



أخلاقيات رأس المال الفكري كمدخل لتعزيز إدارة المعرفة في منظمات الأعمال العربية

الأستاذ: جايز كريم

الأستاذ: كمال زيتوني

E-mail : djaiz.karim@yahoo.fr

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

جامعة المسيلة

الملخص:

لقد أصبح رأس المال الفكري السمة البارزة لعصر الاقتصاد الرقمي والمعرفي، ولكي تستفيد المنظمات بشكل كفوء وفعال من هذه المعرفة يجب ان توضع ضمن إطار مداخل شمولية منهجية منظمة، حاولنا في هذا البحث عرض المدخل المعرفي وكيفية الاستفادة منه لتعزيز إدارة المعرفة في المنظمات الحديثة عامة ومنظمات الدول العربية خاصة، حيث أن تعزيز إدارة المعرفة لا يمكن ان يكون واقعاً ملموساً ومعاشاً إلا بأيجاد لآليات التي تجعل من أخلاقيات رأس المال الفكري مفردات حية في الممارسات الإدارية في عالم المنظمات، ان هذا الأمر يتطلب التفاعل الحي المنفتح والاستفادة من التراكم المعرفي حتى لو طور في بيئات عديدة من جهة وبيئة الدول العربية من جهة أخرى.

الكلمات المفتاحية: رأس المال الفكري، الأخلاقيات، إدارة المعرفة، منظمات الاعمال.

Abstract:

Intellectual capital has become the hallmark of the era of the digital economy and knowledge, and to benefit organizations efficiently and effectively this knowledge must be placed within the entrances of comprehensive structured methodology, we have tried in this research portlet knowledge and how to utilize it to promote knowledge management in modern organizations public organizations and the Arab States especially, the promotion of knowledge management can not be a reality and a pension only to find the mechanisms that make the ethics of intellectual capital items live in the practice management in the world of organizations, that this requires the interaction neighborhood open and take advantage of the accumulation of knowledge, even if developed in many settings on the environment and the Arab countries on the other.

Words-keys: Intellectual capital, Ethics, Knowledge Management, Business organizations.



مقدمة عامة

لا شك في أننا نعيش عصرا جديدا هو عصر المعرفة واقتصادا جديدا هو الاقتصاد القائم على المعرفة وإدارة جديدة هي إدارة المعلومات والمعرفة وتبعا لهذا التحول من الاهتمام من إدارة الأشياء والموارد المادية الى إدارة المعرفة ورأس المال الفكري فإن مسألة الأخلاقيات أصبحت تطرح نفسها بنفس الطريقة كما في الاقتصاد التقليدي بل وبقوة اكبر، هذا يعني انه يجب الوقوف عند أخلاقيات العمل المعرفي وأبعاده من اجل اللوج الى اقتصاد المعرفة والتعامل مع إدارة المعرفة بشكل جيد وهذا يعني أن تحظى الأخلاقيات بنفس القدر من الاهتمام الذي تحظى به الانجازات في المجال المعرفي.

كيف يمكن للمنظمات الأعمال العربية إرساء أخلاقيات رأس المال الفكري في إدارتها وبين أفرادها

لتعزيز إدارة المعرفة؟

ضمن هذه الإشكالية يمكننا الإجابة عن التساؤلات الفرعية التالية :

- ما المقصود برأس المال الفكري؟
- ما هي أخلاقيات رأس المال الفكري؟
- ما هي أهم العوامل التي أدت الى الاهتمام بأخلاقيات المعرفة؟
- كيف تستطيع المنظمات الأعمال العربية نشر السلوك الأخلاقي بين أفرادها؟



المحور الأول: الإطار النظري رأس المال المعرفي: Intellectual Capital

لقد شاع استخدام مفهوم رأس المال الفكري (أو المعرفي) (Intellectual Capital (IC) وأصبح ينظر إليه باعتباره ممثلاً حقيقياً لقدرة المنظمة على المنافسة وتحقيق النجاح بعد أن كانت المصادر الطبيعية تمثل الثروة الحقيقية للشركات قبل هذا التاريخ¹.

- وإذ كان رأس مال الصناعي يتسم بأنه مادي وملس مما يجعله سهل التحديد والقياس والتقييم، فإن الرأس المال الفكري يتسم بأنه أثيري وغير ملموس مما يجعله صعب القياس والتقييم، لهذا تأخر التعامل معه على أساس انه رأس مال حقيقي لمدة طويلة باستثناء حالات قليلة ولم يمكن بالإمكان تجاملها وهي تدير موارد مادية واضحة ومحددة كما هو الحال في براءة الاختراع وحق المؤلف والعلامة التجارية، ولكن مع تزايد أهمية ألا ملموسات وشكل خاص أصول المعرفة أو رأس المال الفكري ودورها في تعظيم أصول الشركة الكلية وانعكاس ذلك على قيمتها السوقية لم يعد بالإمكان إلا الاعتراف بالقيمة الحقيقية لهذه الأصول في الشركة، وهذا وخاصة وان كثير من الشركات وخاصة الشركات الرقمية ليس لها من رأس المال مادي كبير، وإنما رأس مالها الحقيقي يتمثل في أصولها الفكرية بشكل أساسي، وكل هذا يعني أن الاقتصاديات والمجتمعات أخذت تنتقل وتتحول من اقتصاديات ومجتمعات قائمة على الصناعة والرأس المال المادي إلي أخرى قائمة على المعرفة والرأس المال الفكري .

-كما إن الرأس المال الفكري قد يستخدم بتسميات عديدة كالرأس المال اللا ملموس أو الرأس المال

المعرفي².

أولاً: مفهوم رأس المال الفكري

ونتناول العناصر التالية:



1- تطور رأس المال الفكري:

لقد بدأ الاهتمام بتسيير الرأس المال الفكري في المؤسسات بداية مع عقد الثمانينات، حين أدرك الأكاديميون والاستشاريون، والمدراء أهمية وقيمة الأصول غير الملموسة في المؤسسة، وأن رأس المال الفكري أصبح محدداً أساسياً لما تحققه المؤسسة من أرباح، فلقد بينت الدراسات الحديثة أن الفروق النسبية بين مستويات أداء بعض الشركات اليابانية سببه مقدار ما تمتلك من أصول غير مادية يمكن استغلالها في مجالات وأنشطة متنوعة، والتي لا يتم الحصول عليها فقط من خلال الأموال، الأمر الذي حفز المسيرين إلى تسيير تلك الأصول غير المادية بكفاءة وإتقان الكيفية الملائمة لتعظيم القيمة المحققة من قدراتها ومهاراتها. وبداية مع عقد التسعينات تعددت الكتابات المركزة على رأس المال الفكري في المؤسسة، باعتباره محدداً لميزاتها التنافسية، حيث بدأت تلك المؤسسات في التفكير في كيفية تسيير تلك الأفكار، والابتكارات، وتمييزها، وقد أخذ تحليل رأس المال الفكري وتحديد اتجاهاته مسارين مترابطين، هما مسار المعرفة والقوى الذهنية الذي يركز على خلق وتوسيع المجال المعرفي للمؤسسة، ومسار الاعتماد على الموارد من خلال الاهتمام بكيفية خلق الأرباح من المزيج المميز للموارد المادية والفكرية بالمؤسسة.

2- تعريف رأس المال الفكري:

يري Ros أن رأس المال الفكري هو " المظلة التي تظم تحتها إدارة المعرفة باعتبارها المحرك والطاقة الدافعة لها، ويشير رأس المال الفكري إلى حيازة المعرفة وتطبيق الخبرات والمهارات والتكنولوجيات والعلاقات والأدوات داخل المنظمة لتحقيق استراتيجياتها؛



يعرف "Ulrich" رأس المال الفكري على أنه يمثل "مجموعة مهارات المؤسسة التي تتمتع بمعرفة واسعة تجعلها قادرة على جعل المؤسسة عالمية من خلال الاستجابة لمتطلبات الزبائن والفرص التي تتيحها التكنولوجيا؛"

بينما يرى كل من "هامل" و"هين" (Hamel, Heene) أن رأس المال الفكري عبارة عن "قدرة متفردة تتحقق من تكامل المهارات المختلفة التي تتفوق بها المؤسسة على منافسيها، بحيث تسهم في زيادة القيمة المقدمة للعملاء، كما تعد تلك القدرة من أهم مصادر الميزة التنافسية؛"

كما عرف "Reid" رأس المال الفكري على أنه "المادة الفكرية المتكونة من المعرفة والمعلومات والمهارات والخبرات ذات القيمة الاقتصادية التي يمكن وضعها موضع التطبيق بهدف خلق الثروة؛" بينما يرى كل من "Prusak" و"Davenport" أن رأس المال الفكري يتمثل في "المعرفة التي يمكن تحويلها إلى ربح؛"

يرى "Drucker" أن رأس المال الفكري يتمثل "في نخبة الكفاءات ذات القدرات المعرفية والتنظيمية والتي تمكنهم من إنتاج الأفكار الجديدة أو تطوير الأفكار القديمة، بما يمكن المؤسسة من توسيع حصتها السوقية وتعظيم نقاط قوتها، وتجعلها في موقع يمكنها من اقتناص الفرص المناسبة، ولا يتركز رأس المال الفكري في مستوى تنظيمي معين دون غيره، كما لا يشترط توافر شهادة أكاديمية لمن يتصف به³؛"

كما عرفة منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية (OECD) لرأس المال الفكري " بأنه القيمة الاقتصادية لفئتين من رأس المال غير الملموسة: هي رأس المال التنظيمي (الهيكلية) ورأس المال البشري. ولتوضيح ذلك نشير إلي ما يأتي:

القيمة السوقية = رأس المال المالي + رأس المال الفكري

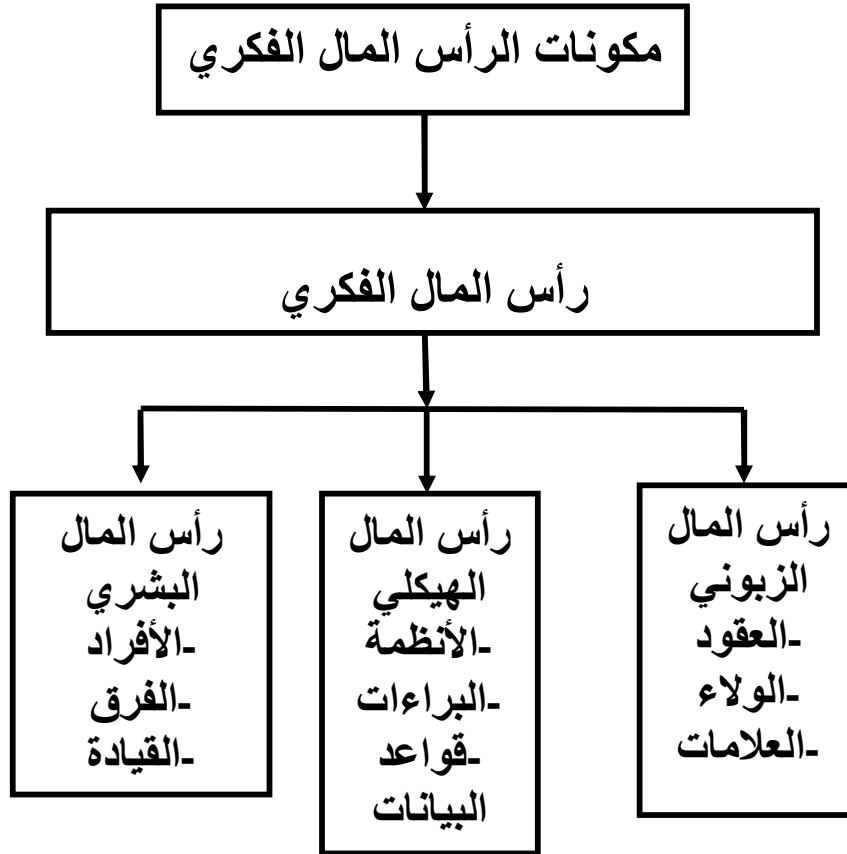
رأس المال الفكري = رأس المال البشري + رأس المال الهيكلية



كما عرف توماس ستيوارت (T.Stewart) رأس المال الفكري في كتابه الذي يحمل عنوان: رأس المال الفكري: الثروة الجديدة للمنظمات بأنه: "يتمثل في المعرفة، المعلومات، الملكية الفكرية، الخبرة التي يمكن وضعها في الاستخدام لتنشئ الثروة، كما يصفه بأنه القوة الذهنية التي تحقق للمؤسسات التميز والتفوق التنافسي" وصنف توماس ستيوارت رأس المال الفكري في ثلاث فئات: رأس المال الهيكلي، رأس المال البشري ورأس المال الزبوني⁴

وفي ضوء التعاريف سالفة الذكر، يتضح أن رأس المال الفكري يتمثل في القدرة العقلية لدى فئة معينة من الموارد البشرية، ممثلة في الكفاءات القادرة على توليد الأفكار المتعلقة بالتطوير الخلاق، والاستراتيجي للأنظمة، والأنشطة، والعمليات، والاستراتيجيات، بما يضمن للمؤسسة امتلاك ميزة تنافسية. ثانيا: مكونات رأس المال الفكري.

شكل (1): مكونات رأس المال الفكري



المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على كتب ومصادر مختلفة.



المحور الثاني : مدخل نظري لأخلاقيات رأس المال الفكري.

طورت المجتمعات القيم والمعايير الأخلاقية لتشكل وعاء حضاريا لها عبر فترات زمنية متعاقبة وفي هذا الإطار يمكن ان ننظر للمجتمعات البدائية ومعاييرها الأخلاقية الصارمة ثم المجتمعات الصناعية ومعاييرها الأخلاقية المتجددة المرنة وأخيرا المجتمع العالمي المعرفي ومعاييرها الأخلاقية النسبية التي تستوعب هذا التطور الهائل في مجمل الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية والتكنولوجية وغيرها.

أولاً: ماهية الأخلاقيات.

منذ القدم تسعى كل أمة لأن تكون لها قيما، ومبادئ تعتر بها، وتعمل على استمرارها، وتعديلها بما يوافق المستجدات، ويتم تلقينها وتدريسها، وتعليمها، وينبغي عرفيا، وقانونيا عدم تجاوزها، أو اختراقها.

1- تعريفها:

تشير الأخلاقيات بشكل عام إلى القيم والمعايير الأخلاقية التي يستند لها أفراد المجتمع لغرض التمييز بين ما هو صحيح وما هو خطأ⁵

يعرفها ROBBINS and DECENZO "بأنها مجموعة القواعد و المبادئ التي تحدد ما هو السلوك الصحيح والسلوك الخاطئ"⁶؛

وكلمة أخلاق ETHIC مستخلصة من اللفظ اليوناني Ethos ، والتي تعني خلق. وتكون الأخلاق ETHIC مجموعة من المعتقدات، أو المثاليات الموجهة، والتي تتخلل الفرد أو مجموعة من الناس في المجتمع . وباللغة الأجنبية فيتخلف لفظ ETHIC عن لفظ Déontologie ، حيث تم اشتقاق هذا الأخير من اللفظة اليوناني DEONTOS والذي يعني ما يجب فعله. و Logos والتي تعني العلم. وتعني اللفظتين معا العلم الذي يدرس الواجبات .

كما تعرف « la Déontologie » أنها مرادف للأخلاق المهنية لمهنة معينة.



وتمثل الأخلاقيات لدى البعض مطلقاً في التمييز بين ما هو جيد (الفضيلة) وما هو سيئ (الرديلة) وهذا ما تمثله الأخلاق المثالية، كما أنها تمثل لدى البعض الآخر مسألة نسبية فهي اذن تفضيلات اجتماعية معينة تستند الى ما يجله الأفراد وما يستهجنونه في المجتمع من سلوك وتصرفات في فترة و ظروف معينة، وتلك هي الأخلاق النسبية، وضمن هذا السياق نجد الأخلاق الموقفة التي ترفع من درجة النسبية الى حدود الموقف الواحد و الحالة الواحدة، فالفرد يمكن أن يكون جيداً في حالة وسيئاً في حالة أخرى حيث أنه في الضغوط الموقفية المتنافسة في العالم الواقعي حتى المديرين حسني النية يقومون بما يؤدي للآخرين.

وكما يرى **ايفانسينج** وزميله فإنها تمثل خطوطاً توجيهية للمديرين في صنع القرار وأن أهميتها تزداد التناسب مع اثار ونتائج القرار، فكلما كان نشاط المدير أكثر تأثيراً في الآخرين كلما ازدادت أهمية أخلاقيات ذلك المدير.⁷

وبما أن المعرفة تمثل مجالاً من مجالات النشاط في المجتمع كما أنها من أنشطة الأعمال في المؤسسات التي لا بد أن تخضع لـ **اخلاقيات المعرفة** فيمكن تعريف **اخلاقيات المعرفة** بأنها مجموعة المبادئ التي تحدد ما هو صائب أو خاطئ فيما يتعلق بالمعرفة او بالسلوك المعرفي لأصحاب المعرفة.

هذا التعريف يفترض:

- أن لا تكون المعرفة مصدراً للضرر للآخرين (كمعرفة مجال الصناعات الحربية)؛
- أن لا تكون المعرفة تأهيل او قدرة او خبرة في تحقيق مصالح ذاتية غير مشروعة على حساب الآخرين (المعرفة تأهيل او براعة فيما لا يستطيع الآخرون ارتكابه)؛
- أن لا تكون المعرفة هي موضوع ارتكاب الضرر (كما في بيع أسرار الشركة الى المنافسين)؛
- أن لا تكون المعرفة سلوكاً غير مقبول أخلاقياً (حيث ان صاحب المعرفة يجب ان يتمتع بالقيم النبيلة كالأمانة والاستقامة والاستقلال)⁸؛



وثمة علاقة عضوية بين المعرفة والأخلاقيات حيث ان تنامي المعرفة في المجتمع لا بد أن يعني رفع المستوى الأخلاقي فيه، بنفس الطريقة يؤدي تنامي المعرفة المتخصصة المهنية لأفراد مهنة معينة الى ارتفاع المستوى الأخلاقي لأعضاء وممارسي تلك المهنة.

ثانيا: مصادر الأخلاقيات.

تجد الأخلاقيات مصادرها في⁹:

1-لأخلاقيات الشخصية: لاشك انه لدى كل فرد مجموعة من المعتقدات والقيم الشخصية ينقلها إلى المنظمة التي يعمل بها او للمجتمع حيث تترجم هذه القيم والمعتقدات إلى سلوكيات أخلاقية .

2-التنظيم الإداري: يؤثر التنظيم الإداري في الأخلاقيات لكل من نظم استقطاب الأفراد وتدريبهم والهيكل التنظيمي الرسمي و.... كل ذلك يساهم في تشكيل الأخلاقيات.

3-القوانين واللوائح الحكومية والتشريعات: بحيث أن القانون يحدد ويضع المعايير المقبولة في مجال الأعمال التي تعمل بدورها على توجيه العمال والمدراء وعليه فإن وجود هذه القوانين يمثل رادعا للسلوكيات غير المقبولة.

واللوائح الحكومية هي مجموعة المعايير المحددة من السلطات للممارسات المقبولة وغير المقبولة .

4-قوانين السلوك الأخلاقي (المدونات الأخلاقية): التي تعتبر أدلة إرشادية لعمل المديرين والعاملين، هذه القوانين تهدف الى: توجيه وإرشاد المديرين في المجالات غير الواضحة للسلوك المهني، تذكير العاملين والمديرين بالمتطلبات القانونية والأخلاقية، الإعلان عن المرتكزات الأخلاقية للمنظمة، تقوية الانضباط الذاتي لدى أفراد المؤسسة بقواعد السلوك الأخلاقي .

5-ثقافة المنظمة: تمثل ثقافة المنظمة مجموعة القيم والأعراف والتقاليد والتطلعات التي تمثل إطار عمل يحدد سلوكيات العاملين على مختلف الأصعدة والمستويات، فالمنظمات العريقة في ثقافتها ولديها قيم راسخة في العمل تمثل لغة مشتركة للجميع، ويكون تأثير هذه الثقافة واضحا على سلوكيات العاملين ومنعكسا في



القرارات التي يتخذونها ويبلغ الاعتزاز بالثقافة المنظمة المتميزة في بعض المنظمات درجة تجعلها منجها تربويا يدرس في المنظمة.

ثالثا: مبادئ أخلاقيات المعرفة¹⁰

1-1- المبادئ العامة لأخلاقيات:

- (1) الاستقلالية: حيث أن للأفراد قيمة ولا يهمل الحق تقرير حياتهم وما يتعلق بها؛
 - (2) النزاهة: أن تبلغ الحقيقة لان لهم الحق في معرفتها؛
 - (3) الولاء: حيث يتضمن الصدق والمحافظة على الوعود واحترام ثقة الجمهور والتميز في جودة العمل...
 - (4) كرامة الحياة البشرية: حيث أن حياة الأفراد يجب أن تحترم وان الكائن البشري له قيمة وكرامة؛
 - (5) العدالة: حيث أن الأفراد يجب أن يعاملوا بعدالة؛
 - (6) الإنسانية: أي أن أنشطتنا يجب أن تتجز بشكل صائب و أن نتجنب عمل الشر؛
 - (7) الصالح العام : يجب أن ننجز الأعمال وفق قاعدة الخير الأكبر او المصلحة الأوسع لأكبر عدد من أفراد المجتمع.
- كما وضعت منظمة اليونسكو مرصد للأخلاقيات العالمي من اجل مساعدة الدول في تنمية قدراتها في ميادين الأخلاق التطبيقية.

1-2- مبادئ أخلاقيات المعرفة:

بما أن المعرفة يجب أن توجه من الناحية الأخلاقية إلى أن تكون في خدمة الإثراء المعرفي والإنساني وفي خدمة المجتمع فإن أخلاقياتها تركز على مبدئين أساسيين:

- 1- مبدأ عدم الضرر: أي أن لا تستهدف المعرفة أية معرفة في بعدها النظري أو التطبيقي تعتمد الضرر بالإنسان أو المجتمع.



3- مبدأ توخي المنافع: أي أن لا تقف المعرفة كلما كان ذلك ممكنا عند عدم الضرر وإنما يجب

السعي الذؤوب من اجل توخي المنافع للإنسان والمجتمع .

3-1 - أبعاد الأخلاقيات: ¹¹

قبل التطرق إلى أبعاد الأخلاقيات يجدر الإشارة إلى المدونات الأخلاقية والتي هي عبارة عن وثيقة تصدرها المؤسسة تتضمن مجموعة القيم التي تتبناها المنظمة في توجيه وممارسة أعمالها والتي تساعد العاملين في مواجهة القضايا والمشكلات.

في هذا السياق يمكن ان نشير الى ثلاثة أبعاد او مستويات في علاقة الأخلاقيات بالأعمال من خلال المدونات الأخلاقية :

1- البعد الأخلاقي المهني: ان الجمعيات المهنية تصدر مدونات قواعد وآداب المهنة تلزم أعضاءها بها، وهذا نجده في الجمعية الطبية و جمعية المحاسبين والمحامين كما نجده في جمعيات الحاسوب وغيرها من مجالات المعرفة والمعلومات، يلاحظ على هذا البعد انه محصور بمستوى وسمعة المهنة وبالتالي فإنه يتسم بالمحدودية في إطار المهنة الواحدة وأعضائها وان كانت بعض مبادئه الأخلاقية مرتبطة بتوخي المنافع وتجنب الضرر للمجتمع والمعلومات .

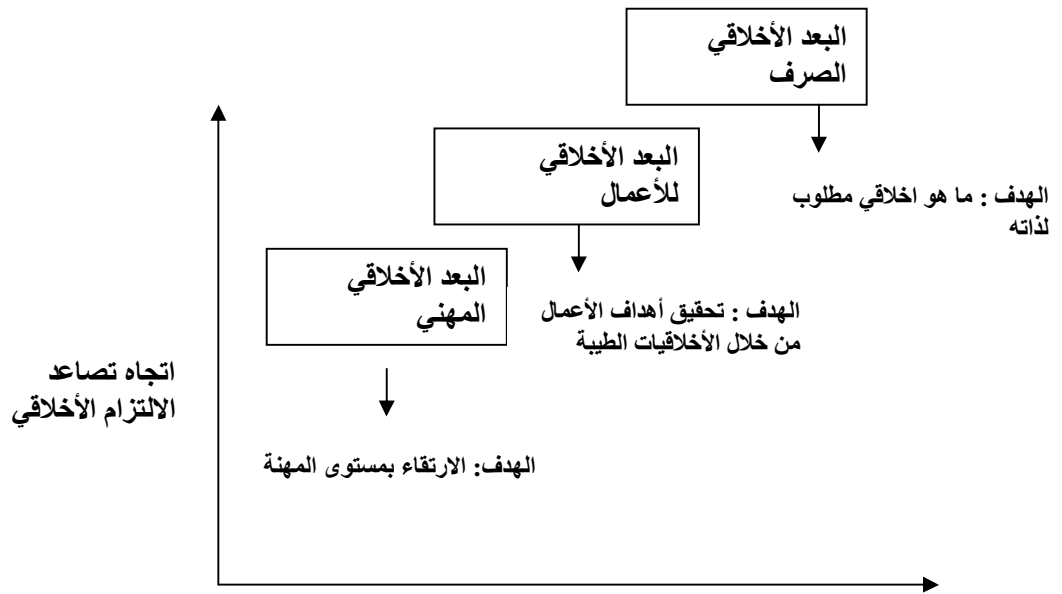
2- البعد الأخلاقي للأعمال: حيث ان شركات الأعمال تصدر مدوناتها التي تلزم جميع العاملين في مستوياتهم التنظيمية المختلفة بها بما فيهم العاملين في مجال المعرفة وجمع ومعالجة وخرن المعلومات على الحاسوب، وهذا يعني ان المدونة الأخلاقية للمؤسسة تميل لتوسيع اهتمامها الأخلاقي لتغطي مهنا ووظائف عديدة في إطار رؤية المؤسسة للأخلاقيات في مجال عملها.

3- البعد الأخلاقي الصرف: وهذا ما يمثل الأخلاق المثالية التي ترتبط بعمل ما هو صواب لأنه صواب وليس لأنه الأفضل للأعمال او المهنة.



والشكل التالي يوضح اتجاه الأبعاد الثلاثة نحو الالتزام الأخلاقي

الشكل رقم: اتجاه الأبعاد الثلاثة نحو الالتزام الأخلاقي.



المصدر: نجم عبود نجم، إدارة المعرفة، مرجع سابق، ص 554

المحور الثالث: أخلاقيات رأس المال الفكري والمنظمة.

أولاً: العوامل التي أدت الى الاهتمام بأخلاقيات رأس المال الفكري في المنظمة.

لا شك في ان أخلاقيات كل مجتمع هي نتاج تطور تاريخي طويل لهذا فهي ركيزة تكوين

المجتمع والمحافظة عليه.

أما في الحياة الاقتصادية فبالعكس، فمنذ "ادم سميث" في كتابه "ثروة الأمم" الصادر عام 1776

الذي أكد فيه ان المنظمة لها هدف رئيسي هو أن تبقى كمنشئ للثروة الى M.Wolf عام 2000

الذي أكد أن المسؤولية الاجتماعية للمنظمات لا تدمر فقط السوق ونشاط الأعمال وإنما تؤدي إلى



الاضطراب وسوء الفهم للأساس العقلاني للأعمال وأن الدور الجيد للأعمال هو صنع النقود وليس حماية الكوكب، وهذا ما يجعل البعض يشير الى ان الأخلاقيات تعد العدو الأسوأ للأعمال .
ولكن مع تزايد الفضائح الأخلاقية واتساع الانتقادات الموجهة للأعمال ومعاييرها المتمثلة بالربح والكفاءة المادية في النموذج الاقتصادي ظهرت رؤية أخرى قائمة على أخلاقيات الإدارة .
وبما أننا في عصر التحول الى اقتصاد وإدارة المعرفة تزايد الاهتمام بالأخلاقيات، ومن أهم العوامل التي أدت الى ذلك:

- إساءة توظيف منتجات المعرفة كتوظيفها في عمليات التدمير العسكري؛
- التحديات الناجمة عن الفتوحات العلمية و التكنولوجيا حيث حقق التقدم العلمي اختراقات عديدة في هذه المجالات؛
- إساءة استعمال التكنولوجيا او ازدواجية استعمالها (ممارسات التجسس الصناعي)؛
- تزايد جرائم الحاسوب والانترنت وخسائرها المالية: سرقة نقود خدمات، تغيير البيانات، سرقة معلومات او برامج او أسرار تجارية؛
- الأبعاد الدولية: كما ان أشكال الفساد والانتهاكات اللامشروعة في الأعمال التقليدية تنتقل عبر الحدود فإن هذه الانتهاكات وجدت بيئة ملائمة لتنتقل ما بين الدول في ظل العصر الشبكي.
- المنافسة الشديدة: ان قطاع المعلومات الذي تحول بسرعة فائقة الى القطاع الأساسي الذي يستحوذ على اكبر الاستثمارات واستخدام أفضل العقول وألمعها، وتتم فيه الابتكارات التحسينات المتسارعة بشكل لا يمكن أن يقارن مع أي مجال آخر، وفي هذه المنافسة لا يمكن النظر في الأخلاقيات وما يجب وما لا يجب.

ثانيا: الأخلاقيات والابتكار والتكنولوجيا.



بقدر إعجابنا الكبير بما تحقق بواسطة التكنولوجيا والابتكارات في مجال المعرفة من تغير، بقدر انتقادنا الدائم للوجه الثاني للتكنولوجيا يمكن الحديث عن الطبيعة المزدوجة للابتكارات وتطبيقات التكنولوجيا واستخداماتها، فكما أنتج التطور التكنولوجي أنواعا ايجابية من التكنولوجيا مثل تكنولوجيا التشخيص والعلاج الصحي، تكنولوجيا الاتصالات، تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي ...، أيضا أنتج نوعا من التكنولوجيا السلبية كتكنولوجيا السلاح النووي والبيولوجي والكيمائي، تكنولوجيا المخدرات، التكنولوجيا سريعة التلوث. أصبح أغلب الباحثون والمبتكرون يعملون وأعينهم مفتوحة على شركات الأعمال التي تنتظر ابتكاراتهم. فمثلا :

- مشروع الجينوم البشري: الذي كان يسعى في جوانبه المعلنة (الإيجابية) إلى معالجة الأمراض الوراثية من خلال التأثير على بصمة ADN الوراثية، ولكنه سرعان ما أصبح مصدرا مثيرا للقلق في إمكانية استخدامه السيئ في مجال التناسخ وتخليق ADN والعبث في المادة الوراثية للإنسان. وقد أشار A.TOFFLER إلى أن العلماء المحترفين يتحدثون عن احتمالات مثل: إنتاج نسل من البشر لهم معدات بقرية قادرة على هضم الأعشاب والعلف لتخفيف مشكلة الغذاء، أو إنتاج عمال ذوي خصائص بيولوجية تتناسب مع متطلبات العمل، وقد أشارت دراسة حديثة إلى تزايد الباحثين ذوي الصلات التجارية الذين يتدافعون في سباق تسجيل البراءات ضمنه رغم خطورته.

- صناعة التبغ والكحوليات والمخدرات: لازالت تشهد تحسينات وتطويرات يساهم فيها أفراد المعرفة من الباحثين والمبتكرين الذين يسخرون أفضل القدرات المعرفية في مجالات أعلن أنها مضرّة لصحة الإنسان ومصدر لأمراض خطيرة.

- الطبيعة المزدوجة للابتكارات والتكنولوجيا: وانجرار الباحثين والمبتكرين وراء كل الفرص المتاحة بغض النظر عن البعد الأخلاقي.

من الأسباب التي تجعل أصحاب المعرفة والمبتكرين لا يكونون هم أكثر الناس تمتعا بالوازع الأخلاقي :



- **ضغوط بيئة الأعمال:** حيث المكافأة الأعلى لمن يبتكر أولاً، من يصمم أولاً، وبالتالي يسوق أولاً، و في هذه العملية ليس هناك الوقت الكافي للنظر في الأخلاقيات في ظل المنافسة الشديدة؛
- **مشكلة الاتقياد:** يخضع الباحثون والمبتكرون لمنطق داخلي يدفعهم ليسيروا في الطريق الى آخره مهما كانت النتائج؛
- **نوعية أفراد المعرفة:** حيث ان بعضهم هم رجال الأعمال، ومثل هؤلاء فإن براءة الاختراع بالنسبة لهم هي مشروع اقتصادي قبل ان يكون مشروعاً علمياً يخدم التراث المعرفي الإنساني .
- وضمن هذه الاتجاهات المحفزة لأخلاقيات التكنولوجيا واستخداماتها تؤكد على ما يلي :¹²
- التأكيد على مجموعة من المعايير والمدونات والقواعد المهنية الكثيرة الصادرة في مجالات العمل والتكنولوجيا؛
- الدعوة إلى إصدار مدونة أخلاقية للعاملين في مجال العلم والتكنولوجيا والفروع المرتبطة بها كأعمال المختبرات...، لتكون مصدر للمعايير الأخلاقية التي يجب مراعاتها مهنيهم ووظائفهم ومشروعاتهم العلمية في مواجهة المعايير الأخرى المفروضة عليهم من جهات أخرى؛
- إخضاع المجالات الأساسية للبحوث العلمية والتكنولوجيا لمراقبة دقيقة وإخضاعها لقدر من المراقبة المحددة قانوناً للحد من الانخداع المضر والتصرفات اللاأخلاقية في هذه المجالات؛
- توجيه اهتمام أكبر من قبل العاملين في مجالات العلم والتكنولوجيا بالأخلاقيات؛
- التأكيد على مسؤولية إدارة المعرفة في توجيه أفراد المعرفة من باحثين ومبتكرين وعاملين في مجالات العمل المعرفي في شركاتهم من أجل الالتزام بالمدونات الأخلاقية، وأن تكون الإدارة جزءاً من عملية التوجيه والتقسيم والكبح الأخلاقي للاتجاهات السلبية في العمل المعرفي في شركاتهم.

ثالثاً: المدونات الأخلاقية في رأس المال الفكري.¹³



إن رأس المال الفكري هي النمط الأحدث الذي يستحوذ على اهتمام الشركات باعتباره المصدر الأكثر مساهمة في إنشاء القيمة وتحقيق الميزة التنافسية، كما أن العمل المعرفي هو النمط الأحدث الذي يتطلب تحديد مسؤولياته الأخلاقية في بيئة خارجية أصبحت أكثر اهتماما بمواطنة الشركات واضطلاعها بمسؤولياتها الاجتماعية والأخلاقية.

كما أن العاملين أصبحوا أكثر تأثرا بالالتزام الأخلاقي الذي يسود في بيئة عملهم للاحتفاظ بهم كأفراد ذوي ولاء، لهذا فإن الاهتمامات بأخلاقيات العمل المعرفي وأبعاده المختلفة في الشركة والبيئة من حولها تظهر في مستويات متعددة نحددها فيما يأتي:

1- المدونة الأخلاقية للعاملين في المجالات العلمية: ومثل هذه المدونات أصبحت مألوفة في كثير من الدول التي تمتلك قاعدة علمية بحثية واسعة في مجالات المعرفة الأكاديمية والتطبيقية في المؤسسات العلمية والمعاهد والجامعات ومراكز البحوث المستقلة، ومثل هذه المدونات عادة ما تصدر من أكاديمية وطنية أو مركز أعلى للعلوم أو للبحوث ليحدد ما هي القيم والمعايير الأخلاقية التي تحكم العمل المعرفي بشكل عام.

إن للمعرفة استخداماتها أي أنها وسيلة لغاية وبالتالي فإن قيمة المعرفة لا تتمثل في امتلاكها بحد ذاتها وإنما في نطاق الاستخدامات الممكنة لأغراض المجتمع.

1- المدونات الأخلاقية الموجهة للعمل المعرفي للعلماء والباحثين في المجتمع:

- المسؤولية الشخصية لأصحاب المعرفة عن معرفتهم وأعمالهم المعرفية العلمية والبحثية؛
- الغرض الأخلاقي: أن يكون العمل المعرفي من أجل خدمة البشرية وحماية أسس الحياة وبيئتها ومواردها وحماية كرامة وحقوق الإنسان؛
- القيم التي تحكم العمل المعرفي بما يجعل الأخلاقيات جزء لا يتجزأ من الاختيار لمجالات العمل المعرفي، وهذا يعني أن العمل يجب أن يخضع في ذلك لأسس اقتصادية.



2- مدونة أخلاقيات العمل المعرفي المهني:

لابد المهني إدارة المعرفة [موظف إدارة المعرفة، المدير التنفيذي لإدارة المعرفة] من أجل يخضعوا لجمعيات مهنية تحمي حقوقهم كما تفرض عليهم مدونة أخلاق مهنية من أجل المحافظة على سمعة المهنة والارتقاء بها، ولقد قدم مجلس شهادة إدارة المعرفة مدونة سلوك لمهني إدارة المعرفة يمكنهم على أساسها أن يحصلوا على شهادة مرخصة لمزاولة مهنة إدارة المعرفة ، هذه المدونة تتضمن مجموعة من المبادئ المرشدة للسلوك الأخلاقي المهني لأفراد المعرفة وأداء مسؤولياتهم إزاء الأطراف الأخرى، حيث التزاماتهم الأخلاقية تتجاوز القانونية، وفي بعض الأحيان الالتزام القانوني يمثل سلوكا لا أخلاقيا.

3- المدونة الأخلاقية للشركة: مع أن الشركات تضع مدونتها الأخلاقية من أجل أن تكون لجميع

العاملين في كل أقسامهم ووظائفهم وليس من أجل أفراد المعرفة، إلا أن بعض هذه المبادئ والقيم تكون ملائمة لتوجيه العمل بكل أشكاله بما فيها العمل المعرفي.

* أهمية المدونات الأخلاقية بالنسبة للعاملين في مجال إدارة المعرفة:

- تلمي الاهتمام بالجوانب والمشكلات الأخلاقية لتخفيف الموازنة في الاهتمام بين الجوانب المادية؛
- المدونة الأخلاقية تساهم في تطوير مهنة العاملين في إدارة المعرفة؛
- المدونة الأخلاقية تحمي العاملين من الضغوط الجهات الأعلى لارتكاب ما يخالف قيم ومبادئ المدونة؛
- ستفرض على الشركة أهمية النوعية والتدريب في مجال القيم والمبادئ الأخلاقية بما يكفل برامج التدريب على المهارات والمعارف.

الخاتمة العامة:

ان المعرفة كمدلول واسع النطاق يدخل في إطاره مفردات قيمية وسلوكية ومنهجيات معرفية ومتنوعة يصعب تأطيره والاستفادة منه دون وجود مدخل واضح المعالم، يشتق من واقع البيئة ويحاكي



مفرداتها العقلية بواقعية، لذلك طرحنا فكرة الاستفادة من المدخل المعرفي كصيغة عملية تعزز منهاجاً حديثاً اخذ مداه الكبير في الإطار العالمي، لقد توحننا إلى جملة من الرؤى فيما يخص رأس المال المعرفي والأخلاقيات في إدارة المنظمات وتحكم هذه الرؤى فكرة محورية وهي ان المعرفة والمدخل المعرفي يعطي مدلولات ملموسة لمفردات ومبادئ أخلاقيات الأعمال استناداً على تحليل واقعي لترابط البيئة المحلية والعالمية، وأن هذه الجوانب تفعل من خلال فهم واضح المعالم لطبيعة العلاقات بين أصحاب المصالح كافة.

نتائج الدراسة:

نا إن رأس المال الفكري هو الركيزة الأساسية لبناء التقدم الاقتصادي بصفة عامة ونجاح المنظمات بصفة خاصة؛

نا إن رأس المال الحقيقي الذي تملكه المنظمات هو رأس المال الفكري ويتمثل في المعرفة التي يمكن تحويلها إلى قيمة؛

نا إن القرارات المتعلقة برأس المال الفكري هي قرارات إستراتيجية لأنها وسيلة أو أداة لتحقيق أهداف المنظمة؛

نا إن إدارة الأصول المعرفية هي أداة قوية للإدارة؛

نا من اجل الحفاظ على مكانة المؤسسة العاملة بالمعرفة ومن ثم على اقتصاديات الدول القائمة على المعرفة لا بد من الاهتمام بكل جوانب الأخلاقيات الأعمال؛

نا إن المحور الأساسي في فكر الإدارة الجديدة، هو خلق إدارة المعرفة وأن إدارة رأس المال الفكري بشكل فعال هو الدعامة والركيزة للإدارة المعرفة وتحقيق التنمية المستدامة.

التوصيات:

أهم التوصيات التي يمكن صياغتها هي:



1. إن الشركات عليها ان تحدد رأس مالها الفكري ومكوناته وعلى أساس سنوي لتحديد مستوى النمو السنوي.
2. يتوجب على الشركات تحديد أوزان دقيقة لمساهمة العناصر المختلفة في تكوين رأس مالها الفكري.
3. يتوجب على الشركات ان تحدد رأس مالها البشري وتحديد الوسائل العملية لصيانته وتنميته.
4. على الجهات الرسمية في الدول تحديد مؤشرات معينة لقياس النمو في رأس المال الفكري خاص بكل صناعة او قطاع اقتصادي يمكن اعتماده من قبل شركات القطاع.
5. ووضع معايير وأسس لتنظيم استعمال المعرفة، والاهتمام الذي يجب ان ينشأ من المؤسسة

التهميش:

- ¹ محمد عواد الزيادات، الاتجاهات المعاصرة في إدارة المعرفة، دار صفاء للنشر والتوزيع، 2008، عمان، ص 279 .
- ² نجم عبود نجم، إدارة المعرفة المفاهيم والاستراتيجيات والعمليات، الوراق للنشر والتوزيع، ط2، 2008، الأردن، ص 287
- ³ سملاي يحضيه، أطروحة دكتوراه، أثر التسيير الاستراتيجي للموارد البشرية وتنمية الكفاءات على الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية، ص ص 116 - 118
- ⁴ نجم عبود نجم ، إدارة المعرفة، مرجع سابق، ص 290
- ⁵ الطاهر محسن منصور الغالبي، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال، دار وائل للنشر والتوزيع، 2005، ص
- ⁶ نجم عبود نجم، أخلاقيات الإدارة ومسؤولية الأعمال في شركات الأعمال، الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2006، ص 17
- ⁷ نجم عبود نجم، نفس المرجع السابق، ص 18
- ⁸ نجم عبود نجم، إدارة المعرفة: المفاهيم، الاستراتيجيات والعمليات، الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2007، ص 532
- ⁹ الطاهر محسن منصور الغالبي، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال، مرجع سابق، ص 145
- ¹⁰ محمد عواد الزيادات، اتجاهات معاصرة الإدارة المعرفية، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان 2008، ص ص 330,331..
- ¹¹ نجم عبود نجم، إدارة المعرفة، مرجع سابق، ص ص 553, 554



¹² عبد اللطيف محمود مطر، إدارة المعرفة والمعلومات، دار كنوز المعرفة، عمان، 2007، ص

¹³ نجم عبود نجم، إدارة المعرفة، مرجع سابق، ص 557