جامعة يحي فارس بالمدية

كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

قسم علوم التسيير

الموضوع:

أثر رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية

دراسة حالة " مؤسسة إتصالات الجزائر"

المديرية العملياتية للإتصالات بالمدية

مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم التسيير

تخصص: إدارة أعمال

– من إعداد الطالبتين:

– بومزونة عتيقة

– طريفي فطيمة

– تحت إشراف الأستاذة:

–د. زعاف نصيرة.

السنة الجامعية: 2022/2021


بسم الله الرحمن الرحيم

شكر وعرفان

قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: "من لم يشكر الناس لم يشكر الله ومن أهدى إليكم معروفا فكافئوه فإن لم تستطيعوا فادعوا له"

وعملا بهذا الحديث واعترافا بالجميل نحمد الله عز وجل ونشكره على أن وفقنا لإنجاز هذا البحث وأن سخر لعبده الضعيف الممكن والمستحيل، الذي أنار طريقنا إلى طلب العلم وألهمنا الصبر والطموح له الحمد وله الشكر

كما نتقدم بالشكر الجزيل إلى الأستاذة المشرفة "زعاف نصيرة رافقتنا طيلة هذا البحث وما قدمته لنا من دعم وتوجيهات ونصح وإرشاد لإتمام هذا العمل على ما هو عليه فلها أسمى عبارات الثناء والتقدير.

كما نخص بالشكر أعضاء لجنة المناقشة على ما قدموه لنا فبارك الله فيهما وأجزل لهما المثوبة والعطاء

كما نشكر أساتذة جامعة المدية وبالأخص كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

والشكر موصول إلى كل معلم أفادنا بعلمه من أولى المراحل الدراسية حتى هذه اللحظة.

وأخيرا لا يفوتنا أن نشكر كل من ساعدنا من قريب أو بعيد، كبير أو صغير في إنجاز هذا البحث المتواضع.

إهداء

أهدي ثمرة جهدي إلى من قال الحق تعالى فيهما: " وقل رب ارحمهما كما ربياني صغيرا"

أهدي فرحتي إلى من رآني قبلها قبل عينيها وحطتني أحشاؤها قبل يديها إلى التي رفع الله مقامها وجعل الجنة تحت قديمها إلى التي غمرتني بعطفها وحنانها وبسمتها إلى الينبوع الذي لا يمل العطاء

إلى التي تحملت من أجل أن نعيش بكرامة وسلامة إلى التي مهما مدحتها فلن أوفيها خيرها

إلى الغالية العزيزة على قلبي "أمي الحبيبة" أطال الله في عمرها.

إلى الذي علمني وأرشدني ورباني وأحسن تربيتي وشملني بالعطف والحنان وتحمل مشاقة الحياة وأرشدني إلى الشجاعة وغرس في قلبي الإرادة والصبر إليك "أبي الغالي أطال الله عمره إلى من شاركوني أيامي وأحلامي ورسمو الدرب أمامي إخوتي وأخواتي.

إلى من تقاسمت معهم أحلى الذكريات من الطفولة حتى الآن أبناء أخواتي وبالأخص فلة، جميلة، حسيبة، نعيمة، فاطمة الزهراء.

كما أهدي عملي إلى زوجات إخوتي وأزواج أخواتي وأبناءهم من الكبير إلى الصغير.

إلى من كانت دائما توصيني بالدراسة وزرعت في قلبي التحدي جدتي رجمها الله.

إلى الذي كان سببا في دخولي إلى المدرسة أنا اليوم على وشك إتمامها خالي أحمد رحمه الله.

إلى رفيق دربي وسندي في هذه الحياة زوجي سمير وإبنتي الوحيدة شفاء حفظهم الله

إلى عائلتي الثانية

إلى أمي الثانية حفظها الله إلى الذي أعتبره أبا بعد أبي رحمه الله إلى من أعتبرهم إخوتي وأخواتي وبالأخص من ربت إبنتي وملأتها بالحب والحنان وأدخلت في قلبها الأمان الزهرة وإلى كل العائلة الكريمة.

إلى رفيقاتي وزميلاتي في مشواري الدراسي

إلى من تقاسمت معها جهد هذا العمل زميلتي "بومزونة عتيقة"

إلى كل من شجعني لإتمام عملي هذا من قريب أو بعيد.

إلى كل من تسعهم ذاكرتي، ولم تسعهم مذكرتي لكم مني المحبة والتقدير.

فاطمة

الإهداء

إلى والدي الكريمين أطال الله في عمرهما

إلى زوجي العزيز حفظه الله ورعاه

إلى أبنائي الأعزاء

أيمن ، إيناس و إيمان

حفظهم الله ورعاهم ورزقهم الصحة ادلائمة والنجاح

إلى إخوتي وأخواتي

إلى زميلتي في هذا العمل

عتيقة

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات	الصفحة
البسملة	–
شكر وعرفان	–
إهداء	–
مستخلص (عربي– إنجليزي)	–
فهرس المحتويات	–
قائمة الجداول	–
قائمة الأشكال	–
قائمة الملاحق	–
مقدمة عامة	أ–ح
الفصل الأول: الإطار النظري لرأس المال الفكري	
تمهيد الفصل	2
المبحث الأول: ماهية رأس المال الفكري	3
المطلب الأول: نشأة وتطور رأس المال الفكري	3
المطلب الثاني: مفهوم وأهمية رأس المال الفكري	6
المطلب الثالث: خصائص وأبعاد رأس املال الفكري	9
المبحث الثاني: أساسيات رأس المال الفكري	13
المطلب الأول: مكونات رأس المال الفكري	13
المطلب الثاني: أدوار رأس المال الفكري	19
المطلب الثالث: علاقة رأس المال الفكري برأس المال البشري	20
المبحث الثالث: رأس المال البشري	22
المطلب الأول: مفهوم وأهمية رأس المال البشري	22
المطلب الثاني: خصائص ومكونات رأس المال البشري	24
المطلب الثالث: العوامل المؤثرة في رأس المال البشري	30
خلاصة الفصل	31

الفصل الثاني : الميزة التنافسية (تأطير نظري)	
تمهيد	34
المبحث الأول: الإطار العام للميزة التنافسية	35
المطلب الأأول: مفهوم الميزة التنافسية وعوامل نشوئها	35
المطلب الثاني: أنواع الميزة التنافسية وخصائصها	40
المطلب الثالث: خصائص الميزة التنافسية	43
المبحث الثاني: أبعاد وبناء الميزة التنافسية	46
تمهيد	46
المطلب الأول: أبعاد الميزة التنافسية	46
المطلب الثاني: بناء الميزة التنافسية	48
المطلب الثالث: العوامل المؤثرة في الميزة التنافسية وشروط فعاليتها ومعوقاتها	49
المبحث الثالث: العلاقة والأثر بين رأس المال الفكري والميزة التنافسية	53
المطلب الأول: آليات تحقيق الميزة التنافسية من خلال رأس المال الفكري	53
المطلب الثاني: دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية	55
المطلب الثالث: العلاقة بين رأس المال الفكري والميزة التنافسية	58
خلاصة الفصل	61
الفصل الثالث: دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر –فرع المدية–	
تمهيد الفصل	64
المبحث الأول: تقديم عام لمؤسسة اتصالات الجزائر	65
المطلب الأول: لمحة تاريخية لمؤسسة اتصالات الجزائر	65
المطلب الثاني: فروع وهياكل مؤسسة اتصالات الجزائر	67
المطلب الثالث: المديرية العملياتية لإتصالات الجزائر	69
المبحث الثاني: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية	75
المطلب الأول: منهج ومجتمع وعينة الدراسة	75
المطلب الثاني: أدوات الدراسة	76

المطلب الثالث: صدق وثبات أداة الدراسة	79
المبحث الثالث: تحليل ومناقشة النتائج	88
المطلب الأول: التحليل الوصفي لنتائج الدراسة	88
المطلب الثاني: إختبار فرضيات الدراسة	96
خلاصة الفصل	102
خاتمة عامة	105
قائمة المراجع	110
الملاحق	

قائمة الجداول:

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
1-1	المقارنة بين رأس المال المادي ورأس المال الفكري	8
2-1	مكونات رأس المال الفكري	14
1-2	مفاهيم الميزة التنافسية من وجهة نظر عينة من الكتاب	37
1-3	الإطار العام للدراسة الميدانية	76
2-3	الخيارات المكونة لمقياس ليكرت الخماسي	78
3-3	قيمة الوسط المرجح ودرجات الموافقة لعينة الدراسة	78
4-3	اختبار الإتساق الداخلي للعبارات وبعد رأس المال البشري	80
5-3	اختبار الاتساق الداخلي للعبارات وبعد رأس المال الهيكلي	81
6-3	اختبار الاتساق الداخلي للعبارات وبعد رأس المال الزبوني	81
7-3	اختبار الإتساق الداخلي للعبارات وبعد الجودة	83
8-3	اختبار الاتساق الداخلي للعبارات وبعد الإبداع	83
9-3	اختبار الإتساق الداخلي للعبارات وبعد الاستجابة	84
10-3	اختبار الإتساق الداخلي للعبارات وبعد الكفاءة	85

11-3	اختبار الثبات للاداة المرداسة لاداة الدراسة	86
12-3	اختبار التوزيع الطبيعي	86
13-3	توزيع أفراد العينة حسب متغير الصنف	88
14-3	توزيع أفاراد العينة حسب متغير العمر	89
15-3	توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى العلمي	90
16-3	توزيع أفراد العينة حسب متغير الوظيفة	91
17-3	توزيع أفراد العيننة حسب متغير سنوات الخبرة	92
18-3	المؤشرات الإحصائية لوصف أبعاد محور رأس المال الفكري في مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية	94
19-3	المؤشرات الإحصائية لوصف أبعاد محور الميزة التنافسية في مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية	95
20-3	اختبار الإنحدار البسيط لرأس المال البشري على تحقيق الميزة التنافسية في مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية	97
21-3	اختبار الإنحدار البسيط لرأس المال الهيكلي على تحقيق الميزة التنافسية في مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية	98
22-3	اختبار الإنحدار البسيط لرأس المال الزبوني على تحقيق الميزة التنافسية في مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية	100
23-3	اختبار الإنحدار البسيط لرأس المال الفكري على تحقيق الميزة التنافسية في مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية	101

قائمة الأشكال

رقم الشكل	عنوان الشكل	الصفحة
1-1	أبعاد رأس المال الفكري	12
2-1	عناصر ومكونات رأس المال الفكري	13
3-1	القيمة السوقية للشركة ومكوناتها	16

4-1	مكونات رأس المال البشري	25
1-2	العوامل المؤثرة في تحقيق الميزة التنافسية	39
2-2	مصادر الميزة التنافسية	43
3-2	مجالات التفوق المساهمة في عملية بناء الميزة التنافسية	47
4-2	دورة حياة الميزة التنافسية	51
5-2	خصائص الموارد البشرية لتحقيق الميزة التنافسية	59
6-2	العلاقة بين رأس المال الفكري وتحقيق الميزة التنافسية	61
1-3	الهيكل التنظيمي للمديرية العملية للاتصالات لولاية المدية	72
2-3	تمثيل أفراد العينة حسب متغير الصنف	88
3-3	تمثيل أفراد العينة حسب متغير العمر	89
4-3	تمثيل أفراد العينة حسب متغير المستوى العلمي	90
5-3	تمثيل أفراد العينة حسب متغير الوظيفة	91
6-3	تمثيل أفراد العينة حسب متغير سنوات الخبرة	92

قائمة الملاحق

الرقم	العنوان	الصفحة
1	الإستبيان الموجه لعينة الدراسة	119
2	نتائج اختبار الإتساق الداخلي بين العبارات وبعد رأس المال البشري	122
3	نتائج اختبار الإتساق الداخلي بين العبارات وبعد رأس المال الهيكلي	123
4	نتائج اختبار الإتساق الداخلي بين العبارات وبعد رأس المال الزبوني	124
5	نتائج اختبار الإتساق الداخلي بين العبارات وبعد الجودة	125
6	نتائج اختبار الإتساق الداخلي بين العبارات وبعد الإبداع	126
7	نتائج اختبار الإتساق الداخلي بين العبارات وبعد الإستجابة	126
8	نتائج اختبار الإتساق الداخلي بين العبارات وبعدالكفاءة	127

9	نتائج اختبار ثبات الإستبيان	127
10	نتائج اختبار التوزيع الطبيعي	128
11	نتائج التحليل الوصفي للمتغيرات الشخصية	128
12	نتائج التحليل الوصفي لأبعاد رأس المال الفكري في مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية	129
13	نتائج التحليل الوصفي لأبعاد الميزة التنافسية في مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية	130
14	نتائج اختبار الإنحدار البسيط لرأس المال البشري على تحقيق الميزة التنافسية لدى مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية	130
15	نتائج اختبار الإنحدار البسيط لرأس المال الهيكلي على تحقيق الميزة التنافسية لدى مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية	131
16	نتائج اختبار الإنحدار البسيط لرأس المال الزبوني على تحقيق الميزة التنافسية لدى مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية	131
17	نتائج اختبار الإنحدار البسيط لرأس المال الفكري على تحقيق الميزة التنافسية لدى مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية	133

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر رأس المال الفكري بمختلف أبعاده (رأس المال البشري، رأس المال اليهكلي، رأس المال الزبوني) في تحقيق الميزة التنافسية بأبعادها (الجودة، الإبداع، الاستجابة، الكفاءة) بالمديرية العملية للاتصالات بولاية المدية، حيث تم اختيار المنهج الوصفي التحليلي، ثم اختيار مجتمع الدراسة المتمثل في كافة العاملين بمختلف مستوياتهم الإدارية في المؤسسة محل الدراسة واعتمدنا من خلال تصميم استبيان كاداة لجمع البيانات والمعلومات وتم اختيار الفرضيات بالإعتماد على برنامج التحليل الاحصائي spss ، وأظهرت التحليلات عدة نتائج أهمها: أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) لرأس المال الفكري بأبعاده الثلاثة في تحقيق الميزة التنافسية في المؤسسة محل الدراسة.

وجود علاقة إرتباطية بين أبعاد رأس المال الفكري (البشري ، الزبوني والهيكلي) وبين أبعاد الميزة التنافسية وهي (الجودة، الإبداع، الإستجابة والكفاءة).

مكونات رأس المال الفكري لها أثر إيجابي في تعزيز ودعم الميزة التنافسية.

الكلمات المفتاحية: رأس المال الفكري، الميزة التنافسية، اتصالات الجزائر بالمدية

Summary:

The study aimed to identify the impact of intellectual in its various dimenssion (human capital, structural capital, customer capital) in achieving couperirive advantage in its dimensions (quality,creativity, response, efficiency) in the operational directorate of Algeria Telecom in the stat of Medea, where the descriptive opproach was chosen, amalyticale, then choosing the study communit represented by all employees of their various administrative levels in the institution under study, and we adopted by derigion a questionnaire as a tool for all data and information (0.05) of intellectual capital in its three

dimensions in achieving competitive advantage in the institution under study.

Opening words: intellectual capital, competitive capital, advantage Algeria telecom in Medea

مـــقـــدمـــة

يشهد القرن الحالي تطورات سريعة وهائلة وتغيرات متسارعة وتحولات جذرية في مختلف المجالات، حيث أصبحت تمثل تحدي كبير لمنظمات الأعمال ومن أهم هذه التطورات ظاهرة العولمة والتحول نحو اقتصاد المعرفة، هذا الإقتصاد الذي لم تعد فيه الأرض واليد العاملة ورأس المال الموارد الأساسية، حيث ظهر مورد حديث الذي أصبح مهما للإقتصاد والمتمثل في المعرفة باعتبارها نوع جديد من رأس المال القائم على المعرفة والخبرة، هو رأس المال الفكري الذي يتجدد ويتطور باستمرار.

فرأس المال الفكري يوفر لمنظمات الأعمال مجالا لتحقيق التميز ويعزز موقعها تنافسي والريادي ويشكل الدعامة الأساسية والمورد الاستراتيجي لثروة المؤسسة وازدهارها حيث أن نجاح المؤسسات في بيئة المنافسة أصبح مرهونا بقيمة هذا الأصل وذلك بسبب دوره الفعال في تعزيز وتحقيق ميزة المؤسسة التنافسية.

ولكي تتمكن المؤسسة من خلق ميزة تنافسية تستطيع من خلالها تحقيق مكانتها على منافسيها في مجال نشاطها يجب عليها فهم طبيعة العلاقة القائمة بينها وبين البيئة التي توجد فيها ومعرفة مكوناتها وأبعادها.

لذا يجب على المؤسسات الاقتصادية البحث عن ثروتها الفكرية التي تكون خزنة في عقول مواردها البشرية ذات الكفاءة العالية وتميزها بالمهارات والأفكار الابداعية والمبتكرة حتى تتمكن من الاستثمار فيها والعمل على تحويلها إلى أرباح، ومن ثم تحقيق ميزة تنافسية وتعزيز التفوق التنافسي لمنظمات الأعمال.

تأسيسا على ما سبق، تبلورت لنا صياغة اشكالنا المطروح على شكل سؤال رئيسي كالآتي:

1-الإشكالية الرئيسية

- ما مدى مساهمة رأس المال الفكري فيي تحقيق الميزة التنافسية في مؤسسة اتصالات الجزائر بالمدية؟

2-الأسئلة الفرعية:

- ما أهمية رأس المال الفكري في المؤسسة؟
- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) لرأس المال الفكري في نحقيق الميزة التنافسية لمؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية؟
- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) لرأس المال البشري في تحقيق الميزة التنافسية لمؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية؟
- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) لرأس المال الهيكلي في تحقيق الميزة التنافسية لمؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية؟
- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) لرأس المال الزبوني في تحقيق الميزة التنافسية لمؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية؟

3- الفرضيات:

من أجل معالجة الإشكالية الرئيسية والإجابة على التساؤلات الفرعية المطروحة سابقا يمكن صياغة الفرضيات التالية:

- رأس المال هو المعرفة المتراكمة في عقول الموارد البشرية الناتجة على الممارسات الفعلية للعمل والتوجيه والمساندة من القادة والمشرفين والتعرض لمطالب الزبائن في المؤسسة.
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة(0.05) لرأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية لمؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية .
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة(0.05) لرأس المال البشري في تحقيق الميزة التنافسية لمؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية .
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة(0.05) لرأس المال الهيكلي في تحقيق الميزة التنافسية لمؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية .
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة(0.05) لرأس المال الزبوني في تحقيق الميزة التنافسية لمؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية .

4- الدراسات السابقة:

ومن بين هذه الدراسات التي أجريت في هذا الموضوع هي:

أ- دراسة خالد أحمد عبد الحميد قشفيش: بعنوان إدارة رأس المال الفكري وعلاقته في تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسة، دراسة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في إدارة الأعمال، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الأزهر-غزة- فلسطين، 2014.

- تهدف هذه الدراسة إلى معرفة العلاقة إدارة رأس المال الفكري في تعزيز الميزة التنافسية بين الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة.
- توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: توجد علاقة بين إدارة رأس المال الفكري وتعزيز الميزة التنافسية للجامعات الفلسطينية، حيث بلغ معامل الارتباط بينهما (0.029) الأمر الذي يدل إن إدارة رأس المال الفكري تساعد في تعزيز الميزة التنافسية لدى الجامعات الفلسطينية.
- كما أظهر تحليل النتائج أن كل من جامعة القدس المفتوحة والجامعة الاسلامية تسعى إلى تعزيز أكبر في ميزانيتها مقارنة بكل من جامعة الأقصى وجامعة الأزهر من خلال إدارتها لرؤوس الأموال الفكرية التي تمتلكها، كما تتباين قدرة الجامعات في تعزيز ميزتها التنافسية مع الجامعات الأخرى من خلال عدة محاور، حيث تعسى إلى تقديم خدمات نوعية ومتطورة، وكذلك إمتلاك كادر بشري مميز يستطيع تقديم الخدمات بأعلى جودة ممكنة.

ب-دراسة لويزة فرحاتي: بعنوان: "دور رأس المال الفكري في تحقيق ميزة تنافسية للمؤسسة الاقتصادية في ظل اقتصاد المعرفة، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في علوم التسيير تخصص تنظيم المورد البشري، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلو مالتسيير، جامعة محمد خيضر-بسكرة-2016/2015 تهدف هذه الدراسة إلى التأكد من وجود العلاقة والأثر بين رأس المال الفكري المتمثل في مكوناته(البشري، الهيكلي، الزبوني) وبين الميزة التنافسية وتحديد العلاقة الارتباطية بين متغيرات الدراسة.

- توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: إن رأس المال الفكري هو الركيزة الأساسية لنجاح المنظمات، كما أن الفرق بين القيمة الأسمية والدفترية للمنظمة تتمثل في رأس المال الفكري وهو مصدر التفوق التنافسي والميزة التنافسية، كما توصلت كذلك إلى أن هناك علاقة ارتباطية قوية وذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية 0.05 بين رأس المال الفكري والميزة التنافسية في الشركة محل الدراسة.

ج–دراسة دبة شيما: بعنوان "دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة" رسالة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر في علوم التسيير، تخصص: تسيرر مؤسسات صغيرة ومتوسطة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلو مالتسيير جامعة قاصدي مرباح–ورقلة–الجزائر–2013، تهدف هذه الدراسة إلى التأ:د من وجود العلاقة والأثر بين رأس المال الفكري بمكوناته الثلاث (البشري، الهيكلي، العلاقاتي) وبين الميزة التنافسية

- توصلت الدراسة أن لا توجد هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين توافر متطلبات رأس المال البشري وتحقيق الميزة التنافسية لشركة سيفانكو، كذلك هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين توافر متطلبات رأس المال الهيكلي وتحقيق الميزة التنافسية لشركة سيفانكو، كذلك هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين توافر متطلبات رأس مال العلاقات وتحقيق الميزة التنافسية لشركة سيفانكو، عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية حول مسستوى توفر متطلبات رأس المال الفكري وتحقيق الميزة التنافسية تعزى إلى العمر.

د– دراسة بلاوي أحمد، مسعودي عبد القادر: بعنوان "دور رأس المال الفكري في تعزيز الميزة التنافسية" دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية–أدرار 2019/3/3 إلى2019/04/30 من السنة الجامعية 2019/2018 تهدف هذه الدراسة إلى التأكد من وجود العلاقة بين رأس المال الفكري والميزة التنافسية. وتحديد العلاقات الارتباطية بين متغيرات الدراسة

- توصلت الدراسة إلى أن رأس المال الفكري هو القاعدة الأساسية لتعزيز نجاح المنظمات كذلك وأن رأس المال الحقيقي الذي تمتلكه المنظمات ليس رأس المال المادي بل رأس

المال الفكري مصدر التفوق التنافسي، وجود علاقة ارتباطية قوية ذات دلالة احصائية عند مستوى معنوية 0.05 بين رأس المال الفكري والميزة التنافسية في البنك محل ادلراسة ويرجع ذلك إلى تركيز المؤسسة محل الدراسة تجسيد أبعاد كل من: رأس المال البشري، رأس المال الهيكلي، رأس المال الزبوني داخل المؤسسة محل الدراسة.

5-أهمية الدراسة:

تتمثل همية الدراسة فيما يلي:

- تكمن اهمية الدراسة في أنها من الموضوعات المهمةحيث تناولت مفهوماتن هما رأس المال الفكري والميزة التنافسية.
- تناولت الدراسة لمفاهيم وأهمية كل من رأس المال الفكري والميزة التنافسية
- توضيح أهمية رأس المال الفكري بالنسبة للمؤسسة واعتباره عنصر حيوي من خلال تنميته وتطويره وتعزيزه وجعله مصدرا للميزة التنافسية.
- إظهار من خلال هذه الدراسة إلى كيف يؤثر رأس المال الفكري في تطوير المؤسسة وتعزيز ميزتها التنافسية.

6-أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى توضيح أثر رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية في مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية، وذلك من خلال:

- التعرف على مستوى توافر رأس المال الفكري لدى المؤسسة محل الدراسة.
- إبراز دور رأس المال الفكري ومكوناته في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة
- التعرف على أثر رأس المال الفكري بأبعاده في تحقيق الميزة التنافسية
- محاولة فك الغموض والإلمام برأه المال الفكري خصوصا في الجانب النظري باعتباره أحد المواضيع الحديثة لإدارة الموارد البشرية، ومعرفة أهم مكوناته الثلاث المتمثلة في (رأس المال البشري، رأس المال الهيكلي، رأس المال الزبوني).

7- منهج الدراسة:

من أجل الإجابة على الإشكالية المطروحة والتساؤلات الفرعية واختبار صحة الفرضيات تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي باعتباره المنهج الأنسب للدراسة، الذي يقوم على جمع البيانات والمعلومات حول الدراسة المتوفرة من مصادرها المختلفة ومعالجتها بطريقة علمية موضوعية والوقوف على ما تناولته مختلف المراجع والمصادر التي لها علاقة بالموضوع من خلال تكوين صورة شاملة حول الظاهرة المدروسة من خلال الفصلين الأول والثاني المتعلق بالجانب النظري.

أما في الفصل الثالث (الجانب التطبيقي) قمنا بدراسة حالة من خلال تطبيق الدراسة على المؤسسة محل الدراسة بالاعتماد على الاستبيان ومعالجته باستخدام أسلوب الحزم الاحصائية للعلوم الاجتماعية (برنامج spss) وذلك من خلال توضيح ودراسة أحسن لأُر رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة محل الدراسة

8-حدود الدراسة

تتمثل حدود الدراسة فيمايلي:

الحدود الموضوعية: تقتصر الحدود الموضوعية لهذه الدراسة على محورين:المحور الأول يتمثل رأس المال الفكري والمحور الثاني في الميزة التنافسية

الحدود المكانية: أجريت هذه الدراسة في مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية

الحدود الزمانية: أجريت الدراسة خلال السداسي الثاني من السنة الجامعية 2022/2021

9-أسباب اختيار الموضوع:

هناك عدة أسباب دفعتنا إلى اختيار الموضوع وهي:

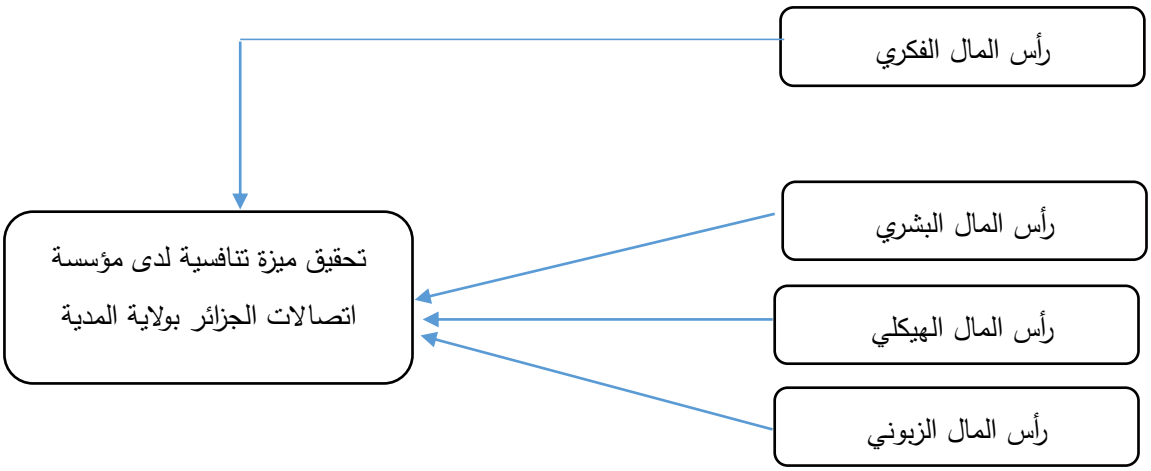
- الرغبة الذاتية في دراسة هذا الموضوع.
- أهمية الموضوع بالنسبة للمؤسسات التي محيطها في تغيرات وتطورات دائمة
- بحكم تخصصنا في إدارة الأعمال، تم اختيار هذا الموضوع الذي يخدم هذا الجانب

10-صعوبات الدراسة

تمثلت صعوبات الدراسة فيمايلي:

- ضيق الوقت
- عدم تعاون موظفي المؤسسة بإعطائنا المعلومات الكافية
- صعوبة حصولنا على الموافقة لإجراء الدراسة الميدانية
- رفض الموظفين لإجراء مقابلة معهم وعدم إعطاء الاعتبار للاستبيان الذي وزع عليهم

نموذج الدراسة:



هيكل الدراسة:

لتغطية موضوع الدراسة، سنقوم بتقسيم البحث إلى جانب نظري وآخر ميداني، حيث تم تقسيم الجانب النظري إلى فصلين، نبرز فيهما مختلف الجوانب الخاصة بالموضوع.

فيما يخص الفصل الأول بعنوان "الإطار النظري لرأس المال الفكري" يحتوي عبى ثلاثة مباحث فالمبحث الأول سنتطرق فيه إلى ماهية رأس المال الفكري حيث يتمحور المبحث الأول حول نشأة وتطور رأس المال الفكري: مفهومه، أهميته، خصائصه، أبعاده، أما في المبحث الثاني فسنتطرق إلى مكوناته وأدواره وكذلك علاقة رأس المال الفكري برأس املال البشري، أما المبحث الثالث فتناول رأس المال البشري تطرقنا فيه إلى مفهومه، أهميته، خصائصه، مكوناته، بالإضافة إلى العوامل المؤثرة عليه.

أما الفصل الثاني: بعنوان "الميزة التنافسية (تأطير نظري)" يحتوي كذلك على ثلاثة مباحث نتطرق فيها إلى الإطار العام للميزة التنافسية، مفهومها وعوامل نشوءها، أنواعها وخصائصها، مصادرها، أبعادها، بنائها، العوامل المؤثرة فيها وكذلك شروط فعاليتها ومعوقاتها.

وتطرقنا كذلك آليات تحقيق الميزة التنافسية من خلال رأس المال الفكري ودورهما والعلاقة بينهما.

أما فيما يخص الفصل الثالث بعنوان"دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر –فرع المدية" فحاولنا إسقاط الجانب النظري على الجانب التطبيقي في المؤسسة فقد اشتمل على ثلاثة مباحث، حيث تمحور المبحث الأول تقديم عام لمؤسسة اتصالات الجزائر –فرع المدية أما المبحث الثاني سنتناول فيه الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية، أما المبحث الثالث يتم فيه تحليل ومناقشة النتائج، وفي نهاية الفصل تم تلخيص ما جاء في البحث في خاتمة تحتوي على النتائج المتوصل إليها بالإضافة إلى الإقتراحات.

الفصل الأول: الرأس المال الفكري

تمهيد:

تواجه منظمات الأعمال اليوم على حد سواء تحديات كبيرة متمثلة في المنافسة القوية وسرعة التغيير والتحول المستمر في بيئة الأعمال الحديثة التي يشهدها العالم اليوم ومنها استخدام الانترنت، والحاسبات، وتكنولوجيا المعلومات والاتصال مما أدى إلى الانفتاح إلى زيادة الطلب على الأفراد ذوي الخبرة والمهارة المتميزة في أداء المهمات وتحقيق التميز، حيث أصبح تركيز منظمات الأعمال في البحث عن المعرفة المتراكمة في عقول الموارد البشرية واستقطابها والمحافزة عليها باعتبار الثورة الحقيقية التي تمتلكها المؤسسات والتي يمكن أن تحقق ميزة تنافسية، مما تيقنت العديد من المؤسسات أن القيمة الحقيقية تتجسد في رأس مالها الفكري البشري الذي يعتبر ذو قيمة ولا يزول إلا بموته.

يعتبر رأس المال الفكري موردا ناجحا في المستقبل الذي أصبح ممثل للقوة وقدرته على المناغة وتحقيق الأهداف المرسومة التي تسعى المؤسسة إلى تحقيقها وسنتطرق من خلال هذا الفصل إلى المباحث التالية:

1-المبحث الأول: ماهية رأس المال الفكري.

2-المبحث الثاني: أساسيات رأس المال الفكري.

3-المبحث الثالث: رأس المال البشري.

المحبث الأول: ماهية رأس المال الفكري

لقد بدأ الإهتمام برأس المال الفكري في المظمات بداية من عقد الثمانينات حيث أدرك الأكاديميون والإستشاريون والمدراء أهمية وقيمة الأصول غير الملموسة في المنظمة، إن رأس المال الفكري أصبح محدداأساسيا لما تحققه المنظمة من أرباح ومع بداية عقد الثمانينات من القرن الماضي بدأ يظهر في الأدبيات الإقتصادية مصطلح رأس المال الفكري حيث أصبح ثروة حقيقية للشركات ومصدرا جديدا للميزة التنافسية

المطلب الأول: نشأة وتطور رأس المال الفكري

إن لموضوع رأس المال الفكري جذور تاريخية قديمة قدم الإنسان، فمنذ أن خلق الله تبارك وتعالى آدم عليه السلام، أودع فيه العلم والقدرة على التفكير، إذ قال تعالى: "وعَلَّم ءَادَمَ الأسْمَاءَ كُلّهَا " ولقد ذكر الله تعالى أقلي الألباب في مواضيع متعددة من القرآن الكريم، وهم أصحاب العقول، كما في قوله تعالى: "إنَّ في خَلْق السَمَاوات والأرض واخْتلاف اللَّيل والنَهَار لآيات لأولي الألبَاب"[1]

إن مصطلح رأسي المال الفكري ظهر حديثا ويعود ظهوره إلى العقود الأخيرة من القرن الماضي[2].

ويمكن تحديد ثلاثة مراحل مهدت لظهور تطور رأس المال الفكري هي[3]:

الفرع الأول: المرحلة الأولى.

بدأ الإهتمام بالقابليات البشرية في القرن السابع عشر على يد الإقتصاديين الذين اهتموا بقيمة العاملين واختلتف نوعيتهم ومدى تأثيرها في العملية الانتاجية وجودة المخرجات، وتحديد الاجور على وفق ما يبذله من وقت وجهد وكلفة لكسب المهارات وفي عام 1906 شهد ظهور

[1] القرآن الكريم، سرةآل عمران، الآية 190.
[2] سعدون حمود خيثر الربيعاوي، حسين وليد حسين عباس، رأس المال الفكري، الطبعة الأولى، عمان، دار غيداء للنشر والتوزيع، 2015، ص 53 -54.
[3] سعد علي العنزي، احمد علي صالح، إدارة رأس المال الفكري في منظمات الأعمال، الطبعة العربية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2009، ص159،157.

الأساس الفعلي لنظرية رأس المال البشري المعاصرة على يد الاقتصادي(Fisher Iroing) عندما أدخل رأس المال البشري في مفهوم رأس المال العام.

وشهدت مرحلة الستينات إلى نهاية السبعينات تطورا سريعا في نظرية رأس المال البشري أدت بشكل واضح إلى فهم السلوك الإنساني على المستويين الفردي والإجتماعي.

ومن كل ما تقدم يلاحظ أن الحقبة السابقة، التي امتدت من القرن السابع عشر إلى نهاية سبعينات القرن العشرين، قد أكدت على القابليات البشرية عامة، (فكريا وجسديا وأدائيا)

وبذلك شدت هذه الحقبة الإنتباه إلأى أهمية املورد البشري وضرورة دراسته بوصفه مكملا لرأس المال المادي، كما يمكن القول بأن موضوع راس المال البشري "يمثل نقطة الإرتكاز الأساس والمؤشر المنطقي لدراسة موضوع رأس المال الفكري[1].

الفرع الثاني: المرحلة الثانية.

تلميحات المفهوم وتوجهات الإهتمام بالقابلية الذهنية[2]

في بواكير ثمانينات القرن العشرين، أصبح المديرون والاكاديميون والمستشارون في جميع أنحاء العالم واعيين، ولو بشيء من البطء، إلى أن الموجودات غير الملموسة (لاسيما رأس المال الفكري) التي تمتلكها الشركات كانت من الغالب المحدد الرئيسي لأرباحها، ففي عام 1980 توصل (Hiroyuki) بعد شيء من الدراسة تمكن من تحديد سبب في الاختلاف في الموجودات غير الملموسة خرج باستنتاج مفاده أن الموجودات غير الملموسة هي الأساس في تحقيق عوائد الشركات، لأنها قابلة للإستخدام المتعدد والمتزامن، وتعود بفوائد متعددة ومتزامنة.

وفي علم 1986 نشر (korl–Eriksveby) كتابا عنوانه "شركة معرفة" إذ أوضح فيه ضرورة الاهتمام بالموجودات الغير ملموسة وكيفية إدارتها، لأنها تمثل المصدر الحقيقي لبقاء الشركة ونموها.

[1] سعد علي العنزي، أحمد علي صالح، مرجع سبق ذكره، ص159.
[2] سعد علي العنزي، أحمد علي صالح، مرجع سبق ذكره، ص 160 162.

وفي عام 1989 أنشأ (Sulllivan patrick) وهو مستشارتجاري متخصص في استخراج الأرباح والفوائد من التكنولوجيا، ولأول مرة نشاطا استثماريا قابل للتطبيق يرتكز على نصح الزبائن في كيفية استخراج القيمة من الإبداع من وجه نظر تجارية.

شهدت الدبايات المبكرة لتسعينات القرن العشرين، تتويجا لجهود المرحلة تمثل بثلاثة حوادث، أولها عام (1990) عندما أطلق (Ralph stayer) لأول مرة مصطلح "رأس المال الفكري" وثانيها عندما نشر (Stewart) مقالة بعنوان (القوة الذهنية) وثالثها عام (1991) أيضا وهو تعيين أول مدير في العالم لرأس المال الفكري من قبل شركة (Skandia) السويدية لخدمات التأمين والمالية.

يلاحظ من خلال معطيات المحرلة الثانية التي ابتدأت في الثمانينات واستمرت حتى بدايات التسعينات من القرن العشرين، بأنها تميزت بمجموعة من آراء ومقترحات، ركزت على أهمية ودور الموجودات غير الملموسة في تحقيق بقاء المؤسسة ونموها.

الفرع الثالث: المرحلة الثالثة: تكثيف الجهود البحثية وولادة النظرية.

قريب من منتصف التسعينات من لقرن العشرين، بدأت الجهود البحثية تتكشف حول موضوع رأس المال الفكري، في محاولة لإيجاد فهم مشترك فيما بين الباحثين والشركات والاتفاق على مبادئ وممارسات هذا الموضوع.

ففي عام 1993 اهتمت شركة (Dou chemical) في تطوير الأرباح والمنافع الجديدة من رأس المال الفكري، وبدأت في تحديد الأفكار والإبداعات التي أهملت سابقا واختيار وتطوير الأفكار التي تحقق الفوائد الأعلى.

وفي عام 1995 أشرفت منظمة آرثر أندرسون (Arhur Anderson) لاستشارات الأعمال وبالتعاون مع المركز الامريكي للانتاجية والجودة وهي منظمة بحثية غير هادفة للربح، على ندوة صيرورة للمعرفة أو الحاجة لها شارك فيها (447) فردا، والتي فيها (53) بحثا عن المعرفة وتقييم إدارة المعرفة المسجلة تجاريا. وقدمت منظمة (Arthur) أداة لتقييم إدارة املعرفة تتكون من (24) سؤالا، تسعى إلى اكتشاف مساهمة العاملين في رأس المال

الفكري وتستغرق عملية الاكتشاف أسبوعين، ويستخدم لتطبيق الأداة المذكورة عدة وسائل منها: الورشة، المقابلة مع أي فرد بدءا من الإدارة العليا، انتهاءا بالعاملين التشغيليين، وفي المدة الممتدة بين (20–30) جوان عام 2000، وبين 4 إلى 5 عام 2003 عقد في نيويورك مؤتمرين حول رأس المال الفكري وإدارته.

المطلب الثاني: مفهوم وأهمية رأس المال الفكري:

وردت العديد من التعاريف لرأس المال الفكري سنحاول سرد أهمها وكذلك إبراز أهميتها من خلال ما سنتناول في هذا المطلب:

الفرع الأول: مفهوم رأس المال الفكري

إن موضوع رأس المال الفكري حديث العهد ومازال الغموض والجدال والنقاش يكتنفه وعلى هذا الأساس فمن الطبيعي جدا أن لا نجد مفهوما محددا ومتفقا عليه لهذا المصطلح إذ أوضحت الأدبيات المتخصصة وجود أكثر من مفهوم ورأي ووجهة نظر حوله وسنعرض عدد من التعاريف ومنها:

يعرف Spender بأنه نخبة متميزة من العاملين لهم القدرة على تفكيك هيكلة الصندوق الأسود للعمل الانتاجي إلى مكوناته الاولية وإعادة تركيبها بشكل متميز[1].

1. يعرف رأس المال الفكري بأنه "الموهبة والمهارات والمعرفة التقنية والعلاقات، وكذلك الماكينات التي تجسدها، والممكن استخدامها لخلق الثروة.[2]
2. وعرفه بوندين: قدرات متميزة يتمتع بها عدد محدود من الأأفراد العاملين في المنظمة تمكنهم من تقديم اسهامات فكرية تمكن المؤسسة من زيادة انتاجيتها وتحقيق مستويات أداء عالية مقارنة بالمؤسسات المماثلة[3].

[1] زكريا مطلك الدوري، أحمد علي صالح، إدارة التمكين واقتصاديات الثقة، الطبعة العربية، دار الباروزي العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009، ص 157.

[2] توماس ستيوارت، ترجمة أحمد، صلاح، ثروة المعرفة، رأس المال الفكري، الدار الدولي للاستشارات الثقافية، ط1، مصر، 2004، ص31.

[3] محمد سعود جرادات وآخرون، إدارة املعرفة، الطبعة 01، لإثراء للنشر والتوزيع، الأردن 2011، ص226.

3. ويرى Hamel أنه قدرة منفردة تتفوق بها المنظمة على منافسيها تتحقق من تكامل مهارات مختلفة وتسهم في زيادة القيمة المقدمة للمشترين وهي مصدر من مصادر الميزة التنافسية[1].
4. ويُنظر إليه على أنه امتلاك المعرفة والتقنيات المنظمية وعلاقات الزبون والمهارات التخصصية التي نزود المنظمة بالميزة التنافسية[2].
5. وعرف كذلك بأنه مجموعة من القيم الملموسة التي تعتبر جزءا من رأس المال المنظمة والتي تشمل على مكونات بشرية وهيكلية وعلائقية، تساهم في انتاج أفكار جديدة ومبتكرة على البقاء وتحسين الحصة التسويقية، وتعظيم القدرات التنافسية للمنظمة.[3]
6. في تعريف آخر (ساليفان Sallivan) بأنه المعرفة التي تتحول إلى ربح أو الكسب أكثر من الملكية الفكرية، ومثل هذاالتعريف واسع غير محدد مما يجعله محدود الأهمية في الفهم والتعامل مع رأس المال الفكري [4].
7. وعرف أيضا بأنه قدرة عقلية ذات مستوى معرفي عال تملكها مجموعة محدودة من العاملين دون غيرهم، وهو بذلك يمثل موجودات فكرية غير ملموسة لها الأثر الاكبر في زيادة الموجودات المادية الأخرى للمنظمة ويساهم في تعظيمها[5].
8. ويعرفه (Reid)بأنه المادة الفكرية المتكونة من المعرفة والمعلومات والمهارات والخبرات ذات القيمة الاقتصادية التي يمكن الاستفادة منها ووضعها موضع التطبيق بهدف خلق الثروة للمؤسسات المالكة لهذه المادة الفكرية[6].

[1] عادل حرحوش المفرجي، أحمد علي صالح، رأس المال الفكري طرق قياسه وأساليب المحافظة عليه، العربية للتنمية الغدارية، القاهرة،جمهورية مصر العربية، 2003، ص15.
[2] حسين يرقي وآخرون، إدارة التحول، التحسين في منظمات رأس المال الفكري، ملتقى دولي حول رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية، جامعة الشلف، 13 -14 ديسمبر 2011، ص4.
[3] هاني محمد السعيد، رأس المال الفكري، انطلاقة إدارية معاصرة، دار السحاب للنشر والتوزيع، مصر 2008، ص21.
[4] نجم عبود نجم، إدارة المعرفة، المفاهيم والاستراتيجيات والعمليات، الوراق للنشر والتوزيع، ط2، عمان، 2008، ص289.
[5] حسين عجلان حسين، الغدارة المعرفية في منظمات الأعمال، إثراء للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2008، ص129.
[6] فلاق محمد، يوسف حمد، رأس المال الفكري ودوره في تحقيق استدامة الميزة التنافسية للمؤسسةالاقتصادية "دؤاسة حالة مجمع صيدلي لصناعة الأدوية، مجلة المعارف، المجلد 14، العدد1، جامعة حسيبة بنبوعلي، الجزائر، جوان 2019، ص279.

وكتعريف شامل لرأس المال الفكري هو عبارة عن القدرات والمهارات والإسهامات الفكرية المتميزة التي يمتلكها الأفراد بالمنظمة مما تساعد على توظيفها من خلال برامجها وأنظمتها لتتجسد في منتجات وخدمات متميزة.

وقبل التطرق إلى أي عنصر لابد أن نوضح بأن رأس المال الفكري يستخدم بتسميات عديدة، كما هو الحال في رأس الما المعرفي ورأس المال اللاملموس، وفي هذه التسميات فإنه يعبر عما يقال رأس الما المادي وبنفس الطريقة فإن الأصول الفكرية تقابل الأصول المادية في الشركة ويمكننا التفريق بين الإثنين من خلال الجدول التالي:

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

البيان	رأس المال المادي	رأس المال الفكري
الميزة الأساسية	مادي ملموس	غير مادي، أثيري – غير ملموس
موقع التواجد	ضمن البيئة الداخلية للشركة	في عقول الأفراد العاملين في الشركة
التمثيل النموذجي	الآلة، المعدات والمباني	الأفراد ذوي المعارف والخبرات
القيمة	متناقصة بالانحدار	متزايدة الابتكار
نمط خلق الثروة	بالاستخدام المادي	بالتركيز والانتباه والخيال الواسع
المستخدمون له	العمل العضلي	العمل المعرفي
الواقع التشغيلي	يتوقف عند حدوث المشاكل	يتوقف عند حدوث المشاكل
الزمن	له عمر انتاجي وتناقص بالطاقة	ليس له عمر مع تزايد في القدرات الابداعية

المصدر: مصطفى يوسف كافي، اقتصاد المعرفة وانعكاساته في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك، الطبعة الأولى، ألفا للوثائق –نشر– استراد وتوزيع الكتب، الجزائر، 2017، ص156.

الفرع الثاني: أهمية رأس المال الفكري:

إن أهمية رأس المال الفكري تبرز من أهمية موقع أصحاب العقول والألباب في القرآن الكريم إذ ذكرت هاتان الكلمتان في 61 آية موزعة على 43 سورة كريمة، أ] ما يعادل نسبة 38 بالمئة من مجموع سورالقرآن الكريم البالغ عددها 114 سورة، وهي نسبة ليست بالقليلة

تشير إلأى أهمية الدور الذي يؤدونه وحجم المسؤولية الملقاة على عاتقهم إزاء الدين والدنيا، وفي هذا السياق يمكن إدراج النقاط التالية[1]".

4- يعد السلاح الأساسي للمنظمة في العالم اليوم، لأن الموجودات الفكرية تمثل القوة الخفية التي تضمن بقاء واستمرارية المنظمة.

5- يعتبر بمثابة ميزة تنافسية، وعلى هذا الأساس فإن بعض المنظمات الاستشارية تقضي من 3 إلى 6 أشهر في الاستشارة لأنها تؤمن أن المشاركة في رأس المال الفكري يعد يمزة تنافسية.

6- يمثل كنزا مدفونا يحتاج إلى منيبحث عنه واستخراجه للوجود والممارسة، حيث يعد نشر المعرفة أحد أساليب إستخراجه.

7- مصدرتوليد الثروة بالنسبة للمنظمة والأفراد واداة لتطويرها، حيث يرى الباحثين أن ثلاثة أرباع القيمة المضافة تشتق من المعرفة

8- إن رأس المال الفكري قادر على خلق ثروة خيالية من خلال قدرته على تسجيل براءات الاختراع، وهذا ما أكدته البحوث والدراسات التي تناولت رأس المال المعرفي

9- يعتبر رأس المال للمنظمة ومصدر لتحقيق الفائدة التنافسية، ويوجد دليل واضح أن العنصر غير الملموس لقيمة التكنولوجيا المقدمة يفوق القيمة لموجوداتها الحسية والمعدات، فالموجودات الحسية تحول من السوق الخاص بها والفرق هو رأس المال الفكري[2].

10- يعتبر رأس المال الفكري أساسا مهما في بناء المنظمات الذكية وذلك من خلا توافر العقول المتميزة بذكائها وقدرتها على الاستثمار في الموارد وتسخيرها لتوسيع مساحة التميز لمنظماتهم لأن العقول لها قابلية التكيف مع الظروف المتغيرة[3].

[1] عبد الله بلوداس، تبة سمية، رأس المال الفكري، مدخل معاصر لتحقيق الميزة التنافسية لمنظمات الأعمال، منشورات المنظمة العربية للتنمية الادارية، الجزء الأول، القاهرة، جمهورية مصر العربية، 2014، ص 179، 180.

[2] أحمد الخطيب، خالد زيغان،إدارة المعرفة ونظم المعلومات، جدار للكتاب العالمي للنشر والتوزيع، الطبعة الأاولى، عمان –الأردن، 2009، ص18.

[3] وائل فاضل حسان العكيدي، رأس المال الفكري وأثره في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة، الطبعة الأولى، عمان، دار أمجد للنشر والتوزيع، 2019، ص37.

المطلب الثالث: حصائص وأبعاد رأس المال الفكري

رأس المال الفكري بصفته مورد غير مادي بالمؤسسة الافتصادية فإنه يتميز بخصائص عن باقي الموارد الأخرى الموجودة في المؤسسة بالإضافة إلى أبعاده التي سنوضحها على النحو التالي:

الفرع الأول: خصائص رأس المال الفكري

يتميز رأس المال الفكري بسمات وخصائص معينة، تحدد مدى امكانية التقرير عنه ودرجة بالقوائم المالية، وتتمثل تلك السمات والخصائص فيمايلي[1]:

1- إمكانية التحكم فيه بواسطة الشركة، ومن ثم الحصول على منافعه الإقتصادية المستقبلية والتي تكون مقصورة على الشركة وصعوبة الاستفادة منه بواسطة الأخرين، وبالتالي يُدعم المركز التنافسي على المدى طويل الأجل.

2- وجود مشاكل تتعلق بفصله أو الإفتقاد إلى فصله وصعوبة تحديد ما إذا كان قد تم المحافظة عليه أو صيانته أو سوف يتم استبداله تدريجيا.

3- الدرجة العالية من عدم تماثل المعلومات المتعلقة به فيما بين الإدارة داخل الشركة وبين أصحاب المصالح الأخرين.

4- يتسم بدرجة عالية من عدم التأكد.

كذلك هناك خصائص للأفراد الذين يمثلون رأس المال الفكري للمنظمة تتمثل في[2]:

1) يتميز الأفراد الذين يمثلون راس المال الفكري بتوافر مهارات وخبرات عالية ومتنوعة .
2) يتسم رأس المال الفكري بالاستقلالية في الفكر والعمل
3) يفضل رأس المال الفمري العمل ضمن الهياكل التنظيمية المرنة
4) يتفاعل رأس المال الفكري بشكل أكثر إيجابية في المناخ الغداري الذي يتسم باللامركزية في اتخاذ القرارات

[1] رشا الغول، المحاسبة عن رأس المال الفكري، التنظيمالعلمي والتطبيق العملي، مكتبة وفاء القانونية،ط1، الاسكندرية، 2014، ص 30 -31.
[2] هاني محمدالسعيد، مرجع سبق ذكره، ص 25-26.

5) لا يرغب رأس المال الفكري في العمل في التنظيمات التي يسودها المناخ الرسمي الكامل
6) يميل رأس المال الفكري نحو المبادأة Initiation والسعي المستمر نحو تقديم الأفكار والمقترحات الابتكارية والتي تكون غير مألوفة في بعض الأحيان
7) بفضل رأس المال الفكري التعامل مع القضاياالتي تتسم بعدم التأكد لأنها تعتبر مجال خصب لإبراز القدرات المتميزة للعاملين.
8) يمثل رأس المال الفكري المعرفة التي يمكن تحولها إلى أرباح
9) يتواجد رأس المال الفكري في كافة المستويات الإدارية ولكن بدرجات متفاوتة.

بالإضافة لما سبق من تحديده من خصائص للأفراد، فقد حدد العديد من الباحثين السمات والخصائص التالية للاصول الفكرية السائدة في بيئةالإقتصاد المعرفي:[1]

9. أنها أصولا غير ملموسة
10. صعوبة فصل الأصول الفكرية عن بعضها البعض
11. صعوبة وضع بعض الأصول الفكرية تحت سيطرة منظمات الأعمال
12. صعوبة قياس وتقييم العديد من الأصول الفكرية
13. تعتبر أحد العناصر الحاكمة لتحديد القيمة الحقيقية لمنظمات الأعمال القائمة على المعرفة.
14. تمثل أحد عوامل الانتاج التي تدعم المركز التنافسي لمنظمات الأعمال
15. التكامل بين الأنظمة الفرعية المكونة للأصول الفكرية والمتمثلة في الأصول البشرية والهيكلية والعلاقية

هناك خصائص أخرى لرأس المال الفكري هي[2]:

1- رأس المال غير ملموس
2- من الصعوبة بمكان قياسه بدقة

[1] هاني محمد السعيد، مرجع سب ذكره، ص31.
[2] محمد عواد أحمد الزيادات، اتجاهات معاصرة في إدارة المعرفة، دار الصفاء للنشر والتوزيع، ط1، عما، 2008، ص281.

3- سريع الزوال والفقدان

4- يتزايد بالاستعمال

5- يمكن الاستفادة منه في مراحل وعمليات مختلفة في نفس الوقت

6- يتجسد في أشخاص لديهم الاستعداد لحمله

7- له تأثير كبير على المنظمة

الفرع الثاني: أبعاد رأس المال الفكري.

هناك بعض الأبعاد الرئيسية التي تتعلق برأس المال الفكري والتي تتمثل في[1]:

1-استقطاب رأس المال الفكري: يركز هذا البعد على البحث عن الخبرات المتقدمة وجذب المهارات التقنية العالية بالإعتماد على نظام معلومات يسهل مهمة الجذب والاستقطاب

2-صناعة رأس المال الفكري: يشمل هذا البعد تعزيز قدرات الكفاءات البشرية، وتقليل معارضتها مع خلق الانسجام الفكري الضروري بينهما

3- تنشيط رأس المال الفكري: من خلال استخدام آليات كعصف الأفكار مع الكفاءات، وتشجيع الجماعات الحماسية والاهتمام بآراء العاملين.

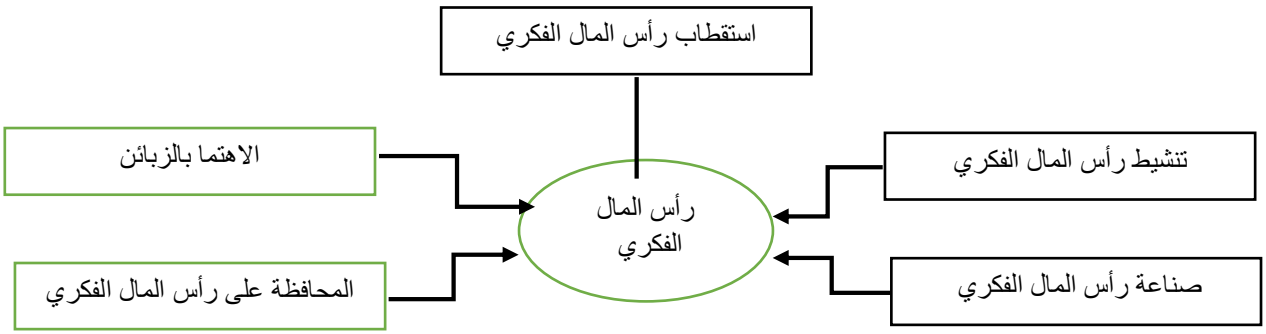
4- المحافظة على رأس المال الفكري: وذلك بالإستثمار في التدريب والتطوير المستمر والتحفيز المادي والمعنوي.

5- الإهتمام بالعملاء: يمثل العملاء محور عمل المنظمات حيث يجب عليها أن تتفهم احتياجاتهم وتلبية رغباتهم وتوقعاتهم ويعد رضا العملاء من المؤشرات المهمة التي تدخل في تقسيم أداء المؤسسات واتجاهاتها المستقبلية [2].

[1] عماد الدين أحمد السيد عبد المقصود، إدارة المعرفة وتنمية الوارد البشرية بالمنظمات غير الحكومية،ط1، دار الكتب والوثائق القومية، مصر، الاسكندرية، 2017، ص187.

[2] الزهرة بريش، دور رأس المال الفكري في تحقيق ميزة تنافسية، مذكرة لنيل شهادة الماستر كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص تسيير الموارد البشرية، 2013، ص58.

الشكل (1-1) أبعاد رأس المال الفكري



المصدر : الزهرة بريش، دور رأس المال الفكري في تحقيق ميزة تنافشية، مذكرة لنيل شهادة الماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص تسيير الموارد البشرية، 2013، ص58.

المبحث الثاني: أساسيات رأس المال الفكري

يعتبر رأس المال الفكري أساسا مهما في بناء المنظمات الذكية وذلك من خلال ما يتوفر عليه من قدرات متميزة وسوف نتطرق في هذا المبحث إلى معرفة مكوناته وأدواره

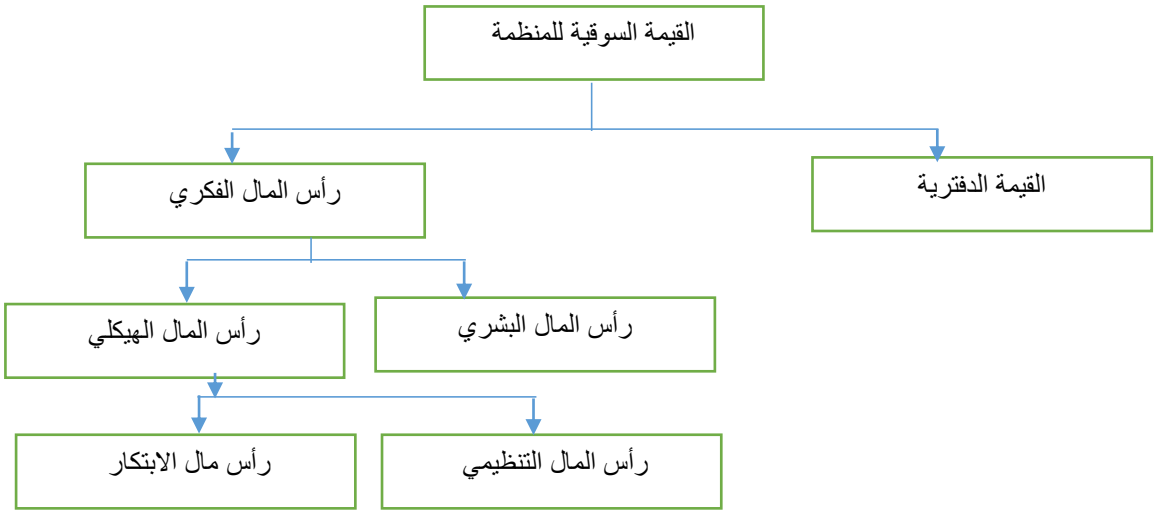
المطلب الأول: مكونات رأس المال الفكري

لا شك أن تحديد عناصر ومكونات رأس المال الفكري يعتبر من الامور الجوهرية التي تساعد على قياسه وتقييمه، وبالتالي تحديد القيمة الحقيقية لمنظمات الأعمال في العصر الحديث، كما أن التعرف على مكوناته يمثل أحد العناصر الرئيسية اللازمة للتعرف على لامصادر ومسببات خلق القيمة في المنظمات بشكل أكثر تحديدا، وسنحاول استعراض أهم المكونات لرأس المال الفكري فيمايلي:

الفرع الأول: يقسم رأس المال الفكري في المنظمة إلى جزئين أساسيين هما:[1]

رأس المال البشري ورأس المال الهيكلي كما يتضح من الشكل (1-2) والذي يبين عناصر ومكونات رأس المال الفكري في منظمات الأعمال الحديثة من وجهة نظر Bontis:

الشكل (1-2) عناصر ومكونات رأس المال الفكري



المصدر: هاني محمد السعيد: رأس المال الفكري، انطلاقة إدارية معاصرة، ط1، دار السحاب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2008،ص29.

الفرع الثاني: تقسيم (Mckenie et winkelen): هذان الكاتبان وضع المعادلات التالية لتوضيح تقسيمها لمكونات رأس المال الفكري حيث نجد[2]:

- رأس المال الفكري= رأس المال البشري + رأس المال الهيكلي حيث:
- رأس المال الهيكلي = رأس المال الزبوني + رأس المال التنظيمي حيث:
- رأس المال المنظمي = رأس المال البتكاري + رأس مال العملية حيث:
- رأس المال الابتكاري = الملكية الفردية + الموجودات غير الملموسة

الفرع الثالث: تقسيم (Sveby) ويقسم أصول رأس المال اللاملموس الفكري إلى:

[1] هاني محمد السعيد، مرجع سبق ذكره، ص28-29.
[2] مصطفى يوسف كافي، اقتصاد المعرفة وانعكاساته في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك، الطبعة الأولى، ألفا للوثائق للنشر واستيراد وتوزيع الكتب، قسنطينة – الجزائر، ص 162.

أولا: أصول الهيكل الداخلي لرأس المال

ثانيا: أصول الهيكل الخارجي لرأس المال

ثالثا: أصول الهيكل البشري لرأس المال

الجدول (1-2) مكونات رأس المال الفكري

نوع رأس المال	المكونات
الهيكل الخارجي	التحالفات والعلاقات مع الزبائن، الشركاء، الموردون، المستثمرون، الاستراتيجيون، الجماعة المحلية، وكل ا يتعلق بالتميز والسمعة
الهيكل البشري	القدرات، المعارف، المهارات، الخبرات الفردية والجماعية، قدرات حل المشكلات تبقى لدى الأفراد في الشركة.
الهيكل الداخلي	الأنظمة والعمليات التي تحقق الرافعة التنافسية وما يتعلق بالتكنولوجيا المعلومات، النماذج لكيفية القيام بالأعمال والقواعد والبيانات والوثائق، حقوق النشر، المعرفة المرمزة الأخرى

الفرع الرابع: تصنيف ديسبريس وشانفيل Despres et Chanvil وفقا لهذا التصنيف فإن رأس المال الفكري يتكون من أربعة مكونات، هي[1]:

1-رأس المال البشري

2-رأس المال الهيكلي

3-موجودات النشاط الاقتصادي، والتي تشمل تسهيلات العمليات وشبكة التوزيع للمنظمة.

4-الموجودات الفكرية، وتضم براءات الاختراع والعلامات التجارية وأسرار التجارة ةغيرها من الممتلكات الفكرية التي تحتاج لحماية قانونية.

[1] أحمد اسماعيل المعاني وآخرون، قضايا إدارية معااصرة، ط2، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2016، ص231

الفرع الخامس: تقسيم Brooking [1]

1-أصول السوق: تشمل جميع اجلوانب غير الملموسة المرتبطة بالسوق مثل: الماركات، العملاء، نوافذ الخدمة، والطلبات المتراكمة.

2-الأصول البشرية: وهي الخبرات المتراكمة والقدرات والابتكار وحل المشاكل وقدرة الأفراد على الأداء في مواقف معينة مثل : فرق العمل أو العمل تحت ضغط.

3-أصول الملكية الفكرية: وتشمل الأأسرار والعلاقات التجاري ةقبراءات الاختراع وحقوق التعليم والمعرفة.

4-أصول البنية التحتية: وتتضمن جميع العناصر التي تحدد طريقة عمل المصرف مثل فلسفة المصرف، طرق تقييم المخاطر، أساليب إدارة المصرف، الهيكل المالي، قواعد بيانات العملاء ونظم الاتصال .

الفرع السادس: الذي قدمه أدفينسون ومالون Edvinson and Malone والخاص بشركة تأمين سكانديا السويدية، والذي يتضمن خمس مجموعات من مقاييس رأس المال الفكري، تتعلق الاولى منها بالجوانب المالية، والأربعة الأأخرى تمثل مكونات رأس المال الفكري هي[2]:

1-رأس مال العملية

2- رأس مال الزبون

3- رأس مال التجديد والتطوير

4- رأس المال البشري.

الفرع السابع: تقسيم T. Stewart وهو التصنيف الأأكثر شيوعا واستخداما حيث حدد ستيوارت ثلاثة مكونات لِإس البمال الفكري وهي[3]:

1- رأس المال الهيكلي.

[1] سلامة ألفين مصطفى، دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية لمصارفي السودان، بحث مقدم لنيل درجة الماجستير في الدراسات المصرفية، كلية الدراسات العليا، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2017، ص 37 38.

[2] أحمد اسماعيل المعناني وآخرون، مرجع سبق ذكره،ص229.

[3] مصطفى يوسف كافي، مرجع سبق ذكره، ص 164، 165.

2- **رأس المال الفكري** ويتكون من:

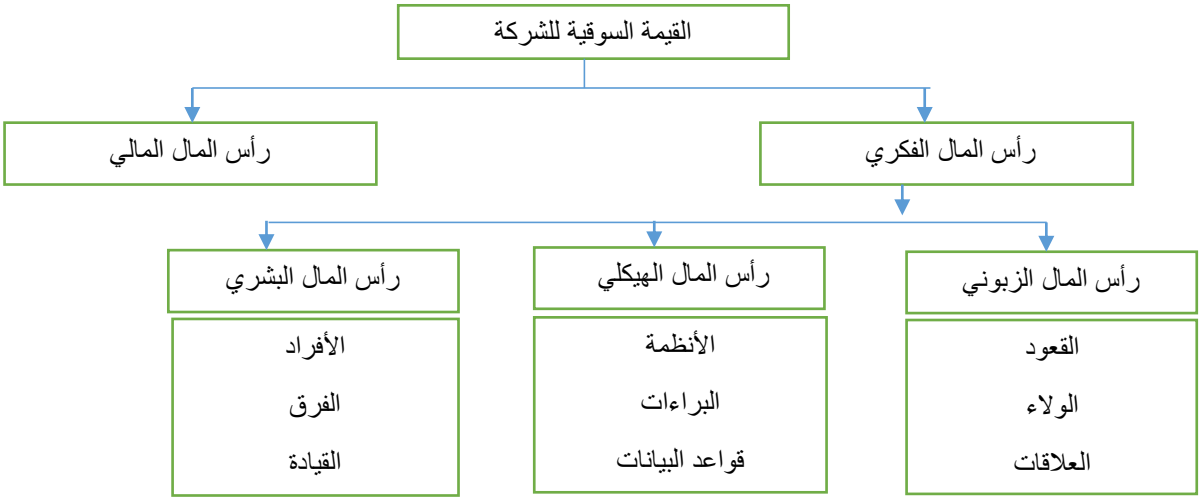
1-رأس المال البشري

2-رأس المال الهيكلي

3-رأس المال الزبوني

والشكل الموالي يوضح ذلك

الشكل (1-3) القيمة السوقية للشركة ومكوناتها



المصدر: نجم عبود نجم، إدارة المعرفة، المفاهيم والاستراتيجيات والعمليات، ط2، الوراق للنشر والتوزيع، عمات،2008، ص295.

ولكون هذاالتقسيم الأكثر شيوعا سنتناوله بشيء من التفصيل كمايلي:

1- **رأس المال البشري**: يتمثل بالموارد البشرية داخل الوحدة الإقتصادية (الأفراد، العاملين) وخارجها (الزبائن، الموردين)

يعد رأس المال البشري المعرفة التي يمتلكها ويولدها العاملون مثل المهارات والخبرات والابتكارات وعمليتات التحسين والتطوير.

حيث كشفت الدراسات الميدانية أن (15%) فقط من الشركات تقوم بتكميم رأس مالها البشري واحتسابه محاسبيا.

لقد تطورت نظرية وأسس رأس المال البشري في عقد الستينات وتقوم على أن الأفراد في الشركة هم مصدر تعظيم ثروتها وبذلك هذه النظرية وجهت الأنظار بشكل مكثف نحو العاملين من ذوي الخبرة العالية والمهارة وكونهم يمثلون رأس مال بشري في الشركة الذي يلعب دورا في تحقيق النتائج الإيجابية للشركة لا يقل عن دور رأس المال المادي وأن الانفاق على تعليمهم وتدريبيهم إنها هو استثمار له مردود وليسش نفقة غامضة لها مردود لها.

لاشك أن رأس المال البشري له أهمية كبيرة في نشاط أي شركة ولكن يجب مراعاة الجوانب التالية:

أ- أن أهمية رأس المال البشري لا تكمن في مدخلاته وإنمافي مخرجاته فمثلا مخرجات التعليم العالي متاحة لكل الشركات التنافسية ولكن العبرة بتلك الشركات التي تحقق بهم مزايا فريدة على صعيد النتائج عند استخدامهم

ب- إن البعد الكمي في عدد العاملين وسنوات الخدمة لا تكون أبعاد حاسمة في تمييز عمل الشركة وتفوقها على غيرها من الشركات المنافسة وإنما يجب البحث عن الأشخاص الموهوبين وربما هذا هو سبب دقة اختيار المتعينين الجدد في الشركات وهناك ما يسمى عملية اجتذاب المواهب بالحرب.

إن أهم الجوانب التي يجب أن تهتم الشركة بها لتنمية رأسمالها البشري هي[1]:

أ- استقطاب أفضل املواهب البشرية: أن تكون الشركة ذات نظام فعال في عملية الاختيار، اختيار واستخدام العاملين الجدد وتوفير أسس التعلم ونقل الخبرة من الأجيال المتعاقبة بين العاملين.

ب- إغناء رأس المال البشري: من خلال تشجيع العاملين وتحفيزهم على الانضمام لبرامج التدريب وتشارك المعرفة واكتسابها وتوزيعها داخل الشركة

ت- المحافظة على العاملين المتميزين : وذلك بتوفير نظم وأساليب الغدارة القائمة على الثقة وتشجيع الإبداع والأفكار الجديدة.

[1] مصطفى يوسف كافي، مرجع سبق ذكره، ص 166-167.

ث- إيجاد بيئة للتعلم: تتميز الشركات المعرفية بأن رأس مالها في عقول العاملين الذين يغادرون الشركة في نهاية اليوم والذي يمكن أن تستقطبهم شركات منافسة أخرى ولذلك لابد من إيجاد أسس لتقوية وترسيخ قواعد الولاء المنظمي.

2- رأس المال الهيكلي:

يتضمن المعارف التي تبنى في المؤسسة، وتشمل القدرات التنظيمية وقواعد نظم المعلومات، والانفاق على البحث والتطوير واستراتيجيات المؤسسة، ومعدل أجره الحاسب الآلي للعاملين والعلامة التجارية، كلما وجد رأس المال الهيكلي قوي مكن ذلك من تعزيز رأس المال البشري ورأس المال الزبوني فهو بذلك يمثل الجدارة الجوهرية للمؤسسة، ويشير مارك إيلرودي (M.W.Mcelroy) إلى رأس المال الهيكلي بالقول أنه كل الأشيلء التي تدعم رأس المال البشري ولكنه يبقى في المؤسسة عندما يترك العمال مؤسستهم ويذهبون إلى بيوتهم، ولأن رأس المال بوصفه المعرفة الصريحة – المرمزة فإنه يمثل ما يتضح من معارف وخبرات الأفراد ليتحول إلى قواعد بيانات، وإجراءات وأدله عمل وبرمجيات تظل في المؤسسة.

وتتمثل مكونات رأس المال الهيكلي فيمايلي[1]:

أ- فواعد وأنظمة المعلومات: مجموعة من العناصر أو الأجزاءء المترابطة والتي تتفاعل فيما بينها بانتظام

ت- براءات الاختراع: وتمثل إحدى مكونات الملكية الفردية تأخذ شكل امتياز يحصل عليه الشخص من جراء تأليفه ونشره شيئا فشئيا.

ث- العلامة التجارية: وتمثل إحدى مكونات الملكية الفكرية، وتأخذ شكل شخصية المؤسسة وقيمتها وهويتها.

3- رأس المال الزبوني:

هو الثروة المتمثلة في علاقات المنظمة مع زبائنها وكذلك حقوق ملكية العلامة التجارية وثقة الزبائن بالشركة وولائهم لها، وفي ظل العلاقة التبادلية الترابطية بين المنظمة والزبون

[1] زهية طالبي،دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية في ظل تبني أسلوب إدارة الجودة الشاملة، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر في علوم التسيير، تخصص إدارة وتسيير مؤسسة، جامعة المدية، 2013-2014 ص 76-77.

يطلق على هذه العلاقة بـ(رأس المال الزبوني) وذلك تأكيدا على قواعد العاقة التقليدية ذات الاتجاه الواحد من الشركة إلى الزبون ومن الزبون إلى الشركة مع المحافظة على علاقات متبادلة مستمرة في ظل الاتصالات المتمثلة باملعلومات التقنية والمعرفية[1].

إن هذه العلاقات تبنى بين الشركة وعناصر بيئتها الخارجية ذات أهمية كبيرة وقيمة حيوية استنادا على مايلي[2]:

أ- إن الزبائن هم من يدفعون فاتورة الشركة لأن المهمة الأولة لأي شركة هي إنشاء أو إيجاد أو بناء زبائنها بالسوق وإيجاد أسس العلاقة المتميزة معهم

ب- إن الولاء الذي تكسبه الشركة بالعلاقة الجيدة مع زبائنها يحقق لها زيادة في العائد إذ تشير الدراسات إلى أن معاودة الزبون على شراء منتجات الشركة بنسبة (5%) يزيدمن أرباح الشركة بنسبة لا تقل عن (25%)

المطلب الثاني: أدوار رأس المال الفكري

تحدد المنظمات مجال التي تتبعها لتحصيل القيمة من رأس مالها الفكري، وبينما يميل معظم الأفراد إلى التفكير في دور رأس المال الفكري على أنه تجميع الإيرادات فقط، فإن هناك مجالات أخرى يمكن توظيفها. وقد حدد (Harrison . Sullivan) أدوار رأس الما الفكري فيمايلي[3]:

الفرع الأول: الأدوار الدفاعية:

وتتمثل في الممارسات الآتية:

1-حماية المنتجات والخدمات المتولدة من إبداعات رأس الما الفكري للمصرف

2-حماية حرية الابداع والتصميم

3-تخفيف حدة الصراعات وتجنب رفع الدعاوي

[1] حسين عجلان، مرجع سبق ذكره، ص136.

[2] مصطفى يوسف كافي، مرجع سب ذكره، ص167.

[3] Harrason . s.and Sullivan. P . study « profiting from Intellectual capital learning from leading companies " . journal of Intellectual. Capital. Vo (1) no (1) .2000.p38.

الفرع الثاني: الأدوار الهجومية

وتتمثل في توليد العوائد عن طريق:

1-المنتجات والخدمات الناتجة عن إبداعات رأس المال الفكري

2-الملكية الفردية للمصرف

3-ابتكار مقاييس للأسواق والخدمات والمنتجات الجديدة

4-تهئية منافذ لاختراق تكنولوجيا المنافسين

5- تحديد آليات الدخول إلى أسواق جديدة

6-صياغة استراتيجية تعيق دخول منافسين جدد

المطلب الثالث: علاقة رأس المال البشري برأس المال الفكري

هناك علاقة قوية بين رأس المال الفكري ورأس المال البشري، فرأس المال الفكري هو مصطلح أوسع وأكثر شمولا، يشير إلى المعارف التي تمتلكها المنظمة وتسخرها لخدمتها أما رأس المال البشري فهو مجموع الخبرات والمعارف والطاقات والحماس والابداع والصفات الذي يملكها العاملون في الشركة، ويستثمرونها في أعمالهم، وبذلك فالعلاقة بينهما تكمن في كون رأس المال الفكري يتناول معارف المنظمة مضمنة في موجودات وبرامج وشبكات علاقات بالأضافة إلى معارف ومؤهلات العاملين، ويركز على التجديد ويشجع روح التحدي والمجازفة في العمل، ويسعى لتحقيق الميزة التنافسية من خلال انتاج أفكار جديدة، كما أورد المفرحي أن رأس المال البشري هو الوحيد القادر على توفير ذلك، لأن من أبرز خصائصه تنوع المهارات وهذا يتطلب أفرادا ذوي خبرات ومعارف متنوعة وقدرات تخصصية عالية، حيث أن رأس المال الفكري يتكون من رأس المال البشري، رأس المال الهيكلي، ورأس الزبائني، ويتوافق ذلك أيضا كما أشار ياسين(2007) من أن مفهوم رأس المالب الفكري يتكون من ثلاثة فئات من الموارد الغير ملموسة[1]. وهي:

-الموارد الانسانية ← التي تمثل رأس المال البشري

[1] أحمد اسماعيل، المعاني وآخرون، مرجع سبق طكره، ص248.

-الموارد التنظيمية ← التي تضم المعرفة الصريحة، النظم. أساليب وإجراءات العمل

-الموارد العلائقية ← التي تتصل بعلاقات المظنمة مع الزبائن والموردين وأصحاب المصلحة وهو ما يطلق عليه رأس المال الاجتماعي

وبطلك فأن رأس المال البشري هو أحد مكونات رأس المال الفكري الذي تمتلكه المنظمة لذا فإن العلاقة الاهم بينهما هي أن رأس المال البشري هو الوسيلة الاكثر مباشرة لتطوير رأس المال الفكري ككل ببعديه رأس المال الهيكلي ورأس المال العلائقي.

المبحث الثالث: رأس المال البشري

يعد رأس المال البشري من المفاهيم التي بدأت المنظمات تهتم بها لأنه يعتبر المحرك الرئيسي لكافة أنشطة المؤسسة، ومصدر للإبداع والأفكار الجديدة، وسنحاول توضيح مفهوم رأس المال البشري وأهميته

المطلب الأول: مفهوم رأس المال البشر وأهميته.

من خلال هذا المطلب سنحاول التعرف على مفهوم رأس المال البشري وفيما تكمن أهميته بالنسبة للمنظمة.

الفرع الأول: مفهوم رأس المال البشري

ظهرت نظرية رأس المال البشري مع نهاية الستينات وبداية السبعينات، والمفكر الاقتصادي مينسر جاكوب هو أول من استخدم عبارة رأس املال البشري في إحدى مقالاته عام 1958، لكن الظهور الحقيقي للنظرية الجديدة كان من خلال مقال نشرهالاقتصادي تيو دور شوللتر سنة 1961 ثم بيكر عام 1964 ويعد مفهوم رأس المال البشري من المفاهيم الحديثة في الإدارة بوجه عام وإدارة الموارد البشرية بوجه خاص.

وهناك العديد من التعاريف التي تناولت رأس المال البشري منها مايلي:

- تعريف تيودورشولتز (Theodoreschultze) بأنه: مجموعة الطاقات البشرية التي يمكن استخدامها في استغلال مجمل الموارد الاقتصادية، ويمثل المجموع الكلي والكمي والنوعي من القوي البشرية المتاحة في المجتمع[1].

–ويعرف بيكر Becker رأس المال البشري: "هو مجموع القدرات الابداعية والانتاجية التي يمتلكها الفرد والتي تعم مواهبه وخبرته ومعارفه[2]"

–ويعرف كذلك بأنه: مجموع الخبرات والمعارف والطاقات والحماس والابداع والصفات التي يمتلكها العاملون في المنظمة وتستثمرها في العمل[3].

–وعرف أيضا بأنه مجموعة المؤهلات الفطرية والمعرفي ةوالمهارات المكتسبة للأفراد ونموها مدى الحياة[4].

–ويعرف رأس المال البشري: يمثل جميع الموارد البشرية ذات الإمكانيات المتميزة على شغل الوظائف الغدارية والفنية والتي لديها القدرات الابداعية والإبتكارية والتفوقية، وتشتمل هذه على معارف العاملين المتطورة وخبراتهم المتراكمة على التجارب الحياتية والعلمية، ومهاراتهم التقنية والفنية فضلا عن رضاهم ومعنويتهم وتماسكهم كفريق عمل متكامل [5].

–وفي تعريف آخر فإنه رأس المال البشري يتمثل في جميع القدرات المكتسبة في الإنسان وما يترتب عليها من منتجات معنوية مرتبطة [6].

[1] خيار ديهية، عمارون كاملية، دور رأس المال البشري في تحقيق التنمية الاقتصادية في الجزائر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر أماديمي في العلوم السياسية والعلاقات الدولية، تخصص إدارة البشرية، جامعة تيزي وزو، 2020، ص12.

[2] زيان آمنة، دحماني عزيز، رأس المال البشري لخريجي الجامعات ومتطلبات منظمات الأعمال، دراسة حالة لعينة من الموظفين من خريجي الجامعات في الجزائر، مجلة البحوث والدراسات التجارية، مجلد 03، العدد 02، سبتمبر 2019، ص44.

[3] نور الدين حاروش، إدارة املوارد البشرية، دار الامة للطباعة والترجمةوالتوزيع، ط1، عمان، 2011، ص221.

[4] زهرة حسان عباس، رجاء عبد الله عيسى يالم، مصادر النمو الغقتصادي ومؤشراتع، دار الأيام للنشر والتوزيع، ط1، عمان- الأردن، 2018، ص87.

[5] سعد علي العنزي، أحمد علي صالح، مرجع سبق ذكره، ص231

[6] محمد نبيل جامع، اجتماعات التنمية الغقتصادية لمواجهة العولمة وتعزيز الامن القومي، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2000، ص33.

–كماأعطى Kinder تعريفا أكثر تحديدا لرأس المال البشري غير المادي أو غير الملموس الذي يتراكم بالإستثمار في التعليم والبحوث والتدريب بهدف زيادة كفاءة الموارد في المستقبل[1].

–وكتعريف شامل: يعتبر رأس المال البشري مجمل المهارات والسلوكيات والقدرات داخل الفرد التي تمثل مصدر المعرفة الإنسانية التي تظهر مدى كفاءة وفعالية المردودية الإنتاجية للأفراد التي تعتبر كثروة للمنظمة وبالتالي تحقيق أهدافها المتمثلة في المورد البشري .

الفرع الثاني: أهمية رأس المال البشري:

تتجلى أهمية رأس المال البشري من خلال دوره الفاعل في حياة المنظمات كونه أحد أهم العناصر في العملية الانتاجية، ويساعد على الإبتكار والإبداع وتحقيق الميزة التنافسية لها ففي ظل التقدم التكنولوجي الذي يقلص من الوظائف التي تحتاج إلى المعرفة وتتمثل بمزيج الخبرة والإدارك والمهارة والقيم والمعلومات، وتتبلور أهمية رأس المال البشري من خلال الآتي[2]:

1- أحد المصادرالمهمة والفريدة التي تؤثر على الأداء

2- يساعد على خلق المنفعة الجديدة

3- يعد المورد الذي يصعب على الآخرين تقليده

4- يساعد على خلق الميزة التنافسية للمنظمة

5- تعتبر الكفاءات البشرية أساس البحث العلمي والتقني[3]

6- المورد البشري هو أساس الغبداع والإبتكار والذي تعتبر أساس تنافسية المؤسسات

7- العنصر البشري أساس التنظيم والتنسيق بين مختلف عناصر الإنتاج المادية وغير المادية

8- يمكن للمورد البشري من تنويع هيكل الإقتصاد الوطني لضمان عنصر الإستدامة في التنافسية الإقتصادية

[1] زيان آمنة، دحماني عزيز، مرجع سبق ذكره، ص44 .

[2] فتيحة رأس الكاف، حليمة قمري، رضوان أنساعد، مساهمة رأس المال البشري في تحقيق التميز التنظيمي لمنظمات الاعمال، مجلة الإقتصاد والمالية، المجلد 7، البعدد 2،جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف(الجزائر) جوان 2021، ص76.

[3] فيروز جيرار، فيرور بوزورين، مجلة العلوم القانونية والاقتصادية، المجلد 02، العدد 03، جامعة فرحات عباس سطيف 1، نوفمبر 2021، ص166.

9- المشاركة في تحديد احتياجات المجتمع المختلفة وإعداد الخطط اللازمة تبعا لقدراته

10- توصيل ونقل الخبرات، علوم، معارف وثقافات الشعوب الأخرى وانتقاء الأفضل لخدمة الصالح العام

11- قدرته على تكوين الثروة والقوة معا

12- يعتبر المورد البشري عاملا مهما في تعزيز القدرات الإنتاجية والتنافسية

المطلب الثاني: خصائص ومكونات رأس المال البشري

يتكون رأس المال البشري بعدة خصائص ومكونات سنوجزها في هذا المطلب:

الفرع الأول: خصائص رأس المال البشري:

تتمثل أهم خصائص رأس المال البشري في أنه[1]:

1- غير ملموس

2- صعب القياس بدقة

3- سريع الزوال والفقدان

4- يتزايد بالإستعمال

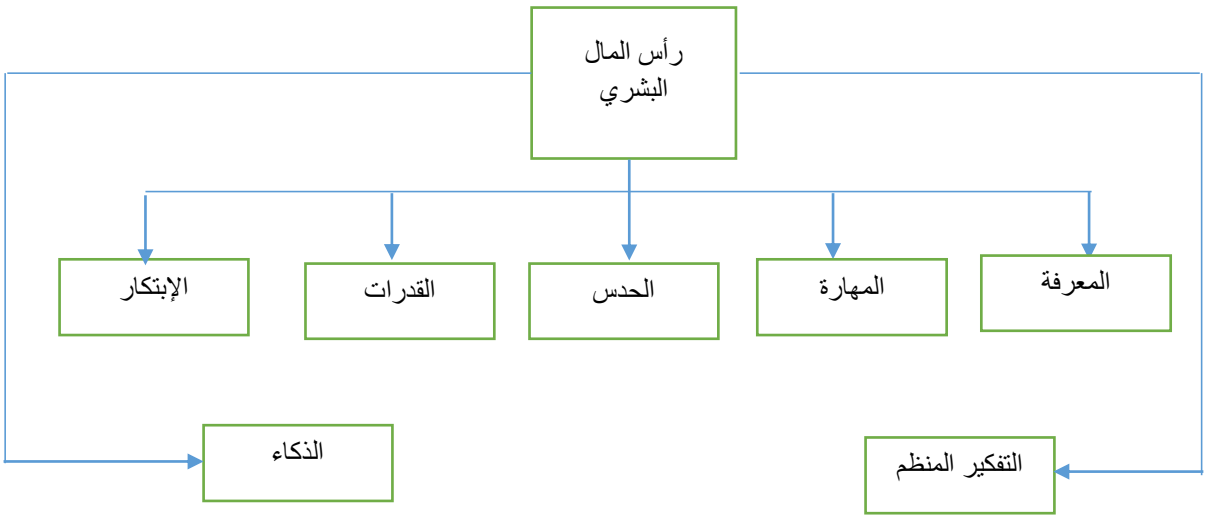
5- يتجسد في أشخاص لديهم الاستعداد لحمله وله تأثير كبير على المنظمة

الفرع الثاني: مكونات رأس المال البشري

عند دراسة رأس المال البشري في المظنمات المعاصرة، فإن هناك العديد من المكونات التي تلعب دور رئيس في بناءه، وسنوضح هذه المكونات فيمايلي:

[1] ليلى بوحديد، إلهام يحياوي، قياس عائد الإستثمار في تدريب رأس المال البشري في ظل اقتصاد المعرفة، مجلة العلوم الإقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، العدد 10، جامعة الحاج لخضر باتنه، 2013، ص35.

الشكل (1-4) مكونات رأس المال البشري



المصدر: عادل مجيد عبدان حسين وليد عباس، الإقتصاد في ظل التحولات المعرفية والتكنولوجية، دار عبدا للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2016،ص57.

1- المعرفة: يقصد بها المعرفة التي من الممكن أن توجد لدى الأفراد من خلال جمع وتفسير المعلومة المقبولة والإستفادة منها لتصبح معلومة ذات قيمة وتتمثل في مجموعة الخبرات والقيم والمعلومات الموجودة لدى العاملين التي توظف لتطوير منتج أو خدمة في المنظمة أوحل مشكلات العمل، وتتضمن المعرفة المهنية المعرفة الفنية، المعرفة المتخصصة، المعرفة التي تناسب الصناعة المعينة وترتبط بها، المعرفة العملياتية للفهم والادراك الواسع لبيئة الأعمال المتغيرة، وأخيرا المعرفة باستخدام التكنولوجيا، وتمكن أهمية معرفة رأس المال البشري في خلق الإبداع والتميز التنافسي، إذ تمس الحاجة للبحث عن الكيفية التي يمكن للتركيبات المختلفة من المعرفة أن تقود إلى الإبدع والتنافسية، إذ أن المظنمات تبدع وتنافس في مناطق مقعدة وديناميكية في ظل الإقتصاد الجديد[1].

2- المهارة: والتي تسمى بالإغريقي techno بمعنى التقنية، وهي مصطلح يستعمل ليشير إلى الخبرة التي تم تطويرها عبد دروس التدريب والتعليم، وهي لا تتضمن فقط المهارات الحرفية أو التجارية المكتسبة في العمل، ولكنها أداة رقمية عالية في عدة حقول مثل التطبيقات المتخصصة، الفنون، الألعاب، وعرفت المهارة بأنها: القابلية أو الكفاءة في

[1] فتيحة رأس الكاف، حليمة قمري، رضوان أنساعد، مرجع سبق ذكره، ص77

إنجاز المهمة المحددة كما عرفت بأنها القابليات أو السلوك المطلوب بشكل حاسم للعمل في الموقع الإداري، كما تشكل قابلية لترجمة المعرفة إلى فعل تكون نتائجه مرغوبة الاداء، ومن أهم الموارد التي تمتلكها المنظمة (موارد مالية، موارد بشرية، هيكل تنظيمي، قواعد تشريعية وأنظمة)

ولتحقيق الاستثمار الأمثل لهذه الموارد فلا بد للعاملين في المنظمة أن يمتلكوا المهارات الأساسية الآتية[1]:

أ) المهارات الفنية: وهي قدرة أو قابلية العاملين في المنظمة على إتقان المهام والمسؤوليات الملقاة على عاتقهم، أو هي الت تتضمن القدرة على أداء المهمات في الوظائف المحددة، أو قابلية الفرد على التعامل مع غجراءات العمل وتقنياته بطريقة مستقلة.

ب) المهارات الإدراكية: وهي قدرة العاملين في التنظيم على التطوير والإبداع والتجديد أثناء ممارستهم للعمل، وهي التي تهدف إلى الإبتعاد عن روتين العمل اليومي والأساليب التقليدية، أو هي تلك املهارات التي تتضمن القابلية لرسم صورة المنظمة ككل والعلاقات بين مختلف الأقسام.

ت) المهارة الشخصية: وتعني قدرة العاملين على وصف موقف إداري أو سلوك أو ظاهرة حديثة من ثم تحديدأسباب ومكونات هذه اظلاهرة

ث) المهارة الانسانية: وهي قدرة العاملين على التعامل مع بعضهم البعض بطريقة حضارية، وهذا يعني تمكين العمالين من ممارسة المهارة الانسانية بالطريقة الصحيحة وعلى أساس هذا التعامل يحقق كل منهم الأهداف المتوخاة من هذا التعامل.

3- الحدس: هنالك عدة معاني ومفاهيم للحدس منهاهو الإطلاع العقلي المباشر على الحقائق البديهية، إذ قال (ديكارت) أنا لا أقصد بالحدس شهادة الحواس المتغيرة، ولا الحكم الخداع لحيال فاسد المباني، إنما أقصد به التصور الذي يقوم في ذهن خالص منتبه، بدرجة من السهولة والتميز لا يبقى معها مجال للريب أي التصور الذهني الذي يصدر عن نور العقل وحده وهو المعرفة الحاصلة في الذهن دفعة واحدة من غير نظر أو استدلال عقلي، لا

[1] سعدون حمود حيثر الرسعاوي، حسين وليد حسين عباس، مرجع سب ذكره، ص 100-101.

يصدق على تمثل الأشياء فحسب، بل يصدق على تمثل علاقاتها كتمثل خواص الأعداد، كما يشير إلى التعاطف العقلي الذي ينقلنا إلى باطن الشيء، ويجعلنا نتحد بصفاته المفردة، التي لا يمكن التعبير عنها بالألفاظ. وهو الأغدراك المباشر الذي لا يعتمد على مقدمات، بل يدرك النتيجة في المجال المادي(حدس تجريبي) أو يدركها فيما يتعلق بالمجال العقلي أو الرياضي (حدس عقلي) وقد يدركها فيما يتعلق بعلاقة الذات البشرية بالله (الحدس الكشفي أو الصوفي)، ومن اولاضح أن الحدوسات قد تعني الأولويات أو البديهيات التي يدركها الحدس دون أن يبرهن على صحتها أو لا، إذ يتأكد بعد ذلك من صدقها أو عدم صدقها، فقد تكون مستندة إلى مقدمات ضنية لأنها لم تكن ممحصة بعد ولم يثبت للمرء من قبل صوابها أو خطأها[1].

4-القدرات: يقصد بها جميع الصفات والخصائص الذهنية والبدنية الفطرية منها والمكتسبة بالتكوين أو التدريب التي يعتبر توافرها بمستوى معين لدى الفرد شرطا أساسيا لتحقيق الكفاءة في اداء مهامه، وتعتبر مصدر من مصادر التفوق على المنافسين وتحقيق القيمة المضافة عن طريق توظيف نقاط قوتها لاستثمار الفرص والتعامل مع التهديدات، كما أن القدرات التي يتمتع المورد البشري والذي من المتوقع أن لايشغل مدراء الموارد البشرية دورا قياديا في استراتيجية المنظمة العامة، فإن العديد من هذه المنظمات ستحتاج إلى مدراء يمتازون بمجموعة من القدرات[2]التي يمكن تلخيصها فيما يلي: براعة إجادة الأعمال، براعة التغيير، المصداقية الشخصية.

5-الابتكار: هو إبداع يتحول إلى منتج حقيقي ملموس يكتسح الأسواق، المبدع هو شخص لديه أفكار جديدة يضعها على ورق في شكل تصميمات أو حتى أشعار وقد يكتفي بالأحلام، اما المبتكر فهو الذي يمتلك أفكارا جديدة وإبداعية، ولكنه لا يكتفي بكتابتها على الورق بل يغامر في تنفيذها طبقا لمخطط زمني دقيق، وتؤكذ الإحصائية أنه كل عشرة أفكار مبدعة تتولد داخل الشركات الأمريكية تخرج فكرة واحدة فقط إلى الوجود في شكل ابتكار، وغالبا ما يكتسح هذا الإبتكار الأأسواق، نسبة الإبتكار في النجاح أكبر عادة من

[1] سعدون حمود حشر الربعاوي، حسين وليد حسين عباس، مرجع سبق ذكره، ص 103-104.
[2] فتيحة راس الكاف حليمى قمري، رضوان أنساعد، مرجع سبق ذكره، ص77.

نسبة تحول الأغبداعات إلى إبتكارات، الأمر الذي يعني أن السوق يترقب الإبتكارات ويرحب بها، ومع ذلك ينقص أولئك الذين يتميزون بالجرأة على اتخاذ القرار بوضع الإبداعات موضع التنفيذ، وعلى وفق ما تقدم، والشيء بالشيء يذكر، فإن الفرد قادر على امتلاك قوة خلاقة للتجدد والابتكار وهذا ما أشار إليه (اترباك) عن القوة الخلاقة لتجديد السلع من قصة أديسون الذي أمكنه الحصول على أكثر من ألف براءة اختراع فاستحق أن يطلق عليه لقبساحر، واستطاع بالتجديد المستمر تطوير المصباح الكهربائي وكانت أول تجاربهالعلمية إنارة الباخرة التجارية كولومبيا في مايو 1880، وفي 1885 تنافست معه ثمان شركات، لكنه حصل على جائزة احسن منتج من لندن، وفي عام 1925 حدثت تطورات هامة في الصناعة، حيث ظهرت مصابيح ذات الشعيرات المعدنية. وفي عام 1992 أعلنت مؤسسة صغيرة في كاليفورنيا هي أنتر سورس تكنولوجي عن إنتاج لمبة تعطي نفس كمية الضوء باستهلاك ربع طاقة اللمبات العادية، وكل موجة من موجات التجديد والابتكار تمت بمبادرات خارج نطاق المخترعين الأصليين، واختفت شركة اديسون من السوق، وكانت شركة تدعى سيلفانيا هي أول من اخترع لمبات الفلوريسنت

6-الذكاء: إن مصطلح الذكاء أقدم في شأنه يرجع في الأصل إلى الكلمة اللاتينية (Intellgenta) الذي ابتكرها الفيلسوف الروماني شيشرون، كما عرف الذكاء بأنه تكيف الفرد مع نشاطه العقلي ومحيطه، أو أنه عملي تنفسية لمعالجة المعلومات الت يمكن أن تفعل عملية حل المشاكل والابتكار، أو أن تكون لدى الفرد القابلية على التصرف الهادف والتفكير المنطقي والتعامل المجدي مع البيئة والغمكانات أدناه هي علامات الذكاء[1].

7-التفكير المنظم: توجد هناك ثمان فئات للتفكير وهي كما ياتي:

أ- التفكير الإستقرائي: وهو عملية يستعمل فيها مقدمات منطقية عامة للحصول على استدلال محدد، ويتحرك التفكير من قاعدة عامة إلى توصية خاصة، ويحتوي بصفة عامة على ثلاثة أجزاء: مقدمة منطقية رئيسية، مقدمة منطقية بسيطة وتوصية

ب-التفكير الاستدلالي : عدد من الحقائق لاستخلاص توصية عامة معينة

[1] عادل مجيد عيدان العادلي، حسين وليد حسين عباس، اللإقتصاد في ظل التحولات المعرفية والتكنولوجية، دار غيداء للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2016، ص 62-63.

ت–التفكير التماثلي: يستعمل فيه الفرد عمليات تتطلب مقدرة على تمييز خبرات سبق مواجهتها وربط الحاضر بالماضي في محاولة لربط الأشياء أو المفاهيم غير المترابطة ومثاله هو اصطياد الصياد لسمكة مقاومة بطريقة اعتيادية نتيجة الخبرات السابقة

ث–التفطير النظامي: هو معالجة تركيبيةلهياكل البيانات لاستقراء حقائق جديدة، تتبع قواعد استدلال مفروضة، والمثال التقليدي هو المنطق الرياضي المستعمل في توفير نظرية في الهندسة.

ج–التفكير الاجرائي(العددي): وهي نماذج رياضية أو محاكاة في حل المشاكل

ح–التعميم والتجديد: ومثال ذلك إذا كنا نعرف أن لكل الشركات رؤساء وأن كل بيوت السمسرة تعد شركات، فيمكننا على ذلك استدلال وتعميم أن أي بيت سمسرة يكون له رئيس .

خ–تفكير رما بعد المستوى: أي معرفة عما تعرفه مثل: عن أهمية ومناسبة حقائق معينة.

د– أي طريقة للتفكير؟ : أي طريقة تستعمل، وما مدى نجاح الاستدلال، يعتمدان إلى حد كبير على اي طريقة تستعمل في تمثيل المعرفة[1].

المطلب الثالث: العوامل المؤثرة في رأس المال البشري:

هناك مجموعة من العوامل التي من شأنها التأثير على رأس المال البشري في المنظمات المختلفة ويمكن تحديد أهمها بالآ[2]تي:

الفرع الأول: نظام التعويضات.

إن تعويض الموظف هو أنواع الأجور كافة او االعوائد التي يجصل عليها الكوظف نظير اشتغاله بوظيفة معينة، وهذه التعويضات تتضمن عنصرين أساسيين، الأول المدفوعات المالية المباشرة للموظفين: والثاني : المدفوعات المالي ةغير المباشرة، وهي مزايا إضافية تقدم للعاملين (العاملين جميعهم بغض النظرعن مستوى أدائهم أو كفائتهم في العمل) إلى جانب التعويضات المالية المباشرة، إما بصورة مجانية أو تتحمل جزء من التكلفة، ومن أمثلتها الضمان

[1] سعدون حمود – حثير الربيعاوي، حسين وليد حسين عباس، مرجع سبق ذكره، ص 102-103.
[2] عادل مجيد عبدان العادلي، حسين وليد حسين عباس، مرجع سبق ذكره، ص52.

الأإجتماعي والتأمين الصحي، والإجازات مدفوعة الأجر، وتسمى مباشرة كونها لا ترتبط بالعمل بشكل مباشر ولكن العاملين هم أعضاء في المنظمة.

الفرع الثاني: التقادم التكنولوجي.

التكنولوجيا وما يصاحبها من تغيرات من الوسائل المهمة للنهوض بالمنظمة ومواكبة التطور التكنولوجي العالمي فقد عرف (DAFT) التكنولوجيا بأنها العميات والتقنيات والمكائن والأعمال المستعملة لتحويل المدخلات(المواد والمعلومات، الافكار) إلى مخرجات (خدمات ومنتجات) ويشير (اللامي) إلى التكنولوجيا بأنها اللغة التقنية والعلم التطبيقي والطريقة الفنية لتحقيق غرض عملي فضلا عن كونها مجموعة من الوسائل المستعملة لتوفير كل ماهو ضروري لمعيشة الناس ورفاهيتهم. وتفرض مستجدات البيئة الخارجية تحديثا وتطويرا تكنولوجيا عاليا بما تسهم في تحقيق الميزة التنافسية للمنظمة، وينعكس على مخرجاتها سواء كانت خدمية أم إنتاجية

الفرع الثالث: الرضا الوظيفي.

يعد الرضا الوظيفي موقف شخصي يعبر عن حالة مستقرة نسبيا بالنسبة لبعض الأشخاص، بغض النظر عن اختلاف المواقف، وهذا معناه أن الفرد يحب العمل في وقت معين أن تستمر لديه تلك الحالة في أوقات أخرى حتى لو اختلفت الأأعمال التي يؤديها .

الفرع الرابع: المكانة الاجتماعية.

تتمثل في الموقع الذي اختله الفرد في المجموعة الاجتماعية التي ينتسب إليها وما ممكن أن يلعبه من دور في التأثير على الآخرين، أو ما يعتقده في نفسه من إمكانية خاصة لأن يلعب هذا الدور ضمن المجموعة على وفق المكانة التي يحتلها، وبالتالي فإن الفرد ذاته أو أعضاء المجموعة سيتأثرون بالمكانة التي يحتلها كل واحد منهم اتجاه الآخر.

الفرع الخامس: الحافز المادي أو الإعتباري.

تعرف الحوافز على أنها مجموعة الادوات التي توفرها الادارة للعاملين بهدف المساهمة في إشباع حاجاتهم ورغبياتهم من ناحية وتحقيق أهداف المنظمة من ناحية أخرى، وتفترض هذه الرؤية أن الحوافز تركز على مكافأة العاملين عند تميزه في الأداء وأن الأدء الذي يستحق الحافز هو أداء غير عادي[1].

[1] عادل مجيد عيدان العادلي، حسين وليد حسين عباس، مرجع سبق ذكره، ص 52-53.

خلاصة:

في هذا الفصل تطرقنا إلى ماهية الرأس المال الفكري من خلال عرض نشأته وتطوره، كذلك مفهومه وأهميته بالإضافة إلى خصائصه وأبعاده، مما توصلنا إلى أن رأس المال الفكري من خلال اقتصاد املعرفة يعتبر أهم أداة تحفيزية للموارد البشرية بالمنظمة في سبيل تحقيق الريادة والقدرة على التنافسية في عالم اقتصادي شديد المنافسة.

بالإضافة إلى عرض مكوناته ودوره الفعال في المنظمات لذلك علاقته برأس المال البشري الذي يشكل عنصرا جوهريا ضمن المكونات الأساسية لرأس المال الفكري.

كما تطرقنا إلى معرفة راس المال البشري من خلال مفهومه وأهميته وخصائصه ومكوناته إلى جانب العوامل المؤثرة عليه.

وفي الأخير توصلنا إلى أن رأس المال الفكري البشري يوفر للمنظمات الأعمال مجالا لتحقيق التميز ويعزز موقعها التنافسي والريادي، مما يجب على المنظمات أن تولي أهمية كبيرة لرأس المال الفكري والمحافظة عليه وتطويره لما له من أهمية في تحقيق الميزة التانافسية وتعزيز التفوق التنافسي لمنظمات الأعمال

الفصل الثاني: الميزة التنافسية

(تأطير نظري)

تمهيد:

أصبح موضوع الميزة التنافسية خلال السنوات الأخيرة يحظى باهتمام واسع النطاق على الصعيد العالمي، ويعود ذلك إلى مواكبة متطلبات التطورات المتسارعة التي يشهدها العالم والمتمثلة في ظاهرة العولمة والإندماج في الاقتصاد العالمي وسياسات الانفتاح وتحرير الاسواق، إضافة إلى التطورات الهائلة في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وفي ظل هذه التطورات أصبح من الصعب على أية دولة أن تعيش بمعزل عن هذه التطورات نظرا للمصاعب والعراقيل التي ستواجهها وخاصة في ميادين التصدير وتدفقات رؤوس الأعمال، لذلك أخذت الدول النامية في تبني السياسات الإصلاحية الرامية إلى إعادة تأهيل وهيكلة إقتصادياتها وتهيئة البيئة الاقتصادية المواتية والداعمة لقدرتها التنافسية في اقتصاد عالمي مفتوح أمام التجارة الإلكترونية وتدفقات رؤوس الاموال.

إن امتلاك وتطوير الميزة التنافسية يمثل هدفا استراتيجيا للمنظمات تسعى للوصول إليه باستخدام العديد من الأساليب أبرزها رأس المال الفكري الذي يلعب دورا مهما في دعم الميزة التنافسية المستدامة، تحقيق الكفاءة والفعالية التنظيمية ونجاح المنظمة.

وسنتطرق من خلال هذا الفصل إلى المباحث التالية:

المبحث الأول: الإطار العام للميزة التنافسية

المبحث الثاني: أبعاد وبناء الميزة التنافسية

المبحث الثالث: العلاقة والأثر في الرأس المال الفكري والميزة التنافسية

المبحث الأول: الإطار العام للميزة التنافسية

نظرا للتطور السريع للأحداث على مستوى المحيط الخارجي للمؤسسات لا يمكن للمؤسسات أن تبقى بمعزل عن هذه التغيرات غير الساكنة، إذ لابد أن تجد سبيلها للمنافسة وتتوفر لديها قدرات تنافسية ومزايا تضمن لها البقاء والنمو والاستمرارية والتفوق على منافسيها.

المطلب الاول: الميزة التنافسية، مفاهيم أساسية

يحظى مفهوم الميزة التنافسية باهتمام كبير، وهي عنصر استرتيجي وفرصة جوهرية تحقق بها المنظمة تفوقا على منافسيها وهي جوهر أداء المنظمة

الفرع الأول: مفهوم الميزة التنافسية وعوامل نشوئها

يحتل مفهوم الميزة التنافسية مكانة مهمة في التفكير الاستراتيجي للمنظمات ومفتاح نجاحها حيث هناك عدة تعاريف تناولت مفهوم الميزة التنافسية نذكر منها:

الفرع الأول: مفهوم الميزة التنافسية:

يعتبر Michel porter أول من وضع نظرية الميزة التنافسية وصمم نموذجا لقياسها يعتمد على المتغيرات البجزئية الداخلية واعتبر أن التنافس يتم بين المؤسسات فيما بينها حيث عرف بورتر الميزة التنافسية هلى أنها: تنشأ أساسا من القيمة التي تستطيع مؤسسة ما أن تخلقها لزبائنها بحيث يمكن أن تأخذ شكل أسعار أقل بالنسبة لأسعار المنافسين بمنافع متساوية أو بتقديم منافع منفردة في المنتج تعوض الزيادة السعرية المطبقة[1].

وتعرف كذلك أنها: ما تختص به المؤسسة دون غيرها وبما يعطيها قيمة مضافة إلى الزبائن بشكل يزيد أو يختلف عما يقدمه المنافسين في السوق، حيث يمكن أن تقدم المؤسسة مجموعة من المنافع ذات جودة أكثر من المنافسين أو تقديم نفس المنافع بسعر أقل[2].

[1] زرزار العياشي، عياد كريمة، استخدامات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسة الاقتصادية ودورها في دعم الميزة التنافسية، الطبعة الأولى، عمان، دار صفاء للنشر والتوزيع، 2016، ص181.

[2] طلعت أسعد عبد المجيد، التسويق الفعال، كيف نواجه القرن الواحج والعشرون، مكتبة مؤسسة الأهرام، مصر، 2002، ص190.

وفي تعريف آخر: هي عبارة عن تكوين نظام يمتلك مزايا منفردة ومتميزة عن باقي المنافسين وأن الفكرة الرئيسية هي خلق قيمة للزبون بطريقة كفؤة ومناسبة[1].

وفي تعريف آخر: بأنها قوة داعمة ودافعة وقيمة أساسية طويلة تتمتع بها المنظمة وتؤثر على سلوك العملاء في إطار تعاملهم مع المنظمة وتستمر لفترة أطول بغض النظر عن طول أو قصر دورة حياة الناتج الذي تقدمه المنظمة[2].

وتعرف كذلك بأنها: هي أداء المنظمات لأنشطتها بصورة أكثر كفاءة وفعالية مقارنة بالمنافسين[3].

تعرف الميزة التنافسية أيضا بأنها: أي ميزة أو عنصر تفوق المنظمة يتم تحقيقهفي حالة اتباعها لاستراتيجية تنافسية معينة، فهذا التعريف يرتكز على مصدر أساسي من مصادر الميزة التنافسية وهو استراتيجية التنافس[4].

ومما سبق يمكن استنتاج تعريف شامل للميزة التنافسية:

الميزة التنافسية هي عنصر من عناصر التفوق للمنظمة، والتي تنتج نتيجة اتباع المنظمة طرق واستراتيجيات جديدة (إبداع بمفهوم واسع) تهدف إلى تلبية طلبات الزبون بطريقة أفضل من المنافسين سواء كان ذلك على جودة المنتوج أو الخدمة أو كان على مستوى التكلفة والسعر. ويمكن هنا استنتاج مايلي:

1- الميزة التنافسية نسبة تحقق بالمقارنة وليست مطلقة

2- تؤدي إلى تحقيق الأفضلية والتفوق على المنافسين، تتبع من داخل المنظمة وتحقق لها قيمة

3- تنعكس على كفاءة أداء المنظمة لأنشطتها أو في ماتقدمه للزبائن أو كلاهما

[1] يوسف حجيم سلطان الطائي، هاشم فوزي دباس العبادي،التسويق الاكتروني، الطبعة الأولى، عمان الأردن، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، 2009، ص342.

[2] عبدالسلام أبو قحف، إدارة الأعمال الدولية، دراسة وبحوث ميدانية، الدار الجامعية، الاسكندرية، مصر 2001، ص428.

[3] ثامر البكيري، أحمد هاشم الصقال، التحليل الاستراتيجي والميزة التنافسية، عمان، الأردن، دار مجد للنشر والتوزيع، 2015، ص113

[4] عاشور مراريق، دور رأس املال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية لمنظمات الأعمال، ملتقى دولي حول راس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في الاقتصاديات الحديثة، 14/13 ديسمبر 2011، جامعة الشلف .

4-يجب أن تؤدي للتأثير على الزبائن وإدراكهم للأفضلية فيما تقدم المنظمة وتحفزهم للتعامل معها

5-تتحقق لفترة طويلة ولا تزول بسرعة وذلك عندما يتم تطويرها وتجديدها

وفيما يلي نلخص بعض الاتجاهات التي تناولت مفهمو الميزة التنافسية مرتبة زمنيا في الجدول التالي:

الجدول رقم (2-1) مفاهيم الميزة التنافسية من وجهة نظر عينة من الكتاب

الكاتب	السنة	المفهوم
Porter	1993	اكتشاف طرق جديدة أكثر فاعلية من تلك المستعملة من قبل المنافسين وقدرة المظنمة على تجسيد ذلك لاكتشاف ميدانيا، بمعنى إحداث عملية إبداعية بمفهومها اولاسع
Mcgahan	1994	أداء المنظمات لأنشطتها بصورة أكثر كفاءة وفعالية مقارنة بالمنافسين
Pitts et Lei	1996	قدرة المنظمة على انجاز أي نشاط متميز أو مختلف عن منافسيها
Fjeldsted et Stabell	1998	قدرة تحدد من خلال طبيعة المصادر التي يتم الحصول عليها من الفرد أو عدم الدقرة على التقليد للأفعال التي تشكل أساس الموقع
السملى	2001	مهارة أو تقنية أو مورد متميز يتيح للمنظمة انتاج قيم ومنافع للزبائن تتفوق على القيم والمنافع التي تحققها المنافسين
القطب	2002	الموقع الفريد الطويل الأأمد الذي تطوره المظنمة من خلال أداء أنشطتها بشكل مميز وفعال واستغلال نقاط قوتها الداخلية باتجاه تقديم منافع قيمة لزبائنها لا يستطيع منافسوها تقديمها
الكيالي	2004	خاصية أو مجموعة من الخصائص في المنظمة يمكن الاحتقاظ بها لفترة طويلة تحقق المنفعة لها وتمكنها من التفوق على منافسيها فيما تقدمه للزبائن

حمدان وإدرايس	2007	الوسيلة التي تستطيع منظمة الأعمال من خلالها الفوز على المنافسين
البكري	2008	قدرة المنظمة على تقليص كلفها وتحقيق عوائد أعلى من خلال السعر مقارنة بالمافسين وتحقيق قيمة أكبر للزبون
Kother	2009	مقدرة المنظمة على أداء أعمالها بالشكل الذي يصعب على منافسيها تقليده

المصدر: فرحاني لويزة، دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية في ظل اقتصاد المعرفة، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في غلوم التسيير : تخصص الموارد البشرية. جامعة محمد حنصر بسكرة، 2016/2015.

الفرع الثاني: عوامل نشوء الميزة التنافسية:

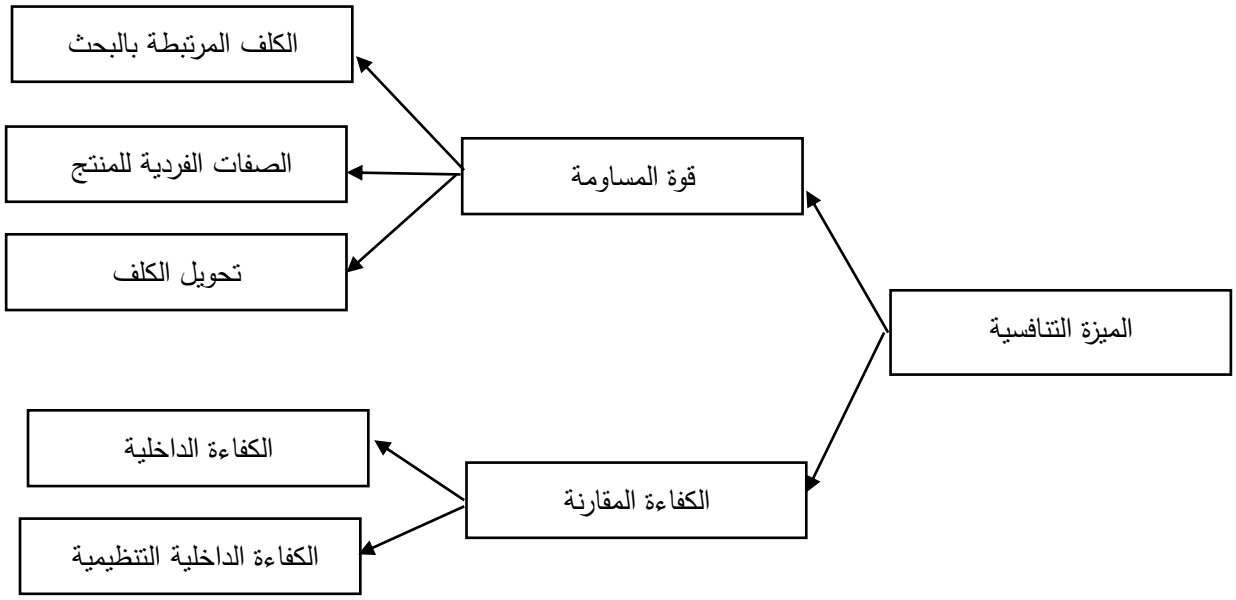
يوجد عمالين مؤثرين في تحقيق ونشوء الميزة التنافسية هما[1]:

1- الكفاءة المقارنة: التي تستطيع المنظمة من خلالها أن تنتج السلع والخدمات بكلفة (أقل) أدنى من كلفة انتاد املنافسين، وتتأثر هذه الحالة بالكفاءة الداخلية التي توضح مستوى التكاليف التي تتحملها الشركة من ادلاخل والكفاءة التنظيمية المتبادلة والتي تشير إلى التكاليف التي تتحملها الشركة من خلال تعاملاتها مع الشركات الخارجية.

2- قوة المساومة: وهي القوة التي تمتلكها الشركة وتحقق لها ميزة تنافسية في المساومة مع زبائنها ومجهزيها لصالحها الخاص

[1] أحمد خليل الحسني، كامل شبيكر الوطيفي، عبد الخالف دبي الجبوري، إدارة الجودة الشاملة وأثرها في تحقيق الميزة التنافسية .مقال منشور في مجلة جامعة بابل العلوم الانسانية .المجلد 31، العدد 4، 2013، العراق ص 1322.

الشكل رقم (2-1) يوضح العوامل المؤثرة في تحقيق الميزة التنافسية



المصدر: أحمد خليل الحسني، كامل شبيكر الوطيفي، عبد الخالف دبي الجبوري، إدارة الجودة الشاملة وأثرها في تحقيق الميزة التنافسية، مقال منشور في مجلة جامعة بابل العلوم الانسانية، المجلد 31، العدد 4، 2013، العراق ص 1322.

الفرع الثالث: أهمية الميزة التنافسية

تكمن أهمية الميزة التنافسية كما ذكرها مجموعة من الباحثين على النحو التالي [1]:

1-خلق قيمة للعملاء تلبي احتياجاتهم وتضمن ولائهم، وتدعم وتحسن سمعة وصورة المؤسسة في أذهانهم.

2-تحقيق التميز الاستراتيجي عن المنافسين في السلع والخدمات المقدمة إلى العملاء، مع إمكانية التميز في الموارد والكفاءات والاستراتيجيات المنتهجة في ظل بيئة شديدة المنافسة.

3-تحقيق حصة سوقية للمؤسسة وكذلك ربحية عالية للبقاء والاستثمار في السوق

[1] خالد أحمد عبد الحميد قشقيين،ى إدارة رأس املال الفكري وعلاقته في تعزيز الميزة التنافسية، دراسة تطبيقية على الجامعات الفلسطينية بقطاع غزة، رسالة لنيل درجة الماجستير في إدارة الأعمال . جامعة الأزهر- غزة- فلسطين 2014 ص47.

4-دخول مجال تنافسي جديد، كدخول سوق جديدة، أو التعامل مع نوعية جديدة من المعلاء، أو نوعية حديدة للأهداف التي تريد المنظمة بلوغها وللفرص الكبيرة التي ترغب فبي اقتناصها

5-تعطي حركية وديناميكية للعمليات الداخلية للمنظمة نظرا لكونها مستندة على موارد المنظمة وقدراتها وجداراتها لذلك.

6-متابعة التطور والتقدم على المدى البعيد كون المزيات التنافسية تتسم بالاستمرارية والتجدد.

المطلب الثاني: أنواع الميزة التنافسية وخصائصها

بعدما تم التطرق إلى حيثيات بيئة الأعمال وكيفية تحقيق الميزة التنافسية ومعرفة مكانة المؤسسة في ظل هذه المنافسة لابد من التطرق إلى كيفية الحفاظ عليها واستدامتها، معرفة أنواعها وخصائصها الذي سوف نتطرق إليه في هذا المطلب.

الفرع الأول: أنواع الميزة التنافسية

يعتبر Michel porter الميزة التنافسية عبارة عن متغير تابع لاستراتيجيات الثلاث: استراتيجية التكلفة، التنويع، التميز، حيث حددها في نوعين من الميزة التنافسية الذي اعتبرهما رئيسيين هما[1]: ميزة التكلفة الأقل وميزة التميز

1- ميزة التكلفة الأقل:

وهي الميزة التي تتأتى للمؤسسة إذا ما كانت تكاليف أنشطتها المنتجة للقيمة أدنى من تلك المحققة عند منافسيها، حيث يمكن للمؤسسة الإقتصادية بلوغ وتحقيق ميزة تنافسية بالتكلفة الأقل من خلال تخطيط وتصميم، إنتاج ثم تسويق السلع والخدمات بتكلفة أقل مقارنة بالمنافسين في نفس القطاع أو السوق، مما يعكسه تحقيق المؤسسة لأرباح وعوائد أكبر، وهناك أيضا من يسميها بالميزة التنافسية الداخلية حيث تلجأ المؤسسة إلى إنتهاج استراتيجية السيطرة بالتكاليف وتحسين الإنتاجية التي تسمح لها بتحقيق مردودية أحسن وعوائد أكبرومنه الوصول إلى أفضل

[1] زرزار العياشي، عباد كريمة،مرجع سبق ذكره، ص184.

قوة للمساومة حتى في حالة انخفاض الأسعار لأن المؤسسة تتحكم في تكاليفها إلى درجة كبيرة، وللحصول على ميزة التكلفة الأقل يتوجب على المؤسسة مراقبة وتتبع جل العوامل المؤدية لتطور التكاليف وأهمها:

أ- الحجم: يؤدي تحديد الحجم في سلاسل وأنواع المنتجات، وسائل الانتاج المتطورة، الأسواق والأنشطة التسويقية المكثفة إلى تقليص التكاليف

ب- المهارة والتعلم: يتولد أن نتيجة للجهود المتواصلة والتخصص من قبل الموارد البشرية للمؤسسة والمسيرين على حد سواء، لذلك لا يجب التركيز فقط على تكاليف اليد العاملة بل أيضا على الفرص التي يمكن توفرها لتقليل التكاليف الضائعة.

ت- درجة التنافس بين الوظائف: حيث يمكن للمؤسسة أن تقلل من مستوى تكاليفها إذا تمكنت من تحديد وفهم نوع الترابط الموجود بين الأنشطة المنتجة للقيمة واستثمارها.

ث- مراقبة الرزنامة: أحيانا تستفيد المؤسسات السباقة إلى بعض القطاعات من ميزة التكلفة الأقل بشكل متواصل ويرجع ذلك إلى كونها أحسن املواقعر وتستقطب أفضل الأيدي العاملة، وتختار وتفاضل بين مجموعة الموردين إلا أنه في بعض القطاعات فإن استراتيجية الحذر والتريث هي الطريقة الأنجع وذلك نتيجة التغيرات البيئية المستمرة

ج-العمليات والإجراءات: غالبا ما يكشف تحليل التكاليف عن ضرورة إلغاء أو تغيير بعض الإجراءات والعمليات التي لا تساهم إيجابيا في ميزة التكلفة الأقل

2- ميزة التميز:

تتميز المنظمة عن منافسيها عندما يكون بمقدورها الحيازة على خصائص فريدة تجعل الزبون يتعلق بها، وحتى يتم الحيازة على ميزة التميز يستند إلى عوامل تدعى بعوامل التفرد[1]، ومصادر التميز عديدة تتمحور حول الجودة والخدمات التسويقية حيث يعتبر الابتكار والتجديد أساس التميز، ويشمل الابتكار ثلاثة مجالات أساسية هي: الجودة، الوقت، المرونة[2].

[1] د. عبد الله بلوناس، أ . كبة سمية: رأس المال الفكري العوني، مرجع سبق ذكره –ص187.
[2] زرزار العياشي، عياد كريمة، مرجع سبق ذكره، ص186-187.

الفرع الثاني: خصائص الميزة التنافسية

تتمتع الميزة التنافسية بعدة خصائص منها[1]:

1-بأنها نسبية وتحقق بالقارنة وهي ليست مطلقة

2-تمكن من تحقيقي التفوق والأفضلية للمنظمة التي تتسم بما قياسا للمنافسين

3-تصدر عادة من داخل المنظمة وتخلق قيمة لها.

4-تترجم كفاءة أداة المنظمة في ممارسة مهامها وفي قيمة ما تقدمه للعملاء وبذلك فهي تؤثر على سلوكهم من خلال إدراكهم للافضلية فيما تقوم المنظمة بتصريفه وبالتالي تحفزهم على الإقتناء.

وحسب آخرون تتمثل خصائص الميزة التنافسية فيمايلي[2]:

5-أن تكون مستمرة ومستدامة بمعنى أن تحقق المؤسسةاالسبق على المدى الطويل وليس على المدى القصير فقط

6-أن تكون متجددة وفق معطيات البيئة الخارجية من جهة وقدرات وموارد المؤسسة الداخلية من جهة أخرى.

7-أن تكون مرنة. بمعنى يمكن إحلال مميزات تنافسية أخرى بسهولة وبيسر وفق اعتبارات التغيرات الحاصلة في البيئة الخارجية أو تطور موارد وقدرات المؤسسة من جهة أخرى.

8-أن يتناسب استخدام هذه المميزات التنافسية مع الأهداف والنتائج التي تريد المؤسسة تحقيقها في المديين القصير والبعيد.

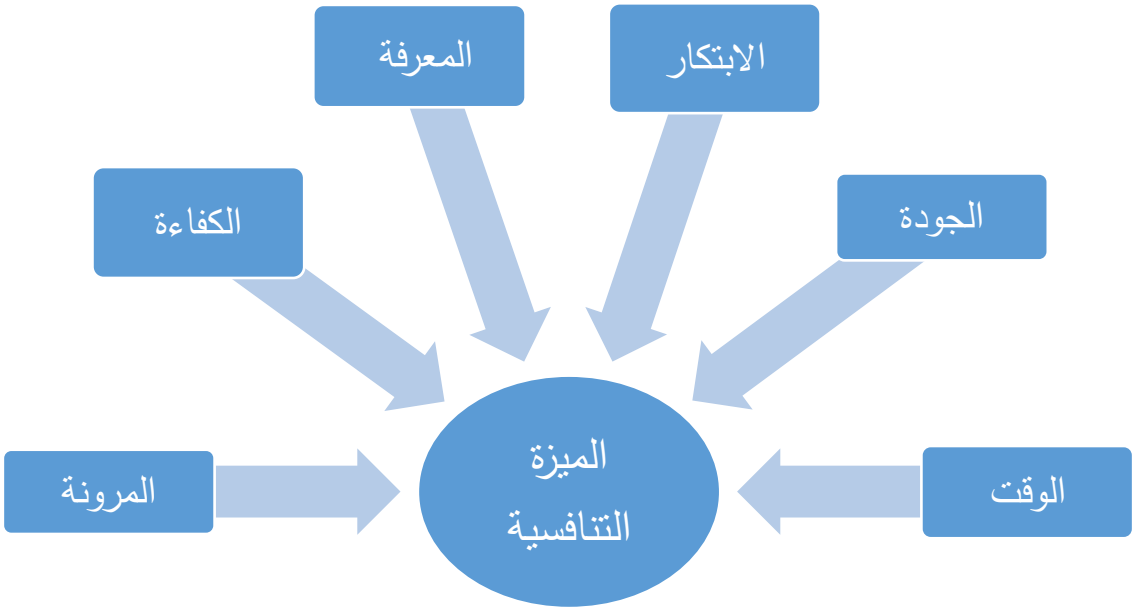
9-إن الميزات التنافسية تتسم بالنسبية مقارنة بالمنافسين أو مقارنتها في فترات زمنية مختلفة، فهذه الصفة تجعل فهم الميزات في إطار مطلق صعب التحقيق.

[1] محي الدين القلب، الخيار الاستراتيجي واثره في تحقيق الميزة التنافسية، ط1، دار حامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2012، ص82.
[2] طاهر محسن منصور، وائل محمد صبحي إدريس، الإدارة الاستراتيجية، منظور منهجي متكامل، دار وائل للنشروالتوزيع، ط2، عمان – الأردن، 2009- ص309.

المطلب الثالث: مصادر الميزة التنافسية:

تسعى المؤسسات دائما إلى اكتساب مزايا تنافسية في قطاع النشاط الذي تزاوله الأمر الذي اوجب عليها ضرورة إعداد وتهيئة القدرات والإمكانيات من خلال البحث المستمر عن مصادر قوة ودعم بها هذه المزايا وتجعلها في مركز تنافسي جيد في السوق. تكون نتيجة فعالة وكفاءة أعلى من الأداء، لذلك فالمؤسسة لكي تبقى دائما في المنافسة عليها إيجاد المصادر المختلفة والت من شأنها أن تخلق لها ميزة تنافسية في بيئة الأعمال، على اعتبار أن مصادر الميزة التنافسية أصبحت متعددة ومعقدة نظرا لما أصبحت تمليه المتغيرات المتسارعة. وهذا ما سنوضحة في الشكل الموالي:

الشكل رقم (2-2) مصادر الميزة التنافسية



المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على نبيل مرسلي خليل، الميزة التنافسية في مجال الأعمال الدار الجامعية، مصر،1998، ص20.

الفرع الأول: الإبتكار: إن الافجار المتزايد في عدد المؤسسات والذي صاحبه انفجار تنافسي على المستوى الوطني والعالمي، ادى إلأى تصاعد اهتمام المؤسسات بالإبتكار والتركيز

عليه، إلى درجة اعتباره الحد الأدنى في الأسبقيات التنافسية إلى جانت التكلفة والجودة، وأصبحت هذه القدرة (القدرة على الابتكار) مصدرا متجددا للميزة التنافسية[1].

الفرع الثاني: الكفاءة: تتجسد الكفاءة في الاستغلال الامثل للموارد لبنتاحة وتقاس بكمية المدخلات المستخدمة لإنتاج مخرجات محددةباعتبار أن المؤسسة أداة لتحويل المدخلات إلى مخرجات فكلما ارتفع معدل كفاءة المؤسسة كلما قلت المدخلات المطلوبة لإنتاج مخرجات معينة، فالمؤسسة تتميز تكاليفها بالانخفاض إذا كانت تستحوذ على كفاءة إنتاجية عالية المقارنة مع منافسيها، مما يسمح لها ببناء مزايا تنافسية، إلا أن تحقيق الكفاءة يقتضي التزاما واسع النطاق على مستوى المؤسسة والقدرة على تحقيق التعاون وثيق بين الوظائف المختلفة.

الفرع الثالث: الجودة: نتيجة للمتغيرات السريعة والتطورات المتعاقبة، زاد اهتمام المؤسسات، تلبية رغبات المستهلكين والحرص على رضاهم، إذ لم يعد السعر العامل المحرك لسلوك المستهلك، بل أصبحت الجودة هي الإهتمام الأول له والقيمة التي يسعى للحصول عليها، هذا ما اوجب على المؤسسات التي ترغب في البقاء في المنافسة أن تصنع منتجات ذات جودة عالية[2].

وقد حدد David الخبيرفي الجودة بجامعة هارفرد الامريكية خمسة نقاط يتعين على المؤسسة اتباعها إذا ما اعتمدت الجودة كأداة تنافسية وهذه النقاط هي[3]:

1-يتوجب تحديد الجودة من وجهة نظر المستهلك

2-لابد من ربط الجودة مع الربحية لكل جانب من السوق والتكلفة

3-يجب النظر إلى الجودة على أنها اداة تنافسية

4-يتم بناء الجودة في عملية التخطيط الاستراتيجي

[1] بن التركي وليد، دور نقل التكنولوجيا في تحسين القدرة التنافسية، مذكرة ماجستير (غير منشورة) تخصص اقتصاد صناعي، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2011، ص85.

[2] مجاني باديس، طبوب ريمة، تأثير الموارد البشرية والميزة التنافسية في البنوك الجزائرية، "بنك الفلاحة والتنمية الريفية نموذجا"، الطبعة الأولى، ألفا للوثائق والنشر والتوزيع الكتب الجزائر، 2017، ص96.

[3] عبد الستار محمد العبي، إدارة الانتاج والعمليات، مدخل كمي، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن،2000، ص38.

5-لابد للجودة أن تحصل على التزام المؤسسة بالكامل

الفرع الرابع: الوقت: يعتبر الوقت سواء في إدارة الانتاج أو الخدمات ميزة تنافسية أكثر أهمية مما كان عليه السابق، فالوصول للزبزن أسرع من املنافسين يمثل ميزة تنافسية[1] .

ويمكن تحديد الميزة التنافسية والتي تمثل جوهر المنافسة على أسواق الوقت الحالي كالآتي[2]:

1-تخفيض زمن تقديم المنتجات الجديدة إلى الأسواق ويتحقق ذلك من خلال اختصار زمن دورة حياة المنتوج

2-تخفيض زمن دورة التصنيع

3-تأسيس زمن دورة الزبون

4-الالتزام بجداول زمنية محددة وثابتة لتسليم المكونات الداخلية في عملية التصنيع

الفرع الخامس: المعرفة: يعد الأصول الفكرية ركيزة أساسية لاستمرار نشاط المؤسسة في المؤسسات المعتمدة على الاصول الفكرية، القابلة للقياس كالمعرفة، باعتبارها شرطا اساسيا ضمن سياستها الاستثمارية[3].

[1] هشام حريز، بوشمال عبد الرحمان، التسويق كمدخل استراتيجي لتحسين القدرة التنافسية للمؤسسة، الطبعة الأولى، الاسكندرية، مكتبة الوفاء القانونية، 2014، ص124.

[2] هشام حريز، بوشمال عبد الرحمان، مرجع سبق ذكره، ص124-125.

[3] دبة شيماء، دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مذكرة ماستر، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 2013.

المبحث الثاني: أبعاد بناء الميزة التنافسية

إن أغلب المؤسسات تسعى جاهدة للحصول على ميزة تنافسية على الصعيد المحلي والعالمي، لذلك نجد العديد من هذه الأخيرة هدفها الوصول إلى ميزة تنافسية تجعلها تستحوذ على السوق مما يعزز من مكانتها، حيث أن للميزة التنافسية عوامل تدخل في بنائها و المتمثلة في أبعادها أو أسسها وهو ما سنعرضه في هذا المطلب

المطلب الأول: أبعاد الميزة التنافسية

تعتبر المنظمات الحديثة من أهم اهتماماتها الرئيسية هو التركيز على احتياجات ورغبات العميل وتحويل هذه الاحتياجات إلى الأسواق المستهدفة أو ما يسمى بأبعاد التنافسية، وتركز المنظمات بصفة عامة على هذه الأبعاد وتوليها اهتماما كبيرا بتوفير هذه الاحتياجات سواء كانت انتاجية أو خدمية وذلك لتلبية الطلب في الأسواق ويمكن أن تساعد هذه الأبعاد في تعزيز الميزة التنافسية للمنظمات التي تحرص علو توفير احتياجات الزبون ورغباته وتتمثل أبعاد الميزة التنافسية في[1]:

الفرع الأول: التكلفة.

يجب على المنظمات أن تراعي الحل الوسط بين التكلفة وما تقدمه من خصائص للسلع والخدمات، فأغلب المنظمات تسعى إلى تخفيض التكلفة وتطبيق المراقبة المستمرة على المواد الخام وتحقيق مستويات أعلى من الانتاجية.

الفرع الثاني: الجودة.

يمكن تحقيق الجودة من خلال إضافة سمات فريدة للمنتجات التي تقدمها سواء كانت سلع أو خدمات جاذبيتها التنافسية، وذلك للاستفادة العملاء من المرحلة النهاية في تقديم المنتجات، وتحقيق الجودة يتم من خلال بعدين هما: تصميم المنتج للتكيف مع وظيفته ونوعيته وتتوقف على القدرة التنظيمية لتحويل المدخلات إلى مطابقة النواتج.

[1] عز الدين علي سويسي، نعمة عباس التفاحي، الميزة التنافسية وفق منظور استراتيجيات التغيير التنظيمي، دار الايام للنشر والتوزيع، الطبعة العربية، عمان، الأردن 2014

بالإضافة إلى[1]:

الفرع الثالث: الكفاءة.

للمنظمة نظام لتحويل المدخلات إلى مخرجات لذلك أحسن قياس للكفاءة هو مقدار المدخلات المطلوبة لإنتاج مخرجات معينة، وكلما ارتفع معدل كفاءة عمليات المنظمة كلما قلت المدخلات المطلوبة لانتاج مخرجات، وبالتالي ساعد ذلك في تحقيق كفاءة عالية مقارنة بالمنافسين.

1-الإستجابة المتفوقة: تستطيع المنظمة أن تحقق ميزة تنافسية من خلال قدرتها على تقديم وإنتاج سلع وخدمات تشبع احتياجات العملاء بشكل أفضل من منافسيها.

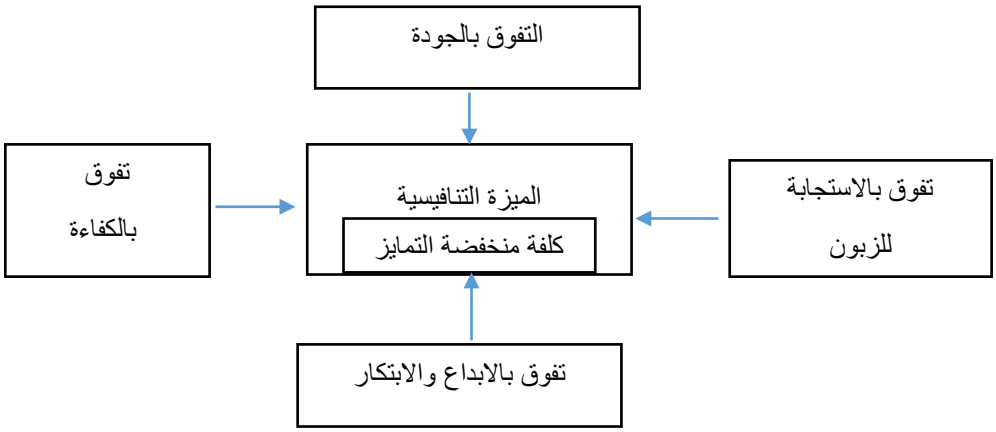
2-الإبداع: ما يطرأ على منتجات أو خدمات المنظمة وهياكلها من تقديم بحيث يتحقق من خلال تقديم منتج جديد، العمل بأسلوب جديد مختلف عن المنافسين والتجديد أحد الأسس البنائية للميزة التنافسية

3-المرونة: تعد المرونة بأنها الأساس لتحقيق الميزة التنافسية للشركة من خلال الاستجابة السريعة للتغيرات التي قد تحدث في تصميم المنتجات وبما يلائم حاجات الزبائن.

وفيما يلي الشكل يحدد أبعاد الميزة التنافسية:

[1] فرحاتي لويزة، دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية في ظل اقتصاد المعرفة، رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علوم التسيير، تخصص تنظيم الموارد البشري، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2016، ص157.

الشكل رقم (2-3): مجالات التفوق المساهمة في عملية بناء الميزة التنافسية



المصدر: حسين الطائي. خضير الحقاعي، نظم المعلومات الاستراتيجية- منظور الميزة الاستراتيجية، دار الثقافة للنشر والتوزيع -الأردن- 2009 ص16.

المطلب الثاني: بناء الميزة التنافسية

عملية بناء الميزة التنافسية تحتاج إلى فحص دقيق لكل إمكانيات المنظمة، والمصادر المتاحة لبنائها، وهي فترة طويلة من المنظمة.

الفرع الأول: مؤشرات الميزة التنافسية

توجد العديد من المؤشرات التي تعبر عن امتلاك المنظمة للميزة التنافسية لكن الأكثر شيوعا هي: مؤشرات الربحية، الحصة السوقية، النمو السنوي للمبيعات، وذلك نظرا لكون هذه المؤشرات تتميز بمزايا ممثل: توفر البيانات اللازمة لحسابها، سهولة الحصول على هذه البيانات، ضف إلى ذلك هذه المؤشرات كمية وليست وصفية مثل رضا المستهلك ككا يسهل حسابها بدقة.

1- **الربحية:** هي مقياس يستعمل لتقييم أداء المنظمة عن طريق نسبة صافي الدخل إلى الأصول أو الاستثمارات وتستطيع المنظمة تعظيم الربح عن طريق تحسين استثمارات المنظمة واستغلال الموارد بشكل أحسن[1].

2- **الحصة السوقية:** يستخدم هذا المقياس الحصة السوقية للتمييز بين الرابحين والخاسرين في السوق، ولتحديد نصيب المنظمة من المبيعات في السوق مقارنة مع المنافسين[2].

3- **النمو السنوي للمبيعات:** المبيعات من خلالها فقط تحقق المنظمة الأرباح، وبالتالي تحقق النمو والاستمرارية، وكلما ارتفع هذا المعدل كلما دل ذلك على نجاح المنظمة، وعلى زيادة حصتها السوقية مما يجعل مركزها التنافسي قويا[3] .

الفرع الثاني: معايير الحكم على جودة االميزة التنافسية

تتحدد جودة الميزة التنافسية من خلال ثلاثة عوامل رئيسية تتمثل في[4]:

1- مصدر الميزة: ترتب الميزة التنافسية وفق درجتين هما:

-مزايا تنافسية من مرتبة منخفضة: مثل التكلفة الأقل لكل من قوة العمل، والمواد الخام، ويسهل نسبيا تقليدها ومحاكاتها من قبل المنافسين

-مزايا تنافسية من مرتبة مرتفعة: مثل التكنولوجيا العلمية، تميز المنتج وعلاقات وطيدة مع العملاء

2-عدد مصادر الميزة التي تمتلكها المنظمة: يجب أن تسعى المنظمات إلى توفير مزايا جيدية وبشكل أسرع وذلك قبل منافسيها وعليها دائما أن تحقق مزايا جديدة من مرتبة عالية قبل أن يقلدها منافسوها.

---

[1] عبد الرحمان ابراهيم، أحمد الكقادمة، دور الكفاءات البشرية في تحقيق الميزة التنافسية، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات شهادة الماجستير في إدارة الأعمال، الجامعة الاسلامية، كلي ة التجارة، قسم إدارة الأعمال، غزة، 2013 ص31.

[2] سائد حسين يوسف شراب، التخطيط الاستراتيجي وعلاقته بالميزة التنافسية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير تخصص إدارة أعمال، كلية الاقتصاد، قسم إدارة الأعمال، الجامعة الاسلامية، غزة، 2011، ص150.

[3] مهدي صلاح الدين، جميل عثمان، أثر العوامل الاستراتيجية واستراتيجيات المنافسة على الميزة التنافسية بشركات الأدوية الأردنية، دراسة ميدانية من منظور المديرين، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجيستير، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم الادارية قسم إدارة الأعمال جامعة اليرموك، 2003، ص52.

[4] عاصم فايز الزعانين، افلميزة التنافسية في المنتجات الدوائية للشركات الوطنية وأثرها على زيادة الحصة السوقية من وجهة نظر الزبون في قطاع غزة، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجتسير، كلية التجارة، قسم إدارة الأعمال، الجامعة الاسلامية غزة، 2010، ص19.

3- درجة التحسين والتطوير والتجديد المستمر في الميزة: تسعى المنظمات إلى خلق مزايا جديدة قبل أن يقوم منافسوها بمحكاة الميزة الحالية.

تعتبر هذه المعايير أساسية للحكم على جودة الميزة التنافسية للمنظمة، فلا جدوى من ميزة لا تحقق للمنظمة التفوق على المنافسين.

المطلب الثالث: العوامل المؤثرة في الميزة التنافسية شروط فعاليتها ومعوقاتها

تتأثر الميزة التنافسية بعديد العوامل، لذلك وجب التطرق لها، إضافة إلأى الشروط التي تزيد من فعاليتها، والمعوقات التي تقف أمام نجاحها واستمرارها.

الفرع الأول: العوامل المؤثرة في الميزة التنافسية

من العوامل التي تؤثر على الميزة التنافسية مايلي[1]:

1-القدرات الإبداعية: تضطر المنظمة إلى إحداث تغيرات في خصائص ومواصفات منتجاتها، وهذا يتطلب دراسة السوق لمعرفة الطلب المالي والمتوقع، الخبرة التكنولوجية للمنظمة، الإبداع

2-القدرات الانتاجية: تعني عنصرين هامين هما: الجودة والانتاجية

الجودة: وهي قدرة المنتج على تلبية حاجاته ورغباته، وتتطلب الإبداع، إرضاء العملاء.

الإنتاجية: هي مقياس لمدى كفاءة المنظمة في استخدام مواردها وهو يمثل النسبة بين المخرجات والمدخلات ولابد على المنظمة رفع الانتاجية لأنها معيار أساسي لقياس كفاءة المنظمة مقارنة بمنافسيها.

3-القدرات التسويقية: تعتبر وظيفة التسويق أحد مرتكزات قدرتها التنافسية، والتي تركز على: بحوث التسويق، دراسة السوق، وتحليل سلوك المستهلك.

4-القدرات على الترصيد: المحافظة على الميزة التنافسية تتطلب المتابعة المستمرة لما يجري في المحيط.

[1] هادي صلاح عباس، إدارة الجودة الشاملة مدخل نحو أداء منظمي متميز، المؤتمر الدولي الثاني حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، أيام 8-9 مارس 2005، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية-جامعة وورقلة، ص158

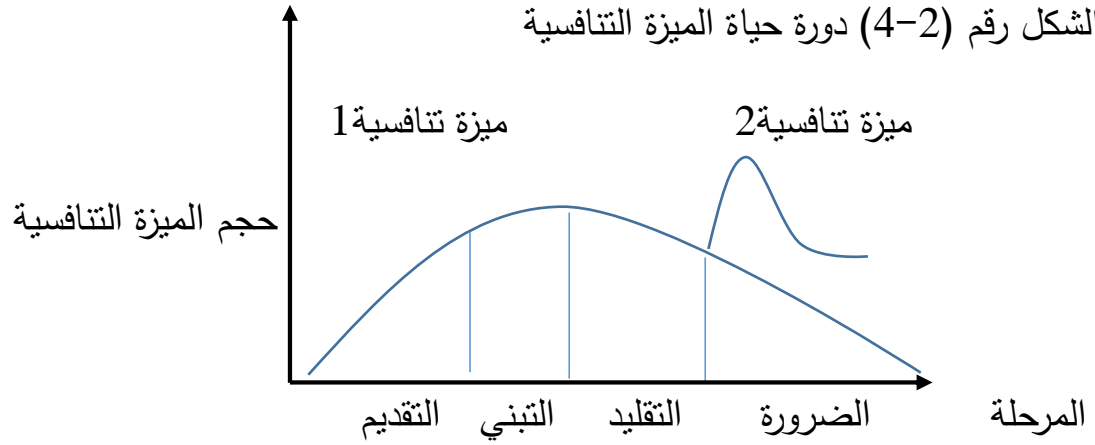
الفرع الثاني: شروط فعالية الميزة التنافسية :

من شروط فعالية الميزة التنافسية مايلي[1]:

- حاسمة، أي تمنح الأسبقية والتفوق على المنافسين.
- ممكن الدفاع عنها. خصوصا من تقليد المنافسين لها.
- مستمرة، أي إمكانية استمرارها خلال الزمن.

وهذه الشروط تضمن صلابة الميزة التنافسية، وفعاليتها فكل شرط مرتبط بالآخر، والاستمرار خلال الزمن نقصد به أن للميزة دورة حياة مثلها مثل المنتوج كما يبينه الشكل الموالي:

الشكل رقم (2-4) دورة حياة الميزة التنافسية



المصدر: نبيل مرسي خليل، الميزة التنافسية في مجال الأعمال، مركز الاسكندرية للكتاب، الاسكندرية، 1995، ص86

وهذه المراحل هي [2]:

1-مرحلة التقديم: أطول المراحل بالنسبة للمنظمة التي بصدد إنشاء ميزة تنافسية فهي تحتاج إلى الكثير من التفكير والاستعداد، ومع مرور الزمن تصبح الميزة تنافسية

2-مرحلة التبني: تعرف الميزة استقرارا نسبيا من حيث الانتشار باعتبار أن المنافسين بدأوا التركيز عليها.

[1] سمية بوروبي، دور الإبداع والابتكار في إبراز الميزة التنافسية للمؤسسات المتوسطة، دراسة حالة مؤسسة المشروبات الغازية مامي، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد وتسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، سطيف 2011، ص166.

[2] فرحاني لويزة، مرجع سبق ذكره، ص166.

3-مرحلة التقليد: يتراجع حجم الميزة وتتجه شيئا فشيئا نحو الركود، لكون المنافسين قاموا بتقليد ميزة المنظمة، وبالتالي ننراجع أسبقيتها عليها.

4-مرحلة الضرورة: وفيها تأتي ضرورة تحسين الميزة الحالية، وتطويرها بشكل سريع، أ, إنشاء ميزة جديدة.

الفرع الثالث: معوقات الميزة التنافسية

تواجه المنظمات العديد من العقبات التي تحد من إمكانية اكتسابها لمزايا تنافسية، وأيضا المحافظة عليها، ومن بين المعوقات مايلي[1]:

1-المعوقات الداخلية: تعبر عن مختلف العقبات الداخلية التي تواجه المنظمة وهي:

- غياب قيادة إدارية ناجحة.
- عدم وجود رقابة.
- غياب الشفافية.
- عدم قدرة المنظمة على توفير المعلومات الضرورية لعملية اتخاذ القرار.
- عدم استخدا المنظمة لتكنولوجيا الإعلام والإتصال

2-المعوقات الخارجية: وتتعلق بمختلف الظروف الخارجة عن نطاق بيئة المنظمة ومنها:

- الأسواق العالمية والتكتلات الإقليمية.
- وجود تشريعات وقوانين تخدم المنظمة الأجنبية عن الوطنية.
- عدم الإلتزام بالمواصفات الدولية للجودة
- عدم الإهتمام بالبحوث والتطوير
- غياب روح الفريق

[1] أحمد فاروق أبو عين، دور التعليم الإلكتروني في تعزيز الميزة التنافسية في الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة من وجهة نظر الأكاديميين، رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في إدارة الأعمال.كلية التجارة.قسم إدارة الأعمال. الجامعة الاسلامية –غزة، 2012 ص44-45.

وبالتالي حتى يتم تفعيل الميزة التنافسية، وجعلها أكثر فعالية يجب دائما الإحاطة بكل العوامل التي يمكن أن تؤثر على الميزة التنافسية. حصر شروط فعاليتها، والوقوف على كل المعوقات، وتجنبها حتى تضمن الميزة واستمراريتها.

المبحث الثالث: العلاقة والأثر بين رأس المال الفكري والميزة التنافسية.

تتجلى العلاقة والأثر في إعادة الاعتبار لرأس المال الفكري في كونه أصبح دعامة تطور لمنظمات الأعمال ونمائها ونجاحها، فكلما زادت معدلات المعرفة لدى الموظفين زادت قدارتهم العقلية والإبداعية، وهو ما يشكل ميزة تنافسية، وهذا ما سنوضحه في المطلب الموالي.

المطلب الأول: آليات تحقيق الميزة التنافسية من خلال رأس المال الفكري

في بيئة الأعمال الحالية المبدأ الثابت هو التغيير، حيث القاعدة الوحيدة في النمو والتطور هي المنافسة وتنوع استراتيجيتها ومداخلها وأساليبها، وتتحول الأسواق وتتطور التكنولوجيا، وتتقادم المنتجات، وتتغير العمليات بسرعة فائقة، فالعالم يعيش اليوم في معرفة، وقد كان من أخطر أثار العصر الجديد هو بروز التنافسية كحقيقة نسبية تحدد نجاح أو فشل منظمات الأعمال بدرجة غير مسبوقة، وسمات وملامح ومعاييرهذا العصر تختلف جذريا عن كل ما سبقه، وتفرض بالتالي على كل معاصرة ضرورة الأخذ بالمفاهيم والآليات الجديدة والمتجددة[1].

الفرع الأول: رأس المال الفكري كمصدر للميزة التنافسية

إن الإتجاه الحديث في الإنفاق والاستثمار في البحث والتطوير وتشكل رأس المال الفكري في المنظمات يهدف إلى زيادة قدرتها في خلق إبداع تكنولوجي مستند إلى معرفة واسعة، وقادرا على تقديم دعم وابتكار لعدد كبير من المنتجات والخدمات التي يمكن أن تنظر في ظل هذه المظلة المعرفية العامة، وإذا كانت الميزات التنافسية في الإطار القديم يمكن أن تستنسخ وتقلد من قبل الآخرين أو أنها تختفي أو تزول سريعا بحكم وجود منافسين أقوياء ومنافسين لعمل المنظمة، فإن الميزات التنافسية الجديدة المستندة إلى المعرفة يمكن أن تخرج من إطار

[1] مصطفى يوسف كافي، مرجع سبق ذكره، ص217.

هذه الإشكالية لكون المعرفة التي تستند إليها تمثل خصائص استراتيجية للمنظمة لا يمكن تقليدها بسهولة من قبل الآخرين وهذا ما ينسق من خصائص المورد الاستراتيجي، إذ تؤكد أدبيات الإدارة الاستراتيجية أن المورد لكي يصبح استراتيجيا يجب أن تتوفر فيه خصائص معينة تتمثل فيما يلي[1]:

- أن يكون المورد ثمينا.
- أن يتسم بالندرة.
- لا يمكن تقليده بسهولة.
- لا يمكن إحلال بديل عنه.

وعند تأمل هذه الخصائص يتبادر إلى الذهن تساؤل كيفية ومدى انطباقها على رأس المال الفكري وهو ما يمكن توضيحه في الآتي[2]:

أنه مورد ثمين لأنه يحمل معرفة متفردة تساهم في تحسين العمليات والمنتجاتت وبذلك تمكن المنظمة من البقاء منافسة للآخرين وهذه ميزة تنافسية ليست بالقليلة.

أنه مورد يستم بالندرة لأنه مرتبط بكونه حاصل تراكم خبرات العاملين ومعرفتهم التطبيقية لذلك يكون نادرا لأنه مبني على الخبرات الذاتية السابقة لنفس المنظمة.

أنه مورد لا يمكن تقليده بسهولة، لأن المعرفة في أي منظمة تكون خاصة بها وإليها بسماتها المميزة التي استطاعت بنائها خلال مدة زمنية وبإنفاق كلفة عالية، ومن خلال مشاركة جميع العاملين باسم خبراتهم.

أنه مورد لا يمكن إحلال بديل محله لأنه مرتبط بالقدرة المميزة للمجاميع والتعاون بين العاملين، لا يمكن نسخه وإحلاله محل المعرفة السابقة، وبالتالي فإنه يصعب استمرار الميزة التنافسية محققة في حالة تبديل الموارد والكفاءات البشرية التي ساهمت في خلقها.

[1] حسين عجلان حسن، مرجع سبق ذكره، ص90.
[2] حسين عجلان حسن، مرجع سبق ذكره، ص91.

الفرع الثاني: رأس المال البشري المتميز كميزة تنافسية في المنظمة.

يتمثل رأس المال البشري المتميز في الأشخاص والأفراد ذوي القدرات الخاصة والمواهب خاصة الذين لديهم القدرة على التفكير الابتكاري المؤثر في الأنشطة الحيوية في المنظمة وهم مناص المبدعين الذين يستطيعون الانتاج وتسيير الخدمات بتميز ولديهم القدرة على جذب العملاء، قيمة لمنتج المؤسسة، وتتكون كفاءة هذه العمالة من جزء خاص بالمعرفة والمعلومات وآخر خاص بالقدرات واملواهب، ويمكن أن يكون هؤلاء الأفراد المتميزين من داخل المؤسسة أو من خارجها، كأن تستعين المنظمة لهم في التطوير والتحديث وإدارة الأزمات وإعداد الاستشارات الخاصة بدراسة الجدوى[1].

ويضيف أحد الباحثين أن استراتيجية إدارية أعمال المعرفة من أحد استراتيجيات مؤسسات الأعمال المتقدمة، وهذه الاستراتيجية تعتبر المعلومات من أهم العناصر ذات القيمة للمؤسسة، لذا ينبغي وضع خبراء معلومات(عقول بشرية عالية التميز) في مراكز أنشطة وعمل المؤسسة، وخبراء المعلومات هم تبلك العقول البشرية التي تحدد المعلومات المطلوبة وكيفية الحصول عليها ودرجة الثقة والمصداقية، مع عدم إهمال عنصر التكلفة، وباتلالي تتضح لنا أهمية خبراء المعلومات في عملية اتخاذ القرار والذي يؤدي بدوره إلى إيجاد ميزات تنافسية للمنظمة منها[2]:

- سرعة الإستجابة للتغيرات الفجائية والسريعة في البيئة التنافسية.
- زيادة قدرة المؤسسة على مواجهة وتسيير الأزمات.
- زيادة قدرة المؤسسة على تسيير العاملين، مما يجعل العمال أكثر استجابة للخبراء من القادة الرسميين الذين يحكمونهم وفقا لسلطاتهم الرسمية أو القانونية.
- سرعة استجابة المؤسسة للتغيير التنظيمي.

[1] أحمد حبانية، دور رأس المال الفكري في تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسة، رسالة ماجستير جامعة سعد دحلب، البليدة، 2017، ص65.
[2] أحمد حبانية، مرجع سبق ذكره، ص92.

المطلب الثاني: دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية

في ظل اقتصاد المعرفة يمثل رأس المال الفكري ذو القدرة العالية على الإبداع والمنافسة المورد الاستراتيجي الذي يقف عليه نجاح المنظمات، وتحقيقها لمزايا تنافسية مستدامة وخلق القيمة.

الفرع الأول: أثر رأس المال الفكري في تطوير الميزة التنافسية

بدأ الإعتماد على التكنولوجيا يتراجع نظرا لشدة تغيرها، وأصبح التنافس والتفوق المرتكز عليها أمرا صعبا، ففي عالم متغير تتحرك المعلومات والموارد والتكنولوجيا بسرعة فائقة، يبقى العنصر الوحيد الذي يمثل نقطة القوة بالنسبة للمنظمة هو رأس المال الفكري والكفاءات المؤهلة للإبداع والتجديد.

ولقد أدى الانخفاض المستمر لتكلفة تشغيل املعلومات في ظل اقتصاد املعلومات إلأى اعتبارها سلعة متاحة للبيع والشراء، وبالتالي أصبحت محددا غير أساسي لمليزة التنافسية، وبالتالي تأكدت المنظمات في ظل تحولات البيئة التنافسية أن العامل الوحيد الذي لها الميزة التنافسية المستدامة هو رأس مالها الفكري، ذو المهارة العالية على الإبداع المستمر، وبالتالي ضرورة الانتقال إلى اقتصاد المعرفة الذي تصبح فيه العقول الذكية هي المصدر الجديد للميزة التنافسية[1] .

الفرع الثاني: سياق الميزة التنافسية وقيمة رأس المال الفكري

تتمثل البيئة الخارجية في مجموعة العوامل والمتغيرات الاقتصادية، السياسية، الإجتماعية والتكنولوجية التي تقع خارج إطار المنظمة، والتي تؤثر على استراتيجيتها وسلوكها دون أن تكون لهذه الاخيرة قدرة السيطرة عليها أو توجيهها، ومن أجل التكيف مع هذه المتغيرات من خلال العمل على اغتنام الفرص المحتملة ومواجهة التهديدات المتوقعة يجب الاستثمار في رأس مالها الفكري الذي يرسم الاستراتيجية المناسبة وتحديد أهدافها حسب البيئة الخارجية

[1] عبد المجيد قدي، سملالي يحضية، نحو تنمية استراتجية للموارد والكفاءات البشرية في ظل العولمة، ورقة بحثية مقدمة ضمن فعاليات المؤتمؤ العلمي الدولي الأول حول النجاعة في الأداء والشفافية من أجل ضمان نجاح الاصلاحات والاندماج في الاقتصاد العالمي، كلي ةالعلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير، جامعة الجزائر، 30 ماي 2003.

المتوفرة دون اختلال في توازن المنظمة وعليه فقيمة رأس المال الفكري للمظنمة لا ترتبط بنوع القيمة المرغوب الحصول عليها بل أيضا بسياق البيئة التنافسية المحيطة بالمنظمة.

الفرع الثالث: رأس المال الفكري وتحسين الأداء التنافسي للمنظمة

من أجل تعزيز وتطوير الميزة التنافسية داخل المنظمة يتعين عليها التوظيف الحسن لرأس مالها الفكري كونه المصدر الوحيد الذي بإمكانه أن يحفظ لها مكانتها واستقرارها في السوق وذلك من خلال تجاوزه للإمكانيات المتاحة أمام المنظمات الاخرى كاستخدام التكنولوجيا المتطورة، فهو يعتبر رأس مال متجدد في حد ذاته عن طريق والتطوير للوظائف، وبالتالي يأتي تحسين الأداء كنتيجة حتمية للدور المنوط برأس المال الفكري[1].

الفرع الرابع: دور رأس المال الفكري في خلق القيمة

عندما تقوم المنظمة بتسيير الأصول الفكرية بفعالية، تتحقق لها الاستفادة القصوى من رأس مالها الفكري، فتركز على تنمية العناصر التي تحتاج استثمار ، وتوقف الاستمرارية في العناصر التي لا ترى منها أي جدوى، وبالتالي تضمن أن الاستثمار في رأس مالها الفكري سيحقق لها خلق القيمة، والتي تظهر على عدة أشكال منها: تخفيض التكلفة، اكتساب موقع تنافسي ممتاز ، قيادة الابداع التكنولوجي، وتراكم الأرباح، وتجدر الاشارة هنا إلى أنه على المنظمة التفكير في كيفية تحويل رأسمالها إلى شيء ذو قيمة بالنسبة لها، ومن أهم أنواع القيم التي تربط المنظمة تحقيقها حماية المنتجات وغيرها من ابتكارات المنظمة، ومحاولة السيطرة على ابتكارات المنافسين، وخلق منتجات وتحالفات جديدة[2].

الفرع الخامس: رأس المال الفكري واستراتيجية خلق القيمة.

تختلف الاستراتيجيات المؤدية إلى خلق القيمة انطلاقا من رأس المال الفكري حسب كل منظمة. فمنها من تسعى لتحقيق ابتكارات من خلال رأس مالها الفكري مما يجعل منتجاتها ذات جودة عاية، وجاذبية أكثر من منتجات منافسيها، وباتلالي سينعكس ذلك على المنظمة في تحصيل قيمة رأس المال الفكري على شكل إيراد أو مركز تنافسي، كما أ، المنظمات

[1] رشيد ونادي، بشير عامر، مجلة الاقتصاد والتنمية البشرية، مخبر التنمية الاقتصادية والتنمية البشرية، العدد02، جامعة سعد دحلب البليدة، الجزائر، ديسمبر 2010، ص176.

[2] فرحاتي لويزة، مرجع سبق طكره، ص222.

الخدمية تحقق قيمة من خلال المعرفة الموجودة لرأس مالها البشري، فيظهر ذلك في شكل سمعة أو ولاء للعمال، كما قد يكون لرأس المال الفكري دور دفاعي يتمثل في حصيلة المنتجات والخدمات المحققة من ابتكارات رأس المال الفكري وحرية تعميم المنتجات ودور هجومي مثل تجيمع إيرادات المنتجات، وأصول المنظمة وملكيتها الفكرية، وتحديد أساس للتحالفات الاستراتيجية[1].

المطلب الثالث: العلاقة بين رأس المال الفكري والميزة التنافسية

تستطيع المنظمة الاستمرارية في امتلاك الميزة التنافسية من خلال المعرفة، لأنها مصدر أساسي للميزة، وبالتالي على املنظمات أن تعرف كيف تمتلكها وكيف تديرها، لأن ما ينتج منها هو رأس المال الفكري، وبالتالي تقوم بإدراك كيفية امتلاكه، وإدراته وقياسه، وتشبه العلاقة بين رأس المال الفكري والميزة التنافسية انتظام مدخلاته هي مكونات رأس المال افكري، أما المعالجة فتتمثل في تطبيق مبدأ (القيمة، الندرة، صعوبة التقليد، الاستغلال الأمثل) على مكونات رأس المال الفكري، أما مخرجات النظام فتتمثل في امتلاك املنظمة لرأس مال فكري استراتيجي متميز، يشتمل على مكوناته المتمثلة في رأس مال البشري متميز، رأس مال هيكلي متميز، رأس مال زبوني متميز، وعندما تحوز المنظمة على هذه المكونات تتمكن من تحقيق الميزة التنافسية المتمثلة في الجودة المتفوقة، الابداع المتفوق، الكفاءة المتفوقة والإستجابة المتفوقة، ونوضح المكونات السابقة كمايلي[2]:

الفرع الأول: رأس المال البشري المتميز

تحقيق التميز في أداء المنظمة لا يستند إلى مجرد امتلاكها للموارد الطبيعية والمالية والتكنولوجية فقط، بل بالدرجة الأولى على توفر الكفاءات البشرية التي لها القدرة على تعظيم الاستفادة من تلك الموارد من أجل تحقيق الميزة التنافسية، فالموارد الفكرية تعتبر مصدر الفكر والابتكار والابداع لكن مع مراعاة أن تكون هذه الكفاءات موارد استراتيجية تتصف بالندرة وصعوبة التقليد، القدرة على خلق القيمة، وغير قابلة للاستبدال بمورد مماثل لها في إطار الاستراتيجية المعتمدة، والشكل الموالي يوضح خصائص هذه الكفاءات.

[1] فرحاتي لويزة، مرجع سبق ذكره، ص222.
[2] فرحاتي لويزة، مرجع سبق ذكره، ص223

الشكل (2-5) خصائص الموارد البشرية لتحقيق الميزة التنافسية



المصدر: مصطفى رجب شعبان، رأس المال الفكري ودروه في تحقيق الميزة التنافسية لشركة الاتصالات الخلوية الفلسطينية، جوال، دراسة حالة، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة ماجستير في إدارة الأعمال، الجامعة الاسلامية، غزة، كلية التجارة، قسم إدارة الأعمال، 2011، ص81.

الفرع الثاني: رأس المال الهيكلي المتميز

يعبر رأس المال الهيكلي المتميز للمنظمة عن الموجودات المعرفية التي تبقى في دائرة المنظمة عندما لا يؤخذ العنصر البشري بعين الاعتبار، وعلى المنظمة أن تقوم بالهتمام وبكل العناصر حتى تحقق الميزة التنافسية وترفع قيمتها السوقية، ويمكن للمنظمة أن تمتلك رأس المال الهيكلي متميز من خلال تشجيع وتطوير قدرات الإبداع والمشاركة لدى الأفراد ونشر المعرفة لغرض تعميق انتاجيتهم في مختلف الميادين، من خلال تكثيف الأنشطة وتطوير البنى التحتية وتكييفها بما تقتضيه متنغيرات البيئة الداخلية والخارجية للمنظمة، من خلال اقتناء أحدث نظم المعلومات والبرمجيات وقواعد البيانات.إضافة إلى اعتماد الهيكل التنظيمي المناسب[1] الذي يشجع الأفراد مهما كان موقعهم التنظيمي على العمل أكثر واستغلال المعارف التي لديهم أحسن استغلال، وبالتالي يمكن أن نحدد جوانب تميز رأس المال الهيكلي في مجال التشغيل والعمليات وهي[2]: ترسيخ أبعاد هذا المكون في تحقيق التفوق التشغيلي من خلال تحسين العمليات التشغيلية الهادفة إلى تحقيق النوعية العالية بالتكلفة المنخفظة، وخفض

[1] مؤيد محمد علي فضل، العلاقة بين رأس المال الفكري وخلق القيمة، دراسة ميدانية على الصناعة المصرفية في دول الخليج العربي، مقال منشور في مجلة القادسية للعلوم الادارية والاقتصادية، المجلد 11، العدد03، العراق، 2009، ص176.

[2] مصطفى رجب علي شعبان، رأس المال الفكري ودوره في تحقيق الميزة التنافسية لشركة الاتصالات الخلوية، جوال، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في إدارة الأعمال، الجامعة الاسلامية-غزة، 2011، ص225.

زمن دورة العمليات الداخلية والاستفادة القصوى من طاقة الموجودات المادية والإدارية، إمكانية الاستفادة من هذا المورد في تحسين تدفق الانتاج بسرعة دون أي أعطال أو إسراف في استخدام المورد ورفع جودة مستوى الانتاج وتقليل الفاقد .

الفرع الثالث: رأس مال العلاقات (الزبوني) المتميز

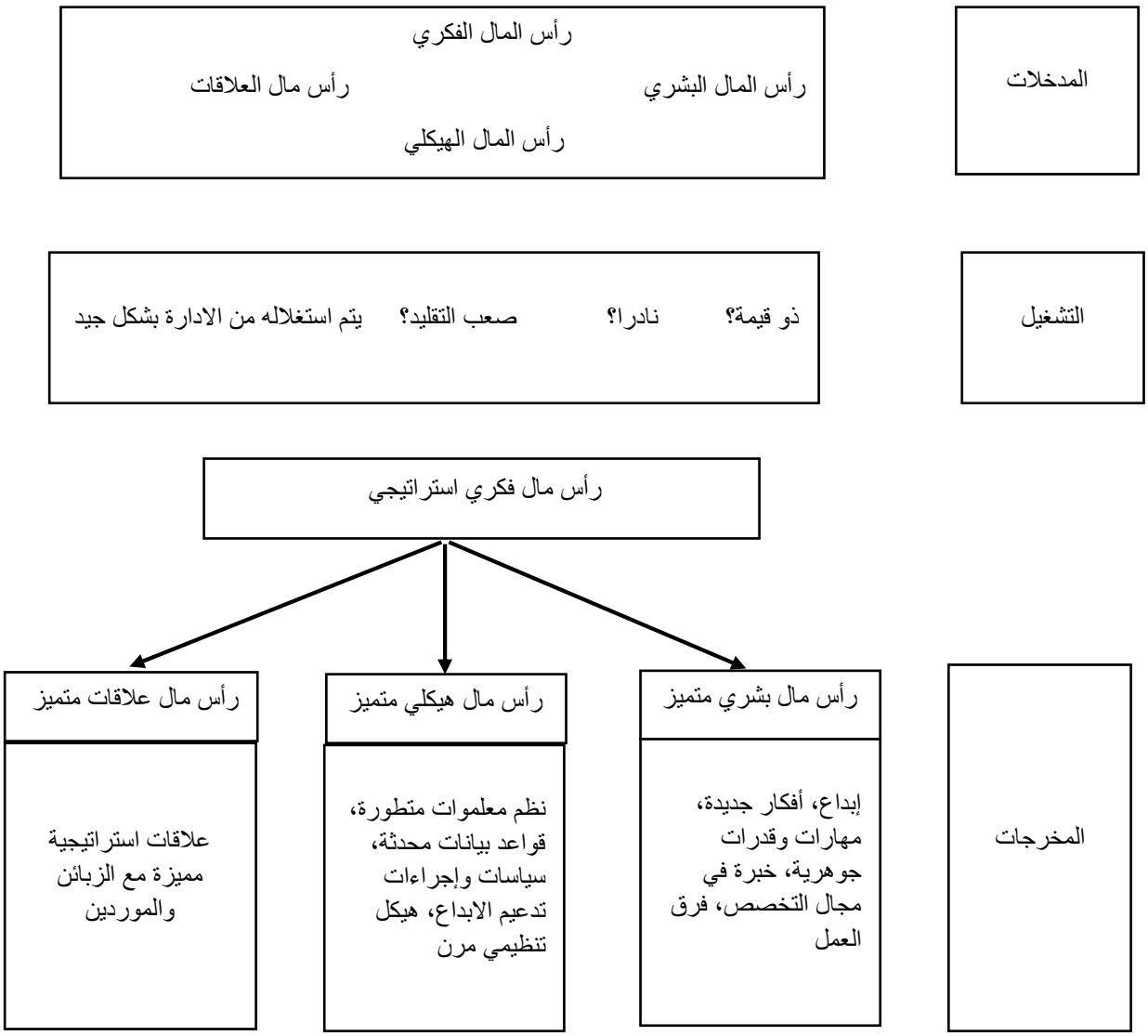
بعكس مدى قوة العلاقة التي تربط بين المنظمة وعملائها ومورديها، تعتبر نقطة الانطلاق لأي منظمة هي السوق دائما أي (الزبائن)، وهي نقطة الوصول دائما على اعتبار أن المحافظة على الأسواق أو دخول أسواق جديدة، أو اكتساب حصص سوقية سوقية إضافية والحصول على عملاء متميزين وتلبية حاجات المستهلك، كل هذه أهداف تسعى لتحقيقها املنظمة، وهذا لن يكون إلا من خلال دراسة السوق والبحوث التسويقية الفعالية، والتي مهما كلفت عوائدها فإن عوائدها مضمونة وإيجابية على قيمة المنظمة، وتحقيق الميزة التنافسية لها، ومجالات تميز مال الزبائن هي[1]:

- خلق التفوق والتميز عن طريق الابداع والتطوير مثل إيجاد منتجات جديدة واختراق أسواق جديدة، أو كسب زبائن جدد.
- زيادة قيمة الزبائن عن طريق عمليات إدارة الزبائن وتعميق العلاقة مع الزبائن الحاليين.
- تخفيض أوقات التسليم، أو سرعة الاستجابة لطلبات الزبائن.
- العمل على أن تصبح المنظمة عضوا جديدا في المجتمع من خلال ترسيخ علاقات حقيقية ومؤثرة مع أصحاب المصالح الخارجيين.

مما سبق سندرج الشكل الموالي الذي يعكس طبيعة العلاقة بين رأس المال الفكري والميزة التنافسية على شكل نظام .

الشكل (2-6) : العلاقة بين رأس المال الفكري وتحقيق الميزة التنافسية

[1] مؤيد محمد علي الفضل، مرجع سبق ذكره، ص176.



المصدر: مصطفى رجب علي شعبان، رأس المال الفكري ودوره في تحقيق الميزة التنافسية لشركة الاتصالات الخلوية، جوال، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في إدارة الأعمال، الجامعة الاسلامية–غزة، 2011، ص83.

خلاصة:

في هذا الفصل تطرقنا إلى مفاهيم أساسية حول الميزة التنافسية من خلال عرض مفهوم الميزة التنافسية وعوامل نشوئها، كذلك تعرفنا على أنواع الميزة التنافسية وخصائصها بالإضافة إلى معرفة أهم مصادرها، مما توصل إلى أن المبزة التنافسية أصبحت تحتل مكانة هامة في التفكير الاستراتيجي للمؤسسة خاصة في عصر العولمة الاقتصادية.

كذلك تطرقنا إلى أبعاد وبناء الميزة التنافسية التي تعتبر من أهم اهتماماتها التكيز على احتياجات ورغبات العميل، بالإضافة إلى عرض العوامل المؤثرة في الميزة التنافسية وشروط فعاليتها ومعوقاتها، وذلك من أجل السيطرة عليها وعدم ترك المجال لاحتلال مكانتها، كذلك عرفنا العلاقة والأثر بين رأس المال الفكري والميزة التنافسية من خلال استعمال آليات لتحقيقه وجعل رأس المال الفكري كمصدر للميزة التنافسية ورأس المال البشري المتميز في أشخاص وقدرات ذوي مواهبخاصة، بالإضافة إلى دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية، حيث يعد رأس املال الفكري ذو قدرة عالية على الإبداع واملنافسة للمورد الاستراتيجي الذي يقف على نجاح المنظمات.

وفي الأخير توصلنا إلى أن الميزة التنافسية في ظل السياق العالمي المتميز باتت المنافسة وتهافتت منظمات الأعمال على تقديم الأجود والأفضل من منتجات وخدمات، وبذلك تمثل نقطة قوة تتسم بها المنظمة دون منافسيها فيما تتعلق بمواردها البشرية أو موقعها الجغرافي.

الفصل الثالث:

الدراسة الميدانية بمؤسسة اتصالات الجزائر –فرع المدية–

تمهيد:

بعد أن تناولنا في الفصلين النظريين المفاهيم الأساسية المتعلقة برأس المال الفكري والميزة التنافسية سنحاول من خلال هذا الفصل إسقاط ما تم تناوله في الجانب النظري ميدانيا على شركة اتصالات الجزائر فرع المدية، قصد التعرف على أثر رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية لمؤسسة اتصالات الجزائر فرع المدية، فقد لاحظنا في الآونة الأخيرة أن مؤسسة الاتصالات التي تنشط في السوق الجزائرية في منافسة شديدة بسبب الأساليب والطرق الجديدة التي تبنتها هذه المنظمات في أداء أعمالها ومحاولة تحديثها باستمرار من أجل تحقيق أهدافها .ومن أجل ذلك قمنا بإجراء تربص ميداني كان الغرض منه مجمع المعطيات التي تخدم الموضوع، حيث تم تصميم استبانة وتحليلها باستخدام اختبارات برنامج SPSS

وبناء على ما سبق، ارتأينا تقسيم هذا الفصل إلى:

المبحث الأول :تقديم عام لمؤسسة اتصالات الجزائر

المبحث الثاني :الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية

المبحث الثالث: تحليل ومناقشة النتائج

المبحث الأول :تقديم عام لمؤسسة اتصالات الجزائر

سنتناول في هذا المبحث تقديم عام لمؤسسة اتصالات الجزائر حيث ارتأينا تقسيمه إلى ثلاثة مطالب يتمثل المطلب الأول في لمحة تاريخية للمؤسسة من حيث تاريخ نشأتها والتعريف بها، ثم نتناول في المطلب الثاني فروعها وهياكلها، وأخيرا سنتطرق إلى المديرية العملياتية الاتصالات الجزائر – المدية –

المطلب الأول: لمحة تاريخية لمؤسسة اتصالات الجزائر.

من خلال هذه اللمحة التارخة سنحاول التعرف على المؤسسة محل الدراسة.

الفرع الأول: تاريخ اتصالات الجزائر

وعيا منها بالتحديات التي يفرضها التطور المذهل الحاصل في تكنولوجيا الإعلام والاتصال، باشرت الدولة الجزائري منذ سنة1999 م بإصلاحات عميقة في قطاع البريد والمواصلات ، وقد تحسدت هذه الإصلاحات في سن قانون جديد للقطاع في شهر أوت 2000م حيث جاء هذا القانون الأنما احتكار الدولة لنشاطات البريد والمواصلات ، وللفصل بين نشاطي التنظيم واستغلال وتسيير الشبكات ، وتطبيقا لهذا المبدأ تم إنشاء سلطة ضبط مستقلة إداريا وماليا ومتعاملين إحداهما يتكفل بالنشاطات البريدية والخدمات المالية البريدية ممثلة في مؤسسة" بريد الجزائر "وثانيهما بالاتصالات ممثلة في" اتصالات الجزائر ."

وفي إطار فتح سوق الاتصالات المنافسة ، تم في شهر جوان من سنة 2001 بيع رخصة الإقامة واستغلال : شبكة الهاتف النقال واستمر تنفيذ برنامج فتح السوق المنافسة ليشمل فروع أخرى حيث بيع رخص تتعلق بشركات "VSAT" وشبكة الربط المحلي في المناطق الريفية .

كما شمل فتح السوق كذلك للدراسات الدولية في 2003 والربط المحلي في المناطق الحضرية في2004 ، وبالتالي أصبحت سوق الاتصالات مفتوحة تماما في2005 ، وذلك

في ظل احترام دقيق لمبدأ الشفافية وقواعد المنافسة ، وفي نفس الوقت تم الشروع في برنامج واسع النطاق يرمي إلى تأهيل مستوى المنشات الأساسية اعتمادا على تدارك التأخر المتراكم

الفرع الثاني: نشأة اتصالات الجزائر

نص القرار 03 في 05 أوت 2000 عن استقلالية قطاع البريد والمواصلات، حيث تم بموجب هذا القرار إنشاء مؤسسة بريد الجزائر والتي تكلفت بتسيير قطاع البريد، وكذلك مؤسسة اتصالات الجزائر التي حملت على عاتقها مسؤولية تعزيز شبكة الاتصالات في الجزائر، وبعد هذا القرار أصبحت اتصالات الجزائر مستقلة في تسييرها عن وزارات البريد هذه الأخيرة أوكلت لها مهام المراقبة لتصبح اتصالات الجزائر مؤسسة عمومية اقتصادية ذات أسهم برأسمال اجتماعي تنشط في مجال الاتصالات، بعد أزيد من عامين وبعد دراسات قامت بها وزارة البريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال تبعا للقرار 03/2000 أصبحت اتصالات الجزائر حقيقة مجسدة سنة 2003.

في فاتح جانفي عام2003 ، كانت الانطلاقة الرسمية لمجمع اتصالات الجزائر، حيث كان على اتصالات الجزائر وإطاراتها حتى الفاتح من جانفي سنة 2003 لكي تبدأ الشركة في إتمام مشوارها الذي بدأته منذ الاستقلال لكن برؤى مغايرة تماما لما كانت عليه قبل هذا التاريخ، حيث أصبحت المؤسسة مستقلة في تسييرها على وزارة البريد، ومجبرة على إثبات وجودها في عالم لا ترحم فيه شراسة المنافسة، والبقاء فيها للأجدر خاصة مع فتح سوق الاتصالات على المنافسة.

الفرع الثالث: التعريف بمؤسسة اتصالات الجزائر

مؤسسة اتصالات الجزائر في مؤسسة عمومية ملك الدولة بنسبة 100% تنشط بقطاع الاتصالات بدأت العمل فعليا في الفاتح من جانفي من سنة2003 ، يقع مقرها الاجتماعي بالطريق رقم05 ، الديار الخمس بالمحمدية، الجزائر العاصمة، ولديه –: رأسمال اجتماعي

مقدر بـ: 50.000.000.000 دينار جزائري في بداية نشأتها وأصبح حاليا يقدر بـ: 61.275.180.000 دينار جزائري .

–رقم سجلها التجاري : 00180.83B02

– رقم الجبائي 000216.29903330049

– بندها الضريبي: 16293838021

– رقم التعريف الإحصائي: 00021622906569361

وتهدف مؤسسة اتصالات الجزائر لتحقيق ثلاثة أهداف رئيسية سطرتها إدارة مجمع اتصالات الجزائر في برنامجها منذ البداية وهي :

- الجودة؛
- الفعالية؛
- نوعية الخدمات .

وسمحت هذه الأهداف التي سطرتها اتصالات الجزائر ببقائها في الريادة وجعلها المتعامل رقم 01 في سوق الاتصالات بالجزائر، في حين تمثلث بعض نشاطاتها في تقديم خدمات الاتصال التي تسمح بنقل وتبادل الصوت، الرسائل المكتوبة، المعطيات الرقمية السمعية والبصرية .

المطلب الثاني: فروع وهياكل مؤسسة اتصالات الجزائر .

من خلال هذا المطلب سنتعرف على كا من فروع وهياكل مؤسسة اتصالات الجزائر.

لفرع الأول: فروع مؤسسة اتصالات الجزائر

تعتبر اتصالات الجزائر مجمع حقيقي من خلال فروعها التي أنشئت لتساير التطورات الحاصلة في مجال الاتصالات . فقد تم إنشاء ثلاثة فروع هي:

[1] وثائق مقدمة من طرف المديرية العملية للاتصالات بالمدية

1–فرع اتصالات الجزائر " موبيليس" مختص في الهاتف، حيث تعتبر موبيليس أهم متعاملين الهاتف النقال في الجزائر من خلال تغطيتها التي تعددت98% ، وكذا عدد زبائنها الذي تعدى 10 ملايين مشترك.

2– فرع اتصالات الجزائر للانترنت" جواب" مختص في تكنولوجيا الانترنت ذو السرعة الفائقة وللإشارة فإن كل قطاعات النشاط الكبرى في البلاد(التعليم العالي ، البحث العلمي، التربية الوطنية، التكوين المهني، الصحة، الإدارة ، المحروقات المالية). مربوطة حاليا بشبكات الانترنت"Intranet " بمقرات الربط للانترنت عن طريق شبكة "جواب"

3– اتصالات الجزائر الفضائية: مختصة في تكنولوجيا الأقمار الصناعية، وهو الخط المباشر الذي يربط اتصالات الجزائر مع المحطة الفضائية.

الفرع الثاني: هياكل مؤسسة اتصالات الجزائر

بالإضافة على كونها متعامل مع متعاملين آخرين والرائدة في مجال الاتصالات في الجزائر، تعتبر اتصالات الجزائر من اكبر المؤسسات الوطنية متواجدة عبر كافة مناطق الوطن، فهي تشمل كل شبر من ربوع الجزائر وذلك من خلال هيكلها الذي يتوزع عبر كل ربوع الوطن.

فاتصالات الجزائر تعتمد في هيكلها على منطق الشمولية أي إيصال خدماتها إلى أبعد نقطة من هذه البلاد، والذي يتضمن مديرية عامة مقرها الجزائر العاصمة تسهر على تسييرها المؤسسة و 12مديرية إقليمية موزعة عبر كل من الجزائر، وهران، قسنطينة، سطيف، عنابة، ورقلة، تلمسان، باتنة، تيزي وزو، البليدة، بشار وأخيرا الشلف .وأعتمد في هذا التقسيم على مبدأ التقسيم حسب الأقاليم، وتحتوي هذه المديريات الإقليمية على مديريات ولائية أين تتواجد اتصالات الجزائر في 48 ولاية بمديريات ولائية، بالإضافة إلى

مديريتين إضافيتين بمجموع50 مديرية عبر التراب الوطني، من جهتها تحتوي هذه المديريات على وكلات تجارية ومراكز هاتفية [1].

المطلب الثالث :المديرية العملياتية للاتصالات بالمدية

سنتناول في هذا المطلب المديرية العملياتية للاتصالات بالمدية من خلال تقديم لمحة تاريخية عن نشأتها وتقديم هيكلها الوظيفي، وأهداف ومهام المديرية.

الفرع الأول: نشأة المديرية العملياتية للاتصالات بالمدية

بتاريخ 11 نوفمبر2002 تم وفق القرار لرقم 02/15 الخاص بتنظيم المديرية العامة لاتصالات الجزائر تأسيس المديرية العملياتية للاتصالات عبر كافة القطر الوطني، الحديث عن ولاية المدية وولايات الجزائر ومنها المديرية العملياتية بالمدية، وكانت الانطلاقة الرسمية لهذه المديرية في الفاتح من جانفي 2003 أي بعد تقسيم قطاع البريد والمواصلات إلى مؤسستين، بريد الجزائر واتصالات الجزائر كشركة عمومية ذات أسهم وقد كانت تسمى في بداية 2003 بالوحدة العملية للإيصالات إلى غاية جوان2021 ، أين تم تغيير الاسم من وحدة عملية إلى المديرية العملياتية[2].

الفرع الثاني الهيكل التنظيمي للمديرية العملياتية D.O.T

المديرية العملياتية الاتصالات الجزائر في مديرية تابعة للمديرية الجهوية للاتصالات D.O.T البليدة وتنقسم المديرية إلى :

1- دائرة الممتلكات والوسائل العامة التي بدورها تنقسم إلى :

- **مصلحة الإمداد** :وتتم هذه المصلحة بتوفير وإمداد المصالح والدوائر الموجودة على مستوى المديرية بالوسائل اللازمة ، كالتدعيم بالسيارات والتجهيزات ، لتمكينهم من القيام بعملهم على أحسن وجه

[1] الموقع الالكتروني للمؤسسة، http ::://WWW.ALGERIE telecom تاريخ الاطلاع 2022/04/20
[2] وثائق مقدمة من طرف اية من العملية لإتصالات الجزائر بالمدية

- **مصلحة الشراء** : تهتم بشراء كل ما يلزم للمؤسسة.
- **مصلحة الممتلكات** : تهتم بعملية الجرد المادي وحماية ممتلكات المؤسسة كما تقوم بالسهر على جلب عقود الممتلكات المؤسسة من المصالح المختصة مثل أملاك الدولة
- **مصلحة الوقاية والأمن:** تهتم بالسهر على أمن المؤسسة وممتلكاتها وأفرادها من كل تخريب ونظافة المحيط ووقايته
- **مصلحة النشاطات الاجتماعية** : تتم بالأنشطة الاجتماعية ومساعدة العمال .

2- دائرة الموارد البشرية: والتي بدورها تنقسم إلى:

- **مصلحة تسيير الوظائف:** وتهتم بتسيير المسار المهني للعمال من بداية العمل حتى التقاعد
- **مصلحة التكوين** : تهتم هذه المصلحة بتكوين ورسكلة العمال حسب المتطلبات الموجودة في السوق ، وهذا لضمان جودة عالية مقدمة من طرف العمال حفاظا على مركزها التنافسي في السوق
- **مصلحة العلاقات المهنية الاجتماعية** : تهتم هذه المصلحة بضمان جو مناسب للعمال اجتماعيا وتوفير كل ما يحتاجه من الناحية الإدارية.

3- **دائرة المالية والمحاسبة** : وتتضمن المصالح التالية :

- مصلحة الميزانية : تهتم بإعداد الميزانية
- مصلحة الخزينة: تهتم بالدفع النقدي .
- مصلحة المحاسبة :تهتم بتدفيق ومراجعة المحاسبة العامة للمؤسسة .

4-الدائرة التجارية :وتتضمن المصالح الآتية :

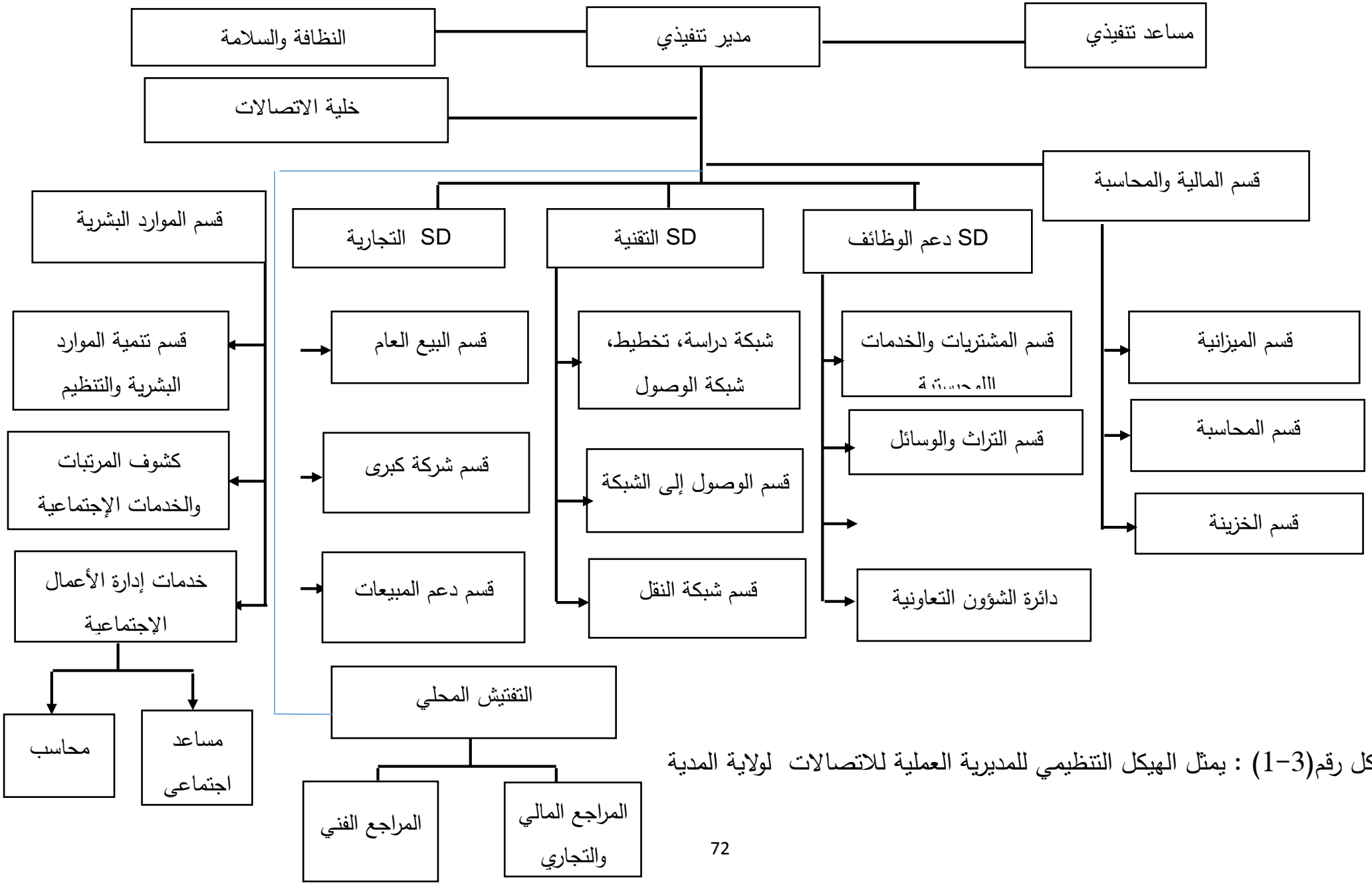
- **مصلحة البيع:** وتهتم هذه المصلحة بيع الخدمات الموجودة للهاتف والانترنت وإيصالها للزبائن على أحسن وجه ممكن
- **مصلحة التحصيل** :تتكفل بعملية تحصيل ديون الزبائن العالقة

- **مصلحة العلاقات مع الزبائن:** تهتم بخدمة الزبائن بعد البيع .

5–دائرة خاصة بالمؤسسات: تقوم بالتعامل مع المؤسسات ومعالجة الشكاويوالفاتورات، ولها مصلحة واحدة تهتم بتصليح أعطال الهاتف للمؤسسات .

6–الدائرة التقنية :تتضمن المصالح الآتية :

- **مصلحة الهندسة والتخطيط** : تتم بهندسة ووضع مخططات من اجل وضع شبكات جديدة للهاتف والانترنت
- **مصلحة التطوي**ر : تطوير الشبكات الموجودة.
- **مصلحة تهيئة واستغلال الشبكات** : تقوم هذه المصلحة بتجديد الشبكات القديمة والسهر استغلالها احسن استغلال
- **مصلحة تهيئة واستغلال الآلات** :تقوم هذه المصلحة بتجديد الآلات، كالخزائن الهاتفية والعمل على استغلالها أحسن استغلال .
- **المركز التقني للمؤسسات** :يقوم بتركيب وإصلاح شبكات الإرسال الخاصة بالمؤسسات كالبنوك
- **رئيس مشروع" امسان" AMSAN** ": يهتم بتسيير مشروع" امسان "وهو مشروع جديد لاتصالات الجزائر الهدف منه تطوير خدمة الانترنت ذو التدفق العالي بواسطة تقنية جديدة تسمى AMSAN
- **وحدة الهياكل القاعدية** :وتتمثل مهام الوحدة في تهيئة وانجاز الهياكل القاعدية من اجل وضع الألياف البصرية والكوابل الهاتفية، كما يدفع المدير خلايا تساعده في القيام بالتنسيق بين كل الدوائر وهي :خلية الاتصال والتفتيش، وخلية الشؤون القانونية والتي تتضح مهامها من خلال أسمائها، بالإضافة إلى خلية التقارير ومراقبة التسيير والتي تتم بإعداد التقارير اليومية للمدير من أجل إظهار الحالة الموجودة عليها المديرية وإعطاء توجيهات وتقديم حلول للمدير، بالإضافة إلى خلية المساعدة التقنية والتي تهتم بالمعالجة نظام المعلومات للمؤسسة في الجانب التقني، وخلية المساعد التجاري الذي يقوم بمعالجة نظام المعلومات في الجانب التجاري .



الشكل رقم(3–1) : يمثل الهيكل التنظيمي للمديرية العملية للاتصالات لولاية المدية

الفرع الثالث: أهداف ومهام المديرية العملياتية

تسعى المديرية العملياتية بصفة عامة والمديرية العملياتية بالمدية بصفة خاصة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف نذكر منها :

- الحفاظ على مكانة المؤسسة في السوق؛
- استقطاب أكبر عدد من الزبائن
- إرضاء الزبائن؛
- تسهيل الحصول على الخدمات السلكية واللاسلكية؛
- تحسين جودة الخدمات والرفع من تنافسيتها؛
- تطوير الخدمات جديدة للعملاء؛
- تقديم خدمات للمساعدة التقنية ؛
- تنفيذ تحارب الصوت والصورة؛
- زيادة الخدمات المباعة .

ترتكز مهام المديرية العملياتية بالمدية في :

- تقديم أحسن الخدمات للزبائن من اجل إرضائهم ، والإجابة على جميع شكاوى الزبائن؛
- تقديم خدمات الهاتف الثابث والانترنت للخواص والمهنيين وشبكات الانترنت للمهنيين لمختلف المديريات العمومية والخاصة، كمستشفيات وبنوك... ؛
- إيصال الانترنت إلى كل بيت؛
- تحديث الشبكة الهاتفية : تحديث الكوابل النحاسية بكوابل الألياف البصرية؛
- إنشاء شبكات هاتفية في المناطق المعزولة (غير المتوفرة على الهاتف والانترنت)؛
- تقديم خدمات الاتصال التي تسمح بنقل وتبادل الصوت بالرسائل المكتوبة، المعطيات الرقمية المعلومات السمعية البصرية؛
- ومن أهم الخدمات التي تعرضها المديرية العملياتية للاتصالات بالمدية نجد[1]:

[1] معلومات مقدمة من طرف الموظفين بالمؤسسة.

- خدمة الهاتف الثابت.

- خدمة الانترنت المرتبطة بالهاتف الثابت على التدفقADSL ؛

- خدمة الهاتف الثابت اللاسلكي

- خدمات الويسي (wisi) تمكن من الدخول إلى شبكة الانترنت اللاسلكي وهي عبارة عن حل مبتكر يسمح بتغطية مناطق حضرية وسرعة التدفق العالي من دون أسلاك، بطاقات التعبئة الخاصة بخدمات(wisi)

-بطاقات التعبئة بسعر 100دج يوم من الانترنت؛

- بطاقات التعبئة بسعر 5000دج سبعة أيام من الانترنت؛

- بطاقات التعبئة بسعر 1000دج ثلاثون يوم من الانترنت.

المبحث الثاني: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على آراء أفراد عينة الدراسة حول أثر رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية في مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية بداية سنحاول تحديد المنهج المعتمد في الدراسة بعدها نتعرف على مجتمع وعينة الدراسة ثم سنتطرق إلى محتوى الإستبيان والإختبارات المتعلقة به وفي الأخير الإختبارات الإحصائية المستخدمة لتحليله.

المطلب الأول: منهج ومجتمع وعينة الدراسة

إعتمدت هذه الدراسة على استخدام المنهج الوصفي التحليلي باعتباره المنهج المناسب لموضوع بحثنا والذي سنحاول من خلاله معرفة أثر رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية في مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية.

الفرع الأول: مجالات الدراسة: تتمثل مجالات الدراسة فيما يلي:

- الحدود المكانية: أجريت الدراسة في شركة اتصالات الجزائر بالمدية
- الحدود البشرية: موظفي شركة اتصالات الجزائر بالمدية
- الحدود العملية: تتعلق بأبعاد رأس المال الفكري (رأس المال البشري، رأس المال الهيكلي، رأس المال الزبوني) وكذلك أبعاد الميزة التنافسية (بعد الجودة، الإبداع، الإستجابة، الكفاءة)
- الحدود الزمانية: أجريب هذه الدراسة خلال الفصل الثاني من السنة الجامعية 2022/2021

الفرع الثاني: مجتمع الدراسة

يتمثل مجتمع الدراسة من موظفي شركة اتصالات الجزائر بولاية المدية حيث تم استطلاع أراء العامين وهم يشغلون مختلف المناصب بالمؤسسة من خلال توزيع الإستبيان عليهم لمعرفة اتجاهاتهم حول أثر رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية.

الفرع الثالث: عينة الدراسة

تتمثل عينة الدراسة في عمال شركة اتصالات الجزائر بالمدية المقدر عددهم بـ70 عامل وتم اختيار عينة مكونة من 30 فردا من مجتمع الدراسة وهذا بصفة عشوائية، وبالتالي وصل عدد الإستبانات الخاضعة للتحليل 30 أي بنسبة استرداد بلغت 100% وهي الإستبانات الصالحة للتحليل والجدول التي يمثل الإطار العام للدراسة:

الجدول رقم (3–1) الإطار العام للدراسة الميدانية

الإستمارات	العدد	النسبة المئوية من أفراد العينة
الموزعة	30	100%
المسترجعة	30	100%
غير المسترجعة	0	0%
الخاضعة للتحليل	30	100%

المصدر: من إعداد الطالتين بالإعتماد على المعطيات المذكورة أعلاه

المطلب الثاني: أدوات الدراسة

لجمع البيانات المتعلقة بادلراسة تم إعداد استبانة صممت خصيصا لغرض جمع البيانات وتوزيعها على عينة الدراسة، وتم تحليل نتائج هذا الإستبيان باستخدام البرنامج الإحصائي spss، وقد تم إعداد الإستبانة على النحو الآتي:

- ✓ إعداد الإستبانة على المشرف من أجل اختبار مدى ملائمتها لجمع البيانات.
- ✓ تعديل الاستبانة بشكل أولي حسب ما يراه المشرف.
- ✓ تم عرض الإستبانة على المحكمين الذين قاموا بدورهم بتقديم النصح والإرشاد وتعديل وحذف ما يلزم.
- ✓ توزيع الإستبانة على جميع أفراد العينة لجمع البيانات اللازمة للدراسة ولقد تم تقسيم الإستبانة إلى جزئين كمايلي:

الفرع الأول: مضمون الإستبيان

بناء على مشكلة الدراسة وأهدافها وبناء على أدبيات الدراسة قمنا بتصميم استبيان طبقا للمحاور الأساسية، وقد قسمنا الإستبيان إلى جزئين نعرضها كالآتي:

- الجزء الأول: يتكون من البيانات الشخصية لعينة الدراسة من حيث: الجنس، العمر، المؤهل العلمي، مجال التوظيف الحالية، سنوات الخبرة
- الجزء الثاني: يناقش أثررأس املال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية وتم تقسيمه إلى محورين كمايلي:
  - المحور الأول: يناقش رأس املال الفكري، ويشمل 3 أبعاد يتكون من 23 عبارة مقسمة كمايلي:
    - البعد الأول: رأس املال البشري ويشمل 9 عبارات
    - البعد الثاني: رأس املال الهيكلي ويشمل 6 عبارات
    - البعد الثالث: رأس املال الزبوني ويشمل 8 عبارات
  - المحور الثاني: يناقش الميزة التنافسية، ويشمل 4 أبعاد يتكون من 13 عبارة مقسمة كمايلي:
    - بعد الجودة: تشمل 4 عبارات
    - بعد الإبداع: تشمل 3 عبارات
    - بعد الكفاءة: تشمل 3 عبارات

الفرع الثاني: المقياس المستخدم

حيث تم الإعتماد في هذه الدراسة على مقياس ليكرت الخماسي لقياس إستجابة العينة على عبارات الإستبيان، ويعتبر هذا المقياس أكثر املقاييس استخداما وهو يتكون من خمسة خيارات: أوافق بشدة – أوافق – محايد– لا أوافق– لا أوافق بشدة ، كما يوضحه الجدول الآتي:

الجدول رقم (3–2) الخيارات المكونة لمقياس ليكرت الخماسي

العبارات	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة
الدرجة	1	2	3	4	5

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على المعطيات السابقة

وانطلاقا من هذه الدرجات ولحساب الحدود العليا والدنيا لكل فئة من فئات ليكرت الخماسي تم حساب المدى 5–1=4 ، ومن ثم قسم المدى على الفئات 5/4=0.8، وبعدها قمنا بإضافة العدد 0.8 تدريجيا في كل فئة ابتداء من الفئة الأولى كما يوضحه الجدول التي:

الجدول رقم (3–3) قيمة الوسط المرجح ودرجات الموافقة لعينة الدراسة

المتوسط المرجح	الاتجاه العام	درجة الموافقة
[1 – 1.8]	غير موافق بشدة	ضعيف جدا
[1.8 – 2.6]	غير موافق	ضعيف
[2.6 – 3.4]	محايد	متوسط
[3.4 – 4.2]	موافق	عالية
[4.2 –5]	موافق بشدة	عالية جدا

المصدر: من إعداد الطالبتين

الفرع الثالث: الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة

إعتمدت الدراسة على برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الإجتماعية spss (sciences، الإصدار 20) للقيام بعملية التحليل الإحصائي للبيانات والتوصل إلى الأهداف الموضوع في إطار هذه الدراسة، كما تم إعتماد مستوى دلالة (0.05) الذي يقابله مستوى ثقة (0.95) لتفسير نتائج كل الإختبارات التي تم إجراؤها، واعتمدت الدراسة على الاختبارات المعلمية لأنها اختبارات مناسبة في حالة وجود بيانات ترتيبية، حيث أن مقياس ليكرت المستخدم في الدراسةيعتبر مقياسا ترتيبيا، كما أعتمدت الدراسة على الادوات الإحصائية التالية:

1–قياس الاتساق الداخلي بالإعتماد على معامل سبيرمان (spearman)

2–قياس معامل الثبات بالإعتماد على ألأفا كرونباخ cronbach s Alpha) coefficient)

3-اختبار التوزيع الطبيعي بالإعتماد على شابيرو (shapiro-wilk)

4-التحليل الوصفي للبيانات الشخصية بالأغعتماد على التكرارات والنسب المئوية

5-التحليل الوصفي للمتغيرات المستقلة والتابعة بالإعتماد على المتوسط الحسابي (mean) والإنحراف المعياري (std- Déviation) ودرجة الموافقة

6-تحليل معامل الإنحدار الخطي البسيط لإختبار فرضيات الدراسة

المطلب الثالث: صدق وثبات أداة الدراسة.

استعانا الطالبتين لصدق أداة الاستبيان، في عينة الدراسة الاستطلاعية البالغ حجمها 30 مفردة، بحساب معاملات الارتباط و معامل الثبات.

الفرع الأول: تحكيم أداة الاستبيان.

اعتمدا الطالبتين في تحكيم الاستبيان على مجموعة من الأساتذة المختصين الذين لهم دراية بتفاصيل الموضوع للأخذ با أرائهم، حيث تم تثبيت العبارات المتفق عليها اغلب المحكمين وتم تعديل ما تم الاختلاف فيه ثم أعيد عرض الاستبيان مرة أخرى للتحكيم النهائي على الأساتذة، المبين أسمائهم في الجدول الأتي:

الفرع الثاني: الاتساق الداخلي لعبارات أبعاد محور رأس المال الفكري في مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية لمدية.

لتحديد مختلف النتائج المتعلقة بدرجة الارتباط ودرجة المعنوية بين العبارات وأبعاد محور رأس المال الفكري في مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية لمدية، اعتمدت الدراسة على معامل سبيرمان (**Spearman**) لقياس قيمة الارتباط بين كل عبارة من عبارات المكونة للعبارات أبعاد المحور.

1- الاتساق الداخلي لبعد رأس المال البشري:

اعتمدت الدراسة على معامل الارتباط Spearman تم تحديد مختلف النتائج المتعلقة بدرجة الارتباط ودرجة المعنوية بين العبارات و بعد رأس المال البشري، كما يبينه الجدول الأتي:

الجدول رقم (3–4):اختبار الاتساق الداخلي للعبارات و بعد رأس المال البشري.

الرقم	العبارات	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية
	بعد رأس المال البشري	**1**	**–**
01	يتوفر لدى موظفي المؤسسة المعرفة اللازمة لاداء مهامهم بالشكل المطلوب	**0,723****	**0,000**
02	يتمتع موظفوا المؤسسة بالقدرة على توليد الافكار وتقديم الحلول في أسرع وقت لحل المشاكل	**0,690****	**0,000**
03	تعمل المؤسسة على تدريب وتطوير سلوك ومهارات الموظفين	**0,455***	**0,011**
04	يتعلم الموظفون من بعضهم البعض في مجالات وظائفهم المختلفة	**0,594****	**0,001**
05	يمتلك الموظفون خبرات كبيرة في مجال وظائفهم	**0,635****	**0,000**
06	يعمل الموظفون في المؤسسة بمهارة ومعرفة عالية منذ سنوات عدة	**0,715****	**0,000**
07	تحافظ المؤسسة على الخبرات المتراكمة من أحل تطوير مهارات الموظفين بشكل مستمر	**0,808****	**0,000**
08	يطرح موظفو المؤسسة أفكار وآراء جديدة باستمرار ويناقشوا في الاجتماعات	**0,802****	**0,000**
09	تتناسب مؤهلات الموظفين في المؤسسة مع الوظائف المناطة بهم	**0,716****	**0,000**

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على نتائج برنامج (spss).

يشير الجدول رقم(3–4) أن قيمة معامل الارتباط للعبارات البعد محصورة بين (***0,455**) (****0,808**) ذات دلالة إحصائية اقل من (**0.05**) ما يدل على وجود ارتباط مقبول بين العبارات المتضمنة بعد رأس المال البشري.

2- الاتساق الداخلي لبعد رأس المال الهيكلي:

بالاعتماد على معامل الارتباط Spearman تم تحديد مختلف النتائج المتعلقة بدرجة الارتباط ودرجة المعنوية بين العبارات و بعد رأس المال الهيكلي، كما يبينه الجدول الأتي:

الجدول رقم (3–5):اختبار الاتساق الداخلي للعبارات و بعد رأس المال الهيكلي.

الرقم	العبارات	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية
	بعد رأس المال الهيكلي	**1**	**–**
07	لدى المؤسسة المعدات الكافية لعمالها لضمان سيرورة العمل بكفاءة وفعالية	**0,640****	**0,000**
08	لدى المؤسسة نظام حوافز ومكافآت متطور جدا،ويركز على الأداء الوظيفي	**0,665****	**0,000**
09	تتخذ المؤسسة كل السياسات والاجراءات السريعة نحو ملاحظات الموظفين	**0,844****	**0,000**
10	تتابع المؤسسة وتتبنى آخر المستجدات في مجال التكنولوجيا الحديثة	**0,751****	**0,000**
11	تعتمد المؤسسة على هيكل تنظيمي مرن يحسن من أداء العمليات والعاملين	**0,667****	**0,000**
12	لدى المؤسسة المعدات الكافية لعمالها لضمان سيرورة العمل بكفاءة وفعالية	**0,710****	**0,000**
13	لدى المؤسسة نظام حوافز ومكافآت متطور جدا،ويركز على الأداء الوظيفي	**0,640****	**0,000**
14	تتخذ المؤسسة كل السياسات والاجراءات السريعة نحو ملاحظات الموظفين	**0,665****	**0,000**
15	تتابع المؤسسة وتتبنى آخر المستجدات في مجال التكنولوجيا الحديثة	**0,844****	**0,000**

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على نتائج برنامج (spss).

يشير الجدول رقم(3–5) أن قيمة معامل الارتباط للعبارات البعد محصورة بين (**0,640**) (**0,844**) ذات دلالة إحصائية (**0,000**) ما يدل على وجود ارتباط قوي بين العبارات المتضمنة بعد رأس المال الهيكلي.

3- الاتساق الداخلي لبعد رأس المال الزبوني:

بالاعتماد على معامل الارتباط Spearman تم تحديد مختلف النتائج المتعلقة بدرجة الارتباط ودرجة المعنوية بين العبارات و بعد رأس المال الزبوني، كما يبينه الجدول الأتي:

الجدول رقم (3–6):اختبار الاتساق الداخلي للعبارات و بعد رأس المال الزبوني.

الرقم	العبارات	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية
	بعد رأس المال الزبوني	**1**	**–**
16	لدى المؤسسة قنوات اتصال مع زبائنها	**0,622****	**0,000**

17	تسعى المؤسسة الى كسب رضا الزبائن من خلال التعرف على احتياجاتهم وتوثيق علاقاتهم	**0,814****	**0,000**
18	تقوم المؤسسة بتنفيذ عدد من المهام بهدف الحفاظ على الزبائن	**0,726****	**0,000**
19	معظم عملاء المؤسسة راضون على الخدمات التي تقدمها المؤسسة	**0,735****	**0,000**
20	تمتلك المؤسسة قنوات توزيع عديدة ومتنوعة من أجل ضمان وصول الخدمات للزبائن بكفاءة جد عالية ومتطورة	**0,804****	**0,000**
21	تقوم المؤسسة بتفعيل نظام المعلومات لتقديم خدمة الزبون ومنح مزايا إضافية له	**0,688****	**0,000**
22	تخصص المؤسسة وقتا كافيا لخدمة الزبائن و حل مشاكلهم ومعالجة طلباتهم	**0,801****	**0,000**
23	لدى المؤسسة بيانات كاملة نسبيا حول الزبائن وتعمل على تحديثها باستمرار	**0,745****	**0,000**

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على نتائج برنامج (spss).

يشير الجدول رقم(3–6) أن قيمة معامل الارتباط للعبارات البعد محصورة بين (**0,622**) (**0,814**) ذات دلالة إحصائية (**0,000**) ما يدل على وجود ارتباط قوي بين العبارات المتضمنة بعد رأس المال الزبوني.

الفرع الثالث: الاتساق الداخلي لعبارات أبعاد محور الميزة التنافسية في مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية لمدية.

لتحديد مختلف النتائج المتعلقة بدرجة الارتباط ودرجة المعنوية بين العبارات وأبعاد الميزة التنافسية في مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية لمدية، اعتمدت الدراسة على معامل سبيرمان (Spearman) لقياس قيمة الارتباط بين كل عبارة من عبارات المكونة للعبارات أبعاد المحور.

1- الاتساق الداخلي لبعد الجـودة:

اعتمدت الدراسة على معامل الارتباط Spearman تم تحديد مختلف النتائج المتعلقة بدرجة الارتباط ودرجة المعنوية بين العبارات و بعد الجـودة، كما يبينه الجدول الأتي:

الجدول رقم (3–7):اختبار الاتساق الداخلي للعبارات و بعد الجـودة.

الرقم	العبارات	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية
	بعد الجــودة	**1**	–
24	تخصص المؤسسة مكان خاص للتعرف على آراء الزبائن بخصوص جودة الخدمات المقدمة	**0,591****	**0,001**
25	تقدم المؤسسة خدمات عالية الجودة تلبي حاجيات ورغبا د الزبائن	**0,851****	**0,000**
26	تقوم المؤسسة باختيار الموردين على أساس جودة المواد ا يقدمونها	**0,829****	**0,000**
27	تسعى المؤسسة بشكل جاد لتطبيق الجودة المحلية والعالمي	**0,732****	**0,000**

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على نتائج برنامج (spss).

يشير الجدول رقم(3–7) أن قيمة معامل الارتباط للعبارات البعد محصورة بين (**0,591**) (**0,851**) ذات دلالة إحصائية أقل من (**0.05**) ما يدل على وجود ارتباط مقبول بين العبارات المتضمنة بعد الجـودة.

2- الاتساق الداخلي لبعد الإبــداع:

اعتمدت الدراسة على معامل الارتباط Spearman تم تحديد مختلف النتائج المتعلقة بدرجة الارتباط ودرجة المعنوية بين العبارات و بعد الإبـداع، كما يبينه الجدول الأتي:

الجدول رقم (3–8):اختبار الاتساق الداخلي للعبارات و بعد الإبـداع.

الرقم	العبارات	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية
	بعد الإبــداع	**1**	–
28	تهتم المؤسسة بأفكار أفرادها، وإبداعاتهم والأخذ ومقترحاتهم	**0,953****	**0,000**

29	تنتهج المؤسسة سياسة التجديد والإبداع في خدماتها وأسالي العمل كجزء أساسي من ثقافتها التنظيمية	**0,865****	**0,000**
30	تطور المؤسسة في خدماتها اعتمادا على دراسات السوق ا لتتكيف معا	**0,730****	**0,000**

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على نتائج برنامج (spss).

يشير الجدول رقم(3–8) أن قيمة معامل الارتباط للعبارات البعد محصورة بين (**0,730**) (**0,953**) ذات دلالة إحصائية (**0,000**) ما يدل على وجود ارتباط قوي بين العبارات المتضمنة بعد الإبـداع.

3- الاتساق الداخلي لبعد الاستجابة:

اعتمدت الدراسة على معامل الارتباط Spearman تم تحديد مختلف النتائج المتعلقة بدرجة الارتباط ودرجة المعنوية بين العبارات و بعد الاستجابة، كما يبينه الجدول الأتي:

الجدول رقم (3–9):اختبار الاتساق الداخلي للعبارات و بعد الاستجابة.

الرقم	العبارات	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية
	بعد الاستجابة	**1**	**–**
31	تتميز المؤسسة بقدرة عالية على الاستجابة لحاجات المتعاملين معها كما ونوعا وفي الوقت والمكان المناسبين	**0,910****	**0,000**
32	تتصف الخطط والسياسات المتبعة في المؤسسة بالمرونة أهدافها ومواجهة التغيرات البيئية.	**0,897****	**0,000**
33	تسعى المؤسسة إلى جعل خدماتها ذات مرونة عالية .	**0,809****	**0,000**

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على نتائج برنامج (spss).

يشير الجدول رقم(3–9) أن قيمة معامل الارتباط للعبارات البعد محصورة بين (**0,809) (**0,910) ذات دلالة إحصائية (0,000) ما يدل على وجود ارتباط قوي بين العبارات المتضمنة بعد الاستجابة.

4- الاتساق الداخلي لبعد الكفـاءة:

اعتمدت الدراسة على معامل الارتباط Spearman تم تحديد مختلف النتائج المتعلقة بدرجة الارتباط ودرجة المعنوية بين العبارات و بعد الكفـاءة، كما يبينه الجدول الأتي:

الجدول رقم (3–10):اختبار الاتساق الداخلي للعبارات و بعد الكفـاءة.

الرقم	العبارات	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية
	بعد الكفـاءة	**1**	**–**
34	**تسعى المؤسسة إلى خفض تكاليف الخدمات من خلال الاستخدام الأمثل لمواردها**	**0,784****	**0,000**
35	**تتبنى المؤسسة الطرق الأساليب الكفيلة بتطوير كفاءة العمليات.**	**0,819****	**0,000**
36	**تتبنى المؤسسة التكنولوجيا الحديثة في انجاز عملياتها التشغيلية والإدارية**	**0,889****	**0,000**

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على نتائج برنامج (spss).

يشير الجدول رقم(3–10) أن قيمة معامل الارتباط للعبارات البعد محصورة بين (**0,784) (**0,889) ذات دلالة إحصائية (0,000) ما يدل على وجود ارتباط قوي بين العبارات المتضمنة بعد الكفـاءة.

الفرع الرابع: ثبات أداة الدراسة.

من أشهر مقاييس الثبات الداخلي مقياس ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha Coefficient) الذي يستخدم في حالة وجود أكثر من بديلين للإجابة، وهذا لمعاجلة عبارات أداة الدراسة للتأكد من ثباتها وبعدها نحصل على معامل الثبات الكلي، كما يوضحه الجدول الأتي:

جدول رقم(3–11) اختبار الثبات للأداة الدراسة.

المحاور	عدد العبارات	معامل الثبات
محور رأس المال الفكري في مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية لمدية	**23**	**0,933**
محور الميزة التنافسية في مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية لمدية	**13**	**0,925**
أداة الدراسة	**36**	**0,959**

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج البرنامج (Spss).

يتضح من خلال النتائج المعروضة في الجدول رقم(**3–11**) أن معامل ثبات محور رأس المال الفكري بلغ قيمة (**0,933**) كما بلغ معامل ثبات محور الميزة التنافسية (**0,925**) وبلغ معامل ثبات أداة الدراسة ككل (**0,959**) ومنه فان جميع القيم المتحصل عليها في مستوى أكبر من **70%** ما يشير للثبات وصدق عبارات أداة الدراسة لقياس المقصود من قياسه، وإمكانية تطبيق الأداة في الظروف المماثلة.

الفرع الخامس: اختبار التوزيع الطبيعي.

اعتمد الدراسة على اختبار شابيرو في التوزيع الطبيعي لعينة الدراسة كما يبينه الجدول الأتي:

الجدول رقم(3–12):اختبار التوزيع الطبيعي.

متغيرات الدراسة	القيمة الاحتماليةSig.
رأس المال البشري	**0,463**
رأس المال الهيكلي	**0,422**
رأس المال الزبوني	**0,267**
محور رأس المال الفكري	**0,883**
محور الميزة التنافسية	**0,502**

المصدر: من إعداد الطلبتين بناء على نتائج برنامج (spss).

يشير الجدول رقم (3–12) أن اختبار التوزيع الطبيعي شابيرو(**Shapiro–Wilk**) لجميع متغيرات الدراسة بلغ قيمة احتمالية اكبر من **0.05** وعلية فعينة الدراسة تتبع التوزيع الطبيعي من ما يسمح بإجراء باقي الاختبارات.

المبحث الثالث: تحليل ومناقشة النتائج.

تسعى دراستنا هذه إلى تحديد طريقة الوصول إلى الحقيقة العلمية من خلال التحديد المناسب للموضوع، وتحليل ومناقشة النتائج.

المطلب الأول: التحليل الوصفي لنتائج الدراسة.

نقوم في هذا المطلب بمعالجة وتحليل إجابات أفراد عينة الدراسة التي سبق لنا جمعها ومن ثم استخلاص النتائج.

الفرع الأول: التحليل الوصفي لمتغيرات البيانات الشخصية.

سنتناول من خلال هذا المطلب التحليل الوصفي للبيانات الشخصية الذي يشكل الجزء الأول من الاستبيان.

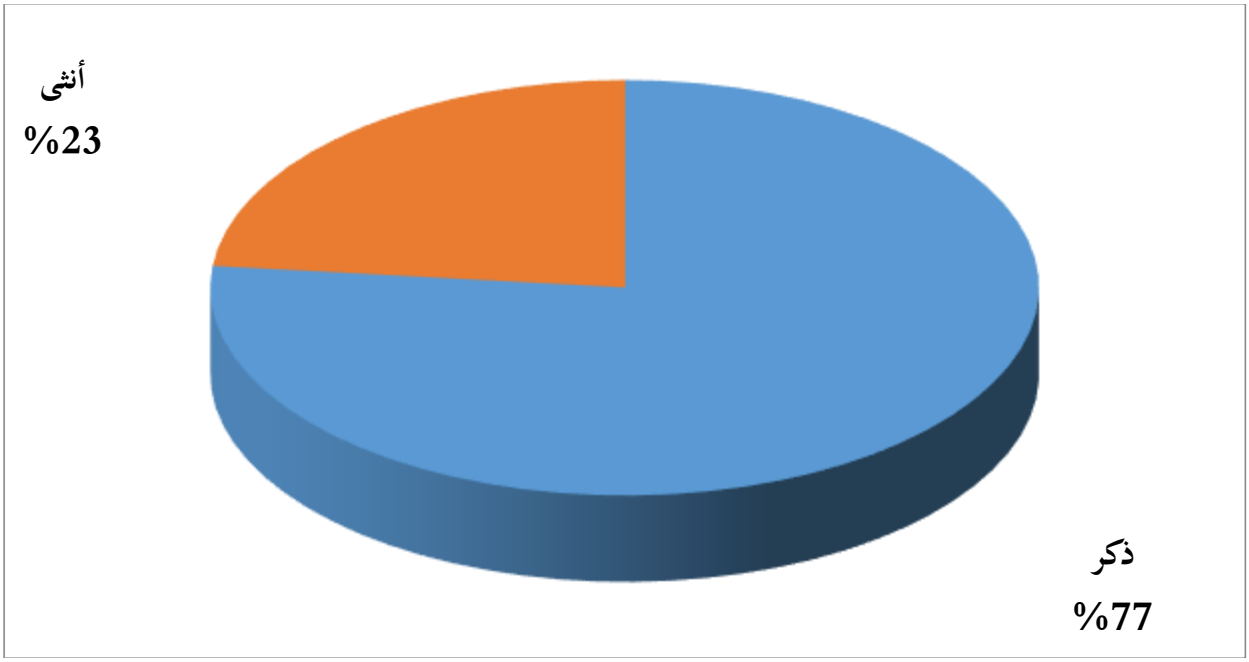
1- متغير الصنف:

الجدول رقم(3-13): توزيع أفراد العينة حسب متغير الصنف.

الصنف	التكرار	النسبة
ذكر	**23**	**76,7%**
أنثى	**7**	**23,3%**
المجموع	**30**	**100%**

المصدر: من إعداد الطالبتين بناءا على نتائج برنامج (spss).

الشكل رقم(3–2): تمثيل أفراد العينة حسب متغير الصنف.



المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على نتائج برنامج (spss)

من الجدول والشكل رقم (3–2) نلاحظ أن 23 من العاملين ذكور يمثلون ما نسبته **76,7%** من إجمالي أفراد عينة الدراسة وهم الفئة الأغلب، و 7 منهم يمثلون ما نسبته **23,3%** من العاملين ذكور.

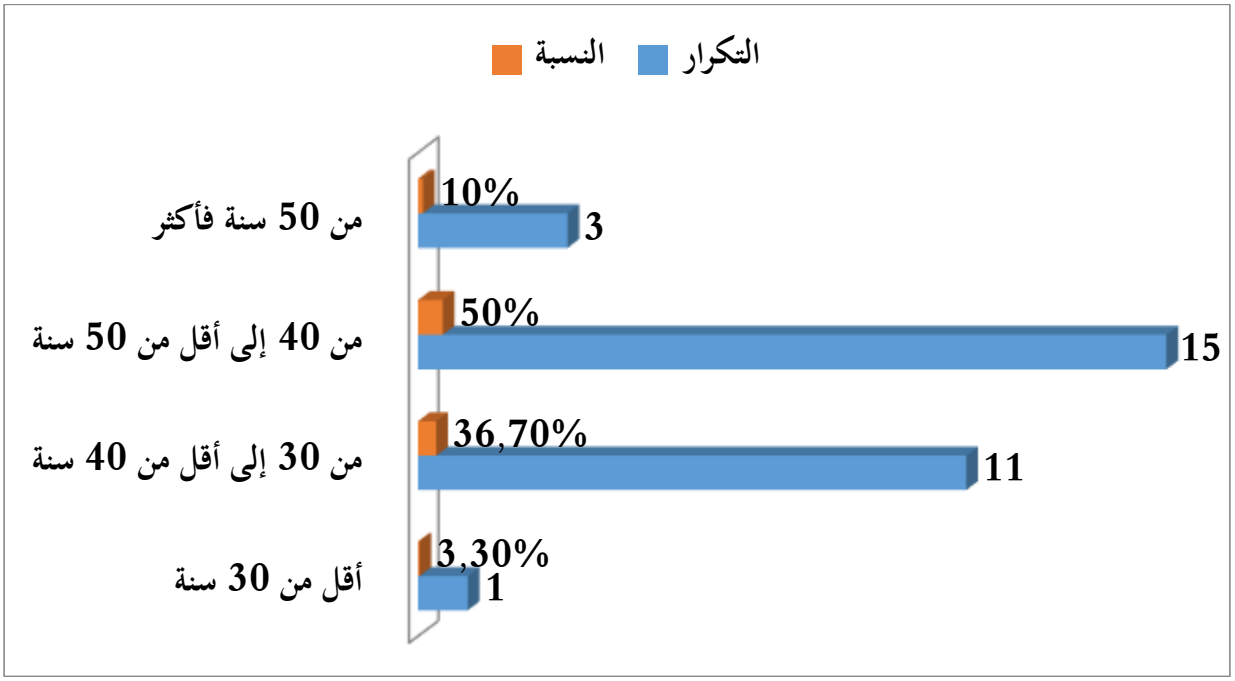
2- متغير العمر:

الجدول رقم(3–14): توزيع أفراد العينة حسب متغير العمر.

العمر	التكرار	النسبة
أقل من 30 سنة	1	3,3%
من 30 إلى أقل من 40 سنة	11	36,7%
من 40 إلى أقل من 50 سنة	15	50%
من 50 سنة فأكثر	3	10%
المجموع	30	100%

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على نتائج برنامج (spss)

الشكل رقم(3–3): تمثيل أفراد العينة حسب متغير العمر.



المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على نتائج برنامج (spss)

من الجدول والشكل رقم (3-14) (3-3) نلاحظ أن 15 من العمال يمثلون ما نسبته **50%** من إجمالي أفراد عينة الدراسة أعمارهم **من 40 إلى أقل من 50 سنة** وهم الفئة الأغلب، في مقابل 11 من العمال أعمارهم **من 30 إلى أقل من 40 سنة** يمثلون ما نسبته **36,7%** ويوجد 3 من العمال أعمارهم **من 50 سنة فأكثر** يمثلون ما نسبته **10%** في حين يوجد 1 من العمال عمره **أقل من 30 سنة** يمثل ما نسبته **3,3%**

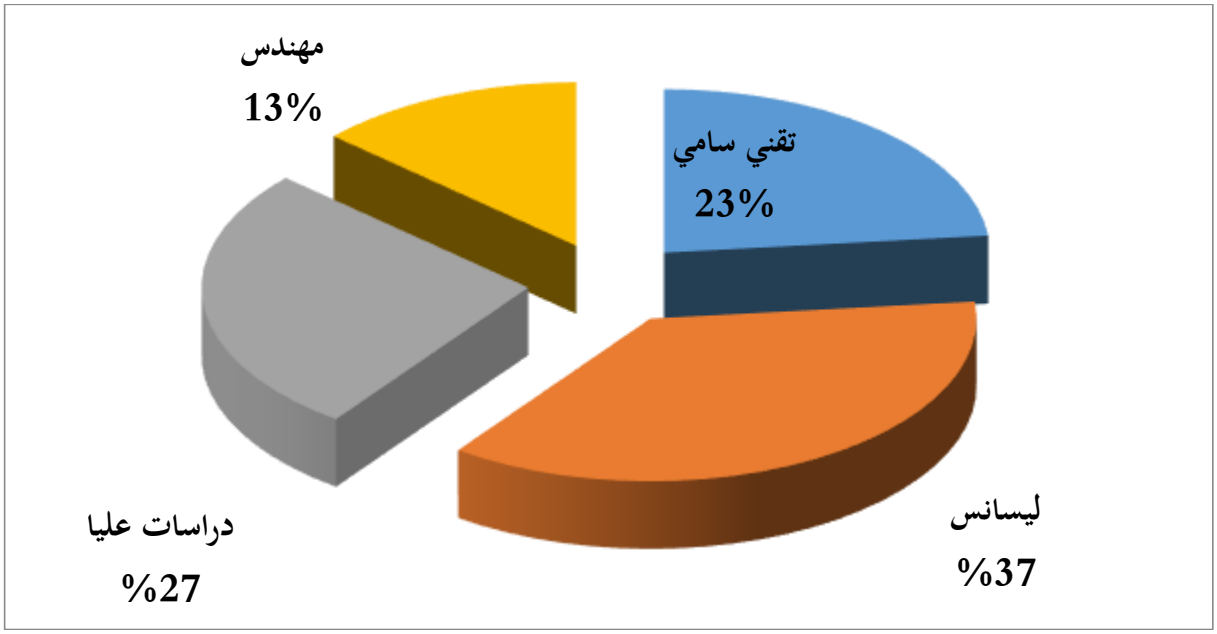
3- متغير المستوى العلمي.

الجدول رقم(3-15): توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى العلمي.

المستوى العلمي	التكرار	النسبة
تقني سامي	7	23,3%
ليسانس	11	36,7%
دراسات عليا	8	26,7%
مهندس	4	13,3%
المجموع	30	100%

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على نتائج برنامج (spss)

الشكل رقم(3-4): تمثيل أفراد العينة حسب متغير المستوى العلمي.



المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على نتائج برنامج (spss)

من الجدول والشكل رقم (3-15) (3-4) نلاحظ أن **11 من** العمال مستواهم التعليمي جامعي يمثلون ما نسبته **36,7%** من إجمالي أفراد عينة الدراسة وهم الفئة الأغلب في المقابل يوجد **8** من العمال يمثل ما نسبته **26,7%** مستواه التعليمي **دراسات عليا**، ويوجد **7** من العمال يمثل ما نسبته **23,3%** مستواه التعليمي **تقني سامي**، ويوجد **4** من العمال مهندسين يمثل ما نسبته **13,3%**

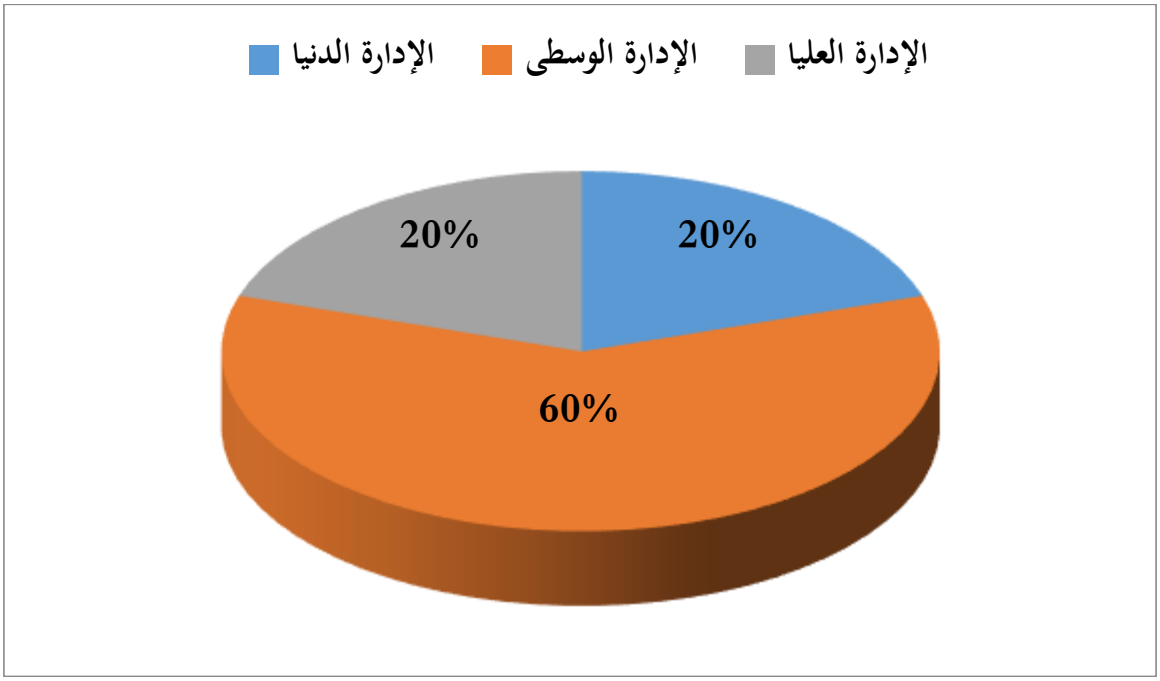
4- متغير الوظيفة.

الجدول رقم(3-16): توزيع أفراد العينة حسب متغير الوظيفة.

الوظيفة	التكرار	النسبة
الإدارة الدنيا	**6**	**20%**
الإدارة الوسطى	**18**	**60%**
الإدارة العليا	**6**	**20%**
المجموع	**39**	**100%**

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على نتائج برنامج (spss)

الشكل رقم(3-5): تمثيل أفراد العينة حسب متغير الوظيفة.



المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على نتائج برنامج (spss)

من الجدول والشكل رقم (3-16) (3-5) نلاحظ أن 18 من العمال يعملون في الإدارة الوسطى يمثلون ما نسبته **60%** مقابل 6 من العمال يعملون في الإدارة العليا يمثلون ما نسبته **20%** والباقي 6 من العمال يعملون في الإدارة الدنيا يمثلون ما نسبته **20%** من إجمالي أفراد عينة

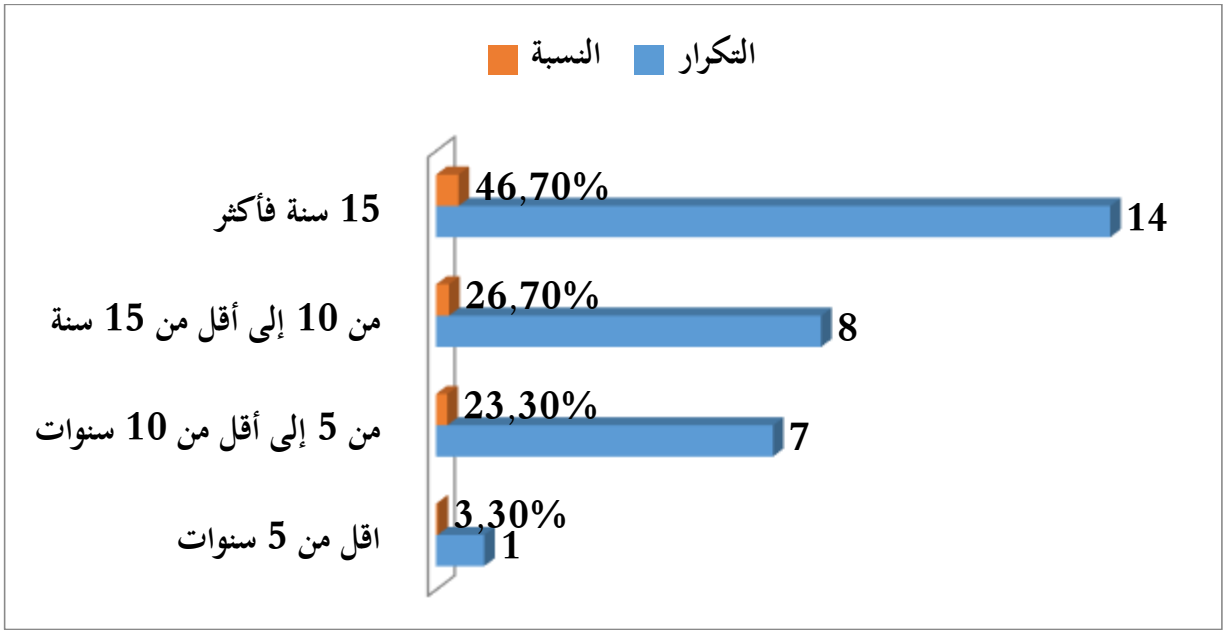
5- متغير سنوات الخبرة.

الجدول رقم(3-17): توزيع أفراد العينة حسب متغير سنوات الخبرة.

سنوات الخبرة	التكرار	النسبة
اقل من 5 سنوات	1	3,3%
من 5 إلى أقل من 10 سنوات	7	23,3%
من 10 إلى أقل من 15 سنة	8	26,7%
15سنة فأكثر	14	46,7%
المجموع	30	100%

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على نتائج برنامج (spss)

الشكل رقم(3-6): تمثيل أفراد العينة حسب متغير سنوات الخبرة.



المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على نتائج برنامج (spss)

من الجدول والشكل رقم (3-17) (3-6) نلاحظ أن 14 من العمال يمثلون ما نسبته **46,7%** لديهم **15سنة فأكثر** خبرة وهم الفئة الأغلب من إجمالي أفراد عينة الدراسة، وفي المقابل يوجد 8 من العمال يمثلون ما نسبته **26,7%** لديهم **من 10 إلى أقل من 15 سنة** خبرة في حين يوجد 7 من العمال يمثلون ما نسبته **23,3%** لديهم **من 5 إلى أقل من 10 سنوات** خبرة، ويوجد 1 من العمال يمثل ما نسبته **3,3%** لديه **اقل من 5 سنوات** خبرة.

الفرع الثاني: التحليل الوصفي للأبعاد محور رأس المال الفكري في مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية لمدية.

اعتمدت الدراسة في وصف أبعاد محور رأس المال الفكري في مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية لمدية، الذي اشتمل على ثلاثة أبعاد، على المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري ودرجة الموافقة،كما يبينه الجدول الأتي:

جدول رقم(3–18): المؤشرات الإحصائية لوصف أبعاد محور رأس المال الفكري في مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية لمدية.

الرقم	الأبعاد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة الموافق
1	رأس المال البشري	3,77	,5550	2	عالية
2	رأس المال الهيكلي	3,62	,7340	3	عالية
3	رأس المال الزبوني	3,82	,5880	1	عالية
	محور رأس المال الفكري في مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية لمدية	3,74	,5530	–	عالية

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على نتائج برنامج (spss)

يشير الجدول رقم (3–18) أن تقديرات العمال لمحور رأس المال الفكري، بلغت درجات موافقة عالية، حيث تم ترتيبها وفقا المتوسط الحسابي ودرجات الموافقة المعتمدة كالأتي:

1– بلغ المتوسط الحسابي لبعد رأس المال الزبوني **3,82** بدرجة موافقة عالية، ما يشير إلى وجود مستوى عالي في رأس المال الزبوني لدى مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية لمدية، كما بلغ الانحراف المعياري لهذا البعد **0,588** ما يشير إلى عدم تشتت أراء العمال وقربها من المتوسط الحسابي

2– بلغ المتوسط الحسابي لبعد رأس المال البشري **3,77** بدرجة موافقة عالية، ما يشير إلى وجود مستوى عالي في رأس المال البشري لدى مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية لمدية، كما بلغ الانحراف المعياري لهذا البعد **0,555** ما يشير إلى عدم تشتت أراء العمال وقربها من المتوسط الحسابي.

3– بلغ المتوسط الحسابي لبعد رأس المال الهيكلي **3,62** بدرجة موافقة عالية، ما يشير إلى وجود مستوى عالي في رأس المال الهيكلي لدى مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية لمدية، كما

بلغ الانحراف المعياري لهذا البعد **0,734** ما يشير إلى عدم تشتت أراء العمال وقربها من المتوسط الحسابي

كما بلغ المتوسط الحسابي محور رأس المال الفكري **3,74** بدرجة موافقة عالية، ما يدل على وجود مستوى عالي في رأس المال الفكري لدى مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية لمدية، حيث جاءا الانحراف المعياري **0,553** ما يشير لعدم تشتت تقديرات العاملين وقربها من المتوسط الحسابي.

الفرع الثالث: التحليل الوصفي للأبعاد محور الميزة التنافسية في مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية لمدية.

اعتمدت الدراسة في وصف أبعاد محور الميزة التنافسية في مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية لمدية، الذي اشتمل على أربعة أبعاد، على المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري ودرجة الموافقة،كما يبينه الجدول الأتي:

جدول رقم(3–19): المؤشرات الإحصائية لوصف أبعاد محور الميزة التنافسية في مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية لمدية.

الرقم	الأبعاد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة الموافق
1	الجـودة	3,79	,7160	3	عالية
2	الإبــداع	3,56	,7780	4	عالية
3	الاستجابة	3,87	,7400	2	عالية
4	الكفـاءة	4,00	,6060	1	عالية
	محور الميزة التنافسية في مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية لمدية	3,80	,6220	–	عالية

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على نتائج برنامج (spss)

يشير الجدول رقم (3–19) أن تقديرات العمال لمحور الميزة التنافسية، بلغت درجات موافقة عالية، حيث تم ترتيبها وفقا المتوسط الحسابي ودرجات الموافقة المعتمدة كالأتي:

1- بلغ المتوسط الحسابي لبعد الكفاءة **4,00** بدرجة موافقة عالية، ما يشير إلى وجود مستوى عالي في الكفاءة لدى مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية لمدية، كما بلغ الانحراف المعياري لهذا البعد **0,606** ما يشير إلى عدم تشتت أراء العمال وقربها من المتوسط الحسابي.

2- بلغ المتوسط الحسابي لبعد الاستجابة **3,87** بدرجة موافقة عالية، ما يشير إلى وجود مستوى عالي في الاستجابة لدى مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية لمدية، كما بلغ الانحراف المعياري لهذا البعد **0,740** ما يشير إلى عدم تشتت أراء العمال وقربها من المتوسط الحسابي.

3- بلغ المتوسط الحسابي لبعد الجودة **3,79** بدرجة موافقة عالية، ما يشير إلى وجود مستوى عالي في الجودة لدى مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية لمدية، كما بلغ الانحراف المعياري لهذا البعد **0,716** ما يشير إلى عدم تشتت أراء العمال وقربها من المتوسط الحسابي.

4- بلغ المتوسط الحسابي لبعد الإبداع **3,56** بدرجة موافقة عالية، ما يشير إلى وجود مستوى عالي في الإبداع لدى مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية لمدية، كما بلغ الانحراف المعياري لهذا البعد **0,778** ما يشير إلى عدم تشتت أراء العمال وقربها من المتوسط الحسابي

كما بلغ المتوسط الحسابي محور الميزة التنافسية **3,80** بدرجة موافقة عالية، ما يدل على وجود مستوى عالي في الميزة التنافسية لدى مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية لمدية، حيث جاءا الانحراف المعياري **0,622** ما يشير لعدم تشتت تقديرات العاملين وقربها من المتوسط الحسابي.

المطلب الثاني: اختبار فرضيات الدراسة.

من خلال هذا المطلب سنقوم باختبار فرضيات الدراسة كما هو موضح في الآتي:

الفرع الأول: اختبار الفرضيات الفرعية الأولى.

الفرضية الصفرية (H0): لا يوجد اثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) لرأس المال البشري على تحقيق الميزة التنافسية لدى مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية.

الفرضية البديلة (H1): يوجد اثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) لرأس المال البشري على تحقيق الميزة التنافسية لدى مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية.

جدول رقم(3–20): اختبار الانحدار البسيط لرأس المال البشري على تحقيق الميزة التنافسية لدى مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية.

البيان	المتغير المستقل الفرعي: رأس المال البشري				
المتغير التابع: تحقيق الميزة التنافسية لدى مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية.	R معامل الارتباط	R^2 معامل التحديد	B معامل الانحدار	T المحسوبة	دلالة T
	0,740a	0,547	0,830	5,814	0,000
	F المحسوبة		دلالة F		
	33,808		0,000b		

المصدر: إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات البرنامج الإحصائي Spss

يوضح الجدول أعلاه رقم(3–20) اثر رأس المال البشري على تحقيق الميزة التنافسية لدى مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية، حيث أظهرت نتائج التحليل الإحصائي ما يلي:

– قيمة معامل الارتباط R= **0,740a** بين رأس المال البشري وتحقيق الميزة التنافسية لدى مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية، ومنه يتضح وجود علاقة بين المتغيرين بالارتباط قوي.

– وبلغ معامل التحديد R^2= **0,547** أي أن ما قيمة 54.7 % من التغيرات في تحقيق الميزة التنافسية لدى مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية ناتجة عن رأس المال البشري.

– كما بلغت قيمة معامل الانحدار B = **0,830** وهذا يعني زيادة بدرجة واحدة في رأس المال البشري يزيد من تحقيق الميزة التنافسية لدى مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية، بقيمة

0,830 وهي دالة عند مستوى معنوية 0.05 حيث بلغت قيمة T المحسوبة **5,814** عند مستوى معنوية **0,000**

– كما بلغت قيمة F المحسوبة **33,808** عند مستوى معنوية **0,000b** وهي دالة عند مستوى معنوية 0.05 ومنه نرفض الفرضية العدمية ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على انه **يوجد اثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) لرأس المال البشري على تحقيق الميزة التنافسية لدى مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية.**

الفرع الثاني: الفرضية الفرعية الثانية.

الفرضية الصفرية (H0): لا يوجد اثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) لرأس المال الهيكلي على تحقيق الميزة التنافسية لدى مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية.

الفرضية البديلة (H1): يوجد اثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) لرأس المال الهيكلي على تحقيق الميزة التنافسية لدى مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية.

جدول رقم(3–21): اختبار الانحدار البسيط لرأس المال الهيكلي على تحقيق الميزة التنافسية لدى مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية.

البيان	المتغير المستقل الفرعي: رأس المال الهيكلي				
المتغير التابع: تحقيق الميزة التنافسية لدى مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية.	R معامل الارتباط	R^2 معامل التحديد	B معامل الانحدار	T المحسوبة	دلالة T
	0,727a	0,528	0,616	5,595	0,000
	F المحسوبة		دلالة F		
	31,302		0,000b		

المصدر: إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات البرنامج الإحصائي Spss

يوضح الجدول أعلاه رقم(3–21) اثر رأس المال الهيكلي على تحقيق الميزة التنافسية لدى مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية، حيث أظهرت نتائج التحليل الإحصائي ما يلي:

– قيمة معامل الارتباط R= **0,727a** بين رأس المال الهيكلي وتحقيق الميزة التنافسية لدى مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية، ومنه يتضح وجود علاقة بين المتغيرين بالارتباط قوي.

– وبلغ معامل التحديد R^2= **0,528** أي أن ما قيمة 52.8 % من التغيرات في تحقيق الميزة التنافسية لدى مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية ناتجة عن رأس المال الهيكلي.

– كما بلغت قيمة معامل الانحدار B = **0,616** وهذا يعني زيادة بدرجة واحدة في رأس المال الهيكلي يزيد من تحقيق الميزة التنافسية لدى مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية، بقيمة **0,616** وهي دالة عند مستوى معنوية 0.05 حيث بلغت قيمة T المحسوبة **5,595** عند مستوى معنوية **0,000**

– كما بلغت قيمة F المحسوبة **31,302** عند مستوى معنوية **0,000b** وهي دالة عند مستوى معنوية 0.05 ومنه نرفض الفرضية العدمية ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على انه **يوجد اثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) لرأس المال الهيكلي على تحقيق الميزة التنافسية لدى مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية.**

الفرع الثالث: اختبار الفرضية الفرعية الثالثة.

الفرضية الصفرية (H0): لا يوجد اثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) لرأس المال الزبوني على تحقيق الميزة التنافسية لدى مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية.

الفرضية البديلة (H1): يوجد اثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) لرأس المال الزبوني على تحقيق الميزة التنافسية لدى مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية.

جدول رقم(3–22): اختبار الانحدار البسيط لرأس المال الزبوني على تحقيق الميزة التنافسية لدى مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية.

البيان	المتغير المستقل الفرعي: رأس المال الزبوني				
المتغير التابع: تحقيق الميزة التنافسية لدى مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية.	R معامل الارتباط	R^2 معامل التحديد	B معامل الانحدار	T المحسوبة	دلالة T
	0,745a	0,555	0,788	5,914	0,000
	F المحسوبة		دلالة F		
	34,971		0,000b		

المصدر: إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات البرنامج الإحصائي Spss

يوضح الجدول أعلاه رقم(3–22) اثر رأس المال الزبوني على تحقيق الميزة التنافسية لدى مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية، حيث أظهرت نتائج التحليل الإحصائي ما يلي:

– قيمة معامل الارتباط R= **0,745a** بين رأس المال الزبوني وتحقيق الميزة التنافسية لدى مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية، ومنه يتضح وجود علاقة بين المتغيرين بالارتباط قوي.

– وبلغ معامل التحديد R^2= **0,555** أي أن ما قيمة 55.5 % من التغيرات في تحقيق الميزة التنافسية لدى مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية ناتجة عن رأس المال الزبوني.

– كما بلغت قيمة معامل الانحدار B = **0,788** وهذا يعني زيادة بدرجة واحدة في رأس المال الزبوني يزيد من تحقيق الميزة التنافسية لدى مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية، بقيمة **0,788** وهي دالة عند مستوى معنوية 0.05 حيث بلغت قيمة T المحسوبة **5,914** عند مستوى معنوية **0,000**

– كما بلغت قيمة F المحسوبة **34,971** عند مستوى معنوية **0,000b** وهي دالة عند مستوى معنوية 0.05 ومنه نرفض الفرضية العدمية ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على انه **يوجد اثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) لرأس المال الزبوني على تحقيق الميزة التنافسية لدى مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية.**

الفرع الرابع: اختبار الفرضية الرئيسية.

الفرضية الصفرية (H0): لا يوجد اثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) لرأس المال الفكري على تحقيق الميزة التنافسية لدى مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية.

الفرضية البديلة (H1): يوجد اثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) لرأس المال الفكري على تحقيق الميزة التنافسية لدى مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية.

جدول رقم(3–23): اختبار الانحدار البسيط لرأس المال الفكري على تحقيق الميزة التنافسية لدى مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية.

البيان	المتغير المستقل: رأس المال الفكري				
المتغير التابع: تحقيق الميزة التنافسية لدى مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية.	R معامل الارتباط	R^2 معامل التحديد	B معامل الانحدار	T المحسوبة	دلالة T
	0,833a	0,694	0,937	7,964	0,000
	F المحسوبة		دلالة F		
	63,431		0,000b		

المصدر: إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات البرنامج الإحصائي Spss

يوضح الجدول أعلاه رقم(3–23) اثر رأس المال الفكري على تحقيق الميزة التنافسية لدى مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية، حيث أظهرت نتائج التحليل الإحصائي ما يلي:

– قيمة معامل الارتباط R= **0,833a** بين رأس المال الفكري وتحقيق الميزة التنافسية لدى مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية، ومنه يتضح وجود علاقة بين المتغيرين بالارتباط قوي.

– وبلغ معامل التحديد R^2= **0,694** أي أن ما قيمة 69.4 % من التغيرات في تحقيق الميزة التنافسية لدى مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية ناتجة عن رأس المال الفكري.

– كما بلغت قيمة معامل الانحدار B = **0,937** وهذا يعني زيادة بدرجة واحدة في رأس المال الفكري يزيد من تحقيق الميزة التنافسية لدى مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية ، بقيمة **0,937** وهي دالة عند مستوى معنوية 0.05 حيث بلغت قيمة T المحسوبة **7,964** عند مستوى معنوية **0,000**

– كما بلغت قيمة F المحسوبة **63,431** عند مستوى معنوية **0,000b** وهي دالة عند مستوى معنوية 0.05 ومنه نرفض الفرضية العدمية ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على انه **يوجد اثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) لرأس المال الفكري على تحقيق الميزة التنافسية لدى مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية.**

ومن نتائج تحقق الفرضية الرئيسية يمكن استخلاص معادلة الانحدار البسيط الآتية:

$$Y = 0,302 + 0,937\ X$$

X: رأس المال الفكري لدى مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية

Y: تحقيق الميزة التنافسية لدى مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية

خلاصة الفصل:

أولا: نتائج وصف متغيرات الدراسة:

1- نتائج وصف أبعاد محور رأس المال الفكري لدى مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية لمدية:

- وجود مستوى عالي في رأس المال البشري لدى مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية لمدية.
- وجود مستوى عالي في رأس المال الهيكلي لدى مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية لمدية.
- وجود مستوى عالي في رأس المال الزبوني لدى مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية لمدية.
- وجود مستوى عالي في رأس المال الفكري لدى مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية لمدية.

2- نتائج وصف أبعاد محور الميزة التنافسية لدى مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية لمدية:

- وجود مستوى عالي في الجودة لدى مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية لمدية.
- وجود مستوى عالي في الإبداع لدى مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية لمدية.
- وجود مستوى عالي في الكفاءة لدى مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية لمدية.
- وجود مستوى عالي في الاستجابة لدى مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية لمدية.
- وجود مستوى عالي في الميزة التنافسية لدى مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية لمدية.

ثانيا: نتائج التحقق من فرضيات الدراسة:

1- تحقق الفرضية الفرعية الأولى التي تنص على انه يوجد اثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) لرأس المال البشري على تحقيق الميزة التنافسية لدى مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية.

2- تحقق الفرضية الفرعية الثانية التي تنص على انه يوجد اثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) لرأس المال الهيكلي على تحقيق الميزة التنافسية لدى مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية.

3- تحقق الفرضية الفرعية الثالثة التي تنص على انه يوجد اثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) لرأس المال الزبوني على تحقيق الميزة التنافسية لدى مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية.

4- تحقق الفرضية الرئيسية التي تنص على انه يوجد اثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) لرأس المال الفكري على تحقيق الميزة التنافسية لدى مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية.

خـــاتـــمـــة

من خلال الدراسة النظرية لموضوع أثر رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية في الفصل الأول والثاني تبين لنا أن المنظمات تعتبر رأس المال الفكري الركيزة الأساسية ومورد استراتيجي تستطيع من خلاله رفع أدائها لتحقيق أهدافها المنشودة.

حيث يعتبر رأس المال الفكري عنصر فعال ومحرك للعملية الانتاجية وذلك للدور الذي يلعبه بأبعاده المتعددة (رأس المال البشري، رأس المال الهيكلي، رأس المال الزبوني) في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة محل الدراسة باعتبارها من المؤسسات التي تعمل في قطاع فيه منافسة شديدة مما تسعى إلى تقديم بما يناسب ويلبي رغبات زبائنها والعاملين فيها وإيجاد الحلول المناسبة وبشكل يفصل بين المنافسين

كما أنه من خلال ما قمنا باستعراضه في ثنايا البحث سنقوم باختبار الفرضيات وإعطاء مجموعة من التوصيات والاقتراحات.

1-نتائج اختبار الفروض:

- تم إثبات هذه الفرضية في الفصل الأول: حيث تم التأكيد على أن رأس المال الفكري هو ثروة المؤسسة التي ترغب في النجاح في بيئة الأعمال اليوم، مما يجب عليها استقطاب عدد من الزبائن لدعم هذه الميزة والحفاظ عليها (وهذا ما يؤكد صحة الفرضية)
- تحقق الفرضية الرئيسية التي تنص على أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) لرأس المال البشري على تحقيق الميزة التنافسية لدى مؤسسة اتصالات الجزائر بالمدية.
- تحقق الفرضية الفرعية الثانية التي تنص على أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) لرأس المال الهيكلي على تحقيق الميزة التنافسية لدى مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية.

- تحقق الفرضية الفرعية الثالثة التي تنص على أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) رأس المال الزبزني على تحقيق الميزة التنافسية لدى مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية.

2-نتائج الدراسة:

بعد استعراضنا لمختلف جوانب الموضوع من خلال الدراسة التفصيلية التي تضمنتها مختلف الفصول وأجزاء البحث توصلنا في دراستنا إلى النتائج التالية:

أ) نتائج الدراسة النظرية:

- تسعى المؤسسة إلى خفض تكاليف الخدمات من خلال الإستخدام الأمثل لمواردها لاكتساب ميزة تنافسية.
- العلاقة التي تربط رأس المال الفكري برأس المال البشري مما يشجع روح التحدي والسعي لتحقيق الميزة التنافسية.
- تعددت مصادر الحصول على الميزة التنافسية من أهمها: الإبتكار، الكفاءة، الجودة، الوقت، المعرفة.
- مكونات رأس المال الفكري لها دور فعال في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة.
- يساهم رأس المال البشري المتمثل في المهارات والكفاءات المتوفرة لدى الأفراد في تحقيق الميزة التنافسية.

ب)نتائج الدراسة التطبيقية:

- بلغ المتوسط الحسابي لمحور رأس المال الفكري 3.74 بدرجة موافقة عالية وهذا يدل على وجود مستوى عالي لرأس المال الفكري لدى المؤسسة.
- تقديرات الموظفين لرأس المال الفكري في مؤسسة اتصالات الجزائر بلغت درجات موافقة عالية حيث بلغ بعد رأس المال البشري 3.77 وبلغ بعد رأس المال الهيكلي 3.62، وبلغ بعد رأس المال الزبوني 3.82 كلهم بدرجة موافقة عالية.
- بلغ المتوسط الحسابي لمحور الميزة التنافسية 3.80 بدرجة موافقة عالية، ما يدل على وجود مستوى عالي في الميزة التنافسية لدى المؤسسة.

- تقديرات الموظفين للميزة التنافسية في مؤسسة اتصالات الجزائر بلغت درجات موافقة عالية حيث بلغ بعد الكفاءة 4.00، وبلغ بعد الاستجابة 3.87، وبلغ بعد الجودة 3.79، وبلغ بعد النتاج 3.56، بدرجة موافقة عالية.
- وجود علاقة ارتباطية قوية ذات دلالة احصائية (0.05) بين رأس المال الفكري وتحقيق الميزة التنافسية لمؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية.
- وجود علاقة ارتباطية قوية ذات دلالة احصائية (0.05) بين رأس المال البشري وتحقيق الميزة التنافسية لمؤسسة اتصالات الجزائر بولاية املدية.
- وجود علاقة ارتباطية قوية ذات دلالة احصائية (0.05) بين رأس المال الهيكلي وتحقيق الميزة التنافسية لمؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية.
- وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية (0.05) بين رأس المال الزبوني وتحقيق الميزة التنافسية لمؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية.

3-الاقتراحات:

- ضرورة التعامل مع رأس المال الفكري على أنه مورد استراتيجي من بين موارد المؤسسة والحفاظ عليه وتطويره بشكل مستمر، والتأكيد على أهميته في نجاح المؤسسة وتحقيق الميزة التنافسية خاصة في ظل ثورة المعلومات والمعرفة.
- العمل على تدريب المورد البشري وذلك بتخصيص ميزانية كافية ومناسبة له وتدريبه بصورة دورية من أجل اكتسابهم مهارات وقدرؤات جيدة.
- تحسين العلاقة بين العاملين في جميع المستويات وتقويتها لتبادل المعارف والخبرات.
- منح الموظفين مزايا إضافية لإبعاد الملل عنهم واعتبارهم أكفاء لأنه السبيل الوحيد لضمان ربحية المؤسسة.
- الحفاظ على رأس المال الفكري بجميع مكوناته لأنه الركيزة الأساسية لرفع ادائها وضمان استمراريتها وبقائها.
- التقليل من الرسمية في تعامل المسؤولين مع العاملين وفتح المجال للتعبير والحرية في إعطاء آرائهم واقتراحاتهم وذلك بتحفيزهم على الإبداع.

4-آفاق الدراسة:

في نهاية بحثنا سنقترح مواضيع التي يمكن دراستها لاحقا:

- مساهمة المعرفة وإدارة المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية.
- رأس المال الفكري ودوره في تعزيز جودة الخدمات.
- مساهمة رأس المال الفكري على تنمية وتحسين كفاءة الموارد البشرية.

قائمة المراجع

القرآن الكريم.

المراجع باللغة العربية:

1) الكتب:

1. أحمد اسماعيل المعاني وآخرون، قضايا إدارية معاصرة، ط2، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2016 .
2. أحمد الخطيب، خالد زيغان،إدارة المعرفة ونظم المعلومات، جدار للكتاب العالمي للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان –الأردن، 2009.
3. توماس ستيوارت، ترجمة أحمد، صلاح، ثروة المعرفة، رأس المال الفكري، الدار الدولي للاستشارات الثقافية، ط1، مصر، 2004.
4. ثامر البكيري، أحمد هاشم الصقال، التحليل الاستراتيجي والميزة التنافسية، عمان، الأردن، دار مجد للنشر والتوزيع، 2015.
5. حسين عجلان حسين، الغدارة المعرفية في منظمات الأعمال، إثراء للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2008.
6. رشا الغول، المحاسبة عن رأس المال الفكري، التنظيم العلمي والتطبيق العملي، مكتبة وفاء القانونية،ط1، الاسكندرية، 2014.
7. زرزار العياشي، عياد كريمة، استخدامات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسة الاقتصادية ودورها في دعم الميزة التنافسية، الطبعة الأولى، عمان، دار صفاء للنشر والتوزيع، 2016.
8. زكريا مطلك الدوري، أحمد علي صالح، إدارة التمكين واقتصاديات الثقة، الطبعة العربية، دار الباروزي العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009.
9. زهرة حسان عباس، رجاء عبد الله عيسى يالم، مصادر النمو الغقتصادي ومؤشراتع، دار الأيام للنشر والتوزيع، ط1، عمان– الأردن، 2018.

10. سعد علي العنزي، احمد علي صالح، إدارة رأس المال الفكري في منظمات الأعمال، الطبعة العربية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2009.
11. سعدون حمود خيثر الربيعاوي، حسين وليد حسين عباس، رأس المال الفكري، الطبعة الأولى، عمان، دار غيداء للنشر والتوزيع، 2015.
12. طاهر محسن منصور، وائل محمد صبحي إدريس، الإدارة الاستراتيجية، منظور منهجي متكامل، دار وائل للنشروالتوزيع، ط2، عمان –الأردن، 2009– ص309.
13. طلعت أسعد عبد المجيد، التسويق الفعال، كيف نواجه القرن الواحج والعشرون، مكتبة مؤسسة الأهرام، مصر، 2002.
14. عادل حرحوش المفرجي، أحمد علي صالح، رأس المال الفكري طرق قياسه وأساليب المحافظة عليه، العربية للتنمية الغدارية، القاهرة،جمهورية مصر العربية، 2003.
15. عادل مجيد عيدان العادلي، حسين وليد حسين عباس، اللإقتصاد في ظل التحولات المعرفية والتكنولوجية، دار غيداء للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2016.
16. عاصم فايز الزعانين، افلميزة التنافسية في المنتجات الدوائية للشركات الوطنية وأثرها على زيادة الحصة السوقية من وجهة نظر الزبون في قطاع غزة، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجتسير، كلية التجارة، قسم إدارة الأعمال، الجامعة الاسلامية غزة، 2010.
17. عبد الستار محمد العبي، إدارة الانتاج والعمليات، مدخل كمي، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن،2000.
18. عبد الله بلوداس، تبة سمية، رأس المال الفكري، مدخل معاصر لتحقيق الميزة التنافسية لمنظمات الأعمال، منشورات المنظمة العربية للتنمية الادارية، الجزء الأول، القاهرة، جمهورية مصر العربية، 2014.
19. عبدالسلام أبو قحف، إدارة الأعمال الدولية، دراسة وبحوث ميدانية، الدار الجامعية، الاسكندرية، مصر 2001.

20. عز الدين علي سويسي، نعمة عباس الدفاعي، الميزة التنافسية وفق منظور استراتيجيات التغير التنظيمي، دار الايام للنشر والتوزيع، الطبعة العربية، الأردن 2014.

21. عماد الدين أحمد السيد عبد المقصود، إدارة المعرفة وتنمية الوارد البشرية بالمنظمات غير الحكومية،ط1، دار الكتب والوثائق القومية، مصر، الاسكندرية، 2017.

22. مجاني باديس، طبوب ريمة، تأثير الموارد البشرية والميزة التنافسية في البنوك الجزائرية، "بنك الفلاحة والتنمية الريفية نموذجا"، الطبعة الأولى، ألفا للوثائق والنشر والتوزيع الكتب الجزائر، 2017.

23. محمد سعود جرادات وآخرون، إدارة المعرفة، الطبعة 01، لإثراء للنشر والتوزيع، الأردن 2011.

24. محمد عواد أحمد الزيادات، اتجاهات معاصرة في إدارة المعرفة، دار الصفاء للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2008.

25. محمد نبيل جامع، اجتماعات التنمية الإقتصادية لمواجهة العولمة وتعزيز الامن القومي، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2000.

26. محي الدين القلب، الخيار الاستراتيجي واثره في تحقيق الميزة التنافسية، ط1، دار حامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2012.

27. مصطفى يوسف كافي، اقتصاد المعرفة وانعكاساته في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك، الطبعة الأولى، ألفا للوثائق للنشر واستيراد وتوزيع الكتب، قسنطينة – الجزائر .

28. مهدي صلاح الدين، جميل عثمان، أثر العوامل الاستراتيجية واستراتيجيات المنافسة على الميزة التنافسية بشركات انتاج.

29. نجم عبود نجم، إدارة المعرفة، المفاهيم والاستراتيجيات والعمليات، الوراق للنشر والتوزيع، ط2، عمان، 2008.

30. نور الدين حاروش، إدارة املوارد البشرية، دار الامة للطباعة والترجمة والتوزيع، ط1، عمان، 2011.

31. هاني محمد السعيد، رأس المال الفكري، انطلاقة إدارية معاصرة، دار السحاب للنشر والتوزيع، مصر 2008.

32. هشام حريز، بوشمال عبد الرحمان، التسويق كمدخل استراتيجي لتحسين القدرة التنافسية للمؤسسة، الطبعة الأولى، الاسكندرية، مكتبة الوفاء القانونية، 2014.

33. وائل فاضل حسان العكيدي، رأس المال الفكري وأثره في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة، الطبعة الأولى، عمان، دار أمجد للنشر والتوزيع، 2019.

34. يوسف حجيم سلطان الطائي، هاشم فوزي دباس العبادي،التسويق الاكتروني، الطبعة الأولى، عمان الأردن، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، 2009، ص342.

2) المذكرات والأطروحات:

1.أحمد حبانية، دور رأس المال الفكري في تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسة، رسالة ماجستير جامعة سعد دحلب، البليدة، 2017.

2. أحمد فاروق أبو عين، دور التعليم الإلكتروني في تعزيز الميزة التنافسية في الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة من وجهة نظر الأكاديميين، رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في إدارة الأعمال.كلية التجارة.قسم إدارة الأعمال. الجامعة الاسلامية –غزة، 2012 .

3. بن التركي وليد، دور نقل التكنولوجيا في تحسين القدرة التنافسية، مذكرة ماجستير (غير منشورة) تخصص اقتصاد صناعي، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2011.

4. خيار ديهية، عمارون كاملية، دور رأس المال البشري في تحقيق التنمية الاقتصادية في الجزائر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر أماديمي في العلوم السياسية والعلاقات الدولية، تخصص إدارة البشرية، جامعة تيزي وزو، 2020.

5. الزهرة بريش، دور رأس المال الفكري في تحقيق ميزة تنافسية، مذكرة لنيل شهادة الماستر كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص تسيير الموارد البشرية، 2013.

6. زهية طالبي،دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية في ظل تبني أسلوب إدارة الجودة الشاملة، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر في علوم التسيير، تخصص إدارة وتسيير مؤسسة، جامعة المدية، 2013-2014 .
7. سائد حسين يوسف شراب، التخطيط الاستراتيجي وعلاقته بالميزة التنافسية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير تخصص إدارة أعمال، كلية الاقتصاد، قسم إدارة الأعمال، الجامعة الاسلامية، غزة، 2011.
8. سلامة ألفين مصطفى، دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية لمصارفي السودان، بحث مقدم لنيل درجة الماجستير في الدراسات المصرفية، كلية الدراسات العليا، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2017.
9. سمية بوروبي، دور الإبداع والابتكار في إبراز الميزة التنافسية للمؤسسات المتوسطة، دراسة حالة مؤسسة المشروبات الغازية مامي، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد وتسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، سطيف 2011.
10. عبد الرحمان ابراهيم، أحمد الكقادمة، دور الكفاءات البشرية في تحقيق الميزة التنافسية، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات شهادة الماجستير في إدارة الأعمال، الجامعة الاسلامية، كلية التجارة، قسم إدارة الأعمال، غزة، 2013 .
11. فرحاتي لويزة، دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية في ظل اقتصاد المعرفة، رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علوم التسيير، تخصص تنظيم الموارد البشري، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2016.
12. مصطفى رجب علي شعبان، رأس المال الفكري ودوره في تحقيق الميزة التنافسية لشركة الاتصالات الخلوية، جوال، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في إدارة الأعمال، الجامعة الاسلامية-غزة، 2011.

13. دبة شيماء، دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مذكرة ماستر، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 2013.
14. خالد أحمد عبد الحميد قشقيين،ى إدارة رأس املال الفكري وعلاقته في تعزيز الميزة التنافسية، دراسة تطبيقية على الجامعات الفلسطينية بقطاع غزة، رسالة لنيل درجة الماجستير في إدارة الأعمال . جامعة الأزهر – غزة– فلسطين 2014.

3) **المجلات:**

1. أحمد خليل الحسني، كامل شييكر الوطيفي، عبد الخالف دبي الجبوري، إدارة الجودة الشاملة وأثرها في تحقيق الميزة التنافسية .مقال منشور في مجلة جامعة بابل العلوم الانسانية .المجلد 31، العدد 4، 2013، العراق.
2. رشيد ونادي، بشير عامر، مجلة الاقتصاد والتنمية البشرية، مخبر التنمية الاقتصادية والتنمية البشرية، العدد02، جامعة سعد دحلب البليدة، الجزائر، ديسمبر 2010.
3. زيان آمنة، دحماني عزيز، رأس المال البشري لخريجي الجامعات ومتطلبات منظمات الأعمال، دراسة حالة لعينة من الموظفين من خريجي الجامعات في الجزائر، مجلة البحوث والدراسات التجارية، مجلد 03، العدد 02، سبتمبر 2019، ص44.
4. فتيحة رأس الكاف، حليمة قمري، رضوان أنساعد، مساهمة رأس المال البشري في تحقيق التميز التنظيمي لمنظمات الاعمال، مجلة الإقتصاد والمالية، المجلد 7، البعدد 2،جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف(الجزائر) جوان 2021.
5. فلاق محمد، يوسف حمد، رأس المال الفكري ودوره في تحقيق استدامة الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية "دؤاسة حالة مجمع صيدلي لصناعة الأدوية، مجلة المعارف، المجلد 14، العدد1، جامعة حسيبة بنبوعلي، الجزائر، جوان 2019.
6. فيروز جيرار، فيرور بوزورين، مجلة العلوم القانونية والاقتصادية، المجلد 02، العدد 03، جامعة فرحات عباس سطيف 1، نوفمبر 2021.

7. ليلى بوحديد، إلهام يحياوي، قياس عائد الإستثمار في تدريب رأس المال البشري في ظل اقتصاد المعرفة، مجلة العلوم الإقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، العدد 10، جامعة الحاج لخضر باتنه، 2013.
8. مؤيد محمد علي فضل، العلاقة بين رأس المال الفكري وخلق القيمة، دراسة ميدانية على الصناعة المصرفية في دول الخليج العربي، مقال منشور في مجلة القادسية للعلوم الادارية والاقتصادية، المجلد 11، العدد03، العراق، 2009.

4) الملتقيات:

1. حسين يرقي وآخرون، إدارة التحول، التحسين في منظمات رأس المال الفكري، ملتقى دولي حول رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية، جامعة الشلف، 13 -14 ديسمبر 2011.
2. عاشور مرزيق، دور رأس املال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية لمنظمات الأعمال، ملتقى دولي حول راس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في الاقتصاديات الحديثة، 14/13 ديسمبر 2011، جامعة الشلف .
3. عبد المجيد قدري، سملالي يحضية، نحو تنمية استراتجية للموارد والكفاءات البشرية في ظل العولمة، ورقة بحثية مقدمة ضمن فعاليات المؤتمؤ العلمي الدولي الأول حول النجاعة في الأداء والشفافية من أجل ضمان نجاح الاصلاحات والاندماج في الاقتصاد العالمي، كلي ةالعلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير، جامعة الجزائر، 30 ماي2003.
4. هادي صلاح عباس، إدارة الجودة الشاملة مدخل نحو أداء منظمي متميز، المؤتمر الدولي الثاني حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، أيام 8-9 مارس 2005، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية-جامعة وورقلة .

المراجع باللغة الأجنبية:

1. Harrason . s.and Sullivan. P . study « profiting from Intellectual capital learning from leading companies “ . journal of Intellectual. Capital. Vo (1) no (1) .2000.p38.

المواقع الإلكترونية:

http://www.algerietele.com تاريخ الإطلاع: 20-04-2022

قائمة الملاحق

الملحق رقم (1): الاستبيان الموجه لعينة الدراسة.

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته .

أتوجه إليكم بفائق الاحترام والتقدير،راجين تعاونكم لإنجاح هذه الدراسة التي تتعلق بالتعرف على**"أثر رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية"** وذلك كمتطلب للحصول على شهادة الماستر في إدارة الأعمال من جامعة يحيى فارس – المدية.

آمل منكم الدعم والتعاون من خلال المشاركة في استكمال تعبئة الاستبيان وإعادته إلينا، مع العلم بأن المعلومات التي سنحصل عليها هي لغرض البحث العملي فقط، وسوف تحظى بالسرية التامة.

تفضلوا بقبول فائق الاحترام والتقدير.

القسم الأول:البيانات الشخصية.

يهدف هذا القسم إلى التعرف على بعض الخصائص الاجتماعية والوظيفية لموظفي المؤسسة بغرض تحليل النتائج ، لذا نرجو منكم التكرم بالإجابة المناسبة على التساؤلات التالية وذلك بوضع إشارة(**X**) في المربع المناسب لاختيارك .

1/ النوع											
ذكر		ذكر		أنثى							
2/ العمر											
أقل من 30سنة		**من 30 إلى أقل 40 سن**		**من 40 إلى اقل من 50 سنة**		**من 50 سنة فأكثر**					
3/ المؤهل العلمي											
تقني سامي		ليسانس		شهادة دراسات عليا		مهندس		ماجستير			
4/ مجال التوظيف الحالية											
إدارة دنيا		إدارة وسطى		إدارة عليا							
5/ سنوات الخبرة											
أقل من 5 سنوات		**من 5 إلى اقل من 10 سنوا**		**من 10 إلى أقل 15 سنة**		**15 سنة فأكثر**					

المحور الأول : رأس المال الفكري

فيما يلي مجموعة من العبارات التي تقيس مستوى رأس المال الفكري للمؤسسة والمرجو تحديد درجة في المربع المناسب لاختيارك وذلك بوضع العلامة (X) .

الرقم	أبعاد رأس المال الفكري وعبارات القياس	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
رأس المال البشري						
1	يتوفر لدى موظفي المؤسسة المعرفة اللازمة لاداء مهامهم المطلوب					
2	يتمتع موظفوا المؤسسة بالقدرة على توليد الافكار وتقديم الـ أسرع وقت لحل المشاكل					
3	تعمل المؤسسة على تدريب وتطوير سلوك ومهارات الموظ					
4	يتعلم الموظفون من بعضهم البعض في مجالات وظ المختلفة					
5	يمتلك الموظفون خبرات كبيرة في مجال وظائفهم					
6	يعمل الموظفون في المؤسسة بمهارة ومعرفة عالية منذ سنو					
7	تحافظ المؤسسة على الخبرات المتراكمة من أجل تطوير م الموظفين بشكل مستمر					
8	يطرح موظفو المؤسسة أفكار وآراء جديدة باستمرار ويناقش الاجتماعات					
9	تتناسب مؤهلات الموظفين في المؤسسة مع الوظائف المناطة به					
رأس المال الهيكلي						
10	لدى المؤسسة المعدات الكافية لعمالها لضمان سيرورة العمل وفعالية					
11	لدى المؤسسة نظام حوافز ومكافآت متطور جدا،ويركز عل الوظيفي					
12	تتخذ المؤسسة كل السياسات والاجراءات السريعة نحو ملا الموظفين					
13	تتابع المؤسسة وتتبنى آخر المستجدات في مجال التكنولوجي					
14	تعتمد المؤسسة على هيكل تنظيمي مرن يحسن من أداء العـ والعاملين					
15	تدعم المؤسسة الأفكار الجديدة التي يمكن تسجيلها كبراءة ا					
رأس المال الزبوني						
16	لدى المؤسسة قنوات اتصال مع زبائنها					
17	تسعى المؤسسة الى كسب رضا الزبائن من خلال التعرف احتياجاتهم وتوثيق علاقاتهم					

18	تقوم المؤسسة بتنفيذ عدد من المهام بهدف الحفاظ على الزب					
19	معظم عملاء المؤسسة راضون على الخدمات التي تقدمها					
20	تمتلك المؤسسة قنوات توزيع عديدة ومتنوعة من أجل ضم وصول الخدمات للزبائن بكفاءة جد عالية ومتطورة					
21	تقوم المؤسسة بتفعيل نظام المعلومات لتقديم خدمة الزبون و مزايا إضافية له					
22	تخصص المؤسسة وقتا كافيا لخدمة الزبائن و حل مشاكلهم طلباتهم					
23	لدى المؤسسة بيانات كاملة نسبيا حول الزبائن وتعمل على باستمرار					

المحور الثاني: الميزة التنافسية في المؤسسة

الرقم	عبارات القياس	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
الجـــودة						
24	تخصص المؤسسة مكان خاص للتعرف على آراء الزبائن بخصوص جودة الخدمات المقدمة					
25	تقدم المؤسسة خدمات عالية الجودة تلبي حاجيات ورغبا الزبائن					
26	تقوم المؤسسة باختيار الموردين على أساس جودة المواد يقدمونها					
27	تسعى المؤسسة بشكل جاد لتطبيق الجودة المحلية والعالمي					
الإبـــداع						
28	تهتم المؤسسة بأفكار أفرادها، وإبداعاتهم والأخذ بآرائهم ومقترحاتهم					
29	تنتهج المؤسسة سياسة التجديد والإبداع في خدماتها وأسال العمل كجزء أساسي من ثقافتها التنظيمية					
30	تطور المؤسسة في خدماتها اعتمادا على دراسات السوق لتتكيف معا					
الاستجابة						
31	تتميز المؤسسة بقدرة عالية على الاستجابة لحاجات كافة المتعاملين معها كما ونوعا وفي الوقت والمكان المناسبين					
32	تتصف الخطط والسياسات المتبعة في المؤسسة بالمرونة لتحقي ومواجهة التغيرات البيئية.					
33	تسعى المؤسسة إلى جعل خدماتها ذات مرونة عالية .					

الكفـــاءة						
34	تسعى المؤسسة إلى خفض تكاليف الخدمات من خلال الا الأمثل لمواردها					
35	تتبنى المؤسسة الطرق الأساليب الكفيلة بتطوير كفاءة العم					
36	تتبنى المؤسسة التكنولوجيا الحديثة في انجاز عملياتها التش والإدارية.					

ملحق رقم (2): نتائج اختبار الاتساق الداخلي بين العبارات وبعد بعد رأس المال البشري.

Correlations

			العبارة 1	العبارة 2	العبارة 3	العبارة 4	العبارة 5	العبارة 6	العبارة 7	العبارة 8	العبارة 9	البعد1
Spearman's rho	العبارة1	Correlation Coefficient	1,000	,552**	,531**	,248	,305	,287	,587**	,495**	,469**	,723**
		Sig. (2-tailed)	.	,002	,003	,187	,101	,124	,001	,005	,009	,000
		N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	العبارة2	Correlation Coefficient	,552**	1,000	,177	,058	,296	,636**	,526**	,449*	,669**	,690**
		Sig. (2-tailed)	,002	.	,349	,761	,112	,000	,003	,013	,000	,000
		N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	العبارة3	Correlation Coefficient	,531**	,177	1,000	,411*	,133	,306	,490**	,046	,117	,455*
		Sig. (2-tailed)	,003	,349	.	,024	,484	,100	,006	,809	,540	,011
		N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	العبارة4	Correlation Coefficient	,248	,058	,411*	1,000	,447*	,458*	,461*	,573**	,365*	,594**
		Sig. (2-tailed)	,187	,761	,024	.	,013	,011	,010	,001	,048	,001
		N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	العبارة5	Correlation Coefficient	,305	,296	,133	,447*	1,000	,506**	,566**	,531**	,425*	,635**
		Sig. (2-tailed)	,101	,112	,484	,013	.	,004	,001	,003	,019	,000
		N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	العبارة6	Correlation Coefficient	,287	,636**	,306	,458*	,506**	1,000	,495**	,518**	,524**	,715**
		Sig. (2-tailed)	,124	,000	,100	,011	,004	.	,005	,003	,003	,000
		N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

	العبار ة7	Correlation Coefficient	,587**	,526**	,490**	,461*	,566**	,495**	1,000	,616**	,480**	,808**
		Sig. (2-tailed)	,001	,003	,006	,010	,001	,005	.	,000	,007	,000
		N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	العبار ة8	Correlation Coefficient	,495**	,449*	,046	,573**	,531**	,518**	,616**	1,000	,652**	,802**
		Sig. (2-tailed)	,005	,013	,809	,001	,003	,003	,000	.	,000	,000
		N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	العبار ة9	Correlation Coefficient	,469**	,669**	,117	,365*	,425*	,524**	,480**	,652**	1,000	,716**
		Sig. (2-tailed)	,009	,000	,540	,048	,019	,003	,007	,000	.	,000
		N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	البعد 1	Correlation Coefficient	,723**	,690**	,455*	,594**	,635**	,715**	,808**	,802**	,716**	1,000
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	,011	,001	,000	,000	,000	,000	,000	.
		N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

ملحق رقم (3): نتائج اختبار الاتساق الداخلي بين العبارات وبعد رأس المال الهيكلي.

Correlations

			العبارة10	العبارة11	العبارة12	العبارة13	العبارة14	العبارة15	البعد2
Spearman's rho	العبارة10	Correlation Coefficient	1,000	,401*	,392*	,413*	,505**	,310	,640**
		Sig. (2-tailed)	.	,028	,032	,023	,004	,095	,000
		N	30	30	30	30	30	30	30
	العبارة11	Correlation Coefficient	,401*	1,000	,378*	,570**	,348	,511**	,665**
		Sig. (2-tailed)	,028	.	,039	,001	,060	,004	,000
		N	30	30	30	30	30	30	30
	العبارة12	Correlation Coefficient	,392*	,378*	1,000	,670**	,611**	,561**	,844**
		Sig. (2-tailed)	,032	,039	.	,000	,000	,001	,000
		N	30	30	30	30	30	30	30
	العبارة13	Correlation Coefficient	,413*	,570**	,670**	1,000	,431*	,316	,751**
		Sig. (2-tailed)	,023	,001	,000	.	,018	,089	,000
		N	30	30	30	30	30	30	30

	العبارة1	Correlation Coefficient	,505**	,348	,611**	,431*	1,000	,470**	,667**
	4	Sig. (2-tailed)	,004	,060	,000	,018	.	,009	,000
		N	30	30	30	30	30	30	30
	العبارة1	Correlation Coefficient	,310	,511**	,561**	,316	,470**	1,000	,710**
	5	Sig. (2-tailed)	,095	,004	,001	,089	,009	.	,000
		N	30	30	30	30	30	30	30
	البعد2	Correlation Coefficient	,640**	,665**	,844**	,751**	,667**	,710**	1,000
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	.
		N	30	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

ملحق رقم (4): نتائج اختبار الاتساق الداخلي بين العبارات وبعد رأس المال الزبوني.

Correlations

			العبارة16	العبارة17	العبارة18	العبارة19	العبارة20	العبارة21	العبارة22	العبارة23	البعد3
Spearman's rho	العبارة 16	Correlation Coefficient	1,000	,652**	,498**	,480**	,453*	,525**	,504**	,404*	,622**
		Sig. (2-tailed)	.	,000	,005	,007	,012	,003	,005	,027	,000
		N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	العبارة 17	Correlation Coefficient	,652**	1,000	,668**	,403*	,520**	,504**	,590**	,725**	,814**
		Sig. (2-tailed)	,000	.	,000	,027	,003	,005	,001	,000	,000
		N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	العبارة 18	Correlation Coefficient	,498**	,668**	1,000	,412*	,422*	,555**	,614**	,841**	,726**
		Sig. (2-tailed)	,005	,000	.	,024	,020	,001	,000	,000	,000
		N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	العبارة 19	Correlation Coefficient	,480**	,403*	,412*	1,000	,644**	,406*	,740**	,445*	,735**
		Sig. (2-tailed)	,007	,027	,024	.	,000	,026	,000	,014	,000
		N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	العبارة 20	Correlation Coefficient	,453*	,520**	,422*	,644**	1,000	,672**	,725**	,456*	,804**
		Sig. (2-tailed)	,012	,003	,020	,000	.	,000	,000	,011	,000

		N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	العبارة 21	Correlation Coefficient	,525**	,504**	,555**	,406*	,672**	1,000	,533**	,603**	,688**
		Sig. (2-tailed)	,003	,005	,001	,026	,000	.	,002	,000	,000
		N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	العبارة 22	Correlation Coefficient	,504**	,590**	,614**	,740**	,725**	,533**	1,000	,655**	,801**
		Sig. (2-tailed)	,005	,001	,000	,000	,000	,002	.	,000	,000
		N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	العبارة 23	Correlation Coefficient	,404*	,725**	,841**	,445*	,456*	,603**	,655**	1,000	,745**
		Sig. (2-tailed)	,027	,000	,000	,014	,011	,000	,000	.	,000
		N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	البعد3	Correlation Coefficient	,622**	,814**	,726**	,735**	,804**	,688**	,801**	,745**	1,000
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	.
		N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

ملحق رقم (5): نتائج اختبار الاتساق الداخلي بين العبارات وبعد الجـودة.

Correlations

			العبارة24	العبارة25	العبارة26	العبارة27	البعد4
Spearman's rho	العبارة24	Correlation Coefficient	1,000	,571**	,247	,266	,591**
		Sig. (2-tailed)	.	,001	,188	,155	,001
		N	30	30	30	30	30
	العبارة25	Correlation Coefficient	,571**	1,000	,565**	,404*	,851**
		Sig. (2-tailed)	,001	.	,001	,027	,000
		N	30	30	30	30	30
	العبارة26	Correlation Coefficient	,247	,565**	1,000	,692**	,829**
		Sig. (2-tailed)	,188	,001	.	,000	,000
		N	30	30	30	30	30
	العبارة27	Correlation Coefficient	,266	,404*	,692**	1,000	,732**
		Sig. (2-tailed)	,155	,027	,000	.	,000
		N	30	30	30	30	30
	البعد4	Correlation Coefficient	,591**	,851**	,829**	,732**	1,000
		Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000	,000	.
		N	30	30	30	30	30

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

ملحق رقم (6):نتائج اختبار الاتساق الداخلي بين العبارات وبعد الإبــداع

Correlations

			العبارة28	العبارة29	العبارة30	البعد5
Spearman's rho	العبارة28	Correlation Coefficient	1,000	,834**	,572**	,953**
		Sig. (2-tailed)	.	,000	,001	,000
		N	30	30	30	30
	العبارة29	Correlation Coefficient	,834**	1,000	,554**	,865**
		Sig. (2-tailed)	,000	.	,001	,000
		N	30	30	30	30
	العبارة30	Correlation Coefficient	,572**	,554**	1,000	,730**
		Sig. (2-tailed)	,001	,001	.	,000
		N	30	30	30	30
	البعد5	Correlation Coefficient	,953**	,865**	,730**	1,000
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	.
		N	30	30	30	30

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

ملحق رقم (7):نتائج اختبار الاتساق الداخلي بين العبارات وبعد الاستجابة.

Correlations

			العبارة31	العبارة32	العبارة33	البعد6
Spearman's rho	العبارة31	Correlation Coefficient	1,000	,659**	,672**	,910**
		Sig. (2-tailed)	.	,000	,000	,000
		N	30	30	30	30
	العبارة32	Correlation Coefficient	,659**	1,000	,682**	,897**
		Sig. (2-tailed)	,000	.	,000	,000
		N	30	30	30	30
	العبارة33	Correlation Coefficient	,672**	,682**	1,000	,809**
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	.	,000
		N	30	30	30	30
	البعد6	Correlation Coefficient	,910**	,897**	,809**	1,000
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	.
		N	30	30	30	30

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

ملحق رقم (8):نتائج اختبار الاتساق الداخلي بين العبارات وبعد الكفـاءة.

Correlations

			العبارة34	العبارة35	العبارة36	لبعد7
Spearman's rho	العبارة34	Correlation Coefficient	1,000	,602**	,546**	,784**
		Sig. (2-tailed)	.	,000	,002	,000
		N	30	30	30	30
	العبارة35	Correlation Coefficient	,602**	1,000	,684**	,819**
		Sig. (2-tailed)	,000	.	,000	,000
		N	30	30	30	30
	العبارة36	Correlation Coefficient	,546**	,684**	1,000	,889**
		Sig. (2-tailed)	,002	,000	.	,000
		N	30	30	30	30
	لبعد7	Correlation Coefficient	,784**	,819**	,889**	1,000
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	.
		N	30	30	30	30

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

ملحق رقم (9): نتائج اختبار ثبات الاستبيان.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,933	23

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,925	13

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,959	36

ملحق رقم (10): نتائج اختبار التوزيع الطبيعي.

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov[a]			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
البعد1	,111	30	,200*	,967	30	,463
البعد2	,102	30	,321	,953	30	,422
البعد3	,103	30	,312	,957	30	,267
المحور1	,102	30	,200*	,982	30	,883
المحور2	,118	30	,200*	,969	30	,502

*. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction

ملحق رقم (11): نتائج التحليل الوصفي للمتغيرات الشخصية.

الجنس

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ذكر	23	76,7	76,7	76,7
	انثى	7	23,3	23,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

العمر

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	أقل من 30 سنة	1	3,3	3,3	3,3
	من 30 إلى أقل من 40 سنة	11	36,7	36,7	40,0
	من 40 إلى أقل من 50 سنة	15	50,0	50,0	90,0
	من 50 سنة فأكثر	3	10,0	10,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

المستوى

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	تقني سامس	7	23,3	23,3	23,3
	ليسانس	11	36,7	36,7	60,0
	دراسات عليا	8	26,7	26,7	86,7
	مهندس	4	13,3	13,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

الوظيفة

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	الإدارة الدنيا	6	20,0	20,0	20,0
	الإدارة الوسطى	18	60,0	60,0	80,0
	الإدارة العليا	6	20,0	20,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

الخبرة

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	اقل من 5 سنوات	1	3,3	3,3	3,3
	من 5 إلى أقل من 10 سنوات	7	23,3	23,3	26,7
	من 10 إلى أقل من 15 سنة	8	26,7	26,7	53,3
	15سنة فأكثر	14	46,7	46,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

ملحق رقم (12): نتائج التحليل الوصفي للأبعاد محور رأس المال الفكري في مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية لمدية.

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
البعد1	30	3,7778	,55517	,10136
البعد2	30	3,6267	,73482	,13416
البعد3	30	3,8250	,58869	,10748
المحور1	30	3,7431	,55354	,10106

بلعباس. ملحق رقم (13): نتائج التحليل الوصفي لأبعاد محور الميزة التنافسية في مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية لمدية.

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
البعد4	30	3,7917	,71644	,13080
البعد5	30	3,5667	,77879	,14219
البعد6	30	3,8778	,74011	,13513
لبعد7	30	4,0000	,60648	,11073
المحور2	30	3,8090	,62267	,11368

ملحق رقم (14): نتائج اختبار الانحدار البسيط لرأس المال البشري على تحقيق الميزة التنافسية لدى مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,740[a]	,547	,531	,42652

a. Predictors: (Constant), البعد1

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6,150	1	6,150	33,808	,000[b]
	Residual	5,094	28	,182		
	Total	11,244	29			

a. Dependent Variable: المحور2

b. Predictors: (Constant), البعد1

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,675	,545		1,240	,225
	البعد1	,830	,143	,740	5,814	,000

a. Dependent Variable: المحور2

ملحق رقم (15): نتائج اختبار الانحدار البسيط لرأس المال الهيكلي على تحقيق الميزة التنافسية لدى مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,727[a]	,528	,511	,43544

a. Predictors: (Constant), البعد2

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5,935	1	5,935	31,302	,000[b]
	Residual	5,309	28	,190		
	Total	11,244	29			

a. Dependent Variable: المحور2

b. Predictors: (Constant), البعد2

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,576	,407		3,874	,001
	البعد2	,616	,110	,727	5,595	,000

a. Dependent Variable: المحور2

ملحق رقم (16): نتائج اختبار الانحدار البسيط لرأس المال الزبوني على تحقيق الميزة التنافسية لدى مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,745[a]	,555	,539	,42256

a. Predictors: (Constant), البعد3

ANOVA[a]

el		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6,244	1	6,244	34,971	,000[b]
	Residual	5,000	28	,179		
	Total	11,244	29			

a. Dependent Variable: المحور2

b. Predictors: (Constant), البعد3

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,794	,516		1,540	,135
	البعد3	,788	,133	,745	5,914	,000

a. Dependent Variable: المحور2

ملحق رقم (17): نتائج اختبار الانحدار البسيط لرأس المال الفكري على تحقيق الميزة التنافسية لدى مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,833[a]	,694	,683	,35068

a. Predictors: (Constant), المحور1

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7,801	1	7,801	63,431	,000[b]
	Residual	3,443	28	,123		
	Total	11,244	29			

a. Dependent Variable: المحور2

b. Predictors: (Constant), المحور1

Coefficients[a]

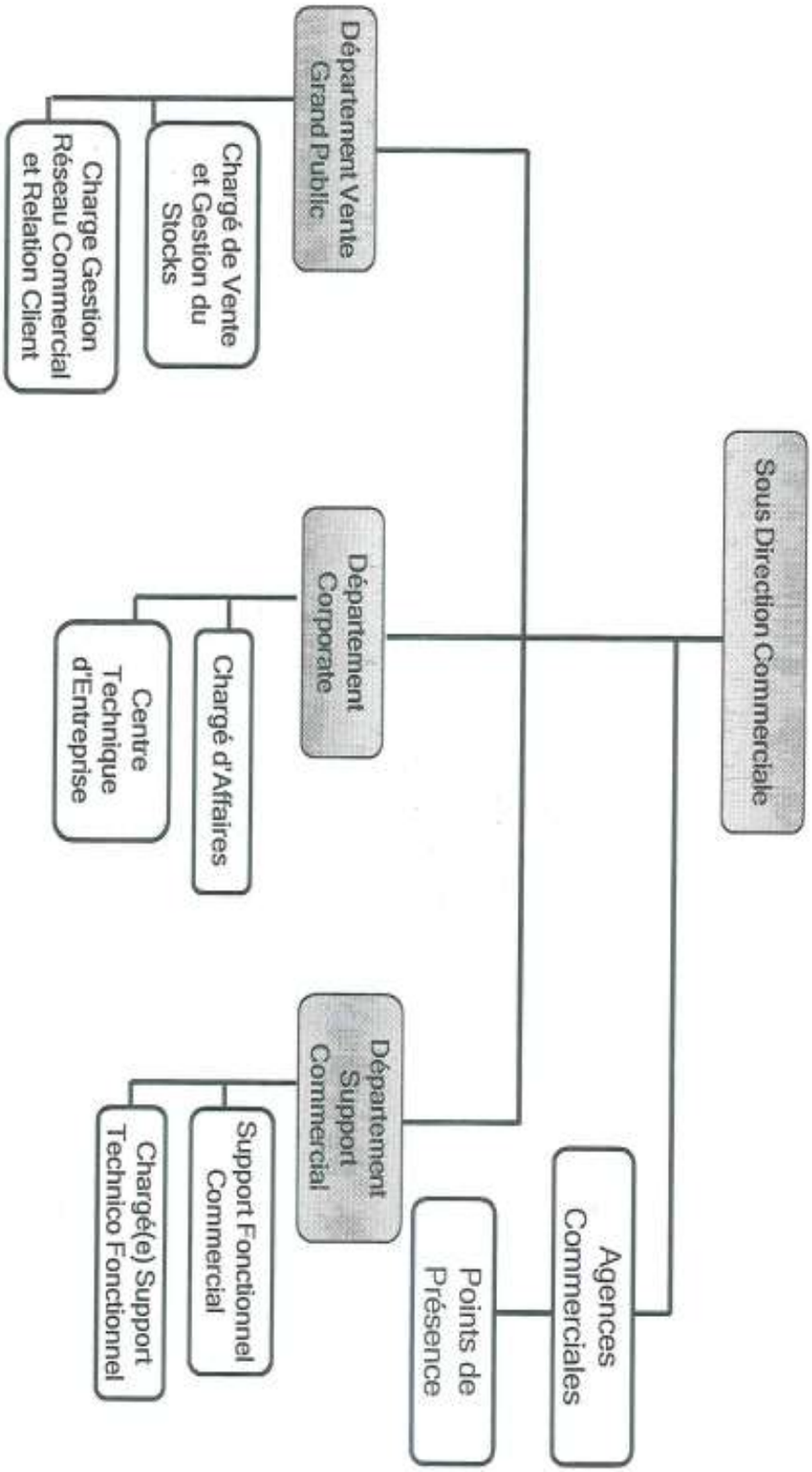
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,302	,445		,678	,503
	المحور1	,937	,118	,833	7,964	,000

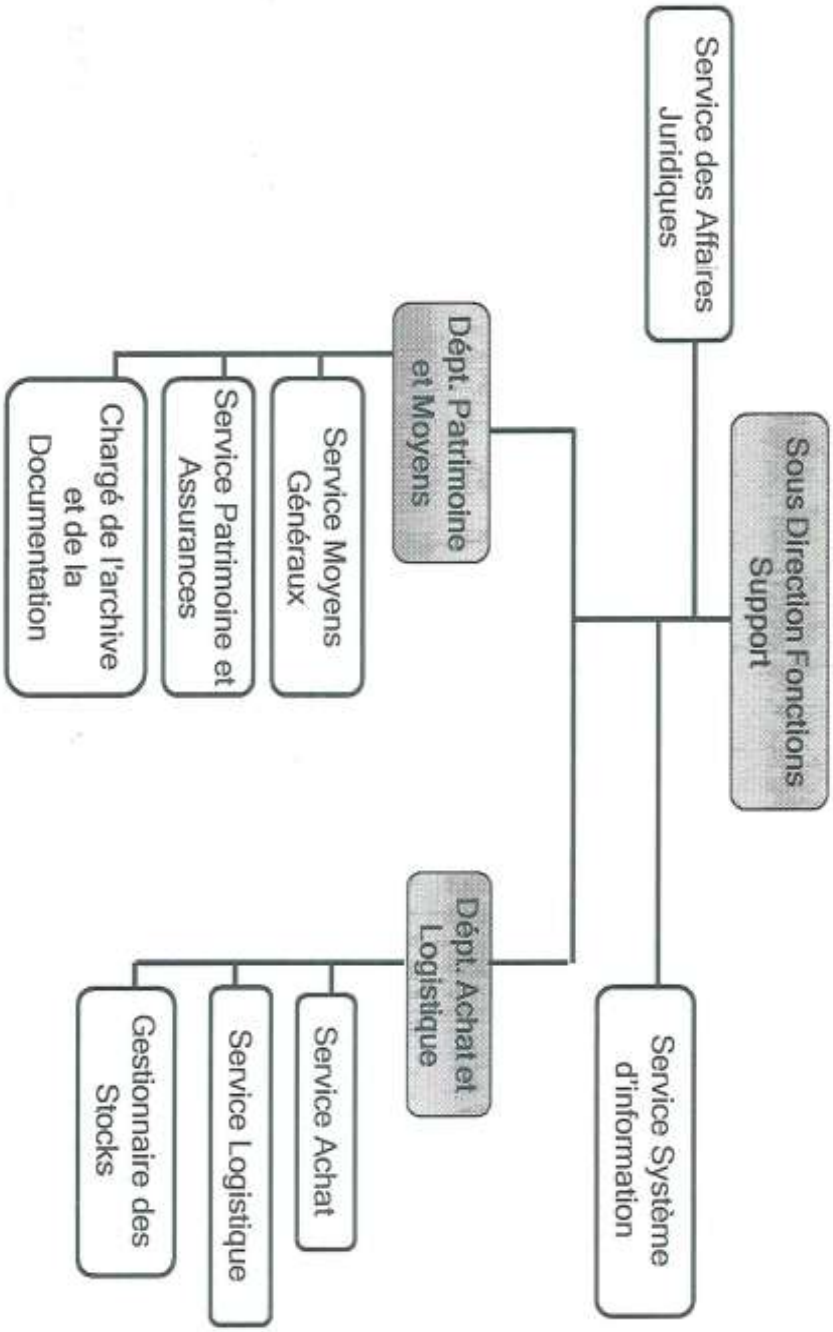
a. Dependent Variable: المحور2

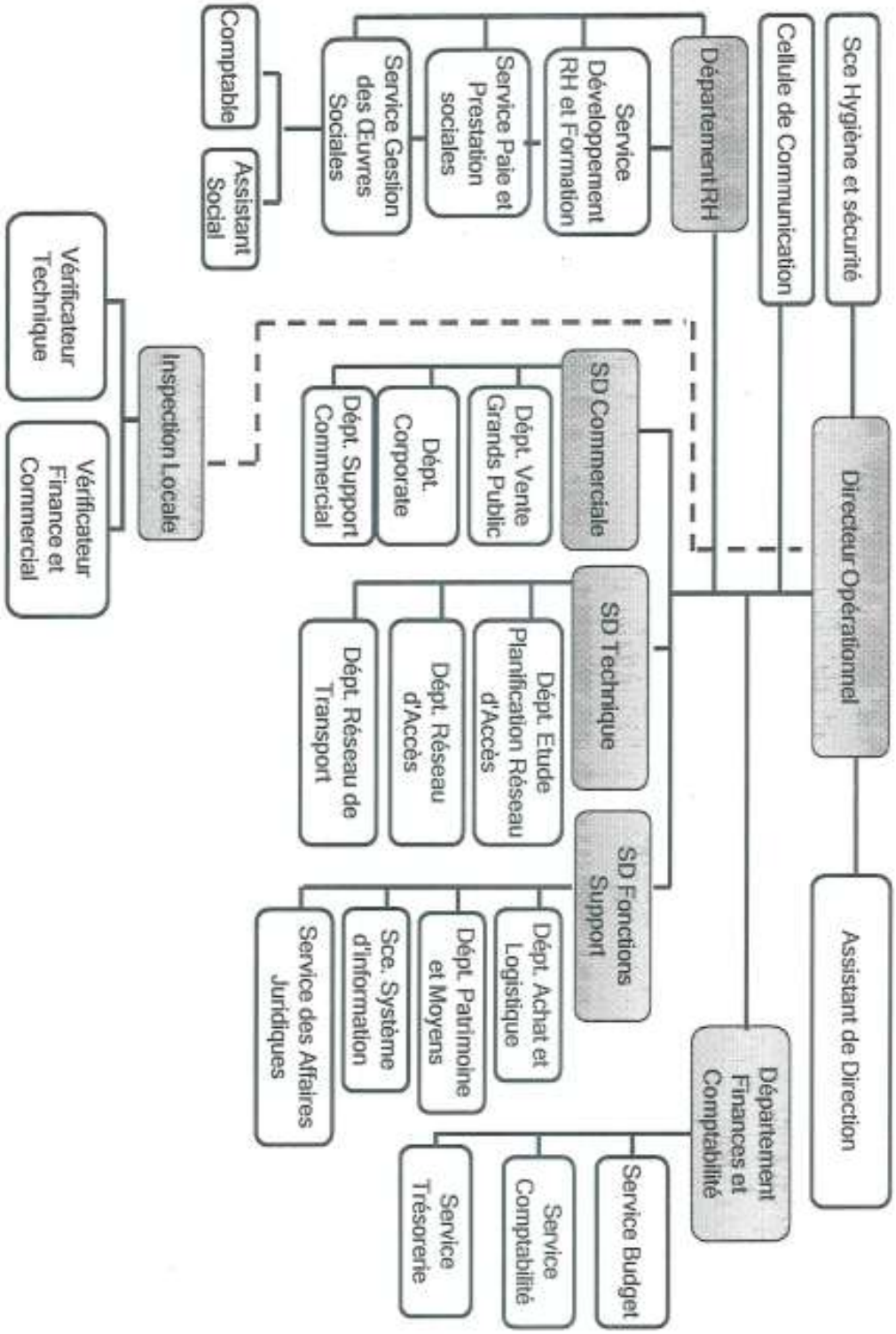
قائمة الأساتذة المحكمين للاستبيان.

الاسم واللقب	الرتبة	الجامعة
ياليشاني وهيبة	أستاذ محاضر صنف (أ)	جامعة المدية
يحياوي فطيمة	أستاذة محاضرة صنف (أ)	جامعة المدية

المصدر من إعداد الطالبتين.


Sous Direction Commerciale
Agences Commerciales
Points de Présence
Département Support Commercial
Support Fonctionnel Commercial
Chargé(e) Support Technico Fonctionnel
Département Corporate
Chargé d'Affaires
Centre Technique d'Entreprise
Département Vente Grand Public
Chargé de Vente et Gestion du Stocks
Charge Gestion Réseau Commercial et Relation Client


Sous Direction Fonctions Support
Service des Affaires Juridiques
Dépt. Patrimoine et Moyens
Service Moyens Généraux
Service Patrimoine et Assurances
Chargé de l'archive et de la Documentation
Service Système d'information
Dépt. Achat et Logistique
Service Achat
Service Logistique
Gestionnaire des Stocks


Sce Hygiène et sécurité
Cellule de Communication
Département RH
Service Développement RH et Formation
Service Paie et Prestation sociales
Service Gestion des Œuvres Sociales
Comptable
Assistant Social
Directeur Opérationnel
Assistant de Direction
SD Commerciale
Dépt. Vente Grands Public
Dépt. Corporate
Dépt. Support Commercial
SD Technique
Dépt. Etude Planification Réseau d'Accès
Dépt. Réseau d'Accès
Dépt. Réseau de Transport
SD Fonctions Support
Dépt. Achat et Logistique
Dépt. Patrimoine et Moyens
Sce. Système d'information
Service des Affaires Juridiques
Département Finances et Comptabilité
Service Budget
Service Comptabilité
Service Trésorerie
Inspection Locale
Vérificateur Technique
Vérificateur Finance et Commercial