باقي رؤوس الأموال استغلالاً فعالاً، لذا فإن المؤسسة الناشطة في مجال التنمية تضع أمامها هدفاً استراتيجياً وهو تطوير كفاءات رأس المال البشري، فهناك فئة معينة منهم تمتلك الكفاءات المذكورة بشكل يفوق الآخرين، وهؤلاء يمثلون رأس المال الفكري، والذي تتعكس إمكانياتهم في كم ونوع مناسب من حالات الإبداع المختلفة في المؤسسة.  
**الكلمات المفتاحية:** رأس المال الفكري، الإبداع، المؤسسات الاقتصادية.

**Abstract:**

Human capital is the key of strategic management, which determines the development, and if there is a gap between human capital and other types of capitals, here is necessary to pay more attention on human factor through education, training and work experience which leads to the creation of intellectual capital. Human capital increases employees' capabilities of discovering and exploiting business opportunities as well as human capital helps employees to identify and acquire other useful beneficial resources such as physical and financial capital and this contributes to the innovation of the organization. Therefore owners with higher human capital should be more efficient in running their business than owners with lower human capital.

**Keywords :** Intellectual capital, Innovation, Algerian companies.

\* أستاذة مساعدة، مخبر دراسات اقتصادية حول المناطق الصناعية في ظل الدور الجديد للجامعات، جامعة برج بوعرييج (LEZINRU).

لدراسة الموضوع انطلقنا من الإشكالية المتمحورة حول التساؤل الجوهري

الآتي:

كيف يؤثر رأس المال الفكري بأبعاده الخمس على القدرات الإبداعية في

المؤسسة الاقتصادية الجزائرية؟

الجانب النظري:

أولاً: أساسيات حول رأس المال الفكري

1 -تعريف رأس المال الفكري: إنه عصر رأس المال الفكري الذي أطلق من طرف معلم الإدارة Peter Drucker في وصفه للمجتمع الرأسمالي ، ويعتقد Stewart أن Ralph Stayer مدير شركة John Sonville للأطعمة أول من أطلق عبارة رأس المال الفكري وذلك في عام 1990 حيث قال: "في السابق كانت المصادر الطبيعية أهم مكونات الثروة القومية وأهم أصول الشركة، بعد ذلك أصبح رأس المال المتمثل في النقود والأصول الثابتة، أما الآن فقد جاء رأس المال الفكري الذي يعد أهم مكونات الثروة القوميّة وأعلى عناصر الإنتاج. فرأس المال الفكري فئة من البشر تمتلك الخبرة والمعرفة والقدرة الإبداعية والمواهب الفطرية التي تمكنها من دفع عجلة التقدم على المستوى القومي، وأن رأس المال الحقيقي الذي تمتلكه الشركة هو رأس المال الفكري وما تتميز به أمة عن أخرى هو القدر الذي تستطيع به تحويل رأس المال الفكري إلى قيمة من الاختراعات والابتكارات في شتى المجالات.

يعرّف Stewart رأس المال الفكري في كتابه المشهور of organisation

intellectual capital; new health (رأس المال الفكري): الثروة الجديدة للمنظمات) سنة 1997 على أنه "مادة فكرية، معرفة ، معلومات ، ملكية فكرية والخبرة التي يمكن استعمالها لخلق الثروة". "فهو رأس المال الحقيقي للمنظمة ويتمثل في المعرفة المفيدة التي يمكن توظيفها داخل المنظمة" [17, P129]. هذا وقد اعتبر Edvinsson & Malone رأس المال الفكري ذاك الاختلاف بين ميزانية الشركة وقيمتها السوقية والتي تسمى بالأصول غير المباشرة أو غير اللموسة وتشمل المعرفة التنظيمية، ولاء المستهلك، قدرة الشركة على الإبداع، جلب منتجات جديدة

للسوق، مهارات الموظفين، براءات الاختراع، العلامات التجارية وعدد من العوامل الأخرى" [14 , P115].

إذن رأس المال الفكري هو الجزء المهم من أصول المنظمة فمثلا: في شركة Microsoft تصل قيمة الأصول غير الملموسة إلى 80% من مجموع أصول الشركة ككل، بالتالي فإن:

✎ رأس المال الفكري هو مصدر لتحقيق التميز؛

✎ رأس المال الفكري جزء من الموارد البشرية في المنظمة؛

✎ رأس المال الفكري يمثل قدرة عقلية ذات مستوى معرفي عالٍ تمتلكها مجموعة محددة من العاملين؛

✎ رأس المال الفكري موجودات غير ملموسة تؤثر في الموجودات المادية للمنظمة؛

✎ رأس المال الفكري يمثل الفرق بين القيمة الدفترية للمنظمة والقيمة السوقية لها.

2- خصائص رأس المال الفكري: يمكن إجمال خصائص رأس المال الفكري على النحو الآتي: [11، ص 23]

- الخصائص التنظيمية organizational وترتبط بالبيئة المؤسسية التي تتضمن:

✎ تواجد رأس المال الفكري في جميع المستويات الإدارية؛

✎ المرونة التي تساعد على التجديد المستمر من خلال الأفراد؛

✎ احتواء التنظيم للعلاقات غير الرسمية؛

✎ البعد عن المركزية الإدارية.

- الخصائص المهنية professional: وترتبط بممارسة العناصر البشرية داخل المنظمة والتي تتضمن:

- ✎ امتلاك العديد من المهارات المهنية النادرة والخبرات المتراكمة بحيث يكون من الصعب استبدالهم؛
- ✎ التمتع بدرجة تعلم تنظمي عالية؛
- ✎ التدريب الإثرائي.

### - الخصائص الشخصية والسلوكية Personal and Behavioral : ترتبط

بالعنصر البشري وبنائه الذاتي، وتتضمن:

- ✎ الميل إلى تحمل المخاطرة، والإقدام على الأعمال والأنشطة المجهولة
- ✎ وحب العمل في ظل حالات عدم التأكد؛
- ✎ الاستفادة من خبرات الآخرين؛
- ✎ المبادرة بتقديم أفكار ومقترحات بناءة؛
- ✎ الحسم وعدم التردد في إصدار القرارات؛
- ✎ القدرة على التخمين وحسن البصيرة؛
- ✎ الاستقلالية في الفكر والعمل؛
- ✎ المثابرة في العمل، والثقة العالية بالذات.

### 3- مكونات رأس المال الفكري: يتكون رأس المال الفكري من أصول غير مادية تتمثل في:

- أصل بشري: وهو المعرفة، المهارات، الإبداع، والخبرة التي بحوزة الفرد في المنظمة. يتكون رأس المال البشري بدوره من مزيج المهارات والقدرات والمعرفة بالإضافة إلى الخبرة السابقة.

- أصل فكري: تتولد الأصول الفكرية من الأصول البشرية عن طريق انتقال المعلومات، المعرفة، الأفكار والبيانات إلى تسجيل كتابي في مذكرات وإرشادات مكتوبة ومنشورات، وتصبح محددة ومعروفة بوضوح، عندئذ تتعامل المنظمة مع هذه الأصول الفكرية، بدلاً من التعامل مع الأفراد. ومن أمثلة هذه الأصول الفكرية: برامج الإعلام الآلي، الخطط والتصميمات الهندسية.

- الملكية الفكرية: تتمثل في براءات الاختراع، وحقوق الطبع والعلامات التجارية. والملكية الفكرية هي كل ما يمكن حمايته قانونيا. وتعمل المنظمات الرائدة في مجال الصناعة على امتلاك المزيد من الملكية الفكرية، لتحقيق ميزة تنافسية تمكنها من مواجهة المنافسة الشديدة للأسواق. وتحاول المنظمات تنمية محفظة من الملكيات الفكرية بها، وتسويقها بناء على التخطيط المسبق لكيفية إدارتها واستغلالها.

-الأصول الهيكلية: تشمل الثقافة، النماذج التنظيمية، العمليات، الإجراءات وقنوات التوزيع.

رأس المال العلاقات: وهو يعكس طبيعة العلاقات التي تربط المنظمة بعملائها ومورديها ومنافسيها، أو أي طرف آخر يساعد في تطوير وتحويل الفكرة إلى منتج أو خدمة، وفي كثير من الأحيان تقيد المنظمة من اختياراتها وقدرتها على زيادة القيمة من خلال النظر إلى الصورة الكلية كوعاء أكبر من الأصول والذي يمكن أن تشارك ويعاد تشغيلها في مشروعات جديدة.

4- نماذج إدارة رأس المال الفكري: أشار Green في 1998 إلى أن إدارة رأس المال الفكري مهمة في غاية الصعوبة، لأن معظم الموجودات الفكرية لا تفضل الإدارة والسيطرة بل تلجأ في كثير من الأحيان إلى المقاومة. [15, P14]

وهناك عدد من النماذج التي قدمت بخصوص إدارة رأس المال الفكري نقدم منها:

▪ نموذج (Stewart, 1997) قدم نموذجه وفقا للآتي: [17, p145]

لعمل على الاستفادة من الأفكار التي يقدمونها لمصلحة المنظمة، وذلك من خلال العلاقة الحسنة مع العاملين لديها والزبائن؛

لعمل على توفير الموارد التي يحتاجونها ومساعدتهم على بناء شبكة علاقات داخلية وتعزيز فرص العمل وتدعيمها؛

لإشاعة أجواء الابتكار والحرية والعفوية في طرائق الأفكار بعيدا عن القيود التي تقسد الإبداع وتقتل الطموح؛

لإحتفاظ بنظام معلومات كفاء وقاعدة بيانات ممتازة.

- **نموذج (Daniel, 1997)** وقد أشار في نموذجه إلى خمس خطوات هي:
  - البدء بالاستراتيجية وذلك من خلال تأطير دور المعرفة في العمل، وبيان أثر الاستثمارات الفكرية في تطوير المنتجات؛
  - تقييم استراتيجيات المنافسين وما لديهم من موجودات فكرية، أي معرفة البيئة التنافسية التي تحتوي رأس المال الفكري؛
  - فتح ملف خاص بالموجودات الفكرية، ماذا تملك؟ وماذا تستخدم؟ وإلى أين تعود؟؛
  - تقييم موجوداتك الفكرية وكلفتها وماذا تحتاج لتعظيم قيمتها؟؛
  - تجميع ملف المعرفة وتكرار العملية وتصنيف الموجودات الفكرية حسب قيمتها وأهميتها.
- **نموذج (Leonard and Straus, 1999)**: وقد قدم نموذجهم وفق الآتي:
  - تعزيز قابليات حل المشكلات المهنية عن طريق كسب المعرفة في النظم، وبرمجيات الحاسوب؛
  - التغلب على مقاومة المحترفين للمشاركة بالمعلومات، لأن المشاركة على درجة كبيرة من الأهمية، ولأن الموجودات المالية تزداد قيمتها باستعمالها؛
  - تحويل التنظيم نحو الموجودات الفكرية إذ أن معظم المنظمات المعاصرة ينصب اهتمامها على تعزيز عوائد استثماراتها من الموجودات الفكرية؛
  - إعادة تنظيم المنظمات وفق هياكل تسمح بإدارة رأسمالها الفكري بمرونة عالية؛
  - تكوين شبكات فردية، أي ما يسمى أنسجة العنكبوت، وذلك من خلال جمع الأفراد معا لحل مشكلة معينة ثم حل المجموعة بانتهاء المهمة، وتمتاز هذه التفاعلات بقوة كبيرة.
- **نموذج (Ghen, 2004)** وآخرون : وقد قسم هذا النموذج إلى أربعة عناصر تعمل بصورة مجتمعة هي:
  - رأس المال البشري (قدرات، إبداعات، اتجاهات العاملين)؛
  - رأس المال الزبائني (القدرة التسويقية، كثافة السوق، ولاء الزبون)؛

✍ رأس المال الابتكاري (انجازات الابتكارات، آلية الابتكار، ثقافة الأفكار)؛  
✍ رأس المال الهيكلي (الثقافة العامة، الهيكل التنظيمي، التعلم التنظيمي، العمليات، نظام المعلومات).

▪ نموذج (Limand Dallimore, 2004) يعتمد هذا النموذج على مدخلين الأول مدخل الإدارة الاستراتيجية، وخطة الإدارة أو الأعمال والمعتمد على رأس المال البشري ورأس المال العام، ورأس مال الأعمال ورأس المال الوظيفي، والثاني مدخل التسويق الاستراتيجي، خطة التسويق والعلاقات والمعتمد على رأس المال الزبوني ورأس المال التجهيزي ورأس المال التحالفات ورأس المال المستثمر.

وقد ذكر Druker في معرض حديثه عن إدارة رأس المال الفكري نقطتين على درجة كبيرة من الأهمية: [13, P60]

✍ وصول إنتاجية رأس المال إلى أعلى مستوى يتطلب البدء بتغيير وجهات نظرهم بقضية مشاركة الآخرين لمعرفتهم وحثهم على تبادل المعرفة؛  
✍ تغيير وجهات نظر منظماتهم بالشكل الذي يجعل الموجودات الفكرية أثمن ما تمتلكه المنظمة من موجودات، والتخلي عن الهياكل التنظيمية التقليدية.

### ثانيا: الإطار العام للإبداع:

1 - مفهوم الإبداع: تتعدد مفاهيم الإبداع وتختلف وجهات النظر حول تحديد تعريفه وماهيته، لكن هذا الاختلاف لا يعد تناقضا في مفهومه، بل الإبداع نشاط إنساني متعدد الجوانب، لكن تعدد المجالات التي انتشر فيها مفهوم الإبداع واختلاف المنطلقات النظرية لموضوعه أدى إلى تعدد وتنوع اجتهادات واهتمامات الباحثين التي ساهمت في هذا الاختلاف.

من الناحية اللغوية يشير مصطلح الإبداع إلى التجديد إذ يعتمد بشكل أساسي على المبادرة، فانطلاقا من أفكار ومعارف يتم تكوين أشياء جديدة ومبتكرة لم تكن سابقا. ويعتبر قاموس Oxford الإبداع بأنه: "تقديم أفكار أو أساليب أو

طرق جديدة "، أما قاموس الأعمال فيعتبره: " عمل قائم على تقديم فكرة، أسلوب، منتج، خدمة...جديدة" .

أما من الناحية العلمية فكما ذكرنا هناك وجهات نظر مختلفة حول مفهوم الإبداع لكننا سنركز على المفاهيم التي تنتظر للإبداع من كونه عملية وإلى التي تركز على خصائص الإنتاج الإبداعي باعتبارها هي التي تهم المؤسسة أكثر . بالنسبة للتعريف التي تنتظر إلى الإبداع من كونه عملية نستعرض التعريف التالية:

عرّف Robbins الإبداع على أنه: " العملية التي تؤدي إلى إنشاء فكرة وإخراجها من خلال منتج أو خدمة مفيدة أو طرق من العمليات". [06، ص66] وعرّف Manuel d'Oslo الإبداع على أنه: "العملية التي تمكن من تحويل فكرة إلى منتج أو خدمة جديدة أو تم تحسينها وتكون قابلة للبيع، وتشمل كل الأنشطة العملية، التقنية، التجارية والمالية الضرورية من أجل السير نحو النجاح في تسويق المنتج أو الخدمة الجديدة " [6 , P 19]

وعرّفه باحثون آخرون على أنه: " العملية التي يتميز بها الفرد عندما يواجه مواقف ينفعل لها ويعيشها بعمق ثم يستجيب لها بما يتفق وذاته، فتجيب استجابته مختلفة عن استجابات الآخرين وتكون منفردة وتتضمن هذه العملية منتجات أو خدمات أو تقنيات عمل جديدة، أو أدوات وعمليات إدارية جديدة، كما تشمل الفكر القيادي المتمثل في طرح أفكار جديدة"

أما بالنسبة للتعريف التي تركز على الإنتاج الإبداعي نستعرض التعريف التالية:

عرّف Rochka الإبداع على أنه: "الوحدة المتكاملة لمجموعة العوامل الذاتية والموضوعية التي تقود الفرد بالمؤسسة إلى تحقيق إنتاج جديد وأصيل ذو قيمة للفرد أو الجماعة" [09، ص47]

وعرّف Mackinon الإبداع على أنه: " تصرف يتصف بالجدية والملائمة



وإمكانية التطوير " [09، ص47].

ويمكن أن نستخلص مما سبق بأن الإبداع:  
❖ عملية تبني واستخدام أفكار وأساليب جديدة قابلة للتطبيق؛  
❖ تسهم في تحقيق أهداف المؤسسة؛  
❖ منح المؤسسة الاقتدار المميز لمواجهة المنافسين.

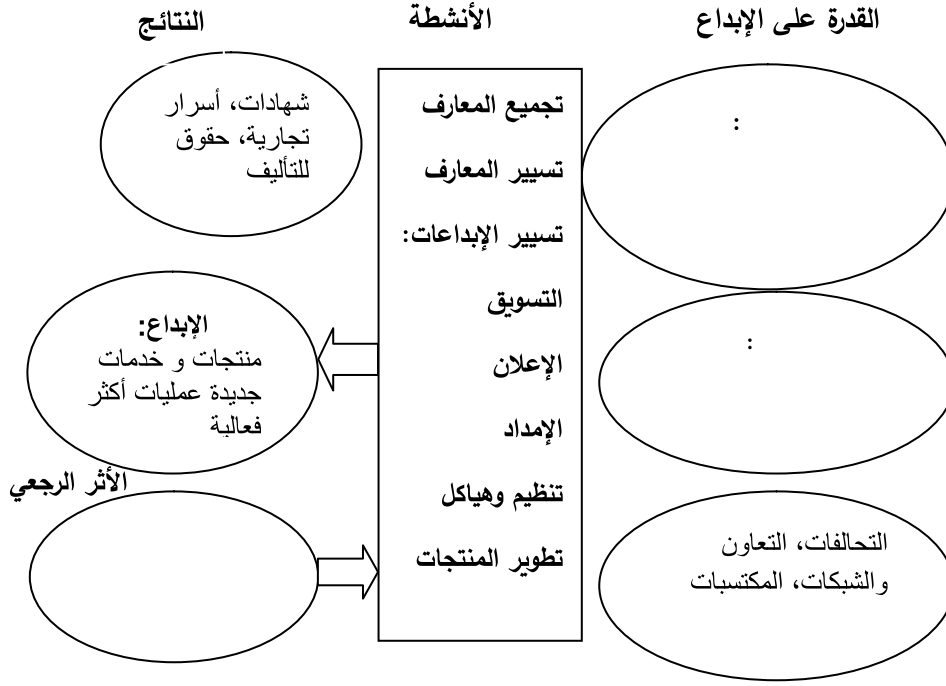
وبصفة عامة يمكننا تعريف الإبداع على أنه: العملية التي من خلالها يتم إنشاء وقبول وتطبيق للجديد من الأفكار، العمليات، المنتجات والخدمات التي تكون جديدة على المؤسسة ومحيطها، وتساهم في إكسابها ميزة تنافسية.

وتجدر الإشارة إلى أنه عند تناول مفهوم الإبداع لابد من الإشارة إلى بعض المفردات ذات الصلة به كالابتكار والاختراع، فعند التمييز بين الابتكار والإبداع، الابتكار عرف بوصفه القابلية على إنشاء الأفكار وإيجاد شيء جديد على المؤسسة إلا أنه لا يعرف مدى نجاحه العملي، أما الإبداع فهو العملية التي من خلالها يكون الشيء الذي تم التوصل إليه ناجحا عمليا لدى المؤسسة. أما بالنسبة لعلاقة الإبداع بالاختراع، الإبداع يعد اختراعا في مرحلة التطبيق أي أن الاختراع يسبق الإبداع ويتوقف عند مستوى الفكر، أما الإبداع فيشمل تطبيق الفكرة.

ونشير إلى أن عملية الإبداع معقدة، والشكل الآتي يبين تعقد هذه العملية وتعدد أبعادها، فهذه الأبعاد تنطلق من القدرة على الإبداع إلى غاية الأثر الرجعي الذي تحدثه عملية الإبداع، والقدرة على الإبداع تتضمن كل العناصر التي تشجع على بروز منتجات، خدمات أو عمليات جديدة أو محسنة (مدخلات)، وتأتي بعدها كل الأنشطة التي تساهم في تحقق الإبداع (معالجة)، لنحصل في النهاية إما على شهادات أو أسرار تجارية أو حقوق للتأليف والتي تمثل منتجات، خدمات أو عمليات جديدة أو محسنة والتي تمثل الإبداع النهائي (مخرجات)، بيع هذه المنتجات، الخدمات أو العمليات سيكون له اثر ملموس على التوظيف، الجودة،

التصدير، المهارات... إلخ.

الشكل رقم (01): تمثيل بياني لعملية الإبداع



Source : [18,p]

2 - أهمية الإبداع: يمكن تلخيص العناصر التي تبرز أهمية الإبداع بالنسبة للمؤسسة في النقاط التالية:

❖ الإبداع هو أحد وسائل بناء ونمو المؤسسات وكذلك مواجهة مشكلات وتحديات المستقبل والاستجابة لمنافسة المؤسسات الأخرى.

❖ الإبداع ينشط ويعزز أداء المؤسسة بشكل عام بما يضمن لها النجاح وقيادة السوق.

❖ يكشف عن طرق جديدة تسهم في تخفيض التكاليف الإجمالية لأنشطة المؤسسة.

❖ تطوير إنتاج سلع وخدمات جديدة بما يلبي حاجة المستهلكين.

لـ تحقق الأفكار الإبداعية التي يتقدم بها العاملون في المؤسسة بما يحقق فوائد ومنافع للمبدعين أنفسهم من خلال المكافآت التي يحصلون عليها من المؤسسات المستفيدة من أفكارهم الإبداعية.

3 - أنواع الإبداع: للإبداع تصنيفات متعددة تختلف باختلاف وجهات نظر الكتاب والباحثين، لكننا سنركز على الأصناف المرتبطة بسلوك المؤسسة في اعتمادها على الأفعال والأساليب والعمليات الجديدة في أداء الأنشطة.

▪ حيث صنف Antong Hodge & الإبداع إلى ثلاثة تصنيفات:

- الإبداع التكنولوجي: ويتعلق باستخدام أو ابتكار أداة أو تقنية أو وسيلة أو نظام إنتاجي أو عملية جديدة.

- الإبداع الإداري: ويشير إلى التغييرات في هيكل المؤسسة أو أنشطتها.

- الإبداع المساعد: ويشمل الخدمات أو المنتجات المقدمة من المؤسسة والتي تذهب إلى ما وراء الوظائف التقليدية.

▪ وقد صنف Musser الإبداع إلى نوعين هما: [06، ص67]

- إبداع المنتج: ويعني تقديم منتج جديد ليحل محل منتج معن بهدف إشباع حاجة قائمة أو كامنة في السوق حيث يضم هذا الإبداع نوعين:

لـ تقديم منتج جديد: أي تقديم منتج جديد لم يتم تسويقه وبيعه في السوق من قبل.

لـ تحسين منتج حالي: أي تغيير بعض خصائص المنتج الحالي لزيادة بقاءه وتحسين أدائه.

- إبداع عملية: وتعني استحداث عناصر جديدة أو تقديم معالجة وتحديد أفضل الطرق للقيام أو لعمل الأشياء وهو على نوعين:

لـ تصميم عملية إنتاجية: بطريقة تؤدي إلى تحسين نوعية الإنتاج وكميته.

لـ تحسين عملية إنتاجية حالية: تتمثل في إحداث تغييرات تختلف في درجة شموليتها في عمليات الإنتاج.

- كما صنف Partis وآخرون الإبداع إلى أربعة أنواع تتمثل في: [12, p07]
  - إبداع المنتج: ويتعلق بتصميم سلعة ( عتاد، تجهيز، مواد أولية، منتجات) أو خدمة جديدة أو محسنة على المستوى التكنولوجي.
  - إبداع العملية: ويتعلق بخط العملية الإنتاجية أو توزيع السلع أو الخدمات.
  - الإبداع التنظيمي: ويعنى بالتغيرات التنظيمية في إنتاج السلع والخدمات، ويتعلق كذلك بالسلوكيات الإبداعية.
  - إبداع السوق : ويتعلق باختراق أسواق جديدة، بالإضافة إلى التعديل في علاقات المؤسسة مع محيطها(موردين، زبائن، منافسين، سلطات عمومية، مستثمرين).

### ثالثا: أهمية وأبعاد رأس المال الفكري في الإبداع والتفوق المؤسسي:

من أجل الوصول إلى مؤسسات ناجحة وضمن بقائها واستدامتها لا بد ألا تقف عند حد الكفاءة الإنتاجية بل يجب أن تبحث عن عنصر الإبداع المتجدد في تقديم خدمات متميزة وكفوة للزبائن. لذلك يعتبر رأس المال الفكري عنصر هام للإبداع الذي يجب توفره لدى المؤسسات للوصول إلى التفوق المؤسسي، هنا يمكن أن نبين أن المقصود بالإبداع هو إيجاد طرق وأساليب جديدة في التفكير والتعلم تعبر على نحو أساسي عمليات المؤسسة ومخرجاتها. فاعتماد المؤسسات على عنصر الإبداع يؤثر بشكل جد ايجابي على

مستوى نشاط المؤسسة وحياتها واستمراريتها خاصة وأنها تتشط في عصر كثرت واختلقت فيه الابداعات بمختلف أنواعها، إذ للوصول إلى التفوق في عصر كهذا لا بد على كل مؤسسة أن تكون مبدعة في كيفية تنشيط واستقطاب رأس المال الفكري المتميز بالقدرات الابداعية ولتحقيق ذلك لا بد من العمل بما يلي: [01]، ص[09]

لـ تفاعل كل من عنصر الخبرة المعرفية، الفكرية، المهارات، التفكير الخلاق، الدوافع الخارجية والداخلية للمؤسسات.

✎ استثارة التفكير الإبداعي في كل مستويات المؤسسة.  
✎ التجديد والأصالة لعنصر رأس المال الفكري في عقول الموظفين  
والعاملين داخل المؤسسات.

لذلك يعتبر رأس المال الفكري أساس الإبداع في المؤسسات وعلى مختلف المستويات. وهذا لأن مختلف الإبداعات المؤسسية تبدأ بأفكار خلاقة، وعملية بناء قاعدة فكرية تمثل التزاما كبيرا للإدارات العليا في المؤسسات فهي تتطلب منها وقتا وجهدا وموارد مالية ومادية بل قد يتعدى الأمر إلى قيامها بإعادة تنظيم وهندسة مختلف الأنشطة والعمليات، لذا يظهر جليا للباحثين أن الاستثمار في الأصول الفكرية يظهر من خلال:

✎ تنمية القدرات الإبداعية وتحسين الإنتاجية للمؤسسات وزيادة ربحيتها.  
✎ تحسين العلاقات مع العملاء والموردين من خلال تقديم خدمات  
ومنتجات متميزة.

#### الجانب العملي:

أولاً: وصف العينة: من خلال الجدول (01) نلاحظ ما يلي:

- العمر: تبين النتائج الموضحة في الجدول تقارب بين نسب الفئتين العمريتين (20-30) و(31-40) مثلث على الترتيب 36.66% و 33.33% أما الفئتين (41-50) والفئة أكثر من 50 سنة فمثلتا على الترتيب 16.66% و 13.33%.
- التحصيل العلمي: نلاحظ من معطيات الجدول (01) أن غالبية العينة متحصليين على شهادة ليسانس بنسبة 63.33% تليها فئة المتحصليين على شهادات أقل من اللسانس بنسبة 33.33%، أما الفئة المتحصلة على شهادات أعلى من الليسانس فلم تمثل سوى 3.33% .

- الخبرة المهنية: كانت الفئة التي تراوحت خبرتها المهنية بين (1-5) سنوات في الصدارة بنسبة 43.33% تليها الفئة التي تراوحت خبرتها المهنية بين 6-10

سنوات في المرتبة الثانية بنسبة 33.33% لتأتي بعدها الفئة التي فاقت خبرتها المهنية 15 سنة بنسبة 16.66% أما الفئة التي تراوحت خبرتها المهنية بين 11-15 سنة فكانت نسبتها ضعيفة بنسبة 6.66%.

الجدول رقم (01): توزيع أفراد العينة حسب ( العمر، التحصيل العلمي، الخبرة المهنية في المؤسسات)

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة(%)
العمر	30-20	11	36.66
	40-31	10	33.33
	50-41	5	16.66
	أكثر من 50 سنة	4	13.33
التحصيل العلمي	أقل من ليسانس	10	33.33
	ليسانس	19	63.33
	أكثر من ليسانس	01	3.33
الخبرة المهنية	5-1	13	43.33
	10-6	10	33.33
	15-11	2	6.66
	أكثر من 15 سنة	5	16.66

ثانيا: تحليل النتائج:

- 1- استقطاب رأس المال الفكري: يتضح من الجدول (02) أن الإجابة بموافق كانت في المرتبة الأولى على مختلف الفقرات الخاصة باستقطاب رأس المال الفكري مما يدل على أن مؤسسات العينة تولي اهتمام خاص بعملية الاستقطاب. نظرا لامتياز المؤسسات الاقتصادية الجزائرية بالمنافسة فهي بحاجة ماسة إلى استقطاب رأس المال الفكري الذي يتميز بالإبداع، وتحسين طرق العمل، وكذا المهارات والخبرات الكافية في مختلف المجالات.

**الجدول رقم (02): إجابات أفراد العينة عن استقطاب رأس المال الفكري**

النسب %			التكرار			
لا أوافق	محايد	موافق	لا أوافق	محايد	موافق	
30	6.66	63.33	9	2	19	- الفقرة .....
26	07	67	8	2	20	- الفقرة .....
0.33	0.33	0.33	10	10	10	- الفقرة .....

2 - صناعة رأس المال الفكري: تشير معطيات الجدول رقم (03) إلى أن أغلبية أفراد العينة موافقون على العنصر الأول والثالث المتعلقين بصناعة رأس المال الفكري بنسبة 56.66% و 73.33% على التوالي مما يدل على أن مؤسسات العينة المستقصات لها اهتمام خاص بالأفكار واقتراحات العمال والزبائن كما تدرج ذلك ضمن التحسينات التي تقدم عليها داخل المؤسسة، أما العنصر الثاني فنسبة الموافقة عليه كانت ضعيفة بنسبة 30% وهذا يدل على أن إمكانيات المؤسسات من التقنيات الحديثة لا يزال ضعيف.

**الجدول رقم (03): اجابات أفراد العينة على مدى اهتمام المؤسسات بصناعة رأس المال الفكري**

النسب %			التكرار			
لا أوافق	محايد	موافق	لا أوافق	محايد	موافق	
30	13.33	56.66	9	4	17	- الفقرة .....
40	30	30	12	9	9	- الفقرة .....
13.33	13.33	73.33	4	4	22	- الفقرة .....

3 - تنشيط رأس المال الفكري: حسب المعطيات الواردة في الجدول رقم (04) فإن أغلبية أفراد العينة غير موافقون على العناصر أو الفقرات التي تضمنها بعد تنشيط رأس المال الفكري، وهذا دليل على أن المؤسسات المستقصات لا تولي الاهتمام اللازم بتشجيع روح الإبداع والابتكار لدى الأفراد

العاملين بها، ولا تدمجهم في الحلقات النقاشية للاستفادة من امكانياتهم وقدراتهم الفكرية، وهذا ما أدى بالمؤسسات الاقتصادية الجزائرية إلى استرداد المعرفة والابتكارات الجديدة مهمة بذلك ما لديها من امكانيات بشرية فكرية التي قد توفر لها الملايين من الدولارات التي تنفقها في شراء التقنية والتكنولوجيا الحديثة.

**الجدول رقم (04): اجابات أفراد العينة على مدى تنشيط رأس المال الفكري في**

**المؤسسات**

	النسب %			التكرار		
	لا أوافق	محايد	موافق	لا أوافق	محايد	موافق
- الفقرة .....	60	6.66	33.33	18	2	10
- الفقرة .....	43.33	20	36.66	13	6	11
- الفقرة .....	33.33	26.66	40	10	8	12

**4 - المحافظة على رأس المال الفكري:** نلاحظ من خلال معطيات الجدول رقم(05) أن معظم إجابات أفراد العينة حول مدى محافظة المؤسسات على رأسمالها الفكري كانت متقاربة نوعا ما بين الموافقين والغير موافقين ولكنها ضعيفة مقارنة بأهمية هذا البعد، مما يستدعي من هذه المؤسسات بذل مجهود أكبر للمحافظة على رأس مالها الفكري وصيانة مواردها البشرية من التآكل ومراعاة رغبات موظفيها وقدراتهم على الأداء.

**الجدول رقم(05): اجابات أفراد العينة على مدى محافظة المؤسسات على**

**رأس مالها الفكري**

	النسب %			التكرار		
	لا أوافق	محايد	موافق	لا أوافق	محايد	موافق
- الفقرة .....	23.33	36.66	40	7	11	12
- الفقرة .....	43.33	13.33	43.33	13	4	13
- الفقرة .....	36.66	20	43.33	11	6	13



**5 - رأس المال الزبائني:** يتضح من خلال نتائج الجدول رقم (06) أن أغلبية أفراد العينة موافقون على أن مؤسسات العينة تولي اهتمام خاص بزبائنها وهذا ما تشير إليه النسب المتحصل عليها والتي تتراوح بين 63.33% و 83.33% للعناصر الثلاثة الخاصة برأس المال الزبائني، بالرغم من ذلك يجب على هذه المؤسسات الاهتمام أكثر بالزبائن وعدم الاكتفاء بهذه النتائج نظرا للمكانة الكبيرة التي يحتلها الزبائن في استمرار نشاط المؤسسة.

**الجدول رقم (06): اجابات أفراد العينة حول رأس المال الزبائني**

النسب %			التكرار			
لا أوافق	محايد	موافق	لا أوافق	محايد	موافق	
13.33	23.33	63.33	4	7	19	- الفقرة .....
16.66	20	63.33	5	6	19	- الفقرة .....
16.66	0	83.33	5	0	25	- الفقرة .....

**6 - القدرات الابداعية:** يتضح من خلال الجدول رقم (07) أن اجابات أفراد العينة حول القدرات الابداعية للموظفين بالمؤسسات كانت إيجابية (موافق) بنسب تراوحت بين 80% و 96.66%. ما يشير إلى أن القدرات والامكانيات الابداعية لدى الموظفين متوفرة ما على المؤسسات سوى استغلالها استغلال أمثل مما سيؤدي إلى الاعتماد على الكفاءات المحلية والداخلية للمؤسسات وهذا سيساعد بالتأكيد المؤسسات الجزائرية على التقليل من المصارف على الابداعات التي تستوردها دوريا من أجل مواكبة العصر التكنولوجي المتجدد والمتطور بصفة دائمة.

#### الاستنتاجات:

تبرز الأهمية التي يكتسبها رأس المال الفكري على مستوى المؤسسة الاقتصادية من خلال التعريفات والتصنيفات التي حضي بها هذا المصطلح والتي تنصب مجملها حول أهمية كل فرد في المؤسسة دون تفضيل.

❖ الركيزة الأساسية لرأس المال البشري هي الفئة المتميزة القادرة على الإبداع لتحقيق الميزة التنافسية مما يبرز الترابط بين رأس المال الفكري بأبعاده الخمس والقدرات الإبداعية للأفراد.

❖ ميدانيا تبين لنا أن رأس المال الفكري ما يزال لا يحظى بالاهتمام. المناسب في المؤسسات الجزائرية بالرغم من رغبتها في التطور والاستمرارية في سوق يصعب لها تحقيق ذلك دون الاستثمار في العقل البشري.

❖ نظرا لامتياز المؤسسات الاقتصادية الجزائرية بالمنافسة فهي بحاجة ماسة إلى استقطاب رأس المال الفكري الذي يتميز بالإبداع، وتحسين طرق العمل، وكذا المهارات والخبرات الكافية في مختلف المجالات.

❖ المؤسسات الجزائرية لا تولي الاهتمام اللازم بتشجيع روح الإبداع والابتكار لدى الأفراد العاملين بها، ولا تدمجهم في الحلقات النقاشية للاستفادة من إمكانياتهم وقدراتهم الفكرية، وهذا ما أدى بالمؤسسات الاقتصادية الجزائرية إلى استرداد المعرفة والابتكارات الجديدة مهملة بذلك ما لديها من إمكانيات بشرية فكرية التي قد توفر لها الملايين من الدولارات التي تتفوقها في اقتناء التقنية والتكنولوجيا الحديثة.

❖ الكثير من المؤسسات الاقتصادية بالجزائر تعتمد في أنشطتها على الأفكار الجديدة المستوردة، غير مدركة لأهمية القدرات الإبداعية لمواردها البشرية، ذلك لعدم تجسيد ثقافة الإبداع وكيفية استغلالها داخل المؤسسة.

#### التوصيات:

❖ يستدعي من المؤسسات الجزائرية بذل مجهود أكبر للمحافظة على رأس مالها الفكري وصيانة مواردها البشرية من التقادم ومراعاة رغبات موظفيها وقدراتهم على الأداء.

❖ على هذه المؤسسات الاهتمام أكثر بالزبائن وعدم الاكتفاء بهذه النتائج نظرا للمكانة الكبيرة التي يحتلها الزبون في استمرار نشاط المؤسسة.

على المؤسسات الجزائرية استغلال القدرات الإبداعية لموظفيها استغلال أمثل مما سيؤدي إلى الاعتماد على الكفاءات المحلية والداخلية للمؤسسات وهذا سيساعد بالتأكيد المؤسسات الجزائرية على التقليل من المصارف على الإبداعات التي تستوردها دوريا من أجل مواكبة العصر التكنولوجي المتجدد والمتطور بصفة دائمة، وإعطاء الفرصة للشباب الجزائريين الفرصة للإبداع واستغلال امكانياتهم الفكرية.

### قائمة المراجع:

1. أوسرير منور، بوذريع صليحة، رأس المال الفكري وأثره على الإبداع والتفوق المؤسسي في ظل امتلاك ميزة تنافسية مستدامة، الملتقى الدولي الخامس حول رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في ظل الاقتصاديات الحديثة يومي 13-14 ديسمبر 2011 جامعة الشلف، الجزائر، 2011.
2. أيمن عادل عبد الفتاح، دور رأس المال الفكري في دعم المزايا التنافسية المستدامة في ضوء إدارة المعرفة ، من بحوث مؤتمر تطوير رأس المال البشري، وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية، قطاع التخطيط والتطوير، الكويت 18-20 جانفي.
3. بومدين بروال، دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق متطلبات المسؤولية الاجتماعية والبيئية للمؤسسات ، الملتقى الدولي حول، الإبداع والتغيير التنظيمي في المنظمات الحديثة دراسة وتحليل تجارب وطنية ودولية، 18 و 19 ماي 2011، جامعة سعد دحلب-البليدة-، الجزائر، 2011.
4. الجلالي بن عبو، سارة بوقري، تأثير رأس المال الفكري على أداء أعمال المؤسسات دراسة ميدانية في المؤسسات الجزائرية ، الملتقى الدولي الثاني حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، الطبعة الثانية، 22-23 نوفمبر 2011 جامعة ورقلة، الجزائر .
5. راوية حسن، مدخل استراتيجي لتخطيط وتنمية الموارد البشرية ، الدار الجامعية، مصر، 2002.

6. عبد الله كاظم، أثر رأس المال الفكري في الإبداع التنظيمي ، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، كلية الإدارة والاقتصاد جامعة القادسية (السعودية)، العدد 3، 2008.
7. علي فلاح الزعبي، رأس المال الفكري مدخل استراتيجي لتطوير الكفاءات وتحقيق الأداء المتميز في منظمات الأعمال الأردنية ، يومي 13-14 ديسمبر 2011 جامعة الشلف، الجزائر، 2011.
8. عيسى دراجي، الاستثمار في رأس المال الفكري، الملتقى الدولي الخامس حول رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في ظل الاقتصاديات الحديثة، يومي 13-14 ديسمبر 2011 جامعة الشلف، الجزائر، 2011.
9. محمد بزيح حامد، القيادة التحويلية وعلاقتها بالإبداع الإداري ، مذكرة ماجستير، قسم العلوم الإدارية جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية (السعودية)، 2006.
10. محمود علي الروسان، محمود محمد العجلوني، أثر رأس المال الفكري في الابداع في المصارف الأردنية، مجلة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية المجلد 26- العدد 02، الأردن، 2010.
11. الهلالي الشربيني الهلالي، ادارة رأس المال الفكري وقياسه وتنميته كجزء من إدارة المعرفة في مؤسسات التعليم العالي ، مجلة بحوث التربية النوعية- جامعة المنصورة، العدد 22 يوليو 2011، ص 23

#### المراجع باللغة الأجنبية:

12. Cécile Patris et al, **L'innovation technologique au service du développement durable, Rapport de synthèse**, Services fédéraux des affaires scientifiques, techniques et culturelles Programme «Leviers du développement durable », Février 2001.
13. Drucker, P. F, **Knowledge-Worker Productivity: The Biggest Challenge**, California Management Review, Vol 41, No, 2 (1999).
14. Edvinsson,L. & Malone, M., **“Intellectual Capital : Realizing Your Company’s True Value by Finding Its Hidden brainpower”** Harper Collins Publishers Inc., New York,1997.
15. Green, P, **The Management of Intellectual Capital: The Issues and the Practice**, Business & Industry, (1998).

16. Laudon, K "**Management Information systems**, Prentice Hall, Inc, New York2001.
17. Stewart, T, **Intellectual Capital : The New Health of Organization**, Double Day Currency, New York.1997.
18. Direction de la recherche sur les politiques, **Une perspective sur la performance en innovation dans le secteur des transports**, Canada, 2004 (Document internet, consulté le (17/06/2014 -10:20)
- 19.MARCANDELLA Elise, **Innovation et Responsabilité sociale et environnementale : des concepts frères ?**, (Document internet).