

تأثير المعرفة كأحد الأصول الرأسمالية (رأس المال الفكري)

على المؤسسات الصناعية

د/ داليا جوهري

دكتوراه في إدارة المعرفة

godalia@yahoo.com

المستخلص

تتناول الدراسة دور المعرفة كأصل من الأصول الرأسمالية في الشركات الصناعية كنموذج لرأس المال الفكري في المؤسسات الصناعية الربحية، سعياً إلى تحديد العلاقة بين المعرفة المتوافرة في الشركات الربحية ونظرتها للمعرفة، وإبراز دور المعرفة كأحد الأصول الرأسمالية فيها، وكيف يمكن لهذه الشركات تنميتها والحفاظ عليها ومعالجتها. وكذلك تحديد دور إدارة المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية في هذه الشركات، وما هي التحديات التي تواجهها وما يتبعه ذلك من متطلبات على كافة المستويات، وكيفية تطبيق إدارة المعرفة لإعداد وتنمية رأسمالها الفكري وخاصة البشري بطريقة فعالة تسهم في رفع مستوى الأداء المؤسسي الذي سينعكس بطبيعة الحال على أرباحها، وكذلك القدرات المعرفية للأفراد في القطاع الصناعي. كما توضح الدراسة الآثار الإيجابية لتوافر المعرفة في المؤسسات الصناعية، وكذلك الآثار السلبية الناتجة عن عدم توافرها.

تتبع الدراسة المنهج الوصفي التحليلي لوصف وتحليل العلاقة بين المعرفة المتوافرة وتأثيرها على الأداء المؤسسي وزيادة الإنتاجية والربحية.

الكلمات المفتاحية: المعرفة، أصول المعرفة (الأصول المعرفية)؛ رأس المال الفكري؛ الميزة التنافسية؛ إدارة المعرفة؛ إقتصاد المعرفة.

1/ تمهيد

في ظل البيئة التنافسية غير التقليدية التي يشهدها القطاع الصناعي، أصبحت المعرفة والإبداع والمعلومات والخبرات المتنوعة هي الأصول الرأسمالية الأساسية في الاقتصاد الجديد وموارد قادرة على زيادة الثروة، بينما كانت الأصول المادية الملموسة كالأراضي والعمالة ورأس المال هي العوامل الثلاثة الأساسية للإنتاج في الاقتصاد القديم. وبالتالي فقد ظهر التحول من التركيز على الأموال بإعتبارها أهم الأصول في الشركات إلى المعرفة كأهم الأصول والموارد لنجاح الشركات. ولذلك فإن المعرفة هي الأصل الجديد، وهي عامل الإنتاج الأكثر أهمية والأصل الأكثر أهمية، وهي النوع الجديد من رأس المال القائم على الخبرات والأفكار والممارسات الأفضل (زرزون وعرابة، 2014).

لم يتفق الباحثون والعلماء حول تعريف واحد شامل للمعرفة، حيث يصعب تعريفها تعريفاً موحداً، وربما يرجع ذلك لطبيعتها وتعقيد مضمونها وتنوعها، فالمعرفة متغيرة بطبيعتها بحيث تضاف كل معرفة جديدة إلى المعرفة القديمة فتزيدها قيمة وخبرة وتوسعا بالمفاهيم، وبالتالي يمكن القول أن المعرفة الصحيحة والتنافسية في الوقت الحالي ليس بالضرورة أن تكون كذلك في المستقبل، فقد تأتي معرفة جديدة تتراكم عليها وتغير منها (مركز بحوث التطوير الإداري، 2010).

ونظراً للطبيعة غير الملموسة للمعرفة، فقد طرحت في المجتمع الأكاديمي مفاهيم مختلفة لمحاولة عرض وتحديد ظاهرة معينة للمعرفة. وعلى الرغم من أن الشركات الناجحة تدرك أن الإستثمار في المعرفة أمراً أساسياً يزيد من قدرتها على الإبداع والابتكار وتقديم منتجات وخدمات ذات قيمة عالية، إلا أن عملية تحديد وتقييم وإدارة الأصول الفكرية مهمة صعبة للغاية يواجهها المسؤولون في هذه الشركات (Meihami et al., 2014).

ولأن الشركات تعتبر كياناً اقتصادياً تستثمر فيه رؤوس الأموال وتتكون من مجموعة من الأصول، فعادة ما تصنف الشركات بناء على قيمة أصولها، حيث تقدم الشركات تقاريراً لشركائها أو مساهمها عن الأصول المادية والأصول المالية التي تمتلكها والإيرادات والأرباح، سواء في الماضي أو المتوقع. ولكن عندما يتعلق الأمر بقياس الأصول المعرفية فإن الأمر يكون من

الصعب قياسه بدون إدارة سليمة للأصول المعرفية. فقد أدى التراكم الهائل للمعلومات إلى وجود حاجة ماسة إلى تحديد وتنظيم وتقييم وإدارة هذه المعلومات وتسهيل الوصول إليها.

2 / الإطار المنهجي للدراسة:

1/2 مصطلحات الدراسة

تتضمن هذه الدراسة مجموعة من المصطلحات من أبرزها يلي:

1/1/2 المعرفة Knowledge

عرف قاموس أكسفورد المعرفة بأنها الحقائق والمعلومات والمهارات المكتسبة من خلال الخبرة أو التعليم، وهي الفهم النظري والتطبيقي الذي يمتلكه الشخص لأي موضوع (LEXICO).

كما يشير ODLIS أن المعرفة هي المعلومات التي تم فهمها وتقييمها من خلال الخبرات المختلفة بالإضافة إلى فهم الشخص لموضوع ما. وهي إما البيانات أو المعلومات التي تمت معالجتها وتنظيمها بحيث تعكس لمن يستقبلها الفهم، الخبرات، والعلم المتراكم لحل مشكلة ما أو لعمل نشاط معين. وإن استطاعت الشركات بشكل جيد تقدير معرفتها وإدارتها بشكل جيد فستتميز عن الكثير من الشركات في مجالها (Reitz, 2004).

2/1/2 إدارة المعرفة Knowledge Management (KM)

الإستراتيجيات والعمليات الرامية إلى تحديد واستخلاص، وهيكلة، وتأمين، وتفعيل، وتبادل الأصول الفكرية للمؤسسة لتعزيز أدائها وقدرتها على المنافسة. لأنه يقوم على نشاطين أساسيين: (1) استخلاص وتوثيق المعرفة الصريحة والضمنية الفردية، و(2) نشرها داخل المنظمة (Business Dictionary). وإدارة المعرفة هي أيضاً عملية صناعة ومشاركة واستخدام وإدارة المعرفة والمعلومات الخاصة بالمؤسسة (Girard, 2015). كما تم تعريف إدارة المعرفة بأنها الطريقة التي يتم بها تنظيم المعرفة واستخدامها أو دراسة كيفية تنظيمها واستخدامها بشكل فعال داخل المؤسسة (Cambridge Dictionary).

3/1/2 الأصول المعرفية Knowledge Assets

مصطلح "الأصول المعرفية" يشير إلى الموارد الفكرية المتراكمة للمؤسسة. وهي المعرفة التي تمتلكها المؤسسة والقوى العاملة لديها في شكل المعلومات والأفكار والتعلم والإدراك والذاكرة والأفكار والمهارات المعرفية والفنية والقدرات. تعد القوى العاملة، وقواعد البيانات

والوثائق والأدلة والسياسات والإجراءات والبرامج وبراءات الاختراع لدى الشركة هي مستودعات الأصول المعرفية الخاصة بالمؤسسة. ولا تمتلك المنظمة وحدها فقط الأصول المعرفية لكن أصول المعرفية توجد أيضاً عند عملاءها ومورديها وشركائها الآخرين.

الأصول المعرفية هي "معرفة الكيف/ المعرفة الإجرائية (كيفية عمل الشيء) Know how" المتاحة لدى المؤسسة للاستخدام، وللإستثمار، وللتنمو. ويعتبر بناء وإدارة الأصول المعرفية الخاصة بالشركة هو أحد المكونات الرئيسية للمؤسسة لخلق قيمة لأصحاب المصلحة وللمساعدة في الحفاظ على نجاح الأداء التنظيمي الكلي" (Baldrige Glossary).

4/1/2 رأس المال الفكري (المعرفي) Intellectual Capital (IC)

تعرف منظمة التعاون الإقتصادي والتنمية (OECD) رأس المال الفكري (IC) بأنه القيمة الاقتصادية لفتين من الأصول غير الملموسة هي رأس المال التنظيمي (الهيكلية) ورأس المال البشري.

"يعرف Ulrich رأس المال المعرفي بأنه مجموعة المهارات المتوافرة في المنظمة، التي تتمتع بمعرفة واسعة تجعلها قادرة على جعل المنظمة عالمية، من خلال تلبية متطلبات واحتياجات العملاء والفرصة التي تتيحها تكنولوجيا المعلومات" (صالح، 2009).

وهناك تعريف حديث لرأس المال الفكري IC، حيث يعرف بأنه مجموعة من الأصول المعرفية التي تمتلكها و/أو تسيطر عليها منظمة ما، وأهمها توجيه آليات خلق قيمة لأصحاب المصلحة الأساسيين للشركة المستهدفة، فالموارد المعرفية ليست فقط الأصول غير الملموسة للمنظمة، ولكن أيضاً تدمج هذه الأصول الملموسة مع المعرفة والأصول المعرفية كأساس للكفاءات التنظيمية. وبالمقارنة مع الموارد الملموسة للشركة، فالإستثمارات المتعلقة برأس المال الفكري وكفاءتها لا يمكن تحديدها ولا ذكرها في القوائم المالية (Ali pour, 2012).

5/1/2 الميزة التنافسية Competitive Advantage

الميزة التنافسية هي التفوق المكتسب من قبل منظمة ما عند إمكانية توفير نفس الخدمة أو السلعة التي يقدمها منافسيها ولكن بسعر أقل، أو يمكن أن تعرضها بأسعار أعلى في مقابل توفير جودة أفضل من خلال التمييز. فالميزة التنافسية هي نتاج مطابقة الكفاءات الأساسية إلى الفرص (Business Dictionary).

2/2 مشكلة الدراسة ومبرراتها

تمتلك أغلب المؤسسات للمعرفة ولكنها لا تستخدم إطلاقاً أو تستخدم بأسلوب غير ملائم، أو أن العاملين فيها لا يستطيعون إكتشافها والوصول إليها ولا تطبيقها، لأنهم لا يعرفون الوسائل الملائمة لذلك، مما ينعكس بالطبع على أداء منظومة المؤسسة، وعدم تحقيقها لأهدافها والتي من أهمها السعي إلى الربح، لهذا فإن الدراسة تركز على العلاقات بين المعرفة المتوافرة في الشركات وبين تحقيق أهداف المؤسسات الهادفة للربح التي من أهمها تحقيق الأرباح المالية ورفع مستوى الأداء المؤسسي.

3/2 أهداف الدراسة

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

1. توضيح دور المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية في المؤسسات الهادفة للربح.
2. التعريف بأهمية وإستخدامات المعرفة في المؤسسات الهادفة للربح.
3. تحديد العلاقة بين المعرفة المتوافرة في المؤسسات الهادفة للربح وتأثيرها على الأداء المؤسسي وزيادة الإنتاجية والربحية.

4/2 تساؤلات الدراسة

في ضوء الأهداف السابقة تسعى الدراسة إلى الإجابة عن التساؤلات التالية:

1. ما هو دور المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية في المؤسسات الهادفة للربح؟
2. ما أهمية وإستخدامات المعرفة في المؤسسات الهادفة للربح؟
3. ما هي العلاقة بين المعرفة المتوافرة في المؤسسات الهادفة للربح وتأثيرها على الأداء المؤسسي وزيادة الإنتاجية والربحية؟

5/2 مجال الدراسة وحدودها

تهتم الدراسة بتحديد العلاقة بين المعرفة المتوافرة في المؤسسات الربحية ونظرتها للمعرفة وإبراز دور المعرفة كأحد الأصول الرأسمالية للمؤسسات الصناعية. لذا تسعى الدراسة لتحقيق أهدافها.

6/2 منهج الدراسة

تتبع الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وذلك لوصف وتحليل مقومات إدارة المعرفة في المؤسسات الصناعية الغذائية الهادفة للربح للوصول إلى أهداف الدراسة.

3/ ماهية المعرفة

الأصل في كلمة (معرفة) أنها مشتقة من الفعل (عرف)، ومعرفة الشيء هي إدراكه بحاسة من الحواس (القاموس المحيط، 595). وعرف ODLIS المعرفة بأنها المعلومات التي تم فهمها وتقييمها في ضوء الخبرة ومن ثم دمجها في ثقافة صاحبها لفهم موضوع ما.

كما عرف قاموس المعاني المعرفة "بأنها حصيلة التَّعلُّم عبر العصور". ويعرف قاموس Webster المعرفة على "إنها كل ما يتم اكتسابه من خلال الخبرات العملية المختلفة، والفهم الواضح للأشياء، وهي كل ما يدركه أو يستوعبه العقل البشري، وهي حصيلة ما يتعلمه الإنسان خلال مراحل حياته المختلفة.

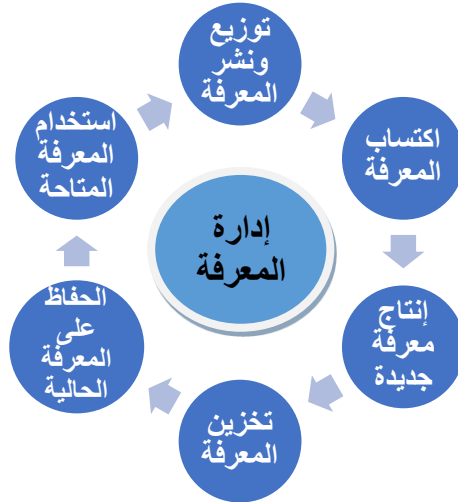
إن المعرفة لا تنشأ من فراغ، ولم تحدث فجأة؛ وإنما تكونت بمرورها بعدد من المراحل التي بدأت بمرحلة البيانات الخام، وأصبحت معلومات من خلال الربط والتنظيم مع بيانات أخرى، ثم تتحول المعلومات إلى معرفة عندما يتم تحليلها وربطها بمعلومات أخرى وتقارن بما هو معلوم بالفعل، ثم تدرجت حتى وصلت إلى مرحلة المعرفة المبتكرة من خلال تاريخ طويل للمجتمعات الإنسانية كنتيجة لمحاولات الإنسان حل المشكلات أو تحسين الأوضاع التي يواجهها في حياته اليومية، وهذه المراحل تمتاز بأنها عمل جماعي ينتقي من الواقع بعض أجزائه فينظمها ويعبر عنها بطريقته الخاصة، وهذا يقودنا إلى التعرف على ضرورة المعرفة أو أهميتها للمؤسسات (العريشي و مددين، 2016، 30).

وقد أوضحت بوران (2016، 22) أن المعرفة هي مزيج من البيانات والمعلومات التي يتم الحصول عليها من خلال التعلم والممارسة، وهي ناتج نشاط وعمل العقل الإنساني والتي يتم تنظيمها من خلال جمعها وتقاسمها ونشرها وتوليدها مما يجعلها تركيبة فريدة ومعرفة جديدة تتيح للأفراد والمؤسسات إيجاد أوضاع جديدة ومصدر أساسي لتحقيق الميزة التنافسية. فهي ليست فقط عملية التقاط البيانات ومعالجتها وتفسيرها لتكون معلومات مفيدة وإنما هي كل ما

يتعلق بخبرات المؤسسة التي يمكن الاشتراك بها مع أیه جهة (الزعبی، 2011). فالمعرفة توليفة من المعلومات والخبرات والتجارب والأحكام، إلى غير ذلك من عناصر ذاتية ومكتسبة (ياسین، 2007). ومن هنا فإن المعرفة التي يمتلكها الأفراد يجب أن يتم تنميتها بتعلم معرفة جديدة للاستفادة منها لتحقيق أفضل أداء باعتبارها العمود الفقري لأي مؤسسة تسعى للتميز والتفرد وذلك لان المعرفة هي المصدر الأساسي للقيمة.

ويمكن أن نستخلص مما سبق أن المعرفة هي مزيج من الخبرات والمعارف والتجارب والمهارات والقيم والمعلومات والحكمة البشرية التي تشكل الأصول الفكرية للأفراد العاملين بأي مؤسسة. كما إنها تعتبر من أهم الموارد الحيوية للمؤسسات إلا إنها لا توجد في مكان واحد بالمؤسسة، لذلك يجب علينا تجميع هذه المعارف المتناثرة وترتيبها وتنميتها وتطويرها وصيانتها والاستفادة منها لتطوير المؤسسة. ونظرا لأهمية المعرفة لذلك فإن إدارة المعرفة في الوقت الحالي أمرا ضروريا وحتميا لجميع المؤسسات التي تسعى إلى التقدم والتميز والتفوق. ويوضح الشكل رقم (1) العمليات المختلفة لإدارة المعرفة.

الشكل رقم (1) عمليات إدارة المعرفة



3/ المعرفة وإنتاجية المؤسسة

تتميز المعرفة بأنها مادة التي لا تستهلك بالإستخدام وإنما تنمو وتزيد بالإستخدام، كما أن المعرفة التي يمتلكها العاملون تؤثر تأثيراً مباشراً على أداء المؤسسة وإنتاجيتها وفعاليتها، لذلك يجب الاهتمام والتركيز على رأس المال الفكري حيث يمثل العنصر البشري أحد العناصر الأساسية والفعالة في بناء المعرفة وتطويرها، ويعتمد فشل أو نجاح المؤسسات اعتماداً أساسياً على الأفراد العاملين في المؤسسة وقدراتهم، وبما أن المعرفة اليوم سلاح المنافسة الأكثر فاعلية، فإن رأس المال الفكري يعد سلاحاً تنافسياً فاعلاً في ظل اقتصاد المعرفة. يُفهم رأس المال الفكري عمومًا على أنه المحرك الأكثر أهمية بدلا من الأصول الملموسة لتحسين القدرة التنافسية للشركات وتوليد القيمة في إقتصاد المعرفة (Xu & Liu, 2020).

كما تتميز المعرفة عن غيرها من الثروات بأن المشاركة فيها لا تنقصها، فالشخص الذي يمتلك المعرفة ويشارك بها غيره ستبقى معرفته لديه، في حين أنه يضيف إلى معرفة غيره، هذا في الحد الأدنى، والمتوقع أكثر من ذلك؛ فإن المشاركة المعرفية بينهما ستضيف قيمة جديدة لمعرفة كل منهما (العريشي و مديين، 2016، 35).

ومن هنا فإن المعرفة هي الأصل الأحدث لعوامل الإنتاج الذي يعترف به كمورد أساسي لإنشاء الثروة، كما أنها مصدر التنافسية للمؤسسة، فالاقتصاد التقليدي قام أساساً على افتراض عوامل الإنتاج: الأرض - عمل - رأس المال، وبالتالي فهي كانت العوامل الأساسية التي تنشئ الثروة، أما في الوقت الراهن، فإن الاقتصاد أعطى أولوية خاصة للمعرفة على عوامل الإنتاج الأخرى فأصبحت العامل الأكثر أهمية والأصل أكثر قيمة، وهي النوع الحديث لرأس المال القائم على الأفكار والخبرات، والمهارات والممارسات الأفضل إنه "رأس المال الفكري" (تجليل وطباييبة، 2011).

لقد أصبحت المعرفة أداة قوية للتنافس بين الشركات (Shih et al., 2010) فالشركات الناجحة لا تحقق مكاسبها اعتماداً على الأصول الملموسة فقط، بل تعتمد بشكل أساسي على الأصول غير الملموسة وخلق المعرفة باعتبارها أحد أهم الموارد الرئيسية لنجاحها (Guthrie, 2001). (كما ذكرت في Shahpasand et al., 2013).

لقد أصبحت هناك ضرورة ملحة لدى المؤسسات إلى معرفة كيفية إدارة رأس المال الفكري بشكل فعال أمراً حيوياً، لا سيما في القطاعات الصناعية ذات الطبيعة الخدمية وغير التصنيعية، حيث أن هذه القطاعات تمتلك من الأصول غير الملموسة أكثر من الأصول المادية أو الملموسة (Bontis and Fitz-enz, 2002) (كما ذكر في Zeglat & Zigan, 2013)، وبالتالي فإن المؤسسة يجب تنبته للمعرفة المتوافرة لديها التي تمثل مجموعة من الخبرات والمهارات والقيم والمفاهيم والمعلومات بحيث يتم تنظيمها ومعالجتها سواء كانت المعرفة ظاهرة أو غير ظاهرة، وبالتالي تصبح قابلة للاستخدام في حل المشاكل والظروف التي تواجه المؤسسة من خلال صياغة الخطط وتنفيذها ورقابها (الظاهر، 2011). ويجب على المؤسسة أن تساعد الأفراد الذين يمتلكون المعرفة على تنميتها بتعلم معرفة جديدة للاستفادة منها لتحقيق أفضل أداء للمؤسسة. ومن هنا يتبين أن المعرفة أصبحت عنصراً أساسياً يميز المؤسسة الناجحة عن غيرها من المؤسسات، وأصبح ينظر إليها على أنها العنصر الأساسي في خلق الثروة وتوليد القوة للمؤسسة. لقد أصبحت المعرفة اليوم تسبق رأس المال والأرض والعمل في الأهمية.

والمعرفة ليست فقط مجرد أداة في عمليات بناء وتنمية القدرات التنافسية للمنظمات والمؤسسات، بل أصبحت أيضاً عنصراً هاماً من عناصر المنافسة. فالمعرفة هي الثروة الحقيقية للمؤسسات كما هي بالنسبة للأفراد والشعوب والمجتمعات، لذا ينبغي على المؤسسات النظر إلى المعرفة كمورد أساسي وأصل رئيسي هام وحيوي من أصول المؤسسة. وهذا يعني أن هذه المؤسسات في أمس الحاجة إلى إيجاد طرق سليمة لإدارة الأفكار والخبرات التي تمتلكها (مطيران، 2007)، حيث تعتبر المعرفة هي الجزء الأهم من حقل إدارة المعرفة، ونظم إدارة المعرفة، والفهم الصحيح للمعرفة سيتضمن فهما صحيحا للمداخل والتقنيات في إدارة المعرفة، في المنظمات والمؤسسات العامة والخاصة، كما سيكون خطوة استباقية مهمة لبلورة استراتيجية التحول إلى مجتمع المعلومات والمعرفة (ياسين، 2007). وعادة ما يكون تطبيق المعرفة أكثر أهمية من المعرفة ذاتها حتى تتمكن المؤسسة من تحقيق أهدافها وضمان استمرارها وبقائها في السوق مقارنة بمنافسيها.

في ظل الاقتصاد القائم على المعرفة، أصبحت المعرفة هي الأصل الجديد للمؤسسة وهي أحدث عوامل الإنتاج الذي يعترف بها كمورد أساسي لتوليد الثروة، والإرتقاء بمستوى

المعيشة والأكثر أهمية من عوامل الإنتاج التقليدية. كما إنها المصدر الرئيسي لاستمرارية الميزة التنافسية للمؤسسة. ومن هنا فقد أصبحت إدارة المعرفة عنصراً حيوياً رئيسياً لا غنى عنه في نجاح المؤسسات، لذلك لا بد من التركيز على اقتناء المعرفة وتنظيمها وتبادلها في داخل المؤسسة بما يوفر لها ميزة في العمل واستثمارها لتحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة وإضافة قيمة لها، فلا قيمة للمعرفة إلا عند استخدامها والانتفاع بها، وتعد المعرفة ذات القيمة بلا شك تزيد من ثروة المؤسسة إذا ما أحسن إدارتها والانتفاع بها لتحقيق الميزة التنافسية، فهي تعد الحراك الأساسي للإنتاج.

تحظى الميزة التنافسية المستدامة باهتمام كبير، والذي يساعد المؤسسة للوصول إلى وضع تنافسي جيد من خلال استخدام مواردها الملموسة وغير الملموسة بشكل فعال وإن امتلاك رأس مال فكري ذو قيمة كبيرة، يمكن المؤسسة من تحقيق أهدافها. كما يتضمن رأس المال الفكري أصولاً معرفية يمكن أن تدر أرباحاً للمؤسسة وتحسن القدرة التنافسية (Obeidat, U., Obeidat, B., Alrowwad, A., Alshurideh, M., Masadeh, R., & Abuhashesh, M. 2021).

من خلال ما سبق يمكن أن نستخلص ما يلي:

- 1- أن المعرفة أصبحت عنصراً من عناصر المنافسة في المؤسسات.
- 2- أن المؤسسات الأكثر اعتماداً على المعرفة بدأت في التخلص من أعباء امتلاك الأصول الملموسة والتقليل من المباني والتجهيزات المكتبية ومستلزمات التخزين وغيرها من الأصول الملموسة.
- 3- تتجه المؤسسات نحو امتلاك المزيد من الأصول غير الملموسة (رأس المال الفكري وخاصة البشري) المتمثلة في المعلومات، والأرقام والمعرفة المخزنة في الحاسبات وفي شبكة الإنترنت الداخلية والخبرات والمهارات التي يمتلكها العنصر البشري.
- 4- أن قوة المعرفة في عصر التكنولوجيا تكمن في تطبيقها واستخدامها في مجالات متعددة.
- 5- تمثل المعرفة المتزايدة والمتراكمة الثروة الحقيقية للمنظمات وهي تتشكل من رأس المال الفكري.

4/ أهمية المعرفة وأسباب اهتمام المؤسسات بها

ووضح عبيد (2017) "أن المعرفة أصبحت مصدراً رئيسياً لتحقيق التفوق، وأن الحاجة إلى الاهتمام بالمعرفة وإدارتها قد أصبح مطلباً رئيسياً. فالمعرفة ينظر إليها الآن على أنها "حقل مستقل يجب أن يعالج بمنهجية علمية واضحة، وغدت النظرة إلى المعرفة - رغم أنها غير ملموسة في أحيان كثيرة على أنها ذات قيمة كبيرة، وتعتبر من الأصول الاستراتيجية" (كرمالي، 2005، 55). ومن هذا الاهتمام بالمعرفة في المؤسسات يمكن أن الخروج بالمشورات التالية:

1. ترجع أهمية المعرفة في المؤسسات نظراً لأنها أصبحت أساساً لخلق ميزة تنافسية داخل المؤسسات وهي أيضاً أساس لتطور ونضج المؤسسة. كما إنها تستخدم في تطوير وتوليد أفكار جديدة بدون تكلفة مادية إضافية.
2. لإدارة المعرفة أهمية في خفض التكاليف، كما تعد أداة لاستثمار رأس مالها الفكري وأداة لتشجيع القدرات الإبداعية لمواردها البشرية، لخلق معرفة جديدة تساهم في تقديم منتجات وخدمات جديدة تحقق من خلالها ميزة تنافسية للمؤسسة.
3. أن المعرفة هي الثروة الحقيقية للمؤسسات كما هي بالنسبة للأفراد والشعوب والمجتمعات وهي بالتالي أداتها الحيوية في القيام بوظائفها ومباشرة أنشطتها من أجل تحقيق أغراضها وغاياتها التي وجدت من أجلها.
4. تكمن أهمية المعرفة في كونها المورد الوحيد الذي لا يخضع لقانون تناقص الغلة وأنها لا تعاني من مشكلة الندرة باعتبارها المورد الوحيد الوافر الذي ينمو بالتراكم ولا يتناقص بالاستخدام (العلي، وآخرون، 2009:26) (كما ذكر في الزطمة، 2011).
5. "تبرز أهمية المعرفة لمؤسسات الأعمال ليس في المعرفة ذاتها، وإنما فيما تشكله من إضافة قيمة لها أولاً، وفي الدور الذي تؤديه في تحول المؤسسة إلى الاقتصاد الجديد المعتمد على المعرفة ثانياً والذي بات يعرف باقتصاد المعرفة" (بوران، 2016، 36).
6. إزداد إدراك المؤسسات بأن المعرفة تعد مورداً أساسياً لخلق ميزة ومنفعة، في حال تم استغلالها استغلالاً جيداً، وتسييرها واستعمالها وتخزينها، تسييراً واضحاً وفعالاً.

7. إهتمت المؤسسات بتبني مجموعة من الأدوات والاستراتيجيات والنماذج التي تختص بتسيير المعرفة، بحيث أصبحت تشكل مرحلة جديدة في التحول الضروري للمؤسسات في مواجهة محيط تنافسي موصوف بالنمو والتطوير والجودة العالية والاستجابة السريعة، وهي جملة عناصر تأتي ضمن ضروريات التنافسية (عبيد، 2017).
8. هناك أهمية كبيرة لإدارة المعرفة تتمثل في: أن توليد المعرفة الجديدة والمفيدة وتخزينها وتوزيعها وتطبيقها تسهل من العمل داخل المؤسسة.
9. أن وجود فريق متخصص لانتقاء المعرفة والتشجيع على استثمارها فضلا عن مشاركة العاملين وتفاعلهم ووجود قيادة فعالة تقود تلك العمليات لإحداث التناسق والتناغم فيما بينها يؤدي إلى تقليل التكاليف الإجمالية للعمل عن طريق تقليل تكاليف الهدر والمنتجات المعيبة ورفع مردودات المبيعات (زودة، 2013-2012).
10. يجب على المديرين بأي منظمة أو مؤسسة تشجيع العاملين باستمرار على استخدام المعرفة بكفاءة. فإذا نجحت المؤسسة في نشر استخدام المعرفة بين العاملين فهذا يعني أن إدارة المعرفة لديها ناجحة وفعالة.

5/ إدارة المعرفة ورأس المال الفكري ترادف أم تكامل أم اختلاف؟

هناك تحولات عديدة حدثت في السنوات القليلة الماضية أثارت اهتمام المتخصصين في علوم الإدارة من بينها زيادة الاعتماد على رأس المال الفكري وإدارة المعرفة الذين أصبحا يمثلان نسبة عالية جدا من القيمة الإجمالية لمنظمات الأعمال تصل إلى 90% من إجمالي القيمة السوقية لمنظمة الأعمال، ولذلك فقد تحول تركيز المتخصصين في علوم الإدارة من تنمية الموارد المالية فقط إلى تنمية الموارد الفكرية بشكل كبير. لقد أصبح رأس المال الفكري وإدارة المعرفة متلازمان عند الحديث عن تطوير المؤسسات وحظيا باهتمام متزايد من جانب منظمات الأعمال لتبني مفهومي رأس المال الفكري وإدارة المعرفة (زودة، 2013-2012) باعتبارهما يؤثران بشكل كبير مع المركز المالي على المركز العام للمؤسسة وقدرتها التنافسية والابتكارية.

تقوم فكرة إدارة المعرفة على التركيز على المعرفة التي يمتلكها الأفراد العاملون في المؤسسات وذلك باعتبارها أكثر الموارد قيمة داخل المؤسسة، وأن العاملين بها يعتمدون على

المعرفة التي يمتلكونها أكثر من اعتمادهم على مهاراتهم العلمية، لذلك فإن توليد المعرفة واستخدامها وتشاركها بين العاملين أصبحت من الأنشطة الهامة والضرورية التي يمارسها الأفراد داخل المؤسسة. كما ستساعد إدارة المعرفة في تحسين عملية اتخاذ القرار وتنفيذه بشكل أفضل والفهم الأعمق لوظائف العاملين والتعاون الأمثل مع الزملاء بفاعلية والقدرة على الإبداع وابتكار طرق وأساليب جديدة للعمل وتلبية احتياجات العملاء من خلال تقديم منتجات وخدمات جديدة تتناسب مع ذوقهم بالإضافة إلى زيادة إنتاجية المؤسسة وتحسينها وخفض التكاليف وتحسين المنتجات والخدمات.

1/5 إدارة المعرفة Knowledge Management

وعلى الرغم من وجود العديد من الدراسات والكتابات العربية والأجنبية التي إهتمت ببحث وتحليل مفهوم إدارة المعرفة ورأس المال الفكري إلا أنه لم يتم التوصل إلى تعريف واحد شامل دقيق للمصطلحين حتى الآن، وسوف نتناول بعض منها في هذا الفصل.

وكما ذكر الزطمة (2012) فإن تشاو (Chaou, 2005:26) يرى أن إدارة المعرفة هي: "عملية يتم بموجبها استخراج واستثمار رأس المال الفكري الخاص بالمؤسسة، بهدف الوصول إلى قرارات تتصف بالكفاءة والفعالية والابتكارية من أجل إكساب المؤسسة ميزة تنافسية والحصول على ولاء والتزام العملاء".

وقد عرف Kambiz et al. (2018) إدارة المعرفة بأنها العملية المتعلقة بتنظيم وتوليد وتشارك وتدقق المعرفة داخل المؤسسات (Lin 2014). وقد استنتج العديد من الباحثين والمهنيين أن إدارة المعرفة يجب أن تساهم بشكل فعال في خلق معرفة جديدة من أجل اكتساب واستدامة الميزة التنافسية، وبالتالي فإن اكتساب المعرفة بنجاح في عمليات الإدارة له تأثير على الإبداع والابتكار في المؤسسات (Kaklauskas, Kanapeckiene 2005).

كما عرفت إدارة المعرفة بأنها "مجموعة من الأنشطة والعمليات التي تساعد المؤسسات على توليد المعرفة والحصول عليها واختيارها واستخدامها وتنظيمها ونشرها والعمل على تحويل المعرفة بما تتضمن من بيانات ومعلومات وخبرات واتجاهات وقدرات إلى منتجات (سلع أو خدمات) واستخدام مخرجات إدارة المعرفة في صناعة القرارات وحل المشكلات ورسم عمليات التعلم وبناء منظومة متكاملة للتخطيط الاستراتيجي" (بوران، 2016، 53).

وفي الوقت الذي يمكن فيه وصف المعرفة بأنها المعلومات، مع ضرورة إدراك كيفية استخدامها (Mayo, 2001)؛ يُعرّف (Mårtensson, 2000) إدارة المعرفة بأنها قدرة الشركة على إدارة رأسماليها والتحكم فيه. لذا يمكن تعريف رأس المال الفكري بأنه المعرفة التي يمكن تحويلها إلى ربح من خلال استغلال الموارد غير المالية وغير المادية للشركة (Sullivan, 1999). كما ذكرت (Avci and Nassar, 2017).

وتشتمل إدارة المعرفة على عنصرين أساسيين لتدفق التعلم التنظيمي ومخزون رأس المال الفكري (Bontis, 1999). بالإضافة إلى ذلك، يعتقد أن كلا من إدارة المعرفة ورأس المال الفكري له تأثير على الآخر بشكل ما، والعلاقة بينهما لها أهمية حيوية للتنظيم الفعال (Shih et al., 2003; Zhou and Fink, 2003; Rastogi, 2000; al., 2010; Serenko et al., 2010). إنه على الرغم من أن المفاهيم الأساسية في مجال إدارة المعرفة/ رأس المال الفكري موجودة منذ أكثر من عقد من الزمان، إلا أن وجهات النظر متعددة التخصصات في هذا المجال تجعل منه مجالاً جذاباً ومثمراً للأبحاث (كما ذكر في (Seleim and Khalil, 2011)).

ومن ثم، فإن إدارة المعرفة غالباً ما تُعرف كمصدر رئيسي للإبداع والابتكار وتعتبر أيضاً ضرورة للإبداع في المؤسسات. كما يعتبر رأس المال الفكري أحد القدرات التنظيمية الهامة التي يمكن أن تساعد المؤسسات على إنتاج وتوليد المعرفة وإدارتها وأيضاً التنافس المستدام للمؤسسات الأخرى (Shahpasand et al., 2013).

2/5 رأس المال الفكري Intellectual Capital

في الواقع، يوجد عدد قليل من الدراسات عن رأس المال الفكري في المنطقة العربية مثل (Sharabati et al., 2010; Seleim et al., 2004) حيث أكد الباحثون إن هناك حاجة لمزيد من الدراسات والبحوث لتعميمها في مختلف البلدان والصناعات.

لقد اختلفت الدراسات في تعريف رأس المال الفكري والمعرفة. حيث يرى البعض إن المعرفة هي مجرد جزء من رأس المال الفكري، بينما يرى آخرون أن المصطلحين مترادفين ويجب التعامل معهما كأنهما مصطلح واحد. وأن هذه المعرفة تمثل قيمة كبيرة في الاقتصاد العالمي في الوقت الحالي. ويعتبر رأس المال الفكري المصدر الأساسي للميزة التنافسية، والعامل المؤثر في

نجاح العديد من الصناعات. وأن رأس المال الفكري والمعرفة هما الثروة الحقيقية للمؤسسات وللدول، لذلك يجب على المؤسسات تعزيز هذه الثروة وتنميتها.

وهنا يمكن القول أن رأس المال الفكري هو المعرفة التي يمكن تحويلها إلى أرباح وتوظيفها وإستثمارها بشكل صحيح لصالح المؤسسة لتحقيق المنفعة، حيث أن المعرفة هي ليست بيانات يتم تحويلها إلى معلومات بل هي مزيج من الخبرات المتراكمة والقيم والمعلومات المجمعة بهدف تفعيل أو إعادة استخدام المصادر المعلوماتية المتنوعة داخل الشركة بكفاءة وفاعلية. وأن رأس المال الفكري هو المعرفة الموجودة بالمؤسسة والتي تضفي قيمة أو أرباح للمؤسسة في صورة منتج جديد أو خدمة جديدة أو ابتكار أو براءات إختراع.

ويبدو أنه لا يوجد تعريف موحد لرأس المال الفكري يمكن قبوله بشكل عام. "إنه من الصعب تعريف رأس المال الفكري بسبب طبيعته غير المرئية وغير الملموسة والحيوية (Zhou and Fink, 2003, p. 37). وبالرغم من هذا، تنطلق العديد من التعريفات من فكرة أن رأس المال الفكري يستند إلى مجموعة من الأصول غير الملموسة المتعلقة بالمعرفة الموجودة في المؤسسات (كما ذكر في Bailoa, 2017).

ولقد تطور مفهوم رأس المال الفكري بين العديد من التخصصات الأكاديمية المختلفة كما أصبح مجال متعدد التخصصات (Marr, 2007)، وقد يكون ذلك السبب وراء عدم وجود تعريف واحد لرأس المال الفكري (Scafarto et al., 2016). ويرجع عدم وجود اتفاق على تعريف واحد لمصطلح رأس المال الفكري نظرا للحدثة النسبية للمفهوم ومازال يكتنفه الكثير من الغموض وعدم الوضوح. كما إنه مصطلح معقد وتوجد وجهات نظر عديدة حول مفهومه وعناصره وتركيبته وخصائصه والدور الذي يلعبه داخل أي مؤسسة. وتتشكل قيمة المؤسسة من ثلاثة عناصر رئيسية هي (النشر، 2012):

1. رأس المال البشري (Human Capital (HC))؛ وهو المعرفة المختزنة في عقول العاملين بالمؤسسة، مضافاً إليها الخبرات والمهارات التي اكتسبها طوال فترة حياتهم المهنية كل حسب المهام التي يؤديها في المؤسسة.

2. رأس المال الهيكلي (Structural Capital (SC))؛ وهو كل مكونات البنية التحتية للمؤسسة التي تسهم في تحقيق أهدافها وما يتضمن ذلك من هياكل إدارية ونظم وأجهزة وبرمجيات ومباني وخطوط إنتاج... الخ.

3. رأس المال الخاص بالعلاقات مع العملاء (Customer Capital (CC))؛ وهو عبارة عن تعريف المتعاملين مع المؤسسة بما تقدمه من منتجات وخدمات وأنشطة، ومدى رضا المتعاملين مع المؤسسات عنها، حيث يعد التعرف على العملاء وما يحتاجونه ومدى رضاهم عما تقدمه المؤسسة عاملاً أساسياً لخلق قيمة مضافة للمؤسسة.

ونظراً لتزايد دور رأس المال الفكري في الآونة الأخيرة حتى أصبح موضوعاً أساسياً في الإدارة على المستوى العالمي والعربي معاً، ولأهمية العنصر البشري كرأس مال في المؤسسة، فقد حدد الزعبي (2011) مجموعة من العناصر التي يجب على إدارة المؤسسة أن تنتبه إليها، وهي:

- 1- أن تحدد بدقة نوع المعرفة التي تمتلكها.
 - 2- أن تتعرف على مناطق أو مكامن هذه المعرفة.
 - 3- ضرورة تقييم المعرفة التي تمتلكها لكي تحدد أين تقف منها.
 - 4- تبني وتنمي الأطر المعرفية التي تمتلكها وتنظم استخدامها وتحافظ عليها.
- وإن الشركة التي لا تعرف جيداً حدود معارفها قد تخسر كثيراً نتيجة لعدم استخدامها هذه المعارف في نشاطها.

وذكر (Ibarra Cisneros and Hernandez-Perlines, 2018) على الرغم من تعدد التعريفات لمفهوم رأس المال الفكري إلا إنه لا يوجد تعريف متفق عليه بل هي مجموعة من الخصائص المكررة في كل هذه التعريفات (Petty and Guthrie, 2000; Vidotto et al., 2017). لذلك تم تعريف رأس المال الفكري على أنه جميع الأصول غير الملموسة والمعرفة - مثل الخبرة العملية Know-how، والمهارات والخبرات المهنية، وخدمة العملاء، والمعلومات، وقواعد البيانات، الهياكل التنظيمية، والمؤسسة - التي يتم توظيفها بكفاءة لخلق قيمة وأداء اقتصادي متميز واكتساب ميزة تنافسية، (Lynn and Dallimore, 2004; Sullivan and Edvinsson, 1996; Youndt et al., 2004)

يمكن تعريف رأس المال الفكري بأنه "القيمة الاقتصادية" لثلاث فئات من الأصول غير الملموسة للشركة- والتي تشتمل على رأس المال البشري ورأس المال الهيكلي ورأس المال الخاص بالعلاقات مع العملاء بشكل عام (Meihami et al., 2014).

ويعرف رأس المال الفكري باعتباره المصدر الرئيسي للميزة التنافسية (Barkat and Beh, 2018) وأن القيمة الحقيقية لأية مؤسسة إنما تكمن في رأسمالها الفكري أو أصولها المعنوية، حيث يمثل رأس المال الفكري رأس المال الحقيقي للمؤسسة في العصر الحالي.

وذكر (Meihami et al., 2014) أن رأس المال الفكري يشير إلى جميع الأصول المعرفية المتاحة في أي مؤسسة والتي تضمن نشاطها الدائم بالإضافة إلى اكتسابها الميزة التنافسية (Anderson, 2004)، وقد عرف بعض الباحثين رأس المال الفكري باعتباره مورد، بينما يعتقد البعض الآخر أنه مورد غير ملموس، ولكن يرى آخرون أن رأس المال الفكري هو المعرفة. ومع ذلك، فإنه على المستوى التنظيمي لم يتم توضيح طبيعة هذا المفهوم (Lentjušenkova and Lapina, 2016). فإن رأس المال الفكري لا يرتبط بالأصول المادية أو الملموسة، فهو يمثل مهارات العاملين ومعلوماتهم وخبراتهم ومهاراتهم التي تساعد على توليد أفكار جديدة تتعلق بالتطوير مما يضمن البقاء للشركة في ظل بيئة تتسم بالتغير السريع.

ويقوم رأس المال البشري على توليد الإبداع والابتكار- سواء كان ذلك لمنتجات أو لخدمات جديدة أو لتحسين الإجراءات والعمليات التجارية (Shahpasand et al., 2013). يعتبر رأس المال الفكري هو المعرفة المتراكمة والأفكار والإبداعات والابتكارات وحكمة العاملين بالشركة (Bailoa, 2017).

يعد رأس المال الفكري من الموضوعات الإدارية والمجاسيبية المعاصرة، حيث أدركت بعض الشركات أن القيمة الحقيقية التي تمتلكها هي رأس المال الفكري الذي يعد أكثر أهمية من رأسمالها المادي باعتباره المحرك الأساسي في توجيه موارد الشركة الأخرى، إذ أن عملية خلق الثروة لم تعد تعتمد على الجهد العضلي بل على الطاقات الفكرية والذهنية لاسيما في ظل عصر المعلوماتية، إذ أن التوسع في مجال الاتصالات وتقنية المعلومات وصناعة المعلومة تتطلب المزيد من الاهتمام المعرفي وأصبح الإبداع هو سمة العصر الحالي. أي أن بمعنى آخر أن رأس المال الحقيقي الذي تمتلكه الشركة هو رأس المال الفكري القيمة السوقية الحقيقية للشركات تعتمد

على ما تمتلكه من رأس مال فكري وأن المصدر الأساس لهذا الرأس مال هو المورد البشري، ويعرف رأس المال الفكري على أنه " المعرفة التي يمتلكها شخص امتلاكاً يخوله الاستفادة منها (زودة، 2012-2013).

لقد ركزت العديد من الدراسات والأبحاث التي تناولت رأس المال الفكري على أنواع الأصول غير الملموسة الموجودة في الشركات، بينما ركزت الدراسات الخاصة بإدارة المعرفة على الآليات التي يمكن من خلالها التحكم في هذه الأصول وإدارتها مما يحقق أهداف الشركة وخلق ميزة تنافسية .

عند طرح مصطلح "الأصول غير الملموسة"، يتجه النظر كثيراً إلى الأصول واستخداماتها في صناعة المنتجات. كما يركز تعريف "الموارد أو الأصول غير الملموسة" على استخدام المعرفة. على سبيل المثال، يعتقد Cohen and Levinthal (1990) أن الموارد غير الملموسة هي القدرة على حل المشكلات، وإدراك أهمية المعلومات، وكيفية تطبيق المعرفة للأغراض التجارية. (Lentjušenkova & Lapina, 2016)

وتمثل الأصول غير الملموسة مثل المعرفة ورأس المال الفكري الآن جزءاً كبيراً وفعالاً من استدامة المؤسسات، وفي كثير من الحالات يكون لها قيمة أكبر من القيم الحسية والمادية، وهذا بسبب ازدياد المنافسة في مجال الأعمال والذي يتطلب المزيد من الإبداع والابتكار في المنتجات مع جودة أعلى، والتي تعتمد بشكل متزايد على المعرفة ورأس المال الفكري. لذلك، فإن رأس المال الفكري هو مجال للبحوث العلمية التي تظهر عند الانتقال إلى ما يسمى اقتصاد المعرفة (Bailoa, 2017).

ورغم تزايد الاهتمام بالأصول الفكرية غير ملموسة مقارنة مع الأصول المادية الملموسة، فإنها تمثل الأصول المركزية في ميزانية الشركات في ظل عصر المعرفة اما الأصول المادية فهي أصول ثانوية، إلا أن هناك صعوبة في قياس وتقييم هذه الأصول، فهي تنسم بالتعقيد وعدم التأكد مثل رأس المال الخاص بالعلاقات مع العملاء، ورأس المال الهيكلي، ورأس المال البشري وهي ما تعتبر عناصر رأس المال الفكري (زلمات، 2016-2017).

ولقد أشار Scafarto et al., (2016) أن كل من الموارد الملموسة وغير الملموسة تعد بمثابة أصول استراتيجية. ومع ذلك، ففي "عصر المعرفة" الحالي، فإن المورد الوحيد الذي يتوافق مع المواصفات السابقة بشكل كبير هو رأس المال غير الملموس (القائم على المعرفة)، وذلك نتيجة لإن الأصول الملموسة المادية مثل الممتلكات والمنشآت والمعدات والتكنولوجيات المادية يمكن تقليدها بسهولة واستبدالها، كما يمكن شراؤها وبيعها في السوق المفتوحة (Riahi-Belkaoui, 2003; Roos and Roos, 1997).

وقد أشار عثمانى و مناصرية (2016) إلى أن الموارد غير الملموسة أصبحت ذات قيمة حقيقية للمؤسسة، وقد ازداد الوعي بأهمية هذا المورد التنظيمي الذي يمثل المعرفة الموجودة في المؤسسة، والتي لها التأثير الكبير في إعطاءها قيمة حقيقية وميزة تنافسية عالية، وأصبح يطلق على هذه الموارد إثم رأس المال الفكري الذي أصبح اليوم أحد أهم عوامل نجاح المؤسسات.

من التعريفات السابقة يمكن استنتاج مجموعة من العناصر تكون رأس المال الفكري وتبين أهميته في المنظمة، كما يلي:

- 1- يعد رأس المال البشري (المواد البشرية) في المنظمة المكون الأساسي لرأس المال المعرفي.
- 2- يؤثر الهيكل التنظيمي للمنظمة سلباً أو إيجاباً على رأس المال البشري حيث يساعده على الابتكار والتطوير إذا كان جيداً أو يعيقه عن ذلك إذا كان غير مناسب.
- 3- يؤثر رأس المال المعرفي على مكانة المنظمة في المجتمع.
- 4- تتأثر متطلبات واحتياجات عملاء المنظمة برأس المال المعرفي الذي يكمن في المهارات المتوفرة لدى العنصر البشري في المنظمة.
- 5- تساعد تكنولوجيا المعلومات في إتاحة فرص أفضل للتعامل مع رأس المال المعرفي في المنظمة.

وفي ضوء هذه التعريفات تعددت الدراسات التي تناولت رأس المال الفكري وأهميته ودوره وتأثيره على الأداء المؤسسي وزيادة الربحية. وتعد دراسة (Pulic, 1998) أول دراسة تجريبية لرأس المال الفكري لقياس مدى تأثيره على الأداء المؤسسي.

3/5 العلاقة بين إدارة المعرفة ورأس المال الفكري

تعد إدارة المعرفة ورأس المال الفكري من المفاهيم الحديثة في مجالات الفكر الإداري. وهي عبارة عن عملية لمعالجة المشاكل والمواقف التي تعترض أنشطة المؤسسة. كما أنها تمثل الموجودات غير المنظورة في المؤسسة، ونجد أن لها أهمية كبرى فيما بتخفيضها للتكاليف وتنسيق أنشطتها ومساعدتها في استثمار رأس مالها الفكري (الطاهر، 2011).

على الرغم من كثرة وتعدد الإنتاج الفكري في مجال إدارة المعرفة، إلا إن العلاقة بين إدارة المعرفة ورأس المال الفكري حتى الآن غير واضحة وغير مفهومة بشكل جيد وهناك حاجة إلى مزيد من البحوث في هذا المجال (Ansari, 2016)، وقد أشار (Shahpasand et al., 2013) إلى تركيز معظم الدراسات السابقة في مجال إدارة المعرفة التي تتعلق برأس المال الفكري على وجود علاقة بين رأس المال الفكري والأداء المؤسسي (Chong and Lin, 2008; Ho, 2009). وكما يبدو وجود علاقة قوية بين إدارة المعرفة ورأس المال الفكري. وعندما يتم استخدام وتطبيق إدارة المعرفة لتنمية رأس المال الفكري والحفاظ عليه، تكون بذلك مصدراً لاستدامة الميزة التنافسية للمؤسسة (Shih et al., 2010). (كما ذكرت في (Ansari, 2016).

تعتبر إدارة المعرفة ورأس المال الفكري مصادر حيوية للميزة التنافسية والأداء المؤسسي. (Nonaka et al., 2000; Marr et al., 2004; Curado, 2008; Shih et al., 2010) ومن الضروري للمؤسسات أن تستخدم إدارة المعرفة للحصول على رأس المال الفكري من أجل التكيف مع بيئتها المليئة بالتحديات الصعبة بشكل متزايد. (Shih et al., 2010) ومن الناحية النظرية، توجد علاقة بين إدارة المعرفة ورأس المال الفكري، لأن كلاهما يتضمن مجموعة كاملة من الأنشطة الفكرية والتي تبدأ من توليد واكتساب المعرفة إلى استخدام المعرفة بفاعلية (Huang and Wu, 2010; Zhou and Fink, 2003; Nonaka et al., 2000). (كما ذكر في Seleim and Khalil, 2011).

إن إدارة المعرفة ترتكز على الاستفادة القصوى من المعلومات المتوافرة في المؤسسة والخبرات الفردية الكامنة في عقول موظفيها (رأس المال البشري)، لذا من مميزات تطبيق مفهوم إدارة المعرفة هو الاستثمار الأمثل لرأس المال البشري وتحويله إلى قوة إنتاجية تسهم في تنمية

أداء الفرد ورفع كفاءة المؤسسة، كونه سلاحاً تنافسياً بالنسبة للمنظمات المعاصرة (المالي، 2011).

يحتوي رأس المال الفكري على المعرفة والمعلومات والأصول الفكرية والخبرات التي يمكن استخدامها لخلق الثروة. ويتكون الأصل الفكري من مجموعة من القدرات الذاتية أو المعرفة الأساسية (Skyrme, 2003). حيث يمثل رأس المال الفكري القوة الخفية التي تضمن البقاء للمؤسسة (عثماني ومناصيرية، 2016). لذا يجب تعزيز وتنمية رأس المال الفكري باعتباره الثروة الحقيقية للمؤسسة والدول مما يساعد في زيادة قيمتها السوقية. ويمكن القول بأن رأس المال الفكري ينمو ويتطور باستخدام المؤسسة للمعرفة الموجودة بها مما قد يؤثر تأثيراً كبيراً في تطور الدول إذا تم استخدامه والتعامل معه على إنه أهم مورد استراتيجي، كما يجب إدارته والمحافظة عليه.

ولقد أوضح (Ansari 2016) إن كلا من رأس المال الفكري وإدارة المعرفة يؤثر على بعضهما البعض، وذكر إن العلاقة بينهما لها أهمية بالغة على فاعلية المؤسسة. ويعد رأس المال الفكري وإدارة المعرفة من المصادر الأساسية لتحقيق الميزة التنافسية والأداء المؤسسي (Nonaka et al, 2000; Marr et al, 2004; Curado, 2008; Shih et al, 2010). ونظراً للطبيعة المتداخلة لرأس المال الفكري وإدارة المعرفة، فإن دراسة أحد الجوانب مع استبعاد الجانب الآخر يعرض فقط رؤية جزئية لمدى تأثير كلاهما على أداء الشركة. (Bailoa, 2017)

كما ذكر (Bedford et al. 2015) إن في اقتصاد المعرفة، تعتبر المعرفة أو رأس المال الفكري هي العامل الرئيسي للإنتاج والمصدر الرئيسي لتوليد الثروة (Carlaw, Oxley, Walker, Thorns, and Nuth, 2006). وتوضح هذه الدراسة إن المعرفة ورأس المال الفكري هما مفهوم واحد يمثل الثروة الحقيقية للشركات والمصدر الجديد للميزة التنافسية. وأوضح (Ansari 2016) إن العلاقة بين إدارة المعرفة ورأس المال الفكري تكون من الفهم العام بأن المعرفة لها أهمية حيوية للمؤسسة (Dumay, 2009). وتشتمل إدارة المعرفة ورأس المال الفكري على مجموعة واسعة من الأنشطة الفكرية بدء من توليد المعرفة حتى الوصول إلى قوة تأثير المعرفة (Zhou and Fink, 2003).

4/5 علاقة المعرفة برأس المال البشري

قد يتبادر إلى الذهن أن رأس المال البشري هو نفسه رأس المال الفكري نظراً لأن بعض الكتاب يخلطون بينهما ويستخدمونها كمترادفين. إلا أنه في الواقع يوجد هناك اختلاف بينهما، حيث أن رأس المال البشري يمثل قلب رأس المال الفكري وأهم عناصره، وبالتالي فإن رأس المال الفكري أشمل من رأس المال البشري. ويتكون رأس المال الفكري من ثلاثة عناصر رئيسية هي:

1. رأس المال البشري (HC) وهو شكل من أشكال رأس مال المؤسسة والذي يتمثل في الأصول الفكرية (المعارف، والمهارات، المواهب، والقدرات والخبرات) التي توجد في عقول العاملين وهو أساس تحسين الإنتاجية وتحقيق الربحية.
2. رأس المال الهيكلي (SC) ويمثل البنية التحتية للمؤسسة، واللوائح والسياسات والهياكل التنظيمية وقواعد البيانات وثقافة المؤسسة.
3. رأس المال الخاص بالعلاقات مع العملاء (CC) وهو أيضاً من أهم العناصر ويستند رأس مال العميل أساساً على العلاقة بين المؤسسة وعملائها، مورديها والمساهمين وذلك لأن العميل هو مصدر الربح الأساسي لأي مؤسسة.

ولإيضاح ذلك بشكل أكبر فيمكن النظر إلى تعريف دائرة المعارف البريطانية لرأس المال البشري حيث عرفته بأنه الموارد غير الملموسة التي يمتلكها الأفراد والجماعات في مجتمع معين. وتتضمن هذه الموارد جميع المعارف والمواهب والمهارات الخاصة والقدرات والموهبة والحافز والخبرة وحصيلة التعلم من الدورات التدريبية المتنوعة والحكمة التي يمتلكها أفراد المؤسسة، والتي تعد ثروة حقيقية ومورداً مهماً من موارد الدول والمؤسسات، والتي يجب استثمارها بالشكل الأمثل من أجل تحقيق مستويات أداء متميزة وتحقيق الأهداف المرجوة (بنجاح 2017, Huff).

ويضع قاموس إدارة الأعمال تعريفاً آخر لرأس المال البشري بأنه القيمة المتراكمة لرأس المال الفكري للمؤسسة (الكفاءات والمعرفة والمهارات). كما إنه هو مصدر أساسي للإبداع والابتكار المستمر والذي يسهم في تغيير الأداء المؤسسي، وعلى الرغم من ذلك فإنه لا ينعكس في التقارير المالية للمؤسسة. فإن رأس المال البشري، على عكس رأس المال الهيكلي،

يكون دائماً ملكاً للأفراد ما لم يتم تسجيله بشكل ملموس أو دمج في إجراءات وسياسات المؤسسة (BusinessDictionary).

"تعريف تقرير التنمية الإنسانية العربية سنة 2003 أن رأس المال البشري هو (النواة الصلبة نسبياً لرأس المال الفكري). ويبين هذا التعريف أن رأس المال البشري هو عنصر هام من رأس المال الفكري. كما يعرف برنامج الأمم المتحدة الإنمائي أن رأس المال البشري "هو كل ما يزيد من إنتاجية العمال والموظفين من خلال المهارات المعرفية التي يكتسبونها من خلال العلم والمعرفة". (بوحديد و يحيايوي، 2018).

وعلى هذا فإن رأس المال البشري هو المعرفة التي يمتلكها الأفراد العاملين داخل أي مؤسسة من خلال موهبتهم، ومعارفهم، وقدراتهم، ومهاراتهم وخبراتهم المتراكمة. لذا يعد رأس المال البشري هو الأصل الأكثر أهمية في المنظمات الحديثة في ظل اقتصاد المعرفة إلى جانب الأصول المادية. كما إنه شكل آخر من أشكال رأس المال المعترف به في الاقتصاد الجديد.

ومن أهم نظريات الاقتصاد المبني على المعرفة "نظرية رأس المال البشري والتي تقوم على فرضية أساسية مفادها وجود اختلاف بين الأفراد فيما يتعلق بمقدار الاستثمار في مهاراتهم، وخبراتهم، وقدراتهم، وبناء على ذلك فإن الفرد يعتبر أصلاً من أصول المؤسسة، والاستثمار فيه يؤدي إلى تحقيق منافع طويلة الأجل تتمثل في زيادة القدرات الإبداعية وتحسين الإنتاج وامتلاك المؤسسة للميزة التنافسية المستدامة" (عبد القادر، 2018-2019).

وتبرز أهمية رأس المال البشري باعتبارها أحد أهم العناصر في العملية الإنتاجية مما يساعد على الابتكار والإبداع الذي يسهم في تحقيق الربحية والميزة التنافسية، وتحسين فاعلية وكفاءة المؤسسات من خلال أفرادها. ويرى الكثير من الاقتصاديين أن العنصر البشري هم جزء من ثروة الأمم، وأدركوا أن رأس المال البشري لا يقل أهمية عن رأس المال المادي لأنه يسهم في خلق القيمة للمؤسسة من خلال خلق المعرفة الجديدة لتقديم منتجات وخدمات جديدة لا يمكن استبدالها أو تقليدها.

ومن الجدير بالذكر أن رأس المال البشري لا يخضع للتحكم والسيطرة الكاملة من قبل المؤسسة مما يميزه عن غيره من الموارد الأخرى المتاحة في المؤسسة، لذا يجب على

المؤسسات الواعية استثمار المعرفة الموجودة داخل عقول أفرادها باعتبار العنصر البشري هو المصدر الرئيسي للمعرفة، وعلمها إدارة هذه المعرفة بالشكل الأمثل وتنمية مهاراتهم وخبراتهم والمحافظة عليهم وضمان عدم تقادم معارفهم والاستفادة منهم لتحقيق نجاح وتفوق المؤسسة على منافسيها.

ويذكر عبد القادر (2018-2019) في أطروحته أن المؤسسة التي ترغب في الحصول على رأس المال البشري المناسب، تحتاج إلى استثمارات وفترات زمنية طويلة لاستقطاب هذه المهارات الفكرية لتصبح من مدخلات المؤسسة التي يتم تحويلها لإنشاء معرفة جديدة وتكوين رأس مال بشري يمثل الدعامة الأساسية لبقاء المؤسسة الحديثة ونموها وتطورها. وعلى المؤسسة الإبقاء على هذه المهارات لزيادة رصيدها المعرفي من خلال تطوير العنصر البشري الموجود واستقطاب عناصر جديدة.

6/ رأس المال الفكري كمورد مهم لتحقيق الميزة التنافسية في الشركات الصناعية

لقد أصبح رأس المال الفكري من وجهة نظر العديد من الكتاب والباحثين أئمن أصول المؤسسة ولا يمكن للمؤسسات الأخرى تقليده باعتباره مصدرا أساسيا لكسب الميزة التنافسية للشركات الصناعية في العصر الحالي. واستحوذت التنافسية واكتساب الميزة التنافسية على اهتمام المؤسسات بوجه عام والشركات الصناعية بوجه خاص باعتبارها الحقيقة التي تحدد بها نجاحها أو فشلها وموقعها في الأسواق التنافسية. كما يمكن للشركات تحقيق الميزة التنافسية من خلال قدرتها على تقليل التكلفة عن طريق إنتاج أو بيع نفس المنتج بسعر أقل من منافسيها والتميز والتفرد عن طريق الاختلاف على منافسيها.

وتعد الميزة التنافسية هي ما يميز الشركة الصناعية عن غيرها وما تمتلكه من موارد لا تتوافر لدى منافسيها ويؤدي إلى زيادة ربحيتها وتفردا في السوق. تمثل الميزة التنافسية جوهر أداء الشركات الصناعية على وجه الخصوص والركيزة الأساسية لتحقيق النجاح والبقاء والاستقرار لمواجهة المنافسين، ولكي تحقق الشركة الصناعية النجاح والتفوق، فإن عليها مواجهة التحديات الموجودة في ظل التطورات الهائلة في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتكون لديها القدرة على الإبداع وتنفيذ استراتيجية تقدم قيمة متفردة للعملاء يصعب تقليدها من قبل المستفيدين لتحقيق التفوق عليهم والحصول على ربحية عالية (قمري، 2016-2017).

ولكي تضمن الشركة بقاءها واستمراريتها في الأسواق فإن عليها إيجاد نظام يضمن الجودة العالية في المنتجات والخدمات التي تقدمها لعملائها والمحافظة على مستوى مقبول من الجودة، والعمل على تحسين جودة المنتج وتطويره بدون زيادة تكاليفه وأسعاره.

1/6 التأثير الاقتصادي للمعرفة على المؤسسات الصناعية

يمكن القول إن المؤسسة الصناعية هي وحدة اقتصادية تتكون من الموارد البشرية والمادية اللازمة للإنتاج الاقتصادي وهدفها الأساسي إنتاج السلع والخدمات وبيعها للمستهلك وهذا الحجم من الإنتاج يعتبر أساس قياس النمو الاقتصادي. وتسعى هذه المؤسسات لتقديم أفضل جودة وتحقيق أفضل ربح وضمان زيادة مستمرة في الأرباح. وتعرض المؤسسات الصناعية إلى العديد من الضغوط البيئية والتنافسية المتزايدة من أجل تحسين جودة منتجاتها وخفض تكلفتها بالإضافة إلى زيادة الأسعار على المستوى العالمي والتغيرات في أنماط المستهلكين والكساد العالمي الذي نعيش فيه. وفي ظل كل هذه التغيرات والتطورات السريعة الحادة بسبب التقدم التكنولوجي المتزايد، تسعى المؤسسات إلى الحفاظ على أدائها والبقاء في عالم متغير وذلك من خلال امتلاكها للميزة التنافسية التي تمكنها من البقاء والاستمرارية وضمان النمو.

"فبيئة الأعمال الحالية سمّتها الأساسية التغيير السريع والمتواصل، وأساس استمرارية المؤسسات الاقتصادية في ظلها الإبداع والابتكار بتطوير منتجات وخدمات جديدة تتماشى مع احتياجات العملاء والمستفيدين المتميزة بالتعقيد والتغير السريع" (بن السبتي وآخرون، 2016).

في الوقت الراهن، تواجه المؤسسات على اختلاف أنواعها تحديات هائلة مثل المنافسة والعمولة والاقتصاد والتقدم التكنولوجي السريع والحاجة إلى وجود معارف جديدة لرفع كفاءة الأداء ونتيجة لهذه التحديات والتغيرات أصبحت المعرفة تمثل مصدرا استراتيجيا هاما في بناء الميزة التنافسية للمؤسسات. لذا فإن ضرورة وجود إدارة المعرفة باعتبارها استراتيجية تمكنها من مواجهة هذه التحديات بدعمها للمؤسسات في زيادة ميزتها التنافسية من خلال الاستفادة من رأس المال الفكري الموجود بالفعل داخلها. ولكي تحقق المؤسسات النجاح في ظل هذه التحديات، تحتاج المؤسسات إلى القدرة على التعلم والمشاركة الفعالة بين العاملين بها في كل أرجاءها لتحقيق الأهداف المرجوة.

"إن المؤسسة في حقيقتها هي كائن حي تعيش على المعرفة، تنشأ في إطارها، وتتزود من مناهلها ومصادرها المختلفة، وتتطور وتنمو باستخدام الجديد والمتطور منها. وتنتهي حياة المؤسسة حين يمتنع عليها الحصول على الموارد المعرفية اللازمة لاستمرارها في الوجود، أو قد تصدأ وتهاوى كفاءتها وتهار قدراتها التنافسية حين تتجمد وتتقادم أرصدها المعرفية" (بوران، 2016، 37). لكي تصبح المؤسسات والشركات ناجحة في العالم الحالي، يجب أن تكون على استعداد للتعلم واكتساب خبرات جديدة. لذلك يجب على الشركة العصرية المتجددة معرفة احتياجات التحسين المستمر والبحث عن الفرص التي تمكنها من التميز والتفوق على منافسيها (Antosova and Csikosova, 2011).

لقد أصبحت المؤسسات الصناعية في عصر المعرفة لا تهتم بأصولها المادية فقط، بل أيضا بأصولها غير المادية وبنفس القدر أو أكثر باعتبارها صمام الأمان لها وذلك لأن المعرفة تعد من أهم عوامل الإنتاج وتشكل نوعا جديدا من رأس المال القائم على الإبداع والتجديد والابتكار والأفكار والخبرات المختلفة. تدرك المؤسسات بشكل عام والصناعية منها بشكل خاص أن المعرفة هي سر البقاء والاستمرار بين المؤسسات والشركات المنافسة والمحافظة على سمعتها واستمراريتها في الأسواق. كما تعد المعرفة من الأصول غير الملموسة التي تؤدي دورا فعالا ومؤثرا في نجاح المؤسسات على اختلافها، لذلك فهي تحتاج إلى طرق مبتكرة في إدارتها وتطبيقها والتعامل معها لتحقيق التميز.

كما أن المعرفة والقدرة على توليدها واستخدامها من المصادر الأكثر أهمية لتحقيق الميزة التنافسية المستدامة للشركات. وأصبحت المعرفة الأصل الجوهرى غير الملموس الذي تزايد دوره في نجاح المؤسسات والشركات والذي ساعد في التحول من الاقتصاد التقليدي إلى الاقتصاد الجديد القائم على المعرفة، من خلال استغلال خبرات وتجارب وقدرات العاملين بها بالشكل الأمثل لتحقيق الميزة التنافسية، والتي تؤدي إلى ربحية متواصلة بالمقارنة مع منافسيها.

2/6 أثر توافر المعلومات على المؤسسات الصناعية:

تؤدي المكاسب أو اتخاذ القرارات الصائبة الناتجة عن المعرفة وتوافر المعلومات إلى:

1. إنتاج المنتجات بالموصفات المطلوبة والحفاظ على جودتها، وتحقيق رضا العميل مما يؤدي إلى كسب ثقته وزيادة المبيعات، وتحقيق الربح من خلال التدريب على كيفية تشغيل خط الإنتاج.

2. تقليل الهادر في مواد التعبئة والتغليف وعدم ضياع الوقت، لتوافر الإرشادات والتعليمات بشكل واضح ومحدد في صالة الإنتاج لخطوات استخدام ماكينة التعبئة والتغليف.
3. معرفة أفضل طرق لتغليف المنتج طبقا لمتطلبات العميل وقوانين الدولة مما يتيح فرصة أكبر للتصدير ومكسب مضاعف وأرباح تعود بالنفع على العاملين وعلى المؤسسة.
4. الحصول على متطلبات الإنتاج في الوقت المناسب وبالجودة المطلوبة وبأقل أسعار، وذلك عند تحديد احتياجات الشراء قبل بداية موسم الإنتاج بفترة كبيرة مما ساعد على تنفيذ الشراء من الموردين المعتمدين لدى الشركة.
5. إنتاج وتوريد منتج مطابق لمواصفات ومتطلبات العميل، وبناء ثقة مع العميل وانعدام الشكوى عند تشارك المواصفات الفنية للمنتجات مع العملاء بوضوح وقيل بدء التصنيع والتعاقد مع العميل.
6. تحسين وسائل الاتصال بين العاملين بالإدارات المختلفة مما انعكس إيجابيا على الأداء والإنتاجية وزيادة الربحية من خلال عقد الاجتماعات الدورية وتشارك المعرفة.
7. معرفة أسواق المنافسين وأسعارهم مما ساعد في تعديل سياسة التسعير وفقا لاحتياجات السوق وتقديم أسعار منافسة لجذب العملاء.
8. إنتاج الكميات المطلوبة بجودة عالية وتحقيق أعلى مبيعات من خلال وضع خطة للإنتاج قبل بداية الموسم مما ساعد بشكل إيجابي على تحقيق الأهداف المرجوة.

3/6 أثر عدم توافر المعرفة على المؤسسات الصناعية:

- إن الخسائر أو اتخاذ القرارات الخاطئة التي تنتج عن عدم توافر المعلومات تؤدي إلى:
1. خسائر مادية خاصة بتلف المواد الخام والمنتجات، والمواد المستخدمة في عملية الإنتاج مثل أدوات التعبئة والتغليف وأماكن حفظ المنتج وكذلك تعطل في خطوط الإنتاج، وإهدار المال لإعادة تشغيلها وارتفاع تكاليف الصيانة، وإنتاج منتج غير مطابق لمواصفات العميل وحدوث إصابات للعاملين خاصة بين الفنيين وتعطل العمل ويرجع السبب في ذلك كله لعدم وجود تدريب كافٍ لدى العاملين كل في تخصصه.

2. التأثير سلباً على العمل، وضعف أو خطأ في تنفيذ المهام المطلوبة من العاملين وخاصة الفنيين نظراً لعدم وجود إرشادات وتعليمات كافية عند استلام العمل وأثناء أداء العمل مما.
3. اتخاذ قرارات خاطئة من قبل صنّاع القرار في الاستثمار نظراً لغياب المعلومات عن احتياجات السوق المحلية والخارجية.
4. عدم وجود نظام معلومات لحساب إجازات العاملين وتحديد الأيام المستحقة حسب سنوات الخبرة داخل الشركة، أو معرفة ما إذا كان للموظف سنوات تأمينية أم لا، وهذا ينتج عنه احتساب غير دقيق للإجازات ويؤدي إلى خسائر مادية كبيرة.
5. تأخر في توفير مستلزمات الإنتاج وصيانة الماكينات وتأخر قطع الغيار مما يتسبب في تعطل العمل.
6. عدم توفر المعلومات عن الكميات المطلوبة من المنتج يتسبب في خسائر كبيرة، فقد يتسبب في زيادة في الإنتاج عن حاجة السوق، أو نقص في الكميات عن حاجة السوق مما يتسبب في خسائر مادية كبيرة وفقدان عدد من العملاء.
7. تأخير في شحن المنتجات مع إمكانية إرسال شحنات خطأ للعميل ودفع غرامات مالية كبيرة كأرضيات جمارك أو تعويض العميل بسبب ضعف التواصل بين الإدارات.

7/ الخلاصة

إستعرضت هذه المقالة الخطوط العريضة للمعرفة وتعريفاتها المختلفة، أنواعها، خصائصها، أهميتها، العلاقة بين إدارة المعرفة ورأس المال الفكري، علاقة المعرفة برأس المال البشري، رأس المال الفكري كمورد مهم لتحقيق الميزة التنافسية في الشركات الصناعية والمعرفة في مؤسسات الصناعات الغذائية وخصائص هذه المؤسسات، ويمكن القول أن المعرفة أصبحت من أهم الأصول غير الملموسة في الاقتصاد الجديد وليست من الأصول المادية الملموسة كالأرض، والعمالة ورأس المال المادي، وغيرها من الموارد المادية الأخرى التي لم تعد وحدها تمثل أسباب نجاح المؤسسات. وتلعب المعرفة دوراً اقتصادياً كبيراً في نجاح المؤسسات.

المراجع

أولاً: المصادر العربية

1. الزعبي، علي فلاح (ديسمبر، 2011). رأس المال الفكري (المعرفي) مدخل استراتيجي لتطوير الكفاءات وتحقيق الأداء المتميز في منظمات الأعمال الأردنية. *الملتقى الدولي الخامس حول رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في ظل الاقتصاديات الحديثة*. الجزائر: جامعة حسيبة بن بو علي بالشلف.
2. الزمطة، نضال محمد (2011). *إدارة المعرفة وأثرها على تميز الأداء: دراسة تطبيقية على الكليات والمعاهد التقنية المتوسطة العاملة في قطاع غزة*. رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية غزة، عمادة الدراسات العليا، كلية التجارة قسم إدارة أعمال. استرجعت من: <http://thesis.mandumah.com/Record/208599>
3. الطاهر، محمد نور (2011). مفاهيم وأسس إدارة المعرفة و إدارة رأس المال الفكري و متطلبات تطبيقها: إطار مفاهيمي. *مجلة كلية العلوم الإدارية للبحوث العلمية، جامعة أم درمان الإسلامية - كلية العلوم الإدارية، 2، 150-123*.
4. العريشي، جبريل بن حسن، مددين، سحر بنت خلف (2016). *مجتمع المعرفة في العالم العربي*. (ط.1). عمان: الدار المنهجية للنشر والتوزيع.
5. النشار، السيد (2012). *أساسيات إدارة المعرفة*. (ط.1). الإسكندرية: دار الثقافة العلمية.
6. بن السبتي، عبد المالك، لحواطي، عتيقة، بن السبتي، سارة (أبريل 2016) *تأثير بيئة العمل المعرفية واتخاذ القرار داخل المنظمات بنظم اليقظة المعلوماتية: دراسة ميدانية بالمؤسسات البنكية لولاية جيجل - الجزائر*. *حوكمة المعارف في المنظمات، أعمال الندوة الدولية التي نظمتها مجموعة البحث "اليقظة المعلوماتية وإدارة المعرفة" التابعة لوحدية البحث "المكتبة الرقمية والتراث"*. تونس، منشورات المعهد العالي للتوثيق، جامعة منوبة. 193-220.
7. بوحميد، ليلي، يحيياوي، الهام (2018). *دور رأس المال البشري في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة الصناعية: دراسة حالة*. *مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات، 43(1)*. 221-234. استرجعت من <https://dspace.qou.edu/handle/194/2343>

8. بوران، سمية عامر (2016). إدارة المعرفة كمدخل للميزة التنافسية في المنظمات المعاصرة. (ط1). عمان: مركز الكتاب الأكاديمي.
9. ثجيل، علي محمد، طبايبية، سليمه (ديسمبر، 2011). دور التيسير الاستراتيجي لرأس المال الفكري في دعم تنافسية مستدامة للمؤسسة في ظل اقتصاد المعرفة: دراسة حالة الشركة الجزائرية للتأمين. ملتقى دولي حول: رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في ظل الاقتصاديات الحديثة. جامعة حسيبة بن بو علي بالشلف. استرجعت من: <https://bit.ly/2MOx0LJ>
10. زرقون، محمد؛ عرابة، الحاج (ديسمبر 2014). أثر إدارة المعرفة على الأداء في المؤسسة الاقتصادية. المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، 1. استرجعت من: <http://platform.almanhal.com/Article/Preview.aspx?ID=58708>
11. زلماط، مريم (2017-2016). دور رأس المال الفكري في استمرارية المؤسسة: دراسة حالة ببعض المؤسسات بولاية سيدي بلعباس مؤسسة عزوز، مجمع حسناوي، ENIE, CMA. رسالة دكتوراه، جامعة أوبوكر بلقاط. كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، قسم علوم التسيير.
12. زودة، رمزي (2012-2013). دور رأس المال الفكري في إدارة المعرفة: دراسة حالة المديرية الجهوية للتأمين (saa) – باتنه. (أطروحة الماستر غير منشورة) التيسير الاستراتيجي للمنظمات. جامعة محمد خضير بسكرة الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير.
13. عبد القادر، طارى (2018-2019). الاستثمار في رأس المال البشري لتعزيز الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية الجزائرية: حالة مؤسسة الكوابل سيدي بن ذهبية (CSB) بماسري. (أطروحة دكتوراه) جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم. استرجعت من: <http://e-biblio.univ-mosta.dz/handle/123456789/12026>
14. عبيد، شاهر (2017). تأثير أبعاد إدارة المعرفة في الميزة التنافسية في البنوك. مجلة جامعة النجاح للأبحاث (العلوم الإنسانية)، 31 (10)، 1745-1782.
15. عثمانى، أحسين، مناصرية، خولة (أبريل 2016). الرأس مال المعرفي كضرورة للتطوير وصناعة التميز في المنظمة المتعلمة. حوكمة المعارف في المنظمات، أعمال الندوة الدولية

التي نظمها مجموعة البحث "اليقظة المعلوماتية وإدارة المعرفة" التابعة لوحدة البحث "المكتبة الرقمية والتراث". تونس، منشورات المعهد العالي للتوثيق، جامعة منوبة. 169-191.

16. قمري، حياة (2016-2017). دور المعرفة في تعزيز القدرة التنافسية المستدامة للمؤسسة الاقتصادية: دراسة حالة مجمع صيدال: (أطروحة دكتوراه غير منشورة) علوم في العلوم التيسير كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التيسير: قسم علوم التيسير. جامعة باتنة 1.

17. كارملي، سلطان؛ حجازي، هيثم عثمان (2005). إدارة المعرفة: مدخل تطبيقي. عمان: الأهلية للنشر والتوزيع.

18. مركز بحوث التطوير الإداري (يناير، 2010). مفاهيم وتطبيقات إدارة المعرفة. الكويت: قطاع التطوير الإداري، ديوان الخدمة المدنية.

19. مطيران عبد الله المطيران (2007). إدارة نظم المعرفة (الرأس المال الفكري)، المؤتمر العلمي الدولي السنوي السابع: إدارة المخاطر والاقتصاد المعرفي، جامعة الزيتونة الأردنية.

20. ياسين، سعد غالب (2007). نظم إدارة المعرفة ورأس المال الفكري العربي. (ط.1) مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، 124.

ثانياً: المصادر الأجنبية

1. Alipour, M. (2012). The effect of intellectual capital on firm performance: an investigation of Iran insurance companies. *Measuring Business Excellence*. 16 (1). 53-66.
2. Ansari, S., Roodbari, A., Aboosaeidi, L. R., & Nassaji, H. (2016). Intellectual capital as the facilitating infrastructure of knowledge creating and sharing. *International Journal of Economics, Commerce and Management*. 4 (6), 100-117. Retrieved from: <http://ijecm.co.uk/wp-content/uploads/2016/06/468.pdf>
3. Antosova, M. & Csikosova, A. (2011). Intellectual Capital in Context of Knowledge Management, *The Economic Geography of Globalization*, 113-142, Piotr Pachura, IntechOpen, DOI: 10.5772/19186. Retrieved from:

<https://www.intechopen.com/books/the-economic-geography-of-globalization/intellectual-capital-in-context-of-knowledge-management>

4. Avci, E., & Nassar, S. (2017). Intellectual capital and its impact on firm performance of the Turkish financial sector before and after financial crisis. *PressAcademia Procedia*, 3(1), 916-924.
5. Bailoa, S. I. R. (2017). Intellectual capital: The strategic resource of organizations. *The Małopolska School of Economics in Tarnów Research Papers*, 4 (36), 57-75.
6. Baldrige Glossary. http://www.baldrige21.com/Baldrige_Glossary.html
7. Bedford, D. A., Donley, J. K., & Lensenmayer, N. (2015). The role of librarians in a knowledge society: Valuing our intellectual capital assets. In *Current Issues in Libraries, Information Science and Related Fields* (pp. 81-113). Emerald Group Publishing Limited.
8. Competitive Advantage. 2019. in *Business Dictionary*. Retrived August 20, 2019, from what is competitive advantage? definition and meaning - BusinessDictionary.com (archive.org)
9. Crupi, A., Cesaroni, F., & Di Minin, A. (2020). Understanding the impact of intellectual capital on entrepreneurship: a literature review. *Journal of Intellectual Capital*.
10. Girard, J.P., & Girard, J.L. (2015). Defining knowledge management: Toward an applied compendium, *Online Journal of Applied Knowledge Management*. 3(1), 1-20
11. Huff, R. (2017). Human capital. In *Encyclopedia Britannica*. From <https://www.britannica.com>
12. Human Capital. 2019. in *Business Dictionary*. Retrived August 11, 2020, from, what is human capital? definition and meaning - BusinessDictionary.com (archive.org)

13. Intellectual Capital. 2019. in *Business Dictionary*. Retrieved August 20, 2019, from what is Intellectual Capital? definition and meaning - BusinessDictionary.com (archive.org)
14. Kambiz, A. B. D. I., Mardani, A., Senin, A. A., Tupenaite, L., Naimaviciene, J., Kanapeckiene, L., & Kutut, V. (2018). The effect of knowledge management, organizational culture and organizational learning on innovation in automotive industry. *Journal of Business Economics and Management*, 19(1), 1-19.
15. Knowledge Management. 2021. in *Cambridge Dictionary*. Retrived October 2, 2021, from <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/knowledge-management>.
16. Knowledge Management. 2019. in *Business Dictionary*. Retrived October 20, 2019, from what is knowledge management? definition and meaning - BusinessDictionary.com (archive.org)
17. Lentjušenkova, O., & Lapina, I. (2016). The transformation of the organization's intellectual capital: from resource to capital. *Journal of Intellectual Capital*, 17(4), 610-631.
18. Meihami, B., Varmaghani, Z., & Meihami, H. (2014). Role of Intellectual Capital on Firm Performance (Evidence from Iranian Companies). *International Letters of Social and Humanistic Sciences*, 7(1), 43-50.
19. Merriam- Webster. https://www.merriam-webster.com/dictionary/knowledge?utm_campaign=sd&utm_medium=serp&utm_source=jsonld
20. Obeidat, U., Obeidat, B., Alrowwad, A., Alshurideh, M., Masadeh, R., & Abuhashesh, M. (2021). The effect of intellectual capital on competitive advantage: the mediating role of innovation. *Management Science Letters*, 11(4), 1331-1344.
21. ODLIS. https://www.abc-clio.com/ODLIS/odlis_jk.aspx

22. Scafarto, V., Ricci, F., & Scafarto, F. (2016). Intellectual capital and firm performance in the global agribusiness industry: The moderating role of human capital. *Journal of Intellectual Capital*, 17(3), 530-552.
23. Seleim, A. A., & Khalil, O. E. (2011). Understanding the knowledge management-intellectual capital relationship: a two-way analysis. *Journal of Intellectual Capital*, 12(4), 586-614.
24. Shahpasand, M., Savari, M., & Sarani, V. (2013). The Effect of Intellectual Capital on Knowledge Management: Study on Agriculture Organization Experts in Kurdistan Province. *International Journal of Business and Social Science*, 4(12).
25. Shih, K. H., Chang, C. J., & Lin, B. (2010). Assessing knowledge creation and intellectual capital in banking industry. *Journal of intellectual capital*, 11(1), 74-89.
26. Xu, J., & Liu, F. (2020). The impact of intellectual capital on firm performance: a modified and extended VAIC model. *Journal of Competitiveness*, 12(1), 161.
27. Zeglat, D., & Zigan, K. (2013). Intellectual capital and its impact on business performance: Evidences from the Jordanian hotel industry. *Tourism and Hospitality Research*, 13(2), 83-100.
28. Zhou, A. Z., & Fink, D. (2003). Knowledge management and intellectual capital: an empirical examination of current practice in Australia. *Knowledge Management Research & Practice*, 1(2), 86-94.