

أثر رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية (دراسة حالة لمجموعة دال السودانية)

باحث دكتوراه، كلية العلوم الإدارية، جامعة البحر الأحمر

أ. حسين إبراهيم نور الدين

أستاذ مساعد، كلية العلوم الإدارية، جامعة البحر الأحمر

د. راضية عبد المنعم عبد الله

أستاذ مشارك، كلية العلوم الإدارية، جامعة البحر الأحمر

د. ماريما أبيه يوسف

المستخلص:

يُعَدُّ رأس المال الفكري المفتاح الرئيس للتنمية، وعندما تحدث فجوة بينه وبين بقية رؤوس الأموال، يصبح من الضروري الاهتمام به من خلال تنمية الموارد البشرية عبر التدريب والتأهيل، وتعميق الخبرات، ودعم القدرات الإدارية. وتهدف هذه الدراسة إلى التعريف بمفهوم رأس المال الفكري، وبيان أثره في تحقيق الميزة التنافسية لمنظمات الأعمال والشركات، والتعرف على مستوى اهتمامها بمتطلبات التحول نحو تبني رأس المال الفكري بوصفه أحد أهم الأصول الاستراتيجية، مع تقديم رؤية مقترحة لتطويره وتنبع أهمية الدراسة من الاهتمام المتزايد برأس المال الفكري باعتباره أحد أبرز المفاهيم الإدارية الحديثة، التي لا تزال تشهد تطوراً مستمراً، وأصبح يمثل محوراً أساسياً في بناء الميزة التنافسية وتعزيزها. لذا فإن المحافظة على رأس المال الفكري وتنميته وتطويره تمثل عوامل رئيسة تدعم القدرة التنافسية لمنظمات الأعمال والشركات. ولتحقيق أهداف الدراسة، اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي، من خلال مراجعة الأدبيات والدراسات السابقة والتقارير السنوية، إضافةً إلى جمع البيانات الميدانية وتحليلها. وقد أظهرت نتائج الدراسة أن مجموعة شركات دال تحدد المهام والمسؤوليات بدقة وكذلك أوضح أن مجموعة شركة دال تمتلك رأس مال بشرياً مؤهلاً، ساعدها في سوق العمل، ومنحها ميزة تنافسية الكلمات المفتاحية: رأس المال الفكري، الميزة التنافسية، الأداء المؤسسي، إدارة المعرفة، مجموعة شركات دال السودان

The Effect of Intellectual Capital on Achieving Competitive Advantage A case Study of DAL Group, Sudan))

A. Hussein Ibrahim Nour Aldeen

Dr. Radhiya Abdel Moneim Abdallah

Dr. Maria Abia Yousif

Abstract

Intellectual capital is considered the key to development, and when there's a gap between it and other types of capital, it becomes necessary to focus on it by developing human resources through training and qualification, deepening expertise, and supporting management capabilities. This study aims to introduce the concept of intellectual capital, show its impact on achieving competitive advantage for business organizations and companies, and understand how much attention is given to the requirements of transitioning towards adopting intellectual capital as one of the most important strategic assets, along with providing a proposed vision for its development. The importance of the study stems from the growing interest in intellectual capital as one of the most prominent modern management concepts, which is still continuously evolving and has become a key element in building and enhancing competitive advantage. Therefore, maintaining, developing, and improving intellectual capital represents key factors that support the competitiveness of business organizations and companies. To achieve the study's goals, the researcher relied on a descriptive-analytical approach, reviewing literature, previous studies, and annual reports, in addition to collecting and analyzing field data. The study's results showed that the Dal Group of Companies had

Keywords: Intellectual, Competitive Advantage, Competitive Advantage, Organizational performance, Knowledge Management DAL Group Sudan

أولاً : الإطار المنهجي:

1 - تمهيد :

يعد رأس المال الفكري هو المفتاح الرئيس المحدد للتنمية، وعندما تحدث الفجوة بينه وبين باقي رؤوس الأموال فلا بد من الاهتمام به انطلاقاً من الاهتمام بالبشر من حيث التدريب والإعداد وتعميق الخبرة ودعم القدرات الإدارية.

مشكلة الدراسة :

المشكلة تلخصت في التساؤل الرئيس الآتي :

ما مُدّي توفر متطلبات رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية؟

وتتفرع من السؤال الرئيس الأسئلة الفرعية الآتية :-

- 1- ما مُدَي توفر المتطلبات البشرية رأس المال الفكرى لتحقيق الميزة التنافسية؟
- 2- ما مُدَي توفر المتطلبات العلائقية لرأس المال الفكرى لتحقيق الميزة التنافسية؟
- 3- ما مُدَي توفر المتطلبات الهيكلية لرأس المال الفكرى لتحقيق الميزة التنافسية؟

فروض البحث : الفرضية الرئيسة الأولى :

(توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين رأس المال الفكرى وتحقيق الميزة التنافسية) وتتوزع عنها الفرضيات التالية :

- 1- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين رأس المال البشري وتحقيق الميزة التنافسية
 - 2- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين رأس المال الهيكلي وتحقيق الميزة التنافسية
 - 3-توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين رأس المال الزبائني وتحقيق الميزة التنافسية
- أهداف الدراسة :

- 1- يهدف البحث إلي تناول وتعريف مفهوم رأس المال الفكرى وأثره في تحقيق الميزة التنافسية لمنظمات الأعمال والشركات وعلي دافع أداء هذه الشركات.
 - 2- تقييم مستوي اهتمامها بمتطلبات التحول لاعتماد رأس المال الفكرى كأحد عناصر الأصول الهامة للشركات والمنظمات وتقديم رؤية مقترحة للتطوير
- أهمية البحث :**

- 1- تكمن أهمية البحث في الاهتمام الذي يحظى به رأس المال الفكرى كأحد أهم المفاهيم المستحدثة التي مازالت في طور البناء والتطور.
 - 2- أصبح رأس المال الفكرى محورياً يتطلب الاهتمام به والمحافظة عليه وتطويره لما يضيفه من مكتسبات تدعم الميزة التنافسية لمنظمات الأعمال والشركات.
- الأهمية العملية :**

تنبع الأهمية العلمية للبحث لكون انه من الموضوعات المهمة في ميدان الإدارة وفي تناول مفهوم رأس المال الفكرى في تحقيق الميزة التنافسية للشركات ومنظمات الأعمال.

الأهمية العلمية للبحث : يمثل البحث أهمية علمية كبيرة بالنسبة للمهتمين برأس المال الفكرى بمكوناته وخصائصه المختلفة ويعد من أهم الطرق الذي تعمل علي نمو وتطور وتقدم المؤسسات والمنظمات التي تسعى إلي تقديم خدماتها وسلعها بشكل مميز.

منهجية البحثية :

- يتبع الباحث المنهج التاريخي الوصفي التحليلي للوصول لنتائج إيجابية لهذه الدراسة لابد من إتباع المعلومات المتعلقة بهذه الدراسة بالاستفادة من المراجع والتقارير السنوية والبيانات الفعلية المتعلقة بموضوع البحث بالمؤسسات الرسمية وغير الرسمية في هذا المجال.
- 1-المنهج التاريخي : التعرف علي التطور التاريخي لرأس المال الفكرى وتحليل البيانات المتعلقة بالدراسة الميدانية.
 - 2-المنهج الإحصائي : استخدم التحليل للظاهرة محل الدراسة باستعمال برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية بإتباع المنهج الوصفي التحليلي ومنهج دراسة الحالة.

مصادر جمع المعلومات :

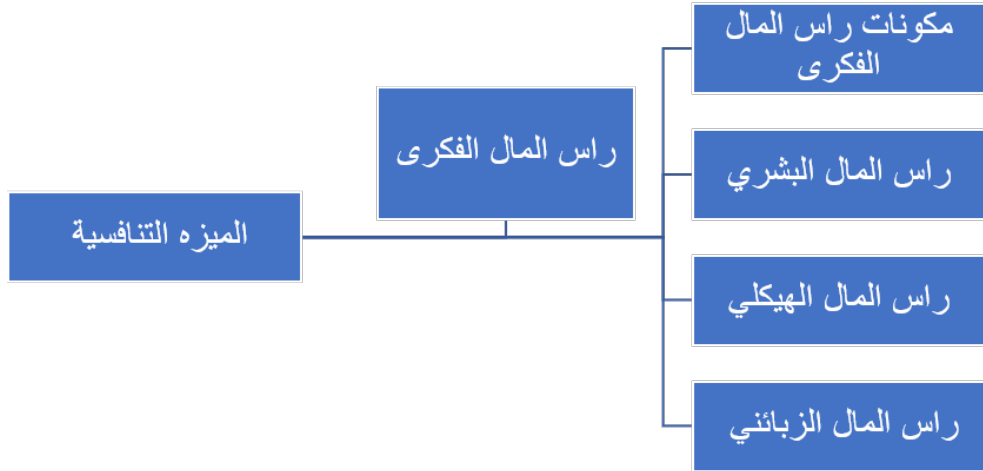
1 - مصادر أولية :

بالاستفادة من الاستبانة والمقابلات الشخصية لبعض المديرون ومدراء الموارد البشرية بالمؤسسات ذات الصلة بالموضوع محل الدراسة.

2 - مصادر ثانوية : باستعراض الكتب والمراجع والبحوث والمجلات والنشرات والدوريات والتقارير والدراسات سابقة.

سوف يقوم الباحث للحصول علي المعلومة من التقارير وورش العمل والأوراق البحثية العلمية والبيانات من المؤسسات كأحد المصادر الثانوية التي تهتم برأس المال الفكري حدود الدراسة : الحدود المكانية : جمهورية السودان ولاية البحر الأحمر- بورتسودان الحدود الزمانية : خلال الحقبة من 2010م- 2023.

نموذج الدراسة



اعداد الباحثين (2026)

ثانياً : الدراسات السابقة :

1 - دراسة د. سمية أمين علي (2003) تناولت الدراسة مشكلة قياس عناصر رأس المال الفكري مع التركيز علي رأس المال البشري. هدفت الدراسة إلي عرض ومناقشة مفهوم رأس المال الفكري وعناصره وإشارات قياسه .مناقشة مفهوم رأس المال البشري كأحد عناصره تتبع أهمية الدراسة من تأثير الدور الذي يلعبه رأس المال الفكري بعناصره المختلفة في استمرارية ونجاح المنشآت في الوقت الحاضر .

توصلت الدراسة إلي نتيجة ان رأس المال البشري يعتبر احد المكونات الأساسية لرأس المال الفكري

2 دراسة/ د. عبد الستار حسين يوسف (2005) تمثلت مشكلة الدراسة في تقييم رأس المال الفكري في شركات الأعمال). يهدف البحث إلي إيجاد

الطريقة المناسبة لتنمية رأس المال الفكري لمنظمات الأعمال والتعامل معه إجرائياً، وتوصل الباحث الي اهم النتائج

وهي ان الشركات بفاعليتها العظمي لا تعتمد أي صيغة لتحديد رأس مالها الفكري والجهات الحكومية لا تعير أي اهتمام إلي رأس المال الفكري في الشركات انطلاقاً من التشريعات الخاصة بذلك وما يترتب عليها ضريبياً.

3 - دراسة هاني محمد السعيد(2006) تمثلت مشكلة الدراسة في وجود قصور في إدارة رأس المال الفكري ببعض منظمات الأعمال. هدفت الدراسة تحديد أهم جوانب القصور في إدارة رأس المال الفكري بتلك المنظمات التعرف علي مدى دعم الإدارة العليا لعمليات الإبداع والابتكار مدى إدراك المديرين والعاملين لأهمية رأس المال الفكري ودوره في تحقيق البقاء والنمو لمنظمات الأعمال ومدي إدراكهم لأهمية النسبية لمكوناته.

اختبار العلاقة بين إدارة رأس المال الفكري وتنمية القدرات التنافسية للمنظمات بالإضافة إلي محاولة التوصل إلي إطار مقترح لإدارة وتنمية رأس المال الفكري.

4 - دراسة/ د. راشد عبد الله بابكر (2008) مشكلة الدراسة تمثل في رأس المال غير الملموس وأثره علي قيمة المنشأة) هدف البحث إلي التعرف علي مفهوم وعناصر ومكونات رأس المال غير الملموس كأحد المدخلات الإستراتيجية الحديثة للتطوير والتعرف علي تقييم وقياس رأس المال غير الملموس، نبعت أهمية البحث من كونه تطرق بشكل أساسي لمناهج تقييم وقياس الأصول غير الملموسة كأحد القضايا الإدارية المعاصرة وكذلك أهمية رأس المال غير الملموس كمدخل استراتيجي حديث لتحقيق الميزة التنافسية لمنشآت القطاع المصرفي السوداني. إن تقييم وإفصاح عن رأس المال غير الملموس يؤدي إلي زيادة الفجوة بين القيمة السوقية والقيمة الدفترية لمنشآت قطاع المصارف التجارية السودانية. عدم تقييم وقياس الأصول الفكرية والمعرفية غير الملموسة يضعف الدور الاستراتيجي في تحديد المركز التنافسي.

5- دراسة/ احمد الصديق محمد البشير(2013) راس المال الفكري وأثره في التكلفة بالقطاع المصرفي، هدفت الدراسة إلي بيان مفهوم رأس المال الفكري وأثره بمكوناته الثلاثة علي التكلفة في البنك الإسلامي السوداني .

تكمّن أهميته في تأثير رأس المال البشري علي التكلفة في البنك الإسلامي السوداني وتبعث أهمية البحث كذلك في بيان توفير المعلومات الملائمة والمتغيرة في البنك. كما توصلت الدراسة إلي نتائج إن موظفي البنك الإسلامي السوداني أصحاب خبرة والكفاءة وتدريب و الإستراتيجية والقرارات الواضحة لإدارة البنك الإسلامي السوداني .

6 - دراسة/ د. صلاح علي احمد محمد(2014) يمثل رأس المال الفكري في ظل اقتصاد المعرفة احد العناصر الهامة في المنظمة بحث الدارس عن دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية في القطاع المصرفي هدفت الدراسة لتناول وتعريف مفهوم رأس المال الفكري وأثره في تحقيق الميزة التنافسية لمنظمات الأعمال والتعرف علي الواقع أداء المصارف السودانية توصلت الدراسة الي النتائج ان رأس المال الفكري يرتبط بالمعرفة والمهارات والخبرات والابتكارات والإبداع لازالت المصارف السودانية بعيدة عن الاهتمام برأس المال الفكري ولا تعتمد كمكون لأصول تلك المصارف

7- (القياس والإفصاح المحاسبي لتكلفة رأس المال الفكري وأثره علي دعم الميزة التنافسية للمؤسسات الصناعية) شركة جيااد السودانية ، هدفت الدراسة التعرف علي علاقة بين رأس المال الزبوني ودعم الميزة التنافسية للمؤسسات وهدفت علي التعرف علي العلاقة بين رأس المال التنظيمي وبين دعم الميزة التنافسية ، وتوصلت الي اهم النتائج وهي التكامل بين رأس المال التنظيمي والهيكلية يؤدي إلي دعم الميزة التنافسية في المؤسسات الصناعية ويعتبر تعيين العمال المهوبين عنصرا مهما لدعم الميزة التنافسية في المؤسسات .

المبحث الاول : الإطار النظري :

التأصيل النظري لرأس المال الفكري :.(عمرهمشري.2013.167)

في ظل اقتصاد المعرفة التنافسي وتكنولوجيا المعلومات، أصبح الاهتمام بالمعرفة هو ما توليه المنظمات الأهمية القصوى، وأصبح رأس المال الفكري هو الثروة الحقيقية للمنظمات باعتباره أهم عنصر في تفعيل العملية الابتكارية علي استمرارها.

مدخل مفاهيمي لرأس المال الفكري :

أصبحت الموجودات غير الملموسة (رأس المال الفكري) في ظل اقتصاد المعرفة المورد الاستراتيجي لثروة المنظمة، ونجاحها في ظل شدة المنافسة يتوقف علي قيمة هذه الموجودات وإدارتها الفعالة، هذه الأخيرة التي ستسمح بتوظيف مهارات وخبرات الأفراد من اجل تعزيز الميزة التنافسية وخلق القيمة، لذلك سنتطرق في هذا المبحث إلي مفهوم رأس المال الفكري ومراحل تطوره، خصائصه، أهميته ومختلف المفاهيم والأسس النظرية المتعلقة بالمصطلح.

مفهوم رأس المال الفكري : (stewart1997.210)

وقد وردت العديد من التعريفات :

من بعض الأكاديميين وهو ماعرفها بعض الكتاب (بأنه مجموعة من المهارات المتوفرة في المنظمة التي تتمتع بمعرفة واسعة تجعلها قادرة علي جعل المنظمة عالمية بواسطة الاستجابة لمتطلبات المستفيدين والفرص التي تتيحها التكنولوجيا.

نشأة رأس المال الفكري :

عدّ رأس المال الفكري حديثاً نسبياً في الفكر الإداري، وقد بدا الاهتمام به خاصة في حقبة التسعينيات ولم يوجد أي اتفاق حول مفهوم واحد وواضح له، لذلك نستعرض فيما يلي مراحل تطوره واستكشافه ولمفاهيم التي أعطيت ه ونحاول تحديد نقاط التميز بين رأس المال المادي للمنظمة.

أولاً : مفهوم رأس المال الفكري. (عمر همشري.2013.169):

يعد مفهوم رأس المال الفكري من المفاهيم الاقتصادية التي طبقت في مجال العلوم الاجتماعية والإدارية وبالنظر لرؤوس الأموال فهي متنوعة وتشمل رأس المال الطبيعي والمادي، والاجتماعي والبشري والفكري.

ومن ابرز المفاهيم والآراء في هذا المجال ما جاء به (Stewart 1997. 211).

إذ يري أن مهارات العاملين ومعلوماتهم تعد رأس مال فكري إذا كانت متميزة لا يوجد من يمتلك هذه المهارات في المنظمات المنافسة فضلاً عن كونها إستراتيجية أي إن يكون لها قيمة يدفع

الزبون لها ثمنا للحصول عليها عن طريق شرائها للمنتجات المتميزة. ويرى (بأسس 1997) انه المعرفة التي تشكل القيمة المنظمة وتتكون من رأس المال البشري ورأس المال الهيكلي ورأس المال ألبائني وهذه المكونات الثلاثة عد الأشياء الأساسية في رأس المال الفكري من حيث تشكل القيمة المنظمة للموارد البشرية.

ويرى (Edvin son 1997، 146) :

انه يتضمن الموارد (الموجودات) غير الملموسة التي يمكن ان تستخدمها المنظمة لإيجاد القيمة عن طريق تحويلها إلى عمليات جديدة و سلع وخدمات. ويرى (Habit 2003. 120) : انه المادة الفكرية المتكونة من المعرفة والمعلومات والمهارات والخبرات ذات القيمة الاقتصادية التي يمكن وضعها موضع التنفيذ بهدف إيجاد الثروة، وطبقاً لهذا المفهوم فان المعرفة والمعلومات والمهارات والخبرات هي التي تكون رأس المال الفكري عرفة (العنزي 2001، 1) بأنه : المعرفة المفيدة التي يمكن توظيفها واستثمارها بشكل صحيح لمصلحة المنظمة ويعد الفكر الذي يكمن في ذهن الأفراد، لا يمكن لمسه، ولا رؤيته أو قياسه أو تقديره بثمان.

أما (سيد جاد الرب 2006، 11) فقد عرفه علي انه : يظهر كل الجوانب الفكرية للعقول البشرية عالية التميز التي تظهر الجوانب غير الملموسة في المنظمة، وهي الأكثر تأثيراً وفعالية نحو التقدم والتميز العالي من الجوانب والأصول الأخرى الملموسة.

عرفته الدكتور (سوسن عبد الحميد مرسى) : علي انه مجموعة الأصول المعرفية المتفردة والمعتمدة علي العقول البشرية المبدعة ومتطلبات ونظم العمل، والعلاقة ب العملاء التي تؤدي إلى الإنتاج المستمر للأفكار والأساليب الجديدة التي تحقق قيمة مضافة للمنظمة، وتدعم قدراتها التنافسية.

رأس المال الفكري.(سعد العنزي 2009، 3) للمنظمة وهي الذي تشتمل علي مكونات بشرية، وهيكلية، وعلائقيه تساهم في إنتاج أفكار جديدة ومبتكرة تساعد علي البقاء وتحسين الحصة السوقية وتعظيم القدرات التنافسية للمنظمة ولا يتركز رأس المال الفكري في مستوى إدارة معين، بل يمثل القدرات المعرفية المتميزة التي يمكن أن توجد في جميع المستويات الإدارية مكونات راس المال الفكري (الخفاف قاسم 2006. 100)

Human capital - رأس المال البشري :

يعد العنصر البشري العنصر الأكثر أهمية لرأس المال الفكري فالبشر هم عنصر عالي التعقيد، فقد عرف (داف) رأس المال البشري بأنه القيمة الاقتصادية للمعرفة والخبرات والمهارات والإمكانات التي يمتلكها العاملون، إما

Structural capital رأس المال الهيكلي - :

ويمثل العنصر الثاني من مكونات رأس المال الفكري، المتمثل بالقدرات المنظمة التي تستطيع المشاركة في المعرفة ونقلها وتعزيزها عن طريق الموجودات الفكرية الهيكلية المتمثلة في نظم المعلومات وبراءة الاختراع وحقوق النشر والعلامة التجارية التي تمثل شخصية المنظمة وقيمتها وهويتها. ويرتبط رأس المال الهيكلي بالمنظمة بإجراء الأتي

أ- البرمجيات الذكية والبنوك المعلوماتية المرتبطة بالزبائن.

ب- توصيفات وتعليمات العمل (قواعد البيانات)

ج- براءة الاختراع والعلامات التجارية وامتيازات الإنتاج. (عادل حرحوش 2003، 202)

أن رأس المال الهيكلي هو آليات وهياكل المنظمة التي تساعد في دعم وإسناد العاملين في سعيهم للوصول إلى مستوى متقدم من الأداء، ومن ثم تحسين الأداء الكلي للمنظمة ليكون في المستوى الأمثل وهذا يعني أن المنظمة ذات رأس المال الهيكلي القوي سيكون لها ثقافة مشجعة داعمة تعطي لإفراد فرصة طرح أراؤهم وفرصة التجربة وال فشل والنجاح.

Customer capital رأس المال ألبائني -

وهو رأس المال الخارجي ويطلق عليه أيضا تسمية رأس المال ألعلائقي ويشير إلى علاقات المنظمة وشبكة علاقاتها وارتباطها وكذلك رضا الزبائن وولائهم للمنظمة وهو يشمل المعرفة بقنوات السوق والعلاقات ب الزبائن والموردين وأسماء العلامات والاسم التجاري والسمعة ويعرف رأس المال الخارجي بأنه العلاقات الحيوية الخارجية التي تقيمها المنظمة ويؤكد بعض الكتاب قوة وولاء العلاقات ب الزبون ورضاه وتكرار التعامل مع المنظمة والرفاهية المالية .

الميزة التنافسية:

ماهية التنافسية ومفهومها :

عدّ التنافسية صفة تميز المتنافسين عن غيرهم لأنها عدّ بمنزلة غاية أو هدف تجعل المنافس في وضعية مناسبة لخلق القيمة لهذا حولنا في هذا المبحث التطرق لمفهوم التنافسية، مستوياتها وأنواعها بالإضافة إلى استراتيجياتها.

مفهوم المنافسة : (ردينة يوسف 2000م، 156):

يعد مصطلح المنافسة من بين المصطلحات التي شاع استخدامها وتداولها في أيامنا الراهنة فهذا المفهوم يعد بعدا يستحيل استبعاده بسهولة في الدراسات المتعلقة بالمؤسسة وعلاقتها ب محيطها، كما أصبح جوهر القضايا الحالية المعاصرة التي لا يمكن التغاضي عنها. حيث يري (Stanton) ان المنافسة هي (احد العوامل التي يتكون منها المحيط الخارجي للمؤسسة وان هذه العوامل عدّ من عوامل البيئة التسويقية)

ويري كل من G.R.jones c.w.H ill and أن المنافسة (عملية موجهة بواسطة عنصر الابتكار التجديد وذلك بغرض تحقيق الأرباح ومنح المؤسسات حافزا قويا للسعي وراء منتجات او عمليات واستراتيجيات مبتكرة وجديدة)

ومنه نجد أن المنافسة هي العملية التي يسعى بإجراء الفرد إلى تحقيق الأرباح بالاعتماد علي الابتكار والإبداع والتجديد.

التنافسية هي القدرة علي الثبات أمام المنافسين بغرض تحقيق الأهداف من : ربحية، استقرار، توسع، ابتكار، تجديد.

ويعرفها (Mathe Charles jean (98. GLASS Nell2001

علي أنها هدف او غاية توضح الاختيارات التنافسية للنشاطات وتجعلها في وضعية مناسبة وملائمة. وهي إلى ذلك عدّ أداة لتحسين أداء هذه النشاطات، أما من ناحية الإستراتيجية فالتنافسية

تسمح بالتحكم في الوقت من أجل استغلال والاستفادة من الوضعية الجديدة التي يمكن أن تخلقها

ومنه نجد أن المنافسة تتوفر في المؤسسات القادرة على خلق قيمة متفوقة، ولا شك أن يتجسد في خفض معدلات هيكل التكلفة عن طريق التميز بالاعتماد على الابتكار والإبداع والتجديد.

تحقيق التنافسية :.(نجم عبود نجم 2019، 301):

تحقيق خلال جملة من العناصر تتمثل خصوصا في التحكم في عناصر الأجر إدارة الوقت، الابتكار والتطوير والتجديد والعلوم والتكنولوجيا، إدارة الجودة الشاملة وتأكيد الجودة، إرضاء العملاء الحاليين والبحث عن آخرين جدد و الترويج والإعلان والعلاقات العامة و التحسينات المستمرة التدريب المكثف، والخدمات ما بعد البيع

أهداف التنافسية : التنافسية إلى تحقيق جملة من الأهداف نذكر منها ما - تحقيق درجة عالية من الكفاءة : بمعنى أن تحقق المؤسسة نشاطها وأعمالها بأقل مستوى ممكن من الأجر، وفي ظل التطور التكنولوجي المسموح به، في التنافسية تساهم رقي المؤسسات. - التطور والتحسين المستمر للأداء :

انطلاقاً من التركيز على تحقيق الإبداعات التكنولوجية والابتكارات التي تكون تكلفتها مرتفعة نسبياً إلا إنها صعبة المحاكاة من قبل المؤسسات المنافسة.

أنواع التنافسية : (فريد النجار 2000م، 149)

يمكن تصنيف التنافسية إلى نوعين هما :

1. التنافسية وفق الموضوع : وتتضمن تنافسية المنتج وتنافسية المؤسسة.
2. تنافسية المنتج : عدّ تنافسية المنتج شرطاً لازماً لتنافسية المؤسسة، ذلك بعد اختيار معايير معبرة تمكن من التعرف الدقيق على وضعية المنتج في السوق.
3. تنافسية المؤسسة : يتم تقويمها أخذاً بعين الاعتبار هوامش كل المنتجات من جهة والأعباء الإجمالية، التي نجد من بينها أجر البنية، النفقات العامة.... الخ
4. التنافسية وفق الزمن: وتتضمن الملحوظة والقدرة التنافسية.(بلقه إبراهيم 2011، 98)
5. التنافسية الملحوظة : تعتمد التنافسية على النتائج المحققة خلال دورة محاسبيه
6. القدرة التنافسية : (نبيل مرسي 2005، 122)

أظهرت الدراسة التي تمت على 28 مؤسسة فرنسية أن القدرة التنافسية تستند إلى ثمانية معايير : الموقع في السوق، المرونة، معرفة كيفية العمل المبحث الثاني : إجراءات الدراسة والمنهجية :

منهجية الدراسة : استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي لدراسة أثر راس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية.

مصادر البيانات : استخدم الباحث مصدرين أساسيين لجمع البيانات والمعلومات أ/ المصادر الأولية : لمعالجة الجوانب التحليلية لموضوع الدراسة لجا الباحث إلى جمع البيانات بواسطة الاستبانة كأداة رئيسة للبحث التي صممت خصيصاً لهذا الغرض. ب/ المصادر الثانوية : اتجه الباحث في معالجة الإطار النظري للبحث إلى مصادر البيانات الثانوية التي تمثل في الكتب والمراجع العربية والأجنبية.

مجتمع الدراسة : يشمل مجتمع الدراسة مجتمع الدراسة (Population) وتتكون الدراسة من مجموعة شركات دال من عدد (2000) عامل وموظف

عينة الدراسة : تشمل العينة (200) من العاملين في مجموعة شركات دال
أداة الدراسة : تتكون الاستبانة من محاور أساسية وهي أبعاد رأس المال الفكري ويحتوي علي (3) مكونات وأبعاد الميزة التنافسية عدد (6) سؤال وكل بعد يحتوي عدد من العبارات الأتي :

- 1- رأس المال البشري عدد الأسئلة (6).
- 2- رأس المال الزبائني عدد الأسئلة (7).
- 3- رأس المال الهيكلي عدد الأسئلة (6).
- 4- أبعاد الميزة التنافسية عدد الأسئلة (6).

صدق وثبات أداة الدراسة : تم استخدام معامل الفاكرونباخ لقياس صدق وثبات الاستبانة وتتراوح قيمة معامل الفاكرونباخ بين (0 - 1) وإذا كانت قيمة المعامل (أكبر من او يساوي 0.60) تكون جيدة للحكم علي أداة البحث (الاستبانة).

أساليب المعالجات الإحصائية :

1. عرض البيانات ويشمل الجدول التكراري والنسبة المئوية ويفيد الباحث لآراء المبحوثين في شكل تكرارات ونسب مئوية وكذلك العرض البياني للتأنيح حسب النسبة المئوية للشرح.
2. الوسط الحسابي لتوضيح نتائج إجابات المبحوثين حول مدى تركز البيانات حول وسطها.
3. الانحراف المعياري لقياس مدى تشتت الإجابات المبحوثين عن وسطها الحسابي.
4. الانحراف المعياري لقياس مدى تشتت الإجابات المبحوثين عن وسطها الحسابي.
5. معامل الارتباط اسبيرمان لقياس قوة و تحديد نوع العلاقة بين المتغيرات.

جدول رقم (1)

صدق وثبات أسئلة الاستبيان

الرقم	العبارة	معامل الفاكرونباخ	القرار
1	تحدد الشركة المهام للموظفين بشكل دقيق ومفصل	0.908	جيد
2	تسعى إدارة الشركة إلى تأهيل الموظفين	0.908	جيد
3	تقوم الإدارة بتحفيز الموظفين عند المبادرة بفكرة	0.907	جيد
4	تقوم إدارة الشركة بشكل منظم ومستمر علي تطوير مهارات الموظفين	0.907	جيد
5	توالي إدارة الشركة ثقة كبيرة لآراء العاملين بالشركة	0.907	جيد
6	تمتلك الشركة رأس مال بشري مؤهل	0.911	جيد
7	تعطي الشركة التحفيز للملائم للموظفين المبادرون	0.907	جيد
8	الأنظمة الإدارية المطبقة في الشركة تحتفظ بالخبرات	0.908	جيد
9	تنفق الشركة على تطوير الموظفين بها	0.908	جيد

10	تعتبر الشركة أن الموظفين لهم القدرة علي التعلم والتطوير المستمرة	0.911	جيد
11	توجد بالشركة عناصر بشرية مؤهلة لزيادة الإنتاجية	0.910	جيد
12	تعتمد الشركة على الخبرة العملية التي يمتلكها الأفراد	0.910	جيد
13	تمتلك الشركة ميزات معرفيه تميزها بين الشركات	0.911	جيد
14	تسعى الشركة إلى إرضاء عملائها	0.911	جيد
15	تتابع الشركة الثغرات المستمرة في رغبات العملاء	0.907	جيد
16	تهتم الشركة بمعرفة آراء عملائها	0.907	جيد
17	تمتلك الشركة تواصل فعال مع العملاء علي أنهم جزء من أصول الشركة	0.907	جيد

الرقم	العبرة	معامل الفاكرونباخ	القرار
18	تستجيب الشركة بسرعة لاحتياجات العملاء	0.908	جيد
19	تسعى الشركة الى اعتداد أنظمة وعمليات تدير العمل	0.910	جيد
20	تتبنى الشركة أساليب التطوير والابتكار	0.908	جيد
21	تهتم الشركة بالعلامات التجارية وحقوق النشر	0.910	جيد
22	توفر الشركة قنوات وقواعد متعددة للمعلومات والبيانات	0.909	جيد
23	تهتم الشركة بالأهداف والاستراتيجيات التجارية .	0.910	جيد
24	تهتم الشركة بخدمة العملاء	0.910	جيد
25	تقدم الشركة منتجات عالية الجودة في سوق المنافسة	0.912	جيد
26	تمتلك الشركة استراتيجيات تسويقية فعالة	0.911	جيد
27	تهتم الشركة بتقديم خدمات ممتازة للعملاء	0.910	جيد
28	تهتم الشركة بتقديم خدمات جديدة ومبتكرة	0.911	جيد
29	تستخدم الشركة التكنولوجيا الحديثة في انجاز عملياتها التشغيلية	0.910	جيد
30	تعتمد الشركة على تقديم منتجات وخدمات متنوعة	0.910	جيد
31	تهتم الشركة بالتفكير غير التقليدي	0.909	جيد
32	تهتم الشركة بالروية المستقبلية وتحديد الأهداف	0.908	جيد
33	تعمل الشركة على تحويل الأفكار الى مشاريع عملية	0.909	جيد

34	تمتلك الشركة رؤساء أقسام لهم القدرة علي توجيه الآخرين	0.910	جيد
35	تمتلك الشركة القدرة علي التكيف مع الثغرات	0.911	جيد
36	تمتلك موظفين لهم علي التواصل بشكل فعال	0.911	جيد
37	لدي الرؤساء القدرة علي تحديد الأهداف والخطط لتحقيقها	0.909	جيد
جميع أسئلة الدراسة	0.912	جيد	

يوضح الجدول رقم (1) نتائج معامل الفاكرونباخ لقياس درجة ثبات وصدق أسئلة الاستبيان وكانت قيمة معامل الفاكرونباخ تتراوح بين (0.907 - 0.912) لأسئلة الاستبيان وبمعامل قدرة (0.912) لجميع أسئلة البحث وعليه يمكن القول بأن قيمة معامل الفاكرونباخ جيدة للحكم علي أداة البحث الاستبيان أي قدرة الأداء لقياس المقصود من قياسه بمعني اخر استخدام الأداء (الاستبيان) في ظروف مماثلة فإننا سنحصل علي نفس النتائج والاستنتاجات .

جدول رقم (2)

اجابات افراد العينة لعبارات محور البيانات المتعلقة براس المال الفكري

العبرة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	المتوسط	الانحراف المعياري	الترتيب	اتجاه العبرة
تحدد الشركة المهام للموظفين بشكل دقيق ومفصل	143	51	4	2	-	4.68	0.567	1	أوافق بشدة
النسبة المئوية	71.5 %	25.5 %	2.0 %	1.0 %	-				
تسعي إدارة الشركة الي تأهيل الموظفين	125	66	8	1	-	4.58	0.597	2	أوافق بشدة
النسبة المئوية	62.5 %	33.0 %	4.0 %	0.5 %	-				

العبارة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	المتوسط	الانحراف المعياري	الترتيب	اتجاه العبارة	
تقوم الإدارة بتحفيز الموظفين عند المبادرة بفكرة	التكرار	109	64	20	5	2	4.37	0.840	5	أوافق بشدة
	النسبة المئوية	54.5 %	32.0 %	10.0 %	2.5 %	1.0 %				
تقوم إدارة الشركة بشكل منظم ومستمر علي تطوير مهارات الموظفين	التكرار	111	73	14	2	-	4.47	0.672	3	أوافق بشدة
	النسبة المئوية	55.5 %	36.5 %	7.0 %	1.0 %	-				
توالي إدارة الشركة ثقة كبيرة لأراء العاملين بالشركة	التكرار	99	85	13	3	-	4.40	0.680	4	أوافق بشدة
	النسبة المئوية	49.5 %	42.5 %	6.5 %	1.5 %	-				

يوضح الجدول رقم (2) نتائج إجابات المبحوثين لمحور (البيانات المتعلقة برأس المال الفكري) وكانت العبارة (تحدد الشركة المهام للموظفين بشكل دقيق ومفصل) في الترتيب الأول بين عبارات المحور بمتوسط قدره (4.58) وانحراف معياري قدره (0.567) وكانت نسبة الخيارين (أوافق بشدة) و (أوافق) (71.5 %) و(25.5 %) علي الترتيب وعليه نستطيع أن نقول اتجاه العبارة هو (أوافق بشدة) وتليها للعبارة (تسعي إدارة الشركة الي تأهيل الموظفين) في الترتيب الثاني من بين عبارات المحور بمتوسط قدره (4.58) وإنحراف معياري (0.597) وكانت نسبة الإجابة (أوافق بشدة) (62.5 %) والإجابة (أوافق) بنسبة (33.0 %) حسب اجابات المبحوثين وبالتالي اتجاه العبارة نحو (أوافق بشدة) ، اما للعبارة (تقوم إدارة الشركة بشكل منظم ومستمر علي تطوير مهارات الموظفين) تأتي في المركز الثالث وبمتوسط قدره (4.47) وانحراف معياري (0.672) .

جدول رقم (3)

عبارات اجابات افراد العينة لدراسة محور راس المال البشري

العبرة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	المتوسط	الانحراف المعياري	الترتيب	اتجاه العبرة	
تمتلك الشركة رأس مال بشري مؤهل	التكرار	146	52	2	-	-	4.72	0.472	1	أوافق بشدة
	النسبة المئوية	% 73.0	% 26.0	% 1.0	-	-				
تعطي الشركة التحفيز الملائم للموظفين المبادرون	التكرار	101	78	16	5	-	4.38	0.740	6	أوافق بشدة
	النسبة المئوية	% 50.5	% 39.0	% 8.0	% 2.5	-				
الأنظمة الإدارية المطبقة في الشركة تحتفظ بالخبرات	التكرار	113	77	8	2	-	4.51	0.626	4	أوافق بشدة
	النسبة المئوية	% 56.5	% 38.5	% 4.0	% 1.0	-				
تنفق الشركة علي تطوير الموظفين بها	التكرار	109	75	14	2	-	4.46	0.671	5	أوافق بشدة
	النسبة المئوية	% 54.5	% 37.5	% 7.0	% 1.0	-				
تعتبر الشركة أن الموظفين لهم القدرة علي التعلم والتطوير المستمرة	التكرار	135	55	9	1	-	4.62	0.598	3	أوافق بشدة
	النسبة المئوية	% 67.5	% 27.5	% 4.5	% 0.5	-				
توجد بالشركة عناصر بشرية مؤهلة لزيادة الانتاجية	التكرار	136	59	-	-	-	4.66	0.527	2	أوافق بشدة
	النسبة المئوية	% 68.0	% 29.5	% 2.5	-	-				

يوضح الجدول رقم (3) نتائج إجابات المبحوثين لمحور (رأس المال البشري) وكانت العبارة (تمتلك الشركة رأس مال بشري مؤهل) في الترتيب الأول بين عبارات المحور بمتوسط قدره (4.72) وانحراف معياري قدره (0.472) وكانت نسبة الخيارين (أوافق بشدة) و (أوافق) (73.0 %) و (26.0 %) علي الترتيب وعليه نستطيع أن نقول اتجاه العبارة هو (أوافق بشدة) وتليها للعبارة (توجد بالشركة عناصر بشرية مؤهلة لزيادة الانتاجية) في الترتيب الثاني من بين عبارات المحور بمتوسط قدره (4.66) وانحراف معياري (0.527) وكانت نسبة الإجابة (أوافق بشدة) (68.0 %) والإجابة (أوافق) بنسبة (29.5 %) حسب اجابات المبحوثين وبالتالي اتجاه العبارة نحو (أوافق بشدة) ، اما للعبارة (تعتبر الشركة أن الموظفين لهم القدرة علي التعلم والتطوير المستمرة) تاتي في المركز الثالث وبمتوسط قدره (4.62) وانحراف معياري (0.598) وكانت نسبة الإجابتين (أوافق بشدة) و (أوافق) كانت (67.5 %) و (27.5 %) علي الترتيب اتجاه العبارة (أوافق بشدة) ، اما العبارة (تعطي الشركة التحفيز الملائم للموظفين المبادرون) كانت في المركز الأخير بمتوسط (4.38) وانحراف معياري (0.740) وكان اتجاهها نحو (أوافق بشدة) .

جدول رقم (4)

عبارات اجابات افراد العينة لدراسة محور راس المال الزبائني

العبارة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	غير موافق بشدة	غير موافق	المتوسط	الانحراف المعياري	الترتيب	اتجاه العبارة
تعتمد الشركة علي الخبرة العملية التي يمتلكها الأفراد	107	86	3	1	-	4.50	0.585	4	أوافق بشدة
النسبة المئوية	53.5 %	43.0 %	3.0 %	0.5 %	-				
تمتلك الشركة ميزات معرفيه تميزها بين الشركات	136	63	1	-	-	4.68	0.480	1	أوافق بشدة
النسبة المئوية	68.0 %	31.1 %	0.5 %	-	-				
تسعي الشركة الي ارضاء عملاؤها	130	66	2.0 %	-	-	4.63	0.524	2	أوافق بشدة
النسبة المئوية	65.0 %	33.0 %	2.0 %	-	-				

العبارة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	المتوسط	الانحراف المعياري	الترتيب	اتجاه العبارة	
تتابع الشركة الاستثمارات في رغبات العملاء	التكرار	125	64	7	4	-	4.55	0.663	3	أوافق بشدة
	النسبة المئوية	62.5 %	32.0 %	3.5 %	2.0 %	-				
تهتم الشركة بمعرفة آراء عملائها	التكرار	115	72	11	2	-	4.50	0.650	4	أوافق بشدة
	النسبة المئوية	57.5 %	36.0 %	5.5 %	1.0 %	-				
تمتلك الشركة تواصل فعال مع العملاء علي أنهم جزء من اصول الشركة	التكرار	116	70	9	5	-	4.49	0.702	7	أوافق بشدة
	النسبة المئوية	58.0 %	35.0 %	4.5 %	2.5 %	-				
تستجيب الشركة بسرعة لاحتياجات العملاء	التكرار	110	77	11	2	-	4.49	0.649	7	أوافق بشدة
	النسبة المئوية	55.0 %	38.5 %	5.5 %	1.0 %	-				

يوضح الجدول رقم (4) نتائج إجابات المبحوثين لمحور (راس المال الزبائني) وكان العبارة (تمتلك الشركة ميزات معرفيه تميزها بين الشركات) في الترتيب الأول بين عبارات المحور بمتوسط قدره (4.68) وانحراف معياري قدره (0.480) وكانت نسبة الخيارين (أوافق بشدة) و (أوافق) (68.0 %) و (31.1 %) علي الترتيب وعليه نستطيع أن نقول اتجاه العبارة هو (أوافق بشدة) وتليها للعبارة (تسعي الشركة الي ارضاء عملائها) في الترتيب الثاني من بين عبارات المحور بمتوسط قدره (4.63) وإنحراف معياري (0.524) وكانت نسبة الإجابة (أوافق بشدة) (62.5 %) والإجابة (أوافق) بنسبة (32.0 %) حسب اجابات المبحوثين وبالتالي اتجاه العبارة نحو (أوافق بشدة) ، اما للعبارة (تتابع الشركة الثغرات المستمرة في رغبات العملاء) تاتي في المركز الثالث وبمتوسط قدره (4.55) وانحراف معياري (0.663) وكانت نسبة الإجابتين (أوافق بشدة) و (أوافق) كانت (62.5 %) و (32.0 %) علي الترتيب اتجاه العبارة (أوافق بشدة) ، اما العبارتين (تمتلك الشركة تواصل فعال مع العملاء علي أنهم جزء من اصول الشركة ، تستجيب الشركة بسرعة لاحتياجات العملاء) كانتا في المركز الأخير بمتوسط (4.49) و اتجاههما نحو (أوافق بشدة) .

جدول رقم (5)

عبارات اجابات افراد العينة لدراسة محور راس المال الهيكلي

العبارة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	المتوسط	الانحراف المعياري	الترتيب	اتجاه العبارة
تسعى الشركة الي اعتداد أنظمة وعمليات تدير العمل	152	45	3	-	-	-	4.75	0.470	1
النسبة المئوية	76.0 %	22.5 %	1.5 %	-	-	-			
تتبنى الشركة أساليب التطوير والابتكار	135	59	6	-	-	-	4.65	0.539	3
النسبة المئوية	67.5 %	29.5 %	3.0 %	-	-	-			
تهتم الشركة بالعلامات التجارية وحقوق النشر	146	50	4	-	-	-	4.71	0.497	2
النسبة المئوية	73.0 %	25.0 %	2.0 %	-	-	-			
توفر الشركة قنوات وقواعد متعددة للمعلومات والبيانات	120	71	9	-	-	-	4.56	0.582	6
النسبة المئوية	60.0 %	35.5 %	4.5 %	-	-	-			
تهتم الشركة بالأهداف والاستراتيجيات التجارية .	125	72	3	-	-	-	4.61	0.519	4
النسبة المئوية	62.5 %	36.0 %	1.5 %	-	-	-			
تهتم الشركة بخدمة العملاء	125	68	7	-	-	-	4.59	0.560	5

يوضح الجدول رقم (5) نتائج إجابات المبحوثين لمحور (رأس المال الهيكلي) وكانت العبارة (تسعى الشركة الي اعتداد أنظمة وعمليات تدير العمل) في الترتيب الأول بين عبارات المحور بمتوسط قدره (4.75) وانحراف معياري قدره (0.470) وكانت نسبة الخيارين (أوافق بشدة) و (أوافق) (76.0 %) و (22.5 %) علي الترتيب وعليه نستطيع أن نقول اتجاه العبارة هو (أوافق بشدة) وتليها للعبارة (تهتم الشركة بالعلامات التجارية وحقوق النشر) في الترتيب الثاني من بين عبارات المحور بمتوسط قدره (4.71) وإنحراف معياري (0.497) وكانت نسبة الإجابة (أوافق بشدة) (73.0 %) والإجابة (أوافق) بنسبة (25.0 %) حسب اجابات المبحوثين وبالتالي اتجاه العبارة نحو (أوافق بشدة) ، اما للعبارة (تتبنى الشركة أساليب التطوير والابتكار) تاتي في المركز الثالث وبمتوسط قدره (4.65) وانحراف معياري (0.539) وكانت نسبة الإجابتين (أوافق بشدة) و (أوافق) كانت (67.5 %) و (29.5 %) علي الترتيب اتجاه العبارة (أوافق بشدة) ، اما العبارة (توفر الشركة قنوات وقواعد متعددة للمعلومات والبيانات) كانتا في المركز الأخير بمتوسط (4.56) واتجاههما نحو (أوافق بشدة) .

جدول رقم (6)
اجابات أفراد عينة الدراسة لعبارات محور ابعاد الميزة التنافسية

العبارة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	المتوسط	الانحراف المعياري	الترتيب	اتجاه العبارة
تقدم الشركة منتجات عالية الجودة في سوق المنافسة	154	45	1	-	-	4.77	0.437	1	أوافق بشدة
النسبة المئوية	77.0 %	22.0 %	0.5 %	-	-				
تمتلك الشركة استراتيجيات تسويقية فعالة	138	56	4	2	-	4.65	0.574	5	أوافق بشدة
النسبة المئوية	69.0 %	28.0 %	2.0 %	1.0 %	-				
تهتم الشركة بتقديم خدمات ممتازة للعملاء	146	51	3	-	-	4.72	0.485	2	أوافق بشدة
النسبة المئوية	73.0 %	25.5 %	1.5 %	-	-				
تهتم الشركة بتقديم خدمات جديدة ومبتكرة	146	43	11	-	-	4.68	0.575	3	أوافق بشدة
النسبة المئوية	73.0 %	21.5 %	5.5 %	-	-				
تستخدم الشركة التكنولوجيا الحديثة في انجاز عملياتها التشغيلية	134	54	10	2	-	4.60	0.634	6	أوافق بشدة
النسبة المئوية	67.0 %	27.0 %	5.0 %	1.0 %	-				
تعتمد الشركة علي تقديم منتجات وخدمات متنوعة	136	63	1	-	-	4.68	0.480	4	أوافق بشدة
النسبة المئوية	68.0 %	31.5 %	0.5 %	-	-				

يوضح الجدول رقم (6) نتائج إجابات المبحوثين لمحور (ابعاد الميزة التنافسية) وكانت العبارة (تقدم الشركة منتجات عالية الجودة في سوق المنافسة) في الترتيب الأول بين عبارات المحور بمتوسط قدره (4.77) وانحراف معياري قدره (0.437) وكانت نسبة الخيارين (أوافق بشدة) و (أوافق) (77.0 %) و (22.0 %) علي الترتيب وعليه نستطيع أن نقول اتجاه العبارة هو (أوافق بشدة) وتليها للعبارة (تهتم الشركة بتقديم خدمات ممتازة للعملاء) في الترتيب الثاني من بين عبارات المحور بمتوسط قدره (4.72) وانحراف معياري (0.485) وكانت نسبة الإجابة (أوافق بشدة) (73.0 %) والإجابة (أوافق) بنسبة (25.5 %) حسب اجابات المبحوثين وبالتالي اتجاه العبارة نحو (أوافق بشدة) ، اما للعبارة (تهتم الشركة بتقديم خدمات جديدة ومبتكرة) تاتي في المركز الثالث وبمتوسط قدره (4.68) وانحراف معياري

(0.575) وكانت نسبة الإجابتين (أوافق بشدة) و (أوافق) كانت (73 %) و (25.5 %) علي الترتيب اتجاه العبارة (أوافق بشدة) ، اما العبارة (تستخدم الشركة التكنولوجيا الحديثة في انجاز عملياتها التشغيلية) كانتا في المركز الأخير بمتوسط (4.60) واتجاههما نحو (أوافق بشد
جدول رقم (7)

اختبار صحة الفروض

6. اختبار الفرضيات من خلال الجدول :

(توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين رأس المال الفكري والميزة التنافسية)

المتغيرات الكامنه	رأس المال الفكري	رأس المال البشري	رأس المال الزبائني	رأس المال الهيكل	ابعاد الميزة التنافسية
رأس المال الفكري	1	0.77	0.50	0.51	0.24
رأس المال البشري	0.77	1	0.53	0.54	0.24
راس المال الزبائني	0.50	0.53	1	0.65	0.36
رأس المال الهيكل	0.51	0.54	0.65	1	0.36
ابعاد الميزة التنافسية	0.24	0.24	0.36	0.36	1

وتتوزع عنها الفرضيات التالية :

- 1- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين رأس المال البشري وتحقيق الميزة التنافسية
 - 2- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين رأس المال الهيكل وتحقيق الميزة التنافسية
 - 3- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين رأس المال الزبوني وتحقيق الميزة التنافسية
- يوضح جدول الارتباطات بين المتغيرات الكامنة وهنالك ارتباط طري بين المتغيرات وتراوح قيمة معامل

الارتباط بين (0.77) وهو قوي جدا و(0.24) ضعيف جداً علي النحو التالي :

أ - قيمة معامل الارتباط (رأس المال الفكري) مع (رأس المال البشري) كانت (0.77) ودرجة الارتباط (قوي جداً) .

ب - قيمة معامل الارتباط بين (رأس المال الزبائني) مع (رأس المال الهيكل) (0.65) ودرجة الارتباط (قوي) .

قيمة معامل الارتباط لكل من (رأس المال الزبائني ، رأس المال الهيكل) مع (ابعاد الميزة التنافسية) وكانت قيمة المعامل (0.36) لكل منهما ودرجة الارتباط ضعيف
قيمة معامل الارتباط لكل من (رأس المال الفكري، رأس المال البشري) مع (ابعاد الميزة التنافسية) وكانت قيمة المعامل (0.24) لكل منهما ودرجة الارتباط ضعيف

النتائج:

1. من خلال التحليل نجد أن مجموعة شركات دال تحدد المهام بشكل دقيق ومفصل للموظفين.
2. كذلك اتضح أن مجموعة شركات دال تمتلك رأسمال بشرياً مؤهلاً ساعدها في سوق العمل.
3. من خلال التحليل اتضح أن مجموعة شركات دال تمتلك ميزات معرفية كبيرة.
4. نجد من خلال التحليل أن الشركة تهتم بالعلامات التجارية وحقوق النشر.
5. كذلك من خلال التحليل اتضح أن شركة دال تقدم منتجات عالية الجودة في سوق المنافسة.

التوصيات:

- 1/ أن تولي الإدارات العليا ثقة كبيرة لآراء العاملين بالشركة.
- 2/ وأن تهتم الشركة برغبات العملاء وتطلعاتهم.
- 3/ على الشركة أن تقوم بتقديم خدمات ومنتجات جديدة ومبتكرة.
- 4/ يجب على الشركة تحفيز الأفكار الخلاقة والمبدعة من قبل العاملين.
- 5/ على الإدارة العليا الاهتمام برغد الشركة بأصحاب المؤهلات من الدراسات العليا.

المراجع :

المراجع العربية :

- (1) عمر أحمد همشري، (إدارة المعرفة الطريق إلى التميز والريادة) - دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص 240 .
- (2) سعد علي العنزي، أحمد علي صالح، (إدارة رأس المال الفكري في منظمات الأعمال) دار اليازوري للنشر والتوزيع، الأردن، 2009، ص 65 .
- (3) عادل حرحوش المفرجي، أحمد علي صالح، (رأس المال الفكري طرق وأساليب المحافظة عليه) المنظمة العربية للتنمية، مصر، ص 23 .
- (4) نجم عبود نجم، (إدارة اللاملموسات) - (إدارة ما لا يقاس) ص 222-226 - 2019
- (5) توماس ستيوارت، (ثورة المعرفة رأس المال الفكري)، الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، 2004، ص 127 .
- (6) بلفة إبراهيم، (دور تسيير رأس المال الفكري في تعزيز تنافسية المنظمة)، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير — جامعة الشلف، الجزائر، ديسمبر 2011، ص 60
- (7) ردينة عثمان يوسف، (بحوث التسويق) دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، ص 120
- (8) نبيل محمد المرسي، (الإدارة الاستراتيجية تكوين وتنفيذ استراتيجيات التنافس) دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2005، ص 234 .
- (9) أكرم أحمد الطويل، وعد إبراهيم إسماعيل، (العلاقة بين أنواع الإبداع التقني وأبعاد الميزة التنافسية)، الموصل، 2008م، ص 13 .
- (10) مرسي نبيل خليل (الميزة التنافسية في مجال الأعمال)، الإسكندرية للكتاب، 1998م، ص 90، 100 .

المراجع الاجنبية :

- (1) Stewart, T. homes, A. (1997) intellectual capital: the new
- (2) Of organization, Doubleday, New York.
- (3) Edvin son, L, &, Malone, T. Intellectual capital realizing your company Revalue Finding its hidden roots first Ed, Harper Collins publisher Ine, New York, U. S. A, 1997
- (4) Danila, H, &, Noord huis, H, Management of intellectual capital by optimal portfolio Selection, 4 the ed international conference on practice Aspects of know led gment, veinna, 2002 p33.
- (5) Habit sahhaf dictionary of human resource management library du liban puplishers 2003 p: 76.

- (6) Glass Neil, Management: ID defis, les edition derganisthons, paris, France ,2001, p9.
- (7) 6/ Kaner, James & Suhamsa, james. T otal Quality Management, organization & Strategy Third Edition.