

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة 08 ماي 1945 قالمة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم علوم التسيير



مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر
فرع علوم التسيير
تخصص إدارة مالية

الموضوع:

دور رأس المال الفكري في خلق وتدعيم الابتكار في المؤسسة الاقتصادية
دراسة حالة - المؤسسة الجزائرية للأنسجة الصناعية والتقنية
مركب سوق أهراس -

تحت إشراف
الأستاذة: زدوري أسماء

من إعداد الطلبة:
- سلاطني نسبية
- مجدوب آمنة

السنة الجامعية: 2013-2014

الشكر

نحمد الله تعالى ونشكره على نعمه وحسن عونه لنا، ونصلي ونسلم على خاتم الأنبياء والمرسلين صلوات ربي وسلامه عليه.

نتقدم بكل عبارات الشكر والامتنان تقديرا وعرفانا للأستاذة الفاضلة المشرفة

زدوري أسماء التي لم تبخل علينا بنصائحها وتوجيهاتها ودعمها.

وكل الشكر والامتنان للسادة أعضاء لجنة مناقشة البحث، الذين تفضلوا بتكريس جزء من وقتهم لقراءة ومناقشة هذا البحث.

كما لا يفوتنا أن نتوجه بالتحية والشكر إلى كافة أساتذة قسم علوم التسيير ونخص بالذكر

الأستاذة: خمقاني بدر الزمان، بوناب محمد، بورصاص وداد.

وختاما نتوجه بالشكر إلى كل من آزرنا من قريب أو من بعيد.

الإهداء

إلى أبي وأمي.....برا ووفاء

إلى إخوتي وأخواتي.....شكرا وعرفانا

إلى أصدقائي.....احتراما وتقديرا

إلى كل طالب علم.....يسعى للنجاح

وإلى كل زملاء الدفعة

فهرس الأشكال

الصفحة	العنوان	الرقم
	مكونات رأس المال الفكري	01
	مفهوم الابتكار- الأول إلى الفكرة، المنتج والسوق	02
	العوامل المؤثرة في الابتكار	03
	النموذج الموجه من خلال التكنولوجيا	04
	النموذج الموجه من خلال السوق	05
	العلاقة بين البيانات والمعلومات والمعرفة	06
	تمثيل الهيكل التنظيمي للمؤسسة	07
	تصميم هيكل لمراحل الإنتاج	08
	تمثيل نتائج الجدول رقم (04)	09
	تمثيل نتائج الجدول رقم (05)	10
	تمثيل نتائج الجدول رقم (06)	11
	تمثيل نتائج الجدول رقم (07)	12
	تمثيل نتائج الجدول رقم (08)	13

فهرس الجداول

الصفحة	العنوان	الرقم
	توزيع عينة الدراسة	01
	مقياس ليكرت الخماسي	02
	معامل ألفا كرونباخ لعينة الدراسة	03
	جنس أفراد العينة	04
	توزيع أفراد العينة حسب العمر	05
	توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	06
	توزيع أفراد العينة حسب الخبرة	07
	توزيع أفراد العينة حسب عدد الدورات التدريبية	08
	الأوزان المرجحة لمقياس الدراسة	09
	وصف وجهة نظر العاملين حول مدى اهتمام المؤسسة بالرأس مال الفكري	10
	وجهة نظر العاملين حول مدى اعتماد المؤسسة على أساليب الابتكار	11
	وجهة نظر الأفراد العاملين حول مدى تأثير رأس المال الفكري في خلق الابتكار وتدعيمه	12

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
	الشكر
	الإهداء
	فهرس الجداول
	فهرس الأشكال
	فهرس المحتويات
أ- د	المقدمة العامة
أ	تمهيد
أ	أهمية الدراسة
أ- ب	إشكالية الدراسة
ب	الفرضيات
ب	أهداف الدراسة
ب	منهج الدراسة
ج	التوثيق العلمي
ج	شرح المصطلحات الأساسية
ج- د	محتوى الدراسة
د	صعوبات الدراسة
الفصل الأول: التأصيل النظري لرأس المال الفكري	
2	تمهيد
3	المبحث الأول: مفاهيم عامة حول رأس المال الفكري
3	المطلب الأول: نشأة رأس المال الفكري
3	أولاً: توجهات الاهتمام بالقدرات البشرية
3	ثانياً: تلميحات المفهوم وتوجهات الاهتمام بالقابلية الذهنية
4	ثالثاً: تكثيف الجهود البحثية وولادة النظرية
4	المطلب الثاني: مفهوم وأهمية رأس المال الفكري
4	أولاً: مفهوم رأس المال الفكري

5	ثانيا: أهمية رأس المال الفكري
7	المطلب الثالث: خصائص رأس المال الفكري
7	أولا: الخصائص التنظيمية
7	ثانيا: الخصائص المهنية
7	ثالثا: الخصائص السلوكية والشخصية
8	المبحث الثاني: أساسيات رأس المال الفكري
8	المطلب الأول: أبعاد رأس المال الفكري
8	أولا: البعد التكنولوجي
8	ثانيا: البعد التنظيمي واللوجستي
8	ثالثا: البعد الاجتماعي
9	المطلب الثاني: العوامل المؤثرة في تطور رأس المال الفكري
9	أولا: عوامل خارجية
9	ثانيا: العوامل الداخلية
10	المطلب الثالث: مكونات رأس المال الفكري
11	أولا: رأس المال البشري
12	ثانيا: رأس المال الميكلي
12	ثالثا: رأس المال الزبوني (العلائقي)
15	المبحث الثالث: قياس رأس المال الفكري
15	المطلب الأول: مفهوم قياس رأس المال الفكري ودوافعه.
15	أولا: تعريف القياس المحاسبي لرأس المال الفكري
16	ثانيا: أهمية قياس رأس المال الفكري
16	ثالثا: مبررات قياس رأس المال الفكري
17	رابعا: أبعاد مشكلة القياس والتقييم
17	المطلب الثاني: المبادئ الإرشادية لقياس رأس المال الفكري
17	أولا: الأفراد والمعلومات هما القوة الدافعية لاقتصاد المعرفة
17	ثانيا: لا يمكن أن نسير بدون بيانات
17	ثالثا: قوة وصحة مقاييس رأس المال الفكري

17	رابعاً: رأس المال الفكري هو القوة الدافعة للقيمة المضافة
18	خامساً: السير للمستقبل
18	المطلب الثالث: نماذج قياس رأس المال الفكري
18	أولاً: النماذج الوصفية
18	ثانياً: المقاييس والنماذج المرتبطة برأس المال الفكري والملكية الفكرية
19	ثالثاً: مقاييس ونماذج القيمة السوقية
20	رابعاً: مقاييس العائد على المعرفة
21	خلاصة الفصل
الفصل الثاني: مدخل نظري حول الابتكار	
23	تمهيد
24	المبحث الأول: الإطار المفاهيمي للابتكار
24	المطلب الأول: مفهوم الابتكار
24	أولاً: الابتكار والإبداع
25	ثانياً: الابتكار والاختراع
25	ثالثاً: مفهوم الابتكار
27	المطلب الثاني: أهمية وأسباب الابتكار
27	أولاً: أهمية الابتكار
28	ثانياً: أسباب ودوافع الابتكار
29	المطلب الثالث: أنواع الابتكار
29	أولاً: معيار الدافع للابتكار
29	ثانياً: معيار مصدر واتجاه الابتكار
30	ثالثاً: معيار حجم ودرجة التغيير
31	المبحث الثاني: أساسيات عن الابتكار
31	المطلب الأول: مصادر الابتكار
31	أولاً: المصادر الخارجية
32	ثانياً: المصادر الداخلية
33	المطلب الثاني: مراحل الابتكار

33	أولاً: مرحلة توليد الابتكار
33	ثانياً: مرحلة الاختبار الأولي
33	ثالثاً: مرحلة تحديد ودراسة الجدوى
33	رابعاً: مرحلة التطبيق النهائي
33	المطلب الثالث: العوامل المؤثرة في الابتكار
35	أولاً: مجموعة الخصائص الشخصية
35	ثانياً: مجموعة العوامل التنظيمية
36	ثالثاً: مجموعة عوامل البيئة العامة في المجتمع
37	المبحث الثالث: النماذج المفسرة للابتكار ومؤشرات قياسه
37	المطلب الأول: النماذج المفسرة للابتكار
37	أولاً: الابتكار عن طريق الصدفة
37	ثانياً: النماذج الخطئية
39	المطلب الثاني: الحاجة إلى قياس الابتكار
40	المطلب الثالث: مؤشرات قياس الابتكار
40	أولاً: المؤشرات الأولى إلى الفكرة
40	ثانياً: المؤشرات الأولى إلى المنتج
41	ثالثاً: المؤشرات الأولى إلى السوق
42	خلاصة الفصل
الفصل الثالث: رأس المال الفكري وتدعيم عملية الابتكار	
44	تمهيد
45	المبحث الأول: مسؤولية خلق الابتكار
45	المطلب الأول: إدارة المعرفة
47	أولاً: مفهوم إدارة المعرفة
48	ثانياً: أهمية إدارة المعرفة
48	ثالثاً: علاقة رأس المال الفكري بإدارة المعرفة
49	المطلب الثاني: إدارة المعرفة وخلق الابتكار
49	أولاً: الابتكار كمعرفة جديدة

49	ثانيا: التراكم المعرفي والابتكار
51	ثالثا: البحث والتطوير الهادف للابتكار
53	المطلب الثالث: المداخل المختلفة لدراسة الابتكار
53	أولا: التركيز على العملية الابتكارية
53	ثانيا: التركيز على الناتج الإبداعي والابتكاري
53	ثالثا: التركيز على الصفات الشخصية للمبتكرين
54	رابعا: الإمكانيات الابتكارية عند الفرد
54	المبحث الثاني: رأس المال الفكري وخلق الابتكار
54	المطلب الأول: بناء رأس المال الفكري ومتطلبات تطويره
54	أولا: بناء رأس المال الفكري
56	ثانيا: متطلبات تطويره
57	المطلب الثاني: أسباب الحفاظ على رأس المال الفكري
58	المطلب الثالث: علاقة رأس المال الفكري بالابتكار
59	المبحث الثالث: تطبيقات التفكير الابتكاري
59	المطلب الأول: مفهوم التفكير الابتكاري:
60	المطلب الثاني: تنمية التفكير الابتكاري
60	أولا: العصف الذهني
61	ثانيا: أسلوب دلفي
62	المطلب الثالث: معوقات ومحفزات التفكير الابتكاري
62	أولا: معوقات التفكير الابتكاري
62	ثانيا: محفزات التفكير الابتكاري
64	خلاصة الفصل
	الفصل الرابع: دراسة ميدانية بالمؤسسة الجزائرية الأنسجة الصناعية والتقنية - مركبة سوق أمرايس -
66	تمهيد
67	المبحث الأول: دراسة عامة حول المؤسسة
67	المطلب الأول: التعريف بالمؤسسة محل الدراسة

68	المطلب الثاني: مهام المؤسسة
69	المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي للمؤسسة
75	المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة
75	المطلب الأول: المنهج المستخدم في الدراسة
76	المطلب الثاني: مجتمع وعينة الدراسة
78	المطلب الثالث: أدوات جمع البيانات
78	المبحث الثالث: الطريقة والإجراءات المتبعة في الدراسة
79	المطلب الأول: صدق أداة الدراسة وأساليب المعالجة الإحصائية
84	المطلب الثاني: تحليل البيانات الشخصية
90	المطلب الثالث: تحليل أجوبة الاستمارة
92	خلاصة الفصل
	الخاتمة العامة
	قائمة المراجع
	الملاحق

المقدمة العامة

تمهيد:

مما لا ريب فيه أن القرن الحالي يشهد تطورات هائلة في مختلف المجالات، ومن بين أهمها مجالات الأعمال والاقتصاد، حيث أصبحت تمثل اهتماما كبيرا للمؤسسات الأعمال، ومن أبرزها التحول نحو اقتصاد المعرفة، هذا الاقتصاد الذي لم تعد فيه الأرض واليد العاملة ورأس المال الموارد الأساسية، بل ظهر عنصر رابع أصبح يعتبر المورد الأهم للاقتصاد والمتمثل في المعرفة باعتبارها نوع جديد من عناصر الإنتاج، وهو رأس المال الفكري الذي يتحدد ويتطور باستمرار، وفي خضم هذا التحول الكبير في المفاهيم الاقتصادية كان لابد من ظهور أسلوب إداري يتماشى مع المعطيات الجديدة، ويضمن الاستغلال الأمثل لهذه الموارد المعنوية، باعتبار إدارة المعرفة أسلوب إداري يسعى لمواكبة العصر الجديد.

ويعد رأس المال الفكري أحد المتغيرات المعاصرة التي تساهم في تحقيق البقاء خاصة إذا تم العمل على تطويره فإنه يحفز إنتاج أفكار جديدة أو تطوير أفكار قديمة ويركز أيضا على الطاقات الابتكارية الموجودة عند العاملين في المؤسسة وكيفية اكتشافها واستمرارها والحفاظة عليها باعتبار المؤسسة المعاصرة تنظر إلى مواردها البشرية على أنها أغلى الموارد وأكثر الموجودات قيمة.

ولما أصبح الابتكار أحد أهم مصادر التميز، وهو النشاط الأكثر أهمية في المؤسسات المتقدمة، ولهذا تسعى إلى دعم فرق البحث والتطوير وتخصيص ميزانية ضخمة لها من خلال تفعيل الأفراد وإكسابهم المهارات والقدرات الإبداعية في بيئة تنظيمية سريعة التغير.

أهمية الدراسة:

تنبع أهمية الموضوع من أهمية الدور الذي يضطلع به رأس المال الفكري في المؤسسة، إذ يسهم في تعظيم قيمة المؤسسة كما يزيد من اكتشاف وتدعيم تدفق القدرات المعرفية والتنظيمية للأفراد مما يمكنهم من إنتاج منتجات جديدة للمؤسسة، فالاهتمام به تفرضه طبيعة التحديات العلمية والاقتصادية والتطورات التكنولوجية السريعة إذ أن القدرات الفكرية المبدعة أصبحت من أهم عوامل التفوق في اقتصاد مبني على المعرفة .

إشكالية الدراسة:

يلعب رأس المال الفكري دورا فعالا في المؤسسة، إذ أنه يعظم قيمتها و يؤدي دورا هاما في تفوقها ونجاحها، وبالتالي يمكن الاستفادة منه في توليد ابتكار يتجسد في تقديم منتجات (سلع وخدمات) أو تحسين هذه المنتجات أو ابتكار عمليات إنتاجية لم تكن معروفة من قبل.

وباعتبار المؤسسة الاقتصادية أصبحت تبحث أكثر من أي وقت عن التفوق و الاستمرار من خلال

تدعيم القدرات الابتكارية بداخلها، جاء موضوع بحثنا للإجابة عن التساؤل التالي:

ما مدى مساهمة رأس المال الفكري في خلق الابتكار وتدعيمه داخل المؤسسة الاقتصادية ؟

- من هذا التساؤل نطرح التساؤلات الفرعية الآتية :
- ما المقصود برأس المال الفكري؟ و ما هي مكوناته الأساسية؟
 - ما النماذج التي تستخدم في قياس رأس المال الفكري؟
 - ما هي أهمية الابتكار للمؤسسة الاقتصادية؟
 - هل للابتكار دور في تطوير المؤسسة الاقتصادية؟
 - ماهي العوامل المؤثرة في العملية الابتكارية داخل المؤسسة؟
 - كيف يمكن تجسيد العلاقة بين رأس المال الفكري والعملية الابتكارية داخل المؤسسة محل الدراسة؟

الفرضيات:

- انطلاقا من التساؤلات الفرعية و السؤال الرئيسي، تنبثق مجموعة من الفرضيات تتمثل في:
- تولي المؤسسة أهمية واهتمام كبيرين برأس المال الفكري .
 - يلعب الابتكار دور كبير في المؤسسة لكنه لا يلقي الاهتمام والعناية الكافية به.
 - تعتمد المؤسسة الاقتصادية على رأس المال الفكري في خلق الابتكار وتعزيزه.

أهداف الدراسة :

- يمكن حصر أهداف الدراسة فيما يلي:
- تحديد المفاهيم المتعلقة برأس المال الفكري ودوره في المؤسسة.
 - إبراز دور الابتكار في المؤسسة الاقتصادية وبالتالي تحقيق التفوق المؤسسي.
 - تحليل العلاقة بين رأس المال الفكري والقدرة الابتكارية لدى الأفراد.
 - محاولة الربط بين أثر تبني إدارة المعرفة وحسن تطبيقها واستغلالها في بناء وتدعيم الابتكار لدى المؤسسة.

منهج الدراسة:

إن المنهج المتبع في هذا البحث ومن أجل الإجابة على الإشكالية المطروحة هو "المنهج الوصفي التحليلي" الذي يتماشى مع طبيعة الموضوع وذلك لجمع البيانات وتحليلها وتفسيرها، ثم استخلاص النتائج التي تؤدي إلى اتخاذ القرارات المناسبة، بالإضافة إلى استخدام منهج دراسة الحالة فيما يتعلق بالدراسة الميدانية.

التوثيق العلمي:

لإعداد هذا البحث تم الاعتماد في الجانب النظري على المسح المكتبي بتناول المراجع باللغة العربية والأجنبية من كتب، رسائل ماجستير، أطروحات دكتوراه، دراسات لعدة باحثين مستوحاة من الانترنت وغيرها.

شرح المصطلحات الأساسية:

- رأس المال الفكري: يتمثل في القدرة العقلية لدى فئة معينة من الموارد البشرية ممثلة في الكفاءات القادرة على توليد الأفكار.
- الابتكار: يتمثل في فكرة أو مجموعة أفكار إبداعية تترجم في إنتاج منتج جديد أو طريقة عمل جديدة موجهة للبيع أو الاستعمال.
- الإبداع: أفكار جديدة ومفيدة ومتصلة بحل مشكلات معينة، أو تجميع وإعادة تركيب الأنماط المعروفة من المعرفة في أشكال فريدة وهذا لا يقتصر على الجانب التكتيكي فقط بل يتعدى أيضا الآلات والمعدات.
- إدارة المعرفة: مجموعة من العمليات والمداخل الواضحة والمحددة على نحو جيد وتهدف إلى اكتشاف وظائف المعرفة الإيجابية منها والسلبية.
- التفكير الابتكاري: اتجاه وطريقة لاستخدام المعلومات، حيث يتمثل في تقديم أفكار ابتكارية إلى المؤسسة.

محتوى الدراسة:

للإجابة على الإشكالية المطروحة والإمام بكل جوانب الموضوع تم إتباع منهجية تعتمد على تقسيم موضوع الدراسة إلى أربعة فصول، ثلاثة منها للجزء النظري وفصل للجزء التطبيقي.

حيث سنتناول في الفصل الأول التأصيل النظري لرأس المال الفكري وذلك من خلال ثلاثة مباحث: المبحث الأول نتطرق فيه إلى مفاهيم عامة حول رأس المال الفكري، أما المبحث الثاني فسنعرضه لأساسيات رأس المال الفكري وأخيرا المبحث الثالث فيتم فيه دراسة قياس رأس المال الفكري.

كما سنتطرق في الفصل الثاني إلى الحديث عن المدخل النظري للابتكار من خلال ثلاثة مباحث: المبحث الأول يخص الإطار المفاهيمي للابتكار، أما المبحث الثاني فهو للحديث عن أساسيات عن الابتكار والمبحث الثالث فهو خاص بالنماذج المفسرة للابتكار ومؤشرات قياسه.

أما الفصل الثالث فسنعرضه للحديث عن دور رأس المال الفكري في خلق الابتكار، وقد خصص للتعرف على مسؤولية خلق الابتكار من خلال المبحث الأول، ثم الانتقال إلى رأس المال الفكري والابتكار من خلال المبحث الثاني و أخيرا تطبيقات التفكير الابتكاري الذي يخص المبحث الثالث.

وأخيرا الفصل الرابع الخاص بالدراسة الميدانية للمؤسسة الجزائرية للأنسجة الصناعية والتقنية، من خلال إسقاط الجانب النظري على الجانب التطبيقي في حدود الدراسة.

صعوبات الدراسة :

يمكن حصر جل الصعوبات التي واجهتنا في دراستنا في النقاط التالية:

- تشعب الموضوع وحدائته، بداية من رأس المال الفكري والتطرق إلى الابتكار ووصولاً إلى ربطه .
- صعوبة أخذ الموافقة في المؤسسة محل الدراسة، لإجراء الدراسة الميدانية (توزيع الاستبيان) وصعوبة تجاوب العمال ورفضهم الإدلاء بالإجابات.
- افتقار المؤسسات الجزائرية لثقافة التعامل وخاصة العمومية منها.
- صعوبة تحليل نتائج الاستبيانات، وهذا بسبب قلة وجود المستعملين لبرنامج spss الأمر الذي جعلنا نجتهد من أجل استعماله.

الفصل الأول: التأسيس النظري لرأس المال الفكري

تمهيد

المبحث الأول: مفاهيم عامة حول رأس المال الفكري

المبحث الثاني: أساسيات رأس المال الفكري

المبحث الثالث: قياس رأس المال الفكري

خلاصة الفصل

تمهيد:

في ظل اقتصاد المعرفة أصبحت الموجودات غير الملموسة تشكل الدعامة الأساسية والموارد الإستراتيجي لثروة المؤسسة وازدهارها، وأن نجاح المؤسسات في بيئة المنافسة الحادة أصبح مرهوناً بقيمة هذه الموجودات وإستراتيجية إدارتها، وذلك بسبب دورها الفاعل في توظيف قدرات العاملين ومهاراتهم وخبراتهم في تعزيز الميزة التنافسية للمنظمة وخلق القيمة ولقد أطلق الباحثون على هذه الموجودات مصطلح رأس المال الفكري.

ويهدف هذا الفصل إلى التعرف على رأس المال الفكري وتوضيح كل ما يتعلق به ولهذا الغرض فقد تم تقسيم

هذا الفصل إلى ثلاثة مباحث تناولت الموضوعات التالية:

- مفاهيم حول رأس المال الفكري.
- أساسيات حول رأس المال الفكري.
- قياس رأس المال الفكري.

المبحث الأول: مفاهيم عامة حول رأس المال الفكري

يعتبر رأس المال الفكري من الموارد الأساسية للمؤسسات الحديثة في ظل اقتصاد المعرفة وهو يعتبر من أكثر الموجودات قدما في القرن الحادي والعشرين لأنها تمثل قوى عاملة قادرة على إدخال تعديلات فضلا عن ابتكاراتهم المتلاحقة.

المطلب الأول: نشأة رأس المال الفكري

يمكن تحديد ثلاث مراحل مهدت لظهور رأس المال الفكري وساهمت في تطوره وبناء استخداماته، وهي على النحو التالي: ⁽¹⁾

أولا: توجهات الاهتمام بالقدرات البشرية:

لقد كانت بدايات الاهتمام بالقابليات البشرية في القرن السابع عشر على يد الاقتصاديين، فقد أكد الاقتصادي petty wiliam على فكرة اختلاف نوعية العمالة، وطرح موضوع قيمة العاملين value of workers في حساب الثروة بطريقة إحصائية، وشكل هذا الجهد مبادئ ما عرف لاحقا برأس المال البشري واستمرت جهود الاقتصاديين بهذا الاتجاه، حيث أشار adam smith عام 1776 في كتابه "ثروة الأمم" إلى تأثير مهارات العاملين في العملية الإنتاجية وجودة المخرجات وطالب بتحديد الأجور وفق ما يبذله العاملون من وقت وجهد.

وأكد الاقتصادي المعروف alfrid marchall عام 1890 على الاستثمار في البشر بقوله "إن أئمن ضروب رأس المال هو ما يستثمر في البشر" وذلك لأن رأس المال البشري يتميز بسمة لا تتوفر في غيره من رؤوس الأموال، هي أن منحنى إنتاجيته يتصاعد بنفس اتجاه منحنى خبراته ومهاراته.

وجاء عام 1906 ليشهد الأساس الفعلي لنظرية رأس المال البشري المعاصرة على يد الاقتصادي Irving Ficher عندما أدخل رأس المال البشري في مفهوم رأس المال العام، وعند نهاية الخمسينيات توسع theodore schultz و jakob mincer بنظرية رأس المال البشري من خلال اعتباره فئة من رأس المال مستقلة عن رأس المال التقليدي وذلك ما وفر تفسير لظواهر الاقتصاد الكلي والجزئي.

وشهدت مرحلة الستينات إلى نهاية السبعينات تطورا سريعا في نظرية رأس المال البشري أدت بشكل واضح إلى فهم السلوك الإنساني على المستويين الفردي والاجتماعي.

ثانيا: تلميحات المفهوم وتوجهات الاهتمام بالقابلية الذهنية:

في عام 1980 من خلال دراسة على أداء منظمات الأعمال اليابانية لوحظ وجود تباين في أدائها وهذا الاختلاف يكمن في وجود نسبة موجودات غير ملموسة تمتلكها هذه المؤسسات وهذه الدراسة مكنت من الخروج

¹ قاسم نايف الحمدوي، إبراهيم محمد الزعلوك، دور رأس المال الفكري في تعزيز منظمات الأعمال، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن،

باستنتاج وهو أن الموجودات غير الملموسة هي الأساس في تحقيق عوائد المؤسسات، لأنها قابلة للاستخدام المتعدد والمتزامن.

وفي عام 1986 قام david tecce بكتابة مقالة بعنوان "الإفادة من الإبداع التكنولوجي" إذ حدد فيها الخطوات الضرورية لاستخراج القيمة من الإبداع وتحليلها وتفسيرها. وفي عام 1989 أنشأ patrik sullivan لأول مرة نشاطا استشاريا قابل للتطبيق يتركز على نصح الزبائن في كيفية استخراج القيمة من الإبداع من وجهة نظر تجارية. أما في بداية التسعينات وبالتحديد في عام 1990 عندما أطلق ralph stayer أول مرة رأس المال الفكري، ثم عندما نشر t.stewart عام 1991 مقالة بعنوان "القوة الذهنية" وأيضا في السنة نفسها تم تعيين أول مدير في العالم لرأس المال الفكري من قبل شركة Skandia السويدية.

ثالثا: تكثيف الجهود البحثية وولادة النظرية:

في منتصف التسعينات من القرن العشرين بدأت الجهود البحثية تتكاثف حول موضوع رأس المال الفكري في محاولة لإيجاد فهم مشترك فيما بين الباحثين والمؤسسات، ففي سنة 1993 اهتمت Dou chemical في تطوير الأرباح والمنافع الجديدة من رأس المال الفكري، وفي عام 1995 عقد اجتماع ضم ممثلي ثماني مؤسسات، أطلق على هذا الاجتماع رأس المال الفكري، وتضمن جدول أعمال الاجتماع عددا من المسائل أهمها الاتفاق على تعريف مصطلح رأس المال الفكري وتحديد عناصره وطرائق استخراج القيمة منه، وشهد عام 1999 انعقاد دورة دولية لرأس المال الفكري في أمستردام وتركزت جهودها حول مناقشة أهداف رأس المال البشري واتجاهاته وطرائق قياسه أما في عام 2000 و2003 عقد في نيويورك مؤتمرين حول رأس المال الفكري وإدارته.

المطلب الثاني: مفهوم وأهمية رأس المال الفكري

هناك جدل كبير حول رأس المال الفكري فيما يتعلق بمفهومه وأهميته، وكيفية استخلاص ما يمكن استخلاصه من خلال تطبيق ماهيته في مختلف مجالات الحياة.

أولا: مفهوم رأس المال الفكري:

لقد تعددت التعاريف الخاصة برأس المال الفكري من قبل الباحثين والمفكرين، حيث يعرفه كل واحد من وجهة نظر مختلفة، ومن بين هذه التعاريف نجد:

التعريف الأول:

تعريف Stewart: "رأس المال الفكري يتمثل في المعرفة والمعلومات وحقوق الملكية الفكرية والخبرات التي يمكن توظيفها لإنتاج الثروة وتدعيم القدرات التنافسية للمؤسسة".⁽¹⁾

¹ توماس ستيوارت، ثورة المعرفة رأس المال الفكري ومؤسسة القرن 21، ترجمة علاء أحمد صلاح، الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، مصر، 2004، ص31.

فالباحث من خلال هذا التعريف يعتبر رأس المال الفكري مصدرا مهما لتحقيق الثروة وتدعيم القدرات التنافسية للمؤسسة.

التعريف الثاني:

تعريف Edvinsson: "رأس المال الفكري هو الأصول غير الملموسة التي تتسم بعدم وجود كيان مادي، بالإضافة إلى عدم تأكد من المنافع المستقبلية المتوقعة منها نظرا لصعوبة التنبؤ بالعمر الإنتاجي لها، الأمر الذي يؤدي إلى صعوبة قياسها وتقييمها".⁽¹⁾

فمن خلال هذا التعريف يتضح أن رأس المال الفكري كيان معنوي غير ملموس، والعوائد المتوقعة لذلك الكيان تتسم بعدم التأكد.

التعريف الثالث:

تعريف Sveiby: "حيث يرى أنه يمثل عملية تحويل المعرفة التي تمتلكها المؤسسة إلى قيمة مضافة، فهو عبارة عن طاقة ذهنية تمثل تشكيلة من المعرفة التي تعتبر مواد أولية رئيسية لاقتصاد اليوم القائم على المعرفة".⁽²⁾ يتضح من التعريف أن رأس المال الفكري يتمثل في المعرفة الكامنة في عقول الأصول البشرية للمؤسسة حيث تحول تلك المعرفة إلى قيمة مضافة من خلال التفكير والابتكار.

في ضوء ما سبق يتضح أن نطاق رأس المال الفكري قد اتسع ليشمل مجمل الإمكانيات المادية والمالية والمعنوية والذهنية والثقافية المتاحة للمؤسسة كما لم يقتصر استخدام رأس المال الفكري كمفهوم اقتصادي على بعض عوامل الإنتاج كالأرض والعمالة ورأس المال، بل تم اقتباس ذلك المصطلح واستعماله في مجال العلوم الاجتماعية وعلوم التسيير. ومنه نستخلص التعريف التالي:

رأس المال الفكري يتمثل في القدرة العقلية لدى فئة معينة من الموارد البشرية ممثلة في الكفاءات القادرة على توليد الأفكار المتعلقة بالتطوير الخلاق والإستراتيجي للأنظمة والأنشطة والعمليات والإستراتيجيات بما يضمن للمؤسسة امتلاك ميزة تنافسية مستدامة.

ثانيا: أهمية رأس المال الفكري:

تظهر أهمية رأس مال الفكري من أهمية الدور الذي تلعبه هذه النخبة، والمتمثل بتقديم أفكار جديدة والابتكارات والمخترعات التي تساهم في تحسين المركز التنافسي للمؤسسة، وعلى هذا الأساس يمكن استعراض هذه الأهمية على النحو الآتي:⁽³⁾

¹. مصطفى رجب علي شعبان، رسالة ماجستير حول رأس المال الفكري ودوره في تحقيق الميزة التنافسية لشركة الاتصالات الخلوية الفلسطينية جوال، الجامعة الإسلامية، غزة، 2011، ص 36، 37.

². ربحي عريان، إدارة المعرفة، دار النشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2005، ص 138.

³. صالح العلي، مكانة العقل في الفكر الإسلامي، مركز دراسات الوحدة العربية، ط1، بيروت، 1990، ص 67.

أ. المنزلة الرفيعة: يعتبر العقل أثنى ما وهبه الله للإنسان، فيه يميز الإنسان عن سائر المخلوقات الأخرى، كما اعتبر من أهم مكونات الكيان البشري وبه رصيد معارف ومعلومات، والعقل معقل للعلم، وخزينة للفكر، وترجمان المعرفة.

ب. تأسيس المنظمات الذكية: إن الإدارة الفاعلة لرأس المال الفكري قد تكون المحدد النهائي للأداء المنظمي، إذ أن المؤسسات التي ترغب بالنجاح في بيئة أعمال اليوم والانتقال إلى المؤسسة الذكية ينبغي عليها أن تقوم باستثمارات مناسبة للموجودات الفكرية، لكي تمتلك أفراداً يتمتعون بقدرات ومهارات تفوق منافسيها، لذا فإن الأفراد العاملين في منظمات اليوم - المنظمة الذكية - عليهم الانتقال من العمل التقليدي إلى العمل المعرفي والذي تكون فيه مسؤولياتهم أوسع وأعمق.

ج. العولمة: إن النمو المتزايد في الوظائف المعرفية فرضته ظاهرة العولمة، لأن سوق العمل في ظلها سيشهد اتجاهها متزايداً للطلب على رأس المال الفكري الذي يتصف بخبرات متنوعة ومهارات متعددة، وذلك لطبيعة التحدي العلمي والتقني المعاصر.

د. استثمارات ناجحة وعوائد عالية: يعد رأس المال الفكري مصدراً لتوليد وخلق الثروة في المؤسسة، إذ يشير Quian من مدرسة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات للأعمال أن ثلاثة أرباع القيمة المضافة تشتق من المعرفة. هـ. مورد استراتيجي وسلاح تنافسي: في ظل الاقتصاد المعرفي أصبح رأس المال الفكري مورداً استراتيجياً يشكل قوة فاعلة لهذا الاقتصاد ومصدراً رئيسياً للثروة والازدهار.

و. رأس المال الفكري وتحقيق القيمة: في ظل الاقتصاد المعرفي أصبحت اللاملموسات محركات أساسية لإنشاء القيمة والخبرة التنافسية، وهذا ما نجب أن نعترف به، ومع ذلك فإن المشكلة الأساسية التي تواجه إدارة اللاملموسات تتمثل في كيفية توظيف اللاملموسات في إنشاء القيمة أو كيف يمكن تحويل اللاملموسات إلى قيمة مالية؟ ومن أجل الإجابة يمكن أن نتحدث عن مستويين في إنشاء القيمة هما: إنشاء القيمة المالية في السوق القائمة على المعرفة، وإنشاء القيمة داخل المنظمة في تعزيز قدرة وخبرات ومفاهيم وأدوات المنظمة على تحقيق القيمة المالية في السوق و التميز على المنافسين.

وعليه فقد أصبح رأس المال الفكري أقوى سلاح للتنافس ومصدراً من مصادر الميزة التنافسية للمؤسسات المعاصرة، من خلال اتخاذ وتطبيق القرارات الإستراتيجية التي تهيئ للمنظمة فرص النجاح، وبالتالي فإن فقدان المؤسسة لرأس المال الفكري أو ضعف أدائه بسبب عدم فعالية طرق التسيير المعتمدة رغم كفاية الموارد المالية يعد سبباً رئيسياً في فشل استراتيجيات وسياسات المؤسسة للتنافسية، إذ أن إستراتيجية التميز لا يمكن تحقيقها إلا من خلال الإنتاجيات الفكرية والمتمثلة في الإبداع وتقديم منتجات جديدة وكل ما يتعلق بالبحث والتطوير.

المطلب الثالث: خصائص رأس المال الفكري

في ظل الاقتصاد المعرفي أصبح رأس المال الفكري موردا مهما نادرا يشكل قوة فاعلة لهذا الاقتصاد ومصدرا رئيسيا للثروة والازدهار، ولكن يجب توفر خصائص مهمة لكي يعتبر مورد نادر وإستراتيجي ومن هذه الخصائص صنف خصائص الأفراد الذين يتمتعون بالقدرات المعرفية والإبداعية كما يلي: ⁽¹⁾

أولا: الخصائص التنظيمية:

- يعمل رأس المال الفكري ضمن الهياكل التنظيمية المرنة ويسودها مناخ غير رسمي، كما أنه يتفاعل بشكل أكثر إيجابية في المناخ الإداري الذي يتسم باللامركزية في اتخاذ القرارات.
- يتواجد رأس المال الفكري في كافة المستويات الإستراتيجية ولكن بدرجات متفاوتة.
- يتسم رأس المال الفكري بالاستقلالية في الفكر والعمل والانفتاح على الخبرة من خلال السعي المستمر نحو الاستفادة من خبرات الآخرين.

ثانيا: الخصائص المهنية:

- أن يكون ثمينا ويضيف قيمة للشركات والمنظمات، ومعنى ذلك أن هذا المورد الثمين يحمل معرفة منفردة ساهمت في اكتشاف تطبيقات جديدة في الإنتاج والخدمات.
- أنه يتسم بالندرة ومعنى ذلك أنه يحمل خبرات ومهارات متعددة تمكنه من زيادة الابتكارات والإبداعات في وقت قياسي.
- لا يمكن تقليده بسرعة ومضاهاته لأن المعرفة في أي شركة أو منظمة تكون خاصة بها ولها بصماتها المميزة والتي استطاعت بنائها خلال مدة زمنية قصيرة.
- لا يمكن إحلاله بديل عنه وهذا يكون مرتبط بالقدرة المميزة لجميع العاملين داخل أي شركة أو منظمة والتعاون بين العاملين لا يمكن نسخه وإحلاله محل المعرفة.
- يتميز رأس المال الفكري بالمبادأة والسعي المستمر نحو تقديم الأفكار والمقترحات الابتكارية والتي قد تكون غير مألوفة في بعض الأحيان.

ثالثا: الخصائص السلوكية والشخصية:

- يتميز الأفراد الذين يمثلون رأس مال فكري بتوافر مهارات وخبرات عالية ومتنوعة.
- يميل رأس المال الفكري إلى تحمل المخاطرة بدرجة كبيرة في بدء العمل.
- لرأس المال الفكري القدرة على حسم القرارات دون تردد.

¹. عادل حرحوش، أحمد علي صالح، رأس المال الفكري أساليب قياسه وطرق المحافظة عليه، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، ص 12.

المبحث الثاني: أساسيات رأس المال الفكري

لاشك أن تحديد عناصر رأس المال الفكري تعتبر من الأمور الجوهرية التي تساعد في قياسه وتقييمه، وبالتالي تحدد القيمة الحقيقية لمنظمات الأعمال في العصر الحديث، كما أن التعرف على مكونات رأس المال الفكري يمثل أحد العناصر الرئيسية اللازمة للتعرف على مصادر ومسببات خلق القيمة في المنظمات بشكل أكثر تحديداً.

المطلب الأول: أبعاد رأس المال الفكري

هناك ثلاثة أبعاد لرأس المال الفكري تتمثل في: ⁽¹⁾

أولاً: البعد التكنولوجي:

ومن أمثلة هذا البعد محركات البحث ومنتجات الكيان الجماعي البرمجي وقواعد بيانات إدارة رأس المال الفكري والتكنولوجيات المتميزة، والتي تعمل جميعها على معالجة مشكلات رأس المال الفكري بصورة تكنولوجية، ولذلك فإن المؤسسة تسعى إلى التميز من خلال امتلاك البعد التكنولوجي للمعرفة والتركيز على إدارة المعلومات وتكنولوجيا المعلومات، والتأكيد على المعرفة المرتبطة بالتكنولوجيا واستخداماتها، كما يضمن توفير رأس المال الفكري تحقيق ميزة تنافسية دائمة تكفل نجاح طويل الأمد.

ثانياً: البعد التنظيمي واللوجستي:

هذا البعد يعبر عن كيفية الحصول على المعرفة والتحكم بها وإدارتها وتخزينها ونشرها وتعزيزها ومضاعفتها وإعادة استخدامها، ويتعلق هذا البعد بتحديد الطرائق والإجراءات والتسهيلات والوسائل المساعدة والعمليات اللازمة لرأس المال الفكري بصورة فاعلة من أجل كسب قيمة اقتصادية مجدية، كما يركز على فاعلية المنظمة بما يقود إلى تطوير وتحسين الفاعلية التشغيلية والفاعلية التنظيمية.

ثالثاً: 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 وتوسيع وبناء قدرات معرفية واسعة ومتميزة، كما يجري التركيز على تحقيق المشاركة بين الأفراد بالمعرفة المتاحة.

¹ .عاشور مزريق، رأس المال الفكري مدخل استراتيجي لتطوير الكفاءات وتحقيق الأداء المتميز في منظمات الأعمال الأردنية، مداخلة ضمن الملتقى الدولي الخامس حول رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في ظل الاقتصاديات الحديثة، جامعة الشلف، الجزائر، يومي 13-14/12/2011، ص12.

المطلب الثاني: العوامل المؤثرة في تطور رأس المال الفكري

تؤكد الدراسات والبحوث على أن هناك مجموعة من العوامل تقف وراء تطور رأس المال الفكري وتنقسم إلى ما يلي: ⁽¹⁾

أولاً: عوامل خارجية: إن أي مؤسسة تمارس أعمالها وأنشطتها في إطار البيئة الخارجية المحيطة وهي لا تملك السيطرة على عناصر هذه البيئة، ويرتبط نجاحها بقدرتها على التكيف مع هذه البيئة والاستجابة لها ومتطلباتها، وأهم العوامل الخارجية والتي تترك أثراً ملموساً في رأس المال الفكري هي:

- عولمة الأعمال والمنافسة الدولية والعالمية: وهذا الواقع الجديد حقق منافسة شديدة بين المؤسسات بحيث لا يستطيع البقاء إلا المنظمات الأكثر فاعلية، وهنا تبرز أهمية رأس المال الفكري.

- زيادة التطور والتعقيد في حاجات ورغبات المستهلك: مع التطورات التي يشهدها العالم تزداد حاجات ورغبات المستهلك وتزداد تعقيداً.

- زيادة حدة المنافسة: هناك سباق تنافسي شديد بين المؤسسات في طرح المنتجات (سلع وخدمات) وتطويرها واستخدام أحدث التكنولوجيات، وهذا يحتاج إلى بناء عمليات تعلم مستمرة وسريعة لتكون قادرة على المواجهة.

- زيادة مستوى التطور والتعقيد في عمليات التوريد: يسعى الموردون إلى مجاراة عمليات التطور في حاجات ورغبات المستهلك، وهذا لحدة المنافسة بين المؤسسات ولذلك فإنها تطور قدراتها وإمكاناتها باستمرار، وهنا يأتي دور المؤسسة في إشراك الموردين في عمليات تطوير أعمالها ومنتجاتها وتحقيق المشاركة في المعرفة.

ثانياً: العوامل الداخلية: هناك عوامل متعددة داخل المؤسسة تساهم في تطوير رأس المال الفكري ومن هذه العوامل:

- حدوث اختناقات في فاعلية المؤسسة: لأن فاعلية المؤسسة تتحدد بعوامل كثيرة منها تدفق العمل وتدفق حجم المعلومات، وتتمكن المؤسسة من التغلب على الاختناقات في فاعليتها عن طريق استخدام التكنولوجيات المتقدمة والنظم اللوجستية المتطورة وطاقم عمل أفضل وتنظيم المهام وتدفق العمل وغيرها، وهذا يتطلب تبنياً واضحاً لرأس المال الفكري.

- فهم الوظائف المعرفية: يلعب الأفراد ذو المعرفة دوراً مهماً في فاعلية المؤسسة

¹ . عاشور مزريق، مرجع سبق ذكره، ص 12.

المطلب الثالث: مكونات رأس المال الفكري

لاشك أن تحديد تقسيمات ومكونات رأس المال الفكري تعتبر من الأمور الجوهرية التي تساعد في قياسه وتقييمه، وبالتالي تحديد القيمة الحقيقية لمنظمات الأعمال في العصر الحديث، كما أن التعرف على مكونات رأس المال الفكري يمثل أحد العناصر الرئيسية اللازمة للتعرف على مصادر ومسببات خلق القيمة في المنظمات بشكل أكثر تحديداً.

وقد اختلفت وجهات النظر الإدارية والمحاسبية من حيث مكونات أو أنواع رأس المال الفكري وهذا الاختلاف راجع إلى مؤهلاتهم العلمية سواء أكانت محاسبية أو إدارية، لأنه أصبح متغيراً مهماً ذا تأثير على نجاح أو فشل المؤسسة وخاصة المعرفية منها، وهذا ما دفع المعنيين إلى الاهتمام المتزايد برأس المال الفكري. من بين هذه التقسيمات ما يلي:⁽¹⁾

أ. تقسيمات Despres & Chanvel: يرى الكاتبان أن رأس المال الفكري يتكون من أربعة مكونات يتفاعل معها من أجل خلق القيمة وهي:

- رأس المال البشري
- رأس المال الهيكلي
- الموجودات العلمية
- الموجودات الفكرية

حيث وضعا هذه المعادلات لتوضيح التقسيمات:

- رأس المال الفكري = رأس المال البشري + رأس المال الهيكلي.
- رأس المال الهيكلي = رأس المال الزبوني + رأس المال التنظيمي.
- رأس المال المنظمي = رأس الابتكاري + رأس مال العملية.

ب. تقسيم Thomas Stewart:

- رأس المال الهيكلي
- رأس المال البشري
- رأس المال العلاقات

ج. تقسيم الدكتورة راوية حسن:

- الأصول البشرية (رأس المال البشري)
- الأصول الفكرية
- رأس مال الهيكلي
- رأس مال العلاقات والملكية الفردية (رأس مال التجديد)

¹. عادل حرحوش، أحمد علي صالح، مرجع سبق ذكره، ص 30.

يتضح لنا من خلال التقسيمات السابقة أن أغلب الباحثين متفقون على أن رأس المال الفكري يتكون من ثلاث مكونات فرعية: رأس المال البشري، الهيكلي، العلاقات، مع التأكيد على أن هناك عدة تصنيفات لرأس المال الفكري لكن الاتجاه أكثر شيوعاً لدى الباحثين هو تقسيم Stewart صاحب كتاب "رأس المال الفكري، الثروة الجديدة للمنظمات".

وفيما يلي تفصيل لمكونات رأس المال الفكري:

أولاً: رأس المال البشري Human Capital:

ويمثل مجموعة المعارف والمهارات والخبرات وكل القدرات التي تمكن من زيادة إنتاجية العمل لدى فرد أو جماعة عمل معينة، وبالتالي فهو نتيجة تراكمات مختلف الطاقات والإبداعات وجميع الصفات التي يمتلكها العمال في المؤسسة لأنهم مصدر الابتكار، حيث يعرف Schultz رأس المال البشري على أنه مجموعة الطاقات البشرية التي يمكن استخدامها لاستغلال مجمل الموارد الاقتصادية، ويرى أن الاستثمار في البشر حقق معدلات نمو في المجتمعات الغربية أعلى مما حققه الاستثمار المادي حيث ترجع أهمية هذا الاستثمار عامة إلى التغيرات المتوقعة في نوعية المهارات المطلوبة في المستقبل، والتي تتحول من مهارات يدوية إلى فكرية⁽¹⁾. كما أن رأس المال البشري يتصف بخاصية محددة وهي أنه يتزايد بالاستخدام، ذلك لأن العنصر البشري تزداد وتتراكم المعرفة والخبرة والتعلم لديه مع مرور الوقت، ولا شك أن لرأس المال البشري أهمية كبيرة في نشاط أي مؤسسة لكن يجب مراعاة الجوانب التالية:⁽²⁾

- أن الأهمية الحقيقية لرأس المال البشري لا تكمن في مدخلاته وإنما في مخرجاته فمثلاً مخرجات التعليم العالي متاحة لكل الشركات المتنافسة لكن العبرة بتلك الشركات التي تحقق بهم ميزة فريدة.
 - أن البعد الكمي في عدد العاملين وسنوات الخدمة لا تكون أبعاد حاسمة في تمييز عمل المؤسسة وتفوقها على غيرها وإنما يجب البحث عن أشخاص موهوبين وهذا ما يسمى باجتذاب المواهب.
 - إن أهم الجوانب التي يجب أن تهتم المؤسسة بها لتنمية رأس مالها البشري هي:
1. استقطاب أفضل المواهب البشرية: أي وجود نظام فعال في عملية الاختيار، وتوفير أسس التعلم.
 2. إغناء رأس المال البشري وذلك من خلال تشجيع العاملين وتحفيزهم على الانضمام لبرامج التدريب وتشارك المعرفة.
 3. المحافظة على العاملين المتميزين: وذلك بتوفير نظم وأساليب الإدارة القائمة على الثقة وتشجيع الإبداع والأفكار الجديدة.
 4. ترسيخ قواعد الولاء المنظمي.

¹. مراد علة، بندي عبد الله عبد السلام، دور رأس المال الفكري (المعرفي) في خلق الميزة التنافسية في ظل إدارة المعرفة، مداخلة مقدمة إلى المنتدى الدولي حول رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في الاقتصاديات الحديثة، الجزائر، يومي 13-14/12/2011، ص7.

². مصطفى رجب علي شعبان، مرجع سبق ذكره، ص51.

ثانيا: رأس المال الهيكلي Structural Capital:

هو المكون الثاني والرئيسي لرأس المال الفكري ويعبر عن الجدارة الجوهرية للمنظمة، ومعرفتها الصريحة التي يتم الاحتفاظ بها داخل هياكل وأنظمة المنظمة، وهي كل ما نعرفه ونستطيع التعبير عنه، ويمكن أن يقال أو يكتب أو ينقل ليتحول وفق قواعد معينة إلى بيانات وتدابير وأساليب و برمجيات ... إلخ، وبالتالي فهو يمثل القيم التي تبقى في المنظمة وتدعم رأس المال البشري ولكنه يبقى في المنظمة عندما يترك الأفراد المنظمة ويذهبون إلى بيوتهم، ولأن رأس المال الهيكلي بوصفه المعرفة الصريحة فإنه يمثل ما ينضج من معارف وخبرات الأفراد ليتحول إلى أدلة عمل، وتظل الملاحظة الأهم على رأس المال الهيكلي هو أنه أكثر صلابة في الرصيد التنظيمي الأقل ديناميكية، في حين يكون الأفراد (رأس المال البشري) الأكثر نعومة في التدفق التنظيمي والأكثر حيوية في إنشاء القيمة والمساهمة في تحقيق أهداف الشركة. (1)

وهو يتكون من العديد من المكونات: (2)

1. العمليات التنظيمية: والتي تقوم بالوظائف الأساسية للمنظمة في تحويل المدخلات إلى مخرجات.
2. رأس المال الإبداعي: يتضمن الملكية الفردية والموجودات غير الملموسة، ويتمثل بكل المواهب والقدرات والنظريات التي تدير المنظمة.
3. البنية التحتية: وتعرف بأنها كل الموجودات المادية وغير المادية التي تساعد رأس المال البشري على الأداء وتحويل المعرفة.

ثالثا: رأس المال الزبوني (العلائقي) Capital Customer:

يعد الشكل الثالث من مكونات رأس المال الفكري وأن جوهر رأس المال الزبون هو المعرفة الموجودة لدى الزبائن وعليه أصبح لزاما على المنظمة أن تكتسب المعرفة الموجودة لدى زبائنها ليكتمل رأس مالها الفكري، وإن رأس المال الزبوني ذو شقين داخلي وخارجي إذ تتحقق قيمة المنظمة وفقا لعلاقتها بزبائنها سواء الداخليين (موارد المنظمة البشرية) أو الخارجيين (المستفيدين من السلع والخدمات) إذ أن رضا الزبون وولائه يعد مؤشرا إيجابيا على قدرة المنظمة في مد جسور التعاون وإشباع رغباتهم وحاجاتهم، كما وأن المنظمة التي تحتفظ بزبائنها تحقق مزايا تنافسية تتمثل بتعزيز القدرات الفكرية المؤدية إلى خلق القيمة المضافة، إذ أن الحفاظ على رأس المال الزبوني الداخلي يتطلب جهودا حثيثة من قبل إدارة الموارد البشرية في إعداد برامج التحفيز والتطوير وصيانة هذه الموارد. (3)

1. مصطفى رجب علي شعبان، مرجع سبق ذكره، ص51.

2. لطيف عبد الرضا عطية، رأس المال الفكري وإدارة المعرفة، العلاقة والأثر، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد 10، العدد 3، الكويت، 2008، ص150.

3. المرجع نفسه، ص152.

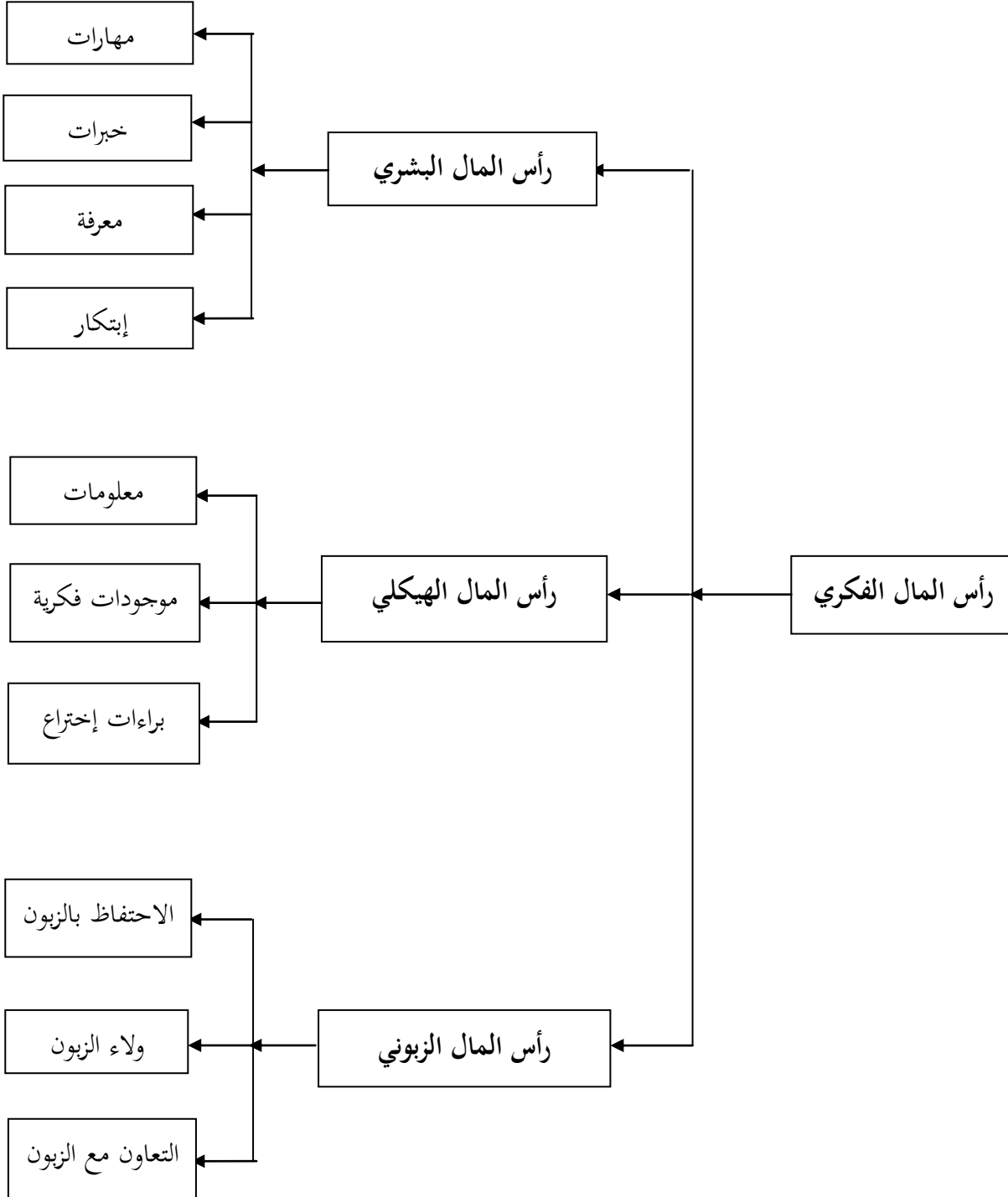
كما أن رأس المال الزبوني يشير إلى انعكاس كامل لقوة رأس المال البشري والهيكلي في إيجاد المعرفة المطلوبة في العلاقات مع الزبائن لإكمال رأس المال الفكري، وتمثل مكونات رأس المال الزبوني في: المورد، الجهات الحكومية، المستثمرين، قنوات التوزيع، التحالفات الإستراتيجية وهذه العلاقات التي تبنى بين الشركة وعناصر بيئتها الخارجية ذات أهمية وقيمة كبيرة لما يلي:⁽¹⁾

- أن الزبائن هم الذين يدفعون فاتورة الشركة، لأن المهمة الأولى لأي شركة هي إنشاء أو إيجاد أو بناء زبائنها بالسوق وإيجاد أسس العلاقة المتميزة معهم.

- أن الولاء الذي تكسبه الشركة بالعلاقة الجيدة مع زبائنها يحقق لها زيادة في العائد، إذ تشير الدراسات إلى أن معاودة الزبون على شراء منتجات الشركة بنسبة 5% يزيد من أرباحها بنسبة 25%.

¹. مراد علة، بندي عبد الله عبد السلام، مرجع سبق ذكره، ص8.

شكل رقم (1):
مكونات رأس المال الفكري



المصدر: حسين عجلان حسن، استراتيجيات الإدارة المعرفية في منظمات الأعمال، ط1، إثراء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008، ص133.

المبحث الثالث: قياس رأس المال الفكري

يعتبر قياس رأس المال الفكري والتقدير عنه أحد أكثر المشاكل تعقيدا في المحاسبة، وهذه المشكلة في جزء منها تعود إلى تجاهل الاستثمارات في رأس المال البشري ومعاملة كافة النفقات التي تصرف على العنصر البشري كنفقات جارية، إضافة إلى ذلك، فالتطورات في البيئة المالية والاقتصادية أحدثت أصولا غير ملموسة (الاسم التجاري، براءات الاختراع، خبرات ومهارات العنصر البشري، الكفاءة) أصبحت مع مرور الزمن أكثر أهمية من الأصول المادية الملموسة في المؤسسات وخاصة منها الخدمية مما دفع هذه المؤسسات للتركيز على هذه الأصول وضرورة البحث في إمكانية قياس قيمتها والتقدير عنها في قوائمها المالية وذلك بإتباع أساليب ونماذج معتمدة لقياس رأس المال الفكري التي سنتطرق إليها بالتفصيل في هذا المبحث.

المطلب الأول: مفهوم قياس رأس المال الفكري ودوافعه.

تعد عملية القياس مهمة رئيسية في البحث الإداري، لأنها أفضل طريقة لفهم الشيء والحدث الذي نريد قياسه، ولهذا السبب فإن الاهتمام بموضوع القياس قد تزايد لدى متخذي القرارات والباحثين في مجال الإدارة لأن قياس الإدارية - كما هو الحال رأس المال الفكري - أمر ضروري ومهم في تحديد المعلومات ذات المعنى لمتخذي القرارات للشروع باختيار البديل الأنسب من البدائل المتاحة لهم وبالتوقيت الملائم.

أولا: تعريف القياس المحاسبي لرأس المال الفكري: يعتبر القياس وظيفة أساسية في شتى العلوم الطبيعية والإنسانية، إضافة إلى أنه عنصر أساسي من عناصر البحث العلمي، فبدونه لا يمكن اختبار صحة الفروض والنتائج، والقياس عموما هو "مقابلة أو مطابقة أحد جوانب أو خصائص مجال معين بأحد جوانب أو خصائص أخرى، وتتم المقابلة أو المطابقة باستخدام الرموز أو الأرقام و ذلك طبقا لقواعد معينة"⁽¹⁾. واستنادا إلى هذا، فالقياس المحاسبي بحسب تعريف جمعية المحاسبة الأمريكية "يتمثل في قرن الأعداد بأحداث المنشأة الماضية والجارية والمستقبلية، وذلك بناء على ملاحظات ماضية أو جارية، بموجب قواعد محددة"⁽²⁾، أما غنيم فيعتبر أنه "عملية تقييم الأحداث الاقتصادية الناتجة عن أداء نشاط معين، والمرتبط به داخل الوحدة الاقتصادية مع بيان التغييرات في تلك الأحداث وأثرها على قائمتي الدخل والمركز المالي"⁽³⁾.

¹. الشيرازي، عباس مهدي، نظرية المحاسبة، دار السلاسل، جامعة الكويت، 1990، ص 62.

². مطر محمد الحياي، وليد الراوي حكمت، نظرية المحاسبة و اقتصاد المعلومات، دار حنين، عمان، 1996، ص 100.

³. عيسى هاشم حسن، القياس المحاسبي لرأس المال البشري - دراسة ميدانية على قطاع المصارف في سوريا، جامعة دمشق، 2005، ص 37.

وعليه فمن المؤكد أن لكل حدث اقتصادي قيمة محددة، وإن اختلفت هذه القيمة بين القيمة الدفترية والقيمة الحقيقية، فإن الهدف من هذا هو تزويد المستخدمين بالمعلومات التي تساعد في اتخاذ القرارات الاقتصادية السليمة، وهذا يعني أن القياس المحاسبي يقدم معلومات رقمية يجب أن تنسجم مع الواقع وأن تكون صادقة وموثوق بها، وبإسقاط التعريفات السابقة للقياس المحاسبي لرأس المال الفكري فإنه يمكن تعريف القياس المحاسبي لرأس المال الفكري على أنه: "عملية قياس ديناميكية لجهد وخدمات ونشاط العنصر البشري، فالهدف ليس قياس قيمة الإنسان كإنسان، وإنما قياس مقدار وقيمة الخدمات التي يقدمها للمؤسسة"، وكنتيجة لما سبق، فالقياس المحاسبي لرأس المال الفكري ما هو إلا عملية قياس خدمات العنصر البشري من حيث التكلفة والعائد وبوسائل نقدية أو غير نقدية، والهدف من التقرير الداخلي أو الخارجي لنتائج هذا القياس هو إيصالها إلى مستخدميها في الوقت المناسب وبالشكل الملائم، لتمكن الأطراف المختلفة من اتخاذ القرارات الرشيدة فيما يتعلق برأس المال الفكري.

ثانياً: أهمية قياس رأس المال الفكري: تنبثق أهمية قياس رأس المال الفكري من حقيقة مفادها علامات الهرم والشيخوخة على نموذج العصر الصناعي واستبداله ببطء بنموذج آخر يطلق عليه عصر المعرفة، وبالرغم من هذا التغيير مازال الكثير من المديرين يركزون على خلق الثروة عن طريق مخرجات تامة الصنع ناسين تماماً دور الموجودات المعرفية في تحقيق ذلك، وتمثل أهمية قياس رأس المال الفكري فيما يلي: (1)

- تساهم بإمداد متخذي القرار بالمعلومات على نوعية رأس المال الفكري وذلك لرفع من كفاءة إدارة المشاريع.
- قياس رأس المال الفكري من حيث التكلفة والقيمة، بمعنى التحديد الدقيق لتكلفة العنصر البشري وقيمة خدماته بالنسبة للمنظمة بطريقة موضوعية وسليمة.

ثالثاً: مبررات قياس رأس المال الفكري: كما سبقت الإشارة أن قياس الموجودات الفكرية من الأمور الصعبة بسبب صعوبة تقدير وتقييم العمل الذهني والمعرفي، وعلى الرغم من ذلك فقد سعت المنظمات إلى قياس الموجودات الفكرية لأسباب عديدة لعل من أهمها: (2)

- توفير أساس لتقييم المنظمة من خلال التركيز على الموجودات الفكرية.
- أصبح مورداً استراتيجياً من موارد المنظمة وجزءاً من رأس مال المؤسسة في ظل اقتصاد المعرفة.
- يحفز الإدارة ويحثها على ما هو مهم عبر التركيز على النشاط أو الفعل، لأن التركيز الآن هو ليس على وجود أو عدم وجود أرصدة المعرفة، وإنما على وجود طرق لقياسها وتقييمها.
- يستخدم كأساس لتبرير الاستثمار في أنشطة إدارة المعرفة بواسطة التركيز على المنفعة أو العائد.

¹. عيسى هاشم حسن، مرجع سبق ذكره، ص 34.

². Skyrme, **Measuring the value of knowledge: Metrics for the knowledge Based Business**, business intelligence, London, 1997, p 21.

رابعاً: أبعاد مشكلة القياس والتقييم: من المؤكد أن حل مشكلة القياس في مجال رأس المال الفكري يمثل مشكلة وقت ليس إلا وأن التطور يسارع من أجل إيجاد طرق وأساليب دقيقة ومعول عليها في القياس وتقييم الموجودات الفكرية (اللاملموسات) بشكل صحيح ودقيق وفي كل قطاع من القطاعات، ومن أجل إلقاء الضوء على أبعاد مشكلة القياس والتقييم نشير إلى ما يأتي: (1)

- الضغوط المتزايدة من أجل القياس والتقييم لرأس المال الفكري.
- إن القياس المحاسبي معني بالماضي وبالتكلفة التاريخية أكثر ما هو معني بالمستقبل وفق مبدأ التحقق في حين رأس المال الفكري تكمن أهميته في كونه يمثل وعودا بالعوائد المستقبلية.
- إن قياس رأس المال الفكري يؤدي إلى زيادة الاهتمام والوعي باللاملموسات المؤسسة وسهولة فهمها وتحسين استخدامها.
- الحاجة إلى توفير البيانات المعول عليها في مجال اللاملموسات ورأس المال الفكري.

المطلب الثاني: المبادئ الإرشادية لقياس رأس المال الفكري

لقياس رأس المال الفكري من حيث التكلفة أو القيمة وللوصول إلى نتائج دقيقة لابد من إتباع المبادئ التالية: خاصة وأن " الأصل " المراد قياسه هو عبارة أصل لاملموس.

أولاً: الأفراد والمعلومات هما القوة الدافعية لاقتصاد المعرفة: نحن اليوم في عصر المعلومات الذي يعتبر أن العنصر البشري هو أهم الموارد، فبدونه لا يمكن تحقيق النمو في كل مجالات الأعمال، وتقوم المنظمات اليوم بتغيير أساليب تسيير أنشطتها، ومما يتطلب تغيير الثقافات السائدة بداخلها بحيث تدور حول الاتصالات وأساليب نقل المعرفة والمشاركة فيها وربط الأفراد بسرعة استخدام التكنولوجيا. (2)

ثانياً: لا يمكن أن نسير بدون بيانات: إن جمع البيانات يومياً من خلال أداء أعمالنا واتصالنا بالزملاء لا تكفي لاتخاذ القرارات بشكل سليم لأنها - البيانات - قد تكون صحيحة وقد تحمل الخطأ، ونظراً لبيئة العمل المعقدة اليوم والتي تتطلب سرعة التجاوب مع الحالات الطارئة فإن ذلك يحتم إنشاء قاعدة بيانات لرأس المال الفكري ونظم لإعداد التقارير الخاصة بتكلفة ووقت وعدد وجودة رأس المال الفكري بالمنظمة، حيث أن يمتلك المعلومات هو الذي سيفوز في النهاية.

ثالثاً: قوة وصحة مقاييس رأس المال الفكري: يجب وضع مقاييس ثابتة واستخدامها لفترات طويلة واختبار مدى دقتها حتى تصبح بنفس دقة المقاييس المستخدمة في النظام المالي.

رابعاً: رأس المال الفكري هو القوة الدافعة للقيمة المضافة: مهما كانت جودة المعدات أو العمليات، فبدون رأس المال الفكري لا يمكن إضافة أي قيمة للمنظمة، وذلك لأن مهارة العاملين وخبراتهم والمعرفة التي يمتلكونها، ودرجة التحفيز بداخلهم، هي التي تخلق القيمة المضافة.

1. عيسى هاشم حسن، مرجع سبق ذكره، ص 39 .

2. نجم عبود نجم، إدارة اللاملموسات إدارة من لا يقاس، دار البيزوري العلمية للنشر والتوزيع ، عمان، 2010، ص 222.

خامسا: السير للمستقبل: من أخطر الأمور أن نسير إلى المستقبل بأعين مغلقة على نتائج الماضي، ففي ظل التغيير العاصف في التكنولوجيا تجعل عمليات الأتمس عتيقة لا تصلح لمتطلبات اليوم، ناهيك عن حرية الوصول الفوري للمعلومات، ولذلك يجب أن يتوافد لدينا نظم للذكاء تفودنا للمستقبل وهي تتضمن الذكاء البشري، الذكاء الهيكلي والذكاء الزبوني.⁽¹⁾

المطلب الثالث: نماذج قياس رأس المال الفكري

قبل استعراض نماذج القياس يستلزم الأمر تحديد مفهوم النموذج والذي يعني " مجموعة العلاقات المنطقية التي قد تكون في صورة كمية أو وصفية وتجمع معا الملامح الأساسية للواقع الذي تهتم به" وعلى هذا الأساس ووفق دراسة قام بها مجموعة من الباحثين توصلوا إلى النماذج التالية:⁽²⁾

- نماذج قياس رأس المال الفكري وفق النماذج الوصفية.
- نماذج قياس رأس المال الفكري وفق نماذج الملكية الفكرية.
- نماذج قياس رأس المال الفكري وفق نماذج القيمة السوقية.
- مقاييس العائد على المعرفة .

أولا: النماذج الوصفية: وهي التي تحدد السمات والخصائص وتتركز على استطلاع الآراء والاتجاهات التي تعتبر مهمة في تأثيرها غير المباشر على أداء عمليات المعرفة وتحقيق نتائجها المرغوبة بالاعتماد على الخبرة الذاتية والتقدير الذاتي للقائمين بالدراسة أو معدي النموذج، ويدخل ضمن هذه النماذج الوصفية ما يأتي:⁽³⁾

أ. أداة تقييم معرفة الإدارة: هذه الأداة معدة كإستبانة مكونة من خمسة أقسام هي: عملية المعرفة، القيادة، الثقافة، التكنولوجيا والقياس في إدارة المعرفة. قسم تمت تغطيته بمجموعة من العبارات التي تكون الإجابة عليها باختيار مستوى من مستويات مدرج ليكرت الخماسي. ومن خلال هذه الإستبانة يمكن تقييم أداء وإنتاجية العمل المعرفي في المؤسسة بين مستويين المستوى الأعلى ممتاز والمستوى الأدنى عدم وجود إدارة معرفة.

ب. التقييم الذاتي لإنتاجية ذوي المهن المعرفية.

ج. بطاقة الدرجات الموزونة لقياس وإدارة أصول المعرفة: ويتم تحقيق التوازن في هذه الإدارة بين المقاييس الموضوعية والذاتية حيث أن أداء المؤسسة يقاس بمؤشرات تغطي أربع مجالات أو منظورات رئيسية: المنظور المالي، منظور الزبون، منظور العمليات الداخلية وأخيرا منظور التعلم.

ثانيا: المقاييس والنماذج المرتبطة برأس المال الفكري والملكية الفكرية: هذه المقاييس تركز على قياس رأس المال الفكري ومكوناته الأساسية: رأس المال الهيكلي، رأس المال البشري ورأس المال الزبوني، وما يربط هذه المقاييس هو

¹ . نجم عبود نجم، إدارة الاملموسات، مرجع سبق ذكره، ص 225 .

² . المرجع نفسه، ص 226.

³ . آيت مختار عمر وحمدي معمر، طرق ونماذج قياس رأس المال الفكري، مداخلة مقدمة إلى الملتقى الدولي الخامس حول رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في ظل الاقتصاديات الحديثة، جامعة الشلف، الجزائر، يومي 13-14/12/2011، ص 7، 8.

تحويل المعرفة والأصول المعرفية غير الملموسة الموزعة في المؤسسة إلى أشكال الملكية الفكرية أكثر تحديدا وأسهل استخداما في تكوين نتائج أفضل في المؤسسة، من خلال نموذج رأس المال الفكري، ونموذج تحويل المعرفة إلى ملكية فكرية، ودليل المعلومات، نموذج سمسار التكنولوجيا والطريقة المنهجية لتقييم الأصول الفكرية، ويدخل ضمنها مايلي: (1)

أ. تحويل المعرفة إلى ملكية فكرية: إن المعرفة والأصول المعرفية في الشركة يتم تحويلها وفق هذه الطريقة إلى رأس مال فكري وملكية فكرية ذات أشكال أكثر عملية وتحديدا، وهذا التحويل يتم في أربعة مجالات:

- تحويل المعرفة إلى ملكية فكرية مكوناتها: براءة الاختراع، أسرار تجارية، علامة تجارية وحقوق المؤلف.
- تحويل المعرفة إلى شبكات: حيث الشبكة مصدرا للوصول المتميز وفرصة تنتج مكسبا اقتصاديا متبادلا.
- تحويل الأفراد إلى مواهب: تحويل الأفراد إلى خبرات وقدرات عالية الأداء بالمقارنة مع المنافسين أو على مستوى الأداء العالمي.

- تحويل السمعة إلى علامة: حيث العلامة الجيدة تجعل إمكانية الشراء ومعاودته قائمة هنا وفي كل مكان.
ب. نموذج رأس المال الفكري: وهذا النموذج يقسم رأس المال الفكري إلى رأس مال هيكلية، رأس مال بشري ورأس مال زبوني.

ج. طريقة تقييم الأصول الفكرية: وتقوم على تقييم الملكية الفكرية وعوائدها مما يجعل الطريقة محددة بمكونات الملكية الفكرية.

د. نموذج سمسار التكنولوجيا: إن سمسار المعرفة هو الفرد أو الشركة أو العملية التي تساعد على عقد الصفات أو التفاعلات بين الباحثين عن المعرفة (المشترين) ومقدمي المعرفة (الباعين) وإنشاء مجالات وأدوات الربط بينها.
ثالثا: مقاييس ونماذج القيمة السوقية: وهذه المقاييس تحسب على أساس الفرق بين القيمة الدفترية لأصول المعرفة وقيمتها السوقية، أو بين قيمة المنظمة في السوق وحقوق الملكية لحملة الأسهم، وهذه المقاييس أكثر اعتمادا في المبادئ والأسس المالية والمحاسبية وفق العلاقة التالية: (2)

$$\text{القيمة السوقية للمؤسسة} = \text{رأس المال المادي} + \text{رأس المال الفكري}$$

أ. القيمة السوقية إلى الدفترية: ويقوم هذا النموذج على احتساب الفرق بين قيمة الشركة السوقية وقيمتها الدفترية، والأساس المنطقي لهذا النموذج هو أن القيمة السوقية تمثل القيمة الحقيقية للشركة بضمائها الأصول الملموسة ورأس المال الفكري.

ب. القيمة السوقية المخصصة للمستثمر: وهذه الطريقة تقوم على أخذ القيمة الحقيقية (القيمة السوقية) للمؤسسة وتقسيمها وتخصيصها إلى مكوناتها: رأس المال الملموس، رأس المال غير الملموس (الفكري) وما يرتبط به والميزة التنافسية المستدامة.

1. سعد غالب ياسين، إدارة المعرفة: المفاهيم، النظم والتقنيات، دار المناهج لنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2007، ص 212.

2. المرجع نفسه، ص 214.

رابعاً: مقاييس العائد على المعرفة: وهذه المقاييس والنماذج تقوم على أساس احتساب العائد من المعرفة بقسمة العوائد قبل الضريبة على الأصول الملموسة في المنظمة، ومن ثم مقارنتها مع متوسط الصناعة، وأن الفرق يمكن أن يكون بمثابة عائد على المعرفة. ويمكن تلخيص قياس رأس المال الفكري وفق نماذج العائد على المعرفة على النحو التالي: (1)

أ. القيمة غير الملموسة المحسوبة: وتقوم هذه الطريقة على احتساب العائد على الأصول الصلبة وبعدها استخدام هذا الرقم كأساس من أجل تحديد نسبة العوائد التي تعزى للأصول غير الملموسة، ويمكن استخدامه كمؤشر لربحية الاستثمارات في أصول المعرفة.

ب. مكاسب رأس المال الفكري: إن مكاسب رأس المال الفكري محسوبة كنسبة للمكاسب الرسمية على المكاسب المتوقعة من الأصول الدفترية.

ج. طريقة القيمة المضافة العائد على المعرفة: ويمكن تحديد هذه الطريقة من خلال سبع خطوات: تحديد العملية الجوهرية وعملياتها الفرعية، تكوين الوحدات المشتركة لقياس وقت التعلم، احتساب وقت التعلم لتنفيذ كل عملية فرعية، تحديد فترة المعاينة للحصول على عينة ممثلة للعملية الجوهرية، ضرب وقت التعلم لكل عملية فرعية بعد أوقات العمليات الفرعية، تخصيص العوائد للعمليات الفرعية بالتناسب مع الكميات المتولدة بالخطوة السابقة واحتساب التكاليف لكل عملية فردية، وأخيراً احتساب العائد على المعرفة وتفسير النتائج.

¹. نجم عبود نجم، إدارة الاملموسات، مرجع سبق ذكره، ص 217.

خلاصة الفصل:

بعد تحليلنا المسبق نجد أن رأس المال الفكري من أهم موارد المؤسسة خصوصا في ظل بيئات الأعمال المعاصرة التي تتسم بازدياد حدة المنافسة، فضلا عن التغير المستمر في بيئة المؤسسة واتجاه الاقتصاديات نحو الاقتصاد المعرفي، كما أدركت معظم المؤسسات أن الموارد بحد ذاتها لم تعد كافية لانجاز أنشطتها من دون الاستثمار في مواردها البشرية بشكل أمثل، إذ يترتب عليها نجاح المؤسسة أو فشلها في تحقيق أهدافها، إلا أن الموارد البشرية بشكلها العام ليست كلها موارد ذات قيمة اقتصادية، بل أن الموارد البشرية التي تمتلك المقدرة على التفكير والإبداع والاختراع والتطوير والمسئولة عن إضافة قيمة جديدة لمنتجات المؤسسة والتي تدعم مركزها التنافسي.

الفصل الثاني: مدخل نظري حول للابتكار

تمهيد

المبحث الأول: الإطار المفاهيمي للابتكار

المبحث الثاني: أساسيات عن الابتكار

المبحث الثالث: النماذج المفسرة للابتكار ومؤشرات قياسه

خلاصة الفصل

تمهيد:

إن ما يلاحظ على بيئة الأعمال الحالية هو عدم التأكد، في حين نجد المبدأ الثابت هو التغير أما القاعدة الوحيدة للنمو والتطور هي المنافسة وتنوع استراتيجياتها وأساليبها وفي هذه البيئة التي تزداد فيها المؤسسات بشكل لم يسبق له مثيل، نجد الأسواق تتحول، التكنولوجيا تتطور، المنتجات تتقدم والعمليات تتغير بسرعة، فالمؤسسات الناجحة هي تلك التي تقوم على الابتكار.

في الوقت الحاضر نلاحظ على المؤسسات هذا التسارع في تحسين المنتجات الحالية وإدخال منتجات جديدة، وهذا راجع إلى التطور الحاصل في رؤية المؤسسة إلى الابتكار والاستثمار فيه بوصفه النشاط الذي يحقق قيمة مضافة عالية والسلاح التنافسي في السوق الحالية التي من أبرز سماتها عدم وجود ضمانات أكيدة في المحافظة على الحصة السوقية، لأن المؤسسة التي لا تقوم بتطوير منتجاتها سوف تقوم المؤسسة المنافسة بذلك، مما يهدد حصتها في السوق.

ويهدف هذا الفصل إلى التعرف على الابتكار وتوضيح كل ما يتعلق به، ولهذا الغرض فقد تم تقسيم

هذا الفصل إلى ثلاثة مباحث تناولت الموضوعات التالية:

- الإطار المفاهيمي للابتكار
- أساسيات عن الابتكار
- النماذج المفسرة للابتكار ومؤشرات قياسه

المبحث الأول: الإطار المفاهيمي للابتكار

أصبح ينظر إلى الابتكار منذ عقود قليلة ماضية أنه هو الذي ينشئ الثروة ويعطي للمؤسسة القائمة على الابتكار القدرة على المنافسة والوصول إلى المنتجات الجديدة وإلى الزبائن والأسواق الجديدة في وقت أسرع وبما هو أفضل من منافسيها، فهو عامل محدد لاستمرارية وبقاء المؤسسات، وهو قانون المنافسة الأساسي الذي يسود عالم الأعمال في الوقت الحاضر ويكتنف هذا المفهوم الكثير من الغموض والتداخل مع بعض المصطلحات ذات العلاقة الشديدة كالإبداع والاختراع، مما ترتب عنه وجود تصنيفات لمفهوم الابتكار غير أنه كظاهرة معقدة يخضع لتأثير مجموعة من العوامل التي تلعب دور المحفز لقيامه أو عدمه.

المطلب الأول: مفهوم الابتكار

حضي مفهوم الابتكار على اهتمام واسع من كتاب الإدارة خلال السنوات الأخيرة، ولكن قبل الوقوف على مفهوم الابتكار، لابد من الوقوف عند بعض المصطلحات ذات العلاقة، فالابتكار كما نستخدمه هو ترجمة لكلمة Innovation الذي قد يترجمه البعض بالتجديد، مع التأكيد على أن التجديد يعني تجديد المنتج الحالي، في حين أن دراكر في كتابه التجديد والمقاولة استخدم Innovation بمعناه الواسع (الجدري والتدريجي) أكثر مما يعني التجديد. وكثيرا ما يتداخل مفهوم الابتكار مع مفاهيم أخرى مثل الإبداع، الاختراع، التحسين ولهذا سنحاول إبراز العلاقة بهذه المصطلحات قبل التعرض لمفهومه.

أولاً: الابتكار والإبداع:

غالبا ما تدل الأدبيات على أن مصطلح الابتكار والإبداع لهما نفس المعنى، إلا أن بعض الكتاب المتخصصين يميلون إلى التفريق بين المصطلحين، فالابتكار يتعلق باكتشاف فكرة جديدة مميزة، أما الإبداع فيتعلق بوضع هذه الفكرة موضع التنفيذ على شكل عملية أو سلعة أو خدمة تقدمها المؤسسة لزبائنها. وإذا كان الابتكار عام متعلق بالأشخاص فإن الإبداع يتعلق بالمؤسسة وبنشاطها الإنتاجي والتسويقي فإن الابتكار هو ناتج عملية الإبداع، فالإبداع يوفر حل للمشكلة أما الابتكار فيشمل الإنجاز، ويرى البعض أن الإبداع هو التوصل إلى حل خلاق لمشكلة ما أو إلى فكرة جديدة، بينما الابتكار فهو التطبيق الملائم لها. ولذا هناك من يعرف العلاقة بين الإبداع والابتكار بأن الإبداع هو قاعدة الابتكار، وفي هذا الإطار نجد أن أمبيل Amabile عرفت العلاقة بين الإبداع والابتكار بأن "كل ابتكار يبدأ بأفكار مبدعة، الإبداع عن طريق الأفراد والفرق والذي هو نقطة بداية الابتكار، الأول ضروري لكن شرط غير كافي".⁽¹⁾ ويشير التعريف إلى علاقة تلازمية بين الابتكار والإبداع، بمعنى لن يكون ابتكار دون وجود أفكار إبداعية وتبدأ عادة على مستوى الأفراد المبتكرين وفرق العمل، حيث هم أساس عملية الإبداع.

¹ . Amabile, TM : **Creativity in contest**, westview, press, NewYork, 1996, p1154.

ويمكن التعبير عن العلاقة بين الابتكار والإبداع بالمعادلة التالية: **الابتكار = الإبداع + التطبيق**
ومنه فالإبداع هو الجزء المرتبط بالفكرة الجديدة في حين أن الابتكار هو الجزء الملموس المرتبط بالتنفيذ أو تحويل الفكرة إلى منتج، وعلى هذا الأساس ينظر إلى الإبداع والابتكار كمرحلتين متتاليتين .
ثانياً: الابتكار والاختراع:

كثيراً ما يرتبط استخدام مصطلحي الابتكار والاختراع كمرادفين بالتكنولوجيا، وذلك بوصفهما التوصل إلى فكرة جديدة ومن ثم إلى منتج جديد، كما أشار إلى ذلك كل من ميليا ولاثام **Mealiea and latham** حيث اعتبرا أن الابتكار والاختراع يمكن أن يستخدمما بشكل متبادل، بينما يرى البعض الآخر أنه يجب التفريق بينهما، حيث يعرف أوكيل سعيد الاختراع على أنه "كل جديد في المعلومات العلمية" ويرى بأن "الاختراع يمكن أن يكون نظرياً في شكل قاعدة أو قانون علمي أو يكون تطبيقاً في شكل طريقة حل أو معالجة مشكل معين".⁽¹⁾
أما خليل حسن الشماخ فإنه يعرف الاختراع بأنه "إدخال شيء جديد لهذا العالم لم يسبق له أن وجد أو سبق إليه أحد، ويسهم في إشباع بعض الحاجات الإنسانية"⁽²⁾.

من خلال هذا التعريف نستنتج أن الاختراع يقوم أساساً على عنصر الجديدة، كما يجب أن يكون ملبياً لحاجة إنسانية لأن الحاجة وراء معظم الإختراعات، لكن مع بداية القرن العشرين أصبحت الرغبة هي أم الاختراع، فالمؤسسات لم تعد تنتظر الحاجة لتقوم بالاختراع، ومن جهة أخرى نجد أن التعريف أهمل جانب مهم وهو أن الاختراع يقوم على أساس خلفية تكنولوجية.

ثالثاً: مفهوم الابتكار

فيما يخص مصطلح الابتكار فإنه أستعمل بالمعنى الحديث لأول مرة من طرف الاقتصادي **Josef Schumpeter** سنة 1939 بقوله أن الابتكار هو التغيير المنشأ أو الضروري، وقد ورد هذا التعريف في القاموس الإنكليزي لأكسفورد. ويحمل الابتكار معان متعددة، ويختلف تعريفه باختلاف وجهات النظر، وحسب السياق الذي يستخدم فيه، وفيما يلي سوف نعرض أهم التعاريف التي تناولت الابتكار.
تري راوية حسن بأن الابتكار "هو تنمية وتطبيق الأفكار الجديدة في المؤسسة، وهنا كلمة تنمية شاملة فهي تغطي كل شيء من الفكرة الجديدة إلى إدراك الفكرة إلى جلبها إلى المؤسسة ثم تطبيقها"⁽³⁾.

¹. محمد سليمان، رسالة ماجستير حول الابتكار التسويقي وأثره على تحسين أداء المؤسسة - دراسة حالة مؤسسة ملينة الحضنة بالمسيلة-، جامعة المسيلة، الجزائر، 2007، ص 25.

². خليل محمد حسن الشماخ، خضير كاظم حمود، نظرية المنظمة، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2000، ص 421.

³. راوية حسن، سلوك المنظمات، الدار الجامعية، الاسكندرية، مصر، 2001، ص 393.

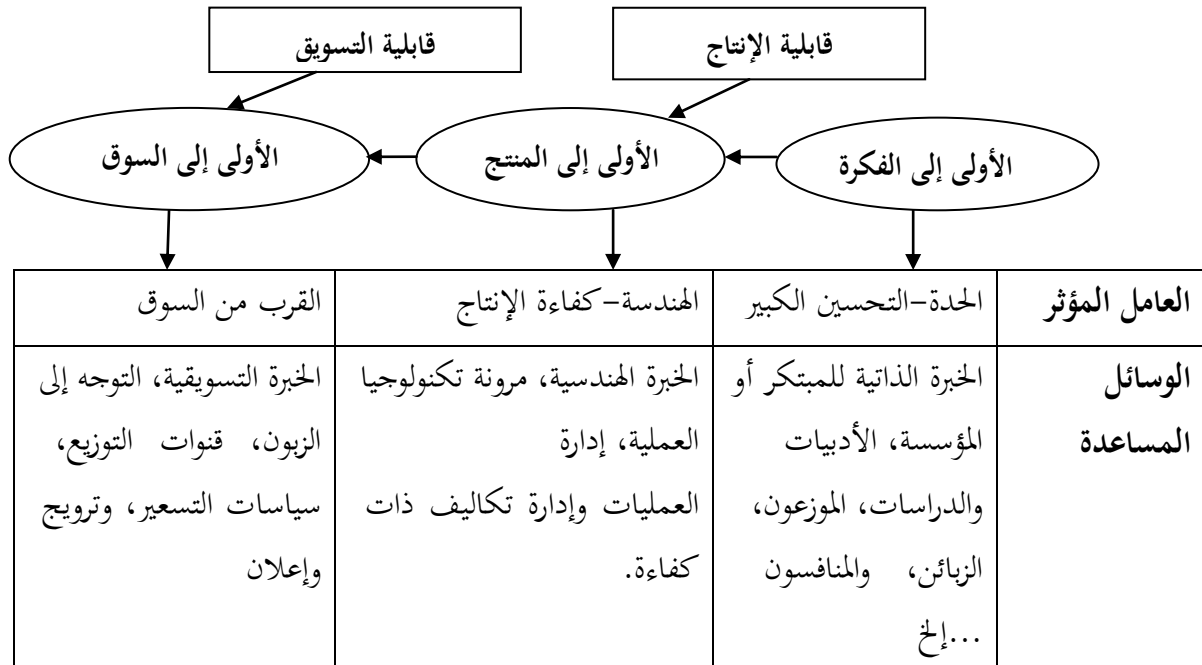
أما تعريف مايكل بورتر "يؤكد بأن المؤسسة التي تمتلك ميزات تنافسية قائمة على الابتكار هي التي تدرج الابتكار بمعناه الواسع ضمن وحداتها ونشاطاتها واستراتيجياتها، وذلك عن طريق إدخال تكنولوجيا جديدة والقيام بعمليات مبتكرة في نفس الوقت".⁽¹⁾

تعريف الدكتور سعيد أوكيل الابتكار بأنه " تلك العملية التي تتعلق بالمستجدات الإيجابية والتي تخص المنتجات بمختلف أنواعها، وكذلك أساليب الإنتاج".⁽²⁾

ويرى محمد مرياتي أن الابتكار هو "إيجاد تطوير جديد أو تعديل جديد على مادة أو عملية إنتاجية أو خدمة للحصول على عائد اقتصادي، أي أن المؤسسة تهدف من وراء الابتكار إلى تحقيق أو زيادة العائد".⁽³⁾ أما نجم عبود نجم فإنه يعرف الابتكار على أنه " قدرة المؤسسة على التوصل إلى ما هو جديد يضيف قيمة أكبر وأسرع من المنافسين في السوق".⁽⁴⁾ ويمكن شرح هذا التعريف في الشكل التالي:

الشكل رقم (02) :

مفهوم الابتكار - الأول إلى الفكرة، المنتج والسوق



المصدر: نجم عبود نجم، إدارة الابتكار المفاهيم والخصائص والتجارب الحديثة، دار وائل للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2003، ص23.

¹ . Joe Tidd et autres, **management de l'innovation intégration du changement technologique, commercial**, Paris, Debook, 2006, p66.

² . سعيد أوكيل، **اقتصاد وتسيير الإبداع التكنولوجي**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1994، ص49.

³ . عماري عمار، بوسعدة سعيدة، "الإبداع التكنولوجي في الجزائر"، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، العدد 3، جامعة فرحات عباس، الجزائر، 2004، ص49.

⁴ . نجم عبود نجم، مرجع سبق ذكره، ص 24 .

و من خلال ما سبق يمكن استنتاج التعريف التالي:

الابتكار يتمثل في تحديد وتوسيع مجال الخدمات والمنتجات والأسواق اللازمة لها، كاعتماد طرائق جديدة للإنتاج وعرضه وتوزيعه.

المطلب الثاني: أهمية وأسباب الابتكار

سنحاول من خلال هذا المطلب تبيان الأهمية والأسباب الدافعة للابتكار من خلال مايلي:

أولاً: أهمية الابتكار: إن الابتكار أصبح أحد المؤشرات الهامة التي تساعد على تقدم المؤسسات، لأنها أصبحت تبذل مجهودات كبيرة على أنشطة البحث والتطوير، فقد أصبح أمر ضروري يساهم في تحقيق رغبات المستهلكين من جهة، وزيادة المردودية من جهة أخرى. و يمكن إيجاز أهمية الابتكار فيما يلي:⁽¹⁾

- الحفاظ على البقاء والاستمرار.
 - تحقيق رضا المستهلكين من خلال المنتجات الجديدة.
 - تعزيز القدرات المعرفية والعملية من خلال تراكم المعارف والخبرات الناتجة عن عمليات الابتكار.
 - زيادة الحصة السوقية للمؤسسة مما يعظم مكانتها.
 - الابتكار يعمل على تدعيم التنمية الاقتصادية من خلال إيجاد أساليب وتقنيات تكنولوجية مدعمة للتنمية.
 - مواجهة المنافسة من خلال تحسين جودة المنتجات.
 - الابتكار يساعد المؤسسة على خلق صورة ومكانة ذهنية لدى عملائها.
- وبالتالي فإن أهمية الابتكار تظهر في تطوير العملية الإنتاجية والتغيير التقني واكتساب قدرات أكبر على تطوير تكنولوجيا الإنتاج، ومنه تحقيق الأهداف الإستراتيجية للمؤسسة الاقتصادية.

¹. منير نوري، فاتح مجاهدي، دور الابتكار في إكساب المنظمة العربية ميزة تنافسية والحفاظ عليها بالإشارة إلى حالة الجزائر، ملفي المؤسسة الاقتصادية الجزائرية والابتكار في ظل الألفية الثالثة، جامعة 08 ماي 1945 قالمة، الجزائر، يومي 16-17/11/2008، ص 227.

ثانيا: أسباب ودوافع الابتكار: إن لعملية الابتكار أسباب ودوافع كامنة في أي مؤسسة، ولكن هناك أسباب تكاد تكون مشتركة في جميع المؤسسات سواء ذات الإنتاج السلعي أو الخدمي نلخصها فيما يلي: ⁽¹⁾

أ. المنافسة الحادة في السوق: بما أن البيئة التي تنشط فيها جميع المؤسسات على اختلاف أشكالها هي بيئة ديناميكية، وسريعة التحرك ولا يمر يوم دون أن تظهر تغيرات جديدة، إذ أصبح لزاما على المؤسسة اللجوء إلى الابتكار وتحمل مخاطره من أجل الحفاظ على حصتها في السوق.

ب. الثورة التكنولوجية: ويقصد بها الوسائل المادية والتنظيمية التي تساهم في الأبحاث والاكتشافات المتعلقة بالإنتاج والتصميم وتحسين الجودة، وهذا ما يشجع على تطوير الأبحاث والإكثار من مراكز البحث وإقامة مختبرات علمية خاصة بالمؤسسة وتطويرها.

ج. إمكانية الإنتاج بكميات كبيرة: ومعنى هذا أن تكون الأرباح كبيرة والتكاليف منخفضة وهذا للوصول للبيع بأسعار منافسة.

د. أزمة الطاقة: إن هذا العامل كان له فضل كبير في تطوير الكثير من المنتجات وتقديم عدد هائل من المنتجات الكهربائية والميكانيكية التي تساعد على الاقتصاد في استهلاك الطاقة.

هـ. التسهيلات والمساعدات الحكومية: وهي تقدم لدعم عملية الابتكار من طرف بعض المؤسسات التي ترعى الإبداع، وقد تكون إعانات مالية.

و. تكنولوجيا المعلومات: تتمثل في الخدمات التي تقدمها الانترنت وسهولة تنقل المعلومة، التصميم السريع للمنتجات.

¹. مجاز الجلاي، خامرة الطاهر، دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية الجزائرية، مداخلة ضمن المنتدى الدولي حول المؤسسة الاقتصادية الجزائرية والابتكار، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، الجزائر، يومي 16-17/11/2008، ص 135.

المطلب الثالث: أنواع الابتكار

يمكن تصنيف الابتكار وفق ثلاث معايير كما هو موضح في ما يلي:

أولاً: معيار الدافع للابتكار: والذي يصنف الابتكار إلى:

أ. الابتكار الناتج عن الحاجة: والذي يعبر عن خلق منتجات أو تقنيات إنتاج أو أنماط إدارة جديدة لمواجهة مشكلة معينة أو ظروف معينة، كما هو الحال عليه بالنسبة لابتكار بدائل المحروقات نتيجة ارتفاع نسبة التلوث البيئي وكذلك بدائل الطاقة النفطية نتيجة تناقص حجم هذه الطاقة من العالم وزيادة أسعارها وأثرها على البيئة، وكذلك ابتكار الأدوية واللقاحات بعد ظهور المرض، كل هذه أمثلة عن الابتكار الناتج عن الحاجة.

ب. الابتكار الناتج عن الرغبة في زيادة الكفاءة: والذي يعبر عن خلق منتجات أو تقنيات أو أنماط إدارة جديدة قصد زيادة كفاءة النظم أو المنتجات الحالية، ومن أمثلة ذلك التطوير الذي يحصل للمنتجات الحالية قصد جعلها أكثر اقتصادية أي قصد ترشيد استهلاكها للطاقة مثل ابتكار مكيفات الهواء أو محركات سيارات اقتصادية، وابتكار نظم إنتاج أكثر أماناً لزيادة راحة العمال وبالتالي زيادة إنتاجيتهم وغيرها من الابتكارات التي تهدف بالأساس إلى زيادة كفاءة النظم الحالية أيا كان نوعها⁽¹⁾.

ثانياً: معيار مصدر واتجاه الابتكار: والذي يصنف الابتكار إلى:

أ. الابتكار من الأعلى إلى الأسفل: والذي يعبر عن ذلك الابتكار الناجم عن أفكار صادرة من المستويات العليا للمؤسسة أيا كان مستواه، سواء كان ابتكار على مستوى المنتج، أو العمليات أو التنظيم، وما يميز هذا النوع من الابتكار أنه يمكن أن يشمل جميع المستويات باعتماده على قسم البحوث والتطوير لابتكار منتجات أو تقنيات حديثة في الإنتاج فضلاً عن دراسة نظم إدارية أكثر كفاءة في التعامل مع العاملين داخل المؤسسة. وما يعاب على المؤسسات القائمة على هذا النوع من الابتكار أنها تقمع روح المبادرة لدى العاملين فيها وتتجاهل كل أفكارهم.

ب. الابتكار من الأسفل إلى الأعلى: والذي يعبر عن الابتكار الناجم عن الأفكار الصادرة من المستويات الدنيا للمؤسسة أيا كان مستواه، ذلك أن العاملين بالمؤسسة هم الأكثر احتكاكاً بالعمليات الإنتاجية، وبالتالي يكون لهم القدرة على اقتراح أفكار أكثر فعالية في تطويرها، كما يعتبرون أيضاً الأكثر احتكاكاً بالمستهلك مما يتيح لهم فرصة الحصول على أفكار جديدة ومبتكرة لمنتجات تتناسب وأذواق وتفضيلات المستهلكين، وتعتبر المؤسسات التي تعتمد على مثل هذا النوع من الابتكار مؤسسات أكثر فعالية لأنها تدعم روح المبادرة لدى جميع العاملين فيها.

¹. منير نوري، فاتح مجاهدي، مرجع سبق ذكره، ص 231.

ثالثاً: معيار حجم ودرجة التغيير: والذي يصنف الابتكار إلى:

أ. الابتكار التراكمي: هو ذلك الابتكار الذي يعتمد على استغلال التكنولوجيا الحالية ويتسم بدرجة أقل لعدم التأكد نظراً لسعيه لتحسين فعالية الأسواق والصناعات الحالية من خلال التركيز على تحسينات المنتجات والعمليات والنظم الإدارية الحالية، لذلك يمكن تسميته بابتكار الإضافات نظراً لحصوله من خلال إضافات تدريجية تحصل عبر الزمن.

ب. الابتكار الجذري: هو ذلك الابتكار القائم على استغلال تكنولوجيا جديدة وأفكار جديدة لم تستخدم من قبل لذلك فإنه يتسم بدرجة عالية من عدم التأكد نظراً لاعتماده على خلق تغيير أو تحويل جذري للأسواق والصناعات الحالية أو حتى خلق أسواق جديدة من خلال التركيز على تطوير منتجات أو عمليات أو حتى أنظمة إدارية جديدة لم يسبق التعامل بها.

وعليه فإن الفرق بين هذين النوعين يكمن في درجة التجديد المستخدمة فيه، وتجدد الإشارة إلى أن درجة عدم التأكد والمخاطرة تتناسب طردياً مع درجة التجديد.

المبحث الثاني: أساسيات عن الابتكار

في الواقع أن المؤسسات أصبحت تدرك أن الابتكار هو المصدر الأكثر قوة في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة سواء في المؤسسات القائمة في السوق والتي تبني مدخل الابتكار الجذري أو المؤسسات التابعة التي تعتمد على الابتكار – التحسين. كما أن المؤسسة التي تسعى إلى جعل الابتكار هو محور نجاحها فحتمًا سيكون هو الأكثر ملائمة لها.

المطلب الأول: مصادر الابتكار

لو استعرضنا أهم الابتكارات في التاريخ لوجدنا أن لكل منها تفسير لحدوثها، إذ يأتي الابتكار ثمرة لتخطيط دقيق وجهد مبذول وموجه بشكل مباشر، وكثيرا ما تم إنتاج منتجات جديدة أو أضيفت خصائص لمنتجات قائمة أو ابتكرت عملية جديدة، ويمكن التمييز بين مصدرين لتدعيم قدرة المؤسسات على الابتكار هما: أولا: المصادر الخارجية: تعتبر مراكز البحوث العلمية في عالمنا المعاصر هي المصدر الأساسي لخلق الابتكارات الجديدة، والتي تؤدي لإشباع الحاجيات الأساسية في الأسواق بكل ما يتعلق بالإنتاج السلمي أو التكنولوجي (التقني)، وعلى هذا الأساس فإن الضرورة تقتضي إنشاء مراكز بحوث خاصة بهذا الغرض، ولكن النفقات الباهظة المرتبطة بهذا القرار تجعل من تنفيذه متعذرا لدى الكثير من المؤسسات الاقتصادية لذا يمكن أن تلجأ إلى: أ.مراكز البحث: وتميز بين نوعين من المراكز :

- المراكز العامة: وتتمثل في مؤسسات البحث والتطوير، وكذا مراكز البحث التطبيقي.

✓ المخابر العلمية والجامعات والمؤسسات التعليمية العليا: حيث تلعب هذه الهياكل دورا هاما في الحياة الاقتصادية والاجتماعية بما تقدمه من أبحاث علمية ومعارف، وبدورها في تكوين اليد العاملة، وبالنظر إلى المحيط المتعلق بالمؤسسات المحددة نجد الجامعة تلعب دورا استراتيجيا في عملية الابتكار، بما تقدمه من بحوث علمية وتكنولوجية عالية المستوى، تساعد على تطوير المؤسسات والعمليات الإنتاجية، إذ تم استغلالها أحسن استغلال، إضافة إلى الاستشارات التي يمكن أن تقدمها الجامعات والمؤسسات التعليمية العليا.

✓ إنشاء مراكز بحث علمي متخصصة (مراكز البحث التطبيقي): تهتم بدراسة متطلبات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، حيث يمكن لهذه الأخيرة الحصول على حلول للمشاكل الإنتاجية من خلال شراء نتائج البحوث المقدمة، وذلك بإبرام علاقات تجارية مع هذه المراكز. ⁽¹⁾

¹. بيان حرب، "البحوث والتطوير في المشروعات الصناعية" في أعمال مؤتمر الإدارة العربية وآفاق تحديثها لمواجهة تحديات القرن الواحد والعشرين"، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، 2007، ص 398.

- المراكز الخاصة: وتشمل على مجموعة مقاولات القطاع الخاص والمبدعين الأحرار الذين يقومون بأبحاث علمية أو تصورات تكنولوجية بغرض حل المشاكل والتغلب على الصعوبات التي يتعرضون إليها، ومثل هذه الهياكل قد تكون صورية كما يمكن أن تكون في ورشات خاصة أو في المنازل.

ب. الدعم الحكومي: نظرا للمصاعب التي تواجهها المؤسسات الخاصة في الاستحواذ على كامل العوائد الناتجة من استثمارها في مجال الابتكار، وللمخاطر الناتجة عن هذه الابتكارات يبقى للحكومات دورا في دعم الابتكار من خلال الإنفاق المباشر للحكومات والمساعدات، أو من خلال سياسة ضريبية تحفز على الابتكار.⁽¹⁾

ج. إنشاء وتنظيم علاقات علمية متخصصة بين كل المؤسسات الإنتاجية وكل العلوم الأكاديمية والجامعات والمعاهد المتخصصة: للاستفادة من الكوادر البشرية ذات المؤهلات الخاصة، وذلك بعد تنظيم إدارة البحث العلمي في هذه الأكاديميات، إذ يكمن للمؤسسات من خلال هذه العلاقة الاستفادة الكبيرة من القدرات العلمية الأكاديمية عن طريق ربطها بالواقع العملي، وخاصة وأن هناك محاولات جادة في إدارة بعض الجامعات على تقديم خدمات في هذا الاتجاه لتلك المؤسسات وللشركات التي تحتاج إلى مثل هذه الخبرات العلمية.⁽²⁾

ثانيا: المصادر الداخلية: وتمثل في:

أ. الاهتمام بالتسيير والتنظيم: يكتسي الطابع التنظيمي أهمية بالغة في رفع أداء المؤسسة، وخلق ظروف مشجعة للإبداع عن طريق إدماج الابتكار كهدف استراتيجي وعمل مخطط له، وتوعية كل الأطراف في المؤسسة بأهمية الابتكار في تطوير ونمو المؤسسة.

ب. الاهتمام بالعنصر البشري: يعتبر العنصر البشري المحرك الأساسي للعملية الإبداعية والاهتمام بهذا المورد يعطي دفعا للابتكار، وبالتالي على المؤسسات الاقتصادية تنمية روح الإبداع عن طريق الحوافز المادية والمعنوية، وعلى المدير أن يشجع العلاقات الرسمية وغير الرسمية للمساعدة على نقل المعلومات.⁽³⁾

ج. الاهتمام بنظام المعلومات: إن المخاطر التي تحف نشاط الابتكار والناتجة عن ظروف عدم التأكد الكبير بسبب التطور المتسارع للمعارف مما يفرض على المؤسسات الاقتصادية اعتماد نظام معلوماتي فعال، وهذا يجنبها العثرات للوصول للهدف المنشود.

¹. بيان حرب، مرجع سبق ذكره، ص 123.

². كبيش جمال، قدام جمال، " دور الإبداع والابتكار في خلق ميزة تنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة"، ملتقى دولي حول المؤسسة الاقتصادية الجزائرية والابتكار في ظل الألفية الثالثة، يومي 16-17 / 11 / 2008، جامعة قلمة، الجزائر، ص 1.

³. رحيب حسن، " نظم حاضرات الأعمال كآلية لدعم التجديد التكنولوجي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة"، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، العدد 2، جامعة فرحات عباس، الجزائر، 2003، ص ص 161، 174.

المطلب الثاني: مراحل الابتكار

لكي تحول المؤسسة أفكار ومساهمات الأفراد المبدعة إلى نتائج ملموسة لا بد لها من أن تركز على مجموعة من الخطوات نلخصها فيما يلي: ⁽¹⁾

أولاً: مرحلة توليد الابتكار: وفقاً لتعريف الابتكار فإنه تطوير شيء جديد وكل شيء قائم أو ناتج عن فكرة بالتالي يحتاج إلى فكرة جديدة، لذا فإن أول مرحلة من مراحل عملية الابتكار هي توليد أفكار جديدة من خلال الاعتماد على الأفراد المناسبين لتوليد الأفكار المناسبة لاستغلال الفرص المتاحة وتفادي التهديدات وإدارة المخاطر سواء كانت هذه الأفكار نتاج اكتشافات أو توسع في فهم أمور موجودة فعلياً بشكل يمكن المؤسسة من القيام بها بشكل أكثر فعالية ونجاعة، أو كانت نتاج إبداعي داخلي أو خارجي.

ثانياً: مرحلة الاختبار الأولي: والتي يتم فيها ترجمة الأفكار المنتقاة من تلك التي تم توليدها إلى نماذج أولية لمنتج واختبار قابليتها سواء من خلال دراسات ونقاشات مع المستهلكين عن طريق توزيع عينات، أو من خلال نقاشات مع الخبراء في مجال النشاط إذا تعلق الأمر بابتكار على مستوى العمليات أو الإجراءات التنظيمية.

ثالثاً: مرحلة تحديد ودراسة الجدوى: والتي يتم فيها اختبار مدى نجاعة تطبيق هذه الأفكار الجديدة عملياً من خلال دراسات جدوى رسمية تقوم بها المؤسسة لتحديد التكلفة والعائد المحتملين وبالتالي تحديد الأرباح المحتملة عن طريق التنبؤ أيضاً بحجم السوق المحتمل.

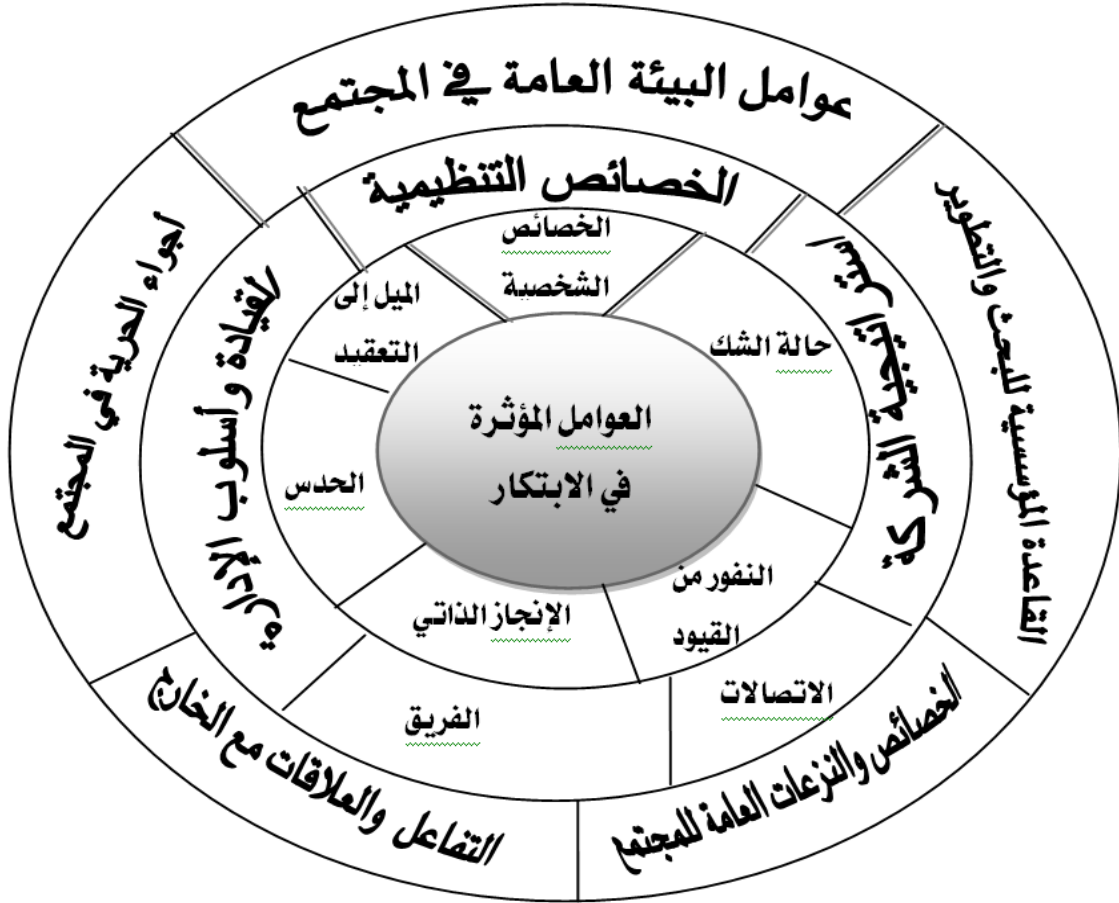
رابعاً: مرحلة التطبيق النهائي: والتي يتم فيها التسويق الفعلي للمنتج المبتكر أو التطبيق الفعلي للإجراءات أو العمليات المبتكرة بعد التأكد من جدواها عملياً، لتبدأ المؤسسة بهذا في حصاد العائد الملموس لعملية الابتكار.

المطلب الثالث: العوامل المؤثرة في الابتكار

إن الدراسات الكثيرة التي تناولت الابتكار والنشاط الابتكاري قد ساهمت في تحديد الكثير من هذه العوامل المؤثرة فيه وهناك ثلاث مجموعات من العوامل المترابطة وذات التأثير المتبادل نوضحها في الشكل الموالي:

¹. منير نوري، فاتح مجاهدي، مرجع سبق ذكره، ص 229.

شكل رقم (03):
العوامل المؤثرة في الابتكار



المصدر: نيجل كينغ، نيل أندرسون، إدارة أنشطة الابتكار والتغيير، ترجمة حسن حسني، دار المريخ للنشر، المملكة العربية السعودية، 2004، ص130.

أولاً: مجموعة الخصائص الشخصية

- قام العديد من الباحثين بدراسة سلوك الأشخاص المبتكرين لتحديد صفاتهم، حيث وجد أن لهم عدد من السمات المهمة منها: (1)
- أ. الميل إلى التعقيد: وذلك من خلال التفكير في أشياء غير مألوفة لحل المشاكل المعقدة والصعبة، ولا يستطيع أي فرد عادي بها؛
- ب. حالة الشك: فالفرد المبتكر يميل إلى الشك من خلال طرح أسئلة غير عادية ومألوفة عن المعتاد، و يبقى الفرد المبتكر يطرح التساؤلات لتفسير الظواهر الجديدة التي لم تسبق لها الظهور.
- ج. الحدس: ويتمثل في كيفية استخدام الطاقة الكامنة الفطرية والمكتسبة للفرد المبتكر وقدرته على جمع المعلومات وتجاوز الظواهر والارتباطات.
- د. الإنجاز الذاتي: إن أي فرد يمتلك بداخله قدرة على الابتكار والدافع القوي للإنجاز وهذا لا يتحقق إلا بمحرك ذاتي ورغبة كبيرة في حب ما يقوم به، فالفرد المبتكر يتسم بأنه محفز بالإنجاز الذاتي.
- هـ. النفور من المحددات والقيود: فأغلب الأفراد المبتكرون لا يعترفون بالحدود المهنية التي تواجههم لذلك ينفرون من القيود ومحددات العوامل التنظيمية.

ثانياً: مجموعة العوامل التنظيمية

- أثبتت العديد من الدراسات أن الظروف التنظيمية داخل المؤسسة تؤثر على جهود الفرد المبتكر، حيث يمكن أن تدعمه أو تعيقه، ويمكن تحديد مجمل هذه العوامل في: (2)
- أ. إستراتيجية المؤسسة: فهنا يمكن التمييز بين نمطين من المؤسسات، يتمثل النمط الأول في مؤسسة تتبع إستراتيجية ابتكارية (إستباقية) أي أن تجعل الابتكار مصدر لميزتها التنافسية، أما النمط الثاني يتبع إستراتيجية تكون موجهة نحو التكنولوجيا والخدمات و المنتجات؛
- ب. القيادة وأسلوب الإدارة: تعرف القيادة على أنها "ممارسة التأثير على الموظفين (العاملين) بحيث يتعاونون فيما بينهم في سبيل تحقيق هدف مشترك"، وتبقى القيادة الابتكارية في المؤسسة هي التي تشجع جو الابتكار من خلال توفير حوافز للأفراد المبتكرين؛

¹. نجم عبود نجم، مرجع سبق ذكره، ص 129.

². المرجع نفسه، ص 130.

- ج. الفريق: أثبتت معظم الدراسات أن تفوق المؤسسات الناجحة يعود إلى التحول من الهيكل التنظيمي التقليدي إلى استخدام فرق العمل، حيث يشكل المناخ الملائم لدعم الابتكار.
- د. ثقافة المؤسسة: إن معظم المؤسسات اليوم تميل إلى المحافظة على ثقافتها الحالية، وهذا ما يجعلها غير متلائمة مع الابتكار، في حين أن المؤسسات القائمة على الابتكار تتسم بقدرة عالية في الابتكار الثقافي والذي بدوره يحدث عدة تغييرات تتناسب مع الابتكار.
- هـ. العامل المؤثر: يجب على المؤسسة مراعاة العامل المؤثر في كل ابتكار لضمان الظروف التنظيمية الملائمة للابتكار.
- و. الاتصالات: تلعب الاتصالات دوراً هاماً في المؤسسة خاصة ما بين الأقسام حيث تسهل انتقال المعلومات واتخاذ القرارات.

ثالثاً: مجموعة عوامل البيئة العامة في المجتمع

- تمثل البيئة العامة في المجتمع في البيئة المحيطة بالشخص والعوامل المؤثرة فيه، فقد تكون مساعدة على ظهور الابتكار واستمراره أو قد تكون معيقة ولا تشجع إلا على التقليد والتبعية، وتمثل هذه العوامل في: ⁽¹⁾
- أ. الخصائص والنزاعات العامة السائدة في المجتمع: حيث تتمثل في العوامل الثقافية والاجتماعية والسياسية، ويعتبر كل عامل منها عنصر حاسم في عملية الابتكار، يبدأ بتحفيز الفرد على الاهتمام بالإبداع والابتكار وينتهي بنمو القدرات الإبداعية وتفجير الطاقات الكامنة من مستوى الفرد إلى مستوى المؤسسة.
- ب. القاعدة المؤسسية للبحث والتطوير: من بين العوامل المؤثرة في هذه القاعدة هي: مراكز البحث والجامعات ونظام البراءة، وهذا للمحافظة على الملكية الفكرية وحماية حقوق المبتكرين.
- ج. أجواء الحرية والتحرر من القيود الصارمة على الأفكار والمفاهيم العلمية والفنية الجديدة: حيث أن مثل هذه الأجواء هي التي توفر الضمان في إيجاد مجتمع التفتح العلمي بكل ما يعنيه هذا التنوع من إثراء النشاط العلمي والبحثي بالمشروعات الجديدة.

¹. سعيد يس عامر، الإدارة وتحديات التغيير، مركز وايد سرفيس، مصر، 2001، ص 600.

المبحث الثالث: النماذج المفسرة للابتكار ومؤشرات قياسه

الابتكار يمكن أن يحدث في أي فرع من فروع الاقتصاد، إلا أن الابتكارات التي تحدث على مستوى المؤسسات كان لها الفضل في جلب فوائد مباشرة جمة على نمو الاقتصاد الوطني، لذلك يركز الاهتمام على تقييم الابتكار في قطاع المؤسسات عموماً، والنجاح في تحليل الابتكار أمر أساسي لتحسين فهم الصلة القائمة بين التغيير التكنولوجي والأداء الاقتصادي، ويساعد على وضع الإستراتيجيات لتجميع وتحليل المعلومات عن تدفق الابتكار، وعلى النهوض ببناء القدرات الابتكارية.

المطلب الأول: النماذج المفسرة للابتكار

إن تفسير الابتكار وتوصيفه عادة ما يكون من خلال نظريات أو نماذج متعددة، يمكن أن تشمل حالاته المختلفة، وهناك عدداً من النماذج في مجال الابتكار نذكر منها ما يلي:
أولاً: الابتكار عن طريق الصدفة:

هذا الأخير يأتي من خلال محاولة فرد أو فريق عمل في مؤسسة ما تعمل على الابتكار في مجال معين، ثم يتم اكتشاف ابتكار جديد لم يكن متوقع أو لم يكن مخطط له، وهذا النوع نادراً جداً ويحدث في ظل وجود قاعدة معرفة وعلم وتكنولوجيا تهيئ البيئة الملائمة لذلك، كما أنه يقود إلى تحقيق نجاحات مميزة وشهرة واسعة للمؤسسة أو الفرد الذي قام به، وأهم مثال على ذلك الاكتشافات التي تحدث أثناء عمل مؤسسات صناعة الأدوية في اكتشاف أدوية جديدة لعلاج أمراض مزمنة كإكتشاف الأنسولين لعلاج مرض السكري.⁽¹⁾
ثانياً: النماذج الخطية:

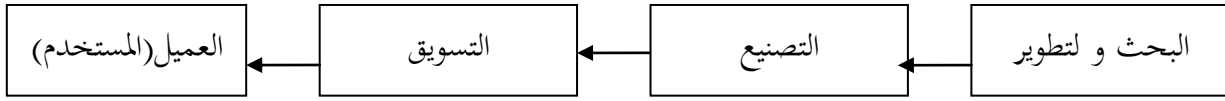
يحدث الابتكار وفقاً للنماذج الخطية نتيجة التفاعل بين العلم والمعرفة والتطور التكنولوجي والحاجات والرغبات الموجودة في سوق معين، ويمكن التمييز بين نوعين من النماذج الخطية هي:⁽²⁾
أ. النموذج الموجه من خلال التكنولوجيا (الدفع التكنولوجي): وتقوم فكرة هذا النموذج على أساس أن العلماء يحصلون على اكتشافات غير متوقعة، ثم يقوم علماء التكنولوجيا بتطبيق هذه المعرفة من أجل تطوير أفكار منتجات جديدة، بعد ذلك يأتي مهندسو الإنتاج بوضع التصميم الأولية لاختبار المنتج، وعليه فإنه يترك لقسم الإنتاج في المؤسسة تحديد الطرق الفعالة لتطوير المنتج الجديد، ومن ثم يتولى قسم التسويق مهمة بيع المنتج الجديد للعملاء المحتملين، وما يمكن ملاحظته في هذا النموذج أن السوق (العملاء) ليس له تأثير في تطوير منتجات المؤسسة. ويمكن تمثيل ذلك في الشكل الموالي:

¹. حسن إبراهيم بلوط، المبادئ والاتجاهات الحديثة في إدارة المؤسسات، دار النهضة العربية، ط1، لبنان، 2005، ص 369.

². مأمون ندم عكروش، سهير ندم عكروش، تطوير المنتجات الجديدة، دار وائل للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2004، ص 20.

الشكل رقم (04):

النموذج الموجه من خلال التكنولوجيا

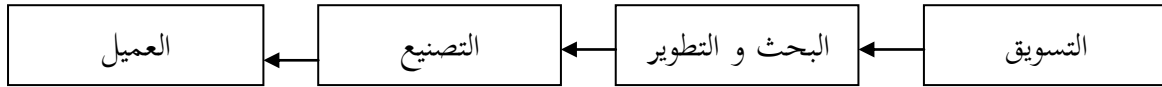


المصدر: مأمون ندم عكروش، سهير ندم عكروش، مرجع سبق ذكره، ص 20.

ب. النموذج الموجه من خلال السوق: يلعب السوق في هذا النموذج دورا حاسما في عملية الابتكار، حيث يقوم على أساس أن حاجات الزبائن هي التي تكون محور تركيز عمل التسويق وهذا النموذج عكس النموذج الأول. والشكل التالي يوضح ذلك.

شكل رقم (05):

النموذج الموجه من خلال السوق



المصدر: مأمون ندم عكروش، سهير ندم عكروش، مرجع سبق ذكره، ص 21.

ج. النموذج التفاعلي في الابتكار: يقوم هذا الأخير على أساس إيجاد حلقة وصل بين النموذج الموجه من خلال التكنولوجيا والنموذج الموجه من خلال السوق في نموذج واحد من أجل حدوث عملية الابتكار في المؤسسة، وهنا تحدث عملية الابتكار عن طريق انسياب المعلومات من عدة أنشطة ووظائف ومصادر.

وعليه يمكن النظر إلى عملية الابتكار الشمولية هذه على أنها مجموعة معقدة ومتراصة من المسارات المتصلة مع بعضها البعض التي يتم من خلالها تحويل المعرفة إلى ابتكار، وبالتالي القدرة على تطوير منتجات جديدة.

د. نموذج الشبكة في الابتكار: يعتبر من أحدث النماذج التي تم التوصل إليها في حقل الابتكار الإداري ويركز هذا النموذج وبشكل جوهري على أن المؤسسة كيان اجتماعي يخضع لمجموعة من الظروف والعوامل والمؤثرات في البيئة الداخلية والخارجية، وأن الربط بين بيئة المؤسسة الداخلية والخارجية يكون على شكل شبكة من الاتصال والتفاعل يساعد على حدوث الابتكار في المؤسسة.

المطلب الثاني: الحاجة إلى قياس الابتكار

يفرض الاقتصاد العالمي القائم على المعرفة حاجة ماسة إلى وضع وتنفيذ مؤشرات تقيس أداء الابتكار بفعالية، وعملية انتقاء مجموعة مناسبة من المؤشرات تقيس القدرات الابتكارية وأثرها في أداء المؤسسات، تتطلب فهما وافيا للأسباب التي تدعو المؤسسات إلى الابتكار، وللعوامل التي تدعم أو تعوق عملية الابتكار، فمن بين العوامل التي تدعم عملية الابتكار نجد: الحفاظ على حصة السوق، فتح الأسواق الجديدة، تقليل الأضرار البيئية، خلق ظروف عمل أفضل وهناك بعض العوائق تتمثل في: الافتقار إلى الموظفين الماهرين والتكنولوجيا، فرض الضرائب، ومواطن الضعف هذه تقتضي إتباع منهج إحصائي لقياس الابتكار وتبدي المؤسسات الإستراتيجيات التي تعتمد عليها دعماً للابتكار باستغلال مواردها التكنولوجية على أحسن وجه.⁽¹⁾

ويتضح لنا أن قياس الأداء في الابتكار والقدرة الابتكارية يعتبر من التحديات الجديدة نسبياً، وينبغي أن تكون مهمة انتقاء مجموعة المؤشرات التي يقاس على أساسها الابتكار جزءاً من مبادرات الإستراتيجية الوطنية للعلم والتكنولوجيا والابتكار، والمؤشرات التي تتعلق مباشرة بالابتكار يحتاج بعضها على الأقل إلى مزيد من التحليل والبحث، وبعضها الآخر يستهدف تقدير المحتوى التكنولوجي غير أن الصعوبات قد تنشأ عند تطبيق جميع مؤشرات الابتكار.

ولقد حدد داركر (P.F.Druckzr) القياس الابتكاري كأحد المقاييس الخمسة الأساسية لأداء المؤسسة معتمداً في ذلك على المقارنة التاريخية.

في الأخير لا بد من الإشارة إلى أن قياس الابتكار هو المجال الأكثر أهمية في الدراسات والتطوير خلال الفترة القادمة جراء التحول الكبير في مؤسسات الأعمال لتكون مؤسسات قائمة على المعرفة والابتكار.

¹ . بيتر دراكر، التجديد والمقاولة، ترجمة حسين عبد الفتاح، مركز الكتاب الأردني، الأردن، 1985، ص 50.

المطلب الثالث: مؤشرات قياس الابتكار

بالرغم من صعوبة قياس الابتكار فإننا نقدم مؤشرات قابلة للاستخدام في هذا المجال فالابتكار كما تعرضنا له فيما سبق هو أن تكون المؤسسة الأولى في التوصل إلى المفهوم أو الفكرة، الأولى في الوصول إلى المنتج، والأولى في الوصول إلى السوق، وعلى أساس هذا التحديد يمكن أن نعرض المؤشرات التالية: ⁽¹⁾

أولاً: المؤشرات الأولى إلى الفكرة: وتتمثل فيما يلي:

- عدد الأفكار التي يتم توليدها في فترة جمع الأفكار.
- فترة التوصل إلى الفكرة.
- عدد الأفكار الجديدة التي تصبح مرشحة للمتابعة والتطبيق.
- الفترة إلى المنتج.
- عدد مقترحات التحسين التي يتم إدخالها على الفكرة الجديدة.
- عدد الأفكار المختارة التي فشلت قبل أن تتحول إلى المنتج الأول.
- دورة الفكرة.
- عدد الأفكار التي يمكن تبنيها من أجل العمل على تحويلها إلى منتجات جديدة في وقت واحد.
- تكلفة الأولى إلى الفكرة.

ثانياً: المؤشرات الأولى إلى المنتج: وتتمثل فيما يلي:

- الفترة من الفكرة إلى المنتج.
- الفكرة إلى المنتج.
- نسبة المنتجات الجديدة التي تم بناؤها من الأفكار الجديدة المقدمة.
- عدد مقترحات التحسين للمنتج الجديد.
- عدد المنتجات الجديدة للمؤسسة مقارنة بالمؤسسات الأخرى.
- عدد المنتجات الجديدة التي فشلت قبل أن تصل إلى السوق.
- عدد المنتجات الجديدة التي يتم العمل عليها في وقت واحد.
- عدد المنتجات الجديدة التي تتطلب عمليات (تكنولوجيا) جديدة.

¹. بالاعتماد على العديد من المراجع منها: - نيجل كينغ، نيل أندرسون، مرجع سبق ذكره، ص 156.
- نجم عبود نجم، مرجع سبق ذكره، ص 207.

ثالثا: المؤشرات الأولى إلى السوق: وتمثل مختلف المؤشرات الأولى إلى السوق فيما يلي:

- الفترة من الفكرة إلى السوق.
 - الفترة من النموذج الأول إلى السوق.
 - عدد المنتجات الجديدة التي وصلت إلى السوق من المؤسسة.
 - عدد المنتجات التي تم التخلي عنها من قبل المؤسسة.
 - عدد المنتجات التي حققت دورا قويا في السوق.
 - نسبة المنتجات الناجحة في السوق إلى مجموع المنتجات التي تم إدخالها إلى السوق.
 - تكلفة الأولى إلى السوق.
- إن قياس الابتكار لا بد أن يتطور ليس فقط في مجال المؤشرات التي تغطي جميع العوامل المؤثرة في الابتكار والقبالة للإدارة والمقارنة تاريخيا ومع المنافسين، وإنما أيضا في مجال مراجعة الابتكار.

خلاصة الفصل:

أضحى الابتكار خيارا استراتيجيا لا مناص منه، والسبيل إلى رفع القدرة التنافسية للمؤسسات بصفة عامة والمؤسسات الصغيرة بصفة خاصة، خاصة مع الإنتاج الذي عرفه الاقتصاد الجزائري على العالم لذا ينبغي أن يشمل الابتكار جميع الجوانب المرتبطة بإدارة المؤسسة (المنتجات، العمليات، الموارد البشرية) حتى نساير التحول المتسارع في محيطها وتحقيق ميزة تنافسية تسمح لها بمتابعة الأسواق وبالتالي تضمن لها البقاء في السوق. ولكون الابتكار يمثل محركا أساسيا لنشاط المؤسسات واستمراريتها، وعليه فالاهتمام به يتطلب توفير مناخ ملائم يسمح بتطور الأفكار الإبداعية وتجسيدها على أرض الواقع حتى لو صادفته بعض المخاطر. وفي الأخير لا بد أن نؤكد على أن الإبداع والابتكار هو أكثر موضوعية من حيث توفير المستلزمات والسياسات وما يتحقق من إنجازات، لأن الدولة من الممكن أن تلعب دورا قياديا في هذا المجال من خلال تشجيع نشاط البحث والتطوير وتمكين جهود الباحثين وتزويدهم بكافة المتطلبات.

الفصل الثالث: رأس المال الفكري وتدعيم عملية الابتكار

تمهيد

المبحث الأول: مسؤولية خلق الابتكار

المبحث الثاني: رأس المال الفكري وخلق الابتكار

المبحث الثالث: تطبيقات التفكير الابتكاري

خلاصة الفصل

تمهيد:

إن الدور الذي تقوم به إدارة المعرفة وعملياتها يحقق نتائج رائعة في السياق المؤسسي، إذ يتم بموجبه إغناء العمل وتعزيز الإنتاجية، كما تجعل الزبون مبتهجا في تعامله مع المؤسسة، وبما أن الابتكار هو عملية تحويل المعرفة الجديدة إلى منتجات أو عمليات جديدة، وبالتالي تحمي المؤسسة نفسها من المنافسين في السوق من خلال تحقيق التقدم في تطبيق إدارة المعرفة والتي تبقئها في الاستمرار والنمو إذ تقود معرفة المؤسسة إلى الإبداع والتغيير.

ومن خلال هذا الفصل سنحاول توضيح العلاقة بين رأس المال الفكري وخلق الابتكار وكذا إدارة المعرفة

وتنمية التفكير الابتكاري، حيث تم تقسيم هذا الفصل إلى:

- مسؤولية خلق الابتكار
- رأس المال الفكري وخلق الابتكار
- تطبيقات التفكير الابتكاري

المبحث الأول: مسؤولية خلق الابتكار

تسعى المؤسسات من خلال تطبيق إدارة المعرفة إلى تحقيق التفوق التنافسي في سوق يتسم بمنافسة شديدة، وهذا لا يتحقق إلا من خلال توليد المعرفة التي تمتلك رأس مال فكري ولا تستطيع مؤسسات أخرى تقليده.

المطلب الأول: إدارة المعرفة

إن التحول الكبير في أساليب عمل المؤسسات بعدما أصبحت المعرفة جزءاً مهماً في رأسمالها، ساهم في ظهور أسلوب إداري جديد يسعى إلى مواكبة العصر الجديد بغية التمتع ببعض المزايا التي تجعلها تتفوق على المنافسين في السوق، فمفهوم "إدارة المعرفة" قبل التطرق إليه لابد من التطرق أولاً إلى الثلاثية التالية: "المعرفة، البيانات، المعلومات" كمدخل لإدارة المعرفة.

- البيانات data: البيانات ليست بالمفهوم الجديد والطارئ في الفكر الإنساني فقد تطرق إليها العديد من الكتاب، ومن تعاريفها نجد بأنها مجموعة من الحقائق أو الوسائل أو الإشارات أو الآراء أو الاتجاهات.⁽¹⁾
- المعلومات informrtoin: تشكل محورا هاما في تعريف "إدارة المعرفة"، ويقصد بها أنها بيانات تمت معالجتها بغرض تحقيق هدف معين، يقود إلى اتخاذ القرارات كما أنها تعرف بأنها مجموعة من البيانات المنظمة والمنسقة بطريقة توليفية مناسبة، بحيث تعطي معنى خاص وتركيبية متجانسة من الأفكار والمفاهيم تمكن الإنسان من الاستفادة منها في الوصول إلى المعرفة واكتشافها.⁽²⁾

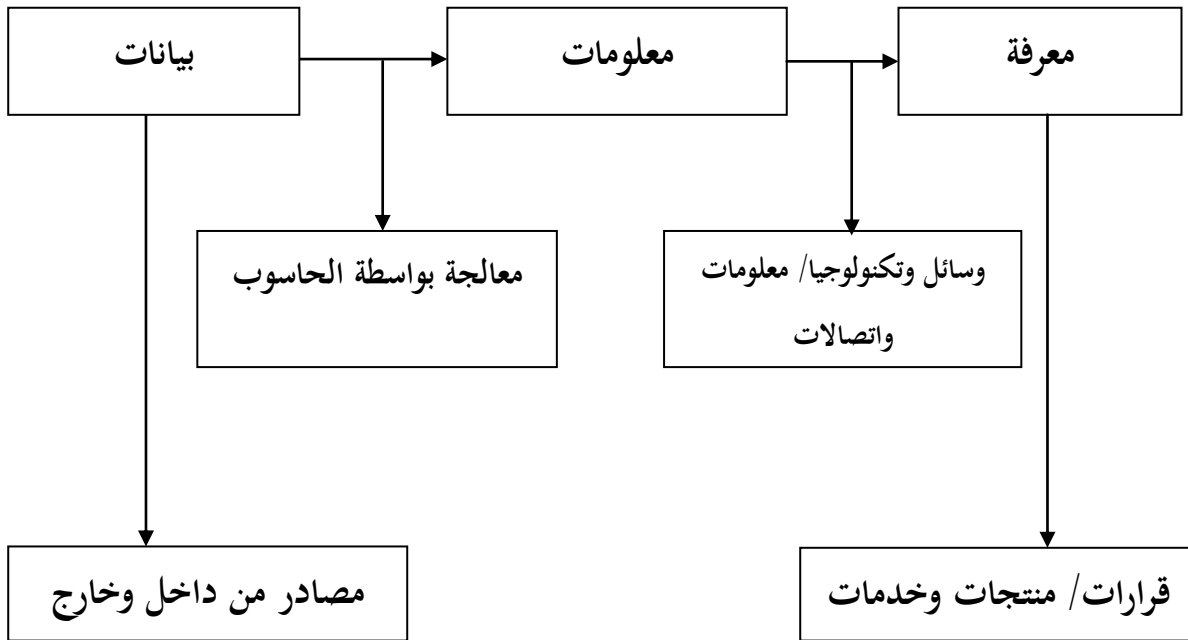
وعلى أساس هذه التعريفات يمكننا القول أن البيانات هي المواد الخام التي تعتمد عليها المعلومات والتي تأخذ شكل أرقام أو رموز أو عبارات أو جمل لا معنى لها إلا إذا تم معالجتها وارتبطت مع بعضها البعض بشكل منطقي مفهوم لتتحول إلى معلومة أو معلومات، ويكون ذلك عادة عن طريق البرمجيات والأساليب الفنية المستخدمة عادة في الحواسيب.

^{1,2}. عبد الفتاح المغربي، نظم إدارة المعلومات الإدارية، المكتبة العصرية للطباعة والتوزيع، جامعة المنصورة، 2002، ص 29

- المعرفة: وهو إدراك الشيء على ما هو عليه، ولقد وردت تعريفات متعددة للمعرفة، ومنها نجد أنها: "مزيج من الخيارات والمهارات والقدرات والمعلومات المتراكمة لدى العاملين ولدى المؤسسة".⁽¹⁾
و تعرف أيضا: " ذلك الرصيد الذي تم تكوينه من حصيلة البحث العلمي والتفكير والدراسات الميدانية وتطوير المشروعات الابتكارية، وغيرها في أشكال الإنتاج الفكري للإنسان عبر الزمان".⁽²⁾
فالمعرفة مزيج من المفاهيم والأفكار والقواعد والإجراءات التي تغذي الأفعال والقرارات.
والشكل التالي يبين العلاقة بين البيانات والمعلومات والمعرفة:

الشكل رقم (06):

العلاقة بين البيانات والمعلومات والمعرفة.



المصدر: عامر إبراهيم، القنديلجي، نظم المعلومات الإدارية، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2005، ص 37 .

¹ . عبد الستار العلي وآخرون، مدخل إلى إدارة المعرفة، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2006، ص 26 .

² . عبد الفتاح المغربي، مرجع سبق ذكره، ص 182 .

أولاً: مفهوم إدارة المعرفة: تعد إدارة المعرفة من المفاهيم الإدارية الحديثة والتي تلقي اهتماماً متزايداً من قبل المهتمين بإدارة الأعمال، إذ تسعى العديد من المؤسسات إلى تحويل أعمالها إلى أعمال ونشاطات قائمة على المعرفة، فتعمل على توجيه استثماراتها تجاه توليد المعرفة والاهتمام بالنشاطات والأفراد والوسائل الأخرى التي تعمل على خلق المعرفة لتتحول إلى شركات تمتلك رأس مال فكري وتبتعد عن الأعمال التقليدية. ويمكن القول أن هذا الغموض حول مفهوم إدارة المعرفة أدى إلى اللاستقرارية التعريف مما أفرز رؤى تتميز بالتنوع وفق ما يلي:

يعرفها Rastogi بأنها: "عملية تنظيمية متكاملة من أجل توجيه نشاطات المؤسسة للحصول على المعرفة وخزنها ومشاركتها وتطويرها واستخدامها من قبل الأفراد والجماعات من أجل تحقيق الأهداف".⁽¹⁾ كما عرفت بأنها "تشير إلى الإستراتيجيات و التراكيب التي تعظم من الموارد الفكرية و المعلوماتية من خلال قيامها بعمليات شفافة تتعلق بإيجاد وجمع ومشاركة وإعادة تجميع وإعادة استخدام المعرفة، بهدف تعظيم قيمة المنظمة من خلال تحسين الكفاءة الفردية والتعاون في عمل زيادة الابتكار واتخاذ القرار".⁽²⁾ وعليه يمكن القول أن إدارة المعرفة نشأت عندما أصبحت المعرفة مورداً من الموارد الإستراتيجية للمؤسسة يتوجب عليها إدارتها وتسييرها وتوظيفها وتخزينها من أجل تحسين الأداء الكلي للمؤسسة وفي ابتكار منتجات وخدمات جديدة أو تحسين المنتجات والخدمات الحالية، أي العمل من أجل تحويل المعرفة إلى قيمة مضافة تستمد منها المؤسسة ميزة تنافسية في السوق. ومنه يتبين لنا أن مفهوم إدارة المعرفة يتضمن: تعريف وتحليل موارد المعرفة المتوفرة والمطلوبة والعمليات المتعلقة بهذه الموارد والتخطيط والسيطرة على الأفعال الخاصة بتطوير الموارد والعمليات، وبما يسهم في تحقيق أهداف المؤسسة.

¹. صلاح الدين الكبيسي، خام خضير، إدارة المعرفة، المنظمة العربية للإدارة، القاهرة، 2004، ص48.

². ياسر الصاوي، إدارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات، دار السحاب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007، ص 22.

ثانياً: أهمية إدارة المعرفة: من التعاريف سابقة الذكر يمكن استنتاج أهمية إدارة المعرفة كالاتي:⁽¹⁾

- إنتاج ونشر المعرفة من المؤسسة وخارجها.
- الحصول على معرفة من مصادر خارجية.
- إدخال التحسينات في العمليات، المنتجات والخدمات.
- توفير المعرفة على شكل وثائق وقواعد وبيانات وبرمجيات.
- تسريع نمو المعرفة من خلال الابتكار والحوافز.
- قياس قيمة أصول المعرفة وتأثيرها على إدارة المعرفة.

ثالثاً: علاقة رأس المال الفكري بإدارة المعرفة: إن إدارة المعرفة من السهل الممتنع الذي يتضمن التدخل في العملية العقلية والتداخل مع الدراسات السلوكية والاجتماعية، كإسهام منها لتحقيق بعضاً من أهدافها، وهذا الأمر يعود مردوده على المؤسسة بشكل كلي. فالترتيب الفكري للعقل الإنساني ممزوج بجملة من المشاعر والأحاسيس والمعتقدات التي يصعب قياسها والتعامل معها، مع إمكانية ذلك، لأن إدارة المعرفة مزيج من السلوك الإنساني والفكري، إن أولى مهام إدارة المعرفة هي مسؤوليتها عن استخراج المعرفة الضمنية لرأس المال الفكري.⁽²⁾

ومن أجل توضيح العلاقة الترابطية بين كل من إدارة المعرفة ورأس المال الفكري لا بد أن نعلم أن رأس المال الفكري يتمثل في مجموعة أشخاص الذين يمتلكون معارف مختلفة ومتنوعة في شتى المجالات التخصصية والعامية منها، فإذا تم الاجتماع مع أحد أفراد المؤسسة في محاولة استخراج كل ما بداخل عقله من مخزون فكري، فتتلاحق الأفكار بين أفراد المؤسسة عن طريق جلسات العصف الذهني لكل المشكلات أو لدراسات صور تنبؤية تمه المؤسسة وهذا يعد من تقنيات إدارة المعرفة التي تندرج ضمن عملياتها توليد الأفكار.

إن العلاقة بين رأس المال الفكري وإدارة المعرفة تتجسد بصورة أخرى في قيام إدارة المعرفة باستثمار معطيات رأس المال الفكري وتطبيقها مباشرة لكسب الريادة وتحقيق التفوق التنافسي وخلق الأبواب في وجه المنافس لاستثمار هذه المعطيات وإذا لم تتحقق فستكون العلاقة عكسية تماماً.

¹. الشربيني، الطناوي، إستراتيجيات ما وراء المعرفة، المعرفة المكتيبة العصرية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2006، ص 29.

². المرجع نفسه، ص 32.

المطلب الثاني: إدارة المعرفة وخلق الابتكار

أصبحت إدارة المعرفة مصدرا مهما للابتكار، ولهذا تسعى المؤسسة اليوم إلى البحث عن المعرفة وتوليدها قبل منافسها.

أولا: الابتكار كمعرفة جديدة: حاول العديد من الكتاب إبراز العلاقة بين المعرفة وإدارتها على مستويات الابتكار، ووضعت مسارات متعددة لتشخيص هذه العلاقة أو لتسببها بين هذين المتغيرين، ولا زال هذا الموضوع بحاجة إلى إغناء ودراسات وقد حدد kotelinikov القوى الأساسية التي تحرك الاقتصاد الآن و هي: ⁽¹⁾

- المعرفة: عنصر استراتيجي يعتمد لاتخاذ القرار واتخاذ أعمال المؤسسة الضرورية، وإقامة قيمة لها.
- التغيير الناتج عن تأثير التكنولوجيا المعلوماتية وتكنولوجيا الاتصال.
- العولمة التي صارت أكبر بانفتاح الأسواق وعالميتها ، وهذا انعكس على البحث و التطوير، التمويل وهذه القوى حولت المؤسسات إلى الاقتصاد المبني على المعرفة الجديدة، وبشكل ولد الحاجة إلى الابتكار لترجمة المعرفة إلى سلع، خدمات وعمليات جديدة لتطوير المؤسسة.

ثانيا: التراكم المعرفي والابتكار: إن الضامن لبقاء واستمرارية المؤسسة الإنتاجية في ظل العولمة الحالية هي الاستثمار في رأس المال غير المادي لاكتساب المعرفة التي ينتج عنها الاختراعات والابتكارات، وهذه الأخيرة تعمل على تطوير وتحسين المنتج من جهة، كما تفرض على المؤسسة أن تجدد تجهيزاتها بصورة دائمة ومستمرة من جهة أخرى جمود المؤسسة وعدم الإبداع والابتكار يعرضها إلى تدهور قدرتها التنافسية من حيث الأسعار وجودة المنتج بالإضافة إلى تقليص حصصها من المبيعات في السوق.

أ. مكانة الابتكار من التراكم المعرفي: اعترف النموذج الكلاسيكي بوضوح بأهمية الإبداعات والاختراعات في النمو الاقتصادي إلا أنه لا يعطي تفسيراً واضحاً لهذا المتغير الحساس في كيفية الحصول عليه وطريقة نموه، أما في نظريات اقتصاديات المعرفة نظريات النمو الداخلي فهي تعطي لمفهوم التكنولوجيا معنى محدد، حيث ترى أن التكنولوجيا هي الكيفية التي تحول بها الموارد إلى إنتاج المعارف والأفكار بواسطة الدالة غير أن التكنولوجيا هي نتاج مجموعة المتغيرات الإبداعية والإختراعية التي تعمل على تحسين الظروف الاقتصادية بشكل عام. ⁽²⁾

¹. Wick Corey, "**Knowledge Management and leadership Opportunities for Technical communicators**", Technical Communication., issue4, November 2004, P514.

². مصطفى محمود أبو بكر، الموارد البشرية مدخل لتحقيق الميزة التنافسية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2003، ص 56.

ب. مميزات التراكم المعرفي: إن التراكم المعرفي يؤدي إلى التطور التكنولوجي ويمكن له أن يأخذ عدة أشكال سواء كانت هذه المعارف والأفكار نظرية أو عملية، فمن جهة نجد النظريات العلمية الأساسية في مجالات العلوم المختلفة والتي يمكن تطبيقها في عدة ميادين كنظرية فيثاغورس في الرياضيات، نظرية الألعاب في الاقتصاد، نظرية الأمراض الفيروسية (المتعلقة بالفيروسات) في مجال الطب، نظرية الفيزياء النووية في الفيزياء... الخ، ومن جهة أخرى نجد بعض المعارف الخاصة والمتعلقة بمجال محدد كمعرفة السياقة، معرفة إدارة آلة من الآلات... الخ.

وبين هذين النوعين من المعارف توجد أفكار ومعارف متعددة كالاختراعات وكالابتكارات المختلفة، ونعطي على سبيل المثال المعرفة الخاصة بوصفة خاصة بمشروب غازي معين كمشروب حمود بوعلام مثلا، كل شكل من هذه الأشكال يساهم في النمو الاقتصادي إلى درجة ما، فبعضها يساهم بشكل كبير والبعض الآخر بدرجة أقل.

إن محددات التراكم المعرفي تختلف حسب شكل هذا الأخير، فالعوامل المؤثرة في إنتاج النظريات العلمية القاعدية تختلف عن العوامل المحددة لإنتاج الابتكارات، وبالتالي لا توجد نظرية موحدة خاصة بالمعرفة وإنما توجد عدة نماذج تشرح التراكم المعرفي وأثره على النمو الاقتصادي إن على المستوى الكلي أو الجزئي من بينها نماذج البحث والتطوير، نماذج رأس المال البشري، النماذج الخاصة بالابتكارات ونماذج التعلم بالممارسة.⁽¹⁾

ج. أنواع التراكم المعرفي ومحدداته:

- دعم البحث العلمي القاعدي: إن المعارف العلمية القاعدية تستخدم بكل حرية من طرف الجهات الطالبة لها، فنتائج (منتجات) الأبحاث العلمية التي تجرى في الجامعات وفي المخابر العلمية العامة وفي المؤسسات العلمية غير الربحية تستخدم بالجمان، وعليه فإن هذا النوع من المعرفة يتميز بخاصية اللامنافسة وبالتالي لا يكون حافز الربح هو المحرك لهذه الأبحاث وإنما إنتاج وتطوير معارف كهذه يتوقف على دعم وتمويل الدولة بالدرجة الأولى والجمعيات الخيرية أو الأغنياء المتطوعون بالدرجة الثانية، وربما تتوقف كذلك على الدافع الشخصي من حب للشهرة أو حب للتطلع والمعرفة في مرتبة ثالثة، بما أن هذه المعارف توزع بالجمان على مستخدميها وتساهم في زيادة الإنتاج فهي تشكل وفورات خارجية إيجابية وبالتالي يستدعي إنتاجها دعما ومساعدة.⁽²⁾

2 David Romer, Macroéconomie Approfondie, Traduit de l'Américain par FABRICE MAZEROLLE, EDISCIENCE INTERNATIONL, Paris, France, 1997, p 234.

1 نجم عبود نجم، إدارة الابتكار، مرجع سبق ذكره، ص 34.

- تشجيع البحث والتطوير والابتكارات الخاصة: إن البحث والتطوير هي عملية يتم بموجبها تجميع الموارد البشرية والمادية للقيام بالبحوث التطبيقية بهدف الوصول إلى ابتكارات، وتقوم بهذه العملية مؤسسات إنتاجية بحد ذاتها أو هيئات مختصة في هذا المجال، أما الابتكارات فهي عبارة عن التطبيقات الناجحة للاختراعات في المجال الاقتصادي والتجاري، فكل ابتكار يسبقه اكتشاف علمي وكل اكتشاف علمي يسبقه بحث علمي، إذن فالابتكارات هي نتيجة نفقات البحث والتطوير، ويوجد 5 أنواع من الابتكارات أهمها:⁽¹⁾

ابتكار المنتج ويعني ظهور منتج جديد أو تحسين المنتج القديم، ابتكار في طرق الإنتاج وتعني تبني طرق جديدة في الإنتاج أو التسويق وأخيراً ابتكار تنظيمي ونقصد به تبني تنظيمات جديدة في العمل.

- الفرص الممنوحة لأصحاب المواهب: إن الاكتشافات العلمية والابتكارات الجوهرية عادة ما تكون نتيجة أعمال الأشخاص الأذكياء أو الأفراد المتفوقون، لكن توجد فرص أخرى في ميادين العمل متاحة لهؤلاء غير البحث والتطوير، فهل الحوافز الاقتصادية والعوامل الاجتماعية التي تؤثر على اختياراتهم بين هذه الفرص تؤثر على التراكم المعرفي، بما أنه يوجد علاقة طردية بين إنتاج المعارف والنمو الاقتصادي يتعين على الدولة أن توجه طاقات هؤلاء إلى القطاعات التي تنتج المعارف بدلاً من القطاعات الربعية يستولون على الثروات الموجودة بدلاً من إضافة ثروات جديدة وخاصة أن هؤلاء سينجحون في أي ميدان يلجونه وبذلك يترتب على الدولة أو المؤسسات الخاصة زيادة التحفيز في ميادين البحث والمعرفة لصرفهم عن هذه القطاعات الغير منتجة.

ثالثاً: البحث والتطوير الهادف للابتكار: يعد نشاط البحث والتطوير داخل المؤسسات المغذي الرئيسي للابتكارات وخاصة في المؤسسات الكبيرة التي تتوفر على مخابر وإمكانات مادية وبشرية معتبرة. حيث كلما كبر حجم المؤسسة، كلما أدى ذلك بالضرورة إلى تكوين وظيفة خاصة بالبحث والتطوير فيها، مع العلم أن لهذه الوظيفة خصوصيات يجب مراعاتها، كما أن مؤشرات تقييمها صعبة التحديد، ونتائجها مرتبطة في الحقيقة بالتسيير الفعال، والتنقل الجيد بينها وبين الوظائف الأخرى، إضافة إلى الكفاءة الفنية للعمال القائمين بنشاطات البحث والتطوير.

ولفهم معنى البحث والتطوير سوف نعرف كل كلمة على حدا، ثم سنحاول أن نعطي تعريف شامل للبحث والتطوير.

أ. البحث: ويتضمن ما يلي:

- البحث الأساسي: والذي يتمثل في "الأعمال التجريدية أو النظرية الموجهة أساساً إلى الحيازة على معارف تتعلق بظواهر وأحداث تم ملاحظتها دون أية نية في تطبيقها، أو استعمالها استعمال خاص".⁽²⁾

¹. مصطفى محمود أبو بكر، مرجع سبق ذكره، 60.

². محمد سعيد أوكيل، مرجع سبق ذكره، ص 23.

- البحث التطبيقي: ويتمثل في "الأعمال الأصلية المنجزة لحصر التطبيقات الممكنة والناجحة عن البحث الأساسي، أو من أجل إيجاد حلول جديدة تسمح بالوصول إلى هدف محدد سلفاً، ويتطلب البحث التطبيقي الأخذ بعين الاعتبار المعارف الموجودة وتوسيعها لحل مشاكل بعينها".⁽¹⁾
- ب. التطوير: يتعلق التطوير بالاستثمارات الضرورية، التي تسمح بالوصول إلى تنفيذ التطبيقات الجديدة في طرق الإنتاج أو في المنتج بالاستناد إلى الأعمال التالية:⁽²⁾
 - التجارب والنماذج المنحرفة من قبل الباحثين.
 - فحص الفرضيات وجمع المعطيات التقنية، لإعادة صياغة الفرضيات.
 - الصيغ الإنتاجية، مواصفات المنتجات، ومخططات كل من التجهيزات، الهياكل و طرق التصنيع.
- ويعد التطوير نتاجاً لأعمال البحث والتطوير، حيث تكون المنتجات محمية في شكل إبداعات مبرأة مهما كانت أهمية أو استعمال أو شكل هذه الإبداعات. ويمكن قياس أثر البحث والتطوير على الابتكار بالاستناد إلى درجة الابتكار المحققة.
- ويعتمد الابتكار على تطبيق الأفراد ما يمتلكونه من إيمان ورغبة وإتقان في ممارسة حقل معرفي معين، وغالباً ما يشغل هؤلاء الأفراد المناصب القيادية في المنظمة، أو يكون لديهم مهام إدارية تحفيزية بهدف إدارة وجذب الأفراد المبتكرين إلى المنظمة، ويطلق عليهم في الغالب عمال المعرفة، وتسمى منظماتهم بالمؤسسات الابتكارية التي تمتاز عن التقليدية بهيكل مرن ولا مركزي ومرونة عالية وقيم محددة وقيادة مبدعة والتأكيد على القيم والمعارف أو الثقافة الابتكارية، والعمل بروح الفريق، والعمل على تطبيق مبادئ الابتكار التي حددها بيتر دراكر بما يلي:⁽³⁾
 - تحليل الفرص الابتكارية التي تتفاوت أهميتها بتفاوت المجالات والأوقات .
 - لكي يكون الابتكار فعالاً يجب أن يكون بسيطاً، ويركز على أهداف محددة.
 - يسعى المبتكر دائماً لتحقيق أهدافه التي رسمها.
 - إدراك الابتكار عن طريق المشاهدة والتساؤل والاستماع ثم يقدرون بطريقة تحليلية طبيعة الابتكار اللازمة لتلبية الفرص.
 - يجب أن تبدأ الابتكارات في البداية صغيرة بحيث تتطلب أموال قليلة وعدد قليل من الأفراد وسوق صغيرة ومحددة، وإلا فلن يكون أمامها وقت كاف لإدخال التعديلات والتكيف والتغييرات اللازمة لضمان نجاحها.
 - فالمؤسسة الناجحة هي التي تستثمر ما تعرفه، وتنقل معرفتها عبر قنواتها، وتستخدمها في تجديد المؤسسة، وبما يجعلها قادرة على الوثوب في الساحة التنافسية، والتكيف مع التغييرات البيئية من خلال استغلال

1. محمد سعيد أوكيل، مرجع سبق ذكره، ص 27.

2. نجم عبود نجم، مرجع سبق ذكره، ص 45.

3. رعد حسن الصرن، إدارة الإبداع والابتكار، دار الرضا للنشر، ط1، دمشق، 2000، ص 123.

مبدعيها (العمال المعرفيون) في صنع إبداعات وابتكارات جديدة لم تكن من قبل أو إعطاء تحسينات جوهرية على المنتج أو الخدمة الحالية لتكون في الأخير المنظمة سباقا في إعطاء آخر صرخة لهذا المنتج أو الخدمة. في ضوء ما تقدم يتضح لنا العلاقة الوثيقة بين الابتكار والموجودات المعرفية للمؤسسة، كما أصبح واضحا أن القدرة على إدارة الفكر الإنساني هي مهارة تنفيذية حاسمة عززت من أهمية المعرفة بالنسبة للمؤسسات، كما أوجبت عليها صقل وتهذيب هذه المعرفة وتحديثها باستمرار، وبما يؤمن توظيفها لتعزيز مستويات الابتكار على مستوى المؤسسة.

المطلب الثالث: المداخل المختلفة لدراسة الابتكار

تتمثل المداخل المختلفة لدراسة الابتكار والإبداع بما يلي:

أولا: التركيز على العملية الابتكارية: تبدأ عملية الابتكار والإبداع بإحساس المبتكر بمشكلة ما تسبب له نوعا من عدم التوازن، وهذا ما يقوده للبحث عن حل لهذه المشكلة بشكل يعيد له التوازن، وتمر هذه العملية بعدة مراحل هي: مرحلة الإعداد، مرحلة الحضانة، مرحلة الإضاءة، ومن ثم مرحلة التحقق من الحل.

ثانيا: التركيز على الناتج الإبداعي والابتكاري: يتمثل الابتكار والإبداع من وجهة النظر هذه بالناتج الابتكاري والإبداعي، وهو يتمثل بمقدار الإنتاجية والبراعة في الأداء، فيحكم على المحصلة أكثر من الآلية أو العملية التي تحكم العمل.

ثالثا: التركيز على الصفات الشخصية للمبتكرين: تتمثل صفات الابتكار بالخصائص النفسية المتمثلة بالمخاطرة والاستقلالية والمثابرة والانفتاح على الخبرة الداخلية والخارجية. وبشكل أكثر تحديدا فإن من الصفات التي يشار لها بأنها ابتكارية: ⁽¹⁾

- يميل المبتكرون إلى الفضول والبحث وعدم الرضا عن الوضع الراهن.
- التلقائية والمرونة.
- تشجيع تبادل الرأي والمشاركة والنقد الذاتي.
- الأصالة: إذ أن المبتكرون يتميزون بالتححرر من النزعة التقليدية والتصورات الشائعة فهم يخرجون عن المألوف في التفكير والتعبير.
- القدرة على تفهم المشكلات.
- وضوح الرؤيا.

¹ . Michae l Porter, L' avantage concurrentiel des nations, inter édition, France, 1993, p 54.

- رابعاً: الإمكانات الابتكارية عند الفرد: إن القيم الابتكارية تتمحور في التالي:
- الإصلاح: وتترجم هذه القيمة إلى إحساس مرهف لدى المبتكر بوطأة المشكلات كما لو كان هو المسئول عن حلها والإحساس بالثقة والالتزام في حل هذه المشكلات حتى ولو استلزم ذلك خسارة له.
 - الاستقلال: إن الفرد المبتكر يتصف بالتمرد على القيود وعلى معايير الجماعة، وقد لا يكون نظامياً، وتؤدي هذه بالفرد إلى أن يطرح التساؤلات باستمرار عن الواقع وإمكانات تغييره في وقت لا يثير فيه الآخرين.
 - الصدق والبحث عن الحقيقة: إن الأشخاص والأفراد المبتكرين ليسوا منافقين، بل يرفضون مجازاة الحقيقة.
 - الحاجة للإنجاز: إن العمل الجاد يعتبر متعة لدى المبدعين، وذلك لقوة الشعور لديهم بإنجاز شيء ما حتى يخلدوا أنفسهم، وحتى ينتزعوا الاعتراف من المجتمع بجهودهم.
 - الرؤيا ونفاد البصيرة: إن الشخصيات المبتكرة تنظر للزمن كمورد إنتاجي يجب استثماره وتنظر دائماً للأمام، ولا تجعل للماضي قيوداً عليها.

المبحث الثاني : رأس المال الفكري وخلق الابتكار

إن القدرات و الخبرات و المهارات لرأس المال الفكري غير متساوية بين الأفراد العاملين ، حيث تمكنهم من إنتاج أفكار جديدة تنعكس بالإيجاب على المؤسسة و منتجاتها و حصتها السوقية ، كما تنعكس إمكاناتهم وقدراتهم في كم و نوع مناسب من حالات الابتكار المختلفة في المؤسسة.

المطلب الأول : بناء رأس المال الفكري ومتطلبات تطويره

على أساس كون رأس المال الفكري هو المعرفة المفيدة التي يمكن توظيفها واستثمارها بشكل صحيح لصالح المؤسسة، يستوجب على هذه الأخيرة البحث عن آليات بناء رأس المال الفكري التي تفيدها في مواجهة التغيرات الحاصلة و تحقيق أهدافها.

أولاً: بناء رأس المال الفكري: يكون من خلال:

أ. 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. حازم على أحمد بدارنه، أطروحة دكتوراه حول تصورات القادة الأكاديميين في الجامعات الأردنية لأهمية رأس المال الفكري و دورهم في المحافظة عليه و تطويره، جامعة اليرموك، الأردن، 2007، ص 39 .

- شراء العقول من سوق العمل: يتطلب من إدارة الموارد البشرية أو من لجان متخصصة تابعة لهذه الإدارة متابعة العقول البراقة والنادرة، لغرض جذبها واستقطابها كمهارات وخبرات متقدمة تستفيد منها المنظمة بشكل كبير في زيادة رصيدها المعرفي الذي ينعكس في زيادة عمليات الإبداع والابتكار باستمرار.

و من أبرز الممارسات الميدانية هي شراء العقول من الخارج بتكلفة رخيصة (هجرة الأدمغة) عن طريق الاتصال بهم عبر الإنترنت أو قيام موظفين تابعين للمنظمة بالسفر نحو الخارج للبحث عن العقول ذات الابتكارات

- شجرة الكفايات: إن الكفاية تتضمن مكونين رئيسيين هما: المكون المعرفي و المكون السلوكي .

فالمكون المعرفي هو مجموعة من المعارف والمهارات والخبرات المتصلة بمجداة الشخص، أما المكون السلوكي فهو مجموع ما يقوم به الشخص أثناء تأدية العمل والذي يمكن ملاحظته و تقويمه.

أما شجرة الكفايات فتعد أحد تقنيات إدارة الموارد البشرية الإلكترونية وتمثل مخطط يوضح المهارات والخبرات والمعارف المطلوبة في المنظمة وبالتالي فشجرة الكفايات تسهل استخدام أسواق الموارد البشرية (الاستقطاب الالكتروني لرأس المال الفكري).

- مراجعة منظمات المعرفة والتعليم: تركز رؤية هذه الإستراتيجية على أن المنظمات التعليمية (مدارس، معاهد، جامعات) تعد مصدرا مهما لاكتشاف المواهب واستقطابهم، وعلى هذا الأساس يجب جمع المسؤولين في المؤسسات وأن يقوموا بزيارة المنظمات التعليمية والتكوينية وتحديد المراحل المنتهية فيها لاستقطاب الأفراد الذين يتمتعون بخبرات ومقدرات خاصة لاستخدام مهاراتهم التحليلية والإبداعية في مشاكل عمل فريدة من نوعها.

ب. صناعة رأس المال الفكري: تمثل صناعة رأس المال الفكري أمرا في غاية الأهمية، لأنه يمثل مصدرا للميزة التنافسية، ومن هذا المنطق أكدت الدراسات أن صناعة رأس المال الفكري تتطلب استخدام طرق فاعلة للربط بين أدوات العمل الجديدة، والأنظمة المبتكرة، والتصاميم التنظيمية الملائمة، وهذه بعض الاستراتيجيات الخاصة بصناعة رأس المال الفكري.

- خريطة المعرفة: تعرف خريطة المعرفة على أنها تقديم عرض مرئي للمعرفة الحيوية المؤدية إلى تحقيق أهداف الأعمال الإستراتيجية، إن غاية استخدام خريطة المعرفة تتمحور في: ⁽¹⁾

● تحديد المركز المعرفي للمنظمة مقارنة بالمنظمات المنافسة يتم على أساس ما يلي:

1. المعرفة الجوهرية: وهي المعرفة الواجب توفرها لدى المنظمة لمواجهة المنافس.

2. المعرفة المتقدمة: وهي المعرفة التي تمكن المنظمة من اكتساب قدرات تنافسية.

3. المعرفة الابتكارية: وهي المعرفة التي تعطي للمنظمة ميزة تنافسية.

¹. سعد علي العتري، أحمد علي صالح، إدارة رأس المال الفكري في منظمات الأعمال، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2000، ص 268.

- تحديد فجوات المعرفة التي تمثل النقص أو الضعف في المعرفة، ومن أجل العمل على غلق تلك الفجوات تقوم المنظمة بالممارسات التالية: (1)

1. تعزيز قابليات الأفراد في مجال حل المشكلات بالإفادة من المعرفة المدونة في أنظمة البرمجيات.
 2. تمكين الأفراد من العمل مع ذوي الطاقات الذهنية (رأس المال الفكري) والاحتكاك بهم .
- بناء الأنسجة الفكرية: تتشكل الأنسجة الفكرية عند تفاعل وتعلم مجموعة من المختصين والمهنيين والمبتكرين مع بعضهم البعض ثم تنحل عند انتهاء المشروع المحدد، وتؤكد هذه الإستراتيجية إذا ما توافرت الاستقلالية والمرونة والتفاعلات الكثيفة والمتنوعة بين مختلف المهنيين والابتكارين فهذا يؤدي حتما إلى التعلم السريع، وزيادة الرافعة المعرفية وتحقيق الثوب السريع من الفكرة إلى المنتج.
- القيادة الذكية: يؤدي صنع المعرفة والتعامل مع الناس الأذكياء (رأس المال الفكري) إلى قيادة ذكية لأن المدير الذكي يركز اهتمامه على التعلم المنظمي والتدريب لموظفيه، ومن أجل أن يكون هو القادر على ممارسة نشاطه بدكاء عليه إتباع أسس التقدير الفعال المتمثلة في:

- الاستمرار: وهو 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.

ثانيا: متطلبات تطويره: من أجل تنمية و تطوير رأس المال الفكري فإنه يتطلب العديد من الوسائل والأساليب التي يمكن حصرها فيما يلي: (2)

أ. التكوين: يعمل على إرساء أساليب التفكير المنطقي السليم، وهو فهم المعرفة وتفسيرها، ولا يعطي إجابات قاطعة ولكنه يعمل على تنمية ذهن منطقي عقلائي يستطيع أن يحدد العلاقات بين متغيرات ترتبط ببعضها البعض وفهم مختلف الظواهر التي يواجهها المديرين.

ب. التعليم: يحتل التعليم أهمية كبيرة في خدمة المجتمع والاقتصاد، وتطورهما، وذلك من خلال إسهام التعليم في كافة الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والثقافية، وبدرجة أعلى في تنمية وتطوير رأس المال الفكري من خلال:

- زيادة المقدرة الإبداعية والابتكارية.
- تزويد العاملين بالمعلومات والمعارف والمهارات تجعلهم يستجيبون للتغيرات الاقتصادية والاجتماعية.
- إحداث التطور العالمي والتكنولوجي.

1. سعد علي العتري، مرجع سبق ذكره، ص 69.

2. ناصر دادي عدون، إدارة الموارد البشرية والسلوك التنظيمي - دراسة نظرية وتطبيقية-، دار المحمدية، الجزائر، 2004، ص 148.

ج. التدريب: يعتبر التدريب عملية تعلم مجموعة متتابعة من التصرفات المحددة مسبقاً، والتدريب هو تطبيق المعرفة، الذي يمكن الأفراد من الإلمام والوعي بالقواعد والإجراءات الموجهة والمرشدة لسلوكهم، كما أنه نشاط موجه يساعد العاملين في الحصول على المهارات والمعارف التي يحتاجونها من أجل نجاحهم في العمل . لهذا تضع معد برامج التدريب محددات ضمن سياق يهدف إلى الوصول للأهداف المرجوة من التدريب، وتمثل هذه المحددات في: ⁽¹⁾

- الهادفية: وتعني أن يمتلكون هدفاً محددًا و موضوعياً وقابلًا للتطبيق.
- ضرورة خلق الحافز لدى المتدربين.
- الشمولية والاستمرارية.

المطلب الثاني: أسباب الحفاظ على رأس المال الفكري

- من خلال ما سبق عرضه، يمكن استخلاص أسباب الحفاظ على رأس المال الفكري على النحو التالي: ⁽²⁾
- تحتفظ المؤسسات برأس المال الفكري لأنه يشكل مصدراً للميزة التنافسية لها من خلال قدراتهم على الابتكار و الإبداع المتجدد الذي يحافظ على مستوى التفوق للمؤسسة المعنية.
 - تسعى المؤسسات إلى عدم التفريط برأس مالها الفكري لأنه يمثل ثروة كبيرة لها تسهم في زيادة قيمتها السوقية من خلال قدرة رأس المال الفكري على تسجيل براءات الاختراع المتلاحقة التي تحمل في طياتها كل شيء جديد ومنفرد عن المنظمات المنافسة.
 - تنفق المؤسسات مبالغ كبيرة من أجل تنمية رأس مالها الفكري وصقل معارفه ومهاراته باستمرار لجعله قادراً على استيعاب التغيرات السريعة.
 - تعمل المؤسسات جاهدة على المحافظة على رأس مالها الفكري لأنه سلاحها في ديمومة بقائها في عالم الأعمال. إن عرض هذه الأسباب التي تدفع بالمؤسسات إلى الحفاظ على رأس مالها الفكري، هو البحث في الوقت ذاته عن أساليب المعتمدة للحفاظ عليه، ونرى انه بدون البحث عن عوامل المحافظة على رأس المال الفكري فان المؤسسة ستعرض إلى واحدة أو أكثر من المشكلات الآتية:
 - قد يندثر رأس المال الفكري وتصبح القيمة الحقيقية لأفكاره ونتاجاته لا تساوي شيئاً.
 - قد يهاجر رأس المال الفكري إلى منظمات أو دول أخرى دون رجعة، وذلك لأن مؤسساتهم لم تستطع تحويل خبراتهم ومهاراتهم إلى ممارسات تنفيذية، أو لم يتحصلوا على المكافآت المادية والمعنوية اللازمة.

¹. هشام فاروق، أهمية تنمية الموارد البشرية في تحسين أداء المنظمة الاقتصادية، الملتقى الدولي الأول حول التسيير الفعال في المنظمة الاقتصادية، 3-4/5/2005، ص 15.

². عادل حرحوش، مرجع سبق ذكره، ص 143 .

- قد يعرقل رأس المال الفكري خطط المؤسسة ويصبح أداة تعويق لها، خاصة إذا فشلت المؤسسات في معرفة رغباتهم وحاجتهم ومتطلباتهم.

المطلب الثالث: علاقة رأس المال الفكري بالابتكار

بينت العديد من الدراسات أهمية رأس المال الفكري في تحقيق الابتكار بمختلف أنواعه، حيث أكدت الدراسات على أن المعرفة الجديدة تبدأ مع الأفراد الذين يملكون البصيرة التي ترشدهم إلى ابتكار جديد، وأن الحدس الجيد للمدير يكون حافظاً لابتكار عمل جديد أو تقديمه بصيغة جديدة.⁽¹⁾

وقد بين بيتر دراكر drucker أن الابتكار عبر التاريخ اعتمد على المعرفة الجديدة فالابتكارات المعتمدة على المعرفة تفوق الابتكارات الأخرى، وقد بين كذلك بأن العديد من المؤسسات قد أدركت بأن المعرفة هي نقطة حرجة لبقائها الحالي والمستقبلي، حيث أصبحت المعرفة أهم أسباب بقاء العمل في هذه المؤسسات، وبغض النظر عن نوع المعرفة سواء أكانت ضمنية أو ظاهرة فهي تلعب دوراً مهماً في الابتكار. في حين أشار إلى أن المؤسسات التي تسعى للتميز من خلال المعرفة بوسعها الابتكار من خلال زيادة المعرفة الضمنية لأعضائها، والتي تسهل تحديد وحل المشكلات والتنبؤ بنتائج الحلول الممكنة، واعتبر أن إحداث التغيير الحقيقي وتحقيق الابتكار يستوجب نقل المعرفة الضمنية والمشاركة فيها، حيث نوه إلى الدور الذي تلعبه مجتمعات الممارسة في مجال الابتكار، حيث تنبثق الابتكارات من هذه المجتمعات من خلال تعاونهم في إبداع أفكار جديدة وتطبيقها لأن رأس المال الفكري يدعم الجهود للاستفادة من الموجودات الملموسة للمؤسسة، والتي تشجع الابتكار وتروج للمعرفة القائمة كأساس للأفكار الجديدة، كما أشار إلى ضرورة توزيع المعرفة بشكل يحسن الأداء ويساعد المنظمة على التأكد من أن المعرفة قد تم استخدامها في إسناد وتعزيز الابتكار. حيث أن المؤسسات التي يتاح لها معرفة أكثر، ستكون أكثر قدرة على خلق معرفة جديدة تساعد في صنع قرارات أفضل، وتحقيق الابتكار الذي يقودها للحصول على حصة سوقية أكبر مقارنة بمنافسيها.

كما أن رأس المال الفكري يؤدي إلى تنمية وتحفيز الأفكار والاقتراحات الابتكارية، ويتم ذلك من خلال المشاركة بين مجموعات العمل التي تناسب بينها الأفكار والاقتراحات الابتكارية، مما يساعد على التجديد والتطوير ونجاح الأفراد في القيام بأداء أعمالهم، وفي حل المشكلات بطرق مبتكرة، الأمر الذي يسهم في فعالية الأداء الابتكاري، وتحقيق مزايا تنافسية في مواجهة المتغيرات البيئية المختلفة المحيطة بالمؤسسات.

¹. الهلالي الشريبي الهلالي، إدارة رأس المال الفكري وقياسه وتنميته كجزء من إدارة المعرفة في مؤسسات التعليم العالي، مجلة التربية النوعية،

المبحث الثالث: تطبيقات التفكير الابتكاري

التفكير الابتكاري نشاط عقلي مركب وهادف توجهه رغبة قوية في البحث عن حلول أو التوصل إلى نواتج أصلية لم تكن معروفة من قبل، لذلك فالمؤسسة المتميزة التي تعتمد على هذه النظرة تتمتع برؤية واضحة في تحقيق أهدافها.

المطلب الأول: مفهوم التفكير الابتكاري:

هناك العديد من التعاريف التي تناولت مفهوم التفكير الابتكاري يمكن إيجازها كما يلي:

"يعد التفكير الإبتكاري اتجاه وطريقة لاستخدام المعلومات، حيث الغرض منه التأثيرات التي تنجم عن استخدام المعلومات وليس كيفية الحصول عليها، وهو يرتبط بسلوك معالجة المعلومات في العقل ونجاح هذا التفكير في تحديد السلوك الذي يتبع في معالجة المعلومات".⁽¹⁾

ولا يقتصر التفكير الإبتكاري على كل ما هو وراثي وفطري، بل يتعدى ذلك إلى كل ما هو مكتسب أيضا. أي بالإمكان تنميته وتطويره بالتعليم والتدريب مما يكسب الأفراد العاملين مهارات عديدة، ذلك أن عملية التفكير الإبتكاري تحتاج إلى قاعدة من الصفات: كالذكاء، الصبر والفراسة، كما أنها تحتاج إلى خبرات عملية واطلاع واسع واهتمام بخبرات الآخرين وآرائهم.

يعرفه تورانس Torrance بأنه "عملية تحسس للمشكلات والوعي بها وبمواطن الضعف، الفجوات، التناقض والنقص فيها وصياغة الفرضيات الجديدة والتوصل إلى ارتباطات جديدة باستخدام المعلومات المتوافرة والبحث عن حلول وتعديل الفرضيات وإعادة فحصها والتوصل إلى نتائج جديدة".⁽²⁾

وهكذا يساهم الأفراد المبتكرين في تطبيقات التفكير الابتكاري بتقدم أفكار إبتكارية إلى المؤسسات التي يعملون بها، وبتطبيقها تقوم هذه الأخيرة بتنفيذ المزيد من الاستراتيجيات الابتكارية، وفي الوقت نفسه تستطيع هذه المؤسسات تعزيز الابتكار، بأن تشجع هؤلاء العاملين على تطوير طاقاتهم الابتكارية وتزودهم بالمواقف التي تشجع على التفكير الابتكاري، وبالتالي تضفي صفة الحيوية والنشاط على عملها وتسمح للعاملين فيها بالدخول في المخاطر.

¹. رعد حسن الصرن، كيف تخلق بيئة ابتكارية في المنظمات، سلسلة رضا للمعلومات، سوريا، 2003، ص 23.

². مريم عايد الأحمد، استخدام أسلوب العصف الذهني في تنمية مهارات التفكير الإبداعي، مجلة رسالة الخليج العربي، العدد 3، جامعة تبوك، من دون سنة، ص 12.

المطلب الثاني: تنمية التفكير الابتكاري

نعلم أن هناك مجموعة من الأساليب التي تستخدمها المؤسسات كوسيلة لتوليد الأفكار الابتكارية، بحيث تتلاءم مع طبيعة المشكلة المراد حلها، ومن هذا المنطلق سنحاول التركيز على بعض منها كما يلي:

أولا العصف الذهني: يعتبر هذا الأسلوب مدخلا جميلا لتخفيف حدة التعصب للآراء وللتدريب على أن لكل شيء أكثر من حل ولأي طريقة طرق بديلة.

أ. مفهومه: ويقصد به توليد وإنتاج أفكار وآراء إبداعية من الأفراد والمجموعات لحل مشكلة معينة، وتكون هذه الآراء والأفكار جيدة ومفيدة، أي وضع الذهن في حالة من الإثارة والجاهزية للتفكير في كل الاتجاهات لتوليد أكبر قدر من الأفكار حول المشكلة أو الموضوع المطروح، بحيث يتاح للفرد جو من الحرية يسمح بظهور كل الآراء والأفكار.⁽¹⁾

ومن الشروط الأساسية اللازم توفرها لنجاح هذا الأسلوب:

- تجنب نقد أي فكرة.
- تشجيع استعراض أكبر قدر من الأفكار.
- العمل على تنمية الأفكار، لأن كل فكرة تولد فكرة أخرى.
- ب. المراحل التي تمر بها جلسات العصف الذهني:
 - طرح وشرح وتعرف المشكلة.
 - بلورة المشكلة وإعادة صياغتها.
 - الإثارة الحرة للأفكار.
 - تقييم الأفكار التي تم التوصل إليها.
 - الإعداد لوضع الأفكار في حيز التنفيذ.
- ج. العوامل المساعدة على نجاح أسلوب العصف الذهني:
 - أن يسود الجلسة جو من خفة الظل والمتعة.
 - يجب قبول الأفكار غير المألوفة في أثناء الجلسة وتشجيعها.
 - التمسك بالقواعد الرئيسية للعصف الذهني (تجنب النقد، و الترحيب بالكم والنوع).
 - يجب اتباع المراحل المختلفة لإعادة الصياغة.
 - إيمان المسئول عن الجلسة بجدوى هذا الأسلوب في التوصل إلى حلول إبداعية.

¹. فريد عبد الفتاح زين الدين، فن الإدارة اليابانية، حلقات الجودة، المفهوم والتطبيق، ظافر للطباعة، مصر، 1998، ص 98.

- أن يفصل المسئول عن الجلسة بين استنباط الأفكار وبين تقييمها.
 - تدوين وترقيم الأفكار المنبثقة عن الجلسة بحيث يراها جميع المشاركين.
 - يجب أن تستمر جلسة العصف الذهني وعملية توليد الأفكار حتى يجف سيل الأفكار.
 - يجب أن يكون عدد المجموعات من 6-12 شخصاً .
- ثانياً أسلوب دلفي: جاء به دلكي، وهو لا يتطلب أن يكون الأعضاء من مكان واحد، وهو عبارة عن سلسلة من الأسئلة ترسل إلى عدد من الخبراء ليبدوا آرائهم في مشكلة ما (كل على حدا)، ثم تعاد الإجابات لتصنف وترتب حسب توافق الآراء والأفكار، وتعاد مرة أخرى إلى المشاركين وتكرر الخطوات السابقة حتى يتفق الجميع على الحلول المطروحة، وقد أشارت الدراسات والبحوث العلمية أن لتوليد الأفكار الابتكارية مجموعة من الشروط التي يجب أن تتوافر حتى تحقق النتائج الابتكاري، وفيما يلي توضيح لكل منها: ⁽¹⁾
- الأصالة: تعني قدرة الفرد على الإتيان بشيء أصيل أي بمعنى نادر وفريد، والقدرة على توليد الأفكار الجديدة التي لا مثيل لها.
 - المرونة: تعني التركيز على كيف بدل الكم، أي قدرة الفرد على تقديم أفكار متنوعة بحيث لا يكون تصلب حول نوعية واحدة من الحلول، أو التقيد بطريقة واحدة للوصول للحل.
 - الحساسية: تعني القدرة على تلمس المشكلات وملاحظتها وإدراكها بشكل مسبق قبل أن تتفاقم.
 - القبول: تعتبر من أهم الشروط الواجب توفرها في الأفكار الابتكارية، لأنها نتاج للآخرين أي الناس الذي هم يستفيدون من الناتج الابتكاري الجديد، وهم أصحاب القرار والقبول أو الرفض لهذه الأفكار بناء على مستوى المنفعة والعوائد المتحققة لهم.

¹. عاكف لطفي حضاونة، إدارة الإبداع والابتكار في منظمات الأعمال، دار حامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2011، ص 121.

المطلب الثالث: معوقات ومحفزات التفكير الابتكاري

يوجد الكثير من المحفزات والمعوقات التي تواجه التفكير الابتكاري، سواء ما كان منها فردياً أو تنظيمياً أو اجتماعياً، وسوق نحاول فيما يلي الوقوف على أهم هذه المعوقات والمحفزات حتى تكون أي إدارة واعية بها. أولاً معوقات التفكير الابتكاري: يرى بعض الكتاب أنه يجب التعرف على العوامل والمؤثرات التي تعيق تحقيق الابتكار، حيث يمكن تصنيفها كما يلي:

أ. المعوقات الفردية أو الشخصية: وتتمثل في: (1)

- الخوف من الفشل وعدم الثقة في النفس.

- اعتقاد الفرد أنه ليس مبدعاً.

- الخوف من تحمل المسؤولية وقلة المعرفة.

- البحث باستمرار عن الجواب الصحيح.

ب. المعوقات التنظيمية: يمكن حصرها فيما يلي:

- عدم ثقة بعض المديرين بأنفسهم وبالعاملين معهم.

- المناخ التنظيمي غير الصحي.

- عدم وجود قيادة إدارية مؤهلة وسوء استخدام الوقت.

- تطبيق هيكل تنظيمي غير سليم.

- عدم توافر دعم ومساندة الإدارة للمبادرة واختيار الأفكار، الآراء و الحلول الجديدة.

ج. المعوقات الاجتماعية والثقافية والاقتصادية: يمكن أن تقف القيم والمعتقدات والاتجاهات والتقاليد السائدة في المجتمع والضغط الاجتماعي عائقاً أمام تنمية وتعزيز القدرات الابتكارية لدى الأفراد، كما أن بعض المؤسسات والسياسات مثلاً التعليمية والعائلية قد لا تشجع على الابتكار، وكذلك فإن الأوضاع الاقتصادية والسياسية هي الأخرى قد لا تكون عاملاً مباشراً ومساعداً في تعزيز الابتكار وتنميته.

ثانياً محفزات التفكير الابتكاري: تنمية فرص الابتكار وتطويرها يتطلب عدة إجراءات نذكر منها: (2)

- التعامل مع الأخطاء على أنها فرص للتعلم، وهذا يعني أن العامل عندما يأتي بأي فكرة جديدة ويحاول تطبيقها لكنها في النهاية تكون خاطئة، فإن هذا الخطأ لا يجب أن يجد من المحاولة لأنه ليست جميع الأفكار الجديدة دائماً ناجحة.

- تشجيع العاملين على النظر للمشكلات باعتبارها فرص وإمكانيات، أي أن أي مشكلة قد تحدث في العمل يجب أن تشجع العاملين على التفكير الجيد والمحاولة من أجل إيجاد حلول لها، أي اعتبارها فرصة للذين يملكون أفكار جديدة من أجل طرحها.

1. حسن حريم، إدارة المنظمات - منظور كلي -، دار حامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2003، ص 312.

2. المرجع نفسه، ص 314.

- يجب على المدير أن يكون مساعدا بدلا من أن يكون عائقا أمام الأفكار الإبداعية التي يقدمها المرؤوسين، وأيضا يجب ترك لهم بعض من أوقات الراحة.
- كما يجب على الرؤساء أن يتركوا فرصا لمرؤوسيهـم لاختيار أفكارهم، ولكن في حالة الفشل يجب عدم اللجوء للعقوبات بل اللجوء إلى التسامح، وهذا يدفع بهم للمزيد من الاجتهاد.
- توفير نظام فعال داخل المؤسسة من أجل تسهيل احتكاك المبدعين مع بعضهم وتبادل المعلومات والأفكار بينهم.
- ضرورة وجود هيكل تنظيمي مناسب يتسم بالمرونة واللامركزية في السلطة .
- عدم التشدد والتعصب عندما يحدث تأخير في وقت إنجاز المهام .
- وضع نظام حوافز من أجل مكافأة الأفراد الذين لديهم أفكار جديدة .
- الاهتمام بسرد روايات النجاح التي حققها القديماء من أجل حث العاملين على العمل والمثابرة.

خلاصة الفصل:

خلاصة لما سبق يتبين لنا أهمية رأس المال الفكري ودوره الكبير والواضح في كفاءة وفعالية أنشطة المؤسسة الاقتصادية كما أن اعتماد الابتكار من قبل المؤسسات يعد من المفاهيم الأساسية التي تؤدي دورا إيجابيا على مستوى نشاط المؤسسة، وإستمراريتها لاسيما في الوقت الحاضر ولكي تصل إلى التفوق لابد أن تكون مبدعة في كيفية تنشيط واستقطاب رأس المال الفكري، باعتباره أهم العوامل المؤثرة في بلوغ الابتكار، كما أن عنصر الخبرة المعرفية والفكرية ومهارات التفكير الخلاق، واستشارت التفكير الابتكاري في كل مستويات المؤسسة يسمح لها بالارتقاء بمستويات جودة المنتجات، وهذا يزيد من عوائد المؤسسة.

الفصل الرابع: دراسة ميدانية بالمؤسسة الجزائرية للأنسجة الصناعية والتقنية

– مركب سوق أهراس –

تمهيد

المبحث الأول: دراسة عامة حول المؤسسة

المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة

المبحث الثالث: الطريقة والإجراءات المتبعة في تحليل الدراسة

خلاصة الفصل

تمهيد:

على ضوء ما تم تقديمه في الفصول السابقة من الدراسة النظرية لهذا الموضوع يأتي هذا الفصل الذي أردناه أن يكون دراسة ميدانية تطبيقية بإحدى المؤسسات الاقتصادية العمومية والمتمثلة في هذا الصدد في المؤسسة الجزائرية للأنسجة الصناعية والتقنية (مركب سوق أهراس). حيث حاولنا إسقاط ما عرض نظريا على هذه المؤسسة لمعرفة مدى تأثير رأس المال الفكري على الابتكار داخل المؤسسة، وذلك من خلال تقسيم هذا الفصل إلى ثلاث مباحث:

- دراسة عامة حول المؤسسة
- الإطار المنهجي للدراسة
- الطريقة والإجراءات المتبعة في الدراسة

المبحث الأول: دراسة عامة حول المؤسسة

أجريت الدراسة الميدانية في المؤسسة الجزائرية للأنسجة الصناعية والتقنية - مركب سوق أهراس - والتي تعتبر مؤسسة اقتصادية، وبغرض التعرف أكثر على هذه الأخيرة سنحاول التطرق إلى مجموعة من النقاط التي من شأنها أن تعطي نظرة شاملة عنها.

المطلب الأول: التعريف بالمؤسسة محل الدراسة

بدأت عملية تهيئة أرضية مشروع مركب النسيج سوق أهراس سنة 1978 واستمرت حتى شهر فيفري 1979 تاريخ بداية أشغال البناء، ليتم استلام المشروع جزئيا أو بصفة مؤقتة بتاريخ 15 ماي 1983 حيث بدأت التجارب الأولية للوصول إلى النتائج القياسية الجزئية الخاصة بالنسيج فقط. ونظرا لطبيعة المشروع (منتوج كامل) تعذر تشغيل التجهيز النهائي والصبغة لنقص المياه، غير أن هذه التجهيزات لم تجرى عليها الاختبارات ولم يتم تشغيلها إلا بتاريخ 15 جوان 1988، تاريخ بداية استغلال سد عين الدالية (منطقة سوق أهراس).

وحتى سنة 2012 كان المركب تحت تسمية لازا Lasa كفرع من فروع الجمع الصناعي للصناعات المصنعة (تكسماكو TEXMACO)، مصنفة كمؤسسة عمومية اقتصادية ومن حيث الطبيعة القانونية كمؤسسة ذات أسهم، أنشأت تبعا لإعادة هيكلة المؤسسة الأم (مؤسسة الصناعات النسيجية الصوفية SONITEX) التي يوجد مقرها بتبسة بتاريخ 15 ماي 1998 بأثر رجعي بداية من 01 جانفي 1998، وتسير حسب القانون التجاري المعدل والمتمم بالأمر التشريعي رقم 93/08 المؤرخ في 25 أبريل 1993 والقرار رقم 96/27 المؤرخ في 09 ديسمبر 1996 وكذلك القرار 95/25 المؤرخ في 25 ديسمبر 1995 والمتعلق بتسيير الأموال المحولة للدولة.

وبداية من 20 سبتمبر 2012 أصبح المركب تابعا للمؤسسة الجزائرية للأنسجة الصناعية والتقنية EATIT، شركة عمومية اقتصادية ذات أسهم وغير تابعة، تملك منها مؤسسة الجيش 60 بالمائة من الأسهم. يشار إلى أن هذه المؤسسة EATIT تضم 07 وحدات إنتاجية هي: سوق أهراس، تيزي وزو، سبدو بتلمسان، بجاية، المسيلة، تلمسان، باتنة.

يوجد المقر الاجتماعي للمؤسسة على مستوى المنطقة الصناعية مزرعة (عبد العزيز قادر سابقا) صندوق بريد رقم 78 سوق أهراس 41000.

أولا: إنشاء المركب: تم إنشاء المركب من طرف مجموعة من الشركات (اتحاد شركات) المكون من:

FAMATEX: شركة ألمانية مكلفة بالتجهيزات التكنولوجية وهي رئيسة التكتل.

MARZOT IGB: شركة هولندية مكلفة بالهندسة المدنية.

IGB: شركة ايطالية مكلفة بتحويل (نقل) المعرفة (التكنولوجيا).

ثانيا: مساحة المركب: تقدر المساحة الإجمالية للمركب بـ 141481.34 متر مربع موزعة على النحو الآتي:

المساحة المبنية: 65 499.00 متر مربع.

المساحة الشاغرة: 61 834.21 متر مربع.

شبكة الطرقات: 14 148.13 متر مربع.

ثالثا: الطاقة الإجمالية للمركب: تبلغ الطاقة الإنتاجية الإجمالية للمركب 09 مليون متر طولي عند العمل بنظام الدوام (8X3)، بعدد إجمالي من الآلات والمكينات يقدر بـ 718 آلة مقسمة بين مختلف الورشات.

المطلب الثاني: مهام المؤسسة

تتبع مؤسسة صوفية سوق أهراس سابقا البرنامج (B) الخاص بوزارة التخطيط سابقا، حيث كانت مهمتها إنتاج قماش الصوف وخليط الصوف من نوع القماش الموسمي، بطاقة إنتاجية إجمالية تعادل تسعة مليون متر طولي عند العمل بنظام الدوام (8X3).

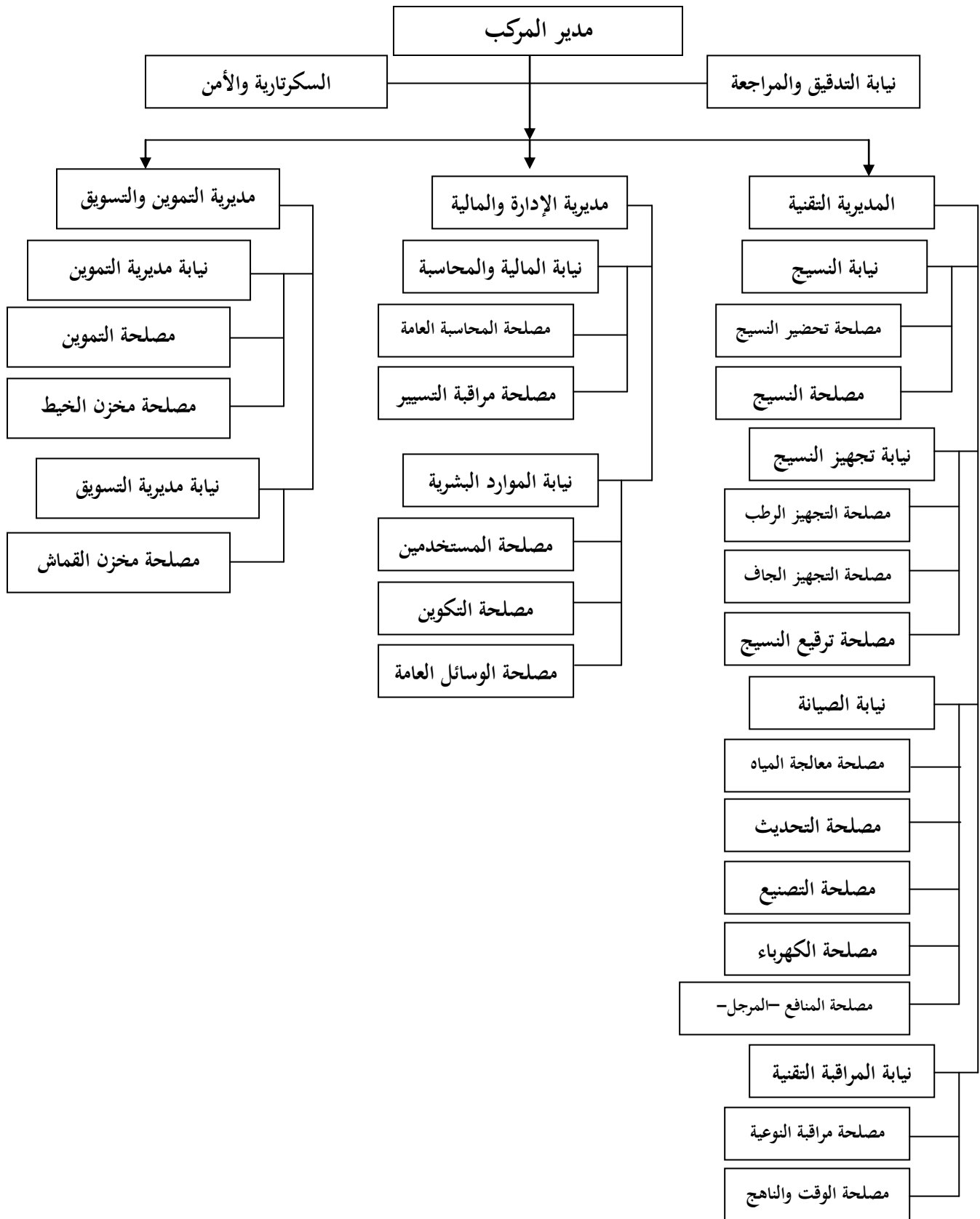
وبعد حذف الحواجز الجمركية بداية التسعينات التي تعد واحدة من أهم الشروط التي تفرضها المنظمة العالمية للتجارة (OMC) على كل دولة ترغب في الانضمام إليها ومن بينها الجزائر، أين شهدت البلاد تحولات كبرى لعل من أبرزها الانتقال من الاقتصاد الموجه (أين تتدخل الدولة في التجارة الخارجية) إلى اقتصاد السوق (الذي يعني تحرير التجارة الخارجية والعمل بقانون العرض والطلب في تحديد الأسعار)، هذا التحول المصيري للبلاد غير المدروس والارتجالي كان من أكبر المتضررين منه قطاع النسيج بصفة عامة ومؤسستنا بصفة خاصة، التي لم يتم إشراكها في هذه الخطوة الهامة كما لم تكن مستعدة وغير قادرة على المنافسة الخارجية، ليطم بعدها إغراق السوق الوطنية بالقماش المستورد من الخارج خاصة من دول جنوب شرق آسيا (الصين، الفلبين، الفيتنام، الهند، ماليزيا، إندونيسيا ... الخ)، هذه الدول تتميز بامتلاكها ليد عاملة مؤهلة وذات كفاءة عالية ورخيصة في نفس الوقت مع مخاطرة وطموح كبيرين، مما أثر بالسلب على المؤسسة وزادت حدة الأمر مع غياب الإشهار والقدرة على تسويق منتجاتها أين تراجع بصفة كبيرة رقم الأعمال والمرتبط أساسا بتسويق قماش من النوع الرفيع بسعر مقبول بالمقارنة مع أنسجة أخرى كالقطن، والبوليستر، ... الخ.

وللخروج من هذه المعضلة قرر المركب إعادة توزيع طاقاته الإنتاجية لاختيار تنوع تشكيلة إنتاجية موجهة إلى القطن، ومنذ ذلك الحين تمكنت المؤسسة من إبرام العديد من عقود التوريد مع المتعاملين (الجيش الوطني الشعبي، الدرك الوطني، المديرية العامة للأمن الوطني، الجمارك الجزائرية، البحرية ... الخ)، وقد أظهروا ولاء ووفاء كبيرين لمنتجات المؤسسة حيث يشكلون حصة الأسد من رقم الأعمال.

تتكون أساسا مراحل الإنتاج بالمؤسسة من ثلاثة أطوار رئيسية (النسيج، التجهيز، والصبغة)، مع أنشطة أخرى مدعمة (الإبداع، الصيانة والتحديث، مراقبة النوعية والتخزين)، وتجدر الإشارة أن منتج الصوف وخليط الصوف لمركب سوق أهراس، قد اعتمد على المستوى الوطني وتحصل على الرمز التصنيفي "Wool Mark" للجودة العالمية.

المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي للمؤسسة

شكل رقم (07): الهيكل التنظيمي للمؤسسة



المصدر: وثائق من المؤسسة

من خلال الهيكل التنظيمي للمؤسسة يمكن عرض مختلف مهام المصالح حسب المستويات الإدارية المختلفة:

أولاً: مديرية المركب: تتألف من:

أ. مدير المركب: الذي يعتبر المسؤول الأول عن المؤسسة ويخضع له جميع عمال المركب، يتم تعيينه من قبل مجلس إدارة المؤسسة الجزائرية للأنسجة الصناعية والتقنية EATIT.

ب. سكرتيرة المديرية: وهي أمين سر المدير تضطلع بمهام استقبال وإصدار البريد الخاص بالمؤسسة، الرد على المكالمات الهاتفية، استقبال الضيوف، ترتيب اللقاءات، ... الخ.

ج. مصلحة الأمن والوقاية: لها اتصال مباشر مع مديرية المركب تقوم بالدرجة الأولى بضمان أمن وسلامة العمال والمنشآت ووسائل العمل والآليات التابعة للمؤسسة، ومنع دخول الأشياء التي قد تضر بالعمالين أو وسائل الإنتاج.

د. نيابة مديرية المراجعة والتدقيق: وتضطلع بمهمة المراجعة الداخلية لعمل مصالح المركب وتحديد بطاقات مناصب العمل إضافة إلى تفعيل نظام المعلومات (ضمان الانتقال الأمثل للمعلومة صعوداً أو نزولاً بالتنوع المطلوبة من شفافية ووضوح ودقة وسلاسة في وقتها المحدد)، وتدقيق الحسابات مع المحاسبة والمالية، والسهر على التنفيذ الجيد للخطط العملية المبرمجة من قبل المديرية.

ثانياً: مديرية الإدارة والمالية (DAF): تهتم بكل ما يتعلق بالإدارة والأموال الخاصة بالمركب ما عدا الأعمال التي تختص بها المديرية، فمدير الإدارة والمالية مكلف بالمحاسبة العامة، المحاسبة التحليلية، المالية، الموارد البشرية، بما فيها: مصلحة المستخدمين، مصلحة القوانين، مصلحة الوسائل العامة.

أ. نيابة مديرية المالية والمحاسبة: وهي مؤلفة من ثلاثة مصالح:

✓ مصلحة محاسبة المواد: مؤلفة من فرعين:

- الأول فرع تسيير المخزونات يتابع حركة المخزونات (مشتريات المواد الأولية، الإستهلاكات من المواد الأولية، المنتجات الجارية ونصف المصنعة والتامة... الخ) وهذا على برنامج آلي.
- الفرع الثاني محاسبة المواد يتكفل بالتسجيلات المحاسبية للعمليات السالفة الذكر.

✓ مصلحة المحاسبة العامة: ومن مهامها التسجيلات المحاسبية الخاصة بكل العمليات المالية على برنامج آلي وكذا إعداد الميزانية الختامية.

✓ مصلحة المالية: وتهتم بحركة الأموال (التدفقات) من نفقات وإيرادات ومتابعة الملفات المحاسبية بالنسبة للموردين والتصريحات الجبائية لدى مصالح الضرائب.

ب. نيابة مديرية الموارد البشرية: يرأسها نائب مدير الموارد البشرية، المسؤول عن:

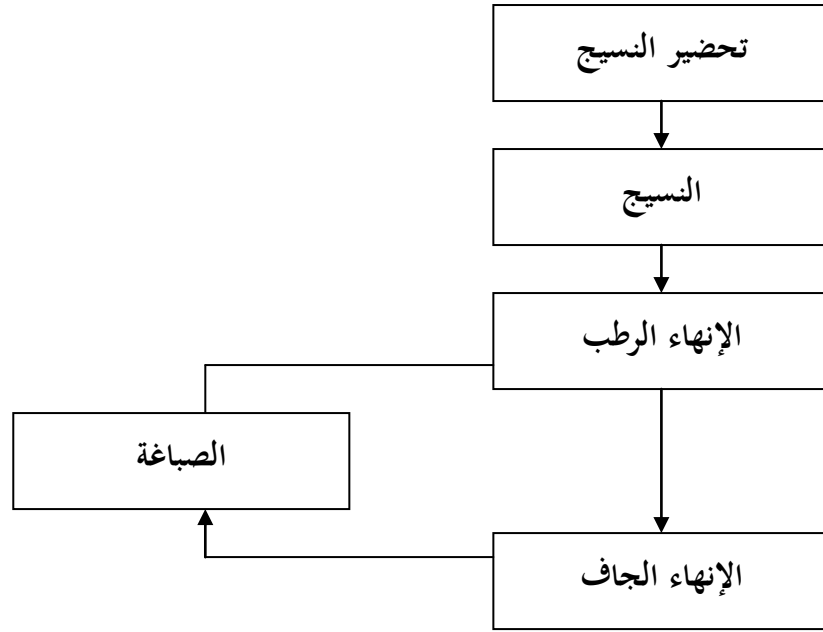
- طب العمل.

- وضع الاستراتيجيات الخاصة برأس المال الفكري للشركة من استقطاب وتوظيف وتكوين وتحسين مستر للأداء البشري.
- توظيف احتياجات الشركة من اليد العاملة.
- العلاقات العامة مع مفتشية العمل، الضمان الاجتماعي، المحاكم، صندوق التقاعد.
- الإشراف على المصالح التالية:
- ✓ مصلحة المستخدمين: ومن مهامها:
- التصريح بالعمال لدى الضمان الاجتماعي.
- متابعة الحياة المهنية للعمال.
- حساب الأجور ومنح التقاعد وغيرها.
- كشف حضور العمال.
- مسك ملفات العمال والأرشيف.
- ✓ مصلحة الوسائل العامة: ومن مهامها:
- المنازعات القانونية .
- التأمين على المنشآت ووسائل الإنتاج والعمال ضد الكوارث الطبيعية وغيرها.
- الإشراف على المركبات الصناعية التابعة للشركة من مركبات صناعية وشاحنات وسيارات إسعاف وجرارات ... الخ .
- إصدار أوامر مهمات العمل للعاملين بالشركة .
- إبرام الصفقات والاتفاقيات فيما يخص نقل العمال، تموين المطعم ... الخ .
- دفع فواتير الكهرباء والهاتف والماء ... الخ .
- ✓ مصلحة التكوين: تتألف مصلحة التكوين في المؤسسة من عامل واحد برتبة إطار يمثل رئيس المصلحة يعمل تحت الإشراف المباشر لنائب مدير الموارد البشرية، كما يتلقى التعليمات من قبل مدير المركب، إضافة إلى مكونين اثنين، وتضطلع مصلحة التكوين بعدة مهام من بينها :
- إعداد ما يمكن الاصطلاح عليه بدفتر الشروط ، وهو عبارة عن وثيقة تحدد أهداف البرنامج التكويني ، مدته ، مكانه ، تكلفته ، الأفراد المعنيين به وكل ما يتعلق بهم.
- إعداد الميزانية المالية الخاصة بعملية التكوين والمعدة على أساس الاحتياجات التكوينية ، ووفقا لما تضمنته وثيقة دفتر الشروط .
- تصميم البرنامج التكويني على ضوء الاحتياجات التكوينية .
- الإشراف على تنفيذ البرامج التكوينية ، متابعتها وتقييمها .

- الإشراف على العاملين المتعاقدين من خلال وكالة التشغيل الوطنية (ANEM) ومتابعة مساهمهم داخل الشركة.
- الاضطلاع بمهام توظيف العمال حسب الاحتياجات.
- ثالثا: مديرية التموين والتسويق: تمثل واجهة المركب كما تقوم بتمويله بجميع الاحتياجات من مواد أولية، قطع الغيار، وسائل العمل... الخ، إضافة إلى تخزين وتسيير المواد الأولية ممثلة في (الخيط) وكذا المنتجات النهائية (القماش) وأيضا تسويقها والقيام بعمليات الإشهار وترويج منتجات الشركة، ويتفرع عنها:
 - نيابة مديرية التسويق.
 - نيابة مديرية المشتريات.
 - أ. نيابة مديرية التموين:
- مكلفة بتوفير احتياجات المركب من الموارد اللازمة للسير الحسن لمصالح المركب من مواد أولية، قطع غيار، معدات مكتبية ومتابعة سير عمليات الشراء إضافة إلى الإشراف على تخزينها وتسييرها.
- لها صلاحية التعامل مع موردي المركب إضافة اختيارهم وتصنيفهم، بما يتوافق مع مصلحة المركب.
- ب. نيابة مديرية التسويق: وتمثل واجهة المؤسسة، ومهمتها:
 - تسويق منتجات المركب.
 - تخزين وتسيير القماش تام الصنع.
 - إصدار الفواتير الخاصة بعمليات البيع.
- إعداد السياسات التسويقية الملائمة للشركة بالتعاون مع المديرية التقنية والمالية والمحاسبة والموارد البشرية
- إنجاز دراسات سوقية دورية وهذا من أجل التموّج الجيد في السوق والعمل على رفع الحصّة السوقية والوقوف على حاجات زبائننا الحقيقية والمعرفة للعمل على تلبيتها.
- رابعا: المديرية التقنية: تتكفل بكل الهياكل الإنتاجية، والأمور التقنية المرتبطة بالإنتاج والنوعية، البرمجة التقنية والإنجاز المحلي لبعض قطع الغيار بالإضافة إلى القيام بمعالجة وتسيير المياه ومخابر التحليل.
- أ. نيابة مديرية الصيانة: وتضطلع بجميع عمليات الصيانة والتحديث سواء على آلات الإنتاج أو المنشآت الفنية التابعة للمركب، وتوجد تحت سلطتها خمسة مصالح هي:
 - الكهرباء، التحديث، معالجة المياه، المرجل، التصنيع.
 - ب. نيابة مديرية الرقابة التقنية: ومهمتها:
- إصدار أمر تسريح الإنتاج بعد توفير كل الظروف الملائمة، مع إرفاقه بالبطاقة التقنية التفصيلية الخاصة بكل نوع من القماش.
- تطوير وتحسين المنتجات الموجودة واختراع أخرى جديدة من القماش، وإطلاق التجارب الخاصة بذلك ومتابعتها.

- التكفل بالمراقبة التقنية النهائية للمنتجات وتصنيفها.
- المتابعة اليومية للإنتاج ورفع تقارير بذلك إلى المدير التقني.
- وضع ما يسمى بطريق الإنتاج الخاص بكل نوع من القماش لتوضيح مساره الذي سيأخذه عبر الورشات.
- ج. نيابة مديرية النسيج: تضم ورشتين الأولى تسمى ورشة تحضير النسيج، وتمثل المرحلة الأولى من عملية الإنتاج مهمتها تسديدة الخيوط بشكل أفقي على سداية دائرية (Chaine)، يتم نقلها فيما بعد إلى الورشة الثانية ورشة النسيج مهمتها تحويل هذه السداية إلى قماش نصف مصنع عبر 128 آلة يمك كل نساج 08 منها.
- د. نيابة مديرية التجهيز (الإهاء): وتضم ثلاث ورشات رئيسية وهي:
 - ✓ الترتيع: وهي ورشة جميع عمالها نساء ومهمتها إصلاح العيوب الموجودة في القماش القادم من ورشة النسيج على مرحلتين:
 - المرحلة الأولى: يتم فيها التعليم على العيوب الموجودة بطبشور من نوع خاص.
 - المرحلة الثانية: يتم فيها إصلاح العيوب المعلمة في المرحلة السابقة، كما تسمى هذه العملية بالمراقبة الوسيطة ويشترط في العاملين هنا بالتمتع بالنظر (الرؤية) الجيد والتركيز.
 - ✓ التجهيز الرطب: بعدها يتم نقل القماش لورشة التجهيز (الإهاء) الرطب يغسل القماش بماء نقي خالي مكن الأملاح المعدنية حتى لا يفسده وبصابون سائل ومواد كيميائية مستوردة من الخارج بكميات وأنواع تختلف من قماش لآخر، ثم يتم تجفيفه.
 - ✓ التجهيز الجاف: وهنا تقوم هذه الورشة بعملية كي القماش ليخضع بعدها لعملية المراقبة التقنية النهائية بتصنيف القماش (نوعية أولى - نوعية ثالثة)، بعدها يلف القماش في أسطوانات كرتونية ليتم تغليفها بالبلاستيك ومنه إلى مخزن القماش وبعدها التسويق.
- د. نيابة مديرية الصباغة: بالتعاون مع مزيج من الصباغات هذا الأخير يقوم بالصباغة على حسب القياسات التقنية، علما انه هناك خيط يأتي مستورد مصبوغ وهذه الأخيرة تقوم فقط بصباغة القطع، كما يشار إلى أن هذه الورشة مغلقة أين تم إعادة توزيع عمالها على الورشات الأخرى، إلا أنه يعاد استدعائهم في بعض الأحيان لصباغة وطباعة كميات محدودة من القماش لزبائن الشركة الأوفياء الذين لهم سنوات طويلة من العمل مع المركب.

شكل رقم (08):
تصميم هيكلية لمراحل الإنتاج



المصدر : وثائق من المؤسسة

المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة

محاولة منا لإثراء موضوع الدراسة وتدارك النقص الذي قد يلحق ومعرفة مختلف وجهات النظر حول موضوع الدراسة، قمنا في الجانب الميداني بإنشاء استبيان والذي يعتبر من أكثر أدوات البحث انتشارا واستخداما ومن أهم وسائل جمع المعلومات لاختبار فرضيات الدراسة.

يهدف هذا المبحث إلى عرض الإطار المنهجي للدراسة الذي تم إتباعه في منهجية الدراسة بشكل عام والأدوات التي تم استخدامها للقياس

المطلب الأول: المنهج المستخدم في الدراسة

إن الدقة المفروضة في البحث العلمي تحتم أن نقدم وصفا دقيقا للإجراءات في دراستنا للظاهرة، ويعتبر المنهج العمود الفقري في تصميم البحوث، لأنه الخطة التي تحتوي على خطوات تحديد المفاهيم، شرح المعاني، إطار الدراسة، وسيلة جمع البيانات وتحديد مجتمع البحث.

وتمشيا مع طبيعة وأهداف الدراسة الراهنة ومن أجل الإحاطة بأدبيات ظاهرة رأس المال الفكري ودوره في خلق وتدعيم الابتكار، كان لزاما علينا استخدام المسح بالعينة كمنهج أساسي في دراسة الموضوع، هذا المنهج الذي نكتفي فيه بدراسة عدد محدود من الحالات أو المفردات، في حدود الوقت والجهد والإمكانات المتوفرة، والمسح بالعينة هو أحد الطرق الرئيسية التي تستخدم في البحوث الوصفية المدروسة وتصويرها كميًا عن طريق جمع المعلومات عن المشكلة وتصنيفها وتحليلها وإخضاعها للدراسة الدقيقة.

ومن أجل تحقيق أهداف الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي والذي يعرف بأنه طريقة في البحث تتناول أحداث وظواهر وممارسات موجودة متاحة للدراسة كما هي دون تدخل في مجرياتها ونستطيع أن نتفاعل معها فنصفها ونحللها، ولقد اعتمدت الدراسة على نوعين أساسيين من البيانات:

- البيانات الأولية: وذلك بالبحث في الجانب الميداني بتوزيع استبيانات لدراسة مفردات الدراسة وحصر وتجميع المعلومات اللازمة في موضوع الدراسة، وكذا ضبط وتحديد مجتمع البحث وخصائصه ومميزاته لاختيار عينة ممثلة لهذا المجتمع، ثم اختيار الأدوات المنهجية لدراسة مشكلة البحث، ومن ثم تفرغها وعرضها وتحليلها باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS، واستخدام الاختبارات الإحصائية المناسبة وتحويل أرقامها من معلومات جافة إلى مدلولات كيفية علمية، بهدف الوصول لدلالات ذات قيمة ومؤشرات تدعم موضوع الدراسة.

- البيانات الثانوية: وذلك من خلال مراجعة الكتب والدوريات والمنشورات الخاصة والمجلات العلمية والمهنية المتخصصة المتعلقة بموضوع الدراسة وأية مراجع قد تسهم في إثراء الدراسة بشكل علمي، وهدفنا من اللجوء إلى هذا النوع من البيانات في الدراسة هو التعرف على الأسس والطرق العلمية السليمة في كتابة الدراسات، وكذلك أخذ تصور عام عن آخر المستجدات التي حدثت وتحدث في مجال الدراسة.

المطلب الثاني: مجتمع وعينة الدراسة

لغرض إتمام الدراسة، قمنا باختيار عينة عشوائية من مجتمع الدراسة، الذي يتحدد في العاملين بالمؤسسة، حيث تم توزيع الاستبانة على أفراد عينة الدراسة والبالغ عددها 40 فردا والذين هم على قدر من الثقافة والتعليم والخبرة بموضوع البحث، حيث تم استعمال 30 استبيان، والجدول الموالي يوضح توزيع عينة الدراسة.

جدول رقم (01):

توزيع عينة الدراسة

المؤسسة		البيان
النسبة %	العدد	
100 %	40	الاستبيانات الموزعة
75 %	30	الاستبيانات المسترجعة
25 %	10	الاستبيانات الملغاة
75 %	30	الاستبيانات المستعملة

المصدر: من إعداد الطالبتين

يلاحظ من الجدول أعلاه أن العينة ما هي إلا عينة تمثيلية لمجتمع الدراسة، لصعوبة مسح جميع أفراد مجتمع الدراسة، فلقد بلغ العدد الإجمالي للاستبيانات الموزعة 40، في حين قدرت الاستثمارات غير المسترجعة 10 استبيانات ما يمثل 25 % رغم استفسارنا المستمر عنها، ليصبح العدد الإجمالي للاستبيانات المستعملة والتي تم تحليلها هو 30 استمارة وهو ما يمثل 75 % من حجم العينة الإجمالي.

المطلب الثالث: أدوات جمع البيانات

إن استعمال منهج معين في أي بحث يتطلب منا الاستعانة بأدوات ووسائل مساعدة ومناسبة تمكننا من الوصول إلى المعلومات اللازمة، والتي نستطيع بواسطتها معرفة واقع ميدان الدراسة، وفيما يلي استعراض لأهم الوسائل والأدوات التي تمت الاستعانة بها في إعداد الدراسة التطبيقية:

أولا: المقابلة: تعد المقابلة أداة منهجية من أدوات البحث العلمي ذات أهمية بالغة للحصول على المعلومات المطلوبة بهدف الوصول إلى حقيقة أو موقف معين لتحقيق أهداف الدراسة، بالإضافة إلى تفسير بعض العبارات تسهيلا لفهمها من قبل المستجوبين.

ثانيا: الملاحظة: تعتبر من الأدوات المنهجية الهامة في جمع البيانات، وقد استخدمت في التعامل مع أفراد عينة الدراسة بمختلف مستوياتهم وتخصصاتهم للاستفسار عن ظروف عملهم، وهكذا اعتمدنا على الملاحظة للحصول على البيانات والمعلومات والحقائق عن ميدان الدراسة وملاحظة سلوك الأفراد وردود أفعالهم ومدى تجاوبهم مع الأسئلة أثناء توزيع الاستبيانات.

ثالثاً: الاستبيان: يعد الاستبيان وسيلة لجمع البيانات اللازمة للبحث من خلال مجموعة من الأسئلة المطروحة في الاستمارة، وقد اعتمدنا عليه في هذه الدراسة بهدف الحصول على معلومات دقيقة وصریحة خاصة وأن أفراد العينة يختلفون من حيث المستوى التعليمي.

وقد تمّ مراعاة العديد من الجوانب خلال إعداد الاستمارة منها التدرج في الأسئلة وتسلسلها بهدف إثارة اهتمام المستجوبين، وقد شملت الاستمارة على مايلي:

- بعد تحديد المحاور الكبرى للاستمارة، قمنا بوضع أسئلة بسيطة سهلة وقابلة للفهم من قبل المستجوبين والذين من المفترض أن تكون لهم دراية بالموضوع، وهذا ما يسمح لنا بالإجابة على الفرضيات.
- تمت طباعة الاستمارة، حيث تحتوي على ستة وثلاثين سؤالاً كما كتب على الصفحة الأولى للاستمارة تعليمات خاصة بالجهة المسؤولة والهدف من البحث وعنوانه.
- وأخيراً تم توزيع أكبر عدد ممكن من الاستمارات من خلال المقابلة الشخصية وتسليمها و إبعاد الغموض الذي قد يكتنفها.

تم توزيع الاستمارة على أربع محاور نوجزها فيما يلي:

- المحور الأول: تضمن البيانات الشخصية للمستجوبين، وتضمن خمس فقرات.
- المحور الثاني: فقد جاء للتعرف على مدى اهتمام المؤسسة برأس المال الفكري، وتضمن تسع فقرات.
- المحور الثالث: يتمثل في معرفة مدى اعتماد المؤسسة على أساليب الابتكار، يتضمن ثلاثة عشر فقرة.
- المحور الرابع: أردنا من خلاله معرفة مدى تأثير رأس المال الفكري في خلق الابتكار وتدعيمه، يتضمن أربعة عشر فقرة.

وقد طلب من أفراد عينة الدراسة الإجابة على الأسئلة المطروحة في الاستمارة وفق مقياس ليكارت خماسي الدرجات، كما هو مبين في الجدول التالي:

الجدول رقم (02):

مقياس ليكارت الخماسي

الفئة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
الدرجة	1	2	3	4	5

المصدر: من إعداد الطالبتين.

رابعا: حدود الدراسة:

- الحدود المكانية: حيث تحاول هذه الدراسة استقصاء آراء العاملين بالمؤسسة الجزائرية للصناعة النسيجية والتقنية بمركب سوق أهراس، وبالتالي تتمثل الحدود المكانية في ولاية سوق أهراس

- الحدود الزمنية: تتمثل الحدود الزمنية للدراسة الميدانية في الفترة الممتدة من تاريخ توزيع الاستمارات وتاريخ استلامها أي حوالي شهر (من شهر أفريل إلى شهر ماي).

المبحث الثالث: الطريقة والإجراءات المتبعة في تحليل الدراسة

بعد استرجاع الاستمارات الموزعة على أفراد العينة المكونة لمجتمع الدراسة، وقبل تحليل إجابات المستجوبين واستخلاص النتائج، قمنا بإتباع الإجراءات المتمثلة في: صدق أداة الدراسة وثباتها، وتبيان أساليب معالجة البيانات إحصائياً، خصائص عينة الدراسة.

المطلب الأول: صدق أداة الدراسة وأساليب المعالجة الإحصائية

سنحاول فيما يلي تبيان صدق أداة الدراسة والأساليب المعالجة الإحصائية.

أولاً: صدق أداة الدراسة قبل القيام بالاختبارات الإحصائية المناسبة لتحليل فرضيات الدراسة، لابد من التأكد من صدق الأداة المستخدمة في القياس، حيث تعكس المصدقية هنا درجة ثبات أداة الدراسة. ويستخدم هذا الاختبار لتحديد فيما إذا كانت أسئلة الاستبيان صحيحة على إثر أجوبة المبحوثين على الأسئلة، حيث جاءت نتائجه كما يلي:

الجدول رقم (03):

معامل ألفا كرونباخ لعينة الدراسة

العينة	معامل ألفا كرونباخ
30	87,7 %

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على برنامج spss 19

والجدول رقم (3)، يبين معامل ألفا كرونباخ لأداة الدراسة، حيث بلغ نسبة 87.7 % وهي نسبة جد مقبولة إحصائياً، وهذا يعني أنه إذا أعيد توزيع الاستمارة على نفس العينة فإن نسبة 87.7 % سيعيدون نفس إجاباتهم الأولى، مما يدل على قوة ثبات أداة الدراسة.

ثانياً: أساليب المعالجة الإحصائية تم استخدام عدة أساليب إحصائية من أجل توظيف البيانات التي قمنا بجمعها لتحقيق أغراض الدراسة والتي تعتمد أساساً على نوع البيانات المراد تحليلها، وفيما يلي الأساليب التي تم استخدامها:

- اختبار ألفا كرونباخ للتحقق من مصداقية أداة الدراسة.
- التكرارات والنسب المئوية لوصف الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة.
- حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري، وقيمة الوزن النسبي لتحديد استجابات الأفراد.

المطلب الثاني: تحليل البيانات الشخصية

تتميز عينة الدراسة بالعديد من الخصائص التي يمكن إدراجها كما يلي:

- البيانات الشخصية لعينة الدراسة:

أ. توزيع عينة الدراسة حسب الجنس: تم تقسيم أفراد عينة البحث حسب الجنس وكانت النتائج كما يلي:

جدول رقم (04):

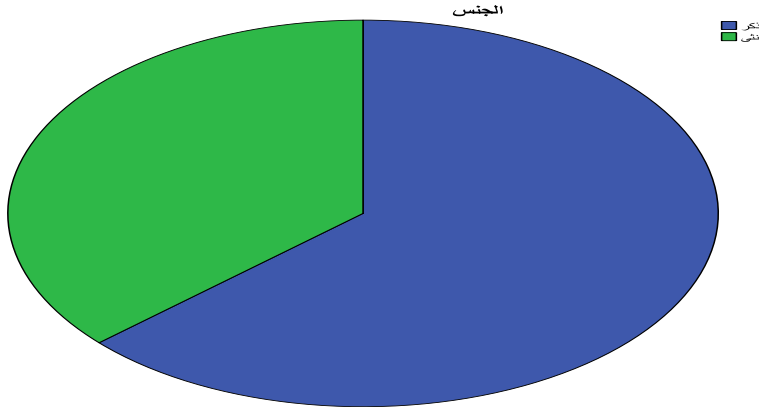
جنس أفراد العينة

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	19	63,3%
أنثى	11	36,7%
المجموع	30	100%

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج الاستمارة

شكل رقم (09):

تمثيل نتائج الجدول رقم (04)



يظهر من الجدول والشكل السابقين أن عينة الدراسة توزعت من حيث الجنس إلى فئتين، وقد جاء الذكور في المرتبة الأولى إذ بلغ عدد هذه الفئة 19 مفردة إحصائية أي بنسبة 63.3% من إجمالي عينة الدراسة، بينما احتلت فئة الإناث المرتبة الثانية إذ بلغ عدد أفرادها 9 مفردات إحصائية وبنسبة 36.7% من إجمالي عينة الدراسة، ويفسر ذلك بسبب طبيعة نشاط المؤسسة.

ب. توزيع عينة الدراسة حسب العمر:

الجدول رقم (05):

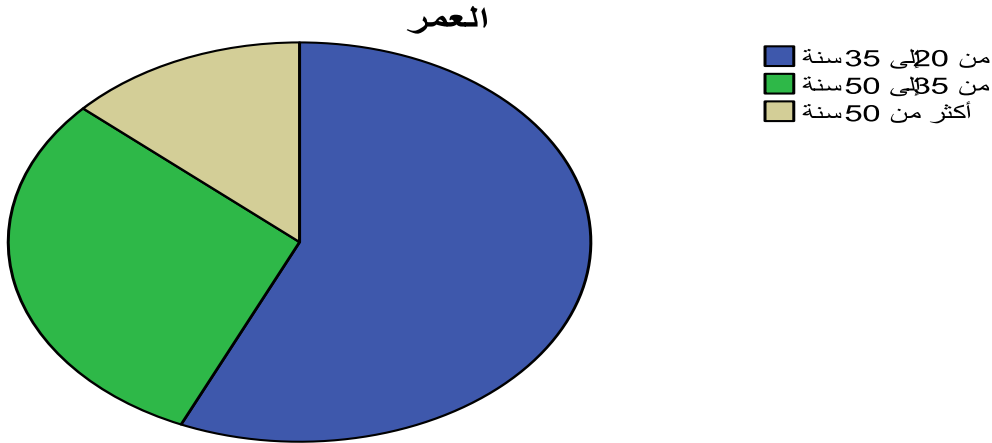
توزيع أفراد العينة حسب العمر

العمر	التكرار	النسبة المئوية
من 20 – 35 سنة	17	56,7%
من 35 – 50 سنة	9	30%
أكثر من 50 سنة	4	13,3%
المجموع	30	100%

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج الاستمارة

شكل رقم (10):

تمثيل نتائج الجدول رقم (05)



يظهر من الجدول والشكل السابقين أن عينة الدراسة توزعت من حيث العمر إلى ثلاث فئات، وقد جاءت الفئة من 20 إلى 35 سنة في المرتبة الأولى إذ بلغ عدد هذه الفئة 17 مفردة إحصائية أي بنسبة 56.7% من إجمالي عينة الدراسة، بينما احتلت الفئة من 35 إلى 50 سنة المرتبة الثانية إذ بلغ عدد أفرادها 9 مفردات إحصائية وبنسبة 30%، وجاءت فئة الأكثر من 50 سنة في المرتبة الثالثة إذ بلغ عدد أفرادها 4 مفردات إحصائية أي بنسبة 13.3% من إجمالي عينة الدراسة، ويفسر ذلك بسبب أن المؤسسة تعتمد بقوة على عنصر الشباب في عملها، فهم الفئة الغالبة، أي أن المؤسسة في توجهها تهتم بتوظيف الفئات الشابة.

ج. توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي:

الجدول رقم (06):

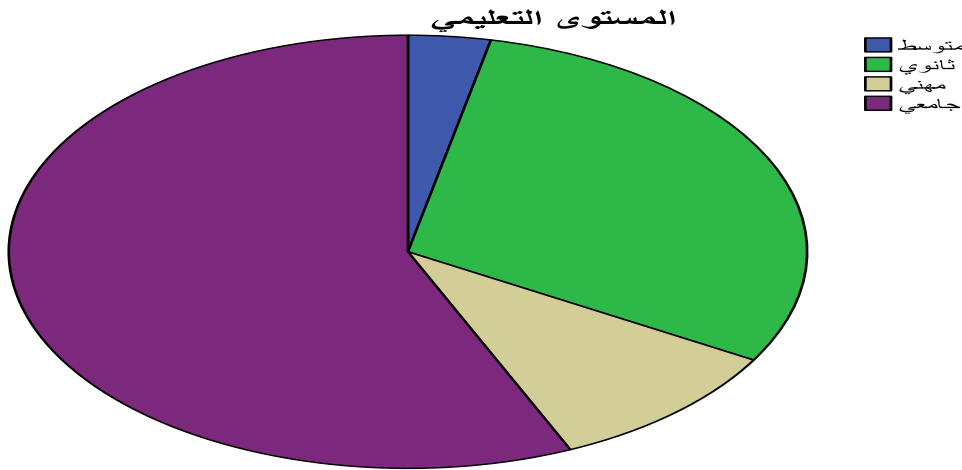
توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

النسبة المئوية	التكرار	المستوى التعليمي
% 0	0	ابتدائي
%3,3	1	متوسط
%30	9	ثانوي
%10	3	مهني
%56,7	17	جامعي
%100	30	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج الاستمارة

شكل رقم (11):

تمثيل نتائج الجدول رقم (06)



يظهر من الجدول والشكل السابقين أن عينة الدراسة توزعت من حيث المستوى التعليمي إلى أربع فئات، وقد جاءت فئة الجامعيين في المرتبة الأولى إذ بلغ عددها 17 مفردة إحصائية أي بنسبة 56.7 % من إجمالي عينة الدراسة، بينما احتلت فئة التعليم الثانوي المرتبة الثانية إذ بلغ عدد أفرادها 9 مفردات إحصائية وبنسبة 30 % من إجمالي عينة الدراسة، ومنه يتبين لنا أن المؤسسة تعتمد في نشاطها على الأفراد الأكفاء ذوي الشهادات الجامعية.

د. توزيع عينة الدراسة حسب الخبرة:

الجدول رقم (07):

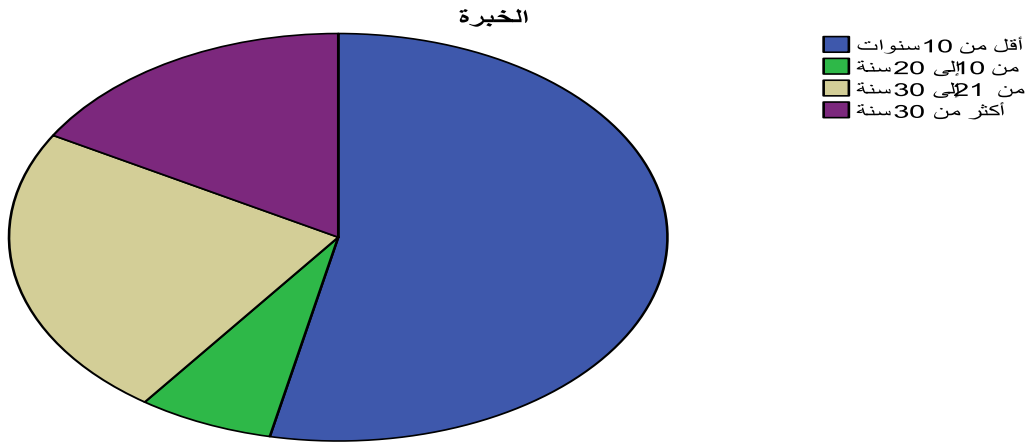
توزيع أفراد العينة حسب الخبرة

النسبة المئوية	التكرار	الخبرة
53,3%	16	أقل من 10 سنوات
6,7%	2	من 10 إلى 20 سنة
23,3%	7	من 21 إلى 30 سنة
16,7%	5	أكثر من 30 سنة
100%	30	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج الاستمارة

شكل رقم (12):

تمثيل نتائج الجدول رقم (07)



يظهر من الجدول والشكل السابقين أن عينة الدراسة توزعت من حيث الخبرة إلى أربع فئات، وقد جاءت الفئة الأقل من عشر سنوات في المرتبة الأولى إذ بلغ عددها 16 مفردة إحصائية أي بنسبة 53.3% من إجمالي عينة الدراسة، بينما احتلت الفئة من 21 إلى 30 سنة المرتبة الثانية إذ بلغ عدد أفرادها 7 مفردات إحصائية وبنسبة 23.3%، وجاءت فئة الأكثر من 30 سنة في المرتبة الثالثة إذ بلغ عدد أفرادها 5 مفردات إحصائية أي بنسبة 16.7%، وفي آخر مرتبة الفئة من 10 إلى 20 سنة بمفردتين وبنسبة 6.7% من إجمالي عينة الدراسة، ويدل هذا على أن المؤسسة تتوجه نحو استغلال الأفراد ذوي الخبرة القليلة وهذا راجع لفئة الشباب.

هـ. توزيع عينة الدراسة حسب عدد الدورات التدريبية:

الجدول رقم (08):

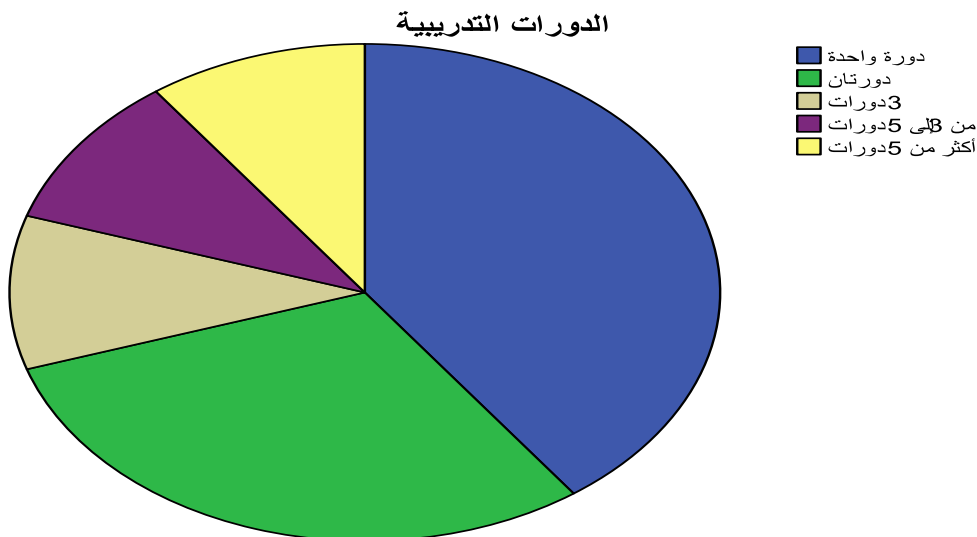
توزيع أفراد العينة حسب عدد الدورات التدريبية

النسبة المئوية	التكرار	عدد الدورات التدريبية
40 %	12	دورة واحدة
30 %	9	دورتان
10 %	3	ثلاث دورات
10 %	3	من 3-5 دورات
10 %	3	5 دورات فأكثر
100 %	30	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج الاستمارة

شكل رقم (13):

تمثيل نتائج الجدول رقم (08)



يظهر من الجدول والشكل السابقين أن عينة الدراسة توزعت من حيث الدورات التدريبية إلى أربع فئات، وقد جاءت الفئة للدورة التدريبية الواحدة في المرتبة الأولى إذ بلغ عددها 12 مفردة إحصائية أي بنسبة 40 % من إجمالي عينة الدراسة، بينما احتلت الفئة ذات دورتان المرتبة الثانية إذ بلغ عدد أفرادها 9 مفردات إحصائية وبنسبة 30 %، وجاء المرتبة الثالثة كل من ثلاث دورات فأكثر بنفس عدد المفردات إذ بلغ عددها 3 مفردات إحصائية

أي بنسبة 10%، من إجمالي عينة الدراسة، وهو ما يدل على أن المؤسسة لا تقدم دورات تدريبية للعمال وهو ما يؤكد عدم اهتمامها بإرسالهم في بعثات علمية وبحوث وتكوينهم.

المطلب الثالث: تحليل أجوبة الاستمارة

من خلال هذا العنصر سنحاول وصف وتحليل إجابات عينة الدراسة بخصوص كل محور من المحاور المدروسة، ثم استنتاج اتجاه العينة لكل سؤال من أسئلة الدراسة وذلك بالاعتماد على الأوزان المرجحة لمقياس ليكرت، حيث قمنا بحساب طول الفئة والذي يساوي حاصل قسمة عدد المسافات (من 1 إلى 2، من 2 إلى 3، من 3 إلى 4، من 4 إلى 5) على عدد الخيارات المتاحة (غير موافق بشدة، غير موافق، محايد، موافق، موافق بشدة)، ومنه طول الفئة يساوي $5/4 = 0,80$. ويصبح توزيع الإجابات حسب الجدول الموالي:

الجدول رقم (09):

الأوزان المرجحة لمقياس الدراسة

الاتجاه الإجابة	المتوسط المرجح
غير موافق بشدة	من 1 إلى 1,79
غير موافق	من 1,80 إلى 2,59
محايد	من 2,60 إلى 3,39
موافق	من 3,40 إلى 4,19
موافق بشدة	من 4,20 إلى 5

المصدر: من إعداد الطالبتين

أولاً: تحليل إجابات الأفراد العاملين المتعلقة بالمحور الأول:

الجدول رقم (10):

وصف وجهة نظر العاملين حول مدى اهتمام المؤسسة بالرأس مال الفكري

الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اتجاه الإجابة
1	لديكم إلمام كاف بالمفاهيم المتعلقة برأس المال الفكري	3.97	0.718	موافق
2	يعتبر رأس المال الفكري من أهم العناصر في تطوير المؤسسة	4.30	0.596	موافق بشدة
3	هناك اهتمام وعناية برأس المال الفكري	3.10	1.55	محايد
4	تقوم المؤسسة بإنفاق مبالغ كبيرة على رأس المال الفكري (حوافز مادية ومعنوية	2.30	0.988	غير موافق

محيد	1.064	2.80	يتم قياس رأس المال الفكري داخل المؤسسة	5
موافق	0.740	3.93	يسهم رأس المال الفكري في تحقيق التكامل بين أنشطة المؤسسة المختلفة	6
موافق بشدة	0.547	4.33	توفر رأس المال الفكري عامل مهم للتفكير السليم	7
موافق بشدة	0.533	4.30	من مزايا رأس المال الفكري اختصار الوقت في إنجاز المهام	8
موافق بشدة	0.596	4.30	لرأس المال الفكري دور فعال لتحقيق الإلمام بمهارات العمل	9
موافق	0.399	3.70	تولي المؤسسة اهتمام برأس المال الفكري	الفرضية

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على برنامج spss 19

يلاحظ من الجدول رقم (10) أن الأوساط الحسابية لأغلب الفقرات تفوق الوسط الحسابي النظري 3، وهذا يدل على وجود شبه اتفاق بين أفراد عينة الدراسة، ويزداد الاتفاق حول الفقرة 7، ذات أعلى وسط حسابي 4,33 و بانحراف معياري 0,547، والتي احتلت المرتبة الأولى من إجابات أفراد عينة الدراسة، وهذا يعني أن رأس المال الفكري ضروري للتفكير وتوفره في المؤسسة عامل مهم.

وتليها الفقرتين 8 و 9 بمتوسط حسابي 4,30 و بانحراف معياري 0,533 و 0,596 على التوالي مما يدل على الدور الفعال لرأس المال الفكري في العمل وإنجاز المهام

بينما تقترب الفقرات 1 و 2 و 6 من حالة شبه اتفاق بين إجابات العينة المدروسة، حيث بلغت أوساطها الحسابية 3,97، 4,30، 3,93، و بانحراف معياري 0,918، 0,596، 0,740 على التوالي وهذا يدل على أن المؤسسة لديها عناية واهتمام برأس المال الفكري وهو أهم العناصر في تطويرها.

وبصفة عامة يمكن القول أن جميع آراء أفراد عينة الدراسة حول رأس المال الفكري هي إيجابية كما هو مشار له في الجدول، حيث يفوق الوسط الحسابي الإجمالي 3,70 و بانحراف معياري 0,399، وهذا يدل على حالة شبه اتفاق عينة الدراسة بشأن إدراكها لأهمية رأس المال الفكري، وبالتالي إثبات صحة الفرضية القائلة أن: المؤسسة تولي اهتمام برأس المال الفكري.

ثانيا: تحليل إجابات الأفراد العاملين المتعلقة بالمحور الثاني:

الجدول رقم (11):

وجهة نظر العاملين حول مدى اعتماد المؤسسة على أساليب الابتكار

الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اتجاه الإجابة
1	تهتم إدارة المؤسسة بأسلوب العمل الجماعي	3.76	1.093	موافق
2	هناك تجديد لآليات العمل بشكل دوري من قبل الإدارة	2.93	0.980	محايد
3	تشجع الإدارة الأفكار الجديدة في العمل	3.17	1.147	محايد
4	تعتمد إدارة المؤسسة على أصحاب الخبرة والابتكار لشغل المناصب الهامة	3.73	1.143	موافق
5	تناقش إدارة المؤسسة آراء ومقترحات العاملين الخاصة بتطوير العمل	3.13	1.167	محايد
6	تحت إدارة المؤسسة على العمل والبحث الجاد عن كل ما هو جديد	3.33	1.061	محايد
7	تمنح إدارة المؤسسة حوافز مادية ومعنوية لأصحاب الابتكار	2.97	1.098	محايد
8	قامت المؤسسة بابتكار منتجات جديدة خلال 5 سنوات الأخيرة	3.23	1.104	محايد
9	قامت المؤسسة بإضافة تحسينات جديدة على المنتجات القديمة	3.63	0.890	موافق
10	تسعى المؤسسة لأن تكون منتجاتها مبتكرة ومميزة مقارنة بمنتجات المنافسين الرئيسيين	4.10	0.803	موافق
11	تمتلك المؤسسة براءات اختراع	3.17	1.234	محايد
12	معظم الأفكار التي تنتج الابتكارات تأتي من صغار الموظفين	2.50	1.196	غير موافق
13	يتم تدوين الآراء والخبرات والتجارب التي يقوم بها الفنيون من طرف الإدارة	2.73	1.172	محايد
الفرضية	مدى اعتماد المؤسسة على أساليب	3.25	0.538	محايد

			الابتكار
--	--	--	----------

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على برنامج spss 19

يلاحظ من الجدول رقم (11) أن الأوساط الحسابية لمعظم الفقرات لم تفق الوسط الحسابي 3 وهذا يدل على أن أفراد عينة الدراسة لم يقدموا رأيهم بشأن مدى اهتمام المؤسسة بالأفراد المبتكرين ويرجع ذلك إلى أن المؤسسة لا تملك قسم خاص بالبحث والتطوير، أما فيما يخص الفقرات 1، 4، 9 و10 فقد بلغت أوساطها الحسابية 3,76، 3,73، 3,63، 4,10، بانحراف معياري 1,093، 1,143، 0,890، 0,803 على التوالي مما يدل على أن المؤسسة تسعى للتميز والعمل على إضافة تحسينات جديدة، أما الفقرة 12 فتقترب من حالة عدم التأكد، حيث بلغ وسطها الحسابي 2,50 بانحراف معياري 1,196 وهذا يعني أن المؤسسة لا تشجع الأفكار الجديدة

وبصفة إجمالية يمكن القول أن آراء جميع أفراد الدراسة حول تبني المؤسسة لأساليب الابتكار هي سلبية، حيث بلغ وسطها الحسابي 3,25 بانحراف معياري 0,538 وهذا يدل على أن المؤسسة تملك أفراد قادرين على الإبداع والتجديد ولكن لا تقدم لهم الفرصة لذلك، وهذا أمر طبيعي في المؤسسات الجزائرية العمومية، وبالتالي نفى الفرضية القائلة بأن: المؤسسة تعتمد على أساليب الابتكار.

ثالثا: تحليل إجابات الأفراد العاملين حول المحور الثالث:

الجدول رقم (12):

وجهة نظر الأفراد العاملين حول مدى تأثير رأس المال الفكري في خلق الابتكار وتدعيمه

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اتجاه الإجابة
1	الهيكل التنظيمي يساعد في انتقال المعرفة بين العمال	3.10	1.322	محايد
2	تشجع المؤسسة العمال على تطوير المعرفة لديهم	2.93	1.112	محايد
3	تحتفظ المؤسسة بسجلات تدون فيها الموجودات المعرفية التي تمتلكها	3.63	0.999	موافق
4	تقوم المؤسسة بالرصد المنظم والمستمر للمعرفة المتاحة والمتجددة لدعم عملية الابتكار	2.87	1.074	محايد
5	جذب واستقطاب رأس المال الفكري يساهم في خلق الابتكار	4.03	1.098	موافق

موافق	0.950	4.17	الاهتمام برأس المال الفكري له دور في خلق أساليب عمل جديدة	6
موافق	0.845	4.10	رأس المال الفكري عامل مهم في نشر المعرفة	7
موافق	0.937	3.87	تعتمد عملية الابتكار على معارف وأفكار رأس المال الفكري.	8
محايد	1.196	2.87	تحرص المؤسسة على تشجيع العمال على تقاسم المعلومات والمعارف من أجل تقديم أفكار جديدة تسهم في عملية الابتكار	9
محايد	1.020	3.17	يطور العاملون الأفكار الجديدة والحديثة لمواجهة مشكلات العمل	10
موافق	1.075	3.50	يتفاعل ويتبادل العاملون الأفكار مع أفراد آخرين في أقسام مختلفة من المؤسسة	11
محايد	1.461	2.73	تستخدم المؤسسة أساليب للمحافظة على الأفراد المميزين	12
محايد	1.354	2.60	تشجع إدارة المؤسسة أسلوب العصف الذهني(هو عبارة عن حلقة للنقاش أو طريقة للتداول، بواسطتها يحاول مجموعة من الناس البحث عن حل لمشكلة معينة عن طريق تجميع و تقييد كل الأفكار التلقائية للأفراد) لإثارة القدرات الابتكارية وحل المشكلات	13
موافق	1.408	3.47	تتعامل إدارة المؤسسة مع العاملين ذوي القدرات المتميزة على أساس الثقة	14
محايد	0.597	3.35	مدى تأثير رأس المال الفكري في خلق الابتكار وتدعيمه	الفرضية

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على برنامج spss19

يلاحظ من الجدول رقم (12) أن إجابات أفراد عينة الدراسة انقسمت إلى نصفين فالنصف الأول يتمثل في الفقرات التي فاق وسطها الحسابي 3 وتمثل في الفقرات 5، 6 و 7 حيث بلغت أوساطها الحسابية 4,03، 4,17، 4,10، وبانحراف معياري 1,098، 0,950 و 0,845، مما يدل على أن جذب واستقطاب رأس المال الفكري يساهم في خلق الابتكار وأساليب العمل الجديدة، في حين تقترب الفقرات 2، 4 و 13 من

حالة عدم التأكد حيث بلغت أوساطها الحسابية 2,93، 2,87، 2,73، وبانحراف معياري 1,112، 1,074، 1,461، على التوالي وهذا يدل على أن المؤسسة لا تستخدم أساليب للمحافظة على الأفراد المميزين ولا تشجع العمال على المعرفة وخلق المعارف الجديدة واستخدامها لخلق الابتكارات وهذا أمر طبيعي في المؤسسات العمومية.

ونستخلص أن معظم آراء أفراد العينة حول دور رأس المال الفكري في خلق وتدعيم الابتكار هي آراء سلبية، حيث بلغ وسطها الحسابي 3,35 بانحراف معياري 0,597 وهذا يدل على محدودية دور الأفراد في تقديم أفكار جديدة وآراء حول خلق وابتكار أساليب عمل جديدة أو منتجات، وبذلك نفي الفرضية القائلة بأن رأس المال الفكري له دور في خلق وتدعيم الابتكار على مستوى المؤسسة الاقتصادية.

خلاصة الفصل:

من خلال هذا الفصل يمكن القول أنه تمت محاولة إسقاط للجانب النظري على مؤسسة اقتصادية عمومية، بالاستعانة على ما تحصلنا عليه من معلومات من أفراد عينة الدراسة، حيث استخلصنا أن المؤسسة الجزائرية وخاصة العمومية تولي اهتمام بالرأس مال الفكري ولكنها مازالت تواجه صعوبات حول الابتكار، وهذه العوائق تحول دون تطورها وتحد من فاعليتها، لأنها ليست بمعزل عن الظروف المحيطة بها حيث أصبحت إدارة المعرفة أسلوب إداري يتماشى مع المتغيرات والمستجدات التي تحدث في العالم، الذي أصبحت فيه المعرفة سمة النظام الاقتصادي الجديد الرقمي، والتي بدورها تصبح المؤسسة مبتكرة، حيث تطبيقها لإدارة المعرفة يتطلب مجموعة من الدعائم كأنظمة المعلومات والتكنولوجيا لمساعدتها في كسب واستغلال معارفها لتدعيم العملية الابتكارية وهذا للأسف غير موجود في المؤسسات العمومية، حيث تم إثبات أن الابتكار مازال لا يلقي الدعم الكاف له.

الخطامة العامة

الخاتمة:

منذ ظهور الثورة الصناعية فإن الاقتصاد التقليدي يركز على عاملين هما: رأس المال والعمالة، وكان ينظر إلى المعرفة، الإنتاجية، التعليم ورأس المال الفكري كعوامل ثانوية، ومع بداية القرن العشرين وبداية القرن الواحد والعشرين، وحدثت الثورة المعلوماتية والتكنولوجية التي شهدتها العالم في هذه الفترة، اختلفت المعايير، حيث أدى ذلك إلى تغيرات عميقة في الهيكل الاقتصادي انعكست على أداء الاقتصاد ونموه، إذ أصبحت المعرفة والتكنولوجيا مفاتيح التشغيل الحديثة للإنتاج، وباتت المعرفة موردا أساسيا من الموارد الاقتصادية، في حين تشكلت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات العامل الأساسي في النمو الاقتصادي، ومع إدخال هذان العاملين المعرفة وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الحياة الاقتصادية ظهر نظام جديد عرف باقتصاد المعرفة، الذي يقوم على فهم جديد أكثر عمقا لدور المعرفة ورأس المال الفكري وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تطور الاقتصاد وتقديم المجتمع.

وعلى هذا الأساس دعت المؤسسات الحديثة إلى التسلح بكافة أنظمة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في استخدام المعرفة المتجددة وفي استقطاب وصناعة رأس المال الفكري كضرورة تنافسية، حتى أصبح من الجائز القول بأن من يملك رأس المال الفكري المعرفة وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات أقوى ممن يملك الأموال، كما أن الدول التي تحقق أعلى معدلات النمو الاقتصادي والأكثر تقدما هي التي تمتلك إمكانيات المعرفة.

ولقد قمنا من خلال هذه الدراسة بالبحث عن دور رأس المال الفكري في خلق الابتكار، كما حاولنا تحديد ضرورته في مؤسسة اقتصادية عمومية والتي كانت محل الدراسة الميدانية التي قمنا بها، من أجل إسقاط الجانب النظري على الجانب التطبيقي، وكان الغرض من ذلك هو الإجابة على الأسئلة المطروحة في إشكالية بحثنا بطريقة تجعلنا نتعرف بنوع من الدقة على مدى اهتمام المؤسسة برأس المال الفكري والكشف عن مختلف الأساليب والإستراتيجيات المتبعة في الابتكار، وقد وقع الاختيار على المؤسسة العمومية باعتبارها تواجه صعوبات وعراقيل تحول دون قيامها بالابتكار، ومن ثم تقدم بعض الاقتراحات لتذليل العراقيل التي تقف أمامها.

أولا: اختبار نتائج الفرضيات

بغية الإحاطة بموضوع الدراسة وضعنا بعض الفرضيات تحت الاختبار فكانت النتائج كالآتي:

- تتمحور الفرضية الأولى حول مدى أهمية واهتمام المؤسسة برأس المال الفكري، وتم من خلالها بيان أهميته حيث يعتبر أهم العناصر التي تضيف قيمة للمؤسسة وكذا بيان كيفية إسهامه في عملية تقييم وقياس النظام الخاص بالمؤسسات، بالإضافة إلى تحقيقه للتكامل بين أنشطة المؤسسة المختلفة وتوفيره عامل ضروري للتفكير السليم، وبالتالي على المؤسسة تكثيف الجهود في استقطاب الموارد البشرية المؤهلة والاحتفاظ بذوي المعرفة العلمية والفنية بمنح مكافآت وحوافز مادية ومعنوية للمتميزين.

- أما الفرضية الثانية للابتكار دور كبير في المؤسسة لا كنه لا يلقي الاهتمام والعناية الكافية به، ومن خلال دراستنا يتبين لنا أن اعتماد الابتكار من قبل المؤسسات يعد من المفاهيم الأساسية التي تؤدي دورا إيجابيا على

مستوى نشاطها واستمراريتها وحياتها لاسيما في الوقت الحاضر، ولكي تكون المؤسسة متفوقة لا بد أن تكون مبدعة وهذا لا يتحقق إلا من خلال تفاعل كل من عنصر الخبرة المعرفية والفكرية والفنية، ومهارات التفكير الخلاق، وهذا ما كان غائبا في هذه الدراسة إذ أن المؤسسة ليس لديها قسم خاص بالابتكار، مما يعني عدم وجود الركيزة الأساسية لقيامه، وهذا للأسف ما تعاني منه المؤسسات العمومية.

- وبالنسبة للفرضية الثالثة تمحورت حول اعتماد المؤسسة الاقتصادية على رأس المال الفكري في خلق الابتكار وتعزيزه، وقد توصلنا من الدراسة إلى معرفة أثر رأس المال الفكري على الابتكار والتفوق المؤسسي، إذ على المؤسسة الاهتمام بصناعاته وتطويره وتنشيطه والمحافظة عليه بالإضافة إلى اعتماد الأفكار الإبداعية التي تنبثق من جميع المستويات للوصول إلى التميز.

ويلاحظ مما سبق أن رأس المال الفكري مورد نادر يشكل قوة فاعلة في الاقتصاد كما أنه مصدر رئيسي للثروة والازدهار، وعلى المؤسسة إيجاد طرق و أساليب جديدة في التفكير والتعلم تغيير على نحو أساسي عمليات المؤسسة ومخرجاتها وهو ما يحقق تحولات إبداعية في بيئة المؤسسة.

وبطبيعة الحال فإن التطرق إلى هذا المفهوم لم يكن ممكنا إلا من خلال التعرف على جميع المفاهيم الأساسية المرتبطة بالرأس مال الفكري والابتكار، مما مكنتنا في التعمق أكثر في بحثنا هذا والخروج بالنتائج التالية:

ثانيا: عرض نتائج الدراسة:

- تبين الدراسة اعتماد المؤسسة على الاستقطاب للحصول على رأس مال فكري لكن لا تولي أهمية لبقية عناصره مثل: صناعاته، تنشيطه، والمحافظة عليه الأمر الذي ينعكس سلبا على المؤسسة من خلال محاولة كل مؤسسة استقطابه على حساب مؤسسة أخرى.

- أظهرت الدراسة عدم اهتمام المؤسسة في إيجاد وتطوير رأس المال الفكري من خلال تقديم حوافز مادية ومعنوية وإرسالهم في بعثات علمية أو تدريبية الأمر الذي يجعلها تعتمد على استقطابه فقط.

- هناك علاقة ارتباط موجبة بين عناصر رأس المال الفكري المختلفة والابتكار، أي إذا زاد مقداره في مؤسسة زادت مقدرتها على التفوق، وبالتالي تظهر العلاقة أهمية رأس المال الفكري في تحسين الأداء وتحقيق الأهداف.

- إن الابتكار أصبح أهم وسيلة في يد المؤسسة من أجل البقاء في بيئة دائمة التغيير، حيث المشكلة لا تكمن في كيفية خلق العميل وإنما في كيفية المحافظة عليه في ظل الظروف المتغيرة .

وفيما يتعلق بالمؤسسة محل الدراسة فقد توصلنا إلى بعض النتائج فيما يتعلق بواقع الابتكار لديها والمتمثلة في

الآتي:

- أن المؤسسة ليس لديها مصلحة ابتكار بالمعنى الفعلي بالإضافة إلى عدم وجود أفراد متخصصين في مجال الابتكار، مما يعني عدم وجود الركيزة الأساسية لقيام الابتكار سواء في مجال المنتجات .

- أن المؤسسة لا تطبق كل الأساليب الابتكارية التي تم التطرق إليها في الدراسة النظرية، في نفس الوقت فهي تعتمد على أطراف خارجيين من أجل القيام بالتخطيط لمنتجاتها الجديدة .

- المؤسسة لا تملك قسم خاص بالبحث والتطوير.

ثالثا: التوصيات

- بناء على ما تقدم ذكره في النتائج توصلنا إلى وضع التوصيات والحلول التي من الممكن أن تساعد المؤسسة، وتمثل فيما يلي:
- إيجاد قسم خاص بالابتكار داخل المؤسسة يأخذ على عاتقه مسؤولية تطوير وابتكار منتجات جديدة ويعمل به أفراد من ذوي التخصصات العالية .
 - خلق وإيجاد نوع من الاهتمام المشترك بين مختلف مصالح المؤسسة تجاه مشروعات ذات العلاقة بالابتكار خاصة تلك التي تهتم بالتوصل إلى منتج جديد.
 - إنشاء نظام للحوافز والمكافآت خاص بالأفراد الذين يساهمون في العملية الابتكارية.
 - وضع صندوق للأفكار يمكن جميع عمال المؤسسة المساهمة فيه، بالاعتبار أن كل ابتكار يبدأ بفكرة.
 - ينبغي على المؤسسات المبحوثة أن تشجع وتدعم حالات الابتكار بمختلف أنواعها من خلال اعتمادها منهجية معينة، نظرا لمساهمتها في إخراج المعرفة إلى واقع ملموس من جهة، وبناءها قاعدة معرفية حقيقية تقود إلى زيادة النشاط الابتكاري بمختلف مجالاته.

قائمة المراجع

أولاً. المراجع باللغة العربية

أ - الكتب

- الشربيني والطنطاوي، إستراتيجيات ما وراء المعرفة، المعرفة المكتبية العصرية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2006.
- الشيرازي، عباس مهدي، نظرية المحاسبة، دار السلاسل، جامعة الكويت، 1990.
- بيان حرب، البحوث والتطوير في المشروعات الصناعية، مؤتمر الإدارة العربية وآفاق تحديثها لمواجهة تحديات القرن الواحد والعشرين، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، 2007.
- بيتر دراكر، التجديد والمقاولة، ترجمة حسين عبد الفتاح، مركز الكتاب الأردني، الأردن، 1985.
- توماس ستيوارت، ثورة المعرفة رأس المال الفكري ومؤسسة القرن 21، ترجمة علاء أحمد صلاح، الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، مصر، 2004.
- حسن إبراهيم بلوط، المبادئ والاتجاهات الحديثة في إدارة المؤسسات، دار النهضة العربية، ط1، لبنان، 2005.
- حسن حريم، إدارة المنظمات - منظور كلي -، دار حامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2003.
- حسين عجلان حسن، استراتيجيات الإدارة المعرفية في منظمات الأعمال، ط 1، إثراء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008.
- خليل محمد حسن الشماع، خضير كاظم حمود، نظرية المنظمة، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2000.
- رابحة حسن، سلوك المنظمات، الدار الجامعية، الاسكندرية، مصر، 2001.
- رعد حسن الصرن، كيف تخلق بيئة ابتكارية في المنظمات، سلسلة رضا للمعلومات، سوريا، 2003.
- رعد حسن الصرن، إدارة الإبداع والابتكار، ط1، دار الرضا للنشر، دمشق، 2000.
- ربحي عريان، إدارة المعرفة، دار النشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2005.
- سعد غالب ياسين، إدارة المعرفة: المفاهيم، النظم والتقنيات، دار المناهج لنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2007.
- سعد علي العنزي، إدارة رأس المال الفكري في منظمات الأعمال، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009.
- سعيد أوكيل، اقتصاد وتسيير الابداع التكنولوجي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1994.
- سعيد يس عامر، الإدارة وتحديات التغيير، مركز وايد سرفيس، مصر، 2001.
- صالح العلي، مكانة العقل في الفكر الإسلامي، مركز دراسات الوحدة العربية، ط1، بيروت، 1990.
- صلاح الدين الكبيسي، خام خضير، إدارة المعرفة، المنظمة العربية للإدارة، القاهرة، 2004.
- عادل حرحوش وأحمد علي صالح، رأس المال الفكري أساليب قياسه وطرق المحافظة عليه، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، مصر، 2007.
- عاكف لطفي حضاونة، إدارة الإبداع والابتكار في منظمات الأعمال، دار حامد للنشر و التوزيع، الأردن، 2011.
- عامر إبراهيم، القنديلجي، نظم المعلومات الإدارية، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2005.
- عبد الستار العلي وآخرون، مدخل إلى إدارة المعرفة، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2006.
- عبد الفتاح المغربي، نظم إدارة المعلومات الإدارية، المكتبة العصرية للطباعة والتوزيع، جامعة المنصورة، 2002.
- عيسى هاشم حسن، القياس المحاسبي لرأس المال البشري - دراسة ميدانية على قطاع المصارف في سوريا، جامعة دمشق، 2005.
- فريد عبد الفتاح زين الدين، فن الإدارة اليابانية، حلقات الجودة، المفهوم والتطبيق، ظافر للطباعة، مصر، 1998.

- قاسم نايف الحمدواوي وإبراهيم محمد الزعلوك، دور رأس المال الفكري في تعزيز منظمات الأعمال، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2003.
- مأمون نديم عكروش، سهير نديم عكروش، تطوير المنتجات الجديدة، دار وائل للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2004.
- محمد الحيايالي، وليد الراوي حكمت، نظرية المحاسبة و اقتصاد المعلومات، دار حنين، عمان، 1996.
- مصطفى محمود أبو بكر، الموارد البشرية مدخل لتحقيق الميزة التنافسية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2003.
- نجم عبود نجم، إدارة الابتكار المفاهيم والخصائص والتجارب الحديثة، دار وائل للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2003.
- نجم عبود نجم، إدارة اللاملموسات إدارة من لا يقاس، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2010.
- نيجل كينغ، نيل أندرسون، إدارة أنشطة الابتكار والتغيير، ترجمة حسن حسني، دار المريخ للنشر، المملكة العربية السعودية، 2004.
- ناصر داداي عدون، إدارة الموارد البشرية و السلوك التنظيمي - دراسة نظرية وتطبيقية-، دار المحمدية، الجزائر، 2004.
- ياسر الصاوي، إدارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات، دار السحاب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007.

ثانيا . المراجع باللغة الأجنبية

A- Les livres

- Amabile, TM : **Creativity in contest**, westview, press, NewYork, 1996.
- David Romer, **Macroéconomie Approfondie**, Traduit de l'Américain par FABRICE MAZEROLLE, EDISCIENCE INTERNATIONL, Paris, France, 1997.
- Joe Tidd et autres, **management de l'innovation intégration du changement technologique, commercial**, Paris, Debook, 2006.
- Michae l Porter, **L' avantage concurrentiel des nations**, inter édition, France, 1993.
- Skyrme, **Measuring the value of knowledge: Metrics for the knowledge Based Business**, business intelligence, London, 1997.
- Wick Corey, **"Knowledge Management and leadership Opportunities for Technical communicators"**, Technical Communication.,issue4, November 2004.

ب- الملتقيات والندوات:

- آيت مختار عمر وحدي معمر، طرق ونماذج قياس رأس المال الفكري، مداخلة مقدمة إلى الملتقى الدولي الخامس حول رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في ظل الاقتصاديات الحديثة، جامعة الشلف، الجزائر، يومي 13-14/12/2011.
- مجاز الجلاي، خامرة الطاهر، دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية الجزائرية، مداخلة ضمن الملتقى الدولي حول المؤسسة الاقتصادية الجزائرية والابتكار، جامعة 08 ماي 1945، قلمة، الجزائر، يومي 16-17/11/2008.

- عاشور مزريق، رأس المال الفكري مدخل استراتيجي لتطوير الكفاءات وتحقيق الأداء المتميز في منظمات الأعمال الأردنية، مداخلة ضمن الملتقى الدولي الخامس حول رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في ظل الاقتصاديات الحديثة، جامعة الشلف، الجزائر، يومي 13-14/12/2011.
- كبيش جمال، قدام جمال، " دور الإبداع والابتكار في خلق ميزة تنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة "، ملتقى دولي حول المؤسسة الاقتصادية الجزائرية والابتكار في ظل الألفية الثالثة، جامعة قلمة، الجزائر، يومي 16-17/11/2008.
- مراد علة، بندي عبد الله عبد السلام، دور رأس المال الفكري (المعرفي) في خلق الميزة التنافسية في ظل إدارة المعرفة، مداخلة مقدمة إلى الملتقى الدولي حول رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في الاقتصاديات الحديثة، الجزائر، يومي 13-14/12/2011.
- منير نوري، فاتح مجاهدي، دور الابتكار في إكساب المنظمة العربية ميزة تنافسية والحفاظ عليها بالإشارة إلى حالة الجزائر، ملتقى المؤسسة الاقتصادية الجزائرية والابتكار في ظل الألفية الثالثة، جامعة 08 ماي 1945 قلمة، الجزائر، يومي 16-17/11/2008.
- هشام فاروق، أهمية تنمية الموارد البشرية في تحسين أداء المنظمة الاقتصادية، الملتقى الدولي الأول حول التسيير الفعال في المنظمة الاقتصادية، 3-4/5/2005.
- ج- المجالات**
- مجلة التربة النوعية، العدد 22، مصر، 2011.
- مجلة رسالة الخليج العربي، العدد 3، جامعة تبوك، من دون سنة.
- مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، العدد 03، جامعة فرحات عباس سطيف، الجزائر، 2003.
- مجلة العلوم الإنسانية، العدد 03، جامعة بسكرة، الجزائر.
- مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد 10، العدد 03، الكويت، 2008.
- د- الأطروحات و الرسائل**
- حازم على أحمد بدارنه، أطروحة دكتوراه حول تصورات القادة الأكاديميين في الجامعات الأردنية لأهمية رأس المال الفكري و دورهم في المحافظة عليه و تطويره، جامعة اليرموك، الأردن.
- سمية بروبي، رسالة ماجستير حول دور الإبداع والابتكار في إبراز الميزة التنافسية للمؤسسات المتوسطة والصغيرة، جامعة فرحات عباس سطيف، الجزائر، 2011.
- محمد سليمان، رسالة ماجستير حول الابتكار التسويقي وأثره على تحسين أداء المؤسسة دراسة حالة مؤسسة ملبنة الحصنة بالمسيلة، جامعة المسيلة، الجزائر، 2007.
- مصطفى رجب علي شعبان، رسالة ماجستير حول رأس المال الفكري ودوره في تحقيق الميزة التنافسية لشركة الاتصالات الخلوية الفلسطينية جوال، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، 2011.

الملاحق

الجنس

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide homme	19	63,3	63,3	63,3
femme	11	36,7	36,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	

العمر

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide de 20 au 35	17	56,7	56,7	56,7
de 35 au 50	9	30,0	30,0	86,7
plus que 50 ans	4	13,3	13,3	100,0
Total	30	100,0	100,0	

المستوى التعليمي

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide moyenne	1	3,3	3,3	3,3
secondaire	9	30,0	30,0	33,3
technicien	3	10,0	10,0	43,3
universitaire	17	56,7	56,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	

الخبرة

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide moins du 10 ans	16	53,3	53,3	53,3
de 10 au 20 ans	2	6,7	6,7	60,0
de 21 au 30 ans	7	23,3	23,3	83,3
plus que 30 ans	5	16,7	16,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	

الدورات التدريبية

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide 1 seul fois	12	40,0	40,0	40,0
2 fois	9	30,0	30,0	70,0
3 fois	3	10,0	10,0	80,0
de 3 au 5 fois	3	10,0	10,0	90,0
plus que 5 fois	3	10,0	10,0	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Statistiques

a1

N	Valide	30
	Manquante	0
Moyenne		3,97

a1

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide pas d'accord	2	6,7	6,7	6,7
pas d'avis	2	6,7	6,7	13,3
d'accord	21	70,0	70,0	83,3
absolument d'accord	5	16,7	16,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Statistiques

a2

N	Valide	30
	Manquante	0
Moyenne		4,30

a2

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide pas d'avis	2	6,7	6,7	6,7
d'accord	17	56,7	56,7	63,3
absolument d'accord	11	36,7	36,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Statistiques

a3

N	Valide	30
	Manquante	0
Moyenne		3,10

a3

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	absolument pas d'accord	1	3,3	3,3	3,3
	pas d'accord	11	36,7	36,7	40,0
	pas d'avis	6	20,0	20,0	60,0
	d'accord	8	26,7	26,7	86,7
	absolument d'accord	4	13,3	13,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Statistiques

a4

N	Valide	30
	Manquante	0
Moyenne		2,30

a4

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	absolument pas d'accord	5	16,7	16,7	16,7
	pas d'accord	16	53,3	53,3	70,0
	pas d'avis	5	16,7	16,7	86,7
	d'accord	3	10,0	10,0	96,7
	absolument d'accord	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Statistiques

a5

N	Valide	30
	Manquante	0
Moyenne		2,80

a5

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	absolument pas d'accord	3	10,0	10,0	10,0
	pas d'accord	9	30,0	30,0	40,0
	pas d'avis	11	36,7	36,7	76,7
	d'accord	5	16,7	16,7	93,3
	absolument d'accord	2	6,7	6,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Statistiques

a6

N	Valide	30
	Manquante	0
Moyenne		3,93

a6

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	pas d'accord	2	6,7	6,7	6,7
	pas d'avis	3	10,0	10,0	16,7
	d'accord	20	66,7	66,7	83,3
	absolument d'accord	5	16,7	16,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Statistiques

a7

N	Valide	30
	Manquante	0
Moyenne		4,33

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide pas d'avis	1	3,3	3,3	3,3
d'accord	18	60,0	60,0	63,3
absolument d'accord	11	36,7	36,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Statistiques

a8

N	Valide	30
	Manquante	0
Moyenne		4,30

a8

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide pas d'avis	1	3,3	3,3	3,3
d'accord	19	63,3	63,3	66,7
absolument d'accord	10	33,3	33,3	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Statistiques

a9

N	Valide	30
	Manquante	0
Moyenne		4,30

a9

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide pas d'avis	2	6,7	6,7	6,7
d'accord	17	56,7	56,7	63,3
absolument d'accord	11	36,7	36,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Statistiques

b1

N	Valide	30
	Manquante	0
Moyenne		3,67

b1

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide pas d'accord	7	23,3	23,3	23,3
pas d'avis	3	10,0	10,0	33,3
d'accord	13	43,3	43,3	76,7
absolument d'accord	7	23,3	23,3	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Statistiques

b2

N	Valide	30
	Manquante	0
Moyenne		2,93

b2

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide absolument pas d'accord	2	6,7	6,7	6,7
pas d'accord	9	30,0	30,0	36,7
pas d'avis	8	26,7	26,7	63,3
d'accord	11	36,7	36,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Statistiques

b3

N	Valide	30
	Manquante	0
Moyenne		3,17

b3

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide absolument pas d'accord	2	6,7	6,7	6,7
pas d'accord	8	26,7	26,7	33,3
pas d'avis	6	20,0	20,0	53,3
d'accord	11	36,7	36,7	90,0
absolument d'accord	3	10,0	10,0	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Statistiques

b4

N	Valide	30
	Manquante	0
Moyenne		3,73

b4

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide absolument pas d'accord	1	3,3	3,3	3,3
pas d'accord	4	13,3	13,3	16,7
pas d'avis	6	20,0	20,0	36,7
d'accord	10	33,3	33,3	70,0
absolument d'accord	9	30,0	30,0	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Statistiques

b5

N	Valide	30
	Manquante	0
Moyenne		3,13

b5

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide absolument pas d'accord	2	6,7	6,7	6,7
pas d'accord	9	30,0	30,0	36,7
pas d'avis	5	16,7	16,7	53,3
d'accord	11	36,7	36,7	90,0
absolument d'accord	3	10,0	10,0	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Statistiques

b6

N	Valide	30
	Manquante	0
Moyenne		3,33

b6

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide absolument pas d'accord	1	3,3	3,3	3,3
pas d'accord	7	23,3	23,3	26,7
pas d'avis	6	20,0	20,0	46,7
d'accord	13	43,3	43,3	90,0
absolument d'accord	3	10,0	10,0	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Statistiques

b7

N	Valide	30
	Manquante	0
Moyenne		2,97

b7

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide absolument pas d'accord	3	10,0	10,0	10,0
pas d'accord	7	23,3	23,3	33,3
pas d'avis	10	33,3	33,3	66,7
d'accord	8	26,7	26,7	93,3
absolument d'accord	2	6,7	6,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Statistiques

b8

N	Valide	30
	Manquante	0
Moyenne		3,23

b8

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide absolument pas d'accord	3	10,0	10,0	10,0
pas d'accord	4	13,3	13,3	23,3
pas d'avis	8	26,7	26,7	50,0
d'accord	13	43,3	43,3	93,3
absolument d'accord	2	6,7	6,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Statistiques

b9

N	Valide	30
	Manquante	0
Moyenne		3,63

b9

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	absolument pas d'accord	1	3,3	3,3	3,3
	pas d'accord	2	6,7	6,7	10,0
	pas d'avis	7	23,3	23,3	33,3
	d'accord	17	56,7	56,7	90,0
	absolument d'accord	3	10,0	10,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Statistiques

b10

N	Valide	30
	Manquante	0
Moyenne		4,10

b10

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	pas d'accord	2	6,7	6,7	6,7
	pas d'avis	2	6,7	6,7	13,3
	d'accord	17	56,7	56,7	70,0
	absolument d'accord	9	30,0	30,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Statistiques

b11

N	Valide	30
	Manquante	0
Moyenne		3,17

b11

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	absolument pas d'accord	3	10,0	10,0	10,0
	pas d'accord	8	26,7	26,7	36,7
	pas d'avis	3	10,0	10,0	46,7
	d'accord	13	43,3	43,3	90,0
	absolument d'accord	3	10,0	10,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Statistiques

b12

N	Valide	30
	Manquante	0
Moyenne		2,50

b12

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide				
absolument pas d'accord	5	16,7	16,7	16,7
pas d'accord	14	46,7	46,7	63,3
pas d'avis	5	16,7	16,7	80,0
d'accord	3	10,0	10,0	90,0
absolument d'accord	3	10,0	10,0	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Statistiques

b13

N	Valide	30
	Manquante	0
Moyenne		2,73

b13

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide				
absolument pas d'accord	5	16,7	16,7	16,7
pas d'accord	10	33,3	33,3	50,0
pas d'avis	3	10,0	10,0	60,0
d'accord	12	40,0	40,0	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Statistiques

c1

N	Valide	30
	Manquante	0
Moyenne		3,10

c1

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide				
absolument pas d'accord	5	16,7	16,7	16,7
pas d'accord	6	20,0	20,0	36,7
pas d'avis	3	10,0	10,0	46,7
d'accord	13	43,3	43,3	90,0
absolument d'accord	3	10,0	10,0	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Statistiques

c2

N	Valide	30
	Manquante	0
Moyenne		2,93

c2

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide				
absolument pas d'accord	2	6,7	6,7	6,7
pas d'accord	12	40,0	40,0	46,7
pas d'avis	3	10,0	10,0	56,7
d'accord	12	40,0	40,0	96,7
absolument d'accord	1	3,3	3,3	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Statistiques

c3

N	Valide	30
	Manquante	0
Moyenne		3,63

c3

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide				
absolument pas d'accord	1	3,3	3,3	3,3
pas d'accord	4	13,3	13,3	16,7
pas d'avis	4	13,3	13,3	30,0
d'accord	17	56,7	56,7	86,7
absolument d'accord	4	13,3	13,3	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Statistiques

c4

N	Valide	30
	Manquante	0
Moyenne		2,87

c4

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide				
absolument pas d'accord	2	6,7	6,7	6,7
pas d'accord	12	40,0	40,0	46,7
pas d'avis	5	16,7	16,7	63,3
d'accord	10	33,3	33,3	96,7
absolument d'accord	1	3,3	3,3	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Statistiques

c5

N	Valide	30
	Manquante	0
Moyenne		4,03

c5

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	absolument pas d'accord	1	3,3	3,3	3,3
	pas d'accord	3	10,0	10,0	13,3
	pas d'avis	2	6,7	6,7	20,0
	d'accord	12	40,0	40,0	60,0
	absolument d'accord	12	40,0	40,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Statistiques

c6

N	Valide	30
	Manquante	0
Moyenne		4,17

c6

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	pas d'accord	3	10,0	10,0	10,0
	pas d'avis	2	6,7	6,7	16,7
	d'accord	12	40,0	40,0	56,7
	absolument d'accord	13	43,3	43,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Statistiques

c7

N	Valide	30
	Manquante	0
Moyenne		4,10

c7

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	pas d'accord	3	10,0	10,0	10,0
	d'accord	18	60,0	60,0	70,0
	absolument d'accord	9	30,0	30,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Statistiques

c8

N	Valide	30
	Manquante	0
Moyenne		3,87

c8

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	pas d'accord	3	10,0	10,0	10,0
	pas d'avis	6	20,0	20,0	30,0
	d'accord	13	43,3	43,3	73,3
	absolument d'accord	8	26,7	26,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Statistiques

c9

N	Valide	30
	Manquante	0
Moyenne		2,87

c9

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	absolument pas d'accord	3	10,0	10,0	10,0
	pas d'accord	11	36,7	36,7	46,7
	pas d'avis	6	20,0	20,0	66,7
	d'accord	7	23,3	23,3	90,0
	absolument d'accord	3	10,0	10,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Statistiques

c10

N	Valide	30
	Manquante	0
Moyenne		3,17

c10

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	absolument pas d'accord	1	3,3	3,3	3,3
	pas d'accord	9	30,0	30,0	33,3
	pas d'avis	5	16,7	16,7	50,0
	d'accord	14	46,7	46,7	96,7
	absolument d'accord	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Statistiques

c11

N	Valide	30
	Manquante	0
Moyenne		3,50

c11

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	absolument pas d'accord	2	6,7	6,7	6,7
	pas d'accord	4	13,3	13,3	20,0
	pas d'avis	4	13,3	13,3	33,3
	d'accord	17	56,7	56,7	90,0
	absolument d'accord	3	10,0	10,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Statistiques

c12

N	Valide	30
	Manquante	0
Moyenne		2,73

c12

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide absolument pas d'accord	8	26,7	26,7	26,7
pas d'accord	8	26,7	26,7	53,3
pas d'avis	2	6,7	6,7	60,0
d'accord	8	26,7	26,7	86,7
absolument d'accord	4	13,3	13,3	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Statistiques

c13

N	Valide	30
	Manquante	0
Moyenne		2,60

c13

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide absolument pas d'accord	6	20,0	20,0	20,0
pas d'accord	13	43,3	43,3	63,3
pas d'avis	2	6,7	6,7	70,0
d'accord	5	16,7	16,7	86,7
absolument d'accord	4	13,3	13,3	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Statistiques

c14

N	Valide	30
	Manquante	0
Moyenne		3,47

c14

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide absolument pas d'accord	3	10,0	10,0	10,0
pas d'accord	7	23,3	23,3	33,3
pas d'avis	2	6,7	6,7	40,0
d'accord	9	30,0	30,0	70,0
absolument d'accord	9	30,0	30,0	100,0
Total	30	100,0	100,0	

	Ecart-type	N
a1	,718	30
a2	,596	30
a3	1,155	30
a4	,988	30
a5	1,064	30
a6	,740	30
a7	,547	30
a8	,535	30
a9	,596	30

	Ecart-type	N
b1	1,093	30
b2	,980	30
b3	1,147	30
b4	1,143	30
b5	1,167	30
b6	1,061	30
b7	1,098	30
b8	1,104	30
b9	,890	30
b10	,803	30
b11	1,234	30
b12	1,196	30
b13	1,172	30

Statistiques

	c1	c2	c3	c4	c5	c6	c7	c8	c9	c10	c11	c12	c13	c14
N Valid	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Man quan te	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ecart-type	1,322	1,112	,999	1,074	1,098	,950	,845	,937	1,196	1,020	1,075	1,461	1,354	1,408



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة 08 ماي 1945 قالمة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير



تخصص: إدارة مالية
سنة ثانية ماستر

قسم: علوم التسيير

إستمارة حول:

دور رأس المال الفكري في خلق وتدعيم الابتكار في المؤسسة الاقتصادية
دراسة حالة - المؤسسة الجزائرية للأنسجة الصناعية والتقنية
مركب سوق أهراس -

هذا الاستبيان في إطار البحث العلمي الرجاء منكم التعاون معنا للإطلاع على أسئلة الاستمارة والإجابة عليها بكل موضوعية، وذلك بوضع علامة (X) في المكان المناسب مع العلم أن هذه المعلومات سوف تستخدم لأغراض البحث العلمي فقط وشكرا.

تحت إشراف الأستاذة:

زدوري أسماء

إعداد الطلبة:

سلاطني نسبية

مجدوب آمنة

السنة الجامعية: 2013 - 2014

المحور الأول: البيانات الشخصية

الرجاء الإجابة عن الأسئلة التالية بوضع علامة (X) في المكان المناسب:

1. الجنس: ذكر

أنثى

2. العمر: من 20-35 سنة

35-50 سنة

أكثر من 50 سنة

3. المستوى التعليمي: ابتدائي

متوسط

ثانوي

مهني

جامعي

4. الخبرة: أقل من 10 سنوات

من 10 إلى 20 سنة

من 21 إلى 30 سنة

أكثر من 30 سنة

5. الدورات التدريبية: دورة واحدة

دورتان

ثلاث دورات

3-5 دورات

5 دورات فأكثر

المحور الثاني: معرفة مدى اهتمام المؤسسة برأس المال الفكري

رأس المال الفكري: يتمثل في القدرة العقلية لدى فئة معينة من الموارد البشرية تتمثل في كفاءات قادرة على توليد أفكار متعلقة بالتطوير الخلاق للأنشطة و العمليات .
من فضلك ضع علامة (X) في المكان المقابل للإجابة المناسبة:

رقم العبارة	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
01	لديكم إلمام كاف بالمفاهيم المتعلقة برأس المال الفكري					
02	يعتبر رأس المال الفكري من أهم العناصر في تطوير المؤسسة					
03	هناك اهتمام وعناية برأس المال الفكري					
04	تقوم المؤسسة بإنفاق مبالغ كبيرة على رأس المال الفكري (حوافز مادية ومعنوية					
05	يتم قياس رأس المال الفكري داخل المؤسسة					
06	يسهم رأس المال الفكري في تحقيق التكامل بين أنشطة المؤسسة المختلفة					
07	توفر رأس المال الفكري عامل مهم للتفكير السليم					
08	من مزايا رأس المال الفكري اختصار الوقت في إنجاز المهام					
09	لرأس المال الفكري دور فعال لتحقيق الإلمام بمهارات العمل					

المحور الثالث: معرفة مدى اعتماد المؤسسة على أساليب الابتكار

من فضلك ضع علامة (X) في المكان المقابل للإجابة المناسبة:

رقم العبارة	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
01	تهتم إدارة المؤسسة بأسلوب العمل الجماعي					
02	هناك تجديد لآليات العمل بشكل دوري من قبل الإدارة					
03	تشجع الإدارة الأفكار الجديدة في العمل					
04	تعتمد إدارة المؤسسة على أصحاب الخبرة والابتكار لشغل المناصب الهامة					
05	تناقش إدارة المؤسسة آراء ومقترحات العاملين الخاصة بتطوير العمل					
06	تحت إدارة المؤسسة على العمل والبحث الجاد عن كل ما هو جديد					
07	تمنح إدارة المؤسسة حوافز مادية ومعنوية لأصحاب الابتكار					
08	قامت المؤسسة بابتكار منتجات جديدة خلال 5 سنوات الأخيرة					
09	قامت المؤسسة بإضافة تحسينات جديدة على المنتجات القديمة					
10	تسعى المؤسسة لأن تكون منتجاتها مبتكرة ومميزة مقارنة بمنتجات المنافسين الرئيسيين					
11	تمتلك المؤسسة براءات اختراع					
12	معظم الأفكار التي تنتج الابتكارات تأتي من صغار الموظفين					
13	يتم تدوين الآراء والخبرات والتجارب التي يقوم بها الفنيون من طرف الإدارة					

المحور الرابع: مدى تأثير رأس المال الفكري في خلق الابتكار وتدعيمه
من فضلك ضع علامة (X) في المكان المقابل للإجابة المناسبة:

رقم العبارة	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
01	الهيكل التنظيمي يساعد في انتقال المعرفة بين العمال					
02	تشجع المؤسسة العمال على تطوير المعرفة لديهم					
03	تحتفظ المؤسسة بسجلات تدون فيها الموجودات المعرفية التي تمتلكها					
04	تقوم المؤسسة بالرصد المنظم والمستمر للمعرفة المتاحة والمتجددة لدعم عملية الابتكار					
05	جذب واستقطاب رأس المال الفكري يساهم في خلق الابتكار					
06	الاهتمام برأس المال الفكري له دور في خلق أساليب عمل جديدة					
07	رأس المال الفكري عامل مهم في نشر المعرفة					
08	تعتمد عملية الابتكار على معارف وأفكار رأس المال الفكري.					
09	تحرص المؤسسة على تشجيع العمال على تقاسم المعلومات والمعارف من أجل تقديم أفكار جديدة تساهم في عملية الابتكار					
10	يطور العاملون الأفكار الجديدة والحديثة لمواجهة مشكلات العمل					
11	يتفاعل ويتبادل العاملون الأفكار مع أفراد آخرين في أقسام مختلفة من المؤسسة					
12	تستخدم المؤسسة أساليب للمحافظة على الافراد المميزين					

					تشجع إدارة المؤسسة أسلوب العصف الذهني(هو عبارة عن حلقة للنقاش أو طريقة للتداول، بواسطتها يحاول مجموعة من الناس البحث عن حل لمشكلة معينة عن طريق تجميع و تقييد كل الأفكار التلقائية للأفراد) لإثارة القدرات الابتكارية وحل المشكلات	13
					تتعامل إدارة المؤسسة مع العاملين ذوي القدرات المتميزة على أساس الثقة	14

الملخص:

تجتهد المؤسسات بصورة عامة في تهيئة مستلزمات وعوامل وأسباب ومرتكزات بقائها واستمرارها وتفوقها، خاصة في مواجهة تحديات اقتصاد المعرفة، إذ أنها استطاعت أن تصل إلى تشخيص العناصر التي تعزز بقائها في السوق متألفة باستمرار، وتثبيت موقفها في ميدان العمل والهيمنة عليه.

وتأسيسا فإن نجاح هذه المؤسسات يكون مقترنا بامتلاكها قدرات بشرية (رأس مال فكري) قادر على التطوير الخلاق الذي يعتمد الابتكار والإبداع اللذان لهما دور كبير في بقاء المؤسسة في بيئة سريعة التغير، ذلك لأن القوة البشرية تعزز أداء المؤسسة من خلال جعلها قادرة على الاستجابة لبيئة منافسة متغيرة باستمرار وذلك للدور الذي يلعبه رأس المال الفكري في إحداث نقلات نوعية تتمثل في نتاج النشاط الفكري والإنساني والذي يتسم بدرجة عالية من الابتكار والإبداع والتجديد والذي ينعكس على مختلف السلع والخدمات.

الكلمات المفتاحية: رأس المال الفكري، الابتكار، الإبداع، إدارة المعرفة، التفكير الابتكاري.

Abstract:

In fact, the most powerful dynamics of societies in general view, for creating the needs and factors the causes and their position to remake reality according to the company's vision and creating systematic organizational to pursuit its existence. specially face to face with the knowledge, so the relation between knowledge and action was further emphasized by philosophical and literary movement known as Existentialists, they used the phenomenological method to analyze the mode of human being in the world.

As well as the success of these societies is linked to their great competences which could be able to develop, invit and creat high production on the both sides material and acts (thoughts) built on the liberal system (capitalism) these characerestics might obtain their evolution aim one of the most important proposition of this theory (liberalism) is that the value scales of any individual organisation are perhaps the most important single element determining the effect of the messages it receives on its image of the world to forme motive response we argue that the growth of knowledge is the growlt of an organic structure in order to let the intellectual dynamisms and humanisms kept a great degree of the invention, creation and innovation, which is reflected in the various goods and services .

Key words:

Intellectual capital, innovation, creativity, innovative thinking, knowledge management.