



عمادة البحث العلمي
DEANSHIP OF SCIENTIFIC RESEARCH

مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية
Journal homepage:
<http://scientific-journal.sustech.edu/>



دور رأس المال الفكري على الميزة التنافسية للشركات الصناعية الغذائية بولاية الخرطوم

رندة ابراهيم محمد أحمد ابو عوف و علي عبد الله الحاكم
جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا - إدارة العلاقات الخارجية
جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا - كلية الدراسات التجارية

المستخلص:

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة دور رأس المال الفكري على الميزة التنافسية - دراسة حالة الشركات الصناعية الغذائية بولاية الخرطوم، استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، حيث تم الاعتماد على الاستبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات من عينة غير احتمالية وبناءً على ذلك تم توزيع (360) استبانة للشركات الصناعية الغذائية بولاية الخرطوم بنسبة استرداد (83.3%). ولتحقيق أهداف الدراسة تمت الاستعانة بالدراسات السابقة لبناء نموذج الدراسة وكذلك تطوير الفرضيات، وتم معالجة البيانات إحصائياً عن طريق (برنامج اموس 25) حيث تم التأكد من صلاحية النموذج عن طريقة اختبار الفا كرونباخ، توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: أن هنالك علاقة بين رأس مال العلاقات والميزة التنافسية، وأيضاً عدم وجود علاقة بين رأس المال البشري، ورأس المال الهيكلي والميزة التنافسية. تم مناقشة النتائج ومقارنتها مع الدراسات السابقة، ومن ثم تقديم عدد من التوصيات والمقترحات بشأن الدراسات المستقبلية.

ABSTRACT:

The aim of this study is to test the role of the intellectual capital on competitive advantage, a case study on industrial food companies in Khartoum State. The study adopted the descriptive analytical method, whereas the questionnaire had been considered as the main tool for data collection from a non-probability sample. Accordingly, 360 questionnaires were distributed for industrial food companies in Khartoum state, while the retrieve rate amounted to (83.3%). in order to achieve the objectives of the study, previous studies were used to construct the study model, as well as to develop its hypotheses. The data were statistically analyzed using (AMOS v25), and the model reliability was checked through using Alpha Chronbach test. The study most important results include the existence of a relationship between relational capital and competitive advantage. Moreover, a negative relationship exists between (human capital, structural capital) and competitive advantage. The results were discussed and compared with the previous studies; and recommendations and certain proposals are given for the future studies .

الكلمات المفتاحية: رأس المال الفكري، الميزة التنافسية ، رأس المال البشري .

المقدمة:

تعتبر الميزة التنافسية إحدى إفرزات العولمة والتي تعنى الانفتاح على العالم ثقافياً واقتصادياً وإدارياً وسياسياً وتكنولوجياً، فهي تجعل المؤسسة في مركز تنافسي أفضل من خلال الاستغلال الأمثل والمتميز لقدرات وموارد المؤسسة وإمكاناتها في تدعيم مركزها التنافسي ومواجهة تحديات المنافسة (السلمي، 2001م) .

أدى الانفتاح الكبير على الأسواق العالمية والتطور التكنولوجي السريع إلى زيادة حدة المنافسة، فقد أصبح السعي إلى تحقيق التفوق والتميز الشغل الشاغل لمنظمات الأعمال للبقاء والاستمرار، فلم تعد النماذج التقليدية للتنافس قادرة على تحقيق الاستدامة والميزة التنافسية، خاصة في ظل ظهور الاقتصاد في صورة جديدة متطورة رافقتها تنافسية عالية؛ فرضت على منظمات الأعمال تبني أفكار ومعارف فكرية وإدارية وتكنولوجيا جديدة. حيث من الصعب أن تحافظ على تلك المزايا التنافسية لفترات طويلة، وهنا تسعى إدارة الشركات إلى فهم وإدراك سياسة عمل الأسواق الجديدة للتنافس والتغيرات البيئية المختلفة، التي تفسر اختلاف المنظمات في سلوكها التنافسي (عيشوش، 2016م).

يُعد رأس المال الفكري من أكثر الموجودات قيمة في القرن الحادي والعشرين لأنه يمثل قوى علمية قادرة على إدخال التعديلات الجوهرية على كل شيء في إدارة الشركات فضلاً عن الابتكارات المتلاحقة (Drucker, 1999, p75)، ويُعد رأس المال الفكري بما فيه (البشري والعلاقاتي والهيكلية) السلاح الأساسي لشركات الأعمال في عالم اليوم، لأن الموجودات الفكرية تمثل القوة الخفية التي تضمن البقاء للمؤسسة (السعيد، 2008م).

التطور الذي حدث مؤخراً قد انعكس على مدخلات ومخرجات مختلف الشركات، كان لا بد أن يصاحبه تطور مماثلاً على مستوى الإدارة والفكر الإداري، كان لا بد للشركات تحقيق هدفها وهو تحقيق الميزة التنافسية والاستمرار فيها، ولتحقيق هذا الهدف أصبح هاجس إدارة الشركات الحديثة أن تستثمر رأس المال الفكري بشكل متناسق ومنظم في هذا الاتجاه، ويعد تطبيق أسلوب تنمية واستثمار رأس المال الفكري في المؤسسة الحديثة من أهم وأنجح الأساليب الإدارية الحديثة، والذي يُعنى بالاستغلال الأمثل للمعرفة الضمنية والصريحة في المؤسسة بهدف تحقيق وتعزيز الميزة التنافسية والاستمرار والبقاء في عالم الأعمال. (بوسهوه، 2011م).

مشكلة الدراسة:

في ظل بيئة شديدة المنافسة، تسعى المنظمات إلى كسب مزايا تنافسية من خلال إضافة قيمة للعميل، أو تحقيق التميز في إدارة المهارات الفكرية والعقلية لدى المورد البشري، وتدعيم الإمكانات والطاقات البشرية لديها، وبالتالي أصبح الاهتمام برأس المال الفكري السبيل المضمون لتحقيق التميز التنافسي يعد أحد أهم المصادر القادرة على خلق قيمة تنافسية، ويعتبر من الموجودات غير الملموسة والأكثر أهمية، وذلك لأن الأصول المادية تتآكل مع مرور الوقت وتتخفف قيمتها السوقية، عكس الأصول الفكرية سواء كانت بشرية، أو تنظيمية أو علاقاتية، فهي الأساس الوحيد لبناء واستدامة الميزة التنافسية. ومن خلال إطلاع الدارسة على عدة دراسات سابقة متعلقة بمتغيرات الدراسة تبين بأن هنالك بعض الفجوات التي ظهرت وأغفلت عنها تلك الدراسات منها:

1. الفجوة البحثية الأولى: المتغير المستقل رأس المال الفكري: وتم اختيار رأس المال الفكري ليكون متغيراً مستقلاً وتناولت الدراسات رأس المال الفكري واتفقت مع دراسة (عجالي، 2017م) ولكن تم تناوله من ناحية مراحل وأبعاد مختلفة عن الدراسة (مرحلة إدارة المعرفة، مرحلة إدارة الابتكار، مرحلة إدارة الملكية الفكرية)، كما نجد في دراسة (العوامرة، 2016م) وأبعاده (الاستقطاب، الصناعة، التنشيط، والمحافظة على رأس المال الفكري) وفي دراسة (Ramona & Alexandra, 2015) لم يتم تناول أبعاد له، وتم اختيار رأس المال الفكري متغير مستقل وأبعاده (رأس المال البشري، رأس مال العلاقات، رأس المال الهيكلية) بناءً على دراسات سابقة ولأنها تتوافق مع أبعاد المتغيرات الأخرى ونقيس المتغير بشكل جيد.
2. الفجوة البحثية الثانية: المتغير التابع الميزة التنافسية: تناولت الدراسة الميزة التنافسية كمتغير تابع وهذا يتفق مع دراسة (Ramona & Alexandra, 2015) ولكنها تناولت الميزة التنافسية كمتغير من غير أبعاد، كما نجد بعض الدراسات تناولت الميزة التنافسية بأبعاد متعددة مثل دراسة (عبد الفتاح، 2018م) وتناولت الأبعاد (التكلفة، الجودة، المرونة، الانتشار)، وأيضاً

دراسة (صابون، 2017م) تتناول الأبعاد (التميز، الاستجابة، الإبداع)، ودراسة (AI-Sukkar, 2013) تتناول الأبعاد (خفض التكاليف، الابتكار والتجديد)، إلا أن الدراسة تناولت الميزة التنافسية بأبعادها (التكلفة، الإبداع، الجودة، التسليم) بالاعتماد على دراسات سابقة وهي التي أجمع عليها عدد كبير من الدراسات، وتم اختيارها لأنها الأبعاد الأحدث وتقيس المتغير وتتوافق مع بقية المتغيرات.

3. الفجوة البحثية الثالثة: دراسة الحالة هذه الدراسة لم يتم تطبيقها على الشركات الصناعية الغذائية، مثلاً على ذلك دراسة (Yaseen, 2016) تم تطبيقها على شركات الاتصالات، ودراسة (Ramona & Alexandra, 2015) تم تطبيقها على الشركات الصغيرة والمتوسطة، حيث أهملت تلك الدراسات جانب الشركات الصناعية الغذائية والتي تمثل دعامة حقيقية فهي تقوم بدور مهم في تنمية الاقتصاد الوطني وتحقيق الأهداف الاجتماعية وإيجاد فرص العمل مما جعلها تكتسب مكانة كبيرة تستحق الدراسة.

وبالرغم من أهمية الموضوع بعد مراجعة الدراسات السابقة فإنه من النادر وجود دراسات مشابهة في الدول النامية وفي السودان بصفة خاصة كبيئة محلية تربط بين المتغيرات بشكل مباشر، وبناءً على ما تقدم فقد جاءت هذه الدراسة بعنوان (دور رأس المال الفكري على الميزة التنافسية في الشركات الصناعية (الغذائية) بولاية الخرطوم) لتغطي جانباً من الفجوات البحثية السابقة. وعليه تكون صياغة مشكلة الدراسة في السؤال الرئيسي: ما هو دور رأس المال الفكري على الميزة التنافسية في الشركات الصناعية (الغذائية) بولاية الخرطوم؟

ويتفرع هذا السؤال إلى أسئلة فرعية هي كالتالي:

1. هل الشركات الصناعية (الغذائية) بولاية الخرطوم تهتم برأس المال الفكري؟
2. هل الشركات الصناعية (الغذائية) بولاية الخرطوم تهتم بتحقيق الميزة التنافسية؟
3. هل رأس المال الفكري يؤثر على تحقيق الميزة التنافسية في الشركات الصناعية (الغذائية) بولاية الخرطوم؟

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى بيان دور رأس المال الفكري على تحقيق الميزة التنافسية في الشركات الصناعية (الغذائية) بولاية الخرطوم وذلك لتحقيق الأهداف التالية:

1. معرفة مدى اهتمام الشركات الصناعية (الغذائية) بولاية الخرطوم برأس المال الفكري.
2. قياس مدى اهتمام الشركات الصناعية (الغذائية) بولاية الخرطوم بتحقيق الميزة التنافسية.
3. بيان مدى إسهام رأس المال الفكري كمبادرة في الوصول للميزة التنافسية في الشركات الصناعية (الغذائية) بولاية الخرطوم.

أهمية الدراسة: يتم تقسيم أهمية هذه الدراسة إلى ما يلي:

الأهمية النظرية:

تتبع أهمية الدراسة من خلال حيوية الموضوع الذي تناولته وهو دور رأس المال الفكري على الميزة التنافسية وسعي الدراسة لاختبار النموذج ومدى قدرة نظرية المواد على تفسيره، تسهم هذه الدراسة في فتح آفاق جديدة للباحثين في دراسة دور رأس المال الفكري على الميزة التنافسية مع متغيرات أخرى غير التي تم أخذها في الدراسة أو بتغيير دراسة الحالة، محاولة تضيق وسد الفجوة البحثية في الدراسات السابقة من خلال العلاقات بين متغيرات الدراسة، تتناول الدراسة أهمية رأس المال الفكري والميزة التنافسية كموضوع فلسفي لتنمية المصادر وسد النقص في أدبيات الدراسة وإضافة حقيقية لإثراء البحث العلمي.

أهمية الدراسة التطبيقية:

1. تساعد متخذي القرار بالإدارة العليا في اتخاذ قرار رشيد في الشركات الصناعية الغذائية.

2. قد تسهم الدراسة في توجيه أنظار المديرين وصانعي القرار إلى أهمية استخدام رأس المال الفكري بكفاءة في مؤسسات القطاع الصناعي وتدعيمها باستخدام التكنولوجيا مما يساعد علي خلق الإبداع وتحقيق الميزة التنافسية.

3. المساهمة في وضع بعض المقترحات والتوصيات للإدارات العليا لتعزيز دور رأس المال الفكري والميزة التنافسية في الشركات الصناعية.

التعريفات الإجرائية لمتغيرات وأبعاد الدراسة:

أولاً: رأس المال الفكري: هو قوة متفردة تتفوق بها المنظمات علي منافسيها، من خلال تكامل مجموعة من الخبرات، المعارف والكفاءات التي تعمل على توظيف هذه المهارات من أجل تحقيق الأهداف (لويزة 2016م، ص67) .

رأس المال البشري: هو عبارة عن مزيج عناصر المعرفة المتعلقة بالمهارات وتراكم الخبرة، والإبداع، والابتكار، ومقدرة أفراد المنشأة على أداء مهامهم، ويعتبر رأس المال البشري غير قابل للملكية من قبل المنشأة. (لويزة 2016، ص73).

رأس مال العلاقات: هو قيمة العلاقات التي تنشئها المنظمة مع زبائنها ومورديها ومنافسيها من خلال زيادة رضا الزبون وولائه، ومدى الاحتفاظ به (لويزة ، 2016، ص76) . رأس المال الهيكلي: أن رأس المال الهيكلي يمثل قدرات المنظمة التنظيمية، التي

تسمح بالمشاركة في المعرفة ونقلها وتعزيزها عن طريق الموجودات الفكرية الهيكلية المتمثلة في نظم المعلومات وبراءات الاختراع وحقوق النشر والتأليف والعلامة التجارية التي تمثل شخصية المنظمة وقيمتها وهويتها. (لويزة 2016، ص75) .

ثانياً: الميزة التنافسية: هي القدرة التي تتفوق بها المنظمة على بقية المنظمات، وتسمح لها بأداء أنشطتها بفاعلية أكثر مقارنة بالمنافسين. (لويزة 2016، ص152) .

التكلفة: يقصد بها تخفيض التكلفة من خلال الاستخدام الكفاء للطاقة الإنتاجية المتاحة (الطويل، رعيد 2008م، ص13) .

الإبداع: هو كل ما يطرأ على منتجات الشركة وهياكلها، من جديد وتقدم، من خلال تقديم منتج أو خدمة جديدة أو العمل بأسلوب جديد ومختلف عن المنافسين. (لويزة 2016م، ص157) .

الجودة: هي قدرة والتزام الشركة على تقديم منتجات بمواصفات تُحقق أو تفوق متطلبات الزبائن لإرضائهم وإشباع رغباتهم وتحقيق متطلبات السوق. (لويزة 2016، ص157).

التسليم: هو قدرة العمليات على مواجهة طلبات الزبائن وتسليمها لهم في الوقت المحدد (الطويل، رعيد، 2008م، ص15) .

رأس المال الفكري:

يمكن اعتبار رأس المال الفكري مجموعة من أصول المعرفة التي تحتفظ بها المنظمة والتي تدفع بشكل كبير الابتكار التنظيمي وعمليات إنشاء القيمة، وهو قوة متفردة تتفوق بها المنظمات علي منافسيها. (Lentjuškova & Inga, 2016)

أهمية رأس المال الفكري:

كما تأتي أهمية رأس المال الفكري من كونه أكثر الموجودات قيمة في القرن الحادي والعشرين لأنه يمثل قوى علمية قادرة على إدخال التعديلات الجوهرية على كل شئ في أعمال منظماتهم فضلاً عن ابتكاراتهم المتلاحقة، ومن أهمية رأس المال الفكري ما يلي (السعيد، 2008م، ص23):

1. يساعد في خلق معارف جديدة.

2. يساعد في زيادة كفاءة استخدام الأصول ويحقق إنتاجية أعلى وخدمة أفضل للزبائن.

3. يلعب رأس المال الفكري دوراً مهماً في بناء الشركة المتعلمة المستجيبة لبيئة تنافسية دائمة التغير .

4. يساهم في تعزيز الموقع التنافسي للشركات.

5. يعد رأس المال الفكري السلاح الأساس للشركة في عالم اليوم، لأن الموجودات الفكرية تمثل القوة الخفية التي تضمن البقاء للمؤسسة.

6. يعمل على حماية المنتجات والخدمات المحققة من ابتكارات الشركة مع محاولة خلق حواجز لدخول منافسين جدد.

مكونات رأس المال الفكري:

رغم تباين وجهات النظر بشأن مكونات رأس المال الفكري فقد اتفق اغلب الباحثين ومنهم (توماس ستيوارت، 1997م) ، (مايو 2000م)، (أبو سويرح ، 2015م)، على أنه يتكون من ثلاث مكونات فرعية هي: رأس المال البشري ورأس المال الهيكلي ورأس المال العلاقتي أو الزبوني، ويعتبر هذا التقسيم الأكثر شمولية في المنظمات وهو التقسيم الذي سيعتمد عليه الدارس ومن أهم مؤشرات رأس المال البشري في الشركة هي: معرفة العاملين وإبداع والابتكار للعاملين، قدرات العاملين وكفاءة عمليات تدريب العاملين، اتجاهات العاملين، ومن أهم مؤشرات رأس مال العلاقات في الشركات هي: القدرات التسويقية الأساسية، كثافة السوق: الحصة السوقية، مؤشرات ولاء الزبائن. ومن أهم مؤشرات رأس المال الهيكلي في الشركات هي: الثقافة العامة، الهيكل والتعلم التنظيمي، مدة عمليات الأنشطة والأعمال، مستوى جودة المنتج، نظام المعلومات، الملكية الفكرية. (صالح، 2009م، ص15).

الميزة التنافسية:

أهمية الميزة التنافسية: تكمن أهمية الميزة التنافسية فيما يلي (يحصية، وصاف، 2005م):

1. خلق قيمة للعملاء تلبي احتياجاتهم وتضمن ولائهم.
2. تحقيق التميز الاستراتيجي عن المنافسين في السلع والخدمات المقدمة إلى العملاء
3. تحقيق حصة سوقية للمؤسسة وكذا ربحية عالية للبقاء والاستثمار في السوق.

أبعاد الميزة التنافسية :

إن المقصود بأبعاد الميزة التنافسية الخصائص التي تختارها الشركة وترتكز عليها عند تقديم المنتجات وتلبية الطلبات في الأسواق. (جبره، 2017م، ص99) واختلف الكتاب والباحثون في تحديد مكونات وأبعاد تحقيق الميزة التنافسية ، منها بعد التكلفة والجودة والتسليم والإبداع وتم تعريفهم سابقاً وكذلك بعد المرونة وهي تعد بأنها الأساس لتحقيق الميزة التنافسية للشركة من خلال الاستجابة السريعة للتغيرات التي قد تحدث في تصميم المنتجات وبما يلائم حاجات الزبائن (العلي وآخرون 2006م، ص39).

أنواع الميزة التنافسية :

العديد من الكتابات ميزت بين عدة أنواع من الميزة التنافسية ونميز بين نوعين منها:

1. ميزة التكلفة الأقل: يمكن لمؤسسة ما أن تحوز ميزة التكلفة الأقل إذا كانت تكاليفها المتراكمة بالأنشطة المنتجة للقيمة أقل من نظيرتها لدى المنافسين (M. Porter 1993, P85)،

2. ميزة التميز: تتميز المؤسسة عن منافسيها عندما يكون بمقدورها الحياة على خصائص فريدة تجعل الزبون يتعلق بها، ولكي يتم الحياة على هذه الميزة فإنها تستند إلى عوامل تدعى بعوامل التفرد ومنها التعلم بجميع أنواعه.

هنالك أنواع أخرى للميزة التنافسية وفقاً للوقت والجودة (سالمان ، 2005م، ص 117):

1. ميزة الوقت: حيث يتبارى المتنافسون في اختصار الوقت بين كل ابتكار وتقديم لمنتج جديد واختزال وقت إنتاج المنتج وتسليم المنتجات في التوقيت المتفق عليه، ليس ذلك فقط بل في التوقيت الذي يحدده العميل.

2. ميزة الجودة: حيث تتفق الجودة عندما تتجح الشركة في تصميم وتنفيذ وتقديم منتج يشبع حاجات وتوقعات العميل، حتى تلك التي لم يفصح عنها.

مصادر الميزة التنافسية:

ذكرت مصادر الميزة التنافسية بعدة طرق منها:

هناك عدة مصادر يمكن أن تتفوق الشركة من خلالها ومنها (نجم 1999م، ص 9):

1. الابتكار: والذي يعني التحسين المستمر بإدخال الأفكار الجديدة دائماً على المنتج أو الخدمة المقدمة، مما يضمن استمرارية الشركة في التنافس.

2. الوقت: حيث يعتبر الوقت سواء في إدارة الإنتاج ميزة تنافسية كبيرة في الآونة الأخيرة.

3. المعرفة: والتي يقصد بها الخبرة والتجارب المتراكمة لدى الأفراد العاملين في الشركة.

وأيضاً ذكرت مصادر أخرى للميزة التنافسية ويمكن التمييز بين ثلاث مصادر للميزة التنافسية هي: التفكير الاستراتيجي وفيه تستند المؤسسات على إستراتيجية معينة للتنافس بهدف تحقيق أسبقية على منافسيها، وأيضاً الإطار الوطني وكذلك مدخل الموارد كأساس لبناء ميزة تنافسية. وعند اكتساب الميزة التنافسية يفترض على المؤسسات البحث عن مختلف العناصر، التي تمكنها من تقوية موقعها في السوق، ونجد أن معظم مصادر الميزة التنافسية تتجلى في: المصادر المرتبطة بالحجم والمصادر المرتبطة بالموارد (بوشناف، 2000م، ص 48) .

نظرية الموارد:

لقد ظهرت نظرية الموارد في الثمانينات من القرن العشرين من خلال أعمال ويرنيرفيلت (Wernerfelet) وهو أول من استعمل مصطلح المقاربة المبنية على الموارد (View Based Resource RBV)، حيث اعتبرت نظرية الموارد والمهارات المؤسسة على أنها مجموعة فريدة من الموارد المادية وغير المادية أو حافظة للمهارات المتميزة التي تساهم بشكل أساسي في إتمام المنتجات وتمييزها، ومن هذا المنطلق فإن الأداء يرتبط ارتباطاً جوهرياً بهذه الموارد والمهارات وكيفية استغلالها بشكل أفضل مما يحقق التحسين في الأداء.

ويعرف (Barney, 1991) الموارد بتعريف شامل بأنها تشتمل على كل الأصول، والقدرات، والعمليات التنظيمية، والخصائص المتعلقة بالشركة، والمعلومات والمعرفة، وتتصف الموارد بإمكانية التحكم فيها والسيطرة عليها من جانب المنظمة، وأيضاً تمكنها من وضع وتنفيذ إستراتيجيات تسمح لها بتحسين وتطوير نشاطها وأدائها. ولقد صنفها إلى ثلاث أنواع: أصول مادية، أصول بشرية، أصول تنظيمية، في حين أنه يمكن تصنيف موارد المؤسسة حسب طبيعتها إلى موارد ملموسة أو مادية وموارد غير ملموسة أي غير مادية.

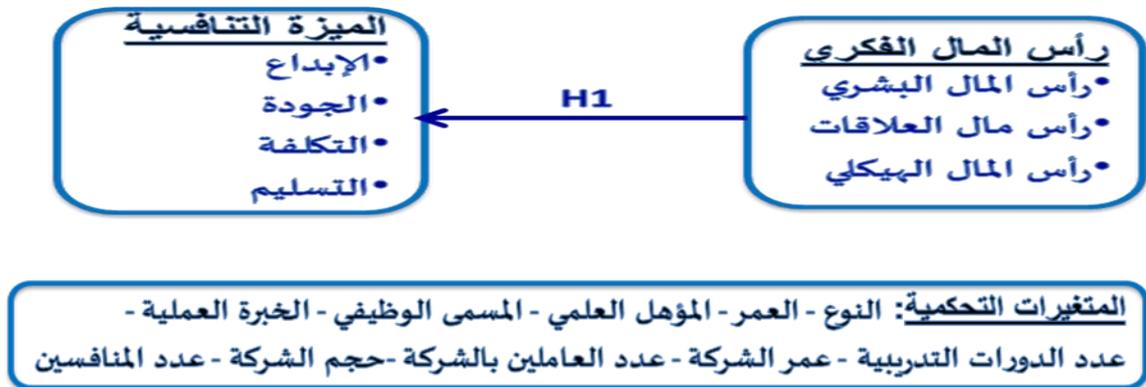
بناءً على ما سبق، نجد أنها نظرية تُصور المنشأة على أنها مجموعة من الموارد بعضها عادي متاح لجميع المنشآت ويسهل الحصول عليه أو تقليده من قبل المنافسين، والآخر خاص يكون نادر ويصعب الحصول عليه وتقليده أو استبداله مما يجعله عائقاً أمام المنافسين ويمكنها من الأفضلية والتميز على المنشآت الأخرى، وفكرة نظرية الموارد الأساسية تكمن في امتلاك المنظمات لموارد ومهارات ومعارف يصعب على المنافسين تقليدها ومواجهتها، وبالتالي يكون الاختلاف في الموارد غير ملموسة لها وتمثل الموارد البشرية المتميزة في المؤسسات والذي يمثل رأس مال فكري وهو الذي يفسر اختلاف الأداء بين المؤسسات العاملة في القطاع، كما أن تجديد الاستثمارات للمحافظة على الموارد والمهارات في المؤسسة يكون بهدف توليد الميزة التنافسية واستمرارها. (فرج الله، 2017م) .

نموذج الدراسة:

وبناء على نظرية الموارد واعتماداً على الدراسات السابقة فقد تم التوصل إلى النموذج التالي:

المتغير المستقل: رأس المال الفكري وإبعاده وهي (رأس المال البشري، رأس مال العلاقات، رأس المال الهيكلي).

المتغير التابع: الميزة التنافسية وإبعادها هي (الإبداع، الجودة، التكلفة، التسليم).



المصدر : من إعداد الباحثان، 2019م

شكل رقم (1) : نموذج الدراسة

تطوير فرضيات الدراسة:

فرضيات الدراسة هي علاقة بين متغيرين أو أكثر يعبر عنها في شكل عبارات قابلة للاختبار، ويمكن تنمية هذه الفروض من خلال الدراسات السابقة عن طريق الاستنتاج والمسح والتتبع. (Sekarn, 2005) وتم تطوير الفرضية لغرض قياس العلاقة بين المتغيرات، والفرضية وهي:

وجود العلاقة بين رأس المال الفكري وتحقيق الميزة التنافسية :

توصلت بعض الدراسات السابقة إلى أن هنالك علاقة إيجابية بين كل من رأس المال الفكري والميزة التنافسية وذلك في دراسة كل (لويزة، 2016م) ، من أهم النتائج وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين رأس المال المعرفي وتحقيق الميزة التنافسية في الشركة، حيث أوضحت الدراسة توفر أبعاد كل من (رأس المال البشري والهيكلية بدرجة كبيرة تفوق رأس المال الزبوني) حيث يسهم كل منهما في تحقيق الميزة التنافسية لشركة الاسمنت عين التوتة وأبعادها هي (الجودة، الكفاءة، الإبداع، الاستجابة)، ودراسة (Altarawneh, 2017) حيث تظهر النتائج تأثيراً إحصائياً قوياً كبيراً لرأس المال الفكري (رأس المال البشري، رأس المال المترابط، رأس المال الهيكلي) على الميزة التنافسية في شركات الأدوية الأردنية ، ونشير النتائج أيضاً إلى أن كلاً من أبعاد رأس المال الفكري لها تأثيرها الخاص على الميزة التنافسية، ودراسة (Tamara el.at, 2017) والتي أثبتت أن الأصول غير المادية (رأس المال البشري، رأس مال العلاقات، رأس المال الهيكلي) هي المصدر الأساسي للقيمة والقدرة التنافسية في المؤسسات الحديثة، ومن خلال العلاقات في الدراسات السابقة التي توصلت إليها الدراسة، يمكن افتراض الفرضية التالية:

هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين رأس المال الفكري (رأس المال البشري، رأس مال العلاقات، رأس المال الهيكلي) وتحقيق الميزة التنافسية (الإبداع، الجودة، التكلفة، التسليم) في الشركات الصناعية الغذائية.

وتتفرع منها (3) فرضيات وهي:

1. هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين رأس المال البشري وتحقيق الميزة التنافسية (الإبداع، الجودة، التكلفة، التسليم) في الشركات الصناعية الغذائية.

2. هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين رأس مال العلاقات وتحقيق الميزة التنافسية (الإبداع، الجودة، التكلفة، التسليم) في الشركات الصناعية الغذائية.

3. هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين رأس المال الهيكلي وتحقيق الميزة التنافسية (الإبداع، الجودة، التكلفة، التسليم) في الشركات الصناعية الغذائية.

منهجية الدراسة: انتهجت الدراسة أسلوب المنهجية الكمية لأن البيانات تم جمعها عن طريق الاستبانة وتم تحويلها إلى بيانات كمية وفي تصميم البحث اعتمدت الدراسة وفقاً لمتغيراتها علي المنهج الوصفي التحليلي الذي يحاول من خلاله وصف الظاهرة موضع الدراسة، وتحليل بياناتها وبيان العلاقة بين مكوناتها، من خلال جمع الحقائق والمعلومات عن الظاهرة وتحليلها ومن ثم استخلاص النتائج.

مدخل الدراسة: تقوم الدراسة علي المدخل الاستنباطي هو منهج لاختبار أو تطوير نظرية لاستنباط العلاقة بين المتغيرات من خلال دراسات سابقة (Saunders et al., 2009).

مصادر بيانات الدراسة: مصادر أولية: وهذه تتمثل في الأشخاص الذين توافرت لديهم الصلة من خلال ممارستهم وخبراتهم ومدى خدمتهم في هذا المرفق، وقد استخدم الدارسان أداة الاستبانة.

مصادر ثانوية: وتشمل الكتب والمجلات العلمية المحكمة والرسائل الجامعية والمواقع الإلكترونية الدوريات والمؤتمرات بغرض تكوين إطار نظري للدراسة.

مجتمع الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من الشركات الصناعية بولاية الخرطوم - الإدارة العليا وذلك لتمكنهم من معرفة نقاط القوة والضعف في الشركة، ويبلغ عدد الأنشطة في الشركات (8 أنشطة) هي غذائية - كيميائية - هندسية - دباغة وجلود - نسيج - بلاستيك - معدنية - أخرى، تم الاعتماد على أسلوب العينة لأنه من غير العملي استقصاء كل عنصر من المجتمع (سيكاران، 2006م). تم اختيار نشاط الشركات الصناعية (الغذائية) بولاية الخرطوم لأهمية دورها في خدمة المجتمع وخدمة الاقتصاد في السودان عامة من ناحية، ومن ناحية أخرى فإنها تمثل أكثر عدداً من بقية الأنشطة الأخرى.

عينة الدراسة:

قام الدارسان بالاعتماد على العينة الميسرة غير احتمالية لأنها تتيح جمع البيانات من أعضاء المجتمع الموجودين في ظروف مريحة للباحث (Saunders et al., 2009)، وأيضاً بسبب عدم وجود إحصائية دقيقة لمجتمع الدراسة تكونت عينة الدراسة من (300) فرد من الإدارة العليا (مدير عام، نائب مدير، مدير إدارة، رئيس قسم) في الشركات الصناعية (الغذائية) بولاية الخرطوم.

أداة الدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة على وسيلة الاستبانة كأداة رئيسية للحصول على البيانات والمعلومات اللازمة والتي تهدف إلى قياس رأي أفراد العينة المختارة حول موضوع الدراسة، وتم تصميمه من طرف الباحثان اللذان قاما بالاعتماد على العديد من الاستبيانات الموجودة في الدراسات السابقة والتي تم الاعتماد عليها وهي دراسة كل من: لويزة فرحاتي (2016م)، أكرم احمد الطويل ورغيد إبراهيم إسماعيل (2008م)، وتتكون الاستمارة من قسمين:

القسم الأول: ويشتمل على البيانات الشخصية وبيانات الشركة المتعلقة بوصف عينة الدراسة وهي:

أولاً: الخصائص الديمغرافية: النوع - العمر - المؤهل العلمي - المسمى الوظيفي - الخبرة العملية - الدورات التدريبية.

ثانياً: البيانات المتعلقة بالشركة: عمر الشركة - عدد العاملين الحاليين بالشركة - حجم الشركة - عدد المنافسين.

القسم الثاني: يشمل عبارات متغيرات الدراسة الأساسية: وهي المحاور والتي من خلالها يتم التعرف على متغيرات الدراسة، ويشتمل هذا القسم عدد (7) محاور و(35) عبارة وهي:

جدول رقم (1): توزيع محاور الدراسة

المتغيرات	المحاور	محاور الدراسة	العبارات	مصدر المقاييس
المستقل رأس المال المعرفي	1	رأس المال البشري	5	لويزة فرحاتي 2016
	2	رأس مال العلاقات	5	لويزة فرحاتي 2016
	3	رأس المال الهيكلي	5	لويزة فرحاتي 2016
التابع الميزة التنافسية	4	الإبداع	5	لويزة فرحاتي 2016
	5	الجودة	5	لويزة فرحاتي 2016
	6	التكلفة	5	الطويل، ورغيد 2008
	7	التسليم	5	الطويل، ورغيد 2008
-	7	المجموع	35	

المصدر: إعداد الباحثان، 2019م

تقييم أدوات القياس:

اختبار صدق وثبات محتوى المقياس:

الاختبار المبدئي لأداة جمع البيانات (الصدق الظاهري): وبعد أن تم الانتهاء من إعداد الصيغة الأولية لمقاييس الدراسة، حيث تم استخدام مقياس ليكرت الخماسي وتم عرضها في شكل استبيان على مجموعة من المحكمين المختصين وذوي علاقة بمجال الدراسة بلغ عددهم (8) محكمين وذلك بغرض قياس صدق أداة الدراسة واستناداً إلى الملاحظات والتوجيهات التي أبدتها المحكمون تم إجراء التعديلات التي اتفق عليها معظم المحكمين.

اختبار الثبات أو الثقة والصدق :

يقصد بثبات المقياس الاتساق الداخلي بين عباراته، مما يعني استقرار المقياس وعدم تناقضه مع نفسه، والمقياس الثابت يعطي نفس النتائج إذا قاس نفس الشيء مرات متتالية، ويقاس مدى ثبات النتائج التي حصلنا عليها عندما تم أخذ القياس أكثر من مره أو في ظروف مختلفة وأيضاً يهتم بإظهار الدقة العلمية التي استخدمت في الدراسة (أوماسيكاران، 2006م، ص264)، ويقصد بصدق المقياس مدى قدرته على قياس الشيء المراد قياسه بدقة، ويساوي رياضياً الجذر التربيعي لمعامل الثبات (أوماسيكاران، 2006م، ص264)، قد تم استخدام معامل الفاكرونباخ (Alpha Cronbach) لقياس الثبات، وكلما زاد معامل ألفا عن (0.60) تعني زيادة مصداقية البيانات، كما أن انخفاض القيمة عن (0.60) دليل على انخفاض الثبات الداخلي. (أوماسيكاران، 2006م، ص436)، وتم اختيار عينة استطلاعية مكونة من (40) شركة من مجتمع الدراسة، بواقع استبانة لكل شركة، وإجري التحليل الإحصائي عن طريق برنامج (SPSS) للتحقق من صدق وثبات الاستبانة وكانت النتيجة كالتالي:

جدول رقم (2): نتائج اختبار ألفا كرونباخ للثبات والصدق لمقاييس عبارات محاور الدراسة

المتغيرات	محاور فروض الدراسة	ألفا كرونباخ	الصدق
الوسيط رأس المال الفكري	رأس المال البشري	0.9101	0.9540
	رأس مال العلاقات	0.9066	0.9522
	رأس المال الهيكلي	0.9209	0.9596
التابع الميزة التنافسية	التكلفة	0.8675	0.9313

0.9281	0.8614	الإبداع
0.9517	0.9057	التسليم
0.9496	0.9017	الجودة
0.9371	0.8783	إجمالي العبارات

المصدر: إعداد الباحثان من نتائج التحليل الإحصائي، 2019م.

من الجدول (2) نجد أن نتائج اختبار الثبات والصدق لجميع محاور الدراسة أكبر من (0.86) وتعني هذه القيم توافر درجة عالية جداً من الثبات لجميع العبارات أو على مستوى جميع إبعاد المقياس حيث بلغت قيمة الفا كرنباخ للمقياس الكلي (0.87) وقيمة الصدق (0.93) وهو ثبات وصدق مرتفع جداً لمحاور الدراسة وتتمتع بالثبات الداخلي لعباراتها.

استجابة العينة: تم جمع البيانات من الشركات محل الدراسة متمثلة في المديرين ونواب المدير ومديري الإدارات ورؤساء الأقسام، وتم توزيع عدد (360) إستبانة لمجتمع الدراسة وتم استرجاع عدد (300) استمارة بنسبة استرجاع بلغت (83.3%) والتي لم تسترد عددها (60) استمارة بنسبة بلغت (16.7%).

تحليل عينة الدراسة:

بيانات الدراسة الأساسية:

من خلال البيانات العامة التي تم جمعها عن المبحوثين بواسطة القسم الأول من الاستبانة، وباستخدام التكرارات الإحصائية تم تحديد خصائص عينة الدراسة هي كما يلي:

النوع: أن غالبية أفراد العينة المبحوثة من الذكور وبلغت نسبتهم (82%) بينما نسبة الإناث (18%) من إجمالي العينة المبحوثة.

العمر: أن أفراد العينة الذين تتراوح أعمارهم (أقل من 30 سنة) عددهم (24) بنسبة (8%) وعدد الذين تتراوح أعمارهم ما بين (30-39) سنة (96) بنسبة (32%) والذين تتراوح أعمارهم ما بين (40-49) سنة بلغ عددهم (120) بنسبة (40%) وأما الذين تزيد أعمارهم عن (50 سنة) بلغ عددهم (60) بنسبة (20%) من إجمالي العينة المبحوثة. يتضح من كل ذلك أن غالبية أفراد العينة تتراوح أعمارهم ما بين (30-49) سنة حيث بلغت نسبتهم (72%) مما يدل على أعمارهم تمكنهم من المشاركة في العمل بحيوية.

المؤهل: أن أفراد العينة من المستوى التعليمي (ثانوي) بلغ عددهم (9) بنسبة (3%)، بينما بلغت نسبة حملة (الدبلوم الوسيط) نسبتهم (8%)، وحملة (البكالوريوس) نسبتهم (33%)، وحملة (الدبلوم العالي) نسبتهم (19%)، وحملة (الماجستير) نسبتهم (27%)، وحملة (الدكتوراه) نسبتهم (10%)، ويتضح من ذلك أن الغالبية العظمى من أفراد العينة ممن يحملون الشهادة الجامعية فما فوق حيث بلغت نسبتهم (89%) مما يدل على أنهم مؤهلين لأداء العمل.

المسمى الوظيفي: أن غالبية أفراد العينة من الذين يعملون في وظيفة (مدراء إدارة) بلغ عددهم (135) بنسبة (45%) من أفراد العينة، والذين يعملون في وظيفة (رئيس قسم) نسبتهم (30%)، والذين يعملون في وظيفة (نائب مدير) نسبتهم (9%)، والذين يعملون في وظيفة (مدير عام) نسبتهم (16%). ويتضح من ذلك أن غالبية أفراد العينة المبحوثة من الذين يعملون في وظيفة (رئيس قسم ومدبر إدارة) حيث بلغت نسبتهم (75%) من إجمالي العينة وهذه دلالة على مدى معرفة وإدراك أفراد العينة بطبيعة موضوع الدراسة.

سنوات الخبرة العملية: أن أفراد العينة المبحوثة الذين تتراوح سنوات خبرتهم العملية من (5 سنة فأقل) بلغت نسبتهم (16%)، والذين تتراوح سنوات خبرتهم ما بين (6-10 سنة) نسبتهم (30%)، والذين تتراوح سنوات خبرتهم ما بين (11-15 سنة) نسبتهم

(35.7%)، والذين تتراوح سنوات خبرتهم ما بين (16 سنة فأكثر) نسبتهم (18.3%)، ويتضح من ذلك أن غالبية أفراد العينة المبحوثة تتراوح سنوات خبرتهم ما بين (6-15 سنة) حيث بلغت نسبتهم (65.7%). وهذه النسبة تدل على خبره تمكنهم من أداء العمل بطريقة ناجحة.

عدد الدورات التدريبية: أن أفراد العينة المبحوثة والذين لم يتلقوا أي دورة تدريبية في مجال العمل بلغت نسبتهم (26%)، وبلغت نسبة الذين تلقوا دورة واحدة (23%)، والذين تلقوا دورتان فقد بلغت نسبتهم (16%)، وأما أفراد العينة الذين تلقوا ثلاثة دورات فقد بلغت نسبتهم (7%)، وأما أفراد العينة الذين تلقوا أربعة دورات فقد بلغت نسبتهم (9%)، وأما أفراد العينة الذين تلقوا خمسة دورات فأكثر فقد بلغت نسبتهم (19%). ويتضح من ذلك أن غالبية أفراد العينة تلقوا دورات تدريبية في مجال العمل حيث بلغت نسبتهم (74%) وهذه النسبة تدل على فهم وإلمام أفراد العينة المبحوثة على عملهم مما يمكنهم من أداء أعمالهم بصورة سليمة وممتازة.

عمر الشركة: أن أفراد العينة المبحوثة الذين يتراوح عمر شركاتهم (أقل من 10 سنة) بلغت نسبتهم (39%) من أفراد العينة الكلية، وأما الذين يتراوح عمر شركاتهم (من 10-19 سنة) بلغت نسبتهم (43%) من أفراد العينة الكلية، وأما الذين يتراوح عمر شركاتهم (من 20 سنة فأكثر) بلغت نسبتهم (18%) من أفراد العينة الكلية.

عدد العاملين الحاليين بالشركة: أفراد العينة الذين يتراوح عدد العاملين الحاليين بالشركة لديهم (أقل من 10 عامل) نسبتهم (16%)، بينما بلغت نسبة الذين يتراوح عدد العاملين الحاليين بالشركة ما بين (10 وأقل من 20 عامل) نسبتهم (38%)، وأما الذين يتراوح عدد العاملين الحاليين بالشركة (من 20 عامل فأكثر) نسبتهم (46%).

حجم الشركة: أن أفراد العينة المبحوثة الذين يتراوح حجم الشركة (شركة صغيرة) نسبتهم (16%)، وأما الذين يتراوح حجم الشركة (شركة متوسطة) نسبتهم (38%)، وأما الذين يتراوح حجم الشركة (شركة كبيرة) نسبتهم (46%) من أفراد العينة الكلية. عدد المنافسين: أن أفراد العينة المبحوثة والذين يتراوح عدد المنافسين بها (أقل من 10 منافس) بلغت نسبتهم (37%)، ونسبة الذين يتراوح عدد المنافسين (من 10 وأقل من 20 منافس) نسبتهم (46.7%) من أفراد العينة الكلية، والذين يتراوح عدد المنافسين (من 20 منافس فأكثر) نسبتهم (16.3%).

التحليل العاملي الاستكشافي للمتغير المستقل رأس المال الفكري وللمتغير التابع الميزة التنافسية:

في هذا التحليل تم استخدام حزمة برنامج التحليل الإحصائي (SPSS) حيث كان عدد العبارات التي استخدمت لقياس المتغير المستقل (15) عبارة وللمتغير التابع (20) عبارة، ويتبين أن قيم الاشتراكات تزيد عن (0.50) والتشعبات أكبر من (0.50) وقيمة KMO تزيد عن (0.60) وقيمة الجزر الكامنة أكبر من الواحد، حيث تم استبعاد أي عبارة يقل تحميلها عن (0.5). ويوضح الجدول (3) نتائج عملية التحليل العاملي الاستكشافي للمتغير المستقل:

جدول رقم (3): التحليل العاملي الاستكشافي للمتغير الوسيط رأس المال الفكري

العبارات	1	2	3
يتم الاحتفاظ بالعاملين ذوي المهارات المتنوعة			.627
يملك العاملون خبرات جيدة لحل مشاكل العمل			.771
يتوفر لدى العاملين القدرة على تحمل المسؤولية في العمل			.909
العاملون لديهم القدرة على العمل كفريق عمل واحد			.915
تهتم الشركة بمعرفة آراء واقتراحات زبائنها	.876		
تعمل الشركة ببناء علاقات طيبة مع الموردين	.871		
يتم دراسة التغيرات البيئية التنافسية لتطويرها.	.858		
تتوفر أنظمة معلومات تدعم اتخاذ القرار	.827		

.847	تشريح إدارة الشركة السياسات والإجراءات للعاملين بوضوح
.813	الهيكل التنظيمي بالشركة يمتاز بالمرونة
.738	Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy .
1303.988	Bartlett's Test of Sphericity
45	Df
.000	Sig.

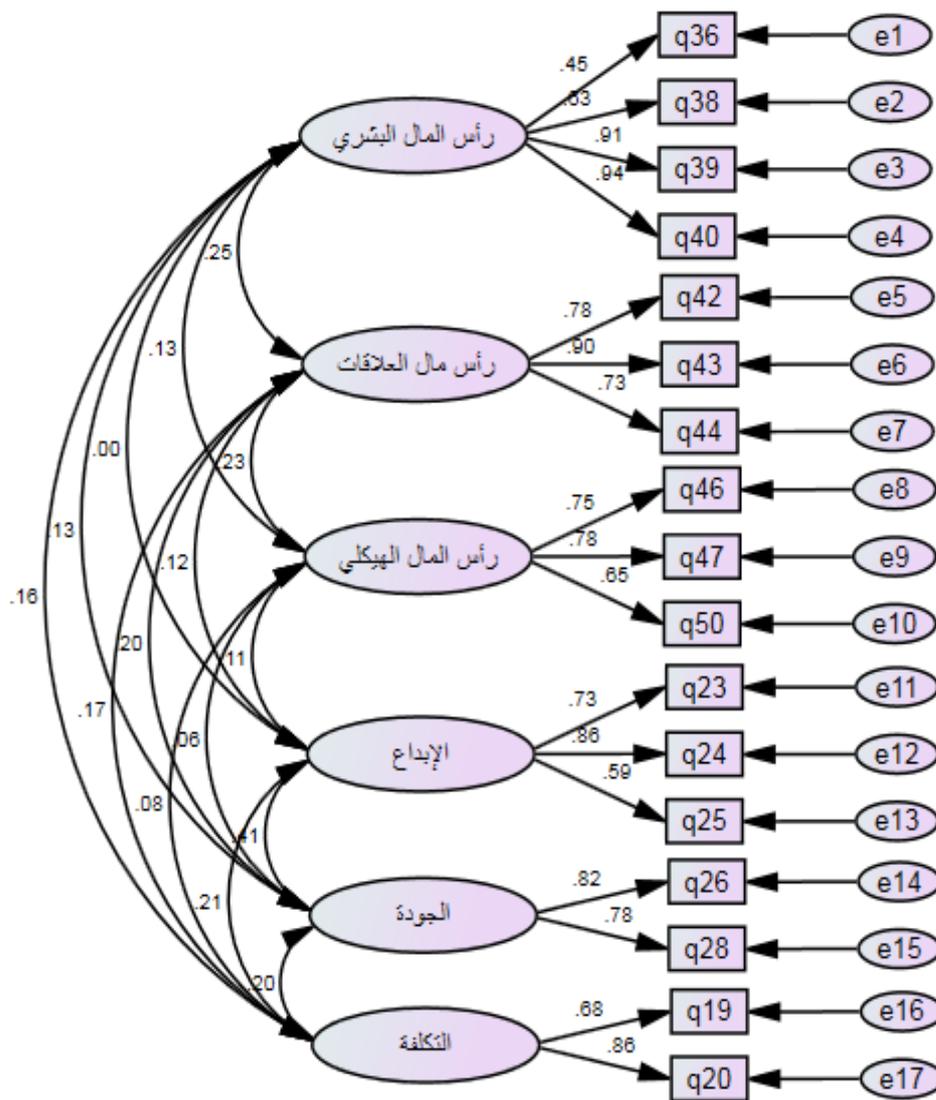
المصدر: إعداد الباحثان من بيانات الدراسة ، 2019م

جدول رقم (4) : التحليل العاملي الاستكشافي للمتغير التابع الميزة التنافسية

العبارات	1	2	3	4
تسعى إلى خفض التكاليف الصناعية المباشرة.	.898			
تسعى إلى خفض تكاليف عمليات الصيانة.	.880			
قدرة عالية على تنفيذ الأفكار الإبداعية				.858
يتم تطوير المنتجات اعتماداً على دراسات السوق				.865
تقديم المنتجات بأساليب وطرق جديدة				.747
يتم تقديم منتجات تلي رغبات الزبائن.			.910	
المنتجات مواصفاتها مطابقة للمواصفات القياسية الوطنية.			.902	
تلتزم بالمواعيد المحددة عند تسليم المنتجات إلى الزبائن.	.894			
تستخدم مخزون احتياطي للطلبات المحتملة أو المفاجئة	.883			
		.602		
		734.648		
		36		
		.000		
	Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy .			
	Bartlett's Test of Sphericity			
	Df			
	Sig.			

المصدر: إعداد الباحثان من بيانات الدراسة 2019م

التحليل العاملي التوكيدي: تم استخدام حزمة برنامج التحليل الإحصائي (AMOS) في إجراء عملية التحليل العاملي التوكيدي للنموذج. يستخدم هذا النوع لأجل اختبار الفرضيات المتعلقة بوجود أو عدم وجود علاقة بين المتغيرات والعوامل الكامنة كما يستخدم التحليل العاملي التوكيدي كذلك في تقييم قدرة نموذج العوامل على التعبير عن مجموعة البيانات الفعلية وكذلك في المقارنة بين عدة نماذج للعوامل بهذا المجال.



المصدر: إعداد الباحثان من نتائج التحليل الإحصائي، 2019م

شكل رقم (2): التحليل العاملي التوكيدي

تحليل الاعتمادية والصلاحية:

يستخدم تحليل الاتساق للعثور على الاتساق الداخلي للبيانات، ويتراوح من (0 إلى 1) تم احتساب قيمة (ألفا كرونباخ) للعثور على اتساق البيانات الداخلي واستناداً على اقتراح (Hair et al, 2010) فقد اقترح أن تكون قيمة ألفا أكثر من 0.70 عن طريق (CR) الموثوقية المركبة وكذلك احتساب كل من (AVE, MSV, MaxR (H))، والجدول التالي يوضح الفا بعد التحليل العاملي التوكيدي وأيضاً قيم الإحصاء الوصفي.

جدول رقم (5): صلاحية النموذج

	Mean	Std.	CR	AVE	MSV	MaxR(H)	
رأس المال البشري	2.260	0.854	0.837	0.579	0.062	0.930	0.761
رأس مال العلاقات	2.488	1.011	0.848	0.651	0.062	0.869	0.263** 0.807

رأس المال	2.446	0.945	0.773	0.534	0.053	0.784	0.139*	0.151**	0.731			
الميكاني												
الإبداع	2.317	0.883	7730.	0.538	0.161	0.819	0.075	0.103	0.098	0.734		
الجودة	2.193	0.840	0.787	0.649	0.161	0.796	0.120*	0.156**	0.049	0.324**	0.806	
التكلفة	2.186	0.794	0.760	0.620	0.041	0.846	0.119*	0.141*	0.076	0.166**	0.149**	0.787

المصدر: إعداد الباحثان من بيانات الدراسة ، 2019م

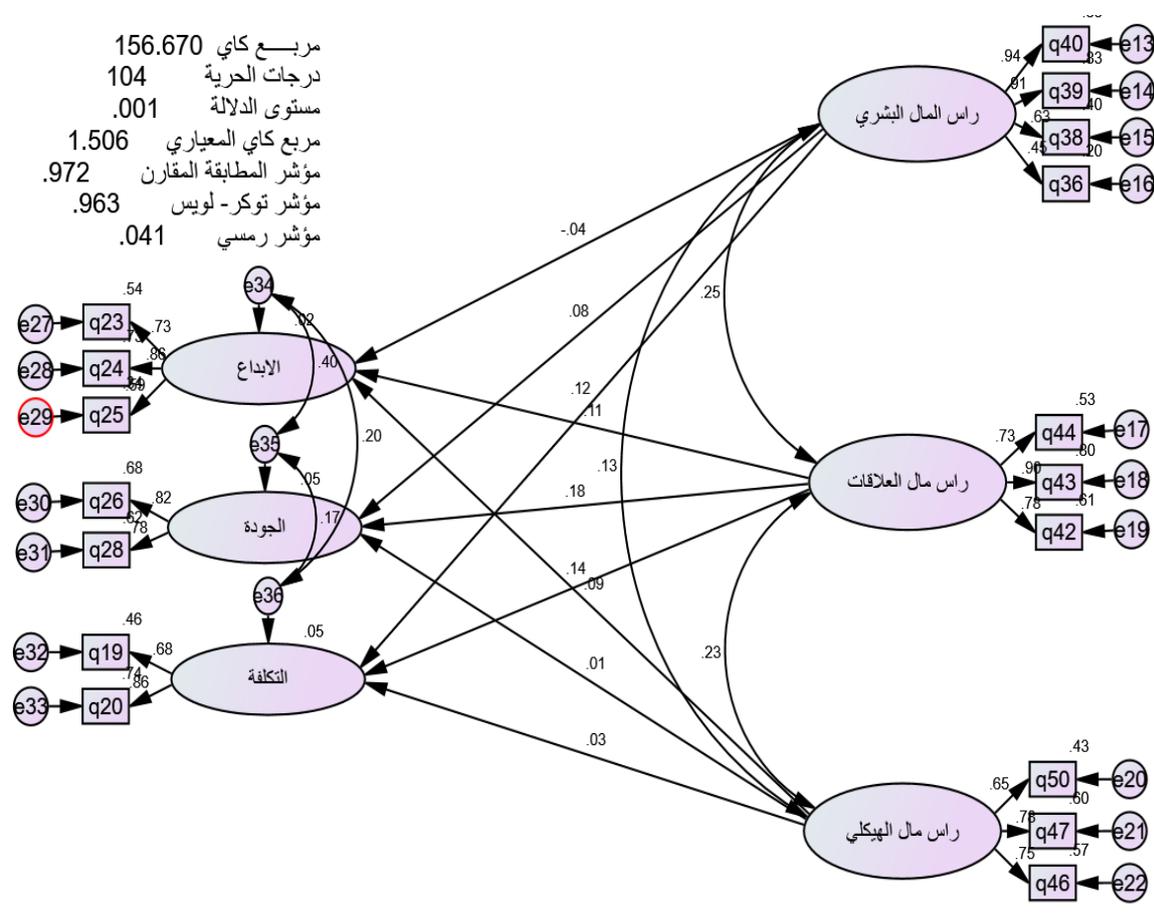
من الجدول رقم (5) يتضح أن قيمة (CR) لكل الأبعاد أكبر من الشرط الذي حدده (Hair et al, 2010) وقد تم قبول النموذج المفترض للبيانات من خلال مؤشرات جودة المطابقة..

اختبار الفروض:

تحليل المسار Path Analysis:

وهو أحد أساليب نمذجة المعادلة البنائية، والتي تعني بدراسة وتحليل العلاقات بين متغير أو أكثر من المتغيرات المستقلة سواء كانت هذه المتغيرات مستمرة أو متقطعة، ومتغير أو أكثر من المتغيرات التابعة سواء كانت هذه المتغيرات مستمرة أو متقطعة بهدف تحديد أهم المؤشرات أو العوامل التي يكون لها تأثير على المتغير أو المتغيرات التابعة، حيث أن نمذجة المعادلة البنائية تجمع بين أسلوب تحليل الانحدار المتعدد والتحليل العاملي (Tabachnick and Fidell, 1996)، ويستخدم تحليل المسار فيما يماثل الأغراض التي يستخدم فيها تحليل الانحدار المتعدد، حيث أن تحليل المسار يعتبر امتداداً لتحليل الانحدار المتعدد، ولكن تحليل المسار، أكثر فعالية حيث أنه يضع في الحسبان نمذجة التفاعلات بين المتغيرات، The Modeling of Interactions وعدم الخطية Nonlinearities وأخطاء القياس، والارتباط الخطي المزدوج Multicollinearity بين المتغيرات المستقلة. (Jeonghoon, 2002)

الفرضية الرئيسية: تأثير رأس المال الفكري والميزة التنافسية.



المصدر: إعداد الباحثان من نتائج التحليل الإحصائي، 2019م

شكل رقم (3): العلاقة بين رأس المال الفكري والميزة التنافسية

لغرض التعرف على معنوية التأثير بين المتغيرات اعتمدت الدراسة على نمذجة المعادلة البنائية وفيها تم استخدام أسلوب تحليل المسار والذي يعني بدراسة وتحليل العلاقات بين متغير أو أكثر من المتغيرات المستقلة سواء كانت هذه المتغيرات مستمرة أو منقطعة، وقد تم الاعتماد على مستوى الدلالة (0.05) للحكم على مدى معنوية التأثير، حيث تم مقارنة مستوى المعنوية المحتسب مع قيمة مستوى الدلالة المعتمد، وتعد التأثيرات ذات دلالة إحصائية إذا كانت قيمة مستوى الدلالة المحتسب أصغر من مستوى الدلالة المعتمد (0.05) والعكس صحيح، والجدول (6) يوضح قيم تحليل المسار:

جدول رقم (6) : المسار من رأس المال الفكري إلى الميزة التنافسية

			Estimate	S.E.	C.R.	P	التعليق
الإبداع	<---	رأس_المال_البشري	-.064	.106	-.605	.545	غير مدعومة
الجودة	<---	رأس_المال_البشري	.126	.112	1.130	.259	غير مدعومة
التكلفة	<---	رأس_المال_البشري	.160	.097	1.639	.101	غير مدعومة
الإبداع	<---	رأس_مال_العلاقات	.095	.061	2.250	.021	مدعومة
الجودة	<---	رأس_مال_العلاقات	.158	.065	2.447	.014	مدعومة
التكلفة	<---	رأس_مال_العلاقات	.096	.055	1.937	.042	مدعومة
الإبداع	<---	رأس_المال_الهيكلية	.077	.066	1.170	.242	غير مدعومة
الجودة	<---	رأس_المال_الهيكلية	.009	.069	.126	.900	غير مدعومة
التكلفة	<---	رأس_المال_الهيكلية	.023	.057	.410	.682	غير مدعومة

المصدر: إعداد الباحثان من نتائج التحليل الإحصائي، 2019م

مناقشة النتائج والتوصيات :

أظهرت نتائج الدراسة أن المتغير المستقل يتكون من ثلاثة أبعاد هي (رأس المال البشري، رأس مال العلاقات، رأس المال الهيكلية) وتتوافق مع دراسة (لويبة، 2015م). وكما أظهرت النتائج أن المتغير التابع الميزة التنافسية في الشركات الصناعية الغذائية تتكون من ثلاثة أبعاد هي (التكلفة، الإبداع، الجودة) وتتوافق مع دراسة (لويبة، 2015م) (الطويل، ورغيد، 2008م). وذلك بعد أن تم استبعاد بعد (التسليم) وقد يرجع حذف بعد التسليم إلى عدم مراعاة الشركات لعنصر التسليم في عدم الالتزام بالمواعيد عند تسليم المنتجات إلى الزبائن باستمرار. وبذلك يمكن الاعتماد على تلك الأبعاد لتحقيق الميزة التنافسية،

العلاقة بين رأس المال الفكري والميزة التنافسية:

أظهرت نتائج الدراسة الحالية وجود أثر جزئي معنوي في العلاقة بين رأس المال الفكري (رأس المال البشري، رأس مال العلاقات، رأس المال الهيكلية) والميزة التنافسية (التكلفة، الإبداع، الجودة) في الشركات الصناعية الغذائية بولاية الخرطوم، بوجود المتغيرات التحكمية للشركة وهي (عمر الشركة، عدد العاملين الحاليين بالشركة، حجم الشركة، عدد المنافسين). وأشارت نتائج الدراسة إلى عدم وجود أثر معنوي في العلاقة بين (رأس المال البشري) والميزة التنافسية (التكلفة، الإبداع، الجودة) ويرجع ذلك نسبة إلى عدم الاهتمام بالموارد البشرية من حيث اختيار العاملين ذوي المهارات العالية والمبدعين ومن لديهم القدرة على تحمل المسؤولية في العمل ولتتم الأداء في الشركات بجودة عالية وإبداع، وعدم وضع الشخص المناسب في المكان المناسب، واتفقت مع دراسة (Yaseen, 2016) في أن رأس المال البشري لا يؤثر تأثيراً مباشراً على الميزة التنافسية للشركات، ومع نتائج دراسة (عبد الرحمن، 2018م) أنه لا توجد علاقة بين رأس المال البشري والإبداع، واختلفت مع دراسة (Kamukama at. al., 2011) والتي أشارت لأهمية رأس المال البشري كمورد استراتيجي يسهم في تحقيق التميز لأداء المنظمات وأوصي بالعمل على تعظيم الاستفادة من المورد البشري بما يحقق ميزة تنافسية.

وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود أثر معنوي في العلاقة بين (رأس مال العلاقات) والميزة التنافسية (التكلفة، الإبداع، الجودة) وقد اتفقت مع دراسة (عجالي، 2017م) بوجود علاقة قوية بين إدارة رأس المال الفكري في مؤسسات التأمين الجزائرية وتحسين تنافسيته حيث تتمتع المؤسسات نتيجة إدارتها لرأس مالها الفكري بتنافسية أكبر وإن إدارة رأس مال العلاقات يدعم ويحسن تنافسية المؤسسات، وأيضاً دراسة (Mazidi et.al, 2016) والتي أشارت أن هنالك أثر ذو دلالة إحصائية لرأس المال الفكري

(رأس مال العلاقات) على الميزة التنافسية وأن رأس مال العلاقات كان له التأثير الأكبر على تحقيق الميزة التنافسية في فروع البنك الوطني في مقاطعة جولستان.

وأشارت نتائج الدراسة إلى عدم وجود أثر معنوي في العلاقة بين (رأس المال الهيكلي) والميزة التنافسية (التكلفة، الإبداع، الجودة) ويرجع ذلك نسبةً إلى عدم وضوح السياسات والإجراءات للعاملين، وعدم مرونة الهيكل التنظيمي بالشركة وعدم مشاركة الإدارة العليا للعاملين في الاستفادة من إبداعاتهم واقتراحاتهم بخصوص تكاليف الإنتاج وجودة المنتجات، وهذه النتيجة اتفقت مع دراسة (الطيب، 2017م) بعدم وجود علاقة بين مكونات ومتطلبات رأس المال الهيكلي والميزة التنافسية، ودراسة (حباينة، 2012م) والتي أشارت بأن المؤسسات الجزائرية لا تعتمد على كل من أشكال المعرفة الصريحة المكونة لرأس المال الهيكلي لتدعيم مزاياها التنافسية، وأشارت دراسة (فتيحة، 2014م) بوجود تأثير لكل من رأس المال البشري ورأس مال العلاقات على ميزتها في حين لا يوجد تأثير لرأس المال الهيكلي على ميزتها التنافسية وان هناك علاقة تكامل وتفاعل بين المكونات الرئيسية لرأس المال المعرفي، واختلفت مع دراسة (Altarawneh, 2017) بأن هناك تأثيراً كبيراً لرأس المال الفكري (رأس المال البشري، رأس المال المترابط ورأس المال الهيكلي) على الميزة التنافسية في شركات الأدوية الأردنية .

محددات الدراسة:

1. اقتصر تطبيق هذه الدراسة على الشركات الصناعية الغذائية بولاية الخرطوم ولم تشمل الشركات في القطاعات الأخرى وهذا يحد من تعميم النتائج على جميع القطاعات الأخرى في الشركات السودانية الصناعية عامة.
 2. عدم وجود إحصائية حديثة للشركات الصناعية بولاية الخرطوم بوزارة الصناعة، إذ إن آخر إحصائية معتمدة من وزارة الصناعة هي لسنة 2013م.
 3. تم استخدام الإستبانة لجمع البيانات وهي أداة بها العديد من أوجه القصور المتعلقة بتعدد المنظمات في إعطاء الإجابات أو قد تحتاج بعض الأسئلة إلى توضيح. (سيكاران، 2006م) .
- في ضوء نتائج الدراسة الحالية فإن الباحثان يقترحان مجموعة من الدراسات المستقبلية، التي يمكن إجراؤها والمترتبة بموضوع الدراسة الحالية، وهي:

1. إعادة تطبيق نفس هذه الدراسة على شركات صناعية بولايات أخرى غير ولاية الخرطوم.
2. إعادة تطبيق نفس هذه الدراسة على الشركات الخدمية بولاية الخرطوم.
3. إدخال مفسر للعلاقة بين رأس المال المعرفي والميزة التنافسية مثل القدرات المعرفية.

توصيات الدراسة:

1. ضرورة أن تترك الإدارة العليا مكانة رأس المال الفكري في الشركات الصناعية، وكيف يمكن أن يسهم بمشاركته في تطوير العاملين وتحسين أدائهم، بما ينعكس على الشركات بشكل يسهم في تحقيق التميز.
2. ضرورة الاهتمام برأس مال العلاقات لما له من أثر على التكلفة والجودة والإبداع لتحقيق التميز.
3. ينبغي للشركات الصناعية الاهتمام برأس المال البشري والهيكلية من أجل تخفيض التكاليف وتطوير المنتجات بالأفكار الإبداعية وتقديم منتجات ذات جودة عالية وخلق ميزة تنافسية.
4. إقامة المنتديات وورش العمل والبرامج التدريبية للعاملين في الشركات المبحوثة لإكسابهم المهارات والقدرات الضرورية لأداء مهامهم وتشجيع فرق العمل، وتعريفهم بأهمية رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية للشركات.
5. التركيز على عملية صناعة رأس مال فكري من خلال إعطاء الفرصة للأفراد العاملين من أجل إفساح المجال لهم لإبداء آرائهم واقتراحاتهم وخلق بيئة إبداعية حول تطوير وتحسين إجراءات العمل.

6. الاهتمام برفع كفاءة العاملين الإدارية والعلمية وضرورة إجراء تقييم دوري للمعرفة لدى العاملين بالمؤسسة، وربط نتائج التقييم بنظام الحوافز والمكافآت والترقيات.

المراجع:

1. السلمي، على ، (2001م)، خواطر في الإدارة المعاصرة ، دار الغريب للطباعة والنشر، القاهرة.
2. عيشوش، رياض ، (2016م)، دور إدارة المعرفة الإستراتيجية في تعزيز الاستجابة دراسة على عينة من مؤسسات الصناعة الالكترونية، دراسة دكتوراه غير منشورة، جامعة محمد بوخضير، الجزائر.
3. السعيد، هاني محمد ، (2008م)، رأس المال الفكري: انطلاقة إدارية معاصرة ، دار السحاب للنشر والتوزيع، ط1، مصر.
4. بوسهوه، نذير علي مكيد ، (2011م)، دور إدارة المعرفة في تعزيز أداء المؤسسة، مجلة الدراسات الاقتصادية والمالية ، العدد7، رقم 1، ص 146-162.
5. عجالي، دلال ، (2017م)، إدارة رأس المال الفكري كمدخل لدعم وتحسين تنافسية شركات التأمين دراسة ميدانية على مؤسسات التأمين ، رسالة دكتوراه منشورة، جامعة العربي بن مهيدي، بالجزائر.
6. صابون، خليل جمعه عثمان ، (2017م)، الدور الوسيط لسمعة الشركة ورضا العاملين في العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات والميزة التنافسية دراسة على عينة من الشركات السودانية ، رسالة دكتوراه منشورة، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.
7. عبد الفتاح، خالد توفيق عطية ، (2018م)، أثر إدارة خبرة الزبون على الميزة التنافسية دراسة على قطاع الاتصالات بفلسطين ، دراسة دكتوراه منشورة، جامعة العلوم الإسلامية العالمية، فلسطين.
8. لويظة، فرحاتي ، (2016م)، دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية في ظل اقتصاد المعرفة دراسة حالة شركة الاسمنت عين التوتة ، رسالة دكتوراه منشورة، جامعة محمد خضير، الجزائر.
9. الطويل، أكرم احمد، ورغيد، إبراهيم إسماعيل، (2008م)، العلاقة بين أنواع الإبداع التقني وأبعاد الميزة التنافسية دراسة ميدانية في مجموعة مُختارة من الشركات الصناعية في محافظة نينوى"، كلية الإدارة والاقتصاد، قسم الإدارة الصناعية، جامعة الموصل، العراق.
10. يحضية، سمالي، وصاف، سعدي ،(2005م)، نحو تسيير استراتيجي للمعرفة والميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية، الملتقى الدولي حول: المعرفة الركيزة الجديدة والتحدي التنافسي للمؤسسات والاقتصاديات ، جامعة قاصدي مرياح ورقلة، الجزائر.
11. جبره، عاصم حسن محمد، (2017م)، قياس تكاليف الأنشطة الاجتماعية وأثره على الميزة التنافسية لمنظمات الأعمال في السودان ، رسالة دكتوراه الفلسفة في التكاليف والمحاسبة الإدارية، منشورة، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.
12. العلي وآخرون، عبد الستار محمد ، (2006م)، إدارة الإنتاج والعمليات، ط2، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
13. سالمان، عماد صفر، (2005م)، الاتجاهات الحديثة للتسويق محور الأداء في الكيانات والاندماجات الاقتصادية: المدخل لتحقيق السوق العربية المشتركة، منشأة المعارف للنشر، الإسكندرية، مصر.
14. نجم، نجم عبود ،(1999م)، الابتكار مصدر متجدد للميزة التنافسية، أخبار الإدارة، العدد الثامن والعشرون، المنظمة العربية للتنمية الإدارية.
15. بوشناف، عمار ، (2000م)، الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية: مصادرها، تميتها وتطويرها، جامعة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير.

16. فرح الله، احمد موسى ،(2017م) ، دور التوجه الاستراتيجي في تفسير العلاقة بين توافر متطلبات مدخل إعادة هندسة العمليات والأداء التشغيلي ، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، رسالة دكتوراه غير منشورة.
17. سيكارن، أوما سيكارن، ترجمة إسماعيل علي بسيوني ،(2006م)، طرق البحث في الإدارة : مدخل لبناء المهارات البحثية ، الرياض، دار المريخ للنشر.
18. الطيب، سلافة مصطفى النور ، (2017م)، دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية للمصارف في السودان ، رسالة دكتوراه منشورة، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.
19. حباينة، محمد ، (2015م)، دور الرأس مال الهيكلية في تدعيم الميزة التنافسية للمؤسسة الجزائرية ، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، رسالة دكتوراه منشورة في موقع الجامعة.
20. Drucker, P.F. (1999), Knowledge-Worker Productivity: the Biggest Challenge, California Management Review, Vol. 41, No2.
21. Ramona Todericiua, Alexandra Stanit, (2015), "Intellectual Capital – The Key for Sustainable Competitive Advantage for the SME's Sector", International Economic Conference – IECS 2015 Economic Prospects in the Context of Growing Global and Regional Interdependencies, aLucian Blaga University of Sibiu, Faculty of Economic sciences, Volume 27.
22. Ahmad Saleh Al-Sukkar, Al-Hareth Muhammad Musa, Muhammad Mansour, (2013), "The Effect of Social Responsibility in Achieving Competitive Advantage: Field Study in the Governmental and Private Hospitals in Jordan", International Journal of Business and Social Science Vol. 4 No. 5.
23. Yaseen, Dima Dajani , Hasan, (2016), The impact of intellectual capital on the competitive advantage: Applied study in Jordanian telecommunication companies, Al-Zaytoonah University of Jordan, Jordan.
24. Lentjushenkova Oksana, Inga Lapiņa, (2018) "The concept of intellectual capital in legislation: the case of Latvia", 10th International Scientific Conference, Business and Management 2018, Vilnius, Lithuania, publication at: <https://www.researchgate.net/publication/327735988>.
25. M. Porter, "Advantage concurrencies des Nations", Inter Edition, 1993, p 48.
26. Ikhlas Altarawneh (2017), Effect of Intellectual Capital on Competitive Advantage in the, AlHusse Bin Talal University, Journal of Business and Management, Vol.9, No.5.
27. Tamara Radjenović, Bojan Krstić, (2017) "intellectual capital as the source of competitive advantage: the resource-based view", Vol. 14, No 2, p: 127-137.
28. Saunders, M., Lewis, P. and Thornhill, A. (2009) Research Methods for Business Students. Pearson, New York.
29. Hair, J. f, Anderson, R.E, Tatham, R.L and Black, w.c. (2010) "Multivariate Data Anal y sis"5 thed, NJ :Prentice - Hall, Inc.
30. Kamukama Nixon, Augustine Ahiauzu, Joseph M. Ntayi (2011), Competitive advantage: mediator of intellectual capital and performance, Journal of Intellectual Capital, Department of Accounting, Makerere University Business School, Kampala, Uganda.
31. Mazidi, Forogh, Atefe Amini, Mona Gerayli, (2016), The relationship between knowledge management and intellectual capital to gain competitive advantage employees, Islamic Azad University, Ali Abad Katoul, Iran.