

الرأسمال الفكري في المؤسسات التوثيقية ودوره في تطوير الأداء الوظيفي

د/بوظورة أكرم - جامعة تبسة

ملخص:

أوجد هذا العصر العديد من المفاهيم والأساليب الإدارية التي أثرت على المنظمات والمؤسسات التوثيقية وخاصة الجامعية منها وباعتبارها منظمات معرفية ليست في منأى عن هذا التغيير فهي تتأثر به وتؤثر فيه وعليه وكي تضمن استمراريتها وتحافظ على تميزها كان لزاما عليها السير قدما نحو تطبيق المفاهيم التي أفرزها عصر إدارة المعرفة والتسلح بما يناسب هذا العصر من خلال امتلاك أصول معرفية وموارد فكرية تحقق لها تفوقها وتميزها وهو ما يعرف اصطلاحا برأس المال الفكري، فهذا الأخير ما هو إلا مجموع المعارف والقدرات والمهارات العقلية التي تمتلكها فئة معينة من الموارد البشرية ممثلة في الكفاءات القادرة على توليد الأفكار الجديدة أو تطوير الأفكار القديمة والتي تضمن للمنظمة امتلاك ميزة تنافسية. فما المقصود برأس المال الفكري بالمؤسسات التوثيقية؟ وما هي مكوناته؟ وما هي متطلبات تنميته؟

Abstract

New administrative concepts and methods were created in this era which effected the organizations and the documentary institutions especially the university's because of its consideration as a knowledge organizations they are not away from this change although it effects and been effected by those concepts and ;methods so in the aim of its own surviving and to preserve its unique form it is vital that it walk forward to practice the concepts founded by the knowledge management era and by armed itself with what it is fit to this time by having the knowledge origins and intellectual recourses that will capital this capital is the gathering of knowledge capacities and mental skills holding by a special category of the human recourse and represented by the well skilled Individuals who are able to create and develop new and ancient ideas which assure that the organization will have a competitive characteristics

What is the intellectual capital in the documentary organizations what is its components and what is the asks for its development this study try to answer all thies questions

1. مفهوم رأس المال الفكري بالمؤسسات التوثيقية

يمكن تعريف رأس المال الفكري بالمؤسسة التوثيقية على أنه مجموعة الأصول غير الملموسة التي تمتلكها المؤسسة التوثيقية والتي تتمثل في الأفراد المميزين العاملين بها والذين يمتلكون المهارات والقدرات الإبداعية التي تجعل منهم أفرادا مميزين يمثلون قيمة مضافة بالنسبة للمؤسسة، حيث أن امتلاك المؤسسة التوثيقية لمثل هذه المهارات والخبرات والعمل على تطويرها وتنميتها يعد أمرا ضروريا في عصر إدارة المعرفة فرأس المال الفكري هو تفاعل وتكامل بين عناصره والتي تحتاج في تنميتها إلى التدريب والتأهيل والإعداد للمورد البشري الذي يعد أهم عناصر رأس المال الفكري، كما يجب توفير تكنولوجيا معلومات تساعد على تطوير المعارف وتكون بناء أساسي في هيكل المؤسسة التوثيقية بالإضافة إلى العمل على إدارة العلاقات بصفة جيدة تساهم في تكوين وتخزين معارف المستفيدين بالشكل الذي يضمن للمؤسسة تطوير رأسمالها الفكري.

يمكن تقسيم رأس المال الفكري بالمؤسسات التوثيقية إلى الأنواع التالية:

1. رأس المال البشري: يشمل رأس المال البشري بالمؤسسة التوثيقية العاملين بها من ذوي القدرات الإبداعية المتطورة ويشمل ما يلي:
 - معرفة العاملين ويتضمن القدرات الإبداعية والابتكارية.
 - خبرات العاملين تتضمن التراكم المعرفي الناجم عن التجارب المختلفة في الحياة المعرفية.
 - مهارات العاملين تتضمن القدرات التي يتميز بها العاملون في أداء المهنة تعبيراً عن إتقانهم لها.
 - معنويات العاملين وتشمل ميول العاملين للعمل بروح الفريق الواحد.

وبما أن العنصر البشري هو محور رأس المال الفكري فإنه يجب على المؤسسات التوثيقية أن تعمل على استقطاب أفضل المواهب البشرية التي تملك القدرات العالية على التعلم والإبداع، دفع العنصر البشري وتطويره من خلال التشجيع والتحفيز على الإبداع والعمل على التدريب والتعليم ونشر المعرفة وتوزيعها داخل المنظمة والمحافظة على أفضل العاملين من خلال تمكينهم ضمن بيئة تنظيمية تساعد على التعلم والإبداع.

2. رأس المال الهيكلي: ويمثل مجموع الأدوات وتقنيات العمل المستخدمة للإسهام في تقاسم المعلومات والمعارف في المؤسسة التوثيقية وتشمل:

- حقوق النشر والتأليف تمثل إحدى مكونات الملكية الفكرية تأخذ شكل امتياز ويحصل عليه الشخص من جراء تأليفه ونشره مؤلف ما.
- قواعد وأنظمة المعلومات وهي مجموعة العناصر والأجزاء المرتبطة التي تتفاعل فيما بينها بانتظام.
3. رأس مال العلاقات: ويتكون من مجموعة الإجراءات التي تقوم بها المؤسسة التوثيقية من أجل إقامة علاقات متينة مع المستفيدين ويشمل:

- رضا المستفيد عن تلبية احتياجاته الفعلية والمتوقعة.
- ولاء المستفيد الذي يعكس مدى تمسكه بالتعامل مع المؤسسة التوثيقية وشغفه بها.
- تمكين المستفيد من خلال اهتمام المؤسسة التوثيقية بأراء المستفيدين ومقترحاتهم والأخذ بها عند طرح خدمات جديدة أو تعديل القديمة.
- مشاركة المستفيد والتعامل معه من خلال قيام المؤسسة التوثيقية بإشراك المستفيد في أعمالها وقيامها بتبادل المعلومات بينهما.
مما تقدم نخلص بالقول إن رأس المال الفكري يعدّ أصل من أصول المؤسسة التوثيقية والتي لها تأثير على زيادة الأصول الأخرى، وهو مصدر من مصادر الميزة التنافسية كذلك فإن المؤسسات التوثيقية تتسابق في استقطاب رأس المال الفكري وتعمل على إدارته وتطويره والمحافظة عليه بأفضل السبل الممكنة من أجل تحقيق أهدافها في زيادة الإنتاجية تحقيق أهدافها في النمو والتوسع وخدمة المستفيدين في ظل التطورات السريعة في بيئة تتسم بالسرعة والتحديات.
2. إدارة رأس المال الفكري المؤسسة التوثيقية:

تلعب المنظمات دوراً هاماً في تنمية وإدارة رأس المال الفكري كي يتعاضد دورها في الإبداع والابتكار وتحسين الأداء على كافة المستويات تعمل المؤسسات التوثيقية على تنمية رأس مالها الفكري بإتباع الطرق التالية:¹

استخدام معرفة العاملين: وذلك من خلال استغلال المعلومات المتوافرة في أذهان العاملين وأفضل طرق شحن القدرة الذهنية لهم هي منحهم مكاناً آمناً يمكنهم من المشاركة بأفكارهم مع الحرص على إقامة سلسلة من الاجتماعات يقوم فيها العاملون بعرض مقترحاتهم وآرائهم على رؤسائهم ومناقشتهم بصورة مباشرة.

جمع مساهمات أكبر عدد من العاملين: يجب التأكد من ارتفاع نسبة العاملين الذين يساهمون في زيادة رأس المال الفكري من خلال تقليل الاستثمار في الأعمال التي لا تتطلب تدريباً أو مهارة، ودعم العاملين الذين

لا يضيفون شيئاً متميزاً للمؤسسة عن منافسيها بأفراد ذوي مهارات متميزة حتى يكتسبوا منهم بعض تلك المهارات.

تصنيع رأس المال البشري: ليست كل معلومات العاملين رأس مال فكري فمهارات العاملين ومعرفتهم تعتبر رأس مال فكري فقط إذا كانت متميزة أي أنه لا يوجد من يملك نفس المهارات أو المعلومات لدى المؤسسات التوثيقية المنافسة؛ ويتطلب بناء هذا النوع من رأس المال ما هو أكثر من تجميع المتدربين في حجرة دراسية فقد أظهرت الأبحاث أن المعرفة التي يمكن زيادتها ورفعها حتى تصبح من أصول المنظمة يتم تلقاها في أجواء اجتماعية غير رسمية تسمى مجموعات الممارسة، حيث يتجمع الأفراد بشكل تلقائي حول اهتمام واحد أو حل مشكلة ما من أجل اكتساب المعرفة وتبادل المعلومات في أحد المجالات المتخصصة خلال لقاءاتهم المتعددة. وحتى تستثمر المؤسسة التوثيقية رأسمالها الفكري أفضل استثمار من المفترض أن تشجع عاملها وتحفزهم على تقديم أفكارهم وتسهيل عملية تبادل المعلومات فيما بينهم وأن توفر لهم المناخ الذي يمكنهم من تقديم معلوماتهم وأفكارهم بحرية كاملة.

3. أساليب تنمية رأس المال الفكري بالمؤسسة التوثيقية

أن الاهتمام برأس المال الفكري يعد أمراً حتمياً لجميع المؤسسات التوثيقية تفرضه التحديات والتطورات المتسارعة لأن القدرات الفكرية أصبحت أهم عوامل التفوق والتميز لذلك تظهر أهمية تنمية رأس المال الفكري كعملية تساعد في خلق وتطوير وصقل القدرات والمهارات وزيادة تحسين الفعالية والإنتاجية للمؤسسة وكذا زيادة الفاعلية وتحسين الأداء للأفراد كما أنها مطلب يفرضه عصر المعرفة وذلك من خلال مجموعة من الأساليب تمكن من تحسين أداء العاملين بالمؤسسات التوثيقية ف فيما تتمثل هذه الأساليب؟

1. الاستثمار في الموارد البشرية

أن التغييرات الحاصلة في مجال المؤسسات التوثيقية تفرض إعادة النظر في كفاءة ومهارة العاملين بها وذلك من أجل تطوير أدائهم، هذا التطوير يتطلب من المؤسسات التوثيقية التركيز على تدريب العاملين من أجل التعرف على الجديد في مجال تخصصهم من خلال الممارسة اليومية لمختلف الأنشطة والعمليات ذلك أن تحقيق أي مؤسسة لأهدافها مرتبط بإنعاش ذاكرة القوى البشرية العاملة بها ومضاعفتها فالنتمية عملية زيادة معارف ومهارات وقدرات العاملين بغية رفع مستوى الكفاءة الإنتاجية

لأقصى حد ممكن؛ ويحتل التدريب مكانة الصدارة في أساليب تنمية رأس المال الفكري كونه يهدف إلى تزويد المتدربين بالمعلومات والمعارف والمهارات والقدرات وتغيير السلوكيات والاتجاهات بشكل إيجابي ورفع مستوى الأداء.

2. تكنولوجيا المعلومات وتنمية المعارف

ارتبطت إدارة المعرفة بتكنولوجيا المعلومات ونظم الحاسوب وتطوراتها المختلفة فعملية الحصول على المعرفة واستقطابها وترميزها والمشاركة بها وتوزيعها وحتى إنشائها وتكوينها، لذلك لا بد من تأمين البنى والقواعد التحتية الأساسية لتكنولوجيا المعلومات، وعلى هذا الأساس فإن استخدام تطبيقات تكنولوجيا المعلومات يؤدي إلى خلق واكتساب المعارف ونشرها وتوزيعها من خلال تكنولوجيا إدارة المعرفة والتي يمكن إدراجها كالاتي:

- تكنولوجيا ترميز المعرفة وتخزينها: ويقصد بها تحويل المعرفة إلى رسائل يمكن معالجتها كمعلومات لاحقاً وتعنى بالمعرفة الضمنية المتمثلة في المهارات والخبرات التي يتم تحويلها إلى رموز يمكن تخزينها في دعائم تخزين مختلفة حيث أن التقدم في البنية التحتية التكنولوجية يرفع من قيمة عملية الترميز وبالتالي تحسين طرق نشر المعرفة.²

ويمكن ترميز وتخزين المعرفة عن طريق المنظومات التالية:

- الحاسب الإلكتروني Computer: وهو جهاز إلكترونية تستقبل البيانات بشكل يمكنها قراءتها، ثم تقوم عن طريق الاستعانة ببرنامج خاص بعملية تحريك وتشغيل هذه البيانات وتسترجع في النهاية على شكل نتائج أو إجابات أو حلول.³

- مناجم البيانات Data mining: وتمثل عملية من عمليات اكتشاف المعرفة في قواعد البيانات وهي عبارة عن تحليلات لكمية كبيرة من البيانات بغرض إيجاد قواعد وأمثلة ونماذج يمكن أن تستخدم لمساعدة متخذي القرار في اختيار أفضل القرارات والتنبؤ بالسلوك المستقبلي وتسهيل الوصول إلى المعلومات المطورة والمحسنة لصانعي القرارات.⁴

- تكنولوجيا نشر وتبادل المعرفة: وهي عملية توزيع ونشر المعرفة والمشاركة بها وتكنولوجيا المعلومات تؤدي هذا الدور بشكل يضمن السرعة الفائقة والانتشار الواسع، ويمكن ترميز وتخزين المعرفة عن طريق المنظومات التالية:

- الإنترنت: وهي مجموعة من ملايين الحواسيب المنتشرة في آلاف الأماكن حول العالم ويمكن لمستخدمي هذه الشبكة العثور على معلومات أو

المشاركة فى ملفات بسبب وجود نظم وبروتوكولات يمكن أن تحكم وتسهل عملية المشارك، ومن هذا المنطلق فإن شبكة الإنترنت تعتبر أكبر مزود لمختلف أنواع المعلومات للمنظمات وللأفراد، ومن خدماتها البريد الإلكتروني الذي يسمح لمستهلميه باستقبال وثائق مختلفة أو إرسالها ويسهل تنقل المعلومات فى المنظمة وكذا المناقشات الجماعية الحية⁵.

- تكنولوجيا العمل الجماعي: وهى الأدوات والبرامج التكنولوجية التى تساعد وتسهل العمل الجماعي لأن التعاون أهم جوانب إدارة المعرفة وبمساعدة تكنولوجيا المعلومات يتم الاجتماع حتى لو كانت المسافات بعيدة فالمشاركة الجماعية تنبني بالاتصالات التعاون والتنسيق التى تسمح بالعمل معاً بشكل جيد ومن أهم أنواع تكنولوجيا العمل الجماعي نذكر:

- البرمجيات المجموعائية: وتعني عملية بشرية تنظيمية للعمل فى فريق والوسائل التكنولوجية الضرورية لإنجاز العمل يفيد فى حل مشكلة البعد الجغرافي ويسعى إلى تحقيق العمل التزامني والعمل عن بعد وإعادة استعمال البيانات المتبادلة ومن وسائله البريد الإلكتروني الاجتماعات الإلكترونية ويتطلب ذلك تهيئة بنية تحتية متناسقة من حواسيب وشبكات وبرامج.

- الإدارة الإلكترونية للوثائق: توجد فى كل الميادين والأماكن أين تنتج الوثائق تخزن وتسترجع وهى تسمح بالوصول إلى الوثائق بطريقة اختيارية فى بضع ثوان وتشمل عمليات الجمع والإدارة والتوزيع الإلكتروني لكل أشكال المعلومات وهى واحدة من العوامل الرئيسية فى إدارة الأكثر كفاءة والذي يفتح الأبواب أمام مشاركة العمل المعرفي⁶.

خلاصة القول إن تكنولوجيا المعلومات تنتوع بشكل مستمر وهى تساهم فى إشراك عمليات إدارة المعرفة من خلال وسائل تخزين المعرفة التى تضمن حفظ المعارف والخبرات من الضياع وكذا إمكانية العمل الجماعي بما يضمن التعاون وإثراء المعارف وهذا يؤدي إلى خلق المعرفة واستيعابها من العنصر البشري الذي يحقق التميز.

4. إدارة العلاقات ودورها فى خدمة الباحثين

يعد رأسمال العلاقات من أهم مكونات رأس المال الفكرى ومن الركائز الأساسية التى تعتمد عليها المؤسسة التوثيقية فى تحقيق قيمتها وميزتها التنافسية فإدراك المؤسسة التوثيقية لقيمة المستفيد واعتباره أصلاً من أصولها يجعلها توليه اهتماماً خاصاً وتعنتى به وتركز على تقديم الأفضل له وتعمل على إدارة العلاقة معه بشكل يمكن من إرضائه وكسب ولائه لأنه يعتبر أساس وجودها ومصدر قيمتها كما يعد محور رأس مال العلاقات، فما

المقصود بإدارة العلاقة مع المستفيدين وما هي أنواعها؟ وفيما تتمثل أبعادها وكيف تتم استراتيجية إدارة هذه العلاقة؟

5. مفهوم إدارة العلاقات في المؤسسة التوثيقية

ظهر هذا المفهوم مع تطور اقتصاديات المؤسسات الحديثة واعتبارها الزبون محور عمليات التسويق بها واتجهت إليه كأسلوب من أجل تطوير علاقتها مع المستهلك وتحقيق رضاه عن المنتج المقدم، وذلك من خلال فهم تصرفات الزبائن والتقرب منهم وبالتالي المحافظة على ولاء الزبون تجاه كل من المنتج والخدمات المقدمة، والمؤسسة التوثيقية باعتبارها مؤسسة خدمتية تركز على تحقيق رغبات المستفيدين وتلبية احتياجاتهم اتجهت هي الأخرى نحو تطبيق هذا المفهوم الذي يمكن تعريفه أنه:

استراتيجية تستعمل لجمع أكبر كمية ممكنة من المعلومات حول احتياجات ومواقف المستفيدين بهدف تطوير علاقة دائمة معهم والاستخدام الاستراتيجي للمعلومات بما يحقق أهداف المنظمة.⁷

كاستراتيجية هي إدارة كل تفاعلات المستفيد من خلال استخدام المعلومات عن المستفيد الحالية والمحتمل لأجل التفاعل بفعالية أكبر معه في كل مرحلة من مراحل العلاقات معه للاستحواذ على ولائه، وكنظام هي العمل على الاتصال والتواصل أكثر فأكثر مع المستفيد من خلال مجموعة التصاميم والأجهزة التي تسمح انطلاقاً من قاعدة بيانات المنظمة بتطبيق برامج خاصة تسمح بالخوض في تسويق مفتوح متعدد نقاط الاتصال وذو علاقة مع المستفيد.

وإسقاطاً على ذلك يمكن القول أن إدارة العلاقات في المؤسسة التوثيقية تمثل منهجية لفهم سلوك المستفيد والتأثير فيه من خلال التواصل معه وهي عبارة عن مجموعة من الوسائل التنظيمية والتقنية والبشرية التي تؤسس لإدارة جيدة هدفها الأساسي ربط علاقة خاصة وشخصية مع كل مستفيد بشكل متواصل لتحقيق رضاه وتعزيز ولائه لأن ولاء المستفيد يعد الركن الأساسي لنجاح أي منظمة والتكامل مع باقي العناصر الأخرى حيث تعد عملية الاحتفاظ بالمستفيد من القضايا الصعبة جداً بسبب التغيرات الخاصة بسلوكياته وسلوكه، فالولاء هو مقياس التردد على المؤسسة التوثيقية لذلك على المؤسسات التوثيقية العمل على تعزيز ولاء مستفيديها باستخدام أساليب متنوعة وإيجاد نوع من المشاركة بين المستفيد والمؤسسة التوثيقية.

6. أهمية إدارة العلاقات وأهدافها

أن الفكرة الأساسية لإدارة علاقات المستفيد منبثقة من اعتبار المستفيد أحد الأركان الأساسية للمنظمة في تحقيق النجاح والنمو والبقاء، وتبرز أهمية الحفاظ على المستفيد كونه رأس مال حقيقي للمنظمات ومنها المؤسسات التوثيقية من خلال:⁸

- رضا المستفيد بتلبية حاجاته وإشباع رغباته.
- الاحتفاظ بالمستفيد باستمراره في التردد على المؤسسة التوثيقية وقدرتها على استبقائه لديها.

- تمكين المستفيد وذلك بالاهتمام بأرائه ومقترحاته والأخذ بها عند التخطيط للخدمات الجديدة.

- إشراك المستفيد في أعمال المؤسسة التوثيقية ونشاطاتها وتبادل المعلومات والأفكار معه.

- تحقيق الولاء من خلال تمسك المستفيد واعتزازه بالتردد على المؤسسة التوثيقية.
- إقامة علاقات طويلة الأمد وبناء سلسلة من العلاقات التفاعلية مع المستفيد تمكن من خلق تكوين وتنمية رأس مال علاقاتي قوي.

- تمكين المستفيد وذلك بالاهتمام بأرائه ومقترحاته والأخذ بها عند التخطيط للخدمات الجديدة.

- إشراك المستفيد في أعمال المؤسسة التوثيقية ونشاطاتها وتبادل المعلومات والأفكار معه.

- تحقيق خدمات شخصية للمستفيد ومعرفة أكثر بالمستفيدين.
- خلق رأس مال علاقات قوي وذلك بفتح قنوات اتصال مباشرة مع المستفيد من أجل الاتصال التفاعلي الشخصي الذي يقوم على منطق الاتصال من أجل كسب الولاء.

7. أنواع إدارة العلاقة مع المستفيدين

يمكن إيجاز إدارة العلاقة مع المستفيدين في ثلاثة أنواع هي:⁹

- **عملياتية:** تركز على الإدارة اليومية للعلاقة مع المستفيدين وأتمتها من خلال نقاط الاتصال وهي توفر سجلات محدثة عن المستفيد الحالي والمحتمل تساعد في إنجاح هذه العلاقة.

- **تحليلية:** تهدف إلى فهم احتياجات المستفيدين ونشر المعلومات من خلال تحليل البيانات التي تم جمعها في مستودع البيانات باستعمال ما يعرف بالتنقيب على البيانات هذه الأخيرة ازدادت الحاجة إليها مع وجود كميات هائلة من البيانات المخزنة كتقنية تهدف إلى استنتاج المعرفة من بين كميات هائلة من البيانات.

- **تعاونية:** تتمثل في قنوات التبادل التي يتم من خلالها تبادل المعلومات بين العاملين بالمؤسسات الوثائقية والمستفيدين ومن أمثلتها البريد الإلكتروني، المحاضرات الإلكترونية وغيرها.

8. أبعاد إدارة العلاقة مع المستفيدين

أن أساس إدارة العلاقة مع المستفيدين ليس إقامة علاقة تواصل طويلة الأجل فحسب وإنما قياس مدى جودة هذه العلاقة وعلى هذا الأساس أوجد المختصون تقنية تسمح بتقييم جودة العلاقة مع المستفيدين، وتقوم إدارة العلاقة مع المستفيدين على أربعة أبعاد أساسية هي كالآتي:¹⁰

الاتصال: هو قدرة المستفيد على التواصل مع المؤسسة الوثائقية وهذه القدرة يكون لها تأثير على ديمومة العلاقة بينهم حيث يكون ذلك عبر مختلف وسائل الاتصال من بينها موقع المؤسسة الوثائقية على شبكة الإنترنت، الهواتف النقالة، البريد الإلكتروني وغير ذلك من وسائل الاتصال الحديثة، فالتطبيق الفعال لإدارة العلاقة مع المستفيدين يلزم مختلف المؤسسات الوثائقية أن تعمل على التواصل الدائم مع المستفيد وإخباره عن كل ما هو جديد من خدمات، مصادر معلومات وكذا تدوين لمقترحاتهم وشكاويهم وهذا لا يتحقق إلا من خلال فتح حوار ثنائي بين مختلف العاملين بالمؤسسات الوثائقية والمستفيدين منها وتحقيق متطلبات الاتصال من خلال نظام متكامل وصحيح يضمن إقامة علاقة الديمومة والولاء في المستقبل.

جودة الخدمات: هي قدرة المؤسسات الوثائقية على تقديم خدمات فعالة تكون قادرة على إشباع حاجات ورغبات مستفيديها الحالية والمستقبلية، ولهذا تركز إدارة العلاقة مع المستفيدين على جودة الخدمات وتضع هذا العنصر محط الاهتمام من أجل أهدافها والوصول بالمستفيد إلى مراحل الولاء والرضا على ما تقدمه المؤسسة الوثائقية من خدمات ولذلك عليها العمل بالنقاط التالية:

- فهم ما يريده المستفيد وإشباع حاجاته من مختلف مصادر المعلومات.
- توقع ما يحتاج إليه المستفيد في المستقبل أمام مختلف التغيرات التي قد تطرأ على احتياجاتهم.
- إمداد المستفيد بالخدمات ذات الجودة والفعالية التي تتوافق مع توقعاته بشكل مستمر
- معرفة احتياجات المستفيد الشخصية وهو شكل من أشكال الاتصال الشخصي قائم على معرفة كل مستفيد على حدة من منظور يسمح له بفهم احتياجاته وتوقعاته.

معاملة المستفيد بتميز: وذلك باتخاذ الإجراءات والسبل التي من شأنها تعطي للمستفيد الانطباع بأنه يعامل بتميز من قبل العاملين بالمؤسسة الوثائقية

على نحو يشعره بالأهمية والاهتمام وهذا ما يدفعه للتردد المتواصل أكثر فأكثر مع المؤسسة التوثيقية.

من خلال ما تقدم يمكن القول إن إدارة العلاقة مع المستفيد تعد ركيزة أساسية من ركائز بناء وتطوير رأس المال الفكرى حيث تساهم من خلال استراتيجيتها وأدواتها في تدعيم ولاء المستفيد من خلال العمل على إقامة علاقات طويلة الأمد والتركيز على المحافظة على العلاقات الإيجابية للمؤسسة معهم مع اعتبارهم أصلاً من أصولها.

خلاصة القول إن رأس المال الفكرى بالمؤسسة التوثيقية يمثل مجموع الأصول غير ملموسة والتي تمثل ميزة تنافسية لذلك فإن تطويره يمر عبر المراحل التالية:¹¹

من أجل تنمية رأس المال الفكرى وجب على المنظمات ومنها المؤسسات التوثيقية خلق بيئة تنظيمية تساعد على تقاسم المعرفة بين أفرادها مما يساهم في تطوير رأس المال البشرى حيث يجب التوقف عن اعتبار العاملين بها مجرد أداة لأداء الأعمال بل يجب النظر إليهم على أساس أنهم ثروات حقيقية تساهم في حل المشكلات وتطوير المنظمة لذلك لا بد من تحسين مهاراتهم ومعارفهم وقدراتهم حيث أن جوهر الرأسمال البشرى والذي أساسه المورد البشرى هو الذكاء والبراعة لذلك يتم تطويره من خلال التعليم المستمر والتدريب المكثف وتسخير إمكانيات الأفراد وتوجيهها وخلق بيئة تساعد على الإبداع حيث أن الابتكار يبدأ ببناء نوع جديد من المعرفة يساعد على تضيق الفجوة بين المنافسين مما يساهم في زيادة وتطوير رأس المال البشرى.

أما عن رأس المال الهيكلى الذى يمثل آليات وهياكل المنظمة التي تساعد العاملين على تقديم أفضل أداء فالمنظمات ذات الهيكلة القوية تسمح للأفراد إخراج أفكارهم والمشاركة بها بما يضمن استرجاع فعال للمعلومات والمعرفة التي تتم بواسطة تكنولوجيا المعلومات التي تساهم في الوصول للمعرفة الضمنية والتي تمكن العامل من تحسين الأداء وفرص العمل من خلال الوصول إلى مجموعة واسعة من قواعد المعارف التي تساعد على التعلم.

أما رأس مال العملاء أو ما يطلق عليه في المؤسسة التوثيقية برأس مال المستفيد فإن العصر الحالى يتطلب علاقات قوية معهم من خلال معرفة المستفيد أكثر وإيجاد علاقة قوية تساهم في تحقيق أهداف المؤسسة التوثيقية والنظر إلى المعرفة كجزء لا يتجزأ من المستفيدين والموردين، ورأسمال العلاقات من أكثر أنواع رأس المال الفكرى صعوبة في التطوير لأن

الحصول على مستفيد جديد أكثر تكلفة من الحفاظ على مستفيد موجود وعمال المعرفة الذين يتولون رعاية هؤلاء المستفيدين تحتاج إلى اهتمام خاص وهذا يتطلب جمع المعلومات عن المستفيد والحفاظ عليها وهذا يتطلب مهارات عالية وعمال رفيعي المستوى يساهمون في كسب رضا المستفيد وتعزيز ولائه فالمؤسسة التوثيقية التي من شأنها أن تبقى وتزدهر عليها العمل على فهم العلاقة بين الرضا والولاء لكل من المستفيدين وخدماتها.

الهوامش

- ¹ فرعون، أمحمد، أليفي، محمد. رأس المال الفكرى وثورة المنظمات الجديدة: مدخل لدراسته وقياسه. ملتقى إدارة وقياس رأس المال الفكرى فى منظمات الأعمال العربية. (الجزائر: 03 و04 جوان 2008). البلدة: كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير. ص.ص.4.3.
- ² أفينيني، عقيلة. إدارة المعرفة: قمة التميز فى المؤسسة المعاصرة. مذكرة ماجستير: إدارة الأعمال: جامعة سعد دحلب. 2007. ص.150.
- ³ عبد الهادي، محمد فتحي. مقدمة فى علم المعلومات. ط.2. الإسكندرية: دار الثقافة العلمية، 2008. ص.15.
- ⁴ الخناق، سناء عبد الكريم. دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات فى عمليات إدارة المعرفة. ملتقى تسيير المؤسسات: المعرفة الركيزة الجديدة والتحدى التنافسى للمؤسسات الاقتصادية. (الجزائر: 12 و13 نوفمبر 2005). بسكرة. كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير. ص.13.
- ⁵ الشرفا، سلوى محمد. دور إدارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات فى تحقيق المزايا التنافسية فى المصارف العاملة فى قطاع غزة. رسالة ماجستير: إدارة أعمال: الجامعة الإسلامية، 2008. ص.58.
- ⁶ الخناق، سناء عبد الكريم. المرجع السابق. ص.17.
- ⁷ شلابي، عمار، طيار أحسن. إدارة العلاقة مع الزبون ودور التنقيب فى البيانات فيها. ملتقى تسيير المؤسسات: المعرفة الركيزة الجديدة والتحدى التنافسى للمؤسسات الاقتصادية. (الجزائر: 12 و13 نوفمبر 2005). بسكرة. كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير. ص.3.
- ⁸ كربالي، بغداد. الإنترنت وتسيير علاقة الزبون: دراسة ميدانية بالمؤسسة الجزائرية. ملتقى تسيير المؤسسات: المعرفة الركيزة الجديدة والتحدى التنافسى للمؤسسات الاقتصادية. (الجزائر: 12 و13 نوفمبر 2005). بسكرة. كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير. ص.3.
- ⁹ شلابي، عمار، طيار أحسن. إدارة العلاقة مع الزبون ودور التنقيب فى البيانات فيها. مرجع سابق. ص.ص.6.5.
- ¹⁰ ذنايب، مصعب، إدارة العلاقة مع الزبون ودورها فى تنمية رأس المال الفكرى: دراسة تحليلية لمؤسسة نجمة للاتصالات. مرجع سابق. ص.ص.58-60.

¹¹ Van Deventer, MJ. Developing intellectual capital. [on line]. [05/04/2012]. available at URL: <http://upetd.up.ac.za/thesis/available/etd-08012003-162454/unrestricted/03chapter3.pdf>