



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم علوم التسيير

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي
ميدان العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم علوم التسيير
تخصص إدارة أعمال

دور رأس المال الفكري في دعم الميزة التنافسية

دراسة ميدانية لعينة من المؤسسات الاقتصادية بولاية الوادي

تحت إشراف

د/ إبراهيم وصيف غدير إبراهيم

إعداد الطلبة

*/ غيلاني سفيان

*/ حمادي صهيب

*/ بن عمارة نوفل

نوقشت بتاريخ 07 جوان 2023

أمام اللجنة المكونة من السادة:

رئيسا

جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي

الدكتور / الباي محمد

مشرفا

جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي

الدكتور / إبراهيم وصيف غدير إبراهيم

ممتحنا

جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي

الدكتور / سامر زلاسي

السنة الجامعية: 2023/2022



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم علوم التسيير

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي
ميدان العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم علوم التسيير
تخصص إدارة أعمال

دور رأس المال الفكري في دعم الميزة التنافسية

دراسة ميدانية لعينة من المؤسسات الاقتصادية بولاية الوادي

تحت إشراف
د/ إبراهيم وصيف غدير إبراهيم

إعداد الطلبة
*/ غيلاني سفيان
*/ حمادي صهيب
*/ بن عمارة نوفل

نوقشت بتاريخ 07 جوان 2023
أمام اللجنة المكونة من السادة:

رئيسا

مشرفا

ممتحنا

جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي

جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي

جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي

الدكتور / الباي محمد

الدكتور / إبراهيم وصيف غدير إبراهيم

الدكتور / سامر زلاسي

السنة الجامعية: 2023/2022

شكر وتقدير

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

قال الله تعالى: "ربي أوزعني أن أشكر نعمتك التي أنعمت علي وعلى والدي وأن أعمل صالحا ترضاه وأدخلني برحمتك في عبادك الصالحين"

الآية 19 سورة النمل.

بعد الشاء والحمد لله الذي وفقنا لإعداد هذه المذكرة، لا يسعنا إلا أن نتقدم بجزيل الشكر وعظيم الامتنان وخالص تقدير إلى الأستاذ المشرف "إبراهيم وصيف غدير إبراهيم" الذي تحمل عناء الإشراف بالتوجيه النصائح القيمة خلال انجاز هذا العمل المتواضع.

كما نتقدم بالشكر إلى جميع العاملين والمسيرين بالمؤسسات الاقتصادية موضوع دراستنا بالوادي الذين لم ييخلوا علينا بالمعلومات.

كما نتقدم بالشكر والعرفان إلى كل من ساعدنا في إتمام هذا من قريب أو بعيد

كما لا ننسى كل أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي والى جميع طلبة إدارة أعمال.

وفي الأخير نرجو من الله تعالى أن يجعله من صالح الأعمال التي ينفع بها الأجيال القادمة.

الإهداء

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على خاتم الأنبياء والمرسلين
اهدي هذا العمل إلى:

من ربتي وأنارت دربي وأعانتني بالصلوات والدعاء، إلى أعلى إنسان
في هذا الوجود أُمي الحبيبة.

إلى من عمل وكد في سبيلي وعلمني معنى الكفاح وأوصلني إلى ما أنا
عليه أبي الغالي.

إلى أخواتي أحباب قلبي وروحي

إلى سندي ومصدر انسي في الحياة إخواني الأعزاء

إلى نصفي الثاني وسندي في الحياة زوجتي الغالية

إلى نور فؤادي ابني مُحَمَّد مازن و أحمد مؤيد

إلى كل من كتبهم قلبي ولم يكتبهم قلبي

إلى كافة الأهل والأقارب والأحباب وكل من ساعدني في هذا العمل
من قريب أو من بعيد

سفيان

الإهداء

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، فالق الإصباح وجاعل الليل والنهار، ثم الصلاة والسلام على سيدنا
نُجْد المختار وعلى آله وأصحابه الأطهار.
إذا رزقت بفرحة فابدأ بها مع والديك.
إلى من أرضعتني لبن الحنان، وسقتني ماء الحياة، إلى من تطيب أيامي بقربها، ويسعد قلبي بهنائها.
أقول فيك ما قال الشاعر أمه:

كم ليل سهرت في مرضي تبكي وتنادي رباه
طفلي وحببي ياربي املاً بالصحة دنياه
أمي الحبيبة حفظها الله.

إلى من كان لي سنداً طوال الحياة، ولم يبخل علي يوماً في منحي
ما أحتاج إليه والدي الكريم حفظه الله.
إلى من ترعرت معهم ونما غصني بينهم، إخوتي وأخواتي وإلى كل أبنائهم.
إلى من ساعدتني في الدراسة ابنت أختي الغالية: أحلام.
إلى من تعب معي في إنجاز هذا البحث ابن أختي الغالي: نُجْد فاتح.
إلى كل الأهل والأقارب من قريب أو بعيد.
إلى من صبروا معي وقاسموني هذا العمل زملائي: سفيان، نوفل.
إلى من أثار لي الطريق في سبيل تحصيل ولو قدر بسيط من المعرفة.
إلى أعز وأعلى من جمعتني بهم الأيام أصدقائي الأوفياء.
إلى كل هؤلاء وبأسمى معاني الحب والوفاء أهدي هذا العمل.

الإهداء

إلى من قال فيهما عز وجل (وَقُلْ رَبِّ اِرْحَمْهُمَا كَمَا رَبَّيَانِي صَغِيرًا)

إلى نبع الحنان وسر الوجدان إلى من تعبت من أجل رعايتي

إلى تلك الشمعة التي تحترق لتضيء لي طريقي إلى أُمي الغالية

إلى من تحدى الصعاب إلى من تعب وشقى في تعليمي حتى الوصول

إلى هذا المستوى أبي العزيز

إلى كل الأقرباء والأحباء

إلى زملائي كل باسمه إلى كل أساتذتي

إلى كل من تحمله ذاكرتي ولا تحمله مذكرتي

الملخص:

تخلص مذكرة الدراسة إلى مدى أهمية الدور الذي يلعبه رأس المال الفكري بأبعاده الثلاث (البشري، الهيكلي، العلائقي)، والذي يمثل إحدى العوامل الرئيسية لدعم وتعزيز الميزة التنافسية بأبعادها الخمس (الجودة، الكفاءة، المرونة، التسليم، الابداع)، ويتم ذلك من خلال الاستثمار الجيد في كل ما يخص المعرفة من خلال البحث والتطوير والابتكار، لأن المعرفة اليوم هي مفتاح النجاح والتفوق وبها تستطيع المؤسسة التميز عن غيرها، ومن أجل الوصول إلى صحة هذا الكلام قمنا بدراسة ميدانية لعينة من المؤسسات تؤكد صدق ما قلناه، أي أنه توجد علاقة طردية بين رأس المال الفكري والميزة التنافسية، أي كلما زاد الاهتمام برأس المال الفكري زاد تحقيق التميز، وكلما نقص الاهتمام برأس المال الفكري نقص التميز، بمعنى أن لرأس المال الفكري فعلا دور في دعم الميزة التنافسية، وتم الوصول إلى ذلك اعتمادا على الاستبيان الذي كان أداة الدراسة، وتم توزيعه على عينة من المؤسسات الاقتصادية بولاية الوادي، ومن ثم تفرغته على برنامج احصائي (Spss) نسخة 20 وبرنامج (Minitab) نسخة 19، والذي من خلالهما نستطيع تحويل معطيات الاستبيان إلى أرقام وأشكال تعطينا نتائج ملموسة ، تبين مدى تطبيق كل مؤسسة لرأس المال الفكري الذي يستطيع بدوره الوصول إلى ميزة تنافسية ودعمها والمحافظة عليها.

ومن خلال هذه الدراسة توصلنا إلى مجموعة من النتائج نذكر منها:

المؤسسات الاقتصادية الجزائرية تعمل في بيئة شبه مستقرة لمختلف القطاعات الصناعية، التجارية والخدمية، لما أظهرته من نمطية في التعامل تجاه مصادر الميزة التنافسية.

عوامل التميز بالمؤسسات الاقتصادية الجزائرية تحظى بالدعم المقبول عموما من مقومات رأس المال الفكري

الاطارات العاملة بالمؤسسات الاقتصادية الجزائرية بمختلف قطاعات النشاط ومستوياتها الوظيفية لا تستغل توظيف رأس المال العلائقي في خدمة المؤسسة

الكلمات المفتاحية: رأس المال الفكري – الميزة التنافسية.

Summary:

The study note concludes with the importance of the role played by intellectual capital in its three dimensions (human, structural, and relational), which represents one of the main factors to support and enhance competitive advantage in its five dimensions (quality, efficiency, flexibility, delivery, creativity), and this is done through investment Good in everything related to knowledge through research, development and innovation, because knowledge today is the key to success and excellence, and with it the institution can distinguish from others, and in order to reach the validity of this statement, we conducted a field study of a sample of institutions that confirms the truth of what we said, that is, there is a direct relationship between Intellectual capital and competitive advantage, that is, the greater the interest in intellectual capital, the greater the achievement of excellence, and the less interest in intellectual capital, the nullification of excellence, in the sense that intellectual capital actually has a role in supporting the competitive advantage, and this was reached depending on the questionnaire that was the study tool, It was distributed to a sample of economic institutions in the wilaya of El-Oued, and then dumped into a statistical program (Spss) version 20 and the program (Minitab) version 19, through which we can convert the questionnaire data into numbers and forms that give us tangible results, showing the extent to which each institution applies intellectual capital Which in turn can reach, support and maintain a competitive advantage.

Through this study, we reached a set of results, including:

Algerian economic institutions operate in a semi-stable environment for the various industrial, commercial and service sectors, due to the typicality they have shown in dealing with the sources of competitive advantage.

The factors of distinction in Algerian economic institutions enjoy generally accepted support from the elements of intellectual capital.

Executives working in Algerian economic institutions in various sectors of activity and their functional levels do not exploit the employment of relational capital in the service of the enterprise.

Keywords: intellectual capital - competitive advantage -

الفهرس

الصفحة	الموضوع
	إهداء
	شكر وتقدير
	الملخص
I-IV	فهرس المحتويات
V-VI	فهرس الجداول
VII	فهرس الأشكال
VIII	فهرس الملاحق
أ - د	مقدمة
	الفصل الأول: الأدبيات النظرية والتطبيقية لرأس المال الفكري والميزة التنافسية
06	تمهيد
07	المبحث الأول: الأدبيات النظرية لرأس المال الفكري والميزة التنافسية
07	المطلب الأول: الإطار النظري لرأس المال الفكري
07	الفرع الأول: التطور التاريخي ومفهوم رأس المال الفكري
07	أولاً: التطور التاريخي لرأس المال الفكري
09	ثانياً: مفهوم رأس المال الفكري
11	ثالثاً: خصائص رأس المال الفكري
11	الفرع الثاني: مكونات رأس المال الفكري
14	أولاً: مفهوم رأس المال البشري
15	ثانياً: مفهوم رأس المال الهيكلي
15	ثالثاً: مفهوم رأس المال العلائقي
17	الفرع الثالث: أهمية رأس المال الفكري

18	المطلب الثاني: مفاهيم أساسية حول الميزة التنافسية
18	الفرع الأول: مفهوم الميزة التنافسية ومراحل تطورها
18	أولاً: مفهوم الميزة التنافسية
20	ثانياً: مراحل تطور الميزة التنافسية
23	الفرع الثاني: مصادر وأنواع الميزة التنافسية
23	أولاً: مصادر الميزة التنافسية
26	ثانياً: أنواع الميزة التنافسية
28	الفرع الثالث: أبعاد الميزة التنافسية
31	المبحث الثاني: الأدبيات التطبيقية لرأس المال الفكري والميزة التنافسية
31	المطلب الأول: الدراسات المحلية
33	المطلب الثاني: الدراسات العربية والأجنبية
33	أولاً: الدراسات العربية
35	ثانياً: الدراسات الأجنبية
37	المطلب الثالث: التعليق على الدراسات السابقة
38	خلاصة الفصل الأول
	الفصل الثاني: الدراسة الميدانية
40	تمهيد:
41	المبحث الأول: منهجية الدراسة والأدوات المستخدمة
41	المطلب الأول: منهجية الدراسة
41	الفرع الأول: المنهج المستخدم
41	الفرع الثاني: متغيرات الدراسة
41	المطلب الثاني: أدوات التحليل
41	الفرع الأول: استمارة الاستبيان
42	أولاً: البيانات الشخصية

43	ثانيا: بعد رأس المال الفكري
43	ثالثا: بعد الميزة التنافسية
45	الفرع الثاني: الأساليب الإحصائية
45	أولا: المتوسط الحسابي
45	ثانيا: الانحراف المعياري
45	ثالثا: معامل ارتباط بيرسون
45	رابعا: معامل ارتباط الرتب (سبيرمان)
46	خامسا: خرائط الرقابة الاحصائية على المتوسطات
47	المبحث الثاني: تحليل نتائج الدراسة واختبار الفرضيات
47	المطلب الأول: توزيع أفراد العينة حسب المتغيرات
47	أولا: توزيع أفراد العينة حسب متغير المؤسسة
48	ثانيا: توزيع أفراد العينة حسب الجنس
49	ثالثا: توزيع أفراد العينة حسب السن
51	رابعا: توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي
52	خامسا: توزيع أفراد العينة حسب متغير المركز الوظيفي
53	سادسا: توزيع أفراد العينة حسب متغير سنوات الأقدمية
54	المطلب الثاني: تحليل نتائج الاستبيان ودراسة العلاقة بين المتغيرين
54	الفرع الأول: تحليل نتائج الاستبيان
54	أولا: قياس اتجاه مفردات العينة نحو تقييم متغيرات الدراسة
55	ثانيا: قياس اتجاه العينة نحو تقييم رأس المال الفكري والميزة التنافسية
63	الفرع الثاني: دراسة العلاقة بين رأس المال الفكري والميزة التنافسية
65	المطلب الثالث: أثر الخصائص الديموغرافية على متغيرات الدراسة
65	أولا: أثر الخصائص الديموغرافية على رأس المال الفكري
76	ثانيا: أثر الخصائص الديموغرافية على الميزة التنافسية

92	خلاصة الفصل
94	خاتمة
97	قائمة المصادر والمراجع
102	الملاحق

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
12	مكونات رأس المال الفكري من وجهة نظر الباحثين	1-1
18	تعريف الميزة التنافسية من وجهة نظر بعض الباحثين	2-1
21	مراحل تطور الميزة التنافسية	3-1
29	عناصر تحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر بعض الكتاب	4-1
42	توزيع عدد الاستثمارات	1-2
47	توزيع العينة وفق مؤسسة الانتماء	2-2
48	توزيع العينة حسب متغير الجنس	3-2
50	توزيع العينة حسب متغير السن	4-2
51	توزيع العينة حسب متغير المستوى التعليمي	5-2
52	توزيع العينة حسب متغير المركز الوظيفي	6-2
53	توزيع العينة حسب متغير سنوات الأقدمية	7-2
54	درجات مقياس ليكارت الخماسي	8-2
55	الحدود الدنيا والعليا لمقياس ليكارت	9-2
55	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات البعد الجزئي لرأس المال البشري	10-2
56	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات البعد الجزئي لرأس المال الهيكلي	11-2
57	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات البعد الجزئي لرأس المال العلائقي	12-2
57	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لبعد رأس المال الفكري	13-2
58	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات البعد الجزئي الجودة	14-2
59	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات البعد الجزئي الكفاءة	15-2
60	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات البعد الجزئي المرونة	16-2

61	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات البعد الجزئي التسليم	17-2
62	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات البعد الجزئي الابداع	18-2
62	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لبعد الميزة التنافسية	19-2
63	معاملات الارتباط لسبيرمان بين أبعاد رأس المال الفكري والميزة التنافسية	20-2
66	اختبار الفروق في تقييم رأس المال البشري وفقا للخصائص الديموغرافية	21-2
70	اختبار الفروق في تقييم رأس المال الميكلي وفقا للخصائص الديموغرافية	22-2
73	اختبار الفروق في تقييم رأس المال العلائقي وفقا للخصائص الديموغرافية	23-2
75	اختبار الفروق في تقييم رأس المال الفكري وفقا للخصائص الديموغرافية	24-2
77	اختبار الفروق في تقييم بعد الجودة وفقا للخصائص الديموغرافية	25-2
80	اختبار الفروق في تقييم بعد الكفاءة وفقا للخصائص الديموغرافية	26-2
82	اختبار الفروق في تقييم بعد المرونة وفقا للخصائص الديموغرافية	27-2
84	اختبار الفروق في تقييم بعد التسليم وفقا للخصائص الديموغرافية	28-2
88	اختبار الفروق في تقييم بعد الابداع وفقا للخصائص الديموغرافية	29-2
90	اختبار الفروق في تقييم متغير الميزة التنافسية وفقا للخصائص الديموغرافية	30-2

فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
14	مكونات رأس المال الفكري	1-1
16	التصنيف المقترح لمكونات رأس المال الفكري	2-1
24	بعض مصادر الميزة التنافسية	3-1
48	توزيع العينة وفق مؤسسة الانتماء	1-2
49	توزيع العينة وفق الجنس	2-2
50	توزيع العينة وفق متغير السن	3-2
51	توزيع العينة وفق المستوى التعليمي	4-2
52	توزيع العينة وفق متغير المركز الوظيفي	5-2
53	توزيع العينة وفق متغير الأقدمية	6-2
68	خريطة الرقابة الاحصائية لمتوسط تقييم رأس المال البشري على أساس قطاع النشاط	7-2
71	خريطة الرقابة الاحصائية لمتوسط تقييم راس المال الهيكلي على أساس المستوى الوظيفي	8-2
86	خريطة الرقابة الاحصائية لمتوسط تقييم بعد التسليم على أساس قطاع النشاط	9-2

فهرس الملحق

رقم الملحق	عنوان الملحق
01	استبيان الدراسة
02	مخرجات برنامج Spss نسخة 2020
03	مخرجات برنامج Minitab نسخة 2019

مقدمة

في ظل الانفتاح الذي نشهده اليوم، ومع وجود الكثير من التغيرات والتطورات الحاصلة في العالم وبشكل متسارع، حتى أصبحت المؤسسات والمنظمات في حيرة وسط سوق شرسة تشهد الكثير من الابتكارات والاختراعات، حتى وصل ما إن يحصل ابتكار اليوم تجد بالغد ابتكار آخر أكثر منه تطوراً وأهمية، وبالتالي يجعل الابتكار الذي قبله قد ضعف ولا يمكن المنافسة به، لذا كان لزاماً على المؤسسات والمنظمات الاهتمام برأس مالها الفكري الذي أصبح أهم ثروة تمتلكها المؤسسات الآن وبه لا تستطيع المقاومة والمواصلة، ومع كثرة المنتجات وتطورها يوماً بعد يوم يجعل العميل يبحث عن من يلبي حاجياته ورغباته بجودة عالية وسعر جيد وفي وقت قصير، ولوصول المؤسسة لهاته الميزة التنافسية التي تستهدف العميل قبل غيرها، لا بد لها من توفر مالكي المعارف والخبرات والذين لهم فاعلية في نجاح المؤسسة وسيطرتها على السوق.

وبما أن رأس المال الفكري أساسي للمنظمات ومصدر مهم يشكل الميزة التنافسية، وجب عليها الحفاظ عليه والقيام بتنميته بشتى الوسائل والطرق، وتحسين أدائها وزيادة إنتاجها والعمل على تخفيض تكاليفها، حتى يتسنى لها التفوق على منافسيها في السوق، فالاستثمار في رأس المال الفكري هو مفتاح تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة ودعمها مع الإمكانية من تطويرها والمحافظة عليها والتأقلم والتكيف مع الوضع الموجود في السوق، وذلك من أجل تحقيق أهدافها المرجوة والتي تطمح إليها.

✓ إشكالية الدراسة:

من خلال ما سبق يمكننا أن نطرح الاشكالية التالية:

" ما دور رأس المال الفكري في تعزيز تنافسية المؤسسات الاقتصادية؟ "

وبناء على الاشكالية الرئيسية يمكن طرح الاشكاليات الفرعية التالية:

- 1- ما مستوى مقومات رأس المال الفكري بالمؤسسات الاقتصادية الجزائرية؟
- 2- ما درجة المستوى التنافسي للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية؟
- 3- ما علاقة رأس المال الفكري بالميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية؟
- 4- ما أثر الخصائص الديموغرافية على أبعاد رأس المال الفكري؟
- 5- ما أثر الخصائص الديموغرافية على أبعاد الميزة التنافسية؟

وللإجابة عن إشكاليات البحث نضع الفرضيات التالية:

- 1- تتوافر المقومات الأساسية لرأس المال الفكري بشكل مقبول بالمؤسسات الاقتصادية الجزائرية.

- 2- المستوى التنافسي للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية يقيم بدرجة دون المتوسط من خلال استطلاع الاطارات العاملة بها.
- 3- هناك علاقات ذات دلالة بين مقومات رأس المال الفكري وأبعاد الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية.
- 4- هناك فروقات دالة احصائيا في مقومات رأس المال الفكري أساسها اختلاف البيانات الديموغرافية للعينة المدروسة.
- 5- هناك فروقات دالة احصائيا في تقييم أبعاد التنافسية أساسها اختلاف البيانات الديموغرافية للعينة المدروسة.

أهمية البحث

- توضيح العلاقة بين رأس المال الفكري ومدى دوره الفعال في دعم الميزة التنافسية؛
- يعتبر موضوع رأس المال الفكري من أهم الموضوعات الشائكة اليوم والذي يعطي إضافة للمؤسسة وتقوية نطاقها في السوق؛
- توسيع دائرة البحث العلمي لدى الباحثين وتسهيل الضوء على نقاط القوة التي يمتلكها رأس المال الفكري اليوم والتركيز عليها؛
- حث المؤسسات والمنظمات على إعطاء أهمية للأصول الغير الملموسة التي لا تقل أهمية عن أصولها المادية.

✓ أهداف الدراسة

- إظهار مختلف جوانب رأس المال الفكري، نظرا لتأثيره المباشر داخل المؤسسة؛
- التعرف على طبيعة العلاقة بين رأس المال الفكري والميزة التنافسية في المؤسسات التي تمت الدراسة فيها؛
- إبراز دور رأس المال الفكري ومكوناته وحث المؤسسات التي محل دراستنا التركيز عليه؛
- الوقوف على مدى أهمية وكفاءة رأس المال الفكري الذي به يصنع التميز؛
- تذكير المؤسسات بقوة مالكي المعارف والخبرات، وجعلهم محل اهتمامها.

✓ حدود الدراسة

- الحدود الموضوعية: ركزت الدراسة على الرأس المال الفكري بأبعاده (البشري، الهيكلي، العلائقي) في دعم الميزة التنافسية من خلالها أبعادها والمتمثلة في (الجودة، الكفاءة، المرونة، التسليم، الإبداع).

- الحدود المكانية: تم إجراء الدراسة لبعض من المؤسسات الاقتصادية (التجارية، الصناعية، الخدمية) وذلك بولاية الوادي.

- الحدود الزمنية: تمت الدراسة في الفترة الممتدة من 2023/03/18 إلى غاية 2023/04/22.

- الحدود البشرية: لم تختصر الدراسة على عمال مؤسسة واحدة، بل تمت على العديد من العمال لبعض من المؤسسات الاقتصادية بولاية الوادي والذين شملتهم الدراسة.

✓ صعوبات الدراسة

- ظروف العمل التي ضيقت لنا مجال البحث أكثر؛

- وجود بعض المشاكل في توزيع الاستبيانات مع بعض المؤسسات؛

- كثرة المؤسسات التي تمت فيها الدراسة كانت سببا في صعوبة الحصول على الإجابات في وقت قصير.

✓ دوافع الدراسة

- اعتبار الموضوع من صلب دراسة طالب إدارة الأعمال؛

- اعتبار الموضوع ركيزة هامة في وقتنا الحالي؛

- محاولة دعم الباحثين وإثراء المكتبة الجزائرية بالمراجع؛

- أهمية الموضوع خاصة في عصر الابتكارات والتطورات التي نعيشها.

✓ المنهج المتبع

لقد تم الاعتماد على المنهج الوصفي والتحليلي، وذلك كونه مناسب لموضوع البحث الذي قمنا بدراسته، فالوصفي كان في جمع المعلومات النظرية وتوضيح بعض المفاهيم، أما التحليلي فكان في تحليل دراسة الحالة التي تم إسقاطها في الموضوع.

✓ محتويات الدراسة

تضمن موضوع الدراسة على فصلين، وهذا من أجل محاولة التعرف على أهم النقاط النظرية ودعمها بدراسة حالة توضح أهمية الموضوع، وقسم على الشكل التالي:

- **الفصل الأول:** الأدبيات النظرية والتطبيقية لرأس المال الفكري والميزة التنافسية، وقد قسمنا هذا الفصل إلى

مبحثين، تطرقنا في المبحث الأول إلى الأدبيات النظرية لرأس المال الفكري والميزة التنافسية، أما المبحث الثاني فكان

حول الأدبيات التطبيقية لرأس المال الفكري والميزة التنافسية.

- الفصل الثاني: دراسة ميدانية خصصت لعينة من المؤسسات الاقتصادية بولاية الوادي وتم تقسيمه إلى مبحثين، حيث تطرقنا في المبحث الأول إلى منهجية الدراسة والأدوات المستخدمة، أما المبحث الثاني فكان حول تحليل نتائج الدراسة واختبار الفرضيات.

الفصل الأول:

الأدبيات النظرية والتطبيقية

لرأس المال الفكري والميزة

التنافسية

تمهيد:

في ظل ما نشاهده اليوم من تطور سريع في التكنولوجيا والمتزايد يوما بعد يوم، أصبح الاهتمام بالمعرفة أمر لا مفر منه بالنسبة للمؤسسات التي تبحث عن النجاح والتفوق والانفراد في التميز، لذا لا بد للمؤسسات أن تعطي أهمية قصوى لأصحاب المعارف، لأن الرأس المال الحقيقي اليوم هو الرأس المال الفكري لا الرأس المال المادي، لأن المعرفة نستطيع تكوين الأموال وتضخيم الثروة والحصول على التميز، ولأن الاستثمار في الرأس المال الفكري يجلب الابداع والابتكار الذي يعطي قيمة مضافة للمؤسسة، تجعلها قادرة على البقاء في السوق، مع تضيق حدة المنافسة.

كما أن الوصول إلى ميزة تنافسية هو أهم هدف تسعى إليه المؤسسات في وقتنا الحالي، لأن السوق يعرف كل يوم الجديد، وبالتالي ليس بالسهل للمؤسسة أن تحصل على هاته الميزة وسط سوق ممتلئة بالمنافسين الذين يملكون ما يملكون من المعارف والخبرات وتطوير أنفسهم بواسطة الابتكارات الجديدة التي تمتاز بها منتجاتهم، والتي تقضي على الابتكارات القديمة التي تتآكل ولم تعد قادرة على الصمود، لذا أصبح الوصول إلى ميزة تنافسية ليس خيار أمام المؤسسات، بل أصبح ضرورة ملحة وحتمية، وللحصول عليها يجب تطوير أصحاب المعارف والعمل على تأهيلهم بشتى الوسائل والطرق، لأنهم هم رأس مال المؤسسة الذي يقودهم إلى النجاح وصنع التميز والاستمرار في المقدمة.

لهذا تم تقسيم هذا الفصل إلى مبحثين اثنين تناولنا فيهما ما يلي:

المبحث الأول: الأدبيات النظرية لرأس المال الفكري والميزة التنافسية.

المبحث الثاني: الأدبيات التطبيقية لرأس المال الفكري والميزة التنافسية.

المبحث الأول: الأدبيات النظرية لرأس المال الفكري والميزة التنافسية

إن الثروة الحقيقية اليوم هم أصحاب المعارف، ومن لهم القدرة على صنع التميز، وليس بما تملك من رقم أعمال، لأنه توجد مؤسسات بدأت صغيرة وعن طريق ابتكاراتها أصبحت تنافس كبرى المؤسسات، والتي كانت سبب في انهيار بعض المؤسسات التي لا تبني موضوع الابتكار، لذا نقول، لا توجد ميزة مع عدم وجود رأس مال فكري، ولا قيمة للمؤسسة دون هؤلاء.

المطلب الأول: الإطار النظري لرأس المال الفكري

جاء مفهوم رأس المال الفكري أو ما يعرف بالرأس المال المعرفي بعد ما كان الرأس المال المادي هو الثروة والقوة التي تمتلكها المؤسسات، أما اليوم فتغيرت الأوضاع والموازن رأسا على عقب، لأن اليوم إذا لم يكن لديك المعرفة، فإنه من المستحيل السيطرة على السوق والوصول إلى التميز بواسطة الثروة فقط، بل زد على ذلك فمغادرتك السوق مسألة وقت فقط، وعلى هذا فإن المؤسسات التي ترغب في التفوق والتميز وتحقيق الأرباح وجب عليها التغيير من استراتيجياتها التقليدية والاهتمام أكثر بأصحاب المعارف والخبرات والتركيز على مجال البحث والتطوير يوما بعد يوم، لأن هؤلاء تستطيع المؤسسة النهوض والقيام والوصول إلى ما تصب إليه من أهداف، لذا نقول أن الرأس المال الفكري هو الاستثمار الحقيقي والفعال في وقتنا الحالي.

الفرع الأول: التطور التاريخي ومفهوم رأس المال الفكري

أولا: التطور التاريخي لرأس المال الفكري

لقد مر رأس المال الفكري بثلاث مراحل مهدت لظهوره والتي ساهمت في بناءه وتطوره والتي تتمثل في:¹

المرحلة الأولى: بداية الاهتمام بالقدرات البشرية

لقد كانت بدايات الاهتمام بالقابليات البشرية في القرن السابع عشر على يد الاقتصاديين، ففي القرن السابع عشر أكد William Petty على فكرة اختلاف نوعية العمالة وطرح موضوع قيمة العاملين في حساب الثروة

¹ نادية حماش، مساهمة رأس المال الفكري في إمكانية تطبيق إدارة الجودة الشاملة، دراسة حالة مؤسسة نقاوس للمصبرات باتنة، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة الحاج لخضر باتنة، 2017، ص 22-24.

بطريقة إحصائية وشكل هذا الجهد ما سمي لاحقا برأس المال البشري، وفي عام 1676 أشار Adam Smith في كتابه الموسوم ثروة الأمم إلى تأثير مهارات العاملين في العملية الإنتاجية وجودة المخرجات.

ولقد أكد Alfred Marchel في 1890 على الاستثمار في البشر بقوله " إن أثنى ضروب رأس المال هو ما يستثمر في البشر".

ولقد تجلت نظرية رأس المال البشري فعليا في 1906 على يد Irving Fisher عندما أدخل رأس المال البشري في رأس المال العام.

المرحلة الثانية: الاهتمام بالقابليات الذهنية

وفي بداية الثمانينات من القرن العشرين، أصبح المديرين والأكاديميون والمستشارون في جميع أنحاء العالم واعين ولو بشيء بسيط، 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 الملموسة هي الأساس في تحقيق عوائد المنظمات، لأنها قابلة للاستخدام المتعدد والمتزامن، وتعود بفوائد متعددة.

بعد ذلك تم نشر العديد من الكتب والمقالات التي أوضحت أهمية الموجودات غير الملموسة وكيفية إدارتها، ولقد شهدت البدايات المبكرة لتسعينات القرن العشرين تنويجا لجهود هذه المرحلة حيث يعد Ralph Stayer مدير شركة Hohn Sonville للأطعمة أول من أطلق مصطلح رأس المال الفكري في 1990 وفي حينها وجهت العديد من الشركات اهتمام برأس المال الفكري مثل شركة Shall النفطية التي أكدت التزامها بأن تصبح منظمة متعلمة، وفي منتصف التسعينات طور وربرت كابلان من مدرسة (Harvard) للأعمال، ويفيد نورتن من جماعة حركة النهضة الأوربية المتطورة للاستراتيجية، أول طريقة لتقدير قيمة رأس المال الفكري حيث اقترح بطاقة الأداء المتوازنة، ومنذ ذلك الوقت أصبح رأس المال الفكري أصلا إداريا ويعرف بإدارة رأس المال الفكري.

المرحلة الثالثة: ولادة نظرية رأس المال الفكري

في منتصف التسعينات من القرن العشرين بدأت الجهود البحثية تتكاثف حول موضوع رأس المال الفكري في محاولة لإيجاد فهم مشترك فيما بين الباحثين والمنظمات، والاتفاق على مبادئ وممارسات هذا الموضوع، ففي عام

1993 اهتمت Dou 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 Gorden Petrast كمدير للموجودات الفكرية.

وفي عام 1995 عقد اجتماع ضم ممثلي ثماني منظمات، أطلق على هذا الاجتماع رأس المال الفكري، وتضم جدول أعمال الاجتماع عددا من المسائل أهمها الاتفاق على تعريف لمصطلح رأس المال الفكري وتحديد عناصره الأساسية وطرائق استخراج القيمة منه، وخرج المؤتمر بجملة من التوصيات والتوجيهات.

وفي عام 1999 انعقاد الندوة الدولية لرأس المال الفكري في أمستردام وتركزت جهودها حول مناقشة أهداف رأس المال الفكري واتجاهاته وطرائق قياسه ومستوياته وأبعاده، وفي عام 2000 عقد في كندا المؤتمر الدولي الرابع لإدارة رأس المال الفكري، وفي عام 2001 وعام 2003 عقد في نيويورك مؤتمرين حول رأس المال الفكري وإدارته.

ثانيا: مفهوم رأس المال الفكري

يمثل رأس المال الفكري مجموعة الطاقات البشرية والمادية التي يمكن استغلالها من جانب المنظمة، والتي يمكن تطويرها وتعزيزها بشكل مستمر من خلال استراتيجيات محددة المعالم، لتحقيق أداء متميز ومبتكر، وبالتالي تحقيق التفوق والتميز على غيرها من المنظمات المنافسة، وقد تعددت المصطلحات والمسميات التي أعطيت لهذا المفهوم فمنها: رأس المال المعرفة، رأس المال الرقمي، رأس المال الفكري الاستراتيجي، رأس المال غير الملموس، الموجودات غير الملموسة، وأكثرها شيوعا واستعمالا رأس المال الفكري. أصبح رأس المال الفكري مألوفاً لدى الكثيرين بدليل أنه يترأس عناوين المقالات الرئيسية في البحوث الإدارية، لكن كما يقول الفيلسوف الألماني (هيغل) " ليس كل ما هو مألوف مفهوم بوضوح، والمشكلة تبدأ عندما يجب أن يحل الفهم محل مجرد الألفة".

إن لرأس المال الفكري معنى لغويا ومعنى اصطلاحيا، حيث نجد كلمة **فكر** مشتقة من الكلمتين اللاتينيتين **inter** وتعني بين، وضمنا تعني **العلاقات** و **lectio** وتعني **القراءة والمعرفة المكتسبة**، وعند إضافة كلمة **capital** التي تعني مجموع مصطلح رأس المال الفكري الذي يشير إلى مفهوم العلاقات المكتنفة المبنية على المعرفة التركيبية والكفاءات التي لها القدرة على توليد القيمة والتنمية.¹

¹ دبة شيما، دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، دراسة حالة مؤسسة سيفانكو لصناعة الغرف الصحراوية، مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي تخصص تسيير مؤسسات صغيرة ومتوسطة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2013، ص 9.

أما اصطلاحاً فتعدد التعاريف الخاصة برأس المال الفكري منها ما يلي:

يعرف العنزي رأس المال الفكري على أنه " المعرفة المفيدة التي يمكن توظيفها واستثمارها بشكل صحيح لصالح المنظمة"¹

كما يعرفه J. Gurthie " بأن رأس المال الفكري يمثل القدرات المتميزة التي يتمتع بها عدد محدود من الأفراد العاملين في المنظمة والتي تمكنهم من تقديم إسهامات فكرية تمكن المنظمة من زيادة إنتاجيتها وتحقيق مستويات أداء عالية مقارنة بالمنظمات المماثلة"².

كما عرفه Bontis بأنه " هو مجموع كل ما يعرفه كل الأفراد في المنظمة ويحقق ميزة تنافسية في السوق."³

يتمثل رأس المال الفكري في نخبة من العاملين في المؤسسة تمتلك مجموعة من القدرات المعرفية والمواهب الفكرية والتنظيمية دون غيرهم، والتي تمكنهم من توليد أفكار جديدة وأساليب متطورة تضمن للمنظمة تحويل القيمة الفكرية إلى قيمة اقتصادية، ومن ثم يمتلكون ميزة تنافسية للمنظمة.⁴

تعريف الرأس المال الفكري: هو مجموعة متزايدة من الأدوات والأساليب والمناهج المدعومة بالقيم، والتي من خلالها يمكن للمنظمات تحقيق وتعظيم العائد على أصول المعرفة.⁵

من خلال هذه التعاريف يمكن القول أن رأس المال الفكري يتمثل بنخبة من العاملين الذين يمتلكون مجموعة من القدرات المعرفية والتنظيمية دون غيرهم، وتمكنهم هذه القدرات من إنتاج الأفكار الجديدة أو تطوير أفكار قديمة التي تمكن المنظمة من توسيع حصتها السوقية وتعظيم نقاط قوتها وتجعلها في موقع قادرة على اقتناص الفرصة المناسبة، ولا يتركز رأس المال الفكري في مستوى إداري معين دون غيره ولا يشترط توفر شهادة أكاديمية لمن يتصف به.⁶

¹ أحمد علي صالح، سعد علي العنزي، إدارة رأس المال الفكري في منظمات الأعمال، دار البازوري للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008، ص 147.

² هاني محمد السعيد، رأس المال الفكري، انطلاقة إدارية معاصرة، دار السحاب للنشر، الطبعة 1، القاهرة، مصر، 2008، ص 20.

³ نادية حماش، مرجع سابق، ص 19.

⁴ ولاء محمود عبد الله محمود، تصور مقترح لتنمية رأس المال الفكري بالجامعات المصرية في ضوء مدخل إدارة المعرفة، مجلة كلية التربية، مجلد 29، جامعة بنها، مصر، 2019، ص 29.

⁵ Olivier Serrat, A Primer on Intellectual Capital, ADB Avenue 6 Mandaluyong City, Metro Manila, 1550 Philippines, N106, august 2011, p 02.

⁶ عادل حرحوش المرعجي، أحمد علي صالح، رأس المال الفكري طرق قياسه وأساليب المحافظة عليه، المنظمة العربية للتنمية، القاهرة، مصر، 2003، ص 18.

ثالثاً: خصائص رأس المال الفكري:

يتمتع رأس المال الفكري بمجموعة من الخصائص المختلفة يمكن حصرها في ثلاث نقاط أساسية:¹

1- الخصائص التنظيمية: ففيما يخص المستوى الاستراتيجي نجد أن رأس المال الفكري ينتشر في المستويات كلها وبنسب متفاوتة، أما بخصوص الهيكل التنظيمي الذي يناسب رأس المال الفكري فهو بالتأكيد الهيكل التنظيمي العضوي المرن، أما الرسمية فتستخدم بشكل منخفض جداً، ويميل إلى اللامركزية في الإدارة بشكل واضح.

2- الخصائص المهنية: ينصب الاهتمام على التعليم المنظم والتدريب الإثرائي وليس بالضرورة الشهادة الأكاديمية، ويمتاز رأس المال الفكري بالمهارة العالية والمتنوعة والخبرة العريقة.

3- الخصائص السلوكية والشخصية: يميل رأس المال الفكري بدرجة كبيرة مع موضوعات تتسم بالتأكد ورأس المال الفكري ميال إلى المبادرة وتقديم الأفكار والمقترحات البناءة ولديه القدرة على حسم القرارات دون تردد ولديه قدرة ذكاء عالية ومثابرة حادة في العمل وثقة عالية بنفس.

ما يمكن أن نستنتجه من كل ما سبق أن مفهوم رأس المال الفكري يتضمن خصائص عديدة من بينها القدرة العقلية ذات المستوى المعرفي العالي، كما أنه أصول فكرية غير ملموسة، ولا ينشأ من فراغ بل يحتاج إلى بناء داخل المنظمة يمكن استقطابه، صناعته، تطويره ثم المحافظة عليه، إضافة إلى أنه يمثل الفرق بين القيمة الدفترية للمنظمة والقيمة السوقية لها.

الفرع الثاني: مكونات رأس المال الفكري:

تنبع أهمية رأس المال الفكري من خلال الأدوار التي يؤديها في المؤسسة، والت بدورها تتحدد انطلاقاً من تفاعل مكونات رأس المال الفكري مع بعضها بشكل يولد قيمة معرفية للمؤسسة، إن تحديد عناصر ومكونات رأس المال الفكري له دور كبير وفعال في إزالة اللبس عن هذا المفهوم الجديد، ويعتبر عاملاً مهماً في التعرف على طريقة إدارته وكذا تنميته، وذلك من منظور مختلف الباحثين فيه، ولقد اختلفت وجهات نظر الباحثين والمفكرين على مكونات رأس المال الفكري، وفي الجدول التالي أهم وجهات نظر الباحثين في مكونات رأس المال الفكري.

¹ فرحاني لويبة، دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية في ظل اقتصاد المعرفة، دراسة حالة شركة الاسمنت عين التوتة بباتنة، أطروحة دكتوراه، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2016، ص 87.

الجدول رقم (1-1) مكونات رأس المال الفكري من وجهة نظر الباحثين

الباحث	مكونات رأس المال الفكري	الأمثلة
توماس ستيوارت (1997)	<ul style="list-style-type: none"> - رأس المال البشري - رأس المال الهيكلي - رأس المال الزبوني 	<ul style="list-style-type: none"> - الأفراد، الفرق، القيادة. - الهياكل، الأنظمة، البراءات، قواعد البيانات. - العقود، الولاء، العلامات.
ادفينسون ومالون (1997)	<ul style="list-style-type: none"> - رأس المال البشري - رأس المال الزبوني - رأس مال التجديد والتطوير - رأس مال العملية 	<ul style="list-style-type: none"> - مهارات، خبرات، معارف العاملين. - العلاقات مع الزبائن، الموردون. - مشروعات البحث والتطوير. - المنتجات الجديدة، تكنولوجيا.
كارل إيرك سفي (1997)	<ul style="list-style-type: none"> - الهيكل الداخلي - الهيكل الخارجي - الهيكل البشري 	<ul style="list-style-type: none"> - الأنظمة والعمليات، نماذج الأعمال، قواعد البيانات، الوثائق، حقوق النشر، المعرفة المرمزة. - التحالفات، العلاقات مع الزبائن، الشركاء، الموردون، المستثمرون الاستراتيجيون، الجماعة المحلية، السمعة والتميز. - القدرات، المعارف، الخبرات الفردية والجماعية، قدرات حل المشكلات.
جوران روس (2003)	<ul style="list-style-type: none"> - الموارد البشرية - الموارد التنظيمية - الموارد المرتبطة بالعلاقات 	<ul style="list-style-type: none"> - القدرات المعرفية، الوظيفية، السلوكية، قدرات إنشاء القيمة. - الروتينيات التنظيمية، العمليات، المعلومات، البرمجيات، الهياكل. - العلاقات مع الزبائن، الموردين، المجتمع المحلي، الحكومة.
مور و آخرون (2004)	<ul style="list-style-type: none"> - الموارد البشرية - موارد العلاقات - البنية التحتية - الملكية الفكرية 	<ul style="list-style-type: none"> - 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.

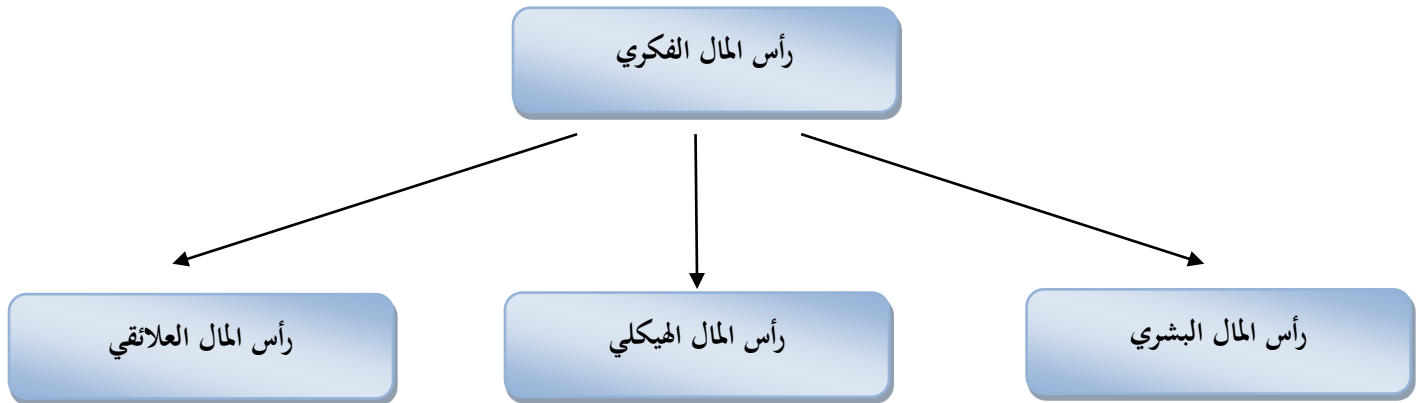
<p>- مستوى التعليم، الخبرات، القدرات المعرفية. - الهياكل، العمليات، تكنولوجيات المعلومات والاتصالات. - العقود، مشروعات التعاون، مشروعات الاتحاد الأوروبي.</p>	<p>- أصول رأس المال البشري - أصول رأس المال الهيكلي - أصول رأس مال العلاقات</p>	<p>الاتحاد الأوروبي</p>
<p>- الموارد اللاملموسة: الأصول (العلامة، البراءة، الترخيص) + المهارات (المهارات، التنظيم، الفرق). - الأنشطة اللاملموسة: البحث والتطوير، التدريب، التخطيط، التسويق.</p>	<p>* المستوى الأول: - رأس المال البشري - رأس المال الهيكلي - رأس المال العلاقات * المستوى الثاني: - موارد غير ملموسة - أنشطة غير ملموسة</p>	<p>هاميرتين وفان ديرمير</p>

المصدر: نجم عبود نجم، إدارة اللاملموسات، إدارة ما لا يقاس، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010، ص 124-125.

ومن خلال الاختلافات وآراء الباحثين نستنتج أهم مكونات رأس المال الفكري، حيث يعد التقسيم الذي قدمه "توماس ستيوارت" هو الأكثر شيوعاً واستخداماً حيث يحدد "ستيوارت" ثلاث مكونات لرأس المال الفكري وهي:

- ❖ رأس المال البشري؛
- ❖ رأس المال الهيكلي؛
- ❖ رأس المال العلائقي (الزبوني).

شكل رقم (1-1) مكونات رأس المال الفكري



المصدر: من إعداد الطلبة

أولاً: مفهوم رأس المال البشري

إن تعريفات رأس المال البشري كثيرة ومتعددة، تتسع وتضيق بحسب الرؤية وهدف صاحبها، فنجد أن رأس المال البشري بالمعنى الواسع هو مجمل المعارف التي يكتسبها الأفراد خلال حياتهم وحتى الأفكار التي يستخدمونها في إنتاج السلع والخدمات في الأسواق أو خارجها.

ويعرفه **LA ROCHE, MERET, REGGERI**، على أنه مجمل الاستعدادات الفطرية والمعارف والكفاءات التي اكتسبها الفرد وطورها على امتداد حياته، وهو تعريف يحاول الجمع بين القدرة على اكتساب رأس المال البشري وتطويره.¹

ويعرف أيضاً على أنه: مجمل المعارف والمؤهلات والكفاءات وكل المميزات الأخرى التي يمتلكها الإنسان أو يكتسبها، والتي من شأنها أن تمدد بمزايا اجتماعية واقتصادية وشخصية، تحقق له الرفاه الفردي والاجتماعي والاقتصادي.²

ويتمثل رأس المال البشري (Human Capital) في المعرفة التي يمتلكها ويولدها العاملون بضمنها المهارات، الخبرات، الابتكارات، ولقد عرفه " إدفينسون ومالون " بأنه مجموع مهارات، خبرات، ومعرفة العاملين في الشركة،

¹ مشري ابتسام ، دور رأس المال الفكري في منح ميزة تنافسية للمؤسسات الفندقية، دراسة ميدانية في مركب حمام الصالحين وفندق الزيبان بسكرة، مذكرة لنيل شهادة الماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2016، ص26.

² نفس المرجع السابق، ص 26.

ورأس المال البشري لشركة (IBM) مثلا يتكون من الطرق المنهجية لتطوير البرمجيات، أدوات إدارة المشروعات، قواعد التطوير للمهندسين، المحللين والمبرمجين، كما أنه يضم طرق إدارة المبيعات، مواصفات المنتج، مسافات التدريب، وقواعد بيانات التسويق.¹

ثانيا: مفهوم رأس المال الهيكلي

يشير "ماك ايلروي" إلى رأس المال الهيكلي بالقول انه كل ما يدعم رأس المال البشري لكنه يبقى في الشركة عندما يترك الأفراد شركتهم ويذهبون إلى بيوتهم.

كما عرف بأنه ملكية الشركة اللاملموسة في جوانبها الصلبة، وهو مجموعة السياسات والصيغ و البراءات وقواعد البيانات والأنظمة التي تبنى وتتطور في الشركة عبر الزمن، لتمكين الأفراد على القيام بمهامها في إنشاء المعرفة وتحقيق رافعتها وتطوير منتجات الشركة وخدماتها. لهذا فإنها تمثل البنية التحتية الضرورية لرأس المال البشري من أجل القيام بالمهام المتوقعة منه.²

ويقصد بالرأس المال الهيكلي أيضا أنه البنية التحتية الداعمة للعاملين (رأس المال البشري) في أداء عملهم وهو رأس المال الذي تملكه المنظمة ويبقى فيها حتى بعد أن يتركها أعضاؤها سواء بشكل مؤقت أو بشكل نهائي.

ثالثا: مفهوم رأس المال العلائقي

يمكن القول أن رأس مال العلاقات يعكس طبيعة العلاقات التي تربط المؤسسة بعملائها ومورديها ومنافسيها، أو أي طرف آخر يساعد في تطوير وتحويل الفكرة إلى منتج أو خدمة. لذلك هناك من عرف رأس مال العلاقات بأنه يمثل العملاء والموردين والشركاء وأصحاب المصلحة الخارجيين الآخرين.³

كما عرف أيضا بأنه القيمة التي يفرزها مستوى رضا الزبائن وولاؤهم والموردين والجهات الخارجية الأخرى وما استطاعت الشركة من بنائه من علاقات متميزة مع هذه الأطراف.⁴

¹ نجم عبود نجم، مرجع سابق، ص 130.

² نفس المرجع السابق، ص 129.

³ بربيش الزهرة، دور رأس المال الفكري في تحقيق ميزة تنافسية للمؤسسة، دراسة حالة مؤسسة صنع الكوابل فرع جنرال كابل بسكرة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2013، ص 42.

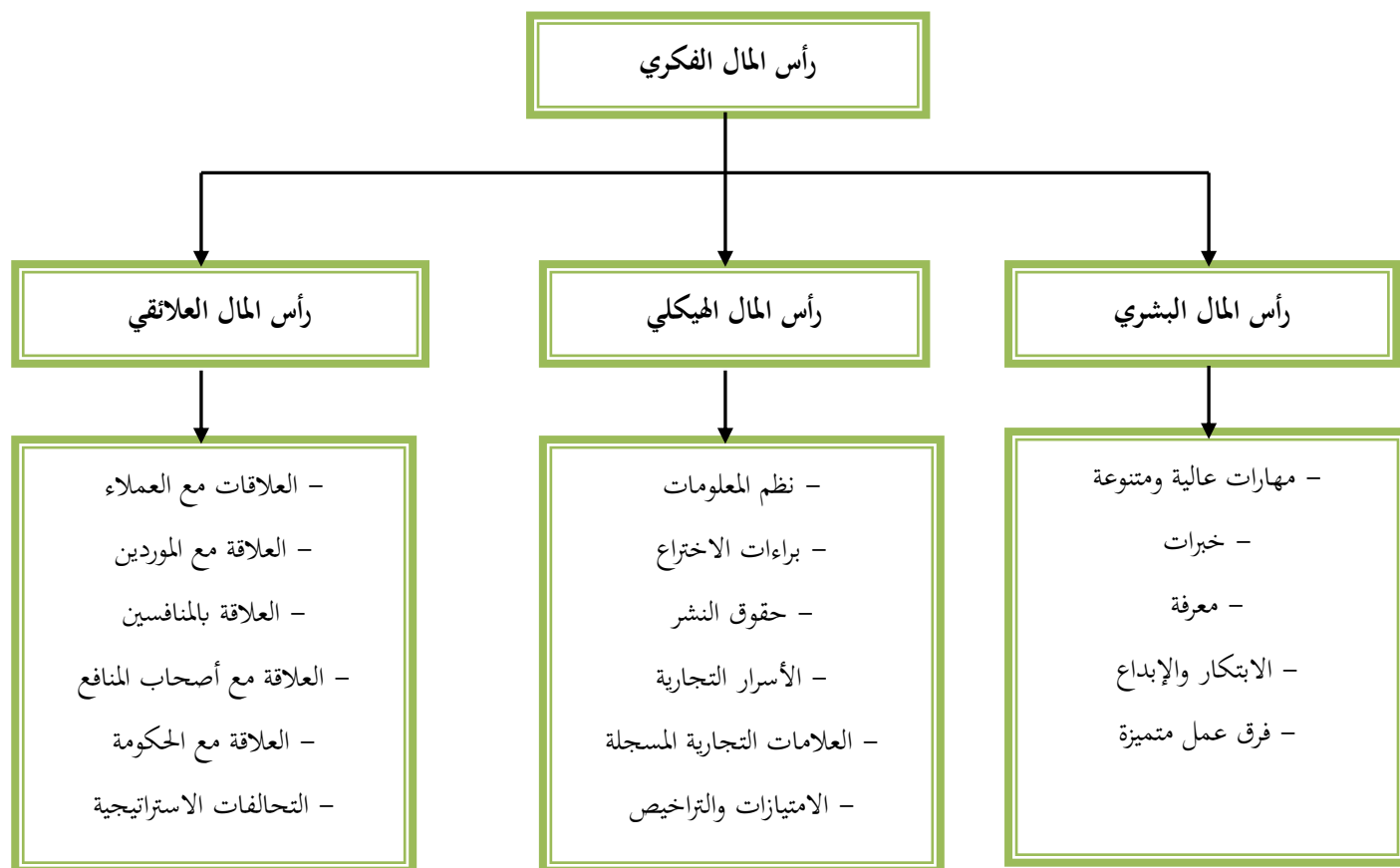
⁴ عبد الستار حسين يوسف، دراسة وتقييم رأس المال الفكري في شركات الأعمال، جامعة الزيتونة الأردنية، عمان، الأردن، 2005، ص 9.

ولعل أهم أشكال رأس المال العلاقتي العلاقة مع العملاء، لذا نجد هناك من عرفه بأنه " يتمثل في العلاقة مع العملاء والموردين والمنظمات الصناعية والتجارية وقنوات السوق.¹

وعليه الرأس المال العلاقتي هو جميع الموارد المتعلقة بالعلاقات الخارجية للمنظمة، مثل العلاقة مع العملاء والموردين والشركاء في البحوث والتطوير، وعلاقة المنظمة مع بعض الأطراف المستفيدة مثل (المساهمين والدائنين والمزودين... الخ) وكذلك الماركات، العملاء، قنوات التوزيع، التعاون، والبحوث المشتركة، حساسية الأسعار والتي تستخدم كمؤشر لرأس المال العملاء.

ومما سبق فإن التصنيف المقترح لمكونات رأس المال الفكري هو كالاتي:²

شكل رقم (1-2) التصنيف المقترح لمكونات رأس المال الفكري



المصدر: هاني مُجَّد السعيد، رأس المال الفكري، انطلاقة إدارية معاصرة، دار السحاب للنشر، الطبعة 1، القاهرة، مصر ، 2008، ص 37.

¹ بريش الزهرة، مرجع سابق، ص 42.

² هاني مُجَّد السعيد، مرجع سابق، ص 37.

الفرع الثالث: أهمية رأس المال الفكري

في معظم الصناعات يعد الابتكار والإتقان التكنولوجي الناجم عن تنمية رأس المال الفكري أمر ضروري جدا لتحديد الميزة التنافسية، حيث يعمل على استخدام التكنولوجيا الحاكمة وزيادة خبرة الكادر ويقود إلى الابتكار والإبداع ويسهم في عملية القيادة لمواطن الابتكار.

وعليه فقد أدركت بعض الشركات أن القيمة الحقيقية التي تمتلكها هي رأس المال الفكري وهو أكثر أهمية من رأس المال المادي لاعتباره المحرك الرئيس في توظيف وتوجيه الموارد الأخرى للشركة، وهو أقوى سلاح تنافسي، إذ تسعى إدارة هذه الشركات إلى زيادة إنتاجية العمل المعرفي وأن أكثر الموجودات قيمة هي الموجودات المعرفية.

وتتلخص أهمية رأس المال الفكري في الآتي:¹

1- يشكل رأس المال الفكري ميزة تنافسية للشركة تكمن في قابلية العاملين على التعلم بشكل أسرع ويمثل القوة الخفية التي تضمن لها البقاء والتطور؛

2- يمثل رأس المال الفكري كنزا يحتاج إلى من يبحث عنه واستخراجه للوجود والممارسة، وتعد عملية نشر المعرفة إحدى أساليب استخراجه لتعزيز القدرات العلمية التي تبني وتحافظ على العمل؛

3- كونه يمتلك المعارف والمهارات والخبرات القادرة على استيعاب التغيرات الحاصلة في ظل بيئة تتسم بالمنافسة والتغيير.

كذلك يعتبر رأس المال الفكري من أكثر الموجودات قيمة في القرن الواحد والعشرين في ظل اقتصاد المعرفة، حيث يمثل قوة علمية قادرة على إدخال التعديلات الجوهرية على كل شيء في أعمال منظماتهم فضلا عن ابتكاراتهم المتلاحقة.²

- هو مصدر لتوليد الثروة للمنظمات والأفراد من خلال قدرته على الاختراع؛

¹ صالح إبراهيم يونس الشعباني، أثر تنمية رأس المال الفكري على الإتقان التكنولوجي وانعكاساته على خفض التكلفة بالتطبيق على الشركة الوطنية للأثاث المنزلي، مجلة جامعة الأنبار للعلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد 4، العدد 7، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الموصل، العراق، 2011، ص 381-382.

² أسماء زدوري، إدارة رأس المال الفكري وتنمية القدرات الإبداعية في المنظمات الحديثة، مداخلة ضمن الملتقى الدولي الخامس حول رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في ظل الاقتصاديات الحديثة، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، الجزائر، يومي 13 و14 ديسمبر 2011، ص 5.

- يمثل رأس المال الفكري كالمعرفة لدى الموظفين والقدرة العقلية و الإبداع بالإضافة إلى قدراتهم المستمرة على تطوير تلك العمليات مصدر للقيمة التنافسية، ويوجد الآن دليل واضح على أن العنصر غير الملموس لقيمة التكنولوجيا المتقدمة يفوق القيم الحقيقية لموجوداتها الحسية، فرأس المال الحقيقي الذي تملكه منظمات الأعمال هو رأس المال الفكري وكذلك تتركز قيمتها السوقية على هذا المورد.

المطلب الثاني: مفاهيم أساسية حول الميزة التنافسية

سنتحدث في هذا المطلب على أهم النقاط الأساسية التي تتميز بها الميزة التنافسية، والتي تركز عليها المؤسسة من حيث تطبيقها ومراعاة ما جاء به الباحثين في كيفية تحقيقها والعمل على تنميتها.

الفرع الأول: مفهوم الميزة التنافسية ومراحل تطورها

أولاً: مفهوم الميزة التنافسية

لا يزال هذا المصطلح دون تعريف محدد إذ أن الباحثين في مجال الإدارة الاستراتيجية عكسوا طبيعة الاختلافات في وجهات نظرهم حول مفهوم الميزة التنافسية وسنقدم بعض المفاهيم نذكر منها¹:

الجدول رقم (1-2) تعريف الميزة التنافسية من وجهة نظر بعض الباحثين

الباحث	التعريف	توجه الباحث
Horfer et al .1980 ,6	هي المجالات التي تتفوق بها المنظمة على منافسيها	الأنشطة أو السوق
Fahey.1989 ,18	أي شيء يميز المنظمة أو منتجاتها تميزا ايجابيا عن منافسيها في انظار زبائنها النهائيين	الموقع في ذهن الزبون
Reed &fillipi .1990 ,90	الموقع الفريد الذي تطوره المنظمة مقابل منافسيها عن طريق أنماط نشر الموارد	الموقع في ذهن الزبون
Macmalland and tampo.2000 ,81	هي الوسيلة التي تمكن المنظمة من تحقيق التفوق في ميدان منافستها مع الآخرين	المكانة مقارنة بالمنافسين

المصدر: علام مختارية، بلمقدم أمينة، الميزة التنافسية في البنوك التجارية، مذكرة لنيل شهادة ماست ، بنوك وأعمال، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة سعيدية، الجزائر، 2016-2017، ص29

¹ نفس المرجع السابق، ص29.

كما عرفها **Porter** أيضا بأنها تنشأ الميزة التنافسية بمجرد توصل المؤسسة إلى اكتشاف طرق جديدة أكثر فعالية من تلك المستعملة من قبل المنافسين، حيث يكون بمقدورها تجسيد هذا الاكتشاف ميدانيا، وبمعنى آخر بمجرد إحداث عملية إبداع بمفهومه الواسع.¹

وتعرف أيضا بأنها القدرة المستمرة على مواجهة مختلف مصادر المنافسة في ظل محيط متغير، الأمر الذي يتطلب تحقيق الأفضلية التنافسية التي تمكن من الحفاظ على هذه المقدرة التنافسية واستمرارها.²

من جهتها عرفت هيئة التجارة والصناعة البريطانية التنافسية للمؤسسة على أنها، القدرة على إنتاج السلع والخدمات بالنوعية الجيدة والسعر المناسب وفي الوقت المناسب، وهذا يعني تلبية حاجات المستهلكين، بشكل أكثر كفاءة من المؤسسات الأخرى.³

يحلل مفهوم المزايا التنافسية نشاط اقتصاديات الشركة حيث يركز بشكل أساسي بقدرته على توليد عائد أكبر بكثير على استثمار رأس المال وربط استراتيجية الشركة بالأسواق المالية الرئيسية على مدى فترة ممتدة من الزمن.⁴ من خلال التعاريف السابقة يمكن القول أن الميزة التنافسية هي مفهوم استراتيجي يعكس وضعًا تنافسيًا مميزًا للمؤسسة مقارنة بمنافسيها، ومن أجل إعطاء الميزة التنافسية المفهوم الأوضح فقد تم وصفها كما يأتي:⁵

- أنها نسبية أي تتحقق بالمقارنة وليست مطلقة؛
- تنبع من داخل المؤسسة وتحقق قيمة لها؛
- تؤدي إلى تحقيق التفوق والأفضلية على المنافسين؛
- تنعكس في كفاءة أداء المؤسسة في أنشطتها، أو في تقديم قيمة ما للمشتريين أو كليهما؛
- تؤدي إلى التأثير في العملاء وإدراكهم للأفضلية في ما تقدم المؤسسة وتحفزهم على الشراء؛
- تتحقق لمدة طويلة و لا تزول بسرعة عندما يتم تجديدها.

¹ طبوش خيرة، زعطوط رجاء، دور الذكاء الاصطناعي في تحقيق الميزة، مذكرة لنيل شهادة الماستر، إدارة أعمال، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة خميس مليانة، الجزائر، 2014-2015، ص31.

² وهيبه داسي، دور إدارة المعرفة في تحقيق ميزة تنافسية، مجلة الباحث، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، العدد 11/2012، ص168.

³ بوشليل العبد، الاستثمار في الرأسمال البشري كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية للمنظمة، مذكرة لنيل شهادة الماستر، إدارة اقتصاد المؤسسة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة مستغانم، الجزائر، 2015-2016، ص50.

⁴ Radostina Yuleva-Chuchulayna, **COMPETITIVE ADVANTAGES AND COMPETITIVE STRATEGIES OF SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES**, Economics and Management, South-West University "Neofit Rilski, Bulgaria, 2019, p71.

⁵ سمية بروبي، دور الإبداع والابتكار في إبراز الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مذكرة لنيل شهادة الماستر، اقتصاد وتسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة سطيف، الجزائر، 2010-2011، ص164.

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

وتتحقق الميزة التنافسية من خلال الاستغلال الأفضل للإمكانيات والموارد الفنية والمادية والمالية والتنظيمية بالإضافة إلى القدرات والكفاءات والمعرفة وغيرها من الإمكانيات التي تتمتع بها المنظمة والتي تمكنها من تصميم وتطبيق استراتيجياتها التنافسية، ويرتبط تحقيق الميزة التنافسية ببعدين أساسيين هما القيمة المدركة لدى العميل وقدرة المنظمة على تحقيق التميز.¹

ثانياً: مراحل تطور الميزة التنافسية

قبل التكلم عن مراحل تطور الميزة التنافسية بصورة مفصلة بعض الشيء، وجب أن نذكر كيف تنشأ الميزة التنافسية هي أن يكون لدى المؤسسة ما يميزها عن غيرها ويؤدي إلى زيادة ربحيتها ومن الملاحظ أن الميزة التنافسية قد تستمر لوقت قصير أو تستمر لسنوات عدة، ما الذي يؤدي إلى وجود ميزة تنافسية والميزة التنافسية تنشأ نتيجة لعوامل داخلية أو عوامل خارجية، وتتمثل هذه العوامل في:²

1 - العوامل الخارجية:

تغير احتياجات العميل أو التغيرات التكنولوجية أو الاقتصادية أو القانونية قد تخلق ميزة تنافسية لبعض المؤسسات نتيجة لسرعة رد فعلهم على التغيرات، فالتاجر الذي استورد التكنولوجيا الحديثة والمطلوبة في السوق أسرع من غيره، استطاع خلق ميزة تنافسية عن طريق سرعة رد فعله على تغير التكنولوجيا واحتياجات السوق، من هنا تظهر أهمية قدرة المؤسسة على الاستجابة للمتغيرات الخارجية وهذا يعتمد على مرونة المؤسسة وقدرتها على متابعة المتغيرات عن طريق تحليل المعلومات وتوقع التغيرات.

2 - العوامل الداخلية:

هي قدرة المؤسسة على امتلاك موارد وبناء قدرات لا تكون متوفرة لدى المنافسين الآخرين، فالمطعم الذي ينتج آيس كريم بطعم مميز ومحب لدى العميل، تمكن من خلق ميزة تنافسية عن طريق بناء خبرات في إعداد الآيس كريم أو عن طريق استئجار من لديه طريقة مميزة لإعداد الآيس كريم، فالابتكار والإبداع لهما دور كبير في خلق ميزة تنافسية، ولا ينحصر الإبداع هنا في تطوير المنتج أو الخدمة ولكنه يشمل الإبداع في الاستراتيجية، والإبداع في أسلوب العمل أو التكنولوجيا المستخدمة والإبداع في خلق فائدة جديدة للعميل.³

¹ مصطفى محمود أبو بكر، إدارة الموارد البشرية مدخل تحقيق الميزة التنافسية، الدار الجامعية، مصر، 2003-2004، ص13-14.

² سهتال زرزور، دور استراتيجيات التنافسية في تحقيق الميزة التنافسية، مذكرة لنيل شهادة الماستر، التسيير الاستراتيجي للمنظمات، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بسكرة، الجزائر، 2012-2013 ص53-54.

³ نفس المرجع السابق، ص54.

جاء مفهوم الميزة التنافسية Competitive Advantage ليحل محل الميزة النسبية Relative Advantage الذي كان سائدا بين الاقتصاديين الصناعيين ومتخصصي التجارة الدولية، لذلك اجتهدت منظمات الأعمال في إطار آليات وطرق عمل في تحويل ميزاتها النسبية إلى ميزات تنافسية من خلال امتلاكها عوامل إنتاج ومهارات بشرية ومعرفية، في البداية أشير للميزة التنافسية بكونها في المجالات التي تتفوق فيها المنظمة على منافسها، وفي التسعينات من القرن الماضي وصفت بأنها المكاتب التي تطورها المنظمة لتتفرد فيها في مواجهة المنافسين والمساعدة إلى أنماط بناء واستخدام وكفاء وفعال للموارد، وفي السنوات الأخيرة ازدياد أهمية المعرفة kmomledge في بناء ميزات تنافسية للمنظمة باعتبار أن المعرفة من الموارد غير التقليدية التي تمتلكها المنظمة.

وترجع بدايات هذا المفهوم إلى الثمانيات حيث بدأت فكرة الميزة التنافسية في الانتشار والتوسع و خاصة بعد ظهور كتابات " مايكلبورتير " أستاذ الإدارة الاستراتيجية بجامعة هارفارد - بشأن استراتيجية التنافس والميزة التنافسية (porter -1980-1985-1990)، ويعتمد هذا المفهوم على نقطة أساسية وهي العامل الأكثر أهمية والمحدد لنجاح منظمة الأعمال هو الموقف التنافسي (comprtitive position) لها في الصناعة التي تعمل بها.

يرجع المفهوم الأساسي للميزة التنافسية إلى (chamberlim 1939) ثم إلى (selzniche 1959) الذي رابط الميزة التنافسية بالقدرة وبعدها حصل تطور في المفهوم حين وصف كل من (schemdel . hceler) الميزة التنافسية بأنها الوضع الفريد الذي تطوره الشركة مقابل منافسيها من خلال تخصيص الموارد ثم وضع كل من (Day 1985 micheal 1984) الجيل الثاني من الصياغة المفاهيمية للميزة التنافسية اذ اعتبرها هدفا استراتيجيا، وبعد (micheal porter) أول من وضع نظرية الميزة التنافسية وبعدها أصبح هذا المصطلح يستخدم بشكل واسع في الكثير من مجالات الإدارة والاقتصاد والتجارة والتسويق وبرز مفهوم (competitive Aduamtag) في منتصف السبعينات وأكد (ticha 2010) أن السبب الرئيسي لظهور مفهوم الميزة التنافسية يعود لامتلاك الشركات لمجموعة موارد ومقدرات متباينة تدعم ميزتها وتوضح اختلاف الأداء فيما بينها.¹

الجدول رقم (1-3) يوضح مراحل تطور الميزة التنافسية

المراحل	الفترة الزمنية	الأفكار	الباحثين و الكتاب	السنة
الأولى	من نهاية الثلاثينيات إلى	- رابط الميزة بالكفاءة - الميزة=الكفاءة= الخبرة	Chamberlin	1937

¹ صامت أحمد و موزيكة محمد، دور الثقافة الاتصالية في اكتساب الميزة التنافسية لدى المؤسسات الاقتصادية، مذكرة لنيل شهادة الماستر، اتصال تنظيمي، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة الشلف، الجزائر، 2021-2022، ص60-61.

1939	Selzmick	- الميزة هي أحد أجزاء استراتيجية الشركة	بديعة التسعينات	
1959	Alderson	- الميزة و الكفاءة و المتغيرات		
1978		- الميزة = الفرض	من	الثانية
1980		- التركيز على الفرض والتهديدات ونقاط القوة و الضعف	السبعينات إلى منتصف	
1982		- ضرورة تقويم الموارد و القدرات	الثمانينات	
		- الميزة التنافسية هي أحد مكونات استراتيجية الشركة		
1984	Dag	- الميزة = هدف الاستراتيجية	من منتصف	الثالثة
1985	Porter	- تحقيق الميزة سيؤدي إلى أداء متميز	الثمانينات إلى منتصف	
1989	Faheg	- الميزة هي المتغير المعتمد والأداء هو المتغير المستقبل	التسعينات	
1995	Mu	- الأداء يسبق عملية خلف القيمة		
		- الميزة = القيمة المضافة		

المصدر: صامت أحمد و موزيعة محمد، مرجع سابق ص62

وقد قسم بورتو هذه المراحل إلى أربعة مراحل كما يلي:¹

1- قيادة عوامل الإنتاج:

حيث تعتمد الميزة التنافسية في هذه المرحلة على عوامل الإنتاج، وذلك لأن تكلفة الإنتاج تلعب دورا مهما في المنافسة، وهذا ما يجعل المنظمات تنتهج استراتيجية المنافسة على أساس التكلفة في هذه المرحلة.

2- قيادة الاستثمار:

هذه المرحلة مبنية على قدرة المنظمات على الاستثمار بشكل متواصل ومن ثم القدرة على الصمود أمام المنافسين حيث يتم تخفيض التكاليف من خلال الاستثمارات المحلية وتحسين جودة المنتج وجذب المستهلكين.

3- قيادة الابتكار:

¹ صامت أحمد و موزيعة محمد، مرجع سابق ص63.

تعتمد هذه المرحلة على الابتكار والمهارات والتكنولوجيا الأكثر تعقيدا لإنشاء الميزة التنافسية، وهنا يقل دور المنافسة على أساس السعر المسندة إلى انخفاض تكاليف الإنتاج ويزداد دور المنافسة المعتمدة على التكنولوجيا والتميز.

4- قيادة الثورة:

تعاني في هذه المرحلة من تدهور في ميزها التنافسية، نظرا للزيادة في ثروتها التي تحقق في هذه المراحل السابقة كما تبدأ المنشآت في فقد ميزها التنافسية في الصناعات الدولية مع عدم الاهتمام بالتطوير، وقد مرت بريطانيا بهذه المرحلة أو كادت أن تصل إليها في أواخر الثمانيات، وتعتبر المنافسة الخارجية أكثر أهمية للدول النامية وذلك لأسباب منها ارتفاع مرونة الطلب السريعة على صادراتها الصناعية، وتعرضا لمنافسة شديدة من المنشآت الأمنية في سوقها المحلي، لأنها عرضة للتأثير بالمتغيرات التنافسية للدولة، وخاصة الدول الصغيرة التي تعتمد على الاستثمارات الأجنبية من الدولة التي ترتفع قدرتها التنافسية، الأمر الذي يترك تأثيرات سلبية على الاقتصاد المحلي.

يقتزن انهيار نظام سعر الصرف الثابت في حالات كثيرة من ارتفاع معدلات التضخم المحلية، ومن ثم يمثل ذلك صعوبة أكبر في التحكم في التغيرات في القدرة التنافسية للدولة.¹

الفرع الثاني: مصادر وأنواع الميزة التنافسية

أولا: مصادر الميزة التنافسية

تسعى المؤسسات دائما إلى اكتساب مزايا في قطاع النشاط الذي تزاوله، الأمر الذي أوجب عليها ضرورة إعداد وتهيئة القدرات والإمكانات من خلال البحث المستمر عن مصادر قوة و دعم بها هذه المزايا وتجعلها في مركز تنافسي جيد في السوق، تكون نتيجته فعالة وكفاءة أعلى في الأداء، لذلك فالمؤسسة لكي تبقى في المنافسة عليها إيجاد المصادر المختلفة والتي من شأنها أن تخلق لها ميزة تنافسية في بيئة الأعمال، على اعتبار أن مصادر الميزة التنافسية أصبحت متعددة معقدة نظرا لما أصبحت تمليه المتغيرات المتسارعة.²

وقبل التكلم عن مصادر الميزة التنافسية، أردنا ان ننوه على أن هناك من يجعل المصادر نفسها الأبعاد، وكل حسب وجهة نظره، وبعد تقصينا بعض المراجع لاحظنا أن المصادر والأبعاد تصب تقريبا في نفس السياق، إلا أننا أردنا في

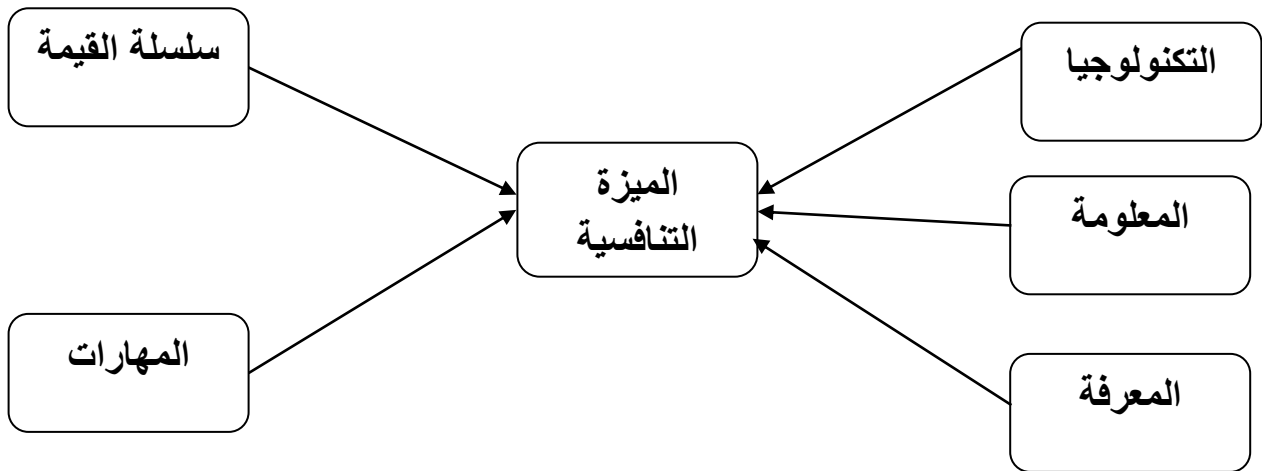
¹ رقية دهام، تنمية الكفاءات وأثرها على الميزة التنافسية في المؤسسات الجزائرية، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تنمية الموارد بشرية، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة تبسة، الجزائر، 2015-2016، ص30-31.

² بوغرة نادية، دور سلسلة القيمة لبورتر في إبراز الميزة التنافسية للمؤسسة، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تسويق الخدمات، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة أم البواقي، الجزائر، 2016-2017، ص48.

هذا البحث ذكر المصادر مختلفة نوعا ما عن الأبعاد التي ذكرناها، وذلك من أجل نزع اللبس للقارئ، ومن أجل إثراء الموضوع.

وإليك سردها في ما يلي وكما هي موضحة في الشكل التالي:

الشكل (1-3) يوضح بعض مصادر الميزة التنافسية



المصدر: من إعداد الطلبة

1- التكنولوجيا: أكدت التجارب الحديثة أن التكنولوجيا عامل من عوامل تغيرات القدرة التنافسية للمنظمة، لأنها تشمل كل التطبيقات العملية للنظريات العلمية والخبرات المكتسبة لتطوير عمليات الإنتاج، وهذا ما جعل منها مصدرا متجددا للميزة التنافسية.¹

2- المعلومة: إن المؤسسة التي تنشط في بيئة تمتاز بجددة المنافسة ينبغي عليها أن تكون جد متيقظة لما يدور في المحيط وعلى دراية تامة بما يجري به، لأن المعلومات تلعب دورا مهما في اكتشاف خطط المنافسين وتحركاتهم، مما يسمح للمؤسسة باتخاذ قرارات صحيحة وفي الوقت المناسب بما يتماشى ومتغيرات السوق.²

3- المعرفة: إذا كانت المعرفة هي حصيلة أو رصيد خبرة ومعلومات وتجارب ودراسات فرد أو مجموعة من الأفراد في وقت محدد، فإننا نعيش حتما حالة (انفجار المعرفة) حيث أصبحت هذه الأخيرة المورد الأكثر الأهمية في خلق الميزة

¹ رزنيق كمال وبن عمر سمير، تعزيز الميزة التنافسية لمنظمات الأعمال على أساس رأس المال الفكري، مجلة العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة البليدة، الجزائر، العدد 2009/03، ص 21

² عمار درويش، مصادر تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية، المجلة الجزائرية للموارد البشرية، الجزائر، المجلد 6، العدد 01، 2021، ص 28

التنافسية، ومنه فإن المؤسسات الناجحة هي التي تخلق بشكل مسبق المعرفة الجديدة وتجسد من خلال من خلال تكنولوجيا وأساليب وسلع، وخدمات جديدة.¹

4- سلسلة القيمة: ويعني ذلك أن الشركة يمكن اعتبارها سلسلة من الأنشطة الهادفة لتحويل المدخلات إلى مخرجات ذات قيمة للمستهلك، وتتكون عملية التحويل بعدد من الأنشطة الأساسية وعدد الأنشطة الداعمة، والتي يضيف كلا منها قيمة للمنتج.

الأنشطة الأساسية هي الأنشطة التي لها علاقة بتصميم وخلق وتسليم المنتج، بالإضافة إلى تسويقه ودعمه وتوفير خدمة مابعد البيع، وتشمل البحوث والتطوير والإنتاج والتسويق والمبيعات وخدمة المستهلك.²

5- المهارات: يمكن اعتبارها كمصدر جد مهم من مصادر الميزة التنافسية يصعب محاكاتها، وذلك بتظافر عدة عناصر.³

كما توجد مصادر أخرى يمكن ذكرها كالآتي:⁴

1- المصادر الداخلية:

وهي المصادر المرتبطة بموارد المنظمة الملموسة وغير الملموسة مثل العوامل الأساسية للإنتاج، الطاقة والموارد الأولية، قنوات التوزيع والموجودات وغيرها.

وكذلك قد تتأني الميزة التنافسية من النظم الإدارية المستخدمة والمطورة، أساليب التنظيم الإداري، طرق التحفيز، مردودات البحث والتطوير والإبداع والمعرفة.

2- المصادر الخارجية:

وهي كثيرة ومتعددة وتشكل من خلال متغيرات البيئة الخارجية وتغيرها مما يؤدي إلى خلق فرص وميزات يمكن أن تستغلها المنظمة وتستفيد منها، كظروف العرض والطلب علي المواد الأولية، المالية، الموارد البشرية المؤهلة وغيرها. يمكن للمنظمة أن تتبنى ميزة تنافسية من خلال خياراتها الاستراتيجية الخاصة بالتكامل الأفقي والعمودي والتنويع والتحالفات الاستراتيجية والعلاقة مع الآخرين.

ثانيا : أنواع الميزة التنافسية

¹ معتصم مفضي الخالدي ، دور محاسبة المسؤولية في تحقيق الميزة التنافسية في الشركات الصناعية السعودية، رسالة مقدمة للحصول على درجة الماجستير، محاسبة، كلية الاقتصاد والأعمال، جامعة جدارا، الأردن، 2015، ص35.

² https://www.drmtaher.com/2020/09/blog-post_9.html (01/04/2023, 00:53)

³ عمار درويش، مرجع سابق، ص28.

⁴ https://www.starshams.com/2022/09/blog-post_42.html (31/01/2023, 10.30)

يمكن أن نميز بين نوعين رئيسيين من الميزة التنافسية:

1- ميزة التكلفة الأقل

هي قدرة المؤسسة على تصميم أو تسويق المنتج بأقل تكلفة ممكنة بالمقارنة مع تكاليف المؤسسات المنافسة بما يؤدي إلى تحقيق عوائد أكبر، فيمكن للمؤسسة أن تحصل على ميزة التكلفة الأقل إذا كانت تكاليفها أقل بالمقارنة مع نظيرتها، ومن هنا فإن الكثير من الشركات المتميزة تنافسيا تهدف أن تكون الرائدة في خفض تكاليفها بين منافسيها في نفس الصناعة أو النشاط، فالمؤسسة تحصل على ميزة التكلفة الأقل من خلال العديد من الوسائل، وتتمثل في ما يلي:¹

أ- وسائل الحصول على ميزة التكلفة الأقل

للحيازة على ميزة التكلفة الأقل، يوجد أمام المؤسسة وسيلتان رئيسيتان هما:

- مراقبة عوامل تطور التكاليف، حيث يمكن للمؤسسة الحيازة على الميزة من العوامل التي تدير تطور تكاليف الأنشطة المنتجة للقيمة ذات الوزن المهم في التكاليف الإجمالية؛
- إعادة نمذجة سلسلة القيمة، حيث يمكن للمؤسسة اتباع طرق مختلفة وأكثر فعالية لتصميم إنتاج، توزيع وتسويق المنتج.

ب- الشروط الواجب توفرها لتطبيق ميزة التكلفة الأقل

يمكن أن نورد أهم الشروط فيما يلي:

- وجود طلب على السلعة، حيث يؤدي التخفيض في السعر الى زيادة مشتريات المستهلكين للسلع؛
- عدم وجود طرق كثيرة لتميع المنتج؛
- عدم وجود طريقة واحدة لاستخدام السلعة لكل المشتريين؛
- محدودية تكاليف التبدل (منتج مؤسسة بمنتج مؤسسة أخرى)، أو عدم وجودها بالمرّة بالنسبة للمشتريين.

2- ميزة التميز

تتميز المؤسسة عن منافسيها في حالة توصلها إلى الحيازة على خاصية منفردة والتي يوليها العملاء قيمة، كما تتميز أيضا عندما تقدم شيئا مميّزا يتعدى العرض العادي لسعر مرتفع قليلا، وتمنح ميزة التميز للمؤسسة القدرة على بيع كميات أكبر من منتجاتها بسعر مرتفع نسبيا، وضمان وفاء العملاء لمنتجاتها، كما تمكنها من التوجه لفئة كبيرة من

¹ أسامة سالم، دور تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية، مذكرة لنيل شهادة الماستر، إدارة أعمال المؤسسة، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة أم البواقي، الجزائر، 2013-2014، ص46.

العملاء في قطاع نشاطها أو إلى فئة قليلة من العملاء وفق احتياجات محددة، وتستمد ميزة التميز من خلال عوامل التفرد.¹

والتي تشمل العناصر التالية:²

أ - **الإجراءات التقديرية**: يمكن أن نعتبر الإجراءات التقديرية عاملا رئيسيا على تمييز المنتجات، وتمثل هذه الإجراءات في اختيار الأنشطة التي يجب أن يعتمد عليها، وكذلك الكيفية التي تمارس بها، وقد يكون تمييز المنتج في عدة أشكال منها: خصائص وكفاءة منتجات الخدمات المقدمة، وجودة وسائل الإنتاج...

ب - **الروابط**: يمكن أن يأتي تمييز المنتج من خلال الروابط الموجودة بين الأنشطة، هذه الروابط التي تأخذ الأشكال التالية:

* **الروابط بين أنشطة المؤسسة**: أي أن التنسيق بين الأنشطة المرتبطة فيما بينها وذلك من بين تلبية حاجيات المستهلكين؛

* **الروابط بين الموردين**: يمكن أن تنفرد المؤسسة بالمنتج المتميز، نتيجة الروابط الموجودة بين المؤسسة ومورديها حيث أنه يمكن تقليص مدة تطوير نموذج جديد من خلال التنسيق بينهما، أو من خلال استغلال أفضل للأنشطة، المشتركة بين المؤسسة وقنوات التوزيع، ومن أمثلة هذه الروابط: تكوين الموزعين.

ج - **الريزنامة**: وهنا المقصود انه يمكن أن تأتي خاصية التميز، نتيجة التاريخ الذي بدأت فيه المؤسسة ممارسة نشاطها حيث نجد في الغالب أن المؤسسات التي كانت السبابة في الدخول إلى قطاع الصناعة تكون لها هذه الميزة.

د - **الموقع (الوضع)**: قد تكون ميزة التميز للمؤسسة نتيجة للمؤسسة نتيجة موقعها وذلك من خلال قربها من المستهلكين مثلا، حيث يمكنها تقديم المنتجات التي يحتاجها المستهلك وخدمات ما بعد البيع في أقرب الآجال.

و - **التكامل**: يؤدي إلى حصول المؤسسة على ميزة التميز، حيث تتوجه المؤسسة نحو أنشطة جديدة منتجة للقيمة، وهذا التكامل قد يكون خلفيا (من خلال قيام المؤسسة بإنتاج المواد الأولية بوسائلها الخاصة) أو أماميا (من خلال قيام المؤسسة بعملية التوزيع بوسائلها الخاصة)، مما يجنبها اللجوء إلى الغير.

إضافة إلى العوامل السابقة، هناك عوامل أخرى نوجزها فيما يلي:

- **الإلحاق**: حيث يمكن أن تنشأ خاصية التمييز لنشاط منتج للقيمة بمجرد أن يكون هذا النشاط مشتركا لعدة وحدات تابعة لنفس المؤسسة؛

¹ بن عابد صارة، دور المراجعة الداخلية في إعطاء المؤسسة ميزة تنافسية، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تدقيق محاسبي و مراقبة التسيير، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة مستغانم، الجزائر، 2015-2016، ص 46-47.

² راندة فوغالي، دور تطوير المنتجات في تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسة، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تسويق، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة بسكرة، الجزائر، 2014-2015، ص 49.

- التعليم :حيث يؤدي التعليم الجيد إلى تمييز المنتج؛
 - الحجم :إذ يمكن أن يؤدي الحجم الكبير لنشاط معين إلى ممارسته بطريقة متميزة؛
 - العوامل المؤسسية.
- ويطلق على هذا النوع ميزة الجودة العالية، وهو قدرة المؤسسة على تقديم منتج متميزا وفريدا وله قيمة مرتفعة من وجهة نظر المستهلك (جودة أعلى، خصائص خاصة للمنتج، خدمات ما بعد البيع) فلذلك لا بد من فهم المصادر المحتملة لتمييز المنتج وتوظيف قدرات وكفاءات المؤسسة لتحقيق جوانب التميز.¹

الفرع الثالث: أبعاد الميزة التنافسية

تتحقق الميزة التنافسية من خلال الاستغلال الأفضل للإمكانيات والموارد الفنية والمادية والتنظيمية بالإضافة إلى القدرات والكفاءات والمعرفة وغيرها من الإمكانيات التي تتمتع بها المنظمة والتي تكنها من تصميم وتطبيق المنافسة.² يشير(الأيوبي، 2010:10) إلى أن أبعاد الميزة التنافسية تتمثل ب (التكلفة، التميز، الجودة، سرعة الاستجابة) أما (شعبان 2011:5) فيشير إلى أنها تمثل (الجودة المتفوقة، الكفاءة المتفوقة، الإبداع المتفوق، الاستجابة المتفوقة)، فعليه فإن هناك تباين في آراء الكتاب حول هذه الأبعاد، لذلك لا بد من استعراض العناصر التي ركز عليها مجموعة من العلماء والكتاب في هذا المجال، ويمكن توضيح ذلك من خلال الجدول التالي:³

جدول رقم (1-4) عناصر تحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر بعض الكتاب

النموذج	التكلفة الأقل	التمايز	التركيز	الاعتمادية	المرونة	الإبداع	السعر	التحالفات	سعة التكلفة النسبية التنافسية	القوى النسبية التنافسية
Porter 1979	*	*	*							
Hyays, Weel 1984	*	*			*	*				
Schuler 1987	*	*				*				

¹ حوحو شهناز، دور الخيار الاستراتيجي في تحقيق الميزة التنافسية، مذكرة لنيل شهادة الماستر، التسيير الاستراتيجي للمنظمات، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة بسكرة، الجزائر، 2015-2016، ص 56.

² قعمور مروة و علائي سهيلة ، دور تسيير الكفاءات في تحقيق ميزة تنافسية، مذكرة لنيل شهادة الماستر، إدارة الأعمال، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة ورقلة، الجزائر، 2019-2020، ص 7.

³ احمد الكرد عايشة، الذكاء العقلائي والعاطفي كمدخل لتعزيز الميزة التنافسية، رسالة مقدمة للحصول على درجة الماجستير، إدارة أعمال، كلية الدراسات العليا-كلية التجارة، الجامعة الإسلامية-غزة، فلسطين، 2016، ص42.

		*	*	*				*	*	Wiseman 1989
				*			*	*	*	Hick 1993
				*	*			*	*	Williamar 1998
				*			*	*	*	Mintzberg 1998
*	*		*	*		*		*		Lunch 2000
					*		*	*	*	Masoumik, AbdulRashid, Olugu 2014
					*		*	*	*	السداسي، 2015
1	1	1	2	7	4	1	5	10	9	المجموع
%10	%10	%10	%20	%70	%40	%10	%50	%100	%90	النسبة المئوية

المصدر : عايشة أحمد الكرد، مرجع سابق، ص43.

وتشير نتائج الجدول إلى أن العناصر الثلاثة التي حصلت على أعلى النسب هي:

1- التمايز (100%) 2- التكلفة الأقل (90%) 3- الابداع (70%)

وسنحاول تقديم بعض الأبعاد الخاصة بالميزة التنافسية في الآتي:¹

1 - جودة السلع والخدمات: لم يعد السعر العامل المحرك لسلوك المستهلك، بل أصبحت الجودة هي الاهتمام الأول له والقيمة التي يسعى للحصول عليها، هذا ما اوجب على المؤسسات التي تريد تحقيق مزايا تنافسية أن تصنع منتجات ذات جودة عالية، وتعد الجودة مطلبا لجميع المنظمات سواء الصناعية أم الخدمية، فهي تشكل عاملا أساسيا لنجاح المنظمات لما لها من دور بين استغلال الموارد وتحقيق موقع تنافسي في السوق، كما إن الجودة تعد من المزايا التنافسية المهمة التي تشير إلى أداء الأشياء بصورة صحيحة لتقديم منتجات تتلائم مع احتياجات الزبائن، وان المنتجات ذات الجودة العالية تسهم في تحسين سمعة المنظمة وتحقيق رضا الزبائن فضلا على أن المنظمة يمكن لها أن تفرض أسعار أعلى في حالة تقديم منتجات ذات جودة عالية لتلبية متطلبات الزبائن.

¹ عوني صبرينة، دور الولاء التنظيمي في تحقيق الميزة التنافسية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، إدارة أعمال، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة ورقلة، الجزائر، 2016-2017، ص9-10.

2 - الكفاءة : تتجسد الكفاءة في الاستغلال الأمثل للموارد المتاحة، وتقاس بكمية المدخلات لإنتاج المخرجات المحدد، حيث كلما ارتفع معدل كفاءة المنظمة كلما قلت المدخلات المطلوبة لإنتاج مخرجات محددة، وبذلك تنخفض التكاليف مقارنة بالمنافسين مما يسمح ببناء ميزة تنافسية.

3 - المرونة في الاستجابة لمتطلبات العملاء: وهي قدرة المنظمة على الاستجابة السريعة للتغيرات المتعلقة بخصائص تصميم المنتج أو التغيرات المتعلقة بحجم طلبات الزبون، وتتضمن المرونة مسايرة التغيرات في الأذواق والحاجات المنفردة لكل زبون وذلك من خلال اجراء تغييرات في تصميم المنتجات المقدمة، والمرونة الثانية هي مرونة الحجم، الاستجابة لتغيرات مستويات الطلب، وهذا له فوائد هي تقديم منتجات جديدة وتقديم تشكيلة واسعة.

4 - التسليم: إن بُعد التسليم هو بمثابة القاعدة الأساسية للمنافسة بين الشركات في الأسواق من خلال التركيز على خفض المهل الزمنية والسرعة في تصميم منتجات جديدة وتقديمها إلى الزبائن بأقصر وقت ممكن، عندما تريد أداء العمل بسرعة هذا يعني تخفيض الوقت الذي يستغرقه عند استلام طلبات الزبائن للمنتجات وتسليمهم تلك المنتجات بشكل نهائي، وأشار (Krajewsky and Ritzman) بأن هناك ثلاثة أسبقيات لبعء التسليم تتعامل بالوقت هي:

- سرعة التسليم: تقاس هذه السرعة بالوقت المستغرق بين استلام طلب الزبون وتلبية الطلب والذي يسمى بوقت الانتظار، ومن الممكن زيادة سرعة التجهيز بتقليل وقت الانتظار؛
- التسليم بالوقت المحدد: ويعني تسليم طلبات الزبائن في الوقت المحدد لهم من قبل الشركة؛
- سرعة التطوير: وهي سرعة تقديم منتج جديد وتقاس سرعة التطوير بالوقت بين توليد الفكرة وحتى التصميم النهائي للمنتج وتقديمه إلى السوق.

5 - الإبداع : يعد الإبداع أحد الأبعاد الأساسية لتحقيق الميزة التنافسية، ويقصد به ابتكار الشيء على غير مثيل سابق، والإبداع يشير إلى ثلاث أمور هي¹:

- أ - الإبداع هو فعلٌ يتغير لكونه توليداً للأفكار جديدة، وأدواته هي الخيال والتصور والمعرفة بأنواعها.
- ب - الإبداع هو عمل دائم وجهد دؤوب لا يأتي من دون عناء.
- ج - الإبداع هو ابتكار تستنبط فيه حقائق غير معروفة من حقائق معروفة.

¹ خليل موفق خليل صافي، دور استخدام بطاقة الأداء المتوازن في تحقيق الميزة التنافسية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، محاسبة، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الأزهر غزة، فلسطين، 2017، ص 105.

ويمكن النظر إلى الإبداع على أنه العملية أو النشاط الذهني الذي يقوم به الفرد وينتج عنه شيء جديد والذي تظهر أهيمته في الآتي¹:

- مواجهة المنافسة المتزايدة في الحصول على عوامل الإنتاج، وكذلك مواجهة المنافسة من أجل زيادة المبيعات؛
 - تقليل حوادث العمل وسلامة بيئة العمل؛
 - إيجاد حلول للمشكلات من خلال اكتشاف بدائل لمعالجة المشكلات؛
 - تطوير طرق وأساليب الإنتاج للسلع والخدمات؛
 - تحسين إنتاجية المنشأة عن طريق تحقيق الكفاءة والفاعلية في الأداء وتحقيق الأهداف.
- رغم اختلاف الباحثين والخبراء في إعطاء تعريف جامع للإبداع، إلا أنهم متفقون جميعاً على أن الإبداع عبارة عن قدرة تتشكل من مجموعة العناصر المختلفة المكونة للإبداع المتمثلة في الطلاقة والمرونة والأصالة والتوسيع.²

المبحث الثاني: الأدبيات التطبيقية لرأس المال الفكري والميزة التنافسية

سنحاول في هذا المبحث تقديم بعض ما تم تناوله من موضوعات مشابهة لدراسات سابقة، لها نفس عنوان بحثنا، سواء المحلية منها أو العربية أو الأجنبية، قصد معرفة ما تم التوصل إليه من نتائج، ومدى الدور الذي لعبه رأس المال الفكري في دعم الميزة التنافسية في المؤسسات التي تمت الدراسة فيها، ومن ثم التعليق على هاته الدراسات.

المطلب الأول: الدراسات المحلية

دراسة حريري بوشعور، صليحة فلاق يومي 13-14 ديسمبر 2011: بعنوان رأس المال الفكري كمدخل لتحقيق ميزة تنافسية مستدامة، مداخلة ضمن الملتقى الدولي حول رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في ظل الاقتصاديات الحديثة ولاية الشلف.

تمثلت اشكالية الدراسة في " ما هو دور الرأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية"، وهدفت هذه الدراسة إلى عرض دور إدارة رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية، من خلال التعرف على ماهية رأس المال الفكري وماهية الميزة التنافسية، وصولاً إلى دور إدارة رأس المال الفكري في دعم تنافسية منظمات الأعمال، وتوصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج نذكر منها:

- إن المحور الأساسي في فكر الإدارة الجديدة هو خلق الميزة التنافسية وأن إدارة رأس المال الفكري بشكل فعال هو الدعامة والركيزة لهذه الميزة؛
- إن القرارات المتعلقة برأس المال الفكري هي قرارات استراتيجية لأنها وسيلة أو أداة لتحقيق أهداف المنظمة؛

¹ خليل موفق خليل صافي، مرجع سابق، 105-106.

² ادريس وائل السنوسي، أثر الحوكمة في تحقيق الميزة التنافسية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، إدارة الأعمال، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، عمان، 2016، ص45.

- الميزة التنافسية مفهوم مركب يتطلب فهم جوهره، والافتتاح بالإمكانات التي يقدمها في مجال التنافس. أهم التوصيات نذكر منها:
 - عدم التفريط برأس المال الفكري، لأنه يمثل ثروة كبيرة للمنظمة حيث يساهم في زيادة قيمتها السوقية؛
 - تنشيط عملية استقطاب وصناعة رأس المال الفكري وإدامته.
- دراسة بن حمين بوجمعة، مارس 2016: بعنوان رأس المال الفكري كآلية لتحقيق الميزة التنافسية، دراسة ميدانية بمؤسسة موبليس للهاتف النقال، المديرية الجهوية بشار.
- تمثلت اشكالية الدراسة في " كيف يمكن للمؤسسة أن تحقق ميزة تنافسية من خلال الاعتماد على رأسها الفكري؟"، وهدفت الدراسة إلى تسليط الضوء على موضوع رأس المال الفكري وأهميته بالنسبة للمؤسسة، ومساهمة هذا المورد في خلق قيمة مضافة لهذه المؤسسة وتعزيز مكانتها السوقية عن طريق تدعيم الميزة التنافسية التي تتوفر عليها، وتم الاعتماد في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وتوصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج نذكر منها:
- وجود علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين رأس المال الفكري والميزة التنافسية فقد بلغ معامل الانحدار (0.83)، أي أن نسبة لرأس المال الفكري وحده يساهم بنسبة (83%) في مساعدة المؤسسة في التأقلم مع المتغيرات والتطورات البيئية التي يشهدها قطاع الاتصالات اللاسلكية. أهم التوصيات نذكر منها:
 - العمل على إتباع مختلف أساليب تنمية رأس المال الفكري، من خلال دفع العاملين وتشجيعهم من أجل اقتراح أفكار جديدة بصور إبداعية لتوليد أساليب وسياسات تسهل من إنجاز مهامهم، وقد يكون هذا العامل له أثر كبير في تعزيز التنافسية لدى المؤسسة؛
 - ضرورة توسيع نطاق الاهتمام برأس المال الفكري بمختلف مكوناته وعدم الاقتصار فقط على رأس المال البشري ورأس المال العلاقي، على اعتبار ان هذا المورد يعد المحرك الرئيسي للمؤسسات في القرن الحادي والعشرين خاصة في ظل اقتصاد مبني أساسا على المعرفة.
- دراسة فرحاتي لويزة، 2015/2016: بعنوان أطروحة دكتوراه بعنوان دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية في ظل اقتصاد المعرفة دراسة حالة شركة الاسمنت عين التوتة - باتنة، رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علوم التسيير تخصص : تنظيم الموارد البشرية.
- تمثلت اشكالية الدراسة في " كيف يمكن لرأس المال الفكري المساهمة في تحقيق الميزة التنافسية لشركة الاسمنت عين التوتة - باتنة؟"، وهدفت الدراسة إلى تحديد دور رأس المال الفكري بأبعاده المختلفة - البشري، الهيكلي، الزبوني - وتحقيق الميزة التنافسية بأبعاده المختلفة - الجودة، الكفاءة، الابداع، الاستجابة- في الشركة الدراسة، اعتمد الباحث

على استبيان من أجل التحقق من المقاربات النظرية للمتغيرين المستقل-رأس المال- والتابع - الميزة التنافسية- والعلاقة بينهما، وتمثلت ادوات الدراسة في الاعتماد على برنامج SPSS وقد أعطت التحليلات عدة نتائج من أهمها:

- وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين رأس المال الفكري بمختلف أبعاده وتحقيق الميزة التنافسية في الشركة محل الدراسة.

أهم التوصيات نذكر منها:

- زيادة الاهتمام برأس المال الفكري وادارته على أفضل وجه لتحقيق التميز، والتعامل الضروري معه باعتباره أهم مورد تمتلكه الشركة، كذلك المحافظة عليه والاعتناء به لأنه أحد العناصر الفعالة لنجاحها في ظل التطور الهائل الذي تعرفه بيئة الاعمال.

المطلب الثاني: الدراسات العربية والأجنبية

أولاً: الدراسات العربية

هاجم محمد حميش، 2012: بعنوان رسالة ماجستير بعنوان رأس المال الفكري وأثره كميزة تنافسية في المنظمات الخدمية دراسة حالة عملية في ثلاث منظمات خدمية مختلفة بدولة الامارات العربية المتحدة.

ركز البحث على دراسة لبعض المنظمات الخدمية للتحقق من أثر رأس المال الفكري على الميزة التنافسية لدى هذه المنظمات التي تمثل عينة من القطاع الخدمي ولمعرفة أهم المصادر التي تسهم في خلق وتنمية قيمة رأس المال الفكري لمنظمات الأعمال وما دوره كأهم مصدر للميزة التنافسية، وتمثلت ادوات الدراسة في استخدام المقارنات الإحصائية لاختبار نتائج اجابات العينة المدروسة والاستعانة بمقياس ليكرت الاحصائي من خلال برنامج Spss، ومن أهم النتائج المتوصل إليها:

- رضا العميل عن هذه الخدمات تجعله لا يذهب للبحث عن منظمات أخرى منافسة لقضاء لتلبية رغباته منها ومن هنا تظهر الميزة التنافسية التي يخلقها رأس المال الفكري للمنظمة.

دراسة فاديه وليد حنفي أبو شامه، 2015 : بعنوان دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية "دراسة تطبيقية في مستشفيات جنوب الضفة الغربية"، رسالة ماجستير، جامعة الخليل.

تمثلت اشكالية الدراسة في " ما هو دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية في المستشفيات الأهلية والخاصة والحكومية جنوب الضفة الغربية؟" وتهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مستوى توفر رأس المال الفكري بأبعاده (البشري، والهيكلي، والعلاقات) ومدى الاهتمام به، والتعرف على دوره في تنمية مستوى المستشفيات باعتباره المورد غير الملموس الذي يرفع من كفاءتها وقيمتها، ويحقق لها ميزة تنافسية محليا وعالميا وتميزها عن غيرها

لتفادي المنافسة الشديدة، وتمثلت ادوات الدراسة في الاعتماد على الكتب والدراسات والأبحاث العلمية الورقية أو الإلكترونية في مكتبات الجامعات الفلسطينية والعربية والأجنبية الموجودة على الإنترنت، وتوصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج نذكر منها:

- هناك علاقة ايجابية ذات دلالة احصائية بين توفر متطلبات رأس المال الفكري وتحقيق الميزة التنافسية في المستشفيات جنوب الضفة الغربية، حيث أن رأس المال الفكري يكون نتاج تفاعل عناصره ومكوناته مجتمعة ولا تنتج عن أي منهما بشكل منفرد، وبغض النظر عن كفاءة وفعالية أي من تلك المكونات، وكلما زاد هذا التفاعل كلما كان له مردود إيجابي على القيمة المحققة لرأس المال.
- تتوفر متطلبات رأس المال الفكري والمكون من رأس المال (البشري، والهيكلية، والعلاقات) لتحقيق الميزة التنافسية في مستشفيات جنوب الضفة الغربية، ويسهم توفر تلك المتطلبات في امتلاك المستشفيات لرأس مال فكري متميز.

أهم التوصيات نذكر منها:

- ضرورة التعامل مع رأس المال الفكري على أنه مورد رئيسي واستراتيجي من بين الموارد المختلفة، والحفاظ عليه وتطويره بشكل مستمر، والتأكيد على أهميته ودوره في نجاح المستشفى وتحقيق الميزة التنافسية لها، وخاصة في ظل ثورة المعلومات وانفتاح العالم بالمعلومات والمعرفة.
 - تركيز الجهود على الاهتمام برأس المال الفكري ومكوناته، باعتباره يفوق رأس المال المادي في العصر الحديث، والعمل على جذب واستقطاب الافراد ذوي الكفاءة والمهارة والموهبة للعمل داخل المستشفى.
- دراسة هبة مُجَّد نور، عباس علي، 2020: بعنوان: دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية (دراسة حالة: شركة MTN للاتصالات في الفترة من 2014 - 2019م)، بحث تكميلي لنيل درجة الماجستير في إدارة الأعمال، الخرطوم.

تمثلت اشكالية الدراسة في " إلى أي مدى يؤثر رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية؟" ، وتهدف الدراسة إلى التعرف على رأس المال الفكري وأثره في تحقيق الميزة التنافسية لشركات الأعمال وتوضيح العلاقة والأثر بين رأس المال الفكري الممثل بمكونات (البشري، الهيكلية، الزبوني) وبين الميزة التنافسية، وتحديد العلاقات الارتباطية بين متغيرات الدراسة، التعرف على مستوى توافر متطلبات رأس المال الفكري لدى المنظمات وعلى مستوى أهمية رأس المال الفكري والميزة التنافسية لدى الشركة محل الدراسة ومعرفة مدى كفاءة شركة (MTN) للاتصالات في استخدام رأس مالها الفكري، وقد تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي مع دراسة الحالة لمعرفة دور رأس المال الفكري بأبعاده

المختلفة في تحقيق الميزة التنافسية، أما ادوات الدراسة فتمثلت في الاستبانة، الكتب، المراجع، المجالات، المنشورات، التقارير الدورية للشركة، وتوصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج نذكر منها:

- إن جزء مهماً من رأس المال الفكري للشركات هو رأس المال البشري الذي يبرز بشكل واضح في الشركات المعرفية وليس من السهل قياس وتحديد هذا الجزء من رأس المال.
- يرتبط رأس المال الفكري بالمعرفة والمهارات والخبرات والابتكار والإبداع و ترتبط كل تلك الصفات بمقدرات العاملين بمنظمات الأعمال.

أهم التوصيات نذكر منها:

- يتوجب على الشركات تحديد أوزان دقيقة لمساهمة العناصر المختلفة في تكوين رأس مالها الفكري لتحقيق الميزة التنافسية.
- ضرورة زيادة حجم الإنفاق على أنشطة التدريب والبحوث والتطوير، حيث أصبح الإنفاق على هذه الأنشطة في ظل سيادة عصر المعرفة يمثل إنفاقاً استثمارياً يدر عائداً للمنظمة وليس مجرد إنفاق بدون مردود.
- ضرورة تطوير الهياكل التنظيمية بالمنظمات وجعلها أكثر مرونة بما يسمح بتوفير البيئة الداعمة لتنمية رأس المال الفكري في هذه المنظمات.

ثانياً: الدراسات الأجنبية

Cisneros, M.Ahernandez-Perlines,F and Rodriguez-Garcia, M.(2020), Intellectual capital, Organisational performance and competitive advantage, European J.International Management, Vol 14, n 6 , p 976-998.

تمثلت اشكالية الدراسة في "هل رأس المال البشري ورأس المال الهيكلي ورأس المال العلائقي لها تأثير إيجابي على الأداء التنظيمي للشركات المتوسطة الحجم في قطاع التصنيع المكسيكي؟"، هدفت هذه الدراسة الى تحليل كيف تتوسط الميزة التنافسية العلاقة بين الأداء الفكري والتنظيمي. تم الحصول على البيانات من استطلاع أرسل إلى 309 من الرؤساء التنفيذيين لشركات التصنيع المكسيكية ، من أجل اختبار فرضيات البحث تمت تجربة البناء عن طريق الوجه والمحتوى والصلاحية المتقاربة والإسمية والتميزية، . وتوصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج نذكر منها:

- يعمل رأس المال الفكري بشكل غير مباشر مع الميزة التنافسية للتأثير إيجاباً على الأداء التنظيمي.
- يعمل رأس المال الهيكلي على تحسين رأس المال العلائقي.
- يسمح الاستثمار في البحث والتطوير وكذلك في براءات الاختراع واستخدام تكنولوجيا المعلومات وانظمة الاتصال بأن تكون حافزا للأداء التنظيمي.
- رأس المال العلائقي له تأثير إيجابي في شركات التصنيع المكسيكية متوسطة الحجم.

Peggy delita merida, research in management and ccounting, intellectual capital, competitive advantage (evidence from indonesia's manufacturing sector), vol. 4 no, 1 june 2021.

تمثلت اشكالية الدراسة في "هل رأس المال الفكري له تأثير إيجابي على الميزة التنافسية؟"، تهدف الدراسة إلى فحص العلاقة بين رأس المال الفكري والميزة التنافسية، أجريت الدراسة على 444 شركة تصنيع في إندونيسيا من 2013-2017. حدثت هذه الدراسة هي نموذج بث يجعل الميزة التنافسية متغيراً تابعاً لرأس المال الفكري ومتغيرات الميزة التنافسية باستخدام وكيل حصة السوق. وتوصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج نذكر منها:

- رأس المال الفكري له تأثير إيجابي على الميزة التنافسية.
- يمكن للشركة استخدام وإدارة مصدر رأس مالها الفكري بفعالية وكفاءة للحصول على أفضل ربح.
- يعد رأس المال البشري أحد العوامل الرئيسية لصناعة المعرفة لأنه التكلفة السائدة للإنتاج أثناء العملية.

José Emilio Navas López, Elsa Alama Salazarb, Gregorio Martín de Castroc, Pedro López Sáez, Organisational Capital as Competitive Adventage of the Firm, Complutense university of Madrid, Spain.

تمثلت اشكالية الدراسة في " يدعم رأس المال التنظيمي أي نوع آخر من عناصر رأس المال الفكري التي يتم تطويرها داخل الشركة؟"، تهدف هذه الدراسة الى محاولة تقييم رأس المال التنظيمي من وجهة النظر القائمة على الموارد وفقاً لنموذج قياس رأس المال الفكري وإدارته، تم تطوير إطار تقييم لرأس المال الفكري عن طريق هذا الإطار يمكن تصوير رأس المال التنظيمي على أنه مجموعة من الأصول القيمة ، يصعب تقليدها واستبدالها و نقلها. يسمح بناء مثل هذا الإطار التقييمي بإجراء مزيد من البحث حول المكونات الأخرى لرأس المال الفكري للشركة ، مما يربط بين الآداب التي تركز على منظور الموارد والأصول غير الملموسة أو رأس المال الفكري. وتوصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج نذكر منها:

- تطوير إطار عمل لتقييم الموارد والقدرات، وفقاً للمعايير المستخدمة في النظرة القائمة على الموارد للميزة التنافسية.
- يمكن أن يكون الإطار المخصص للتقييم الاستراتيجي لرأس المال التنظيمي أيضاً مساعدة كبيرة في تحليل الأنواع الأخرى من رأس المال الفكري مثل رأس المال البشري أو رأس المال التكنولوجي أو رأس المال التجاري أو رأس المال الاجتماعي.
- يدعم رأس المال التنظيمي أي نوع آخر من عناصر رأس المال الفكري التي يتم تطويرها داخل الشركة.
- إن التفاعل والارتباط بين العناصر هو المفتاح لامتلاك رأس مال تنظيمي استراتيجي ، وتعزيز هذه الخصائص سيكون المهمة الرئيسية للمدير المسؤول عن تطويرها.

المطلب الثالث: التعليق على الدراسات السابقة

جاءت الدراسة الحالية بناء على ما طرحته الدراسات السابقة في حقل رأس المال الفكري والميزة التنافسية، وما توصلت إليه من استنتاجات وما أفرزته من توصيات، حيث ساهمت الدراسات السابقة في إعطاء إطار مفاهيمي لمتغيرات الدراسة من خلال التعرف على بعض المصادر البحثية النظرية والتطبيقية، مما مهد الطريق أمامنا في بناء منهجية الدراسة بتحديد المشكلة وعينة الدراسة، وبناء أداة لقياس دور الرأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية بالمؤسسات محل الدراسة.

وأهم ما تميزت به الدراسة الحالية:

- تناولت الدراسة الحالية رأس المال الفكري بمكوناته ودراسة أثرها في تعزيز الميزة التنافسية وتطبيق الجانب النظري من الموضوع على المؤسسات محل الدراسة.
 - تناولت الدراسة الحالية مدخل الموارد كأساس لتقوية الميزة التنافسية وإبرازها على رأس المال الفكري كمورد استراتيجي للمؤسسة ومصدر لتعزيز الميزة التنافسية.
- تختلف الدراسة الحالية عن سابقتها من حيث أهدافها ومنطلقاتها.

خلاصة الفصل:

من خلال دراستنا للفصل الاول ومحاولة منا توضيح كل ما يتعلق بالجانب النظري لكل من الرأس المال الفكري والميزة التنافسية وذكر بعض من الدراسات السابقة التي تحمل نفس الموضوع وكذا التعليق عليها، تبين لنا أن لرأس المال الفكري دور كبير في تحقيق الميزة التنافسية، والتي بدونها لا تستطيع المؤسسات المنافسة وسط سوق شرسة لا تعرف التوقف، وتكون دائما في مواكبة كل ما هو جديد ولا تنتظر، بل تكون دائما هي السبابة من أجل الحفاظ على وزنها في السوق، ومن أجل الوصول لهذا التميز الذي وجدنا بأنه يمتاز بالجودة، الكفاءة، المرونة، التسليم، الإبداع، وجب عليها الاهتمام برأس مالها الفكري أو ما يسمى برأس مالها المعرفي، وذلك من كل الجوانب، من رأس مال بشري أو هيكلية أو علائقي (زبوني)، لأن اليوم أصبح المورد البشري أهم عنصر في المؤسسة، وبدونه يستحيل التفوق والتميز ولو تملك الكم الهائل من الموارد الأخرى، لأن العقل البشري هو من يخطط وينظم هاته الموارد، ومعرفة استغلالها الاستغلال الأمثل وفي الوقت المناسب، والذي بدوره تستطيع المؤسسة الوصول إلى الهدف المنشود والمحافظة عليه.

الفصل الثاني:
الدراسة الميدانية

تمهيد:

بعد عرضنا للدراسة النظرية لرأس المال الفكري والميزة التنافسية ومحاولة منا لفهم الموضوع جيدا، أردنا أن نعزز ما ذكرناه سابقا في الفصل الأول بدراسة ميدانية لبعض من المؤسسات الاقتصادية لولاية الوادي، وحتى تتضح الصورة أكثر قمنا بدراسة المؤسسات بأنواعها الثلاث، سواء التجارية أو الصناعية أو الخدمية، وذلك لمعرفة الدور الذي يلعبه رأس المال الفكري في دعم الميزة التنافسية لكل نوع من هاته المؤسسات، وللوصول إلى نتائج ملموسة قمنا بوضع استمارة على شكل أسئلة تخص موضوع الدراسة ووزعناها على عينة من المؤسسات ومن ثم تفريغ هاته الاستمارات على برنامج احصائي (Spss) نسخة 20 وبرنامج (Minitab) النسخة 19، يستطيع تحويلها إلى أرقام وأشكال بيانية تبين مدى تطبيق كل مؤسسة من المؤسسات لرأس المال الفكري الذي يستطيع بدوره الوصول إلى ميزة تنافسية وتعزيزها والمحافظة عليها.

ولقد قمنا بتقسيم هذا الفصل إلى مبحثين تناولنا فيهما ما يلي:

المبحث الأول: منهجية الدراسة والأدوات المستخدمة.

المبحث الثاني: تحليل نتائج الدراسة واختبار الفرضيات.

المبحث الأول: منهجية الدراسة والأدوات المستخدمة

سنتطرق في هذا المبحث على المنهج الذي يمكن العمل به لدراسة الظاهرة المدروسة والوقوف على معرفة الأدوات والأساليب المستخدمة بشكل نظري يمكن الاعتماد عليها قصد الحصول على نتائج مدعومة بأرقام وأشكال نستطيع تحليلها تبين العلاقة بين المتغيرين (رأس المال الفكري والميزة التنافسية).

المطلب الأول: منهجية الدراسة

الفرع الأول: المنهج المستخدم

بناء على طبيعة الموضوع والأهداف التي نسعى إلى تحقيقها، وتماشيا مع أهداف الدراسة استخدمنا المنهج الوصفي التحليلي الذي يعرف بأنه " طريقة لوصف الظاهرة المدروسة وتصويرها عن طريق جمع المعلومات المقننة عن المشكلة وتصنيفها وتحليلها وإخضاعها للدراسة الدقيقة"¹ حيث سنحاول من خلاله وصف وتقييم رأس المال الفكري ودوره في دعم الميزة التنافسية.

الفرع الثاني: متغيرات الدراسة

بناء على النموذج المعتمد في الدراسة نجد أن كل من المتغير المستقل والمتغير التابع كالآتي:

1- المتغير المستقل: هو رأس المال الفكري وقسم إلى الأبعاد التالية:

بعد رأس المال البشري - بعد رأس المال الهيكلي - بعد رأس المال العلائقي.

2- المتغير التابع: هو الميزة التنافسية وقسم إلى الأبعاد التالية:

بعد الجودة - بعد الكفاءة - بعد المرونة - بعد التسليم - بعد الإبداع.

المطلب الثاني: أدوات التحليل

الفرع الأول: استمارة الاستبيان: يعتبر الاستبيان تقنية مباشرة لطرح الأسئلة على الأفراد بطريقة موجهة، ذلك أن جميع الإجابات تحدد مسبقا، هذا ما يسمح بالقيام بمعالجة كمية من المعلومات بهدف اكتشاف علاقات رياضية وإقامة مقارنات كمية.² وتتطلب عملية بناء الاستبيان إلى الكثير من الوقت والجهد، كما تحتاج إلى كفاءة منهجية وخبرة واسعة في البحث وصياغة الأسئلة.³

من بين أوجه أهمية الاستبيان أنها توفر كم كبير من المعلومات المحددة والمقصودة والمتراطة مع مشكلة البحث وأهدافه، كما أنها تحافظ على سرية المعلومات الشخصية للمشاركين في الدراسة مع عدم الكشف على الهوية الحقيقية لهم.

¹ عمار بوحوش، وآخرون، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2000، ص 32.

² مورييس أنجريس، منهجية البحث العملي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي، كمال بوشرف، سعيد سبعون، طبعة الثانية؛ الجزائر، دار القصة للنشر 2004؛ 2006، ص 204.

³ سوتيريوس سارانتاكوس، البحث الاجتماعي، ترجمة شحلة فارغ، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، الطبعة الأولى، قطر، 2017، ص 425.

جدول رقم (1-2) يوضح توزيع عدد الاستثمارات

النسبة المئوية %	العدد	توزيع الاستثمارات
100	45	عدد الاستثمارات الموزعة
93	42	عدد الاستثمارات المسترجعة
07	03	عدد الاستثمارات غير المسترجعة
93	42	عدد الاستثمارات الصالحة للدراسة

المصدر: من إعداد الطلبة

تم تقسيم الاستبيان إلى ثلاث أجزاء رئيسية:

أولاً: البيانات الشخصية وتضمنت ما يلي:

- اسم المؤسسة ونوع ومدة النشاط: قمنا باختيار عينة من المؤسسات ذات النشاط الاقتصادي، وذلك تماشياً لمقتضيات الدراسة، لأن رأس المال الفكري له تأثير كبير على هذا النوع من المؤسسات، ومعرفة كفاءته المثلى يجعل المؤسسات قادرة على الوقوف والصمود لمدة طويلة، ولنعرف هذا التأثير أجرينا دراسة في كل نوع من أنواع المؤسسات، سواء التجارية منها أو الصناعية أو الخدمية، وذلك محاولة منا لمعرفة درجة تأثير كل نوع من هاته الأنواع.
- الجنس: ونقصد به فاعلية كل جنس وسط المؤسسات، وما يترتب عليه من نتائج وسط الجنسين، وما هو الجنس المعتمد عليه أكثر في مؤسسات محل الدراسة؟
- العمر: كلنا نعلم أن العمر له دور كبير من حيث نشاط الأشخاص، وما يقتضيه من دافعية أكبر نحو الانتاج والتفوق بصورة كبيرة، لذا ركزنا في هذا الجزء على فئات عمرية مختلفة، حيث سنعرف من خلالها اعتماد كل مؤسسة على نوع الفئة العمرية التي تركز عليها.
- المستوى التعليمي: حيث نجد أن رأس المال الفكري متواجد بكثرة في وسط الطبقة المثقفة والمتعلمة، لذا حبذنا أن نجعل مستويات تعليمية متنوعة حسب ما تقتضيها الحاجة، ومن خلالها نعرف أثر هاته الفئة في المؤسسات التي تسعى للوصول إلى ميزة تنافسية.
- مجال الوظيفة الحالية: في هذا الشق نجد مجالات مختلفة من طبقات الادارة، والتي حددناها بثلاث طبقات مهمة في الإدارة (إدارة عليا- إدارة إشرافية- دعم فني) وما ينجر عن كل طبقة في تحقيق التميز وذلك عن طريق رأس المال الفكري المتواجد لديهم.

● **سنوات الأقدمية:** خصصنا هذا الجزء لأنه مهم جدا في دراسة الحالة التي قمنا بها، وذلك بالنظر في اعتماد كل مؤسسة على أي فئة من هاته الفئات، سواء أصحاب الخبرات أم الجدد، وهل فعلا أن أصحاب الخبرات هم من تعتمد عليهم المؤسسات أكثر أم العكس؟.

ثانيا: بعد رأس المال الفكري: وهو المتغير المستقل في الدراسة، عبرنا عنه عن طريق 15 عبارة يشمل أبعاد جزئية كما أقرته النظرية الإدارية والمتمثل في:

1- **رأس المال البشري:** ويتضمن 5 عبارات كما يلي:

- ☞ تتناسب مؤهلات ومهارات العمال مع المهام الموكلة إليهم.
- ☞ تخصص المؤسسة برامج تنمية مهارات العاملين بها.
- ☞ تهتم المؤسسة بالاقتراحات التي يقدمها العاملين وتوظيفها في حل المشاكل.
- ☞ تطبق المؤسسة أساليب العمل الجماعي وتكريس روح الفريق.
- ☞ تتم الترقية في المؤسسة على أساس الأقدمية فقط وليس على أساس المهارة والكفاءة.

2- **رأس المال الهيكلي:** ويتضمن 5 عبارات كما يلي:

- ☞ يدرك كل العمال جيدا أهداف المؤسسة ويشاركون في تحقيقها.
- ☞ تقوم المؤسسة بتقييم ومراجعة العمليات الإدارية بشكل مستمر.
- ☞ تخصص المؤسسة ميزانية كافية لدعم أنشطة البحث والتطوير.
- ☞ تتابع المؤسسة وتتبنى آخر التطورات العلمية والتقنية في مجال التكنولوجيا الحديثة.
- ☞ تدعم المؤسسة الأفكار الإبداعية التي يمكن تسجيلها كبراءة اختراع.

3- **رأس المال العلائقي:** ويتضمن 5 عبارات كما يلي:

- ☞ لدى المؤسسة علاقات جيدة مع الموردين.
- ☞ تمنح المؤسسة مزايا لزيائنها الأوفياء تميزهم عن غيرهم من الزبائن.
- ☞ تقوم المؤسسة بمعرفة آراء واقتراحات زبائنها والإصغاء لهم وحل مشكلاتهم.
- ☞ لدى المؤسسة علاقات جيدة مع البنوك والدائنين عموما.
- ☞ لدى المؤسسة علاقات جيدة مع جمعيات ومنظمات المجتمع المدني (جمعيات حماية البيئة، حماية المستهلك).

ثالثا: بعد الميزة التنافسية: وهو المتغير التابع في الدراسة، عبرنا عنه عن طريق 24 عبارة يشمل أبعاد جزئية كما أقرته النظرية الإدارية والمتمثل في:

1- **الجودة:** ويتضمن 5 عبارات كما يلي:

- ☞ تعتمد المؤسسة على برامج في تحسين جودة منتجاتها لتكون الأفضل في السوق.
- ☞ تصغي المؤسسة باهتمام لزيائنها والمتعاملين معها لتعرف آرائهم بشأن جودة المنتجات والخدمات المقدمة.
- ☞ تقدم المؤسسة باستمرار خدمات متميزة.
- ☞ تقوم المؤسسة بتقييم الجودة من أجل تحسينها باستمرار.
- ☞ منتجات المؤسسة مطابقة للمواصفات الدولية.

2- الكفاءة: ويتضمن 5 عبارات كما يلي:

- ☞ تتميز تكاليف المؤسسة بالانخفاض مقارنة بمنافسيها.
- ☞ تتحمل المؤسسة تكاليف صيانة منخفضة.
- ☞ تتبنى المؤسسة الطرق والأساليب الكفيلة بتطوير كفاءة العمليات.
- ☞ تتبنى المؤسسة التكنولوجيا الحديثة في انجاز عملياتها التشغيلية والإدارية.
- ☞ هناك اجتماعات دورية للتعرف على سيرورة العمل.

3- المرونة: ويتضمن 6 عبارات كما يلي:

- ☞ تسعى المؤسسة إلى الاستجابة السريعة لتغيرات أذواق المستهلكين.
- ☞ تطبق المؤسسة مبدأ تحديد الاحتياجات الحالية والمستقبلية للزبون وتحرص على تلبيتها.
- ☞ المؤسسة على إطلاع مبكر بكل ما حدث أو سيحدث في السوق من تغيرات.
- ☞ التحكم في تغيير عمل الآلات حسب التغير في مواصفات المنتج.
- ☞ للمؤسسة القدرة على تغيير كمية الإنتاج عند تغير حجم الطلب.
- ☞ تهتم المؤسسة بالاستماع لزيائنها وتحرص على معالجة شكاوهم في أسرع وقت.

4- التسليم: ويتضمن 3 عبارات كما يلي:

- ☞ تلتزم المؤسسة بالمواعيد المحددة عند تسليم الطلبات إلى الزبائن باستمرار.
- ☞ تتميز المؤسسة بتسليم منتجاتها لعملائها في وقت قصير مقارنة بمنافسيها.
- ☞ تعتمد المؤسسة برامج صيانة دقيقة ودورية للآلات.

5- الإبداع: ويتضمن 5 عبارات كما يلي:

- ☞ تقدم المؤسسة منتجات جديدة تستجيب لتطلعات الزبائن.
- ☞ تحقق المؤسسة اسبقيات تنافسية في مجال تقديم المنتجات الجديدة.
- ☞ تعتبر المؤسسة الإبداع أولوية استراتيجية لها.

☞ توفر المؤسسة المناخ المناسب للأفراد لتوليد أفكارهم الإبداعية.

☞ تخصص المؤسسة مبالغ معتبرة لدعم جهود البحث والتطوير.

الفرع الثاني: الأساليب الإحصائية لتحليل معطيات الاستبيان التي تم جمعها من عينة الدراسة، اعتمدنا على أسلوب الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية باستخدام برنامج SPSS النسخة 20، وبرنامج Minitab النسخة 19، أين تم حساب كل من المعطيات التالية:

أولاً: المتوسط الحسابي:

الوسط الحسابي أو المتوسط يعتبر من أهم مقاييس النزعة المركزية والأكثر استخداماً في الإحصاء والحياة العملية إذ يستخدم عادة في الكثير من المقارنات بين الظواهر المختلفة، ولو أسندت قيمة المتوسط لكل مشاهدة فإن مجموع هذه القيم الجديدة يكون مساوياً لمجموع المشاهدات الأصلية، والوسط الحسابي أو المتوسط لمجتمع ما يرمز له بالرمز μ (الحرف اليوناني ميو)، أما الوسط الحسابي للعينة فيرمز له بالرمز \bar{x} (وتقرأ \bar{X})¹.

ثانياً: الانحراف المعياري:

هو عبارة عن الجذر التربيعي الموجب للتباين، هو من أكثر مقاييس التشتت أهمية واستعمالاً في الدراسات الإحصائية، ويرمز له بالرمز SD^2 .

ثالثاً: معامل ارتباط بيرسون :

ويرمز له بالرمز r_p وهو معامل ارتباط خطي بسيط يقيس قوة واتجاه العلاقة بين متغيرين فقط، وهذان المتغيران هما متغيران كميان أي يعبر عنهما بالأرقام، ويحسب المعامل وفق القانون الآتي:³

$$r = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(n \sum x^2 - (\sum x)^2)} \sqrt{(n \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

رابعاً: معامل ارتباط الرتب (سبيرمان):

وهو معامل ارتباط ثنائي يصلح في المتغيرات الكمية والنوعية وهو أقل من معامل ارتباط بيرسون، ويمكن إيجاد معامل ارتباط سبيرمان حسب الخطوات الآتية:

1- إعطاء رموز رقمية للبيانات النوعية (الرتب) لكل من X و Y .

¹ وليد عبد الرحمن الفراء، مبادئ علم الإحصاء، محافظة رجال ألمع، منطقة عسير، المملكة العربية السعودية، 2004-2005، ص 19.

² محمد صبيحة، محاضرات في مقياس الإحصاء 1، مطبوعة موجهة لطلبة السنة أولى LMD جذع مشترك العلوم الاحصائية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر3، ص 94.

³ مازن نعمان عبد الله، محاضرات في مادة مبادئ الإحصاء، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة تكريت، ص 30.

2- نستخرج الفرق بين رتب X ورتب Y بعمود جديد هو d .

3- نقوم بتربيع الفرق بعمود آخر هو d² .

4- تطبيق قانون سبيرمان لإيجاد معامل الارتباط.¹

$$rs = 1 - \frac{6 \sum d^2}{n(n^2-1)}$$

خامسا: خرائط الرقابة الاحصائية على المتوسطات:

وهو أسلوب مستمد من الرقابة الاحصائية المستخدم في الرقابة على الجودة، وتعرف المراقبة الإحصائية للجودة بأنها: " طريقة يتم التحكم من خلالها على جودة المنتج وجودة العمليات الإنتاجية وذلك باستخدام نظرية الاحتمال الطرق الإحصائية المختلفة حيث تطبق على بعض العينات المختارة وذلك بغرض المحافظة على جودة المنتجات من جهة والتدخل السريع لإصلاح أي أخطاء حين توقعها من جهة أخرى. وتمثل خرائط الرقابة أحد أهم أدواته، وتبنى على أساس فترات الثقة، التي تمثل تقدير معلمة المجتمع بمدى (فترة) معين من القيم باحتمال معين و هذا الاحتمال يسمى مستوى الثقة ويرمز له بالرمز $(\alpha-1)\%$ ، مستوى الثقة يعطينا مدى ثقتنا أن هذه المعلمة ستقع بين الحد الأدنى و الحد الأعلى للفترة.

¹ مازن نعمان عبد الله، نفس المرجع السابق، ص32.

المبحث الثاني: تحليل نتائج الدراسة واختبار الفرضيات

قصد الوقوف عند مستوى العلاقة بين رأس المال الفكري والميزة التنافسية بالمؤسسات الاقتصادية بولاية الوادي وأخذها بشيء من التحليل قمنا بتوزيع الاستبيان، وبعد استرجاع الاستثمارات الصالحة للتحليل، تحصلنا على عينة تتميز بالخصائص التالية:

المطلب الأول: توزيع أفراد العينة حسب المتغيرات

أولا: توزيع أفراد العينة حسب متغير المؤسسة

من خلال الاستثمارات القابلة للتحليل، وعن توزيع مفردات العينة حسب مؤسسات الانتماء، تمكنا من تلخيص بيانات الجدول التالي:

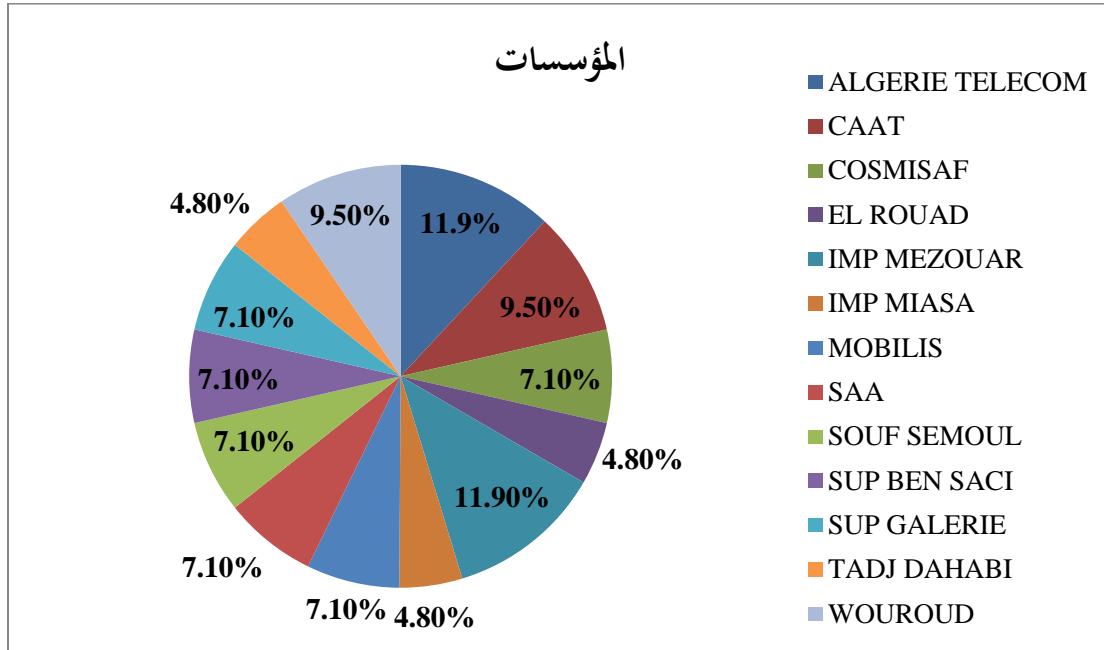
الجدول رقم (2-2) يوضح توزيع العينة وفق مؤسسة الانتماء

النسبة %	المشاهدات	المؤسسة	النسبة %	المشاهدات	المؤسسة
07.1	03	SAA	11.9	05	ALGERIE T
07.1	03	SOUF SEMOUL	09.5	04	CAAT
07.1	03	SUP BEN SACI	07.1	03	COSMISAF
07.1	03	SUP GALERIE	04.8	02	EL ROUAD
04.8	02	TADJ DAHABI	11.9	05	IMP MEZOUAR
09.5	04	WOUROUD	04.8	02	IMP MIASA
			07.1	03	MOBILIS
% 100			مجموع النسب	42	مجموع المشاهدات

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على نتائج العينة المدروسة واعتمادا على برنامج SPSS.VR20.

اعتمادا على الجدول أعلاه يمكن تشكيل بياناته في الشكل التالي:

شكل رقم (2-1) يوضح توزيع العينة وفق مؤسسة الانتماء



المصدر: من إعداد الطلبة بناء على نتائج العينة المدروسة واعتمادا على برنامج SPSS.VR20.

من خلال ملاحظتنا للجدول والشكل أعلاه، يتضح لنا أن متوسط استمارة الاستبيان الموزعة قدر بنسبة 7.10% في كل من المؤسسات (Cosmisaf-Mobilis-Saa-Souf Semoul- Sup Ben Saci-Sup Galerie)، وبنسبة 4.80% في المؤسسات (Tadj Dahabi-Imp Miasa - El Rouad)، وبنسبة 9.50% في المؤسسات (Wouroud- Caat) في حين كانت أعلى نسبة قدرت بـ 11.90% بالنسبة لمؤسسة (Imp Mezouar- Algerie Telecom).

ثانيا: توزيع أفراد العينة حسب الجنس

من خلال الاستمارات القابلة للتحليل، وعن توزيع مفردات العينة حسب الجنس، تمكنا من تلخيص بيانات الجدول التالي:

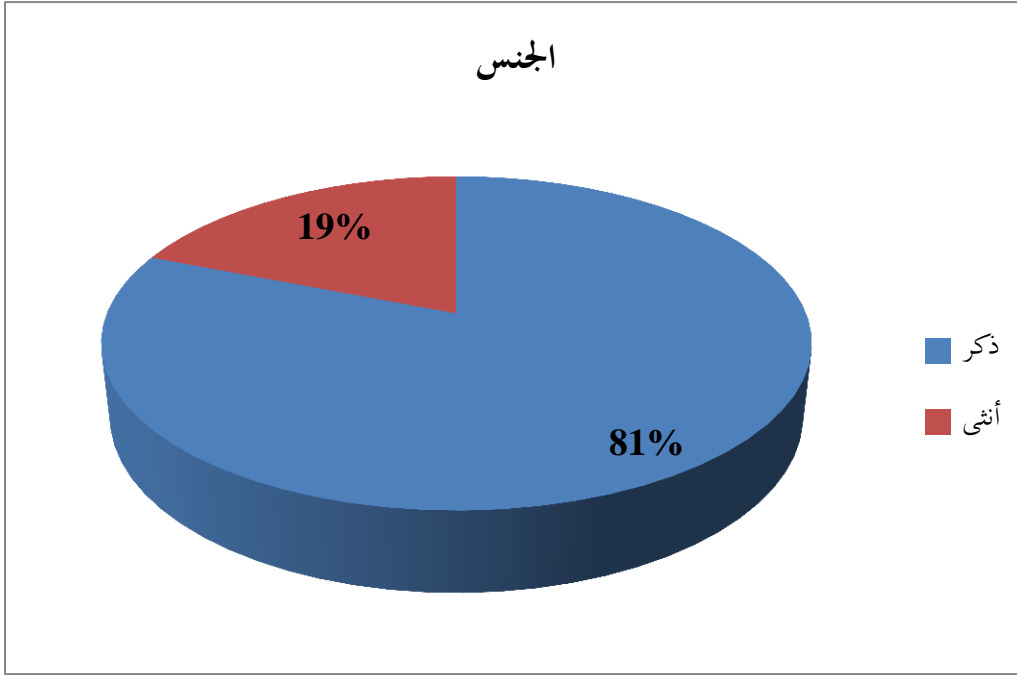
الجدول رقم (2-3) توزيع العينة حسب متغير الجنس

النسبة %	عدد المشاهدات	الجنس
81	34	ذكر
19	08	أنثى
% 100	42	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على نتائج العينة المدروسة واعتمادا على برنامج SPSS.VR20.

اعتمادا على الجدول أعلاه يمكن تشكيل بياناته في الشكل التالي:

شكل رقم (2-2) يوضح توزيع العينة وفق الجنس



المصدر: من إعداد الطلبة بناء على نتائج العينة المدروسة واعتمادا على برنامج SPSS.VR20.

يتضح من الجدول والشكل أعلاه أن توزيع الذكور في مجتمع قد بلغ 34 فردا أي بنسبة (81 %) من مجموع العينة ، علما أن عدد الإناث كان 08 أي بنسبة (19 %) من المجموع الكلي لمجتمع الدراسة، مما يعني أن الذكور يشكلون النسبة الأكبر من عينة الدراسة.

ثالثا: توزيع أفراد العينة حسب السن

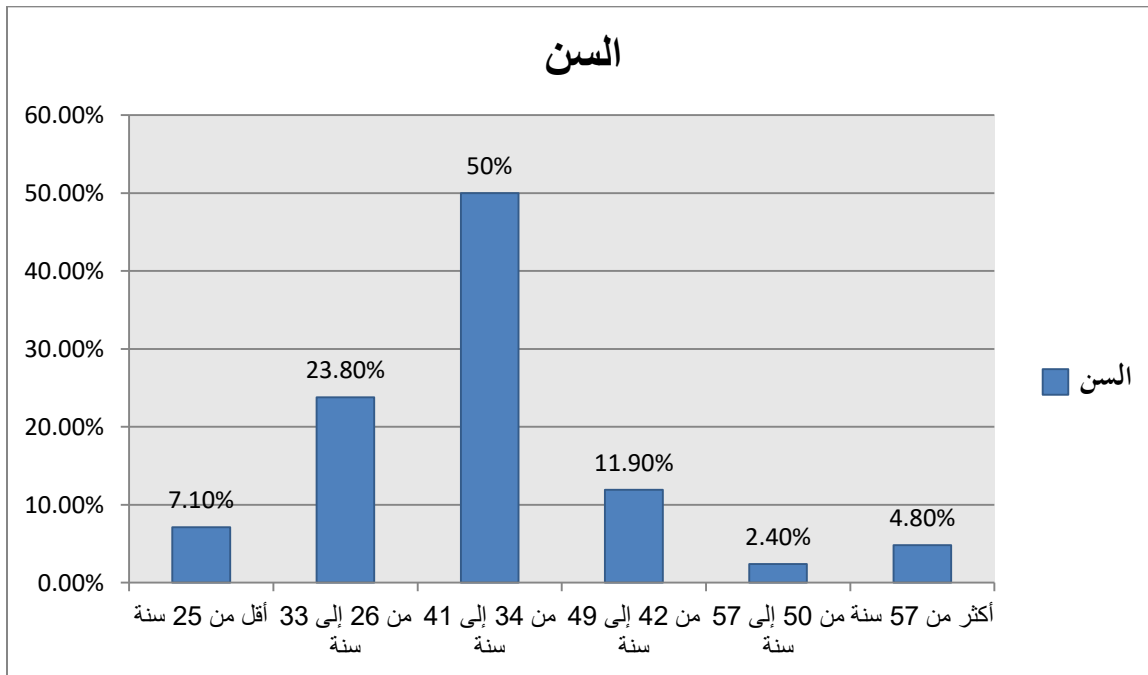
من خلال الاستمارات القابلة للتحليل، وعن توزيع مفردات العينة حسب السن، تمكنا من تلخيص بيانات الجدول التالي:

الجدول رقم (2-4) توزيع العينة حسب متغير السن

النسبة %	المشاهدات	الفئة العمرية	النسبة %	المشاهدات	الفئة العمرية
11.9	05	من 42 إلى 49 سنة	07.1	03	أقل من 25 سنة
02.4	01	من 50 إلى 57 سنة	23.8	10	من 26 إلى 33 سنة
04.8	02	أكثر من 57 سنة	50	21	من 34 إلى 41 سنة
% 100			مجموع النسب	42	مجموع المشاهدات

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على نتائج العينة المدروسة واعتمادا على برنامج SPSS.VR20.

شكل رقم (2-3) يوضح توزيع العينة وفق متغير السن



المصدر: من إعداد الطلبة بناء على نتائج العينة المدروسة واعتمادا على برنامج SPSS.VR20.

يتضح من الجدول والشكل أعلاه أن أكبر نسبة هي الفئة الثالثة (من 34 إلى 41 سنة) بنسبة (50%)، ثم الفئة الثانية (من 26 إلى 33 سنة) بنسبة (23.8%)، ثم الفئة الرابعة (من 42 إلى 49 سنة) بنسبة (11.9%)، ثم الفئة الأولى (أقل من 25 سنة) بنسبة (07.1%)، ثم الفئة السادسة (أكثر من 57 سنة) بنسبة (04.8%)، ثم الفئة الخامسة وهي أقل نسبة (من 50 إلى 57 سنة) بنسبة (02.4%).

رابعاً: توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي

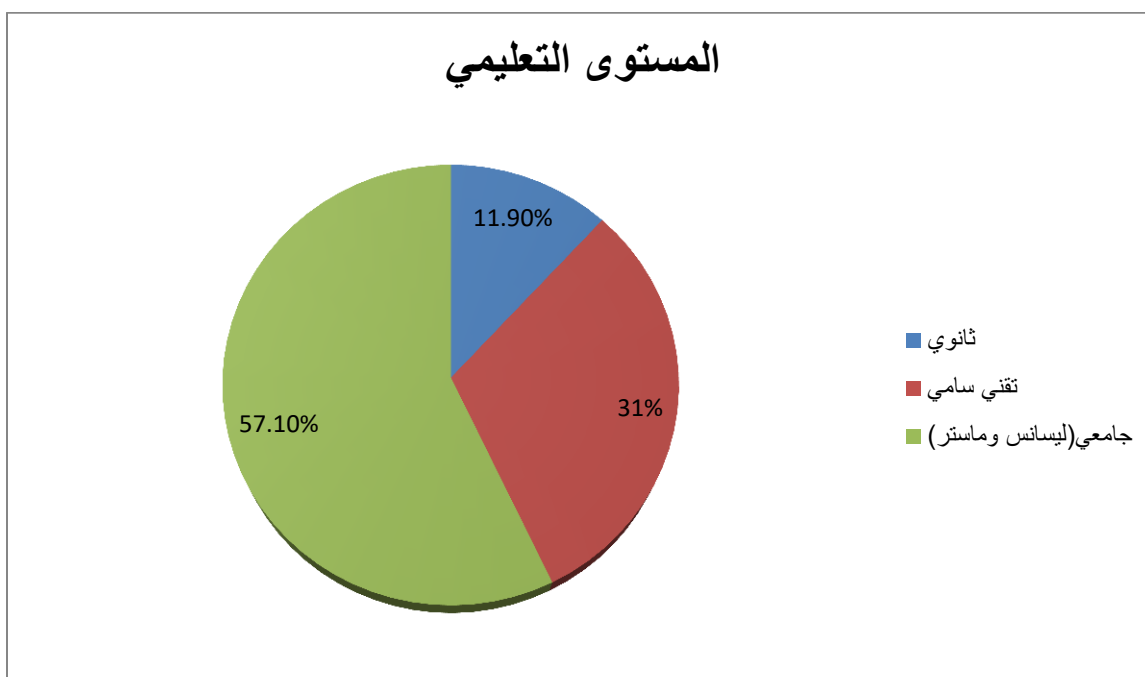
من خلال الاستمارات القابلة للتحليل، وعن توزيع مفردات العينة حسب المستوى التعليمي، تمكنا من تلخيص بيانات الجدول التالي:

الجدول رقم (2-5) توزيع العينة حسب متغير المستوى التعليمي

النسبة %	عدد المشاهدات	الفئة
11.9	05	ثانوي
31	13	تقني سامي
57.1	24	جامعي (ليسانس وماستر)
% 100	42	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على نتائج العينة المدروسة واعتماداً على برنامج SPSS.VR20.

شكل رقم (2-4) يوضح توزيع العينة وفق المستوى التعليمي



المصدر: من إعداد الطلبة بناء على نتائج العينة المدروسة واعتماداً على برنامج SPSS.VR20.

يتضح من الجدول والشكل أعلاه أن 24 فرد من أفراد المؤسسات لديهم مؤهل علمي (جامعي ليسانس وماستر)، يمثلون نسبة (57.1%) من إجمالي عينة الدراسة، تليها الأفراد الذين يحملون (شهادة تقني سامي) والبالغ عددهم 13 فرد بنسبة (31%)، بينما أقل نسبة هي العمال ذو مستوى ثانوي والبالغ عددهم 05 أفراد بنسبة (11.9%).

خامسا: توزيع أفراد العينة حسب متغير المركز الوظيفي

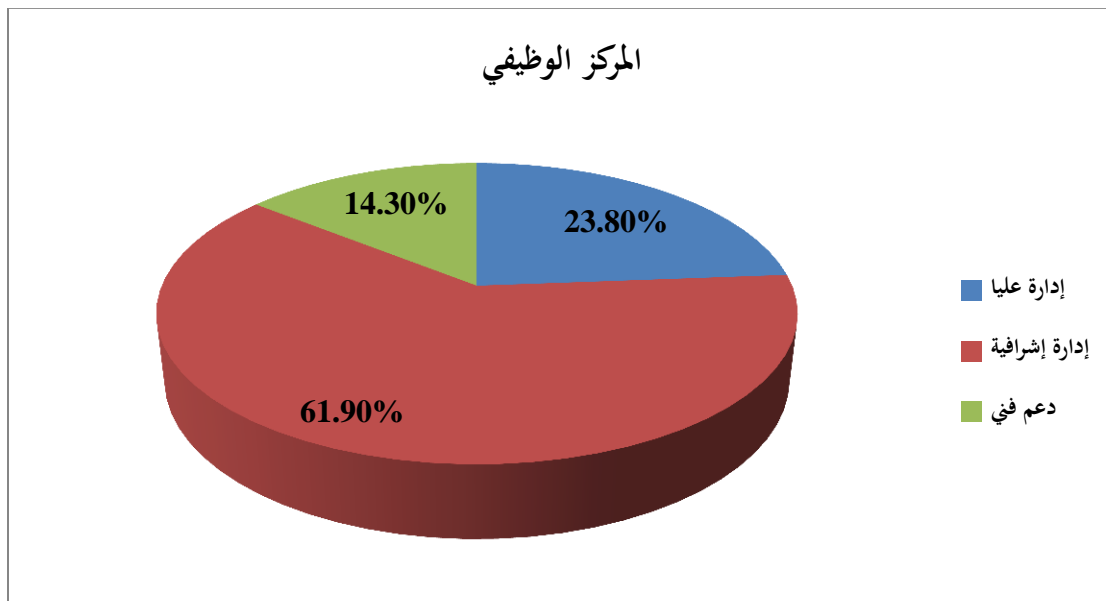
من خلال الاستمارات القابلة للتحليل، وعن توزيع مفردات العينة حسب المركز الوظيفي، تمكنا من تلخيص بيانات الجدول التالي:

الجدول رقم (2-6) توزيع العينة حسب متغير المركز الوظيفي

النسبة %	عدد المشاهدات	الفئة
23.8	10	إدارة عليا
61.9	26	إدارة إشرافية
14.3	06	دعم فني
% 100	42	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على نتائج العينة المدروسة واعتمادا على برنامج SPSS.VR20.

شكل رقم (2-5) يوضح توزيع العينة وفق متغير المركز الوظيفي



المصدر: من إعداد الطلبة بناء على نتائج العينة المدروسة واعتمادا على برنامج SPSS.VR20.

يتضح من الجدول والشكل أعلاه أن 26 فرد من أفراد المؤسسات هم موظفو الإدارة الإشرافية، يمثلون نسبة (61.9%)، ثم تليها موظفو الإدارة العليا والبالغ عددهم 10 أفراد بنسبة (23.8%)، بينما أقل نسبة هي عمال الدعم الفني والبالغ عددهم 06 أفراد بنسبة (14.3%).

سادسا: توزيع أفراد العينة حسب متغير سنوات الأقدمية

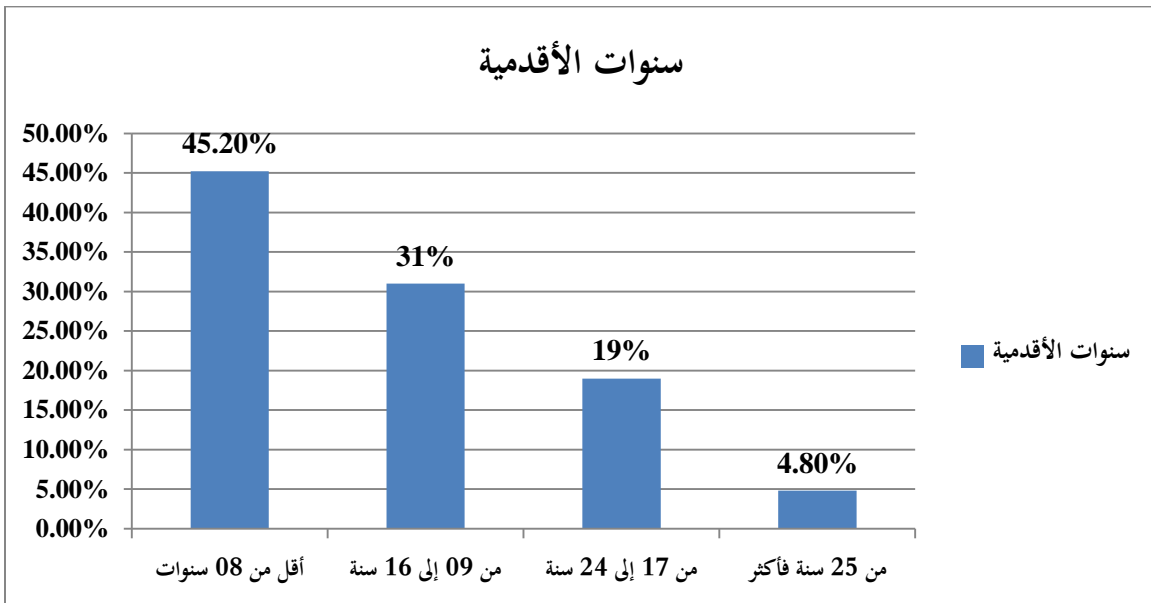
من خلال الاستمارات القابلة للتحليل، وعن توزيع مفردات العينة حسب الأقدمية، تمكنا من تلخيص بيانات الجدول التالي:

الجدول رقم (2-7) توزيع العينة حسب متغير سنوات الأقدمية

النسبة %	عدد المشاهدات	الفئة
45.2	19	أقل من 08 سنوات
31	13	من 09 إلى 16 سنة
19	08	من 17 إلى 24 سنة
4.8	02	من 25 سنة فأكثر
% 100	42	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على نتائج العينة المدروسة واعتمادا على برنامج SPSS.VR20.

شكل رقم (2-6) يوضح توزيع العينة وفق متغير الأقدمية



المصدر: من إعداد الطلبة بناء على نتائج العينة المدروسة واعتمادا على برنامج SPSS.VR20.

يتضح من الجدول والشكل أعلاه أن أكبر نسبة هي الفئة الأولى التي لديها خبرة (أقل من 08 سنوات) بنسبة (45.2%)، وهذا يدل على أن أفراد هذه الفئة قليلة الخبرة الناتجة عن الأقدمية في الميدان، ثم الفئة الثانية التي لديها خبرة (من 09 إلى 16 سنة) بنسبة (31%)، ثم الفئة الثالثة التي لديها خبرة (من 17 إلى 24 سنة) بنسبة (19%)، ثم الفئة الرابعة التي لديها خبرة (من 25 سنة فأكثر) بنسبة (04.8%).

المطلب الثاني: تحليل نتائج الاستبيان ودراسة العلاقة بين المتغيرين

الفرع الأول: تحليل نتائج الاستبيان

أولاً: قياس اتجاه مفردات العينة نحو تقييم متغيرات الدراسة

اعتمدنا في تصميم الاستبيان على سلم ليكارت الخماسي الأبعاد (Likert – Type Scale) كمقياس للإجابة عن فقرات الاستبيان، وذلك من خلال وضع إشارة (X) أمام الإجابة التي تعكس درجة موافقتهم وكانت حسب الجدول التالي:

جدول رقم (2-8) درجات مقياس ليكارت الخماسي

الاستجابة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
الدرجة	01	02	03	04	05

ولتحديد طول كل بعد من أبعاد مقياس ليكارت الخماسي المستخدم في محاور الدراسة، ثم حساب المدى (5-1 =4)، ثم تقسيمه على أبعاد المقياس الخمسة للحصول على طول البعد، أي (0.8=5/4)، وبعد ذلك تم إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس وهي الواحد الصحيح

*/ إذا تراوحت قيمة المتوسط الحسابي لدرجة الموافقة حول أي عبارة من عبارات الاستبيان ما بين (1-1.80) فإن هذا يعني أن درجة الموافقة عليها تمثل درجة منخفضة جداً.

*/ إذا تراوحت قيمة المتوسط الحسابي لدرجة الموافقة حول أي عبارة من عبارات الاستبيان ما بين (1.80-2.60) فإن هذا يعني أن درجة الموافقة عليها تمثل درجة منخفضة.

إذا تراوحت قيمة المتوسط الحسابي لدرجة الموافقة حول أي عبارة من عبارات الاستبيان ما بين (2.60-3.40) فإن هذا يعني أن درجة الموافقة عليها تمثل درجة متوسطة.

*/ إذا تراوحت قيمة المتوسط الحسابي لدرجة الموافقة حول أي عبارة من عبارات الاستبيان ما بين (3.40-4.20) فإن هذا يعني أن درجة الموافقة عليها تمثل درجة عالية.

*/ إذا تراوحت قيمة المتوسط الحسابي لدرجة الموافقة حول أي عبارة من عبارات الاستبيان ما بين (4.20 - 5) فإن هذا يعني أن درجة الموافقة عليها تمثل درجة عالية جدا، وهي موضحة في الجدول التالي:

جدول رقم (2-9) الحدود الدنيا والعليا لمقياس ليكارت

الاستجابة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
المجال	01.80-01.00	02.60-01.80	03.40-02.60	04.20-03.40	05-04.20

ثانيا: قياس اتجاه العينة نحو تقييم رأس المال الفكري والميزة التنافسية

1- رأس المال الفكري: وفقا للأطر النظرية المتعلقة برأس المال الفكري، تم تقسيم أبعاده في

ثلاث أبعاد جزئية تتمثل فيم ما يلي:

1-1 رأس المال البشري: من خلال استطلاعنا لمفردات العينة المدروسة، وعن تقييمها لفقرات

بعد رأس المال البشري، لخصنا المقاييس الاحصائية التالية:

جدول رقم (2-10) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات البعد الجزئي لرأس المال البشري

الترتيب	الاتجاه العام	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	البعد X1	الرقم
3	موافق	1.1	3.76	تناسب مؤهلات ومهارات العمال مع المهام الموكلة إليهم	1
4	موافق	1.063	3.57	تخصص المؤسسة برامج تنمية مهارات العاملين بما	2
2	موافق	1.002	3.86	تتم المؤسسة بالاقتراحات التي يقدمها العاملين وتوظيفها في حل المشاكل	3
1	موافق	0.833	4.19	تطبق المؤسسة أساليب العمل الجماعي وتكريس روح الفريق	4
5	محايد	1.17	2.60	تتم الترقية في المؤسسة على أساس الأقدمية فقط وليس على أساس المهارة والكفاءة	5
3	موافق	0.60599	3.5762	رأس المال البشري	

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على نتائج العينة المدروسة واعتمادا على برنامج SPSS.VR20

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن تقييم مفردات العينة المدروسة لفقرات بعد رأس المال البشري جاءت في معظمها بدرجة "موافق"، حيث تراوح متوسط تقييمها بين (2.60) بانحراف معياري قدره (1.17) كحد أدنى، تعلقت بعبارة (تتم الترقية في المؤسسة على أساس الأقدمية فقط وليس على أساس المهارة والكفاءة)، و(4.19) بانحراف معياري قدره (0.833) تعلقت بالعبارة (تطبق المؤسسة أساليب العمل الجماعي وتكريس روح الفريق)

كحد أقصى، وقد حظي بعد رأس المال البشري بتقييم بدرجة موافق بمتوسط قدره (3.5762) وانحراف معياري قدره (0.60599).

2-1 رأس المال الهيكلي

من خلال استطلاعنا لمفردات العينة المدروسة، وعن تقييمها لفقرات بعد رأس المال الهيكلي، لخصنا المقاييس الاحصائية التالية:

جدول رقم (2-11) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات البعد الجزئي لرأس المال الهيكلي

الترتيب	الاتجاه العام	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	البعد X2	الرقم
2	موافق	0.952	3.86	يدرك كل العمال جيدا أهداف المؤسسة ويشاركون في تحقيقها	6
1	موافق	0.838	4.07	تقوم المؤسسة بتقييم ومراجعة العمليات الإدارية بشكل مستمر	7
4	موافق	0.831	3.43	تخصص المؤسسة ميزانية كافية لدعم أنشطة البحث والتطوير	8
3	موافق	0.944	3.71	تتابع المؤسسة وتبني آخر التطورات العلمية والتقنية في مجال التكنولوجيا الحديثة	9
5	محايد	1.049	3.14	تدعم المؤسسة الأفكار الإبداعية التي يمكن تسجيلها كبراءة اختراع	10
2	موافق	0.64246	3.6429	رأس المال الهيكلي	

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على نتائج العينة المدروسة واعتمادا على برنامج SPSS.VR20.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن تقييم مفردات العينة المدروسة لفقرات بعد رأس المال الهيكلي جاءت في معظمها بدرجة "موافق"، حيث تراوح متوسط تقييمها بين (3.14) وانحراف معياري قدره (1.049) كحد أدنى، تعلقت بعبارة (تدعم المؤسسة الأفكار الإبداعية التي يمكن تسجيلها كبراءة اختراع)، و(4.07) بانحراف معياري قدره (0.838) تعلقت بالعبارة (تقوم المؤسسة بتقييم ومراجعة العمليات الإدارية بشكل مستمر) كحد أقصى، وقد حظي بعد رأس المال الهيكلي بتقييم بدرجة موافق بمتوسط قدره (3.6429) وانحراف معياري قدره (0.64246).

3-1 رأس المال العلائقي

من خلال استطلاعنا لمفردات العينة المدروسة، وعن تقييمها لفقرات بعد رأس المال العلائقي، لخصنا المقاييس الاحصائية التالية:

جدول رقم (2-12) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات البعد الجزئي لرأس المال العلائقي

الترتيب	الاتجاه العام	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	البعد X3	الرقم
1	موافق بشدة	0.636	4.29	لدى المؤسسة علاقات جيدة مع الموردين	11
4	موافق	1.058	4.05	تمنح المؤسسة مزايا لربائنها الأوفياء تميزهم عن غيرهم من الزبائن	12
3	موافق	0.861	4.12	تقوم المؤسسة بمعرفة آراء واقتراحات زبائنها والإصغاء لهم وحل مشكلاتهم	13
2	موافق بشدة	0.665	4.26	لدى المؤسسة علاقات جيدة مع البنوك والدائنين عموماً	14
5	موافق	0.854	4.05	لدى المؤسسة علاقات جيدة مع جمعيات ومنظمات المجتمع المدني (جمعيات حماية البيئة، حماية المستهلك)	15
1	موافق	0.59724	4.1524	رأس المال العلائقي	

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على نتائج العينة المدروسة واعتماداً على برنامج SPSS.VR20.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن تقييم مفردات العينة المدروسة لفقرات بعد رأس المال العلائقي جاءت في معظمها بدرجة "موافق"، حيث تراوح متوسط تقييمها بين (4.05) بانحراف معياري قدره (0.854) كحد أدنى، تعلقت بعبارة (لدى المؤسسة علاقات جيدة مع جمعيات ومنظمات المجتمع المدني (جمعيات حماية البيئة، حماية المستهلك))، و(4.29) بانحراف معياري قدره (0.636) تعلقت بالعبارة (لدى المؤسسة علاقات جيدة مع الموردين) كحد أقصى، وقد حظي بعد رأس المال العلائقي بتقييم بدرجة موافق بمتوسط قدره (4.1524) وانحراف معياري قدره (0.59724).

ومنه بناء على ما سبق فإن الوسط الحسابي والانحراف المعياري لرأس المال الفكري يكون على النحو التالي:

جدول رقم (2-13) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لبعد رأس المال الفكري

الترتيب	الاتجاه العام	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	البعد X
-	موافق	0.47838	3.7905	رأس المال الفكري

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على نتائج العينة المدروسة واعتماداً على برنامج SPSS.VR20.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن تقييم مفردات العينة المدروسة لفقرات بعد رأس المال الفكري جاءت في معظمها بدرجة "موافق"، حيث تراوح متوسط تقييمها بين (3.7905) بانحراف معياري قدره (0.47838) كحد أدنى.

2- الميزة التنافسية: وفقا للأطر النظرية المتعلقة بالميزة التنافسية، تم تقسيم أبعادها في خمس أبعاد جزئية تتمثل في ما يلي:

1-2 الجودة: من خلال استطلاعنا لمفردات العينة المدروسة، وعن تقييمها لفقرات بعد الجودة، لخصنا المقاييس الاحصائية التالية:

جدول رقم (2-14) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات البعد الجزئي الجودة

الترتيب	الاتجاه العام	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	البعد Y1	الرقم
2	موافق بشدة	0.727	4.36	تعتمد المؤسسة على برامج في تحسين جودة منتجاتها لتكون الأفضل في السوق	16
4	موافق	0.783	4.14	تصغي المؤسسة باهتمام لزيائنها والمتعاملين معها لتعرف آرائهم بشأن جودة المنتجات والخدمات المقدمة	17
3	موافق بشدة	0.645	4.21	تقدم المؤسسة باستمرار خدمات متميزة	18
1	موافق بشدة	0.539	4.38	تقوم المؤسسة بتقييم الجودة من أجل تحسينها باستمرار	19
5	موافق	0.932	3.76	منتجات المؤسسة مطابقة للمواصفات الدولية	20
1	موافق	0.52744	4.1714	الجودة	

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على نتائج العينة المدروسة واعتمادا على برنامج SPSS.VR20.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن تقييم مفردات العينة المدروسة لفقرات بعد الجودة جاءت في معظمها بدرجة "موافق بشدة"، حيث تراوح متوسط تقييمها بين (3.76) بانحراف معياري قدره (0.932) كحد أدنى، تعلقت بعبارة (منتجات المؤسسة مطابقة للمواصفات الدولية)، و(4.38) بانحراف معياري قدره (0.539) تعلقت بالعبارة (تقوم المؤسسة بتقييم الجودة من أجل تحسينها باستمرار) كحد أقصى، وقد حظي بعد الجودة بتقييم بدرجة موافق بمتوسط قدره (4.1714) وانحراف معياري قدره (0.52744).

2-2 الكفاءة: من خلال استطلاعنا لمفردات العينة المدروسة، وعن تقييمها لفقرات بعد الكفاءة، لخصنا المقاييس الاحصائية التالية:

جدول رقم (2-15) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات البعد الجزئي الكفاءة

الترتيب	الاتجاه العام	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	البعد Y2	الرقم
4	موافق	0.941	3.43	تتميز تكاليف المؤسسة بالانخفاض مقارنة بمنافسيها	21
5	محايد	0.924	3.31	تتحمل المؤسسة تكاليف صيانة منخفضة	22
3	موافق	0.601	3.93	تتبنى المؤسسة الطرق والأساليب الكفيلة بتطوير كفاءة العمليات	23
2	موافق	0.608	4.14	تتبنى المؤسسة التكنولوجيا الحديثة في انجاز عملياتها التشغيلية والإدارية	24
1	موافق بشدة	0.750	4.21	هناك اجتماعات دورية للتعرف على سيرورة العمل	25
5	موافق	0.49087	3.8048	الكفاءة	

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على نتائج العينة المدروسة واعتمادا على برنامج SPSS.VR20.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن تقييم مفردات العينة المدروسة لفقرات بعد الكفاءة جاءت في معظمها بدرجة "موافق"، حيث تراوح متوسط تقييمها بين (3.31) بانحراف معياري قدره (0.924) كحد أدنى، تعلقت بعبارة (تتحمل المؤسسة تكاليف صيانة منخفضة)، و(4.21) بانحراف معياري قدره (0.750) تعلقت بالعبارة (هناك اجتماعات دورية للتعرف على سيرورة العمل) كحد أقصى، وقد حظي بعد الكفاءة بتقييم بدرجة موافق بمتوسط قدره (3.8048) وانحراف معياري قدره (0.49087).

2-3 المرونة: من خلال استطلاعنا لمفردات العينة المدروسة، وعن تقييمها لفقرات أبعاد المرونة ، لخصنا المقاييس الاحصائية التالية:

جدول رقم (2-16) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات البعد الجزئي المرونة

الترتيب	الاتجاه العام	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	البعد Y3	الرقم
6	موافق	0.993	3.88	تسعى المؤسسة إلى الاستجابة السريعة لتغيرات أذواق المستهلكين	26
4	موافق	0.656	4.10	تطبق المؤسسة مبدأ تحديد الاحتياجات الحالية والمستقبلية للزبون وتحرص على تلبيةها	27
2	موافق	0.718	4.14	المؤسسة على إطلاع مبكر بكل ما حدث أو سيحدث في السوق من تغيرات	28
5	موافق	0.790	3.90	التحكم في تغيير عمل الآلات حسب التغير في مواصفات المنتج	29
3	موافق	0.889	4.12	للمؤسسة القدرة على تغيير كمية الإنتاج عند تغير حجم الطلب	30
1	موافق بشدة	0.717	4.21	تهتم المؤسسة بالاستماع لزيائنها وتحرص على معالجة شكاوهم في أسرع وقت	31
3	موافق	0.55316	4.0595	المرونة	

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على نتائج العينة المدروسة واعتمادا على برنامج SPSS.VR20

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن تقييم مفردات العينة المدروسة لفقرات بعد المرونة جاءت في معظمها بدرجة "موافق"، حيث تراوح متوسط تقييمها بين (3.88) بانحراف معياري قدره (0.993) كحد أدنى، تعلقت بعبارة (تسعى المؤسسة إلى الاستجابة السريعة لتغيرات أذواق المستهلكين)، و(4.21) بانحراف معياري قدره (0.717) تعلقت بالعبارة (تهتم المؤسسة بالاستماع لزيائنها وتحرص على معالجة شكاوهم في أسرع وقت) كحد أقصى، وقد حظي بعد المرونة بتقييم بدرجة موافق بمتوسط قدره (4.0595) وانحراف معياري قدره (0.55316).

4-2 التسليم: من خلال استطلاعنا لمفردات العينة المدروسة، وعن تقييمها لفقرات بعد التسليم ،
لخصنا المقاييس الاحصائية التالية:

جدول رقم (2-17) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات البعد الجزئي التسليم

الترتيب	الاتجاه العام	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	البعد Y4	الرقم
2	موافق	0.882	4.05	تلتزم المؤسسة بالمواعيد المحددة عند تسليم الطلبات إلى الزبائن باستمرار	32
3	موافق	0.811	4.02	تتميز المؤسسة بتسليم منتجاتها لعملائها في وقت قصير مقارنة بمنافسيها	33
1	موافق	0.824	4.17	تعتمد المؤسسة برامج صيانة دقيقة ودورية للآلات.	34
2	موافق	0.66181	4.0794	التسليم	

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على نتائج العينة المدروسة واعتمادا على برنامج SPSS.VR20.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن تقييم مفردات العينة المدروسة لفقرات بعد التسليم جاءت في معظمها بدرجة "موافق"، حيث تراوح متوسط تقييمها بين (4.02) بانحراف معياري قدره (0.811) كحد أدنى، تعلقت بعبارة (تتميز المؤسسة بتسليم منتجاتها لعملائها في وقت قصير مقارنة بمنافسيها)، و(4.17) بانحراف معياري قدره (0.824) تعلقت بالعبارة (تعتمد المؤسسة برامج صيانة دقيقة ودورية للآلات) كحد أقصى، وقد حظي بعد التسليم بتقييم بدرجة موافق بمتوسط قدره (4.0794) وانحراف معياري قدره (0.66181).

5-2 الإبداع: من خلال استطلاعنا لمفردات العينة المدروسة، وعن تقييمها لفقرات بعد الإبداع ،
لخصنا المقاييس الاحصائية التالية:

جدول رقم (2-18) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات البعد الجزئي الابداع

الترتيب	الاتجاه العام	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	البعد Y 5	الرقم
1	موافق بشدة	0.805	4.29	تقدم المؤسسة منتجات جديدة تستجيب لتطلعات الزبائن	35
2	موافق	0.712	4.07	تحقق المؤسسة اسبقيات تنافسية في مجال تقديم المنتجات الجديدة	36
3	موافق	0.963	4.00	تعتبر المؤسسة الإبداع أولوية استراتيجية لها	37
4	موافق	0.943	3.81	توفر المؤسسة المناخ المناسب للأفراد لتوليد أفكارهم الإبداعية	38
5	موافق	1.147	3.62	تخصص المؤسسة مبالغ معتبرة لدعم جهود البحث والتطوير	39
4	موافق	0.67936	3.9571	الإبداع	

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على نتائج العينة المدروسة واعتمادا على برنامج SPSS.VR20.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن تقييم مفردات العينة المدروسة لفقرات بعد الابداع جاءت في معظمها بدرجة "موافق"، حيث تراوح متوسط تقييمها بين (3.62) بانحراف معياري قدره (1.147) كحد أدنى، تعلقت بعبارة (تخصص المؤسسة مبالغ معتبرة لدعم جهود البحث والتطوير)، و(4.29) بانحراف معياري قدره (0.805) تعلقت بالعبارة (تقدم المؤسسة منتجات جديدة تستجيب لتطلعات الزبائن) كحد أقصى، وقد حظي بعد الابداع بتقييم بدرجة موافق بمتوسط قدره (3.9571) وانحراف معياري قدره (0.67936).

ومنه بناء على ما سبق فإن الوسط الحسابي والانحراف المعياري للميزة التنافسية يكون على النحو التالي:

جدول رقم (2-19) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لبعد الميزة التنافسية

الترتيب	الاتجاه العام	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	البعد Y
-	موافق	0.43708	4.0144	الميزة التنافسية

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على نتائج العينة المدروسة واعتمادا على برنامج SPSS.VR20.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن تقييم مفردات العينة المدروسة لفقرات بعد الميزة التنافسية جاءت في معظمها بدرجة "موافق"، حيث تراوح متوسط تقييمها بين (4.0144) بانحراف معياري قدره (0.43708) كحد أدنى.

الفرع الثاني: دراسة العلاقة بين رأس المال الفكري والميزة التنافسية

من خلال البيانات المرصدة من استطلاع عينة الدراسة، وعن قوة ومعنوية العلاقة بين أبعاد رأس المال الفكري وأبعاد الميزة التنافسية لخصنا بيانات الجدول التالي:

جدول رقم (2-20) معاملات الارتباط لسيرمان بين أبعاد رأس المال الفكري والميزة التنافسية

Y	Y5	Y4	Y3	Y2	Y1	المتغير التابع	
						معامل الارتباط	المتغير المستقل
0.457	0.572	0.200	0.471	0.268	0.343	معامل الارتباط	X1
0.000	0.000	0.204	0.002	0.087	0.026	مستوى المعنوية Sig	
0.331	0.275	0.383	0.331	0.019	0.418	معامل الارتباط	X2
0.032	0.078	0.012	0.932	0.904	0.006	مستوى المعنوية Sig	
0.599	0.266	0.521	0.682	0.262	0.544	معامل الارتباط	X3
0.000	0.089	0.000	0.000	0.093	0.000	مستوى المعنوية Sig	
0.497	0.387	0.417	0.538	0.162	0.520	معامل الارتباط	X
0.001	0.011	0.006	0.000	0.305	0.000	مستوى المعنوية Sig	

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على نتائج العينة المدروسة واعتماداً على برنامج SPSS.VR20

من خلال الجدول نلاحظ أن:

* / قيمة (Sig) لمعامل الارتباط سيرمان بين بعد رأس المال البشري، والأبعاد، الجودة، المرونة، الابداع، أقل من قيمة مستوى معنوية (0.05) وعليه نستنتج أن هناك علاقة ارتباط قوي معنوي بين بعد رأس المال البشري وبعد الجودة من جهة، وبين بعد رأس المال البشري وبعدي المرونة والابداع من جهة أخرى عند مستوى معنوية (0.05) أما أبعاد الكفاءة والتسليم فلم نجد لهما علاقة معنوية مع بعد رأس المال البشري، حيث بلغت نسبة المعنوية المحسوبة لهما (0.087)، (0.204) على التوالي.

وفي العموم نجد أن بعد رأس المال البشري له علاقة معنوية مع الميزة التنافسية عند مستوى معنوية (0.05)، حيث بلغت نسبة المعنوية المحسوبة بين بعد رأس المال البشري والميزة التنافسية (0.000).

* / قيمة (Sig) لمعامل الارتباط سييرمان بين بعد رأس المال الهيكلي، والأبعاد، الجودة، التسليم، أقل من قيمة مستوى معنوية (0.05) وعليه نستنتج أن هناك علاقة ارتباط قوي معنوي بين بعد رأس المال الهيكلي وبعد الجودة من جهة، وبين بعد رأس المال الهيكلي وبعد التسليم من جهة أخرى عند مستوى معنوية (0.05) أما أبعاد الكفاءة، المرونة، الابداع فلم نجد لهم علاقة معنوية مع بعد رأس المال الهيكلي، حيث بلغت نسبة المعنوية المحسوبة لهم (0.904)، (0.932)، (0.078) على التوالي.

وفي العموم نجد أن بعد رأس المال الهيكلي له علاقة معنوية مع الميزة التنافسية عند مستوى معنوية (0.05)، حيث بلغت نسبة المعنوية المحسوبة بين بعد رأس المال البشري والميزة التنافسية (0.032).

* / قيمة (Sig) لمعامل الارتباط سييرمان بين بعد رأس المال العلائقي، والأبعاد، الجودة، المرونة، التسليم، أقل من قيمة مستوى معنوية (0.05) وعليه نستنتج أن هناك علاقة ارتباط قوي معنوي بين بعد رأس المال العلائقي وبعد الجودة من جهة، وبين بعد رأس المال العلائقي وبعد المرونة وبعد التسليم من جهة أخرى عند مستوى معنوية (0.05)

أما أبعاد الكفاءة، الابداع فلم نجد لهم علاقة معنوية مع بعد رأس المال العلائقي، حيث بلغت نسبة المعنوية المحسوبة لهم (0.093)، (0.089) على التوالي.

وفي العموم نجد أن بعد رأس المال العلائقي له علاقة معنوية مع الميزة التنافسية عند مستوى معنوية (0.05)، حيث بلغت نسبة المعنوية المحسوبة بين بعد رأس المال البشري والميزة التنافسية (0.000).

* / قيمة (Sig) لمعامل الارتباط سييرمان بين بعد رأس المال الفكري وبعد الميزة التنافسية، أقل من قيمة مستوى المعنوية (0.05) وعليه نستنتج أن هناك علاقة ارتباط قوي معنوي بين بعد رأس المال الفكري وبعد الميزة التنافسية، حيث بلغت نسبة المعنوية المحسوبة له (0.001).

المطلب الثالث: أثر الخصائص الديموغرافية على متغيرات الدراسة

في هذا الاطار من التحليل سوف نقوم بتحليل الأثر الذي يمكن أن تحدده الخصائص الديموغرافية للعينة المدروسة في العلاقة بين رأس المال الفكري وأبعاده من جهة وأبعاد الميزة التنافسية من جهة أخرى.

أولاً: أثر الخصائص الديموغرافية على رأس المال الفكري

بناء على استطلاع العينة المدروسة يمكن تحليل أثر الخصائص التالية على رأس المال الفكري وأبعاده كما يلي:

1- أثر الخصائص الديموغرافية على رأس المال البشري

لقياس مدى معنوية الفرق في تقييم مفردات العينة المدروسة مصنفة وفقاً لخصائصها الديموغرافية لمتغير رأس المال البشري سنقوم باختبار الفرضيات التالية:

أ- قطاع النشاط

H_0 : ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لرأس المال البشري يعزى لاختلاف قطاع النشاط عند مستوى دلالة 05%.

H_1 : هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لرأس المال البشري يعزى لاختلاف قطاع النشاط عند مستوى دلالة 05%.

ب- الجنس

H_0 : ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لرأس المال البشري يعزى لاختلاف الجنس عند مستوى دلالة 05%.

H_1 : هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لرأس المال البشري يعزى لاختلاف الجنس عند مستوى دلالة 05%.

ج- العمر

H_0 : ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لرأس المال البشري يعزى لاختلاف العمر عند مستوى دلالة 05%.

H_1 : هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لرأس المال البشري يعزى لاختلاف العمر عند مستوى دلالة 05%.

د- المستوى التعليمي

H_0 : ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لرأس المال البشري يعزى لاختلاف المستوى التعليمي عند مستوى دلالة 05 %.

H_1 : هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لرأس المال البشري يعزى لاختلاف المستوى التعليمي عند مستوى دلالة 05 %.

هـ- المستوى الوظيفي

H_0 : ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لرأس المال البشري يعزى لاختلاف المستوى الوظيفي عند مستوى دلالة 05 %.

H_1 : هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لرأس المال البشري يعزى لاختلاف المستوى الوظيفي عند مستوى دلالة 05 %.

و- الأقدمية

H_0 : ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لرأس المال البشري يعزى لاختلاف الأقدمية عند مستوى دلالة 05 %.

H_1 : هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لرأس المال البشري يعزى لاختلاف الأقدمية عند مستوى دلالة 05 %.

جدول رقم (2-21) اختبار الفروق في تقييم رأس المال البشري وفقا للخصائص الديموغرافية

مستوى الدلالة Sig	قيمة F	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	المتغير	البعد
0.004	6.418	1.864	02	3.728	بين المجموعات	النشاط	رأس المال البشري
		0.290	39	11.328	داخل المجموعات		
		/	41	15.056	المجموع		
0.614	0.258	0.096	01	0.096	بين المجموعات	الجنس	
		0.374	40	14.960	داخل المجموعات		
		/	41	15.056	المجموع		
0.452	0.965	0.356	5	1.780	بين المجموعات	العمر	
		0.369	36	13.276	داخل المجموعات		
		/	41	15.056	المجموع		

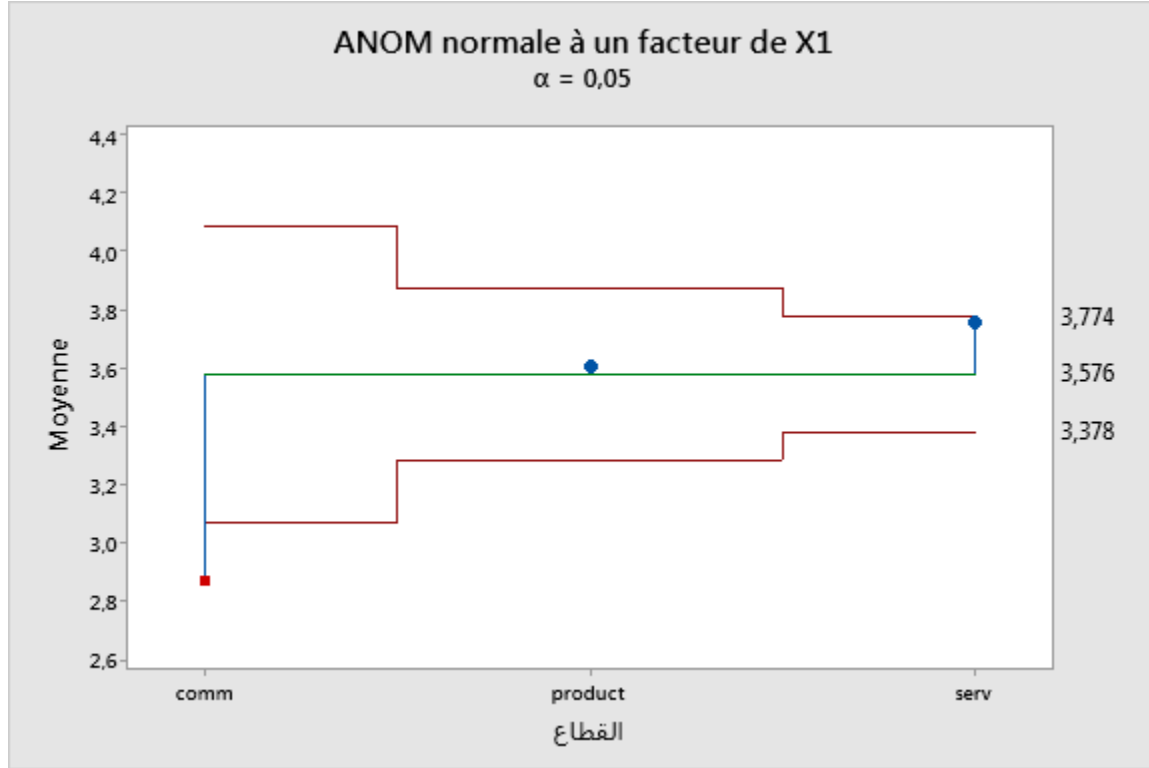
0.145	2.031	0.710	02	1.420	بين المجموعات	المستوى التعليمي
		0.350	39	13.636	داخل المجموعات	
			41	15.056	المجموع	
0.478	0.751	0.279	02	0.559	بين المجموعات	المستوى الوظيفي
		0.372	39	14.498	داخل المجموعات	
			41	15.056	المجموع	
0.817	0.311	0.120	03	0.361	بين المجموعات	الأقدمية
		0.387	38	14.695	داخل المجموعات	
			41	15.056	المجموع	

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على نتائج العينة المدروسة واعتمادا على برنامج SPSS.VR20.

نلاحظ من خلال جدول اختبار الفروق في تقييم رأس المال البشري وفقا للخصائص الديموغرافية أن قيمة مستوى الدلالة Sig لمتغيرات (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، المستوى الوظيفي، الأقدمية) أكبر من قيمة مستوى معنوية (0.05) ومنه نقبل الفرضية الصفرية (H_0) ونرفض الفرضية البديلة (H_1)، وهذا يدل على أنه ليست هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لرأس المال البشري يعزى لاختلاف (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، المستوى الوظيفي، الأقدمية) من جهة، من جهة أخرى نلاحظ أن قيمة مستوى الدلالة Sig لمتغير النشاط بقيمة (0.004)، أقل من مستوى معنوية (0.05)، ومنه نقبل الفرضية البديلة (H_1) ونرفض الفرضية الصفرية (H_0)، وهذا يدل على أنه هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لرأس المال البشري يعزى لاختلاف قطاع النشاط.

ولإظهار الفرق المذكور، بالاعتماد على البيانات الاحصائية قمنا بمقارنة فترات الثقة لقيمة المتوسطات الحسابية لرأس المال البشري مصنفة على أساس قطاع النشاط، لتتحصل على الشكل التالي:

شكل رقم (2-7) خريطة الرقابة الاحصائية لمتوسط تقييم رأس المال البشري على أساس قطاع النشاط



المصدر: من إعداد الطلبة بناء على نتائج العينة المدروسة واعتمادا على برنامج Minitab Vr 19

نلاحظ من الشكل أعلاه أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لرأس المال البشري يعزى لاختلاف قطاع النشاط عند مستوى دلالة (0.05)، ويتبين بأن تقييم المؤسسات التجارية جاءت أقل من المؤسسات الصناعية والخدمية بفارق معنوي واحد، وبالتالي نقبل الفرضية البديلة (H_1) ونرفض الفرضية الصفرية (H_0).

2 - أثر الخصائص الديموغرافية على رأس المال الهيكلي

لقياس مدى معنوية الفرق في تقييم مفردات العينة المدروسة مصنفة وفقا لخصائصها الديموغرافية لمتغير رأس المال الهيكلي سنقوم باختبار الفرضيات التالية:

أ- قطاع النشاط

H_0 : ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لرأس المال الهيكلي يعزى لاختلاف قطاع النشاط عند مستوى دلالة 05 %.

H_1 : هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لرأس المال الهيكلي يعزى لاختلاف قطاع النشاط عند مستوى دلالة 05 %.

ب- الجنس

H_0 : ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لرأس المال الهيكلي يعزى لاختلاف الجنس عند مستوى دلالة 05 %.

H_1 : هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لرأس المال الهيكلي يعزى لاختلاف الجنس عند مستوى دلالة 05 %.

ج- العمر

H_0 : ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لرأس المال الهيكلي يعزى لاختلاف العمر عند مستوى دلالة 05 %.

H_1 : هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لرأس المال الهيكلي يعزى لاختلاف العمر عند مستوى دلالة 05 %.

د- المستوى التعليمي

H_0 : ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لرأس المال الهيكلي يعزى لاختلاف المستوى التعليمي عند مستوى دلالة 05 %.

H_1 : هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لرأس المال الهيكلي يعزى لاختلاف المستوى التعليمي عند مستوى دلالة 05 %.

هـ- المستوى الوظيفي

H_0 : ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لرأس المال الهيكلي يعزى لاختلاف المستوى الوظيفي عند مستوى دلالة 05 %.

H_1 : هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لرأس المال الهيكلي يعزى لاختلاف المستوى الوظيفي عند مستوى دلالة 05 %.

و- الأقدمية

H_0 : ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لرأس المال الهيكلي يعزى لاختلاف الأقدمية عند مستوى دلالة 05 %.

H_1 : هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لرأس المال الهيكلي يعزى لاختلاف الأقدمية عند مستوى دلالة 05 %.

جدول رقم (2-22) اختبار الفروق في تقييم رأس المال الهيكلي وفقا للخصائص الديموغرافية

مستوى الدلالة Sig	قيمة F	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	المتغير	البعد
0.101	2.429	0.937	02	1.875	بين المجموعات	النشاط	رأس المال الهيكلي
		0.386	39	15.048	داخل المجموعات		
		/	41	16.923	المجموع		
0.105	2.754	1.090	01	1.090	بين المجموعات	الجنس	
		0.396	40	15.833	داخل المجموعات		
		/	41	16.923	المجموع		
0.099	2.020	0.741	05	3.707	بين المجموعات	العمر	
		0.367	36	13.215	داخل المجموعات		
		/	41	16.923	المجموع		
0.412	0.907	0.376	02	0.752	بين المجموعات	المستوى التعليمي	
		0.415	39	16.171	داخل المجموعات		
		/	41	16.923	المجموع		
0.005	6.003	1.992	02	3.983	بين المجموعات	المستوى الوظيفي	
		0.332	39	12.939	داخل المجموعات		
		/	41	16.923	المجموع		
0.400	1.008	0.416	03	1.248	بين المجموعات	الأقدمية	
		0.413	38	15.675	داخل المجموعات		
		/	41	16.923	المجموع		

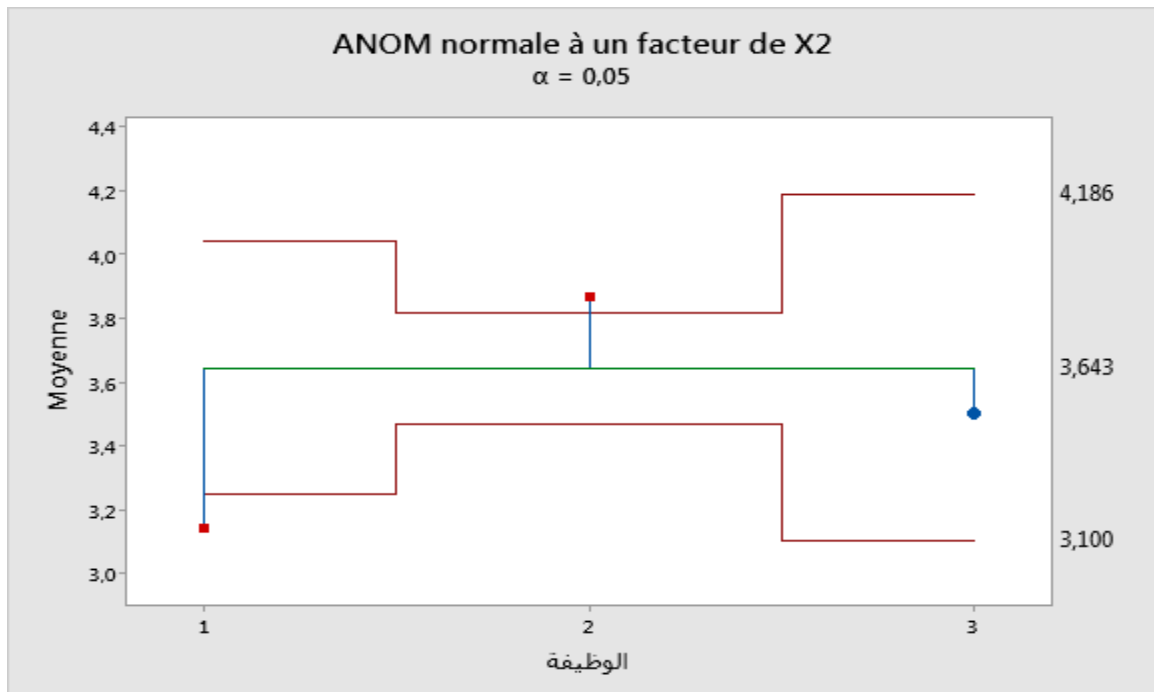
المصدر: من إعداد الطلبة بناء على نتائج العينة المدروسة واعتمادا على برنامج SPSS.VR20.

نلاحظ من خلال جدول اختبار الفروق في تقييم رأس المال الهيكلي وفقا للخصائص الديموغرافية أن قيمة مستوى الدلالة Sig لمتغيرات (النشاط، الجنس، العمر، المستوى التعليمي، الأقدمية) أكبر من قيمة مستوى معنوية (0.05) ومنه نقبل الفرضية الصفرية (H_0) ونرفض الفرضية البديلة (H_1)، وهذا يدل على أنه ليست هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لرأس المال الهيكلي يعزى لاختلاف متغيرات (النشاط، الجنس،

العمر، المستوى التعليمي، الأقدمية) من جهة، من جهة أخرى نلاحظ أن قيمة مستوى الدلالة Sig لمتغير المستوى الوظيفي بقيمة (0.005)، أقل من مستوى معنوية (0.05)، ومنه نقبل الفرضية البديلة (H_1) ونرفض الفرضية الصفرية (H_0)، وهذا يدل على أنه هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لرأس المال الهيكلي يعزى لاختلاف المستوى الوظيفي.

ولإظهار الفرق المذكور، بالاعتماد على البيانات الاحصائية قمنا بمقارنة فترات الثقة لقيمة المتوسطات الحسابية لرأس المال الهيكلي مصنفة على أساس المستوى الوظيفي، لتتحصل على الشكل التالي:

شكل رقم (2-8) خريطة الرقابة الاحصائية لمتوسط تقييم رأس المال الهيكلي على أساس المستوى الوظيفي



المصدر: من إعداد الطلبة بناء على نتائج العينة المدروسة واعتمادا على برنامج Minitab V19.

نلاحظ من الشكل أعلاه أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لرأس المال الهيكلي يعزى لاختلاف المستوى الوظيفي عند مستوى دلالة (0.05)، ويتبين بأن تقييم الإدارة العليا جاءت بمستوى أقل من الإدارة الإشرافية والدعم الفني بفارق معنوي واحد، بينما تقييم الإدارة الإشرافية جاءت بمستوى أعلى من الإدارة العليا والدعم الفني بفارق معنوي واحد، وبالتالي نقبل الفرضية البديلة (H_1) ونرفض الفرضية الصفرية (H_0).

3 - أثر الخصائص الديموغرافية على رأس المال العلائقي

لقياس مدى معنوية الفرق في تقييم مفردات العينة المدروسة مصنفة وفقا لخصائصها الديموغرافية لمتغير رأس المال العلائقي سنقوم باختبار الفرضيات التالية:

أ- قطاع النشاط

H_0 : ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لرأس المال العلائقي يعزى لاختلاف قطاع النشاط عند مستوى دلالة 05 %.

H_1 : هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لرأس المال العلائقي يعزى لاختلاف قطاع النشاط عند مستوى دلالة 05 %.

ب- الجنس

H_0 : ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لرأس المال العلائقي يعزى لاختلاف الجنس عند مستوى دلالة 05 %.

H_1 : هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لرأس المال العلائقي يعزى لاختلاف الجنس عند مستوى دلالة 05 %.

ج- العمر

H_0 : ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لرأس المال العلائقي يعزى لاختلاف العمر عند مستوى دلالة 05 %.

H_1 : هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لرأس المال العلائقي يعزى لاختلاف العمر عند مستوى دلالة 05 %.

د- المستوى التعليمي

H_0 : ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لرأس المال العلائقي يعزى لاختلاف المستوى التعليمي عند مستوى دلالة 05 %.

H_1 : هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لرأس المال العلائقي يعزى لاختلاف المستوى التعليمي عند مستوى دلالة 05 %.

هـ- المستوى الوظيفي

H_0 : ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لرأس المال العلائقي يعزى لاختلاف المستوى الوظيفي عند مستوى دلالة 05 %.

H_1 : هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لرأس المال العلائقي يعزى لاختلاف المستوى الوظيفي عند مستوى دلالة 05 %.

و- الأقدمية

H_0 : ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لرأس المال العلائقي يعزى لاختلاف الأقدمية عند مستوى دلالة 05 %.

H_1 : هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لرأس المال العلائقي يعزى لاختلاف الأقدمية عند مستوى دلالة 05 %.

جدول رقم (2-23) اختبار الفروق في تقييم رأس المال العلائقي وفقا للخصائص الديموغرافية

البعده	المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	مستوى الدلالة Sig
رأس المال العلائقي	النشاط	بين المجموعات	1.247	02	0.623	1.817	0.176
		داخل المجموعات	13.378	39	0.343		
		المجموع	14.625	41			
	الجنس	بين المجموعات	0.052	01	0.052	0.143	0.707
		داخل المجموعات	14.573	40	0.364		
		المجموع	14.625	41			
	العمر	بين المجموعات	2.081	05	0.416	1.194	0.331
		داخل المجموعات	12.544	36	0.348		
		المجموع	14.625	41			
	المستوى التعليمي	بين المجموعات	1.375	02	0.688	2.024	0.146
		داخل المجموعات	13.429	39	0.340		
		المجموع	14.625	41			
المستوى الوظيفي	بين المجموعات	1.017	02	0.508	1.457	0.245	
	داخل المجموعات	13.608	39	0.349			
	المجموع	14.625	41				
الأقدمية	بين المجموعات	0.526	03	0.175	0.473	0.703	
	داخل المجموعات	14.099	38	0.371			
	المجموع	14.625	41				

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على نتائج العينة المدروسة واعتمادا على برنامج SPSS.VR20.

نلاحظ من خلال جدول اختبار الفروق في تقييم رأس المال العلائقي وفقا للخصائص الديموغرافية أن قيمة مستوى الدلالة Sig لمتغيرات (النشاط، الجنس، العمر، المستوى التعليمي، المستوى الوظيفي، الأقدمية) أكبر من

قيمة مستوى معنوية (0.05) ومنه نقبل الفرضية الصفرية (H_0) ونرفض الفرضية البديلة (H_1)، وهذا يدل على أنه ليست هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لرأس المال الهيكلي يعزى لاختلاف متغيرات (النشاط، الجنس، العمر، المستوى التعليمي، المستوى الوظيفي، الأقدمية).

4 - أثر الخصائص الديموغرافية على رأس المال الفكري

لقياس مدى معنوية الفرق في تقييم مفردات العينة المدروسة مصنفة وفقا لخصائصها الديموغرافية لمتغير رأس المال الفكري سنقوم باختبار الفرضيات التالية:

أ- قطاع النشاط

H_0 : ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لرأس المال الفكري يعزى لاختلاف قطاع النشاط عند مستوى دلالة 05 %.

H_1 : هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لرأس المال الفكري يعزى لاختلاف قطاع النشاط عند مستوى دلالة 05 %.

ب- الجنس

H_0 : ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لرأس المال الفكري يعزى لاختلاف الجنس عند مستوى دلالة 05 %.

H_1 : هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لرأس المال الفكري يعزى لاختلاف الجنس عند مستوى دلالة 05 %.

ج- العمر

H_0 : ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لرأس المال الفكري يعزى لاختلاف العمر عند مستوى دلالة 05 %.

H_1 : هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لرأس المال الفكري يعزى لاختلاف العمر عند مستوى دلالة 05 %.

د- المستوى التعليمي

H_0 : ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لرأس المال الفكري يعزى لاختلاف المستوى التعليمي عند مستوى دلالة 05 %.

H_1 : هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لرأس المال الفكري يعزى لاختلاف المستوى التعليمي عند مستوى دلالة 05 %.

هـ - المستوى الوظيفي

H₀: ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لرأس المال الفكري يعزى لاختلاف المستوى الوظيفي عند مستوى دلالة 05 %.

H₁: هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لرأس المال الفكري يعزى لاختلاف المستوى الوظيفي عند مستوى دلالة 05 %.

و - الأقدمية

H₀: ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لرأس المال الفكري يعزى لاختلاف الأقدمية عند مستوى دلالة 05 %.

H₁: هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لرأس المال الفكري يعزى لاختلاف الأقدمية عند مستوى دلالة 05 %.

جدول رقم (2-24) اختبار الفروق في تقييم رأس المال الفكري وفقا للخصائص الديموغرافية

مستوى الدلالة Sig	قيمة F	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	المتغير	البعد
0.199	1.685	0.373	02	0.746	بين المجموعات	النشاط	رأس المال الفكري
		0.221	39	8.637	داخل المجموعات		
		/	41	9.383	المجموع		
0.275	1.223	0.278	01	0.278	بين المجموعات	الجنس	
		0.228	40	9.104	داخل المجموعات		
		/	41	9.383	المجموع		
0.242	1.415	0.308	05	1.541	بين المجموعات	العمر	
		0.218	36	7.842	داخل المجموعات		
		/	41	9.383	المجموع		
0.958	0.043	0.010	02	0.021	بين المجموعات	المستوى التعليمي	
		0.240	39	9.362	داخل المجموعات		
		/	41	9.383	المجموع		
0.333	1.132	0.257	02	0.515	بين المجموعات	المستوى	
		0.227	39	8.868	داخل المجموعات		

			41	9.383	المجموع	الوظيفي
0.467	0.866	0.200	03	0.601	بين المجموعات	الأقدمية
		0.231	38	8.782	داخل المجموعات	
			41	9.383	المجموع	

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على نتائج العينة المدروسة واعتمادا على برنامج SPSS.VR20.

نلاحظ من خلال جدول اختبار الفروق في تقييم رأس المال الفكري وفقا للخصائص الديموغرافية أن قيمة مستوى الدلالة Sig لمتغيرات (النشاط، الجنس، العمر، المستوى التعليمي، المستوى الوظيفي، الأقدمية) أكبر من قيمة مستوى معنوية (0.05) ومنه نقبل الفرضية الصفرية (H_0) ونرفض الفرضية البديلة (H_1)، وهذا يدل على أنه ليست هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لرأس المال الفكري يعزى لاختلاف متغيرات (النشاط، الجنس، العمر، المستوى التعليمي، المستوى الوظيفي، الأقدمية).

ثانيا: أثر الخصائص الديموغرافية على الميزة التنافسية

بناء على استطلاع العينة المدروسة يمكن تحليل أثر الخصائص التالية على الميزة التنافسية وأبعادها كما يلي:

1- أثر الخصائص الديموغرافية على الجودة

لقياس مدى معنوية الفرق في تقييم مفردات العينة المدروسة مصنفة وفقا لخصائصها الديموغرافية لمتغير الجودة سنقوم باختبار الفرضيات التالية:

أ- قطاع النشاط

H_0 : ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لبعد الجودة يعزى لاختلاف قطاع النشاط عند مستوى دلالة 05 %.

H_1 : هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لبعد الجودة يعزى لاختلاف قطاع النشاط عند مستوى دلالة 05 %.

ب- الجنس

H_0 : ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لبعد الجودة يعزى لاختلاف الجنس عند مستوى دلالة 05 %.

H_1 : هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لبعد الجودة يعزى لاختلاف الجنس عند مستوى دلالة 05 %.

ج- العمر

H_0 : ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لبعدها الجودة يعزى لاختلاف العمر عند مستوى دلالة 05%.

H_1 : هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لبعدها الجودة يعزى لاختلاف العمر عند مستوى دلالة 05%.

د- المستوى التعليمي

H_0 : ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لبعدها الجودة يعزى لاختلاف المستوى التعليمي عند مستوى دلالة 05%.

H_1 : هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لبعدها الجودة يعزى لاختلاف المستوى التعليمي عند مستوى دلالة 05%.

هـ- المستوى الوظيفي

H_0 : ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لبعدها الجودة يعزى لاختلاف المستوى الوظيفي عند مستوى دلالة 05%.

H_1 : هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لبعدها الجودة يعزى لاختلاف المستوى الوظيفي عند مستوى دلالة 05%.

و- الأقدمية

H_0 : ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لبعدها الجودة يعزى لاختلاف الأقدمية عند مستوى دلالة 05%.

H_1 : هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لبعدها الجودة يعزى لاختلاف الأقدمية عند مستوى دلالة 05%.

جدول رقم (2-25) اختبار الفروق في تقييم بعد الجودة وفقا للخصائص الديموغرافية

مستوى الدلالة Sig	قيمة F	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	المتغير	البعد
0.759	0.278	0.080	02	0.160	بين المجموعات	النشاط	الوقت
		0.288	39	11.246	داخل المجموعات		
			41	11.406	المجموع		

0.754	0.100	0.028	01	0.028	بين المجموعات	الجنس
		0.284	40	11.377	داخل المجموعات	
			41	11.406	المجموع	
0.114	1.928	0.482	05	2.409	بين المجموعات	العمر
		0.250	36	8.997	داخل المجموعات	
			41	11.406	المجموع	
0.953	0.048	0.014	02	0.028	بين المجموعات	المستوى التعليمي
		0.292	39	11.378	داخل المجموعات	
			41	11.406	المجموع	
0.818	0.202	0.059	02	0.117	بين المجموعات	المستوى الوظيفي
		0.289	39	11.289	داخل المجموعات	
			41	11.406	المجموع	
0.559	0.698	0.199	03	0.596	بين المجموعات	الأقدمية
		0.284	38	10.810	داخل المجموعات	
			41	11.406	المجموع	

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على نتائج العينة المدروسة واعتمادا على برنامج SPSS.VR20.

نلاحظ من خلال جدول اختبار الفروق في تقييم بعد الجودة وفقا للخصائص الديموغرافية أن قيمة مستوى الدلالة Sig لمتغيرات (النشاط، الجنس، العمر، المستوى التعليمي، المستوى الوظيفي، الأقدمية) أكبر من قيمة مستوى معنوية (0.05) ومنه نقبل الفرضية الصفرية (H_0) ونرفض الفرضية البديلة (H_1)، وهذا يدل على أنه ليست هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لبعدها الجودة يعزى لاختلاف متغيرات (النشاط، الجنس، العمر، المستوى التعليمي، المستوى الوظيفي، الأقدمية).

2- أثر الخصائص الديموغرافية على الكفاءة

لقياس مدى معنوية الفرق في تقييم مفردات العينة المدروسة مصنفة وفقا لخصائصها الديموغرافية لمتغير الكفاءة سنقوم باختبار الفرضيات التالية:

أ- قطاع النشاط

H_0 : ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لبعدها الكفاءة يعزى لاختلاف قطاع النشاط عند مستوى دلالة 05 %.

H_1 : هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لبعء الكفاءة يعزى لاختلاف قطاع النشاط عند مستوى دلالة 05 %.

ب- الجنس

H_0 : ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لبعء الكفاءة يعزى لاختلاف الجنس عند مستوى دلالة 05 %.

H_1 : هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لبعء الكفاءة يعزى لاختلاف الجنس عند مستوى دلالة 05 %.

ج- العمر

H_0 : ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لبعء الكفاءة يعزى لاختلاف العمر عند مستوى دلالة 05 %.

H_1 : هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لبعء الكفاءة يعزى لاختلاف العمر عند مستوى دلالة 05 %.

د- المستوى التعليمي

H_0 : ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لبعء الكفاءة يعزى لاختلاف المستوى التعليمي عند مستوى دلالة 05 %.

H_1 : هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لبعء الكفاءة يعزى لاختلاف المستوى التعليمي عند مستوى دلالة 05 %.

هـ- المستوى الوظيفي

H_0 : ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لبعء الكفاءة يعزى لاختلاف المستوى الوظيفي عند مستوى دلالة 05 %.

H_1 : هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لبعء الكفاءة يعزى لاختلاف المستوى الوظيفي عند مستوى دلالة 05 %.

و- الأقدمية

H_0 : ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لبعء الكفاءة يعزى لاختلاف الأقدمية عند مستوى دلالة 05 %.

H_1 : هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لبعء الكفاءة يعزى لاختلاف الأقدمية عند مستوى دلالة 05 %.

جدول رقم (2-26) اختبار الفروق في تقييم بعء الكفاءة وفقا للخصائص الديموغرافية

البعء	المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	مستوى الدلالة Sig
	النشاط	بين المجموعات	0.831	02	0.415	1.791	0.180
		داخل المجموعات	9.048	39	0.232		
		المجموع	9.879	41			
	الجنس	بين المجموعات	0.108	01	0.108	0.444	0.509
		داخل المجموعات	9.771	40	0.244		
		المجموع	9.879	41			
	العمر	بين المجموعات	1.074	05	0.215	0.878	0.506
		داخل المجموعات	8.805	36	0.245		
		المجموع	9.879	41			
	المستوى التعليمي	بين المجموعات	0.969	02	0.484	2.120	0.134
		داخل المجموعات	8.910	39	0.228		
		المجموع	9.879	41			
	المستوى الوظيفي	بين المجموعات	0.174	02	0.087	0.350	0.707
		داخل المجموعات	9.705	39	0.249		
		المجموع	9.879	41			
	الأقدمية	بين المجموعات	0.145	03	0.048	0.188	0.904
		داخل المجموعات	9.734	38	0.256		
		المجموع	9.879	41			

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على نتائج العينة المدروسة واعتمادا على برنامج SPSS.VR20.

نلاحظ من خلال جدول اختبار الفروق في تقييم بعء الكفاءة وفقا للخصائص الديموغرافية أن قيمة مستوى الدلالة Sig لمتغيرات (النشاط، الجنس، العمر، المستوى التعليمي، المستوى الوظيفي، الأقدمية) أكبر من قيمة مستوى معنوية (0.05) ومنه نقبل الفرضية الصفرية (H_0) ونرفض الفرضية البديلة (H_1)، وهذا يدل على أنه

ليست هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لبعء الكفاءة يعزى لاختلاف متغيرات (النشاط، الجنس، العمر، المستوى التعليمي، المستوى الوظيفي، الأقدمية).

3- أثر الخصائص الديموغرافية على المرونة

لقياس مدى معنوية الفرق في تقييم مفردات العينة المدروسة مصنفة وفقا لخصائصها الديموغرافية لمتغير المرونة سنقوم باختبار الفرضيات التالية:

أ- قطاع النشاط

H_0 : ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لبعء المرونة يعزى لاختلاف قطاع النشاط عند مستوى دلالة 05 %.

H_1 : هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لبعء المرونة يعزى لاختلاف قطاع النشاط عند مستوى دلالة 05 %.

ب- الجنس

H_0 : ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لبعء المرونة يعزى لاختلاف الجنس عند مستوى دلالة 05 %.

H_1 : هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لبعء المرونة يعزى لاختلاف الجنس عند مستوى دلالة 05 %.

ج- العمر

H_0 : ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لبعء المرونة يعزى لاختلاف العمر عند مستوى دلالة 05 %.

H_1 : هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لبعء المرونة يعزى لاختلاف العمر عند مستوى دلالة 05 %.

د- المستوى التعليمي

H_0 : ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لبعء المرونة يعزى لاختلاف المستوى التعليمي عند مستوى دلالة 05 %.

H_1 : هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لبعء المرونة يعزى لاختلاف المستوى التعليمي عند مستوى دلالة 05 %.

هـ- المستوى الوظيفي

H_0 : ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لبعدها المرنة يعزى لاختلاف المستوى الوظيفي عند مستوى دلالة 05 %.

H_1 : هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لبعدها المرنة يعزى لاختلاف المستوى الوظيفي عند مستوى دلالة 05 %.

و- الأقدمية

H_0 : ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لبعدها المرنة يعزى لاختلاف الأقدمية عند مستوى دلالة 05 %.

H_1 : هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لبعدها المرنة يعزى لاختلاف الأقدمية عند مستوى دلالة 05 %.

جدول رقم (2-27) اختبار الفروق في تقييم بعد المرونة وفقا للخصائص الديموغرافية

مستوى الدلالة Sig	قيمة F	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	المتغير	البعد
0.881	0.127	0.041	02	0.081	بين المجموعات	النشاط	المرنة
		0.320	39	12.464	داخل المجموعات		
		/	41	12.546	المجموع		
0.829	0.047	0.015	01	0.015	بين المجموعات	الجنس	
		0.313	40	12.531	داخل المجموعات		
		/	41	12.546	المجموع		
0.586	0.758	0.239	05	1.195	بين المجموعات	العمر	
		0.315	36	11.351	داخل المجموعات		
		/	41	12.546	المجموع		
0.832	0.185	0.059	02	0.118	بين المجموعات	المستوى التعليمي	
		0.319	39	12.428	داخل المجموعات		
		/	41	12.546	المجموع		
0.552	0.604	0.188	02	0.377	بين المجموعات	المستوى الوظيفي	
		0.312	39	12.169	داخل المجموعات		
		/	41	12.546	المجموع		
0.650	0.552	0.175	03	0.524	بين المجموعات	الأقدمية	

		0.316	38	12.021	داخل المجموعات		
			41	12.546	المجموع		

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على نتائج العينة المدروسة واعتمادا على برنامج SPSS.VR20.

نلاحظ من خلال جدول اختبار الفروق في تقييم بعد المرونة وفقا للخصائص الديموغرافية أن قيمة مستوى الدلالة Sig لمتغيرات (النشاط، الجنس، العمر، المستوى التعليمي، المستوى الوظيفي، الأقدمية) أكبر من قيمة مستوى معنوية (0.05) ومنه نقبل الفرضية الصفرية (H_0) ونرفض الفرضية البديلة (H_1)، وهذا يدل على أنه ليست هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لبعده المرونة يعزى لاختلاف متغيرات (النشاط، الجنس، العمر، المستوى التعليمي، المستوى الوظيفي، الأقدمية).

4- أثر الخصائص الديموغرافية على التسليم

لقياس مدى معنوية الفرق في تقييم مفردات العينة المدروسة مصنفة وفقا لخصائصها الديموغرافية لمتغير التسليم سنقوم باختبار الفرضيات التالية:

أ- قطاع النشاط

H_0 : ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لبعده التسليم يعزى لاختلاف قطاع النشاط عند مستوى دلالة 05 %.

H_1 : هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لبعده التسليم يعزى لاختلاف قطاع النشاط عند مستوى دلالة 05 %.

ب- الجنس

H_0 : ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لبعده التسليم يعزى لاختلاف الجنس عند مستوى دلالة 05 %.

H_1 : هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لبعده التسليم يعزى لاختلاف الجنس عند مستوى دلالة 05 %.

ج- العمر

H_0 : ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لبعده التسليم يعزى لاختلاف العمر عند مستوى دلالة 05 %.

H_1 : هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لبعده التسليم يعزى لاختلاف العمر عند مستوى دلالة 05 %.

د- المستوى التعليمي

H_0 : ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لبعدها التسليم يعزى لاختلاف المستوى التعليمي عند مستوى دلالة 05 %.

H_1 : هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لبعدها التسليم يعزى لاختلاف المستوى التعليمي عند مستوى دلالة 05 %.

هـ- المستوى الوظيفي

H_0 : ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لبعدها التسليم يعزى لاختلاف المستوى الوظيفي عند مستوى دلالة 05 %.

H_1 : هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لبعدها التسليم يعزى لاختلاف المستوى الوظيفي عند مستوى دلالة 05 %.

و- الأقدمية

H_0 : ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لبعدها التسليم يعزى لاختلاف الأقدمية عند مستوى دلالة 05 %.

H_1 : هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لبعدها التسليم يعزى لاختلاف الأقدمية عند مستوى دلالة 05 %.

جدول رقم (2-28) اختبار الفروق في تقييم بعدها التسليم وفقا للخصائص الديموغرافية

مستوى الدلالة Sig	قيمة F	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	المتغير	البعدها التسليم
0.006	5.865	2.076	02	4.152	بين المجموعات	النشاط	التسليم
		0.354	39	13.805	داخل المجموعات		
		/	41	17.958	المجموع		
0.319	1.017	0.445	01	0.445	بين المجموعات	الجنس	
		0.438	40	17.512	داخل المجموعات		
		/	41	17.958	المجموع		
0.412	1.034	0.451	05	2.256	بين المجموعات	العمر	
		0.436	36	15.702	داخل المجموعات		
		/	41	17.958	المجموع		

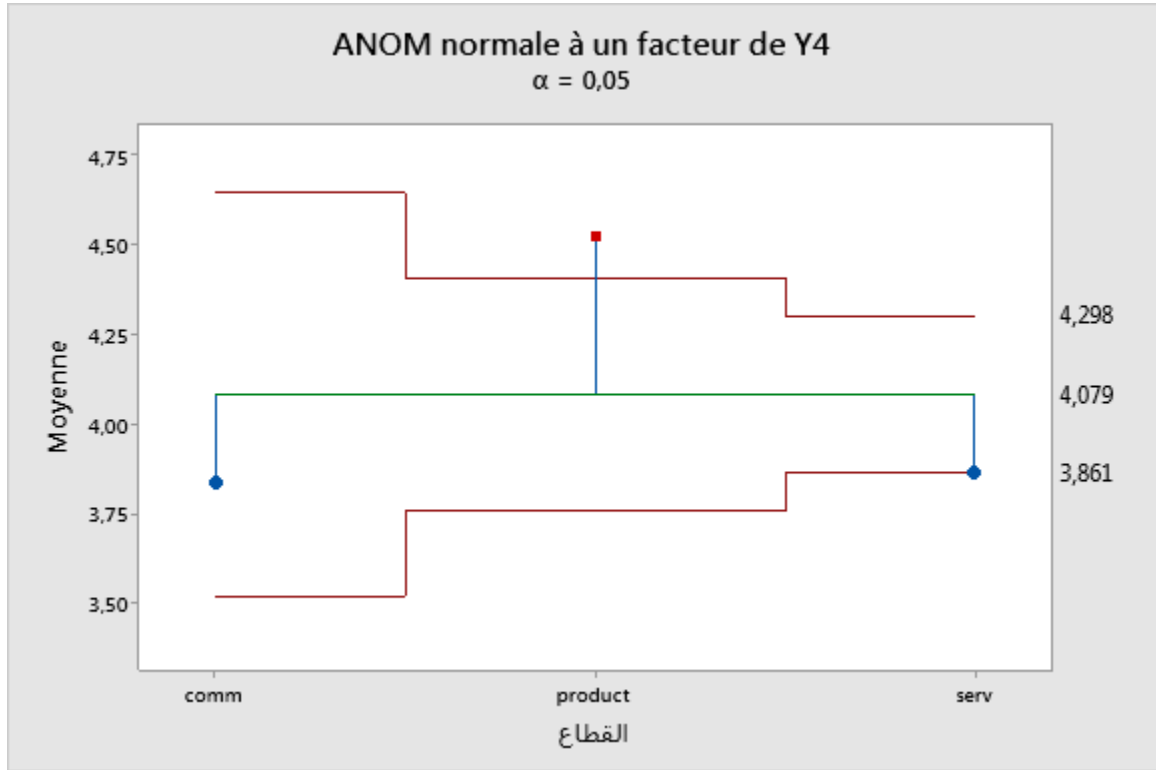
0.268	1.364	0.587	02	1.174	بين المجموعات	المستوى التعليمي
		0.430	39	16.784	داخل المجموعات	
			41	17.958	المجموع	
0.060	3.019	1.204	02	2.408	بين المجموعات	المستوى الوظيفي
		0.399	39	15.550	داخل المجموعات	
			41	17.958	المجموع	
0.959	0.102	0.048	03	0.143	بين المجموعات	الأقدمية
		0.469	38	17.815	داخل المجموعات	
			41	17.958	المجموع	

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على نتائج العينة المدروسة واعتمادا على برنامج SPSS.VR20.

نلاحظ من خلال جدول اختبار الفروق في تقييم بعد التسليم وفقا للخصائص الديموغرافية أن قيمة مستوى الدلالة Sig لمتغيرات (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، المستوى الوظيفي، الأقدمية) أكبر من قيمة مستوى معنوية (0.05) ومنه نقبل الفرضية الصفرية (H_0) ونرفض الفرضية البديلة (H_1)، وهذا يدل على أنه ليست هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لبعء التسليم يعزى لاختلاف (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، المستوى الوظيفي، الأقدمية) من جهة، من جهة أخرى نلاحظ أن قيمة مستوى الدلالة Sig لمتغير النشاط بقيمة (0.006)، أقل من مستوى معنوية (0.05)، ومنه نقبل الفرضية البديلة (H_1) ونرفض الفرضية الصفرية (H_0)، وهذا يدل على أنه هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لبعء التسليم يعزى لاختلاف قطاع النشاط.

ولإظهار الفرق المذكور، بالاعتماد على البيانات الاحصائية قمنا بمقارنة فترات الثقة لقيمة المتوسطات الحسابية لبعء التسليم مصنفة على أساس قطاع النشاط، لتتحصل على الشكل التالي:

شكل رقم (2-9) خريطة الرقابة الاحصائية لمتوسط تقييم بعد التسليم على أساس قطاع النشاط



المصدر: من إعداد الطلبة بناء على نتائج العينة المدروسة واعتمادا على برنامج Minitab Vr 19.

نلاحظ من الشكل أعلاه أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لبعدها التسليم يعزى لاختلاف قطاع النشاط عند مستوى دلالة (0.05)، ويتبين بأن تقييم المؤسسات الصناعية جاءت أعلى من المؤسسات التجارية والخدمية بفارق معنوي واحد، وبالتالي نقبل الفرضية البديلة (H_1) ونرفض الفرضية الصفرية (H_0).

5 - أثر الخصائص الديموغرافية على الابداع

لقياس مدى معنوية الفرق في تقييم مفردات العينة المدروسة مصنفة وفقا لخصائصها الديموغرافية لمتغير الابداع سنقوم باختبار الفرضيات التالية:

أ- قطاع النشاط

H_0 : ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لبعدها الابداع يعزى لاختلاف قطاع النشاط عند مستوى دلالة 05 %.

H_1 : هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لبعدها الابداع يعزى لاختلاف قطاع النشاط عند مستوى دلالة 05 %.

ب- الجنس

H_0 : ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لبعء الابداع يعزى لاختلاف الجنس عند مستوى دلالة 05 %.

H_1 : هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لبعء الابداع يعزى لاختلاف الجنس عند مستوى دلالة 05 %.

ج- العمر

H_0 : ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لبعء الابداع يعزى لاختلاف العمر عند مستوى دلالة 05 %.

H_1 : هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لبعء الابداع يعزى لاختلاف العمر عند مستوى دلالة 05 %.

د- المستوى التعليمي

H_0 : ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لبعء الابداع يعزى لاختلاف المستوى التعليمي عند مستوى دلالة 05 %.

H_1 : هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لبعء الابداع يعزى لاختلاف المستوى التعليمي عند مستوى دلالة 05 %.

هـ- المستوى الوظيفي

H_0 : ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لبعء الابداع يعزى لاختلاف المستوى الوظيفي عند مستوى دلالة 05 %.

H_1 : هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لبعء الابداع يعزى لاختلاف المستوى الوظيفي عند مستوى دلالة 05 %.

و- الأقدمية

H_0 : ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لبعء الابداع يعزى لاختلاف الأقدمية عند مستوى دلالة 05 %.

H_1 : هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لبعء الابداع يعزى لاختلاف الأقدمية عند مستوى دلالة 05 %.

جدول رقم (2-29) اختبار الفروق في تقييم بعد الابداع وفقا للخصائص الديموغرافية

مستوى الدلالة Sig	قيمة F	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	المتغير	البعد
0.836	0.180	0.086	02	0.173	بين المجموعات	النشاط	الابداع
		0.481	39	18.750	داخل المجموعات		
		/	41	18.923	المجموع		
0.444	0.597	0.278	01	0.278	بين المجموعات	الجنس	
		0.466	40	18.644	داخل المجموعات		
		/	41	18.923	المجموع		
0.809	0.452	0.224	05	1.119	بين المجموعات	العمر	
		0.495	36	17.804	داخل المجموعات		
		/	41	18.923	المجموع		
0.909	0.096	0.046	02	0.093	بين المجموعات	المستوى التعليمي	
		0.483	39	18.830	داخل المجموعات		
		/	41	18.923	المجموع		
0.767	0.267	0.128	02	0.256	بين المجموعات	المستوى الوظيفي	
		0.479	39	18.667	داخل المجموعات		
		/	41	18.923	المجموع		
0.672	0.518	0.248	03	0.744	بين المجموعات	الأقدمية	
		0.478	38	18.179	داخل المجموعات		
		/	41	18.923	المجموع		

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على نتائج العينة المدروسة واعتمادا على برنامج SPSS.VR20.

نلاحظ من خلال جدول اختبار الفروق في تقييم بعد الابداع وفقا للخصائص الديموغرافية أن قيمة مستوى الدلالة Sig لمتغيرات (النشاط، الجنس، العمر، المستوى التعليمي، المستوى الوظيفي، الأقدمية) أكبر من قيمة مستوى معنوية (0.05) ومنه نقبل الفرضية الصفرية (H_0) ونرفض الفرضية البديلة (H_1)، وهذا يدل على أنه ليست هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لبعد الابداع يعزى لاختلاف متغيرات (النشاط، الجنس، العمر، المستوى التعليمي، المستوى الوظيفي، الأقدمية).

6 - أثر الخصائص الديموغرافية على الميزة التنافسية

لقياس مدى معنوية الفرق في تقييم مفردات العينة المدروسة مصنفة وفقا لخصائصها الديموغرافية لمتغير الميزة التنافسية سنقوم باختبار الفرضيات التالية:

أ- قطاع النشاط

H_0 : ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لمتغير الميزة التنافسية يعزى لاختلاف قطاع النشاط عند مستوى دلالة 05 %.

H_1 : هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لمتغير الميزة التنافسية يعزى لاختلاف قطاع النشاط عند مستوى دلالة 05 %.

ب- الجنس

H_0 : ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لمتغير الميزة التنافسية يعزى لاختلاف الجنس عند مستوى دلالة 05 %.

H_1 : هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لمتغير الميزة التنافسية يعزى لاختلاف الجنس عند مستوى دلالة 05 %.

ج- العمر

H_0 : ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لمتغير الميزة التنافسية يعزى لاختلاف العمر عند مستوى دلالة 05 %.

H_1 : هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لمتغير الميزة التنافسية يعزى لاختلاف العمر عند مستوى دلالة 05 %.

د- المستوى التعليمي

H_0 : ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لمتغير الميزة التنافسية يعزى لاختلاف المستوى التعليمي عند مستوى دلالة 05 %.

H_1 : هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لمتغير الميزة التنافسية يعزى لاختلاف المستوى التعليمي عند مستوى دلالة 05 %.

هـ- المستوى الوظيفي

H_0 : ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لمتغير الميزة التنافسية يعزى لاختلاف المستوى الوظيفي عند مستوى دلالة 05 %.

H₁: هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لمتغير الميزة التنافسية يعزى لاختلاف المستوى الوظيفي عند مستوى دلالة 05 %.

و- الأقدمية

H₀: ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لمتغير الميزة التنافسية يعزى لاختلاف الأقدمية عند مستوى دلالة 05 %.

H₁: هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لمتغير الميزة التنافسية يعزى لاختلاف الأقدمية عند مستوى دلالة 05 %.

جدول رقم (2-30) اختبار الفروق في تقييم متغير الميزة التنافسية وفقا للخصائص الديموغرافية

مستوى الدلالة Sig	قيمة F	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	المتغير	البعد
0.615	0.492	0.096	02	0.193	بين المجموعات	النشاط	الميزة التنافسية
		0.196	39	7.640	داخل المجموعات		
		/	41	7.833	المجموع		
0.682	0.171	0.033	01	0.033	بين المجموعات	الجنس	
		0.195	40	7.799	داخل المجموعات		
		/	41	7.833	المجموع		
0.835	0.416	0.086	05	0.428	بين المجموعات	العمر	
		0.206	36	7.405	داخل المجموعات		
		/	41	7.833	المجموع		
0.710	0.345	0.068	02	0.136	بين المجموعات	المستوى التعليمي	
		0.197	39	7.696	داخل المجموعات		
		/	41	7.833	المجموع		
0.951	0.050	0.010	02	0.020	بين المجموعات	المستوى الوظيفي	
		0.200	39	7.812	داخل المجموعات		
		/	41	7.833	المجموع		
0.864	0.246	0.050	03	0.149	بين المجموعات	الأقدمية	
		0.202	38	7.684	داخل المجموعات		
		/	41	7.833	المجموع		

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على نتائج العينة المدروسة واعتمادا على برنامج SPSS.VR20.

نلاحظ من خلال جدول اختبار الفروق في تقييم متغير الميزة التنافسية وفقا للخصائص الديموغرافية أن قيمة مستوى الدلالة Sig لمتغيرات (النشاط، الجنس، العمر، المستوى التعليمي، المستوى الوظيفي، الأقدمية) أكبر من قيمة مستوى معنوية (0.05) ومنه نقبل الفرضية الصفرية (H_0) ونرفض الفرضية البديلة (H_1)، وهذا يدل على أنه ليست هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة لمتغير الميزة التنافسية يعزى لاختلاف متغيرات (النشاط، الجنس، العمر، المستوى التعليمي، المستوى الوظيفي، الأقدمية).

خلاصة الفصل

بعد الدراسة الميدانية التي قمنا بها وجدنا بأن المؤسسات محل الدراسة بأنواعها الثلاث، سواء التجارية منها أو الصناعية أو الخدمية تعرف جيداً كيف تستغل رأس المال الفكري وكيف توظفه بشكل أمثل حتى تستطيع الوصول إلى مرادها المطلوب وهو التميز، وبعد تحليلنا لنتائج الدراسة وجدنا بأن هناك علاقة ارتباط قوي معنوي بين بعد رأس المال الفكري وبعد الميزة التنافسية عند مستوى معنوية 0.05، يتمثل في وجود علاقة طردية بينهما، أي كلما زاد الاهتمام برأس المال الفكري زاد التميز والعكس صحيح، كما تم الوصول إلى أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم مفردات العينة المدروسة بين المتغير المستقل (رأس المال الفكري) والمتغير التابع (الميزة التنافسية) عند مستوى معنوية 0.05 يعزى لاختلاف متغيرات (النشاط، الجنس، العمر، المستوى التعليمي، المستوى الوظيفي، الأقدمية).

خاتمة

خاتمة

توصلنا من خلال هذا البحث الذي قمنا بدراسته أنه أصبح من الضروري لكل مؤسسة تحقيق مزايا تنافسية على منافسيها لضمان البقاء في السوق، ويمكن للمؤسسة تحقيق ذلك من خلال اعتماد أساليب واستراتيجيات جديدة تهدف إلى كسب رضا العملاء بطريقة أفضل من المنافسين، سواء من حيث جودة الخدمات المقدمة أو كيفية تقديمها أو وقت تقديمها، لكن الملاحظ اليوم أن هذه المزايا التنافسية أصبحت تعتمد على عناصر غير مادية أكثر من اعتمادها على المادة نفسها، وهنا تتجلى أهمية رأس المال الفكري في تحقيق هذا الهدف المنشود، خاصة في ظل اقتصاد المعرفة.

وفي هذا السياق تؤكد العديد من الدراسات أن رأس المال الفكري يلعب دوراً أساسياً في منح ميزة تنافسية للمؤسسات الاقتصادية سواء كانت تجارية أو صناعية أو خدمية، والعمل على تعزيزها ودعمها والمحافظة عليها. وانطلاقاً مما سبق، جاءت هذه الدراسة لتلقي الضوء بشقيها النظري والتطبيقي، وبعد الدراسة الميدانية التي أجريناها لمعرفة دور رأس المال الفكري في دعم الميزة التنافسية في بعض المؤسسات، توصلنا إلى مجموعة من النتائج والتوصيات يمكن تلخيصها فيما يلي:

نتائج اختبار الفرضيات:

الفرضية الأولى: التي تنص على تتوافر المقومات الأساسية لرأس المال الفكري بشكل مقبول بالمؤسسات الاقتصادية الجزائرية. ثبتت صحتها عند مستوى معنوية 05%، حيث أجمعت العينة المستجوبة من الاطارات العاملة بالمؤسسات الاقتصادية كعينة، على تقييم أبعاد رأس المال الفكري عند درجة المقبول كحد أدنى، وهو ما يعني توجه المؤسسات الاقتصادية المعاصرة نحو استغلال مقومات العنصر البشري في مواجهة تفاعل متغيرات البيئة المعاصرة الأعمال.

الفرضية الثانية: التي تنص على أن المستوى التنافسي للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية يقيم بدرجة دون المتوسط من خلال استطلاع الاطارات العاملة بها. ثبت صحتها عند مستوى معنوية 05%، حيث أجمعت العينة المستجوبة من الاطارات العاملة بالمؤسسات الاقتصادية كعينة، على تقييم أبعاد الميزة التنافسية عند درجة المقبول كحد أدنى، وهذا ما يعني أن هناك مساعي جادة من قبل ادارات المؤسسات الاقتصادية الجزائرية في التميز في قطاع نشاطها من خلال ما هو متاح للمؤسسة كمصادر لخلق مزايا تنافسية.

الفرضية الثالثة: التي تنص على أن هناك علاقات ذات دلالة بين مقومات رأس المال الفكري وأبعاد الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية. أثبتت صحتها عند مستوى معنوية 05%، وذلك من خلال القيم المحسوبة لمعامل ارتباط سبيرمان بين أبعاد رأس المال الفكري وأبعاد الميزة التنافسية ونسبة المعنوية المتعلقة به، حيث ظهرت أن هناك علاقة معنوية متوسطة موجبة بين مقومات رأس المال الفكري ومصادر الميزة التنافسية بالمؤسسات الاقتصادية الجزائرية محل الدراسة.

الفرضية الرابعة: هناك فروقات دالة احصائيا في مقومات رأس المال الفكري أساسها اختلاف البيانات الديموغرافية للعينة المدروسة. ثبت صحتها جزئيا عند مستوى معنوية 05%، حيث سجلنا الفرق المعنوي في تقييم رأس المال البشري بين مفردات العينة المدروسة أساسه الاختلاف في طبيعة نشاط المؤسسات، أين يكون أقل على مستوى المؤسسات التجارية مقارنة بالمؤسسات الصناعية والخدمية، ويمتد الفرق المعنوي بين هذين الأخيرتين عند مستوى معنوية 10%، أين تتفوق المؤسسات الخدمية عن المؤسسات الصناعية في متوسط تقييم رأس المال البشري، كما سجلنا الفرق المعنوي في تقييم رأس المال الهيكلي بين مفردات العينة المدروسة أساسه الاختلاف في المستوى الوظيفي لعينة الاطارات المستجوبة، أين كان ترتيب المستويات الوظيفية في متوسطات التقييم كما يلي: الادارة العليا - الدعم التقني - الادارة الإشرافية.

الفرضية الخامسة: التي تنص على أن هناك فروقات دالة احصائيا في تقييم أبعاد التنافسية أساسها اختلاف البيانات الديموغرافية للعينة المدروسة. ثبت نفيها جزئيا عند مستوى معنوية 05%، حيث لم نسجل أي فروق دالة في تقييم أبعاد الميزة التنافسية مؤسسة على اختلاف العوامل والبيانات الشخصية لمفردات العينة المدروسة، فيما عدا الفرق في تقييم بعد التسليم الذي أساسه الاختلاف في طبيعة قطاع النشاط، أين كان الفرق لصالح المؤسسات الصناعية على حساب المؤسسات التجارية والخدمية، وهو أمر منطقي بما أن المؤسسات الصناعية تستمد اعتماديتها من خلال الكفاءة المرتبطة باستخدام منتجاتها من طرف الزبون، وتمتد مسؤوليتها إلى خدمات ما بعد البيع، وتوفير قطع الغيار اللازمة لعمليات صيانة وعمرة المنتجات.

وكتلخيص لنتائج اختبار الفرضيات، يمكن أن نخلص إلى النتائج التالية:

☞ المؤسسات الاقتصادية الجزائرية تعمل في بيئة شبه مستقرة لمختلف القطاعات الصناعية، التجارية والخدمية، لما أظهرته من نمطية في التعامل تجاه مصادر الميزة التنافسية؛

☞ عوامل التميز بالمؤسسات الاقتصادية الجزائرية تحظى بالدعم المقبول عموما من مقومات رأس المال الفكري؛

☞ الاطارات العاملة بالمؤسسات الاقتصادية الجزائرية بمختلف قطاعات النشاط ومستوياتها الوظيفية لا تستغل توظيف راس المال العلائقي في خدمة المؤسسة.

التوصيات: بناء على ما سبق من تحليل للنتائج، يمكن أن نورد توصيات نراها من جهتنا مهمة لأطر الدراسة المكانية:

☞ على المؤسسات الاقتصادية الجزائرية رفع درجة استعدادها لتوظيف رأس المال الفكري في مواجهة فرضية عدم الاستقرار، بما أن الدولة الجزائرية يمكنها في أي لحظة رفع غطاء الحماية الذي توفره للمؤسسات؛

☞ على الاطارات العاملة بالمؤسسات الاقتصادية الجزائرية إدراك أدوارهم المنتظر أن يقدموها لصالح المؤسسات، بما يتوافق مع مستوياتهم الوظيفية؛

☞ على شاغلي الادارة العليا بالمؤسسات الاقتصادية الجزائرية التحلي بروح التميز والابداع والايجابية مقابل الدور الفارق المنتظر أن يلعبوه في دعم تنافسية المؤسسة؛

☞ على الاطارات الخبيرة بالأقدمية أن تقدم الدعم والتأثير الايجابي بما يرفع المستوى التنافسي للمؤسسات.

آفاق الدراسة: من خلال دراستنا للموضوع، ومحاوله منا الإلمام بكل جوانبه، تبين لنا بعض النقاط التي يمكن أن تكون محل بحث جديد لدراسات مستقبلية أخرى، ولعل أهمها ما يلي:

☞ أثر الإبداع على الميزة التنافسية؛

☞ تحفيز الموارد البشرية كأداة لصنع التميز؛

☞ دور القيادة الفعالة وأهميتها في تحقيق التميز؛

☞ استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لتطوير رأس المال الفكري.

أولاً: المراجع باللغة العربية

أ- الكتب:

1. أحمد علي صالح، سعد علي العنزي، إدارة رأس المال الفكري في منظمات الأعمال، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
2. سوتيريوس ساراتاكوس، البحث الاجتماعي، ترجمة شحدة فارح، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، الطبعة الأولى، قطر، 2017.
3. عادل حرحوش المبرجي، أحمد علي صالح، رأس المال الفكري طرق قياسه وأساليبه المحافظة عليه، المنظمة العربية للتنمية، القاهرة، مصر، 2003.
4. عبد الستار حسين يوسف، دراسة وتقييم رأس المال الفكري في شركات الأعمال، جامعة الزيتونة الأردنية، عمان، الأردن، 2005.
5. عمار بوحوش، وآخرون، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2000.
6. مازن نعمان عبد الله، محاضرات في مادة مبادئ الإحصاء، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة تكريت، العراق.
7. مُجَدِّي صبيحة، محاضرات في مقياس الإحصاء 1، مطبوعة موجهة لطلبة السنة أولى LMD جذع مشترك العلوم الإحصائية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر3، ص 94.
8. مصطفى محمود أبو بكر، إدارة الموارد البشرية مدخل تحقيق الميزة التنافسية، الدار الجامعية، مصر، 2003-2004.
9. مورييس أنجوس، منهجية البحث العملي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي، كمال بوشرف، سعيد سبعون، الطبعة الثانية؛ الجزائر: دار القصة للنشر 2004؛ 2006.
10. نجم عبود نجم، إدارة اللاملموسات، إدارة ما لا يقاس، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010.
11. وليد عبد الرحمن الفراء، مبادئ علم الإحصاء، محافظة رجال ألمع، منطقة عسير، المملكة العربية السعودية، 2004-2005.
12. هاني مُجَدِّي السعيد، رأس المال الفكري، انطلاقة إدارية معاصرة، دار السحاب للنشر، الطبعة 1، القاهرة، مصر.

ب. المجالات والملتقيات:

13. أسماء زدوري، إدارة رأس المال الفكري وتنمية القدرات الإبداعية في المنظمات الحديثة، مداخلة ضمن الملتقى الدولي الخامس حول رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في ظل الاقتصاديات الحديثة، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، الجزائر، يومي 13 و14 ديسمبر 2011.
14. رزيق كمال و بن عمر سمير، تعزيز الميزة التنافسية لمنظمات الأعمال على أساس رأس المال الفكري، مجلة العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة البليدة، الجزائر، العدد 2009/03.
15. عمار درويش، مصادر تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية، المجلة الجزائرية للموارد البشرية، الجزائر، المجلد6، العدد01، 2021.
16. صالح إبراهيم يونس الشعباني، أثر تنمية رأس المال الفكري على الإتقان التكنولوجي وانعكاساته على خفض التكلفة بالتطبيق على الشركة الوطنية للأثاث المنزلي، مجلة جامعة الأنبار للعلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد 4، العدد 7، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الموصل، العراق، 2011.
17. ولاء محمود عبد الله محمود، تصور مقترح لتنمية رأس المال الفكري بالجامعات المصرية في ضوء مدخل إدارة المعرفة، مجلة كلية التربية، مجلد 29، جامعة بنها، مصر.
18. وهيبه داسي، دور إدارة المعرفة في تحقيق ميزة تنافسية، مجلة الباحث، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، العدد 2012/11.

ج. الرسائل الجامعية:

19. احمد الكرد عايشة، الذكاء العقلاي والعاطفي كمدخل لتعزيز الميزة التنافسية، رسالة مقدمة للحصول على درجة الماجستير، إدارة أعمال، كلية الدراسات العليا- كلية التجارة، الجامعة الإسلامية- غزة، فلسطين، 2016.
20. ادريس وائل السنوسي، أثر الحوكمة في تحقيق الميزة التنافسية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، إدارة الأعمال، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، عمان، 2016.
21. أسامة سالم، دور تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، إدارة أعمال المؤسسة، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة أم البواقي، الجزائر، 2013-2014.
22. بريش الزهرة، دور رأس المال الفكري في تحقيق ميزة تنافسية للمؤسسة، دراسة حالة مؤسسة صنع الكوابل فرع جنرال كابل بسكرة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2013.

23. بوشليل العيد، الاستثمار في الرأسمال البشري كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية للمنظمة، مذكرة لنيل شهادة الماستر، إدارة واقتصاد المؤسسة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة مستغانم، الجزائر، 2015-2016.
24. بوغرة نادية، دور سلسلة القيمة لبورتر في إبراز الميزة التنافسية للمؤسسة، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تسويق الخدمات، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة أم البواقي، الجزائر، 2016-2017.
25. بن عابد صارة، دور المراجعة الداخلية في إعطاء المؤسسة ميزة تنافسية، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تدقيق محاسبي ومراقبة التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية علوم التسيير، جامعة مستغانم، الجزائر، 2015-2016.
26. حوحو شهناز، دور الخيار الاستراتيجي في تحقيق الميزة التنافسية، مذكرة لنيل شهادة الماستر، التسيير الاستراتيجي للمنظمات، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة بسكرة، الجزائر، 2015-2016.
27. خليل موفق خليل صافي، دور استخدام بطاقة الأداء المتوازن في تحقيق الميزة التنافسية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، محاسبة، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الأزهر غزة، فلسطين، 2017.
28. دبة شيما، دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، دراسة حالة مؤسسة سيفانكو لصناعة الغرف الصحراوية، مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي تخصص تسيير مؤسسات صغيرة ومتوسطة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة قاصدي مرباح ورقلة.
29. راندة فوغالي، دور تطوير المنتجات في تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسة، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تسويق، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية و علوم التسيير، جامعة بسكرة، الجزائر، 2014-2015.
30. رقية دهام، تنمية الكفاءات وأثرها على الميزة التنافسية في المؤسسات الجزائرية، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تنمية الموارد بشرية، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة تبسة، الجزائر، 2015-2016.
31. سمية بروبي، دور الابداع والابتكار في إبراز الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مذكرة لنيل شهادة الماستر، اقتصاد وتسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة سطيف، الجزائر، 2010-2011.
32. سهتال زرزور، دور استراتيجيات التنافسية في تحقيق الميزة التنافسية، مذكرة لنيل شهادة الماستر، التسيير الاستراتيجي للمنظمات، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بسكرة، الجزائر، 2012-2013.

33. صامت أحمد و موزيكة مُجد، دور الثقافة الاتصالية في اكتساب الميزة التنافسية لدى المؤسسات الاقتصادية، مذكرة لنيل شهادة الماستر، اتصال تنظيمي، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة الشلف، الجزائر، 2021-2022.
34. طبوش خيرة، زعطوط رجاء، دور الذكاء الاصطناعي في تحقيق الميزة، مذكرة لنيل شهادة الماستر، ادارة أعمال، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة خميس مليانة، الجزائر، 2014-2015.
35. علام مختارية، بلمقدم أمينة، الميزة التنافسية في البنوك التجارية، مذكرة لنيل شهادة ماستر، بنوك وأعمال، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة سعيدة، الجزائر، 2016-2017.
36. عوني صبرينة، دور الولاء التنظيمي في تحقيق الميزة التنافسية، مذكرة لنيل شهادة الماستر، إدارة أعمال، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة ورقلة، الجزائر، 2016-2017.
37. قعمور مروة و علالي سهيلة، دور تسيير الكفاءات في تحقيق ميزة تنافسية، مذكرة لنيل شهادة الماستر، إدارة الأعمال، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة ورقلة، الجزائر، 2019-2020.
38. مشري ابتسام، دور رأس المال الفكري في منح ميزة تنافسية للمؤسسات الفندقية، دراسة ميدانية في مركب حمام الصالحين وفندق الزيبان بسكرة، مذكرة لنيل شهادة الماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة مُجد خيضر بسكرة، 2016.
39. معتصم مفضي الخالدي، دور محاسبة المسؤولية في تحقيق الميزة التنافسية في الشركات الصناعية السعودية، رسالة مقدمة للحصول على درجة الماجستير، محاسبة، كلية الاقتصاد والأعمال، جامعة جدارا، الأردن، 2015.
40. نادية حماش، مساهمة رأس المال الفكري في إمكانية تطبيق إدارة الجودة الشاملة، دراسة حالة مؤسسة نقاوس للمصبرات باتنة، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة الحاج لخضر باتنة.
- ثانيا: المراجع باللغة الأجنبية:

41. Radostina Yuleva-Chuchulayna, **COMPETITIVE ADVANTAGES AND COMPETITIVE STRATEGIES OF SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES**, Economics and Management, South-West University "Neofit Rilski, Bulgaria, 2019.

42. Olivier Serrat, **A Primer on Intellectual Capital**, ADB Avenue 6 Mandaluyong City , Metro Manila, 1550 Philippines, N106, august 2011.

ثالثاً: المواقع الإلكترونية

43. https://www.drmtaher.com/2020/09/blog-post_9.html (01/04/2023, 00:53)
44. https://www.starshams.com/2022/09/blog-post_42.html (31/01/2023, 10.30)

الملاحق

ملحق رقم (01): استبيان الدراسة

استبانة البحث

الأخ الفاضل....الأخت الفاضلة....

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

يشرفنا ويسرنا أن نضع أمامكم هذه الاستبانة التي خصصت لجمع المعلومات للدراسة التي نقوم بإعدادها

استكمالاً للحصول على شهادة الماستر في إدارة الأعمال بعنوان " دور رأس المال الفكري في دعم الميزة التنافسية"

دراسة ميدانية لعينة من المؤسسات الاقتصادية بولاية الوادي.

تهدف الدراسة إلى معرفة دور رأس المال الفكري في دعم الميزة التنافسية بمؤسستكم، ونظراً لأهمية رأيكم في

موضوع الدراسة، فإننا نضع بين أيديكم هذه الاستمارة، أملاً منكم الإجابة عن الأسئلة بكل دقة وموضوعية قصد

الوصول إلى نتائج دقيقة، كما نحيطكم علماً أن تستخدم إجاباتكم لغرض البحث العلمي فقط.

تقبلوا منا فائق الاحترام و التقدير

تحت إشراف الأستاذ

الطلبة:

إبراهيم وصيف غدير إبراهيم

❖ حمادي صهيب

❖ غيلاني سفيان

❖ بن عمارة نوفل

السنة الجامعية 2022 / 2023

الجزء الأول: المعلومات الشخصية

المؤسسة..... نوع النشاط.....

مدة النشاط.....

ضع العلامة (X) في الخانة المناسبة:

1. الجنس: ذكر أنثى
2. العمر: أقل من 25 سنة من 26 إلى 33 سنة
- من 34 إلى 41 سنة من 42 إلى 49 سنة
- من 50 إلى 57 سنة أكثر من 57 سنة
3. المستوى التعليمي:

- ثانوي تقني سامي
- جامعي "تدرج ليسانس وماستر" جامعي "ما بعد التدرج ماجستير / دكتوراه"
4. مجال الوظيفة الحالية:

- إدارة عليا إدارة إشرافية دعم فني
5. سنوات الأقدمية:

- أقل من 08 سنوات من 09 إلى 16 سنة
- من 17 إلى 24 سنة من 25 سنة فأكثر

الجزء الثاني: محاور الاستبانة

المحور الأول: رأس المال الفكري: ضع إشارة (X) في الخانة التي تعبر عن وجهة نظرك من خلال واقع مؤسستك للفقرات التالية:

درجات سلم القياس					أبعاد رأس المال الفكري وعبارات القياس	الرقم
موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	أ- رأس المال البشري	
					1 تتناسب مؤهلات ومهارات العمال مع المهام الموكلة إليهم	1
					2 تخصص المؤسسة برامج تنمية مهارات العاملين بما	2
					3 تهتم المؤسسة بالاقتراحات التي يقدمها العاملين وتوظيفها في حل المشاكل	3
					4 تطبق المؤسسة أساليب العمل الجماعي وتكريس روح الفريق	4
					5 تتم الترقية في المؤسسة على أساس الأقدمية فقط وليس على أساس المهارة والكفاءة	5
					ب- رأس المال الهيكلي	
					6 يدرك كل العمال جيدا أهداف المؤسسة ويشاركون في تحقيقها	6
					7 تقوم المؤسسة بتقييم ومراجعة العمليات الإدارية بشكل مستمر	7
					8 تخصص المؤسسة ميزانية كافية لدعم أنشطة البحث والتطوير	8
					9 تتابع المؤسسة وتتبنى آخر التطورات العلمية والتقنية في مجال التكنولوجيا الحديثة	9
					10 تدعم المؤسسة الأفكار الإبداعية التي يمكن تسجيلها كبراءة اختراع	10
					ج- رأس المال العلائقي	
					11 لدى المؤسسة علاقات جيدة مع الموردين	11
					12 تمنح المؤسسة مزايا لزمائها الأوفياء تميزهم عن غيرهم من الزبائن	12
					13 تقوم المؤسسة بمعرفة آراء واقتراحات زبائنهم والإصغاء لهم وحل مشكلاتهم	13
					14 لدى المؤسسة علاقات جيدة مع البنوك والدائنين عموما	14
					15 لدى المؤسسة علاقات جيدة مع جمعيات ومنظمات المجتمع المدني (جمعيات حماية البيئة، حماية المستهلك)	15

المحور الثاني: الميزة التنافسية: ضع إشارة (X) في الخانة التي تعبر عن وجهة نظرك من خلال واقع مؤسستك
للفقرات التالية:

درجات سلم القياس					أبعاد الميزة التنافسية وعبارات القياس	الرقم
غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	أ - الجودة	
					تعتمد المؤسسة على برامج في تحسين جودة منتجاتها لتكون الأفضل في السوق	16
					تصغي المؤسسة باهتمام لزيائنها والمتعاملين معها لتعرف آرائهم بشأن جودة المنتجات والخدمات المقدمة	17
					تقدم المؤسسة باستمرار خدمات متميزة	18
					تقوم المؤسسة بتقييم الجودة من أجل تحسينها باستمرار	19
					منتجات المؤسسة مطابقة للمواصفات الدولية	20
ب - الكفاءة						
					تتميز تكاليف المؤسسة بالانخفاض مقارنة بمنافسيها	21
					تتحمل المؤسسة تكاليف صيانة منخفضة	22
					تبنى المؤسسة الطرق والأساليب الكفيلة بتطوير كفاءة العمليات	23
					تبنى المؤسسة التكنولوجيا الحديثة في أنجاز عملياتها التشغيلية والإدارية	24
					هناك اجتماعات دورية للتعرف على سيرورة العمل	25
ج - المرونة						
					تسعى المؤسسة إلى الاستجابة السريعة لتغيرات أذواق المستهلكين	26
					تطبق المؤسسة مبدأ تحديد الاحتياجات الحالية والمستقبلية للزبون وتحرص على تلبيتها	27
					المؤسسة على إطلاع مبكر بكل ما حدث أو سيحدث في	28

					السوق من تغيرات	
					التحكم في تغيير عمل الآلات حسب التغير في مواصفات المنتج	29
					للمؤسسة القدرة على تغيير كمية الإنتاج عند تغير حجم الطلب	30
					تتم المؤسسة بالاستماع لزيائنها وتحرص على معالجة شكاوهم في أسرع وقت	31
					د- التسليم	
					تلتزم المؤسسة بالمواعيد المحددة عند تسليم الطلبات إلى الزبائن باستمرار	32
					تميز المؤسسة بتسليم منتجاتها لعملائها في وقت قصير مقارنة بمنافسيها	33
					تعتمد المؤسسة برامج صيانة دقيقة ودورية للآلات.	34
					هـ- الإبداع	
					تقدم المؤسسة منتجات جديدة تستجيب لتطلعات الزبائن	35
					تحقق المؤسسة اسبقيات تنافسية في مجال تقديم المنتجات الجديدة	36
					تعتبر المؤسسة الإبداع أولوية استراتيجية لها	37
					توفر المؤسسة المناخ المناسب للأفراد لتوليد أفكارهم الإبداعية	38
					تخصص المؤسسة مبالغ معتبرة لدعم جهود البحث والتطوير	39

جدول توزيع العينة وفق مؤسسة الانتماء

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ALGERIE T	5	11.9	11.9	11.9
CAAT	4	9.5	9.5	21.4
COSMISAF	3	7.1	7.1	28.6
EL ROUAD	2	4.8	4.8	33.3
IMP MEZOUAR	5	11.9	11.9	45.2
IMP MIASA	2	4.8	4.8	50.0
MOBILIS	3	7.1	7.1	57.1
SAA	3	7.1	7.1	64.3
SOUF SEMOUL	3	7.1	7.1	71.4
SUP BEN SACI	3	7.1	7.1	78.6
SUP GALERIE	3	7.1	7.1	85.7
TADJ DAHABI	2	4.8	4.8	90.5
WOUROUD	4	9.5	9.5	100.0
Total	42	100.0	100.0	

جدول توزيع العينة وفق الجنس

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ذكر	34	81.0	81.0	81.0
أنثى	8	19.0	19.0	100.0
Total	42	100.0	100.0	

جدول توزيع العينة وفق العمر

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
سنة 25 من أقل	3	7.1	7.1	7.1
سنة 33 إلى 26 من	10	23.8	23.8	31.0
سنة 41 إلى 34 من	21	50.0	50.0	81.0
Valid سنة 49 إلى 42 من	5	11.9	11.9	92.9
سنة 57 إلى 50 من	1	2.4	2.4	95.2
سنة 57 من أكثر	2	4.8	4.8	100.0
Total	42	100.0	100.0	

جدول توزيع العينة وفق المستوى التعليمي

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ثانوي	5	11.9	11.9	11.9
Valid تقني سامي	13	31.0	31.0	42.9
جامعي ليسانس وماستر	24	57.1	57.1	100.0
Total	42	100.0	100.0	

جدول توزيع العينة وفق الوظيفة

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
إدارة عليا	10	23.8	23.8	23.8
Valid إدارة إشرافية	26	61.9	61.9	85.7
دعم فني	6	14.3	14.3	100.0
Total	42	100.0	100.0	

جدول توزيع العينة وفق الأقدمية

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
أقل من 08 سنوات	19	45.2	45.2	45.2
من 09 إلى 16 سنة	13	31.0	31.0	76.2
Valid من 17 إلى 24 سنة	8	19.0	19.0	95.2
من 25 سنة فأكثر	2	4.8	4.8	100.0
Total	42	100.0	100.0	

جدول المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات البعد الجزئي لرأس المال البشري (X1)

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1-1	42	1	5	3.76	1.100
X1-2	42	1	5	3.57	1.063
X1-3	42	1	5	3.86	1.002
X1-4	42	1	5	4.19	.833
X1-5	42	1	5	2.60	1.170
X1	42	1.80	5.00	3.5762	.60599
Valid N (listwise)	42				

جدول المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات البعد الجزئي لرأس المال الهيكلي (X2)

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X2-1	42	1	5	3.86	.952
X2-2	42	2	5	4.07	.838
X2-3	42	2	5	3.43	.831
X2-4	42	1	5	3.71	.944
X2-5	42	1	5	3.14	1.049
X2	42	2.20	5.00	3.6429	.64246
Valid N (listwise)	42				

جدول المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات البعد الجزئي لرأس المال العلائقي (X3)

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X3-1	42	2	5	4.29	.636
X3-2	42	1	5	4.05	1.058
X3-3	42	2	5	4.12	.861
X3-4	42	3	5	4.26	.665
X3-5	42	2	5	4.05	.854
X3	42	2.60	5.00	4.1524	.59724
Valid N (listwise)	42				

جدول المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات البعد الجزئي الجودة (Y1)

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y1-1	42	2	5	4.36	.727
Y1-2	42	2	5	4.14	.783
Y1-3	42	2	5	4.21	.645
Y1-4	42	3	5	4.38	.539
Y1-5	42	2	5	3.76	.932
Y1	42	2.80	5.00	4.1714	.52744
Valid N (listwise)	42				

جدول المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات البعد الجزئي الكفاءة (Y2)

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y2-1	42	2	5	3.43	.941
Y2-2	42	2	5	3.31	.924
Y2-3	42	2	5	3.93	.601
Y2-4	42	3	5	4.14	.608
Y2-5	42	2	5	4.21	.750
Y2	42	2.80	5.00	3.8048	.49087
Valid N (listwise)	42				

جدول المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات البعد الجزئي المرونة (Y3)

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y3-1	42	2	5	3.88	.993
Y3-2	42	3	5	4.10	.656
Y3-3	42	2	5	4.14	.718
Y3-4	42	2	5	3.90	.790
Y3-5	42	2	5	4.12	.889
Y3-6	42	2	5	4.21	.717
Y3	42	2.83	5.00	4.0595	.55316
Valid N (listwise)	42				

جدول المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات البعد الجزئي التسليم (Y4)

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y4-1	42	2	5	4.05	.882
Y4-2	42	2	5	4.02	.811
Y4-3	42	2	5	4.17	.824
Y4	42	2.67	5.00	4.0794	.66181
Valid N (listwise)	42				

جدول المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات البعد الجزئي الابداع (Y5)

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y5-1	42	2	5	4.29	.805
Y5-2	42	3	5	4.07	.712
Y5-3	42	1	5	4.00	.963
Y5-4	42	1	5	3.81	.943
Y5-5	42	1	5	3.62	1.147
Y5	42	2.40	5.00	3.9571	.67936
Valid N (listwise)	42				

جدول لاختبار الفروق في تقييم رأس المال الفكري والميزة التنافسية وفقا للخصائص الديموغرافية

1-النشاط

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	Between Groups	3.728	2	1.864	6.418	.004
X1	Within Groups	11.328	39	.290		
	Total	15.056	41			
	Between Groups	1.875	2	.937	2.429	.101
X2	Within Groups	15.048	39	.386		
	Total	16.923	41			
	Between Groups	1.247	2	.623	1.817	.176
X3	Within Groups	13.378	39	.343		
	Total	14.625	41			
	Between Groups	.160	2	.080	.278	.759
Y1	Within Groups	11.246	39	.288		
	Total	11.406	41			
	Between Groups	.831	2	.415	1.791	.180
Y2	Within Groups	9.048	39	.232		
	Total	9.879	41			
	Between Groups	.081	2	.041	.127	.881
Y3	Within Groups	12.464	39	.320		
	Total	12.546	41			
	Between Groups	4.152	2	2.076	5.865	.006
Y4	Within Groups	13.805	39	.354		
	Total	17.958	41			
	Between Groups	.173	2	.086	.180	.836
Y5	Within Groups	18.750	39	.481		
	Total	18.923	41			
	Between Groups	.746	2	.373	1.685	.199
X	Within Groups	8.637	39	.221		
	Total	9.383	41			
	Between Groups	.193	2	.096	.492	.615
Y	Within Groups	7.640	39	.196		
	Total	7.833	41			

جدول لاختبار الفروق في تقييم رأس المال الفكري والميزة التنافسية وفقا للخصائص الديموغرافية

2-الجنس

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	Between Groups	.096	1	.096	.258	.614
X1	Within Groups	14.960	40	.374		
	Total	15.056	41			
	Between Groups	1.090	1	1.090	2.754	.105
X2	Within Groups	15.833	40	.396		
	Total	16.923	41			
	Between Groups	.052	1	.052	.143	.707
X3	Within Groups	14.573	40	.364		
	Total	14.625	41			
	Between Groups	.028	1	.028	.100	.754
Y1	Within Groups	11.377	40	.284		
	Total	11.406	41			
	Between Groups	.108	1	.108	.444	.509
Y2	Within Groups	9.771	40	.244		
	Total	9.879	41			
	Between Groups	.015	1	.015	.047	.829
Y3	Within Groups	12.531	40	.313		
	Total	12.546	41			
	Between Groups	.445	1	.445	1.017	.319
Y4	Within Groups	17.512	40	.438		
	Total	17.958	41			
	Between Groups	.278	1	.278	.597	.444
Y5	Within Groups	18.644	40	.466		
	Total	18.923	41			
	Between Groups	.278	1	.278	1.223	.275
X	Within Groups	9.104	40	.228		
	Total	9.383	41			
	Between Groups	.033	1	.033	.171	.682
Y	Within Groups	7.799	40	.195		
	Total	7.833	41			

جدول لاختبار الفروق في تقييم رأس المال الفكري والميزة التنافسية وفقا للخصائص الديموغرافية

3-العمر

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	Between Groups	1.780	5	.356	.965	.452
X1	Within Groups	13.276	36	.369		
	Total	15.056	41			
	Between Groups	3.707	5	.741	2.020	.099
X2	Within Groups	13.215	36	.367		
	Total	16.923	41			
	Between Groups	2.081	5	.416	1.194	.331
X3	Within Groups	12.544	36	.348		
	Total	14.625	41			
	Between Groups	2.409	5	.482	1.928	.114
Y1	Within Groups	8.997	36	.250		
	Total	11.406	41			
	Between Groups	1.074	5	.215	.878	.506
Y2	Within Groups	8.805	36	.245		
	Total	9.879	41			
	Between Groups	1.195	5	.239	.758	.586
Y3	Within Groups	11.351	36	.315		
	Total	12.546	41			
	Between Groups	2.256	5	.451	1.034	.412
Y4	Within Groups	15.702	36	.436		
	Total	17.958	41			
	Between Groups	1.119	5	.224	.452	.809
Y5	Within Groups	17.804	36	.495		
	Total	18.923	41			
	Between Groups	1.541	5	.308	1.415	.242
X	Within Groups	7.842	36	.218		
	Total	9.383	41			
	Between Groups	.428	5	.086	.416	.835
Y	Within Groups	7.405	36	.206		
	Total	7.833	41			

جدول لاختبار الفروق في تقييم رأس المال الفكري والميزة التنافسية وفقا للخصائص الديموغرافية

4-المستوى التعليمي

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	Between Groups	1.420	2	.710	2.031	.145
X1	Within Groups	13.636	39	.350		
	Total	15.056	41			
	Between Groups	.752	2	.376	.907	.412
X2	Within Groups	16.171	39	.415		
	Total	16.923	41			
	Between Groups	1.375	2	.688	2.024	.146
X3	Within Groups	13.249	39	.340		
	Total	14.625	41			
	Between Groups	.028	2	.014	.048	.953
Y1	Within Groups	11.378	39	.292		
	Total	11.406	41			
	Between Groups	.969	2	.484	2.120	.134
Y2	Within Groups	8.910	39	.228		
	Total	9.879	41			
	Between Groups	.118	2	.059	.185	.832
Y3	Within Groups	12.428	39	.319		
	Total	12.546	41			
	Between Groups	1.174	2	.587	1.364	.268
Y4	Within Groups	16.784	39	.430		
	Total	17.958	41			
	Between Groups	.093	2	.046	.096	.909
Y5	Within Groups	18.830	39	.483		
	Total	18.923	41			
	Between Groups	.021	2	.010	.043	.958
X	Within Groups	9.362	39	.240		
	Total	9.383	41			
	Between Groups	.136	2	.068	.345	.710
Y	Within Groups	7.696	39	.197		
	Total	7.833	41			

جدول لاختبار الفروق في تقييم رأس المال الفكري والميزة التنافسية وفقا للخصائص الديموغرافية

5-المستوى الوظيفي

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	Between Groups	.559	2	.279	.751	.478
X1	Within Groups	14.498	39	.372		
	Total	15.056	41			
	Between Groups	3.983	2	1.992	6.003	.005
X2	Within Groups	12.939	39	.332		
	Total	16.923	41			
	Between Groups	1.017	2	.508	1.457	.245
X3	Within Groups	13.608	39	.349		
	Total	14.625	41			
	Between Groups	.117	2	.059	.202	.818
Y1	Within Groups	11.289	39	.289		
	Total	11.406	41			
	Between Groups	.174	2	.087	.350	.707
Y2	Within Groups	9.705	39	.249		
	Total	9.879	41			
	Between Groups	.377	2	.188	.604	.552
Y3	Within Groups	12.169	39	.312		
	Total	12.546	41			
	Between Groups	2.408	2	1.204	3.019	.060
Y4	Within Groups	15.550	39	.399		
	Total	17.958	41			
	Between Groups	.256	2	.128	.267	.767
Y5	Within Groups	18.667	39	.479		
	Total	18.923	41			
	Between Groups	.515	2	.257	1.132	.333
X	Within Groups	8.868	39	.227		
	Total	9.383	41			
	Between Groups	.020	2	.010	.050	.951
Y	Within Groups	7.812	39	.200		
	Total	7.833	41			

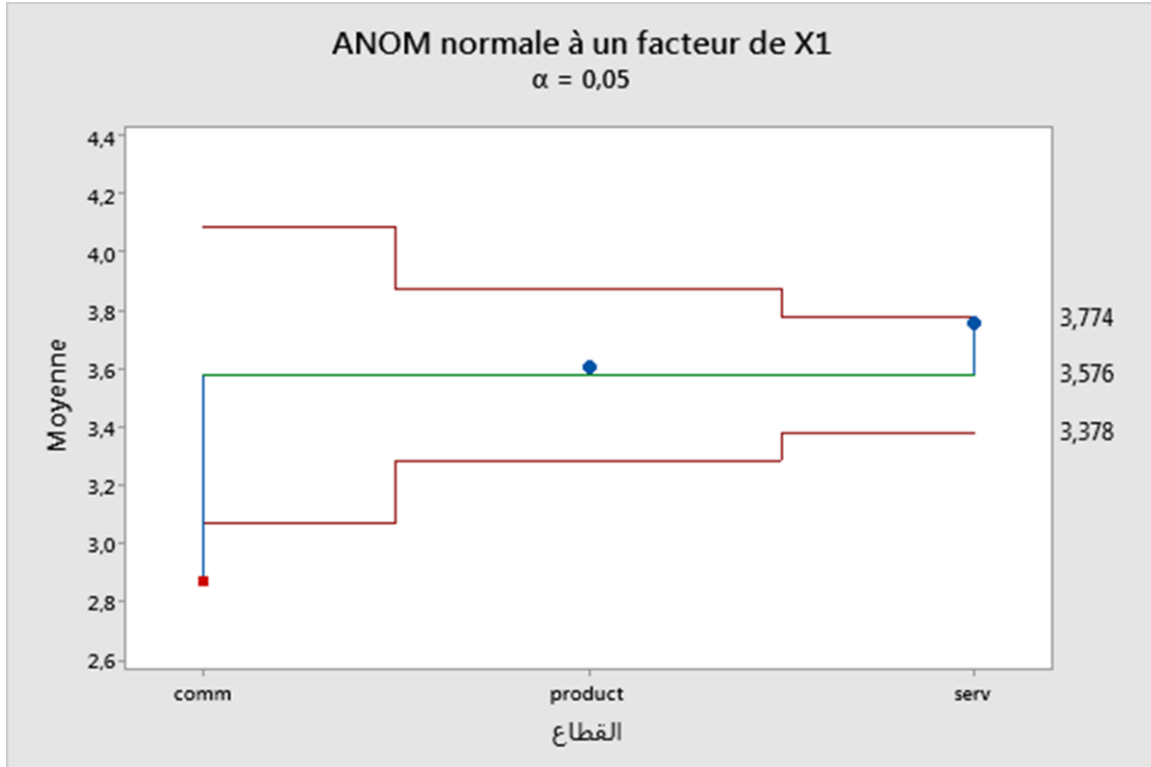
جدول لاختبار الفروق في تقييم رأس المال الفكري والميزة التنافسية وفقا للخصائص الديموغرافية

6-الأقدمية

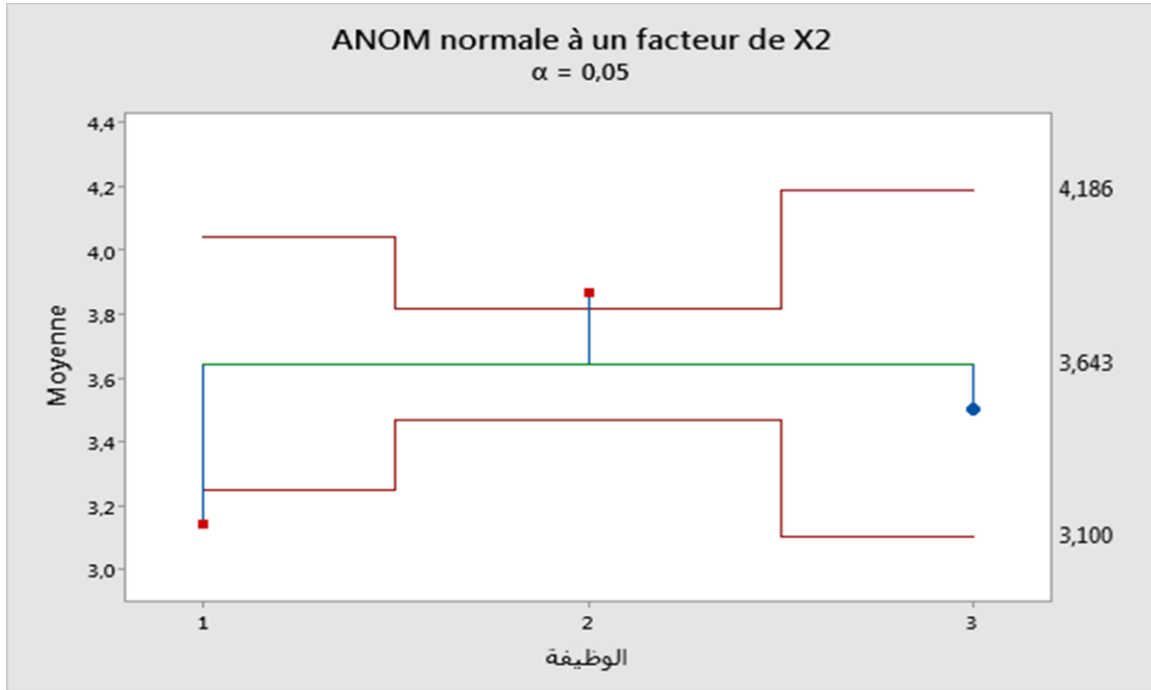
ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	Between Groups	.361	3	.120	.311	.817
X1	Within Groups	14.695	38	.387		
	Total	15.056	41			
	Between Groups	1.248	3	.416	1.008	.400
X2	Within Groups	15.675	38	.413		
	Total	16.923	41			
	Between Groups	.526	3	.175	.473	.703
X3	Within Groups	14.099	38	.371		
	Total	14.625	41			
	Between Groups	.596	3	.199	.698	.559
Y1	Within Groups	10.810	38	.284		
	Total	11.406	41			
	Between Groups	.145	3	.048	.188	.904
Y2	Within Groups	9.734	38	.256		
	Total	9.879	41			
	Between Groups	.524	3	.175	.552	.650
Y3	Within Groups	12.021	38	.316		
	Total	12.546	41			
	Between Groups	.143	3	.048	.102	.959
Y4	Within Groups	17.815	38	.469		
	Total	17.958	41			
	Between Groups	.744	3	.248	.518	.672
Y5	Within Groups	18.179	38	.478		
	Total	18.923	41			
	Between Groups	.601	3	.200	.866	.467
X	Within Groups	8.782	38	.231		
	Total	9.383	41			
	Between Groups	.149	3	.050	.246	.864
Y	Within Groups	7.684	38	.202		
	Total	7.833	41			

خريطة الرقابة الاحصائية لمتوسط تقييم رأس المال البشري على أساس قطاع النشاط



خريطة الرقابة الاحصائية لمتوسط تقييم رأس المال الهيكلي على أساس المستوى الوظيفي



خريطة الرقابة الاحصائية لمتوسط تقييم بعد التسليم على أساس قطاع النشاط

