

### عنوان المقال

## رأس المال الفكري كميزة تنافسية للمؤسسة في ظل اقتصاد المعرفة

### ملخص:

إن الاتجاه الحديث في الإنفاق و الاستثمار في البحث والتطوير وتشكيل الرأس المال الفكري في المؤسسات يهدف إلى زيادة قدرتها في تحقيق إبداع تكنولوجي عام مستند إلى معرفة واسعة وقادرة على تقديم دعم وابتكار لعدد كبير من المنتجات والخدمات التي يمكن أن تطور في ظل هذه المظلة المعرفية العامة .  
وإذا كانت الميزات التنافسية في الإطار القديم ممكن أن تستنسخ وتقلد من قبل آخرين أو تزول نتيجة وجود منافسين أقوياء، فإن الميزات التنافسية التي تستند إلى المعرفة والرأس مال الفكري يمكن أن تكون الاستثناء في هذه الحالة، كون أن المعرفة التي تستند إليها تمثل خصائص إستراتيجية للمؤسسة يصعب تقليدها من طرف المنافسين.  
الكلمات المفتاحية: الميزة التنافسية، اقتصاد المعرفة، رأس المال الفكري، الاستثمار.

### Résumé :

La tendance récente des dépenses et des investissements dans la recherche et le développement et la formation des établissements de monnaie tête intellectuelle vise à accroître sa capacité à réaliser technologie créativité dans un document à la connaissance vaste et capable de fournir un soutien et de l'innovation à un grand nombre de produits et de services qui peuvent être développés dans le cadre de ce général parapluie cognitive.

Si les avantages concurrentiels de l'ancien cadre possible de reproduire et détenus par des tiers ou disparaître en raison de la présence de concurrents puissants, les avantages concurrentiels qui sont basés sur la connaissance et du capital intellectuel pourrait être l'exception dans ce cas, le fait que les connaissances dont ils sont basés sont la stratégie propriétés de l'institution est difficile imité par les concurrents.

### مقدمة:

مع دخولنا القرن الحادي والعشرين ثمة حاجة ملحة لوجود إستراتيجيات واضحة إذ ما لم تقم الشركات بوضع رؤية واضحة بشأن كيفية التميز بصورة مختلفة وفريدة وتقدم شيئاً مختلفاً عما تقدمه الشركات المنافسة لمجموعة أخرى مختلفة من الزبائن فإن كثافة المنافسة ستمشها حية .

وفي ظل اقتصاد المعرفة أصبح رأس المال الفكري ذو المعرفة والمهارات القادرة على الإبداع يشكل الدعامة الأساسية والموارد الإستراتيجي لثروة المؤسسة وازدهارها، وأن نجاح المؤسسة في بيئة المنافسة أصبح مرهونا بقيمة هذا الأصل وإستراتيجيات إدارته، وذلك بسبب دوره الفاعل في تعزيز ميزة المؤسسة التنافسية .

و من ثم كانت الإشكالية الرئيسية التي يتمحور حولها هذا البحث هو دور رأس المال الفكري في تحقيق ميزة تنافسية للمؤسسة في ظل اقتصاد المعرفة.

### 1- مفهوم اقتصاد المعرفة :

يعرف اقتصاد المعرفة بأنه فرع جديد من فروع العلوم الاقتصادية، يقوم على فهم جديد أكثر عمقا لدور المعرفة ورأس المال البشري في تطور الاقتصاد وتقدم المجتمع<sup>1</sup>. كما يعرف بأنه نظام اقتصادي يمثل فيه العلم الكمي والنوعي عنصر الإنتاج الأساسي والقوة الرافعة الرئيسية لتكوين الثروة<sup>2</sup>.

ويعرف أيضا بأنه الاقتصاد الذي تحقق فيه المعرفة الجزء الأعظم من القيمة المضافة، ومعنى ذلك أن المعرفة تشكل مكونا أساسيا في القيمة الإنتاجية<sup>3</sup>.

من خلال هذه التعاريف يتضح أن اقتصاد المعرفة هو العلم الذي يبحث عن تحقيق أ وكيفية تحقيق الرفاه الاجتماعي، من خلال الاعتماد الكبير على عنصر المعرفة وتكنولوجيا المعلومات بشكل عام وذلك وفقا للمراحل التالية:

• المرحلة الأولى: توليد المعرفة واستثمارها، وهي تتحدد بشكل رئيسي على مجمل شبكة المعرفة التي تتغير فيها المعلومات بمعدلات سريعة ، منها شبكات مراكز البحث .

• المرحلة الثانية: هي مرحلة نشر المعرفة من خلال برامج التدريب التعليم الإعلام.....

• المرحلة الثالثة: مرحلة استخدام المعرفة استخداما أمثل وأفضل.

### 2- مفهوم رأس المال الفكري وأبعاده :

تعددت المفاهيم التي أوردها الباحثون لتحديد مفهوم رأس المال الفكري، ومن أهم هذه التعاريف : هو الأصول الغير ملموسة التي يمكن استخدامها كسلاح تنافسي من قبل المؤسسة في عملية التطوير الإبداعي والإستراتيجي، التي تعتمد على الابتكار والإبداع الذي يعد وسيلة لبقاء واستمرار المؤسسة في بيئة العمل ذات التغير المستمر<sup>4</sup>.

كما يعرف رأس المال الفكري بأنه المقدرة العقلية على توليد أفكار جديدة تتمتع بمستوى عالي من الجودة، وتمتلك القدرة على تحقيق التكامل للوصول إلى الأهداف المنشودة للمؤسسة<sup>5</sup>.

ويعرف أيضا على أنه مجموعة من الأفراد يمتلكون الخبرة والمعرفة والكفاءات والمهارات، إضافة إلى المعلومات، والتي تمكنهم من المشاركة بشكل فاعل في أداء المؤسسة التي يعملون فيها من أجل تطويرها وتحسين وضعيتها<sup>6</sup>. ولرأس المال الفكري فوائد يمكن أن تجنبها أي منظمة أو مجتمع كونه يؤدي إلى<sup>7</sup>:

- زيادة القدرة الإبداعية .
- تعزيز التنافس بالوقت من خلال تقديم المزيد من المنتجات الجديدة أو المطورة وتقليل الفترة بين كل ابتكار والذي يليه .
- خفض التكاليف وإمكان البيع بأسعار تنافسية.
- تحسين الإنتاجية .
- تعزيز القدرة التنافسية.
- كما أن رأس المال الفكري يعتبر من أكثر الموجودات قيمة في القرن الحدي والعشرين لأنه يمثل قوى علمية قادرة على التعديلات الجوهرية على كل شيء في أعمال منظماتهم فضلا عن ابتكاراتهم المتتالية. يرى Duek أن هناك ثلاث أبعاد أساسية للمعرفة وهي<sup>8</sup>:
- البعد التكنولوجي : من أمثلة هذا البعد محركات البحث ومنتجات الكيان الجماعي البرمجي وقواعد بيانات إدارة رأس المال الفكري والتكنولوجيا المتميزة، والتي تعمل جميعها على معالجة مشكلات رأس المال الفكري بصورة تكنولوجية، ولذلك فإن المنظمة تسعى إلى التميز من خلال امتلاك البعد التكنولوجي للمعرفة .
- البعد التنظيمي واللوجستي للمعرفة : هذا البعد يعبر عن كيفية الحصول على المعرفة والتحكم بها وإدارتها وتخزينها ونشرها وتعزيزها ومضاعفتها وإعادة استخدامها، ويتعلق هذا البعد بتجديد الطرائق، والإجراءات، والتسهيلات، والوسائل المساعدة، والعمليات اللازمة لرأس المال الفكري بصورة فاعلة من أجل كسب قيمة اقتصادية مجدية .
- البعد الاجتماعي : هذا البعد يركز على تقاسم المعرفة بين الأفراد وبناء جماعات من صناعات المعرفة، وتأسيس المجتمع على أساس ابتكارات صناعات المعرفة، والتقاسم والمشاركة في الخبرات الشخصية وبناء شبكات فاعلة من العلاقات بين الأفراد وتأسيس ثقافة تنظيمية داعمة.
- ويشير Grover and davenpport إلى أن لرأس المال الفكري أربع أبعاد أساسية يتعلق كل منها بالتركيز على محور محدد وهي<sup>9</sup>:
- البعد الأول : التركيز على الأفراد، يجري التركيز على تحقيق المشاركة بين الأفراد بالمعرفة المتاحة وتوسيع وبناء قدرات معرفية واسعة ومتميزة .

- البعد الثاني : التركيز على إدارة المعلومات وتكنولوجيا المعلومات، يجري هنا التركيز على المعرفة بإدارة المعلومات وتكنولوجيا المعلومات، ويجري التأكيد والتركيز على المعرفة المرتبطة بالتكنولوجيا واستخداماتها .  
- البعد الثالث : التركيز على الأصول الفكرية ورأس المال الفكري، ضمن هذا المحور يجري التركيز على استخدام المعرفة بما يؤدي إلى دعم وتعزيز القيمة الاقتصادية للمؤسسة، وضمان توفير رأس المال الفكري الذي يحقق ميزة تنافسية دائمة تكفل نجاحا طويل الأمد .

- البعد الرابع : التركيز على فاعلية المنظمة، يجري هنا التركيز على استخدام المعرفة بما يقود إلى تطوير و تحسين الفاعلية التشغيلية و الفاعلية التنظيمية.  
يعتبر رأس المال الفكري أهم الموجودات قيمة للمؤسسة في ظل اقتصاد المعرفة، و يتكون رأس المال الفكري من المكونات الأساسية التالية<sup>10</sup>:

- رأس المال البشري: و يتمثل في المعرفة التي يمتلكها و يولدها الافراد العاملون بالمؤسسة، و التي تضمنها المهارات والخبرات و الابتكارات، حيث أكد Stewart في نموذج لرأس المال الفكري أن المعرفة التي يمتلكها الأفراد في المؤسسة هي الاستثمار الحقيقي ، و تتمثل هذه المعرفة بكمية المعلومات التي يمتلكها الأفراد ودرجة ترابط وتكامل هذه المعارف لجميع الأفراد لتحقيق التحسينات المتواصلة ، لذلك تسعى المؤسسات الرائدة في مجال الأعمال إلى إقامة رأس مال فكري.

- رأس المال الهيكلي : يمثل رأس المال الهيكلي في المؤسسة الهيكل المعرفي الذي يتحدد بقدرة المؤسسة على نقل المعارف والمهارات والخبرات المملوكة من قبل العاملين إلى الواقع الفعلي ، وذلك من خلال نتائج الإبداع والابتكار والمتمثلة بالملكية الفكرية التي تنعكس في براءة الاختراع ، حق النشر والتأليف ، العلامة التجارية ، أسلوب القيادة ، التنظيم.....

- رأس المال الزبوني (الداخلي والخارجي) : يتمثل في المعرفة المتولدة قيمتها من الزبائن الراضين ذوي الولاء ، وكذلك الموردین المعول عليهم في المصادر الخارجية الأخرى للمؤسسة.

### 3- العوامل المؤثرة في تطور رأس المال الفكري:

توصلت الدراسات والبحوث على أن هناك مجموعة من العوامل التي تقف وراء تطور رأس المال الفكري ، قسمت هذه العوامل إلى<sup>12</sup> :

#### 1-3 العوامل الخارجية :

إن أية مؤسسة تمارس أعمالها وأنشطتها في إطار البيئة الخارجية وهي لا تملك السيطرة على عناصر هذه البيئة يرتبط نجاحها بقدرتها على التكيف مع هذه البيئة ، وأهم العوامل الخارجية التي تترك أثرا ملموسا في رأس المال الفكري :

- عولمة الأعمال والمنافسة الدولية والعالمية : وهذا الواقع الجديد حقق منافسة شديدة بين المؤسسات بحيث لا تستطيع البقاء إلا المؤسسات الأكثر فاعلية وهنا تبرز أهمية رأس المال الفكري .
- زيادة التطور والتعقيد في حاجات ورغبات المستهلك: مع التطورات الكبيرة التي يشهدها العالم تزداد حاجات ورغبات المستهلك وتزداد تعقيدا، وهذا يعزز من أهمية رأس المال الفكري لمواجهة هذه الحالة.
- زيادة حدة المنافسة : هناك سباق تنافسي شديد بين المنظمات في طرح المنتجات وتطويرها واستخدام أحدث التكنولوجيات ، وهذا يحتاج إلى بناء عمليات تعلم مستمرة و سريعة لبناء ميزة تنافسية قادرة على مواجهة.
- زيادة مستوى التطور والتعقيد في عمليات التوريد : يسعى الموردون إلى مجاراة عولمة الأعمال ، و لذلك فإنها تطور قدراتها و امكانياتها باستمرار و تساهم في عمليات الابتكار و الابداع لتقديم أفضل المنتجات ، وهنا يأتي دور المنظمة في إشراك الموردين في عمليات تطوير أعمالها ومنتجاتها وتحقيق المشاركة في المعرفة .

### 2-3 العوامل الداخلية:

- هنالك عوامل متعددة داخل المؤسسة تساهم في تطوير رأس المال الفكري ، ومن هذه العوامل:
  - حدوث اختناقات في فاعلية المؤسسة : إن فاعلية المؤسسة تتحدد بعوامل كثيرة منها تدفق العمل وتدفق حجم المعلومات ، وتتمكن المؤسسة من التغلب على الاختناقات في فاعليتها عن طريق استخدام التكنولوجيات المتقدمة و النظم اللوجستية المتطورة وطاقم عمل أفضل وتنظيم المهام وتدقيق العمل وغيرها ، وهذا يتطلب تبنيها واضحا وفاعلا لرأس المال الفكري .
  - تزايد القدرات التكنولوجية : ساهمت القدرات التكنولوجية المتطورة في توليد مداخل جديدة متعددة في رأس المال الفكري وقد لعبت تكنولوجيا المعلومات وإدارة المعلومات دورا أساسيا.
  - فهم الوظائف المعرفية: يلعب الأفراد ذوو المعرفة دورا مهما في تحقيق فاعلية المؤسسة .

### 4- إستراتيجيات إدارة وتثمين الرأس المال الفكري في المؤسسة :

- وتتمثل في الإستراتيجيات التالية<sup>13</sup> :
  - إستراتيجية المعرفة: تعتبر كأحد الفروع المهمة لإستراتيجية المؤسسة ككل والتي تهتم بخلق وتمييز وتحديد وتقاسم المعارف داخل المؤسسة .
  - إستراتيجية إدارة رأس المال الفكري: ويتعلق الأمر هنا بإدارة براءات الاختراع والمهارات التنظيمية ، إضافة إلى المعارف المتعلقة بالعملاء والموردين .
  - إستراتيجية رأس المال البشري : من خلال تدريب وتكوين الأفراد وتعليمهم حيث أن إستراتيجيات النهوض بالرأس مال البشري يعتبر من ضروريات العصر بسبب التقدم التكنولوجي المتسارع والإبداع التقني العالي ، كما أن

الحصول على فرصة عمل يتطلب مهارات وخبرات متعددة ومتنوعة عند العاملين وبدون ذلك فإن الفرصة تكون مستحيلة .

- إستراتيجية خلق المعارف داخليا : من خلال البحث ودراسة العمليات ، وبحوث التسويق ، وكذلك التجديد التنظيمي أو ما يسمى بإعادة الهندسة التنظيمية ، حيث أن البحث عن مفاهيم جديدة في مجال الإدارة والتنظيم من أجل التعامل مع متغيرات المحيط المعقدة من المتطلبات والأهداف الأساسية لكل تنظيم يبحث عن الفاعلية والنجاحة والمحافظة على بقائه وإستمراريته.

- إستراتيجية تحويل المعارف : يتم ذلك من خلال اكتساب المعارف وتنظيمها وحفظها وتوزيعها الداخلي ، فالقيام بعمليات روتينية وفعالة في مجال وظيفة البحث وتكوين الأفراد واليقظة التكنولوجية والتنافسية ، وإدارة الأصول الغير مادية سواء على مستوى العمليات أو على مستوى التحالفات والتحولت التكنولوجية تعتبر اليوم من الأمور المهمة لزيادة وتجديد وتثمين الأصول الغير المادية ، فالمهارات لا بد أن تكون موضوع إثراء جماعي وهذا ما يدعو إلى ضرورة خلق الظروف الحقيقية لنشر ثقافة التقاسم والشفافية ما بين أعضاء المؤسسة من خلال جعل إدارة المهارات في خدمة الصالح العام للمؤسسة ككل .

#### 5- مفهوم الميزة التنافسية :

هناك تعاريف متعددة للميزة التنافسية ، نتيجة لاختلاف الزوايا التي ينظر من خلالها الباحثون ، ومن هذه التعاريف :

الميزة التنافسية هي قدرة المؤسسة على صياغة وتطبيق الإستراتيجيات التي تجعلها في مركز أفضل بالنسبة للمؤسسات الأخرى العاملة في نفس النشاط ، والتي تحقق من خلال استغلال الأفضل للإمكانيات والموارد الفنية، المادية ، التنظيمية ، بالإضافة إلى القدرات والكفاءات والمعرفة وغيرها التي تتمتع بها المؤسسة والتي تمكنها من تصميم وتطبيق إستراتيجياتها التنافسية<sup>14</sup>.

ويرى بعض الكتاب أن الميزة التنافسية تنشأ بمجرد توصل المؤسسة إلى اكتشاف طرق جديدة أكثر فاعلية من المستعملة من قبل المنافسين ، حيث يكون بمقدورها تجسيد هذا الاكتشاف ميدانيا ، وبمعنى آخر إحداث عملية إبداع بمفهومه الواسع<sup>15</sup>.

وتعد المزايا التنافسية نتاج لسعي الإنسان واستعماله لإمكاناته ومواهبه وقدرته على الابتكار والتطوير وإيجاد البديل واكتشافه للجديد<sup>16</sup>.

وهناك ثلاث أنواع من الميزة التنافسية وهي<sup>17</sup> :

ميزة التكلفة الأقل: ويقصد بها تحقيق تكلفة أقل من المنافسين، وهناك عدة حوافز ودوافع تشجع المؤسسات على تحقيق التكلفة الأقل مثل توافر اقتصاديات الحجم، الأثار المترتبة على منحى التعلم والخبرة، وجود فرص مشجعة على تخفيض التكلفة وتحسين الكفاءة، سوق مكون من مشتريين واعين تماما للسعر.

ميزة التميز: حيث تتميز المؤسسة عن منافسها عندما يكون في مقدورها امتلاك خصائص فريدة تجعل الزبون يتعلق بها، إن ميزة التميز تتطلب من المؤسسة تجميد مواردها حتى تتمكن من ممارسة أنشطتها المربحة بشكل أفضل مقارنة بالمنافسين.

ميزة التركيز: وهي ميزة موجهة إلى قطاع محدد أو لمجموعة معينة من العملاء دون غيرهم وذلك بدلا من التعامل مع السوق ككل، حيث تسعى المؤسسة إلى الاستفادة من ميزة تنافسية السوق المستهدف من خلال تقديم منتجات بأسعار أقل من أسعار المنافسين بسبب التركيز على خفض التكلفة أو من خلال تقديم منتجات متميزة من حيث الجودة والمواصفات وخدمة العملاء بسبب التركيز على التميز.

ويمكن للمؤسسة الحصول على ميزة تنافسية من خلال عدة مصادر من أهمها<sup>18</sup>:

الابتكار: فالزيادة المستمر في عدد المؤسسات أدى إلى تصاعد اهتمام المؤسسة بالابتكار والتركيز عليه، إلى درجة أعتبر كحد أدنى في الميزة التنافسية إلى جانب التكلفة والجودة، وأصبحت القدرة على الابتكار مصدرا متجددا للميزة التنافسية.

وفي ظل الظروف التنافسية لم يعد الابتكار مقتصرًا على المؤسسات الكبيرة والتي كانت تنظر إليه على أنه عملية التوصل إلى الاختراق- أي التقدم المفاجئ الذي يغير القطاع والسوق والمنتج - بل تعدى إلى المؤسسات المتوسطة الصغيرة، والتي تنظر إلى الابتكار بمفهوم التحسين الذي انتشر تحت تأثير التجربة اليابانية باسم Kaizen أي التحسين المستمر، وهو إدخال ابتكارات صغيرة ومستمرة على المنتج، وبتراكم هذه التحسينات يصبح عندنا منتجا جديدا.

ومن هذا المنطق مثلا وفي قطاع الخدمات، استحدثت british airways درجة ركاب جديدة للرحلات البعيدة المدى اسمها المسافر العالمي الجديد، وتأتي الخدمة الجديدة لتلبية حاجات رجل الأعمال الباحث عن وفر في كلفة السفر، أو السائح الباحث عن فسحة أكبر واستقلالية أكثر مما يحصل عليه في الدرجة السياحية العادية، وتحتوي مقصورة درجة الركاب الجديدة على فسحة أكبر لكل مقعد من المقاعد، والذي جمع في تصميمه بين التكنولوجيا والراحة وذلك بعد استطلاع حاجات المسافرين ومطالبهم الملخصة بإرادة الحصول على راحة أكبر ولكن بأسعار معقولة، وبهذا الابتكار أصبحت british airways أول شركة طيران كبرى تقدم أربع درجات على متن طائرتها وعبر شبكتها العالمية، وكذا استحدثتها لسرير خاص بالرضع على متن الطائرة.

الزمن : حيث يعتبر الوقت سواء في إدارة الإنتاج، أو في إدارة الخدمات، ميزة تنافسية أكثر أهمية من ما كان عليه في السابق ، فالوصول إلى الزبون أسرع من المنافسين يمثل ميزة تنافسية ، ويمكن تحديد الميزات التنافسية على اساس الوقت كالتالي :

- تخفيض زمن تقديم المنتجات الجديدة إلى الأسواق ويتحقق ذلك من خلال اختصار زمن دورة حياة المنتج .
- تخفيض زمن دورة التصنيع للمنتجات.
- تخفيض زمن الدورة للزبون ويقصد بها الفترة المنقضية بين طلبية الزبون والتسليم .
- الالتزام بجداول زمنية محددة وثابتة لتسليم المكونات الداخلية في عملية التصنيع.

**المعرفة :** فالمعرفة هي حصيلة أو رصيد خبرة ومعلومات وتجارب ودراسات فرد أو مجموعة أفراد أو مجتمع معين في وقت محدد ، فإننا حتما نعيش حالة انفجار المعرفة في عصر المعلوماتية ، حيث أصبحت هذه الأخيرة المورد الأكثر أهمية في خلف الميزة التنافسية المستمرة وفي ظروف التطور السريع في الأسواق والتكنولوجيا والمنافسين ، فإن المؤسسات الناجحة هي التي تخلق بشكل متسق المعرفة الجديدة وتجسدها في تكنولوجيا وأساليب وسلع وخدمات جديدة.

#### 6- رأس المال الفكري كميزة تنافسية :

كون أن رأس المال الفكري يمثل ميزة تنافسية حرجة للمؤسسات الحديثة ودعامة أساسية لبقائها وازدهارها وتطورها فإن الأمر يتطلب من إدارة الموارد البشرية أو من لجان متخصصة في هذه الإدارة متابعة الكوادر المعرفية والنادرة لغرض جذبها واستقطابها كمهارات وخبرات متقدمة تستفيد منها المؤسسة بشكل كبير . كما أن الأمر لا يتوقف عند هذا الحد بل على إدارة الموارد البشرية إن تكون قادرة على زيادة رصيدها المعرفي من خلال هذا الاستقطاب الجديد وما ساهم بتطوير وإنعاش عمليات الابتكار والإبداع باستمرار في مجاميع عمل تتبع أساليب إبداعية لعصف الأفكار وتوليدها ونقلها متجسدة بمنتجات متطورة تحاكي رغبات الزبائن وحاجاتهم في سوق شديدة المنافسة .

كذلك فإن المحافظة على القوة المعرفية للمنشأة والحرص على دمجها بالنسيج الثقافي للمؤسسة يمثل قدرات تنافسية لا يستهان بها في السوق العالمية ومتطلباتها، ومن المعلوم أن هذا ليس بالعمل السهل على إدارة الموارد البشرية في المؤسسة، وان حرصت عليه وذلك للخصائص الفريدة للمعرفة ورأس المال المعرفي التي تميزه عن غيره من الأصول أو الموارد في المنشأة، ولعل أهم هذه الخصائص<sup>19</sup> :

- رأس مال غير ملموس.

- من الصعوبة بمكان قياسه بدقة.

- سريع الزوال و الفقدان.



- يتزايد بالاستعمال.

- يمكن الاستفادة منه من مراحل وعمليات مختلفة في نفس الوقت.

- يتجسد في أشخاص لديهم الاستعداد لحمله.

- له تأثير كبير على المؤسسة .

ومع كل ما يواجه المنظمة من إشكالات و صعوبات جمة لغرض تشكيل رأس مال معرفي تستند عليه قدرتها التنافسية، فإن المنظمات الرائدة حاولت التغلب على هذه الصعوبات بطرق وأساليب متعددة يأتي في مقدمتها اعتبار رأس المال المعرفي موضوعات حرجا و استراتيجيا يستحوذ على اهتمام خاص من قبل الإدارة العليا في المؤسسة وطورت بعض المؤسسات مقاييس خاصة لقياس كفاءة الاستثمار في رأس المال الفكري باعتباره استثمار ذو مردود بعيد و ذو تأثير شمولي .

إن التطور الحاصل في بيئة الأعمال الدولية فقد أصبحت المؤسسات مراكز بحوث قائمة على أساس المعرفة. إن المزايا التنافسية المعروفة مثل كلفة الإنتاج المنخفضة والجودة العالية وبسرعة التسليم والمرونة والاستجابة للتغيرات والتكيف معها والتي يمكن تحقيقها من خلال قيام المؤسسات ببناء تنسيق المهارات الإنتاجية و التنظيمية، وكذلك تحسين و تكامل تقنيات الإنتاج المستخدمة أصبحت إلها في الوقت الحاضر مزايا تنافسية جديدة قائمة على أساس قدرة المؤسسة المعرفية،

فالإبداع و تقديم منتجات تشكل سلسلة متعاقبة لتطور تكنولوجي متكامل أصبحت سمت المؤسسات المعرفية في الوقت الحاضر إن الاتجاه الحديث في الإنفاق والاستثمار في البحث و التطور و تشكيل رأس مال معرفي في المؤسسات فإنها تهدف من خلال ذلك إلى زيادة قدرتها في خلق الإبداع تكنولوجي عام مستند إلى معرفة واسعة و قادرة على تقديم دعم وإبداع لعدد كبير من المنتجات و الخدمات التي يمكن إن تطوّر في ظل المظلمة المعرفية العامة و يمثل هذا الأمر خروج عند قواعد العمل السابقة والتي تتمثل في إنفاق استثماري متقطع لغرض تحسين أو تطوير منتجات منفردة أو في أحسن الأحوال بعض المنتجات كسلسلة مترابطة و هكذا فإنه يبدو إن خصائص رأس المال المعرفي و المتمثلة في عدم تجسيد و سرعة الزوال والتزايد بالاستعمال وإذا كانت الميزات التنافسية في الإطار القديم يمكن أن تستنتج و تقلد من قبل الآخرين أو أنها تختفي أو تزول سريعا بحكم وجود منافسين أقوياء ومتابعين لعمل المؤسسة فإن الميزات التنافسية المستندة إلى المعرفة و رأس المال المعرفي يمكن إن تخرج من إطار هذه الإشكالية بحكم كون المعرفة التي تستفيد إلها و تشير خصائص إستراتيجية للمؤسسة لا يمكن تقليدها بسهولة من قبل الآخرين

وتشير أدبيات الإدارة الإستراتيجية إلى أن المورد لكي يكون إستراتيجيا يجب أن تتوفر فيه خصائص معينة منها<sup>20</sup>:

- أن يكون المورد ثمينا .

- أن يتسم بالندرة.

- لا يمكن تقليده بسهولة.

- لا يمكن إحلال بديل محله.

و عند تأمل هذه الخصائص سيتبادر للذهن تساؤل حول كيفية ومدى انطباق هذه الخصائص على المورد المعرفي أو رأس المال الفكري.

يمكن القول أن قيمة و ثمن المورد البشري يتجلى في أن المعرفة ستؤدي إلى تحسين العمليات و المنتجات و بذلك تمكن المنشأة من البقاء منافسة للآخرين و هذه ميزة تنافسية ليست بالقليلة  
ومن جهة أخرى فان كون المعرفة نادرة فهذا أمر مرتبط بكونها حاصل تراكم خبرات العاملين و معرفتهم التطبيقية فإنها ستكون نادرة لأنها مبنية على الخبرات الذاتية السابقة لنفس المنظمة و ليس لمنظمة أخرى.  
وبالنسبة لخاصية عدم التقليد بسهولة فان المعرفة في أي منظمة هي خاصة بها ولها بصماتها المميزة والتي لا تكتسب إلا عبر فترة زمنية و مشاركة جميع العاملين و تقاسم خبراتهم لذلك فهم مختلفون عبر سائر المنظمات الأخرى.

أما ما يخص عدم قابلية الإحلال فهو مرتبط بالقدرة المميزة للمجاميع و التداؤب بين العاملين الذي لا يمكن نسخه و إحلاله محل المعرفة السابقة .

#### خاتمة :

إن الموارد الفكرية تعد أهم موارد المؤسسة، كما أن استثمار المقدرة العقلية و العمل على تعزيزها بشكل فعال يحقق الأداء الفكري المؤدي إلى التفوق التنافسي.

كما أن القيمة الحقيقية للمؤسسة تكمن في رأس مالها الفكري و قدرة توظيفها للمعرفة الكامنة فيه و تحويلها إلى تطبيقات تحقق الأداء العالي و بالتالي تحسين قدرتها التنافسية، لضمان استمرارها ونموها.

#### قائمة الهوامش:

- 1 - كمال رزق ، توجه الاقطار العربية نحو إقتصاد المعرفة و تكنولوجيا المعلومات ، مجلة بحوث إقتصادية عربية، العددان 48-49 ، القاهرة 2010، ص 139.
- 2- أمال حاج عيسى ، هواري معراج، دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين قدرات المؤسسة الإقتصادية الجزائرية و تحديات المناخ الجديد، جامعة ورقلة ، الجزائر، 22-23 أبريل 2003
- 3 - صالح سالم زرنوقة، قراءة في اقتصاد المعرفة ، مركز الاهرام للدراسات السياسية و الاستراتيجية.
- 4- Jean . c , Management Savoir , press univ france , paris , 2ed, 2002, p3.
- 4 - عادل حروش المبرجي، رأس المال الفكري طرق قياسه و أساليب المحافظة عليه ، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر ، 2003، ص 17.
- 5- نفس المرجع ، ص 17-18.

- 6- مصطفى أحمد السيد، إدارة الموارد البشرية: الإدارة العصرية لرأس المال الفكري، القاهرة، 2004، ص5.
- 7- علي فلاح الزعبي، رأس المال الفكري (المعرفي) مدخل إستراتيجي لتطوير الكفاءات و تحقيق الأداء المتميز في منظمات الاعمال الاردنية، الملتقى الدولي: رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في الإقتصاديات الحديثة، جامعة الشلف، الجزائر، 13-14 ديسمبر 2011، ص 12 .
- 8- نفس المرجع، ص 12 .
- 9- مرزوق سعد، دور إبداع رأس المال الفكري في تحقيق ميزة تنافسية مستدامة، الملتقى الدولي: رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في الإقتصاديات الحديثة، جامعة الشلف، الجزائر، 13-14 ديسمبر 2011، ص 4.
- 10- قاسم نايف المحباوي، وآخرون، دور رأس المال المعرفي في تعزيز منظمات الأعمال، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2003، ص 13.
- 11- علي فلاح الزعبي، مرجع سبق ذكره، ص 13.
- 12- نادية مفيدة، وآخرون، فعالية رأس المال الفكري في تعزيز الميزة التنافسية للمنظمة، الملتقى الدولي: رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في الإقتصاديات الحديثة، جامعة الشلف، الجزائر، 13-14 ديسمبر 2011، ص 18.
- 13- مصطفى محمود أبوبكر، الموارد البشرية مدخل لتحقيق الميزة التنافسية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2004، ص 13.
- 14- عمار بوشناف، الميزة التنافسية في المؤسسة الإقتصادية: مصادرها، تنميتها، و تطويرها، رسالة ماجستير في علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2002، ص 01.
- 15- محسن أحمد الخضري، صناعة المزايا التنافسية: منهج تحقيق التقدم من خلال الخروج إلى آفاق التنمية المستدامة بالتطبيق على الواقع الإقتصادي المعاصر، مجموعة النيل العربية، القاهرة، 2004، ص 23.
- 16 - نبيل مرسي خليل، الميزة التنافسية، في مجال الأعمال، مركز الإسكندرية للكتاب، 1998، ص 37.
- 17 - محمد حباينة، دور الأسما الفكري في تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسة، دراسة مقارنة بين إتصالات الجزائر و أوراسكوم تيليكوم الجزائر، رسالة ماجستير في علوم التسيير جامعة البليدة، 2007، ص 15.
- 18- علي فلاح الزعبي، مرجع سبق ذكره، ص 15.
- 19- محمد حباينة، مرجع سبق ذكره، ص 64.