

UKJAES

University of Kirkuk Journal
For Administrative
and Economic Science

ISSN:2222-2995 E-ISSN:3079-3521

University of Kirkuk Journal For
Administrative and Economic Science



Rahmatallah Ameer Abbas. Adopting Total Quality Management to achieve competitive advantage through mediating emotional intelligence: A survey study for the opinions of a sample of employees at Al-Zawraa General Company. *University of Kirkuk Journal For Administrative and Economic Science* (2026) 16 (1):432-449.

Adopting Total Quality Management to achieve competitive advantage through mediating emotional intelligence: A survey study for the opinions of a sample of employees at Al-Zawraa General Company

Ameer Abbas Rahmatallah

University of Baghdad/ College of Islamic Sciences, Baghdad, Iraq

ameer.a@comed.uobaghdad.edu.iq

Abstract: This study aims to identify the relationship and impact of Total Quality Management (TQM) on competitive advantage, mediated by emotional intelligence, from the perspective of employees at Al-Zawraa General Company. A descriptive analysis methodology was adopted, combined with field research. A questionnaire was used as the data collection tool, with 100 questionnaires distributed to company employees. Ninety valid questionnaires were returned for statistical analysis. The SPSS statistical software was used to test the hypothesis regarding the influence between the research variables. The results showed that TQM has an impact on achieving competitive advantage through the mediation of emotional intelligence. The researcher reached important conclusions, including that TQM plays an active and influential role in achieving competitive advantage through the mediation of emotional intelligence, despite the limited role of employees' social skills. The researcher also recommends that the company's management increase its focus on TQM and develop a customer-centric strategy to meet customer needs. This is considered a crucial factor in achieving competitive advantage, enabling the company to keep pace with developments in the labor market and address challenges in the industrial environment.

Keywords: Total Quality Management, Competitive Advantage, Emotional Intelligence

اعتماد ادارة الجودة الشاملة في تحقيق الميزة التنافسية بتوسيط الذكاء العاطفي: دراسة
استطلاعية لآراء عينة لعدد من الموظفين في شركة الزوراء العامة

م. امير عباس رحمة الله

جامعة بغداد/كلية العلوم الاسلامية، بغداد، العراق

ameer.a@comed.uobaghdad.edu.iq

المستخلص: تهدف الدراسة الى معرفة العلاقة والاثار الموجودة ما بين ادارة الجودة الشاملة والميزة التنافسية بتوسيط الذكاء العاطفي من وجه نظر موظفي شركة الزوراء العامة، اذا تم اعتماد منهج التحليل الوصفي مع الدراسة الميدانية ، واستعمل الاستبانة كأداة لجمع البيانات مع توزيع (١٠٠) استمارة على موظفي الشركة واسترجعت (٩٠) استمارة صالحة للتحليل الاحصائي ، استعملت البرامج الاحصائية (SPSS) لأثبات صحة الفرضية المتعلقة بالتأثير ما بين متغيرات البحث ، اذ برزت النتائج وجود تأثير لا دارة الجودة في تحقيق الميزة التنافسية بتوسيط الذكاء العاطفي.

توصل الباحث الى استنتاجات مهمة منها تلعب ادارة الجودة الشاملة دوراً فاعلاً ومؤثر في تحقيق الميزة التنافسية بتوسيط الذكاء العاطفي بالرغم ضعف دور المهارات الاجتماعية للموظفين، كما يوصي الباحث بضرورة قيام ادارة الشركة بزيادة مستوى الاهتمام بإدارة الجودة الشاملة ووضع استراتيجية خاصة بالتركيز على الزبون وتلبية متطلباتهم، باعتبارها عوامل مؤثرة على الميزة التنافسية لمواكبة التطور الحاصل في سوق العمل ومواجهة التحديات في البيئة الصناعية.

الكلمات المفتاحية: ادارة الجودة الشاملة، الذكاء العاطفي، الميزة التنافسية.

Corresponding Author: E-mail: ameer.a@comed.uobaghdad.edu.iq

المقدمة

اصبحت ادارة الجودة الشاملة من المواضيع المهمة في القطاع الصناعي خصوصاً المنظمات الذي ترغب بالمحافظة على مكانتها في سوق العمل ، باعتبارها العامل الاكثر تأثير على الميزة التنافسية عبر التركيز على متطلبات الزبائن وتلبية احتياجاتهم ، فضلاً عن التحسين المستمر للمنتج بما يتلائم مع الاهداف المرجوة ، ويقترن نجاح المنظمات الذي ترغب بالميزة تنافسية بمدى استثمارها لادارة الجودة الشاملة بشكل اوسع ما بين الموظفين ، وهذا يتطلب دور اكبر لا دارة الشركة بتوفير المناخ المناسب لتطبيق الجودة الشاملة لتكون اكثر تأثيراً وتحسين وتطوير المنتج، ونظراً لأهمية ادارة الجودة الشاملة يتحتم على ادارة الشركة زيادة مستوى الاهتمام بها عبر ابعادها (الالتزام الادارة العليا ، التركيز على الزبون ، التحسين المستمر) ، مع توفير بيئة منسجمة وملائمة لتشارك الذكاء العاطفي عبر ابعادها (الوعي بالذات ، ادارة العواطف ، التعاطف ، المهارات الاجتماعية) مابين الموظفين لما له من انعكاس ايجابي على زيادة المنتجات وجودتها بما ينسجم مع اهداف وتطلعات الشركة بتحقيق الميزة التنافسية ومواكبة التطور في الصناعة، اذا ركز البحث حول المتغيرات الثلاثة ومدى العلاقة والتأثير فيما بينهم ، وتضمن البحث خمسة مباحث تناول المبحث الاول منهجية البحث والمبحث الثاني الدراسات السابقة للبحث والمبحث الثالث الجانب النظري للبحث فيما تناول المبحث الرابع الجانب العملي للبحث اما المبحث الخامس تناولت الاستنتاجات والتوصيات.

المبحث الاول: منهجية البحث

اولاً: مشكلة البحث

١. هل هناك تأثير لا دارة الجودة على الذكاء العاطفي في شركة الزوراء العامة / المقر؟
٢. هل يتم ممارسة ادارة الجودة في شركة الزوراء العامة / المقر لتحقيق الميزة التنافسية؟
٣. هل يتم استعمال الذكاء العاطفي في شركة الزوراء العامة / المقر بشكل يعزز من الميزة التنافسية؟
٤. ماهي طبيعة العلاقة بين ادارة الجودة والميزة التنافسية بتوسيط الذكاء العاطفي في شركة الزوراء العامة / المقر؟

ثانياً: أهمية البحث

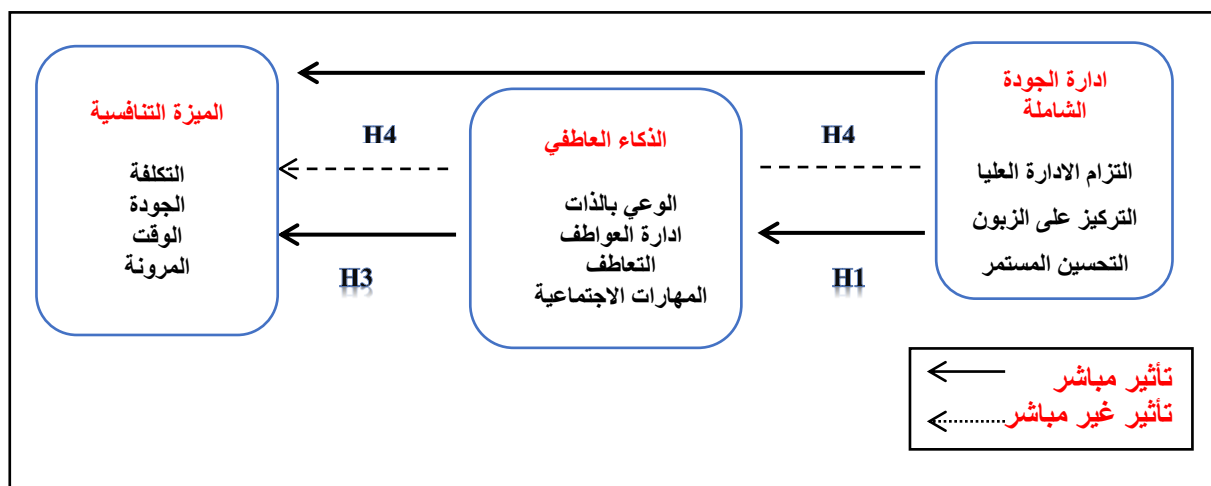
١. المساهمة في زيادة اهتمام دور ادارة الجودة الشاملة في تحقيق الذكاء العاطفي.
٢. تسليط الضوء على دور ادارة الجودة الشاملة في تعزيز الميزة التنافسية.
٣. يستمد البحث أهميته عبر النتائج التي تم التوصل اليها بتحديد طبيعة العلاقة والتأثير مابين الذكاء العاطفي والميزة التنافسية ومدى الافادة منها.
٤. اختبار العلاقة والتأثير مابين ادارة الجودة الشاملة والميزة التنافسية بتوسيط الذكاء العاطفي.

ثالثاً: اهداف البحث

١. التعرف على مستوى العلاقة والتأثير بين ادارة الجودة الشاملة والذكاء العاطفي.
٢. التعرف على مدى تطبيق ادارة الجودة الشاملة والميزة التنافسية في المنظمة المبحوثة.
٣. التعرف على العلاقة والتأثير بين الذكاء العاطفي والميزة التنافسية في المنظمة المبحوثة.
٤. معرفة العلاقة والاثار الموجودة مابين ادارة الجودة الشاملة والميزة التنافسية بتوسيط الذكاء العاطفي.

رابعاً: المخطط الفرضي للبحث

يوضح الشكل (١) المخطط الفرضي للبحث للعلاقة ما بين متغيرات الثلاثة.



الشكل (١): الانموذج الفرضي للدراسة
المصدر: اعداد الباحث

خامساً: فرضيات البحث

يتضح مما سبق مخطط البحث الفرضي بوجود اربع فرضيات رئيسية هي :

الفرضية الرئيسية الاولى (H: 1)

يوجد تأثير ذو دلالة معنوية لإدارة الجودة الشاملة في الذكاء العاطفي اجمالاً وعلى مستوى الابعاد في شركة الزوراء العامة.

الفرضية الرئيسية الثانية (H: 2)

يوجد تأثير ذو دلالة معنوية لإدارة الجودة الشاملة في الميزة التنافسية اجمالاً وعلى مستوى الابعاد في شركة الزوراء العامة.

الفرضية الرئيسية الثالثة (H:3)

يوجد تأثير ذو دلالة معنوية للذكاء العاطفي في الميزة التنافسية اجمالاً وعلى مستوى الابعاد في شركة الزوراء العامة.

الفرضية الرئيسية الرابعة (H: 4)

يوجد تأثير ذو دلالة معنوية لا دارة الجودة الشاملة في الميزة التنافسية بتوسيط الذكاء العاطفي في شركة الزوراء العامة.

سادساً: مصادر جمع البيانات والمعلومات

اعتمد الباحث في الجانب النظري على ما تيسر من مصادر اجنبية وعربية المتمثلة بالكتب والاطاريح والرسائل والمجلات العلمية، اما الجانب الميداني تم اعتماد على الاستبانة كأداة رئيسية في جمع البيانات والمعلومات.

الجدول (١): وصف محتوى الاستبانة للمتغيرات الرئيسية

ت	المتغيرات	الابعاد	الفقرات	المصدر
١	ادارة الجودة الشاملة	التزام الادارة العليا	١٢-١	(البوشي ، ٢٠٢٥)
		التركيز على الزبون		
		التحسين المستمر		
٢	الذكاء العاطفي	الوعي بالذات	١٦-١٣	(صالح وداود ، ٢٠١١)
		ادارة العواطف	٢٠-١٧	
		التعاطف	٢٤-٢١	
		المهارات الاجتماعية	٢٨-٢٥	
٣	الميزة التنافسية	التكلفة	٣٢-٢٩	(الكيموي ودوش ، ٢٠٢٤)
		الجودة	٣٦-٣٣	
		الوقت	٤٠-٣٧	
		المرونة	٤٤-٤١	

المصدر: اعداد الباحث

ثامناً: مجتمع وعينة البحث

تمثل مجتمع البحث مستويات ادارية مختلفة من مدرء الشعب والوحدات والموظفين في شركة الزوراء العامة / المقر البالغ عددهم (١٣٥) فرداً، اذ تم اختيار الشركة باعتبارها الموقع المناسب لتطبيق البحث فضلاً عن انها تمثل احدى المنظمات الصناعية الرائدة

في الصناعات الكهربائية وانسجامها مع متغيرات البحث الثلاثة، تم توزيع الاستبانة على (١٠٠) فرداً وتم استرجاع (٩٠) استبانة صالحة للتحليل الاحصائي.

تاسعاً: حدود البحث

الحدود المكانية: في شركة الزوراء العامة.
الحدود الزمانية: تمثلت بالفترة الزمنية من تاريخ ٢٠٢٥/٢/٤ ولغاية ٢٠٢٥/٧/١
الحدود البشرية: موظفي شركة الزوراء العامة / المقر.

المبحث الثاني: الدراسات السابقة

يتلخص المبحث الثاني الدراسات السابقة بمتغيرات البحث الثلاثة (ادارة الجودة الشاملة، الذكاء العاطفي، الميزة التنافسية) وكما موضوع في الجدول رقم ٢

جدول (٢): الدراسات السابقة

١- الباحث والسنة	(حسن ، ٢٠١٧)
عنوان الدراسة	أثر ممارسات إدارة الجودة الشاملة في تحقيق الميزة التنافسية : دراسة ميدانية في شركات الأدوية الأردنية حسب حجم الشركات The Impact of Total Quality Management Practices on Achieving Competitive Advantage: A Field Study in Jordanian Pharmaceutical Companies According to Firms' Size
هدف الدراسة	كشف عن أثر ممارسات إدارة الجودة الشاملة في تحقيق الميزة التنافسية في شركات الأدوية الأردنية حسب حجم الشركات
مجال تطبيق الدراسة	الصحة
منهج /ادوات الدراسة	وصفي (تحليلي) / استبانة
مجتمع وعينة الدراسة	جميع الموظفين في شركات الادوية الاردنية في دوائر والبالغ عددهم (١٣٥٠) ، اما عينة البحث كانت قصدية والبالغ عددهم (٣٠٠)
اهم النتائج	وبرزت النتائج بوجود أثر ممارسات إدارة الجودة الشاملة في تحقيق الميزة التنافسية في شركات الأدوية الأردنية حسب حجم الشركات .
٢- الباحث والسنة	(حسن وابراهيم ، ٢٠٢١)
عنوان الدراسة	دور إدارة الجودة الشاملة في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة :دراسة استطلاعية لآراء عينة من موظفي مديرية الاعداد والتدريب
هدف الدراسة	هدفت الدراسة الى معرفة ادارة الجودة الشاملة في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة للموظفين العاملين في مديرية الاعداد والتدريب
مجال تطبيق الدراسة	التربية
منهج /ادوات الدراسة	وصفي (تحليلي) / استبانة
مجتمع وعينة الدراسة	الموظفين العاملين في مديرية الاعداد والتدريب ، اما عينة العينة البحث شملت (٣٠) موظفا
اهم النتائج	وبرزت النتائج الى وجود تأثير لإدارة الجودة الشاملة في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة.
٣ - الباحث والسنة	(الكردي ، ٢٠١٦)
عنوان الدراسة	الذكاء العقلاني والعاطفي كمدخل لتعزيز الميزة التنافسية في الكليات التقنية في قطاع غزة The role of rational and emotional intelligence in enhancing the competitive advantage
هدف الدراسة	هدفت الدراسة إلى بيان العلاقة بين تطبيق (الذكاء العقلاني والعاطفي) معاً وتعزيز الميزة التنافسية (التميز، التكلفة، الإبداع) من وجهة نظر العاملين في الوظائف الإشرافية لدى الكليات التقنية في قطاع غزة.
مجال تطبيق الدراسة	التعليم
منهج /ادوات الدراسة	وصفي (تحليلي) / استبانة
مجتمع وعينة الدراسة	وبلغ مجتمع الدراسة الكليات التقنية في قطاع غزة ، اما عينة البحث شملت (١٠٠) موظف من العاملين في الوظائف الإشرافية في ٥ كليات تقنية
اهم النتائج	عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات آراء المبحوثين حول الذكاء العقلاني والعاطفي معاً وتعزيز الميزة التنافسية تعزى إلى الصفات الشخصية والوظيفية (المؤهل العلمي، المسمى الوظيفي) .

المبحث الثالث: الإطار النظري

أولاً: ادارة الجودة الشاملة

١. مفهوم ادارة الجودة الشاملة: تمثل فلسفة ادارية قائمة على مجموعة من الممارسات المتمثلة بالتزام الادارة العليا في دعم تطبيق الجودة الشاملة في المنظمة، فضلاً عن العمل على التحسين المستمر بشكل يعكس تلبية متطلبات الزبون بمنتجات متميزة بجودتها العالية من اجل ارضائهم متطابقة مع توقعاتهم واحتياجاتهم لتحقيق السعادة لهم (زرافيلي وزرافيلي ، ٢٠٢١ ، ٥٣٧). اذ تعد إدارة الجودة الشاملة من الأساليب الحديثة في أداء الأعمال وأدارتها بطريقة متطورة مع فهم جديد يفوق الأساليب الإدارية التقليدية، فضلاً عن التركيز على تلبية متطلبات وتوقعات الزون سواء كان الزون داخل أو خارج المنظمة، لكي يتمكن من معرفة متطلباتهم واحتياجاتهم والعمل على تلبيتها والقيام بأدائها بالشكل الصحيح والمطلوب عبر التحسين والتطوير المستمرين لها ، لتصل الي مستويات اعلى في الاداء والالتقان المنشود (الحجران ، ٢٠٢٢ ، ٤٠٧) .

٢. أهداف إدارة الجودة الشاملة

لادارة الجودة الشاملة اهداف متعددة من شأنها المساهمة في الارتقاء بأداء المنظمة وتطلعاتها وكما مبين في الاتي (ابريهي وحسن ،٢٠١١، ٢٠١٨)

أ- الترشيح في الاتفاق بشكل يجعل الكلفة محورا لكل عمل داخل المنظمة.
ب- امداد الموظفين بالنظم والاجراءات التي تضمن لهم سير العمل بالكفاءة المطلوبة ، مع تحفيز هم على ادائه بطريقة سلسة وزيادة في الانتاجية .

ت- الوصول الى التميز عبر بناء عناصر للميزة التنافسية، أي التطور والتوقع المستمر للتغير والانسجام مع رغبات الزبون .
ث- السعي المستمر الى تخفيض كلف المنتج عبر عمليات تحسين الجودة وتقليل العيوب في العمليات و المنتجات تامة الصنع.
ج- رفع كفاء الاداء وزيادة معدلاته مما ينعكس بالإيجاب على تقليل التالف وتخفيض فترات التوقف والعطلات اثناء العملية الانتاجية.

بينما يرى (المحتسب ،٢٠٢٤، ١٩) اهداف ادارة الجودة الشاملة تتجلى بالاتي :

أ- إتقان العمل والجودة هما مبدأ إسلامي و وطني ومطلب وظيفي للتميز في العمل .
ب- التركيز على الموظفين وتنمية روح فريق العمل لإنجاز العمل على بافضل وجه .
ت- عمل الشيء الصحيح من المرة الأولى والتحسين عليها في كل مرة .
ث- تحسين اجراءات العمل والقوانين والأنظمة الإدارية والتوجيهية .
ج- تنفيذ البرامج التدريبية بشكل دوري وتكون مبنية على اساس الجودة في جميع مكونات العمل من مدخلات وعمليات ومخرجات.

٣- ابعاد ادارة الجودة الشاملة : هناك اراء ووجهات نظر متعددة حول ابعاد ادارة الجودة الشاملة في جدول رقم (٣) ، اذ تم تصنيفها على وفق دراسات الباحثين كما مبين في الجدول الاتي :

جدول رقم (٣): ابعاد ادارة الجودة الشاملة

ت	الباحث	سنة	صفحة	القطاع المستهدف	التزام الادارة العليا	التركيز على الزبون	عمليات التحسين	مشاركة العاملين في التحسين المستمر	اتخاذ القرارات	العمل الجماعي	ادارة وتنمية الموارد البشرية
١	عبد اللطيف وشكيب	٢٠٢٤	٢٠	صناعي	*	*	*	*			
٢	نائلة وسميحة	٢٠٢٣	٣١	مصرفي	*	*	*	*	*		
٣	بلوشي	٢٠٢٥	٦٩	تربية	*	*	*	*			
٤	داوود وسلمان	٢٠١٦	١٦٩	صناعي	*	*	*	*	*		
٥	السباعوي والعزاوي	٢٠١٩	٢١٠	صناعي	*	*	*	*	*		
٦	داوود واخرون	٢٠١٧	٦٩	مصرفي	*	*	*	*			
٧	علي واسماعيل	٢٠٢١	٣٩٢	التعليم	*	*	*	*			
٨	عبد المعبود	٢٠٢٤	٤٠٠	صناعي	*	*	*	*			
٩	المحتسب	٢٠٢٤	٢١	خدمي	*	*	*	*			
١٠	حبيلس وخلفون	٢٠٢٤	١٠	خدمي	*	*	*	*	*	*	*
المجموع											
١٠ ١٠ ٣ ٨ ١ ٣ ١											

المصدر: اعداد الباحث

يوضح الجدول رقم (٣) الدراسة لاجلب الباحثين والبالغة عددهم (١٠) ، اذ تتضمن الاهمية للأبعاد الثلاثة والاعلى من مجموع الابعاد , وحصلت الابعاد التزام الادارة العليا على مجموع (١٠) والتركيز على الزبون على مجموع (١٠) والتحسين المستمر على مجموع (١٠) دراسة لكل منهم من المجموع الكلي. ولأهمية الابعاد الثلاثة داخل شركة الزوراء واعتمادها من قبل اغلب المنظمات لملائمة تطبيقها في المنظمات الصناعية وتكامل وانسجام ما بين الابعاد واتفاقاً مع آراء الباحثين اعتمدت الابعاد الثلاثة الاعلى في الجدول رقم (٣) في المجتمع المختار.

أ- التزام الادارة العليا : تعد من أهم المتطلبات لادارة الجودة الشاملة كون الموظف يتلقى منهم التوجيهات والاورام والذي من شأنها تؤدي الى زيادة الانتاجية وتحسين الاداء ، كما يقع على عاتق الإدارة العليا القيام بدور القائد والإشراف على الاداء العام للمنظمة فضلاً عن بناء ثقافة تنظيمية لتحقيق الأهداف المخطط لها (حسن ، ٢٠١٥ ، ١٥) . كما يتطلب تطبيق ادارة الجودة الشاملة الالتزام الكامل من قبل ادارة المنظمة والموظفين بمفهوم واهداف واهمية ادارة الجودة الشاملة ، باعتبار هذا الالتزام من المتطلبات الرئيسية لنجاح تطبيق ادارة الجودة الشاملة في المنظمات الصناعية ، كون الجودة لم يعد جانب يبحثون عنه في المنتج وانما فلسفة ينبغي ترسيخها في عقول الموظفين مع وضعها ضمن مسؤولياتهم والتدريب عليها ويؤمنون فيها بما فيهم الادارة العليا و الادارات التنفيذية (داود وسلمان ، ٢٠١٦ ، ١٥٣).

ب- التركيز على الزبون : ويقصد بها التركيز على الزبون الداخلي والخارجي كون مستوى الجودة يتوقف على اداء الموظفين داخل العمل (شاكر و ابراهيم ، ٢٠٢١ ، ٢٩٤)، وهي مجموعة من الاستراتيجيات والاجراءات التي تتخذها المنظمة بهدف تلبية

متطلبات الزبون والاحتفاظ بهم والتعرف على احتياجاتهم وتصوراتهم والعمل على توفيرها بأسرع وقت وأقل تكلفة وبجودة عالية (حسن ، ٢٠١٥ ، ١٥)

ت- **التحسين المستمر:** تسعى المنظمات الصناعية التي ترغب بمواكبة التطور الصناعي الى تحسين ادائها وانشطتها الادارية والعملياتية بشكل مستمر لغرض تقديم منتجات ذات جودة عالية ترضي الزبون، لذلك يتوجب على ادارة المنظمة بمعية الموظفين كافة العمل وبشكل منهجي على تحسين ادائها بما ينسجم مع اهداف وتطلعات المنظمة (العزاوي ، ٢٠١٨ ، ٢٠١٤). وتنصب فلسفة التحسين المستمر في جعل مظهر العمليات الانتاجية متطورا وبدقة عالية وضمن واجبات الموظفين المسؤولين عنها ، ومعرفة كافة التغيرات الذي تحصل في العمل، مع جعل هذه الفلسفة اساساً لتطوير المنتجات والخدمات بجودة عالية مع منع العيوب قبل كشفها في المنتج لكي تقدم بشكل يرضي الزبون (داود وسلمان ، ٢٠١٦ ، ١٥٤).

ثانياً: الذكاء العاطفي

١- مفهوم الذكاء العاطفي:

يلعب الذكاء العاطفي دوراً مهماً في نجاح مكان العمل ، غير ممارسته من قبل جميع الاطراف لمواجهة تحديات الاعمال التنافسية والعولمة ، لذا فان الذكاء العاطفي هو قدرة الموظف على ادارة عواطفه والتحكم فيها، مع امكانية اقامة علاقة انسانية والذي تؤدي دورها الى تحقيق اهداف مشتركة (احمد ، ٢٠٢٣ ، ١٦٩). هو تنظيم العواطف والإجهاذ والتعبير عن العواطف بشكل فاعل ، فضلاً عن استعمال العواطف بمهارة بغية اعلام التفكير وقراءة العواطف بشكل مؤثر في الآخرين ، فضلاً عن انه يمتلك القدرة على الإدراك بدقة مع التقويم والتعبير عن العواطف والوصول الى المعرفة العاطفية ، ويعد الاستعداد العاطفي مهم للموظفين لمواجهة اعباء الحياة واقامة جسور في العلاقات الاجتماعية (عبدالله وشريف ، ٢٠٢٣ ، ٢٩٠). وهو مجموعة من المهارات العاطفية التي تمكن المدراء من تحقيق أهداف المنظمات بتحسين وزيادة الانتاجية (الكردي ، ٢٠١٦ ، ١٥).

٢- اهمية الذكاء العاطفي

يتجلى اهمية الذكاء العاطفي بالاتي (شنته ، ٢٠٢٥ ، ١٣٠٠)

- أ- يتميز الموظفين ذو الذكاء العاطفي بفهم افضل للمعلومات مما يمكنهم من اتخاذ قرارات رشيدة بشكل اكثر فاعلية.
- ب- يعزز من قدرة الموظفين على توصيل المعلومات بوضوح في العمل.
- ت- تتميز المنظمات ذات الذكاء العاطفي بالشفافية والشمولية في العمل.
- ث- المستثمرين الذين يتمتعون بالذكاء العاطفي قادرين على تقييم المحتوى العاطفي للمعلومات الادارية في العمل.

في حين ذكر (العيساوي ، ٢٠٢٢، ٢١٦) ان الذكاء العاطفي لها اهمية مؤثرة وايجابية على المنظمة وكما يلي:

- أ- يساعد على تكوين علاقات جيدة بين الموظفين مما ينعكس بالإيجاب على الاداء.
- ب- يساهم في التحكم في النفس والعزل بين المشكلات الشخصية والاعمال المطلوبة منه في العمل.
- ت- القدرة على تحفيز النفس وتحفيز الآخرين مما يزيد من قدرة التركيز على الاهداف.
- ث- يؤثر الذكاء العاطفي على المجاميع والافراد في تحسين وزيادة الانتاجية.

٣- ابعاد الذكاء العاطفي:

هناك اراء ووجهات نظر متعددة حول ابعاد الذكاء العاطفي في جدول رقم (٤)، اذ تم تصنيفها على وفق دراسات الباحثين كما مبين في الجدول الاتي:

جدول رقم (٤): ابعاد الذكاء العاطفي

ت	الباحث	سنة	صفحة	القطاع المستهدف	الذكاء العاطفي	التعاطف	الاجتماعية	الوعي
١	صالح & داود	٢٠١١	٣٥٨	التربية	*	*	*	*
٢	ولي واخرون	٢٠١٨	١٨٦	التربية	*	*	*	*
٣	الايبرو ، عبدالله	٢٠١٦	١٧٩	خدمي	*	*	*	*
٤	عجيل	٢٠١٨	١٨١	صناعي	*	*	*	*
٥	احمد	٢٠٢٣	١٦٩	التعليم	*	*	*	*
٦	مرزوك واخرون	٢٠٢٠	٣٤٠	المصرفي	*	*	*	*
٧	العيساوي	٢٠٢٢	٢١٧	صناعي	*	*	*	*
٨	ناصر	٢٠٢٥	٦٩٠	خدمي	*	*	*	*
٩	عويس ، حوامدة	٢٠٢٤	٢٦٥	التربية	*	*	*	*
١٠	هيبه ، عبدالعزيز	٢٠٢٤	٦٥	التربية	*	*	*	*
١١	عطوي ، حامي	٢٠٢٢	١٨	التربية	*	*	*	*
المجموع					١١	٩	٤	١٠
							٨	٢

المصدر: اعداد الباحث

يوضح الجدول رقم (٤) الدراسة لأغلب الباحثين والبالغة عددهم (١١) ، إذ تتضمن الأهمية للأبعاد الأربعة والأعلى من مجموع الأبعاد ، وحصلت الأبعاد الوعي بالذات على مجموع (١١) وإدارة العواطف على مجموع (٩) والتعاطف على مجموع (١٠) والمهارات الاجتماعية على مجموع (٨) دراسة لكل منهم من المجموع الكلي، ولأهمية الأبعاد الأربعة داخل شركة الزوراء واعتمادها من قبل أغلب المنظمات لملائمة تطبيقها في المنظمات الصناعية ولتكمال وانسجام ما بين الأبعاد واتفاقاً مع آراء الباحثين اعتمدت الأبعاد الأربعة الأعلى في الجدول رقم (٤) في المجتمع المختار.

أ- **الوعي بالذات:** هو امتلاك الموظف المشاعر والعواطف الخاصة به، وتقويم نفسه بشكل دقيق مع تواجد الثقة الجيدة بالنفس (احمد ، ٢٠٢٣ ، ١٧١) . ان وجود الوعي الذاتي للموظف بشكل مرتفع يتيح له التعرف على نقاط قوته وضعفه وقيمه ودوافعه مما يسهل قياس حالته المزاجية بشكل دقيق وحسني يفهم كيف يؤثر في الآخرين بغية انشاء ردود فعل جيدة، والعمل على تحسينها باستمرار، والقدرة على اتخاذ القرارات السليمة في ظل شكوك وضغوط العمل المرتفعة (الابرو ، عبد الله ، ٢٠١٦ ، ١٧٨).

ب- **إدارة العواطف:** تعني إدارة المنظمة لانفعالاتهم وعواطفهم بشكل يساهم في القدرة ويحفزهم ولا يعوقهم بتأجيل اشياء الحاجات الى وقت معين (مرزوك وآخرون ، ٢٠٢٠ ، ٣٤٠) . ويرى (صالح وداود ، ٢٠١١ ، ٣٥٧) تعني المقدرة على ضبط العواطف بالنفس وبالأخرين بالشكل الذي يسمح بالتكيف الفعال مع الموظفين والذي يتم عبر الاتي:

١. الانفتاح وتقبل للعواطف السارة والغير سارة.

٢. اخفاء العواطف عندما لا يكون الوقت مناسب لاظهارها.

٣. ضبط العواطف بشكل لا يؤثر سلباً على التفكير.

ت- **التعاطف:** تعني القدرة على فهم عواطف ومشاعر الآخرين وكيفية التعامل معهم فيما يخص ردود افعالهم العاطفية، فضلاً عن قراءة عواطف الآخرين من تعابيرهم واصواتهم ووجوههم والاستجابة لها، إذا يعمل التعاطف على تطوير العلاقات ما بين الموظفين في المنظمة مما يزيد من فاعلية وكفاءة العمل (ولي وآخرون ، ٢٠١٨ ، ١٩٠) . وهي القدرة على فهم العواطف والمشاعر والحالات النفسية التي يمر بها زملائهم في العمل، أو فهم الشخص للمواقف التي تحصل مع الناس عبر لغة الجسد أو التعبيرات التي تظهر في وجوههم (شيرواني ، ٢٠٢٣ ، ٢٧٧).

ث- **المهارات الاجتماعية:** بناء العلاقات الاجتماعية صحيحة ومستدامة عبر التواصل والتعاون الفعال داخل المنظمة (ناصر ، ٢٠٢٥ ، ٦٩١) . وهي قابلية الموظفين على تحمل العمل وضبط النفس، إذا ان الموظفين الذين يتمتعون بالمهارات الاجتماعية تكون لديهم القدرة الجيدة في إدارة التغيير وحل المشكلات بالطرق الدبلوماسية، ومن ضمن المهارات هي (عجيل ، ٢٠١٨ ، ١٨٨):

١. المهارة في تكون علاقات اجتماعية مع زملائهم

٢. اداء الادوار القيادية في تكوين العلاقات الاجتماعية

٣. العمل مع الفريق كوحدة متجانسة

٤. إدارة الازمات والصراعات في الوقت المناسب

٥. تقبل التغيرات التي تحدث في المجتمعات والظروف البيئية.

ثالثاً: الميزة التنافسية

١- **مفهوم الميزة التنافسية:** تعد الميزة التنافسية الوجه الآخر للاتقان والدقة في وضع حزمة من السمات المنفردة للمزايا الجوهرية والوحدات الاقتصادية في الانتاج، أي كيفية نجاح الوحدة الاقتصادية في منافستها مع الوحدات الأخرى، فضلاً عن قدرتها على تطوير واكتساب حزمة من السمات التي تمكنها بالتفوق على منافسيها في سوق العمل (الشمري والغريبان ، ٢٠٢٤ ، ٢٦١) . تعني المميزات المستدامة القدرة التنافسية للمنظمة لتدوم وقتاً طويلاً، فضلاً عن ذلك لكي ينتج عن مورد المنظمة ميزة تنافسية مستدامة ينبغي أن يكون المورد فريداً، ويزيد من قيمة المنظمة وغير قابل للتقليد وبخلاف ذلك يمكن استبداله بسهولة من قبل المنظمات المنافسة الأخرى، ومن أجل تحقيق الميزة التنافسية فإن وجود الموارد القيمة والنادرة ضرورية للمحافظة على قوتها في السوق المنافس (مطجعر والعيود ، ٢٠٢٣ ، ٥١٣).

٢- **أهمية الميزة التنافسية:** يمكن لجميع المنظمات الصناعية أن تكتسب الميزة التنافسية طويلة الأجل عبر العمل بتكلفة أقل من منافسيها للمنتجات المماثلة، ومن ناحية آخر يتطلب من المنظمة ان تمتلك ميزة غير سعرية تميزها عن منافسيها، إذ أن في أعقاب التغيرات البيئية التي تحدث للحفاظ على حصتها السوقية والازدهار في سوق العمل، تميل المنظمات الصناعية الكبيرة بالحصول على ميزة تنافسية كبيرة في سوق العمل (اليوسفي وآخرون ، ٢٠٢٤ ، ٢٣) .

اذ تتجلى أهمية الميزة التنافسية باعتبارها احد نقاط القوة التي تمتلكها الوحدة الاقتصادية ويمكن تلخيص ذلك بالآتي (الكواز والعواد ، ٢٠٢٤ ، ٣٤٥):

أ- تعد مؤشر ايجابي للوحدة الاقتصادية عبر مساحة وقيمة حصتها السوقية والتفوق على المنافسين.

ب- تعد سلاحاً تنافسياً لمواجهة الظروف والتحديات في السوق.

ت- بت- تساعد الوحدة الاقتصادية في استثمار فرص العمل المتاحة مع التوسع بالأسواق بشكل يفوق المنافسين في التصميم وعمليات الأبداع والإنتاج بأفضل الطرق.

ث- تساعد الوحدة الاقتصادية في صياغة ووضع الاسعار المناسبة.

ج- تساعد الوحدة الاقتصادية في تطوير ويجاد مزايا تنافسية يصعب نسخها وتقليدها وتتميز بها على المنافسين.

٣- **أبعاد الميزة التنافسية:** هناك آراء ووجهات نظر متعددة حول أبعاد الميزة التنافسية في جدول رقم (٥)، إذ تم تصنيفها على وفق دراسات الباحثين كما مبين في الجدول الآتي :

جدول (٥): ابعاد الميزة التنافسية

ت	الباحث	سنة	صفحة	القطاع المستهدف	التكلفة	الجودة	الوقت	المرونة	الإبداع	خدمة الزبائن	تكنولوجيا	الكفاءة	الجاهزية	المقدرات	الأهمية بالبيئة
١	الكواز ، العواد	٢٠٢٤	٣٤٨	صناعي	*	*	*	*							
٢	الاسدي	٢٠٢٤	٢١	خدمي	*	*	*		*	*					
٣	شكور، درويش	٢٠٢٤	١٨٨	خدمي	*	*		*			*				
٤	دخيل واخرون	٢٠٢٤	٤٣٨	خدمي	*	*	*		*			*			
٥	مطجعر ، العويد	٢٠٢٤	٥١٤	صناعي	*	*		*			*		*		
٦	الشمري، الغربان	٢٠٢٤	٢٦٢	التعليم	*	*		*	*						
٧	حسن، سرور	٢٠٢٤	١٤٢	صناعي	*	*		*	*				*		
٨	دوحان واخرون	٢٠٢٤	٣٥	مصرفي	*	*	*	*							
٩	اليوسفي واخرون	٢٠٢٤	٢١	صناعي	*			*				*			
١٠	الجنابي واخرون	٢٠٢٤	١٧٥	مصرفي	*	*	*	*							
المجموع															
					٩	٩	٥	٧	٤	١	٢	٢	١	١	١

المصدر: اعداد الباحث

يوضح الجدول رقم (٥) الدراسة لأغلب الباحثين والبالغة عددهم (١٠)، إذ تتضمن الأهمية للأبعاد الأربعة والاعلى من مجموع الأبعاد، وحصلت الأبعاد التكلفة على مجموع (٩) الجودة على مجموع (٩) والوقت على مجموع (٥) والمرونة على مجموع (٧) دراسة لكل منهم من المجموع الكلي، ولأهمية الأبعاد الأربعة داخل شركة الزوراء واعتمادها من قبل أغلب المنظمات لملائمة تطبيقها في المنظمات الصناعية ولتكمال وانسجام ما بين الأبعاد ووفقاً مع آراء الباحثين اعتمدت الأبعاد الأربعة الأعلى في الجدول رقم (٥) في المجتمع المختار.

أ- **التكلفة:** يعد البعد التنافسي للمنظمة والاكثر شيوعاً هو خفض التكاليف في استعمال الوحدات الانتاجية، إذ يركز الزبون على السعر والعوامل المؤدية الى خفض التكاليف، اذا غالباً ما تكون الوحدات الانتاجية ذات البعد التنافسي لها القدرة بالتحكم في السوق والتفوق على منافسيها (الشمري والغربان، ٢٠٢٤، ٢٦٢). ان خفض التكلفة للمنتج النهائي يغد من الأولويات التي تسعى إليها المنظمات الصناعية كونها تنعكس على السعر النهائي للمنتج أو الخدمة المقدمة للزبائن خاصة في الأسواق التنافسية بهدف تحقيق الميزة التنافسية ، إذ ينبغي على المنظمات الصناعية تحديد التكلفة للمواد الخام والعمالة من أجل تصميم نظام إنتاجي يساهم في تقليل التكلفة وحدة واحدة ، لكي تكون المنظمة قادرة على تحقيق الميزة التنافسية عبر خفض تكاليف أعمالها، وخلق قيمة مضافة مستوية مقارنة بالمنافسين (مطجعر والعويد ، ٢٠٢٤ . ٥١٤).

ب- **الجودة:** تستعمل الجودة كأداة تنافسية باعتبارها مدخل لتلبية وارضاء رغبات الزبائن ، إذ هي مجموعة من ميزات وخصائص المنتج و الخدمة التي تؤثر على قدرتها لتلبية الاحتياجات المحددة أو الضمنية ، كذلك يمكن للجودة أن تؤثر بشكل كبير في نجاح الأعمال لتخفيض التكلفة والوقت لا نتاج المنتج (الكواز والعواد ، ٢٠٢٤ ، ٣٤٨).ويمكن تحقيقها عبر إضافة سمات فريدة للمنتج الي تقدمها المنظمة سواء كانت سلعة أو خدمة لتعزيز جاذبيتها التنافسية ، كذلك تحقيق الجودة يتم عبر تصميم المنتج للتكيف مع نوعيته ووظيفته ، إذ تتوقف على القدرة التنظيمية لتحويل المدخلات الى مطابقة المخرجات طبقاً لاحتياجات الزبون (دوحان واخرون ، ٢٠٢٤ ، ٥١).

ت- **الوقت:** يؤدي الوقت القصير في دورة حياة المنتج الى زيادة تسريع عمليات التطوير للمنتج ، إذ كلما تزداد التطورات التكنولوجية زادت المخاطر والمصاريف ، إذ ان الحصول على منتج جديد يعطي للمنظمة ميزة تنافسية مستدامة في بيئة السوق المتغيرة ، والوقت له أسبقية تنافسية عبر ١- وقت التسليم السريع ٢- التسليم في الوقت المحدد ٣- سرعة التطوير (صغير والحلاوي ، ٢٠٢٤ ، ٩٢). ويعرف بأنه قدرة المنظمة الصناعية على تقليل الوقت الخاص بتسليم المنتج عبر الفرق بين تلقي طلبية الزبائن وتلبيتها ، ويعبر عنها ايضاً باعتمادية التسليم ، كذلك يقصد بها مدى التزام المنظمة بمواعيد التسليم المتفق عليها مع الزبائن وسرعة الاستجابة والتطوير، إذ تحسب من بداية الفكرة الخاصة بالمنتج وحتى تحقيق التصميم النهائي والإنتاج (الكيموي ، دوش ، ٢٠٢٤ ، ٥١).

ث- **المرونة:** ظهرت أهمية المرونة بعد التطور والإبداع التكنولوجي، لذلك هي حالة جديدة أفرزتها المتغيرات البيئية وعكستها تعقيدات الحياة ، وأصبحت الجودة والكلفة أبعاداً تقليدية اي قدرة المنظمة على تقديم مستويات متنوعة بالسوق المستهدف ، وتأخذ المرونة مجالين أساسيين هما (١ - امكانية المنظمة مواكبة التطورات في مجال التكنولوجيا والتصميم للمنتجات وفق رغبات الزبون ، ٢ - قدرة المنظمة الاستجابة للتغير في زيادة الإنتاج او نقصانه وفق مستويات الطلب (الجنابي اخرون ، ١٧٥).

وللمرونة القدرة على التكيف مع المتغيرات في حجم الإنتاج ومزيج المنتج أو تصميم، أي لها القدرة لإنتاج مجموعة واسعة من المنتجات بغية تقديم منتجات جديدة والتعديل للمنتجات الحالية والاستجابة لاحتياجات الزبون بالسرعة الممكنة مع تحقيق المرونة وزيادة في قدرة العمليات (اليوسفي واخرون ، ٢٠٢٤ ، ٢٤).

المبحث الرابع: الجانب العملي للبحث

أولاً: تحليل فقرات المتغير المستقل إدارة الجودة الشاملة:

تم قياس هذا المتغير من خلال ثلاث أبعاد وهي (التزام الادارة العليا ، التركيز على الزبون ، التحسين المستمر) كما موضوع في الجدول رقم (٦) ، وفيما يلي وصف للفقرات بالاعتماد على إجابات عينة البحث:

١- (البعد الاول): تم قياس هذا البعد من خلال الفقرات (١-٤) اذ حصلت الفقرة الثالثة (تدعم ادارة شركة الزوراء جميع مبادرات التحسين لاستراتيجيات ادارة الجودة الشاملة) على ادنى معامل اختلاف بلغ (٢٢,٥٩) ووسط حسابي (٣,٧٠) وبانحراف معياري بلغ (٠,٨٤) الذي يشير الى تجانس إجابات البيانات مع الدلالة على الاتفاق والاهتمام بهذه الفقرة مما انعكس بالإيجاب على اجاباتها ، بينما كان اعلى معامل اختلاف للفقرة الأولى بلغ (٤٩,٢٠) وبوسط حسابي (٣,٣٧) وانحراف معياري مرتفع بلغ (١,٦٦) وهذا يشير الى وجود اختلاف كبير بين المجيبين حول اهتمام الشركة بتوفير متطلبات تطبيق ادارة الجودة الشاملة .

٢- (البعد الثاني): تم قياس هذا البعد من خلال الفقرات (٥-٨) فأدنى معامل اختلاف كان للفقرة السابعة (تسعى الشركة لتصميم المنتجات بشكل يحقق رغبات الزبون) بلغ (١٩,٢٣) ووسط حسابي مرتفع (٤,٠٦) وبانحراف معياري متجانس (٠,٧٨) وهذا يدل على اتفاق اغلب الآراء وتجانس الاجابات لهذه الفقرة، بينما كان اعلى معامل اختلاف للفقرة السادسة (٢٥,٩٩) ووسط حسابي محايد بلغ (٣,٨٤) وبانحراف معياري بلغ (١) الذي يشير بعدم وجود اختلاف كبير بالآراء حول تلبية الشركة متطلبات الزبائن وبشكل مستمر .

٣- (البعد الثالث): تم قياس هذا البعد من خلال الفقرات (٩-١٢) اذ حصلت الفقرة الحادي عشر (تسعى شركة الزوراء الى تحقيق التحسين المستمر للأداء بشكل مستمر) على ادنى معامل اختلاف بلغ (٢٠,١٨) ووسط حسابي (٤,٠٩) وبانحراف معياري بلغ (٠,٨٣) الذي يشير الى تجانس الاجابات حول الفقرة ، بينما كان اعلى معامل اختلاف للفقرة العاشرة بلغ (٢٥,٠٨) وبوسط حسابي متفق بلغ (٤,٠٧) وبانحراف معياري بلغ (١,٠٢) الذي يشير بعدم وجود اختلاف كبير بالآراء حول (تعتبر شركة الزوراء ان التحسين المستمر مسؤولية الجميع في مختلف المستويات الإدارية) .

جدول (٦): تحليل فقرات المتغير المستقل إدارة الجودة الشاملة

ت	أ. التزام الادارة العليا	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف
١	تهتم ادارة شركة الزوراء بتوفير المتطلبات الخاصة بتطبيق استراتيجيات ادارة الجودة الشاملة في العمل	٣,٣٧	١,٦٦	٤٩,٢٠
٢	تساهم ادارة شركة الزوراء في إيجاد الحلول للمشكلات التي تواجهها في مختلف الاقسام	٣,١٤	١,٣٠	٤١,٢١
٣	تدعم ادارة شركة الزوراء جميع مبادرات التحسين لاستراتيجيات ادارة الجودة الشاملة	٣,٧٠	٠,٨٤	٢٢,٥٩
٤	تحرص ادارة شركة ان تكون الخدمات المقدمة الى الزبون ذات جودة عالية	٣,٨٤	١,٠١	٢٦,٢٧
ب- التركيز على الزبون				
ت	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	
٥	تطور شركة الزوراء جودة الخدمات والمنتجات بالاستفادة من نتائج التقييم	٣,٧٨	٠,٨٣	٢١,٨٩
٦	تقوم الشركة بتلبية متطلبات الزبائن وبشكل مستمر	٣,٨٤	١	٢٥,٩٩
٧	تسعى الشركة لتصميم المنتجات بشكل يحقق رغبات الزبون	٤,٠٦	٠,٧٨	١٩,٢٣
٨	تعمل الشركة استطلاع دوري لمعرفة مدى رضا الزبائن عن الخدمات المقدمة لهم	٣,٦٦	٠,٩٠	٢٤,٥٢
ج - التحسين المستمر				
ت	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	
٩	تستعمل الشركة تكنولوجيا حديثة في تطبيق استراتيجية الجودة الشاملة	٣,٩٨	٠,٩٣	٢٣,٤٠
١٠	تعتبر شركة الزوراء ان التحسين المستمر مسؤولية الجميع في مختلف المستويات الإدارية	٤,٠٧	١,٠٢	٢٥,٠٨
١١	تسعى شركة الزوراء الى تحقيق التحسين المستمر للأداء بشكل مستمر	٤,٠٩	٠,٨٣	٢٠,١٨
١٢	تهتم شركة الزوراء بالمستجدات التقنية والتكنولوجية بغية تحسين المنتج	٣,٩١	٠,٩٠	٢٣,٠٧

ثانياً: تحليل فقرات المتغير الوسيط الذكاء العاطفي:

يشير الجدول (٧) الى قياس هذا المتغير من خلال أربعة أبعاد وهي (الوعي بالذات، إدارة العواطف، التعاطف، المهارات الاجتماعية)، وفيما يلي وصف لهذه الفقرات بالاستناد الى إجابات عينة البحث:

١- (الوعي بالذات): تم قياس البعد هذا من خلال الفقرات (١٣-١٦) اذ حصلت الفقرة الثالثة عشر على ادنى معامل اختلاف بلغ (١٧,٧٣) ووسط حسابي (٣,٨٤) وبانحراف معياري بلغ (٠,٦٨) الذي يؤكد تجانس إجابات عينة البحث والاتفاق على إدراك الهدف الذي يسعى اليه الموظف، بينما كان اعلى معامل اختلاف للفقرة الخامسة عشر بلغ (٢٩,٧١) وبوسط حسابي (٣,٣٢) وبانحراف معياري بلغ (٠,٩٩) وهذا يدل على اتفاق عالٍ بين المجيبين على قدرة الموظف المقدر لاتخاذ القرارات بنفسه.

٢- إدارة العواطف: تم قياس هذا البعد من خلال الفقرات (١٧-٢٠) اذ حصلت الفقرة السابعة عشر على ادنى معامل اختلاف بلغ (٢٣,١٠) واعلى وسط حسابي كان بمقدار (٣,٩٤) وبانحراف معياري بلغ (٠,٩١) مما يدل على تجانس اغلب الآراء بقدرة الموظف على التحكم بعواطفه لتحقيق ما يرغب به ، بينما حصلت الفقرة التاسعة عشر على معامل اختلاف بلغ (٢٨,٠٤)

وبانحراف معياري بلغ (١,٠٤) وبلغ الوسط الحسابي (٣,٧٠) وتشير هذه الفقرة الى وجود تباين في اجابات الافراد لكن ليس بشكل كبير حول الوعي بإظهار العواطف وفق متطلبات الموقف.

٣-التعاطف: تم قياس هذا البعد من خلال الفقرات (٢١-٢٤) فادنى معامل اختلاف كان للفقرة الثانية والعشرون بلغ (٢٢,٣١) ووسط حسابي مرتفع (٤,٠٣) وبانحراف معياري (٠,٩٠) ويشير ذلك الى التفاعل الايجابي للاستماع الى مشكلات زملاء العمل والسعي الى حلها، بينما كان اعلى معامل اختلاف للفقرة الرابعة والعشرون (٣٣,٢٠) ووسط حسابي محايد بلغ (٣,٣٨) وبانحراف معياري مرتفع بلغ (١,١٢) الذي يؤكد وجود تباين معتدل بالأراء حول استطاعة الموظف الشعور بالآلام زملائه في العمل.

٤-المهارات الاجتماعية: تم قياس هذا البعد من خلال الفقرات (٢٥-٢٨) اذ حصلت الفقرة الثامنة والعشرون عشر على ادنى معامل اختلاف بلغ (٢٧,٨٤) ووسط حسابي (٣,٦٤) وبانحراف معياري بلغ (١,٠١) وهذا يشير الى اتفاق اغلب الآراء حول استطاعة الموظف إدارة الحوار مع زملائه في الشركة، بينما كان اعلى معامل اختلاف للفقرة الخامسة والعشرون بلغ (٣١,٤٨) وبوسط حسابي بلغ (٣,٤١) وبانحراف معياري بلغ (١,٠٧) مما يدل على وجود تباين معتدل حول استطاعة الموظف التأثير في زملائه.

جدول (٧): تحليل فقرات المتغير الوسيط الذكاء العاطفي

أ - الوعي بالذات			
الوعي بالذات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف
١٣ ادراك الهدف الذي اسعى اليه بكل وضوح	٣,٨٤	٠,٦٨	١٧,٧٣
١٤ التأمل الذاتي لتكون أكثر وضوحاً أمامي	٣,٤٢	٠,٩١	٢٦,٤٩
١٥ لدي القدرة على اتخاذ القرارات بذاتي	٣,٣٢	٠,٩٩	٢٩,٧١
١٦ لدي القدرة على تحديد أخطائي	٣,٨٨	٠,٩٢	٢٣,٦٤
ب - إدارة العواطف			
إدارة العواطف	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف
١٧ القدرة على التحكم بعواطف لتحقيق ما ارغب به	٣,٩٤	٠,٩١	٢٣,١٠
١٨ أتغلب على مشكلاتي دون انفعال	٣,٧٣	٠,٩٥	٢٥,٥١
١٩ أظهر عواطفى وفق متطلبات الموقف	٣,٧٠	١,٠٤	٢٨,٠٤
٢٠ التزم الهدوء عند أفعال زملائي	٣,٨٢	١,٠٢	٢٦,٦٢
ج - التعاطف			
التعاطف	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف
٢١ اتفهم عواطف زملائي وإن لم يفصحوا عنها	٣,٨٧	١,٠٢	٢٦,٤٩
٢٢ استمع إلى مشكلات زملائي واسعى الى حلها	٤,٠٣	٠,٩٠	٢٢,٣١
٢٣ تجنب ما يجرح شعور زملائي ويؤذيهم	٤,٠٨	٠,٩٦	٢٣,٤٧
٢٤ أستطيع الشعور بالآلام زملائي	٣,٣٨	١,١٢	٣٣,٢٠
د - المهارات الاجتماعية			
المهارات الاجتماعية	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف
٢٥ أستطيع التأثير في زملائي	٣,٤١	١,٠٧	٣١,٤٨
٢٦ أجد فن التعامل مع زملائي	٣,٧٦	١,١٣	٣٠,٠٥
٢٧ لدي القدرة على كسب ثقة زملائي	٣,٦٣	١,٠٧	٢٩,٤٣
٢٨ أستطيع إدارة الحوار مع زملائي	٣,٦٤	١,٠١	٢٧,٨٤

ثالثاً: تحليل فقرات المتغير التابع الميزة التنافسية:

تم قياس هذا المتغير من خلال اربعة ابعاد وهي (التكلفة، الجودة، الوقت، المرونة) في الجدول رقم (٨) ، وفيما يلي وصف للفقرات بالاعتماد على اجابات عينة البحث:

١- التكلفة: تم قياس البعد هذا من خلال الفقرات (٢٩-٣٢) اذ حصلت الفقرة الحادي والثلاثون على ادنى معامل اختلاف بلغ (٢٦,٣٥) ووسط حسابي (٣,٦٧) وبانحراف معياري بلغ (٠,٩٧) الذي يشير الى تجانس اجابات عينة البحث باهتمام الشركة بالبحث والتطوير لمواجهة تحديات المنافسين، بينما كان اعلى معامل اختلاف للفقرة الثانية والثلاثون بلغ (٣٦,٧٤) وبوسط حسابي (٣,٢٠) وبانحراف معياري مرتفع بلغ (١,١٨) وهذا يدل على الاختلاف في الآراء حول استعمال الشركة الترويج للخدمات عبر الرسائل النصية .

٢-الجودة: تم قياس هذا البعد من خلال الفقرات (٣٣-٣٦) اذ حصلت الفقرة الرابعة والثلاثون على ادنى معامل اختلاف بلغ (٢٧,٥٣) واعلى وسط حسابي كان بمقدار (٣,٥٦) وبانحراف معياري بلغ (٠,٩٨) والذي يشير الى تجانس الآراء حول تقديم الشركة خدمات جودتها بتفوق على جودة خدمات الشركات المنافسة وهذا ما اتفق عليه غالبية الآراء ، بينما حصلت الفقرة الثالثة والثلاثون اعلى معامل اختلاف بلغ (٣٣,٣٨) وبتشتت مرتفع بانحراف معياري بلغ (١,٢٣) وبلغ الوسط الحسابي (٣,٦٨) وتشير هذه الفقرة الى التباين الكبير في الآراء حول سعى الشركة الحصول على ولاء الزبائن عبر التحسين المستمر لجودة خدماتها.

٣-الوقت: تم قياس هذا البعد من خلال الفقرات (٣٧-٤٠) فادنى معامل اختلاف كان للفقرة أربعون بلغ (٢٦,٨٣) ووسط حسابي (٣,٦٨) وبانحراف معياري (٠,٩٩) ويشير ذلك الى اتفاق المجيبين ان الشركة تلبية الطلبات السريعة للزبائن ، بينما كان اعلى معامل اختلاف للفقرة الثامنة والثلاثون (٢٩,٢٤) ووسط حسابي محايد بلغ (٣,٣٦) وبانحراف معياري بلغ (٠,٩٨) الذي اتفق غالبية المجيبين بامتلاك الشركة القدرة على تقديم الخدمات للزبائن في وقت قصير.

٤-المرونة: تم قياس هذا البعد من خلال الفقرات (٤١-٤٤) اذ حصلت الفقرة الثالثة والاربعون على ادنى معامل اختلاف بلغ (٢٦,٤٥) ووسط حسابي (٣,٦٠) وبانحراف معياري بلغ (٠,٩٥) وهذا يدل الاتفاق غالبية اراء المجيبين حول امتلاك الشركة

الاستجابة السريعة للتغيرات المتنوعة في طلبات الزبون، بينما كان أعلى معامل اختلاف للفقرة الرابعة والاربعون بلغ (٣٤,٢٩) وبوسط حسابي بلغ (٣,٤٢) وبانحراف معياري مرتفع بلغ (١,١٧) مما يدل على التباين الكبير في الآراء حول تقديم الشركة خدمات متنوعة وفقاً لاحتياجات الزبائن ورغباتهم.

جدول (٨): تحليل فقرات المتغير التابع الميزة التنافسية

أ - التكلفة			
الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	
٣,٣٨	١,٠٧	٣١,٧٠	٢٩
تسعى الشركة دائماً الى تخفيض تكلفة الخدمة باستمرار.			
٣,٧٢	١,٠٤	٢٨,٠٤	٣٠
تهتم الإدارة بتقديم الخدمات للزبائن وبأسعار تنافسية مقارنة مع الشركات المنافسة			
٣,٦٧	٠,٩٧	٢٦,٣٥	٣١
اهتمام الشركة بالبحث والتطوير لمواجهة تحديات المنافسين			
٣,٢٠	١,١٨	٣٦,٧٤	٣٢
تستعمل الشركة الترويج للخدمات عبر الرسائل النصية			
ب - الجودة			
الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	
٣,٦٨	١,٢٣	٣٣,٣٨	٣٣
تسعى الشركة للحصول على ولاء الزبائن عبر التحسين المستمر لجودة خدماتها.			
٣,٥٦	٠,٩٨	٢٧,٥٣	٣٤
تقدم الشركة خدمات جودتها يتفوق على جودة خدمات الشركات المنافسة			
٣,٣٩	١,٠٧	٣١,٦٣	٣٥
تتبنى الشركة معايير خاصة بضمان الجودة بجميع الاقسام			
٣,٧٠	١,٢٣	٣٣,٣٣	٣٦
توفر الشركة وسائل الراحة للزبائن عند مراجعة الشركة، وعدم الانتظار لفترة طويلة للحصول على الخدمة			
ج - الوقت			
الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	
٣,٥٠	٠,٩٩	٢٨,٣٣	٣٧
التزام الشركة بالمواعيد المحددة عند تقديم الخدمة الى الزبائن			
٣,٣٦	٠,٩٨	٢٩,٢٤	٣٨
امتلاك الشركة القدرة على تقديم الخدمات للزبائن في وقت قصير			
٣,٤٩	٠,٩٥	٢٧,١١	٣٩
تجري في الشركة بين الحين والآخر دراسات خاصة لتطوير أداء العمل في تقديم الخدمات بأسلوب سريع ومميز			
٣,٦٨	٠,٩٩	٢٦,٨٣	٤٠
تلبية الطلبات السريعة للزبائن يسهم في تحقيق الميزة التنافسية			
د - المرونة			
الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	
٣,٣٤	٠,٩٨	٢٩,٢٨	٤١
تسعى الشركة الى جعل خدماتها ذات مرونة عالية.			
٣,٦٣	٠,٩٩	٢٧,٣٥	٤٢
تقدم الشركة خدماتها بما يتفق مع متطلبات الزبائن			
٣,٦٠	٠,٩٥	٢٦,٤٥	٤٣
امتلاك الشركة الاستجابة السريعة للتغيرات المتنوعة في طلبات الزبون			
٣,٤٢	١,١٧	٣٤,٢٩	٤٤
تقدم الشركة خدمات متنوعة وفقاً لاحتياجات الزبائن ورغباتهم.			

رابعاً: تحليل تأثير إدارة الجودة الشاملة على الذكاء العاطفي

يوضح الجدول (٩) نتائج تحليل تأثير إدارة الجودة الشاملة على الذكاء العاطفي باستخدام نموذج الانحدار الخطي البسيط فعلى مستوى الابعاد حقق بعد التحسين المستمر اكثر تأثير اذ بلغ معامل R2 الذي يعد مقياس وصفي يستخدم في تفسير معادلة الانحدار الذي يشير الى التباين الحاصل للذكاء العاطفي هو تباين مفسر بفعل التحسين المستمر بمقدار ١٤٪ اما النسبة المتبقية ٨٦٪ هو تباين مفسر من عوامل اخر لم تدخل في نموذج البحث، وبلغت F المحسوبة (١٤,٩٤٧) وهي اكبر من قيمة F الجدولية (3.94) وان قيمة a كانت (٢,٥٩٨) التي تشير الى وجود للذكاء العاطفي حتى وان كان بعد التحسين المستمر يساوي صفر ، اما قيمة b بلغت (٠,٢٧٩) التي تدل على زيادة وحدة واحدة في التحسين المستمر سيزيد بنفس المقدار بالذكاء العاطفي، بينما بعد التزام الادارة العليا لم يحقق تأثير لان sig بلغت (٠,٤٣٣) اكبر من مستوى المعنوية ٠,٠٥ اما بعد التركيز على الزبون فالأقل تأثير بمقدار (٠,٠٤٩) عند مستوى معنوية (٠,٠٣٧). اما على المستوى الإجمالي يتضح ان هنالك تأثير لإدارة الجودة الشاملة على الذكاء العاطفي اذ بلغت قيمة F المحسوبة (١١,٢٦٢) وهي اكبر من قيمة F الجدولية (3.94) وان قيمة a كانت (٢,١٩١) التي تشير الى وجود للذكاء العاطفي حتى وان كانت إدارة الجودة الشاملة تساوي صفر ، اما قيمة b بلغت (٠,٤٠٣) التي تدل على زيادة وحدة واحدة في التحسين المستمر سيزيد بنفس المقدار بالذكاء العاطفي وبلغ معامل R2 (٠,١١٣) الذي يشير الى التباين الحاصل في الذكاء العاطفي هو تباين مفسر بفعل إدارة الجودة الشاملة وفي ضوء هذه النتائج تقبل الفرضية الرئيسة الأولى والتي مفادها (يوجد تأثير ذو دلالة معنوية لإدارة الجودة الشاملة في الذكاء العاطفي اجمالاً وعلى مستوى الابعاد)

جدول (٩): تحليل تأثير إدارة الجودة على الذكاء العاطفي

المتغير المستقل	A	B	R2	قيمة F المحسوبة	Sig	المتغير التابع
التزام الادارة العليا	٣,٤٥٨	٠,٠٧٤	٠,٠٠٧	٠,٦١٩	٠,٤٣٣	الذكاء العاطفي
التركيز على الزبون	٢,٩٠٦	٠,٢١٢	٠,٠٤٩	٤,٤٩٥	٠,٠٣٧	
التحسين المستمر	٢,٥٩٨	٠,٢٧٩	٠,١٤٥	١٤,٩٤٧	٠,٠٠٠	
الاجمالي	٢,١٩١	٠,٤٠٣	٠,١١٣	١١,٢٦٢	٠,٠٠١	

خامساً: تحليل تأثير إدارة الجودة الشاملة على الميزة التنافسية

يوضح الجدول (١٠) نتائج تحليل تأثير إدارة الجودة الشاملة على الميزة التنافسية باستخدام نموذج الانحدار الخطي البسيط فعلى مستوى الأبعاد لم يحقق أي بعد تأثير بشكل منفرد على الميزة التنافسية بسبب ارتفاع مستوى المعنوية للأبعاد التزام الإدارة العليا والتركيز على الزبون والتحسين المستمر أكبر من (٠,٠٥). أما على المستوى الإجمالي يتضح ان هنالك تأثير بسيط لإدارة الجودة الشاملة على الميزة التنافسية إذ بلغت قيمة F المحسوبة (٤,٢٥٦) وهي أكبر من قيمة F الجدولية (3.94) وان قيمة a كانت (٢,٤٤٤) التي تشير الى وجود للميزة التنافسية حتى وان كانت إدارة الجودة الشاملة تساوي صفر ، اما قيمة b بلغت (٠,٢٨٤) التي تدل على زيادة وحدة واحدة في ادارة الجودة الشاملة سيزيد بنفس المقدار بالميزة التنافسية وبلغ معامل R2 (٠,٠٤٦) الذي يشير الى التباين الحاصل في الميزة التنافسية هو تباين مفسر بفعل إدارة الجودة الشاملة وفي ضوء هذه النتائج تقبل الفرضية الرئيسة الثانية والتي مفادها (يوجد تأثير ذو دلالة معنوية للإدارة الجودة الشاملة في الميزة التنافسية اجمالاً وعلى مستوى الأبعاد)

جدول (١٠): تحليل تأثير إدارة الجودة الشاملة على الميزة التنافسية

المتغير المستقل	A	B	R2	قيمة F المحسوبة	Sig	المتغير التابع
التزام الادارة العليا	٢,٨٨٠	٠,١٨٢	٠,٠٣٥	٣,١٦٨	٠,٠٧٩	الميزة التنافسية
التركيز على الزبون	٣,١٥٥	٠,٠٩٥	٠,٠٠٨	٠,٧١٦	٠,٤٠٠	
التحسين المستمر	٢,٩٦٤	٠,١٣٩	٠,٠٢٩	٢,٦٥٤	٠,١٠٧	
الاجمالي	٢,٤٤٤	٠,٢٨٤	٠,٠٤٦	٤,٢٥٦	٠,٠٤٢	

سادساً: تحليل تأثير الذكاء العاطفي على الميزة التنافسية

يوضح الجدول (١١) نتائج تحليل تأثير الذكاء العاطفي على الميزة التنافسية باستخدام نموذج الانحدار الخطي البسيط فعلى مستوى الأبعاد حقق بعد المرونة فقط تأثير إذ بلغ معامل R2 الذي يشير الى التباين الحاصل للذكاء العاطفي هو تباين مفسر بفعل المرونة بمقدار ٢٢٪ اما النسبة المتبقية ٧٨٪ هو تباين مفسر من عوامل اخر لم تدخل في نموذج البحث، وبلغت F المحسوبة (٢٤,٩٣٨) وهي أكبر من قيمة F الجدولية (3.94) وان قيمة a كانت (٢,٤٢٦) التي تشير الى وجود للميزة التنافسية حتى وان كان بعد المرونة يساوي صفر ، اما قيمة b بلغت (٠,٣٠٣) التي تدل على زيادة وحدة واحدة في المرونة سيزيد بنفس المقدار بالميزة التنافسية، بينما بقية الأبعاد لم يكن لها تأثير على الميزة التنافسية بسبب ارتفاع مستوى المعنوية عن (٠,٠٥). اما على المستوى الإجمالي يتضح ان هنالك تأثير الذكاء العاطفي على الميزة التنافسية إذ بلغت قيمة F المحسوبة (٧,٣٢٧) وهي أكبر من قيمة F الجدولية (3.94) وان قيمة a كانت (٢,٣٨١) التي تشير الى وجود للميزة التنافسية حتى وان كان الذكاء العاطفي يساوي صفر ، اما قيمة b بلغت (٠,٣٠٧) التي تدل على زيادة وحدة واحدة في الذكاء العاطفي سيزيد بنفس المقدار بالميزة التنافسية وبلغ معامل R2 (٠,٠٧٧) الذي يشير الى التباين الحاصل في الميزة التنافسية هو تباين مفسر بفعل الذكاء العاطفي وفي ضوء هذه النتائج تقبل الفرضية الثالثة والتي مفادها (يوجد تأثير ذو دلالة معنوية للذكاء العاطفي في الميزة التنافسية اجمالاً وعلى مستوى الأبعاد).

جدول (١١): تحليل تأثير الذكاء العاطفي على الميزة التنافسية

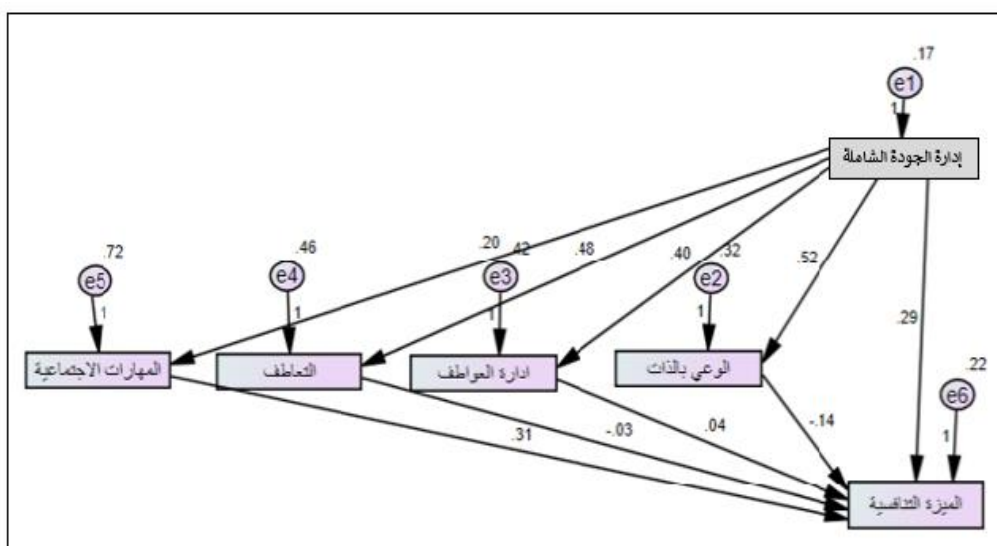
المتغير المستقل	A	B	R2	قيمة F المحسوبة	Sig	المتغير التابع
الوعي بالذات	٣,٤٣٨	٠,٠٢٣	٠,٠٠١	٠,٠٥٦	٠,٨١٣	الميزة التنافسية
إدارة العواطف	٣,٢٤٣	٠,٠٧٣	٠,٠٠٨	٠,٧٠٨	٠,٤٠٢	
التعاطف	٣,٢١٦	٠,٠٧٩	٠,٠١٠	٠,٩٢٢	٠,٣٣٩	
المهارات الاجتماعية	٢,٤٢٦	٠,٣٠٣	٠,٢٢١	٢٤,٩٣٨	٠,٠٠٠	
الاجمالي	٢,٣٨١	٠,٣٠٧	٠,٠٧٧	٧,٣٢٧	٠,٠٠٨	

سابعاً: تحليل تأثير إدارة الجودة الشاملة على الميزة التنافسية بتوسط الذكاء العاطفي

يعكس الجدول رقم (١٢) والشكل (٢) معاملات التأثير المباشر وغير المباشر لمتغير ادارة الجودة الشاملة في الميزة التنافسية من خلال الدور الوسيط للذكاء العاطفي، إذ يتضح هنالك تأثير غير مباشر من خلال الدور الوسيط لكل من الوعي بالذات وإدارة العواطف والتعاطف والتي بلغت قيمة تأثير هذه الأبعاد (٠,٥٢٣) (٠,٤٠١) و(٠,٤٨٥) على التوالي، وهي دالة احصائياً بمستوى معنوية اقل من (٠,٠٥)، في حين لا يوجد هنالك تأثير لبعده المهارات الاجتماعية بسبب مستوى المعنوية التي بلغت (٠,٣٥١) وهي أكبر من (٠,٠٥)، فيما بلغت قيمة معامل التحديد R2 (٠,٢٨٦) التي تشير الى التباين المفسر من قبل ادارة الجودة الشاملة ، اما النسبة المتبقية (٠,٧٢) فهي من عوامل أخرى لم تدخل في نموذج البحث، ومن هنا تعد الوساطة جزئية لوجود تأثير مباشر لإدارة الجودة الشاملة في الميزة التنافسية إذ بلغت قيمة التأثير (٠,٢٩١) عند مستوى معنوية (٠,٠٣٤)، وتعد جميع هذه النتائج دعماً كافياً في قبول الفرضية الرئيسة الرابعة والتي مفادها (يوجد تأثير ذو دلالة معنوية لادارة الجودة الشاملة في الميزة التنافسية بتوسط الذكاء العاطفي).

جدول (١٢): نتائج تحليل المسار لإدارة الجودة الشاملة على الميزة التنافسية بتوسط الذكاء العاطفي

المتغير التوضيحي	نوع التأثير	المتغير الوسيط	قيم معاملات التأثير	مستوى المعنوية (sig)	المتغير التابع	R ²
ادارة الجودة الشاملة	غير مباشر	الوعي بالذات	٠,٥٢٣	٠,٠٠٠	الميزة التنافسية	٠,٢٨٦
	غير مباشر	إدارة العواطف	٠,٤٠١	٠,٠١٦		
	غير مباشر	التعاطف	٠,٤٨٥	٠,٠٠٥		
	غير مباشر	المهارات الاجتماعية	٠,٢٠٢	٠,٣٥١		
	مباشر		٠,٢٩١	٠,٠٣٤		
	التأثير الكلي		٠,٢٨٤			



شكل (٢): تحليل المسار لإدارة الجودة الشاملة على الميزة التنافسية بتوسط الذكاء العاطفي

المبحث الخامس: الاستنتاجات والتوصيات

أولاً: الاستنتاجات

- وجود اهتمام لشركة الزوراء بإدارة الجودة الشاملة بغية الارتقاء بأداء الشركة وتحسين وزيادة منتجاتها والمحافظة عليها في بيئة المنافسة.
- وجود تأثير معنوي لإدارة الجودة الشاملة في الميزة التنافسية وهذا يدل ان عدم الاهتمام بإدارة الجودة الشاملة ينعكس سلباً على أداء الشركة وجودة منتجاتها مما يفقدها الميزة التنافسية.
- وجود تلازم وتناسب ايجابي بين الذكاء العاطفي والميزة التنافسية، مع ادراك الموظفين بأهمية الوعي بالذات وإدارة العواطف والمهارات الاجتماعية مع زملائهم في العمل.
- تلعب ادارة الجودة الشاملة دوراً فاعلاً ومؤثر في تحقيق الميزة التنافسية بتوسط الذكاء العاطفي بالرغم ضعف دور المهارات الاجتماعية للموظفين، وهذا يدل على الالتزام الادارة العليا بالتركيز على الزبون عبر التحسين المستمر كأداءه استراتيجية لتحقيق الميزة التنافسية للشركة.

ثانياً: التوصيات

- زيادة مستوى الاهتمام بإدارة الجودة الشاملة باعتبارها اداة استراتيجية لتعزيز الذكاء العاطفي، مع التزام الادارة العليا بمبادئ الجودة الشاملة، والتركيز على الزبون كأداة قوة لمواجهة تحديات الشركات المنافسة.
 - ينبغي على ادارة الشركة الاهتمام العالي بالجودة الشاملة والتحسين المستمر بما يحقق اهداف الشركة وتطلعاتها في تحقيق الميزة التنافسية.
 - المحافظة على المستوى العالي لأبعاد الذكاء العاطفي في الشركة مع زيادة مستوى الاهتمام والتثقيف للموظفين حول (الوعي بالذات، ادارة العواطف، العواطف، المهارات الاجتماعية) كونها احدى الحلول الناجعة لتحقيق الميزة التنافسية.
- يتطلب من ادارة الشركة زيادة مستوى الاهتمام بإدارة الجودة الشاملة ووضع استراتيجية خاصة بالتركيز على متطلبات واحتياجات الزبائن مع العمل على التحسين بشكل مستمر، فضلاً عن زيادة مستوى التركيز على المهارات الاجتماعية، وزيادة ثقافة الموظفين عبر تنوع البرامج التثقيفية والتوعوية بأهمية الوعي بالذات وإدارة العواطف والتعاطف مع زملائهم داخل الشركة باعتبارها عوامل مؤثرة على الميزة التنافسية وللمواكبة التطور الحاصل في سوق العمل ومواجهة التحديات في البيئة الصناعية.

المصادر

أولاً: المصادر العربية

أ- المجلات والمقالات

- ١- الأبرو ، هادي عبد الوهاب & عبدالله ، حسن عوة (٢٠١٦)، تأثير الذكاء العاطفي وأنماط إدارة الصراع في خصائص عملية صنع القرارات الاستراتيجية (دراسة تطبيقية في عينة من مديريات وزارة الكهرباء العراقية)، مجلة دراسات إدارية، المجلد ١٠، العدد ٢٠، ص (١٧٣-٢١٥).
 - ٢- ابريهي ، أسامة احمد & حسن ، وفاء عبد الأمير (٢٠١٨) دور ادوات ادارة الجودة الشاملة في تحديد أولويات عملية التحسين / دراسة تطبيقية في شركة بغداد للمشروبات الغازية، مجلة الدراسات المحاسبية والمالية (JAFS)، 13 (خاص)، ٢٠٧-٢٢٥ م. ٢٥
 - ٣- ابو طيخ ، ليث شاكر (٢٠١٦)، تأثير ممارسات ادارة الموهبة في تعزيز المكانة الذهنية للخدمات المصرفية دراسة ميدانية مقارنة بين مصرفي الاتحاد العراقي والخليج التجاري ، مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد ١٤، العدد ٣٨، ص (٢٨٨-٣١٠).
 - ٤- احمد ،داليا عبدالحسين (٢٠٢٣)، اثر الذكاء العاطفي على تطوير الأداء الوظيفي (دراسة ميدانية على عينة من أساتذة و موظفي الجامعة التكنولوجية)،مجلة الكوت للعلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد ١٥، العدد ٤٨، ص (١٦٦-١٨٥).
 - ٥- احمد عبدالله امانة ، الشمري (٢٠١٤)، دور عمليات ادارة الموهبة في تحقيق التميز المنظمي-دراسة استطلاعية لأراء عينة من مدراء شركة اسيا سيل للاتصالات ، المجلة العراقية للعلوم الادارية، المجلد ١٠، العدد ٤٢، ص(١٩٦-٢٢٣). م. ١٤
 - ٦- الاسدي ، سحر ياس (٢٠٢٤)، دور محاسبة استهلاك الموارد في تحقيق الميزة التنافسية للوحدات الاقتصادية ، مجلة المثنى للعلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد ١٤، العدد ٤، ص(١٧-٣٢).
 - ٧- البلوشي ، علي محمد عمر (٢٠٢٥) استراتيجيات إدارة الجودة الشاملة وأثرها في التميز المؤسسي لدى وزارة التربية والتعليم في دولة الإمارات العربية المتحدة. المجلة العربية للعلوم التربوية والتكنولوجية. 90-61، 1(3). م. ٤٤
 - ٨- الجنابي ، ثامر هادي & عبدالله ، مصطفى قاسم & عبود ، رويدة خليل & عبد الكاظم ، فاطمة علي (٢٠٢٤)، تأثير البيئة الداخلية في تحقيق الميزة التنافسية في شركات الأعمال (دراسة تحليلية من وجهة نظر عينة من مدراء المصارف الحكومية في بابل)، مجلة كلية الإدارة والاقتصاد للدراسات الاقتصادية، المجلد ١٦، العدد ٢، ص(١٦٨-١٨٤).
 - ٩- حبيلس ، فيروز & خلفون ، فراح (٢٠٢٤) إدارة الجودة الشاملة ودورها في دعم الأداء الوظيفي بالمؤسسة : دراسة ميدانية مؤسسة اتصالات الجزائر ، قالملة ، مذكرة لنيل الماستر في العلوم الاقتصادية كلية العلوم الاقتصادية والتجارية -جامعة ٨ ماي ١٩٤٤٥ قالملة - الجزائر .
 - ١٠- الحجران ، سماح عبد الوهاب (٢٠٢٢) مدى تطبيق ادارة الجودة الشاملة على مصانع اللبسة في الأردن ، مجلة العلوم الإنسانية والطبيعية ، - المجلد (٣) العدد (١)، ص(٣٩٢-٤١٦). م. ٢٤
 - ١١- حسن ، احمد ابراهيم سعيد (٢٠١٧) أثر ممارسات إدارة الجودة الشاملة في تحقيق الميزة التنافسية :دراسة ميدانية في شركات الأدوية الأردنية حسب حجم الشركات ، رسالة ماجستير في ادارة الاعمال ، كلية الاعمال-جامعة الشرق الاوسط ، الاردن.
 - ١٢- حسن ، مصطفى سعيد & سرور ، منال جبار (٢٠٢٤)، قياس التكاليف وفق هندسة القيمة الخضراء ودوره في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة ، مجلة دراسات محاسبية ومالية، المجلد ١٩، العدد ٦٩، ص(١٣٧-١٥٥).
 - ١٣- داود ، فضيلة سلمان & طاهر ، مجيد حميد ، حميد ، لمى ماجد (٢٠١٧) قياس مستوى الأداء المصرفي على وفق متطلبات إدارة الجودة الشاملة والتسويق الالكتروني بحث استطلاعي في عينة من المصارف الأهلية، مجلة الاقتصاد والعلوم الإدارية، ٢٣ (٩٨)، ٦٥-٦٥ م. ٧٠
 - ١٤- داوود ، فضيلة سلمان & سلمان ، هبة ناجي (٢٠١٦) دور متطلبات ادارة الجودة الشاملة للبيئة في تعزيز الاستدامة البيئية/ بحث تطبيقي في شركة الحفر العراقية، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد ٢٢، العدد ٧٨، الصفحات 748-781 م. ٥٣
 - ١٥- دخيل ، زيد اسماعيل & حسين ، سجاد خلف & عبدالله ، غدير نجم (٢٠٢٤)، راس المال الفكري وأثره على تحسين الميزة التنافسية لشركات القطاع الخاص (دراسة ميدانية لشركات الاتصالات اسياسيل في محافظة بغداد وديالى)، مجلة وارث العلمية، المجلد ٦، العدد ٢٠، ص(٤٣٥-٤٤٧).
 - ١٦- دوحان ، دلال كاظم & لفته ، ليلي & محمد ، علي غياش (٢٠٢٤)، تأثير الذكاء التنافسي في تحسين الميزة التنافسية المستدامة دراسة استطلاعية في مجموعة من المصارف في محافظة البصرة ، مجلة كلية شط العرب الجامعية للعلوم الإدارية والقانونية ، المجلد ٢، العدد ٣، ص(٢٩-٧٥).
- #### ب- الرسالة والاطاريح
- ١- زرافيلي ، سامي شكري جبراع & زرافيلي ، لينا شكري جبرا (٢٠٢١) أثر تطبيق ممارسات إدارة الجودة الشاملة في تحقيق الميزة التنافسية في شركات الاتصالات الأردنية ، مجلة الزرقاء للبحوث والدراسات الإنسانية، المجلد (٢١)، العدد (٣)، ص(٥٣٢-٥٥٩). م دراسات سابقة
 - ٢- السبعوي ، اسراء وعد الله جاسم & العزاوي ، فارس صلاح نجم (٢٠١٩). إدارة الجودة الشاملة في التصنيع المرن/ دراسة استطلاعية في معمل اسمنت بادوش ، مجلة الاقتصاد والعلوم الإدارية، المجلد ٢٥، العدد ١١٠، الصفحات: ٢٠٩-٢٢٤ م. ٦٠
 - ٣- شاكر ، شذى عبود & ابراهيم ، خالد عبدالله (٢٠٢١) دور إدارة الجودة الشاملة في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة :دراسة استطلاعية لأراء عينة من موظفي مديرية اعداد والتدريب ، مجلة اقتصاديات الأعمال ، المجلد ١، العدد ١، ص ٢٨٧-٣٠٤. دراسات سابقة
 - ٤- شكور ، برهان كريم & درويش ، رعد الياس (٢٠٢٤)، التسويق الرقمي ودوره في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة دراسة استطلاعية لآراء عينة من العاملين في المستشفيات الخاصة في مدينة السليمانية ، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد ٢٠، العدد ٦٥، الجزء (١): ١٨٥-٢٠٢.
 - ٥- الشمري ، هناء عبدالرزاق جباد & الغرban ، فاطمة صالح مهدي (٢٠٢٤)، اسهام التدقيق الداخلي بدعم الميزة التنافسية لتحقيق التنمية المستدامة في الجامعات الأهلية ، مجلة العلوم المالية والمحاسبية ، المجلد ٤، العدد ١٦، ص(٢٥٥-٢٨٤).
 - ٦- شنته ، حليم اسماعيل (٢٠٢٥)، تأثير الذكاء العاطفي على الإفصاح المحاسبي ودوره في تحسين الصورة الذهنية للمستثمرين ، مجلة الكوت للعلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد ١٧، العدد ٥٦، ص(١٢٩٥-١٣٣١).
 - ٧- شيرواني ، ديلان فؤاد كريم (٢٠٢٣). دور الذكاء العاطفي في عملية اتخاذ القرار دراسة تحليلية لأراء عينة من الموظفين في وزارة الثقافة والشباب في مدينة اربيل ، مجلة تكريت للعلوم الاقتصادية والإدارية ، المجلد ١٩، العدد ٦٢، ص(٢٧١-٢٨٨).
 - ٨- صالح ، صالح مهدي & داود ، احمد عودة خلف (٢٠١١)، الذكاء العاطفي لدى المرشدين التربويين ، مجلة كلية التربية الأساسية ، ، العدد ٧٢، ص (٣٤٩-٣٧٨).
 - ٩- صغير ، زهراء ترف & الحلاوي ، علي حسين عليوي (٢٠٢٤) . تأثير نقاط القوة لتحقيق الميزة التنافسية المستدامة والفرص متغير وسيط (دراسة ميدانية لأراء عينة من المديرين العاملين في المصارف التجارية الأهلية في منطقة الفرات الأوسط)، مجلة وارث العلمية، المجلد ٦، العدد ٧١، ص(٨٦-٩٦).
 - ١٠- عبد المعبود ، ايمان طه عبد الوهاب (٢٠٢٤) دور ممارسات إدارة الجودة الشاملة في تحقيق الأداء المستدام بالتطبيق على شركات الحديد والصلب في مصر، المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية. 395-426، 15(3). م. ١٩

- ١١- عبدالله، محمد شهاب & شريف، اثير انور (٢٠٢٣)، دور الذكاء العاطفي في تعزيز ممارسات ادارة الموارد البشرية الخضراء ، مجلة جامعة كركوك للعلوم الإدارية والاقتصادية ، المجلد ١٣، العدد ٣ ، ص(٢٨٨-٢٩٣).
- ١٢- عجيل ، ساميه هاني (٢٠١٨)، الذكاء العاطفي وتأثيره في عوامل الشخصية الخمس للعاملين (دراسة حالة في شركة توزيع المنتجات النفطية في محافظة النجف الأشرف)، مجلة كلية التربية للبنات للعلوم الإنسانية، المجلد ٢، العدد ٢٣ ، ص (١٧٦-٢١٨) .
- ١٣- عطا ، حنين خلدون (٢٠٢٢)، تأثير ادارة الموهبة في تحقيق الريادة الاستراتيجية – دراسة تطبيقية على منتسبي مديرية تربية الرصافة الاولى ، مجلة الإدارة والاقتصاد ، المجلد ٤٧، العدد ١٣٢ ، ص(٨٩-١١٠).
- ١٤- عطوي، جيهان & حامي، سعاد (٢٠٢٢). الذكاء العاطفي وعلاقته بقلق الامتحان لدى التلاميذ المقبلين على شهادة البكالوريا، مذكرة مكملة لنيل الماستر تخصص علم النفس المدرسي- كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية جامعة ٨ ماي ١٩٤٤٥ قالمة – الجزائر .
- ١٥- علي ، اخلاص ستار عكله & اسماعيل ، ايسر حسن (٢٠٢١) واقع إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات التعليمية ودورها في تحقيق الأداء المتميز ، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية ، المجلد ٢٧ ، العدد ١٢٦ ، ص ٣٨٩-٤٠٩ . م ٧١
- ١٦- عويس ، رامي موسي محمد & حوامة ، باسم علي عبيد (٢٠٢٤) ، الذكاء العاطفي وعلاقته بالاتصال الإداري لدى مديري المدارس الخاصة في المحافظات الشمالية في فلسطين ، مجلة كلية التربية ، المجلد ٤٠، العدد ٩، ص(٢٥١-٢٧٥).
- ١٧- العيساوي ، هادي مران احمد (٢٠٢٢)، دور الذكاء العاطفي في تعزيز الأداء المتميز دراسة تحليلية لأراء عينة من موظفي شركة مصافي الشمال- مصفى بجي ، مجلة جامعة كركوك للعلوم الإدارية والاقتصادية ، المجلد ١٢، العدد ١، ص(٢٠٩-٢٣٣).
- ١٨- فخري ، نور حسين (٢٠١٩)،ادارة الموهبة ودورها في تمكين العاملين بحث تطبيقي ، مجلة الاقتصاد والعلوم الإدارية، المجلد ٢٥، العدد ١١١ ، ص(٢٤١-٢٥٩).
- ١٩- قادري، عبد اللطيف& شقيب ، بوكلي حسن سيدي محمد (٢٠٢٤) ممارسات إدارة الموارد البشرية الأمثل مدخل إدارة الجودة الشاملة ، مذكرة لنيل الماستر في علوم التسيير ، كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير، جامعة عين تموشنت بلحاج بوشعيب ، الجزائر .
- ٢٠- الكرد ، عايشة احمد (٢٠١٦) الذكاء العقلاني والعاطفي كمدخل لتعزيز الميزة التنافسية في الكميات التقنية في قطاع غزة ، رسالة ماجستير في ادارة الاعمال ، كلية التجارة / جامعة غزة ، فلسطين .
- ٢١- الكواز ، صلاح مهدي & العواد ، زهراء يحيى عبد زيد (٢٠٢٤)، موازنة دورة حياة المنتج الموجهة بالوقت ودورها في تحقيق أبعاد الميزة التنافسية ، مجلة وارث العلمية ، المجلد ٦، العدد ١٧، ص(٣٣٩-٣٦٠).
- ٢٢- الكيماوي ، جعفر جليل عبادي & دوش ، غسان رشاد (٢٠٢٤) ، دور استراتيجية التحول لابعاد الصيرفة الشاملة في تحسين الميزة التنافسية :دراسة تحليلية لعينة من المصارف التجارية الحكومية والاهلية في محافظة النجف الاشرف للمدة ٢٠٢٣ - ٢٠٢٤ ، مجلة للعلوم الاقتصادية و الادارية ، المجلد ٢٠، العدد ٣ ، ص(٤٥-٦٩).
- ٢٣- المحتسب ، بلال محمد انور (٢٠٢٤) إدارة الجودة الشاملة في بلدية الخليل: الواقع والمعوقات، رسالة ماجستير في ادارة الاعمال ، كلية الدراسات العليا والبحث العلمي- جامعة الخليل ، فلسطين .
- ٢٤- مرزوك ، عبدالودود شاكر عبد & حمد ، مجدي محمد & محمد ، مالك نعيم (٢٠٢٠)،أثر الذكاء العاطفي على التميز التنظيمي : دراسة تطبيقية على المصارف التجارية في العراق ،مجلة الجامعة العراقية، المجلد ٤٦، العدد ١، ص(٣٣٧-٣٥٤).
- ٢٥- مطجعر ، سارة موسى & العويد ، حسام محمد علي (٢٠٢٤) ، دور الإنتاج الأنظف في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة بحث تطبيقي في معمل إسمنت الكوفة ، مجلة وارث العلمية ، المجلد ٦، العدد ١٨، ص(٥٠٨-٥٢٨).
- ٢٦- ناصر ، اسد عباس علي (٢٠٢٥)، دور "الذكاء العاطفي في تعزيز جودة الحياة : "دراسة من المنظورين النفسي والاجتماعي ، مجلة واسط للعلوم الإنسانية ، المجلد ٢١، العدد ٢، ص(٦٨٧-٧٠٤).
- ٢٧- الناصري ، طارق كاظم (٢٠١٨) ، دور ادارة الموهبة في تعزيز الأداء الاستراتيجي بحث ميداني في بعض كليات جامعة سومر ، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية العدد (٩٠١) المجلد (٢٤) الصفحات (109- 113).
- ٢٨- نائلة ، وزاوي & سميحة ، فرحات. (٢٠٢٣) مساهمة إدارة الجودة الشاملة في تحسين جودة الخدمات المالية، مذكرة لنيل الماستر في علوم التسيير، معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير- المركز الجامعي عبد الحفيظ بوصوف- ميلة - الجزائر .
- ٢٩- هبية ، محمد احمد علي & عبدالعزيز ، عبدالعزيز محمود (٢٠٢٤) ، الخصائص السيكو مترية لمقياس الذكاء العاطفي لدي طالب المرحلة الثانوية العامة ، مجلة كلية التربية ، المجلد ٤٨، العدد ٣، ص(٦١-٨٠).
- ٣٠- ولي ، احلام ابراهيم & ابراهيم ، سميرة علي & محمد امين ، شيما عصمت (٢٠١٨) ، تحليل علاقة الذكاء العاطفي باستراتيجية تمكين العاملين وتأثيرهما في العدالة الاجتماعية ،مجلة جامعة الانبار للعلوم الاقتصادية والادارية ، المجلد ١٠، العدد ٢٣ ، ص (١٨٣-٢١٩) .
- ٣١- الياسري ، اكرم محسن مهدي (٢٠١٤)، الرؤيا المعاصرة لصناع المعرفة وستراتيجيات ادارة الموهبة وتأثيرهما في الأداء المتميز باستخدام معايير برنامج (Baldrige ٢٠١٢) دراسة استكشافية لآراء عينة من اعضاء الهيئة التدريسية في بعض كليات جامعات الفرات الأوسط، مجلة كربلاء الدولية للإدارة والاقتصاد ،المجلد ٣، العدد ١٠، ص(٥١-٨٦).
- ٣٢- اليوسفي ، علي فاضل جبر & ابراهيم ، نبيلة عباس & جبر ، بارق فاضل (٢٠٢٤)، دور نظم المعلومات التسويقية في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة،المجلة العراقية للعلوم الإدارية ، المجلد ٢٠، العدد ٧٩ ، ص(١٩-٣٠).

A- Journals and Articles

1. Abu Tbeikh, Laith Shaker (2016), "*The Impact of Talent Management Practices on Enhancing the Mental Image of Banking Services: A Comparative Field Study Between Iraqi Union Bank and Gulf Commercial Bank*", Al-Ghary Journal of Economic and Administrative Sciences, Vol. 14, No. 38, pp. 288–310.
2. Ahmed, Dalia Abdulhussein (2023), "*The Impact of Emotional Intelligence on Developing Job Performance: A Field Study on a Sample of Professors and Employees at the University of Technology*", Al-Kut Journal of Economic and Administrative Sciences, Vol. 15, No. 48, pp. 166–185.
3. Al-Abrou, Hadi Abdulwahab & Abdullah, Hassan Awa (2016), "*The Impact of Emotional Intelligence and Conflict Management Styles on the Characteristics of the Strategic Decision-Making Process (An Applied Study on a Sample of Directorates of the Iraqi Ministry of Electricity)*", Journal of Administrative Studies, Vol. 10, No. 20, pp. 173–215.
4. Al-Asadi, Sahar Yass (2024), "*The Role of Resource Consumption Accounting in Achieving Competitive Advantage for Economic Units*", Al-Muthanna Journal of Economic and Administrative Sciences, Vol. 14, No. 4, pp. 17–32.
5. Al-Balushi, Ali Mohammed Omar (2025), "*Total Quality Management Strategies and Their Impact on Institutional Excellence at the Ministry of Education in the United Arab Emirates*", Arab Journal of Educational and Technological Sciences, 1(3), pp. 61–90.
6. Al-Hajran, Samah Abdulwahab (2022), "*The Extent of Implementing Total Quality Management in Garment Factories in Jordan*", Journal of Humanities and Natural Sciences, Vol. 3, No. 1, pp. 392–416.
7. Al-Janabi, Thamer Hadi; Abdullah, Mustafa Qasim; Abboud, Ruwaida Khalil; & Abdul Kadhim, Fatima Ali (2024), "*The Impact of the Internal Environment on Achieving Competitive Advantage in Business Companies: An Analytical Study from the Perspective of a Sample of Managers of Government Banks in Babylon*", Journal of the College of Administration and Economics for Economic Studies, Vol. 16, No. 2, pp. 168–184.
8. Al-Shammari, Ahmed Abdullah Amanah (2014), "*The Role of Talent Management Processes in Achieving Organizational Excellence: An Exploratory Study of the Opinions of a Sample of Managers at Asiacell Telecommunications Company*", Iraqi Journal of Administrative Sciences, Vol. 10, No. 42, pp. 196–223.
9. Dakhil, Ziad Ismail; Hussein, Sajjad Khalaf; & Abdullah, Ghadeer Najm (2024), "*Intellectual Capital and Its Impact on Improving the Competitive Advantage of Private Sector Companies: A Field Study of Asiacell Telecommunications Companies in Baghdad and Diyala*", Warith Scientific Journal, Vol. 6, No. 20, pp. 435–447.
10. Dawood, Fadhila Salman & Salman, Hiba Naji (2016), "*The Role of Environmental Total Quality Management Requirements in Enhancing Environmental Sustainability: An Applied Study in the Iraqi Drilling Company*", Journal of Economic and Administrative Sciences, Vol. 22, No. 78, pp. 748–781.
11. Dawood, Fadhila Salman; Taher, Majeed Hamid; & Hamid, Lama Majid (2017), "*Measuring the Level of Banking Performance According to Total Quality Management Requirements and E-Marketing: An Exploratory Study in a Sample of Private Banks*", Journal of Economics and Administrative Sciences, 23(98), pp. 65–65.
12. Dohan, Dalal Kazim; Lafta, Layla; & Mohammed, Ali Ghabash (2024), "*The Impact of Competitive Intelligence on Improving Sustainable Competitive Advantage: An Exploratory Study in a Group of Banks in Basrah Governorate*", Shatt Al-Arab University College Journal of Administrative and Legal Sciences, Vol. 2, No. 3, pp. 29–75.
13. Habilis, Firooz & Khalfon, Farah (2024), "*Total Quality Management and Its Role in Supporting Job Performance in the Organization: A Field Study at Algeria Telecom, Guelma*", Master's Thesis, Faculty of Economic and Commercial Sciences, University of 8 May 1945, Guelma, Algeria.
14. Hassan, Ahmed Ibrahim Saeed (2017), "*The Impact of Total Quality Management Practices on Achieving Competitive Advantage: A Field Study in Jordanian Pharmaceutical Companies According to Company Size*", Master's Thesis in Business Administration, Middle East University, Jordan.
15. Hassan, Mustafa Saeed & Sarour, Manal Jabbar (2024), "*Cost Measurement According to Green Value Engineering and Its Role in Achieving Sustainable Competitive Advantage*", Journal of Accounting and Financial Studies, Vol. 19, No. 69, pp. 137–155.
16. Ibraihi, Osama Ahmed & Hassan, Wafaa Abdul Amir (2018), "*The Role of Total Quality Management Tools in Determining Improvement Priorities: An Applied Study in Baghdad Soft Drinks Company*", Journal of Accounting and Financial Studies (JAFS), 13 (Special Issue), pp. 207–225.

B- Theses and Dissertations

- 1- Abdel-Maaboud, Iman Taha Abdel-Wahab (2024), "*The Role of Total Quality Management Practices in Achieving Sustainable Performance: An Application to Iron and Steel Companies in Egypt*", Scientific Journal of Commercial and Environmental Studies, 15(3), pp. 395–426.
- 2- Abdullah, Mohammed Shihab & Sharif, Atheer Anwar (2023), "*The Role of Emotional Intelligence in Enhancing Green Human Resource Management Practices*", Kirkuk University Journal of Administrative and Economic Sciences, Vol. 13, No. 3, pp. 288–293.
- 3- Ajeel, Samia Hani (2018), "*Emotional Intelligence and Its Impact on the Five Personality Factors of Employees: A Case Study in the Oil Products Distribution Company in Najaf Governorate*", Journal of the College of Education for Women – Humanities, Vol. 2, No. 23, pp. 176–218.
- 4- Ali, Ikhlas Sattar Akla & Ismail, Aysar Hassan (2021), "*The Reality of Total Quality Management in Educational Institutions and Its Role in Achieving Distinguished Performance*", Journal of Economic and Administrative Sciences, Vol. 27, No. 126, pp. 389–409.
- 5- Al-Issawi, Hadi Maran Ahmed (2022), "*The Role of Emotional Intelligence in Enhancing Distinguished Performance: An Analytical Study of the Opinions of Employees of the North Refineries Company – Baiji Refinery*", Kirkuk University Journal of Administrative and Economic Sciences, Vol. 12, No. 1, pp. 209–233.
- 6- Al-Kawaz, Salah Mahdi & Al-Awwad, Zahraa Yahya Abdul-Zaid (2024), "*Time-Driven Product Life Cycle Budgeting and Its Role in Achieving the Dimensions of Competitive Advantage*", Warith Scientific Journal, Vol. 6, No. 17, pp. 339–360.
- 7- Al-Kimawi, Jaafar Jalil Abadi & Dosh, Ghassan Rashad (2024), "*The Role of Transformation Strategy Toward Comprehensive Banking Dimensions in Improving Competitive Advantage: An Analytical Study of a Sample of Governmental and Private Commercial Banks in Najaf Governorate (2023–2024)*", Journal of Economic and Administrative Sciences, Vol. 20, No. 3, pp. 45–69.
- 8- Al-Kurd, Aisha Ahmed (2016), "*Rational and Emotional Intelligence as an Approach to Enhancing Competitive Advantage in Technical Colleges in the Gaza Strip*", Master's Thesis in Business Administration, Faculty of Commerce, University of Gaza, Palestine.
- 9- Al-Muhtaseb, Bilal Mohammed Anwar (2024), "*Total Quality Management in Hebron Municipality: Reality and Obstacles*", Master's Thesis in Business Administration, Faculty of Graduate Studies and Scientific Research, Hebron University, Palestine.
- 10- Al-Nasiri, Tariq Kazem (2018), "*The Role of Talent Management in Enhancing Strategic Performance: A Field Study in Some Colleges of the University of Sumer*", Journal of Economic and Administrative Sciences, Vol. 24, No. 90, pp. 109–113.
- 11- Al-Sabawi, Israa Waad Allah Jassim & Al-Azzawi, Fares Salah Najm (2019), "*Total Quality Management in Lean Manufacturing: An Exploratory Study at Badoush Cement Plant*", Journal of Economics and Administrative Sciences, Vol. 25, No. 110, pp. 209–224.
- 12- Al-Shammari, Hanaa Abdulrazzaq Jiyad & Al-Gharban, Fatima Saleh Mahdi (2024), "*The Contribution of Internal Auditing to Supporting Competitive Advantage for Achieving Sustainable Development in Private Universities*", Journal of Financial and Accounting Sciences, Vol. 4, No. 16, pp. 255–284.
- 13- Al-Yasiri, Akram Mohsen Mahdi (2014), "*The Contemporary Vision of Knowledge Makers and Talent Management Strategies and Their Impact on Distinguished Performance Using the (2012 Baldrige) Program Criteria: An Exploratory Study of Faculty Members in Some Colleges of Middle Euphrates Universities*", Karbala International Journal of Administration and Economics, Vol. 3, No. 10, pp. 51–86.
- 14- Al-Yousifi, Ali Fadel Jabr; Ibrahim, Nabila Abbas; & Jabr, Bariq Fadel (2024), "*The Role of Marketing Information Systems in Achieving Sustainable Competitive Advantage*", Iraqi Journal of Administrative Sciences, Vol. 20, No. 79, pp. 19–30.
- 15- Atoui, Djehane & Hami, Saadia (2022), "*Emotional Intelligence and Its Relationship to Test Anxiety Among Students Preparing for the Baccalaureate Examination*", Master's Thesis in School Psychology, Faculty of Humanities and Social Sciences, University of 8 May 1945, Guelma, Algeria.
- 16- Atta, Haneen Khaldoun (2022), "*The Impact of Talent Management on Achieving Strategic Entrepreneurship: An Applied Study on the Staff of Al-Rusafa First Education Directorate*", Journal of Administration and Economics, Vol. 47, No. 132, pp. 89–110.
- 17- Fakhri, Noor Hussein (2019), "*Talent Management and Its Role in Employee Empowerment: An Applied Study*", Journal of Economics and Administrative Sciences, Vol. 25, No. 111, pp. 241–259.
- 18- Hiba, Mohammed Ahmed Ali & Abdelaziz, Abdelaziz Mahmoud (2024), "*Psychometric Properties of the Emotional Intelligence Scale Among General Secondary School Students*", Journal of the College of Education, Vol. 48, No. 3, pp. 61–80.
- 19- Kadri, Abdel-Latif & Chakib, Boukli Hassan Sidi Mohammed (2024), "*Optimal Human Resource Management Practices: A Total Quality Management Approach*", Master's Thesis in Management Sciences, Faculty of Economic, Commercial and Management Sciences, University of Ain Temouchent Belhadj Bouchaib, Algeria.
- 20- Marzouk, Abdul-Wadoud Shaker Abd; Hamad, Majdi Mohammed; & Mohammed, Malik Naeem (2020), "*The Impact of Emotional Intelligence on Organizational Excellence: An Applied Study on Commercial Banks in Iraq*", Iraqi University Journal, Vol. 46, No. 1, pp. 337–354.

- 21-Matjar, Sarah Mousa & Al-Owaid, Hossam Mohammed Ali (2024), "*The Role of Cleaner Production in Achieving Sustainable Competitive Advantage: An Applied Study in Kufa Cement Plant*", Warith Scientific Journal, Vol. 6, No. 18, pp. 508–528.
- 22-Naïla, Ouzaoui & Samia, Farhat (2023), "*The Contribution of Total Quality Management to Improving the Quality of Financial Services*", Master's Thesis in Management Sciences, Institute of Economic, Commercial and Management Sciences, Abdelhafid Boussouf University Center, Mila, Algeria.
- 23-Nasser, Asaad Abbas Ali (2025), "*The Role of Emotional Intelligence in Enhancing Quality of Life: A Study from Psychological and Social Perspectives*", Wasit Journal of Humanities, Vol. 21, No. 2, pp. 687–704.
- 24-Owais, Rami Mousa Mohammed & Hawamdeh, Bassem Ali Obeid (2024), "*Emotional Intelligence and Its Relationship with Administrative Communication Among Private School Principals in the Northern Governorates of Palestine*", Journal of the College of Education, Vol. 40, No. 9, pp. 251–275.
- 25-Sagheer, Zahraa Taraf & Al-Halawi, Ali Hussein Alawi (2024), "*The Impact of Strengths on Achieving Sustainable Competitive Advantage with Opportunities as a Mediating Variable: A Field Study of the Opinions of Managers in Private Commercial Banks in the Middle Euphrates Region*", Warith Scientific Journal, Vol. 6, No. 71, pp. 86–96.
- 26-Saleh, Saleh Mahdi & Dawood, Ahmed Ouda Khalaf (2011), "*Emotional Intelligence Among Educational Counselors*", Journal of the College of Basic Education, No. 72, pp. 349–378.
- 27-Shaker, Shatha Aboud & Ibrahim, Khalid Abdullah (2021), "*The Role of Total Quality Management in Achieving Sustainable Competitive Advantage: An Exploratory Study of the Opinions of Employees at the Directorate of Preparation and Training*", Business Economics Journal, Vol. 1, No. 1, pp. 287–304.
- 28-Shanta, Halim Ismail (2025), "*The Impact of Emotional Intelligence on Accounting Disclosure and Its Role in Improving Investors' Mental Image*", Al-Kut Journal of Economic and Administrative Sciences, Vol. 17, No. 56, pp. 1295–1331.
- 29-Sherwani, Dilan Fouad Karim (2023), "*The Role of Emotional Intelligence in the Decision-Making Process: An Analytical Study of the Opinions of a Sample of Employees in the Ministry of Culture and Youth in Erbil*", Tikrit Journal of Economic and Administrative Sciences, Vol. 19, No. 62, pp. 271–288.
- 30-Shukour, Burhan Karim & Darwish, Raad Elias (2024), "*Digital Marketing and Its Role in Achieving Sustainable Competitive Advantage: An Exploratory Study of the Opinions of Employees in Private Hospitals in Sulaymaniyah*", Tikrit Journal of Administrative and Economic Sciences, Vol. 20, No. 65 (Part 1), pp. 185–202.
- 31-Wali, Ahlam Ibrahim; Ibrahim, Samira Ali; & Mohammed Amin, Shaima Ismat (2018), "*Analyzing the Relationship Between Emotional Intelligence and Employee Empowerment Strategy and Their Impact on Social Justice*", University of Anbar Journal of Economic and Administrative Sciences, Vol. 10, No. 23, pp. 183–219.
- 32-Zarafili, Sami Shukri Jabra & Zarafili, Lina Shukri Jabra (2021), "*The Impact of Applying Total Quality Management Practices on Achieving Competitive Advantage in Jordanian Telecommunications Companies*", Zarqa Journal for Research and Humanities Studies, Vol. 21, No. 3, pp. 532–559.