



بقلم هادي الفار

العامل المعرفي: أساس النجاح في إقتصاد المعرفة

بأن تعريف «العمل المعرفي» و «العامل المعرفي» يختلفان بحسب تشخيص الباحثين وبذلك قد تختلف النسب بحسب التعريف لكن ما هو متفق عليه بأن نسبة العمال المعرفيين هي في تزايد مستمر في الإقتصادات المتقدمة، يتركز إهتمام الولايات المتحدة الأميركية والإتحاد الأوروبي على زيادة نسبة العمال المعرفيين من اليد العاملة إعتقاداً منهما بأن في ذلك مساهمة بتسريع تحول الإقتصاد من الثورة الصناعية إلى المعرفية. يظهر هذا التوجه في الإتحاد الأوروبي من خلال البرنامج المختص بإقتصاد المعرفة الذي وضع زيادة عدد العمال المعرفيين أولوية لزيادة القدرة التنافسية مع الولايات المتحدة الأميركية. بحسب تقرير صادر عن شركة ماكينزي، سنة 2008، يساهم العامل المعرفي بثلاثة أضعاف الربحية للشركة مقارنة بالعامل التقليدي.

«العمل المعرفي» هو الإنتاج الإقتصادي المرتكز على إستخدام المعلومات المتوفرة وإنتاج المعرفة الجديدة وإستخراج القيمة منهما للمساهمة بربحية الشركة. قد يأخذ هذا الإنتاج صورة خدمة جديدة أو منتج جديد أو تحسين لعمليات الشركة أو معلومة تساهم مستقبلياً بزيادة قيمة الشركة وزيادة بنك معلوماتها أو بزيادة خبرة وثقافة الموظفين حول إحتياجات السوق. أي بتعريف آخر «العمل المعرفي» هو إستخدام المعرفة السابقة والأنية الكامنة في بنك معلومات الشركة وأفرادها لإصدار معرفة جديدة وقيمة وذات جدوى إقتصادية آنية أو مستقبلية. «العامل المعرفي» هو الموظف الذي يكمن في توصيفه الوظيفي مهام «العمل المعرفي» مع الأخذ بعين الإعتبار بأن معظم المواقع الوظيفية تحوي بمهامها على أعمال معرفية وروتينية. فما يميز العامل المعرفي عن غيره هو كمية وكثافة العمل المعرفي في مهامه بالنسبة للروتينية منها.

«العامل المعرفي» أو الخبير أو المهني يفرض على الشركات وسوق العمل عامة علاقات عمالية وآليات مختلفة عن العامل التقليدي فنظرياً هو من يمتلك المعرفة الضرورية لبقاء الشركة وإملاكها القدرة التنافسية. من هذا المنطلق أصبح للعامل المعرفي سلطة متزايدة في الشركات مبررة بمعرفته المميزة والأساسية للنجاح فلا أحد يعرف عن الوظيفة ومتطلباتها أكثر من ممارستها. ومما زاد من سلطة هذا

نسبة إلى الكثيرين من الباحثين في علوم الإقتصاد والإدارة والإجتماع، يتحول الإقتصاد العالمي، خاصة في الدول المتقدمة إقتصادياً، من المرحلة الصناعية إلى المعرفية مما جعل مصطلح «إقتصاد المعرفة» رائجاً لدى المؤثرين والباحثين في الشؤون الإقتصادية على حد سواء. لعل أهم ما يميز هذه المرحلة عن سابقتها هو أهمية دور إمتلاك الشركات للمعرفة، بشتى أنواعها، مما يزودها بقدرة تنافسية مميزة عن سائر المنافسين في السوق. هذا لا ينفي حقيقة أن المعرفة كانت وما زالت تشكل الضرورة لبقاء الشركات وتطورها في السوق، لكن الإختلاف في هذا العصر يقع في أن سرعة تداول المعلومات والمعرفة أصبحت ممكنة عبر التكنولوجيا المتوفرة و ضرورية كون المعلومة لها قيمة آنية بحيث إن لم تستخدم في الوقت والمكان المناسب فقدت قيمتها الإضافية للشركات.

إرتبط مصطلح «العمل المعرفي» و «العامل المعرفي» بالعصر الإقتصادي القائم وذلك لإظهار أهمية العنصر البشري في الإقتصاد المعرفي. تركزت جهود الشركات في

السابق على إكتساب تكنولوجيا المعلومات ظناً منها بأن إدارة المعلومات وزيادة فعالية ومعرفة الشركة تكمن بهذا العامل. بالرغم من أهمية عامل التكنولوجيا في تسهيل العمل، تم إستدراك أن هذا العامل ما هو إلا قابلية توفرها الشركة للموظف الذي بدوره يجعل إستخدامه فعالاً أم يحوله إلى كلفة لا جدوى منها. التكنولوجيا المعلوماتية تسهل ترميز وتنظيم وانتقال المعلومات لكن الموظف هو من يغذيها ويستخدمها ويحلل ترميزها ويترجمها في الواقع من خلال إدائه. بصورة أدق التكنولوجيا المعلوماتية تقدم المعلومات لكن الموظف هو من يقدم المعرفة مرتكزاً على تحصيله العلمي وتدريبه وخبرته والمعلومات المتوفرة لديه لحظة إداء العمل.

يقدر عدد العمال المعرفيين في الولايات المتحدة الأميركية بحوالي 40% من اليد العاملة بينما تصل النسبة في دول الإتحاد الأوروبي إلى 37%. تجدر الإشارة

«العمل المعرفي» والعامل المعرفي يظهران أهمية العنصر البشري في الإقتصاد المعرفي



العامل الهوة المتزايدة ما بين العمال والإدارة العليا التي سببها السعي المتزايد للشركات من تقليل أعداد الموظفين خاصة الذين يشكلون الإدارة الوسطى. بالإضافة أن العامل المعرفي مطلوب في سوق العمل وله حرية الحركة والانتقال من شركة إلى أخرى مما يهدد بتسرب معرفة الشركة لذا المحافظة عليه تصبح أولوية وضرورية للبقاء. ومن هنا يجب على الشركات إعطاء العامل المعرفي الحرية في تحديد

مهامه وكيفية تنفيذها مع تحمله كامل المسؤولية عن أفعاله. تحمل المسؤولية لا تحوي بطياتها العقاب في حال الخطأ بل حصوله ضرورة لتغذية مخزون معلومات الشركة والفرد على حد سواء. على الشركات تشجيع الموظف لأخذ المبادرة وتحفيزه من خلال المحفزات المادية والمعنوية. للشركات دور فعال في تحسين أداء الموظف من خلال التعليم والتطوير المستمر وتحسين وتغذية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتشجيع الموظفين على مشاركة معلوماتهم مع زملائهم في العمل.

مهامه وكيفية تنفيذها مع تحمله كامل المسؤولية عن أفعاله. تحمل المسؤولية لا تحوي بطياتها العقاب في حال الخطأ بل حصوله ضرورة لتغذية مخزون معلومات الشركة والفرد على حد سواء. على الشركات تشجيع الموظف لأخذ المبادرة وتحفيزه من خلال المحفزات المادية والمعنوية. للشركات دور فعال في تحسين أداء الموظف من خلال التعليم والتطوير المستمر وتحسين وتغذية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتشجيع الموظفين على مشاركة معلوماتهم مع زملائهم في العمل.

هذه الخانة يعني إستهلاك خيرات ما تحتوي أرضنا- وهي غير مستدامة- وبقائنا في موقع الدول النامية وبذلك قصر نظر إستراتيجي. وهنا على الحكومات والقطاع العام

على القطاعين العام والخاص مسؤولية مشتركة في بناء العامل المعرفي

والخاص مسؤولية مشتركة في بناء العامل المعرفي وتحسين أداءه. يقع تأثير الحكومات والقطاع العام في صياغة إستراتيجيات وإجراءات على غرار الإتحاد الأوروبي كزيادة نسبة ومستوى التعليم والتأهيل للقوى العاملة وصياغة سياسات ضرائبية خاصة للشركات التكنولوجية والمنتجة للمعرفة كسلعة وخاصة الحديثة منها ودعم وزيادة الصرف الحكومي بالخدمات المباشرة أو غير المباشرة للشركات الخاصة والقوى العاملة كتطوير تكنولوجيا الاتصالات والبنى التحتية وتدريب وإعادة تأهيل العمال. الشركات الخاصة هي أساس الإقتصاد المعاصر ودورها رئيسي في بناء العامل المعرفي الذي يزودها بالقدرة التنافسية. وبالإضافة للتغيير المطلوب في الأساليب الإدارية والقيادية والأنظمة والإجراءات على الشركات تفعيل دور إدارة الموارد البشرية التي بدورها تشكل نواة للتغيير الإستراتيجي لتأمين بيئة عمل مناسبة لدعم إنتاجية وتحفيز العامل المعرفي.

كثري المؤسسات التي ترى الضغط على الموظف وزيادة فعاليته عامل مساعد في زيادة الإنتاج ولكن في العمل المعرفي نوعية العمل هي أهم من كميته فقد تصلح هذه الممارسات الإقتصادية في خطوط الإنتاج الصناعية ولكنها أقل فاعلية مع متطلبات إقتصاد المعرفة. ففي إقتصاد المعرفة يسعى الزبون للحصول على السلعة المميزة لما تكمن من معرفة تزيد من قيمتها مما يجعل النوعية أساس للمحافظة عليه ولتكوين سمعة جيدة للشركة. لذا يقتضي هذا العصر إعطاء العامل المعرفي حرية تنظيم الذات وتزويده بوقت كاف لتحفيز إبداعه فلا إبداع تحت الضغط اليومي والزائد للإنتاج فبدلك قصر نظر عن ما هو أهم من الأمور الأنية أي مصير الشركة على المدى البعيد.

ومن وسائل تحفيز الموظف التي ما زالت غير رائجة في عالمنا العربي مشاركة الموظف لأرباح الشركة عبر المشاركة المباشرة أو عبر أنواع الأسهم المتعددة ففي ذلك مساهمة ببناء ولاء وحس الملكية للعامل المعرفي. كما على الإدارة والقيادة تركيز دورها على تسهيل العمل بدل السيطرة عليه تفصيلاً من خلال بناء وتشجيع الموظفين على تفعيل شبكات العلاقات الداخلية والخارجية وتمتد علاقاتهم الإجتماعية مما يساهم بزيادة الحصول على المعلومات ومشاركتها

ومن وسائل تحفيز الموظف التي ما زالت غير رائجة في عالمنا العربي مشاركة الموظف لأرباح الشركة عبر المشاركة المباشرة أو عبر أنواع الأسهم المتعددة ففي ذلك مساهمة ببناء ولاء وحس الملكية للعامل المعرفي. كما على الإدارة والقيادة تركيز دورها على تسهيل العمل بدل السيطرة عليه تفصيلاً من خلال بناء وتشجيع الموظفين على تفعيل شبكات العلاقات الداخلية والخارجية وتمتد علاقاتهم الإجتماعية مما يساهم بزيادة الحصول على المعلومات ومشاركتها