

**دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة
التنافسية**

((دراسة ميدانية في عدد من الشركات المساهمة))

**م.م نهلة غالب عبد الرحمن
المعهد التقني / بصرة**

The role of intellectual capital in achieving competitive advantage

((A field study in a number of contribute companies))

Asst. Lecturer. Nahla Ghalib Abdul Rahman

Abstract

The research aims to emphasize the importance of intellectual capital in enhancing the competitive advantage in the Joint Stock (JSC) and to recognize the concept of competitive advantage, as well as to clarify the correlation between intellectual capital and competitive advantage for JSCs , and to achieve the goals of the research. The researcher has organized a questionnaire and then distributed to employees of JSC operating in the province of Basra, and the number of distributed questionnaires was (85).

(79) questionnaires were returned. Statistical tests were used such as means, standard deviations, and testing the statistical (t - test) to analyze the results and test hypotheses. The researcher concludes efforts by best set of conclusions and recommendations that can serve the Joint Stock companies, and the most important findings of the research is a statistically significant correlation between each of capital (human and structural and relational) and competitive advantage, and the most important recommendations of this research as the following:

- Joint Stock companies Should deal dealing with intellectual capital as the most important strategic resource , It gets the JSC , and must maintain it constantly because it is the active component in the success of the company, and to emphasize the importance of its role in the JSCs success and achieve competitive advantage, especially in light of the huge technological and information developments enormous.

- المجلد الحادي عشر
 - العدد الثالث والعشرون
 - كتنون 1 2019
 - استلام البحث: 2017/8/29
 - قبول النشر: 2017/11 /20
- دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية**
(دراسة ميدانية في عدد من الشركات المساهمة)

م.م نهلة غالب عبد الرحمن

المستخلص

يهدف البحث إلى تأكيد أهمية رأس المال الفكري في تعزيز الميزة التنافسية في الشركات المساهمة، فضلاً عن التعرف على مفهوم الميزة التنافسية، وإيضاح علاقة الارتباط بين رأس المال الفكري والميزة التنافسية للشركات المساهمة، ولتحقيق غايات البحث فقد قام الباحث بتنظيم استبانته ومن ثم توزيعها على موظفي الشركات المساهمة العاملة في محافظة البصرة، إذ بلغ عدد الاستبانات الموزعة (85) أستعيد منها (79) استبانته، وتم استخدام الاختبارات الإحصائية كالتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، والاختبار الإحصائي (t - test) لتحليل النتائج واختبار الفرضيات، وتختم الباحثة جهودها بمجموعة من لاستنتاجات والتوصيات التي يمكن أن تخدم بها الشركات المساهمة، ومن أهم النتائج التي توصل إليها البحث هو وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كل من رأس المال (البشري والهيكلية والعلاقاتية) والميزة التنافسية، ومن أهم توصيات هذا البحث ما يأتي :

– ينبغي من الشركات المساهمة التعامل مع رأس المال الفكري بأنه أهم مورد استراتيجي تحصل عليه الشركة المساهمة، ولا بد من المحافظة عليه باستمرار لأنه العنصر الفعال في نجاح الشركة، والتأكيد على أهمية دوره في نجاح الشركة المنافسة وتحقيق الميزة التنافسية، وخاصة في ظل ثورة التطورات التكنولوجية والمعلوماتية الهائلة .

المقدمة

تمتاز الشركات المساهمة بالتغير بصورة دائمة مما يضع هذه الشركات أمام تحدٍ دائم باتجاه التكيف مع المستجدات في هذه البيئة، وهذا الأمر لا يتم إلا إذا امتلكت هذه الشركات المساهمة الأطر البشرية المؤهلة وتوفير الثقافة التي تمتاز بالإبداع والابتكار، ويعد رأس المال الفكري من المفاهيم الحديثة السائدة في الفكر الإداري والمحاسبي حالياً، وينظر هذا المفهوم إلى الابتكار المستمد من العقل البشري على أنها أصول غير ملموسة الأمر الذي يؤدي إلى خلق الميزة التنافسية، وأصبح رأس المال الفكري بعناصره المختلفة من الأدوات الهادفة الواجب أخذها بنظر الاعتبار عند تحديد القيمة الاقتصادية للشركات المساهمة وقياس أصولها غير الملموسة وتقويم أدائها الاقتصادي، وإن القدرات والخبرات والمهارات لرأس المال البشري غير متساوية بين الأفراد العاملين، فهناك فئة معينة منهم تمتلك المكونات المذكورة بشكل يفوق الآخرين والتي تمكنهم من إنتاج أفكار جديدة تنعكس بالإيجاب على الشركة ومنتجاتها وحصتها السوقية، وهؤلاء يمثلون رأس المال الفكري، والذين تنعكس إمكاناتهم وقدراتهم في كم ونوع مناسب من حالات الإبداع المختلفة في الشركات المساهمة، وسعت الشركات المساهمة إلى تعزيز أصولها المادية بأصول أكثر قيمة تضمن لها التفوق وتحقيق الميزة التنافسية، لذلك نجد أن الشركات المساهمة اليوم تمتلك قيمة سوقية تتجاوز أضعاف مرات قيمتها الدفترية، ومن هنا على الشركات المساهمة المعاصرة أن تعمل وبشكل مستمر للاحتفاظ بالموارد البشرية التي تمتلك القدرات والخبرات والمهارات والتي تمثل مصدر الابتكار للنتائج الفكرية والمنتجات .

الفصل الأول:- منهجية البحث والدراسات السابقة :

المبحث الأول: - منهجية البحث:

أولاً - مشكلة البحث :

يعد رأس المال الفكري الثروة العلمية الكامنة في الشركات المساهمة والقادرة على إحداث تغييرات جوهرية في عمل ومسار أي شركة مساهمة عند الاهتمام بتنميتها وتطويره واستغلال الخبرات والمهارات والمعارف وبرامج وهياكل تنظيمية وعلاقات داخلية وتحالفات إستراتيجية تسهم في تحقيق الميزة التنافسية، لذا أصبح من الضروري على الشركات المساهمة في العراق بصورة عامة وفي محافظة البصرة بصورة خاصة من بناء رأس المال الفكري بشكل يكون قادر على تلبية متطلبات

استراتيجياتها التنافسية وتحقيق الميزة التنافسية لها من خلال توفير متطلبات مكونات رأس المال الفكري، مما حدا بالباحثة إلي صياغة مشكلة البحث في التساؤلات التالية :

- 1 – هل يسهم رأس المال البشري في تحقيق الميزة التنافسية في الشركات المساهمة .
- 2 – هل يسهم رأس المال الهيكلي في تحقيق الميزة التنافسية في الشركات المساهمة .
- 3 – هل يسهم رأس المال العلاقتي في تحقيق الميزة التنافسية في الشركات المساهمة.

ثانياً - أهمية البحث :

تتبع أهمية هذه الدراسة من خلال أهمية الدور الذي يضطلع به رأس المال الفكري في الشركات المساهمة، ومساهمته في خلق وتعظيم قيمة الشركة فضلاً عن المساهمة في تحقيق وتعزيز الميزة التنافسية للشركات المساهمة .

ثالثاً - أهداف البحث :

تتمثل أهداف البحث بالاتي :

- 1 – دراسة وتحليل أهم عناصر رأس المال الفكري .
- 2 – تأكيد أهمية رأس المال الفكري في تعزيز الميزة التنافسية في الشركات المساهمة
- 3 – التعرف على مفهوم الميزة التنافسية، وإيضاح علاقة الارتباط بين رأس المال الفكري والميزة التنافسية للشركة المساهمة .
- 4 – وضع الاقتراحات اللازمة لتعزيز أهمية رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية في الشركات المساهمة .

رابعاً - فرضيات البحث :

تتمثل فرضيات البحث بما يلي :

- 1 – لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين رأس المال البشري والميزة التنافسية .
- 2 – لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين رأس المال الهيكلي والميزة التنافسية .
- 3 – لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين رأس المال العلاقتي والميزة التنافسية .

خامساً - حدود البحث :

تمثلت حدود البحث بما يلي :

- أ – الحدود المكانية : اقتصر هذا البحث على الشركات المساهمة العاملة في محافظة البصرة .
- ب – الحدود البشرية : اختارت الباحثة الموظفين العاملين في الشركات المساهمة العاملة في محافظة البصرة .
- ج – الحدود الزمانية: تم إجراء هذا البحث خلال المدة ما بين شهر تشرين الثاني 2016 وشهر حزيران 2017 .

سادسا - أسلوب البحث :

اعتمدت الباحثة استمارة الاستبانة كأسلوب للبحث والتي تعد من الوسائل الرئيسية لجمع البيانات الضرورية اللازمة لتحقيق أهداف البحث واختبار الفرضيات إحصائياً، تم إعداد قائمة الاستبانة من قبل الباحثة اعتماداً على الجانب النظري الذي تم طرحه في البحث. وقد اشتملت الاستبانة على (24) سؤالاً، تمثلت الفرضية الأولى بالسئلة من 1 - 8، والفرضية الثانية تمثلت بالسئلة من 9 - 16، إما الفرضية الثالثة فتمثلت بالسئلة من 17 - 24، وتم تحديد قوة الإجابة من خلال استخدام مقياس ليكرت الخماسي لبيان آراء كل فرد من أفراد العينة، وخصص لكل حالة من الحالات وزناً يتفق مع أهميتها، إذ خصص للإجابة عن موافق بشدة (5) نقاط و موافق (4) نقاط ومحايد (3) نقاط و لا أوافق (2) و لا أوافق بشدة (1)، ولقياس درجة أهمية الصعوبة عد المتغير الذي يحصل على متوسط حسابي قدره (3,5) ذا أهمية عالية، والمتغير الذي يحصل على متوسط حسابي ينحصر ما بين (2,5) و (3,5) متوسط الأهمية، والمتغير الذي يقل وسطه الحسابي عن (2,5) يعد ضعيف الأهمية .

سادسا - الأساليب الإحصائية المستخدمة في البحث :

- 1- الوسط الحسابي: لتحديد مستوى استجابة أفراد العينة لمتغيرات البحث عن كل سؤال في استمارة الاستبانة .
 - 2- الانحراف المعياري : لقياس درجة تناثر الإجابات عن وسطها الحسابي .
 - 3- اختبار (z) - Z - test
- يتم استخدام هذا الاختبار الإحصائي SPSS في تحديد معنوية المتوسطات الحسابية والفروق بينها وذلك بهدف اختبار مدى صحة أو خطأ فرضية البحث وبدرجة حرية (n) وبمستوى معنوية (0.05) .

المبحث الثاني - الدراسات السابقة :

تمثلت الدراسات السابقة بالدراسات العربية والأجنبية وكما يأتي :

1 - دراسة ((الحمداني & عبد الله، 2010)) الموسومة :

بـ ((رأس المال الفكري وأثره في إدارة أداء العاملين))

تم إجراء هذه الدراسة في العراق، وتهدف إلى اختبار علاقة الارتباط والأثر بين رأس المال الفكري وإدارة أداء العاملين في الجامعات، فضلاً عن تحديد أكثر مكونات رأس المال الفكري علاقة وتأثيراً بمكونات إدارة أداء العاملين، واستند الباحثان إلى فرضيتين أساسيتين هما :

- الفرضية الأولى : توجد علاقة ارتباط إحصائية موجبة ذات دلالة معنوية بين كل متغيرات رأس المال الفكري وإدارة أداء العاملين .
- الفرضية الثانية : توجد علاقة ذات تأثير معنوي لمتغيرات رأس المال الفكري في إدارة أداء العاملين .

واعتمدت الدراسة على استمارة الاستبانة بوصفها أداة رئيسة في جمع البيانات، إذ تم توزيع (61) استمارة على مجموعة من رؤساء الأقسام العلمية في الجامعات، وتم إعادة (59) استمارة منها، وتم الاعتماد على البرنامج الإحصائية SPSS في تحديد المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والفروق بينها، بهدف الوصول إلى نتائج العلاقات بين المتغيرات، وتوصلت الدراسة إلى عدة استنتاجات كان أهمها ما يأتي :
أ - وجود علاقة ارتباط إحصائية موجبة ذات دلالة معنوية بين كل متغيرات رأس المال الفكري وإدارة أداء العاملين وكانت هذه العلاقة متباينة، إذ كانت أقوى العلاقات بين رأس المال الهيكلي وإدارة أداء العاملين وأقل العلاقات مع رأس المال البشري .
ب - وجود تأثير معنوي لمتغيرات رأس المال الفكري في إدارة أداء العاملين، إذ كانت هناك علاقة عكسية غير معنوية بين رأس المال البشري وإدارة أداء العاملين، وعلاقة طردية معنوية بين رأس المال الهيكلي وإدارة أداء العاملين، وعلاقة طردية غير معنوية بين رأس المال الزبائني وإدارة أداء العاملين .

ومن أهم توصيات هذه الدراسة ما يأتي :

أ - ضرورة اهتمام المنظمات المبحوثة برأس المال الفكري الذي تملكه والعمل على المحافظة عليه واستثماره باتجاه تحقيق أهدافها، فضلاً عن الاهتمام ببراءات الاختراع وحقوق النشر التي يمتلكها عدد لا بأس به من الأفراد في الجامعات .
ب - ينبغي مساعدة التدريسيين في التغلب على نقاط الضعف في أدائهم وتعزيز نقاط القوة من خلال حث الجامعات على تطوير قدرات التدريسيين وتحسين أدائهم من خلال مشاركتهم في المؤتمرات والندوات العلمية وبرامج تدريبية كفوءة ومتميزة .

2 - دراسة ((الروسان والعجلوني، 2010)) الموسومة :

— ((أثر رأس المال الفكري في الإبداع في المصارف الأردنية))

تم إجراء هذه الدراسة في الأردن، وتهدف إلى تقصي توافر رأس المال الفكري في المصارف الأردنية ومعرفة درجة استقطابه وصناعته وتنشيطه والمحافظة عليه والاهتمام بالزبائن، فضلاً عن علاقة ذلك بتنمية القدرات الإبداعية في المصارف . واستندت هذه الدراسة الى فرضية واحدة مفادها (يؤثر رأس المال الفكري (الاستقطاب، الصناعة، التنشيط، المحافظة، الاهتمام بالزبائن) تأثيراً معنوياً في تنمية القدرة الإبداعية لدى الأفراد في المصارف الأردنية) . واعتمد الباحثان في دراستهم

على استمارة الاستبانة، إذ تم قام بتوزيع 60 اسبانه واسترجعت 50 استبانة أي ما نسبته (83,3%) وتعد هذه النسبة مقبولة وصالحة للدراسة، وتم الاعتماد على البرنامج الإحصائية SPSS في تحديد المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والفروق بينها بهدف الوصول إلى نتائج العلاقات بين المتغيرات، ومن أهم ما توصلت إليه هذه الدراسة ما يأتي :

أ – يعد رأس المال الفكري أساسا في تكوين القيمة المضافة للشركة .
ب – يعد رأس المال الفكري أساس الاختلاف بين القيمة الدفترية للمنظمة وقيمتها في السوق .

ج – إن أبعاد رأس المال الفكري (الصناعة، التنشيط والمحافظة) تميزت بإيجابية أثرها في تنمية القدرات الإبداعية لدى الأفراد العاملين في المصارف الأردنية، في حين غابت هذه العلاقة الإيجابية بين بعدي (الاستقطاب والزبائن) وأثرها في تنمية القدرات الإبداعية .

ومن أهم توصيات هذه الدراسة ما يأتي :

أ – ينبغي عدم التفریط برأس المال الفكري، لأنه يمثل ثروة كبيرة لها تسهم في زيادة قيمتها السوقية .

ب – تنشيط عملية استقطاب وصناعة رأس المال الفكري وإدامته .

ج – تشجيع العاملين في المصارف على تنمية قدراتهم ومهاراتهم الشخصية، وإفساح المجال أمامهم للابتكار والإبداع .

3 – دراسة ((الشمري، 2013)) الموسومة :

ب – ((اثر رأس المال الفكري في أداء قطاع الاتصالات في ظل بيئة الأعمال الخارجية))

تم إجراء هذه الدراسة على عينة من شركات الاتصال في دولة الكويت، وهدفت إلى تقصي أثر رأس المال الفكري في أداء قطاع الاتصالات في ظل بيئة الأعمال الخارجية مع الأخذ بنظر الاعتبار اثر العوامل البيئية الخارجية، واستندت هذه الدراسة إلى فرضيتين رئيسيتين هما :

الفرضية الأولى : لا يوجد اثر لرأس المال الفكري في أداء شركات الاتصالات في دولة الكويت .

الفرضية الثانية : لا يوجد اثر لرأس المال الفكري في أداء شركات الاتصالات في دولة الكويت في ظل بيئة الأعمال الخارجية .

واعتمد الباحث في الجانب التطبيقي على استمارة الاستبانة مستخدماً التحليل الإحصائي نظام (SPSS) وتم تحليل الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية

وقياس قيمة T المحسوبة ومقارنتها مع T الجدولية، بهدف الوصول إلى نتائج العلاقات بين المتغيرات، ومن أهم نتائج هذه الدراسة ما يلي :

أ – يؤثر رأس المال العلاقتي في أداء شركات الاتصالات العاملة في دولة الكويت وبشكل مرتفع .

ب – تستفيد شركات الاتصالات العاملة في دولة الكويت من التكنولوجيا الجديدة في تطوير عملياتها وتحسين مستوى الجودة وتطلعها إلى المنافسات المستقبلية وتحسين أدائها بشكل يضمن لها الاستقرار والمنافسة في تسويق خدماتها .

ج – لا توجد علاقة معنوية بين رأس المال الهيكلي وأداء الأعمال في شركات الاتصالات العاملة في دولة الكويت .

أما أهم توصيات هذه الدراسة هي :

أ – ينبغي اهتمام شركات الاتصالات العاملة في دولة الكويت بأصول رأس المال الفكري والمحافظة عليها لما لها من أهمية وفائدة بشكل يساعد في رفع كفاءة شركات الاتصالات وتنافسها العالي .

ب – لابد من الاهتمام بجوانب البحث والتطوير وتوليد الأفكار وتشجيع الإبداع وبراءات الاختراع للعاملين في شركات الاتصالات العاملة في دولة الكويت .

4 – دراسة ((مليجي، 2013)) الموسومة :

بـ ((أثر خصائص لجان المراجعة على مستوى الإفصاح المحاسبي عن رأس المال الفكري))

تم إجراء هذه الدراسة في جمهورية مصر العربية، وهدفت إلى إيضاح أثر المحددات المرتبطة بخصائص الشركة على مستوى الإفصاح المحاسبي عن رأس المال الفكري، فضلاً عن إيضاح أثر المحددات المرتبطة بحوكمة الشركات على مستوى الإفصاح المحاسبي عن رأس المال الفكري، وكذلك تحليل انعكاسات الإفصاح المحاسبي عن رأس المال الفكري على الأداء المالي للشركات المصرية المسجلة، واقتصرت هذه الدراسة التطبيقية على الشركات المصرية المسجلة في سوق المال المصري خلال المدة من عام ٢٠١١م حتى عام ٢٠١٣م، واعتمد الباحث في دراسته على البرنامج الإحصائية SPSS في تحديد المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والفروق بينها بهدف الوصول إلى نتائج العلاقات بين المتغيرات، وتوصلت هذه الدراسة إلى عدة استنتاجات كان أهمها ما يأتي :

أ - انخفاض مستوى الإفصاح المحاسبي عن رأس المال الفكري في الشركات المصرية المسجلة خلال فترة الدراسة، إذ بلغ متوسط كمية الإفصاح (83.44%)، كما بلغ متوسط جودته (12.35%) في سنة 2013 .

ب - لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين ازدواجية المدير التنفيذي الأول ومستوي الإفصاح المحاسبي عن رأس المال الفكري .
ج - هناك علاقة ارتباط ايجابية وذات دلالة معنوية بين مستوي الإفصاح المحاسبي عن رأس المال الفكري والأداء المالي للشركات المسجلة .
أما أهم توصيات هذه الدراسة فتمثلت بالاتي :

أ - ينبغي زيادة وعي الشركات بأهمية الإفصاح عن عناصر رأس المال الفكري من خلال قيام الجهات والمنظمات المعنية بإصدار المعايير الإرشادية وتنظيم الدورات التدريبية التي توضح دورها في تحقيق المزايا التنافسية للشركات خاصة في ظل اقتصاديات المعرفة .

ب - ينبغي مطالبة الجهات والمنظمات المهنية المسؤولة عن إصدار معايير المحاسبة بإصدار معيار محاسبي ينظم المعالجة المحاسبية لرأس المال الفكري، ليكون بمثابة مرشد للشركات في القياس والإفصاح عن عناصره في القوائم المالية .

5 - دراسة ((Nouri ، 2007)) الموسومة :

ب- ((أثر رأس المال الفكري على أداء الشركات))

هدفت هذه الدراسة إلى بيان اثر رأس المال الفكري بوصفه قوة تنافسية مؤثرة في أداء الشركات، وتمثلت عينة الدراسة بعدد من الشركات العاملة في الشرق الأوسط، وأوضحت الدراسة هناك خمسة عوامل تربط أداء الشركات بأداء المعرفة، وهذه العوامل هي (معرفة العنصر البشري ونموه، معلومات السوق، التحالفات الاستراتيجية، انسياب المعرفة لاتحاد القرار، والمعلوماتية)، وفي هذه الدراسة تم الاعتماد على البرنامج الإحصائية SPSS في تحديد المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والفروق بينها بهدف الوصول إلى نتائج العلاقات بين المتغيرات، ومن أهم النتائج التي توصل إليها الباحث ما يأتي :

1 - جميع العوامل التي تربط الشركات بأداء المعرفة مناسبة.
2 - تعد معرفة العنصر البشري ونموه من التحالفات الإستراتيجية وانسياب المعرفة لاتخاذ القرار أهم شروط نجاح الأداء المنظمي .
ومن أهم توصيات الدراسة ما يأتي :

- ينبغي اعتماد العوامل الخمسة المتمثلة بعوامل تربط أداء الشركات بأداء المعرفة لتحسين الأداء المنظمي والمعرفة للشركة.

6 - دراسة (Taliyang & Jusop , 2013)) الموسومة :

ب- ((رأس المال الفكري والأداء المالي في اسبانيا))

استهدفت هذه الدراسة إلى اختبار أثر الإفصاح المحاسبي عن رأس المال الفكري في الأداء المالي، واستندت هذه الدراسة إلى فرضيتين أساسيتين هما :
الفرضية الأولى : لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين الإفصاح عن رأس المال الفكري صافي الربح والإيرادات التشغيلية والربح التشغيلي .
الفرضية الثانية : لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين الإفصاح عن رأس المال البشري والهيكل ومعدل العائد على الأصول ومعدل العائد على حقوق الملكية. واعتمد الباحث في دراسته على استمارة الاستبانة، وتم توزيعها على عينة من الشركات الاسبانية وشملت 100 شركة، وقام الباحث في دراسته بقياس الأداء المالي للشركات على معدل العائد على الأصول، ومعدل العائد على حقوق الملكية، وصافي الربح، وصافي الربح التشغيلي، والإيرادات التشغيلية، فضلاً عن ذلك قام الباحث بقياس رأس المال الفكري على القيمة المضافة، وفي هذه الدراسة تم الاعتماد على البرنامج الإحصائية SPSS في تحديد المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والفروق بينها بهدف الوصول إلى نتائج العلاقات بين المتغيرات، وقد توصلت الدراسة إلى عدة استنتاجات كان أهمها الأتي :

أ - عدم وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين الإفصاح عن رأس المال الفكري وكل من صافي الربح والإيرادات التشغيلية والربح التشغيلي .

ب - توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين الإفصاح عن رأس المال البشري والهيكل وكل من

معدل العائد على الأصول ومعدل العائد على حقوق الملكية .

7 - دراسة (Hadijali & Salehi , 2013)) الموسومة :

ب- ((دور رأس المال الفكري في بقاء أو رفض المنظمات))

تم إجراء هذه الدراسة في إيران عام 2011، وتهدف إلى تقييم دور رأس المال الفكري في أداء القطاعات المصرفية، وتعد هذه الدراسة وصفية وكمية وتكون مجتمع الدراسة من المديرين العاملين في المصارف الإيرانية، واستند الباحثان في دراستهم إلى ثلاث فرضيات أساسية هي :

الفرضية الأولى : لا توجد علاقة قوية وذات دلالة معنوية بين عناصر رأس المال الفكري .

الفرضية الثانية : لا توجد علاقة بين عناصر رأس المال الفكري والأداء المالي في المصارف الإيرانية .

الفرضية الثالثة : لا توجد علاقة بين عناصر رأس المال الفكري والأداء التنظيمي في المصارف الإيرانية .

واعتمد الباحثان في الجانب التطبيقي على استمارة الاستبانة، إذ تم توزيع (280) استمارة استبانة، واستعيد منها (247) استمارة استبانة، إلا أن الصالحة منها (227) استمارة استبانة، واستند الباحثان في تحليل استمارة الاستبانة إلى النظام الإحصائي SPSS في تحديد المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والفروق بينها بهدف الوصول إلى نتائج العلاقات بين المتغيرات، ومن أهم نتائج هذه الدراسة ما يأتي :

أ – توجد علاقة قوية وذات دلالة معنوية بين عناصر رأس المال الفكري والمتمثلة في كل من (رأس المال البشري – رأس المال الهيكلي – رأس المال الزبائن) .

ب – توجد علاقة بين عناصر رأس المال الفكري والمتمثلة في كل من (رأس المال البشري – رأس المال الهيكلي – رأس المال الزبائن) والأداء المالي في المصارف الإيرانية .

ج – لا توجد علاقة بين عناصر رأس المال الفكري والمتمثلة في كل من (رأس المال البشري – رأس المال الهيكلي – رأس المال الزبائن) والأداء التنظيمي في المصارف الإيرانية .

8 – دراسة (Jim & Brannick , 2015) الموسومة :

ب – (دور الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للرأس المال الفكري من الشركات في القطاع الخاص)

تم إجراء هذه الدراسة في الولايات المتحدة الأمريكية 2014 عام، وتهدف إلى توضيح مفهوم وأهمية المسؤولية الاجتماعية في شركات القطاع الخاص، والتعرف على طرائق الإفصاح المحاسبي عنها من خلال معرفة مدى تأثيرها في رأس المال الفكري الذي أصبح يعد واحداً من أهم الأصول المؤثرة في أداء الشركات الخاصة، واستند الباحثان في تحليل استمارة الاستبانة إلى النظام الإحصائي SPSS في تحديد المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والفروق بينها بهدف الوصول إلى نتائج العلاقات بين المتغيرات

، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة هي :

1 – هناك علاقة طرية وذات دلالة معنوية بين الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية وكل من رأس المال البشري، ورأس المال الهيكلي في الشركات الخاصة .

2 – هناك علاقة طردية ومعنوية بين كل من ربحية الشركة، وتركيز الملكية، ومستوي الإفصاح المحاسبي عن رأس المال الفكري .

وتوصلت هذه الدراسة إلى عدة توصيات كان أهمها الآتي :

- 1 - زيادة وعي الشركات بأهمية الإفصاح عن عناصر رأس المال الفكري من خلال قيام الجهات والمنظمات المعنية بإصدار المعايير الإرشادية وتنظيم الدورات التدريبية التي توضح دورها في تحقيق المزايا التنافسية للشركات .
- 2 - ينبغي على الشركات الخاصة من زيادة الإفصاح المحاسبي عن مساهمتها الاجتماعية في تقاريرها السنوية التي تصدرها .

الفصل الثاني - الإطار النظري للبحث :

المبحث الأول - رأس المال الفكري :

أولاً - مفهوم وأهمية رأس المال الفكري :

لا يوجد مفهوم محدد لرأس المال الفكري، إذ وردت مفاهيم متعددة لمفهوم رأس المال الفكري، وقد عكست هذه المفاهيم توجهات وأفكار بعض الكتاب والباحثين، وإذا كان رأس المال المالي هو الذي يصنع الوجود المادي للشركة وقيمتها الدفترية في القيود المحاسبية، فإن رأس المال الفكري هو الذي يصنع القيمة السوقية في السوق وهو الأكثر تأثيراً" في صنع مكانة وسمعة الشركة . وقد عرف (العنزي، 2001، ص) رأس المال الفكري بأنه ((المعرفة المفيدة التي يمكن توظيفها واستثمارها بشكل صحيح لصالح الشركة))، ويضيف (العنزي) أن رأس المال الفكري هو الفكر الذي يكمن في ذهن الأفراد، والذي لا يمكن لمسه ولا رؤيته أو قياسه أو تقديره بثمن ((يشير (Kavida & Sivakoumar , 2013 , p.29) لا يوجد مفهوم متفق عليه لرأس المال الفكري ويلقى القبول العام بل هي مصطلحات تستخدم بالتبادل، تمثل أصول غير مادية لمناافع مستقبلية، ويضيف كل من (Kavida & Sivakoumar) إلى أن الاقتصاديين يسمونه رأس مال المعرفة وخبراء الإدارة يشيرون إليه على أنه رأس المال الفكري والمحاسبين يدعوه رأس مال غير ملموس . ويرى (Bontis &Richardson , 2010,P.22) أن رأس المال الفكري هو عبارة عن ((دمج رأس المال البشري مع رأس المال الهيكلي الاستراتيجي للحصول على تأثير مضاعف لقابليات المساهمات المستقبلية للفرد العامل فضلاً عن الشركة)) . أما (Choudhury, 2010 , p.74) عرف رأس المال الفكري أنه ((القيمة الاقتصادية لثلاثة أنواع من الأصول غير الملموسة للشركة والتي تشمل على رأس المال البشري ورأس المال التنظيمي، ورأس المال الاجتماعي، وأنه يعد القوة الخفية التي تضمن بقاء الشركة)) .

يشير (David, 2014, P.2) أن رأس المال الفكري هو ((قوة ذهنية متكاملة تتضمن تركيبة من المعرفة والمعلومات والخصائص الفكرية والخبرات الإبداعية التي يمتلكها العاملون في الشركة والتي تعد الموارد الرئيسية لاقتصاد اليوم))، ويضيف (David) بأنه يمكن القول بأن رأس المال الفكري يمثل الأفراد ذوي المهارات والخبرات والمعلومات والقدرات الذهنية المتميزة والذين يبدعون ويسهمون بشكل كبير في تحقيق أهداف الشركة .

ويرى (Stair, 2014,p.84) أن رأس المال الفكري يتضمن الموارد (الموجودات) غير الملموسة التي يمكن أن تستخدمها المنظمة لإيجاد القيمة عن طريق تحويلها إلى عمليات جديدة وخدمات، لذا فإن رأس المال الفكري هو ((المعرفة والخبرة والقوة العقلية للعاملين فضلاً عن الموارد المعرفية المخزونة في قاعدة معلومات الشركة والعمليات وثقافتها وفلسفتها)) .

وعرف (kelly, 2009,P.42) رأس المال الفكري بأنه ((القدرة المتفردة التي تتفوق بها الشركة على منافسيها، وتتحقق من خلال تكامل مهارات مختلفة، وتسهم في زيادة القيمة المقدمة للمشتريين، وتعد مصدراً من مصادر الميزة التنافسية، ويضيف (kelly) أن رأس المال الفكري هو قيمة اقتصادية لفئتين من الأصول غير الملموسة لشركة معينة هما رأس مال هيكلي ورأس مال بشري .

ويرى (Awad & Ghaziri , 2004 ,p.43) أن رأس المال الفكري هو ((مجموعة من الأفراد الذين يستخدمون عقولهم أكثر من استخدامهم لأيديهم، لأنهم يمتلكون خبرات وقيم وثقافة وقدرة على الابتكار والإبداع من أجل إيجاد حل متخصص أو خلق قيمة)) .

ويشير (Tovstiga & Tulugurova , 2009 , p. 74) أن أهمية رأس المال الفكري تبرز كونه يمثل ميزة تنافسية للشركة، وذلك لأن شركات اليوم تتنافس على أساس المعرفة والمعلومات والمهارات التي لديها لتمثل بذلك مصدراً "جوهرياً" للميزة التنافسية، ويضيف (Tovstiga & Tulugurova) أن رأس المال الفكري يعد أهم مصادر الثروة للشركات، وأن الاهتمام به يعد قضية حتمية تفرضها طبيعة التحدي العلمي والتكنولوجي المعاصر، وأن شركة IBM تتسلم سنوياً "مبلغاً" يتجاوز المليار دولار بسبب العوائد المترتبة على براءات الاختراع لديها، كما أن كلفة الاستثمار في رأس المال الفكري عالية وهي مبررة لأن ديمومة واستمرارية الشركات تعتمد على ذلك .

ويرى (العنزي وصالح، 2009، ص172) أن لجنة إعادة بناء اليابان بعد الحرب العالمية الثانية ركزت على الهدف الأساسي والكبير وهو استعادة اليابان موقعها

الجغرافي العالمي، وهذا يتم عن طريق اعتمادها على علمائها ومفكرها ومهندسيها لاختراع وإنتاج سلع جديدة وتوفير أفكار مبدعة، ويضيف (العنزي وصالح) أن (جواهر لإل نهرو) يتفق مع المقولة والتي مضمونها (لا أرى طريقاً أكثر فاعلية لمحاربة الفقر غير طريق استثمار العقول والقدرات المتميزة التي تعمل على خلق التكنولوجيا والتقدم).

ومن خلال ما تقدم ترى الباحثة أن مفهوم رأس المال الفكري هو مفهوم دائم التجديد، وذلك بسبب التطورات السريعة في البيئة الداخلية والخارجية المحيطة بالشركة، وأن امتلاك الشركة لرأس المال الفكري يعد أحد الميزات التنافسية التي تعظم قيمة الشركة، وتعرف الباحثة رأس المال الفكري بأنه ((القدرة العقلية التي يتمتع بها عدد محدود من العاملين بالشركة والتي تساعدهم في تقديم إسهاماتهم الفكرية، وتمثل ثروة حقيقية للشركة والتي لم يتابعها المحاسبون مثلما يتابعون الموجودات الأخرى))، وتضيف الباحثة أن رأس المال الفكري يؤدي دوراً كبيراً في تعزيز الميزة التنافسية للشركات من خلال استغلال الإمكانيات والطاقات البشرية المتاحة .

ثانياً- خصائص رأس المال الفكري :

تتمثل خصائص رأس المال الفكري بالآتي : (Berg , 2004 , p.32)

- 1 – الخصائص التنظيمية : ترتبط هذه الخصائص ببيئة الشركة وتتضمن الآتي :
 - أ – وجود رأس المال الفكري في جميع المستويات الإدارية . ب – المرونة التي تساعد على التجديد المستمر من خلال الأفراد . ج – احتواء التنظيم للعلاقات غير الرسمية . د – البعد عن المركزية الإدارية .
- 2 – الخصائص المهنية : ترتبط هذه الخصائص بممارس العناصر البشرية داخل التنظيم وتتضمن الآتي :
 - أ – امتلاك العديد من المهارات المهنية النادرة والخبرات المتراكمة، إذ يكون من الصعب استبدالها .
 - ب – التمتع بدرجة تعلم عالية . ج – التدريب الاثرائي .
- 3 – الخصائص الشخصية والسلوكية : ترتبط هذه الخصائص بالعنصر البشري وبنائه الذاتي، وتتضمن الآتي : (Petty , 2008, p.82)
 - أ – الميل إلى تحمل المخاطرة، والإقدام على الأعمال والأنشطة المجهولة وحب العمل في ظل حالات عدم التأكد .
 - ب – الاستفادة من خبرات الآخرين (الانفتاح على الخبرة) . ج – المبادرة بتقديم أفكار ومقترحات بناءة . د – الحسم وعدم التردد في إصدار القرارات . هـ – القدرة

على التخمين وحسن البصيرة . و – الاستقلالية في الفكر والعمل . ز – المثابرة في العمل . ي – الثقة العالية بالنفس .

ثالثا- مكونات رأس المال الفكري :

تنعكس قيمة رأس المال الفكري للشركة بطريقة مباشرة على قيمتها السوقية، الأمر الذي فرض على إدارة المعرفة تقويم رأس المال الفكري والتمييز بينه وبين رأس المال التقليدي، وتطلب هذا الأمر تحليل المكونات الأساسية لرأس المال الفكري، ولهذا الغرض فقد قدم الباحثون عدة مكونات لرأس المال الفكري على وفق وجهة نظرهم، إذ يرى (Edvinson & Malone , 1997,P.34) أن مكونات رأس المال الفكري تتمثل بما يلي :

أ – رأس مال العملية : وهو رأس المال الهيكلي الذي يصنع المعرفة الصريحة التي توجد في هياكل وأنظمة وإجراءات الشركة، فهو يمثل كل قيم الشركة التي نتداولها داخليا .

ب - رأس مال الزبون: هو القيمة التي يفرزها مستوى رضا الزبائن وولائهم والموردين والجهات الخارجية الأخرى وما استطاعت الشركة من بنائه من علاقات متميزة مع هذه الأطراف .

ج - رأس مال التجديد والتطوير: هي الطرائق المنهجية لتطوير البرمجيات، وأدوات إدارة المشروعات، وقواعد التطوير للمهندسين، والمحليلين والمبرمجين فضلا إلى طرائق إدارة المبيعات، ومواصفات المنتج .

د - رأس المال البشري : هو مجموع مهارات، خبرات، ومعرفة العاملين .
يشير (Aversion , 2010 , P.27) الى أن رأس المال الفكري يمكن تقسيمه إلى أربعة مكونات أساسية هي :

الأصول البشرية : وتتمثل في مجموعة المعارف والمهارات والامكانيات الإبداعية والابتكارية للعاملين في الشركة .

الأصول التنظيمية : وتتمثل هذه الأصول في القدرة على تحويل مجموعة المعارف والمهارات والامكانيات الإبداعية والابتكارية للعاملين بالشركة إلى سلع وخدمات .
الأصول السوقية : وهي الأصول التي تعبر عن مدى قدرة إدارة المنظمة التأهيلية على تنفيذ سياسات في الداخل والخارج .

الأصول الابتكارية : وهي الأصول التي تمكن من التحسين المستمر لقدرات الشركة على التعامل داخل الشركة وخارجها لتشمل كل ما تمتلكه من علاقات داخلية وخارجية مع الأطراف كافة .

حدد (Edvinsson , 2007, p.11) مكونات رأس المال الفكري بالاتي :

- 1 – رأس المال البشري : أنه مخزون المعرفة، المهارات، والقدرات المضمورة (الضمنية) في الفرد العامل الذي ينتج من الموهبة الطبيعية والاستثمار اللاحق في التعليم والتدريب والتجربة (Liebowitz, 2004,P.2) .
- 2 – رأس المال الهيكلي : يشير هذا العنصر إلى قدرات المنظمة التنظيمية التي تنظم وتلبي متطلبات الزبائن وتسهم في نقل المعرفة وتعزيزها من خلال الموجودات الفكرية الهيكلية المتمثلة في نظم المعلومات، وبراءة الاختراع، وحقوق النشر والتأليف، ومدى حماية العلامة التجارية التي تمثل شخصية الشركة وهويتها والتي تعود بالفائدة للزبون وزيادة رضاه .
- أما (Stewart , 2009 , p.23) فقد حدد مكونات رأس المال الفكري الأكثر شيوعاً واستخداماً بالآتي :
- 1 – رأس المال الهيكلي : يتمثل هذا العنصر في المعرفة الصريحة التي يتم الاحتفاظ بها في هياكل وأنظمة وإجراءات الشركة، وينشئ من معارف وخبرات الأفراد والذي يتم تحويله إلى قواعد معرفة وقواعد بيانات وإجراءات وأدلة عمل وبرمجيات تظل داخل الشركة .
- 2 – رأس المال البشري : يتجسد هذا العنصر في المعرفة التي يولدها ويمتلكها العاملون من خلال خبراتهم ومهاراتهم وتجاربهم .
- 3 – رأس المال الزبوني : يتمثل هذا العنصر بالقيمة المشتقة من الزبائن الراضين عن الشركة والذين يحملون ولاء" لها كالموردين المعول عليهم والمصادر الخارجية الأخرى التي من شأنها تقديم قيمة مضافة للشركة جراء علاقتها المتميزة بها .
- ومن خلال ما تقدم ترى الباحثة أن مكونات رأس المال الفكري تتمثل بالآتي :
- أ – رأس المال البشري : يتمثل بعدد من العاملين الذين لديهم المعرفة والمهارات والخبرات والقدرات دون غيرهم من العاملين في الشركة سواء كانت هذه المعرفة عامة أو معرفة متميزة ومنفردة مثل الابتكار والإبداع، أو تطوير أفكار كانت موجودة بالشركة والتي تمكن الشركة من توسيع حصتها السوقية .
- ب – رأس المال الهيكلي : يتمثل رأس المال الهيكلي في القدرة على تطوير المبادرات، وذلك من خلال الأخذ بنظر الاعتبار التوقعات والاعتراف بالأفكار الجديدة والمفاهيم والأدوات المتكيفة مع التغيير، والتي تشمل الثقافة، النماذج التنظيمية، والعمليات، والإجراءات .
- ج – رأس مال العلاقات : هذا النوع من رأس المال يعبر عن معرفة الشركة بالقنوات التوزيعية وعلاقتها مع الأطراف الخارجية الذين تتعامل معهم كالزبائن والمجهزين

والمنافسين وأسواق الأسهم، فضلا" عن مدى الاحتفاظ بالزبون، وذلك من خلال الاهتمام بمقترحاته ومعالجة الشكاوى المقدمة منه .

المبحث الثاني – الميزة التنافسية :

أولا - مفهوم وأهمية الميزة التنافسية :

تعد الميزة التنافسية مفهوم واسع في الشركات بصورة عامة، وذلك بهدف الوصول إلى مكانة الشركات المنافسة، وتحصل الميزة التنافسية عندما تتمكن الشركة من تطوير خصائصها وإمكاناتها بما يجعل أداءها يتفوق على مثيلاتها، وقد عرف كل من (Pitts & Lei , 2004 , P.8) الميزة التنافسية بأنها ((المقدر على إنتاج المنتجات أو تقديم الخدمات إلى الزبائن بصورة متفردة عما يقدمه المنافسون الآخرون، وذلك باستثمار نقاط القوة لإضافة قيمة للمنتجات بطريقة يصعب على المنافسين تقليدها)) .

إن الميزة التنافسية للشركات تتحدد بسمه مميزة عن باقي الشركات المنافسة لها والتي تتيح لها التفوق عليها، ومن هذه السمات الوصول إلى الموارد الطبيعية، مثل خامات الدرجة عالية الجودة غير المكلفة، والحصول على الموارد البشرية المدربة وموظفين ذوي كفاءة عالية واستخدام أحدث الآليات التكنولوجية . (Goldsmith , 2013 32 , P.) .

يشير (ابو بكر، 2008، ص13) الى أن الميزة التنافسية هي ((قدرة الشركة على صياغة وتطبيق الاستراتيجيات التي تجعلها في مركز أفضل بالنسبة للشركات الأخرى العاملة في نفس النشاط، وتتحقق من خلال استغلال أفضل الامكانيات والموارد الفنية والمادية والمالية والتنظيمي، فضلا" عن القدرات والكفاءات والمعرفة وغيرها من الإمكانيات التي تتمتع بها الشركة والتي تمكنها من تصميم وتطبيق إستراتيجيتها التنافسية، ويضيف (ابو بكر) يرتبط تحقيق الميزة التنافسية ببعدين أساسيين هما القيمة المدركة لدى الزبون، وقدرة المنظمة على تحقيق التميز)) .

يرى (Hoffman, 2010, p.28) ، أن الميزة التنافسية هي ((تقديم منتج ذي جودة عالية وسعر مقبول للزبائن وأداء عال للشركة في السوق مقارنة بالمنافسين، وذلك بتقدير واحتساب الحصة السوقية النسبية للشركة)) .

يرى (الغالبي وإدريس، 2007، ص24) أن الميزة التنافسية تؤدي دورا" جوهريا" في زيادة الشركات، وتعد احد نقاط القوة التي تحافظ على استمرارية تطور الشركة واستقرار نشاطها، وتعد الميزة التنافسية للشركة مهمة للأسباب التالية :

1 – تعطي الميزة التنافسية تفوقاً " نوعياً" وأفضلية على المنافسين، وتؤدي إلى تحقيق نتائج أداء عالية .

2 – الميزة التنافسية تجعل الشركة تتفوق في الأداء أو ما تقدمه لربائنها أو الائتين معا

3 – تسهم الميزة التنافسية في تأثير ايجابي في مدركات الربائين، وباقي المتعاملين مع الشركة لاستمرار وتطوير التعامل .

4 – تتسم الميزة التنافسية بالاستمرارية والتجدد، وهذا بدوره يسمح للشركة متابعة التطور والتقدم على المدى البعيد .

5 – على الرغم من أن الميزة التنافسية تستند إلى موارد الشركة وقدرتها وجدارتها لذلك فإنها تعطي حركية ديناميكية للعمليات الداخلية للشركة .

أما (حسون واخرون، 2012، ص15) فقد حددوا أهمية الميزة التنافسية للأسباب التالية :

أ – تعد الميزة التنافسية الأساس الذي تصاغ حوله الإستراتيجية التنافسية للشركة، وهذه الأخيرة تنمي قدراتها ومواردها لدعم ميزتها التنافسية لأنها تفشل بدون هذه الميزة .

ب – تعد الميزة التنافسية سلاحاً لدى الشركة لمواجهة تحديات السوق والمنافسين مما يمكنها من الاستجابة السريعة للزبون .

ج - تمكن الشركة من الحصول على حصة سوقية أكبر من منافسيها مما يعني زيادة حجم مبيعاتها وأرباحها .

د - هي المحرك المحفز للشركات لتنمية وتقوية مواردها وقدرتها وتدفعها إلى البحث والتطوير من أجل المحافظة على هذه الميزة وتقويتها .

وترى الباحثة أن يزداد الاهتمام بالميزة التنافسية مع ازدياد حدة المنافسة وزيادة الصراع بين الشركات المختلفة من أجل أن تميز نفسها عن غيرها من الشركات المنافسة واكتساب أرضية جديدة في السوق، وتعرف الباحثة الميزة التنافسية بأنها ((تعد الميزة التنافسية بأنها نسبية أي بمعنى أنها تتحقق بالمقارنة وليست بصورة مطلقة، إذ أنها تتبع من داخل الشركة وتحقق لها قيمة، تؤدي إلى تحقيق التفوق والأفضلية على المنافسين، وتنعكس ذلك في كفاءة أداء الشركة في أنشطتها)) .

ثانياً – خصائص الميزة التنافسية :

لكي تكون الميزة التنافسية قوية ينبغي أن تمتلك خصائص معينة هي:
(Kaner &Suhansa,2008,p.43) .

أ - أن تكون موجهة بواسطة احتياجات ورغبات الربائين إذ توفر الوحدة قيمة لربائنها لا يوفرها المنافسين .

- ب - يكون لها مساهمة مهمة للنجاح .
- ج- تخلق انسجاماً بين الموارد الفريدة للوحدة والفرص البيئية إذ ليس هناك وحدتان تمتلكان الموارد نفسها وإنما الإستراتيجية الجيدة هي التي تستعمل هذه الموارد وبكفاءة .
- د - أنها ثابتة ودائمة ومن الصعب تقليدها .
- هـ - أنها توفر الأساس للتحسين المستمر.
- ح - أنها توفر الحافز والتعليمات لكل وحدة .
- أما (التيمي والحشالي، 2004، ص169) فقد حددا خصائص وصفات الميزة التنافسية بالاتي :
- 1 - أنها نسبية، أي تتحقق بالمقارنة مع المنافسين، وليست مطلقة .
 - 2 - أنها تؤدي إلى التفوق والأفضلية للشركة على الشركات المنافسة .
 - 3- أنها تتبع من داخل الشركة وتحقق قيمة لها .
 - 4 - أنها تنعكس في كفاءة أداء الشركة لأنشطتها، أو في قيمة ما تقدمه للمشتري، أو كليهما .
 - 5 - أنها يجب أن يكون لها دور في التأثير في المشتري وإدراكهم للأفضلية في ما تقدمه الشركة من منتجات (سلع، خدمات) وتحفزهم للشراء منه .
 - 6 - إنها تتحقق لمدة طويلة ولا تزول بسرعة عندما يتم تطويرها وتجديدها .

الفصل الثالث - الجانب التطبيقي :

بعد أن تم التطرق إلى الجانب النظري للبحث ومنهجيته، سيخصص هذا الفصل إلى تحديد مجتمع عينة البحث وخصائصه، واختبار فرضيات البحث باستخدام اختبار Z- test .

أولاً- مجتمع البحث :

يتكون مجتمع الدراسة من عدد من الموظفين العاملين في الشركات المساهمة والعاملة بمحافظة البصرة، فضلاً عن إشراك عدد من أساتذة الجامعات في الاختصاصات المحاسبية بتلك المحافظات وذلك لدعم الجانب التطبيقي لما يتمتعون به من خبرات علمية وعملية، وهذا بدوره أدى إلى زيادة حجم عينة البحث، واعتمدت الباحثة في الجانب العملي على استمارة الاستبانة، إذ بلغ عدد الاستبانات الموزعة (85) استبانة وزعت باليد وبمساعدة عدد من مساعدي الباحثة، أعيد منها (79) استبانة، وبذلك يكون معدل الاستجابة (92,94%) تقريباً وهذه النسبة تعد مقبولة لتعميم نتائجها على مجتمع البحث، وكما مبين في الجدول (1) الآتي .

جدول (1)

توزيع حجم العينة على مجموعة البحث

توزيع حجم العينة مجموعة البحث	عدد قوائم الاستقصاء المرسلة	عدد الاستجابات المستبعدة	عدد الاستجابات الصحيحة	نسبة الاستجابات الصحيحة
موظفي الشركات المساهمة	85	6	79	92,94 %

أما فيما يخص التحصيل الدراسي لأفراد عينة البحث فقد أظهرت النتائج كما هي مبينة في الجدول (2) الأتي :

جدول (2)

توزيع أفراد عينة البحث على وفق التحصيل الدراسي

التحصيل الدراسي	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب
دكتوراه	4	5.1%	4
ماجستير	12	15.2%	3
دبلوم عالي	15	19.0%	2
بكالوريوس	48	60.7%	1
المجموع	79	100%	

إن ما نسبته (39.3%) هم من أفراد عينة البحث الذين يحملون شهادات عليا (دكتوراه ماجستير- دبلوم عالي)، أما ما نسبته (60.7%) هم من أفراد عينة البحث الذين يحملون شهادة البكالوريوس، وهذا يدل على أن عينة البحث ذو مستوى تعليم جيد .
أما فيما يخص الموقع الوظيفي لأفراد عينة البحث فقد أظهرت النتائج كما هي مبينة في الجدول (3) الأتي :

جدول (3)

توزيع أفراد عينة البحث على وفق التحصيل العلمي

الموقع الوظيفي	التكرار	النسبة المئوية
معاون مدير عام	3	3.8%
مدير مالي وأداري	8	10.1%
رئيس قسم حسابات الكلفة	13	16.5%
موظف في قسم الموارد البشرية والمحاسبة	55	69.6%
المجموع	79	100%

أن ما نسبته (13.9%) هم من أفراد عينة البحث بدرجة معاون مدير عام و معاون مدير عام، أما ما نسبته (16.5%) فهم من أفراد عينة البحث بموقع وظيفي رئيس قسم حسابات الكلفة، وما نسبته (69.6%) هم من أفراد عينة البحث بموقع وظيفي

موظف في قسم الموارد البشرية والمحاسبة، وهذا يدل على أن الغالبية العظمى لأفراد عينة البحث هم من الاختصاصات المحاسبية والإدارية .
وفيما يخص سنوات الخبرة العملية لأفراد عينة البحث أظهرت النتائج كما هي مبينة في الجدول (4) الآتي :

جدول (4)

توزيع أفراد عينة البحث على وفق سنوات الخبرة العملية

النسبة المئوية	التكرار	سنوات الخبرة
7,59%	6	5 - أقل من 10 سنة
8,86%	7	10 - أقل من 15 سنة
16,46%	13	15 - أقل من 20 سنة
55,70%	44	20 - أقل من 25 سنة
11,39%	9	25 سنة فأكثر
100%	79	المجموع

أن ما نسبته (25,32%) هم من أفراد عينة البحث الذين خبرتهم بالعمل المحاسبي والتدقيقي والإداري أقل من 15 سنة، في حين أن أفراد عينة البحث الذين خبرتهم بالعمل المحاسبي والتدقيقي والإداري أكثر من 15 سنة وأقل من 20 سنة يشكلون ما نسبته (16,46%)، وتبين أن أفراد عينة البحث الذين خدمتهم أكثر من 20 سنة وأقل من 25 سنة قد بلغت نسبتهم (55,70%)، أما ما نسبته (11,39%) فهم من أفراد عينة البحث الذين خدمتهم أكثر من 25 سنة، وهذا بدوره يعزز من وجود الخبرة والقدرة العملية على فهم رأس المال الفكري والميزة التنافسية، ومن ثم الإسهام في الإجابة عن أسئلة الاستبانة .

ثانياً - اختبارات صدق وثبات الاستبانة :

لقياس صدق الاستبانة، لجأ الباحث إلى تحكيم أداة القياس (الاستبانة) من قبل عدد من الأكاديميين، وبعض الاساتذة المتخصصين في العمل المحاسبي والإداري بصفتهم أشخاصاً مهنيين ولهم خبرة عملية واسعة، وقد أخذت الباحثة جميع الآراء بعين الاعتبار وتم تعديل الاستبانة بناءً على تلك الآراء والملاحظات إلى أن وصلت الاستبانة إلى صيغتها النهائية .

كما تم التحقق من ثبات أداة البحث بتطبيق اختبار كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha)، إذ أن أسلوب كرونباخ ألفا يعتمد على اتساق أداء الفرد من فقرة إلى فقرة أخرى، وهو يشير إلى قوة الارتباط والتماسك بين فقرات المقياس، فضلاً عن ذلك

فأن معامل (Alpha) يزود بتقدير جيد للثبات، إذ بلغت قيم كرونباخ ألفا لأبعاد البحث كما يأتي :

جدول (5)

قيمة كرونباخ ألفا	البعد
0,98	الأول
0,95	الثاني
0,96	الثالث
0,98	الدرجة الكلية

ويبين جدول (5) أن درجة الاعتمادية لهذه الاستبانة على وفق اختبار كرونباخ ألفا بلغت (0,98) وهذه نسبة جيدة ومقبولة لاعتماد النتائج، إذ إن النسبة المقبولة لتعميم النتائج في مثل هذا البحث 60% .

ثالثاً - نتائج الإحصاء الوصفي لمتغيرات البحث :

اشتملت الدراسة على (24) عاملاً يمكن أن يكون لها تأثير واسع في توضيح دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية، باستخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجة أهمية كل فقرة ومستوى الموافقة، وقد طلب من المستجيبين تحديد أهمية كل عامل باستخدام مقياس ليكرت (Likert) المتدرج من 5 - 1 حيث أن (5) تشير إلى (موافق بشدة) و (1) إلى (أعارض بشدة)، كما تم تصنيفها إلى ثلاث فئات حسب الأوساط الحسابية بحيث عد كل عامل حصل على متوسط حسابي يزيد عن (3,5) ذا أهمية عالية، والتي تنحصر ما بين (2,5) و (3,5) متوسط الأهمية والتي تقل عن (2,5) ضعيف الأهمية .

أ - نتائج محور الفرضية الأولى المتعلقة بعدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين رأس المال البشري والميزة التنافسية، تم إيجاد المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمحور العلاقة بين رأس المال البشري والميزة التنافسية، وكانت النتائج كما موضحة في جدول رقم (6) الآتي .

جدول (6)

التحليل الإحصائي الوصفي لمحور مدى تأثير رأس المال البشري على الميزة التنافسية

الأهمية	الترتيب	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	العوامل المؤثرة
مرتفعة	3	1.10	4.08	1- تعد الشركة المساهمة بأن موظفيها هم من أهم دعائم المنافسة والتفوق الذي تحققه الشركة على منافسيها من الشركات الأخرى
مرتفعة	4	0.92	4.35	2- تحافظ الشركة المساهمة على الخبرات المتراكمة لديها من أجل تطوير مهارات

				الموظفين بشكل مستمر يزيد من ميزتها التنافسية .
مرتفعة	2	0.78	4.48	3 - تحرص الشركات المساهمة على استقطاب الموظفين من ذوي الخبرة للعمل بها من أجل تحسين سمعتها بين الشركات .
مرتفعة	1	0.70	4.63	4 - تتابع الشركات المساهمة الطاقات الفكرية المعرفية والنادرة لغرض جذبها واستقطابها لتحسين موقعها بين الشركات الأخرى
متوسطة	8	1.40	2.93	5 - يتشارك الموظفون في الشركة المساهمة بالمعرفة من خلال ما يقدمونه من خبرات لازمة للموظفين الجدد
مرتفعة	5	1.10	4.08	6 - تحرص الشركات المساهمة على إبراز الأعمال المميزة التي يقدمها العاملون بالشركة في مجالات أنشطتها كافة .
مرتفعة	7	1.28	3.73	7- يتمتع موظفو الشركات المساهمة بالقدرة على توليد الأفكار وتقديم الحلول السريعة لمواجهة مشكلات العمل .
مرتفعة	6	1.15	3.75	8 - تسعى إدارة الشركة إلى إيفاد منتسبيها خارج القطر للاطلاع على المستجدات العلمية في حقل الاختصاص .
		1.05	4.00	المجموع

يشير الجدول (6) المذكور آنفاً إلى أن إجابات عينة البحث تراوحت متوسطاتها الحسابية ما بين (2.93 - 4.63)، ويرى المستجيبون أن الشركات المساهمة تتابع الطاقات الفكرية المعرفية والنادرة لغرض جذبها واستقطابها لتحسين موقعها بين الشركات الأخرى، وأن الشركات المساهمة تحرص على استقطاب الموظفين من ذوي الخبرة للعمل فيها من أجل تحسين سمعتها بين الشركات، تعد الشركة المساهمة بأن موظفيها هم من أهم دعائم المنافسة والتفوق الذي تحققه الشركة على منافسيها من الشركات الأخرى، وتعد هذه الفقرات ذات أهمية مرتفعة وذلك لأن الوسط الحسابي لإجابات أفراد عينة البحث لكل منهما أكثر من (3.5) واحتلت هذه الفقرات المراتب الثلاث كما هو موضح في جدول (6) المذكور آنفاً، وقد بلغ المتوسط الحسابي للمجموع العام (4.00) أما الانحراف المعياري فقد بلغ (1.05)، وهذا الانحراف يشير إلى مدى تشتت قيم هذا المحور عن الوسط الحسابي لجميع الفقرات .

ب – النتائج المتعلقة بمحور الفرضية الثانية : لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين رأس المال الهيكلي والميزة التنافسية، تم إيجاد المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمحور العلاقة بين رأس المال البشري والميزة التنافسية، وكانت النتائج كما موضحة في جدول رقم (7) الآتي .

جدول (7)

التحليل الإحصائي الوصفي لمحور مدى تأثير رأس المال الهيكلي في الميزة التنافسية

الأهمية	الترتيب	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	العوامل المؤثرة
مرتفعة	2	0.94	4.37	1- تلعب فلسفة الإدارة دوراً " مهماً" في بناء ثقافة تنظيمية قوية و متماسكة للشركة المساهمة، تتمكن من خلالها من إدارة الموظفين وتحقيق التواصل بينهما بكفاءة وبشكل يؤدي إلى تحسين الميزة التنافسية للشركة .
مرتفعة	1	0.68	4.44	2- تعد الهيكلية الإدارية بالشركات المساهمة من أهم دعائم المنافسة والتفوق الذي تحققه الشركة على منافسيها من الشركات الأخرى .
مرتفعة	8	1.18	3.57	3 - يضمن الهيكل التنظيمي للشركة المساهمة تدفق وسريان المعرفة اللازمة لجميع المستويات الإدارية في الشركة .
مرتفعة	7	1.03	3.88	4 - يمتلك الأفراد حرية اتخاذ القرارات المتعلقة بأعمالهم اليومية عن طريق تفويض واسع للسلطات .
مرتفعة	6	0.97	3.89	5- تطور الشركة المساهمة هيكلها التنظيمي بشكل مستمر بما يتناسب مع البيئة التنافسية المحيطة .
مرتفعة	4	1.26	4.07	6 - تسعى الشركة المساهمة إلى التغيير في هيكلها التنظيمي للتكيف مع المنافسة الحادة والقائمة على المعرفة .
متوسطة	5	1.31	4.00	7- طبيعة العلاقات بين الرؤساء والمرؤوسين محددة بشكل واضح، وفق تدرج الهيكل التنظيمي للشركة .
مرتفعة	3	0.94	4.35	8 - العاملون بالشركة المساهمة يتفاعلون ويتبادلون الأفكار مع أفراد آخرين في أقسام مختلفة من الشركة .
مرتفعة		1.04	4.07	المجموع

يشير الجدول (7) المذكور آنفاً إلى أن إجابات عينة البحث تراوحت متوسطاتها الحسابية ما بين (4.44- 3.57)، ويرى المستجيبون أن الهيكلية الإدارية بالشركات المساهمة تعد من أهم دعائم المنافسة والتفوق الذي تحققه الشركة على منافسيها من الشركات الأخرى، وتؤدي فلسفة الإدارة دوراً مهماً في بناء ثقافة تنظيمية قوية و متماسكة للشركة المساهمة ومن خلالها تتمكن من إدارة الموظفين وتحقيق التواصل بينهما بكفاءة وبشكل يؤدي إلى تحسين الميزة التنافسية للشركة، وأن العاملين بالشركة المساهمة يتفاعلون ويتبادلون الأفكار مع أفراد آخرين في أقسام مختلفة من الشركة، وتعد هذه الفقرات ذات أهمية مرتفعة وذلك لأن الوسط الحسابي لإجابات أفراد عينة البحث لكل منهما أكثر من (3.5) واحتلت هذه الفقرات المراتب الثلاث كما هو موضح في جدول (7) المذكور آنفاً، وقد بلغ المتوسط الحسابي للمجموع العام (4.07) أما الانحراف المعياري فقد بلغ (1.04)، وهذا الانحراف يشير إلى مدى تشتت قيم هذا المحور عن الوسط الحسابي لجميع الفقرات .

ج- النتائج المتعلقة بمحور الفرضية الثالثة : لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين رأس المال العلاقتي والميزة التنافسية، تم إيجاد المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمحور العلاقة بين رأس العلاقاتي والميزة التنافسية، وكانت النتائج كما موضحة في جدول رقم (8) الآتي .

جدول (8)

التحليل الإحصائي الوصفي لمحور مدى تأثير رأس المال العلاقتي على الميزة التنافسية

الأهمية	الترتيب	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	العوامل المؤثرة
مرتفعة	3	0.92	4.35	1- تعد العلاقات التي تمتلكها الشركات المساهمة من أهم دعائم المنافسة والتفوق الذي تحققه على منافسيها من الشركات .
مرتفعة	1	0.70	4.63	2- تقوم الشركات المساهمة بتمييز منتجاتها في الأسواق عن طريق استخدام العلامات التجارية العائدة لها، بهدف تحديد هوية البضائع وإرشادات الزبائن وتحسين ميزتها التنافسية بين الشركات .
مرتفعة	6	1.18	3.75	3 - تهتم الشركات المساهمة في تقديم خدماتها بناءً على المعرفة المكتسبة من الحاجات غير المشبعة للزبائن، وبما يضمن المحافظة على رأس مالها العلاقتي (الزبوني) .
			3.34	4 - تقوم الشركات المساهمة بالاهتمام

متوسطة	8	1.34		يفسح المجال أمام زبائنها بالاتصال مع الشركة، والمشاركة في تحديد الخدمات والسلع المناسبة لاحتاجتهم .
مرتفعة	7	1.28	3.73	5 - تمتلك الشركة المساهمة سياسة واضحة لتطوير علاقتها وسمعتها مع الشركات الحكومية وشركات القطاع الخاص الذين يتعاملون مع الشركة .
مرتفعة	4	1.05	4.08	6 - تولي الشركة المساهمة اهتماما كبيرا " ببحوث التسويق بغرض التعرف على الرغبات غير المشبعة للزبائن .
مرتفعة	5	1.12	3.85	7 - تقوم الشركات المساهمة بتشكيل فريق العمل من مختلف الأقسام والوحدات التنظيمية، بهدف تحسين وتطوير العمل .
مرتفعة	2	0.78	4.48	8 - تسعى الشركة المساهمة إلى كسب زبائن جدد والمحافظة على الزبائن الحاليين
		1.046	4.026	المجموع

يشير الجدول (8) المذكور أنفاً إلى أن إجابات عينة البحث تراوحت متوسطاتها الحسابية ما بين (3.4 - 4.63)، أن الشركات المساهمة تقوم بتمييز منتجاتها في الأسواق عن طريق استخدام العلامات التجارية العائدة لها، بهدف تحديد هوية البضائع وإرشادات الزبائن وتحسين ميزتها التنافسية بين الشركات، وتسعى الشركة المساهمة إلى كسب زبائن جدد والمحافظة على الزبائن الحاليين، وتعد العلاقات التي تمتلكها الشركات المساهمة من أهم دعائم المنافسة والتفوق الذي تحققه على منافسيها من الشركات، وتعد هذه الفقرات ذات أهمية مرتفعة وذلك لأن الوسط الحسابي لإجابات أفراد عينة البحث لكل منهما أكثر من (3.5) واحتلت هذه الفقرات المراتب الثلاث كما هو موضح في جدول (8) المذكور أنفاً، وقد بلغ المتوسط الحسابي للمجموع العام (4.026) أما الانحراف المعياري فقد بلغ (1.046)، وهذا الانحراف يشير إلى مدى تشتت قيم هذا المحور عن الوسط الحسابي لجميع الفقرات .

ثالثاً - اختبار الفرضيات :

أ - اختبار الفرضية الأولى : تنص الفرضية في هذا البحث على ما يلي :

((لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين رأس المال البشري والميزة التنافسية))

تم اختبار هذه الفرضية من خلال بيانات الاستجابات الفعلية باستخدام Z-test وكما موضحة في جدول (9) الأتي .

جدول (9)

نتائج اختبار Z-Test لدرجة تأثير رأس المال البشري بالميزة التنافسية

نتائج اختبار الفرضية	Z		حجم العينة	الوسط الحسابي	العامل
	الجدولية	المحسوبة			
ترفض الفرضية	2.58	8.303	79	4.00	جميع الفقرات

ويبين الجدول (9) أن قيمة (Z) المحسوبة والبالغة (8.303) هي أكبر من (Z) الجدولية والتي تبلغ قيمتها (2.58)، وبذلك ترفض فرضية العدم التي مفادها ((لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين رأس المال البشري والميزة التنافسية))، وتقبل الفرضية البديلة التي مفادها ((توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين رأس المال البشري والميزة التنافسية)) .

ب - اختبار الفرضية الثانية : تنص الفرضية في هذا البحث على ما يلي :

((لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين رأس المال الهيكلية والميزة التنافسية))

وتم اختبار هذه الفرضية من خلال بيانات الاستجابات الفعلية باستخدام Z-test وكما موضح في جدول (10) الآتي .

جدول (10)

نتائج اختبار Z-Test لدرجة تأثير رأس المال الهيكلي بالميزة التنافسية

نتائج اختبار الفرضية	Z		حجم العينة	الوسط الحسابي	العامل
	الجدولية	المحسوبة			
ترفض الفرضية	2.58	8.88	79	4.07	جميع الفقرات

ويبين الجدول (10) أن قيمة (Z) المحسوبة والبالغة (8.88) هي أكبر من (Z) الجدولية والتي تبلغ قيمتها (2.58)، وبذلك ترفض فرضية العدم والتي مفادها ((لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين رأس المال الهيكلي والميزة التنافسية))، وتقبل الفرضية البديلة التي مفادها ((توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين رأس المال الهيكلي والميزة التنافسية)) .

ج - اختبار الفرضية الثالثة : تنص الفرضية في هذا البحث على ما يلي :

((توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين رأس المال العلاقتي والميزة التنافسية))

وتم اختبار هذه الفرضية من خلال بيانات الاستجابات الفعلية باستخدام Z-test وكما موضحة في جدول (11) الآتي .

جدول (11)

نتائج اختبار Z-Test لدرجة تأثير رأس المال ألعلاقاتي بالميزة التنافسية

نتائج اختبار الفرضية	Z		حجم العينة	الوسط الحسابي	العامل
	الجدولية	المحسوبة			
ترفض الفرضية	2.58	10.686	79	4.026	جميع الفقرات

ويبين الجدول (11) أن قيمة (Z) المحسوبة والبالغة (10.686) هي أكبر من (Z) الجدولية والتي تبلغ قيمتها (2.58)، وبذلك ترفض فرضية العدم والتي مفادها ((لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين رأس المال ألعلاقاتي والميزة التنافسية))، وتقبل الفرضية البديلة التي مفادها ((توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين رأس المال ألعلاقاتي والميزة التنافسية)) .

الاستنتاجات والتوصيات :

توصل البحث إلى مجموعة من الاستنتاجات والتوصيات نعرضها كالآتي :

أولاً – الاستنتاجات :

- 1 – وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين رأس المال البشري والميزة التنافسية
- 2 – وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين رأس المال الهيكلي والميزة التنافسية .
- 3 – وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين رأس المال ألعلاقاتي والميزة التنافسية .
- 4 – رأس المال الحقيقي للشركات المساهمة هو ليس رأس المال المادي وإنما هو رأس المال الفكري الذي يمثل بالدرجة الأولى في المعرفة التي يمكن تحويلها إلى قيمة مضافة عن طريق الاستثمار الناجح في الطاقات والكفاءات البشرية .
- 5 - يعد رأس المال الفكري بأنه مصدر التفوق التنافسي والميزة التنافسية للشركات المساهمة، وهو الفرق بين القيمة الاسمية للشركة وقيمتها الدفترية .

ثانياً – التوصيات :

- 1 – ينبغي من الشركات المساهمة التعامل مع رأس المال الفكري بأنه أهم مورد استراتيجي تحصل عليه الشركة المساهمة، ولا بد من المحافظة عليه باستمرار لأنه العنصر الفعال في نجاح الشركة، والتأكيد على أهمية دوره في نجاح الشركة المنافسة

وتحقيق الميزة التنافسية، وخاصة في ظل ثورة التطورات التكنولوجية والمعلوماتية الهائلة .

- 2 - ينبغي للشركات المساهمة إعطاء أهمية كبيرة لمكونات رأس المال الفكري والمتمثلة في كل من رأس المال البشري ورأس المال الهيكلي و ورأس المال العلاقتي
- 3 - ينبغي للشركات المساهمة من إعطاء أهمية كبيرة لمكونات رأس المال البشري من خلال التدريب والتعليم المستمر، ورأس المال الهيكلي من خلال تحديث الهياكل التنظيمية والكفاءات، ورأس المال الزبوني من خلال تحسين العلاقات مع الزبائن .
- 4 - ضرورة التركيز على عملية صناعة رأس المال الفكري من خلال إعطاء الفرصة أمام الأفراد من أجل إفساح المجال لهم لإبداء آرائهم واقتراحاتهم حول تطوير وتحسين إجراءات العمل، وخلق بيئة إبداعية داخل الشركة .
- 5- أن تعمل الشركات المساهمة على المحافظة على الكادر المؤهل ذي الخبرة لديها وحمايته من الانتقال إلى شركات أخرى ونقل الخبرة التي يمتلكونها إلى شركات أخرى، من خلال المكافآت أو تحسين المواقع الوظيفية للموظفين .

المصادر:

تمثلت المصادر بكل من المصادر لعربية والأجنبية وكالاتي :

أولاً – المصادر العربية :

- 1 – ابو بكر، مصطفى محمود. ((إدارة الموارد البشرية : مدخل تحقيق الميزة التنافسية))، الدار الجامعية، جمهورية مصر العربية، 2008 .
- 2 – التميمي، إباد والخشالي، شاكر. (السلوك الإبداعي وأثره على الميزة التنافسية - دراسة ميدانية في شركات الصناعات الغذائية الأردنية، مجلة البصائر، المجلد 8، العدد 2، جامعة البترا الخاصة، عمان، الأردن، المجلد 8، العدد 2، 2004 .
- 3 – الحمداني، ناهدة إسماعيل عبد الله وعبد الله علي أكرم . ((رأس المال الفكري وأثر في إدارة أداء العاملين : دراسة تحليلية لأراء عينة من رؤساء الأقسام العلمية في جامعة الموصل))، كلية الإدارة والاقتصاد - جامعة الموصل، مجلة تنمية الرافدين العدد 98 مجلد32 ، سنة 2010.
- 4 – الروسان، محمود علي، العجلوني، محمود محمد . ((أثر رأس المال الفكري في الإبداع في المصارف الأردنية))، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية المجلد26 ، العدد الثاني، 2010.
- 5 – الشمري، ناصر ساجد الناصر . ((اثر رأس المال الفكري في أداء قطاع الاتصالات في ظل بيئة الأعمال الخارجية : دراسة تطبيقية في دولة الكويت))، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط - كلية الأعمال - 2013 .
- 6 – علي حسون، فاضل حمد، عامر فدعوس . ((أثر الشركة المتعلمة في تحقيق الميزة التنافسية))، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد الثاني والثلاثون، بغداد، العراق، 2012 .
- 7 – العنزي، سعد علي . ((الرأس المال الفكري : الثروة الحقيقية لمنظمات أعمال القرن الحادي والعشرين))، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد الثامن، العدد الخامس والعشرين، 2001 .
- 8 – العنزي، سعد علي و صالح، أحمد علي . ((إدارة رأس المال الفكري في منظمات الأعمال))، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009.
- 9 – أغالبي، طاهر وإدريس، وائل. ((الإدارة الإستراتيجية منظور منهجي متكامل))، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، 2007 .
- 10 – مليجي، مجدي عبد الحكيم . ((محددات الإفصاح المحاسبي عن رأس المال الفكري وأثره على الأداء المالي دراسة تطبيقية على الشركات المصرية المسجلة))، المجلة العلمية للتجارة والتمويل، كلية التجارة - جامعة بنها، المجلد الأول، العدد الأول، 2013 .

ثانياً- المصادر الانكليزية :

- 1- Stair, Smith . “Intellectual Capital in Small Teams Towards a Methodology for capturing Intangible Assets “, Journal of Personality and Social Psychology, 2014.
- 2- David, Luthy, H.” Intellectual Capital and its Measurement “, College of Business, Utah State University, Logan, Utah USA , 2014 .
- 3- Bontis,Nick& Richordson ,Stanley.“Intellectual Capital and business Performance in Malaysian Industries “ , Journal of Intellectual Capital , Vol (1) , Issue,1, (2010) .
- 4- Choudhury, J. “ Performance impact of intellectual capital: A study of Indian it sector”. International Journal of Business and Management ,2010 .
- 5- Kelly , Anthony , “ The Intellectual Capital of Schools : Analysis Government policy Statements on School Improvement Light of a new Theorization “ , Journal of Education policy , Vol (19) , 2009 .
- 6- Pitts, R & Lei, D. " Strategic management: building and sustaining competitive Advantage ", U.S.A, West Publication , 2004 .
- 7- Awad,E & Ghaziri ,H . “ Knowledge Management “ , pearson International ,prentice- Hall , New York , 2004 .
- 8- Petty, Guthrie . “ Intellectual Capital Literature Review ,Measurement Reporting and Measurement “ ,journal of Intellectual Capital , 2008 .
- 9- Berg , Hansen. “Intellectual Capital Valuation: A Comparative Evaluation “ California Management Capital Review , Vol (40) , 2004 .
- 10- Kaner, James & Suhansa , James . " Total Quality / Management, Organization & Strategy " Third Edition, Thomson - South-Western , 2008 .
- 11- Goldsmith , Hatani . “ Competitive Advantage as Relationship Mediation between Supply Chain Integration and Fishery Company Performance In Southeast Sulawesi :Indonesia “ , Journal of Business and Management , 2013 .

- 12- Kavida , Robin & Sivakoumar, Norton . " Intellectual Capital : A Strategic Management Perspective " , Journal of Intellectual Capital , 2013 .
- 13- Edvinson ,L, & Malone ,T. "Intellectual Capital : realizing your company Truevalueby finding its hidden roots " , First Ed , Harper Collins Publishers , Inc,New York , U.S.A , 1997
- 14- Taliyang ,Stevo &Jusop,Kalay." Intellectual Capital and Financial Performance in Spain." , International Journal of Business and Management , 2013 .
- 15- Hadijali, H, and Salehi, M .“The Role of Intellectual Capital on Survival or Decline of Organizations: A Case Study of EN Bank” , Research Journal of Applied Sciences, Engineering and Technology, Vol. 5, No. 3, 2013.
- 16- Tovstiga, G & Tulugurova, E. “ Intellectual Capital Practices: A Four-region Comparative Study” , Journal of Intellectual Capital, Vol (10) , No (1) 2009 .
- 17- Aversion , V. “ The Value Evolution Addressing Larger Implications of an Intellectual Capital and Intangibles Perspective “ . Journal of Intellectual Capital, Vol (1) , No (1) , 2010 .
- 18- Liebowitz, Jay.” Addressing The Human Capital Crisis In The Federal Government : A Knowledge Management Perspective “, Butterworth–Heinemann, U.S.A , 2004 .
- 19- Jim Harris and J. Brannick . “ The Role of the disclosure of the social responsibility of the intellectual capital of enterprises in the private sector “ , John Wiley & Sons, Inc., New Jersey , New York , 2015 .
- 20- Hoffman, Nicole. “ An Examination of the “Sustainable Competitive Advantage - Concept: Past, Present, and Future “ , Academy of Marketing Science Review, 2010.

بسم الله الرحمن الرحيم
م / استبانته

السيد المجيب المحترم :-

أن الاستبانته التي بين يديك تمثل جزءاً من متطلبات البحث الموسوم :

بـ ((أهمية رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية))

وبصفتك احد أفراد العينة، نرجو منك قراءة فقرات الاستبانته بعناية وموضوعية والإجابة عنها بصراحة تامة، والمطلوب منك ان تضع علامة () في المكان المخصص للإجابة . علماً أن الإجابة ستعامل بسرية تامة، وان الإجابات سيتم استخدامها لأغراض البحث العلمي فقط، راجين تعاونكم معنا ولكم جزيل الشكر والتقدير .

الباحثة

م.م. نهلة غالب عبد الرحمن

ملاحظات :-

- 1 - لا داعي لذكر الاسم .
- 2 - الباحثة على استعداد دائم للإجابة عن الاستفسارات حول أسئلة الاستمارة .
- 3 - لا يخفى عليك أهمية السرعة ما أمكنكم في الإجابة عن الأسئلة لتسهيل أنجاز البحث بأقرب وقت ممكن .
أولاً - المعلومات العامة :
 - 1 - أفراد العينة حسب الجنس :
ذكر ، أنثى
 - 2 - التحصيل الدراسي لأفراد العينة :
بكالوريوس ، دبلوم عالي.....، ماجستير.....، دكتوراه
 - 3 - الموقع الوظيفي :
مدير مالي وأداري، معاون مدير عام.....، رئيس قسم حسابات الكلفة، موظف في قسم الموارد البشرية والمحاسبة .
 - 4 - عدد سنوات الخبرة العملية في الشركة :
أقل من (10)، من (10 - 15)، من (15 - 20)، من (20 - 25)، من (25 - فأكثر) .

ثانيا - المعلومات المتعلقة بالبحث :

بين درجة اتفاقك مع كل من العبارات الواردة ذكرها في أدناه :

ت	الفقرة	لا اتفق أطلاقاً"	لا أُتفق	إلى حدما	أُتفق تماما
1	تعد الشركة المساهمة بأن موظفيها هم من أهم دعائم المنافسة والتفوق الذي تحققه الشركة على منافسيها من الشركات الأخرى .				
2	تحافظ الشركة المساهمة على الخبرات المتراكمة لديها من أجل تطوير مهارات الموظفين بشكل مستمر يزيد من ميزتها التنافسية .				
3	تحرص الشركات المساهمة على استقطاب الموظفين من ذوي الخبرة للعمل بها من أجل تحسين سمعتها بين الشركات .				
4	تتابع الشركات المساهمة الطاقات الفكرية المعرفية والنادرة لغرض جذبها واستقطابها لتحسين موقعها بين الشركات الأخرى				
5	يتشارك الموظفون في الشركة المساهمة بالمعرفة من خلال ما يقدمونه من خبرات لازمة للموظفين الجدد				
6	تحرص الشركات المساهمة على إبراز الأعمال المميزة التي يقدمها العاملون بالشركة في مجالات أنشطتها كافة.				
7	يتمتع موظفو الشركات المساهمة بالقدرة على توليد الأفكار وتقديم الحلول السريعة لمواجهة مشاكل العمل .				
8	تسعى إدارة الشركة إلى إيفاد منتسبيها خارج القطر للاطلاع على المستجدات العلمية في حقل الاختصاص .				
9	تؤدي فلسفة الإدارة دوراً " مهماً" في بناء				

					ثقافة تنظيمية قوية ومتماسكة للشركة المساهمة، تتمكن من خلالها من إدارة الموظفين وتحقيق التواصل بينهما بكفاءة وبشكل يؤدي إلى تحسين الميزة التنافسية للشركة .
				10	تعد الهيكلية الإدارية بالشركات المساهمة من أهم دعائم المنافسة والتفوق الذي تحققه الشركة على منافسيها من الشركات الأخرى .
				11	يضمن الهيكل التنظيمي للشركة المساهمة تدفق وسريان المعرفة اللازمة لجميع المستويات الإدارية في الشركة .
				12	يمتلك الأفراد حرية اتخاذ القرارات المتعلقة بأعمالهم اليومية عن طريق تفويض واسع للسلطات .
				13	تطور الشركة المساهمة هيكلها التنظيمي بشكل مستمر بما يتناسب مع البيئة التنافسية المحيطة .
				14	تسعى الشركة المساهمة إلى التغيير في هياكلها التنظيمية للتكيف مع المنافسة الحادة والقائمة على المعرفة .
				15	طبيعة العلاقات بين الرؤساء والمرؤوسين محددة بشكل واضح على وفق تدرج الهيكل التنظيمي للشركة .
				16	العاملون بالشركة المساهمة يتفاعلون ويتبادلون الأفكار مع أفراد آخرين في أقسام مختلفة من الشركة .
				17	تعد العلاقات التي تمتلكها الشركات المساهمة من أهم دعائم المنافسة والتفوق الذي تحققه على منافسيها من الشركات .
				18	تقوم الشركات المساهمة بتميز منتجاتها في الأسواق عن طريق استخدام العلامات التجارية العائدة لها، بهدف

					تحديد هوية البضائع وإرشادات الزبائن وتحسين ميزتها التنافسية بين الشركات .
				19	تهتم الشركات المساهمة في تقديم خدماتها ببناء" على المعرفة المكتسبة من الحاجات غير المشبعة للزبائن، وبما يضمن المحافظة على رأس مالها ألعلاقاتي (ألبوني) .
				20	تقوم الشركات المساهمة بالاهتمام بفسح المجال أمام زبائننا بالاتصال مع الشركة، والمشاركة في تحديد الخدمات والسلع المناسبة لاحتاجتهم .
				21	تمتلك الشركة المساهمة سياسة واضحة لتطوير علاقتها وسمعتها مع الشركات الحكومية وشركات القطاع الخاص الذين يتعاملون مع الشركة .
				22	تولي الشركة المساهمة اهتماما" كبيرا" ببحوث التسويق بغرض التعرف على الرغبات غير المشبعة للزبائن .
				23	تقوم الشركات المساهمة بتشكيل فريق العمل من مختلف الأقسام والوحدات التنظيمية، بهدف تحسين وتطوير العمل .
				24	تسعى الشركة إلى كسب زبائن جدد والمحافظة على الزبائن الحاليين .