



كلية المستقبل الجامعة

قسم ادارة الاعمال

المرحلة الرابعة/ الفصل الثاني

العام الدراسي 2020 / 2021

ادارة المعرفة

المحاضرة السابعة

ادارة المعرفة والاقتصاد المعرفي

إعداد مدرس المادة

م.د. أمجد حميد مجيد الحسون

المحاضرة السابعة

إدارة المعرفة والاقتصاد المعرفي

تمهيد

أتاحت إدارة المعرفة فرصة بالغة الأهمية لأصحاب المدخل الاقتصادي للدخول في مرحلة جديدة، بل في التآطير لما دعي بالاقتصاد العالمي الجديد "اقتصاد المعرفة" (Knowledge Economy) . وقد خلقت إدارة المعرفة إسهماً قيماً في تعزيز الإنجاز والأداء العالي، واللذين يعدان ضروريين جداً لبقاء المنظمة في المنافسة ، لكون الأداء العالي يعني تصعيداً في قدرة المنظمة على التحسين، وليس في تطوير التنظيم فحسب. وقد أدركت المنظمات أن المعرفة أصبحت المصدر الأكد للثروة حالياً، وهذه المعرفة تتطلب نوعاً من التحالفات والعلاقات التعاونية بين الشركات. في ظل الاقتصاد المعرفي تكون الأولوية فيها للموجودات الفكرية غير الملموسة أكثر من الموجودات التقليدية، فأصبح رأس المال الفكري هو مصدر القيمة المضافة الحقيقي ، بل إن إدارة المعرفة قد تجاوزت هويتها الأولى بوصفها قيمة مضافة، وأصبحت الآن هي السوق الحقيقي لكل أعمال المنظمة .

أولاً- مفهوم الاقتصاد المعرفي:

إن مفهوم اقتصاد المعرفة أو الاقتصاد العالمي الجديد هو مفهوم حديث النشأة ، لكنه انبثق وتطور بسرعة ويشير إلى مناخ العمل، حيث تتجاوز الموجودات غير الملموسة فيه الموجودات المادية في قيمتها وأهميتها . وفي هذا الاقتصاد تكون المعرفة هي بؤرة العمل، وليست مجرد أداة له. وتكون دورة حياة المنتج قصيرة.

إن ما يميز الاقتصاد المعرفي هو ظهور المنظمات المعتمدة على المعرفة Knowledge Based Organization (KBO) التي تُشغل صناعات المعرفة، والتي تمتاز بثلاثة أبعاد:

البعد الأول: الكفاءة المتميزة في ضوء كيفية إظهار اللاملموسية القياسية لخدماتها، ويتم الاعتماد على هذه المنظمات لتوفير الحلول الإبداعية لمشكلات الزبون، ومن هنا يتم التعاقد معها، ومثالها الشركات الاستشارية ووكالات الإعلان ومستشارو الإدارة.

البعد الثاني: خصوصية سوق العمل، حيث تعتمد (KBO) على أسواق العمل المهيكلة على نحو كبير، والتي تنظم اكتساب المهارات من قبل الداخلين الجدد على يد المؤسسات المهنية.

البعد الثالث: هو السياق التنظيمي، والذي يؤثر على المدى الذي تتمكن فيه (KBO) من العمل في السوق الدولية، أو تنفيذ بالمستوى القومي أو المحلي.

ثانياً- مبررات التحول إلى الاقتصاد المعرفي وأهميته:

يشير أغلب الباحثين إلى الكثير من الأمور التي دفعت في اتجاه التحول إلى الاقتصاد العالمي الجديد، وإلى أهمية هذا الاقتصاد للأفراد والمنظمات والمجتمعات عموماً.

فقد أشار (Davis & Botkin, 1994 : 167-169) إلى أن المنتجات التي تنتجها المنظمة من خلال الأعمال المبنية على المعرفة تتصف بجملة صفات هي:

- 1- يمكن تميزها بمواصفات خاصة، تزداد رونقاً مع الاستخدام.
- 2- تحمل فائدة أكبر للمستهلك لأنها مبتكرة طبقاً لحاجته.
- 3- تمكن المستخدم من التعلم، حيث إن بعض المنتجات تزيد من مهارة المستخدم لها في حقل اختصاصه.
- 4- إنها متكيفة مع تغيير الظروف.
- 5- لها دورة حياة قصيرة نسبياً.
- 6- تمكن الزبون من اتخاذ إجراء المعالجة والصيانة الآتية وبسهولة.

أصبحت المعرفة ورأس المال الفكري أهم مستلزمات الاقتصاد المعرفي، والموجود الأكثر أهمية في المنظمات، وأقوى سلاح تنافسي لها والذي يُمكن المنظمة من غلق الفجوة بينها وبين المنظمات السابقة لها في هذا المجال. فضلاً عن أن المعرفة ذاتها تعد مجالاً واسعاً للتعاون بين المنظمات عبر تبادلها، سيما بعد أن أدركت غالبية المنظمات أن التعاون والتبادل الشفاف للمعرفة فيما بينها أفضل من الاحتكار والتجسس الصناعي.

ثالثاً- متطلبات الاقتصاد المعرفي:

يمكن أن نلخص متطلبات الاقتصاد المعرفي في النقاط الآتية:

- 1- الاعتراف بالمعرفة ورأس المال الفكري كموجودات جوهرية وأكثر أهمية من الموجودات المادية الملموسة ، والتهيؤ لإدارة المعرفة استراتيجياً.
- 2- وجود هياكل تنظيمية شبكية ومرنة ونماذج وأنماط إدارية جديدة، واستبدال الوحدات المركزية واللامركزية بوحدات معرفية مستقلة ومتصلة.
- 3- الإنتاج المتعدد والمتنوع للسلع والخدمات.
- 4- اعتماد التغيير الجذري لمواجهة الأزمات الاقتصادية كأولية حاسمة، وتفضيلها على خيارات التحسين أو التعديل والإصلاحات التدريجية الروتينية.
- 5- التركيز على مهارات وقدرات وخبرات الموارد البشرية.

رابعاً/ الاستثمار في الموجودات المعرفية

في دراسة حديثة لحوالي (500) شركة أمريكية ظهر أن في كل (6) دولارات يوجد دولار واحد يمثل قيمة الموجودات المادية والمالية، أما الدولارات الخمسة الباقية فإنها تعكس موجودات المعرفة (المعنوية

والفكرية)، وأشارت الدراسة - بالنسبة للتقديرات الاقتصادية للاصول المعنوية والمادية المستمدة بصورة مستقلة عن قيمة رأس المال في السوق - إلى نسبة 1/4 لصالح الأصول غير الملموسة، أي الأصول المعرفية المتعلقة بالبحث والتطوير، العلامة التجارية، الامتيازات الممنوحة من الاستثمار في المصادر البشرية والعمليات المحددة التي تمثل شبكة الإنترنت وقنوات التجهيز والتوزيع وأنها تشكل عناصر رئيسة لقيمة المنظمة في ظل الاقتصاد الجديد (Baruch, 2000:9).

من الملاحظ أنه وبرغم ظهور إدارة المعرفة والاقتصاد المعرفي العالمي فإن القليل من الاهتمام قد وجه للسلعة الجوهرية محور الظاهرتين، ألا وهي المعرفة ذاتها، وتحديدًا في كثافة الاستثمار فيها، لذا يجب أن يتم التركيز على خصائص المعرفة التي تؤثر على قيمتها الاقتصادية، لأن المفهوم النظري لها غير مفيد ولا معنى له إن لم يجسد في تطبيقات تدعم النظرية، إن الاستفادة من المعرفة أو جزء منها تتطلب الاستثمار الكبير في تأسيس السياقات لكل من النوعين، الضمني والظاهري من المعرفة. وفي ظل الاقتصاد المعرفي تختلف النظرة للاستثمار في الموجودات عما هو في الأدوار الاقتصادية التقليدية، لأن الموجودات المعرفية لا تستنزف بالاستخدام، بل تتزايد وتتعاظم بدلاً من ذلك، في حين أن الموارد والموجودات المادية تتناقص عند الاستخدام في الاقتصاد التقليدي (Duffy, 2000:10).

وفي ظل الاقتصاد المعرفي تكون غاية الاستثمار في التقنية المستخدمة هو تعزيز العلاقات مع الزبائن والمجهزين والمستخدمين ومع حملة الأسهم، وهذه العلاقات تكون الأساس للنجاح الاقتصادي.

المنتجات في ظل الاقتصادي المعرفي أيضاً لا تعد مهمة كأهمية الكفاءات والأفراد الذين ينتجونها في المنظمة، لأن الاعتماد على المنتجات

يكون فيه مخاطرة، لأنها سرعان ما تتقادم وتستبدل بالإبداعات الجديدة، لذا فمن الحكمة للشركات أن تتنافس في الكفاءات والقابلية على حل المشكلات والمعرفة والإبداع (Wick, 2000 : 521).