

دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية للمنظمة

الأستاذ ونادي رشيد

الأستاذ عامر بشير

جامعة البليدة

تمهيد:

في ظل التحولات الاقتصادية لجديدة القائمة على المعرفة و رأس المال الفكري والإبداع الإنساني بات من الضروري توظيف هذه الموارد من قبل المنظمات بغية تعزيز القدرات الإنتاجية و التنافسية لها، إذ أصبحت المعرفة و المهارات البشرية و رأس المال الفكري تعد أصلا من الأصول الذكية للمنظمة، و الاستثمار فيه بمثابة باقي الاستثمارات المادية الأخرى.

و عليه تسعى المنظمات المعاصرة في ظل بيئة شديدة التنافسية إلى كسب ميزة تنافسية على غيرها من المنظمات العاملة في نفس النشاط من خلال استقطاب الكفاءات و توفير لها جو ملائم للعمل و توظيفها بشكل يسمح ينقل الخبرات و المعرفة بصفة منتظمة و دورية يضمن لها التكيف باستمرار مع جميع التغيرات الحاصلة في الوسط الخارجي التنافسي غير الكامن المصحوب بالتطور التكنولوجي المستمر ، إضافة إلى الاستجابة لجميع رغبات و أذواق الزبائن، مقارنة بعروض المنافسين، و عليه يبقى الرأس مال الفكري المرجح الوحيد الذي يضمن الميزة التنافسية للمنظمة، والذي يشكل محور مداخلتنا، والتي نتطرق من خلالها إلى النقاط التالية:

- مفهوم و مصادر الميزة التنافسية.
- مفهوم رأس المال الفكري.
- إسهامات رأس المال الفكري في تحقيق ميزة تنافسية للمنظمة.

I- مفهوم ومصادر الميزة التنافسية :

تسعى المنظمات الاقتصادية دوما نحو امتلاك وتطوير الميزة التنافسية في ظل التحديات حتى أصبح يعد اليوم من الأهداف الإستراتيجية لها إذ تبنى هذه الميزة على العناصر التالية:

المعرفة، الجودة والكفاءات.

و من أجل تحديد تعريف للميزة التنافسية وجب التعرّيج على مجموعة من المفاهيم و المقاربات النظرية الأساسية المحققة لها على مستوى المنظمة.

1.1 مفهوم الميزة التنافسية:

يعد كل من مصطلحي المنافسة والتنافس من المفاهيم الأكثر تداولاً على المستويين الاقتصادي و التسيري بحيث اشتق مصطلح المنافسة منها، كما جرى التمييز لموضوع التنافسية بين مفهومي الميزة النسبية المبينة على فكرة الوفرة - (D.Ricardo) وبين مفهوم الميزة التنافسية التي تعتمد على المعرفة و الكفاءة في استغلال الموارد، بالإضافة إلى الجودة، التدريب، البحث و التطوير والمحافظة على البيئة...الخ.

ويعتبر «مايكل بورتير (Michael Porter) أول من وضع نظرية الميزة التنافسية» فقد صمم لها نموذجاً للاقتصاد، معتبراً أن التنافس بين المنظمات يستند على المتغيرات الجزئية التي تمثل المحددات الأساسية لقياس القدرة التنافسية.

1.1.1 - تعريف القدرة التنافسية:

يرتبط تعريف القدرة التنافسية بالأهداف السياسية الكلية للاقتصاد المتمثلة أساساً في تحقيق توازن داخلي وآخر خارجي على المدى القصير، وتحقيق أعلى مستوى ممكن من الرفاهية على المدى الطويل.

وحسب تعريف تقرير المنافسة العالمية للقدرة التنافسية للدولة على أنها « القدرة على تحقيق معدلات نمو مرتفعة ومستدامة في الدخل الحقيقي للأفراد مقاساً بنصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي الحقيقي»

أما منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية (O.C.D.E) فقد عرفت القدرة التنافسية على أنها: «الدرجة التي يستطيع بلد ما، إنتاج سلع وخدمات تنجح في دخول الأسواق

الدولية، مع المحافظة على توسيع المداخل الحقيقية لمواطنيها في المدى الطويل». على ضوء التعاريف السابقة يمكننا تعريف القدرة التنافسية على أنها مجموعة الإجراءات و التدابير التي تتخذها المنظمة من أجل تحقيق أكبر حصة في السوق من حيث الكم و الكيف.

2.1.1 - مفهوم الميزة التنافسية:

يرى «بورتير» أن الميزة التنافسية لا تختص بالدولة وإنما بالمنظمة، «فالميزة التنافسية تنشأ أساساً من القيمة التي استطاعت منظمة ما أن تخلقها لزبائنها بحيث يمكن أن تأخذ شكل أسعار أقل بالنسبة لأسعار المنافسين بمنافع متساوية، أو بتقديم منافع متفردة في المنتج تعوض بشكل واع الزيادة السعرية المفروضة».

كما ينظر للميزة التنافسية على أنها « قدرة المنظمة على تحقيق حاجات المستهلك أو القيمة التي يتمنى الحصول عليها من المنتج، مثل الجودة العالية»، وبالتالي فهي استثمارات تهدف إلى إنتاج قيمة للزبائن تلبي احتياجاتهم، وهو ما يؤكد «السلمي» في تعريفه للميزة التنافسية على أنها «مجموعة المهارات والتكنولوجيات والقدرات التي تستطيع الإدارة تنسيقها واستثمارها بهدف إنتاج قيم ومنافع للزبائن أعلى مما يحققه المنافسون، وتأكيد حالة من التميز والاختلاف فيما بين المنظمة ومنافسيها».

بينما يري «Mcfetridge» «أن الميزة التنافسية لمنظمة ما يمكن أن تتحقق في حالة ما إذا كان باستطاعتها الاحتفاظ بمستوي مرتفع من الإنتاجية والأرباح مقابل انخفاض في التكاليف وارتفاع في الحصة السوقية، دون أن يكون ذلك على حساب الأرباح».

و عليه يمكننا تعريف الميزة التنافسية، على أنها قدرة المنظمة على صياغة و تطبيق الاستراتيجيات التي تجعلها في مركز افضل بالنسبة للمنظمات الأخرى العاملة في نفس النشاط بغية تلبية احتياجات الزبائن و تحقيق حصة في السوق تضمن لها ربحية تمكنها من البقاء ثم التوسع و بالتالي التميز بفضل رأس مالها الفكري .

2.1 - مصادر الميزة التنافسية:

تعتبر كل من المهارات المتميزة كالمعرفة الفنية، القدرات ، الكفاءات ،الجودة والذكاء، و الموارد المتميزة كالموارد المالية و الطاقة الإنتاجية، مصادر أساسية تعتمد عليها المنظمات لتحقيق ميزاتها التنافسية .

1.2.1 المعرفة :

تعد المعرفة ركيزة أساسية لاستمرار نشاط المنظمة في البيئة التنافسية الشديدة المعتمدة أساسا على عنصر الزمن والمعرفة فالعديد من المنظمات تعزي نجاحها أساسا إلى ما تملكه من معرفة حول وسطها الداخلي و الخارجي بناءا على استثمارها في مواردها البشرية ثم تعمل على نقل هذه المعرفة للاستفادة منها بشكل مستمر

2.2.1 الكفاءة :

من أجل تحقيق ميزتها التنافسية ,يتطلب على المنظمات تكامل و تفاعل في تحسين استغلال الأمتل في مواردها المتاحة تماشيا مع سياستها و تطبيق برامجها تحقيقا لأهدافها و هذا لا يتأتى لها من غير كفاءتها التي تعمل على الحصول على أعلى إنتاج بأقل التكاليف مع ضمان جودة عالية.

3.2.1 الجودة:

بإمكان المنظمة تسويق منتجاتها ذات خصائص تسويقية مرتفعة في أوقات محددة من الزمن باستعمالها لتقنيات تسويقية كالألغلفة و الألوان و الإشهار و غيرها الخالية من صفة الجودة ، و للوصول إلى تلبية رغبات المستهلكين بصفة دائمة تحفظ للمنظمة ميزات التنافسية و بقاء مكانتها في السوق اهتمت بعامل الجودة و التحسين المستمر لمنتجاتها .

II رأس المال الفكري (le capital intellectuel) :

يتكون الرأس مال الفكري للمؤسسة من الرأسمال البشري (مهارات الأفراد العاملين) و الرأسمال الهيكلي le capitale structurel (التنظيم و الملكية الفكرية).

1.2 تعريف الرأس المال الفكري :

الرأس مال الفكري أو ما يطلق عليه بالأصول الذكية يمكن تعريفها حسب «A.SHASDAKCH. COBRA» بأنها: « الإجمالي المجتمع من المعرفة ، المهارات و القدرات التي يمكن أن تمتلكها المنظمات و توجهها نحو الإنتاج البناء...»، كما يعرفها ستيوارت THOMAS STUART على أنها: « الموارد و الممتلكات الذكية والمعرفة و المعلومات و الخبرات التي يمكن أن تستخدم لخلق الثروة...»

و عليه يمكن تعريف الرأس المال الفكري على أنه المعرفة التي يمكن تحويلها إلى أرباح.

و قد بدأ الاهتمام بإدارة رأس المال الفكري في المنظمات بداية من فترة الثمانينات، حيث أدرك المديرون و الأكاديميون و الاستشاريون على مستوى العالم أن الأصول غير المادية في المنظمة - أي رأس المال الفكري - يعتبر محددًا أساسيًا لما تحققه المنظمة من أرباح فعلى سبيل المثال في اليابان أشارت نتائج بعض الدراسات لبعض المنظمات اليابانية على أن الفرق بين مستويات أداء هذه الشركات هو اختلافها في مقدار ما تملكه من أصول غير مادية.

و في بداية التسعينات، بدأ ظهور بعض الكتابات التي تناقش فكرة أن الرأسمال الفكري للمنظمة هو الذي يحقق النجاح و الربحية للمنظمة، حيث أشار الكثير من الباحثين إلى أن الأصول الرئيسية للعديد من المؤسسات في ميدان إنتاج التكنولوجيا العالية لا تتمثل في الأصول المادية فقط، و لكن في مهارات أفرادها و في التراكم الفكري والمعرفي الذي تمتلكه هذه المنظمات،

كما يعتبر قياس هذا النوع من الأصول (الأصول الذكية) التي تشكل الرأسمال الفكري حقل حديث التطور، كما يصعب القيام به لأن هذه الأصول مخفية و لا تظهر في سجلات المنظمة أو حالتها المالية، لذا فقد اقترحت لجنة القيم المنقولة لنيويورك (security Exchange commission) عام 1996 ضرورة إقامة ملحقات تخص معلومات عن الرأسمال الفكري - الأصول الذكية - إلى جانب التقارير المالية السنوية للمنظمات .

2.2 مكونات الرأس المال الفكري :

يتكون رأس المال الفكري من عدد من المكونات غير المادية و هي:

الأصول البشرية: و هي المعرفة و المهارات و الإبداع و الخبرة، فيتكون رأس المال البشري من مزيج المهارات و القدرات و المعرفة، بالإضافة إلى الخبرة السابقة أو المكتسبة خلال العمل.

الأصول الفكرية: و هي المعلومات و المذكرات المكتوبة والإرشادات المنشورة، (براءات الاختراع، حقوق الطبع، العلامات التجارية) و تتكون الأصول الفكرية بمجرد انتقال المعلومات و المعرفة و الأفكار و البيانات من الأصول البشرية لتسجل كتابة و تصبح محددة و معروفة بوضوح، و عندئذ تتعامل المنظمة مع هذه الأصول الفكرية بدل من

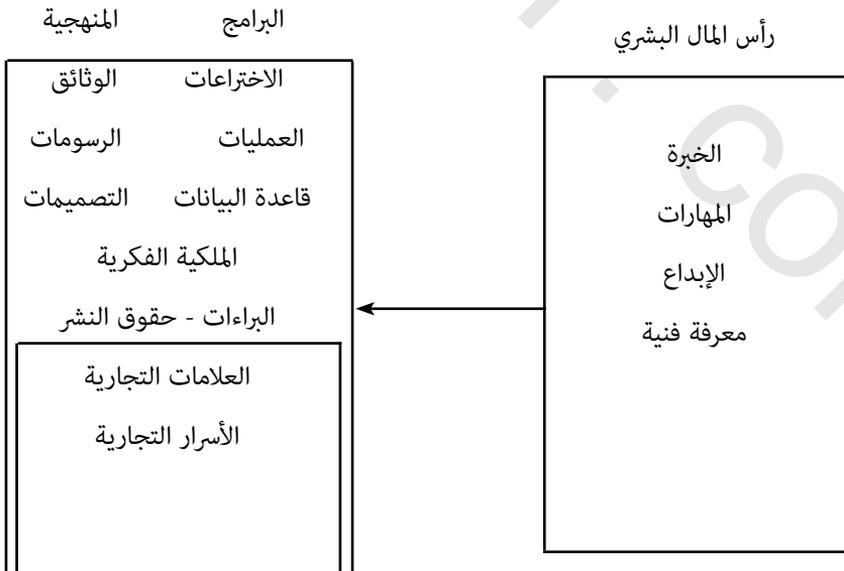
التعامل مع الأفراد، و من أمثلة الأصول الفكرية: الخطط و التصميمات الهندسية و برامج الحاسب الآلي.

الملكية الفكرية: و هي براءات الاختراع، حقوق الطبع و العلامات التجارية. و الملكية الفكرية هي كل ما يمكن حمايته قانونيا، حيث تعمل المنظمات الرائدة في مجال الصناعة على امتلاك المزيد من الملكية الفكرية لتحقيق ميزة تنافسية تمكنها من مواجهة المنافسة الشديدة في الأسواق، و تحاول المنظمات تنمية محفظة للملكيات بناء على التخطيط المسبق لكيفية إدارتها و استغلالها.

الأصول الهيكلية: و هي تشمل الثقافة و النماذج التنظيمية و العمليات و الإجراءات و قنوات التوزيع.

رأس مال العلاقات: و هو يعكس طبيعة العلاقات التي تربط المنظمة بعملائها و مورديها و منافسيها، أو أي طرف آخر يساعد في تطوير و تحويل الفكرة إلى منتج أو خدمة، و في كثير من الأحيان تقيد المنظمة من اختياراتها و قدرتها على زيادة القيمة من خلال النظر إلى العناصر الفردية لأغراضها المقصودة فقط. و لكن من الأفضل النظر إلى الصورة الكلية كوعاء أكبر من الأصول و الذي يمكن أن يتشارك و يعاد تشغيلها في مشروعات جديدة ، و الشكل التالي يوضح رأس المال الفكري و مكوناته الرئيسية. شكل رقم (01): رأس المال الفكري ومكوناته الرئيسية.

الأصول الفكرية



فإدارة الرأس المال الفكري، يمكن أن ينظر إليها على أنها إستراتيجية النجاح في المستقبل، فمديري الألفية الثالثة مطالبين بفهم كل من المكونات المادية الملموسة وغير الملموسة لرأس المال الفكري، وبتنمية ممارسات إدارية تدعم « حصد المعرفة». ويقابل هؤلاء المديرين تحديات كبيرة لتنمية السلوكيات التي تقدر قيمة رأس المال الفكري، ثم تديره بعد ذلك على أنه أصل.

و بناء على التعاريف السابقة الذكر يكون مشروعاً طرح التعريف للرأس المال الفكري على انه القدرة العقلية لدى فئة معينة من الموارد البشرية التي بإمكانها توليد الأفكار المتعلقة بالتطوير و البحث المستمر، لامتلاك ميزة تنافسية لدى المنظمة.

3.2 أهمية وأبعاد رأس المال الفكري:

تبرز أهمية رأس المال الفكري في كونه يمثل أهم مصدر للربحية والدعامة التنافسية للمؤسسة، فالاهتمام به يعد أمراً حتمياً تفرضه طبيعة التحديات العلمية والتطورات التكنولوجية السريعة والضغوط التنافسية الجديدة.

فالقدرات الفكرية العالية أصبحت من أهم عوامل التفوق والتميز التنافسي في الاقتصاد العالمي المبني على المعرفة وتظهر أهمية الاستثمار في الأصول الفكرية من خلال:

- تنمية القدرات الإبداعية وتحسين الإنتاجية وزيادة الربحية؛
- تحسين العلاقات مع العملاء والموردين وتقديم خدمات ومنتجات مميزة.
- أما الأبعاد الرئيسية لرأس المال الفكري فتتمثل في :
 - استقطاب رأس المال الفكري: يركز هذا البعد على البحث عن الخبرات المتقدمة وجذب المهارات التقنية العالية بالاعتماد على نظام معلومات يسهل مهمة الجذب والاستقطاب؛
 - صناعة رأس المال الفكري: يشتمل هذا البعد على تعزيز قدرات الكفاءات البشرية وتقليل معارضتها مع خلق الانسجام الفكري الضروري بينها؛
 - تنشيط رأس المال الفكري: من خلال استخدام آليات كعصف الأفكار مع الكفاءات وتشجيع الجماعات
 - الحماسية والاهتمام بآراء العاملين؛

- المحافظة على رأس المال الفكري: بالاستثمار في التدريب والتطوير المستمر، والتحفيز المادي والمعنوي؛
- الاهتمام بالزبائن: ويهتم هذا البعد بتوثيق متطلبات الزبائن، وتفعيل نظام معلومات لتقديم خدمة الزبون ومنح مزايا إضافية له، والسعي للاحتفاظ بالزبائن القدماء.

III إسهامات الرأس المال الفكري في تحقيق ميزة تنافسية للمنظمة :

يعتبر رأس المال الفكري ممثلا في الكفاءات أحد أهم العوامل المسؤولة عن امتلاك المنظمة للميزة التنافسية

ونجاحها في اختراق الأسواق العالمية. وهذا بالنظر إلى أن تلك الكفاءات هي المسؤولة عن اتخاذ وتطبيق القرارات الاستراتيجية التي يهيئ للمنظمة فرص النجاح

1.3 دور رأس المال الفكري في إعداد و تطبيق إستراتيجية المنظمة:

لقد بدأ الاعتماد على التكنولوجيا يتراجع لسرعة تغيرها، إذ أصبح التنافس والتفوق المرتكز عليها أمرا صعبا،

خاصة بعد توسع استخدام تكنولوجيا المعلومات التي جعلت قدرة تصميم العمليات الإنتاجية والتسويقية متاحا

لجميع المنافسين ، أصبحت أصول المنظمة قابلة للتبادل مع مثيلاتها في المنظمات الأخرى. بخلاف عنصر وحيد يملك قوة الترحيح والمتمثل في رأس مالها الفكري ممثلا في الكفاءات البشرية القادرة على خلق القيمة المضافة من خلال ما تملكه من معرفة، وقدرات، ومهارات مختلفة والمؤهلة للإبداع و التجديد. وبالتالي لقد أدركت المنظمات أن التي لها رؤية إستراتيجية تستطيع أن تحقق ميزة تنافسية على غيرها من المنظمات التي تفتقر إلى مثل هذه الرؤية

2.3 سياق البيئة التنافسية وقيمة رأس المال الفكري:

تتمثل البيئة الخارجية في مجموعة العوامل والمتغيرات الاقتصادية، السياسية، الاجتماعية و التكنولوجية التي تقع خارج إطار المنظمة، والتي تؤثر على استراتيجيتها وسلوكها دون أن تكون لهذه الأخيرة قدرة السيطرة عليها أو توجيهها، و من اجل التكيف مع هذه التغيرات من خلال العمل على اغتنام الفرص المحتملة ومواجهة التهديدات

دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية للمنظمة

المتوقعة يجب الاستثمار في رأس مالها الفكري الذي يرسم الإستراتيجية المناسبة و تحديد أهدافها حسب البيئة الخارجية المتوفرة دون اختلال في توازن المنظمة و عليه فقيمة رأس المال الفكري للمنظمة لا ترتبط بنوع القيمة المرغوب الحصول عليها بل أيضا بسياق البيئة التنافسية المحيطة بالمنظمة.

3.3- رأس المال الفكري وتحسين الأداء التنافسي للمؤسسة:

من اجل تعزيز و تطوير الميزة التنافسية داخل المؤسسة يتعين عليها التوظيف الحسن لرأس مالها الفكري كونه المصدر الوحيد الذي بإمكانه أن يحفظ لها مكانتها و استقرارها في السوق و ذلك من خلال تجاوزه للإمكانيات المتاحة أمام المنظمات الأخرى كاستخدام التكنولوجيا المتطورة ، فهو يعتبر رأس مال متجدد في حد ذاته عن طريق الابتكار و التطوير للوظائف ، و بذلك يأتي تحسين الأداء كنتيجة حتمية للدور المنوط برأس المال الفكري .

4.3- دور رأس المال الفكري في خلق القيمة:

تبرز القيمة المضافة من جراء امتلاك رأس المال الفكري في حسن استخدامه للموارد المتاحة للمنظمة و قدرته على جلب و كسب زبائن في الداخل و الخارج و تحقيق ربحية عالية و توفير الجهود و الوقت و الابتكارات المتكررة و المتجددة و السباق في استحداث ما يسمى «الصيحة» .

الخلاصة :

بإمكان أية منظمة البحث عن احسن و اكفأ الموارد البشرية بتوفيرها لهم إطار مهني و اجتماعي متميز و مغري ، لكنها قد تعجز عن استغلالهم استغلالا امثلا يتماشى و سياستها و إستراتيجيتها ، فعليها البحث أولا عن سبب تقهقرها أو تذبذب قدرتها التنافسية و من ثمة سعيها وراء جلب رأس مال فكري و الاستثمار فيه دوما موظفا كفاءته ، معرفته و مهاراته القيادية.

كما يتعين عليها التفكير في نقل المعرفة والمهارة و الخبرة في جدول زمني يتناسب مع أعمار و إمكانيات المنظمة البشرية ، ما يضمن لها الاستغلال الأمثل لمواردها المختلفة و تحقيق ميزتها التنافسية

قائمة المراجع باللغة الاجنبية :

1-CD, Technology and the Economy: the Key Relationships, Paris, 1992.

2-Michael Porter, on Competition, A Harvard Business Review Book, Boston, AM, 1996.

3-Didier Cazal Et Anne Dietrich, Compétences Et Savoirs : Entre GRH Et Stratégie,

4-Michael Porter, L' Avantage Concurrentiel .Paris, Dunod, 2000.

5-didier Cazal Et Anne Dietrich, Compétences Et Savoirs : Entre GRH Et Stratégie.

6-St ewart , T . A ., Intellectual capital : the New Wealth of Organizations, Double Day- : نقلا عن Currency, New York, 1999,

قائمة المراجع باللغة العربية :

1. ماعيل زغلول، محمد الهزايمة، سياسات وخطط تطوير القدرة التنافسية للاقتصاد الأردني، ندوة القدرة التنافسية للاقتصاديات العربية معهد. السياسات الاقتصادية لصندوق النقد العربي، العدد الخامس، 1999

2. حاتم القرنشاوي، سياسات وخطط تطوير القدرات التنافسية للاقتصاد المصري، صندوق النقد العربي، حلقات العمل العدد السادس، أكتوبر 1999 ، أبو ظبي.

3. منى طعيمة الجرف، مفهوم القدرة التنافسية ومحدداتها: مسح مرجعي، مركز البحوث الاقتصادية والمالية، جامعة القاهرة، أوراق اقتصادية. العدد 19 ، ماي 2002

4. أميرة محمد عبد السميع عمارة، تحليل القدرة التنافسية للقطاع السياحي، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة. القاهرة، 2002 ، ص09.

5. نبيل محمد المرسي، الإدارة الاستراتيجية: تكوين وتنفيذ استراتيجيات التنافس، الإسكندرية، الدار الجامعية الجديدة 2003 .

دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية للمنظمة

6. عبد الحميد عبد الفتاح المغربي، الإدارة الاستراتيجية، القاهرة، مجموعة النيل العربية، ط 1999.

7. طلعت أسعد عبد الحميد، التسويق الفعال: الأساسيات و التطبيق، القاهرة، المتحدة للإعلان، ط 1999، 09 .

8. عبد السلام أبو قحف، كيف تسيطر على الأسواق، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، بيروت.

الرسائل و المذكرات :

9. سملاي يحضيه ، اثر التسيير الاستراتيجي للموارد البشرية و تنمية الكفاءات على الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية (مدخل الجودة و المعرفة) ، اطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية ، جامعة الجزائر سنة 2005

10. صالح أحمد علي، أنماط التفكير الاستراتيجي وعلاقتها بعوامل المحافظة على رأس المال الفكري، رسالة ماجستير في إدارة الأعمال غير منشورة، كلية. الإدارة والاقتصاد/ جامعة بغداد، 2001 .

المواقع الالكترونية :

- [http:// www. OECD. Org/fr](http://www.OECD.Org/fr). page consultée le 22 05 2002
- [http : /www.i.ac-reims.fr](http://www.i.ac-reims.fr), page consulté Le11 12 2002