

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

قال تعالى:

﴿ يَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ

دَرَجَاتٍ ۗ

(سورة المجادلة: الآية 11)

﴿ قُلْ هَلْ يَسْتَوِي الَّذِينَ يَعْلَمُونَ وَالَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ ۗ

(سورة الزمر: الآية 9)

صدق الله العظيم



جامعة محمد خيضر بسكرة
كلية العوم الاقتصادية والتجارية، وعلوم التسيير
قسم التسيير



(إستبيان الدراسة)

تحية طيبة/ وبعد؛؛؛

يُعد هذا الاستبيان جزءاً مهم من متطلبات إعداد مذكرة الماستر في علوم التسيير الموسومة
" (حَيْثُ يُعْتَبَرُ رَأْسُ الْمَالِ الْفِكْرِيُّ أَكْثَرُ أَصُولِ الشَّرِكَةِ قِيَمَةً وَتَمَنًا، وَيَشْمَلُ عَلَى كُلِّ مِنْ رَأْسِ الْمَالِ الْبَشَرِيِّ، وَرَأْسِ الْمَالِ الْهَيْكَلِيِّ، وَرَأْسِ الْمَالِ الْعِلَاقَاتِ). لذا فإن إجاباتكم على جميع الأسئلة يساهم في الحصول على نتائج دقيقة، ويعزز أهداف البحث، علماً بأن الإجابة تستخدم لإغراض هذه الدراسة فقط.
وشكراً لكم على حسن تعاونكم.

إستبيان
I

CA
D

ملاحظات :

- نأمل منكم قراءة العبارة ثم وضع علامة (X) أمام الخيار الذي ترونه يعبر عن موقفكم الدقيق.
- يرجى عدم ترك أي سؤال دون إجابة، لان ذلك يعني عدم صلاحية التحليل.

<input type="checkbox"/>	الجنس: ذكر	<input type="checkbox"/>	أنثى
<input type="checkbox"/>	العمر: (.....) سنة		
<input type="checkbox"/>	المستوى الدراسي: جامعي	<input type="checkbox"/>	ثانوي
<input type="checkbox"/>	متوسط	<input type="checkbox"/>	ابتدائي
<input type="checkbox"/>	عدد سنوات الخبرة في المنصب الحالي: (.....) سنة		
<input type="checkbox"/>	عدد سنوات الأقدمية في الشركة: (.....) سنة		

خاص بالتحليل الإحصائي

المؤشرات			IMC	المؤشرات			حدود درجة موافقتك على كل عبارة من العبارات التالية: (كل هذه العبارات تتعلق بالشركة)	المكونات	المتغير	
كبيرة جدا	كبيرة	قليلة	لست متأكدا	قليلة	كبيرة	كبيرة جدا				
1	2	3	4	5	6	7				
							1	توفر شركتنا كل الظروف الملائمة لكي يندمج العاملون الجدد في عملهم.	V	V
							2	تشجع شركتنا العاملين على تطوير قدراتهم المعرفية والفنية.		
							3	تعطي شركتنا أهمية للإنجاز الجماعي أكثر من الإنجاز الفردي.		
							4	تتمتع شركتنا أكثر بأصحاب المهارات والمعرفة العالية كالخبراء والفنيين.		
							5	يُعتبر الأفراد المبدعون أهم ثروة تُحقق التميز والنجاح بالنسبة لشركتنا.		
							6	تسمح نظم المعلومات في شركتنا باستغلال قواعد البيانات والبرمجيات.	V	
							7	تشجع شركتنا المبدعين على تقديم أفكار متميزة للحصول على براءة اختراع.		
							8	تعتمد إجراءات العمل في شركتنا على دليل إنجاز المهام لتحقيق أفضل الأداء.		
							9	تعتمد نشاطات شركتنا على بنية تكنولوجية حديثة، كشبكة الإنترنت مثلا.		
							10	يعتمد التسيير في شركتنا على أفضل الممارسات ضمن قيم وعادات المجتمع.		
							11	دائما ما تبرم شركتنا العديد من العقود والاتفاقيات مع موردين وزبائن جدد.	V	
							12	تسعى شركتنا على الدوام لتحقيق رضا زبائنها ومورديها وضمان ولائهم.		
							13	تعتمد شركتنا كثيرا على شهرتها وعلامتها التجارية لتحقيق الأرباح والنجاح.		
							14	تتمتع شركتنا كثيرا بأفكار وآراء المساهمين والموردين والزبائن والمنافسون.		
							15	تعطي شركتنا عناية كبيرة لبناء علاقات متميزة مع زبائنها ومورديها.		
							16	محاوية كل أشكال الإسراف والتبذير في استغلال الموارد	V	V
							17	تشغيل الطاقات المتوفرة لديها بأقصى درجة ممكنة		
							18	مراقبة تطور التكاليف في المجالات: الإنتاجية، التسويقية والإدارية		
							19	تقديم منتجاتها بأسعار تنافسية		
							20	الاعتماد على أحدث تكنولوجيا في الإنتاج والتسويق والإدارة		
							21	أن تكون خصائص منتجاتها مختلفة وتحقق متطلبات وتطلعات الزبائن	V	
							22	أن تكون سباقة في تقديم منتجات جديدة إلى السوق		
							23	أن تكون الأسرع في الاستجابة لمتطلبات الزبائن وفي تلبية حاجاتهم		
							24	تحسين جودة منتجاتها بالاستماع لاقتراحات وشكاوي الزبائن		
							25	الاعتماد على أحدث أنظمة مراقبة نتائج تحقيق الجودة		
							26	إيجاد أساليب عمل أكثر فعالية من تلك المستعملة من طرف المنافسين	V	
							27	تقديم التسهيلات والإمكانيات لتشجيع العاملين على تقديم الأفضل		
							28	تشجيع كل الأفراد على المبادرة الخاصة من أجل إظهار مواهبهم وأفكارهم		
							29	أيجاد مصادر جديدة للمواد الأولية قبل أن يصل إليها المنافسين		
							30	الاعتماد على أحدث الأساليب التقنية لتنظيم العمليات الداخلية		

الإهداء

بسم الله الرحمن الرحيم

قال الله تعالى : " واخفض لهما جناح الذل من الرحمة وقل رب ارحمهما كما ربياني صغيرا "

(الإسراء الآية 24)

اهدي هذا العمل إلى مؤمن البشرية الهادي الأمين سيدنا محمد ابن عبد الله " صلى الله عليه وسلم "

اهدي ثمرة جهدي وعملي هذا إلى:

ومن يسر لي طريق العلم وعلمني حب العمل والصبر والمثابر " والدي العزيز حفظه الله وبارك في عمره "

من جعل الله الجنة تحت أقدامها واقترن رضاها برضى الرحمن وارتبطت طاعتها بطاعة الخالق " والدي

الغالية حفظها الله وبارك في عمرها "

وإلى إخوتي وكل أفراد العائلة

وأصدقائي وزملائي الأعزاء

وجميع الزملاء بدفعة الإدارة الاستراتيجية : جامعة بسكرة-

وكل أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير من اعرفهم ومن لا اعرفهم

- جامعة بسكرة-

وكل طالب وباحث علم اهدي هذا البحث المتواضع ومحبة

شكرا

طلحة سعاد

الخاتمة

في ظل ثورة المعلومات التي يشهدها العالم أصبحت المؤسسات مفتوحة على معارف عديدة ومتنوعة لا حصر لها، بحيث أصبحت من أهم متطلبات التحول والاندماج في الاقتصاد العالمي المبني على المعرفة، زيادة وعي المؤسسات الاقتصادية بالأهمية الاستراتيجية لرأس المال الفكري ممثلاً أساسياً في الثروة الفكرية، الإبداعية الكامنة في كفاءتها البشرية باعتبارها مورداً استراتيجياً إلى جانب ما تمتلكه من علاقات وهيكل وقواعد وإجراءات والذي يعتبر بدوره أيضاً المصدر الأساسي للابتكار والأفكار التي تؤدي إلى الربح .

وفي ظل تزايد المنافسة بين المؤسسات، أصبح من الواجب على كل مؤسسة تحقيق مزايا تنافسية على منافسيها، فنتيجة للمنافسة الشديدة بين المنظمات أصبح بقاء هذه الأخيرة متوقف على قدرتها التنافسية والتي تأتي نتيجة إتباع المؤسسة طرق واستراتيجيات جديدة تهدف إلى تلبية طلبات الزبون بطريقة أفضل من المنافسين .

فبعدما كانت المنافسة تقوم على العوامل المادية أصبحت الآن تقوم على رأس المال الفكري والذي يعد بدوره مصدر من مصادر الميزة التنافسية وأهمها، والذي يمكن اعتباره أهم العوامل المسؤولة على نجاح المؤسسة في اختراق الأسواق العالمية . وبعد الدراسة النظرية والميدانية التي قمنا بها لمعرفة أثر رأس المال الفكري في دعم الميزة التنافسية بمؤسسة الورود للعطور - الوادي - توصلنا إلى مجموعة من النتائج والاقتراحات .

1. النتائج :

أثارت الدراسة جملة من التساؤلات وقدمت أيضاً فرضيات تتعلق بطبيعة التأثير بين متغيرات الدراسة وتوصلت إلى عدة نتائج أهمها :

أ - النتائج النظرية :

- يعد رأس المال الفكري من العناصر التي تسهم في نجاح المؤسسات إلى جانب رأس المال المادي .
- رأس المال الفكري هو المادة الفكرية (معارف، معلومات، ملكية فكرية، خبرات،...) التي يمكن استخدامها لخلق الثروة .
- رأس المال الفكري هو الركيزة الأساسية لتحقيق نجاح المنظمات كما يتكون من ثلاث عناصر أساسية: رأس المال البشري، رأس المال الهيكلي، رأس المال العلائقي .
- لرأس المال الفكري أدوار دفاعية وهجومية يقوم بها، كما أنه له عدة نماذج يمكن من خلالها قياسه داخل المؤسسة باعتباره مورداً غير ملموس تتمثل في نموذج Scandai Navigator ونموذج Balanced Scorecard (BSC) ونموذج Sveiby .

الخاتمة

- تعتبر الميزة التنافسية كل ما يميز المؤسسة دون غيرها مما يعطي قيمة إضافية للعملاء، بشكل يختلف عن ما يقدمه المنافسون في السوق .
- الميزة التنافسية تؤدي إلى تفوق المؤسسة وتميزها على المؤسسات الأخرى يتم تحقيقها في حالة إتباعها إستراتيجية من الاستراتيجيات .
- من أجل تحقيق الميزة التنافسية تتبع المؤسسة الاستراتيجيات العامة والتي تتمثل في : إستراتيجية قيادة التكلفة، إستراتيجية التمييز، إستراتيجية التركيز .
- إن حصول المؤسسة على الميزة التنافسية ليس بالأمر السهل نظرا لوجود مجموعة من العوامل المحددة في تحقيقها والمؤثرة فيها .
- إن أهم مصدر للميزة التنافسية للمنظمات الحالية هو ما تمتلكه من معرفة ومهارات ذهنية تحقق لها التفوق على المنافسين .
- يؤدي رأس المال الفكري دورا هاما في جعل الأصول غير مادية تساهم في دعم وتحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة .
- يساهم رأس المال البشري في دعم الميزة التنافسية للمؤسسة إذا كانت الكفاءات البشرية تتصف بمجموعة من الخصائص من بينها أن تكون الكفاءات نادرة وفريدة ومبدعة أو مميزة مقارنة بالمنافسين .
- يعبر رأس المال الهيكلي للمؤسسة عن الموجودات في المؤسسة، كما أنه يساهم في دعم الميزة التنافسية عن طريق تشجيع الإبداع والمشاركة لدى الأفراد، وتبني نظام معلومات فعال .
- يساهم رأس المال العلائقي في تحقيق ودعم الميزة التنافسية للمؤسسة من خلال بناء علاقات مميزة وتفاعلية مع الموردين والزبائن .

ب - النتائج التطبيقية :

- هناك علاقة ارتباط قوية بين رأس المال الفكري بأبعاده المختلفة (البشري والهيكلية والعلائقي) ودعم الميزة التنافسية .
- كما أظهرت الدراسة أن مستوى رأس المال الفكري بمؤسسة الورود للعطور الوادي . كان جيد وفقا لمقياس الدراسة وهذا راجع إلى الاهتمام الكبير للمؤسسة برأس المال العلائقي من خلال بناء علاقات متميزة مع زبائنها ومورديها .
- أظهرت الدراسة أن مؤسسة الورود . الوادي . تلتزم بأبعاد رأس المال الفكري التي تمت دراستها بمستوى جيد وفقا لتصورات الباحثين ولكن بنسب متفاوتة يمكننا ترتيبها كما يلي رأس المال العلائقي، رأس المال البشري ثم رأس المال الهيكلي .
- أظهرت الدراسة أن مستوى الميزة التنافسية لمؤسسة الورود للعطور كان جيد وفقا لمقياس الدراسة .

الخاتمة

- أشارت نتائج اختبار الفرضية الرئيسية إلى وجود أثر معنوي لرأس المال الفكري بأبعاده المختلفة في دعم الميزة التنافسية بمؤسسة الورود للطور - الوادي - .
- كما أظهرت الدراسة أن أكثر الأبعاد تأثيرا في الميزة التنافسية هو رأس المال العلائقي .
- نجد أن مستوى رأس المال الهيكلي جاء بمستوى ضعيف وهذا راجع إلى عدم جهود المؤسسة التي تسمح نظم المعلومات باستغلال قواعد البيانات والبرمجيات .
- توافر رأس المال البشري بالمؤسسة بمستوى متوسط وهذا راجع إلى ما يمتلكه العاملون من مهارات وقدرات وخبرة عملية وعدم إعطاء المؤسسة أهمية كبيرة لرأس مالها البشري.
- يساهم توافر الجودة في المنتجات إلى امتلاك المؤسسة ميزة تنافسية وتحديدًا من خلال ما تتميز به منتجاتها من خصائص وتحقق متطلبات وتطلعات الزبائن كما تسعى إلى تخفيض تكاليفها .

2. الاقتراحات :

في ضوء النتائج التي تم التوصل إليها يمكن الخروج بالاقتراحات التالية :

- ضرورة التعامل مع رأس المال الفكري على أنه مورد رئيسي واستراتيجي من بين الموارد المختلفة التي تمتلكها المؤسسة.
- ضرورة اهتمام المؤسسة برأس مالها الفكري نظرا لدوره البالغ الأهمية في تحقيق ودعم الميزة التنافسية للمؤسسة .
- ضرورة الاهتمام أكثر بالعنصر البشري كعنصر أساسي من عناصر الإنتاج ومكون فعال لرأس المال الفكري .
- ضرورة أن تقوم المؤسسة بتشجيع ودعم عمليات الإبداع والابتكار من خلال وضع الحلول والأفكار التي يقدمها العاملون موضع التنفيذ .
- ضرورة أن تقوم إدارة المؤسسة بتشجيع بناء فرق العمل والعمل بروح الفريق، لما له دور مهم في تكوين رأس مال بشري متميز الذي يساهم في دعم الميزة التنافسية .
- تشجيع المؤسسة على أن تقدم مختلف أنواع الحوافز للحفاظ على أفضل ما لديها من أفراد ووضع نظام اتصال فعال لتبادل المعلومات والمعارف والخبرات.
- ضرورة إعطاء أهمية كبيرة لتلبية حاجات الزبائن وسرعة الاستجابة لها.
- العمل على تخفيض تكاليف الإنتاج، وتشجيع المؤسسة محل الدراسة الدخول إلى أسواق جديد وتقديم منتجات جديدة.

تمهيد:

في ظل ما يشهده العالم اليوم من تطورات في مختلف المجالات، وظهور ما يسمى باقتصاد المعرفة أصبحت المنظمات المعاصرة في ظل بيئة شديدة التنافس تسعى إلى كسب ميزة تنافسية عن غيرها من المنظمات العاملة في نفس النشاط، وبهذا أصبحت معالم التنافسية الجديدة في ظل التطور الحاصل في المجال العلمي، ممثلة في المعرفة التي تمتلكها هذه المنظمات وأضحى ما يسمى رأس المال الفكري أحد أهم مصادر مزايا تنافسية في المنظمات، خاصة وأنه يشكل العقل المدبر، المبادر الساعي إلى التطوير والإنجاز، الأمر الذي يتطلب المنظمات الراغبة في التفوق التنافسي استقطاب رأس المال الفكري والعمل على تطويره بالشكل الذي يميزها في ذلك عن المنافسين و يضمن لها البقاء والاستمرار. ومن هذا المنطلق، جاءت دراستنا للتعرف على مدى مواكبة المنظمات للمفاهيم الإدارية الحديثة، وخاصة المتعلقة بموضوع الدراسة والتي تتمثل في كل من مفهومي رأس المال الفكري والميزة التنافسية، وذلك من خلال معرفة مستوى تبني هذه المنظمات لمفهوم رأس المال الفكري، ومدى استثمارها فيه وبكل مكوناته، وعيا منها بمدى إسهامه في منح المنظمة ميزة تنافسية وخلق قيمة لها .

ومن خلال هذا الفصل سيتم التطرق إلى إشكالية الدراسة عبر طرح مجموعة من التساؤلات التي تعبر عن الإشكالية، كذلك سنحاول توضيح أهمية الدراسة والأهداف التي تسعى إلى تحقيقها مع شرح بعض المصطلحات للدراسة .

المبحث الأول: إشكالية الدراسة وتساؤلاتها

يعتبر موضوع رأس المال الفكري من أبرز وأهم المواضيع التي حظيت بتركيز واهتمام كبير من الباحثين، والتي أثبتت الكثير من الدراسات والبحوث على مساهمته بشكل أو بآخر في دعم الميزة التنافسية وخلق قيمة للمنظمة، وذلك لأهميته البالغة وانعكاساته الايجابية عليها. ولذلك سنحاول عبر هذا المبحث التطرق إلى إشكالية الدراسة وأهم التساؤلات التي تندرج ضمنها.

المطلب الأول: إشكالية الدراسة

تأتي هذه الدراسة بغرض معرفة مدى تأثير رأس المال الفكري في دعم المزايا التنافسية في مؤسسة الورود للعطور - الوادي - ، وذلك من خلال الإجابة على الإشكالية الجوهرية التالية :

ما هو أثر رأس المال الفكري في دعم الميزة التنافسية لمؤسسة الورود للعطور - الوادي - ؟

أي نسعى لمعرفة كيف يمكن للمؤسسة وعن طريق رأس مالها الفكري المعتمد في نموذج البحث والمتمثلة في رأس المال البشري والهيكلية ورأس مال العلائقي أن تؤثر في دعم الميزة التنافسية لمؤسسة الورود للعطور .

المطلب الثاني: تساؤلات الدراسة

تندرج ضمن الإشكالية السالفة الذكر الأسئلة الفرعية التالية :

- ما هو واقع الميزة التنافسية في مؤسسة الورود للعطور ؟
- ما هو واقع رأس المال الفكري في مؤسسة الورود للعطور ؟
- ما هو أثر رأس المال البشري في دعم الميزة التنافسية لمؤسسة الورود للعطور ؟
- ما هو أثر رأس المال الهيكلية في دعم الميزة التنافسية لمؤسسة الورود للعطور ؟
- ما هو أثر رأس المال الزبوني في دعم الميزة التنافسية لمؤسسة الورود للعطور ؟

المبحث الثاني : فرضيات ونموذج الدراسة

لإعطاء تصور واضح ودقيق عن الأسلوب المنتهج في الإجابة عن إشكالية الدراسة وتساؤلاتها المختلفة، تم صياغة الفرضيات بما ينسجم مع تساؤلات البحث وأهدافه، فضلا عن تصميم نموذج نظري يظهر بيانيا مختلف المتغيرات ويبرز علاقاتها، كما عملنا على صياغة ثلاث فرضيات تعبر عن مضمون الدراسة بغية التعرف على طبيعة الميول والاتجاهات لدى أفراد مجتمع الدراسة بخصوص الإشكالية المطروحة والتساؤلات المنبثقة عنها، ومن ثم المساهمة في تحقيق أهداف هذه الدراسة .

المطلب الأول: فرضيات الدراسة

توافقا مع تساؤلات الدراسة، وبغرض الإجابة عنها، وانطلاقا من إشكالية البحث المطروحة "ما أثر رأس المال الفكري في دعم الميزة التنافسية للمؤسسة" ومن أجل التحقق من وجود الأثر أو عدمه، وبهدف بلوغ أهداف الدراسة، تم صياغة الفرضية الرئيسية والتي انبثقت عنها ثلاث فرضيات فرعية أخرى، وسيتم في هذا المطلب التطرق لها بشيء من التفصيل .

أولا: الفرضية الرئيسية

وتنص الفرضية على أنه : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لرأس المال الفكري في دعم الميزة التنافسية بمؤسسة الورود للطور - الوادي -

ثانيا: الفرضيات الفرعية

الفرضية الفرعية الأولى : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لرأس المال البشري في دعم الميزة التنافسية بمؤسسة الورود للطور - الوادي - .

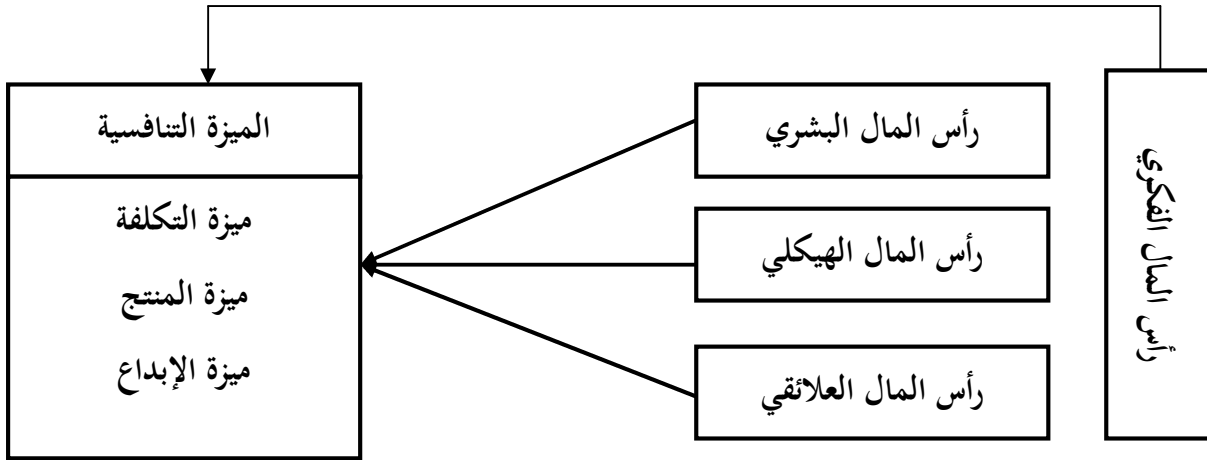
الفرضية الفرعية الثانية : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لرأس المال الهيكلي في دعم الميزة التنافسية بمؤسسة الورود للطور - الوادي - .

الفرضية الفرعية الثالثة: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لرأس المال العلائقي في دعم الميزة التنافسية بمؤسسة الورود للطور - الوادي - .

المطلب الثاني: نموذج الدراسة

تم تطوير نموذج البحث في ضوء مراجعة أدبيات الدراسة والبحوث ذات الصلة، وقد تألف النموذج من متغيرين مبيينين في الشكل الموالي، بحيث المتغير مستقل تمثل في رأس المال الفكري الذي تم قياسه من خلال رأس المال البشري، رأس المال الهيكلي، رأس المال العلائقي، ومتغير تابع تمثل في الميزة التنافسية، وتم قياسه من خلال ميزة التكلفة، ميزة المنتج وميزة الإبداع .

الشكل رقم (1 - 1) : نموذج الدراسة



المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على الدراسات السابقة

من الشكل أعلاه نرى أن النموذج المقترح يتكون من متغيرين اثنين، وسنحاول من خلال هذا النموذج توضيح أبرز المصطلحات والمفاهيم المستخدمة في البحث والتي تعين على شرح وإيضاح المشكلة محل الدراسة، واستقرار معانيها التي تم التعرض لها في الإطار النظري، وبهذا يتم وضع المصطلحات التالية :

1 - المتغير المستقل: وهو المتغير المعبر عنه برأس المال الفكري، والذي نريد في هذه الدراسة اختبار العلاقة بينه وبين المتغير التابع والبرهنة على درجة تفسيره للتغيرات الحاصلة فيه، من خلال الأبعاد المكونة له وعلاقة كل منها بهذا المتغير التابع وتأثيرها فيه وهي: (رأس المال البشري، رأس المال الهيكلي، رأس المال العلائقي). بحيث:

- **رأس المال الفكري:** يعتبر رأس المال الفكري أكثر أصول الشركة قيمة وثمنا الذي يشتمل على كل من الأصول المعرفية والمعتمدة على العقول البشرية المبدعة ومتطلبات نظم العمل والعلاقة المتميزة مع العملاء والتي بدورها تؤدي إلى الإنتاج المستمر للأفكار والأساليب الجديدة من ابتكارات والإبداعات التي تحقق قيمة مضافة للشركة وتدعم قدرتها التنافسية .

* **رأس المال البشري:** ويضم مجموع الكفاءات وخبرات والمعارف والطاقات التي يمتلكها العاملين بالمؤسسة .

* **رأس المال الهيكلي:** ويعبر عن قدرات المنظمة التنظيمية من نظام وهيكل لها والمتمثلة في نظم المعلومات وبراءة اختراع والأدوات والتقنيات ومجموعات العمل المستخدمة التي تستطيع المشاركة في المعرفة ونقلها وتعزيزها .

* **رأس المال العلائقي:** ويعكس طبيعة العلاقة التي تربط المؤسسة بعملائها ومورديها، والمصادر الخارجية الأخرى التي تقدم قيمة مضافة للمؤسسة جراء علاقاتها متميزة بها .

2 - المتغير التابع: وهو المتغير المعبر عنه بالميزة التنافسية .

- الميزة التنافسية: وتعرف بأنها ميزة أو عنصر تفوق للمؤسسة يتم تحقيقه في حالة إتباعها لإستراتيجية معينة للتنافس .

المبحث الثالث: أهمية وأهداف الدراسة

إن التساؤل المطروح عند إجراء أي دراسة أو بحث هو ما الجدوى من هذه الدراسة ؟ وللإجابة على هذا السؤال لابد من إبراز مدى أهمية البحث وأهدافه . ولذلك سنحاول عبر هذا المطلب التطرق إلى الأهمية الذي يكتسبها موضوع الدراسة مع تبيان الأهداف التي يسعى إلى تحقيقها .

المطلب الأول: أهمية الدراسة

تتبع أهمية هذه الدراسة من أهمية رأس المال الفكري نفسه ، باعتباره مصدرا مهما لقيمة المؤسسات و الداعم الأساسي لتحسين تنافسياتها و قدرتها الإبداعية بالإضافة إلى سمعتها و جذب العملاء . كما بينت العديد من الدراسات أن الاهتمام به من قبل المؤسسات و الشركات تفرضه طبيعة التحديات الاقتصادية و التطورات التكنولوجية السريعة و الضغوط التنافسية الحادة . و باختصار فإن رأس المال الفكري هو المحرك الرئيسي والداعم لتحقيق الميزة التنافسية ، و عليه يمكن تلخيص أهمية هذه الدراسة فيما يلي :

- ✓ حداثة الموضوع حيث يتم الجمع بين متغيرات ذات أهمية بالغة في الوقت الراهن و دراسة العلاقة بينهما وتحليل دور كل منهما بالنسبة للآخر .
- ✓ أهمية المتغيرات المبحوثة التي تتمثل في رأس المال الفكري ، والميزة التنافسية بوصفهما من المتغيرات المعاصرة في الإدارة وبحثهما سيؤدي إلى إفادة المؤسسة محل الدراسة و دورها في دعم الميزة التنافسية .
- ✓ الإلمام بالمفاهيم المتعلقة بكل من رأس المال الفكري و الميزة التنافسية .

المطلب الثاني: أهداف الدراسة

و نظرا لأهمية ما تطرحه هذه الدراسة من استفهام فإن هذه الدراسة تهدف إلى إبراز ما يلي :

- ✓ التعرف على مستوى رأس المال الفكري في مؤسسة الورود للطور .
- ✓ التعرف على مستوى الميزة التنافسية في مؤسسة الورود للطور .
- ✓ التأكد من وجود العلاقة و الأثر بين رأس المال الفكري والميزة التنافسية .
- ✓ توضيح مدى تأثير رأس المال الفكري (بشري ، هيكلي ، الزبوني) على دعم الميزة التنافسية في مؤسسة الورود للطور .
- ✓ إبراز دور رأس المال الفكري و مكوناته في دعم الميزة التنافسية للمؤسسة .
- ✓ معرفة مدى كفاءة الشركة محل الدراسة في استخدام رأس مالها الفكري في تحقيق الميزة التنافسية .
- ✓ بناء نموذج يمثل علاقة متغيرات الدراسة فيما بينها و تأثير بعضها البعض .
- ✓ الكشف عن أثر رأس المال الفكري لدى المؤسسة وأحدث أساليب تطويره من أجل تحقيق الميزة التنافسية .

- ✓ كشف طبيعة العلاقة القائمة بين رأس المال الفكري والميزة التنافسية .
- ✓ التوصل إلى بعض النتائج و تقديم بعض التوصيات التي تساهم في تفعيل رأس المال الفكري و استخدامه في زيادة القدرة التنافسية للمؤسسة .

خلاصة الفصل :

تطرقنا من خلال هذا الفصل إلى الإطار العام للدراسة محاولين توضيح معالم هذا الإطار المتبع من مختلف الزوايا، ووفقاً لأدبيات البحوث المتعارف عليها فقد تناولنا إشكالية الدراسة، أهميتها وأهدافها، كما حاولنا صياغة فرضيات الدراسة، إضافة إلى وضع نموذج مقترح للدراسة واختباره للوصول إلى صورة تعكس العلاقة بين رأس المال الفكري والميزة التنافسية .

كما بينا أهم المصطلحات التي تعين على شرح وإيضاح إشكالية الدراسة، ورسم حدود للدراسة مبررين أسباب اختيارنا لهذا .

تمهيد :

بعد تطرقنا في الجانب النظري إلى رأس المال الفكري والأثر الذي يلعبه في دعم الميزة التنافسية، سوف نتطرق إلى الدراسة الميدانية محاولين اكتشاف واقع رأس المال الفكري في المؤسسة محل الدراسة وكيف يساهم في دعم الميزة التنافسية، لذلك قمنا بتخصيص الفصل الثالث لإسقاط ما تم تناوله في الفصل السابق على مؤسسة "الورود للعطور" - بالوادي - التي تعتبر واحدة من المؤسسات المبتكرة والرائدة في مجال صناعة العطور في الجزائر والتي استطاعت البقاء والصمود أمام المنافسة القوية التي تواجهها في ظل الظروف الحالية للسوق .

المبحث الأول : سياق الدراسة

سنتطرق في هذا المبحث إلى ميدان الدراسة بإعطاء نظرة شاملة عنه، محاولين عرض وتقديم المؤسسة مما قد يسهم في دعم مبررات اختيارنا لهذه المنظمة، مع تقديم مجتمع وعينة الدراسة التي أجريت عليه في المنظمة محل البحث .

المطلب الأول: عرض وتقديم المؤسسة

تتواجد مؤسسة الورود للطور ضمن مجموعة مكونة من سبع مؤسسات متحدة تحت اسم "مجموعة الورود"، الأمر الذي يمنح المؤسسة محل الدراسة العديد من الامتيازات ويساهم في تعزيز موقعها التنافسي ، وفيما يلي سوف نتطرق إلى التعريف بمجموعة الورود ، ثم التطرق إلى مؤسسة "الورود للطور" وهيكلها التنظيمي .

الفرع الأول: التعريف بمجموعة الورود " Wouroud "

تقع مجموعة الورود بالمنطقة الصناعية بكوينين - ولاية الوادي - وتربع على مساحة قدرها 25000م² . ويشغل بها أكثر من 500 عامل وعاملة . وتشكل مجموعة الورود من 07 منظمات هي :

1. مؤسسة روائح الورود (perfun wouroud) : وتعتبر أولى منظمات المجموعة وأكثرها عراقية في الجزائر

تواصل صنع العطور منذ نشأة المؤسسة الأم (مؤسسة عطور الورود) سنة 1963 .

2. مؤسسة الوليد للطباعة والتغليف (EL – Walid emballages & édition) : أنشأت في 06 جانفي

1998 برأس مال اجتماعي يقدر بـ 200.000.000 دج ، بداية الاستغلال كانت في 01 مارس 2001

، ويساهم مصنع الوليد بشكل أساسي في تخفيض تكاليف مؤسسة روائح الورود فيما يتعلق بشراء مواد التعبئة والتغليف والطباعة على قارورة العطر .

3. مؤسسة الوفاء للتعمير والبناء (EL- wafa urbanisme) : أنشأت في 91 جويلية 2000 برأس مال

اجتماعي يقدر بـ 10.000.000 دج ، وهي تهتم بكل الأنشطة التي تختص بأشغال البناء والتعمير .

4. مؤسسة الورود لمواد التجميل والصابون (wouroud cosmetice) : والتي أنشأت في 08 جانفي 2001

برأس مال اجتماعي يقدر بـ 10.000.000 دج، وتقوم هذه المؤسسة بالأنشطة التالية : صناعة صابون الزينة

ومختلف مواد التجميل، ولقد تم إنشاء هذه الشركة بهدف التكامل بينها وبين مؤسسة روائح الورود .

5. مؤسسة الوصل للأشغال العمومية (EL-wasl Travaux publics): أنشأت في 07 فيفري 2004 برأس

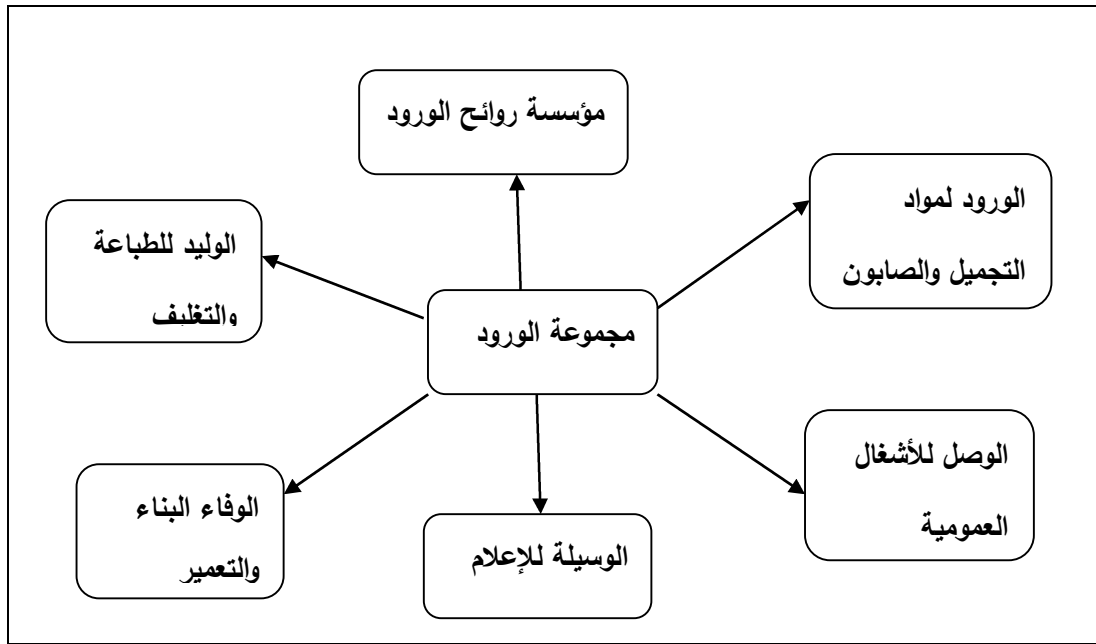
مال اجتماعي يقدر بـ 10.000.000 دج، وتقوم بعدة أنشطة منها إنجاز الطرق، السدود، الجسور... إلخ ،

وبدأت المؤسسة في النشاط منذ النصف الأول من سنة 2005 .

6. مؤسسة الوسيلة للإعلام (EL- Wassila Multimédia) : أنشأت في 30 نوفمبر 2004 برأس مال اجتماعي يقدر بـ 20.000.000 دج، ومقرها الاجتماعي بـ دال إبراهيم - الجزائر العاصمة ، وهي متخصصة في الاتصال السمعي والبصري .

7. مؤسسة الواحات للنقل (EL-Wahat Transports) : أنشأت هذه المؤسسة في سنة 2006، وهي متخصصة في نقل البضائع، وتقوم بعملية الربط بين الموردين والمستهلكين .

الشكل رقم (1 - 3) : مجموعة الورود بالوادي



المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على المعلومات السابقة

الفرع الثاني: تقديم مؤسسة الورود للعطور

مرت مؤسسة الورود للعطور بالعديد من المراحل منذ تأسيسها لأول مرة إلى غاية يومنا هذا، وفيما يلي سيتم التطرق إلى النشأة وتطور المؤسسة، وتعريفها .

أولاً: نشأة وتطور المؤسسة

يعود إنشاء هذه المؤسسة إلى حوالي 2/1 قرن أي منذ 1963، حيث أسست الشركة على يد المرحوم "سالم عطا الله جديدي" وشركائه تحت اسم "الرياض" بالجزائر العاصمة، ويعتبر أول مصنع متخصص في صناعة العطور آنذاك، وفي سنة 1983 أسس "محمد البشير جديدي" مع أخيه مؤسسة روائح الورود بالوادي التي تتربع على مساحة تقدر بـ 2000 م². وفي سنة 1987 انفرد الأخ "محمد البشير جديدي" بملكية المصنع بعد أن قام بشراء حصة أخيه ومنذ توليه إدارة الشركة بدأ العمل على تطويرها وتحسينها . وقد شهدت سنة 1988، إطلاق أول عطر للمؤسسة سمي بالحاسة السادسة sixième sense الذي حظي بشهرة واسعة منذ إصداره إلى غاية اليوم وساهم هذا العطر في 40% من رقم الأعمال الكلي .

وتعتبر مؤسسة روائح الورود أول من استعمل الترميز بالأعمدة كطريقة لتسيير المخزون 1993، وكان ذلك قبل إنشاء المنظمة الجزائرية لتقييم المنتجات ، ENA Algérie، حيث اتصلت المؤسسة بالمنظمة الدولية ببروكسل ومنحتها الرقم 1001 مما سهل مهمة متابعة ومراقبة حركة المواد الأولية والمنتجات.

وفي سنة 1995 بدأت المؤسسة أعمال التوسعة وتحديد آلات الإنتاج واستمر ذلك إلى غاية نوفمبر 1997 م لتصل بها المساحة إلى 4000م²، حيث تم البناء بطابع معماري بديع يجمع بين الأصالة والحداثة باستعمال القباب والأقواس للحفاظ على الطابع المعماري والتراثي للمدينة، وقد شيدت قباب المصنع من الخارج لتسمح لأشعة النور بالدخول إليها طوال اليوم وطيلة الفصول، ولتخفيف من عبئ الاستيراد على المؤسسة قررت إدارة المؤسسة لاستثمار في مجال إنتاج مواد التغليف والطباعة فقامت بإنشاء (مصنع الوليد للطباعة والكرتون والبلاستيك) وكان ذلك في سنة 1999، ويقوم مصنع الوليد بالقيام بالأنشطة التالية :

الطباعة على الزجاج (sérigraphie sur verre) أبريل 1999.

الختم بالتسخين (dorure a chaud) أبريل 1999.

تصميم وصناعة علب الكرتون والطباعة عليها (fabrication de ca) فيفري 2000 .

تصنيع المواد البلاستيكية (injection plastique) مارس 2000.

التشكيل الحراري (thermoforma) مارس 2000.

تلوين الزجاج (poudrage du verre) ماي 2000.

ترميل الزجاج (poudrage du verre) سبتمبر 2000 .

طباعة وتغليف عالي الجودة (emballage de luxe) أبريل 2003 .

وبذلك تمكنت المؤسسة من تقليل الاستيراد والاعتماد على نفسها في تصنيع معظم المواد الأولية التي تدخل في إنتاج العطور، وذلك باستعمال آلات جد متطورة.

ثانيا: تعريف مؤسسة الورود للعطور بالوادي

تعرف مؤسسة روائح الورود على أنها شركة ذات مسؤولية محدودة أسست سنة 1983 برأس مال اجتماعي قدره 2000000 دج تنتمي إلى قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ، رقم سجلها التجاري : 012 / B/87، نشاطها المتبع هو تصميم وتطوير وإنتاج وتسويق "العطور" وعلامتها التجارية على شكل الحرف اللاتيني " W " تلوها وردة مفتوحة والتي تعبر عن أصل العطر ، اسم مديرها جديدي محمد البشير الذي يمتلك 94 % من مجموع حصص الشركة، وتقع في المنطقة الصناعية كوينين بولاية الوادي حيث يحددها غربا الطريق الوطني رقم 48، عنوان موقعها على الإنترنت [http:// www.wouroud.com](http://www.wouroud.com) بريدها الإلكتروني هو

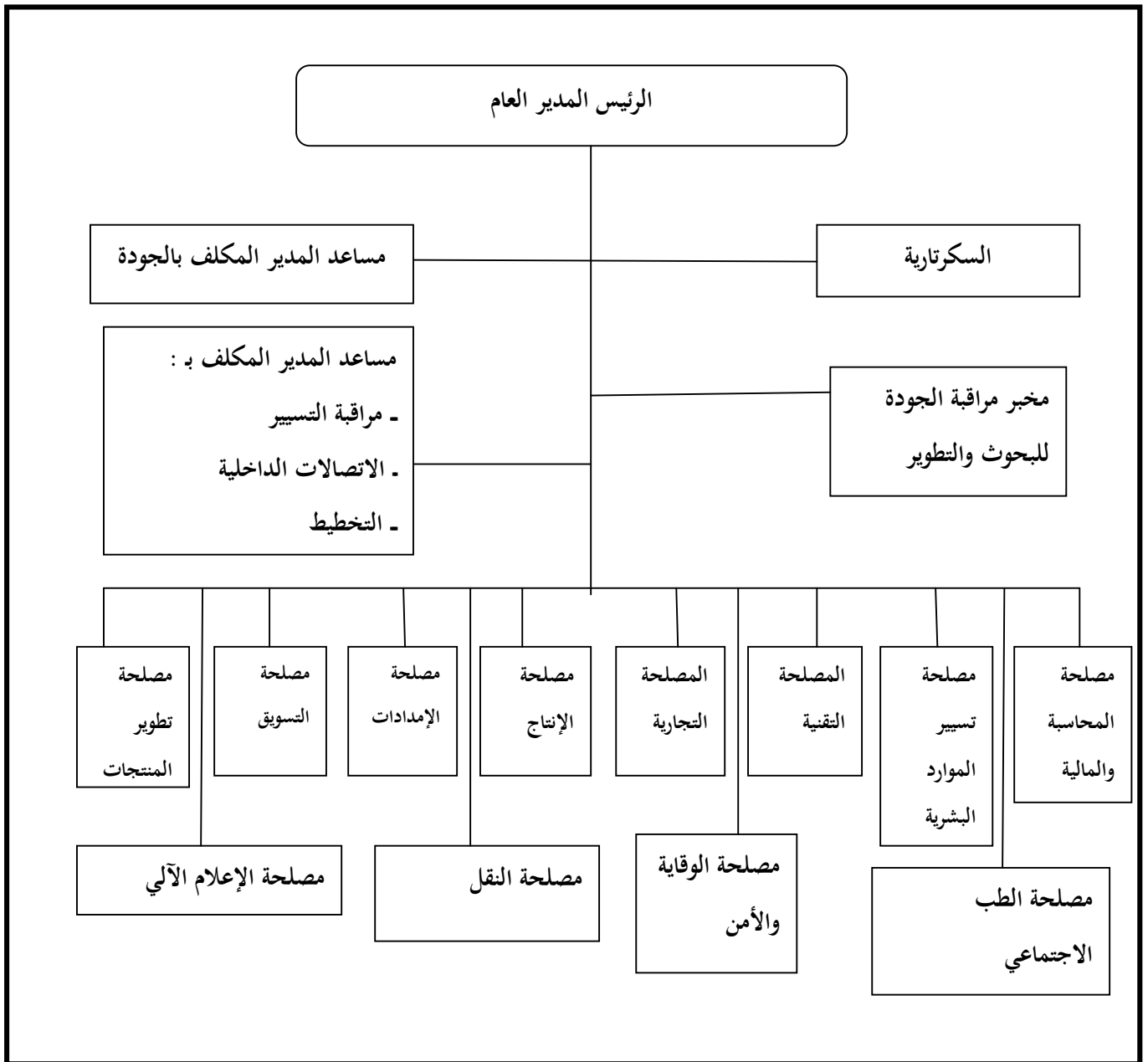
. wouroud@wouroud.com

الفرع الثالث: الهيكل التنظيمي ووظائف المصالح في مؤسسة الورود بالوادي

أولاً: الهيكل التنظيمي

في إطار التغييرات التي تقوم بها المؤسسة، تم إدخال تغيير على الهيكل التنظيمي، حيث تم إضافة مصالح جديدة فأصبح الهيكل التنظيمي أكثر اتساعاً وشمولية ويتواءم مع احتياجات المؤسسة والمرحلة المقبلة عليها، ولقد أصبح الهيكل التنظيمي للمؤسسة بالشكل التالي :

الشكل رقم (2 - 3) : الهيكل التنظيمي لمؤسسة الورود للعطور بالوادي



المصدر : وثائق المؤسسة

ثانياً: وظائف مصالح مؤسسة الورود

إن الهيكل التنظيمي لمؤسسة الورود مقسم تقسيماً وظيفياً حيث توزع فيه المسؤوليات، وتوضح فيه المهام بكل وضوح، كما يعتبر هذا التنظيم الإطار الذي تعمل ضمنه المؤسسة، لذلك سنحاول تقديم بعض هذه المصالح مع إبراز مهام كل واحدة كما يلي :

1. المدير العام : يقوم بالإشراف على السير الحسن لجميع نشاطات المؤسسة ويشرف على جميع التعاملات في الداخل والخارج، وله الحق في اتخاذ القرار ومراقبة جميع الأعمال داخل المؤسسة .

2. السكرتارية :

- مساعدة المدير العام في مهامه .
- متابعة السير الحسن للنشاط في غيابه .
- استقبال البريد الوارد للمؤسسة .
- استقبال المكالمات الداخلية والخارجية .

3. مساعد المدير المكلف بالجودة :

- رفع التقارير إلى المدير العام حول سير نظام الجودة .
- الربط والتنسيق بين مسؤولي نظام إدارة الجودة لمؤسسة الورود .
- متابعة سير نظام إدارة الجودة ونشر حالة تقديم المشروع وتعليقها .
- تحسيس الأفراد وإعدادهم للمراجعات وتزويدهم بالبرنامج .

4. مخبر مراقبة الجودة للبحوث والتطوير :

وهذا المخبر مجهز بأحدث الوسائل لمراقبة جودة المنتجات ويسير من طرف ذوي كفاءة وخبرة .

5. مصلحة المحاسبة والمالية :

- تطبيق السياسة المالية للمؤسسة .
- إعداد الميزانيات .
- تنظيم وترتيب وحفظ مختلف الوثائق المحاسبية (فواتير فصول استلام) ...

6. مصلحة تسيير الموارد البشرية :

- عملية التوظيف وإعداد الأجور .
- تخطيط العطل السنوية .

- تجهيز وثائق التأمين الخاصة بالعمال .
- تخفيض ومكافئة العاملين .

7. المصلحة التقنية :

- القيام بتصليح مناطق الخلل الموجودة داخل ورشة الإنتاج أو خارجها.
- الصيانة والمتابعة الدورية لمختلف الآلات الإنتاجية.
- القيام بتركيب مختلف التجهيزات الكهربائية داخل المؤسسة.

8. المصلحة التجارية :

- تقوم بعرض وبيع منتجات المؤسسة .
- دراسة السوق وتقدير المبيعات .
- تسجيل وتحليل شكاوي واحتياجات الزبائن .

9. مصلحة الإنتاج :

- تتكفل هذه المصلحة بالإشراف على عمليات الإنتاج .
- متابعة السير الحسن للعمل .
- تحتوي على مخبر لمراقبة النوعية .
- تغطية الاحتياجات المطلوبة من المنتجات .

10. مصلحة تطوير المنتجات :

- العمل على خلق أو تطوير منتجات جديدة .
- المساهمة في تصميم المنتجات الجديدة (العطر ،شكل القارورة ،التغليف ،الاسم) ...

11. مصلحة الإمدادات :

- تقوم بمتابعة حركة التصدير .
- متابعة نقل الموارد المصدرة والمستوردة .
- الاتصال بوكالة العبور الدولية فيما يخص عمليتي التصدير والاستيراد .

12. مصلحة التسويق :

- متابعة وتحليل تطورات أسعار السوق، ومختلف أنواع المنتجات المنافسة الوطنية والدولية.
- تجميع وبث مختلف المعلومات التجارية والتسويقية التي تهم المؤسسة .

- إعداد وتنفيذ مختلف المشاركات في المعارض الوطنية والدولية .

المطلب الثاني: مجتمع وعينة الدراسة

الفرع الأول: مجتمع الدراسة

ويقصد بمجتمع البحث مجموعة العناصر التي لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى، يعد اختيار مجتمع البحث أمرا في غاية الأهمية كونه يضمن حصول الباحث على بيئة ملائمة لدراسة المشكلة واختبار الفرضيات والوصول إلى نتائج نهائية، بحيث يتمثل مجتمع البحث في مؤسسة الورود للعطور، أما بالنسبة للعينة فتتكون من العاملين الإداريين في مؤسسة الورود للعطور ، حيث تم توزيع 40 استبيان على جميع أفراد مجتمع الدراسة، وقد استرجع 34 استبيان واستطعت اعتمادها لأنها كانت صالحة للتحليل الإحصائي .

الفرع الثاني: البيانات العامة (خصائص عينة الدراسة)

فيما يلي سوف نتطرق إلى دراسة خصائص مبحوثين عينة الدراسة حسب المتغيرات الشخصية والوظيفية المتمثلة في الجنس، العمر، المستوى الدراسي، عدد سنوات الخبرة في المنصب الحالي، وعدد سنوات الأقدمية في الشركة. وذلك وفق الجدول التالي :

الجدول رقم (1- 3): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المتغيرات الشخصية والوظيفية

المتغير	فئات المتغير	التكرار	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	31	91,2 %
	أنثى	3	8,8 %
المجموع		34	100 %
العمر	[من 25 إلى 30]	5	14,7 %
	[36 - 31]	7	20,6 %
	[42 - 37]	11	32,4 %
	[48- 43]	9	26,5 %
	[54.49]	2	5,9 %
المجموع		34	100 %
المستوى الدراسي	جامعي	16	47,1 %
	ثانوي	11	32,4 %
	متوسط	7	20,6 %
	ابتدائي	-	-

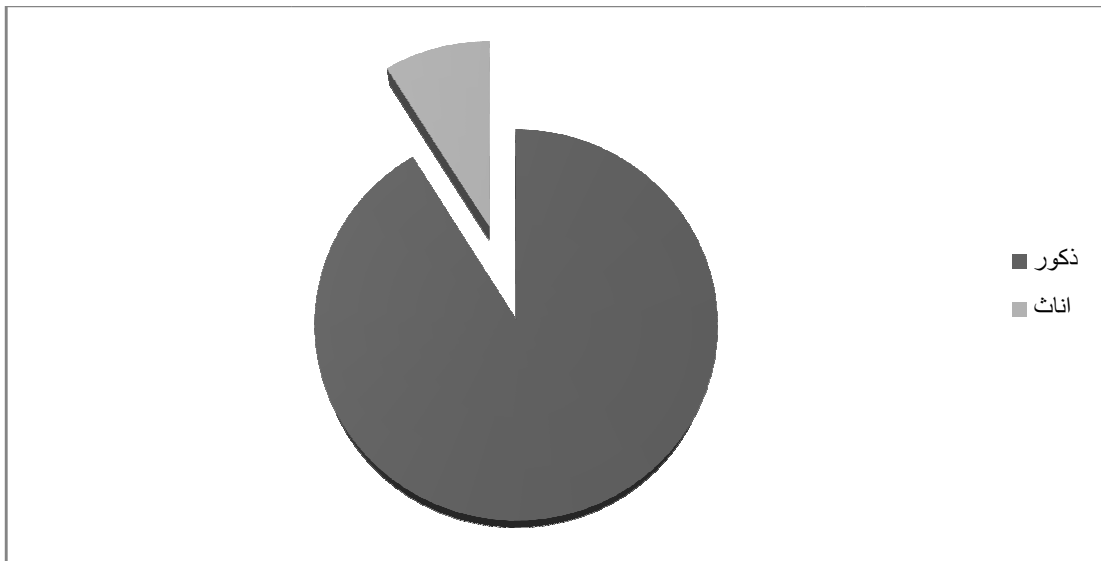
100 %	34	المجموع	
26,5 %	9	[2 إلى 5]	الخبرة المهنية
20,6 %	7	[6 - 9]	
23,5 %	8	[10 - 13]	
23,5 %	8	[14 - 17]	
5,9 %	2	[18 - 21]	
100 %	34	المجموع	
26,5 %	9	[2 إلى 5]	الأقدمية في العمل
17,6 %	6	[6 - 9]	
20,6 %	7	[10 - 13]	
29,4 %	10	[14 - 17]	
5,9 %	2	[18 - 21]	
100 %	34	المجموع	

من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج SPSS

أولاً : توزيع عينة الدراسة حسب نوع الجنس :

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن غالبية الباحثين كانوا من الذكور، حيث بلغ عددهم 31 بنسبة (91,2%) ، في حين بلغ عدد الإناث 3 بنسبة (8,8%) من مجموع أفراد عينة البحث أو الدراسة والشكل الموالي يوضح ذلك .

الشكل رقم (3-3): التمثيل البياني لعينة الدراسة حسب الجنس

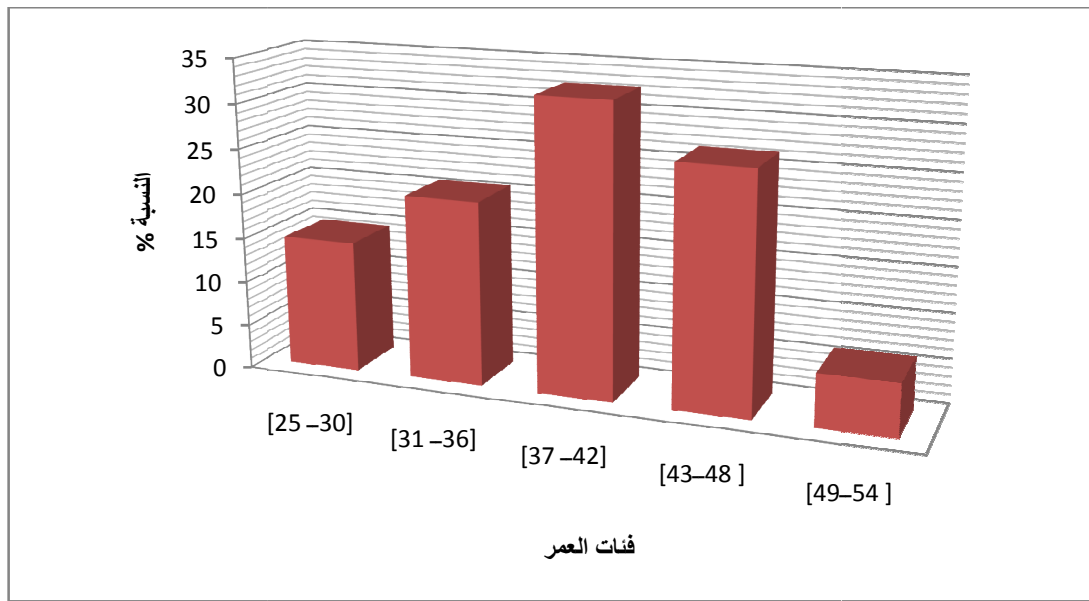


المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج SPSS

ثانيا: توزيع عينة الدراسة حسب العمر :

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن الفئة العمرية التي تتراوح ما بين [37 - 42] سجل أعلى مستوى حيث بلغ عدد أفرادها 11 فردا بنسبة (32,4 %) ، يليها عدد الأفراد الذين تتراوح أعمارهم ما بين [43 - 48] بـ 9 أفراد وبنسبة (26,5) % ، أما المبحوثين ضمن الفئة العمرية [31 - 36] بلغت 7 أفراد بنسبة (20,6) % ، والمبحوثين ضمن الفئة العمرية [25 - 30] بلغت 5 أفراد بنسبة (14,7) % ، وفي الأخير نجد أن نسبة المبحوثين التي تنتمي إلى الفئة العمرية [49 - 54] بلغت (5,9) % ، والشكل الموالي يوضح ذلك .

الشكل رقم (4 - 3) : التمثيل البياني لعينة الدراسة حسب العمر

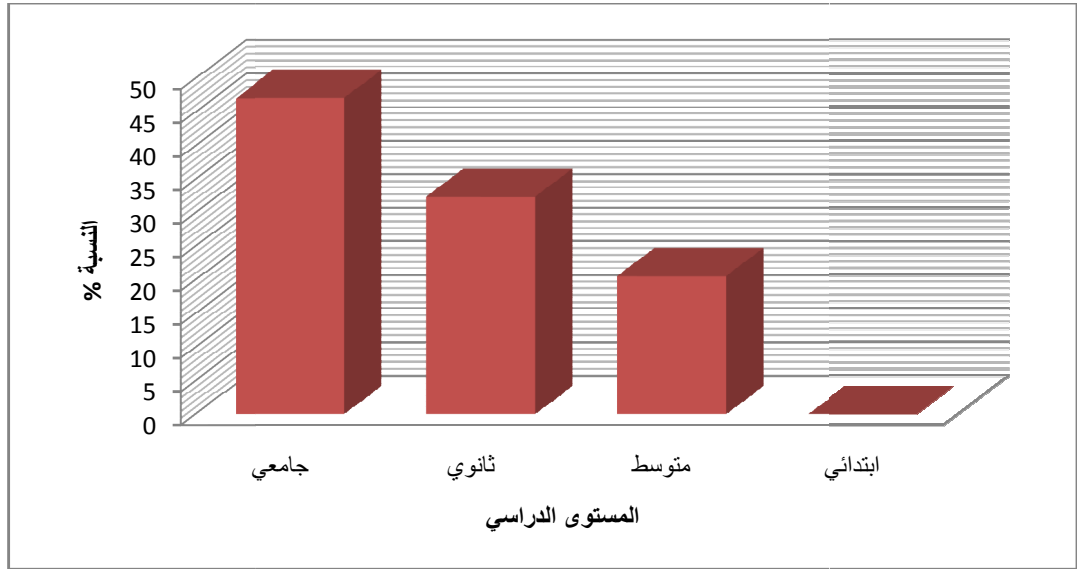


المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج SPSS

ثالثا: توزيع عينة الدراسة حسب المستوى الدراسي :

نجد أن غالبية العاملين في مؤسسة الورود للعطور بجوزتهم شهادات جامعية حيث بلغ عددهم 16 فرد بنسبة (47,1) % وهذا مؤشر هام جدا يدل على توفر المعرفة مما قد يساهم في كفاءة العاملين في متابعة وإنجاز المهام المتعلقة بوظائفهم، ثم يليها مستوى الدراسي الثانوي بنسبة (32,4%) أي 7 أفراد، وفي الأخير مستوى الدراسي المتوسط بنسبة (20,6) % ما يقارب 7 أفراد. والشكل الموالي يوضح ذلك .

الشكل رقم (5-3): التمثيل البياني لعينة الدراسة حسب المستوى الدراسي

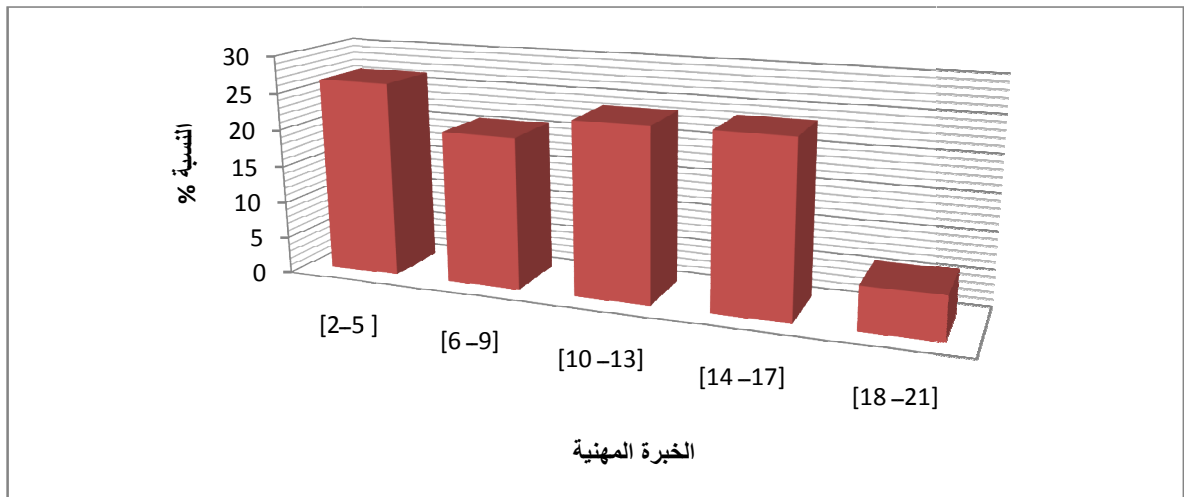


المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج SPSS

رابعاً: توزيع عينة الدراسة حسب الخبرة المهنية :

يتضح من الجدول أن (26,5%) من عينة الدراسة بلغت خبرتهم في الوظيفة [من 2 - 5 سنوات] بعدد 9 أفراد وأن (23,5%) من عينة الدراسة بلغت خبرتهم في الوظيفة ما بين [10 - 13] و [14 - 17] سنة . وهذا يدل على أن أفراد العينة يمتلكون خبرة عالية في مجال وظائفهم، في حين (20,6%) من عينة الدراسة بلغت خبرتهم من [6 إلى 9] سنوات بعدد 7 أفراد، بينما (5,9%) من أفراد عينة الدراسة كانت سنوات خبرتهم [18 - 21] سنة . وهذا مؤشر هام على توفر عنصر الخبرة والإلمام بالمعارف والمهارات اللازمة لأداء العمل بطريقة صحيحة لدى أفراد العينة . و الشكل الموالي يوضح ذلك .

الشكل رقم (6-3): التمثيل البياني لعينة الدراسة حسب الخبرة المهنية

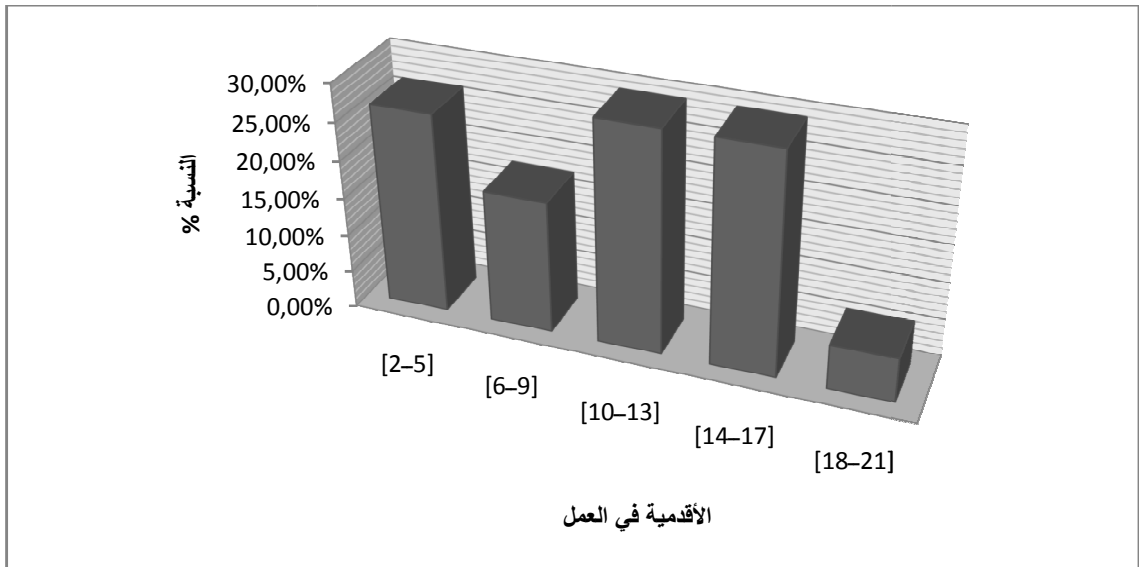


المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج SPSS

خامسا: توزيع عينة الدراسة حسب الأقدمية في العمل :

يتضح من خلال جدول الأقدمية في العمل أن نسبة 26,5% من عينة الدراسة تكون للفئة ما بين [2 - 5] سنوات أقدمية بعدد 9 أفراد، و 17,6% هي التي لها أقدمية تتراوح ما بين [6-9] سنوات، في حين نسبة 20,6% تكون للفئة ما بين [10 - 13] سنة، بينما نسبة 29,4% لها أقدمية تتراوح ما بين [14-17] سنة ما يدل على ولائهم للمؤسسة، كما تتضمن عينة الدراسة فئة أخرى لها أقدمية ما بين [18-21] سنة بنسبة 5,9% . والشكل الموالي يوضح ذلك .

الشكل رقم (7-3): التمثيل البياني لعينة الدراسة حسب الأقدمية في العمل



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج SPSS

المبحث الثاني : الإجراءات المنهجية للدراسة

استكمالا لمتطلبات الإطار المنهجي لهذه الدراسة سنحاول في ها المبحث إبراز طبيعة منهج البحث المستخدم ، كما سيتم التطرق إلى حدود الدراسة باختلاف مجالاتها، ولأهم طرق المعالجة الإحصائية للدراسة.

المطلب الأول: منهج وحدود الدراسة وطرق المعالجة الإحصائية

الفرع الأول: منهج الدراسة

يعتبر المنهج مجموعة من القواعد العامة التي يتم وضعها بقصد الوصول إلى الحقيقة في العلم أي أنه "الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسة المشكلة لاكتشاف الحقيقة".

وعلى ضوء طبيعة الدراسة استخدمنا المنهج الوصفي التحليلي الذي يعرف على أنه: "مجموعة من الإجراءات البحثية التي تتكامل لوصف الظاهرة اعتمادا على جمع الحقائق والبيانات وتصنيفها ومعالجتها وتحليلها تحليلًا كافيًا ودقيقًا لاستخلاص دلالتها والوصول إلى نتائج وتعميمات عن الظاهرة أو الموضوع محل الدراسة"، بحيث يعتبر منهجًا مساعدًا على التحليل الشامل والعميق للمشكلة قيد الدراسة ولكونه المنهج الذي يمتاز بالوصف التفصيلي الدقيق للمعلومات ذات العلاقة،

فعلى الصعيد البحث الميداني التحليلي، فسيتم الاعتماد على دراسة حالة مع تحليل كافة البيانات واستخدام الطرق الإحصائية لمعالجتها، وستعتمد الدراسة على الاستبانة المخصصة لذلك. أما على صعيد الدراسة الوصفية سيتم الإطلاع على البحوث النظرية والميدانية لبناء الإطار النظري للدراسة .

الفرع الثاني: حدود الدراسة

إن الأهمية من الدراسة تحديد الإطار الذي سيتم فيه هذه الدراسة، وذلك بتوضيح الحدود التي سيجري فيها هذا البحث سواء المكانية أو الزمانية أو البشرية أو الموضوعية، وستتطرق في هذا المطلب إلى كل هذه المحددات ومحاولة تبريرها. بحيث تحددت الدراسة التطبيقية بالمجالات التالية:

أولاً: الحدود البشرية : وتمثل في العمال الإداريين بمؤسسة الورود للعطور - الوادي -

إن حصر البحث في هذه الفئة والمتمثلة في العمال الإداريين بمؤسسة الورود للعطور - الوادي - من أجل الحصول على إجابات موضوعية تساعد على تحقيق هدف البحث ، خاصة وأن مؤسسة محل الدراسة تتمتع بإطارات ومسيرين ذوي مهارات وقدرات عالية في مجال الإدارة ويتمتعون بخبرة طويلة في مجال صناعة العطور .

ثانياً: الحدود المكانية : أجريت هذه الدراسة بمؤسسة الورود للعطور - الوادي -

إن مبررات اختيارنا لهذه المؤسسة هي كونها مؤسسة تنافسية تركز وبشكل كبير على تكثيف جهودها في مجال البحث والتطوير من أجل التوصل إلى منتجات مبتكرة بالجودة المطلوبة، وكذلك لما تتوفر عليها من موارد بشرية مبدعة وباحثة وبالتالي إعطاء أكثر مصداقية للنتائج المترتبة عن هذه الدراسة.

ثالثاً: الحدود الزمانية: تم إنجاز هذه الدراسة خلال الفصل الثاني من السنة الجامعية 2017 - 2018

رابعاً: الحدود الموضوعية : اقتصر المجال الموضوعي في هذه الدراسة على معرفة ما إذا كان لرأس المال الفكري أثر في دعم الميزة التنافسية بمؤسسة الورود للعطور - الوادي -

الفرع الثالث: طرق المعالجة الإحصائية

هناك العديد من الطرق الإحصائية التي يستخدمها الباحثون في دراستهم، ومن أجل تحقيق أهداف الدراسة والإجابة على تساؤلاتها واختبار الفرضيات تم استخدام برنامج الحزم الإحصائية (SPSS)، والاعتماد على مقاييس الإحصاء الوصفي من أجل وصف مجتمع الدراسة وإظهار خصائصه، وذلك عن طريق النسب المئوية والتكرارات واستخدامها للإجابة على تساؤلات الدراسة .

1 - معامل الثبات: حيث تم اعتماد معامل ألفا كرونباخ لقياس قوة العلاقة بين الفقرات واتساقها، حيث أن المعامل يأخذ قيمة محصورة بين [0-1]، فإذا كانت قيمة معامل الثبات أكبر من (0,6) يعد مقبولاً وكلما اقترب من الواحد نعبر عنه بالثبات وملائمة الاستبانة لأغراض الدراسة .

2 - التكرارات والنسب المئوية: لوصف الإجابات المتعلقة بالبيانات عينة الدراسة

- 3 - المتوسطات الحسابية: معرفة اتجاهات الآراء لكل محور رأس المال الفكري والميزة التنافسية بإضافة إلى معرفة متوسط كل عبارة من عبارات الاستبيان بالنسبة للبعد التابع له.
- 4 - الانحرافات المعيارية: لقياس درجة التشتت المطلق لقيم الإجابات عن المتوسط الحسابي.
- 5 - تحليل تباين خط الانحدار: يدرس مدى ملائمة خط انحدار البيانات وفرضيته الصفرية.
- 6 - اختبار جدول المعاملات: يساعد على توضيح العديد من النتائج أولها قيم الميل وخط الانحدار بالإضافة إلى انه يجب على الفرضيات المتعلقة بالميل ومقطع خط الانحدار.

المطلب الثاني: أداة الدراسة

يتضمن هذا المطلب شرحاً لأداة الدراسة الميدانية التي اعتمدت لاختبار الفرضيات، بغرض الوصول إلى أكبر قدر ممكن من المعطيات المرغوبة واللازمة والتي من شأنها المساهمة في إعطاء النتائج التي يهدف البحث الوصول إليها، وكذا تحليل معامل الصدق وثبات عبارات الاستبيان بحساب معامل الثبات ألفا كرونباخ لمعرفة مدى الاتساق الداخلي بين أبعاد القياس.

الفرع الأول: أداة الدراسة

تم الاعتماد على أداة الاستبيان والتي صممت خصيصاً لجمع المعلومات والبيانات لأغراض الدراسة، موجه للعاملين الإداريين في مؤسسة الورود للعطور - الوادي - حيث عرفت هذه الأداة بأنها "لائحة مؤلفة من مجموعة من الأسئلة المرتبطة بموضوع الدراسة ويعد تصميمها بالشكل الصحيح والدقيق من المراحل المنهجية العامة التي يتعين على الباحث أن يوليها اهتمامه وخاصة أن الافتراضات التي تتحول إلى أسئلة ضمن الاستبانة تشكل البيانات الأولى في بناء المنطلقات النظرية والمعرفية للبحث المدروس.

ومن هذا المنطلق فإن الاستبانة تركز على أساس إعداد الأسئلة المرتبطة والمكملة لبعضها البعض حول مشكلة البحث وفروضها ليحجب عليها المستقصي، ليتم بعد ذلك تفرغها وتبويبها وتحليلها واستخلاص النتائج منها للوصول إلى أهداف البحث .

وقد تم تقسيم الاستبيان إلى ثلاثة محاور:

المحور الأول: البيانات العامة (خصائص عينة الدراسة).

المحور الثاني: العبارات المتعلقة برأس المال الفكري.

المحور الثالث: العبارات المتعلقة بالميزة التنافسية .

1: محور البيانات العامة : اشتمل هذا المحور على البيانات العامة المتعلقة بعينة الدراسة والتي تمثلت في الجنس، العمر، المستوى الدراسي، عدد سنوات الخبرة في المنصب الحالي، عدد سنوات الأقدمية في الشركة .

2: محور العبارات المتعلقة برأس المال الفكري: و اشتمل هذا المحور على ثلاثة أبعاد معبرة رأس المال الفكري وهي:

✓ رأس المال البشري : و يتكون من 5 عبارات من (1 - 5)

✓ رأس المال الهيكلي ويتكون من 5 عبارات من (6 - 10)

✓ رأس المال العلائقي ويتكون من 5 عبارات من (11 - 15)

3: محور العبارات المتعلقة بالميزة التنافسية : واشتمل هذا المحور على ثلاثة أبعاد معبرة عن الميزة التنافسية وهي :

✓ ميزة التكلفة : و تتكون من 5 عبارات من (16 - 20)

✓ ميزة المنتج : وتتكون من 5 عبارات من (21 - 25)

✓ ميزة الإبداع : وتتكون من 5 عبارات من (26 - 30)

الفرع الثاني: معاملات الصدق والثبات

وقد تم الاعتماد في هذه الدراسة على معامل ألفا كرونباخ في تحديد كل من الصدق و الثبات .

ويقصد بثبات الدراسة مدى الحصول على النتائج نفسها لو كرر البحث في ظروف مشابهة باستخدام الأداة نفسها، وفي

هذا البحث تم قياس التجانس لأدائها باستخدام معامل الارتباط ألفا كرونباخ (Coefficient Alpha Cronbach's) و الذي يحدد مستوى قبول أداة القياس بمستوى 0.60 فأكثر .

أما صدق الأداة فتعبر عن قدرتها على قياس متغيرات التي صممت لقياسها ،وقد تم الاعتماد في هذه الدراسة على

صدق المحك ،والذي يتم حسابه باستخدام المعادلة التالية : صدق المحك = جذر معامل الثبات .

تم استخدام معامل ألفا كرونباخ لحساب الثبات من أجل اختبار مدى الصدق وثبات أسئلة الاستبيان المستخدمة في

جمع البيانات، وكانت النتائج كما يلي :

الجدول رقم (2-3) : معاملات الصدق والثبات

المتغيرات و الأبعاد	عدد العبارات	قيمة معامل الثبات	معامل الصدق
رأس المال البشري	5	0,887	0,941
رأس المال الهيكلي	5	0,921	0,959
رأس المال العلائقي	5	0,932	0,965
رأس المال الفكري	15	0,985	0,992
ميزة التكلفة	5	0,940	0,969
ميزة المنتج	5	0,943	0,971
ميزة الإبداع	5	0,610	0,781

0,852	0,727	15	الميزة التنافسية
0,949	0,902	30	الاستبيان ككل

من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج SPSS

من خلال الجدول أعلاه تبين أن معامل ثبات الاتساق الداخلي ألفا كرونباخ (Alpha de Cronbach) للاستبيان ككل (0,90) وهي نسبة مرتفعة، بحيث تراوح معامل الثبات ما بين [0,61 - 0,98]، بحيث نجد بالنسبة لمحور رأس المال الفكري (0,985) وهي نسبة جيدة أما بالنسبة إلى محور الميزة التنافسية فكانت النسبة (0,727) وبهذا نكون قد تأكدنا من ثبات أداة البحث مما يجعلنا على ثقة كاملة بصحتها وصلاحياتها لتحليل النتائج .

هذا وقد تم حساب صدق المحك من خلال أخذ الجذر التربيعي لمعامل الثبات "ألفا كرونباخ" ، كما هو موضح في الجدول رقم () إذ نجد معامل الصدق الكلي لأداة البحث بلغ (0,949) وهو معامل جيد ومناسب لأغراض البحث وأهداف هذا البحث إذ تراوحت ما بين [0,78 - 0,99]، كما نلاحظ أيضا أن جميع معاملات الصدق لمحاور البحث وأبعادها كبيرة جدا ومناسبة لأهداف هذا البحث إذ نجد بالنسبة لرأس المال الفكري قد بلغ (0,992) ، بينما الميزة التنافسية قد بلغت (0,949) .

المبحث الثالث: عرض وتحليل نتائج الدراسة

سنحاول في هذا المبحث عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية ، وذلك من خلال إجابات أفراد المجتمع المبحوث على تساؤلات البحث الميداني، ومعالجتها إحصائيا بالاستعانة بمجموعة من أساليب الإحصاء الوصفي المختلفة، وصولا إلى النتائج وتحليلها وتفسيرها سواء المتعلقة برأس المال الفكري أو الميزة التنافسية، كما سيتم تحليل الاتجاهات العامة لآراء المبحوثين بغرض التعرف على أثر رأس المال الفكري في دعم الميزة التنافسية للمؤسسة .

المطلب الأول: عرض النتائج والإجابة عن أسئلة الدراسة

وفي هذا العنصر سوف نقوم بتحليل محاور الاستبانة بغية الإجابة على أسئلة البحث، حيث تم استخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ودرجة الموافقة لإجابات أفراد عينة البحث عن عبارات الاستبانة المتعلقة بالمحورين رأس المال الفكري والميزة التنافسية، مع الأخذ بعين الاعتبار أن ندرج المقياس السباعي وقيم المتوسطات الحسابية التي تم حسابها على أساس مقياس (likert) والتي تتضمن سبعة مستويات أدناه (1) وأعلاه (7) وفقا لما يأتي :

الجدول رقم (3 - 3): الحدود الدنيا والعليا لمقياس ليكرت السباعي

الدرجة	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة
(1)	(1,85 - 1)	غير موافق بدرجة كبيرة جدا
(2)	(2,70 - 1,86)	غير موافق بدرجة كبيرة
(3)	(3,56 - 2,71)	غير موافق بدرجة قليلة
(4)	(4,42 - 3,57)	متردد / غير متأكد
(5)	(5,28 - 4,43)	موافق بدرجة قليلة
(6)	(6,13 - 5,29)	موافق بدرجة كبيرة
(7)	(07 - 6,14)	موافق بدرجة كبيرة جدا

المصدر : من إعداد الطالبة

وقد تم تحديد الوزن النسبي الفارق من حساب المدى (طرح الحدود العليا والدنيا للفئات) من مقياس (likert) السباعي، ثم تقسيمه على عدد فئات المقياس للحصول على طول الخلية الصحيح، ثم إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في التدرج وهي الواحد الصحيح، وذلك لتحديد الحد الأعلى لكل فئة .

أولاً: عبارات رأس المال الفكري .

*** ما واقع رأس المال الفكري في مؤسسة الورود للعبور ؟

نهدف من خلال هذا السؤال معرفة ما مدى توافر رأس المال الفكري في مؤسسة الورود للعبور، وللإجابة عن هذا السؤال قمنا بتحليل عبارات كل أبعاد رأس المال الفكري والمتمثلة في رأس المال البشري ورأس المال الهيكلي ورأس المال العلائقي، وذلك من خلال حساب بعض مقاييس الإحصاء الوصفي من المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل عبارة من العبارات، والتي تعكس بدورها الاتجاه العام لإجابات أفراد عينة الدراسة حول درجة الأهمية للعبارات من وجهة نظر العاملين في المؤسسة .

الجدول رقم (4 - 3) : إجابات مفردات عينة عن فقرات رأس المال البشري

البعء	العبارة	الحسابي المتوسط	المعياري الانحراف	العام الاتجاه	الترتيب
رأس المال البشري	توفر شركتنا كل الظروف الملائمة لكي يندمج العاملون الجدد في عملهم .	5,02	1,97	موافق بدرجة قليلة	3
	تشجع شركتنا العاملين على تطوير قدراتهم المعرفية والفنية.	4,64	2,04	موافق بدرجة	5

	قليلة				
4	موافق بدرجة قليلة	2,08	4,94	تعطي شركتنا أهمية للإنجاز الجماعي أكثر من الإنجاز الفردي .	
2	موافق بدرجة قليلة	2,04	5,11	تتحمم شركتنا أكثر بأصحاب المهارات والمعرفة العالية كالخبراء والفنيين .	
1	موافق بدرجة قليلة	2,07	5,23	يعتبر الأفراد المبدعون أهم ثروة تحقق التميز والنجاح بالنسبة لشركتنا .	
	موافق بدرجة قليلة	2,07	5,20	المتوسط العام للعبارات	

المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج SPSS

من خلال الجدول أعلاه نجد أن بعد رأس المال البشري قد حقق وسطا حسابيا قدره (5,20) بانحراف معياري (2,071)، ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذا البعد ينتمي إلى الفئة [من 4,43 إلى 5,28] وعليه نستنتج أن درجة الموافقة على هذه العبارات كانت "موافق بدرجة قليلة" وعليه نجد أن متوسط درجة الاستجابة لهذا البعد زاد عن درجة الحياد، بالإضافة إلى ذلك نلاحظ أن متوسطات إجابات الأفراد على عبارات هذا البعد ضمن اتجاهات آراء موافقة بدرجة قليلة، إذ تراوحت ما بين [4,64 - 5,23] وتراوحت انحرافات المعيارية ما بين [1,97 - 2,08]، وهي تعتبر نتيجة مرضية ولكن بدرجة قليلة وهذا يرجع إلى أن المؤسسة لا تشجع العاملين وتحفزهم على تطوير قدراتهم المعرفية والفنية كما أنها لا تعطي أهمية كبيرة للعمل الجماعي، ولكن نجد أن عبارة (يعتبر الأفراد المبدعين أهم ثروة تحقق التميز والنجاح بالنسبة لشركتنا) حازت على أكبر متوسط حسابي قدر بـ (5,23) وانحراف معياري (2,07) مما يبين مدى اهتمام مؤسسة الورود للعطور بالأفراد المبدعين وحرصها على اكتساب معارف وخبرات جديدة لأنها تمثل أهم ثروة تحقق التميز والنجاح بالنسبة للمؤسسة. وبالنظر لهذه النتائج يتبين لنا مدى فهم وإدراك مؤسسة الورود لأهمية رأس المال البشري وما يمثله من قيمة خاصة للمؤسسة، حيث أنها تتحمم أكثر بذوي المهارات والمعرفة العالية كالخبراء والفنيين التي بدورها توفر كل الظروف الملائمة لكي يندمج العاملون الجدد في عملهم للاستفادة منها في مجالات الإبداع والابتكار.

الجدول رقم (5 - 3) : إجابات مفردات عينة عن فقرات رأس المال الهيكلي

البعد	العبارة	الحسابي المتوسط	المعياري الانحراف	العام الاتجاه	الترتيب
رأس المال الهيكلية	تسمح نظم المعلومات في شركتنا باستغلال قواعد البيانات والبرمجيات .	4,97	2,05	موافق بدرجة قليلة	4
	تشجع شركتنا المبدعين على تقديم أفكار متميزة للحصول على براءة اختراع .	4,29	2,11	متردد/ متأكد غير	5

2	موافق بدرجة قليلة	1,57	5,14	تعتمد إجراءات العمل في شركتنا على دليل إنجاز المهام لتحقيق أفضل الأداء .
1	موافق بدرجة كبيرة	1,65	5,44	تعتمد نشاطات شركتنا على بنية تكنولوجية حديثة، كشبكة الإنترنت مثلا .
3	موافق بدرجة قليلة	1,72	5,05	يعتمد التسيير في شركتنا على أفضل الممارسات ضمن قيم وعادات المجتمع .
	موافق بدرجة قليلة	1,69	5,08	المتوسط العام للعبارات

المصدر : من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج spss

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن بعد رأس المال الهيكلي قد حقق وسطا حسابيا قدره (5,08) بانحراف معياري (1,69)، ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذا البعد ينتمي إلى الفئة [4,43 - 5,28] وعليه نستنتج أن درجة الموافقة على هذه العبارات كانت " موافق بدرجة قليلة " وعليه نجد أن متوسط درجة الاستجابة لهذا البعد زاد عن درجة الحياد، بالإضافة إلى ذلك نلاحظ أن متوسطات إجابات الأفراد على عبارات هذا البعد ضمن اتجاهات آراء موافقة بدرجة قليلة، إذ تراوحت ما بين [4,29 - 5,44] وتراوحت انحرافات المعيارية ما بين [1,57 - 2,11] وهي نتيجة مرضية ولكن بدرجة قليلة وهذا راجع إلى أن المؤسسة لا تشجع المبدعين على تقديم أفكار متميزة تحفزهم للحصول على براءة اختراع كما أن نظم المعلومات في الشركة لا تسمح باستغلال قواعد البيانات والبرمجيات، ولكن نجد أن مؤسسة الورود تعتمد إجراءات العمل والتسيير على دليل إنجاز المهام لتحقيق أفضل الأداء والممارسات ضمن قيم وعادات المجتمع، كذلك نلاحظ من خلال اتجاهات الآراء اعتماد المؤسسة الكبير على بنية تكنولوجية حديثة، كشبكة الانترنت .

الجدول رقم (6 - 3): إجابات مفردات عينة عن رأس المال العلائقي

البعد	العبارة	الحسابي المتوسط	المعياري الانحراف	الآراء	الدرجة
رأس المال العلائقي	دائما ما تبرم شركتنا العديد من العقود والاتفاقيات مع موردين وزبائن جدد .	4,94	1,87	موافق بدرجة قليلة	4
	تسعى شركتنا على الدوام لتحقيق رضا زبائنها ومورديها وضمان ولائهم .	5,29	1,62	موافق بدرجة كبيرة	3
	تعتمد شركتنا كثيرا على شهرتها وعلامتها التجارية لتحقيق الأرباح والنجاح .	5,55	1,65	موافق بدرجة كبيرة	1

5	موافق بدرجة قليلة	1,91	4,82	تهتم شركتنا كثيرا بأفكار وآراء المساهمين والموردين والزبائن والمنافسون .
2	موافق بدرجة كبيرة	1,73	5,35	تعطي شركتنا عناية كبيرة لبناء علاقات متميزة مع زبائنها ومورديها .
	موافق بدرجة كبيرة	1,75	5,35	المتوسط العام للعبارات

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج SPSS

من خلال الجدول يتضح أن بعد رأس المال العلائقي قد حقق وسطا حسابيا قدره (5,352) بانحراف معياري قدره (1,756)، ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذا البعد ينتمي إلى الفئة [5,29 - 6,13] وعليه نستنتج أن درجة الموافقة على هذه العبارات كانت "موافق بدرجة كبيرة" وعليه نجد أن متوسط درجة الاستجابة لهذا البعد زاد عن درجة الحياد، بالإضافة إلى ذلك نلاحظ أن متوسطات إجابات الأفراد على عبارات هذا البعد ضمن اتجاهات آراء موافقة بدرجة كبيرة ، إذ تراوحت ما بين [4,82 - 5,55] وتراوحت انحرافات المعيارية ما بين [1,62 - 1,91]، ودلالة هذه النتائج تكمن في إجماع وتوافق أفراد المجتمع المستهدف على مجمل فقرات رأس المال العلائقي، مما يبين مدى اهتمام مؤسسة الورود بشهرتها وعلامتها التجارية لتحقيق الأرباح والنجاح، بالإضافة غلى ذلك نجد أن المؤسسة تعطي أهمية كبيرة بناء علاقات متميزة مع زبائنها ومورديها وذلك من خلال إبرام اتفاقيات مع موردين وزبائن جدد والسعي لتحقيق رضاهم وضمنان ولائهم، ولكن لا تهتم المؤسسة بدرجة كبيرة بآراء وأفكار المساهمين والموردين والزبائن والمنافسون. وعليه نجد أن العلاقة مع الموردين والزبائن تساهم بشكل أكبر في توفر رأس مال علاقات متميز لمؤسسة الورود .

الجدول رقم (7 - 3): تحليل اتجاهات آراء رأس المال الفكري ككل

الرقم	البعد	المتوسط	الانحراف المعياري	تقييم الاتجاه	الترتيب
1	رأس المال البشري	5,205	2,071	موافق بدرجة قليلة	2
2	رأس المال الهيكلية	5,088	1,694	موافق بدرجة قليلة	3
3	رأس المال العلائقي	5,352	1,756	موافق بدرجة كبيرة	1
	رأس المال الفكري ككل	5,239	1,778	موافق	

	بدرجة قليلة			
--	-------------	--	--	--

المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج spss

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن بعد رأس المال العلائقي جاء بالترتيب الأول من حيث الأهمية النسبية المعطاة له من قبل عينة البحث، إذ بلغ المتوسط الحسابي عن هذا البعد (5,35) وبانحراف معياري (1,75)، ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذا البعد يشير إلى اتجاهات آراء "موافق بدرجة كبير"، وهذا ما يدل أن مؤسسة الورد للعطور تعطي اهتمام كبير لرأس المال العلائقي التي تتوافر لديها متطلباته، وتلبي مختلف حاجاته، وتعمل على الاستجابة السريعة لمختلف مشاكله، وتأخذ باقتراحاته، مما يسهم في تحقيق التميز في المؤسسة. كما نلاحظ أيضا أن بعد رأس المال البشري جاء بالترتيب الثاني من حيث الأهمية النسبية المعطاة من قبل عينة البحث، إذ بلغ المتوسط الحسابي عن هذا البعد (5,20) بانحراف معياري قدره (2,07)، ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذا البعد يشير إلى اتجاهات آراء "موافق بدرجة قليلة"، مما يبين مدى فهم وإدراك مؤسسة الورد لأهمية رأس المال البشري بحيث تعمل على تشجيع العاملين المميزين، وإعطاء الحوافز للمبدعين وذلك من أجل المحافظة عليهم وكسب ولائهم والتشجيع على الإبداع والابتكار وكسب معارف جديدة. كما نجد أيضا أن بعد رأس المال الهيكلي جاء بالترتيب الثالث من حيث الأهمية النسبية المعطاة من قبل عينة البحث، إذ بلغ المتوسط الحسابي عن هذا البعد (5,08) بانحراف معياري (1,65)، ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذا البعد يشير إلى اتجاهات آراء "موافق بدرجة قليلة" هذا يدل على أن المؤسسة تضع الهيكل في المقام الأخير مقارنة بالبعدين السابقين، وهذا راجع لعدم اعتماد المؤسسة لإجراءات وتسيير عمل أفضل لتحقيق أفضل أداء، على الرغم من اعتمادها على بنية تكنولوجية حديثة. وما سبق ومن خلال المتوسط الحسابي لجميع أبعاد رأس المال الفكري مجتمعة المقدر بـ (5,23) بانحراف معياري (1,77)، الذي يعبر عن توافق أفراد مجتمع الدراسة حول متغير رأس المال الفكري في المؤسسة، والملاحظ أن قيمة المتوسط الحسابي تنتمي إلى الفئة [4,43 - 5,28] حسب مقياس (likert) وهي الفئة التي تشير إلى درجة "موافق بدرجة قليلة" ومنه نستخلص أن مؤسسة الورد للعطور لديها مستوى جيد من رأس المال الفكري، أي تتوفر لديها متطلبات تحقيق رأس المال البشري، ورأس المال الزبوني، ورأس المال الهيكلي وذلك من خلال التسيير الفعال للثروة الفكرية بالشركة.

ثانيا: عبارات الميزة التنافسية

*** ما واقع الميزة التنافسية لمؤسسة الورد للعطور ؟

نهدف من خلال هذا السؤال معرفة ما مدى توافر الميزة التنافسية في مؤسسة الورد للعطور، وللإجابة عن هذا السؤال قمنا بتحليل عبارات كل أبعاد الميزة التنافسية والمتمثلة في ميزة التكلفة وميزة المنتج وميزة، وذلك من خلال حساب بعض

مقاييس الإحصاء الوصفي من المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل عبارة من العبارات، والتي تعكس بدورها الاتجاه العام لإجابات أفراد عينة الدراسة حول درجة الأهمية للعبارات من وجهة نظر العاملين في المؤسسة .

الجدول رقم (8 - 3) : إجابات مفردات عينة عن فقرات ميزة التكلفة

العدد	العبارة	الحسابي المتوسط	الانحراف المعياري	العام الاتجاه	الدرجة
	محرارية كل أشكال الإسراف والتبذير في استغلال الموارد .	5,02	1,93	موافق	بدرجة قليلة
	تشغيل الطاقات المتوفرة لديها بأقصى درجة ممكنة.	5,14	1,90	موافق	بدرجة قليلة
ميزة التكلفة	مراقبة تطور التكاليف في المجالات :الإنتاجية ،التسويقية والإدارية .	5,29	1,78	موافق	بدرجة كبيرة
	تقديم منتجاتها بأسعار تنافسية .	5,23	1,70	موافق	بدرجة قليلة
	الاعتماد على أحدث تكنولوجيا في الإنتاج والتسويق والإدارة .	5,47	1,69	موافق	بدرجة كبيرة
	المتوسط العام للعبارات	5,38	1,68	موافق	بدرجة كبيرة

المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج SPSS

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن بعد ميزة التكلفة قد حقق وسطا حسابيا قدره (5,382) بانحراف معياري قدره (1,688)، ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذا البعد ينتمي إلى الفئة [5,29 - 6,13] وعليه نستنتج أن درجة الموافقة على هذه العبارات كانت "موافق بدرجة كبيرة" وعليه نجد أن متوسط درجة الاستجابة لهذا البعد زاد عن درجة الحياد، بالإضافة إلى ذلك نلاحظ أن متوسطات إجابات الأفراد على عبارات هذا البعد ضمن اتجاهات آراء موافقة بدرجة كبيرة، إذ تراوحت ما بين [5,02- 5,47] وتراوحت انحرافات المعيارية ما بين [1,93 - 1,69] ، ودلالة هذه النتائج تكمن في إجماع وتوافق أفراد المجتمع المستهدف على مجمل فقرات ميزة التكلفة، مما يدل أن مؤسسة الورد تسعى إلى استخدام التكنولوجيا في مجالاتها من أجل توفير الوقت والجهد لتحقيق الأرباح والنجاح، بالإضافة على ذلك نجد أن المؤسسة تعطي أهمية كبيرة لمراقبة تطور التكاليف في المجالات التسويقية والإنتاجية والإدارة، كما تقدم المؤسسة منتجاتها

بأسعار تنافسية ولكن لا تشغل الطاقات التي لديها بأقصى درجة ممكنة، وكذلك لا تحارب كل أشكال الإسراف والتبذير في منتجاتها و هذا ما يدل على أن المؤسسة الورد للطور تسعى بشكل أو بآخر إلى تخفيض تكاليفها .

الجدول رقم (9 - 3) : إجابات مفردات عينة عن ميزة المنتج

العدد	العبارات	الحسابي المتوسط	المعياري الانحراف	العام الاتجاه	الدرجة
	أن تكون خصائص منتجاتها مختلفة وتحقق متطلبات وتطلعات الزبائن .	5,05	1,72	موافق بدرجة قليلة	4
	أن تكون سباق في تقديم منتجات جديدة إلى السوق.	4,94	1,92	موافق بدرجة قليلة	5
	أن تكون الأسرع في الاستجابة لمتطلبات الزبائن وفي تلبية حاجاتهم .	5,26	1,60	موافق بدرجة قليلة	2
	تحسين جودة منتجاتها بالاستماع لاقتراحات وشكاوي الزبائن .	5,23	1,72	موافق بدرجة قليلة	3
	الاعتماد على أحدث أنظمة مراقبة نتائج تحقيق الجودة.	5,64	1,57	موافق بدرجة كبيرة	1
	المتوسط العام للعبارات	5,38	1,66	موافق بدرجة كبيرة	

المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج SPSS

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن بعد ميزة المنتج قد حقق وسطا حسابيا قدره (5,382) بانحراف معياري قدره (1,669)، ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذا البعد ينتمي إلى الفئة [5,29 - 6,13] وعليه نستنتج أن درجة الموافقة على هذه العبارات كانت "موافق بدرجة كبيرة" وعليه نجد أن متوسط درجة الاستجابة لهذا البعد زاد عن درجة الحياد، بالإضافة إلى ذلك نلاحظ أن متوسطات إجابات الأفراد على عبارات هذا البعد ضمن اتجاهات آراء موافقة بدرجة كبيرة، إذ تراوحت ما بين [4,94- 5,64] وتراوحت انحرافات المعيارية ما بين [1,92 - 1,57]، ودلالة هذه النتائج تكمن في إجماع وتوافق أفراد المجتمع المستهدف على مجمل فقرات ميزة المنتج، مما يدل على أن مؤسسة الورد تسعى إلى استخدام التكنولوجيا في أنظمة المراقبة من أجل تحقيق الجودة، ولكن نجد أن المؤسسة لا تعطي أهمية كبيرة لتحقيق متطلبات وتطلعات الزبائن وغير سباق في تقديم منتجات جديدة إلى السوق، كما تعمل على تحسين جودة منتجاتها

وتقديمها بخصائص فريدة بالاستماع لاقتراحات وشكاوي الزبائن، وهذا ما يدل أن مؤسسة الورود للطور تهم بجودة منتجاتها و قدرتها على الاستجابة السريعة للمتغيرات الحاصلة في السوق.

الجدول رقم (10 - 3) : إجابات مفردات عينة عن ميز الإبداع

البيان	العام الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارة	البعد
4	موافق بدرجة قليلة	2,27	4,76	إيجاد أساليب عمل أكثر فعالية من تلك المستعملة من طرف المنافسين .	ميزة الإبداع
2	موافق بدرجة قليلة	2,23	4,85	تقديم التسهيلات والإمكانيات لتشجيع العاملين على تقديم الأفضل .	
5	موافق بدرجة قليلة	2,29	4,64	تشجيع كل الأفراد على المبادرة الخاصة من أجل إظهار مواهبهم وأفكارهم .	
3	موافق بدرجة قليلة	2,05	4,82	إيجاد مصادر جديدة للمواد الأولية قبل أن يصل إليها المنافسين .	
1	موافق بدرجة قليلة	2,15	5,02	الاعتماد على أحدث الأساليب التقنية لتنظيم العمليات الداخلية .	
	موافق بدرجة قليلة	2,07	4,88	المتوسط العام للعبارة	

المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج SPSS

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن بعد ميزة الإبداع قد حقق وسطا حسابيا قدره (4,882) بانحراف معياري قدره (2,07)، ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذا البعد ينتمي إلى الفئة [4,43-5,28] وعليه نستنتج أن درجة الموافقة على هذه العبارات كانت "موافق بدرجة قليلة" بحيث نجد أن متوسط درجة الاستجابة لهذا البعد زاد عن درجة الحياد، بالإضافة إلى ذلك نلاحظ أن متوسطات إجابات الأفراد على عبارات هذا البعد ضمن اتجاهات آراء موافقة بدرجة قليلة، إذ تراوحت ما بين [4,64- 5,02] وتراوحت انحرافات المعيارية ما بين [2,29- 2,05]، وهي نتيجة مرضية ولكن بدرجة قليلة جدا وهذا راجع إلى أن المؤسسة لا تشجع الأفراد على المبادرة الخاصة من أجل إظهار مواهبهم وأفكارهم ولا تحاول إيجاد أساليب عمل أكثر فعالية من تلك المستعملة من طرف المنافسين وإيجاد مصادر جديدة للمواد الأولية، ولكن نجد أن مؤسسة الورود تسعى إلى استخدام التكنولوجيا لتنظيم العمليات الداخلية لضمان السير الحسن لها

مما يدل على أن المؤسسة تستخدم طرق جديدة لترويج منتجاتها، وبهذا نستخلص أن مؤسسة الورود للعطور تحاول جاهدة أن تدعم الأفكار الجديدة التي تساهم في الإبداع .

الجدول رقم (11 - 3): تحليل اتجاهات آراء الميزة التنافسية ككل

الرقم	البعد	الحسابي المتوسط	المعياري الانحراف	العام الاتجاه	الترتيب
1	ميزة التكلفة	5,382	1,688	موافق بدرجة كبيرة	2
2	ميزة المنتج	5,382	1,669	موافق بدرجة كبيرة	1
3	ميزة الإبداع	4,882	2,07	موافق بدرجة قليلة	3
	الميزة التنافسية ككل	5,205	1,871	موافق بدرجة قليلة	

المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج SPSS

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن بعد ميزة التكلفة و المنتج قد جاء من حيث الأهمية النسبية المعطاة لهما من قبل عينة البحث بنفس المتوسط الحسابي إذ بلغ (5,382) ولكن بانحرافين معياريين مختلفين حيث بلغ الانحراف المعياري لميزة التكلفة ب (1,68) بالترتيب الثاني بينما قدر الانحراف المعياري لميزة المنتج ب (1,66) بالترتيب الأول، ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذان البعدان يشيران إلى اتجاهات آراء "موافق بدرجة كبير"، وهذا ما يدل أن مؤسسة الورود للعطور تعطي اهتمام كبير لميزة المنتج التي لديها، بحيث نجد أن المؤسسة تسعى إلى استخدام التكنولوجيا في أساليب عملها وتخفيض تكاليف إنتاجها بالإضافة إلى الجودة في منتجاتها و ذلك من أجل تحقيق التميز في المنتج عن المنافسين بتكلفة أقل .

كما نلاحظ أيضا أن بعد ميزة الإبداع جاء بالترتيب الثالث من حيث الأهمية النسبية المعطاة من قبل عينة البحث، إذ بلغ المتوسط الحسابي عن هذا البعد (4,88) بانحراف معياري قدره (2,07)، ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذا البعد يشير إلى اتجاهات آراء "موافق بدرجة قليلة"، وهذا راجع إلى أن مؤسسة الورود لا تعمل على تشجيع العاملين المميزين، وإعطاء الحوافز للمبدعين مما يحقق التميز للمؤسسة عن المنافسين. ومما سبق ومن خلال المتوسط الحسابي لجميع أبعاد الميزة التنافسية مجتمعة المقدر ب (5,20) بانحراف معياري (1,87)، الذي يعبر عن توافق أفراد مجتمع الدراسة حول متغير الميزة التنافسية في المؤسسة، والملاحظ أن قيمة المتوسط الحسابي تنتمي إلى الفئة [4,43 - 5,28] حسب مقياس

(likert) وهي الفئة التي تشير إلى درجة "موافق بدرجة قليلة"، ومنه نستخلص أن مؤسسة الورود للعطور لديها ميزة تنافسية عن غيرها من المؤسسات المنافسة، أي تتوفر لديها متطلبات تحقيق الميزة التنافسية وذلك من خلال تحقيق التميز من تكلفة ومنتج وإبداع .

المطلب الثاني: تحليل النتائج واختبار فرضيات الدراسة

الفرع الأول: اختبار الفرضية الأولى

يتم اختبار فرضيات الدراسة عند مستوى الدلالة (0,05) حيث يتم التركيز على اختبار قبول أو رفض الفرضيات من خلال استخدام اختبار تحليل انحدار البسيط والمتعدد، واختبار T وF من أجل الأثر بين المتغيرات المستقلة والتابعة وذلك كما يلي :

- الفرضية الرئيسية : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لرأس المال الفكري بأبعاده (رأس المال البشري، رأس المال الهيكلي، رأس المال العلائقي) في دعم الميزة التنافسية بأبعادها (ميزة التكلفة، ميزة المنتج، ميزة الإبداع) لدى مؤسسة الورود للعطور بالوادي وهذا عند مستوى الدلالة (0,05) ولاختبار هذه الفرضية تم استخدام أسلوب تحليل الانحدار المتعدد كما هو موضح في الجدول التالي :

أولاً : القدرة التفسيرية للنموذج

الجدول رقم (12 - 3) : القدرة التفسيرية للنموذج

خطأ التقدير	معامل التحديد المعدل	معامل التحديد	معامل الارتباط	النموذج
0,73932	0,844	0,858	0,926 ^a	1
a المتغيرات المفسرة : الثابت : رأس المال البشري، رأس المال الهيكلي، رأس المال العلائقي				
المتغير التابع : الميزة التنافسية				

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج SPSS

من خلال الجدول السابق وبالرجوع لمعامل التحديد يتضح وأن أبعاد رأس المال الفكري والمتمثلة في رأس المال البشري، رأس المال الهيكلي، رأس المال العلائقي ، تفسر ما نسبته 85,8% من التغيرات التي تحدث في الميزة التنافسية لدى مؤسسة الورود للعطور ، والباقي 14,2% مما يحدث في إجراءات الميزة التنافسية قد تساهم فيه متغيرات أخرى خارج النموذج الحالي بما فيها الخطأ العشوائي .

ثانيا : المعنوية الكلية للنموذج

ومن أجل اختبار معنوية الشكل الدال لنموذج العلاقة الخطية بين الميزة التنافسية باعتبارها المتغير المفسر وكونها المتغير التابع ،هو نموذج مقبول لتمثيل هذه العلاقة كما هو في الجدول التالي:

الجدول رقم (13 - 3) : ANOVA^a

المصدر		مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	F المحسوبة	مستوى الدلالة sig
1	الانحدار	99,996	3	33,054	26,772	0,000 ^b
	الخطأ	16,879	30	0,547		
	المجموع	115,559	33			
<p>a. المتغير التابع : الميزة التنافسية .</p> <p>b. المتغيرات المفسرة : رأس المال البشري ، رأس المال الهيكلية ، رأس المال العلائقي .</p>						

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج spss

من خلال نتائج تحليل التباين الأحادي الموضحة في الجدول السابق فإن مستوى الدلالة يساوي (0,000) وهو أقل من مستوى المعنوية 5% وبالتالي فإن نموذج الانحدار الخطي المتعدد معنوي . وأن واحد على الأقل من معاملات خط الانحدار له دلالة معنوية ، مما يتطلب اختبار مدى معنوية هذه المعاملات على النحو التالي :

ثالثا : المعنوية الجزئية للنموذج

الجدول رقم (14 - 3) : Coefficients^a

معاملات نموذج الدراسة	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	مستوى الدلالة Sig	
	A	Erreur standard	Bêta			
(الثابت)	-0,406	0,443		-0,916	0,367	
النموذج	رأس المال البشري	0,286	0,101	0,317	5,846	0,008
	رأس المال الهيكلية	0,288	0,134	0,261	2,150	0,040
	رأس المال العلائقي	0,496	0,101	0,465	4,888	0,000

a. المتغير التابع : الميزة التنافسية

من خلال مستوى المعنوية في الجدول السابق والمقابل لمختلف العوامل المفسرة للميزة التنافسية يتضح وأن جميع أبعاد رأس المال الفكري ذات دلالة معنوية، أي أقل من مستوى الدلالة 5% بحيث كان معامل رأس المال العلائقي

(0,496) ما يفسر تأثير رأس المال العلائقي في الميزة التنافسية وهو دال عند مستوى (0,000)، أما معامل الثقة في رأس المال البشري فهو (0,286) ما يفسر تأثير رأس المال البشري في دعم الميزة التنافسية وهو دال عند مستوى (0,008) وهو أقل من مستوى الدلالة 5% ونفس الشيء بالنسبة لرأس المال الهيكلي حيث بلغ المعامل (0,288) ما يفسر تأثير رأس المال الهيكلي في دعم الميزة التنافسية، وهو أيضا دال عند مستوى بلغ (0,040) وهو أقل من مستوى الدلالة 5% بينما يعتبر المقدار الثابت كونه الحد الأدنى من الميزة التنافسية بغض النظر عن رأس المال الفكري ، هو مقدار غير دال معنويا وهو أكبر من مستوى الدلالة 1% وبذلك يستبعد من النموذج ، وعليه تكون معادلة الانحدار في هذه الحالة كما يلي :

حيث تكون الميزة التنافسية (Y) دالة بدلالة رأس المال البشري (X1) ، رأس المال الهيكلي (X2) ، رأس المال العلائقي (X3) على النحو التالي :

$$Y = 0,286(X_1) + 0,288(X_2) + 0,496(X_3)$$

وبالرجوع إلى قيم (Beta) نجد أن أكثر الأبعاد تأثيرا في الميزة التنافسية هي رأس المال العلائقي بالدرجة الأولى مثل ما أشرنا سابقا ثم رأس المال البشري وفي الدرجة الثالثة رأس المال الهيكلي ، وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة التي تنص :

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لرأس المال الفكري بأبعاده مجتمعة (رأس المال البشري، رأس المال الهيكلي، رأس المال العلائقي) على الميزة التنافسية بأبعاده مجتمعة (ميزة التكلفة، ميزة المنتج ،ميزة الإبداع) لدى مؤسسة الورود للطور بالوادي عند مستوى الدلالة (0,05) .

إن هذا يعني أن أبعاد رأس المال الفكري تؤثر مجتمعة بشكل مباشر على الميزة التنافسية لذلك يجب اختبار الفرضيات الفرعية بالنسبة لكل بعد من أبعاد رأس المال الفكري ضمن نموذج الانحدار الخطي البسيط، وذلك على النحو التالي :

الفرع الثاني: اختبار الفرضيات الفرعية

أولا: اختبار الفرضية الفرعية الأولى :

نص الفرضية: " لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لرأس المال البشري على الميزة التنافسية "

الجدول رقم (15 - 3): تحليل الانحدار البسيط لاختبار قوة أثر رأس المال البشري على الميزة التنافسية				
معامل الارتباط	معامل التحديد	B	T	الدلالة الإحصائية
0,802 ^a	0,632	0,802	7,592	0,008

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج SPSS

نلاحظ من نتائج تحليل الانحدار البسيط في الجدول السابق وجود علاقة ارتباط موجبة بين رأس المال البشري والميزة التنافسية، حيث بلغ معامل الارتباط (0,802) وهو معامل قوي، مما يعني أنه كلما كان رأس المال البشري كبير أدى ذلك إلى مزيد من الميزة التنافسية، وهذا ما يبرز وجود أثر إيجابي ومعنوي لرأس المال البشري على الميزة التنافسية، حيث يشير معامل التحديد المعدل إلى أن رأس المال البشري تفسر ما نسبته 63,2% من التباين الذي يحدث في الميزة التنافسية لدى عمال مؤسسة الورود للطور، أي أن ما نسبته 63,2% من التغيرات الحاصلة في الميزة التنافسية بأبعادها ناتج عن رأس المال البشري أما الباقي 36,8% مما يحدث من إجراءات الميزة التنافسية قد تساهم فيه متغيرات أخرى خارج النموذج الحالي بما فيها الخطأ العشوائي. ولأن قيمة الدلالة الإحصائية لهذا النموذج أقل من مستوى الدلالة 5% فإننا نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على ما يلي:

" يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لرأس المال البشري في دعم الميزة التنافسية عند مستوى الدلالة (0,05)

بمؤسسة الورود للطور - الوادي "

ثانيا: اختبار الفرضية الفرعية الثانية :

نص الفرضية : "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لرأس المال الهيكلي على الميزة التنافسية "

الجدول رقم (16 - 3): تحليل الانحدار البسيط لاختبار قوة أثر رأس المال الهيكلي على الميزة التنافسية				
معامل الارتباط	معامل التحديد	B	T	الدلالة الإحصائية
0,826 ^a	0,672	0,826	8,277	0,040

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج SPSS

من خلال نتائج تحليل الانحدار البسيط في الجدول السابق يتضح وجود ارتباط موجب بين رأس المال الهيكلي والميزة التنافسية، حيث بلغ معامل الارتباط (0,826) وهو معامل قوي، مما يعني أنه كلما كان رأس المال الهيكلي كبير أدى ذلك إلى مزيد من الميزة التنافسية، وهذا ما يعكس وجود الأثر الإيجابي والمعنوي لرأس المال الهيكلي على الميزة التنافسية، حيث يشير معامل التحديد المعدل إلى أن رأس المال الهيكلي تفسر ما نسبته 67,2% من التباين الذي يحدث في الميزة التنافسية لدى عمال مؤسسة الورود للطور، أي أن ما نسبته 67,2% من التغيرات الحاصلة في الميزة التنافسية بأبعادها ناتج عن رأس المال الهيكلي أما الباقي 32,8% مما يحدث من إجراءات الميزة التنافسية قد تساهم فيه متغيرات أخرى خارج النموذج الحالي بما فيها الخطأ العشوائي. ولأن قيمة الدلالة الإحصائية لهذا النموذج أقل من مستوى الدلالة 5% فإننا نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على ما يلي:

"توجد أثر ذو دلالة إحصائية لرأس المال الهيكلي في دعم الميزة التنافسية عند مستوى الدلالة (0,05)

بمؤسسة الورود للطور - الوادي - ."

ثالثاً: اختبار الفرضية الفرعية الثالثة :

نص الفرضية: " لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لرأس المال العلائقي على الميزة التنافسية"

الجدول رقم (17 - 3): تحليل الانحدار البسيط لاختبار قوة أثر رأس المال العلائقي على الميزة التنافسية				
معامل الارتباط	معامل التحديد	B	T	الدلالة الإحصائية
0,835 ^a	0,687	0,835	8,578	0,000

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج SPSS

من خلال نتائج الانحدار البسيط في الجدول السابق يتضح وجود ارتباط موجب وقوي بين رأس المال العلائقي من جهة والميزة التنافسية من جهة أخرى، حيث بلغ معامل الارتباط (0,835) وهو معامل قوي، وهذا ما يعني أنه كلما كان رأس المال العلائقي قوي أدى ذلك إلى المزيد من الميزة التنافسية، وهذا ما يعكس وجود أثر إيجابي ومعنوي لرأس مال العلاقات على الميزة التنافسية، حيث يشير معامل التحديد المعدل إلى أن هذا يفسر ما نسبته 68,7% من التباين الذي يحدث في الميزة التنافسية لدى عمال مؤسسة الورود، وأن هذا النسبة من التغيرات في الميزة التنافسية بأبعادها ناتج عن رأس المال العلائقي، أما الباقي 31,3% من مستوى الميزة تساهم فيه متغيرات أخرى خارج نموذج الانحدار البسيط الحالي بما فيها الخطأ العشوائي. ولأن قيمة الدلالة الإحصائية لهذا النموذج (0,000) أقل من مستوى الدلالة 5% فإننا نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على ما يلي:

" توجد أثر ذو دلالة إحصائية لرأس المال العلائقي في دعم الميزة التنافسية عند مستوى دلالة (0,05) مؤسسة

الورود للعطور - الوادي - "

وعلى ضوء النتائج والتحليلات وبالنظر إلى العلاقة المفسرة من خلال الاختبارات الإحصائية بين مختلف أبعاد رأس المال الفكري ومدى أثرها في الميزة التنافسية ، بينت نتائج التحليل أن أكبر أثر للميزة التنافسية في المؤسسة هو بعد رأس المال العلائقي ثم رأس المال البشري ، وتم رأس المال الهيكلي و عليه نجد أن مؤسسة الورود للعطور تعطي أهمية كبيرة في بناء علاقات متميزة مع مورديها وزبائنهم وكذلك بالموارد البشري لديها ولكن بنسبة أقل ، ولا تعطي أهمية كبيرة لرأس المال الهيكلي .

خلاصة الفصل :

تعرفنا من خلال هذا الفصل على نشأة وتطور مؤسسة الورود للطور - الوادي - ، وكذا الهيكلة الإدارية التي تدير وفقها، ولقد اعتمدنا في إنجاز هذا العمل على الاستبانة التي وزعناها على العمال الإداريين العاملين بالمؤسسة والتي تحتوي على قسمين رئيسيين ، القسم الأول يضم البيانات الشخصية والوظيفية ، أما القسم الثاني خاص بمحاور الاستبانة ، المحور الأول يتمثل في المتغير المستقل وهو رأس المال الفكري، أما المحور الثاني يتمثل في المتغير التابع وهو الميزة التنافسية ، وهدفنا من خلالها إلى الإجابة على إشكالية بحثنا التالية "أثر رأس المال الفكري في دعم الميزة التنافسية" ، وبعد استرجاع استبيان تمت معالجته بالبرنامج الإحصائي (SPSS) باستخدام أساليب إحصائية كالنسب المئوية ، المتوسط الحسابي ، الانحراف المعياري ، تحليل الخدار المتعدد ، وتحليل تباين الأحادي ، ثم قمنا بعرض وتحليل وتفسير نتائج الدراسة الميدانية واختبار الفرضيات .

ما يمكن استخلاصه من الدراسة الميدانية أن هناك تفاوت في مكونات رأس المال الفكري في دعم الميزة التنافسية، وأن رأس مال العلائقي هو المكون الأكثر تأثيراً ثم يليه رأس المال البشري ، وأخيراً رأس المال الهيكلي ، كما يتضح مما سبق ذكره أيضاً :

✓ وجود أثر ذو دلالة إحصائية لرأس المال الفكري بأبعاده مجتمعة في دعم الميزة التنافسية بمؤسسة الورود للطور عند مستوى الدلالة (0,05) .

✓ وجود علاقة ذات دلالة إحصائية لكل بعد من أبعاد رأس المال الفكري (رأس المال البشري ، رأس المال الهيكلي رأس المال العلائقي) في دعم الميزة التنافسية بمؤسسة الورود للطور عند مستوى الدلالة (0,05) .

تمهيد:

في ظل التطورات والتغيرات السريعة المتلاحقة في بيئة الأعمال، تشهد المؤسسات الاقتصادية جملة من التحديات التي تفرضها بيئتها التنافسية، مما يحتم عليها ضرورة البحث عن كيفية تطوير ميزتها التنافسية، من أجل التميز عن باقي المنافسين، لهذا تعد الميزة التنافسية اليوم من المواضيع ذات الأهمية في ميادين الأعمال المختلفة، والمحرك الرئيس للتنافس في الأسواق فهي تمثل سمة البقاء في البيئة التنافسية، التي أدت بدورها إلى التحول من التركيز على رأس المال المادي أو الأصول الملموسة، إلى التركيز على المعرفة ورأس المال الفكري أو الأصول الغير ملموسة، وبهذا أصبح الاهتمام المعرفي هو العنصر الحاكم ورأس المال الفكري هو رأس المال الحقيقي للشركات باعتباره الركيزة الأساسية الذي يلعب الدور الرئيسي في الخلق والابتكار والتجديد، مما أصبح رأس المال الفكري أكثر الموجودات أهمية ومصدرا لميزتها التنافسية، وقد أدى هذا التحول إلى إدراك المنظمات لأهمية الاستثمار في العنصر البشري وزيادة معرفته وتنميته كغيره من الأصول غير ملموسة الأخرى .

وعلى هذا الأساس يعد رأس المال الفكري اليوم المورد الإستراتيجي الأهم بالنسبة للمنظمات المعاصرة والتي تسعى إلى تحقيق النجاح المستقبلي والنمو والبقاء، فأس المال الفكري يلعب دورا هاما في جعل الأصول غير ملموسة ميزة تنافسية والتي تمثل المصدر لها.

وبغية الإحاطة بأهم جوانب الميزة التنافسية المختلفة ورأس المال الفكري كان لا بد من التطرق إلى الإطار النظري بمختلف المفاهيم التي تناولتها الأدبيات المتعلقة بالموضوع. وقد تم تقسيم هذا الفصل إلى أربعة مباحث رئيسية، بحيث يغطي الأول منها حول الميزة التنافسية أما الثاني فتم التطرق فيه إلى رأس المال الفكري من مختلف الزوايا النظرية، أما المبحث الثالث فقد تم تناول علاقة رأس المال الفكري بالميزة التنافسية، وفي المبحث الأخير أشرنا فيه إلى أهم الدراسات التي تناولت المفهومين وعرض ما توصلت إليه من نتائج .

المبحث الأول : الميزة التنافسية

تسعى مختلف المؤسسات بأنواعها وأحجامها إلى تحقيق الميزة التنافسية في الأسواق التي تعمل فيها، سواء على المستوى المحلي أو الدولي، باعتبارها تحدياً حقيقياً تواجهه المؤسسات في مختلف القطاعات، لهذا شكل مفهوم الميزة التنافسية أحد أهم المواضيع في مجالي الإدارة الاستراتيجية و اقتصاديات الأعمال وسنحاول في هذا المبحث إيضاح أهم المفاهيم للميزة التنافسية .

المطلب الأول : ماهية الميزة التنافسية

سنتناول في هذا المطلب لأهم المفاهيم المتعلقة بالميزة التنافسية، والخصائص التي تميزها، بالإضافة إلى أهميتها في المؤسسة .

الفرع الأول: مفهوم الميزة التنافسية :

لقد تعددت وتنوعت مفاهيم الميزة التنافسية من وجهات نظر مختلفة نذكر منها :
يمكن تعريف الميزة التنافسية على أنها: "أي شيء تختلف به المنظمة عن المنظمات الأخرى اختلافاً إيجابياً لصالح المنظمة والعميل وأصحاب المنافع" .¹

كما يشير مفهوم الميزة التنافسية: "إلى قدرة المنظمة على صياغة وتطبيق الاستراتيجيات التي تجعلها في مركز أفضل بالنسبة للمنظمات الأخرى العاملة في نفس النشاط" .²

في حين يرى (lynch) أن الميزة التنافسية هي: "أي شيء يميز المنظمة أو منتجاتها بشكل إيجابي في أنظار زبائنها" .³
أما (porter) فيرى: "أن الميزة التنافسية تنشأ أساساً من القيم التي استطاعت منظمة ما أن تخلقها لزبائنها بحيث يمكن أن تأخذ شكل أسعار أقل بالنسبة لأسعار المنافسين بمنافع متساوية أو تقديم منافع متفردة في المنتج تعوض بشكل واسع الزيادة السعرية المفروضة" .⁴

كما تعرف بأنها: "المجالات التي يمكن للمنظمة أن تنافس الغير من خلالها بطريقة أكثر فاعلية ، وبهذا فهي تمثل نقطة قوة تتسم بها المنظمة دون منافسيها في أحد أنشطتها الإنتاجية أو التسويقية أو التمويلية ، أو فيما يتعلق بمواردها البشرية أو الموقع الجغرافي لها، لذا تعتمد الميزة التنافسية على نتائج فحوص وتحليل كل من نقاط القوة والضعف الداخلية إضافة إلى الفرص والمخاطر المحيطة والسائدة في بيئة المنظمة مقارنة بمنافسيها في السوق" .⁵

¹ سيد محمد جاد الرب ، إدارة الإبداع والتميز التنافسي ، جامعة قناة السويس للنشر ، 2013 ، ص 315 .

² محمد محمود أبو بكر ، إدارة الموارد البشرية مدخل تحقيق الميزة التنافسية ، الدار الجامعية ، 2008 ، ص 13 .

³ Lynch Richard , **corporate strategy** , 2nd edition , prentice - hall Inc. , new jersey , 2002 , p 153 .

⁴ Michel porter , **l'avantage concurrentiel** , inter édition , paris , 1986 , p8 .

⁵ معن وعد الله المعاضدي، إسهامات نظرية الاستراتيجية القائمة على الموارد في تحقيق الميزة التنافسية، مجلة بحوث مستقبلية، العدد الخامس عشر، مركز الدراسات مستقبلية، كلية الحداثة الجامعة، ص 23.

كما تعرف على أنها: "خاصية أو مجموعة خصائص تتفرد بها المنظمة وتمكنها من الاحتفاظ بما لفترة زمنية طويلة نسبيا نتيجة صعوبة محاكاتها، و تحقق تلك الفترة المنفعة لها وتمكنها من التفوق على المنافسين فيها ما تقدمه من منتجات للزبائن".¹

وتعرف أيضا على أنها: "ميزة أو عنصر تفوق للمؤسسة يتم تحقيقه في حالة إتباعها لإستراتيجية معينة للتنافس".² من خلال التعاريف السابقة الذكر نستخلص التعريف التالي :

" الميزة التنافسية هي عبارة عن ميزة متفردة أو خاصية تتفوق بها المؤسسة على منافسيها، أي أنها تجعل المؤسسة فريدة ومتميزة عن المنافسين الآخرين نظرا لامتلاكها خاصية أو مجموعة من الخصائص تتفرد بها، وبهذا تصبح الميزة التنافسية وسيلة لدى المؤسسة حتى تتمكن من خلالها الفوز في منافستها على الآخرين".

الفرع الثاني: خصائص الميزة التنافسية

إن للميزة التنافسية مجموعة من الخصائص والتي نوجزها فيما يلي :³

- أنها تؤدي إلى تحقيق الأفضلية على المنافسين .
- أنها تنبع من داخل المنظمة وتحقق قيمة لها .
- أنها تنعكس في كفاءة أداء المنظمة لنشاطاتها ، أو قيمة ما يقدم للمشتريين أو كلاهما .

بالإضافة إلى أنها :⁴

- تشتق من رغبات و حاجات الزبائن .
- تقدم المساهمة الأهم في نجاح الأعمال .
- تقدم الملاءمة الفريدة بين موارد المؤسسة والفرص في البيئة .
- طويلة الأمد وصعبة التقليد من قبل المنافسين .
- تقدم التوجيه والتحفيز لكل مؤسسة .
- تتحقق لمدة طويلة ولا تزول بسرعة عندما يتم تطويرها و تجديدها .

¹ عبد الرحمن طاهر، محسن عروق وآخرون، دور تدريب الموارد البشرية في تعزيز الميزة التنافسية، مجلة الكوت للعلوم الاقتصادية والإدارية، تصدر عن كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة واسط، العدد 20، 2015، ص 7.

² طرشي محمد، تقرورت محمد، أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تعزيز الميزة التنافسية في منظمات الأعمال، ملتقى دولي حول رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في ظل الاقتصاديات الحديثة، يومي 13-14 ديسمبر، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، 2011، ص 9.

³ إيمان عبد محمد، علاقة إدارة المعرفة الاستراتيجية وأثرها في الميزة التنافسية، مجلة بحوث المستقبلية، كلية حداباء الجامعة، مركز الدراسات المستقبلية، المجلد 41، 2013، ص 24 .

⁴ صولح سماح، دور تسيير الكفاءات في بناء الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2008، ص 9 .

➤ يجب أن تؤدي إلى التأثير في العملاء وتحفيزهم على الشراء من خلال إدراكهم الأفضلية فيما تقدم المؤسسة .

الفرع الثالث: أهمية الميزة التنافسية :

تعد اليوم الميزة التنافسية مهمة لأي مؤسسة وذلك للمواكبة والاستمرار في الأنشطة والأعمال ،لذلك يمكن تلخيص أهمية الميزة التنافسية بالنقاط التالية :¹

➤ تعطي الميزة التنافسية مؤشرا قويا للمنظمات لإحكام سيطرتها على قطاع السوق (الحصة السوقية) أكبر من منافسيها ،وقد يعني سيطرة المنظمة على زبائن كثيرين مقارنة بالمنافسين .

➤ تعد الميزة التنافسية سلاحا قويا تعتمدها المنظمة لمواجهة تحديات المنظمات المنافسة .

➤ تعتبر الميزة التنافسية معيارا مهما لنجاح المنظمات، من حيث تمييزها عن غيرها من المنظمات الأخرى من حيث إيجاد نماذج مميزة جديدة ،يصعب على المنافسين تقليدها .

➤ تعطي للمنظمة تفوقا نوعيا وكميا، وأفضلية للمنافسين وبالتالي تتيح لها تحقيق نتائج أداء عالية .

➤ تساهم في التأثير الإيجابي في مدركات الزبائن ،وباقي المتعاملين مع المنظمة وتحفيزهم للاستمرار وتطوير التعامل .

➤ لكون الميزة التنافسية تتسم بالاستمرارية والتجدد، فإن هذا الأمر يتيح للمنظمة متابعة التطور والتقدم على المدى البعيد .

➤ تمثل أداة هامة لمواجهة التحدي الذي ينتظر المنظمة ،من المنظمات المنافسة في القطاع المعني ،وبأبي ذلك من خلال قيام المنظمة بتنمية معرفتها التنافسية وقدرتها على تلبية احتياجات الزبائن في المستقبل القريب ،عن طريق توحيد التقنيات والمهارات الإنتاجية بصورة تمكنها من التكيف للفرص المتغيرة بشكل سريع .

➤ نظرا لكون الميزة التنافسية مستندة على موارد المنظمة وقدراتها ومجالاتها ،فإنها تعطي حركة ديناميكية للعمليات الداخلية للمنظمة .

➤ الحصول على حصة سوقية أفضل وأكبر قياسا بالمنافسين، إذا ما حققت الرضا والقبول المطلوب لدى المستهلكين، وبما يتوافق مع أهدافها الاستراتيجية المخططة .

➤ تمثل معيارا مهما لتحديد المنظمات الناجحة عن غيرها لأن المنظمات الناجحة تتميز بإيجاد نماذج جديدة منفردة يصعب تقليدها ومحاكاتها باستمرار، لأنها متيقنة من أن النماذج القديمة لها قد أصبحت معروفة ومتاحة بشكل واسع وأن المنافسين على علم كامل لها .²

¹ مروان محمد نجيب ، دور المزيج التسويقي السياحي في تحقيق الميزة التنافسية، دار شتات للنشر والبرمجيات، مصر، 2011، ص 68.

² رحوم رزيقة ، مساهمة رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية ،رسالة دكتوراه ، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2016، ص 101 .

المطلب الثاني : أنواع ومصادر الميزة التنافسية

يعد البحث عن الميزة التنافسية الشغل الشاغل لدى المؤسسات نظرا لتنوعها، لهذا تركز المؤسسة على مجموعة من المصادر والموارد لخلقها التي تضمن بقاءها واستمراريتها وزيادة حصتها السوقية .

الفرع الأول: أنواع الميزة التنافسية

يمكن أن نميز بين نوعين من الميزة التنافسية: ميزة التكلفة الأقل، وميزة التميز (التفرد)

أولا: ميزة التكلفة الأقل :

هي قدرة المؤسسة على تصميم، تصنيع و تسويق منتج بأقل تكلفة مقارنة بالمؤسسات المنافسة لها مما يؤدي في النهاية إلى تحقيق عوائد أكبر¹ .

وللحيازة على ميزة التكلفة الأقل يتم الاستناد إلى مراقبة عوامل تطور التكاليف، حيث يتم التحكم الجيد في هذه العوامل مقارنة بالمنافسين يكسب المؤسسة ميزة التكلفة الأقل، ومن بين هذه العوامل ما يلي:²

- **مراقبة الحجم:** إن توسيع المؤسسة في تشكيلة منتجاتها، حيازتها على وسائل إنتاج جديدة، التوسع في السوق أو النشاط تسويقي ما، كل هذا قصد تخفيض تكاليفها. غير أن الحجم الذي يحكم التكاليف يختلف من نشاط إلى آخر، ومن منطقة إلى أخرى فمثلا الرفع من حجم إنتاج منتج معين على المستوى المحلي أو الجهوي، قد يسمح لنا بتخفيض تكاليف قوى البيع أو تكاليف التوزيع المادي للمنتج، ولهذا يجدر الإشارة إلى أن العمل وفق اقتصاديات الحجم يجب أن لا يحدث تدهورا في الأنشطة الأخرى.

- **مراقبة التعلم:** التعلم هو نتيجة للجهود المتواصلة والمبدولة من قبل الإطارات والمستخدمين على حد سواء، لذلك يجب أن لا يتم التركيز على تكاليف اليد العاملة فقط، بل يجب أن يتعداه إلى تكاليف النقابات والأنشطة المنتجة للقيمة، فالمديرون مطالبون بتحسيد التعلم وتحديد أهدافه وليتم ذلك يستند إلى مقارنة درجة التعلم بين التجهيزات والمناطق ثم مقارنتها بالمعايير المعمول بها في القطاع.

بمعنى آخر لتخفيض التكاليف إلى أدنى حد ممكن فإن ذلك لن يحقق بصفة عفوية بل هو نتيجة التسيير الفعال لمعارف والقدرات ومهارات مسيرتها وعمالها وهذا بالاعتماد على مجموعة من العوامل كالتحفيز المادي والمعنوي والتكوين وثقافة المؤسسة... إلخ وهذا ما سيؤدي في النهاية إلى تدني التكاليف .

¹ Michel porter, **l'avantage concurrentiel des nation** , enter édition , paris ,1993, p85 .

² عمار بوشناف، الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية مصادرها وتنميتها وتطويرها، رسالة ماجستير (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2002، ص 15 .

● **مراقبة الروابط:** تحسن المؤسسة موقعها في ميدان التكاليف إذا تمكنت من التعرف على الروابط الموجودة بين الأنشطة المنتجة للقيمة من جهة واستغلالها من جهة أخرى.

● **مراقبة الإجراءات:** عندما تعتمد المؤسسة على تطبيق إجراءات بصفة طوعية قد يرجع ذلك إلى سوء فهم لهذه الإجراءات وسرعان ما يكشف تحليل التكاليف ضرورة إلغاء أو تغيير بعض الإجراءات التي تساهم إيجابيا في ميزة التكلفة الأقل، بل أكثر من ذلك فهي تكلف أكثر مما يجب، وبالتالي مراقبة الإجراءات يسمح بفهمها ومن ثمة تخفيض التكاليف.

ثانيا: ميزة التمييز المنتج (التفرد) :

تتميز المؤسسة عن منافسيها عندما يكون بمقدورها امتلاك خصائص فريدة تجعل الزبون يتعلق بها ، إن ميزة التمييز تتطلب من المؤسسة تجنيد مواردها ، حتى تتمكن من ممارسة أنشطتها المربحة بشكل أفضل مقارنة بالمنافسين.¹ لذلك من الضروري على المؤسسة فهم وتحليل مصادر التمييز من خلال أنشطة خلق القيمة واستغلال الكفاءات والمهارات والتقنيات التكنولوجية العالية وانتهاج طرق توسع فعالة وسياسات السعيرية وترويجية تمكنه من زيادة الحصة السوقية للمؤسسة. وتستند هذه الميزة أساسا إلى عوامل التفرد التي سنوردها فيما يلي:²

● **الإجراءات التقديرية:** تعتبر هذه الإجراءات عاملا مهما على تفرد المؤسسات وتمثل في خصائص وكفاءة المنتجات المعروضة، الخدمات المقدمة، كثافة النشاط (كمستوى نفقات الإشهار) محتوى النشاط (كدقة الآلات)، جودة وسائل الإنتاج المسخرة للنشاط، الإجراءات التي تحكم عمل المستخدمين في النشاط (كإجراءات خدمات ما بعد البيع)، كفاءة وخبرة المستخدمين في النشاط، المعلومات المستخدمة من أجل مراقبة النشاط .

● **الروابط:** يمكن أن تمثل الروابط الموجودة بين الأنشطة أو الروابط مع الموردين وقنوات التوزيع المستغلة من قبل المؤسسة مصدر للتفرد، حيث يشترط في الاستجابة الجيدة لحاجات العملاء تنسيقا بين الأنشطة المرتبطة فيما بينها. يمكن أيضا تلبية حاجات العملاء إذا تم التنسيق مع الموردين، بالإضافة إلى التنسيق مع قنوات التوزيع .

● **الريزنامة:** قد يرتبط التاريخ الذي بدأت فيه المؤسسة نشاطا معيناً بخاصية التفرد، فمثلا المؤسسة السباقية في مجال نشاطها على منافسيها، وخلافا لذلك في بعض الأحيان أو في بعض القطاعات يكون فيها الدخول المتأخر ذا جدوى لأنه يسمح للمؤسسة باستعمال تكنولوجيا أكثر حداثة.

¹ مرزق سعد، يونس مصطفي، دور إبداع رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية مستدامة، ملتقى دولي حول رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في الاقتصاديات الحديثة، يومي 13 و14 ديسمبر، جامعة الشلف، 2011، ص 7 .

²فايزة بريش، دور الكفاءات المحورية في تدعيم الميزة التنافسية، مذكرة ماجستير، تخصص تسويق، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة سعد دحلب، البلدة، 2005، ص 22.

- **الموضوع:** قد تحوز المؤسسة على خاصية التفرد إذا أحسنت اختيار الموضوع الملائم لأنشطتها.
 - **التعلم:** قد تنجم خاصية التفرد لنشاط معين، عندما يمارس التعلم بصفة جيدة، فالجودة مثلا في العملية الإنتاجية يمكن تعلمها ومن ثم حيازتها بشكل مستمر ونفس الشيء بالنسبة للتكاليف، ومن ثم فإن التعلم المكتسب بشكل شامل كفيل بأن يؤدي إلى تميز متواصل ومستمر.
 - **الإلحاق:** يمكن أن تنجم خاصية التفرد لنشاط منتج للقيمة بمجرد أن يكون هذا النشاط مشتركا بين عدة وحدات تابعة لنفس المؤسسة.
 - **التكامل:** تسمح درجة التكامل بالحصول على خاصية التفرد، حيث يتم ذلك بواسطة الأنشطة المولدة للقيمة تمارس من قبل الموردين أو قنوات التوزيع فهي بذلك تتيح الفرصة لمراقبة نتائج الأنشطة التي قد تمثل مصدر للتفرد أو التميز.
 - **الحجم:** قد يؤدي الحجم الكبير إلى التأثير سلبا على التميز، كأن يضعف مرونة المؤسسة عند الحاجة إلى الاستجابة لحاجات العملاء المتنوعة، وفي المقابل يمكن أن يؤدي الحجم الكبير إلى ممارسة النشاط بطريقة فريدة (تراكم الخبرات).
- إن عوامل الميزة تختلف باختلاف النشاط والقطاع حيث يبين تضافرها الطريقة التي تمكن من تحقيق خاصية التفرد، بالتالي فالمؤسسة مطالبة بمعاينة المجالات التي يمكن التفرد فيها حتى تتمكن من التعرف على العوامل المهيمنة.

الفرع الثاني: مصادر الميزة التنافسية

تعتمد المنظمة في بناء وتحقيق الميزة التنافسية على تحليل وفحص العديد من المتغيرات الداخلية والخارجية، فلا يمكن لأية مؤسسة أن تتمتع بميزة تنافسية إلا إذا توافرت لديها مجموعة من الموارد والمصادر التي تنشأ من خلالها هذه الأهمية. وتمثل هذه المصادر فيما يلي :

1- التكنولوجيا:

تعتبر التكنولوجيا عامل قوي من عوامل تغيير القدرات التنافسية للمؤسسة، لأنها تشمل كل التطبيقات العملية للنظريات العلمية والخبرات المكتسبة لتطوير عمليات الإنتاج، وهذا ما جعل منها مصدرا متجددا للميزة التنافسية.¹

2- الموارد البشرية :

مصطلح يستخدم لوصف الأفراد اللذان يشكلون القوى العاملة للمنظمة، كما يمكن للمنظمات خلق قيمة مضافة يصعب على المنافسين تقليدها من خلال تطوير هذه الموارد والتي تمثل ميزة تنافسية، ويمكن استخدام المصادر التقليدية

¹ مولاي مصطفى سارة، دور رأس المال الفكري في تعزيز الميزة التنافسية المستدامة وخلق القيمة في المؤسسة الاقتصادية، المجلة الجزائرية للاقتصاد والمالية، العدد 05، الجزائر، أفريل 2016 .

للميزة التنافسية مثل الموارد المالية والطبيعية والتكنولوجية لخلق قيمة مضافة، حيث أن هذه المصادر يمكن الوصول إليها بشكل متزايد وسهولة التقليد وهي أقل أهمية للميزة التنافسية مقارنة مع نظام العمل وسياسات الموارد البشرية.¹

3 - الهيكل التنظيمي :

إن هيكل المنظمة تعتمد على العديد من الطرق المختلفة وعلى أهدافها، حيث تمثل الضغوط التنافسية المتزايدة في بيئة الأعمال، يجعلها تركز على الكفاءات الأساسية بحيث يدعم ميزتها التنافسية ويعكس عملية الضغوط في تغيير الهياكل التنظيمية، وتعتبر الهياكل التنظيمية الفعالة هي التي تربط علاقات العمل المختلفة لتنظيم وتحسين كفاءة الوحدات التنظيمية ونتيجة لتغيير الظروف أثناء أداء العمل تسمح بعض المنظمات بتطبيق بعض المهارات الفردية حتى تكون ذات مرونة عالية لتطبيق الإبداع وتوسيع الأعمال التجارية.²

بالإضافة إلى وجود مصادر أخرى للميزة التنافسية تتمثل في :

- **الكفاءة** : وتنسب الكفاءة إلى المعرفة والقدرات التي تتمتع بها منظمة الأعمال، والتي تساعدها على القيام بأنشطتها بطريقة أكثر كفاءة من المنافسين.³

- **الجودة** : نتيجة التغيرات السريعة والتطورات المتعاقبة، زاد اهتمام المؤسسات لتلبية رغبات المستهلكين والحرص على رضاهم إذا لم يعد السعر العامل المحرك لسلوك المستهلك، بل أصبحت الجودة هي الاهتمام الأول له والقيمة التي يسعى للحصول عليها، هذا ما أوجب على المؤسسات التي ترغب في البقاء أن تضع منتجات ذات جودة عالية.⁴

- **المعرفة** : تعد الأصول الفكرية ركيزة أساسية لاستمرار نشاط المؤسسة في البيئة التنافسية المرتكزة على المعلومات والمعرفة، فلقد زاد اهتمام تلك المؤسسات المعتمدة على الأصول الفكرية القابلة للقياس كالمعرفة باعتبارها شرطا أساسيا ضمن سياستها الاستثمارية، كما أصبح قياس القيمة الحقيقية للمعرفة أمرا ضروريا للمؤسسات ذات المعاملات الخاصة، وبراءات الاختراع والعلامات التجارية المتميزة.⁵

¹ عز الدين علي السويسي، نعمة عباس الخفاجي، الميزة التنافسية وفق منظور استراتيجيات التغيير التنظيمي، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص73.

² محمد سلامه يوسف المصاروه، إستراتيجية التصنيع حسب الطلب وأثرها في تحقيق الميزة التنافسية، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية للجامعة، العدد 49، 2016، ص 230.

³ فرحاني لويظة، دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية في ظل اقتصاد المعرفة، رسالة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2016، ص161.

⁴ مجاني بديس، طبول ريمة، تأثير الموارد البشرية و الميزة التنافسية في البنوك الجزائرية، ألفا للوثائق للنشر، ط1، الجزائر، 2017، ص 96.

⁵ حيمر مريم، دور إستراتيجيتي الإعلان والتنوع في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة، ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2013، ص78.

المطلب الثالث: أبعاد الميزة التنافسية ومعايير الحكم على جودتها

توجد مجموعة من الأبعاد والعوامل تدخل في قياس الميزة التنافسية، وهي تمثل أسس البناء العامة للمزايا التنافسية، ومن خلالها يمكن لأية مؤسسة الاعتماد عليها بغض النظر عن مجالها .

الفرع الأول: أبعاد الميزة التنافسية:

ومن أهم هذه الأبعاد :

1- الجودة :

تمثل الجودة في المواصفات والأداء الجيد للمنتج أو الخدمة التي تقدمها المنظمة للحصول على نوعية عالية لعمليات التصميم، والإدارة والإنتاج¹. فالجودة عبارة عن بعد للمنتج أو الخدمة والذي يحدد من قبل الزبائن الخارجيين والداخليين وبذلك فالجودة هي أشياء مختلفة لأفراد مختلفين التي تعتمد على من ينظر للشيء بأنه ذو جودة إما من خلال استعماله أو من خلال المواصفات المحددة له.²

2- التكلفة :

إن التكلفة الأقل هي الهدف الرئيسي للوحدات التي تتنافس من خلال التكلفة وحتى الوحدات التي تتنافس من خلال المزايا التنافسية الأخرى غير التكلفة، فإنها تسعى لتحقيق تكاليف منخفضة للمنتجات التي تقوم بإنتاجها وأن أسبقية التكلفة الأقل للمنتجات يسهم في زيادة الطلب عليها، فضلا عن انخفاض هامش الربح إذا لم تنتج الوحدة منتجاتها بتكاليف منخفضة.³

3- الوقت : (وقت التسليم)

إن التسليم في الوقت المحدد من الأسبقيات التنافسية والتي تقيس قدرة المنظمة على الوفاء بالتزاماتها تجاه الزبائن من خلال التسليم في الوقت المحدد .أو هو المجال الذي يكون التنافس فيه من خلال اختصار أو اختزال وقت إنتاج المنتج وتقديمه وتسليمه في الوقت قياسي دون تأخير، ويرتبط هذا البعد بسرعة التسليم لطالما أن السوق يعد محددًا مهما في قرارات

¹ حفيان عبد الوهاب، دور إدارة الموارد البشرية في تحقيق الميزة التنافسية في المنظمات ، دار الأيام للنشر والتوزيع ، عمان ، 2014 ، ص 49 .

² إلهام محمد عليوي ، تحقيق الميزة التنافسية في إطار عمليات إدارة المعرفة ، دراسة استطلاعية على عدد من المصارف العراقية الخاصة ، مجلة الدنانير، العدد التاسع ، كلية دجلة ، 2016 ، ص 404 .

³ هدى جبار كاظم ، صباح عبد الوهاب ، تأثير التكاليف البيئية وتكاليف الجودة في تحقيق بعض أبعاد الميزة التنافسية ، مجلة التقني ، المجلد 26 ، العدد الرابع ، 2013 ، ص 62 .

الشراء، فقدرة المنظمة في عمليات الشحن أو التسليم بشكل متناسق وسريع يسمح للمنظمة بفرض زيادات سريعة على منتجاتها.¹

4 - المرونة:

تمثل المرونة القدرة التي تستطيع من خلالها المنظمة وفقا للمنظور الاستراتيجي أن تعرض لتكيف بسرعة مع تقلبات السوق من خلال تشكيلة واسعة من المنتجات بمختلف الأنواع للزبائن، أو هي تغيير خطوط المنتجات بسرعة في وجه الطلبات المتغيرة للزبون وتكون بإمكانها أن تستثمر تكنولوجيا جديدة وتكسب الفوائد التنافسية في السوق والعنصر المهم في المرونة هو الوقت الذي تحتاجه المنظمة إلى تطوير منتج واحد.²

5 - الإبداع :

هو تحقيق تطور وعمل خلاق بما يحقق الإبداع في الإنتاج والتكنولوجيا مستعملة أو إيجاد طرائق جديدة لإنتاج أو توزيع المنتج بشكل يختلف عما هو قائم حاليا، كما تتحقق ميزة الابتكار والإبداع أيضا من خلال استكشاف الفرص الجديدة في البيئة الخارجية ومراقبة أعمال المنافسين وهو ما يطلق عليه اليقظة التنافسية.³

الفرع الثاني: معايير الحكم على جودة الميزة التنافسية

للحكم على الميزة التنافسية هناك ثلاث معايير نوجزها فيما يلي:⁴

أولاً: مصدر الميزة التنافسية:

من خلال هذا المعيار يمكن ترتيب الميزة التنافسية وفق درجتين:

- **مزايا تنافسية من مرتبة منخفضة:** مثل التكلفة الأقل لكل من قوة العمل والمواد الخام، حيث يسهل نسبيا تقليدها ومحاكاتها من قبل المؤسسات المنافسة.

- **مزايا تنافسية من درجة مرتفعة:** مثل تكنولوجيا عالية، تميز المنتج (التميز والتفرد من خلال تقديم منتج أو خدمة نوعية معينة)، السمعة الطيبة بشأن العلامة استنادا إلى مجهودات تسويقية متراكمة أو علاقات وطيدة مع العملاء. وتتصف هذه المزايا بعدد من الخصائص أهمها:

*يتطلب تحقيقها توافر مهارات وقدرات من مستوى مرتفع مثل الأفراد المدربين تدريباً خاصاً، القدرات الفنية الداخلية والعلاقات الوثيقة والوطيدة مع العملاء .

¹ جمال هداش محمد، العمل المصرفي الإلكتروني ودوره في تعزيز الميزة التنافسية للمصارف، مجلة جامعة كركوك للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد 7، العدد الأول، 2017، ص 186.

² المرجع نفسه، ص 187.

³ حفيان عبد الوهاب، دور إدارة الموارد البشرية في تحقيق الميزة التنافسية في المنظمات، مرجع سابق، ص 50.

⁴ نبيل مرسي خليل، الميزة التنافسية في مجال الأعمال، مركز الإسكندرية للكتاب، 1998، ص 100 .

*تعتمد على تاريخ طويل من الاستثمار المستمر والتراكمي في التسهيلات المادية، التعلم المتخصص، البحوث والتطوير والتسويق.

ويترتب على أداء هذه الأنشطة خلق مجموعة من الأصول الملموسة وغير الملموسة في شكل سمعة طيبة، علاقات وثيقة مع العملاء وحصيلة من المعرفة المتخصصة.

ثانياً: عدد مصادر الميزة التي تمتلكها المؤسسة:

إن اعتماد المؤسسة مصدر وحيد لتحقيق ميزة تنافسية مثل تصميم منتج بأقل تكلفة أو القدرة على شراء مواد خام بأسعار منخفضة، تمكن المنافسين من التقليل من آثار هذه الميزة أو إلغائها، وبالتالي فغنه يتعين على المؤسسة الاعتماد على مصادر متنوعة وعديدة لتحقيق التفرد ويصعب على المنافسين تقليد هذه الميزة كما يضمن استمراريتها أكثر في تميز.

ثالثاً: درجة التحسين والتطوير والتجديد المستمر في الميزة:

تقوم المؤسسات بخلق مزايا جديدة وبشكل أسرع لتفادي قيام المؤسسات المنافسة بتقليد أو محاكاة ميزتها التنافسية الحالية، لذا تتجه لخلق مزايا تنافسية من المرتبة المرتفعة، كما يجب على المؤسسة أن تقوم بتقييم مستمر لأداء ميزتها التنافسية، ومدى استعدادها بالاعتماد على معايير السائدة في القطاع كما يمكنها إثراء هذه المعايير بهدف التقييم الصائب لها ومعرفة مدى نجاعتها، وبالتالي اتخاذ القرار في الاحتفاظ بها أو التحلي عنها في حالة أنها لا تحقق هدي التفوق على المنافسين.¹

المطلب الرابع: محددات الميزة التنافسية واستراتيجياتها والعوامل المؤثرة على إنشائها.

إن حصول المؤسسة على الميزة التنافسية ليس بالأمر السهل نظراً لوجود مجموعة من العوامل المحددة في تحقيقها، ومن خلال الاستراتيجيات المتبعة كما أن هناك مجموعة من العوامل الداخلية والخارجية التي تؤثر فيها، وهذا ما سنتطرق إليه في العناصر التالية :

الفرع الأول: محددات الميزة التنافسية

تحدد الميزة التنافسية من خلال متغيرين أساسيين، حيث من خلالهما تتحدد مدى قوة إمكانية الميزة التنافسية على مواجهة المنافسين أو الصمود أمامهم والبقاء. ويتمثل هذين المتغيرين في:²

✓ حجم الميزة التنافسية

✓ نطاق التنافس (السوق المستهدف)

¹ المرجح نفسه، ص 101.

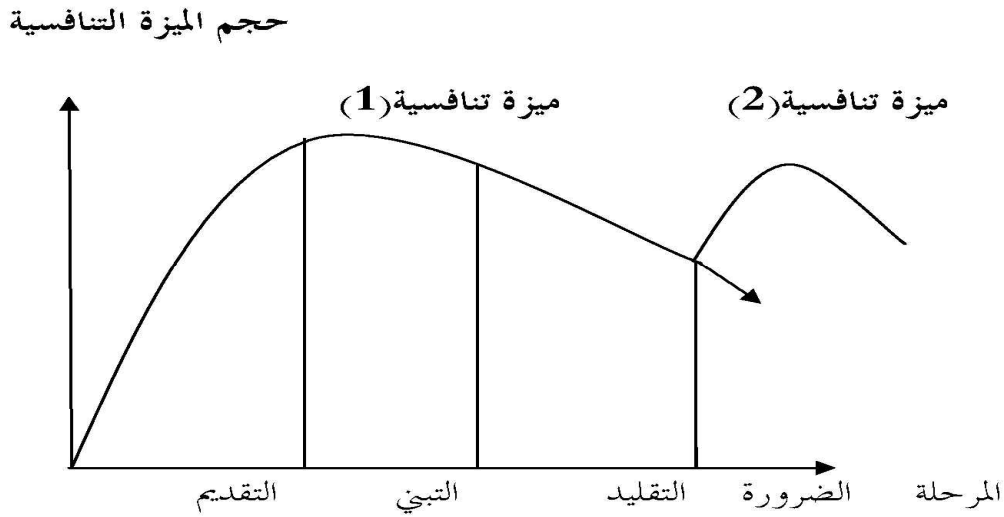
² ميسر إبراهيم أحمد، معن وعد الله المعاضدي، أثر عمليات إدارة رأس المال المعرفي في تحقيق ميزة تنافسية لمنظمات الأعمال، المؤتمر العلمي الدولي السنوي السادس، الجودة الشاملة في ظل إدارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات، الأردن، 27.26 أبريل، 2006، ص 98.

أولاً: حجم الميزة التنافسية :

يتحقق للميزة التنافسية سمة الاستمرارية، إذا تمكنت المؤسسة من المحافظة على ميزة التكلفة الأقل أو تمييز المنتج لمواجهة المؤسسات المنافسة، وبشكل عام كلما كانت الميزة تطلب جهوداً أكبر من طرف المؤسسات المنافسة للتغلب على المؤسسة صاحبة الميزة أو تحديد مصدرها، وهذا يتطلب فترة من الزمن حيث تكون الميزة في بداية ظهورها في ارتفاع مستمر بعدها تتمكن المؤسسات المنافسة من تبنيها هذا ما يؤدي بها إلى الانخفاض ثم إلى التلاشي تدريجياً خاصة بعد ظهور ميزة جديدة، مثلما هو الحال بالنسبة إلى دورة حياة المنتجات الجديدة، فإن للميزة التنافسية لها دورة حياة.

كما هو موضح في الشكل التالي:

الشكل رقم (1-2): دورة حياة الميزة التنافسية



المصدر: مجاني باديس، طول ريمة، مرجع سابق، ص 101

من خلال الشكل نشير إلى أنه لا يمكن أن تحصل المؤسسة على ميزة تنافسية إلى الأبد لذلك فهي مطالبة بتتبع دورة حياة الميزة لمعرفة الوقت المناسب لإجراء التحسين والتطوير أو إنشاء ميزة جديدة .

وتتمثل مراحل دورة حياة الميزة التنافسية في :¹

أ) **مرحلة التقدم:** وهي تعد أطول المراحل بالنسبة للمؤسسة المنشئة للميزة التنافسية لكونها تحتاج للكثير من التفكير والاستعداد البشري المادي والمالي وتعرف الميزة التنافسية مع مرور الزمن انتشار أكثر حيث يعزي ذلك إلى القبول الذي تحظى به من قبل عدد متزايد من الزبائن .

ب) **مرحلة التبني:** تعرف الميزة في هذه المرحلة استقراراً نسبياً من حيث الانتشار باعتبار أن المنافسين بدؤوا يركزون عليها وتكون الوفورات هنا أقصى ما يمكن .

¹ مجاني باديس، طول ريمة، تأثير الموارد البشرية والميزة التنافسية في البنوك الجزائرية، مرجع سابق، ص 101-102 .

ج) **مرحلة التقليد:** يتراجع حجم الميزة وتتجه شيئاً فشيئاً إلى الركود، لكون المنافسين قاموا بتقليد ميزة المؤسسة وبالتالي تراجع أسبقيتها عليهم، ومن ثم انخفاض في الوفرات .

د) **مرحلة الضرورة:** تأتي هنا ضرورة تحسين الميزة الحالية وتطورها بشكل سريع أو إنشاء ميزة جديدة على أسس تختلف تماماً عن أسس الميزة الحالية، وإذا لم تتمكن المؤسسة من التحسين أو الحصول على ميزة جديدة فإنها تفقد أسبقيتها تماماً وعندها يكون من الصعوبة العودة إلى التنافس من جديد .

ثانياً: نطاق التنافس (السوق المستهدف) :

يعبر النطاق عن مدى اتساع أنشطة وعمليات المؤسسة بغرض تحقيق مزايا تنافسية، فنطاق النشاط على مدى واسع يمكن أن يحقق وفرات في تكلفة المؤسسات، ومن أمثلة ذلك الاستفادة من تقديم تسهيلات إنتاج مشترك، خبرة فنية واحدة، استخدام نفس منافذ التوزيع لخدمة قطاعات سوقية مختلفة أو مناطق مختلفة أو صناعات مترابطة.¹ ويتشكل نطاق التنافس من أربعة أبعاد هي:²

- القطاع السوقي :

ويعكس مدى تنوع مخرجات المؤسسة وكذا تنوع الزبائن الذين يتم خدمتهم، وهنا يتم الاختيار بين التركيز على قطاع معين من السوق أو خدمة كل سوق .

- درجة التكامل الأمامي :

يشير إلى درجة أداء المؤسسة لأنشطتها سواء كانت داخلية أو خارجية فالتكامل الأمامي المرتفع مقارنة بالمنافسين قد يحقق مزايا التكلفة الأقل أو التمييز .

- البعد الجغرافي :

يمثل عدد المناطق الجغرافية أو الدول التي تتنافس فيها المؤسسة، ويسمح هذا البعد من تحقيق مزايا تنافسية من خلال تقديم نوعية واحدة من الأنشطة والوظائف عبر عدة مناطق جغرافية مختلفة، وتبرز أهمية هذه الميزة بالنسبة للمؤسسات التي تعمل على نطاق عالمي، حيث تقدم منتجاتها أو خدماتها في كل أنحاء العالم .

- قطاع النشاط :

يعبر عن مدى الترابط بين الصناعات التي تعمل في خلالها المؤسسة، فوجود روابط بين الأنشطة المختلفة عبر عدة صناعات، من شأنه خلق فرص لتحقيق مزايا تنافسية عديدة. فقد يمكن استخدام نفس التسهيلات أو التكنولوجيا أو

¹ فرحات سميرة، دور التقدم التقني في تحقيق الميزة التنافسية في المؤسسة الصناعية، دراسة حالة قطاع الأدوية مؤسسة صيدال، ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2012، ص 100 .

² مجاني باديس، طبول ريمة، مرجع سابق، ص 102 .

الأفراد والخبرات عبر الصناعات المختلفة التي تنتمي إليها المؤسسة، وفي هذا الإطار تعمل المؤسسة على البحث عن الميزة التنافسية التي تلائم قدراتها وميدان نشاطها أي بالنظر إلى تحليل إمكانياتها الداخلية وتحليل المحيط .

الفرع الثاني: استراتيجيات الميزة التنافسية

إن نجاح المؤسسات أو فشلها يعتمد على مركزها التنافسي الذي يتأتى من خلال الاستراتيجية التنافسية، والتي حددها PORTER في ثلاث استراتيجيات قاعدية وهي:¹

1) إستراتيجية قيادة التكلفة :

تبنى المؤسسة هذه الاستراتيجية على تكاليف المدخلات مقارنة بمنافسيها، بحيث تحقق تغيير جوهري في التكاليف الكلية لأية صناعة بالاعتماد على بعض الإجراءات الهادفة، حيث تتطلب إستراتيجية قيادة الكلفة بأن تنتج المنظمات منتجات منخفضة التكاليف بمستوى عال، وتسعى إلى خفض التكاليف وأن تهتم بمراقبة تطور التكاليف والاستخدام الأمثل للموارد المتاحة والاستفادة من تراكم الخبرات في تطوير الموارد البشرية حتى يتسنى لها تحقيق أرباح أكبر من منافسيها مقارنة بمتوسط أسعار الصناعة، وأن تبيع بأسعار أقل من متوسط أسعار الصناعة لتكتسب حصة سوقية، وكلما أصبحت الصناعة أكثر نضجا والأسعار في انخفاض كلما حققت ربحا عاليا.

2) إستراتيجية التميز :

إستراتيجية البحث عن التميز أو الانفراد بخصائص استثنائية يصعب تقليدها في ميدان الصناعة وتكون ذات قيمة كبيرة للزبون كالأسعار التشجيعية وخدمات ما بعد البيع، حيث أن أفضل المنتجات والخدمات هي التي تحمل صفات فريدة من نوعها وتتمتع بقيمة كبيرة بالنسبة للعملاء، وأنها أفضل من منتجات المنافسين أو مختلفة عنهم، بمعنى أكثر أن تضع أسعار استثنائية للمنتج لا يمكن الحصول عليها في منتجات بديلة نظرا لما تتمتع به من صفات فريدة.

3) إستراتيجية التركيز :

وتشير هذه الاستراتيجية إلى أن المنظمة تركز في إستراتيجيتها على وضع معين قد يكون شريحة من العملاء في ظل سوق معين أو خط من خطوط الإنتاج، منتج أو مزيج من المنتجات، نمط من التكنولوجيا، وتنشأ هذه الاستراتيجية معتمدة على قدرة المنظمة في خدمة قطاع معين بطريقة أكفأ وأكثر فاعلية من المنافسين، فتقوم بتلبية احتياجات هذا القطاع بطريقة أفضل أو تكاليف منخفضة أو الهدفين معا.²

¹ عز الدين علي سويسي، نعمة عباس الخفاجي، الميزة التنافسية وفق منظور استراتيجيات التغيير التنظيمي، مرجع سابق، ص 75، 76 .

² إياد شماسنة، الإدارة الدقيقة والقدرة التنافسية للموارد البشرية، دار فضاءات للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2015، ص 74 .

الفرع الثالث: العوامل المؤثرة على إنشاء الميزة التنافسية

تنشأ الميزة التنافسية نتيجة عوامل داخلية وأخرى خارجية نذكر منها: ¹

1. العوامل الخارجية: وتتمثل في تغيير احتياجات العميل أو التغيرات التكنولوجية أو الاقتصادية أو القانونية والتي

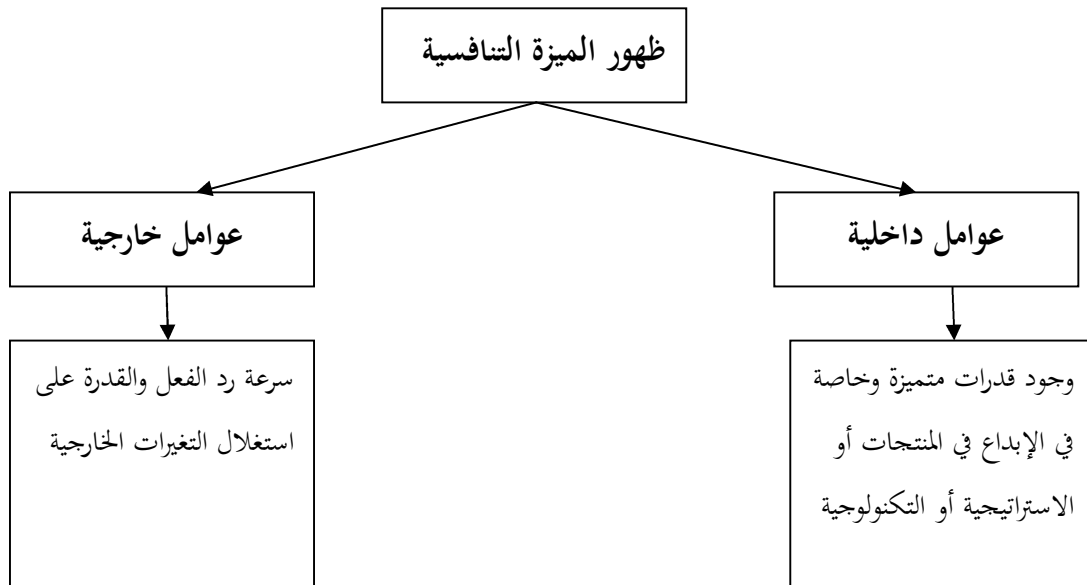
قد تخلق ميزة تنافسية لبعض المؤسسات نتيجة لسرعة رد فعلهم على هذه التغيرات، فعلى سبيل المثال يمكن أن المؤسسة التي استوردت التكنولوجيا الحديثة والمطلوبة في السوق أسرع من غيرها في خلق الميزة التنافسية عن طريق سرعة رد فعلها على تغيير التكنولوجيا واحتياجات السوق، من هنا تظهر أهمية قدرة المؤسسة على سرعة الاستجابة للمتغيرات الخارجية، ويعتمد هذا على مرونة المؤسسة وقدرتها على متابعة المتغيرات عن طريق تحليل المعلومات وتوقع التغيرات ووجود نظام معلومات .

2. العوامل الداخلية: هي قدرة المؤسسة على امتلاك موارد وبناء أو شراء قدرات لا تكون متوفرة لدى المنافسين

الآخرين، من بينها الإبداع والابتكار اللذان لها دور كبير في خلق الميزة التنافسية، ولا ينحصر الإبداع فقط في تطوير منتج أو خدمة ولكنه يشمل الإبداع في الاستراتيجية والإبداع في أسلوب العمل أو التكنولوجيا المستخدمة أو الإبداع في خلق فائدة جديدة للعميل.

ويمكن أن نلخص هذه العوامل من خلال الشكل الموالي:

الشكل رقم (2 - 2): يوضح العوامل المؤثرة على إنشاء الميزة التنافسية



المصدر: رضا إبراهيم صالح، المرجع نفسه، ص 23

¹ رضا إبراهيم صالح، رأس المال الفكري ودوره في تحقيق الميزة التنافسية للمنظمات، بحث مقدم إلى المؤتمر الدولي للتنمية الإدارية: نحو أداء متميز في القطاع الحكومي، معهد الإدارة، المملكة العربية السعودية، 1 - 4 نوفمبر 2009، ص 22.

المبحث الثاني : رأس المال الفكري

يعتبر رأس المال الفكري أحد أهم المصطلحات الحديثة في إدارة الموارد البشرية، نظرا لأهميته كمورد استراتيجي وأحد أهم الأصول الغير مادية المساهمة في امتلاك ميزة تنافسية لمنظمات اليوم وسنحاول من خلال هذه المطالب توضيح مجموعة من التطورات التاريخية التي أدت لولادة هذا المصطلح ثم تحديد أهم الجوانب المتعلقة به .

المطلب الأول : ماهية رأس المال الفكري

الفرع الأول: نشأة رأس المال الفكري وتطوره

يمكن تحديد ثلاث مراحل مهدت لظهور رأس المال الفكري وساهمت في تطوره وبناء نماذج استخداماته، وهي على النحو التالي :

أولاً: التوجه نحو الاهتمام بالقدرات البشرية :¹

لقد كانت بدايات الاهتمام بالقابليات البشرية في القرن السابع عشر على يد الاقتصاديين ،فقد أكد الاقتصادي Petty William على فكرة اختلاف نوعية العمالة، وطرح موضوع قيمة العاملين في حساب الثروة بطريقة إحصائية، وشكل هذا الجهد مبادئ ما عرف لاحقا بـ: رأس المال البشري، واستمرت جهود الاقتصاديين بهذا الاتجاه، حيث في عام 1779 أشار Adam Smith في كتابه " ثروة الأمم " إلى تأثير مهارات العاملين في العملية الإنتاجية وجودة المخرجات ،وطالب بأن تحدد الأجور على وفق ما يبذله العاملون من وقت وجهد وكلفة لكسب المهارات المطلوبة في أدائهم لمهامهم .وأكد Alfred Marshall في عام 1890 على الاستثمار في البشر وذلك لأن رأس المال البشري يتميز بسمة لا تتوفر في غيره من رؤوس الأموال ،هي منحنى إنتاجيته بنفس اتجاه منحنى خبراته ومهاراته ،وأن عمره المعنوي يتحدد مع تغيرات العصر، ولن يندثر إلا بتوقف عمره الزمني ،ومعنى ذلك أنه لا يخضع لقانون المنفعة المتناقصة . وجاء عام 1906 ليشهد ظهور الأساس الفعلي لنظرية رأس المال البشري المعاصرة على يد الاقتصادي Irving Fisher عندما أدخل رأس المال البشري في مفهوم رأس المال العام ،وعند نهاية الخمسينيات توسع Jacob Theodore Schultz و Mincer بنظرية رأس المال البشري من خلال اعتباره فئة من رأس المال مستقلة عن رأس المال التقليدي ،وآخذين بنظرهما خصائصه الاقتصادية والإنتاجية وأدوات قياسه ،وذلك ما وفر تفسيراً لظواهر الاقتصاد الكلي والجزئي .

وشهدت مرحلة الستينات إلى نهاية السبعينات تطورا سريعا في نظرية رأس المال البشري أدت بشكل واضح إلى فهم السلوك الإنساني على المستويين الفردي والجماعي، فقد ميز Gary Becker بين رأس المال البشري العام الذي يزيد

¹ عمر أحمد همشري، إدارة المعرفة الطريق إلى التميز والريادة ، دار صفاء للنشر والتوزيع ، ط1، عمان ، 2013، ص 242 .

إنتاجية المالك، ورأس المال الخاص الذي يزيد إنتاجية المالك في نشاط محدد. وأما M.Blang فنصف رأس المال البشري في عام 1976 إلى ست فئات هي التعليم الرسمي، التدريب في أثناء العمل، البحث عن الوظيفة، استرجاع المعلومات، الهجرة، التحسن بالصحة.¹

ثانياً: تلميحات المفهوم وتوجيهات الاهتمام بالقابلية الذهنية

في بواكر ثمانينيات القرن العشرين، أصبح المديرون والأكاديميون والمستشارون في جميع أنحاء العالم واعين ولو بشيء من البطء إلى أن الموجودات غير الملموسة (لاسيما رأس المال الفكري) التي تمتلكها المنظمات كانت في الغالب المحدد الرئيس لأرباحها، ففي عام 1980 من خلال دراسة على أداء منظمات الأعمال اليابانية لوحظ وجود تباين في أدائها، وتم عزاء هذا الاختلاف إلى نسبة الموجودات غير الملموسة التي تمتلكها كل منظمة من هذه المنظمات ومكنت هذه الدراسة الرائدة من الخروج باستنتاج مفاده: أن الموجودات غير ملموسة هي الأساس في تحقيق عوائد المنظمات، لأنها قابلة للاستخدام المتعدد والمتزامن، وتعود بفوائد متعددة ومتزامنة.²

وفي عام 1986 كذلك قام David Teece من جامعة كاليفورنيا بكتابة مقالة بعنوان "الإفادة من الإبداع التكنولوجي" إذ حدد فيها الخطوات الضرورية لاستخراج القيمة من الإبداع وتحليلها وتفسيرها بالاستناد إلى نتائج وخبرات منظمات فنية في هذا المجال (أي الإبداع) وكان من أهم الخطوات ضرورة تعلم المديرين أولاً، ومن ثم تعليم أفرادها تبعاً لآليات استخلاص العوائد من الإبداع و في عام 1989 انشأ Patrick Sullivan وهو مستشار مستقل متخصص في استخراج الأرباح و الفوائد من التكنولوجيا، ولأول مرة نشاطاً استشارياً قابل للتطبيق يتركز على نصح الزبائن في كيفية استخراج القيمة من الإبداع من وجهة نظر تجارية وشهدت البدايات المبكرة لتسعينات القرن العشرين تنويعاً لجهود هذه المرحلة تمثل بثلاث حوادث أولها عام 1990 عندما أطلق Ralph Stayer ولأول مرة مصطلح رأس المال الفكري، وثانياً عندما نشر T.Stewart عام 1991 مقالة بعنوان القوة الذهنية، وثالثها عام 1991 أيضاً وهو تعيين أول مدير في العالم لرأس المال الفكري من قبل شركة skandia السويدية لخدمات التأمين والمالية وهو السيد Leif Edvinsson.³

¹ سعد علي العنزي، أحمد علي صالح، إدارة رأس المال الفكري في منظمات الأعمال، اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص 158.

² سملاي مجضيه، التسيير الاستراتيجي لرأس المال الفكري والميزة التنافسية المستدامة للمؤسسة الاقتصادية، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد السادس، 2004، ص 5.

³ رياض بن صوشة، نادية خريف، أهمية إدارة رأس المال الفكري بالمؤسسة الوطنية للجيوفيزياء، مداخلة مقدمة إلى الملتقى الدولي الخامس حول رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في الاقتصاديات الحديثة، يومي 13 و14 ديسمبر، جامعة الشلف، 2011، ص 5.

ثالثا: تكيف الجهود البحثية وولادة النظرية:¹

في منتصف التسعينات من القرن العشرين بدأت الجهود البحثية تتكشف حول موضوع رأس المال الفكري في محاولة إيجاد فهم مشترك فيما بين الباحثين والمنظمات، والاتفاق على مبادئ وممارسات هذا الموضوع، ففي عام 1993 اهتمت Dow Chemical في تطوير الأرباح والمنافع الجديدة من رأس المال الفكري، وبدأت في محاولة تحديد الأفكار والإبداعات التي أهملت سابقا واختيار وتطوير الأفكار التي تحقق الفوائد الأعلى، وعينت Gordon Pertrast كمدير للموجودات الفكرية. وفي عام 1995 عند اجتماع ضم ممثلي ثماني منظمات، أطلق على هذا الاجتماع رأس المال الفكري، وتضمن جدول أعمال الاجتماع عددا من المسائل أهمها الاتفاق على تعريف لمصطلح رأس المال الفكري وتحديد عناصره الأساسية وطرائق استخراج القيمة منه، وشهد عام 1999 انعقاد الندوة الدولية لرأس المال الفكري في أمستردام، وتركزت جهودها حول مناقشة أهداف رأس المال البشري واتجاهاته وطرائق قياسه ومستوياته وأبعاده، وخرجت الندوة بعدد من المقترحات كان من أهمها وصف طرائق قياس رأس المال الفكري، ومزايا كل طريقة وعيوبها وآلية استعمالها. وفي عام 2001 عقد في كندا المؤتمر الدولي الرابع لإدارة رأس المال الفكري، وفي عام 2000 وعام 2003 عقد في نيويورك مؤتمرين حول رأس المال الفكري وإدارته.

الفرع الثاني: مفهوم رأس المال الفكري

تختلف مفاهيم رأس المال الفكري باختلاف الكتاب والمنظور إلا أنهم يتفقون جميعا في كونه أهم الأصول الغير ملموسة التي تمتلكها أي منظمة مهما كانت طبيعة نشاطها ومن أهم هذه المفاهيم :

يمكن تعريف رأس المال الفكري على أنه "المعرفة التي يمكن تحويلها إلى قيمة". ومن وجهة نظر أخرى فإن رأس المال الفكري يعرف بأنه "الأصول غير الملموسة التي تقوم بعملية التطوير الخلاق والإستراتيجي المعتمد على الابتكار والتجديد الذي يمثل المقود الرئيسي للاستمرار في بيئة العمل المتغيرة".²

ويمكن النظر إليه على أنه "مجموعة تشتمل على كل من الأصول المعرفية والمعتمدة على العقول البشرية المبدعة ومتطلبات نظم العمل والعلاقة مع العملاء والتي تؤدي إلى الإنتاج المستمر للأفكار والأساليب الجديدة التي تحقق قيمة مضافة للشركة وتدعم قدرتها التنافسية". ويمكن تعريفه أيضا على أنه "حزمة من المعرفة المفيدة تشتمل على كل من عمليات الشركة، والتكنولوجيا وكذا براءات الاختراع ومهارات الموظفين، وأيضا المعلومات من العملاء والموردين وأصحاب المصلحة". وأيضا يمكن تعريف رأس المال الفكري بأنه "قدرة متفردة تتميز بها الشركة على منافسيها، وذلك نتيجة لوجود

¹ المرجع نفسه، ص4.

² فاضل نبي عثمان ، مداخل قياس رأس المال الفكري محاسبيا ،مجلة بحوث المستقبلية مركز الدراسات المستقبلية ،كلية الحداية الجامعة ، العدد 27 ،

مهارات متميزة تساعد في زيادة القيمة المقدمة للمستثمرين وهي أحد أهم مصادر الميزة التنافسية". ويرى آخرون بأن رأس المال الفكري "إجمالي الأصول غير الملموسة في الشركة التي تنتج عن دمج القدرات البشرية والفنية والتنظيمية والتي تشكل في مجموعها ميزة تنافسية".¹

كما يعتبر kelley رأس المال الفكري بأنه "مجموعة العاملين الذين يمثلون النجوم اللامعة والعقول المدبرة الذين يصعب إيجاد بديل لهم".² في حين يرى Webster أنه يمثل "صفة القياديين التحويلين الذين تتمثل قدرتهم في تحويل التقنية من البحث إلى التصنيع، بنجاح عال يساهم في بقاء المنظمة في عالم المنافسة لمدة طويلة". أما Reid يعتبر رأس المال الفكري أنه يتمثل في "المادة الفكرية المتكونة من المعرفة، المعلومات، المهارات وكذا الخبرات ذات القيمة الاقتصادية والتي يمكن وضعها موضع التطبيق بهدف خلق الثروة". أما Yondt فيحاول إسقاط مفهوم رأس المال الفكري إلى كل من الإنتاجية ومستويات الأداء العالية حيث يقول أن رأس المال الفكري يعبر عن "قدرات متميزة يتمتع بها عدد محدود من الأفراد العاملين في المنظمة تمكنهم من تقديم إسهامات فكرية تمكن المنظمة من زيادة إنتاجيتها وتحقيق مستويات أداء عالية مقارنة بالمنظمات المماثلة".³

في حين يرى Stewart أنه "المادة الفكرية -المعرفة، المعلومات، الملكية الفكرية والخبرة التي توضع في الاستخدام من أجل خلق الثروة".⁴ وعرفه Skyrma بأنه "الأشياء غير الملموسة للأعمال التي تعزز النمو المستقبلي وتضم الموجودات مثل العلامة التجارية وعلاقات الزبائن والامتيازات وبالتأكيد المعرفة".⁵ ووصفه Wallman بأنه "مجموعة الموجودات الفكرية والمعرفية التي لها أثر في زيادة قيمة الموجودات الأخرى للمنظمة".⁶

من خلال التعاريف السابقة الذكر يمكن القول أن :

" رأس المال الفكري يتمثل في كل من الأصول المعرفية من معرفة ومهارة وتكنولوجيا المعتمدة على الموارد البشرية المبدعة ومتطلبات نظم المعلومات في إطار الهيكل التنظيمي والتكنولوجي، والعلاقة المتميزة مع العملاء والتي بدورها تحقق قيمة مضافة للمؤسسة وبالتالي خلق ميزة تنافسية".

¹ رشا الغول، المحاسبة عن رأس المال الفكري، مكتبة الوفاء القانونية للنشر، ط1، الإسكندرية، 2014، ص 19-21.

² أكرم سالم الجنابي، إدارة المعرفة في بناء الكفايات الجوهرية، الوراق للنشر والتوزيع، ط1، مصر، 2013، ص154.

³ مريم يوسف، أثر رأس المال الفكري على جودة التعليم العالي، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2016، ص 9.

⁴ محمد زبير، شوقي جدي، الاستثمار في رأس المال الفكري كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية، مداخلة مقدمة إلى الملتقى الدولي الخامس حول رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في ظل الاقتصاديات الحديثة، يومي 13 و14 ديسمبر، جامعة الشلف، 2011، ص6.

⁵ بشار دنون الشكرجي، مصعب صالح محمود، قياس رأس المال الفكري وأثره في ربحية المصارف، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، جامعة تكريت، المجلد06، العدد20، 2010، ص33.

⁶ غسان فيصل عبده، أثر رأس المال الفكري في إمكانية تطبيق إدارة الجودة الشاملة، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، جامعة تكريت، المجلد 05، العدد 15، 2009، ص 16.

المقارنة بين رأس المال الفكري ورأس المال المادي :

وعلى الرغم من أن رأس المال الفكري يعد من العناصر التي تسهم في نجاح المؤسسة إلى جانب رأس المال المادي إلا أن هناك فروق جوهرية بينهما، والجدول التالي يوضح ذلك :

جدول رقم (1-2) المقارنة بين رأس المال الفكري ورأس المال المادي

وجه المقارنة	رأس المال المادي	رأس المال الفكري
الميزة الأساسية	مادي ملموس	غير مادي ، غير ملموس
موقع التواجد	ضمن البيئة الداخلية للشركة	في عقول العاملين بالشركة
التمثيل النموذجي	الآلات، المعدات ، المباني	العاملين ذوي المعارف والخبرات
القيمة	متناقصة بالاندثار	متزايدة بالابتكار
نمط خلق الثروة	بالاستخدام المادي	بالتركيز والانتباه والخيال الواسع
المستخدمون له	العمل العضلي	العمل المعرفي
الواقع التشغيلي	يتوقف عند حدوث المشاكل	يتوقد عند حدوث المشاكل
العمر الإنتاجي	له عمر إنتاجي يتناقص	ليس له عمر مع تزايد في القدرات الإبداعية

المصدر : رشا الغول ، مرجع سابق ، ص، 29.

الفرع الثالث: خصائص وأهمية رأس المال الفكري

أولاً: خصائص رأس المال الفكري :

من الجدول أعلاه ومن التعاريف السابقة يمكن استخلاص أن رأس المال الفكري يتمثل من مجموعة من الأفراد الذين يتوافر لديهم قدرات معرفية وتنظيمية تميزهم عن غيرهم من الأفراد، ولتأصيل مفهوم رأس المال الفكري بشكل أكثر تحديدا نستعرض سمات وخصائص الأفراد الذين يمثلون رأس المال الفكري للمؤسسة على النحو التالي :¹

- ✓ يتميز الأفراد الذين يمثلون رأس المال الفكري بتوافر مهارات وخبرات عالية ومتنوعة .
- ✓ يفضل رأس المال الفكري ضمن الهياكل التنظيمية المرنة .
- ✓ يتسم رأس المال الفكري بالاستقلالية في الفكر والعمل .
- ✓ يتعامل رأس المال الفكري بشكل أكثر ايجابية في المناخ الإداري الذي يتسم باللامركزية في اتخاذ القرار .

¹ دحماني عزيز ، مساهمة الإنفاق على رأس المال الفكري في أداء المؤسسة الصناعية ، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية ، جامعة أبي بكر بلقايد ، تلمسان ، 2015، ص85 .

- ✓ لا يرغب رأس المال الفكري في العمل في التنظيمات التي يسودها المناخ الرسمي الكامل .
 - ✓ يميل رأس المال الفكري نحو المبادأة والسعي المستمر نحو تقديم الأفكار والمقترحات الابتكارية والتي قد تكون غير مألوقة في بعض الأحيان .
 - ✓ يفضل رأس المال الفكري التعامل مع القضايا التي تتسم بعدم التأكد ، لأنها تعتبر مجال خصب لإبراز القدرات المتميزة للعاملين .
 - ✓ يمثل رأس المال الفكري المعرفة التي يمكن تحويلها لأرباح .
 - ✓ يحاول رأس المال الفكري الانفتاح على الخبرة من خلال السعي المستمر نحو الاستفادة من خبرات الآخرين .
- وبالإضافة إلى تحديد خصائص الأفراد الذين يمثلون رأس المال الفكري ، فالأصول الفكرية في بيئة الاقتصاد المعرفي تتسم بما يلي:¹

- ✓ أنها أصول غير ملموسة .
 - ✓ صعوبة فصل الأصول الفكرية عن بعضها البعض .
 - ✓ صعوبة وضع الأصول الفكرية تحت سيطرة المؤسسات .
 - ✓ تمثل أحد عوامل الإنتاج التي تدعم المركز التنافسي للمؤسسات .
 - ✓ التكامل بين الأنظمة الفرعية المكونة للأصول الفكرية والمتمثلة في الأصول البشرية والهيكيلية والعلائقية.
- بالإضافة إلى أن هناك مجموعة من خصائص رأس المال الفكري تتمثل في:²

1- الخصائص التنظيمية : وترتبط ببيئة المنظمة التي تتضمن :

- ✓ تواجد رأس المال الفكري في جميع المستويات الاستراتيجية الإدارية .
- ✓ المرونة في نوعية الهياكل والتي تساعد على التجديد المستمر من خلال الأفراد .
- ✓ البعد عن المركزية الإدارية بشكل كبير .

2- الخصائص المهنية : وترتبط بممارسة العناصر البشرية داخل التنظيم وتتضمن:³

- ✓ امتلاك العديد من المهارات المهنية النادرة والخبرات المتراكمة بحيث يكون من الصعب استبدالهم .
- ✓ التمتع بدرجة تعلم تنظيمي عالية .

¹ هاني محمد السعيد ، رأس المال الفكري انطلاقة إدارية معاصرة ، دار السحاب للنشر والتوزيع ، القاهرة ، 2008 ، ص 25 .

² فرحاتي لويذة ، دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية في ظل اقتصاد المعرفة ، رسالة دكتوراه ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، جامعة محمد خيضر ، بسكرة ، 2016 ، ص 87 .

³ حريري بوشعور ، صليحة فلاق ، رأس المال الفكري ودوره في دعم الميزة التنافسية لمنظمات الأعمال ، مداخلة مقدمة إلى الملتقى الدولي الخامس حول رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في ظل الاقتصاديات الحديثة ، يومي 13 و14 ديسمبر ، جامعة الشلف ، 2011 ، ص 5 .

3- الخصائص السلوكية والشخصية : وترتبط بالعنصر البشري وبنائه الذاتي وتتضمن :

✓ يميل رأس المال الفكري إلى المخاطرة بدرجة كبيرة لذا فهو يميل للتعامل مع موضوعات تتسم بالتأكد والميل للمبادرة وتقديم الأفكار والمقترحات .

✓ القدرة على حسم القرارات دون تردد ولديه مستويات ذكاء عالية ومثابرة في العمل و ثقة بالنفس .

ثانيا: أهمية رأس المال الفكري :

تتضح أهمية رأس المال الفكري في النقاط التالية:¹

✓ تبرز أهمية رأس المال الفكري كونه يمثل ميزة تنافسية للمنظمة لأن منظمات اليوم تتنافس على أساس المعرفة والمعلومات والمهارات التي لديها ، لتمثل بذلك مصدرا جوهريا للميزة التنافسية.

✓ يعد رأس المال فكري السلاح الأساسي للمنظمة في عالم اليوم وذلك بسبب أن الموجودات الفكرية تمثل القوة الحصينة التي تضمن البقاء للمنظمة .

✓ يعد وجوده في المنظمة بمثابة ميزة تنافسية نتيجة ما تقدمه هذه الرؤوس من معرفة مفيدة وقدرة المنظمة تلك على استثمار المعرفة لتحقيق ميزة تنافسية .

✓ إن مسألة الاهتمام برأس المال الفكري أصبح مسألة مهمة جدا قبل الاهتمام بالأبنية والمعدات والآلات وذلك بسبب أن القوى العاملة اليوم تحولت إلى قوى علمية .

✓ أن المعرفة المقدمة في رأس المال الفكري فريدة وغير متاحة وتقدم إسهامات فكرية تمكن المنظمة من زيادة إنتاجها بالمقارنة مع مثيلاتها.²

✓ يمثل رأس المال الفكري مصدرا لتوليد الثروة للمنظمة والعاملين وتطويرها من خلال قدرته على تسجيل براءات الاختراع .

✓ كما تأتي أهمية رأس المال الفكري في كونه أكثر الأصول قيمة في القرن الواحد والعشرين في ظل اقتصاد يطلق (عليه اقتصاد المعرفة) لأنه يمثل قوى علمية قادرة على إدخال تعديلات جوهرية على كل شيء في أعمال منظماتهم فضلا عن ابتكاراتهم المتلاحقة .

¹ سناء جواد كاظم ، دور رأس المال الفكري في اختيار استراتيجيات التغيير المناسبة، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية ، جامعة القادسية ، المجلد 15، العدد03، 2013، ص69.

² كامل شكير الوظيفي ، شفاء تركي النافعي ، تقويم ومراجعة رأس المال الفكري في المنظمات المتعلمة، مجلة كلية الإدارة والاقتصاد للدراسات الاقتصادية والإدارية والمالية ، المجلد 08، العدد04، جامعة بابل ، العراق ، 2016 ، ص 5.

✓ يعد رأس المال الفكري الثروة الحقيقية للوحدة الاقتصادية والمحرك الرئيسي لأداء الوحدات الاقتصادية في مختلف القطاعات.¹

المطلب الثاني : مكونات رأس المال الفكري

إن تحديد مكونات رأس المال الفكري يعتبر من الأمور الجوهرية التي تساعد في قياسه وتقييمه، بحيث نجد تباين في توجيهات الباحثين لتحديد مكونات رأس المال الفكري، غير أن أغلب الباحثين اتجهوا واتفقوا على ما جاء به Stewart من مكونات الذي يتكون من ثلاث عناصر رأس المال البشري (Human Capital) ورأس المال الهيكلي (Structure Capital) ورأس المال الزبوني (Customer Capital). والجدول التالي يقدم تصنيفات عديدة قدمها باحثون ومختصون في مجال رأس المال الفكري:²

الجدول رقم (2 - 2): مكونات رأس المال الفكري لعدد من الباحثين

الباحث	مكونات رأس المال الفكري	الأمثلة
توماس ستيوارت R.stewart 1997	- رأس المال البشري - رأس المال الهيكلي - رأس المال الزبوني	- الأفراد، الفرق ، القيادة - الهياكل، الأنظمة، البراءات، قواعد البيانات - العقود، الولاء، العلامات
إدفينسون ومالون Edvinson& Malon 1997	- رأس المال البشري - رأس المال الزبوني - رأس مال التجديد والتطوير - رأس مال العملية	- مهارات ، خبرات، معارف العاملين - العلاقات مع الزبائن، الموردون، العقود - مشروعات البحث والتطوير ،المنتجات الجديدة - التكنولوجيات ، الراية الفنية
كارل إريك سفيبي K.E.Svieby 1997	- الهيكل الداخلي - الهيكل الخارجي - البشري	- الأنظمة والعمليات ، نماذج الأعمال ،قواعد البيانات، الوثائق، حقوق النشر - التحالفات ،العلاقات مع الزبائن، الشركاء الموردون، المستثمرون الإستراتيجيون، الجماعة المحلية، السمعة والتميز - القدرات ،المعارف، الخبرات الفردية والجماعية ،قدرات حل المشكلات

¹ ناهدة إسماعيل عبد الله الحمداني، علي أكرم عبد الله علي ، رأس المال الفكري وأثره في إدارة أداء العاملين ،مجلة تنمية الرافدين ، كلية الإدارة والاقتصاد جامعة الموصل، العدد98، المجلد32، العراق ، 2010، ص 126 .

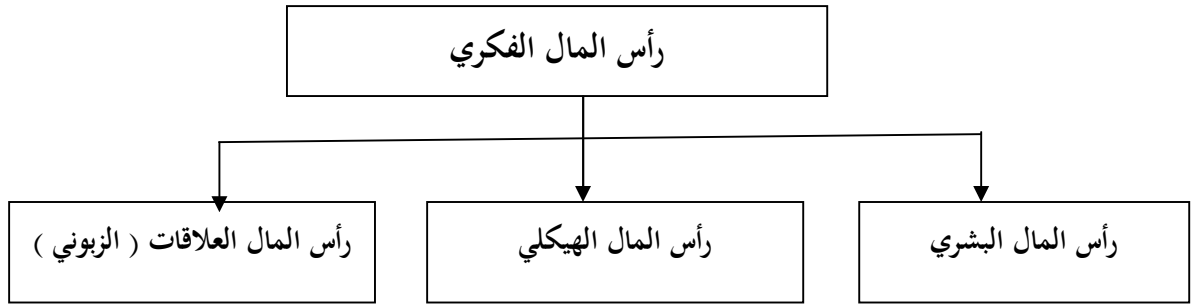
² نجم عبود نجم ،إدارة اللاملموسات إدارة ما لا يقاس ، اليازوري للنشر والتوزيع ، عمان ، 2010، ص129. 131 .

<p>- القدرات المعرفية ،الوظيفية ،السلوكية، قدرات إنشاء القيمة - الروتينيات التنظيمية،العمليات، المعلومات البرمجيات، الهياكل - العلاقات مع الزبائن ،الموردين ، المجتمع المحلي ،الحكومة ...إلخ</p>	<p>- الموارد البشرية - الموارد التنظيمية - الموارد المرتبطة بالعلاقات</p>	<p>جوران روس Goran Roos 2003</p>		
<p>- الخبرات ،القدرات على حل المشكلات ،الإبداع، المهارات الريادية والإدارية - العلامة التجارية ،العقود، الزبائن،قنوات التوزيع، عقود الترخيص والامتياز التكنولوجيات، الأساليب الفنية،العمليات - الأسرار التجارية، حقوق التصميم</p>	<p>- الموارد البشرية - موارد علاقات (أصول السوق) - البنية التحتية - الملكية الفكرية</p>	<p>مور وآخرون B.Morr et al. 2004</p>		
<p>- مستوى التعليم ،الخبرات ،القدرات المعرفية - الهياكل ،العمليات ،تكنولوجيا المعلومات والاتصالات - العقود،مشروعات التعاون ، مشروعات الإتحاد الأوروبي</p>	<p>- أصول رأس المال البشري - أصول رأس المال الهيكلي - أصول رأس مال العلاقات</p>	<p>الإتحاد الأوروبي European Union</p>		
<p>الموارد اللاملموسة : الأصول (العلامة ،البراءة،الترخيص)+ المهارات (المهارات ،التنظيم ،الفرق) الأنشطة اللاملموسة :البحث والتطوير ،التدريب ،التخطيط ، التسويق</p>	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="643 1352 874 1673"> <p>المستوى الثاني - موارد غير ملموسة - أنشطة غير ملموسة</p> </td> <td data-bbox="874 1352 1098 1673"> <p>المستوى الأول - رأسمال بشري - رأسمال هيكلي - رأسمال علاقات</p> </td> </tr> </table>	<p>المستوى الثاني - موارد غير ملموسة - أنشطة غير ملموسة</p>	<p>المستوى الأول - رأسمال بشري - رأسمال هيكلي - رأسمال علاقات</p>	<p>هاميرتين وفان دير مير Merten & Van Der Meer 2005</p>
<p>المستوى الثاني - موارد غير ملموسة - أنشطة غير ملموسة</p>	<p>المستوى الأول - رأسمال بشري - رأسمال هيكلي - رأسمال علاقات</p>			

المصدر: نجم عبود نجم ، إدارة اللا ملموسات إدارة ما لا يقاس، اليازوري للنشر والتوزيع ، عمان ،2010، ص 129 -

من خلال التصنيفات التي وردت في الجدول أعلاه ورغم تباين وجهات النظر بشأن مكونات رأس المال الفكري إلا أن الكثيرين يرون أن رأس المال الفكري يتكون من ثلاث مكونات هي رأس المال البشري، ورأس المال الهيكلي، رأس المال العلاقات . ويوضح الشكل الموالي مكونات رأس المال الفكري :¹

الشكل رقم (3 - 2): مكونات رأس المال الفكري



المصدر : هاني محمد السعيد ، مرجع سابق ، ص 37 .

أولاً : رأس المال البشري

يعتبر رأس المال البشري من المفاهيم المهمة والحديثة والتي بدأ العلماء والباحثون في مجال الإدارة بتناوله بشكل واسع، وذلك لما يلعبه رأس المال البشري من أهمية في بناء المنظمات، وهناك العديد من تناول ماهية رأس المال البشري

1. مفهوم رأس المال البشري :

عرف رأس المال البشري بأنه "مجموعة الأفراد الذين يمتلكوا مهارات وإمكانيات معرفية وقابليات تسهم في زيادة القيمة الاقتصادية لمنظمات الأعمال" . كما عرف بأنه "المعرفة والمهارات والإمكانات والقدرات والصفات والخصائص المختلفة الكامنة في الأفراد والتي لها صلة وارتباط بالنشاط الاقتصادي ، كما أن رأس المال البشري لا يركز فقط على ما يمتلكه الأفراد من معرفة ومهارات وما يمتلكونه من قدرات وصفات وخصائص، إنما يشير هذا المفهوم إلى المدى الذي يمكن أن يستخدم فيه الأفراد كل ما تعلمونه وما يمتلكونه استخداماً منتجاً مرتبطاً بالنشاط الاقتصادي بصورة مباشرة أو بصورة غير مباشرة .²

¹ هاني محمد السعيد، مرجع سابق، ص 37 .

² مروى كساب محمد الدعجة، تحليل العلاقة بين رأس المال البشري وتطبيقات الجودة الشاملة وأثرها على الأداء التنافسي، رسالة ماجستير ، كلية الإدارة والأعمال أ جامعة الشرق الأوسط ، 2013، ص 16.

ويمكن تعري رأس المال البشري أيضا بأنه "القيمة الجمعة للمعرفة المتوافرة للمنظمة، بالإضافة إلى أنه يعتبر مجموع المعارف التي تمتلكها المنظمة وتكمن في عقول العاملين فيها".¹ كما يعرف أيضا بأنه "مجموع المعارف والطاقات والحماس و الإبداع والصفات التي يمتلكها العاملون في الشركة ويستثمرونها في العمل".²

2. أهمية رأس المال البشري :

لرأس المال البشري أهمية كبيرة في المؤسسة ، وتتمثل هذه الأهمية في :

- ✓ يساعد في خلق وابتكار وإنشاء معارف جديدة يتم استخدامها وتوظيفها في تطوير عمل المنظمة .
- ✓ يعتبر من المصادر الفريدة التي تؤثر على الأداء ، لأن ما يمتلكه الأفراد من معارف ومهارات وخبرات وتعليم وقدرات وغير ذلك ، تؤثر بشكل مباشر على أداء المنظمات لأن المنظمة التي تمتلك رأس مال بشري غني يمكنها أن تنافس وتبقى وتنمو وتتطور بفعل ما سيضيفه العاملون من إبداعات وابتكارات جديدة .
- ✓ أنه مورد نادر يصعب تقليده أو محاكاته، وهذا يتطلب من المنظمة المحافظة عليه وتطويره والاهتمام به وعدم سماح بخسارته .
- ✓ يساعد في تحقيق الميزة التنافسية للمنظمة، فالتنافس الحالي بين المنظمات يقوم على أساس الابتكار وتقديم المنتجات الجديدة وبالسرعة الممكنة، وهذا لا يمكن للمنظمة من تحقيقه بدون طواقم بشرية ذات رأس مال بشري غني ليتمكنوا من تعزيز وتطوير الميزة التنافسية لمنظمتهم.³

إن الأهمية المتزايدة لرأس المال البشري وخاصة في المنظمات القائمة على المعرفة تجعلها أمام مسؤوليات وقضايا أساسية نذكرها فيما يلي:⁴

- أ) **استقطاب أفضل المواهب البشرية :** وهذا يتطلب أن تضع برامج فعالة فيما يخص الاختيار والتعيين، وكذا أن تكون ذات قدرة عالية على التعلم المتبادل بين القدامى والعاملين السابقين، والأهم أن تكون ذات ثقافة جوهرية تقوم على الاحتفاظ بالعاملين ورعايتهم وكأنهم زبائن لها.
- ب) **إغناء رأس المال الفكري من خلال التطوير :** وذلك من خلال التشجيع من برامج تحفيز والتدريب والتعليم من جهة ، والتعلم وتقاسم ونشر المعرفة وتوزيعها داخل المنظمة من جهة أخرى ، وربط الحوافز المادية والمعنوية بالتقييم الدوري لرأس المال البشري.

¹ رفعت عبد الحليم الفاعوري ، أثر إدارة المعرفة في أداء المنظمات ، المنظمة العربية للتنمية الإدارية للنشر ، مصر ، 2014 ، ص 13.

² عبد الستار العلي وآخرون ، المدخل إلى إدارة المعرفة ، دار المسيرة للنشر والتوزيع ، عمان ، 2012 ، ص 343 .

³ مروى كساب محمد الدعجة ، مرجع سابق ، ص 19 .

⁴ نجم عبود نجم ، إدارة المعرفة المفاهيم والاستراتيجيات والعمليات ، الوراق للنشر والتوزيع ، عمان ، 2007 ، ص 299 .

- ج) المحافظة على أفضل العاملين : وهذا يتطلب المزيد من برامج التمكين الإداري ومفاهيم وأساليب الإدارة القائمة على الثقة، وإيجاد الارتباط القوي بين رسالة وقيم المنظمة وقيم الأفراد الشخصية من جهة أخرى .
- د) إيجاد بيئة للتعليم : وهذه البيئة تميز المنظمات القائمة على المعرفة هي التي تساعد على تجاوز المشكل الأساسية لرأس المال البشري المتمثلة في أنه في نهاية اليوم يغادر المنظمة.

3. مؤشرات قياس رأس المال البشري :

من أهم مؤشرات رأس المال البشري ما يلي:¹

- ✓ قدرات العاملين : وتشمل القيادة الإستراتيجية لإدارة المنظمة، ومستوى جودة العاملين، وقدرة التعلم لدى العاملين، وكفاءة عمليات تدريب العاملين، بالإضافة إلى قدرة العاملين على المشاركة في اتخاذ القرار .
- ✓ إبداع العاملين : وتتضمن قدرات الإبداع والابتكار لدى العاملين .
- ✓ اتجاهات العاملين : ويتضمن تطابق اتجاهات العاملين مع قيم المنظمة ودرجة رضا العاملين، معدل دوران العمل، متوسط خدمة العاملين بالمنظمة .

ثانيا : رأس المال الهيكلي

يعتبر رأس المال الفكري هو الذي يصنع قيمة المؤسسة السوقية وسمعتها، وإذا كان رأس المال الهيكلي يصنع معرفتها الصريحة التي توجد عادة في هياكل وأنظمة وإجراءات المؤسسة فهو يمثل كل قيم المؤسسة التي تتداولها داخليا .

1. مفهوم رأس المال الهيكلي :

يعرف على أنه جميع المستودعات غير البشرية للمعرفة في المنظمة والتي تشمل قواعد البيانات والمخططات التنظيمية وأدلة العمل الاستراتيجية والإجراءات وأي شيء آخر قيمته بالنسبة للمنظمة أعلى من قيمة المواد.²

كما يعرف رأس المال الهيكلي أيضا على أنه أي شيء في المنظمة يدعم العاملين في أداء عملهم، ويتمثل في البنية التحتية والداعمة للعاملين، ويتضمن الأشياء التقليدية كالبنائيات والأجزاء المادية للحاسبات، والبرمجيات والعمليات، وبراءات الاختراع، والعلامات التجارية.³

¹ محمد فلاح، جنات بوقجاني، تطوير أنموذج لقياس أثر رأس المال الفكري على كفاءة الأداء في منظمات الأعمال، ملتقى دولي حول رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في الاقتصاديات الحديثة، يومي 13 و14 ديسمبر، جامعة الشلف، 2011، ص 5.

² أمينة عبد الكريم مهدي، دور بعض الممارسات التنظيمية في بناء رأس المال الفكري بحث استطلاعي في ديوان الرقابة المالية، مجلة كلية المأمون الجامعة، العدد 28، 2016، ص 138 .

³ لطيف عبد الرضا عطية، رأس المال الفكري وإدارة المعرفة، العلاقة والأثر، مقال منشورة في مجلة جامعة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد 10، العدد 03، جامعة القادسية، العراق، 2008، ص 150.

ويعرف أيضا على أنه مجموعة من الأنظمة الفرعية للشركة والتي قد تمثل أشكالا أخرى لرأس المال الهيكلي وخير مثال عليه هو العمليات التشغيلية والتصنيعية للشركة يضاف إليها جميع أشكال الملكية الفكرية التي تمتلكها.¹

2. مكونات أو مؤشرات رأس المال الهيكلي

وهناك مجموعة من مؤشرات لرأس المال الهيكلي أهمها:²

- ✓ **الثقافة العامة:** وتتضمن طرق بناء ثقافة المنظمة، وتوافق العاملين مع تطورات المنظمة .
- ✓ **الهيكل التنظيمي:** ويتضمن فاعلية نظام الرقابة بالمنظمة، ووضوح العلاقة بين السلطة والمسؤولية .
- ✓ **التعلم التنظيمي:** ويتضمن إعداد شبكة معلومات داخلية ومدى استخدامها وإعداد مخزون تعليمي للمنظمة ومدى استخدامه .
- ✓ **العمليات:** وتتضمن آجال عمليات الأعمال، ومختلف الأنشطة، ودرجة جودة المنتج، إضافة إلى مدى فاعلية وكفاءة العمليات لتشغيلية .
- ✓ **نظام العمليات:** ويتضمن التنسيق بين العاملين وتقديم الدعم المتبادل ومدى توفير البيانات والمعلومات ذات العلاقة بأنشطة المنظمة وأيضا مدى المشاركة في المعرفة .

ثالثا: رأس المال العلاقات (الزبوني):

إن رأس المال العلاقتي هو الثروة المتمثلة في علاقات المؤسسة مع عملائها وولائهم لها، إضافة إلى علاقتها مع جميع الأطراف الخارجية المؤثرة في نشاطها .

1. مفهوم رأس المال العلاقتي :

ويعكس هذا المصطلح قيمة العلاقات التي تربط المنظمة بزبائنها الحاليين والمحتملين، ويشمل قوة علاقة المصرف بمؤلاء الزبائن ودرجة وولائهم ورضاهم . ويعرف أيضا بأنه ولاء الزبون للمنظمة ودرجة ارتباطه بها.³

ويتمثل رأس المال الزبوني في المعرفة المتولدة قيمتها من الزبائن الراضين ذوي الولاء، وكذلك الموردين وفي المصادر الخارجية الأخرى للمؤسسة.⁴

¹ سراج وهيبه، ستي عبد الحميد ، أساليب وسياسات الاستثمار في رأس المال الفكري ، الملتقى الدولي الخامس حول رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في ظل الاقتصاديات الحديثة ، يومي 13 و14 ديسمبر، جامعة الشلف ، 2011، ص 6.

² فرحاتي لويظة ، مرجع سابق ، ص 76.

³ مخلد حمزة جذوع ، رأس المال الفكري وانعكاسه على عوائد الاستثمار بحث تطبيقي على عينة من المصارف المدرجة أسهمها للتداول في سوق العراق للأوراق المالية، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، العدد92، المجلد 22، جامعة بغداد ، 2016، ص 352 .

⁴ مرزق سعد ، دور إبداع رأس المال الفكري في تحقيق ميزة تنافسية مستدامة ، ملتقى دولي حول رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في الاقتصاديات الحديثة ، يومي 13 و14 ديسمبر ، جامعة الشلف ، 2011، ص 5 .

ونجد هناك من عرفه أيضا بأنه يتمثل في العلاقة مع العملاء والموردين والمنظمات الصناعية والتجارية وقنوات السوق.¹

2. مؤشرات قياس رأس المال العلاقتي :

هناك ثلاث مؤشرات يتم بها قياس رأس المال العلاقتي في المؤسسة تتمثل في :

✓ **القدرات التسويقية الأساسية :** بناء واستخدام قاعدة بيانات للعملاء ، وتوفير القدرات اللازمة لخدمات العملاء ، وقدرة على تحديد حاجة العملاء .

✓ **كثافة السوق :** الحصة السوقية ، السوق المحتملة ، الوحدات المباعة إلى عدد العملاء ، سمعة العلامة التجارية والاسم التجاري للمنظمة ، بناء قنوات البيع والتوزيع.²

✓ **مؤشرات ولاء الزبائن :** رضا العملاء ، شكاوى العملاء ، حجم الاستثمار في بناء العلاقات مع العملاء ، مستوى كسب عملاء جدد ومستوى خسارة عملاء حاليين .³

المطلب الثالث : أدوار رأس المال الفكري ونماذج قياسه

من خلال هذا المطلب سوف نتطرق إلى كل من أدوار رأس المال الفكري ، ونماذج قياسه وذلك بما يفرضه رأس المال الفكري من مركز في المنظمة

الفرع الأول: أدوار رأس المال الفكري

تبحث كل منظمة عن تحصيل قيمة مضافة من رأس مالها الفكري ، وعليها أن تفكر بأن دور رأس المال الفكري هو تجميع الإيرادات فقط ، بل إن هناك مجالات وأدوار أخرى يمكن الاهتمام بها من أجل خلق القيمة المضافة ، وهذه الأدوار حددها Harrison & Sellivan بأنها تتمثل :

✓ **الأدوار الدفاعية :** وتضم الممارسات الآتية:⁴

- حماية المنتجات والخدمات المتولدة من إبداعات رأس المال الفكري للشركة .
- حماية حرية التصميم والإبداع .
- تخفيف حدة الصراعات وتجنب رفع الدعاوي .

¹ راوية حسن ، مدخل استراتيجي لتخطيط وتنمية الموارد البشرية، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2005، ص366.

² فرحاني لويظة، مرجع سابق، ص77.

³ محمد فلاق ، جنات بوقجاني ، مرجع سابق ، ص 5.

⁴ راوية حسن ، مرجع سابق ، ص 374 .

✓ الأدوار الهجومية (المبادرة) : وتضم الممارسات الآتية: ¹

- توليد العائد عن طريق :

- المنتجات والخدمات الناجمة عن إبداعات رأس المال الفكري .
- الملكية الفكرية للشركة .
- معرفة الشركة (الموجودات الفكرية) .

- ابتكار مقاييس للأسواق الجديدة وللخدمات والمنتجات الجديدة .

- تهيئة منافذ لاختراق تكنولوجيا المنافسين .

- تحديد آليات النفاذ إلى الأسواق الجديدة .

- صياغة إستراتيجية تعوق دخول المنافسين .

الفرع الثاني: نماذج قياس رأس المال الفكري

يعتبر رأس المال الفكري من الأصول المعرفية غير ملموسة، وبالتالي فقيمه تتغير بشكل كبير على الرغم من الجهود الكبيرة التي بذلت ولا زالت من أجل قياس رأس المال الفكري على الرغم من عدم اتفاق بين المختصين من أجل قياسه . وفي ما يلي نعرض بعض نماذج قياسه

أولاً: نموذج Scandia Navigator : ²

وهو نموذج يرتبط بشركة التأمين السويدية (Scandia) والتي تعتبر أولى المنظمات التي أعدت تقريراً سنوياً لتحليل الرأس المال الفكري وقد ذهبت إلى أبعد من ذلك عندما عين (Edvensson) مديراً لرأس المال الفكري، حيث قام بالاشتراك مع زملاء له بتطوير نموذج رأس المال الفكري من منظور شامل لا يقتصر فقط على المؤشرات المرتبطة برأس المال المالي .

إن رأس المال الفكري عند (Edvensson) يعني مضامين المعرفة، الخبرات العلمية، التكنولوجيا التنظيمية، علاقات الزبائن، المهارات المهنية المقدمة والضرورة للمنافسة في السوق، ولذلك يرى أن رأس المال الفكري يتكون من رأس المال الإنساني ورأس المال الهيكلي . حيث رأس المال الإنساني يتضمن المعرفة التنظيمية، المعرفة بالتقنية، المهارات وخبرات العاملين أما رأس المال الهيكلي فيتكون من عناصر رأس المال التنظيمي ورأس مال الزبوني، بحيث رأس المال التنظيمي

¹ فلاحي الزهرة، نوي الحاج، استراتيجيات وخطوات تأهيل رأس المال الفكري ، ملتقى الدولي الخامس حول رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في ظل الاقتصاديات الحديثة، يومي 13 و14 ديسمبر ، جامعة حسينية بن بوعلوي، الشلف، 2011، ص 7.

² سعد غالب ياسين، إدارة المعرفة: المفاهيم النظم، التقنيات ، دار المناهج للنشر والتوزيع ، عمان، 2007، ص 78.

يحتوي على رأس المال الابتكاري (الحقوق الفكرية والأصول غير ملموسة) ورأس المال عمليات (نظم معلومات وقواعد البيانات) رأس مال يتضمن العلاقات التنظيمية مع الموردين، الموزعين، وأصحاب المصلحة .
وقد ركز التصور الأولي لهذا النموذج على خمسة مجالات هي مجالات التركيز المالي، التطوير والتجديد وأخيرا التركيز على الموارد الإنسانية، كما يشير إلى أن هذا النموذج قد اعتمد عليه في العديد من المنظمات لشموله على المؤشرات المالية وغير مالية لتحديد القيمة السوقية للمنظمة، كما أنه إضافة لذلك يفيد في مقارنة الأداء التنظيمي في الماضي (المؤشرات والأداء الحالي ضمن منظور مستقبلي لتحليل القدرات التنافسية للمنظمة في السوق).

ثانيا: نموذج بطاقة الأداء المتوازن (BSC) ¹:

يهدف هذا النموذج إلى تحقيق التوازن بين المنظور المحاسبي والتقليدي للأصول غير الملموسة والنماذج القياسية الأخرى لتقييم رأس المال الفكري ويضيف النموذج مكونات جديدة أهمها متغيرات الابتكار والتعلم، تحسين نشاط الأعمال علاقات الزبائن، وتكوين القيمة في ضوء المؤشرات المالية وغير المالية. علاوة على ذلك، يمكن القول أن ما يميز هذا النموذج عن غيره من النماذج تقييم وقياس رأس المال الفكري هو أنه يقدم رؤية شمولية للوضع الحالي للمنظمة وذلك من حيث ما تضيفه أنشطتها من قيمة ملموسة وغير ملموسة ضمن سياق عملية تكوين القيمة على خلاف النتائج الأخرى على تحديد قدرات العاملين ومستوى إنجازاتهم الحالية فقط، هذا يعني أن نموذج BCS يحاول أن يربط عملية تقييم رأس المال الفكري برسالة المنظمة وإستراتيجيتها وذلك من خلال ترجمة الرؤية الإستراتيجية إلى خدمة شاملة ومتنوعة من مؤشرات الأداء .

ويمثل هيكل القياس المتوازن في أربعة مجموعات من المقاييس هي: ²

- مجموعة مقاييس تعبر عن الأداء المالي وتظم تلك المجموعة عددا من المقاييس التي تعبر عن الأداء المالي للمنظمة منها: معدل العائد على الاستثمار، صافي القيمة الحالية، القيمة الاقتصادية المضافة .
- مجموعة مقاييس تعبر عن رضا العملاء وتضم تلك المجموعة عددا من المقاييس التي تعبر عن درجة رضا العملاء ومنها معدل نمو المبيعات، ومعدل نمو في توسيع العلاقات التبادلية مع العملاء .
- مجموعة مقاييس تعبر عن أداء العمليات الداخلية وتضم تلك المجموعة عددا من المقاييس التي تعبر عن حسن استغلال الموارد المتاحة، والتي من شأنها أن تنعكس عن درجة رضا العملاء وعلى الأداء المالي ومنها : معدل استغلال الطاقة الإنتاجية، معدل إنتاجية العمالة، النمو في وسائل تحسين العمليات ومستوى الجودة .

¹ سعد غالب ياسين، مرجع نفسه، ص80.

² أيت مختار عمر، حمدي عمر، طرق ونماذج قياس رأس المال الفكري، مداخلة مقدمة ضمن المنتدى الدولي الخامس حول رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في ظل اقتصاديات الحديثة، يومي 13 و14 ديسمبر، جامعة الشلف، 2011، ص 9 .

- مجموعة مقاييس تعبر عن مقدرة المنظمة على الابتكار والتعلم وتضم عددا من المقاييس المتعلقة بعناصر البنية التحتية والمتمثلة في الأفراد ودرجة رضاهم وإنتاجيتهم، ونظم المعلومات، وما تقدمه من معلومات في الوقت المناسب عن الجودة والتكلفة والعملاء.

ثالثا: نموذج سفيبي (Sveiby):¹

ويعرف بنموذج Intangible Asset Monitor أو مراقب الأصول غير الملموسة الذي قدمه (Karl Erik Sveiby) هذا النموذج كما يصفه Sveiby له هدف عملي أكثر منه نظري لفتح نوافذ قليلة للمديرين و ذلك من أجل المباشرة باختبار مفاهيم رأس المال الفكري والأصول غير الملموسة في المنظمة، وبالتالي هو مدخل غير نقدي لقياس الأصول غير ملموسة في المنظمة في ضوء أربعة معايير أساسية هي النمو، الابتكار، الكفاءة، الاستقرار. ويقوم النموذج على مقابلة الأصول الملموسة بالأصول غير الملموسة لاستخراج القيمة، الأصول غير ملموسة تتكون من ثلاث مكونات أساسية هي: الجدارة المحورية، الهيكل الداخلي والهيكل الخارجي، ويعتبر عنصر الجدارة المحورية للأفراد (مقدرات الموارد البشرية) العنصر الأهم فيه فهو المورد الاستراتيجي المؤثر تأثيرا مباشرا في تشكيل الأصول الأخرى وفي إنتاج قيمتها .

رابعا: نموذج القيمة الاقتصادية المضافة [Economic Value Added] EVA:²

يعد هذا النموذج الذي قدمه توماس ستوارت (Tomas Stewart) في عام 1997 من النماذج التي تقيس القيمة الحقيقية لرأس المال الفكري على نحو مباشر وإنما يؤكد على ضرورة أخذ بعين الاعتبار إذا كان ذلك سيؤدي إلى زيادة القيمة الاقتصادية المضافة للمنظمة، وهو في الأساس أداة تحليلية وقياسية لفهم الاتجاه المالي الرئيسي للمنظمة وتقييمه وأيضا مقياسا يربط بين الأداء والتخطيط المالي ويتم فيه احتساب القيمة الاقتصادية المضافة من خلال المعادلة التالية :

القيمة الاقتصادية المضافة :صافي المبيعات -نفقات التشغيل العمليات -الضرائب -الرسوم (التكاليف) الرأسمالية .

$$EVA = \text{Net sales} - \text{Operating Expenses} - \text{Taxes} - \text{Capital charge}$$

ومن الواضح أن هذه المعادلة لا تشير صراحة إلى الأصول غير ملموسة وعليه فإن هذا النموذج يشير إلى أن التغيرات الحاصلة في القيمة الاقتصادية المضافة للمنظمة تقدم مؤشرا فيما إذا كان رأس المال الفكري للمنظمة منتجا أم لا بمعنى آخر فإنه يشير على نحو غير مباشر إلى معدل إنتاجية رأس المال الفكري في المنظمة .

¹ سعد غالب ياسين ، مرجع سابق ،ص 81 .

² عمر أحمد همشري ، مرجع سابق ، ص 280.

المبحث الثالث : علاقة رأس المال الفكري بالميزة التنافسية

سنحاول في هذا المبحث التعرف على الدور الذي يلعبه رأس المال الفكري بمختلف أبعاده (رأس المال بشري، رأس المال المهيكل، رأس المال العلاقي) في تحقيق ودعم الميزة التنافسية .

لقد حاولت العديد من الدراسات أن تربط بين رأي المال الفكري والميزة التنافسية على نحو متباين، ففي دراسة Stewart وجد أن الموارد الفكرية تعد أهم مورد للمنظمة وأن استثمار المقدرة العقلية والعمل على تعزيزها وتسييرها بشكل فعال يحقق الأداء الفكري الذي ينتج عنه التفوق التنافسي من خلال تحويل القيمة المتاحة في عقول العاملين في المنظمة، وولاء الزبائن، والمعرفة الجماعية ، والنظم إلى رأس مال .

كما أوضح Pfeiffer أن البيئة التنافسية الجديدة سريعة التغير والمتسمة بعمولة الأسواق وشدّة المنافسة وتغير أذواق الزبائن وتعدد حاجاتهم ما زالت تدفع المنظمات إلى تحسين أدائها وبالتالي تحسين إنتاجيتها وجودة منتجاتها عن طريق الابتكار وتطوير الوظائف والعمليات من خلال توظيف رأس مالها الفكري، وهذا ما يؤكد على دوره المحوري في تعزيز أداء المنظمة ومميزاتها التنافسية، إذا ينظر إلى الموجودات الفكرية كمصدر لإنشاء القيمة .

إن القيمة الحقيقية للمنظمة تكمن في رأس مالها الفكري وقدرة توظيفها للمعرفة الكامنة فيه، وتحويلها إلى تطبيقات تحقق الأداء الحالي، وبالتالي تحسين قدرتها التنافسية، فقد أشار youndt إلى أن التسيير الفعال لرأس مال الفكري محدد أساسي لنجاح المنظمة، وبالتالي يتطلب الأمر من المنظمات الراغبة في التفوق التنافسي أن تحسن الاستثمار في موجوداتها الفكرية، وقدرة جذب الكفاءات ذات القدرات والمهارات التي تفوق ما لدى المنافسين.¹

كما يعد الإبداع والابتكار هو العامل الرئيسي في قدرة الشركة على الاحتفاظ بمكانتها بين الشركات المنافسة، فكلما زادت سرعة وجودة الابتكار التي تقدمها الشركة كلما احتفظت بتفوقها على المنافسين، وبالتالي لا بد أن تحرص الشركات على تحفيز العاملين بها وحثهم على الإبداع المستمر الذي يضمن تحسين مستويات جودة المنتجات والخدمات.²

مما سبق يتضح أن امتلاك المنظمة للميزة التنافسية يتوقف على التسيير الفعال لرأس المال الفكري، والاستغلال الأمثل للقدرات والمهارات المحتملة لدى الأفراد وذلك من خلال مكوناته من رأس المال البشري والهيكلي والزبوني، وذلك كما يلي :

¹ حريري بوشعور، صليحة فلاق ، رأس المال الفكري ودوره في دعم الميزة التنافسية، الملتقى الدولي الخامس حول رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في ظل الاقتصاديات الحديثة، يومي 13 و14 ديسمبر، الشلف، 2011، ص 10 .

² عفاف السيد بدوي عبد الحميد، رؤية إستراتيجية لرأس المال الفكري ودوره في تحقيق الميزة التنافسية، بحوث أوراق عمل مؤتمر رأس المال الفكري العربي نحو رؤية إستراتيجية جديدة للاستثمار والتطوير، بالتعاون مع معهد الإدارة العامة والمنظمة العربية للتنمية الإدارية، عمان ، 2013، ص 135 .

المطلب الأول: أثر رأس المال البشري في دعم الميزة التنافسية :

يتمثل الرأس المال البشري المتميز في الأفراد ذوي القدرات الخاصة والمواهب المتميزة والذين لديهم على التفكير الابتكاري المؤثر في الأنشطة الحيوية في المؤسسة، وهم الأشخاص المبدعين الذين يستطيعون الإنتاج وتسيير الخدمات بتميز ولديهم القدرة على جذب العملاء وإنشاء قيمة لمنتج المنظمة، فهم العناصر المسؤولة عن تميز المنظمة.¹ فتحقيق التميز في أداء المنظمة لا يستند إلى مجرد امتلاكها للموارد الطبيعية و المالية والتكنولوجية فقط بل بالدرجة الأولى على توفر الكفاءات البشرية التي لها القدرة على تعظيم الاستفادة من تلك الموارد، من أجل تحقيق الميزة التنافسية، فالموارد الفكرية تعتبر مصدر الفكر والابتكار والإبداع مع مراعاة أن تكون هذه الكفاءات تتصف بالندرة وصعوبة التقليد، والقدرة على خلق القيمة وغير قابلة للاستبدال.²

ويمكن حصر دور الكفاءات البشرية في دعم التنافسية في النقاط التالية:³

- إعداد الكفاءات البشرية المؤهلة والخيرة لأنها هي مفتاح التنمية الاقتصادية والاجتماعية .
- المورد البشري هو أساس الإبداع والابتكار والذيان يعتبران أساس التنافسية .
- المورد البشري هو أساس التنظيم بين مختلف عناصر التنظيم المادية والبشرية.

المطلب الثاني: أثر رأس المال الهيكلي في دعم الميزة التنافسية:⁴

يعبر رأس المال الهيكلي للمنظمة عن الموجودات المعرفية التي تبقى في دائرة المنظمة وعلى المنظمة أن تقوم بالاهتمام وبكل العناصر حتى تحقق الميزة التنافسية وترفع قيمتها السوقية، ويمكن للمنظمة أن تملك رأس مال هيكلي متميز من خلال تشجيع وتطوير قدرات الإبداع والمشاركة لدى الأفراد ونشر المعرفة لغرض تعميق إنتاجهم في مختلف الميادين، من خلال تكثيفها بما تقتضيه متغيرات البيئة الداخلية والخارجية للمنظمة، مثل اقتناء أحدث نظم المعلومات والبرمجيات وقواعد البيانات، إضافة إلى اعتماد الهيكل التنظيمي المناسب الذي يشجع الأفراد مهما كان موقعهم التنظيمي على العمل أكثر واستغلال المعارف التي لديهم أحسن استغلال.

¹ عبد الله بلوناس، تبة سمية، رأس المال الفكري مدخل معاصر لتحقيق الميزة التنافسية لمنظمات الأعمال ، بحوث لأوراق عمل مؤتمر رأس المال الفكري العربي ، بالتعاون مع معهد الإدارة العامة والمنظمة العربية للتنمية الإدارية ، عمان ، 2013، ص 191 .

² مصطفى رجب شعبان، رأس المال الفكري ودوره في تحقيق الميزة التنافسية، مرجع سابق، ص 79، 80 .

³ إبراهيم بوزيان، يوسف بوخلخال، رأس المال الفكري كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية مستدامة، مداخلة ضمن الملتقى الدولي: رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في الاقتصاديات الحديثة، يومي 13 و14 ديسمبر 2011، ص 13.

⁴ مؤيد محمد علي الفضل، العلاقة بين رأس المال الفكري وخلق القيمة، دراسة ميدانية على الصناعة المصرفية في دول الخليج، مقال منشور في مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية ، المجلد 11، العدد 03، العراق ، 2009، ص 176 .

فإذا كان الهيكل التنظيمي مرناً يساعد المؤسسة على التكيف باستمرار لما يناسب التطورات الخارجية ، هذا وإذا كانت تملك نظام اتصال فعال يساعدها على تبادل المعلومات ما يجعلها على اطلاع دائم بالتغيرات الطارئة مما يجعلها تبني تكنولوجيا حديثة ما يزيد من قدرة المؤسسة على الإبداع وبأقل تكلفة ممكنة ما يعني دعم للميزة التنافسية .

المطلب الثالث: أثر رأس المال العلائقي (الزبوني) في دعم الميزة التنافسية :

يعكس رأس المال العلائقي مدى قوة العلاقة التي تربط بين المنظمة وعملائها ومورديها، تعتبر نقطة الانطلاق لأي منظمة هي الزبائن¹ . وهي نقطة الوصول أيضاً على اعتبار أن المحافظة على الأسواق أو دخول أسواق جديدة ، أو اكتساب حصص سوقية إضافية و الحصول على عملاء متميزين ، وتلبية حاجات المستهلك كل هذه أهداف تسعى لتحقيقها المنظمة، وتحقيق الميزة التنافسية لها، ومجالات تميز رأس مال الزبائن هي :²

- خلق التفوق والتميز عن طريق الإبداع والتطوير مثل إيجاد منتجات جديدة أو اختراق أسواق جديدة ، أو كسب زبائن جدد .

- زيادة قيمة الزبائن عن طريق عمليات إدارة الزبائن وتعميق العلاقة مع الزبائن الحاليين .

- تخفيض أوقات التسليم أو سرعة الاستجابة لطلبات الزبائن .

- العمل على أن تصبح المنظمة عضواً جديداً في المجتمع من خلال ترسيخ علاقات حقيقية ومؤثرة مع أصحاب المصالح الخارجيين .

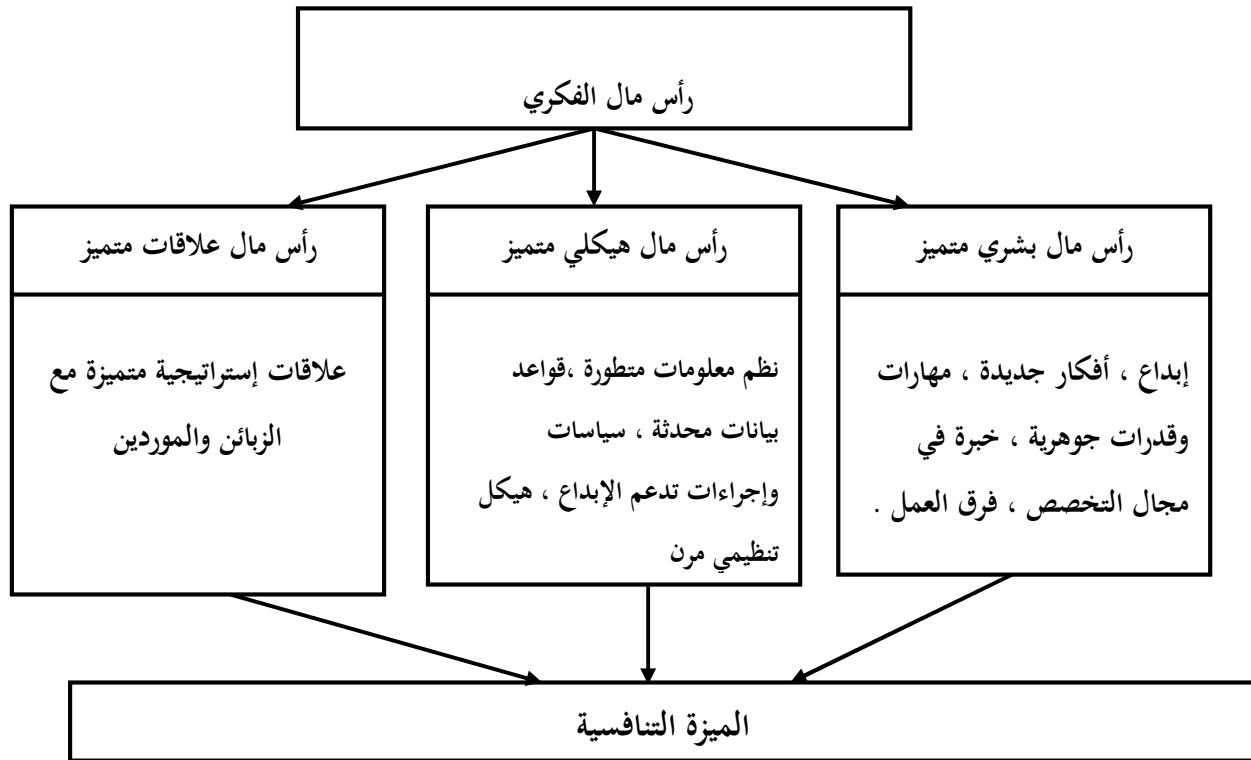
تستطيع المنظمة الاستمرار في امتلاك الميزة التنافسية من خلال المعرفة والكفاءات والإبداع وغيرها لأنها تعتبر مصدر أساسي للميزة، وبالتالي على المنظمات أن تعرف كيف تمتلكها وكيف تديرها، لأن ما ينتج عنها هو رأس المال الفكري وبالتالي تقوم بإدراك كيفية امتلاكه، إدارته، وقياسه وتعتبر العلاقة بين رأس المال الفكري والميزة التنافسية نظام مدخلاته هي مكونات رأس المال الفكري، أما المعالجة فتتمثل في تطبيق مبدأ الكفاءات (القيمة ، الندرة، صعوبة التقليد، الاستغلال الأمثل) على مكونات رأس المال الفكري، أما مخرجات النظام فتتمثل في امتلاك المنظمة لرأس مال فكري متميز يشتمل على مكوناته المتمثلة في رأس مال بشري متميز ، ورأس مال هيكلي متميز ورأس مال زبوني متميز .

¹ مصطفى رجب علي شعبان ، مرجع سابق ، ص 81 .

² مؤيد محمد علي الفضل ، مرجع سابق ، ص 176 .

وكنتيجة لامتلاك المؤسسة تلك المكونات، فإنها تتمكن من تحقيق ودعم للميزة التنافسية متمثلة في الجودة المتفوقة، والإبداع والكلفة المناسبة، بالإضافة إلى المرونة والاستجابة المتفوقة . بحيث تمكننا من تصور العلاقة بين رأس المال الفكري والميزة التنافسية على شكل نظام الذي يمكن المؤسسة من امتلاك رأس مال فكري استراتيجي متميز بمكوناته¹.
مما سبق ندرج الشكل الموالي الذي يعكس العلاقة بين رأس المال الفكري و الميزة التنافسية.

الشكل رقم (4 - 2): العلاقة بين رأس المال الفكري والميزة التنافسية



المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على مصطفى رجب علي شعبان،مرجع سابق، ص 83.

¹ مولاي مصطفى سارة، دور رأس المال الفكري في تعزيز الميزة التنافسية المستدامة وخلق القيمة في المؤسسة الاقتصادية، مرجع سابق، ص

المبحث الرابع : الدراسات السابقة والتعقيب عليها

يتناول هذا المبحث عرضاً لمراجعة بعض الدراسات السابقة ذات الصلة بموضع البحث التي تعتبر الركيزة الأساسية التي يقوم عليها ،وستتعرف لدراسات تناولت رأس المال الفكري، الميزة التنافسية أو كلاهما، وتعرض لها من حيث أهدافها والجوانب التي تناولتها الدراسة، وتحديد أهم النتائج التي توصلت إليها، وفيما يلي نتناول عرضاً لبعض الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة .

المطلب الأول : الدراسات التي تناولت رأس المال الفكري.

1 - دراسة (أثير عبد الأمير حسوني، 2008):¹

تهدف هذه الدراسة إلى التأكد من وجود العلاقة والأثر بين رأس المال الفكري بمكوناته الثلاث (البشري، الهيكلي، العلائقي) وبين الميزة التنافسية، بحيث اعتمد الباحث على استمارة استبانة وزعت على فريق الإدارة العليا في الشركة العامة للصناعات الميكانيكية، وتكونت من قسمين الأول ركز على رأس المال الفكري (الأسئلة من 1- 27) ، أما القسم الثاني ركز على الميزة التنافسية (الأسئلة من 28 - 39)، وقد تم الاعتماد على الوسائل الإحصائية التالية: معامل الارتباط البسيط، الوسط الحسابي، الانحراف المعياري، معامل الانحدار البسيط. وقد تم التوصل إلى النتائج التالية :

- الاهتمام الواضح والجيد من قبل إدارة الشركة بالموارد الغير ملموسة (رأس المال الفكري).
- أن للموارد الغير ملموسة أهمية كبيرة للمنظمة لأنها تجعلها قادرة على تحقيق الميزة التنافسية .
- وجود علاقة وأثر بين عناصر رأس المال الفكري وعناصر الميزة التنافسية في الشركة .

2 - دراسة (لطيف عبد الرضا عطية، 2008):²

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد أثر رأس المال الفكري في إدارة المعرفة لعينة من المصارف الحكومية في محافظة الديوانية، وقد تحددت مشكلة الدراسة في عدد من التساؤلات أهمها ما هي طبيعة العلاقة بين رأس المال الفكري وإدارة المعرفة، وهل أن المنظمات الحالية تمتلك رأس مال فكري تستطيع من خلاله الاستفادة من الخبرات المصرفية وتطبيقها. تكونت عينة الدراسة من مدراء ورؤساء الأقسام والشعب في عينة من المصارف الحكومية إلى جانب المقابلات الشخصية،

¹ أثير عبد الأمير حسوني، رأس المال الفكري والميزة التنافسية: العلاقة والأثر، دراسة ميدانية في الشركة العامة للصناعات الميكانيكية، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، العراق، 2008.

² لطيف عبد الرضا عطية، رأس المال الفكري وإدارة المعرفة: العلاقة والأثر، دراسة استطلاعية لأراء عينة من مدراء المصارف الحكومية في محافظة الديوانية، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، العراق، 2008.

وجمعت البيانات عن طريق استبيان مكون من جزأين، الجزء الأول مخصص لرأس المال الفكري والجزء الثاني خصص لإدارة المعرفة. وخلصت الدراسة إلى العديد من النتائج، أبرزها:

- أن هناك دور كبير للمصارف في توظيف خدمة الأنشطة لدعم دور المعرفة الظاهرية .
- أن إدارة المصارف تحرص على مساهمة العاملين في برامج متنوعة من التدريب لاكتسابهم مهارات معينة في مجال عملهم.
- أن هناك وجودا فعليا للمعرفة الضمنية لدى العاملين فضله عن وجود الدعم من قبل المصارف لهذا الاتجاه .

3 - دراسة (غسان فيصل عبده، 2009):¹

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل اثر رأس المال الفكري في تطبيق إدارة الجودة الشاملة في جامعة تكريت وقد تحددت مشكلة الدراسة في عدد من التساؤلات أهمها ما مدى العلاقة بين رأس المال الفكري والإمكانية تطبيق إدارة الجودة الشاملة، وهل يمتلك رأس المال الفكري تأثيرا ذو دلالة معنوية في إمكانية تطبيق إدارة الجودة الشاملة، وقد اعتمد الباحث على استمارة التي وزعت على جميع أفراد مجتمع الدراسة في جامعة تكريت والبالغ عددهم (72) موزعين على (14) كلية و(54) فرع وكانت نسبة الاستجابة (90%)، وقد تم الاعتماد على أساليب التحليل الإحصائي التالية: التكرارات والنسبة المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، معامل الارتباط البسيط والمتعدد، والانحدار المتعدد، وقد خلصت الدراسة إلى النتائج التالية:

- وجود علاقة بين أبعاد رأس المال الفكري مجتمعة (رأس المال البشري، رأس المال الهيكلي، رأس المال الزبائني، رأس المال الاجتماعي، رأس المال الثقافي) وإمكانية تطبيق إدارة الجودة الشاملة.
- كما توصلت الدراسة إلى وجود اثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد رأس المال الفكري في إمكانية تطبيق إدارة الجودة الشاملة.

4 - دراسة (سناء جواد كاظم، 2012):²

هدفت هذه الدراسة إلى تفحص طبيعة الدور الذي يلعبه رأس المال الفكري في اختيار استراتيجيات التغيير المناسبة في القطاع الحكومي لعينة من المصارف الحكومية، ولأجل ذلك صيغت فرضية رئيسة اهتمت بالتحقق من وجود أثر ذو دلالة إحصائية بين رأس المال الفكري والاستراتيجية العقلانية أولا ثم إستراتيجية التوعية الموجهة ثانيا ثم الإستراتيجية

¹ غسان فيصل عبده، أثر رأس المال الفكري في إمكانية تطبيق إدارة الجودة الشاملة، دراسة استطلاعية في جامعة تكريت، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية (تصدر عن كلية الإدارة والاقتصاد)، 2009.

² سناء جواد كاظم، دور رأس المال الفكري في اختيار استراتيجيات التغيير المناسبة دراسة استطلاعية لآراء مدراء عينة من المصارف الحكومية، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، (مجلة دورية علمية فصلية محكمة)، العراق، 2012 .

القسرية ثالثاً، وبقصد التأكد من صحة تلك الفرضيات استعملت الدراسة استمارة استبيان ضمت (54) فقرة تم توزيعها على (45) عضو من أعضاء الهيئة الإدارية للمصارف المبحوثة وبنسبة استجابة (100%)، باستعمال عدد من أساليب الإحصاء الوصفي ومعامل الارتباط واختبار (T) واختبار (F)، وقد خلصت الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها:

- وجود تأثير معنوي لأبعاد رأس المال الفكري (البشري، الهيكلي، الزبائني) مجتمعة في اختيار استراتيجيات التغيير المناسبة (الاستراتيجية العقلانية، وإستراتيجية التوعية الموجهة، والإستراتيجية القسرية) للقطاع الحكومي المصرفي في الديوانية .
- وجود علاقة ارتباط إيجابية بين رأس المال الفكري في اختيار استراتيجيات التغيير المناسبة .

5 - دراسة (ناهدة إسماعيل عبد الله الحمداني، وعلي أكرم عبد الله علي، 2010):¹

تناول البحث مدى تأثير رأس المال الفكري في إدارة أداء العاملين، وذلك من خلال التعرف على مدى توافر رأس المال الفكري بمكوناته (البشري والهيكلية، والعلائقية) لدى إدارات الأقسام العلمية وأثرها في إدارة أداء العاملين بأبعاده (تخطيط الأداء، تقويم الأداء، التغذية العكسية)، وقد اعتمد الباحث على استمارة الاستبيان التي وزعت على جميع أفراد مجتمع البحث باستعمال عدد من أساليب الإحصاء الوصفي ومعامل الارتباط واختبار (T) واختبار (F)، وقد خلصت الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها:

- وجود تأثير معنوي لرأس المال الفكري في إدارة أداء العاملين على المستوى الكلي.
- كما أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباط إحصائية موجبة ذات دلالة معنوية بين كل من متغيرات رأس المال الفكري وإدارة أداء العاملين وكانت هذه العلاقة متباينة حيث كانت أقوى العلاقات بين رأس المال الهيكلي وإدارة أداء العاملين وأقل العلاقات مع رأس المال البشري.
- كما تبين أنه يمكن أن تستثمر القيمة المكتسبة في ممارسات التدريب والتعويضات واعتماد إدارة أداء العاملين بهدف النهوض بمستوى أفراد العاملين.

¹ (ناهدة إسماعيل عبد الله الحمداني، وعلي أكرم عبد الله علي، رأس المال الفكري وأثره في إدارة أداء العاملين، دراسة تحليلية لآراء عينة من رؤساء الأقسام العلمية في جامعة الموصل، مجلة تنمية الرافدين، 2010 .

6 - دراسة (مصطفى رجب شعبان 2011):¹

تناولت هذه الدراسة رأس المال الفكري ودوره في تحقيق الميزة التنافسية لشركة الاتصالات الفلسطينية جوال، وذلك من خلال التعرف على مدى توافر متطلبات رأس المال الفكري بأبعاده الثلاث (البشري والميكلي والعلاقات) لدى شركة الاتصالات، ودراسة العلاقة بين توافر تلك المتطلبات وتحقيق الميزة التنافسية للشركة . وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

وجود علاقة إحصائية بين توافر متطلبات رأس المال الفكري لتحقيق الميزة التنافسية خاصة فيما يتعلق بمجال الجودة .

- كما أظهرت النتائج أن الشركة تمتلك مستوى مرتفع للميزة التنافسية .

- كما بينت أيضا أن رأس مال العلاقات يساهم بشكل أكبر في تحقيق الميزة التنافسية عن غيره من المكونات الأخرى .

ومن أهم ما أوصت به الدراسة هو ضرورة أن تتعامل إدارة الشركة مع رأس المال الفكري على أنه مورد رئيسي واستراتيجي من بين الموارد المختلفة التي تمتلكها الشركة، والحفاظ عليه وتطويره بشكل مستمر، والتأكيد على أهميته ودوره في نجاح الشركة وتحقيق الميزة التنافسية .

7 - دراسة (بلوناس وقذايفة، 2009):²

هدفت هذه الدراسة للإجابة على السؤال الرئيسي التالي : ما هو دور رأس المال الفكري و كيفية إدارته لتحقيق الميزة التنافسية للمنظمة ؟ و للإجابة على هذا السؤال ، قام الباحث باستعراض مفهوم رأس المال الفكري ومكوناته الأساسية وكيفية إدارته ودوره في تحقيق الميزة التنافسية للمنظمة . من جهة أخرى تعرّضت هذه الدراسة إلى مفهوم الميزة التنافسية بالنسبة للمنظمة، أنواعها، العوامل المؤثرة عليها والمحددات الأساسية لها، كما ركّزت الدراسة على كيفية إدارة رأس المال الفكري لتحقيق الميزة التنافسية لمنظمات الأعمال في بيئة متغيرة، وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها :

- إن رأس المال الفكري هو الركيزة الأساسية لبناء التقدم الاقتصادي بصفة عامة ونجاح المنظمات بصفة خاصة .

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

- الميزة التنافسية مفهوم مركب يتطلب فهم جوهره، والاقتناع بالإمكانيات التي يقدمها في مجال التنافس .
- استغلال الموارد والكفاءات بشكل جيد، والتوليف بينهما بطريقة فعالة أدى إلى إنشاء مزايا تنافسية .

¹ مصطفى رجب شعبان، رأس المال الفكري ودوره في تحقيق الميزة التنافسية، لشركة الاتصالات الخلوية الفلسطينية جوال، ماجستير إدارة أعمال، الجامعة الإسلامية، غزة، 2011 .

² بلوناس وقذايفة، دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية لمنظمات الأعمال، دراسة نظرية، 2009 .

المطلب الثاني: الدراسات التي تناولت الميزة التنافسية

1 - دراسة (إيمان عبد محمد 2013):¹

استهدفت الدراسة لإبراز علاقة الأبعاد الفرعية لإدارة المعرفة الاستراتيجية المتمثلة بكل من التعلم ورأس المال الفكري وأثرها في تحقيق الميزة التنافسية للمنظمات، وعلى وفق ذلك سعت الدراسة إلى تحديد شكل ومستوى علاقات الارتباط والتأثير بين المتغيرات المدروسة، سواء المستقل (أبعاد إدارة المعرفة الاستراتيجية) أم التابع (الميزة التنافسية)، ولتحقيق ذلك اعتمدت الدراسة استمارة الاستبيان بحيث تم توزيع (50) استمارة على المبحوثين في المركز الرئيس لشركة آسياسيل للاتصالات المتنقلة في مدينة الموصل واسترجعت منها (45) استمارة، وبعد تحليل البيانات تم تحليل مؤشرات الاختبار صحة الفرضيات، وقد خلصت الدراسة إلى النتائج التالية:

- أن إدارة المعرفة على نحو خاص وإدارة المعرفة الاستراتيجية إحدى الوسائل المتاحة أمام المنظمات في تحقيق الإبداع المؤدي إلى تحقيق الميزة التنافسية .

- إن ثبوت تأثير رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية يشير إلى تزايد الاهتمام بهذا البعد من قبل المنظمة المدروسة مما يسوغ سعيها للوصول إلى مستويات أداء أفضل الأمر الذي يستوجب منها التعامل مع الموجودات الفكرية والمعرفية بطرائق متميزة .

2 - دراسة (عبد الرحمان طاهر، ومحسن عروق، 2015):²

يهدف البحث الحالي على معرفة الدور الذي يلعبه تدريب الموارد البشرية في تعزيز الميزة التنافسية في الشركة العامة للصناعات الكهربائية، ولتحقيق هدف البحث قام الباحثان بتصميم استبانة شملت (18) فقرة لجمع البيانات من عينة البحث المكونة من (21) مبحوث، وفي ضوء ذلك تم جمع وتحليل البيانات واختبار الفرضيات باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS وتم استخدام العديد من الأساليب الإحصائية لتحقيق هدف البحث منها الوسط الحسابي والانحراف المعياري، ومعامل الارتباط والانحدار الخطي البسيط، وبعد تحليل بيانات البحث وفرضياته تم التوصل إلى النتائج التالية:

- هناك دور كبير للتدريب في تحسين أداء العاملين الذي بدوره يسهم في تعزيز الميزة التنافسية للمنظمة .

- وجود علاقة ارتباط قوية بين المتغير المستقل (تدريب الموارد البشرية) والمتغير التابع (الميزة التنافسية) .

¹ إيمان عبد محمد، علاقة إدارة المعرفة الاستراتيجية وأثرها في الميزة التنافسية، دراسة استطلاعية في شركة آسياسيل للاتصالات في الموصل، مجلة بحوث المستقبلية كلية الحداثة الجامعة، 2013.

² عبد الرحمان طاهر، ومحسن عروق، دور تدريب الموارد البشرية في تعزيز الميزة التنافسية، بحث تطبيقي في الشركة العامة للصناعات الكهربائية، مجلة الكوت للعلوم الاقتصادية والإدارية، 2015 .

- أن الاستثمار المكثف للتدريب في القوى البشرية واختيار برامج تلائم طبيعة عمل العاملين يفيد في تعزيز الميزة التنافسية.

3 - دراسة (إبراهيم بوزيان، يوسف بوخلخال 2011):¹

هدفت هذه الدراسة إلى محاولة التعريف بإدارة رأس المال الفكري وتوضيح مختلف العوامل المؤثرة في الميزة التنافسية وتفسير علاقة الارتباط بين رأس المال الفكري والميزة التنافسية للمؤسسة وتوصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج نذكر منها:

- أن إدارة رأس المال الفكري هو الركيزة الأساسية لبناء التقدم الاقتصادي بصفة عامة ونجاح المؤسسات بصفة خاصة .

- أن القرارات المتعلقة برأس المال الفكري هي قرارات إستراتيجية لأنها وسيلة أو أداة لتحقيق أهداف المؤسسة .

- أن إدارة الأصول المعرفية هي أداة قوية للإدارة .

4 - دراسة (الهام محمد عليوي 2016):²

يهدف البحث الحالي على إيجاد السبل الكفيلة بالارتقاء بعمليات إدارة المعرفة عبر مكوناتها (الاكتساب، الخزن، التقاسم والتوزيع، التطبيق) في دعم وتعزيز الميزة التنافسية عبر مكوناتها (الكلفة، الجودة، الإبداع، المرونة)، وتتلخص مشكلة البحث الأساسية بالتعرف على مدى اهتمام المصارف المبحوثة بعمليات إدارة المعرفة وتسخيرها في تحقيق الميزة التنافسية بين المصارف الخاصة، ولغرض معالجة مشكلة البحث وتحقيق هدفه صيغت فرضية رئيسية مفادها أن عمليات إدارة المعرفة تؤثر وتعزز الميزة التنافسية، وقد خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- أن جميع متغيرات عمليات إدارة المعرفة قد عززت من الميزة التنافسية وأبعادها .

- أن التغيير الإيجابي في عمليات إدارة المعرفة الذي حدث في المصارف المبحوثة قد عكس في إحداث تغيير جدي في الميزة التنافسية .

- وجود علاقة وأثر لعمليات إدارة المعرفة في تعزيز الميزة التنافسية .

¹ إبراهيم بوزيان، يوسف بوخلخال، رأس المال الفكري ودوره في تحقيق الميزة التنافسية في منظمات الأعمال، مداخلة ضمن المنتدى الدولي حول رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في الاقتصاديات الحديثة يومي 13 - 14 ديسمبر، الشلف، 2011 .

² الهام محمد عليوي، تحقيق الميزة التنافسية في إطار إدارة المعرفة، دراسة استطلاعية على عدد من المصارف العراقية الخاصة، مجلة الدنانير كلية الدجلة، 2016 .

5- دراسة (أحمد خليل الحسيني، كامل شكير الوطيفي، 2013):¹

يهدف البحث الحالي للتعرف على ماهية إدارة الجودة وأهميتها في مجال تحسين الجودة الشاملة وإيجاد مميزات تنافسية لهذه الشركات واعتمد هذا البحث على وجود علاقة تأثير بين تطبيق هذه المبادئ وتحقيق الميزة التنافسية، وقد اعتمد الباحثان على استمارة استبانة التي وزعت على جميع أفراد مجتمع الدراسة، وباستخدام البرنامج الإحصائي spss وقد خلصت الدراسة إلى النتائج التالية :

- أن التطبيق السليم لمستلزمات إدارة الجودة الشاملة يمكن المنظمة من تحقيق مزايا تنافسية .
- وجود علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين تطبيق إدارة الجودة الشاملة والميزة التنافسية .

6- دراسة (شوقي ناجي جواد وآخرون، 2012):²

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر تطبيق تكنولوجيا المعلومات على تحسين الميزة التنافسية في الشركات المساهمة العامة، وشملت عينة الدراسة (177) مديرا يعملون في الشركة المذكورة، وقد اعتمد الباحثون عددا من الأساليب الإحصائية من البرنامج الإحصائي spss لاختبار الفرضيات. وخلصت الدراسة إلى عدد من النتائج كان أهمها :

- وجود أثر لتبني وامتلاك تكنولوجيا المعلومات ذات مرتكزات تكنولوجية متقدمة (العناصر البرمجية، وقواعد البيانات المشتركة، وفرق الدعم الفني والتقني، وشبكات الاتصال، وكفاءة النظم ومهارة استخدامها، وتكاملية النظام) على تحسين الميزة التنافسية .

7- دراسة (هدى جبار كاظم وصباح عبد الوهاب 2013):³

هدفت هذه الدراسة إلى بيان العلاقة بين التكاليف البيئية وتكاليف الجودة في الوحدة الاقتصادية وأثرها في تحقيق الميزة التنافسية ، وقد اعتمد الباحثان على استمارة استبيان التي قسمت إلى جزأين الأول تناول مدى تطبيق محاور الدراسة في الشركة (تكاليف البيئية، المحاسبة البيئية، الإدارة البيئية، الإيزو، تكاليف الجودة، الميزة التنافسية) والثاني يتمثل في الجانب

¹ أحمد خليل الحسيني، كامل شكير الوطيفي، إدارة الجودة الشاملة وأثرها في تحقيق الميزة التنافسية، دراسة ميدانية في مصنع الحافن الطبية في بابل، مجلة جامعة بابل للعلوم الإنسانية، العراق، 2013 .

² شوقي ناجي جواد وآخرون، أثر تطبيق تكنولوجيا المعلومات على تحسين الميزة التنافسية في الشركات المساهمة العامة، مجلة الإدارة والاقتصاد جامعة عمان الأردنية، 2012 .

³ هدى جبار كاظم وصباح عبد الوهاب، تأثير التكاليف البيئية وتكاليف الجودة في تحقيق بعض أبعاد الميزة التنافسية ، مجلة التقني، الكلية التقنية الإدارية بغداد، 2013.

التحليلي لمحاو الاستبانة الثلاث، وقد شملت عينة البحث الشركة العامة للصناعة النسيجية، الشركة العامة للصناعات الصوفية، الشركة العامة للصناعات القطنية، وخلصت الدراسة إلى النتائج التالية:

- أن هناك أثر للعلاقة بين التكاليف البيئية وتكاليف الجودة في تكوين الميزة التنافسية لكل شركة على حدى وبشكل إجمالي حسب الأساليب الإحصائية .

- أن الميزة التنافسية هي الكيفية التي تستطيع بها الوحدة أن تتميز بها على منافسيها وتحقيق لنفسها التميز والتفوق عليهم، وبالتالي فهي تتبع بشكل أساسي من القيمة أو الإشباع الذي تستطيع الوحدة أو المنتج أن يقدمه للزبائن بسعر أقل من سعر منافسيه أو تقديم منافع متميزة أو فريدة من نوعها .

المطلب الثالث : التعقيب على الدراسات السابقة

بعد استعراض الدراسات السابقة لاحظنا أنها أوفت العرض النظري لكل ما يخص المتغيرين الأول والثاني، بحيث شكلت سندا ودعما قويا ل طرحنا النظري وتوجهنا المنهجي وخاصة أنها تنسجم لدرجة كبيرة مع ما أوردناه من مفاهيم في الخلفية النظرية لموضوع الدراسة، وأن أغلب هذه الدراسات تطرقت للعلاقة بين المتغيرين رأس المال الفكري و الميزة التنافسية ولكن ليس بشكل مباشر، وهو ما يعني بأن الرؤية التي تم التوصل إليها من خلال الاطلاع على الأدبيات ذات الصلة بالموضوع سواء التي تعلق برأس المال الفكري أو التي خصت الميزة التنافسية تقترب كثيرا مع ما جاءت به هذه الدراسات . كما نجد أن الدراسة الحالية تتفق مع الدراسة النظرية المتعلقة برأس المال الفكري والميزة التنافسية في تقسيم رأس المال الفكري إلى مكوناته الثلاث رغم تنوع واختلاف التسميات على أنها رأس المال البشري والهيكلية والعلائقي (رأس مال العملاء) كدراسة (إبراهيم بورنان ويوسف بوخلخال، بلوناس وقدايفة) التي بينت المفاهيم المختلفة لرأس المال الفكري وكذا الميزة التنافسية وأن استغلال الموارد والكفاءات بشكل جيد، والتوليف بينهما بطريقة فعالة أدى إلى إنشاء مزايا تنافسية، أما بالنسبة للجانب العملي (التطبيقي) فكانت معظم النتائج تصب في وجود دور حاسم لرأس المال الفكري في زيادة قدرة المنظمة على الإبداع وأثره البالغ في دعم الميزة التنافسية للمنظمات وهذا ما أكدت عليه دراسة (أثير عبد الأمير حسوني، مصطفى رجب شعبان) والتي تتوافق مع الدراسة الحالية .

وقد خلصت معظم الدراسات التي تناولت رأس المال الفكري صعوبة قياس رأس المال الفكري ولم تتطرق إلى أي من أساليب قياسه، رغم أهميته في دعم القدرات التنافسية للمنظمة، بحيث ركزت دراسة (لطيف عبد الرضا عطية) على أهمية الموارد البشرية وما تمتلكه من مهارات ومعارف وقدرات واعتبرت أن العنصر البشري وما يمتلكه من معرفة هو عنصر التميز للمؤسسة وتتفق الدراسة الحالية مع هذا التوجه باعتبار المورد البشري مصدرا أساسيا للميزة التنافسية ، أما بخصوص دراسة (ناهدة إسماعيل عبد الله الحمداني، وعلي أكرم عبد الله علي) فقد اهتمت بتوصيات مطابقة

لدراسة الحالية بأن تهتم المنظمات المستهدفة برأس المال الفكري لديها وبالأخص برأس المال البشري عن طريق كفاءة أداء العاملين والعمل بروح الفريق والمشاركة بالنسبة للأفراد ذوي القدرة والكفاءة وكذا تبني نظام معلومات ذا كفاءة وبالتالي تبني مهارات وخبرات عالية لتحقيق ميزة تنافسية .

أما بالنسبة للدراسات التي تناولت موضوع الميزة التنافسية فقد كان هناك شبه تطابق للأبعاد المعتمدة التي تم الإشارة إليها في موضوع محل الدراسة كدراسة (إيمان عبد محمد، الهام محمد عليوي) من تكلفة وجودة وإبداع ومرونة، بحيث خلصت الدراسة إلى الدور الذي تلعبه إدارة المعرفة لدعم الميزة التنافسية مما يسوغ سعي المنظمات للوصول إلى مستويات أداء أفضل الأمر الذي يستوجب منها التعامل مع الموجودات الفكرية والمعرفية بطرائق متميزة، أما دراسة (عبد الرحمان طاهر، ومحسن عروق) فتتفق مع الدراسة الحالية من خلال الدور الذي يلعبه المورد البشري في دعم الميزة التنافسية القوى البشرية واختيار برامج تلائم طبيعة عمل العاملين يفيد في تعزيز الميزة التنافسية واهتمت بتوصيات مطابقة لأبعاد الدراسة بحيث أن القوى البشرية واختيار برامج تلائم طبيعة عمل العاملين يفيد في تعزيز الميزة التنافسية وتحقيق مستويات أداء أعلى، كما أن لتكنولوجيا المعلومات وكفاءة النظم أثر لامتلاك المؤسسة ميزة تنافسية وهذا ما أشارت إليه دراسة (شوقي ناجي جواد)، أما بخصوص دراسة (هدى جبار كاظم وصباح عبد الوهاب) فهي تتطابق مع ما توصلت إليه الدراسة الحالية بحيث تبين نتائج الدراسة أن الميزة التنافسية هي عنصر تفوق المؤسسة على منافسيها فهي تتبع بشكل أساسي من القيمة أو الإشباع الذي تستطيع الوحدة أو المنتج أن يقدمه للزبائن بسعر أقل من سعر منافسيه أو تقديم منافع متميزة أو فريدة من نوعها وهذا ما تم التوصل إليه في الجانب النظري للدراسة الحالية .

ويمكن إجمال النقاط التي اختلفت فيها الدراسات السابقة عن الدراسة الحالية :

- أن معظم الدراسات السابقة تركزت في منظمات القطاع العام، بينما الدراسة الحالية على القطاع الخاص .
- تحاول هذه الدراسة ربط أثر رأس المال الفكري بمتغير هام يمكن من خلاله الوصول للنجاح وهو الميزة التنافسية، وما يميز هذه الدراسة الحالية هو الدراسة الميدانية حيث لم تتناول الدراسات السابقة التي بين أيدينا مؤسسة الورود للعطور - الوادي -
- تختلف الدراسة الحالية عن سابقتها من حيث أهدافها ومنطلقاتها بحيث تنوعت الاتجاهات البحثية للدراسات السابقة، والتي هدفت إلى قياس التأثير والعلاقة بين رأس المال الفكري وتحقيق أو تعزيز الميزة التنافسية بأبعاد مختلفة وبالنسبة لدراستنا الحالية فهي تتناول مفهوم رأس المال الفكري بأبعاده الثلاثة البشري والهيكلية والعلائقية ودراسة أثرها في دعم الميزة التنافسية من خلال (التكلفة والمنتج والإبداع) وتطبيق تلك الدراسة النظرية على شركة الورود للعطور .

خلاصة الفصل :

حاولنا من خلال هذا الفصل الإلمام ببحوثات النظرية للموضوع وتطرقنا للمفاهيم المتعلقة برأس المال الفكري، تطوره التاريخي، أهميته ومكوناته وطرق قياسه. بالإضافة إلى التطرق للمفاهيم المتعلقة بالميزة التنافسية ، محدداتها أنواعها ومصادرها وأهم استراتيجياتها ، بالإضافة إلى تحديد الأثر والعلاقة بين رأس المال الفكري والميزة التنافسية .

كما تم الاعتماد في دراستنا على بعض الدراسات السابقة التي لها صلة بالموضوع والتعقيب عليها، في حين خلصت هذه الدراسات السابقة إلى نتائج معظمها تلح بضرورة الاهتمام برأس المال الفكري باعتباره أصبح يعد موردا ومثلا حقيقيا للقدرة على المنافسة ومعيار لتحقيق أهداف المؤسسة ودعم الميزة التنافسية، وهذا ما سنتطرق إليه في الفصل الثالث من خلال دراستنا لحالة مؤسسة الورود للعطور - الوادي - .



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

République Algérienne Démocratique et Populaire

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique

جامعة محمد خيضر - بسكرة -

كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير

قسم علوم التسيير



الموضوع

أثر رأس المال الفكري في دعم الميزة التنافسية
دراسة حالة مؤسسة الورود للعطور - الوادي -

مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم التسيير

فرع : تسيير المنظمات

تخصص : الإدارة الاستراتيجية

الأستاذ المشرف:

إعداد الطلبة:

اليمن فالتة

سعاد طلحة

...../Master-GE/GO-GSO/2018	رقم التسجيل:
.....	تاريخ الإيداع

الموسم الجامعي : 2018/2017

علوم التسيير

قائمة المراجع

الملاحق

الخاتمة

مقدمة

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر وعرفان

الحمد لله حمدا كثيرا كما ينبغي لجلال وجهه وعظيم سلطانه

الحمد لله الذي وفقني لإنهاء هذا العمل المتواضع لا يسعني في هذا إلا أن

أتقدم بشكري الخاص إلى كل من

ساعدني في إنجاز هذه المذكرة من قريب أو بعيد وأخص بالذكر الأستاذ

المشرف

فالتة اليمين

الذي كان له الفضل الكبير بتوجيهاته ونصائحه ومتابعته لكل أجزاء هذه المذكرة

كما أتقدم بالشكر الأساسية الأفاضل أعضاء لجنة المناقشة

على تكريمهم قبول وقراءة ومناقشة هذه المذكرة

وإلى كل أساتذة قسم علوم التسيير

وإلى كل من وجهني وشجعني وساعدني ولو بكلمة طيبة

أشكركم جميعا وجزاكم الله خيرا .

فهرس المحتويات

	البسملة
	آية قرآنية
	الإهداء
	شكر وعرهان
	ملخص
	Abstract
	فهرس المحتويات
	قائمة الأشكال
	قائمة الجداول
أ - ب	مقدمة
الفصل الأول: الإطار العام للدراسة	
2	تمهيد
3	المبحث الأول: إشكالية الدراسة وتساؤلاتها
3	المطلب الأول: إشكالية الدراسة
3	المطلب الثاني: تساؤلات الدراسة
3	المبحث الثاني: فرضيات ونموذج الدراسة
4	المطلب الأول: فرضيات الدراسة
4	المطلب الثاني: نموذج الدراسة
6	المبحث الثالث: أهمية وأهداف الدراسة
6	المطلب الأول: أهمية الدراسة
7	المطلب الثاني: أهداف الدراسة
8	خلاصة الفصل
الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة	
10	تمهيد
11	المبحث الأول: الميزة التنافسية
11	المطلب الأول: ماهية الميزة التنافسية
14	المطلب الثاني: أنواع ومصادر الميزة التنافسية
18	المطلب الثالث: أبعاد الميزة التنافسية ومعايير الحكم على جودتها

20	المطلب الرابع: محددات الميزة التنافسية واستراتيجياتها والعوامل المؤثرة على إنشائها
25	المبحث الثاني: رأس المال الفكري
25	المطلب الأول: ماهية رأس المال الفكري
32	المطلب الثاني: مكونات رأس المال الفكري
38	المطلب الثالث: أدوار رأس المال الفكري ونماذج قياسه
41	المبحث الثالث: علاقة رأس المال الفكري بالميزة التنافسية
42	المطلب الأول: أثر رأس المال البشري في دعم الميزة التنافسية
43	المطلب الثاني: أثر رأس المال الهيكلي في دعم الميزة التنافسية
43	المطلب الثالث: أثر رأس المال العلائقي في دعم الميزة التنافسية
46	المبحث الرابع: الدراسات السابقة والتعقيب عليها
46	المطلب الأول: الدراسات التي تناولت رأس المال الفكري
49	المطلب الثاني: الدراسات التي تناولت الميزة التنافسية
53	المطلب الثالث: التعقيب على الدراسات السابقة
55	خلاصة الفصل
الفصل الثالث: الإطار المنهجي للدراسة	
57	تمهيد
58	المبحث الأول: سياق الدراسة
58	المطلب الأول: عرض وتقديم المؤسسة
64	المطلب الثاني: مجتمع وعينة الدراسة
68	المبحث الثاني: الإجراءات المنهجية للدراسة
68	المطلب الأول: منهج وحدود الدراسة وطرق المعالجة الإحصائية
70	المطلب الثاني: أداة الدراسة
72	المبحث الثالث: عرض وتحليل نتائج الدراسة
72	المطلب الأول: عرض النتائج والإجابة عن أسئلة الدراسة
82	المطلب الثاني: تحليل النتائج واختبار فرضيات الدراسة
86	خلاصة الفصل
87	الخاتمة العامة
93	قائمة المراجع
99	الملاحق

قائمة الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
5	نموذج الدراسة	(1 . 1)
21	دورة حياة الميزة التنافسية	(2 . 1)
24	العوامل المؤثرة على إنشاء الميزة التنافسية	(2 . 2)
34	مكونات رأس المال الفكري	(2 . 3)
45	العلاقة بين رأس المال الفكري والميزة التنافسية	(2 . 4)
59	مجموعة الورود بالوادي	(3 . 1)
61	الهيكل التنظيمي لمؤسسة الورود للعبور بالوادي	(3 . 2)
65	التمثيل البياني لعينة الدراسة حسب نوع الجنس	(3 . 3)
66	التمثيل البياني لعينة الدراسة حسب العمر	(3 . 4)
67	التمثيل البياني لعينة الدراسة حسب المستوى الدراسي	(3 . 5)
67	التمثيل البياني لعينة الدراسة حسب الخبرة المهنية	(3 . 6)
68	التمثيل البياني لعينة الدراسة حسب الأقدمية في العمل	(3 . 7)

قائمة الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
29	المقارنة بين رأس المال الفكري ورأس المال المادي	(2 . 1)
32	مكونات رأس المال الفكري لعدد من الباحثين	(2 . 2)
64	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المتغيرات الشخصية والوظيفية	(3 . 1)
72	معاملات الصدق والثبات	(3 . 2)
73	الحدود الدنيا والعليا لمقياس ليكرت السباعي	(3 . 3)
74	إجابات مفردات عينة عن فقرات رأس المال البشري	(3 . 4)
74	إجابات مفردات عينة عن فقرات رأس المال الهيكلية	(3 . 5)
75	إجابات مفردات عينة عن رأس المال العلائقي	(3 . 6)
76	تحليل اتجاهات آراء رأس المال الفكري ككل	(3 . 7)
78	إجابات مفردات عينة عن فقرات ميزة التكلفة	(3 . 8)
79	إجابات مفردات عينة عن ميزة المنتج	(3 . 9)
80	إجابات مفردات عينة عن ميزة الإبداع	(3 . 10)
81	تحليل اتجاهات آراء الميزة التنافسية ككل	(3 . 11)
82	القدرة التفسيرية للنموذج	(3 . 12)
83	ANOVA ^a	(3 . 13)
83	Coefficients ^a	(3 . 14)
84	تحليل الانحدار البسيط لاختبار قوة أثر رأس المال البشري على الميزة التنافسية	(3 . 15)
85	تحليل الانحدار البسيط لاختبار قوة أثر رأس المال الهيكلية على الميزة التنافسية	(3 . 16)
85	تحليل الانحدار البسيط لاختبار قوة أثر رأس المال العلائقي على الميزة التنافسية	(3 . 17)

قائمة المراجع:

المراجع بالعربية

أولاً: الكتب

- 1 - أبو بكر محمد محمود ، إدارة الموارد البشرية مدخل تحقيق الميزة التنافسية ، الدار الجامعية ، 2008 .
- 2 - السويسي عز الدين علي ، نعمة عباس الخفاجي ، الميزة التنافسية وفق منظور استراتيجيات التغيير التنظيمي ، دار الأيام للنشر والتوزيع ، عمان ، 2014 .
- 3 - الجنابي أكرم سالم ، إدارة المعرفة في بناء الكفايات الجوهرية ، الوراق للنشر والتوزيع ، ط1 ، مصر ، 2013 .
- 4 - العنزي سعد علي ، أحمد علي صالح ، إدارة رأس المال الفكري في منظمات الأعمال ، اليازوري للنشر والتوزيع ، عمان ، 2009 .
- 5 - الغول رشا ، المحاسبة عن رأس المال الفكري ، مكتبة الوفاء القانونية للنشر ، الإسكندرية ، 2014 .
- 6 - عبد الستار العلي وآخرون ، المدخل إلى إدارة المعرفة ، دار المسيرة للنشر والتوزيع ، عمان .
- 7 - الفاعوري رفعت عبد الحليم ، أثر إدارة المعرفة في أداء المنظمات ، المنظمة العربية للتنمية الإدارية للنشر ، مصر ، 2014 .
- 8 - راوية حسن ، مدخل استراتيجي لتخطيط وتنمية الموارد البشرية ، الدار الجامعية ، الإسكندرية ، مصر ، 2005 .
- 9 - حفيان عبد الوهاب ، دور إدارة الموارد البشرية في تحقيق الميزة التنافسية في المنظمات ، دار الأيام للنشر والتوزيع ، عمان .
- 10 - سيد محمد جاد الرب ، إدارة الإبداع والتميز التنافسي ، جامعة قناة السويس للنشر ، 2013 .
- 11 - شماسنة إياد ، الإدارة الدقيقة والقدرة التنافسية للموارد البشرية ، دار فضاءات للنشر والتوزيع ، ط1 ، عمان .
- 12 - همشري عمر أحمد ، إدارة المعرفة الطريق إلى التميز والريادة ، دار صفاء للنشر والتوزيع ، عمان ، 2013 .
- 13 - هاني محمد السعيد ، رأس المال الفكري انطلاقة إدارية معاصرة ، دار السحاب للنشر والتوزيع ، القاهرة ، 2008 .
- 14 - غالب سعد ياسين ، إدارة المعرفة: المفاهيم النظم ، التقنيات ، دار المناهج للنشر والتوزيع ، عمان ، 2007 .
- 15 - مجاني بديس ، طبول ريمة ، تأثير الموارد البشرية و الميزة التنافسية في البنوك الجزائرية ، ألفا للوثائق للنشر ، الجزائر ، 2017 .
- 16 - نبيل مرسي خليل ، الميزة التنافسية في مجال الأعمال ، مركز الإسكندرية للكتاب ، 1998 .

17- نجيب مروان محمد، دور المزيج التسويقي السياحي في تحقيق الميزة التنافسية، دار شتات للنشر والبرمجيات، مصر، 2011.

18- نجم عبود نجم، إدارة اللا ملموسات إدارة ما لا يقاس، اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2010.

19- نجم عبود نجم، إدارة المعرفة المفاهيم والاستراتيجيات والعمليات، الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2007.

ثانيا: رسائل الجامعة والأطروحات

20 - بريش فايزة، دور الكفاءات المحورية في تدعيم الميزة التنافسية، مذكرة ماجستير، تخصص تسويق، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة سعد دحلب، البليدة، 2005.

21 - بوشناف عمار، الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية مصادرها تنميتها وتطويرها، رسالة ماجستير (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2002.

22 - حيمر مريم، دور إستراتيجيتي الإعلان والتنوع في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة، ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2013.

23 - دحماني عزيز، مساهمة الإنفاق على رأس المال الفكري في أداء المؤسسة الصناعية، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2015.

24 - رحمون رزيقة، مساهمة رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية، رسالة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2016.

25 - رجب شعبان مصطفى، رأس المال الفكري ودوره في تحقيق الميزة التنافسية لشركة الاتصالات الخلوية الفلسطينية جوال، ماجستير إدارة أعمال، الجامعة الإسلامية، غزة، 2011.

26 - صلح سماح، دور تسيير الكفاءات في بناء الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2008.

27 - فرحات سميرة، دور التقدم التقني في تحقيق الميزة التنافسية في المؤسسة الصناعية، دراسة حالة قطاع الأدوية مؤسسة صيدال، ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2012.

28 - فرحاتي لويذة، دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية في ظل اقتصاد المعرفة، رسالة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة.

29 - كساب مروى محمد الدعجة، تحليل العلاقة بين رأس المال البشري وتطبيقات الجودة الشاملة وأثرها على الأداء التنافسي، رسالة ماجستير، كلية الإدارة والأعمال أ جامعة الشرق الأوسط، 2013.

30 يوسف مريم، أثر رأس المال الفكري على جودة التعليم العالي، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2016.

ثالثا: ملتقيات والدوريات (المجلات)

31 - الحمداني ناهدة إسماعيل عبد الله، علي أكرم عبد الله علي، رأس المال الفكري وأثره في إدارة أداء العاملين مجلة تنمية الرافدين، كلية الإدارة والاقتصاد جامعة الموصل، العدد 98، المجلد 32، العراق، 2010.

- 32 - المعاضدي معن وعد الله، إسهامات نظرية الاستراتيجية القائمة على الموارد في تحقيق الميزة التنافسية، مجلة بحوث مستقبلية، العدد الخامس عشر، مركز الدراسات مستقبلية، كلية الحداثة الجامعة .
- 33 - المصاروه محمد سلامه يوسف، إستراتيجية التصنيع حسب الطلب وأثرها في تحقيق الميزة التنافسية، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية للجامعة، العدد 49، 2016 .
- 34 - الوطيفي كامل شكير ،شفاء تركي النافعي، تقويم ومراجعة رأس المال الفكري في المنظمات المتعلمة، مجلة كلية الإدارة والاقتصاد للدراسات الاقتصادية والإدارية والمالية، المجلد 08، العدد 04، جامعة بابل، العراق، 2016 .
- 35 - الشكرجي بشار ذنون، مصعب صالح محمود، قياس رأس المال الفكري وأثره في ربحية المصارف، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، جامعة تكريت ،المجلد 06، العدد، 2010 .
- 36 - السيد بدوي عبد الحميد عفاف، رؤية إستراتيجية لرأس المال الفكري ودوره في تحقيق الميزة التنافسية، بحوث أوراق عمل مؤتمر رأس المال الفكري العربي نحو رؤية إستراتيجية جديدة للاستثمار والتطوير، بالتعاون مع معهد الإدارة العامة والمنظمة العربية للتنمية الإدارية ،عمان ، 2013 .
- 37 - أيت مختار عمر، حمدي عمر، طرق ونماذج قياس رأس المال الفكري ،مداخلة مقدمة ضمن الملتقى الدولي الخامس حول رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في ظل اقتصاديات الحديثة، يومي 13 و14 ديسمبر، جامعة الشلف، 2011 .
- 38 - بوزيان إبراهيم ، يوسف بوخلخال، رأس المال الفكري كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية مستدامة، مداخلة ضمن الملتقى الدولي: رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في الاقتصاديات الحديثة، يومي 13 و14 ديسمبر 2011 .
- 39 - بوشعور حريري، صليحة فلاق، رأس المال الفكري ودوره في دعم الميزة التنافسية، الملتقى الدولي الخامس حول رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في ظل الاقتصاديات الحديثة، يومي 13 و14 ديسمبر، الشلف، 2011 .
- 40- بلوناس عبد الله، تبة سمية، رأس المال الفكري مدخل معاصر لتحقيق الميزة التنافسية لمنظمات الأعمال، بحوث لأوراق عمل مؤتمر رأس المال الفكري العربي، بالتعاون مع معهد الإدارة العامة والمنظمة العربية للتنمية الإدارية، عمان، 2013 .
- 41- بن صوشة رياض، خريف نادية، أهمية إدارة رأس المال الفكري بالمؤسسة الوطنية للجيوفيزياء ،مداخلة مقدمة إلى الملتقى الدولي الخامس حول رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في الاقتصاديات الحديثة، يومي 13 و14 ديسمبر، جامعة الشلف، 2011 .
- 42- حسوني أثير عبد الأمير، رأس المال الفكري والميزة التنافسية العلاقة والأثر،دراسة ميدانية في الشركة العامة للصناعات الميكانيكية، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، العراق، 2008.

- 43 - جذوع مخلد حمزة، رأس المال الفكري وانعكاسه على عوائد الاستثمار بحث تطبيقي على عينة من المصارف المدرجة أسهمها للتداول في سوق العراق للأوراق المالية، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، العدد92، المجلد 22، جامعة بغداد، 2016.
- 44 - جبار كاظم هدى، صباح عبد الوهاب، تأثير التكاليف البيئية وتكاليف الجودة في تحقيق بعض أبعاد الميزة التنافسية، مجلة التقني، المجلد 26، العدد الرابع، 2013 .
- 45 - جواد كاظم سناء، دور رأس المال الفكري في اختيار استراتيجيات التغيير المناسبة، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، جامعة القادسية، المجلد 15، العدد03، العراق، 2013.
- 46 - محمد زبير، شوقي جدي، الاستثمار في رأس المال الفكري كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية، مداخلة مقدمة إلى الملتقى الدولي الخامس حول رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في ظل الاقتصاديات الحديثة، يومي 13 و14 ديسمبر، جامعة الشلف، 2011 .
- 47 - سراج وهيبة، ستي عبد الحميد، أساليب وسياسات الاستثمار في رأس المال الفكري، الملتقى الدولي الخامس حول رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في ظل الاقتصاديات الحديثة، يومي 13 و14 ديسمبر، جامعة الشلف، 2011 .
- 48 - سملاي يحضيه، التسيير الاستراتيجي لرأس المال الفكري والميزة التنافسية المستدامة للمؤسسة الاقتصادية مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد السادس، 2004 .
- 49 - صالح رضا إبراهيم، رأس المال الفكري ودوره في تحقيق الميزة التنافسية للمنظمات، بحث مقدم إلى المؤتمر الدولي للتنمية الإدارية: نحو أداء متميز في القطاع الحكومي، معهد الإدارة، المملكة العربية السعودية، 1 - 4 نوفمبر 2009.
- 50- عبد الرحمان طاهر، محسن عروق وآخرون، دور تدريب الموارد البشرية في تعزيز الميزة التنافسية، مجلة الكوت للعلوم الاقتصادية والإدارية، تصدر عن كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة واسط، العدد20، 2015.
- 51 - طرشي محمد، تقرورت محمد، أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تعزيز الميزة التنافسية في منظمات الأعمال، ملتقى دولي حول رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في ظل الاقتصاديات الحديثة، يومي 13-14 ديسمبر، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، 2011.
- 52 - عبده غسان فيصل، أثر رأس المال الفكري في إمكانية تطبيق إدارة الجودة الشاملة، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، جامعة تكريت، المجلد 05، العدد 15، 2009 .
- 53 - عبد محمد إيمان، علاقة إدارة المعرفة الاستراتيجية وأثرها في الميزة التنافسية، مجلة بحوث المستقبلية، كلية حذباء الجامعة، مركز الدراسات المستقبلية، المجلد 41، 2013.
- 54 - عبد الكريم مهدي آمنة، دور بعض الممارسات التنظيمية في بناء رأس المال الفكري بحث استطلاعي في ديوان الرقابة المالية، مجلة كلية المأمون الجامعة، العدد28، 2016.

- 55 - أثير عبد الأمير حسوني، رأس المال الفكري والميزة التنافسية: العلاقة والأثر، دراسة ميدانية في الشركة العامة للصناعات الميكانيكية، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد 10، العدد الأول، العراق، 2008.
- 56 - عبد الرضا عطية لطيف، رأس المال الفكري وإدارة المعرفة، العلاقة والأثر، مقال منشورة في مجلة جامعة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد 10، العدد 03، جامعة القادسية، العراق .
- 57 - عليوي إلهام محمد، تحقيق الميزة التنافسية في إطار عمليات إدارة المعرفة، دراسة استطلاعية على عدد من المصارف العراقية الخاصة، مجلة الدنانير، العدد التاسع، كلية دجلة، 2016 .
- 58 - علي الفضل مؤيد محمد، العلاقة بين رأس المال الفكري وخلق القيمة، دراسة ميدانية على الصناعة المصرفية في دول الخليج، مقال منشور في مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد 11، العدد 03، العراق، 2009.
- 59 - فلاق محمد، جنات بوقجاني، تطوير أنموذج لقياس أثر رأس المال الفكري على كفاءة الأداء في منظمات الأعمال، ملتقى دولي حول رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في الاقتصاديات الحديثة، يومي 13 و14 ديسمبر، جامعة الشلف، 2011 .
- 60 - مرزق سعد، يونس مصطفي، دور إبداع رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية مستدامة، ملتقى دولي حول رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في الاقتصاديات الحديثة، يومي 13 و14 ديسمبر، جامعة الشلف، 2011 .
- 61 - مولاي مصطفى سارة، دور رأس المال الفكري في تعزيز الميزة التنافسية المستدامة وخلق القيمة في المؤسسة الاقتصادية، المجلة الجزائرية للاقتصاد والمالية، العدد 05، الجزائر، أفريل 2016 .
- 62 - ميسر إبراهيم أحمد، معن وعد الله المعاضدي، أثر عمليات إدارة رأس المال المعرفي في تحقيق ميزة تنافسية لمنظمات الأعمال، المؤتمر العلمي الدولي السنوي السادس، الجودة الشاملة في ظل إدارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات الأردن، 27 و26 أفريل، 2006.
- 63 - فاضل نبي عثمان، مداخل قياس رأس المال الفكري محاسيبا، مجلة بحوث المستقبلية مركز الدراسات المستقبلية كلية الحدباء الجامعة، العدد 27، 2009 .
- 64 - فلاح الزهرة، نوي الحاج، استراتيجيات وخطوات تأهيل رأس المال الفكري، ملتقى الدولي الخامس حول رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في ظل الاقتصاديات الحديثة، يومي 13 و14 ديسمبر، جامعة حسبية بن بوعلي، الشلف، 2011 .
- 65 - هداش محمد جمال، العمل المصرفي الإلكتروني ودوره في تعزيز الميزة التنافسية للمصارف، مجلة جامعة كركوك للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد 7، العدد الأول، 2017.
- المراجع الأجنبية:

- 1- Michel porter , **l'avantage concurrentiel** , inter édition , paris , 1986 .
- 2- lynch Richard , **corporate strategy** , 2nd edition ,prentice . hall Inc. , new jersey , 2002.

3 – Michel porter, **l'avantage concurrentiel des nation** , enter édition ,
paris ,1993.

قائمة الملاحق

الصفحة	العنوان	الرقم
100	استبانة الدراسة	01

تشهد منظمات الأعمال اليوم منافسة شديدة بسبب تلاحق الابتكارات و الإبداعات، و تحولات جذرية نتج عنها تزايد انفتاح الأسواق و تطور تكنولوجيا المعلومات و الاتصال و شدة المنافسة، لتدخل المؤسسة بذلك مرحلة اقتصاد المعارف حتمت عليها الرفع من قدراتها التنافسية. لذلك تبذل المؤسسات الراغبة في البقاء والديمومة والوصول إلى التميز جهودا كبيرة في البحث والتنقيب عن المصادر الحقيقية والأساسية للميزة التنافسية، والتي هي في الحقيقة متنوعة ومتعددة ليبقى أهمها المورد البشري هذا الذي يعد الثروة والرأس المال الحقيقي للمؤسسة لامتلاكه القدرة على الإبداع والابتكار، حيث أصبح ما يسمى رأس المال الفكري أحد المتغيرات المعاصرة التي تسهم في تحقيق البقاء، مما يحفز على إنتاج أفكار جديدة أو تطوير أفكار قديمة.

وبذلك لقد أدركت الشركات العالمية في ظل تحولات البيئة التنافسية أن العامل الإنتاجي الوحيد الذي يمكن ان يوفر لها ميزة تنافسية هو رأس مالها الفكري الذي يتمثل في القدرات المتميزة التي تتواجد لدى الموارد البشرية، والأصول الهيكلية المرتبطة بالهيكل التنظيمية والإجراءات، ورأس المال الزبوني المتمثل في العلاقات بين المنظمة وعملائها، باعتبار رأس المال الفكري الأصل غير الملموس الذي يكسب المنظمة ميزة تمكنها من التميز والتفرد عن الآخرين، ذو المعرفة و المهارات العالية القادر على الإبداع.

ونتيجة لذلك ونظرا لصعوبة احتكار المعلومات و التكنولوجيا المتقدمة فإن المنظمات اليوم وفي ظل البيئة التنافسية أصبحت تسعى إلى كسب ميزة تنافسية تمكنها من التميز والتفرد عن الآخرين، وذلك من خلال إضافة قيمة للزبون و استغلال طاقة الفكرية و العقلية للأفراد، فرأس المال الفكري يلعب دورا هاما في جعل الأصول الغير مادية ميزة تنافسية من خلال تدعيم الإمكانيات و طاقات التي تمتلكها، الكفاءات البشرية بما فيها من معرفة ومهارات وقدرات تؤهلها للإبداع، والتي تمثل المصدر الجديد لدعم الميزة التنافسية. بمعنى آخر أن أهمية رأس المال الفكري تكمن في قدرته على تحقيق الميزة التنافسية.

وانطلاقا مما سبق جاءت هذه الدراسة لمحاولة الكشف عن الأطر التي من شأنها المساهمة في تعزيز هذه المفاهيم وإيضاح أهمية تبنيتها وخاصة من طرف المنظمات المحلية، كما هدفت هذه الدراسة إلى معرفة أثر رأس المال الفكري في دعم الميزة التنافسية دراسة حالة مؤسسة "الورود للطور الوادي"، حيث تم تناول هذه الدراسة في ثلاث فصول، اشتمل الفصل الأول الإطار العام للدراسة والذي تم التطرق فيه إلى إشكالية الدراسة وتساؤلاتها ونموذجها بالإضافة إلى الكشف عن أهمية الدراسة وأهدافها، أما الفصل الثاني فكان التركيز فيه على الجوانب النظرية لمتغيرات الدراسة وبعض الدراسات



مقدمة

الميدانية التي تناولت هذه المتغيرات، أما الفصل الأخير فتم تناول الإطار المنهجي للدراسة بغية الكشف عن المنهج المتبع وعرض مختلف الأساليب المعتمدة من الناحية العملية لتحقيق أغراض الدراسة، بالإضافة إلى أنه تضمن عرض وتحليل النتائج التي توصلت لها هذه الدراسة .

ملخص:

تناولت هذه الدراسة أثر رأس المال الفكري في دعم الميزة التنافسية بمؤسسة الورود للطور - الوادي -، وذلك من خلال التعرف على مدى توافر متطلبات رأس المال الفكري بأبعاده الثلاث (البشري والهيكلية والعلائقية) لدى المؤسسة، ودراسة العلاقة بين توافر تلك المتطلبات ودعم الميزة التنافسية، ولتوضيح العلاقة بين متغيري الدراسة تم استخدام الاستبانة لجمع البيانات وقد وزعت على عينة حجمها 40 فردا، واسترد منها 34 استبانة، كما تم استخدام برنامج الإحصائي SPSS في التحليل الإحصائي للبيانات .

ومن النتائج المتوصل إليها في ضوء هذه الدراسة أن هناك أثر لرأس المال الفكري بأبعاده المختلفة (رأس المال البشري، رأس المال الهيكلية، رأس المال العلائقية) في دعم الميزة التنافسية، وأن لرأس المال العلائقية التأثير الأكبر في دعم الميزة التنافسية مقارنة برأس المال البشري والهيكلية.

ومن بين التوصيات التي توصلنا إليها: ضرورة التعامل مع رأس المال الفكري على أنه مورد رئيسي واستراتيجي من بين الموارد المختلفة التي تمتلكها المؤسسة، بالإضافة إلى ضرورة إدراك المؤسسة أن امتلاكها لرأس مال بشري متميز يسهم بشكل كبير في دعم الميزة التنافسية .

Abstract:

The study examined the impact of intellectual capital in supporting the competitive advantage of the Rose Valley Perfumery Corporation by identifying the availability of intellectual capital requirements in its three dimensions (human, structural and relational) at the institution, studying the relationship between the availability of these requirements and supporting competitive advantage. Relationship between the two variables The questionnaire was used to collect the data. It was distributed to a sample of 40 individuals, 34 questionnaires were retrieved, and the statistical data spss was used.

One of the findings of this study is that there is an impact of intellectual capital in its various dimensions (human capital, structural capital, relational capital) in supporting competitive advantage, and that relative capital has the greatest influence in supporting competitive advantage compared to human and structural capital.

Among the recommendations we have reached is the need to deal with intellectual capital as a major and strategic resource among the various resources owned by the institution, in addition to the need for the institution to realize that its possession of distinctive human capital contributes greatly to support the competitive advantage

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

الخط الكوفي: الخط الكوفي
والخط العثماني
والخط المغربي
والخط النسخي

الفصل الثاني: الأطار النظري للدراسة