

أثر رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة

دراسة ميدانية في الشركات اليمنية للصناعات الغذائية

أ.د. عبداللطيف مصلح محمد عايض *

د. أحمد جابر حسين أبو هادي *

الملخص:

يهدف هذا البحث إلى تحديد أثر رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة في الشركات اليمنية للصناعات الغذائية. وقد استعمل البحث المنهج الوصفي التحليلي، وتمثل مجتمع الدراسة في الشركات اليمنية للصناعات الغذائية الكبيرة جداً، البالغ عددها (16) شركة، بواقع (5416) مفردة، وقد تم اختيار عينة عشوائية طبقية غير تناسبية بواقع (359) مفردة، وتم جمع البيانات باستعمال الاستبانة التي تم تطويرها لجمع البيانات الخاصة بالبحث، وقد توصل البحث إلى أن الشركات قيد الدراسة تولي تحقيق الميزة التنافسية المستدامة بكافة أبعادها اهتماماً كبيراً، لكن اهتمامها بتحقيق بعدي: (الجودة، والاستجابة للعميل)، كان أكبر من اهتمامها بتحقيق بعدي: (الكفاءة، والإبداع أو التجديد)، كما تبدي الشركات اهتماماً كبيراً بتوفير رأس المال الفكري بكافة أبعاده، لكن اهتمامها بتوفير بُعد رأس المال البشري كان أكبر من اهتمامها بتوفير بعدي: (رأس المال العلاقتي، رأس المال الهيكلي)، كذلك يختلف أثر رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة في الشركات باختلاف البُعد، فقد كان أكثرها تأثيراً بُعد رأس المال

* أستاذ إدارة الأعمال – كلية العلوم الإدارية – جامعة العلوم والتكنولوجيا، صنعاء، الجمهورية اليمنية.

* دكتوراه إدارة أعمال، الجمهورية اليمنية.

العلاقاتي، يليه بُعد رأس المال البشري، ثم بُعد رأس المال الهيكلي، وقدم البحث عدداً من التوصيات، أهمها: ضرورة تعزيز مستوى تحقق الميزة التنافسية المستدامة بجميع أبعادها، لاسيما بُعد الكفاءة؛ كونه الأقل تحقّقاً، وكذلك الاستمرار في الاهتمام بتوفير رأس المال الفكري؛ لما لذلك من أثر إيجابي في تحقق الميزة التنافسية المستدامة.

The Impact of Intellectual Capital on Achieving Sustained Competitive Advantage

A Field Study of Yemeni Companies for Food Industry

Prof. Abdulatef Musleh Mohammed Ayedh

Dr. Ahmed Gabir Hussein Abu Hadi

Abstract:

This study aims at investigating the impact of intellectual capital on achieving the sustainable competitive advantage in the Yemeni companies for food industry. The descriptive analytical method was used, and the study community consisted of (5416) employees from (16) Yemeni large companies for food industry, a number of (359) participants were taken as a sample, using a non-proportional stratified random sample. The data were collected by using a questionnaire which was developed for collecting the data. The results of the study revealed that the companies of this study pay a significant attention to achieving sustainable competitive advantage in all variables as the highest degree of achievement was recorded in the variables of (quality and responsiveness to customer) whereas the variables of (efficiency and innovation or renovation) recorded the lowest degree of achievement. The companies also pay a significant consideration to the implementation of intellectual capital whereas they pay greater attention to the human capital than to the relational capital and structural capital. The results also revealed that the impact of the intellectual capital on achieving the sustainable competitive advantage varies according to the variable as the relational capital variable scored the highest degree of influence, and the followed the human capital whereas the structural capital came last. In light of the findings, the study recommended promoting the level of

achieving the sustainable competitive advantage in all variables, especially efficiency, as it scored the lowest degree of achievement of sustainable competitive advantage and increasing the implementation of intellectual capital, as this has a positive impact on achieving the sustainable competitive advantage.

المقدمة:

تعد الميزة التنافسية المستدامة هدفاً إستراتيجياً تسعى إلى بلوغه منظمات الأعمال جميعاً؛ إذ إن المشكلة الأساسية التي تواجهها تلك المنظمات هي مشكلة الاستمرارية والبقاء في الصناعة أو السوق الذي تختاره، مما يتطلب امتلاكها العوامل الداعمة لذلك، ومنها: الأهداف، والموارد، والأفراد، القادرون والمتحفزون، وكذلك الخيارات الإستراتيجية الصحيحة والضرورية لبقاء المنظمة، وفقدان أي منها قد يعجل في فشلها وزوالها، كما أن امتلاك المنظمة للميزة التنافسية يعد مؤشراً على قدرتها في مواجهة متغيرات البيئة في السوق وفحصها الدقيق لبيئة الصناعة، ومن ثم قدرتها على مواجهة المنافسين، وإمكانية البقاء والاستمرار من خلال التفوق عليهم. وفي ظل السباق المتزايد بين المنظمات على تحقيق الاستدامة للمزايا التنافسية، بات لزاماً على تلك المنظمات أن تبذل جهوداً كبيرة في البحث عن المصادر الحقيقية للميزة التنافسية المتنوعة والمتعددة، ومن أهمها، كما يرى (نذير، وبدوي، 2010، 168)، رأس المال الفكري الذي يعد الثروة الحقيقية للمنظمة؛ لقدرته على الإسهام في استدامة الميزة التنافسية، كما أنه يوفر للمنظمة مجالاً لتحقيق التميز، ويعزز موقعها التنافسي، ومن ثم يجب على المنظمات الحرص على الاهتمام برأس المال الفكري. وفي استقصاء أجرته منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية (OCDE) عام (2009) على (118) شركة أمريكية متنوعة، تبين وجود اتفاق بدرجة كبيرة بين رؤساء هذه الشركات من حيث إدراكهم الأصول غير الملموسة، إذ يرى (82%) منهم أن استمرار المنظمة ونجاحها يعتمد بصفة رئيسية على قدراتها التنافسية فيما يتعلق برأس المال الفكري، وفي دراسة لشركة (IBM) تبين أن القيمة السوقية للشركة وصلت إلى (70) مليار دولار، في حين أن

القيمة الدفترية لا تتجاوز (17) مليار دولار، ويرى عدد من الباحثين أن الفرق بين القيمتين يرجع إلى رأس المال الفكري الخاص بالشركة (الكساسبية، 2011، 2).

وفي ظل التحولات الجذرية الجديدة التي يشهدها العالم خلال السنوات الأخيرة من حرية التجارة، وكسر الاحتكار تواجه الشركات اليمنية للصناعات الغذائية منافسة حادة، سواء فيما بينها باعتبارها منتجات محلية أم مع المنتجات الدولية في الأسواق المحلية، مما يتطلب منها السعي إلى امتلاك رأس مال فكري يعتمد على أفراد ذوي مهارات وقدرات متعددة، ونظم وإجراءات وهياكل متطورة، وعلاقات مع العملاء، وتوظيفها في نشاطاتها المختلفة، ليس لضمان البقاء والاستمرار فحسب، بل للوصول إلى تحقيق الميزة التنافسية والمحافظة عليها.

الميزة التنافسية المستدامة، المفهوم والنشأة:

إن بدايات الاهتمام بالميزة التنافسية كانت قد ظهرت من خلال الجهود التي قام بها (Ansoff,1965)، ثم تبعته جهود مجموعة من الباحثين في (Harvard Business School) التي أشارت إلى جهود (Porter) في أواخر السبعينيات وبدايات الثمانينيات، وتبعها إصدارات (Strategic Management Journal) في إطار ما تضمنته من مقالات وبحوث تحمل في طياتها نماذج وأمثلة إستراتيجية مختلفة، كما تشير الدراسات إلى أن أول من طرح فكرة مفهوم الميزة التنافسية المستدامة هو (George Day,1984) إذ قال: يمكن الحصول على نماذج مختلفة من الاستراتيجيات لغرض مساعدة المنظمة في البقاء، لكن الحقيقة التي يُستند عليها في منشأ الميزة التنافسية المستدامة هو ما قدمه بورتر (Porter,1985) في نموذجه المعروف في تحديد استراتيجيات التنافس التي تم ربطها بالبيئة، من خلال المنتجات التي تقدمها الشركة، وتتوافق مع حاجات المشتري وقدراته (البكري، وبني حمدان، 2013، 7)، وقد تم تعريف الميزة التنافسية المستدامة بأنها "المنافع والفوائد التي تحصل عليها المنظمة لأطول فترة ممكنة، ولا يمكن تقليدها أو استنساخها من قبل المنظمات الأخرى" (محسن، 2012، 45).

وقد عرفها (Somuyiwa & Adebayo, 2013, 33) بأنها "عبارة عن خاصية، أو مجموعة من الخصائص التي تنفرد بها المنظمة وتحقق لها التفوق على المنافسين، بما تقدمه من منتجات،

والاحتفاظ بها لفترة زمنية طويلة نسبياً، نتيجة لصعوبة محاكاتها من المنافسين، وتحقق لها المنفعة خلال تلك الفترة"، وأوضح (النجار، ومحسن، 2012، 57) أن الميزة التنافسية المستدامة تستهدف تكوين ميزة فريدة تتفوق بها على المنافسين، من خلال إعطائها قيمة للزبون بطريقة كفوءة يمكن المحافظة عليها باستمرار، وعرضها وتقديمها بشكل أفضل من المنافسين، كما عرف (Hill & Jones, 2012, 4) الميزة التنافسية المستدامة بأنها "قدرة المنظمة على تحقيق ربحية فوق المتوسط والحفاظ عليها لعدة سنوات".

بناء على ما سبق، ومن خلال الاطلاع على بعض الدراسات والأبحاث في مجال الميزة التنافسية المستدامة، تم التوصل إلى الآتي:

1. أن هنالك ارتباطاً فيما بين الاستدامة والمدة الزمنية الذي تتحقق فيه حالة الاستدامة.
 2. أن مفهوم الاستدامة يرتبط بالأجل الطويل.
 3. أن الميزة التنافسية المستدامة تتطلب استعمال نقاط قوة، وقدرة متفردة لدى المنظمة تسهم في الدفاع عن المنظمة ضد حالات التقليد من قبل المنظمات الأخرى.
 4. أن المنظمات تسعى إلى المحافظة على استدامة ميزتها التنافسية، من خلال القيام ببعض الأفعال والتصرفات التي تسهم في تضيق وسد الطريق أمام المنظمات المنافسة، من تقليد واستعمال القدرات والموارد ونقاط القوة التي تمتلكها.
 5. أن الموارد غير القابلة للتقليد تعد وسيلة أساسية لتحقيق المزايا التنافسية واستدامتها.
- وبناءً عليه، فإن الميزة التنافسية المستدامة تعرف بأنها: مجموعة من الخصائص التي تنفرد بها المنظمة، وتحقق لها الأداء المتفوق الذي تتميز به المنظمة على غيرها من المنظمات، والمعتمد على المصادر والموارد النادرة التي يصعب تقليدها من قبل المنافسين الحاليين، أو المحتملين، والمحافظة عليها في الأجل الطويل.

وتنال الميزة التنافسية المستدامة أهميتها من الفوائد التي تحققها للمنظمة، وتستفيد منها كافة الأطراف ذات العلاقة بالمنظمة. وفيما يتعلق بالمنظمات اليمينية بشكل عام، والمصنعة للأغذية

بشكل خاص، فإن تحقيق الميزة التنافسية المستدامة تمثل لها أولوية مهمة؛ كونها تعد السبيل إلى التميز على المنافسين والبقاء والاستمرار في السوق المحلية، وزيادة الحصة السوقية لها مقارنة بالمنافسين، كما أن الاهتمام بالمزايا التنافسية التي تمتلكها المنظمة والمحافظة عليها في الأجل الطويل يضمن للمنظمة استمرار العملاء الحاليين، وإضافة عملاء جدد.

أبعاد الميزة التنافسية المستدامة:

لقد تم تحديد أبعاد الميزة التنافسية المستدامة، في هذه الدراسة، من خلال الرجوع إلى الكتب والأبحاث والدراسات ذات العلاقة كما يوضح ذلك الجدول (1).

جدول (1): أبعاد الميزة التنافسية المستدامة بحسب النماذج السابقة

م	النموذج	السنة	أبعاد النموذج
1	Porter	1979	التكلفة - التميز - التركيز.
2	Wiseman	1989	التكلفة - التميز - السعر - التحالفات.
3	Dillworth	1996	التكلفة - الجودة - المرونة - التسليم.
4	Evans	1997	التكلفة - الجودة - المرونة - التسليم - الإبداع.
5	Williamr	1998	التكلفة - التميز - المرونة.
6	Hill & Jones	1998	الجودة - الكفاءة - الإبداع أو التجديد - الاستجابة لحاجات العميل.
7	Barney	1999	القيمة - الندرة - عدم التقليد - صعوبة الاستبدال.

وقد تم اعتماد أبعاد الميزة التنافسية المستدامة لهذه الدراسة استناداً إلى الأبعاد التي حددها نموذج (Hill & Jones, 1998)، المتمثلة في: (الجودة، والكفاءة، والإبداع أو التجديد، والاستجابة لحاجات العميل)، وفيما يأتي عرض لهذه الأبعاد، ومؤشرات قياسها بما يخدم أغراض هذه الدراسة، وذلك على النحو الآتي:

1. الكفاءة (Efficiency): يتركز امتلاك المنظمة لميزة تنافسية مستدامة على كفاءتها في إنتاج مخرجات معينة باستعمال أقل المدخلات، حيث تشير الكفاءة إلى حسن استغلال موارد المنظمة المختلفة في توفير مخرجات تفوق في قيمتها قيمة المدخلات المستعملة في إنتاج تلك المخرجات، ويرى (Browan, 1996) أن الكفاءة تعني القدرة على التكيف المستمر مع البيئة

والبقاء فيها، من خلال الاستعمال الكفاء للموارد المتاحة، وتعتبر العمالة الإنتاجية المصدر الأكبر لتعزيز الكفاءة (خليفة، 2013، 69)، إن الكفاءة تعني كيفية استعمال الكفاء والمنظم للموارد، من خلال تدريب العاملين، وتطوير كفاءتهم؛ بهدف زيادة الإنتاجية للفرد، وترشيد استعمال المدخلات في إنتاج المخرجات، بما ينعكس على تخفيض التكاليف، ومن ثم تحقيق ميزة تنافسية مستدامة، ولأغراض هذه الدراسة فقد تم قياس بُعد الكفاءة من خلال المؤشرات الآتية:

- تخفيض التكلفة، من خلال زيادة حجم العمليات للاستفادة من اقتصاديات الحجم.
 - السيطرة على النفقات التشغيلية غير المباشرة وتخفيض كلفة المدخلات.
 - توفر الموارد في الوقت الملائم والاستعمال الأمثل لها، وتوفير نظام تقييم كفاءة الأفراد والعمليات.
 - تطوير كفاءة العمليات التشغيلية والإدارية، وتوفير نظام إدارة الأولويات.
 - تبني تكنولوجيا حديثة في العمليات التشغيلية.
2. الجودة (Quality): يقصد بها "مستوى التفوق لمنتج يتصف بمجموعة من الصفات المطابقة للمواصفات المخطط لها، التي تلبى حاجات ورغبات العملاء أو تتجاوزها، وبدون حدوث أي ضرر للمجتمع" (عايض، 2018، 34)، كما تعد الجودة من المزايا التنافسية المهمة التي تساعد في بقاء واستمرار المنظمات، فهي تشير إلى أداء الأشياء بصورة صحيحة لتقديم منتجات تتلاءم مع احتياجات العملاء (ليلي، وإلهام، 2018، 225)، ويرى (Dostie, 2014, 8) أن المنظمات تركز على جودة المنتجات التي تقدمها، بحيث ينعكس ذلك على رضا الزبائن، ويلبي رغباتهم، ولأغراض هذه الدراسة فقد تم قياس بُعد الجودة من خلال المؤشرات الآتية:
- مطابقة المنتجات لمواصفات ومعايير الجودة العالمية، وأن تكون خالية من العيوب.
 - تقديم منتجات ذات جودة عالية مقارنة بمنتجات المنافسين، والالتزام بالتحسين المستمر.
 - تقديم منتجات ذات موثوقية عالية، تتناسب مع القيمة التي يدفعها العملاء.
 - قيام العاملين بأداء الأعمال بصورة صحيحة من أول مرة.

3. الإبداع/التجديد (Innovation): يعتبر الإبداع أو التجديد من أهم أبعاد تحقيق الميزة التنافسية المستدامة، فهو يشير إلى عملية استحداث منتجات أو عمليات جديدة، وإلى كل تقدم يطرأ على منتجات المنظمة وهيكلها وأساليبها الإدارية وإستراتيجياتها (زعلان، 2017، 183)، ويرى (Russell & Millar, 2014, 80) أن الإبداع أو التجديد يشير إلى القدرة على تطبيق تكنولوجيا جديدة، وفتح أسواق جديدة، وتقليل الوقت اللازم لتطوير المنتجات، وإدخال منتجات جديدة، وعندما يكون الإبداع ضمن مسارات الإستراتيجية، فمن المؤكد أنه سيؤدي إلى تحقيق ميزة تنافسية مستدامة للمنظمة من الصعب على المنافسين تقليدها (نذير، وبدوي، 2010، 183)، ولأغراض هذه الدراسة فقد تم قياس بُعد الإبداع أو التجديد من خلال المؤشرات الآتية:

- تطوير المنتجات الحالية، ومعدات الإنتاج، من خلال إدخال أفكار وأساليب جديدة.
- تطوير منتجات جديدة يصعب على المنافسين تقليدها بسهولة.
- تحليل البيئة الداخلية والخارجية للمنظمة، وسرعة تطوير المنتجات.
- البحث والتطوير، وتشجيع العاملين على الإبداع والتجديد؛ لتقديم أفكار إبداعية.
- توفر متطلبات واحتياجات الإبداع والتجديد.

4. الاستجابة لحاجات العميل (Customer Responsiveness): يعتبر الحصول على العملاء والمحافظة على ولائهم من أهم متطلبات استدامة الميزة التنافسية للمنظمة، ويتطلب ذلك معرفة دقيقة بالعملاء، ومن ثم، تحديد حاجاتهم وإشباعها حاجاتهم من خلال إنتاج منتجات بمستوى جودة يفوق إنتاج المنافسين، والاهتمام بالتنوع في تشكيلة المنتجات، بما يلبي احتياجات العملاء ورغباتهم، ويرى (Feng&Papatla,2011,3) أن الاستجابة اتجاه إيجابي أو سلبي يعتمد عليه العملاء في تجاربهم مع منتجات المنظمة، وهذا يعني أن تحقيق الاستجابة للعملاء يتطلب (جميل، 2018، 273):

- أ- تحسين جودة المنتجات، أو تطوير منتجات جديدة ذات سمات وخصائص تفتقر إليها المنتجات المتواجدة في السوق.

ب- سرعة الاستجابة لاحتياجات العملاء من خلال تقليص الوقت المستغرق بالنسبة إلى السلعة حتى تسليمها، أو الخدمة حتى أدائها.

ج- تصميم منتجات تنسجم مع طلبات العملاء، وتقديم خدمات ما بعد البيع. ولأغراض هذه الدراسة فقد تم قياس بُعد والاستجابة لاحتياجات العملاء، من خلال المؤشرات الآتية:

- مواكبة التغيير المتسارع في أذواق وتفضيلات العملاء، والاستجابة لاحتياجاتهم ورغباتهم المتغيرة.
- تخفيض وقت الاستجابة للعملاء، وتقديم المنتجات لهم في الوقت المحدد.
- الاهتمام بالبحوث التسويقية؛ لمعرفة احتياجات العملاء ورغباتهم.
- توفير إستراتيجيات تتصف بالمرونة والاهتمام بالعملاء، وإنتاج منتجات متنوعة تلبي احتياجاتهم.

رأس المال الفكري المفهوم والنشأة:

يعد رأس المال الفكري من الموضوعات الإدارية الحديثة، إذ لم يبرز الاهتمام به بوصفه موضوعاً مستقلاً إلا في بداية التسعينيات، ففي عام 1994 بُذلت جهود في الولايات المتحدة الأمريكية وأخرى في السويد، أسفرت عن تصور لموضوع رأس المال الفكري، كما صدر التقرير السنوي لأول مرة في عام 1995 لرأس المال الفكري من شركة سكانديا Skandia، وهي أكبر شركة لخدمات التمويل والتأمين في السويد، الذي تم تبنيه لاحقاً من قبل عدد من المنظمات، وفي عام 1996 أقيم مؤتمر لرأس المال الفكري، وكانت إحدى توصياته ضرورة تبني هذا الموضوع ليصبح بمثابة المرتكز للتقارير السنوية للمنظمات الحديثة (الكساسبة، 2011، 17)، وفي عام (2001) عُقد في كندا المؤتمر الدولي الرابع لإدارة رأس المال الفكري، وفي عامي (2000) و (2003) عُقد في نيويورك مؤتمرات حول رأس المال الفكري وإدارته (همشري، 2013، 241).

وقد عرّفت منظمة التعاون والتطوير الاقتصادي رأس المال الفكري بأنه القيمة الاقتصادية، لفئتين من الأصول غير الملموسة، لمنظمة معينة، تتمثلتين في رأس المال الهيكلي،

ورأس المال البشري (بابكر، 2018، 28)، في حين عرفه (Shakina, 2014, 272) بأنه مجموعة من الأصول المعرفية للمنظمة التي تسهم في تحسين وضعها التنافسي من خلال إضافة قيمة، في حين يرى (Durrah, 2018, 110) أن رأس المال الفكري يتمثل في الأصول غير الملموسة المملوكة للمنظمة، والمتعلقة بالمعرفة التي يتوقع استعمالها في تحقيق منافع مستمرة، وتوليد الثروة وتنميتها.

وبناء عليه، فإن رأس المال الفكري يعرف بأنه مجموعة الأصول غير الملموسة المعتمدة على الموارد البشرية المبدعة، ونظم وإجراءات العمل التي تمتلكها المنظمة، وهياكلها واستراتيجياتها، وعلاقتها مع العملاء؛ مما يكسبها القدرة على أداء وظائفها، وتسهم في تحسين قدرتها التنافسية وزيادة حصتها السوقية.

وينال رأس المال الفكري أهميته من دوره في نجاح المنظمات وتميزها على المنافسين، ويعتبر أهم الموارد الاقتصادية التي تسهم في العملية الإنتاجية؛ وذلك للأدوار التي يقوم بها مثل: تنظيم تلك العملية من جهة، والإسهام بشكل مباشر فيها من جهة أخرى، كما تشير بعض الدراسات إلى أن المعرفة العلمية والتكنولوجية أصبحت تشكل (80%) من اقتصاديات العالم، في حين تمثل الـ (20%) المتبقية حصة رأس المال والعمالة والموارد الطبيعية (الكساسبة، 2011، 29).

أبعاد رأس المال الفكري:

لقد تم تحديد أبعاد رأس المال الفكري في هذه الدراسة استناداً إلى مجموعة من النماذج السابقة، والجدول (2) يوضح ذلك.

جدول (2): أبعاد رأس المال الفكري بحسب النماذج السابقة

م	النموذج	السنة	أبعاد النموذج
1	Stewart	1997	رأس المال البشري - رأس المال الهيكلي - رأس المال العلاقتي.
2	Edvinson	1997	رأس المال البشري - رأس المال الهيكلي - رأس المال الزبائني - رأس المال المنطقي - رأس مال العملية - رأس مال الإبداع.
3	Sveiby	1998	كفاءة العاملين - الهيكل الداخلي - الهيكل الخارجي.

م	النموذج	السنة	أبعاد النموذج
4	Mayo	2000	رأس المال البشري - رأس المال العلاقتي - رأس المال التنظيمي.
5	Sullivan	2001	رأس المال البشري-الموجودات الفكرية - الملكية الفكرية.
6	Xera	2001	رأس المال الداخلي، رأس المال الخارجي، رأس المال البشري.
7	McElroy	2002	رأس المال البشري - رأس المال الهيكلي - رأس المال الاجتماعي.

وقد تم اعتماد أبعاد رأس المال الفكري لهذه الدراسة استناداً إلى الأبعاد التي حددها نموذج (Stewart,1997) المتمثلة في: (رأس المال البشري، ورأس المال الهيكلي، ورأس المال العلاقتي)، وفيما يأتي عرض لهذه الأبعاد ومؤشرات قياسها بما يخدم أغراض هذه الدراسة، على النحو الآتي:

1. رأس المال البشري: يمثل رأس المال البشري المصدر الأساسي للابتكار والتجديد في المنظمة؛ لما يتمتع به الأفراد من القدرات العقلية والمهارات والخبرات اللازمة لإيجاد الحلول العملية المناسبة لمتطلبات العملاء ورغباتهم، وتمكين منظماتهم من البقاء والمنافسة، كما يقع عليه عبء تقديم الأفكار، وإجراء البحوث، وتحويل نتائجها إلى منتجات (مهدي، 2018، 188)، ويرى (Edvinsson) أن رأس المال البشري يتضمن مجموعة الممارسات والخبرات، والمعارف والمهارات لكل العاملين في المنظمة (عبد الله، وإلياس، 2018، 158)، وينظر إليه (Durrah,2018، 111) على أنه مجموعة الخبرات والمعارف التي يمتلكها العاملون ويستعملونها لتحسين أداء المنظمة والحصول على الميزة التنافسية، وبناء على ما سبق؛ فإن رأس المال البشري هو مجموع المعارف والمهارات والخبرات التي يمتلكها العاملون في المنظمة، والتي تبقى في المنظمة، مادام العاملون موجودين فيها، ولا يمكن للمنظمة امتلاكه بل الاستفادة منه؛ لتحسين أداء المنظمة والحصول على الميزة التنافسية المستدامة، ولأغراض هذه الدراسة فقد تم قياس رأس المال البشري من خلال المؤشرات الآتية:

- المعارف والمهارات والخبرات التي يمتلكها العاملون، والتدريب المستمر للعاملين.
- توفر العاملين ذوي المهارات والمعارف المتنوعة، القادرين على حل المشكلات التي تواجههم.

- المقترحات التي يقدمها العاملون لتطوير الأداء.
 - استقطاب الشركة للعاملين ذوي الخبرات العالية.
2. رأس المال الهيكلي: يمثل رأس المال الهيكلي المعرفة التي تبقى داخل المنظمة، بعد أن يغادر العاملون المنظمة في نهاية كل يوم عمل، كما يوصف بأنه العمود الفقري للمنظمة (Manzari et al , 2012, 2265)، ويؤكد (McElory) أن رأس المال الهيكلي هو عبارة عن كل الأشياء التي تدعم رأس المال البشري، وتمتلكه المنظمة، ويبقى فيها حتى بعد أن يتركها أعضاؤها، سواء بشكل مؤقت أم بشكل نهائي (همشري، 2013، 261)، وبناءً عليه فإن رأس المال الهيكلي هو عبارة عن المعرفة التي يتم تكوينها بوساطة رأس المال البشري، والمتمثلة في إستراتيجيات وسياسات وهياكل وأنظمة وإجراءات العمل في المنظمة التي يتم تخزينها في قواعد البيانات وأنظمة المعلومات في المنظمة، ولا يمكن نقلها خارج المنظمة مع العاملين. ولأغراض هذه الدراسة فقد تم قياس رأس المال الهيكلي من خلال المؤشرات الآتية:
- توفر الهيكل التنظيمي للمنظمة، وإسهامه في تحسين الأداء.
 - توفر نظم المعلومات، وقواعد البيانات، وتحسين الأداء في المنظمة.
 - توفر السياسات والإجراءات ولوائح العمل، ووضوحها للعاملين، وتطويرها باستمرار.
 - توفر الهيكل التنظيمي الذي يوضح العلاقة بين المستويات الإدارية، ويسهل انتقال المعلومات.
3. رأس المال العلاقتي: يشير إلى العلاقات التي تربط المنظمة بزبائنها ومورديها وتحالفاتها الإستراتيجية، ويعرفه (JOHANSEN, 2001) بأنه يمثل قيمة العلاقات المتميزة والمستمرة للمنظمة بالمنظمات الأخرى والأفراد الذين تقدم لهم المنظمة منتجاتها التي تحصل عليها نتيجة كسب رضا العملاء وتعميق ولائهم لها (شكشك، 2018، 193)، في حين يرى (Bontis.1998) أن رأس المال العلاقتي يتمثل في جميع العلاقات التي تؤسسها المنظمة مع أصحاب المصالح وهم: العملاء، والشركاء، والموردون، والمنافسون، والحكومة (رزيقة، ومحمد، 2015، 43)، يتضح مما سبق أن رأس المال العلاقتي يتمثل في علاقة المنظمة مع

العملاء والموردين وجميع الأطراف ذات العلاقة من المستفيدين من منتجات المنظمة، والعمل على استمرار هذه العلاقة وتطويرها، من خلال تلبية احتياجاتهم ورغباتهم وحل مشكلاتهم، بما يحقق رضاهم ويعمل على إسعادهم، ولأغراض هذه الدراسة فقد تم قياس رأس المال العلاقتي من خلال المؤشرات الآتية:

- رضا العملاء عن منتجات المنظمة، وولائهم لها.
- الاحتفاظ بالعملاء للمنظمة، وتلبية متطلباتهم ورغباتهم.
- الاهتمام بشكاوى العملاء والموردين، وتطوير العلاقة معهم باستمرار.
- مشاركة العملاء في أنشطة المنظمة، وعقد الشراكات مع شركات أخرى.

الدراسات السابقة:

1. دراسة (الراعي، 2019)، هدفت إلى التعرف على أثر ممارسة إدارة سلسلة التوريد في تحقيق الميزة التنافسية في الشركات الصناعية الغذائية الأردنية، وتوصلت الدراسة إلى أنه لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لممارسة إدارة سلسلة التوريد في تحقيق الميزة التنافسية في الشركات الصناعية الغذائية الأردنية.

2. دراسة (Abdullah & Binti Othman, 2019)، هدفت إلى دراسة أثر رأس المال الفكري على أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم للأغذية والمشروبات في ماليزيا، من خلال دراسة العلاقة بين إدارة المعرفة والأداء التنظيمي، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة تأثير إيجابية بين رأس المال الفكري والأداء التنظيمي، مما أدى إلى وجود علاقة إيجابية بين إدارة المعرفة وأداء الشركات الصغيرة والمتوسطة محل الدراسة.

3. دراسة (Zhang et al, 2018)، هدفت إلى البحث في الآليات التي من خلالها يؤثر رأس المال الفكري على أداء ابتكار المنتجات، وكيف تؤثر البيئات الاقتصادية والمؤسسية على الآليات، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها: وجود تأثير إيجابي مباشر لرأس المال الفكري على أداء ابتكار المنتجات في الصين والهند، إلا أن التأثير في الصين أعلى منه في الهند، كما أظهرت النتائج وجود تأثير إيجابي غير مباشر لرأس المال الفكري على أداء ابتكار المنتجات،

من خلال تكامل معرفة الموارد في كلا البلدين، إلا أن التأثير في الصين أقل منه في الهند، ومن ثم تختلف الآليات التي يؤثر بها رأس المال الفكري على أداء ابتكار المنتجات في الصين والهند.

4. دراسة (ليلى، وإلهام، 2018)، هدفت إلى التعرف على مساهمة رأس المال البشري في تحقيق الميزة التنافسية في ملبنة الأوراس في باتنة بالجزائر، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين رأس المال البشري بملبنة الأوراس وتحقيق الميزة التنافسية.

5. دراسة (بن ظفرة، 2018)، هدفت إلى قياس تأثير استثمار رأس المال الفكري للشركات العائلية السعودية على دعم قدرتها التنافسية، وتوصلت الدراسة إلى وجود أثر ذي دلالة إحصائية لرأس المال الفكري على الميزة التنافسية في الشركات العائلية بشكل عام، وبين رأس المال البشري ورأس مال العلاقات لكل بعد على حدة، بينما لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لرأس المال الهيكلي على الميزة التنافسية في الشركات العائلية.

6. دراسة (عبد اللوش، وكورتل، 2018)، هدفت إلى دراسة إمكانية وجود أثر ذي دلالة إحصائية لجودة المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية في الشركة الإفريقية للزجاج، وتوصلت الدراسة إلى وجود أثر ذي دلالة إحصائية لجودة المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية.

7. دراسة (يوسف، 2017)، هدفت إلى التعرف على أثر إدارة رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية في المنشآت الرياضية بمحافظة المنيا بمصر، وتوصلت الدراسة إلى وجود أثر ذي دلالة إحصائية لإدارة رأس المال الفكري داخل المنشآت الرياضية في تحقيق الميزة التنافسية.

8. دراسة (لويزة، 2016)، هدفت إلى تحديد دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية، والتأكد من وجود العلاقة والأثر بين رأس المال الفكري والميزة التنافسية في شركة الإسمنت في عين التوتة، بالجزائر، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية

- بين رأس المال الفكري بأبعاده الثلاثة وتحقيق الميزة التنافسية في الشركة محل الدراسة، وتوفر أبعاد كل من رأس المال البشري والهيكلية بدرجة كبيرة تفوق توفر بُعد رأس المال الزبوني، حيث يسهم كل منهما في تحقيق الميزة التنافسية أكثر من رأس المال الزبوني.
9. دراسة (Gutierrez et al, 2016)، هدفت إلى تحليل أثر رأس المال الفكري على القدرة التنافسية في الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم في المكسيك، وتوصلت الدراسة إلى أن أبعاد رأس المال الفكري تؤثر إيجاباً على القدرة التنافسية.
10. دراسة (المخلافي، 2016)، هدفت إلى معرفة أثر أبعاد البيئتين الخارجية والداخلية على الميزة التنافسية في المنظمات الصناعية اليمنية محل الدراسة، وتوصلت الدراسة إلى وجود أثر معنوي إيجابي لأبعاد البيئتين الخارجية والداخلية على الميزة التنافسية في المنظمات الصناعية اليمنية محل الدراسة.
11. دراسة (Kamukama,2013)، هدفت إلى دراسة مساهمة عناصر رأس المال الفكري في تحقيق ميزة تنافسية في صناعة التمويل الأصغر في أوغندا، وتوصلت الدراسة إلى أن رأس المال الفكري يؤثر إيجاباً في تحقيق الميزة التنافسية في صناعة التمويل الأصغر.
12. دراسة (علي، 2009)، هدفت إلى تحليل أثر تطبيقات إدارة الموارد البشرية في تحقيق ميزة تنافسية لشركات الصناعات الغذائية اليمنية، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباط وتأثير ذات دلالة إحصائية بين تطبيقات إدارة الموارد البشرية وتحقيق الميزة التنافسية.

العلاقة بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة:

اتفقت الدراسة الحالية مع بعض الدراسات السابقة في اعتمادها رأس المال الفكري باعتباره متغيراً مستقلاً مؤثراً في الميزة التنافسية، والميزة التنافسية المستدامة، مثل دراسة: (الويزة، 2016)، (بن ظفرة، 2018)، و (Kamukama,2013)، و (Gutierrez et al, 2016)، و (يوسف، 2017)، كما اتفقت الدراسة الحالية مع بعض الدراسات السابقة في البيئة اليمنية مثل دراسة: (المخلافي، 2016)، و (علي، 2009)، وتتميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة بأنها تعد من الدراسات القليلة التي تناولت استدامة الميزة التنافسية بحسب المسح المكتبي، كما أنها

تناولت قطاعاً مهماً وحيوياً على المستوى الوطني، المتمثل في قطاع الصناعات الغذائية، الذي يمثل أحد القطاعات المهمة في عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية، وتحقيق الأمن الغذائي في اليمن، إذ لم يحظ هذا القطاع بالاهتمام الكافي من الدراسات في موضوع الميزة التنافسية المستدامة.

مشكلة الدراسة:

ينبغي على منظمات الأعمال التي تسعى إلى تحقيق النجاح والاستمرار والبقاء التفكير في إيجاد آليات تتمكن من خلالها من تحقيق ما هو أبعد من الميزة التنافسية وأعني بذلك السعي إلى استدامتها؛ لأن الميزة التنافسية المستدامة كما يرى (العبادي، العتيبي، 2014، 219) تعد مفتاحاً لنجاح منظمات الأعمال؛ وتمثل مؤشراً إيجابياً نحو توجه المنظمات لاحتلال موقع قوي في السوق، وتؤكد دراسة (يوسف، 2005، 3) على أن العامل الذي يمكن أن يوفر للمنظمات ميزة تنافسية مستدامة هو رأس مالها الفكري، وأن معظم القيمة السوقية للمنظمة تنبع من الأصول غير الملموسة التي يمثلها رأس المال الفكري في المنظمات؛ لأنه يعد سلاحاً تنافسياً فاعلاً في ظل اقتصاد المعرفة (Selim and Khalil, 2011, 4)، حيث توصلت دراسة (الوظيفي، والنافعي، 2016، 1) إلى أن نجاح المنظمات لا يتوقف على الإمكانيات المادية المتوفرة لديها، وما تمتلكه من رأس المال المادي الملموس، بل يتوقف على القدرات غير الملموسة من رأس المال الفكري، وتؤكد دراسة (عبد الحميد، 2013، 25) أن أهم مصدر لتحقيق الميزة التنافسية للمنظمات الحالية هو ما تمتلكه من معارف ومهارات ذهنية تحقق لها التفوق على المنافسين، ووفقاً لدراسة (محمد، 2012، 5) فإن رأس المال الفكري هو الأكثر تأثيراً في صنع مكانة المنظمات وسمعتها، كما أنه يسهم في تكوين القيمة وتحقيق الميزة التنافسية للمنظمات، ومن ثم فإن مشكلة الدراسة، الحالية تتجسد في وجود فجوة مفاهيمية وتطبيقية جديدة بالدراسة تتمثل مفاهيمياً في غياب نموذج معرفي يتناول موضوع أثر رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة، وتتمثل تطبيقياً في تحديد في حاجة شركات الصناعات الغذائية إلى دراسة واستقصاء أثر رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة؛ ولذلك تتمثل مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيس الآتي:

ما أثر رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة في الشركات اليمنية للصناعات الغذائية؟

أهداف الدراسة: تتمثل أهداف هذه الدراسة في الآتي:

- 1) معرفة مستوى تحقق الميزة التنافسية المستدامة في الشركات محل الدراسة.
- 2) معرفة مستوى توفر رأس المال الفكري في الشركات محل الدراسة.
- 3) تحديد أثر رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة في الشركات محل الدراسة.

أهمية الدراسة: تتمثل أهمية الدراسة في الآتي:

1. أنها تناولت قطاعاً مهماً وحيوياً على المستوى الوطني، المتمثل في قطاع الصناعات الغذائية.
2. أن هذه الدراسة حللت واقع الميزة التنافسية المستدامة، ورأس المال الفكري، في الشركات محل الدراسة، وقدمت توصيات قد تسهم في معالجة القصور، ومواجهة التحديات التي تواجه الشركات محل الدراسة في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة.
3. مساعدة قيادات الشركات محل الدراسة من خلال نتائج وتوصيات الدراسة في اتخاذ قرارات وصناعة إستراتيجيات تسهم في تعزيز موقع الشركات التنافسي في ظل التنافس المتزايد بين المنظمات.

4. أنها قد تمثل إضافة إلى المكتبة العربية، ورافداً للمكتبة اليمنية في موضوع الدراسة.

مصطلحات الدراسة:

1. رأس المال الفكري: هو ما يمتلكه الأفراد من معارف ومهارات وخبرات، وما يمتلكه المنظمة من أصول غير ملموسة، فضلاً عن علاقة المنظمة بالأطراف الخارجية التي يمكن استخدامها لزيادة القيمة السوقية وتكوين الثروة لها (بابكر، 2018، 27)، ولأغراض هذه الدراسة يعرف رأس المال الفكري بأنه مجموعة الأصول غير الملموسة، والمتمثلة في رأس

المال البشري ورأس المال الهيكلي ورأس المال العلاقتي، التي تمتلكها الشركات اليمينية للصناعات الغذائية، والتي تكسيها القدرة على أداء وظائفها، وتسهم في تحسين قدرتها التنافسية وزيادة حصتها السوقية.

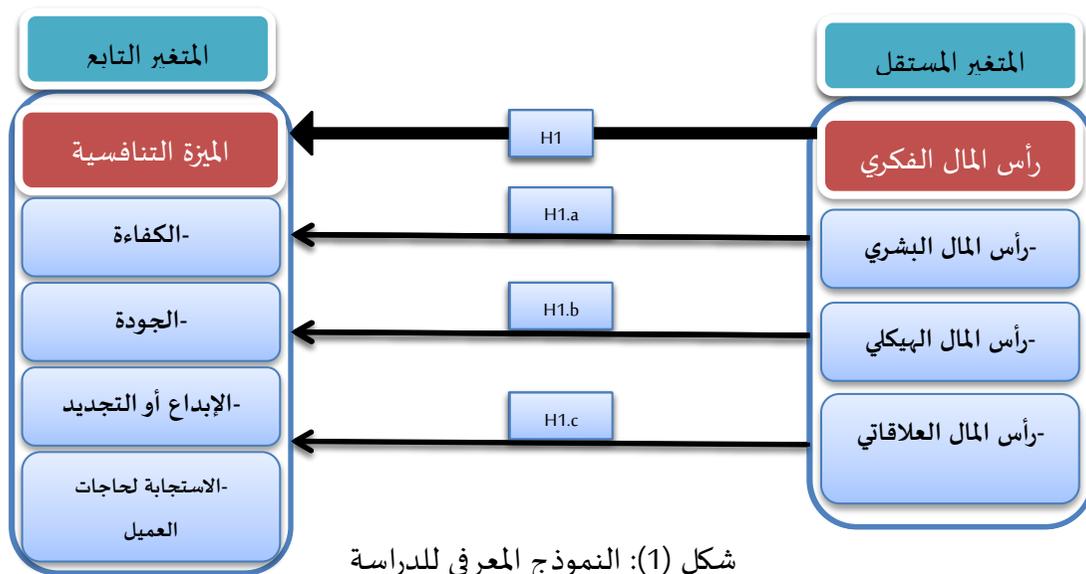
2. الميزة التنافسية المستدامة: عرفها (Macmillan) بأنها خاصية أو مجموعة خصائص تتفرد بها المنظمة، وتمكنها من الاحتفاظ بها لفترة زمنية طويلة نسبياً؛ نتيجة لصعوبة محاكاتها، وتمكنها من التفوق على المنافسين فيما تقدمه من منتجات للعملاء (إسحق، 2013، 68)، ولأغراض هذه الدراسة تعرف الميزة التنافسية المستدامة بأنها مجموعة من المزايا التي تتميز بها الشركات اليمينية للصناعات الغذائية على غيرها من المنظمات المنافسة، والمعتمدة على المصادر والموارد التي يصعب تقليدها من قبل المنافسين، والمحافظة عليها في الأجل الطويل وتتضمن: (الكفاءة، والجودة، والإبداع أو التجديد، الاستجابة لحاجات العميل).

3. الشركات اليمينية للصناعات الغذائية: هي الشركات التي تقوم بإنتاج المواد الغذائية من مأكولات ومشروبات وزيوت نباتية وغيرها، من خلال تحويل المواد الخام: (نباتية، حيوانية، سمكية... إلخ) إلى منتجات صناعية غذائية، والمصنفة تحت اسم شركات كبيرة جداً، وعدد العاملين فيها مائتا عامل فأكثر.

نموذج الدراسة:

يتمثل نموذج الدراسة في المتغير المستقل المتمثل في رأس المال الفكري، وقد تم تحديد أبعاد هذا المتغير استناداً إلى نموذج (Stewart, 1997) المتمثلة في (رأس المال البشري، ورأس المال الهيكلي، ورأس المال العلاقتي)، فضلاً عن المتغير التابع المتمثل في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة، وقد تم تحديد أبعاد هذا المتغير استناداً إلى نموذج (Hill & Jones, 1998)، المتمثلة في (الكفاءة، والجودة، والإبداع أو التجديد، والاستجابة لحاجات العميل)، كما يوضح ذلك الشكل (1).

النموذج المعرفي للدراسة



فرضيات الدراسة:

الفرضية الرئيسية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لرأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة في الشركات محل الدراسة. وتفرعت من هذه الفرضية ثلاث فرضيات فرعية تتمثل في الآتي:

1. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لرأس المال البشري في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة في الشركات محل الدراسة.
2. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لرأس المال الهيكلي في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة في الشركات محل الدراسة.
3. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لرأس المال العلاقتي في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة في الشركات محل الدراسة.

منهج الدراسة وإجراءاتها:

منهج الدراسة: اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي؛ كونه المنهج المناسب لهذه الدراسة، حيث تم وصف أثر رأس المال الفكري وتقييمه بوصفه متغيراً مستقلاً في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة بوصفها متغيراً تابعاً في الشركات محل الدراسة. مجتمع الدراسة وعينتها: يتكون مجتمع الدراسة من جميع العاملين في الشركات اليمنية للصناعات الغذائية الكبيرة جداً في الوظائف الآتية وهم: (مدير العموم، مدير الإدارات، رؤساء الأقسام، المختصون الإداريون)، وهذه الشركات هي التي تنتمي إلى القطاع الصناعي، وعدد العمال فيها (200 عامل فأكثر)، ويبلغ عددها (16) شركة في (6) محافظات، بواقع (5416) عاملاً، (الجهاز المركزي للإحصاء، 2012، 36). وقد تم تحديد حجم العينة بناء على جدول حجم العينات لـ (Krejcie & Morgan) الذي أورده (العريقي، 2016، 186)، بحجم (359) مفردة، تم اختيارها بطريقة العينة العشوائية الطبقية غير التناسبية، والجدول (3) يوضح مجتمع الدراسة وعينتها بحسب المحافظات.

جدول (3): مجتمع الدراسة وعينتها بحسب المحافظات

م	المحافظة	عدد الشركات	عدد أفراد المجتمع	عينة الدراسة	النسبة
1	أمانة العاصمة	5	1527	103	29 %
2	الحديدة	1	290	19	5 %
3	حزموت	4	920	63	17 %
4	تعز	3	1904	121	34 %
5	عدن	2	510	35	10 %
6	ذمار	1	265	18	5 %
	الإجمالي	16	5416	359	100 %

المصدر: الجهاز المركزي للإحصاء ووزارة الصناعة والتجارة، 2018، صناعاء

وحرصاً على زيادة نسبة الاستعادة فقد تم توزيع (424) استبانة، استُعيد منها (391) استبانة، بنسبة (92.2%) من إجمالي الاستبانات الموزعة، استُبعد منها (14) استبانة، كون إجابتها

غير مكتملة أو غير صالحة للتحليل، وأصبح عدد الاستبانات الصالحة للتحليل (377) استبانة بنسبة (96.4%) من إجمالي الاستبانات المسترجعة، وهو ما يعادل (88.9%) من إجمالي الاستبانات الموزعة.

وحدة التحليل: تمثلت وحدة التحليل للدراسة بالمنظمة (الشركات اليمنية للصناعات

الغذائية)، وعددها (16) شركة.

أداة الدراسة: تم استخدام الاستبانة أداة لجمع البيانات التي تم تصميمها وبنائها من خلال الرجوع إلى الأدبيات العلمية المختلفة ذات العلاقة بموضوع الدراسة، وقد تم تقسيم الاستبانة إلى قسمين أساسيين، هما:

القسم الأول: عبارة عن البيانات العامة، وقد شملت المتغيرات الشخصية والديمغرافية، وعددها (5)، وتمثلت في: (العمر، النوع الاجتماعي، المؤهل العلمي، المسمى الوظيفي، سنوات الخدمة).

القسم الثاني: تضمن فقرات المتغير التابع، والمتغير المستقل بواقع (56) فقرة، وقد استعمل مقياس ليكرت الخماسي، لمنح الإجابات الدرجات الآتية: موافق بشدة (5) درجات، وموافق (4) درجات، ومحايد (3) درجات، وغير موافق (2) درجتان، وغير موافق بشدة (1) درجة واحدة.

اختبارات الصدق والثبات الإحصائي:

أولاً: الصدق الظاهري للاستبانة: للتحقق من الصدق الظاهري للاستبانة، تم عرضها بصيغتها الأولية (58) فقرة على عدد من المحكمين من أعضاء هيئة التدريس في تخصص إدارة الأعمال في عدد من الجامعات المحلية والعربية، وبعض المسؤولين في شركات الصناعات الغذائية محل الدراسة وعددهم (17) محكماً، للاستفادة من خبراتهم في اختصاصاتهم، وقد أخذت آراؤهم ومقترحاتهم بعين الاعتبار.

وللتأكد من الصدق البنائي لفقرات الاستبانة، أي عدم وجود فقرات في أداة الدراسة يمكن أن تضعف القدرة التفسيرية للنتائج، تم استعمال طريقة قياس معامل الارتباط (R) بين

كل فقرة والبُعد الذي تنتمي إليه هذه الفقرة، وعلى مستوى جميع فقرات الاستبانة، وتفترض هذه الطريقة أن الفقرة التي ستحصل على درجة ارتباط منخفضة جداً أو ذات قيمة سالبة أو قيمة مستوى دلالتها أكبر من (0.05) فسيعني ذلك أن الفقرة تضعف القدرة التفسيرية للنتائج الخاصة بالبُعد، ومن ثم نقوم باستبعادها، خاصة في ما يتعلق باختبار الفرضيات، أما إذا جاءت درجة الارتباط موجبة وقيمة مستوى الدلالة أقل من (0.05) فيعني ذلك أن الفقرة ملائمة وتدعم القدرة التفسيرية لنتائج البُعد الذي تنتمي إليه، وقد تبين أن جميع فقرات الاستبانة جاءت مرتبطة بأبعادها بدرجة ارتباط موجبة وقوية وذات دلالة إحصائية تتراوح بين (0.525) و (0.841) بشكل عام، مما يشير إلى عدم وجود فقرات قد تضعف من المصدقية البنائية للاستبانة.

ثانياً: اختبار ثبات الاستبانة ومصدقيتها: لمعرفة درجة ثبات متغيرات الاستبانة ومصدقية إجابات عينة الدراسة على فقرات الاستبانة تم إجراء اختبار كرونباخ (ألفا) (Cronbach's alpha)؛ للتأكد من نسبة ثبات الاستبانة وصدق آراء العينة فيه، كما في الجدول (4).

جدول (4): نتائج اختبار كرونباخ (ألفا) لمتغيرات الاستبانة

متغيرات الاستبانة	عدد الفقرات	درجة الثبات alpha	درجة المصدقية $\sqrt{\alpha}$
رأس المال الفكري	24	0.919	0.959
تحقيق الميزة التنافسية المستدامة	32	0.928	0.964

يتضح من الجدول (4) أن متغيرات الاستبانة جاءت بدرجة ثبات تتراوح بين (0.919) و (0.928)، وبدرجة مصداقية تتراوح بين (0.959) و (0.964)، وهذا يعني أنها جاءت بنسبة ثبات مرتفعة جداً، ودرجة مصداقية مرتفعة جداً أيضاً، وهذا يعني أن العينة متجانسة في الاستجابة على الاستبانة، ويمكن الاعتماد على النتائج في تعميمها على مجتمع الدراسة، والجدول (5) يبين نتائج اختبار كرونباخ (ألفا) على مستوى جميع الأبعاد في الاستبانة.

جدول (5): نتائج اختبار كرونباخ (ألفا) لأبعاد الاستبانة

المتغيرات	الأبعاد	عدد الفقرات	درجة الثبات alpha	درجة المصدقية $\sqrt{\alpha}$
رأس المال الفكري	رأس المال البشري	8	0.814	0.902
	رأس المال الهيكلي	8	0.867	0.931
	رأس المال العلاقتي	8	0.838	0.915
تحقيق الميزة التنافسية المستدامة	الكفاءة	8	0.799	0.894
	الجودة	8	0.845	0.919
	الإبداع أو التجديد	8	0.898	0.948
	الاستجابة للعميل	8	0.842	0.917

يتضح من الجدول (5) أن قيمة درجة الثبات لجميع الأبعاد للاستبانة تراوحت بين (0.799) و(0.898)، وتراوحت درجة المصدقية لإجابات العينة بين (0.894) و(0.948). وهذا يعني أن العينة متجانسة في الاستجابة على جميع أبعاد الاستبانة، ويمكن الاعتماد على نتائجها - أيضاً- في تعميمها على مجتمع الدراسة.

الأساليب الإحصائية: لقد تم إدخال البيانات إلى الحاسب الآلي ومعالجتها بوساطة برنامج الحزمة الإحصائية في العلوم الاجتماعية (SPSS)، كما تم استعمال العديد من الأساليب الإحصائية الوصفية والاستدلالية لقياس أهداف الدراسة واختبار فرضياتها.

نتائج الدراسة ومناقشتها:

مستوى تحقق الميزة التنافسية المستدامة في الشركات اليمنية للصناعات الغذائية:

جدول (6): مستوى تحقق الميزة التنافسية المستدامة:

الرتبة	البُعد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	تقدير مدى التحقق لدى مجتمع الدراسة بدرجة ثقة 95%	مستوى التحقق
					الدرجة العليا	الدرجة الدنيا
1	الجودة	4.176	0.530	83.5%	84.6%	82.5%
2	الاستجابة للعميل	3.996	0.557	79.9%	81.0%	78.8%
3	الكفاءة	3.919	0.530	78.4%	79.5%	77.3%
4	الإبداع أو التجديد	3.870	0.711	77.4%	78.8%	76.0%
	متوسط تحقيق الميزة التنافسية المستدامة	3.990	0.465	79.8%	80.7%	78.9%

يتضح من الجدول (6) أن مستوى تحقق الميزة التنافسية المستدامة بكافة أبعادها: (الكفاءة، والجودة، والإبداع أو التجديد، والاستجابة للعميل) في الشركات محل الدراسة، كان عالياً، إذ بلغ المتوسط الحسابي (3.990)، وبانحراف معياري بلغ (0.465)، وبنسبة مئوية بلغت (79.8%)، وهذا يعني موافقة أفراد عينة الدراسة بمستوى عالٍ على تحقق الميزة التنافسية المستدامة، وهذا يدل على أن الشركات محل الدراسة تهتم بتحقيق الميزة التنافسية المستدامة، وقد يعزى ذلك إلى إدراك قيادة هذه الشركات لأهمية تحقيق الميزة التنافسية المستدامة في بقاء واستمرار الشركات، كما تفسر هذه النتيجة قدرة الشركات محل الدراسة على استدامة ميزتها التنافسية في الظروف المختلفة، وقد اتفقت نتيجة هذه الدراسة مع: دراسة (المخلافي، 2016) التي توصلت إلى أن جميع أبعاد الميزة التنافسية في المنظمات الصناعية اليمينية محل الدراسة حصلت على موافقة أفراد عينة الدراسة بدرجة مرتفعة، ودراسة (الراعي، 2019، 88) التي توصلت إلى أن مستوى تحقيق الميزة التنافسية في الشركات الصناعية الغذائية الأردنية جاء مرتفعاً، في حين اختلفت عن نتائج دراسة (عبد اللوش، وكورتل، 2018) التي توصلت إلى أن تحقق الميزة التنافسية جاء بمستوى منخفض.

كما يتضح من الجدول (6) أن مستوى تحقق الميزة التنافسية المستدامة بحسب بُعد الجودة جاء في المرتبة الأولى وبمستوى عالٍ، حيث بلغ المتوسط الحسابي (4.176) وبانحراف معياري بلغ (0.530) وبنسبة مئوية بلغت (83.5%)، وهذا يعني موافقة أفراد عينة الدراسة بمستوى عالٍ على تحقق بُعد الجودة، وقد يعزى ذلك إلى كون المنتجات التي تقدمها هذه الشركات تتعلق بغذاء الإنسان، وتعتبر الجودة من الضروريات لهذه المنتجات، لأن أي عيب في هذه المنتجات قد يؤثر على صحة الإنسان، وهذه النتيجة تتفق مع دراسة (الراعي، 2019، 88) التي توصلت إلى أن بُعد الجودة جاء في المرتبة الأولى ضمن أبعاد الميزة التنافسية، وبمستوى مرتفع، ودراسة (المخلافي، 2016، 118) التي توصلت أن جميع فقرات بُعد الجودة في المنظمات الصناعية اليمينية محل الدراسة حصلت على موافقة أفراد عينة الدراسة بدرجة مرتفعة، في حين تختلف عن نتائج دراسة (يوسف، 2017) التي توصلت إلى عدم تحقق الجودة المتفوقة في

المنشآت الرياضية بمحافظة المنيا، إذ جاءت نسبة تحقق البُعد (58%) أقل من الحد الأدنى للثقة.

وقد جاء في المرتبة الثانية من حيث مستوى التحقق بُعد الاستجابة للعميل، حيث بلغ المتوسط الحسابي (3.996) وبانحراف معياري قدره (0.557) ونسبة مئوية بلغت (79.9%)، وهذا يعني موافقة أفراد عينة الدراسة بمستوى عالٍ على تحقق بُعد الاستجابة للعميل، وقد يعزى ذلك إلى حرص الشركات محل الدراسة على تحقيق رضا العملاء، والاحتفاظ بهم، وتطوير العلاقة بهم، من خلال الاستجابة السريعة لطلباتهم، وتقديم منتجات تلبى احتياجاتهم، وتواكب التغيرات في أذواقهم ورغباتهم؛ مما يحقق التميز على المنافسين، وهذه النتيجة تتفق مع نتائج دراسة (مهدي، 2018) التي توصلت إلى أن تحقق بُعد الاستجابة للعميل جاء بمستوى مرتفع، ودراسة (لويزة، 2016) التي توصلت إلى أن تحقق بُعد الاستجابة للعميل جاءت إيجابية، حيث بلغ الوزن النسبي لهذا البُعد (75.3%)، و اختلفت عن دراسة (يوسف، 2017) التي توصلت إلى عدم تحقق الاستجابة المتفوقة للعميل في المنشآت الرياضية بمحافظة المنيا، حيث جاءت نسبة تحقق البُعد (51%) أقل من الحد الأدنى للثقة.

وجاء في المرتبة الثالثة بُعد الكفاءة، حيث بلغ المتوسط الحسابي (3.919) وبانحراف معياري قدره (0.530) ونسبة مئوية بلغت (78.4%)، وهذا يعني موافقة أفراد عينة الدراسة بمستوى عالٍ على تحقق بُعد الكفاءة، وقد يعود ذلك إلى سعي الشركات محل الدراسة إلى زيادة كفاءة المدخلات لإنتاج منتجات بتكلفة منخفضة؛ لتحقيق الميزة التنافسية على المنافسين من خلال الأسعار المنخفضة للمنتجات التي تقدمها، مع المحافظة على الجودة المناسبة، وهذه النتيجة تتفق مع نتائج دراسة (مهدي، 2018) التي توصلت إلى أن تحقق بُعد الكفاءة جاء بمستوى مرتفع، ودراسة (لويزة، 2016) التي توصلت إلى أن إجابات أفراد عينة الدراسة على تحقق بُعد الكفاءة كانت إيجابية، حيث بلغ الوزن النسبي لهذا البُعد (75.3%)، و اختلفت عن دراسة (يوسف، 2017) التي توصلت إلى عدم تحقق الكفاءة المتفوقة في المنشآت الرياضية بمحافظة المنيا، حيث جاءت نسبة تحقق البُعد (61%) أقل من الحد الأدنى للثقة.

و جاء في المرتبة الرابعة والأخيرة بُعد الإبداع أو التجديد، حيث بلغ المتوسط الحسابي (3.870) وبانحراف معياري قدره (0.711) وبنسبة مئوية بلغت (77.4%)، وهذا يعني موافقة أفراد عينة الدراسة بمستوى عالٍ على تحقق بُعد الإبداع أو التجديد، ورغم ذلك فإن الإبداع، مقارنة بالأبعاد الأخرى، جاء في المرتبة الأخيرة، وقد يعود ذلك إلى إعطاء الشركات محل الدراسة أولوية أقل للإبداع مقارنة ببقية الأبعاد؛ نظرا إلى نمطية بعض منتجات الشركات محل الدراسة وطرق العمل لديها، ويؤكد ذلك الاهتمام المتوسط لدى الشركات في استثمار الطاقات الإبداعية، وتوفير المناخ الذي يساعد العاملين ويشجعهم على الإبداع والتجديد، وهذه النتيجة تتفق مع نتائج دراسة (المخلافي، 2016) التي توصلت إلى أن جميع فقرات بُعد الإبداع في المنظمات الصناعية اليمنية محل الدراسة حصلت على موافقة أفراد عينة الدراسة بدرجة مرتفعة، ودراسة (لويذة، 2016) التي توصلت إلى أن إجابات أفراد عينة الدراسة على تحقق بُعد الإبداع كانت إيجابية، حيث بلغ الوزن النسبي لهذا البُعد (66.3%)، واختلفت عن دراسة (يوسف، 2017) التي توصلت إلى عدم تحقق الإبداع المتفوق في المنشآت الرياضية بمحافظة المنيا، حيث جاءت نسبة تحقق البُعد (55%) أقل من الحد الأدنى للثقة.

مستوى توفّر رأس المال الفكري في الشركات اليمنية للصناعات الغذائية:

جدول (7): مستوى توفّر رأس المال الفكري

الرتبة	البُعد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	تقدير مدى التوفّر لدى مجتمع الدراسة بدرجة ثقة 95%	مستوى التوفّر
					الدرجة العليا	الدرجة الدنيا
1	رأس المال البشري	3.971	0.548	79.4%	80.5%	78.3%
2	رأس المال العلاقي	3.962	0.589	79.2%	80.4%	78.0%
3	رأس المال الهيكلي	3.911	0.611	78.2%	79.5%	77.0%
	متوسط توفّر رأس المال الفكري	3.948	0.501	79.0%	80.0%	78.0%

يتضح من الجدول (7) أن مستوى توفّر رأس المال الفكري بكافة أبعاده: (رأس المال البشري، ورأس المال الهيكلي، ورأس المال العلاقتي) في الشركات محل الدراسة، كان عالياً، حيث بلغ المتوسط الحسابي (3.948) وبانحراف معياري قدره (0.501) وبنسبة مئوية بلغت (79.0%)، وهذا يعني موافقة أفراد عينة الدراسة بمستوى عالٍ على توفّر متغير رأس المال الفكري، وهذا يدل على أن الشركات محل الدراسة تهتم بتوفّر رأس المال الفكري بشكل كلي وعلى مستوى الأبعاد، وقد يعزى ذلك إلى إدراك الشركات محل الدراسة أن رأس المال الفكري هو رأس المال الحقيقي للشركات، كما أنه يسهم في تحسين الأداء، وزيادة القيمة السوقية لهذه الشركات، كما تعزى هذه النتيجة إلى إدراك الشركات محل الدراسة أن امتلاك رأس المال الفكري يمثل لها ميزة تنافسية مستدامة، وقد اتفقت نتيجة هذه الدراسة مع دراسة (الطويل، 2018، 230) التي توصلت إلى أن مستوى توفّر رأس المال الفكري في الشركات المدرجة في بورصة فلسطين، قطاع الخدمات، جاء بمستوى عالٍ، في حين اختلفت نتائج هذه الدراسة عن نتائج دراسة (يوسف، 2017) التي توصلت إلى عدم تحقق إدارة رأس المال الفكري داخل المنشآت الرياضية بمحافظة المنيا، حيث جاءت نسبة تحقق المتغير المستقل (60%) وهي أقل من الحد الأدنى للثقة.

كما يتضح من الجدول (7) أن مستوى توفّر رأس المال الفكري بحسب بُعد رأس المال البشري جاء في المرتبة الأولى وبمستوى عالٍ، حيث بلغ المتوسط الحسابي (3.971) وبانحراف معياري قدره (0.548) وبنسبة مئوية بلغت (79.4%)، وقد يعود ذلك إلى توفّر الخبرات والمهارات والمعارف لدى رأس المال البشري في الشركات محل الدراسة، وهذه النتيجة تتفق مع نتائج دراسة (بن ظفرة، 2018، 68) التي توصلت إلى أن "رأس المال البشري حصل على مستوى أهمية بدرجة كبيرة"، ودراسة (مهدي، 2018، 214) التي توصلت إلى أن "توفّر رأس المال البشري جاء بمستوى مرتفع، ودراسة (الطويل، 2018، 230) التي توصلت إلى أن "مستوى توفّر رأس المال البشري في الشركات المدرجة في بورصة فلسطين، قطاع الخدمات، جاء بمستوى عالٍ"، في حين اختلفت نتائج هذه الدراسة عن نتائج دراسة (ليلي، وإلهام، 2018) التي توصلت إلى أن توفّر رأس المال البشري بملبنة الأوراس كان متوسطاً، ودراسة (يوسف، 2017) التي توصلت إلى عدم تحقق رأس

المال البشري داخل المنشآت الرياضية بمحافظة المنيا، حيث جاءت نسبة تحقق البُعد (67%) أقل من الحد الأدنى للثقة.

وجاء في المرتبة الثانية من حيث مستوى التوفر بعد رأس المال العلاقتي، حيث بلغ المتوسط الحسابي (3.962) وبانحراف معياري قدره (0.589) ونسبة مئوية بلغت (79.2%)، وهذا يعني موافقة أفراد عينة الدراسة بمستوى عالٍ على توفر بعد رأس المال العلاقتي، وقد يعزى ذلك إلى حرص الشركات محل الدراسة على تحقيق رضا العملاء، والحفاظ على علاقات جيدة مع العملاء والموردين، وتطويرها باستمرار، وهذه النتيجة تتفق مع نتائج دراسة (الطويل، 2018، 230) التي توصلت إلى أن "مستوى توفّر رأس مال العلاقات في الشركات المدرجة في بورصة فلسطين، قطاع الخدمات، جاء بمستوى عالٍ"، في حين اختلفت عن دراسة (يوسف، 2017) التي توصلت إلى عدم تحقق رأس مال العلاقات داخل المنشآت الرياضية بمحافظة المنيا، حيث جاءت نسبة تحقق البُعد (54%) أقل من الحد الأدنى للثقة.

وحل في المرتبة الثالثة والأخيرة بعد رأس المال الهيكلي، حيث بلغ المتوسط الحسابي (3.911) وبانحراف معياري قدره (0.611) ونسبة مئوية بلغت (78.2%)، وهذا يعني موافقة أفراد عينة الدراسة بمستوى عالٍ على توفر بعد رأس المال الهيكلي، وقد يعود ذلك إلى توفر نظم البيانات وقواعدها، وإجراءات العمل والهيكل، وتفعيلها؛ بما يسهم في تحسين الأداء، ورغم ذلك فإن رأس المال الهيكلي مقارنة بالأبعاد الأخرى جاء في المرتبة الأخيرة، وقد يعود ذلك إلى عدم انسجام أفراد عينة الدراسة مع بعض القيود التي تفرضها لوائح العمل وإجراءاتها التي تلزم بها الشركات محل الدراسة العاملين لديها، وهذه النتيجة تتفق مع نتائج دراسة (بن ظفيرة، 2018، 68) التي توصلت إلى أن "رأس المال الهيكلي حصل على مستوى أهمية بدرجة كبيرة، ودراسة (الطويل، 2018، 230) التي توصلت إلى أن "مستوى توفّر رأس المال الهيكلي في الشركات المدرجة في بورصة فلسطين، قطاع الخدمات، جاء بمستوى عالٍ"، في حين اختلفت عن دراسة (يوسف، 2017) التي توصلت إلى عدم تحقق رأس المال الهيكلي داخل المنشآت الرياضية بمحافظة المنيا، حيث جاءت نسبة تحقق البُعد (59%) أقل من الحد الأدنى للثقة.

نتائج اختبار فرضيات الدراسة:

نتائج اختبار الفرضية الرئيسية: نصت الفرضية الرئيسية على أنه "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لرأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة، في الشركات محل الدراسة"، و لاختبار هذه الفرضية تم استعمال تحليل الانحدار البسيط، كما يوضح ذلك الجدول (8).

جدول (8): أثر رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة

الفرضية	R	R ²	F.	Sig.	Beta	T. Test	Sig.
أثر رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة	0.780	0.608	581.382	*0.000	0.780	24.112	*0.000

يتضح من الجدول (8) وجود أثر ذي دلالة إحصائية لرأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة، فقد بلغت قيمة معامل التحديد (R^2) (0.608)، وهذا يعني أن رأس المال الفكري يفسر ما نسبته (0.608) من التغيرات الحاصلة في مستوى تحقيق الميزة التنافسية المستدامة في الشركات محل الدراسة، مما يشير إلى أن ما نسبته (60.8%) من الميزة التنافسية المستدامة المتحققة في الشركات محل الدراسة ناتج عن استعمال وممارسة هذه الشركات لرأس المال الفكري بأبعاده المختلفة، كما تعني هذه النتيجة أن (39.2%) من التغيرات التي تحدث في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة تعود إلى عوامل أخرى غير رأس المال الفكري، وهذه النتيجة تفسر أن تحقيق الميزة التنافسية المستدامة يتطلب توفر رأس مال فكري قوي وفعال؛ لما له من دور كبير في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة؛ لأنه يمثل مصدراً حقيقياً من مصادر الميزة التنافسية. كما يعتبر رأس المال الفكري من المفاهيم الإدارية الحديثة التي تسهم في زيادة القيمة السوقية للشركات، ويعزز موقعها التنافسي بين الشركات المنافسة على المدى الطويل، كما تفسر هذه النتيجة أن الشركات محل الدراسة تمتلك رأس المال الفكري بكافة أبعاده، وتعمل على الاستفادة منه بشكل جيد، كما بينت ذلك نتائج مستوى توفر رأس المال الفكري بجميع أبعاده التي كانت عالية؛ مما أثر بشكل إيجابي في تحقيق الميزة التنافسية، والعمل على استمراريتها

واستدامتها في هذه الشركات، كما تفسر هذه النتيجة أنه كلما زاد اهتمام الشركات محل الدراسة برأس المال الفكري زاد تحقيق الميزة التنافسية المستدامة.

كما بلغت قيمة معامل الانحدار (Beta) (0.780)، وهذا يعني أنه بافتراض تحييد أثر أي متغيرات أخرى لم تخضع للدراسة ستؤدي أي زيادة في مستوى توفر وممارسة رأس المال الفكري في الشركات محل الدراسة بدرجة واحدة إلى زيادة بمقدار (78%) في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة لهذه الشركات، ويؤكد معنوية هذه النتيجة قيمة F المحسوبة التي بلغت (581.382)، وهي دالة عند مستوى (0.05)، حيث جاءت أكبر من قيمة F الجدولية التي بلغت قيمتها (3.866) عند حجم العينة (377)، ودرجة الحرية (377 - 1)، وهذا يثبت وجود أثر ذي دلالة إحصائية لرأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة في الشركات محل الدراسة، وهذا يعني إثبات صحة الفرضية الرئيسية، وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (يوسف، 2017، 430) التي توصلت إلى "أن لرأس المال الفكري أثراً في تحقيق الميزة التنافسية داخل المنشآت الرياضية بمحافظة المنيا، حيث إن المتغير المستقل يفسر ما نسبته (72%) من المتغير التابع، ودراسة (Gutierrez et al, 2016) التي توصلت إلى أن أبعاد رأس المال الفكري تؤثر إيجابياً على القدرة التنافسية للشركات الصناعية الصغيرة والمتوسطة في المكسيك، ودراسة (لويزة، 2016، 286) التي توصلت إلى "وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدى توفر متطلبات رأس المال الفكري وتحقيق الميزة التنافسية"، ودراسة (Kamukama, 2013) التي توصلت إلى أن رأس المال الفكري يؤثر إيجاباً في تحقيق الميزة التنافسية في صناعة التمويل الأصغر في أوغندا، وتختلف نتائج هذه الدراسة عن نتائج دراسة (عبد الله، وإلياس، 2018، 167) التي توصلت إلى وجود أثر غير معنوي لرأس المال الفكري في الميزة التنافسية، وفيما يأتي نتائج اختبار الفرضيات الفرعية المنبثقة عن الفرضية الرئيسية، وذلك على النحو الآتي:

أولاً: نتائج اختبار الفرضية الفرعية الأولى:

نصت الفرضية الفرعية الأولى على أنه "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لرأس المال البشري في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة، في الشركات محل الدراسة"، ولاختبار هذه الفرضية تم استعمال تحليل الانحدار البسيط كما يوضح ذلك الجدول (9).

جدول (9): أثر رأس المال البشري في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة

الفرضية	R	R ²	F. Test**	Sig.	Beta	T. Test	Sig.
أثر رأس المال البشري في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة	0.669	0.448	303.899	*0.000	0.669	17.433	*0.000

يتضح من الجدول (9) وجود أثر ذي دلالة إحصائية لرأس المال البشري في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة، فقد بلغت قيمة معامل التحديد (R^2) (0.448)؛ وهذا يعني أن رأس المال البشري يفسر ما نسبته (0.448) من التغيرات الحاصلة في مستوى تحقيق الميزة التنافسية المستدامة في الشركات محل الدراسة، مما يشير إلى أن ما نسبته (44.1%) من الميزة التنافسية المستدامة المتحققة في الشركات محل الدراسة ناتج عن استعمال وممارسة هذه الشركات لرأس المال البشري، كما بلغت قيمة معامل الانحدار (Beta)، (0.669)، وهذا يعني أنه بافتراض تحييد أثر بقية المتغيرات ستؤدي أي زيادة في مستوى توفر وممارسة رأس المال البشري في الشركات محل الدراسة بدرجة واحدة إلى زيادة بمقدار (66.9%) في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة لهذه الشركات، ويؤكد معنوية هذه النتيجة قيمة (F) المحسوبة التي بلغت (303.899)، وهي دالة عند مستوى (0.05)، وهي أكبر من قيمة (F) الجدولية التي تبلغ قيمتها (3.866) عند حجم العينة (377)، ودرجة الحرية (377 - 1)، وهذا يثبت وجود أثر ذي دلالة إحصائية لرأس المال البشري في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة، في الشركات محل الدراسة، ومن ثم تم إثبات الفرضية الفرعية الأولى.

وقد اتفقت نتيجة هذه الدراسة مع نتائج دراسة (ليلى، وإلهام، 2018) التي توصلت إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين رأس المال البشري بملبنة الأوراس وتحقيق الميزة

التنافسية، ودراسة (يوسف، 2017) التي توصلت إلى " وجود أثر دال إحصائياً لرأس المال البشري، في تحقيق الميزة التنافسية داخل المنشآت الرياضية بمحافظة المنيا"، ودراسة (مهدي، 2018) التي توصلت إلى وجد علاقة ارتباط موجبة وقوية وذات دلالة إحصائية بين رأس المال البشري والميزة التنافسية بشركات الأدوية محل الدراسة، ودراسة (لويزة، 2016) التي توصلت إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدى توفر متطلبات رأس المال البشري وتحقيق الميزة التنافسية، ودراسة (بن ظفرة، 2018، 68) التي توصلت إلى أنه "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمتغير المستقل (رأس المال البشري) على المتغير التابع (الميزة التنافسية) للشركات العائلية".

ثانياً: نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثانية: نصت الفرضية الفرعية الثانية على أنه "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لرأس المال الهيكلية في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة، في الشركات محل الدراسة"، ولاختبار هذه الفرضية تم استعمال تحليل الانحدار البسيط كما يوضح ذلك الجدول (10).

جدول (10): أثر رأس المال الهيكلية في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة

Sig.	T. Test	Beta	Sig.	F.	R ²	R	الفرضية
							Test**
*0.000	15.659	0.629	*0.000	245.190	0.395	0.629	أثر رأس المال الهيكلية في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة

يتضح من الجدول (10) وجود أثر ذي دلالة إحصائية لرأس المال الهيكلية في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة، فقد بلغت قيمة معامل التحديد (R^2) (0.395)؛ وهذا يعني أن رأس المال الهيكلية يفسر ما نسبته (0.395) من التغيرات الحاصلة في مستوى تحقيق الميزة التنافسية المستدامة في الشركات محل الدراسة، مما يشير إلى أن (39.5%) من الميزة التنافسية المستدامة المتحققة في الشركات محل الدراسة ناتج عن استعمال وممارسة هذه الشركات لرأس المال الهيكلية، كما بلغت قيمة معامل الانحدار (Beta)، (0.629)، وهذا يعني أنه بافتراض تحييد أثر بقية المتغيرات ستؤدي أي زيادة في مستوى توفر وممارسة رأس المال الهيكلية في الشركات محل الدراسة بدرجة واحدة إلى زيادة بمقدار (62.9%) في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة لهذه

الشركات، ويؤكد معنوية هذه النتيجة قيمة (F) المحسوبة، والتي بلغت (245.190)، وهي دالة عند مستوى (0.05)، وهي أكبر من قيمة (F) الجدولية التي تبلغ قيمتها (3.866) عند حجم العينة (377)، ودرجة الحرية (377 - 1)، وهذا يثبت وجود أثر ذي دلالة إحصائية لرأس المال الهيكلي في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة، في الشركات محل الدراسة، ومن ثم تم إثبات الفرضية الفرعية الثانية.

وقد اتفقت نتيجة هذه الدراسة مع نتائج دراسة (يوسف، 2017) التي توصلت إلى وجود أثر دال إحصائياً لرأس المال الهيكلي في تحقيق الميزة التنافسية داخل المنشآت الرياضية بمحافظة المنيا، ودراسة (لويضة، 2016) التي توصلت إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدى توفر متطلبات رأس المال الهيكلي وتحقيق الميزة التنافسية، فيما اختلفت نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة (بن ظفرة، 2018، 68) التي توصلت إلى أنه " لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمتغير المستقل (رأس المال الهيكلي) على المتغير التابع (الميزة التنافسية) للشركات العائلية".
ثالثاً: نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثالثة: نصت الفرضية الفرعية الثالثة على أنه "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لرأس المال العلاقتي في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة، في الشركات محل الدراسة"، ولاختبار هذه الفرضية تم استعمال تحليل الانحدار البسيط كما يوضح ذلك الجدول (11).

جدول (11): أثر رأس المال العلاقتي في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة

الفرضية	R	R ²	F.	Sig.	Beta	T. Test	Sig.
أثر رأس المال العلاقتي في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة	0.712	0.508	386.600	*0.000	0.712	19.662	*0.000

يتضح من الجدول (11) وجود أثر ذي دلالة إحصائية لرأس المال العلاقتي في تحقق الميزة التنافسية المستدامة، فقد بلغت قيمة معامل التحديد (R²) (0.508)؛ وهذا يعني أن رأس المال العلاقتي يفسر ما نسبته (0.508) من التغيرات الحاصلة في مستوى تحقق الميزة التنافسية المستدامة في الشركات محل الدراسة، مما يشير إلى أن (50.8%) من الميزة التنافسية المستدامة

المتحققة في الشركات محل الدراسة ناتج عن استعمال وممارسة هذه الشركات لرأس المال العلاقتي، وقد كان هذا البُعد أعلى أبعاد رأس المال الفكري تأثيراً في تحقق الميزة التنافسية المستدامة، وتفسر هذه النتيجة أهمية أثر رأس المال العلاقتي في تحقق الميزة التنافسية المستدامة؛ كونه يركز على العملاء والاهتمام بهم و الحصول على رضاهم وكسب انتمائهم واستقطاب المزيد منهم، من خلال التعرف على احتياجاتهم العملاء ورغباتهم والعمل على تلبيةها لهم بشكل مستمر، وهذا ينعكس على زيادة الحصة السوقية للشركات، ويزيد من عملية التأثير في تحقق الميزة التنافسية المستدامة للشركات محل الدراسة على الشركات الأخرى، كما تفسر هذه النتيجة أنه كلما زاد اهتمام الشركات محل الدراسة برأس المال العلاقتي زاد تحقق الميزة التنافسية المستدامة.

وقد بلغت قيمة معامل الانحدار (Beta)، (0.712)، وهذا يعني أنه بافتراض تحييد أثر ببقية المتغيرات ستؤدي أي زيادة في مستوى تطبيق وممارسة رأس المال العلاقتي في الشركات محل الدراسة بدرجة واحدة إلى زيادة بمقدار (71.2%) في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة لهذه الشركات، ويؤكد معنوية هذه النتيجة قيمة (F) المحسوبة التي بلغت (386.600)، وهي دالة عند مستوى (0.05)، وهي أكبر من قيمة (F) الجدولية التي تبلغ قيمتها (3.866) عند حجم العينة (377)، ودرجة الحرية (377 - 1)، وهذا يثبت وجود أثر ذي دلالة إحصائية لرأس المال العلاقتي في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة، في الشركات محل الدراسة، ومن ثم تم إثبات الفرضية الفرعية الثالثة.

وقد اتفقت نتيجة هذه الدراسة مع نتائج دراسة (يوسف، 2017) التي توصلت إلى "وجود أثر دال إحصائياً لرأس مال العلاقات في تحقيق الميزة التنافسية داخل المنشآت الرياضية بمحافظة المنيا"، ودراسة (لويزة، 2016) التي توصلت إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدى توفر متطلبات رأس المال الزبوني وتحقيق الميزة التنافسية، ودراسة (بن ظفرة، 2018، 68) التي توصلت إلى أنه "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمتغير المستقل (رأس مال العلاقات) على المتغير التابع (الميزة التنافسية) للشركات العائلية". يتبين مما سبق أن جميع أبعاد رأس المال

الفكري تؤثر في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة في الشركات محل الدراسة، لكن أكثرها تأثيراً هو رأس المال العلاقتي، يليه رأس المال البشري، ويأتي رأس المال الهيكلي في المرتبة الأخيرة، وهذا يختلف عن مستوى تحقق المتغيرات؛ إذ إن رأس المال البشري كان الأكثر توفراً، يليه رأس المال العلاقتي، ثم رأس المال الهيكلي في المرتبة الأخيرة.

الاستنتاجات:

- بناءً على النتائج التي توصلت إليها الدراسة تم استخلاص الاستنتاجات الآتية:
1. تهتم الشركات محل الدراسة اهتماماً كبيراً بتحقيق الميزة التنافسية المستدامة بكافة أبعادها: (الكفاءة، والجودة، والإبداع أو التجديد، والاستجابة للعميل).
 2. اهتمام الشركات محل الدراسة بتحقيق بعدي: (الجودة، والاستجابة للعميل)، كان أكبر من اهتمامها بتحقيق بعدي: (الكفاءة، والإبداع أو التجديد) حيث كانا الأقل تحققاً.
 3. تبدي الشركات محل الدراسة اهتماماً كبيراً بتوفير رأس المال الفكري بكافة أبعاده: (رأس المال البشري، ورأس المال الهيكلي، ورأس المال العلاقتي).
 4. اهتمام الشركات محل الدراسة بتوفير بُعد (رأس المال البشري) كان أكبر من اهتمامها بتوفير بعدي: (رأس المال العلاقتي، ورأس المال الهيكلي).
 5. تهتم الشركات محل الدراسة بأنشطة البحث والتطوير؛ لتطوير المنتجات، بما يتواءم مع التغيرات في أذواق العملاء، ويلبي احتياجاتهم، ويحقق مواصفات ومعايير الجودة المطلوبة.
 6. تبدي الشركات محل الدراسة اهتماماً بتحقيق رضا عملائها وولائهم، من خلال تلبية احتياجاتهم وتحقيق رغباتهم، والاهتمام بشكاواهم ومعالجتها بالسرعة الممكنة.
 7. وجود قصور لدى الشركات محل الدراسة في إشراك عملائها في تصميم منتجاتها وتطويرها.
 8. يختلف أثر رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة في الشركات محل الدراسة باختلاف البُعد.

9. أكثر أبعاد رأس المال الفكري تأثيراً في تحقق الميزة التنافسية المستدامة كان بُعد رأس المال العلاقتي، يليه بُعد رأس المال البشري، ثم بُعد رأس المال الهيكلي.

التوصيات:

1. ضرورة تعزيز مستوى تحقيق الميزة التنافسية المستدامة بجميع أبعادها، لاسيما بُعد الكفاءة؛ كونه الأقل تحققاً على مستوى أبعاد الميزة التنافسية المستدامة.
2. الاستمرار في الاهتمام من قبل الشركات اليمنية للصناعات الغذائية برأس المال الفكري؛ كونه أصبح اليوم رأس المال الحقيقي، ولأنه العنصر الفعال في نجاح الشركات، ويعد مصدراً أساسياً من مصادر الميزة التنافسية المستدامة في ظل التطور التكنولوجي الهائل، والتحديات والتغيرات المستمرة في بيئة الأعمال.
3. ضرورة زيادة الاهتمام برأس المال البشري؛ كونه يمثل مورداً أساسياً ومهماً لشركات صناعة الأغذية؛ لما يمتلكه من معارف ومهارات وخبرات تسهم في التميز على المنافسين، وتحقيق الميزة التنافسية المستدامة، وتوفير المناخ الملائم والمحفز للعاملين على الإبداع والتميز.
4. ضرورة زيادة الاهتمام برأس المال الهيكلي من خلال توفير نظم المعلومات وقواعد البيانات، وأنظمة وإجراءات العمل واللوائح والإستراتيجيات، ومراجعتها وتحديثها وتطويرها باستمرار؛ لما لها من دور في دعم رأس المال البشري وتسهيل مهامه.
5. ضرورة زيادة اهتمام الشركات اليمنية للصناعات الغذائية برأس المال العلاقتي من خلال تحقيق رضا عملائها، والاحتفاظ بهم، وإقامة علاقات متينة معهم، وتحسينها باستمرار، وإشراكهم في تطوير المنتجات.
6. على الشركات اليمنية للصناعات الغذائية، زيادة الاهتمام بالبحث والتطوير؛ لما لذلك من دور في تطوير المنتجات واستدامة الميزة التنافسية.

7. إنشاء وحدة إدارة علاقات العملاء للتواصل مع العملاء والاستماع إلى آرائهم ومقترحاتهم، وإمدادهم بالمعلومات عن المزايا والعروض التي تقدمها الشركات.
8. على الشركات اليمنية للصناعات الغذائية تقديم حزمة من المزايا التنافسية التي تضمن لها الحفاظ على عملائها الحاليين، وجذب عملاء جدد.

المراجع:

(أولاً): المراجع العربية:

- 1- إسحاق، أنير حسو (2013)، دور إدارة المعرفة في تعزيز فاعلية إدارة علاقات الزبائن لضمان امتلاك مزايا تنافسية، مجلة كلية الحداثة الجامعة، بحوث مستقبلية، (41).
- 2- بابر، طلال محمد الأمين (2018)، أثر القياس وإفصاح المحاسبي لرأس المال الفكري على قرارات الاستثمار في الأوراق المالية، دراسة ميدانية على سوق الخرطوم للأوراق المالية، أطروحة دكتوراه، جامعة أم درمان الإسلامية، السودان.
- 3- البكري، ثامر، وبنو حمدان، خالد (2013)، الاطار المفاهيمي للاستدامة والميزة التنافسية المستدامة، محاكاة لشركة HP في اعتمادها لاستراتيجية الاستدامة، مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، (9)، 3 – 11.
- 4- بن ظفرة، فايز عوض (2018)، قياس أثر رأس المال الفكري في دعم القدرة التنافسية للشركات العائلية السعودية، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، (19)، 47-74.
- 5- جميل، هادية النور محمد نور الهدى (2018)، دور القياس والإفصاح المحاسبي عن معلومات التنمية المستدامة في تحقيق الميزة التنافسية لمنظمات الأعمال السودانية، دراسة ميدانية، أطروحة دكتوراه، جامعة النيلين، السودان.
- 6- الجهاز المركزي للإحصاء (2012)، التقرير النهائي لنتائج المسح الصناعي، وزارة التخطيط والتعاون الدولي، الجمهورية اليمنية.
- 7- خليفة، حسن منصور (2013) نموذج خلايا التكلفة: منهج مقترح لتعزيز المزايا التنافسية في المنشآت النسيجية السورية، أطروحة دكتوراه، قسم الدراسات العليا، المعهد العالي للتنمية الإدارية، جامعة دمشق، سوريا.

- 8- الراعي، ليث عبد اللطيف (2019)، أثر ممارسة إدارة سلسلة التوريد في تحقيق الميزة التنافسية في الشركات الصناعية الغذائية الأردنية، رسالة ماجستير، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة آل البيت، الأردن.
- 9- رزيقة، رحمون، ومحمد، شنشونة (2015)، مساهمة أبعاد رأس المال الزبوني في تدعيم الميزة التنافسية، دراسة ميدانية مؤسسة صناعة الكوابل، بسكرة، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، (18)، 39 – 58.
- 10- زعلان، عبد الفتاح جاسم (2017)، استخدام الذكاء التسويقي لتحقيق الميزة التنافسية المستدامة للمنظمة من خلال الرصد البيئي، دراسة تحليلية لأداء عينة من مديري شركة زين للاتصالات في العراق، مجلة جامعة كربلاء العلمية، 15، (3)، 170 – 199.
- 11- شكشك، أسامة حسين فرج (2018) رأس المال الفكري وأثره في تحقيق الجودة الشاملة، في المنظمات اللبية، دراسة ميدانية على الجامعة الأسمرية الإسلامية، مجلة الأندلس للعلوم الإنسانية والاجتماعية، 16، (17)، 186-203.
- 12- الطويل، عصام محمد (2018)، أثر القياس والإفصاح المحاسبي عن رأس المال الفكري على تحسين جودة المعلومات المحاسبية، دراسة ميدانية على بورصة فلسطين، قطاع الخدمات، مجلة جامعة الأقصى، سلسلة العلوم الإنسانية، 22، (1)، 210-245.
- 13- عايض، عبد اللطيف مصلح محمد، (2018)، إدارة الإنتاج والعمليات المتقدمة، الطبعة الأولى، مركز الأمين للنشر والتوزيع، صنعاء، اليمن.
- 14- العبادي، سناء عبد الرحيم سعيد، والعتبي، تاغي زيدان محمد ناصر، (2014) تأثير عناصر النجاح الحرجة في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة (دراسة ميدانية)، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، جامعة بغداد، 20، (80)، 204 – 235.
- 15- عبد الحميد، عفاف السيد بدوي (2013)، رؤية استراتيجية لرأس المال الفكري ودوره في تحقيق الميزة التنافسية (دراسة ميدانية)، المؤتمر العربي الأول: رأس المال الفكري العربي نحو رؤية استراتيجية جديدة للاستثمار والتطوير، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، ومعهد الإدارة العامة بسلطنة عمان، مسقط، سلطنة عمان، 28 – 30 ابريل 2013.
- 16- عبد الله، كسرا عنتر، واليباس، انتصار إبراهيم (2018)، دور رأس المال الفكري في دعم المزايا التنافسية، دراسة تحليلية لأداء عينة من العاملين في المصارف التجارية في إقليم كردستان، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، 2، (42)، ج2، 147 – 172.

- 17- عبد اللوش، محمد، وكورتل، فريد (2018)، أثر جودة المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية، دراسة حالة الشركة الإفريقية للزجاج، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، (18)، 225-242.
- 18- الكساسبة، صالح الشيخ محمد على (2011) تأثير رأس المال الفكري على فاعلية العمليات الداخلية في شركات الاتصالات الأردنية، أطروحة دكتوراه، كلية الأعمال، جامعة عمان العربية، الأردن.
- 19- لويزة، فرحاتي (2016)، دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية في ظل اقتصاد المعرفة، دراسة حالة شركة الإسمنت، عين التوتة – باتنة، أطروحة دكتوراه، جامعة محمد خيضر – بسكرة، الجزائر.
- 20- ليلي، بوحديد، وإلهام، يحيوي (2018)، دور رأس المال البشري في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة الصناعية (دراسة حالة)، مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات، 1، (43)، 221 – 234.
- 21- محسن، السيد ليث شاكر (2012)، دور إدارة الجودة الشاملة في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة، بحث استطلاعي في شركات التأمين العراقية العامة، مجلة دراسات محاسبية، 7، (21)، 35 – 70.
- 22- محمد، حباينة، (2012)، دور رأس المال الهيكلي في تدعيم الميزة التنافسية للمؤسسة الجزائرية، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر.
- 23- المخلافي، مازن محمد سرحان (2016)، أثر التحليل البيئي في تحقيق الميزة التنافسية، دراسة ميدانية على المنظمات الصناعية اليمنية، رسالة ماجستير، جامعة قناة السويس، مصر.
- 24- مهدي، محمد حسن أحمد (2018)، تحليل العلاقة بين رأس المال البشري والميزة التنافسية، دراسة ميدانية بالتطبيق على شركات الأدوية العاملة ب ج. م. ع.، مجلة البحوث التجارية المعاصرة، جامعة سوهاج، 32، (1)، 185-233.
- 25- النجار، صباح مجيد، ومحسن، عبد الكريم (2012)، إدارة الإنتاج والعمليات، الطبعة الرابعة، الذاكرة للنشر والتوزيع، بغداد، العراق.
- 26- نذير، نصر الدين، وبدوي، مصطفى (2010)، رأس المال الفكري كمدخل لتعزيز الإبداع وتحقيق ميزة تنافسية مستدامة، مجلة الاقتصاد والتنمية البشرية، (1)، 167-188.
- 27- همشري، عمر أحمد (2013)، إدارة المعرفة الطريق إلى التميز والريادة، دار الصفاء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن.

- 28- الوطيفي، كامل شكير، والنافعي، شفاء تركي (2016) تقويم ومراجعة رأس المال الفكري في المنظمات المتعلمة، بحث استطلاعي لآراء القيادات العليا في جامعة بابل، مجلة كلية الإدارة والاقتصاد للدراسات الاقتصادية والإدارية والمالية، 8، (4)، 1 – 21.
- 29- يوسف، عبد الستار حسين (2005) دراسة وتقييم رأس المال الفكري في شركات الأعمال، دراسة مقدمة لمؤتمر (اقتصاد المعرفة والتنمية الاقتصادية) كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، عمان. جامعة الزيتونة الأردنية.
- 30- يوسف، هاني جمال (2017)، إدارة رأس المال الفكري وأثره على تحقيق الميزة التنافسية، بالمنشآت الرياضية بمحافظة المنيا، مجلة أسيوط لعلوم وفنون التربية الرياضية، جامعة أسيوط، 1، (44)، 378 – 439.

(ثانياً): المراجع الأجنبية:

1. Abdullah, N., N., Binti Othman, M., (2019), Examining the Effects of Intellectual Capital on the Performance of Malaysian Food and Beverage Small and Medium-Sized Enterprises, *International Journal of Civil Engineering and Technology (IJCIET)* 10, (2), 135–143.
2. Dostie, Benoit (2014), Innovation, Productivity, and Training. IZA Discussion Paper, 8506: 1-35.
3. Durrah, O., M., Allil, K., K. & Alkhalaf, T. (2018), The intellectual capital and the learning organization A case study of Saint Joseph Hospital, Paris, *International Journal of Public Leadership*, 14, (2), 109–118.
4. Feng, J., Papatla, P., (2011), "Advertising: Stimulant or Suppressant of Online Word of Mouth", *Journal of Interactive Marketing*, 71, (23), 1-10.
5. Gutierrez, Jose Sanchez, Trejo, Juan Mejia, Barraza, Juan Antonio Vargas, and Avila , Guillermo Vazquez, (2016), "Intellectual capital, impact factor on competitiveness: manufacturing industry SMEs in Mexico", *Measuring Business Excellence*, 20,(1), 1 – 11.
6. Hill, Charles W.L. & Jones, Gareth R., (2012), *Essentials of Strategic Management*", 3th Edition , south western, USA.

7. Kamukama, Nixon (2013), Intellectual capital: company's invisible source of competitive advantage, *An International Business Journal*, (3), 260-283
8. Manzari ,M., Kazemi, M., Nazemi ,S., & Pooya ,A. (2012), Intellectual capital: Concepts, components and indicators: *A literature review, Management Science Letters* ,2, (7), 2255-2270.
9. Russell, Suzana & Millar, Harvey, (2014), Competitive priorities of manufacturing firms in the Caribbean, IOSR, *Journal of Business and Management (IOSR-JBM)* , 16, (10), 72-82.
10. Selim, A. and Khalil,O. (2011), Knowledge management and organizational performance in the Egyptian software firms, *International Journal of Management*, 3, (4) , 37-66
11. Shakina , Elena, (2014), " Value creation through intellectual capital in developed European markets", *Journal of Economic Studies, Emerald Group Publishing Limited*, 41, (2), 272-291.
12. Somuyiwa, A. & Adebayo, I. (2013), "Firm's Competitiveness through Supply Chain Responsiveness and Supply Chain Management Practices in Nigeria". *Journal of Poverty, Investment and Development - An Open Access International Journal*, 1. 142-147.
13. Zhang, M., Qi, Y., Wang, Z., Pawar, K. S., & Zhao, X. (2018), How does intellectual capital affect product innovation performance? Evidence from China and India. *International Journal of Operations & Production Management*, 38, (3), 895–914.

