



The role of intellectual capital in achieving performance organizational exploratory study in the General Company for Textile Industries in Hilla

دور راس المال الفكري في تحقيق الاداء المنظمي _ دراسة استطلاعية في الشركة العامة
للصناعات النسيجية في الحلة .

*أ.م.د حسن جبر علوان

Abstract

The company is seeking to excellence in the use of th strategy, which turn contribute to the achievement Amknah provide a high quality product to meet the needs and tastes of customers in the same time allows the company to compete for a privileged position in the markets was chosen as the General Company for Textile Industries to conduct research and test hypotheses and extracted results using the program cyber space was reached a set of conclusions of the most important of which expressed the human resources department in the company's willingness to activate the intellectual assets after providing support and backing by senior management concluded a set of recommendations from the most important to make this strategic competitive weapon to compete with the company researched with companies in the same sector.

المستخلص: تسعى الشركة الى التميز في استخدام هذه الاستراتيجية والتي بدورها تسهم في تحقيق امكانية تقديم منتج ذو جودة عالية تلبي حاجات واذواق الزبائن ، وفي الوقت نفسه يتيح للشركة امكانية المنافسة للحصول على مكانة متميزة في الاسواق ، وتم اختيار الشركة العامة للصناعات النسيجية في الحلة لاجراء البحث واختبار فرضياته واستخرجت النتائج بأستخدام البرنامج الحاسوبي (SPSS) وتم التوصل الى مجموعة من الاستنتاجات :

من اهمها : ابدى قسم الموارد البشرية في الشركة استعدادة في تنشيط هذه الموجودات المعرفية بعد توفر الدعم والاسناد من قبل الادارة العليا وختم بمجموعة من التوصيات من اهمها جعل هذه الاستراتيجية سلاح تنافسي في الشركة المبحوثة مع الشركات الموجودة في نفس القطاع .

المقدمة : ان نجاح المنظمات الصناعية وتميزها مرهون الى حد بعيد بقدرتها الى تحقيق انتاج جودة عالية مقارنة ببقية المنظمات الاخرى المنافسة لها في السوق ، ولكي تستطيع البقاء في عالم المنافسة يتطلب عليها الاخذ بهذه الاستراتيجية الحديثة التي تهدف الى تحسين الجودة ومن هذه الاستراتيجية (رأس المال الفكري) كونها تؤدي دور اساسي في تقديم منتجات جديدة ومتطورة فضلا عن ذلك بانها قيمة علمية قادرة على ادخال التعديلات الجوهرية في اعمال المنظمات ،لذا اصبح راس المال الفكري بما يمتلكه من معارف ومهارات وخبرات ضرورة ملحة في تحسين اداء المنظمات بما فيها الشركة قيد البحث ، وقد تناول البحث اربعة مباحث الاول ركز على مفاهيم راس المال الفكري واهميته ومكوناته اما الثاني فقد ركز على مفهوم الاداء المنظمي واهميته ومتغيراته وجاء الثالث مركزا على الجانب العملي للبحث اما الرابع فقد جاء بالاستنتاجات والتوصيات

منهجية البحث :

اولا : مشكلة البحث :

يعد راس المال الفكري امرا في غاية الاهمية بالنسبة لمنظمات الاعمال كونه احد اركان نجاحها في ضل البيئة التي تعمل لذا يتطلب من المنظمات المحافظة عليه كونه يضيف قيمة لها ويحسن ادائها مما تقدم يمكن صياغة مشكلة البحث في التساؤل التالي هل لرأس المال الفكري دور في تحقيق الاداء المنظمي ؟

ثانيا : اهمية البحث :

دأبت المصانع العالمية على استخدام استراتيجيات تؤدي الى تحسين الاداء لكي تتمكن من تقديم منتجات بمواصفات عالية الجودة ومن هذه الاستراتيجيات راس المال الفكري الذي انتشر بشكل سريع في المنظمات والذي تسعى من خلاله تقديم منتجات عالية الجودة بفعل الخبرة والحكمة التي يمتلكها الافراد العاملين ، ويمكن تلخيص اهمية البحث بالمحاور التالية :

- 1- حاجة الشركة الى الاخذ بالاساليب الحديثة والتي اصبحت ملحة في الوقت الحاضر والتي تسعى من خلاله احداث تغييرات في المنتجات بفعل الثروة المعرفية التي تعد المفتاح المؤدي الى بقاء المنظمة .
- 2- تعتبر هذه الاستراتيجية من الاستراتيجيات المتبعة في تطوير المنتجات واحداث تغييرات فيها لأجل كسب رضا الزبائن .
- 3- المحافظة على موقع المنظمة التنافسي بين المنظمات المتشابهة .

ثالثا: اهداف البحث :

يسعى البحث الى تحقيق الاهداف التالية :

- 1- اختبار العلاقة والاثربين مكونات راس المال الفكري ومتغيرات الاداء المنظمي .
 - 2- تقديم التوصيات التي من شأنها تفعل العمل بهذه الاستراتيجية.
- رابعا : فرضيات البحث :

اعتمد الباحث على فرضيتين رئيسيتين ويتفرع منها مجموعه من الفرضيات الفرعية وكالاتي :

- 1- الفرضية الرئيسة الأولى : توجد علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية بين مكونات راس المال الفكري والأداء المنظمي ويتفرع منها الفرضيات الآتية :

أ- توجد علاقة ارتباط بين مكونات راس المال الفكري و الحصه السوقية .

ب- توجد علاقة ارتباط بين مكونات راس المال الفكري و رضا الزبون

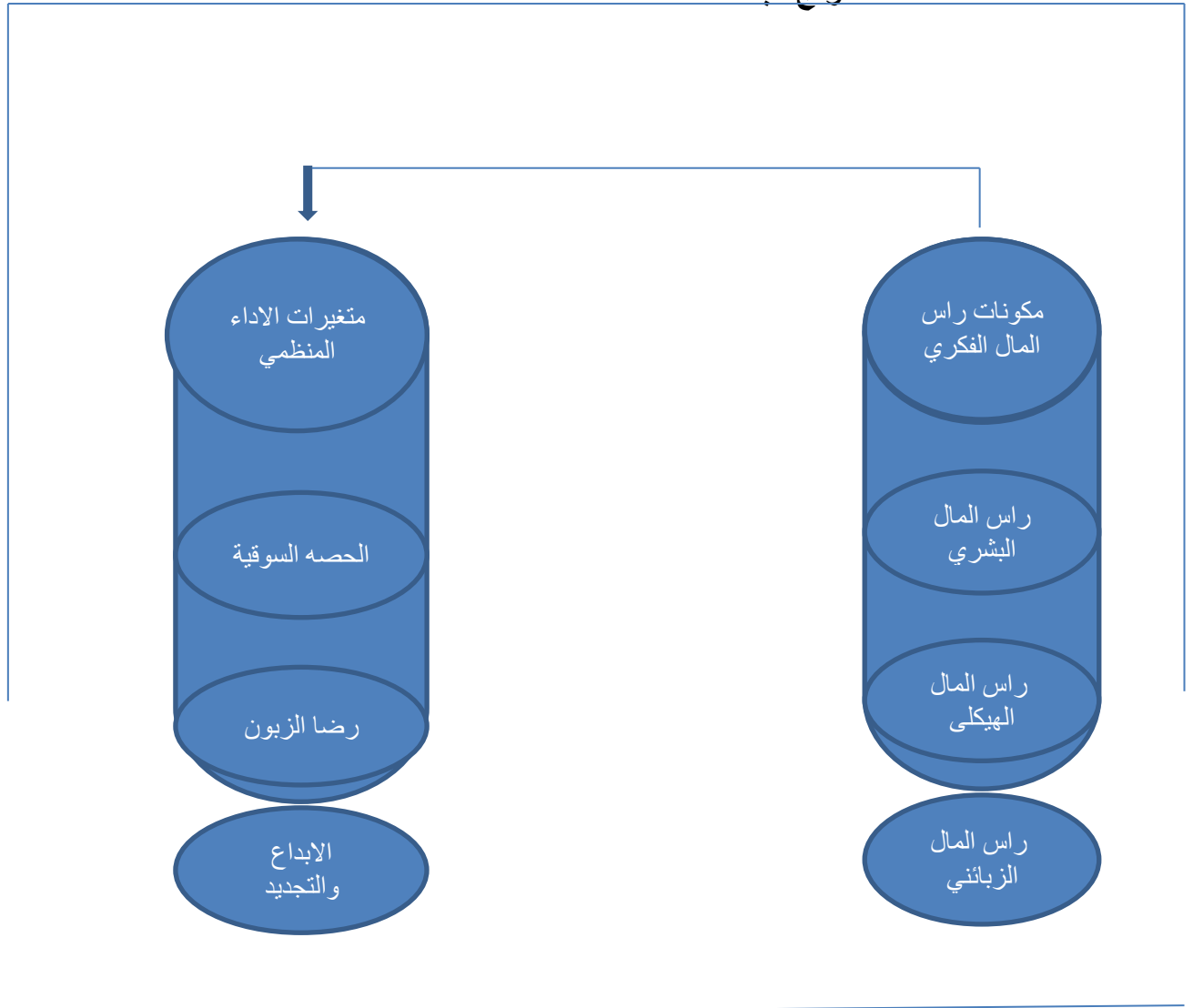
ج- توجد علاقة ارتباط بين مكونات راس المال الفكري و الأبداع والتجديد

- 2- الفرضية الرئيسة الثانية : توجد علاقة تأثير ذات دلالة احصائية بين مكونات راس المال الفكري والأداء المنظمي ويتفرع منها الفرضيات الآتية :

أ- توجد علاقة تأثير ذات دلالة احصائية بين مكونات راس المال الفكري والحصه السوقية

ب- توجد علاقة تأثير ذات دلالة احصائية بين مكونات راس المال الفكري و رضا الزبون

ج- توجد علاقة تأثير ذات دلالة احصائية بين مكونات رأس المال
الفكري و الأبداع التجديد
خامسا : أنموذج البحث :



شكل (1) انموذج البحث

سادسا : منهج البحث :

اعتمد البحث في اختبار فرضياته المنهج الاستقرائي ، وذلك
بدراسة العلاقة بين المتغيرات الرئيسية للبحث ، من خلال جمع البيانات
ذات العلاقة بالشركة المبحوثة وفيما يأتي عرض للاجراءات المعتمدة
:

أ- اسلوب جمع البيانات : من اجل انجاز البحث في الجانبين النظري
والتطبيقي تم الاعتماد على الأساليب الآتية :

1- الجانب النظري : لقد اعتمد في صياغة وأتمام مفردات البحث المتعلقة بالأطوار النظري على ما توفر من مصادر في جامعة كربلاء وبابل والقادسية

2- الجانب التطبيقي : لغرض انجاز الجانب التطبيقي استند الباحث في جمع المعلومات من خلال استخدام :

ب- استمارة الاستبانة : تضمنت ثلاث محاور ، المحور الأول تضمن معلومات عامه عن مدراء الأقسام في الشركة ، والمحور الثاني تضمن مكونات راس المال الفكري في حين شمل المحور الثالث متغيرات الأداء المنظمي

ج- المقابلة الشخصية : المقابلة مع المسؤولين داخل الشركة ومجلس ادارة الشركة بشكل خاص كونهم الثروة المعرفية في الشركة وتم توجيه الكثير من الأسئلة بهدف التعرف على دور راس المال الفكري في الأداء المنظمي

سابعاً : حدود البحث :

أ- الحدود المكانية : اختيرت الشركة العامة للصناعات النسيجية في الحلة مجالاً للبحث للأسباب التالية :

1- كبر حجم الانتاج وضخامة عدد العاملين .

2- يمتاز انتاج الشركة بالجودة العالية .

ب- الحدود الزمانية : عايش الباحث الشركة فتره زادت على خمسين يوم للاطلاع على كيفية ادارة العمل في الشركة بالاضافة الى دقة توزيع استمارة الاستبانة والاجابة على التساؤلات التي اثارها العاملين .

ثامناً : مجتمع البحث وعينته :

أ- مجتمع البحث : تعد الشركة من احدى شركات وزارة الصناعة والمعادن تأسست بموجب قرار مجلس ادارة الشركة العامة للصناعة رقم (17) المتخذ بالجلسة (61) في 15/10/1967 باسم الشركة العامة للنسيج الحراري وبراس مال قدره (15) مليون دينار وقد سميت الشركة باسم الشركة العام للصناعات النسيجية استناداً الى المواد (21) ، (43) من قانون الشركات ذي الرقم (22) لسنة 1997

وصدر لها نظام داخلي رقم (16) لسنة 1998 ويراس مال قدره (959.208) مليون دينار .

ب - عينة البحث :

وزعت (30) استبانة على مجلس ادارة الشركة ومدراء الأقسام والجدول (1) يوضح التوزيع التكراري والنسب لأفراد عينة البحث حسب الفئات العمرية .

جدول (1)

التوزيع التكراري والنسب للعينة حسب الأعمار

العمر	التكرار	النسبة
40-31	8	%27
50-41	10	%33
60-51	12	%40
المجموع	30	%100

المصدر: اعداد الباحث بالأستناد الى استمارة الاستبانة .

تاسعا : الأساليب الاحصائية المستخدمة : استخدمت العديد من الأساليب الاحصائية تمثلت :

1- معامل الارتباط البسيط : لتحديد نوع وقوة العلاقة بين متغيرات البحث .

2- اختبار (T) : لمعرفة معنوية معاملات الارتباط البسيط .

3- اختبار (f) : لأختبار معنوية نماذج الانحدار البسيط

4- معامل التفسير R^2

دور راس المال الفكري في تحقيق الاداء المنظمي

دراسة استطلاعية في الشركة العامة للصناعات النسيجية في الحلة .

المبحث الاول

راس المال الفكري intellectual capital.

اولا: مفهوم راس المال الفكري :

ظهرت مسميات عديدة لراس المال فمنها راس المال الاجتماعي الذي يمثل شبكة العلاقات بين العاملين ويمثل مصدر قيم لادارة الشؤون الاجتماعية وتزود اعضائها براس المال العائد للجماعة(الدوري والساعدي، 2002، 204) . وقد اتسع نطاق مفهوم راس المال الفكري على مستوى نطاق الدول المتقدمة، وعلى راسها اليابان ليشمل جميع الامكانيات الفنية والعقلية والثقافية والمتاحة للشركات التي تعمل على مستوى المجتمع بوصفه كلا متكامل (العنزي، 2002: 204) . وتناول هذا المفهوم (daft,2001:16) بانه الاصول المعرفية والثروة الحقيقية التي تمكن المنظمة من توسيع حصتها السوقية. ومن وجهة نظر (jons,2006:136) بانه المعرفة المحفوظة في ذهن العاملين ومرتبطة بالافراد شخصيا . ويضيف (Quin,2009:88) بانه القدرات المعرفية التي يملكها العاملون والتي تمكنهم من انتاج افكار جديدة او تطوير افكار قديمة والتي تمكن المنظمات من تعظيم نقاط قوتها وتجعلها في موقع افضل . ويبراه (clinow,2009:10) بانه قدرات منجزه يتمتع بها عدد من الافراد في المنظمة تمكنهم من تقديم اسهامات فكرية تساهم في تحقيق ماتصوباليه المنظمة من اهداف . ويشير (stewart,2009:60) بانه الثروة المعرفية التي تمثل ميزة تنافسية للمنظمات. اما (seviby,2009:12) يشير بانه استراتيجية شاملة ومهمة للمنظمات وهي اصول غير مادية . اما (bowen 2011:18) يرى بانه الذكاء المملوك من قبل مجموعة افراد والذي يسهم في نجاح عمل المنظمات . اما (Kelley,2011:19) يشير بانه العقل المدير الذي يصعب ايجاد بديل عنه . ويبراه (nort,1999:79) بانه الميزة التنافسية التي تسهم في عملية التطوير والابتكار والذي يعد المفتاح المؤدي الى بقاء المنظمة .

على وفق ما تقدم ينضر الباحث الى راس المال الفكري بانه الثروة المعرفية والتي يمكن توظيفها واستثمارها بشكل صحيح لكي تسهم في تحقيق الميزة التنافسية للمنظمات .

ثانيا: اهمية راس المال الفكري :

يعد راس المال الفكري احد الاستراتيجيات المهمة للمنظمات ، واخذت تزداد اهميتها يوما بعد يوم (Kelley, :22) وبهذا الصدد يؤكد (Quinn,2009:97) اهميته من خلال الاتي :

- 1- استراتيجية مميزة تظهر من خلال النتائج الفكرية للعاملين .
- 2- سلاح تنافسي يساهم في زيادة انتاجية المنظمات .

3- استراتيجية تساهم في تقديم منتجات جديدة ومتطورة .

اما (Jemison,2007:87) يرى ان المنظمات تحقق العديد من

المزايا من جراء استثمار راس المال الفكري من اهمها :

1- تحسين الانتاجية وتعزيز قوة التنافس .

2- جذب ولاء الزبائن .

3- زيادة القدرات الابتكارية .

اما (المحياوي والزعلوك، 2006:14) يرى ان اهمية راس المال

الفكري تتمثل بمدى مشاركة العاملين في ادارة تلك المعرفة وكيفية استخدامها في المنظمات المختلفة بما يرفع من مستوى الاداء ويحقق النجاح والتميز.

اما (tsan,2009:31) يرى اهمية راس المال الفكري تتمثل بالاتي :

1- يعتبر ميزة تنافسية للمنظمة تكمن في قدرة العاملين على التعلم بشكل اسرع ويمثل لها القوة الخفية التي تضمن البقاء والتطور .

2- يمثل ثروة يمكن استخدامها لصالح المنظمة .

3- قيمة علمية قادره على ادخال التعديلات الجوهرية في اعمال المنظمات .

4- يمثل كنز يحتاج الى من يبحث عنه ويستخرجه للوجود والممارسة .

ويرى (lothgren,2009:21) اهمية راس المال الفكري تكمن في :

1- اثن موجودات المنظمة كونه يساهم في تحقيق الميزة التنافسية للمنظمات .

2- مصدر للربح والثروة .

3- المحرك الفعال لجميع أنشطة المنظمات .

وبناءً على ما تقدم يرى الباحث اهمية راس المال الفكري من كونه اثن

موجودات المنظمة يساهم في رفع فاعلية المنظمات ويعظم من ربحيتها ان كانت تسعى الى تحقيق الربح .

ثالثاً : مكونات راس المال الفكري

تعددت مكونات راس المال الفكري على وفق اراء الباحثين يوضحها جدول

(1)

جدول(1)

المكونات الباحث	راس المال البشري	راس المال الهيكل ي	راس المال الزبائن ي	التجديد والتطو ير	سرعة البيده ية	الجدارة	الالتزام
--------------------	------------------------	-----------------------------	------------------------------	-------------------------	----------------------	---------	----------

		*	*		*	*	Roos,2000,1 7
				*	*	*	Stewart,2001 ,8
				*	*	*	Sveiby,2006, 70
*				*	*	*	Bontis,2009, 11
	*	*		*	*	*	Sullivan,200 0,13
				*	*	*	Marius,2008, 7
1	1	2	1	5	6	6	المجموع
%16	%16	%33	%16	%83	100 %	100 %	النسبة المئوية

ونظرا لاختلاف الكتاب والباحثين في تحديد مكونات راس المال الفكري لذا سنحاول انتقاء الاكثر اتفاقا ويرى الباحث اعتماد المكونات التالية في دراسته الميدانية كونها حققت نسب اتفاق عالية :

1- راس المال البشري : حقق نسبة قدرها 100%

2- راس المال الهيكلية : حقق نسبة قدرها 100%

3- راس المال الزبائنية : حقق نسبة قدرها 83%

وفيما يلي توضيح لكل مكون من هذه المكونات :

راس المال البشري :

يشير (bontis,2009:27) بأنه يتمثل بالقوى العاملة التي تمتلك القابلية والقدرة على التفكير والابداع، ويعد هذا العنصر من العناصر المهمة جدا كونه يمثل مصدر للابداع الاستراتيجي ويمكن تنميته من خلال العصف الذهني وتحسين المهارات الشخصية . (marinus,2008,19) وأن راس المال البشري هو الأساس لوجود راس المال الهيكلية والزبائنية وأنه خبرة العاملين التي تضمن اكتساب الزبائن والأحتفاض بهم والعمل بكفاءة لارضاء حاجاتهم (العنزي ، 2001 ، 118) . ويشير (jemison,2007,8) بأنه المحرك للأبداع في

المنظمات العاملة في اقتصاد المعرفة وخصوصا في تفاعلهم مع الزبائن وهو بالنهاية قدرة المنظمة على حل مشاكلها . اما (Bontis,2007,11) يصفه بأنه تراكم ضمني للمعرفة في اذهان العاملين يسهم في تحقيق النجاح والأزدهار في المنظمة . اما (Pierec,2004,11) يشير بأنه المعرفة والمهارات التنافسية وتشمل الأفراد المعنيين بالنشاط الاقتصادي للمنظمة .

ويبين (Edvinsson,2007,8) بأنه المعارف والمهارات التي يمتلكها العاملين لأنجاز اعمال المنظمة.

أما (lothgren,2009,17) يبين بان راس المال البشري يتضمن الانواع التالية :

أ- الأبتكار : القدرة على تقديم الحلول الجديدة بدلا من استخدام الاساليب التقليدية .

ب- المقدرة التخصصية : وتقسم الى المعرفة والمهارة وتتمثل بالمستوى التعليمي الذي يمتلكه العاملين لأداء الاعمال بشكل كفوء وفعال .

ت- المقدرة الاجتماعية : وهي ضرورة لتعاون الافراد فيما بينهم من اجل انجاز اعمال المنظمة والوصول الى افضل اداء .

2- راس المال الهيكلي :

يشير (brinker,2010,17) بأنه قدرة المنظمة على استخدام الأدوات والمعدات لزيادة ربحيتها .

اما (luthy,2008,14) يشير بأنه البنى التحتية الداعمة للعاملين ، ويتضمن البنيات والبرامجيات والعمليات وبراءات الأختراع والعلامة التجارية . ويعرفه (Bontis,2009,47) بأنه قدرة المنظمة على تحقيق متطلبات السوق . ويضيف (sveiby,2008,22) بأنه استراتيجيات المنظمة وشبكاتنا الداخلية التي تمكن المنظمات من انتاج وتسليم المنتجات الى زبائننا . اما (Brooking,2009,17) يرى بأن راس المال الهيكلي يتضمن عدة مكونات منها :

أ- فلسفة الادارة : تتمثل برسالة المنظمة وعاملها .

ب- ثقافة المنظمة : وتتمثل بكيفية اداء المنظمة للأعمال وتعكس فلسفة الادارة المنسجمة مع اهداف المنظمة

ت- عمليات الادارة : تتمثل بمعالجة المدراء لمشاكل العاملين وتحديد السياسات والاجراءات الخاصة التي بواسطتها تستطيع المنظمة ان تنفذ سياستها وتحدد اهدافها .

ج- تكنولوجيا المعلومات تقييم من خلال قدرتها على تحسين الكفاءة ولاعتناء بالزبون وتحقيق رضا العاملين .

ويضيف (luthey,2011,104) هناك مكونات اخرى لرأس المال

الهيكلية :

أ- رأس المال المنظمي : يتضمن فلسفة المنظمة والنظم الخاصة برفع قدرتها الانتاجية .

ب- رأس المال العملياني : يتضمن التقنيات التي تدعم تسليم المنتجات .

ت- رأس المال الابداعي : يتضمن الملكية الفكرية التي تحمي الحقوق التجارية كالعلامة التجارية وحقوق التأليف والنشر .

3- رأس المال الزبائني:

يشير (luthey,2011,110) الى ان رأس المال الزبائني داخلي وخارجي ، الداخلي يتمثل بالزبائن الداخليين اما الخارجي يتمثل بالأشخاص المستفيدين من المنتجات . اما (Brinker,2010,27) يضيف للحفاظ على رأس المال الزبائني يتطلب جهود متواصلة من قبل ادارة الموارد البشرية في الاعداد والتدريب والتطوير . اما (Bontis,2008,11) يرى بان رأس المال الزبائني هو علاقات مع الاطراف الخارجية المتمثلة بالمجهزين والمنافسين والحكومة .اما (العنزي، 2001، 33) ينظر الى رأس المال الزبائني بانه قيمة علاقة المنظمة مع الزبائن الذين تتعامل معهم والمتمثل برضا الزبون وولائه ومدى الاحتفاظ بالزبون من خلال الاهتمام بمقترحاته ومعالجة الشكاوى المقدمة منه وتلبية رغباته واحتياجاته بالسرعة الممكنة ومشاركته في اعمالها وصفقاتها . اما (bart,2001,320) يراه بأنه العلاقة القائمة بين المنظمة وزبائنها

المبحث الثاني

الأداء المنظمي

اولا: مفهوم الأداء المنظمي وأهميته :

يعد الاداء المنظمي المحور الرئيسي لنجاح المنظمات او فشلها في خطتها الاستراتيجية (Luthy,2011,111) . ويشير (Daft,1998,120) الى الاداء بأنه قدرة المنظمة على تحقيق اهدافها من خلال استخدام الموارد المتاحة بطريقة فعالة وكفاءة. اما (jemison,2007,109) يرى الاداء بانه المحصلة النهائية التي تسعى المنظمة الى تحقيقها . اما (nort,1999,47) ينظر الى الاداء المنظمي من خلال ثلاثة ابعاد هي :

- 1- الاداء المالي : يركز على استعمال المخرجات المعتمدة على المؤشرات المالية مثل الربحية ونمو المبيعات .
- 2- الاداء التشغيلي : يمثل جانب الكفاءة القائمة على اعتماد الرشد في التوجه نحو القيام باستخدام افضل الموارد المتاحة .
- 3- الفاعلية المنظمة : يشار الى الفاعلية بانها الدرجة التي تحقق فيها المنظمة اهدافها وهي معيار اساسي يعكس نجاح المنظمات في تحقيق اهدافها .

اما (pierce,2000,519) يرى الاداء المنظمي بانه قدرة المنظمة على التماشي مع العمليات النظامية الاربعة (المدخلات ، المخرجات ، العمليات ، التغذية العكسية) . اما (Bart,2001,103) يرى هناك نوعين من المتغيرات المعبرة عن الاداء المنظمي :

- 1- المتغيرات المسيطر عليها : وتتمثل بالفاعلية ، الكفاءة ، الادارة الاستراتيجية .
- 2- المتغيرات التي لايمكن السيطرة عليها : وتتسبب هذه المتغيرات الى البيئة .

ويؤكد (Tsan,2009,100) بان الاداء المنظمي يتكامل بالموائمة بين المنظمة وأستراتيجيتها .

أما (jons,2006,117) يعبر عن الاداء المنظمي من خلال الابعاد الاتيه (الابداع ، استقطاب العاملين الكفويين والاحتفاظ بهم مسئولية اجتماعية ، الاستثمار على المدى البعيد) .

اما (jons,2009,80) يرى ان الاداء المنظمي يتأثر بالأدارة الفاعلة التي تمتلك القدرات على استثمار راس مالها البشري بالشكل الذي يعزز ادائها المنظمي . اما (daft,2001,278) يتحقق الاداء المنظمي المتميز من خلال انجاز مهمتين اساسيتين :

- 1- ادارة المنظمة لنشاطاتها بشكل فاعل .
- 2- قدرة المنظمة على تغيير هذه النشاطات على وفق المتطلبات المستقبلية المتغيرة باستمرار .

على وفق ما تقدم يرى الباحث بان الاداء المنظمي يعكس قدرة المنظمة على تحقيق اهدافها الطويلة الامد والمتمثلة بالبقاء والتكيف والنمو عن طريق التكيف مع البيئة الخارجية المحيطة ومراعات الاحداث القادمة .

اما اهمية الاداء المنظمي فيحدده (Addison,2006,119) بعدد من المضامين اهمها :

- 1- المتغيرات الاستراتيجية والهيكلية تحدث بالاعتماد على نتائج الاداء ، وذلك يزيد من اهتمام ادارة المنظمات بالاداء وأهميته وجوانبه المختلفة .
- 2- يرتبط الاداء بوجود المنظمات او تلاشيتها لذلك يبقى تفكير المنظمات بالاداء مستمرا .

اما (Glinow,2009,111) يرى اهميته من خلال نجاح المنظمات وفشلها في قراراتها وخططها الاستراتيجية . اما (sveiby,2000,189) يرى اهميته تاتي من كونه يمثل النتيجة النهائية التي تهدف المنظمات الوصول اليه . ويضيف (eccles,2009,31) تبرز اهمية الاداء من كونه المجس الحقيقي لسير عمل المنظمات ومواقفها الاستراتيجية على صعيد البيئة الخارجية والداخلية ويؤكد (Hill,2007,85) اهميته من خلال قدرة المنظمات على تحقيق التوافق والموائمة مع البيئة التي تعمل فيها .

اما (nort,1999,200) يرى اهميته من خلال الابعاد التالية :

- 1- البعد النظري من خلال اعتبار الاداء اختبار لأستراتيجية المنظمة خلال مدة معينة .
- 2- البعد التجريبي من خلال اختبار الاستراتيجيات المختلفة والعمليات الناتجة عنها .
- 3- البعد الاداري من خلال استخدام الاساليب المتعلقة بتقويم نتائج اداء المنظمات .

ويضيف (Daft,2001,11) بان اهمية الاداء من كونه مرآة عمل المنظمة حاضرا ومستقبلا .

اما (jones,2009,107) يرى اهميته من خلال النواحي الاتية :

- 1- مدى مواجهة خطط المنظمات للمحددات البيئية .
- 2- مدى ملائمة الاستراتيجية التي تضعها المنظمات في ضوء الاهداف والموارد المحددة .
- 3- امتلاك المعرفة لدى المعنيين في تنفيذ الخطط .

وعلى وفق ما تقدم يرى الباحث اهميته من كونه يعبر عن قابلية المنظمة على ايجاد النتائج المقبولة في تحقيق طلبات الجماعات المهمة بالمنظمة بوصفة يمثل المدى الذي تستطيع فيه انجاز مهمتها بنجاح وتحقق اهدافها بتفوق.

ثانيا - العوامل المؤثرة في الاداء المنظمي :

هناك الكثير من العوامل التي تؤثر في الاداء المنظمي ،منها داخلية واخرى خارجية ويمكن اجمال اهم هذه العوامل : (Jemison,2007,11)

1-العوامل المنظمية: هناك عاملان لهما تأثير في اداء المنظمة وهما الحجم والتقانة ، لذا حجم المنظمة يمثل حجم الموارد المتاحة ، فالحجم الكبير يقلل من تاثير اي فرد على المنظمة سواء من الافراد العاملين ام من خارج المنظمة لذلك فان التغيير في الادارة العليا يكون له تاثير واضح في ادائها بالمقارنة مع المنظمات صغيرة الحجم ، كما ان المنظمات ذات الحجم الكبير تمتلك استقرار يمكنها من البقاء ودفع مقسوم ارباح ثابت للمساهمين ، اما التقانة فهي تحدد الطريقة التي تستخدمها المنظمة لتحويل المدخلات الى مخرجات فالتقانة تؤثر على انتاجية المنظمة اعتمادا على مستوى الاتمته المستخدمة ، فعندما ترتفع يتطلب استثمار اكبر لراس مال المنظمة وكلما ازدادت الكفاءة في تحويل المدخلات الى مخرجات فان ذلك يقلل من الكلف ويزيد من الارباح وبدوره يساعد في زيادة الارباح ويحسن من الاداء المنظمي .

2- العوامل البيئية : من اكثر العوامل البيئية المؤثرة في الاداء المنظمي يتمثل في حجم المنافسة ، فعندما تعمل المنظمة في قطاع يكون فيه حجم المنافسة ضعيف تكون اقل تاثير بالمتغيرات واكثر انسجام مع المنظمات الاخرى وعندما تعمل في قطاع شديد المنافسة سوف تخرج من السوق لعدم قدرتها على مجابهة المنافسين .

3-العوامل المتعلقة بطبيعة الادارة : بغض النظر عن عائدية المنظمة فان الاداء المنظمي يتاثر بطبيعة الادارة ، حيث الادارة الفاعلة تمتلك القدرة على استثمار راس مالها البشري وتكون اكثر استعدادا لادخال الابتكارات وتبنيها .

4-العوامل المتعلقة بالموارد البشرية : ويمكن ايجاز هذه العوامل بالاتي :

- ا- التعويض الاداري من خلال ما يحصل عليه الفرد من اجر ومكافئة وحوافز
- ب- النجاح الاداري من خلال تهيئة افضل تفاعل بين العاملين في مختلف الاقسام كونه ينعكس ايجابا على الاداء المنظمي .

ثالثا: ابعاد الاداء المنظمي:

يحدد (north,1999,11) ابعاد الاداء المنظمي بالاتي :

- 1- التعلم والتجديد
- 2- رضا الزبون
- 3- التوظيف
- 4- المبيعات
- 5- المهارات

اما (jauch,2009,308) يحددها بالاتي (الحصة السوقية ، رضا الزبون ، تطوير المنتجات، الابداع والتجديد) . اما (miller,2006,107) يرى ان ابعاد الاداء المنظمي تنحصر بالاتي :

1- الحصة السوقية 2- رضا الزبون 3- تطوير المنتجات 4- الابداع والتجديد
وسوف نتبنى الابعاد الاتية في دراستنا الميدانية للمسوغات التالية :

1- صالحة للتطبيق في الشركة قيد الدراسة فضلا عن الاتفاق عليها من اغلب الباحثين .

2- توافقتها مع اهداف الدراسة الحالية وتعتبر من الابعاد الملائمة للشركة المبحوثة .

وفيما يأتي توضيح مفصل لكل بعد من هذه الابعاد :

1- الحصة السوقية : تعد من الابعاد التي حظيت باهتمام الباحثين في السنوات الاخيرة باعتبارها من اوليات عمل المنظمات والحفاض عليها هدف من اهداف المنظمات التي تسعى للمنافسة والتطور . (Jemison,2007,201) اما (eccies,2009,75) يرى بانها احدي الاطراف الرئيسية لتعزيز تنافسية المنظمة وتواصلها مع الزبون من خلال تقديم منتجات ذات نوعية جيدة تلبي رغباتهم وتحقق آمانياتهم وتكسب زبائن جدد يفضلون التعامل مع المنظمة التي تقدم لهم الافضل .

أما (Higgin,2003,105) يرى بانها مجموعة المبيعات التي تحققها لسلعة (ما) ولقد اصبحت هدف استراتيجي تسعى المنظمات الى تحقيقه . ومن وجهة نظر (السيد ، 84,2000) بأنها مقياس للاداء ويعد من افضل المقاييس كونه اداة للتمييز بين المنظمات الرابحة والخاسرة ، وبما ان المنظمات تسعى الى توسيع حصتها السوقية في السوق فأنها تلجأ الى تحليل هذه الحصة والتعرف على اسباب التغير في كميات المبيعات سواء كان بالزيادة او النقصان .

ومن وجهة نظر (الصميدعي و ردينة ، 2000 ، 64) بأنها احدي المقاييس المعتمدة في تعزيز المركز التنافسي للمنظمة حيث ان المنظمات المغامرة تعمل على زيادة حصتها السوقية والهيمنة على السوق لان جميع المنظمات تسعى الى الحفاظ على حصتها في السوق . وذهب (kotler,2000,261) بالقول بانها مقياس مبيعات المنظمة كنسبة مئوية لمبيعات الصناعة . ويضيف (kotler,1997,27) بانها مقارنة اداء المنظمات مع اداء اقرب المنافسين ، اي بمعنى مقارنة نتائج ادائها مع نتائج اداء المنافسين .

2- رضا الزبون : ينظر (kotler,1997,41) الى الرضا بانه دالة الى الاداء المدرك ، فاذا الاداء اقل من توقعات الزبون يكون غير راضي اما اذا كان الاداء اكثر من التوقعات سيكون الزبون راضي ومسرور . اما (kotler,2000,61) يرى هناك مستويين من الرضا يشعر بهما الزبون ، الاول عندما يكون الاداء للسلع والخدمات متناسبا مع توقعات الزبون فعند ذلك يكون لدى الزبون حالة من الشعور بالرضا اما الثاني عندما يكون الاداء يفوق التوقعات ، عند ذلك يكون الزبون على درجة عالية من الرضا . اما (Sergio,2003,90) يراه بانه الشعور الايجابي الذي يحدث بعد شراء المنتج، وان تقييم المنتج مبني على الخدمة المعروضة من قبل البائعين . وفي السياق نفسه يرى (roman,2003,) بانه المقياس الوحيد لنجاح المنظمة فمتى ما شعر الزبون بوجود الخدمة الجيدة اصبح اكثر رضا وولاء للمنظمة .

اما (Ramawamy,2006,43) ينظر الى رضا الزبون بأنه الأداة التي تستخدمها المنظمات وتسعى اليها كميزة تنافسية مقارنة بالمنظمات الاخرى الموجودة في نفس القطاع . وفي السياق نفسه يضيف (rajagopal,2000,54) على المنظمات ان تفهم الزبون وتوفر متطلباته وتسعى الى اسعاده وتشعر بالمسؤولية تجاهه من خلال توفير السلع والخدمات التي تحقق رضاه . اما (جاباي ، 2001 ، 21) ينظر الى رضا الزبون عن المنظمة اذا تحققت الجوانب الاتية :

- أ- التردد على المنظمة التي يتلقى منها الخدمة الجيدة .
 - ب- تشجيع افراد الاسرة والاصدقاء ونصحهم بالشراء من هذه المنظمة .
 - ج- يكون اكثر ولاء وموردا اساسيا للمنظمة .
- ويؤكد (احمد ، 2001 ، 174) بأن نجاح المنظمات يعتمد على تقديراتهم في ضمان قاعدة متينة من مصادر استقطاب الزبائن الجدد ، من خلال توجيهاتهم وارائهم الايجابية التي يتأثر بها الزبائن الجدد وقد ركز على ثلاث مجالات رئيسة لتحقيق رضا الزبون هي :
- أ- الثقة العالية برجل المبيعات تؤدي الى تعظيم رضا الزبون .
 - ب- الاستجابة لمتطلبات الزبون والاتصال المباشر به والتعرف على حاجاته .
 - ج- يعد رضا الزبون من الاصول المهمة لدى المنظمات التي تسعى للاحتفاظ به .

3- الابداع والتجديد :

يرى (Ramawamy,2006,106) بأنه اضافة شيء جديد لم يكن سابقا اي العملية التي من خلالها يتم تحويل الافكار الابداعية الى منتجات تجارية ، او عمليات تساهم في تقديم شيء يفوق توقعات الزبون.

اما الابداع عند (Davis,2009,12) بانه الطريق الذي يمتلكه المغامرون للدخول في اعمال جديدة او خدمات جديدة اما (Rajagopal,2000,65) يشير بانه اضافة اختراعات جديدة لتلبية حاجات الزبائن وتشجيع روح الابداع في المنظمة لغرض تقديم المزيد من الاعمال المتجددة .

اما (Sergio,2003,910) يرى بانها استحضار اشكال المغامرة من تبني عمليات التغيير ودعمه من اجل تحقيق تحولات ابداعية في بيئة المنظمة وعملياتها .

ويضيف (Jemison,2007,100) بانه نشاطا متجددا لتوجيه طاقات المنظمة وقدراتها نحو تحقيق غاياتها وأهدافها وتحديد رسالتها في المجتمع الذي تمارس فيه نشاطها الابداعي .

ويضيف (miller,2006,111) بانه تقديم منتجات متميزة لا يمكن لمنظمات اخرى تقديمها ، بمعنى استخدام التفكير العقلاني لمدرء المنظمات من اجل انتاج منتج جديد نافع حاضرا ومستقبلا .

اما (jauch,2009,311) بانه تجديد المنتجات الحالية من اجل كسب حصه سوقية للشركة .

ويضيف (north,1999,27) بانه الريادة في تطوير المنتجات مقارنة بالمنافسين ، بمعنى اخر استمرار المنظمات على التجديد والابداع والابتكار

المبحث الثالث :الاطار العلمي

اولا: تحليل واختبار علاقة الارتباط بين مكونات راس المال الفكري والاداء المنظمي :

ينطوي هذا المبحث على قياس علاقة الارتباط بين متغيرات البحث التي تضمنتها الفرضية الرئيسية الاولى التي مفادها (توجد علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية بين مكونات راس المال الفكري وابعاد الاداء المنظمي) وبهدف اثبات هذه الفرضية لابد من اختبار الفرضيات الفرعية الثلاثة المنبثقة عنها وكما يأتي:

اختبار الفرضية الفرعية الاولى :

فرضية العدم (H0) عدم وجود علاقة ارتباط بين مكون راس المال البشري والحصة السوقية .

فرضية الوجود (H1) توجد علاقة ارتباط بين مكون راس المال البشري والحصة السوقية .

ومن اجل قبول الفرضية الاحصائية اعلاه من عدم قبولها ، قام الباحث باختبار معاملات الارتباط البسيط باستخدام اختبار (t) للوقوف على معنوية العلاقة بين مكونات راس المال الفكري (راس المال البشري ، راس المال الهيكلية، راس المال الزبائنية) والحصة السوقية .

والجدول (2) يوضح قيم معاملات الارتباط البسيط بين مكونات راس المال الفكري والحصة السوقية.

جدول (2)

يوضح علاقة الارتباط بين مكونات راس المال الفكري والحصة السوقية مع قيمة (t) المحسوبة

مكونات راس المال الفكري الحصة السوقية	راس المال البشري	راس المال الهيكلية	راس المال الزبائنية	قيمة (t) الجدولية
الارتباط	.71	.70	.75	%5
قيمة (t) المحسوبة	2.27	2.72	2.93	1.870

المصدر: اعداد الباحث اعتمادا على البرنامج الحاسوبي الجاهز (spss)

يتضح من الجدول الاتي :

1- يتضح من النتائج الواردة في جدول (2) ان قيمة (t) المحسوبة لعلاقة الارتباط بين مكون راس المال البشري والحصة السوقية وبالغلة (2.27) هي اكبر من قيمة (t) الجدولية البالغة (1.87) عند مستوى معنوية 5% مما يدل على رفض فرضية العدم (H0) وهذا يعني وجود علاقة ارتباط موجبة وقوية بين مكون راس المال البشري والحصة السوقية ، ويعتد ذات دلالة احصائية عند المستوى المذكور ومما يوضح ان اصحاب الخبرات والمهارات من المدراء لهم دور فاعل في تنشيط الحصة السوقية في الشركة المبحوثة ويمتلكون المعرفة والموهبة في معالجة نواحي القصور في المنتجات المقدمة للزبون من اجل تقديمها بشكل افضل لتحقيق الحصة السوقية الافضل للشركة .

2- اتضح ان قيمة (t) المحسوبة لعلاقة الارتباط بين مكون رأس المال الهيكلي والحصة السوقية والبالغة (2.72) هي اكبر من قيمة (t) الجدولية والبالغة (1.87) عند مستوى معنوية 5% مما يدل على رفض فرضية العدم (H0) وهذا يعني وجود علاقة ارتباط موجبة وقوية بين مكون رأس المال الهيكلي والحصة السوقية ومما يدل على وجود تفعيل في الاتصالات بين الادارة والمرؤوسين ،وامتلاك الادارة التقنيات التي من خلالها تدعم تسليم المنتجات .

3- وتبين ايضا ان قيمة (t) المحسوبة لعلاقة الارتباط بين مكون رأس المال الزبائني والحصة السوقية والبالغة (2.93) هي اكبر من قيمة (t) الجدولية البالغة (1.87) عند مستوى معنوية 5% مما يدل على رفض فرضية العدم (H0) وهذا يعني وجود علاقة ارتباط موجبة وقوية بين مكون رأس المال الزبائني والحصة السوقية ومما يدل على استعداد المدراء ذوي المهارات والخبرات العقلية النيرة لدعم الحصة السوقية من خلال زيادتها والحفاظ عليها في السوق مقارنة بنتائج مبيعات الاخرين في نفس السوق .

2- اختبار الفرضية الفرعية الثانية :

فرضية العدم (H0) عدم وجود علاقة ارتباط بين مكونات رأس المال الفكري ورضا الزبون .

فرضية الوجود (H1) وجود علاقة ارتباط بين مكونات رأس المال الفكري ورضا الزبون .

يوضح جدول (3) الى قيم معاملات الارتباط البسيط بين مكونات رأس المال الفكري (راس المال البشري ، راس المال الهيكلي ، راس المال الزبائني) ومتغير رضا الزبون .

جدول (3)

علاقة الارتباط بين مكونات رأس المال الفكري ومتغير رضا الزبون مع قيمة (t) المحسوبة

قيمة (t) الجدولية	راس المال الزبائني	راس المال الهيكلي	راس المال البشري	مكونات راس المال
-------------------	--------------------	-------------------	------------------	---------------------

				الفكري
				رضا الزبون
5%	.40	.44	.42	الأرتباط
1.94	1.30	1.68	1.21	قيمة (t) المحسوبة

المصدر / اعداد الباحث اعتمادا على البرنامج الجاهز (spss)

يتضح من الجدول (3) :

1- قيمة (t) المحسوبة لعلاقة الارتباط بين مكون راس المال البشري ورضا الزبون (1.21) وهي اقل من قيمة (t) الجدولية والبالغة (1.94) عند مستوى معنويه 5% مما يدل على عدم وجود علاقة ارتباط بين مكون راس المال البشري ورضا الزبون من الناحية الاحصائية الا ان من خلال معامل ارتباط البسيط بين مكون راس المال البشري ورضا الزبون البالغ (.42). يتضح وجود علاقة من الناحية الادارية الا انه غير داله احصائيا عند مستوى معنويه 5% مما يدل على ان الزبون غير راضي عن المنتجات المقدمة من قبل الشركة المبحوثة كونها لا تفوق توقعاته وتصوراته .

2- وتبين ايضا ان قيمة (t) المحسوبة لعلاقة الارتباط بين مكون راس المال الهيكلي ورضا الزبون والبالغة (1.68) هي اقل من قيمة (t) الجدولية والبالغة (1.94) عند مستوى معنويه 5% مما يدل على عدم وجود علاقة ارتباط بين مكون راس المال الهيكلي ورضا الزبون من الناحية الاحصائية الا انه من خلال معامل الارتباط البسيط بين مكون راس المال الهيكلي ومتغير رضا الزبون والبالغة (.44). يتضح وجود علاقة من الناحية الادارية الا انه غير داله احصائيا عند مستوى معنويه 5% مما يدل على عدم قدرة الشركة وشبكاتنا الداخلية من تسليم المنتج الى الزبون بكفاءة عالية تحقق توقعاته وتصوراته .

3- وتبين ايضا ان قيمة (t) المحسوبة لعلاقة الارتباط بين مكون راس المال الزبائني ورضا الزبون والبالغة (1.30) هي اقل من قيمة (t) الجدولية البالغة (1.94) عند مستوى معنويه 5% مما يدل على عدم وجود علاقة ارتباط بين مكون راس المال الزبائني ورضا الزبون من الناحية الاحصائية ، الا انه من خلال معامل الارتباط البسيط بين مكون راس المال الزبائني ورضا الزبون

والبالغ (40). يتضح وجود علاقة ارتباط من الناحية الادارية الا انه غير دالة احصائيا عند مستوى معنويه 5% ، مما تقدم يتضح ان الشركة لا تهتم بمقترحات الزبائن ولا تنصت الى ارائهم ولا تهتم بالشكاوى المقدمة من قبلهم ولا تشاركهم افكارها.

3- اختبار الفرضية الفرعية الثالثة :

فرضية العدم (H0) عدم وجود علاقة ارتباط بين مكونات راس المال الفكري ومتغير الابداع والتجديد .

فرضية الوجود (H1) وجود علاقة ارتباط بين مكونات راس المال الفكري ومتغير الابداع والتجديد .

يشير جدول (4) الى قيم معاملات الارتباط البسيط بين مكونات راس المال الفكري {راس المال البشري ، راس المال الهيكلي ، راس المال الزبائني} ومتغير الابداع والتجديد .

جدول (4)

نتائج علاقة الارتباط بين مكونات راس المال الفكري ومتغير الابداع والتجديد مع قيمة (t) المحسوبة

مكونات راس المال الفكري	راس المال البشري	راس المال الهيكلي	راس المال الزبائني	قيمة (t) المحسوبة
الأبداع والتجديد	.72	.70	.73	5%
الأبداع والتجديد	4.15	4.20	3.89	2.92

المصدر: اعداد الباحث اعتمادا على البرنامج الجاهز (spss)

يتضح من الجدول اعلاه ماياتي :

1- قيمة (t) المحسوبة لعلاقة الارتباط بين مكون راس المال البشري ومتغير الابداع والتجديد البالغة (4.15) هي اكبر من قيمة (t) الجدولية البالغة (2.92)

عند مستوى معنوية 5% ، مما يدل على رفض فرضية العدم (H0)، وهذا يعني وجود علاقة ارتباط موجبة وقوية بين مكون راس المال البشري والابداع والتجديد وذات دلالة احصائية عند المستوى المذكور وبدرجة ثقة (95%) ، ومما تقدم يظهر ان ادارة الشركة لديها قدرات معرفية تمكنها من انتاج افكار جديدة وتطويرها وتعظيم نقاط قوتها وتجعلها في الموقع الافضل .

2- تبين ان قيمة (t) المحسوبة لعلاقة الارتباط بين مكون راس المال الهيكلي ومتغير الابداع والتجديد والبالغة (4.20) هي اكبر من قيمة (t) الجدولية البالغة (2.92) عند مستوى معنوية 5% ، مما يدل على رفض فرضية العدم (H0) ، وهذا يعني وجود علاقة ارتباط موجبة وقوية بين مكون راس المال الهيكلي ومتغير الابداع والتجديد وذات دلالة احصائية عند المستوى المذكور وبدرجة ثقة (95%) ، ومما تقدم يظهر ان ادارة الشركة تسعى الى الابداع والتجديد في منتجاتها لكي تحصل على رضا الزبائن وولائهم.

3- وتبين ايضا ان قيمة (t) المحسوبة لعلاقة الارتباط بين مكون راس المال الزبائني ومتغير الابداع والتجديد والبالغة (3.89) هي اكبر من قيمة (t) الجدولية البالغة (2.92) عند مستوى معنوية 5% ، مما يدل على رفض فرضية العدم (H0) وهذا يعني وجود علاقة ارتباط موجبة وقوية بين مكون راس المال الزبائني ومتغير الابداع والتجديد، وذات دلالة احصائية عند المستوى المذكور وبدرجة ثقة (95%)، ومما تقدم يظهر ان ادارة الشركة تبذل جهود من اجل تقوية علاقاتها مع زبائنها الخارجيين والداخليين.

وتأسيسا على ما تقدم تأكد للباحث صحة الفرضية الرئيسية الاولى ومفادها { توجد علاقة ارتباط بين مكونات راس المال الفكري ومتغيرات الاداء المنظمي }

ثانيا: قياس اثر مكونات راس المال الفكري في الاداء المنظمي :

تنصب هذه الفقرة الى قياس اثر مكونات راس المال الفكري في الاداء المنظمي الذي تضمنته الفرضية الرئيسية الثانية وما ينبثق عنها من فرضيات فرعية وقد استخدمنا لهذا الفرض [انموذج الانحدار البسيط] ولغرض اعطاء قرار دقيق بشأن ثبوت صحة الفرضية الرئيسية الثانية التي تنص [يوجد تأثير ذو دلالة احصائية بين مكونات راس المال الفكري والاداء المنظمي] لا بد من اختبار الفرضيات الفرعية الاتية:

1- اختبار الفرضية الفرعية الاولى :

فرضية العدم (H0) : عدم وجود تأثير بين مكونات راس المال الفكري والحصة السوقية .

فرضية الوجود (H1) : يوجد تأثير بين مكونات راس المال الفكري والحصة السوقية .

من اجل قبول الفرضية الاحصائية اعلاه من عدم قبولها ، قام الباحث باختبار معنوية نموذج الانحدار البسيط باستخدام اختبار (f) والجدول (5) يشير الى تقدير معاملات نموذج الانحدار البسيط لغرض قياس التأثير بين مكونات راس المال الفكري والحصة السوقية .

جدول (5)

تقدير نموذج الانحدار البسيط لقياس التأثير بين مكونات راس المال الفكري والحصة السوقية .

معامل	قيمة f	راس	راس	راس المال	مكونات راس المال الفكري
التفسير	الجدول	المال	المال	البشري	الحصة السوقية
R^2	ية	الزبائني	الهيكلي		
.992	34.1	90.75	47.25	352.101	قيمة f المحسوبة
		5	3		

المصدر اعداد الباحث وفقا لنتائج الحاسبة الالكترونية

أ- يتضح من الجدول (5) ان قيمة (f) المحسوبة لنموذج الانحدار البسيط وبالغلة (352.101) اكبر من قيمة (f) الجدولية البالغة (34.1) عند مستوى معنوية 5% مما يدل على رفض فرضية العدم (H0) وهذا يعني ثبوت معنوية نموذج الانحدار المقدر عند المستوى المذكور وبالتالي يكون مكون راس المال البشري ذا تأثير عال جدا في الحصة السوقية ، ويعد هذا التأثير ذات دلالة احصائية عند مستوى المعنوية 5% اي بدرجة ثقة قدرها 95% .

ب- وتبين ايضا ان قيمة (f) المحسوبة لنموذج الانحدار البسيط وبالغلة (47.253) هي اكبر من قيمة (f) الجدولية وبالغلة (34.1) عند مستوى معنوية 5% مما يدل على رفض فرضية العدم (H0) ، وهذا يعني ثبوت معنوية نموذج الانحدار المقدر عند المستوى المذكور ، وبالتالي يكون مكون

راس المال الهيكلية ذا تأثير عال جدا في الحصة السوقية ، ويعد هذا التأثير ذا دلالة احصائية عند مستوى معنوية 5% اي بدرجة ثقة قدرها 95% .

ج- وتبين ايضا ان قيمة (f) المحسوبة لنموذج الانحدار البسيط وبالغلة (90.755) هي اكبر من قيمة (f) الجدولية وبالغلة (34.1) عند مستوى معنوية 5% مما يدل على رفض فرضية العدم (H0) وهذا يعني ثبوت معنوية نموذج الانحدار المقدر عند المستوى المذكور ، وبالتالي يكون مكون راس المال الزبائنية ذا تأثير عال جدا في الحصة السوقية ، ويعد هذا التأثير ذا دلالة احصائية عند مستوى معنوية 5% اي بدرجة ثقة (95%) .

د- ويتضح من خلال معامل التفسير (R^2) البالغ (0.992) ان مكون راس المال الفكري {راس المال البشري ، راس المال الهيكلية ، راس المال الزبائنية} تفسر ما نسبته (99.2%) من التغيرات التي تطرأ على الحصة السوقية اما النسبة المتبقية البالغة (0.8%) فتعود الى مساهمة متغيرات اخرى غير داخلية في النموذج

وبناء على النتائج المتقدمة ، تأكد للباحث ثبوت صحة الفرضية الفرعية الأولى المنبثقة عن الفرضية الرئيسية الثانية .

2- اختبار الفرضية الفرعية الثانية :

فرضية العدم (H0) : عدم وجود تأثير بين مكونات راس المال الفكري ورضا الزبون .

فرضية الوجود (H1) : يوجد تأثير بين مكونات راس المال الفكري ورضا الزبون

يشير جدول (6) الى تقدم معاملات نموذج الانحدار البسيط لغرض قياس

التأثير بين مكونات راس المال الفكري ورضا الزبون .

جدول (6)

تقديري نموذج الانحدار البسيط لقياس التأثير بين مكونات راس المال الفكري ورضا الزبون .

مكونات راس المال الفكري رضا الزبون	راس المال البشري	راس المال الهيكلية	راس المال الزبائنية	قيمة f الجدولية	معامل التفسير R^2
قيمة f المحسوبة	2.817	6.314	4.811	34.1	.441

المصدر اعداد الباحث وفقا لنتائج الحاسبة الالكترونية البرنامج الجاهز (spss)

يتضح من خلال النتائج النهائية الواردة في جدول (6)

أ- يتضح من الجدول (6) ان قيمة (f) المحسوبة لنموذج الانحدار البسيط وبالقيمة (2.817) هي اقل من قيمة (f) الجدولية البالغة (34.1) عند مستوى معنوية 5% مما يدل على قبول فرضية العدم (H0) وهذا يعني عدم ثبوت معنوية نموذج الانحدار المقدر عند المستوى المذكور وبالتالي لا يوجد تأثير لمكون راس المال البشري في رضا الزبون وان نسبة تأثيره في النموذج تعد ضعيفة جدا وغير دالة احصائيا .

ب- وتبين ان قيمة (f) المحسوبة لنموذج الانحدار البسيط وبالقيمة (6.314) هي اقل من قيمة (f) الجدولية البالغة (34.1) عند مستوى معنوية 5% ، مما يدل على قبول فرضية العدم (H0) ، وهذا يعني عدم ثبوت معنوية نموذج الانحدار المقدر عند المستوى المذكور وبالتالي لا يوجد تأثير لمكون راس المال الهيكلية في رضا الزبون ، وان نسبة تأثيره في النموذج تعد ضعيفة جدا وغير دالة احصائيا.

ج- وتبين ايضا ان قيمة (f) المحسوبة لنموذج الانحدار البسيط وبالقيمة (4.811) هي اقل من قيمة (f) الجدولية البالغة (34.1) عند مستوى معنوية 5% مما يدل على قبول فرضية العدم (H0) ، وهذا يعني عدم ثبوت نموذج الانحدار

المقدر عند المستوى المذكور ، وبالتالي لا يوجد تأثير لمكون رأس المال الزبائني في رضا الزبون ، وان نسبة تأثيره في النموذج تعد ضعيفة جدا وغير دالة احصائيا .

د- من خلال معامل التفسير (r^2) البالغ (0.441) يتضح ان مكونات رأس المال الفكري {رأس المال البشري ، رأس المال الهيكلي ، رأس المال الزبائني} تفسر ما نسبته (44.1) من التغيرات التي تطرأ على رضا الزبون وهي نسبة ضعيفة جدا، اما النسبة المتبقية والبالغة (55.9) فأنها تعزى الى مساهمة متغيرات اخرى غير داخلية في النموذج وبناء على ما تقدم تأكد للباحث عدم ثبوت صحة الفرضية الفرعية الثانية المنبثقة عن الفرية الرئيسة الثانية .

3- اختبار الفرضية الفرعية الثالثة:

فرضية العدم (H_0): عدم وجود تأثير بين مكونات رأس المال الفكري والابداع والتجديد .

فرضية الوجود (H_1): يوجد تأثير بين مكونات رأس المال الفكري والابداع والتجديد .

يشير جدول (7) الى تقدير معاملات نموذج الانحدار البسيط ، لغرض قياس التأثير بين مكونات رأس المال الفكري والابداع والتجديد .

جدول (7)

تقدير نموذج الانحدار البسيط لقياس التأثير بين مكونات رأس المال الفكري والابداع والتجديد

مكونات رأس المال الفكري	رأس المال البشري	رأس المال الهيكلي	رأس المال الزبائني	قيمة (f) الجدولية	معامل التفسير R^2
الابداع والتجديد	216.228	72.227	92.552	34.1	.986
قيمة المحسوبة f					

المصدر/ اعداد الباحث وفقا لنتائج الحاسبة الالكترونية

ا- يتضح من الجدول (7) ان قيمة (f) المحسوبة لنموذج الانحدار البسيط والبالغة (216.228) هي اكبر من قيمة (f) الجدولية البالغة (34.1) عند مستوى معنوية 5% مما يدل على رفض فرضية العدم (H_0) ، وهذا يعني

ثبوت معنوية نموذج الانحدار المقدر عند المستوى المذكور وبالتالي يكون مكون راس المال البشري ذا تاثير عال جدا في الابداع والتجديد ويعد هذا التاثير ذات دلالة احصائية عند مستوى المعنوية 5% اي بدرجة ثقة 95% .

ب- وتبين ايضا ان قيمة (f) المحسوبة لنموذج الانحدار البسيط وبالغلة (72.227) هي اكبر من قيمة (f) الجدولية وبالغلة (34.1) عند مستوى معنوية 5% ، مما يدل على رفض فرضية العدم (H0) وهذا يعني ثبوت معنوية نموذج الانحدار المقدر عند المستوى المذكور وبالتالي يكون راس المال الهيكلية ذا تاثير عال جدا في تحديد الابداع والتجديد ويعد هذا التاثير ذا دلالة احصائية عند مستوى معنوية 5% اي بدرجة ثقة 95% .

ج- وتبين ايضا ان قيمة (f) المحسوبة لنموذج الانحدار البسيط وبالغلة (92.552) هي اكبر من قيمة (f) الجدولية وبالغلة (34.1) عند مستوى معنوية 5% مما يدل على رفض فرضية العدم (H0) ، وهذا يعني ثبوت معنوية نموذج الانحدار المقدر عند المستوى المذكور وبالتالي يكون راس المال الزبائنية ذا تاثير عال جدا في الابداع والتجديد ، ويعد هذا التاثير ذا دلالة احصائية عند مستوى معنوية 5% اي بدرجة ثقة 95% .

د- يتضح من خلال معامل التفسير (R^2) البالغ (0.986) ان مكونات راس المال الفكري [راس المال البشري، راس المال الهيكلية، راس المال الزبائنية] تفسر ما نسبته (98.6) من التغيرات التي تطرأ على الابداع والتجديد ، اما النسبة المتبقية البالغة (1.4) فتعود الى مساهمة متغيرات اخرى غير داخلية في النموذج .

وبناء على النتائج المتقدمة ، تاكد للباحث ثبوت صحة الفرضية الفرعية الثالثة المنبثقة عن الفرضية الرئيسية الثانية .

وتاسيسا على ماتقدم وبعد التاكد من ثبوت صحة الفرضيات الفرعية (1,3) وعدم ثبوت صحة الفرضية الفرعية الثانية ، وكذلك ثبوت معنوية تاثير راس المال الفكري تاكد للباحث ثبوت صحة الفرضية الرئيسية الثانية والتي تنص على [يوجد تاثير ذو دلالة احصائية لمكونات راس المال الفكري في الاداء المنظمي] .

المبحث الرابع

الاستنتاجات والتوصيات

أولاً: الاستنتاجات

- 1- أظهر البحث لراس المال الفكري دور ضعيف في الشركة المبحوثة من خلال عدم ادراك المدراء بأهمية هذه الاستراتيجية.
- 2- أبدى قسم الموارد البشرية في الشركة استعداداً في تنشيط هذه الموجودات المعرفية بعد توفر الدعم والاسناد من قبل الادارة العليا في الشركة .
- 3- أظهرت النتائج الاحصائية وجود علاقة ارتباط ضعيفة بين مكونات راس المال الفكري ومتغير رضا الزبون .
- 4- أظهرت النتائج الاحصائية ان مكون راس المال الزبائني اكثر المتغيرات له قوة علاقة مع متغير الحصة السوقية.
- 5- حققت جميع مكونات راس المال الفكري علاقة ارتباط معنوية مع جميع متغيرات الاداء المنظمي باستثناء متغير رضا الزبون .
- 6- حققت جميع مكونات راس المال الفكري علاقة تاثير معنوية مع جميع متغيرات الاداء المنظمي باستثناء متغير رضا الزبون.

ثانياً : التوصيات

- 1- على ادارة الشركة تنشيط دور راس المال الفكري من خلال التعاون بينهم وبين الافراد العاملين من ذوي الامكانات العقلية والمعرفية .
- 2- جعل هذه الاستراتيجية سياسة واضحة للشركة تسهم في زيادة الانتاج .
- 3- تخصيص الموارد المالية اللازمة لانجاح هذه الاستراتيجية في الشركة المبحوثة .
- 4- جعل هذه الاستراتيجية سلاح تنافسي تتنافس به الشركة مع الشركات الموجودة في نفس القطاع .
- 5- جعل هذه الاستراتيجية القوة الخفية التي تضمن البقاء والتطور.

المصادر

أولاً: المصادر العربية

1- الكتب

- 1- السيد، أسماعيل محمد ، الادارة الاستراتيجية مفاهيم وحالات تطبيقية ، كلية التجارة ، 2000 .
- 2- الصميدعي، محمود جاسم وردينة، عثمان يوسف، التسويق المصرفي (مدخل استراتيجي تحليلي) دار المناهج للنشر والتوزيع ، ط1، عمان ، 2000.

- 3- جاباي، جى جونشان، التسويق الابتكاري، دار الوفاء للطباعة والنشر -
ج.م.ع، المنصورة، ط1، 2001
- ب- الدوريات
- 1- الدوري، زكريا مطلق والساعدي، مؤيد يوسف، راس المال الاجتماعي
التنظيمي ، مدخل في اقتصاديات الثقة ، مجلة العلوم الاقتصادية والادارية
،مجلد(9) العدد(30) جامعة بغداد، 2002
- 2- العنزي، سعد علي حمود، اثر راس المال الفكري في اداء المنظمة : دراسة
ميدانية في عينة من الشركات ، مجلة العلوم الاقتصادية والادارية ، المجلد(8)
، العدد(28) جامعة بغداد، 2001
- 3- المحياوي، قاسم نايف والزعلوك، ابراهيم محمد، دور راس المال المصرفي في
تعزيز ثقة الابداع في منظمات الاعمال ، المؤتمر العلمي (الاتجاهات الدولية
الحديثة في منظمات الاعمال ، تشرين الثاني، جامعة الزرقاء ، 2006 .
ثانيا: المصادر الاجنبية

A-Books

- 1-Brinker,Barry,intellectual capital tomorrows asset today challenge,
2010.
- 2-Brooking ,annie, intellectual capital,international Thomson Business press
2009.
- 3-Bart,slocum,organizational performance,south western,2001.
- 4-Bontis,nick,managing an organizational learning system by aligning stocks
and flows,of knowledge,johnwiley &cons,Canada,2009.
- 5-Daft, Richard L., organization theory and Desigon,new york west
publishing ,7th ed, 2001 .
- 6- Daft, Richard L.,
organization theory and Desigon,new york west publishing, 1998 .
- 7- Davis, K., behavior organizational, 8th,ed,mccraw-hill,booko.,new
york.,2009.
- 8-Evans, james R. applied production and operation management
4th,ed.,west publishing company,new york, 2007 .

- 9-GLinow, intellectual capital for communities 6th, ed., south western, u.s.A, 2009.
- 10- Hill, Lanchard, organization structure & process, 5th, ed prentice-Hall, newyork, 2007 .
- 11- Jons, Gareth R., organization theory text & cases Addison-wesley, publishing company, 2006.
- 12- Jons, Gareth R., organization theory text cases Addison-wesley, publishing company, 2009 .
- 13- Jemison ,R.L., organizational behavior, 7th, ed, mccraw Hill, newyork, 2007.
- 14- Jauch, organization theory structure desing and application, 3rd, ed, pretice-Hall, inc, 2009 .
- 15- Kotler, Philip, marketing management analysis, planning implementation and control, newdelhi, prentice-Hall, inc, 1997 .
- 16- Kotler, Philip, marketing management analysis, planning implementation and control, newdelhi, prentice-Hall, inc, 2000 .
- 17- Kelly, Gary capital management 2nd, ed, Kogan page limited, u.k., 2011 .
- 18- luthy, Ricky, organizational performance, Addison- Wesley, publishing company, u.s.A , 2008 .
- 19- Luthy, Ricky, organizational performance, Addison- Wesley, publishing company, u.s.A, 2011 .
- 20- Lothgren, anders, the legal protection of structure capital , 2009.
- 21- miller, Ann., intellectual capital international , Thomson business, 2006.

22- piers, joyce, measure for assessing organizational performance, press newyork , 2000 .

23- Robbins & wiersse organization theory , new jersey, prentice- Hall , Inc., 2005 24- Ramaswamy, Rohit, Design and management of service processes keeping customers for life , publishing company Inc., 2006 .

25- Ramaswamy, Rohit, Design and customers for life , publishing management of service processes keeping company Inc., 2003 .

26- Rajagopal m., marketing management text & cases , publishing house new delhi , 2000 .

27- Roman, kevan., organization theory , structure, design, and application, prentice-Hall Inc., 2003 .

28- Sveiby, Jay, Human Resource management , Houghton miffin company ,2009 29- Sullivan, angelo, performance management 8th, ed., prentice-Hall, Inc., newjersey, 2000 .

30- Sergio Ro., marketing management oxford university, press Inc., newyork 2000 .

31- Stewart, Gary ., performance management key strategies and practical , 2nd, ed., kogan page limited , u.k . 2009 .

32- Tsan, wen-nan knowledge man