

العلاقة بين رأس المال الفكري والإبداع المؤسسي من خلال تعزيز المزايا التنافسية دراسة تطبيقية على بعض منظمات الأعمال المصرية

حسام الطاهر الصادق العزابي

تحت إشراف

أ.د/ محمد سعد محمد

استاذ الدراسات التنظيمية بالجامعة البريطانية بمصر

الملخص :

هدفت هذه الدراسة إلى فحص العلاقة بين رأس المال الفكري والإبداع المؤسسي من خلال تعزيز المزايا التنافسية في بعض منظمات الأعمال المصرية، وقد تكون مجتمع الدراسة من جميع شركات المساهمة المدرجة في بورصة الأوراق المصرية والبالغ عددهم ٢١٩ شركة.

ولتحقيق أهداف الدراسة استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، واستمارة الاستقصاء كأداة للدراسة، حيث تم توزيعها على عينة الدراسة ومقدارها (١٥٠) مفردة يمثلون (٥٠) شركة من مجتمع الدراسة تم اختيارهم بطريقة قصدية ليمثلوا معظم قطاعات البورصة المصرية.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة، أنه يوجد أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية لرأس المال الفكري على المزايا التنافسية، كما يوجد أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية للمزايا التنافسية على الإبداع المؤسسي، ويوجد أيضاً أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية لرأس المال الفكري على الإبداع المؤسسي، وأخيراً يوجد دور وسيط للمزايا التنافسية في العلاقة بين رأس المال الفكري والإبداع المؤسسي في منظمات الأعمال المصرية عينة الدراسة.

وقد أوصت الدراسة بضرورة اهتمام منظمات الأعمال المصرية بالاستثمار في رأس المال الفكري من خلال الاهتمام بمكوناته الثلاثة: رأس المال البشري، ورأس المال الهيكلي، ورأس المال العلاقتي، من منطلق أن رأس المال الفكري يعد من أهم

القدرات التنافسية ، وبالتالي يمكن تحقيق الإبداع المؤسسي الذي أصبح ضرورياً في ظل التغيرات المتسارعة التي تواجهها المنظمات المعاصرة.
الكلمات المفتاحية: رأس المال الفكري، رأس المال البشري، رأس المال الهيكلي، رأس المال العلاقتي، الإبداع المؤسسي، المزايا التنافسية.

Abstract:

This study aimed to examine the relationship between intellectual capital and institutional creativity by enhancing competitive advantages in some Egyptian business organizations, the study population consists of all the joint-stock companies listed on the Egyptian Stock Exchange, which are about (219) companies.

To achieve the objectives of the study, the researcher used the descriptive analytical method, and the survey form as a study tool, which was distributed to the study sample of (150) individuals representing (50) companies from the study community, who were deliberately selected to represent most sectors of the Egyptian Stock Exchange.

One of the most important findings of the study is that there is a statistically significant positive effect of intellectual capital on competitive advantages, and there is also a statistically significant positive effect of competitive advantages on institutional creativity, and there is also a statistically significant positive effect of intellectual capital on institutional creativity, and finally there is A mediating role for competitive advantages

in the relationship between intellectual capital and institutional creativity in Egyptian business organizations.

The study recommended the need for Egyptian business organizations to invest in intellectual capital by paying attention to its three components: human capital, structural capital, and relational capital. Based on the fact that intellectual capital is one of the most important competitive capabilities, and therefore institutional creativity can be achieved, which has become necessary in light of the rapid changes facing contemporary organizations.

Keywords: Intellectual capital, human capital, structural capital, relational capital, institutional creativity, competitive advantages.

مقدمة:

شهد العالم خلال القرن الحادي والعشرين سلسلة من التغيرات والتطورات الجوهرية في جميع مجالات الحياة، وكان لهذه التغيرات آثاراً طالت جميع منظمات الأعمال دون استثناء مما جعل البحث عن التميز والإبداع ضرورة حتمية للبقاء، وظهرت الحاجة لاستراتيجيات جديدة للتميز من خلال الاستثمار في رأس المال الفكري بما يلائم شدة المنافسة السائدة في ظل اقتصاد المعرفة.

مما تقدم يتضح لنا كيف يمكن لمنظمات الأعمال استخدام كلاً من رأس المال الفكري والإبداع المؤسسي بشكل مخطط وموجه لمواجهة التحديات المعاصرة، وهذا ما حفز الباحث للبحث في هذا الموضوع ومحاولة التوصل إلى رؤية موضوعية تتيح للمنظمات تفعيل العلاقة بين رأس المال الفكري والإبداع المؤسسي، والتركيز بشكل أكبر على استثمار موجوداتها المعرفية لرفع مستويات الإبداع فيها من خلال تعزيز المزايا التنافسية.

أهداف الدراسة :

- تهدف الدراسة الحالية إلى فحص العلاقة بين رأس المال الفكري والإبداع المؤسسي من خلال تعزيز المزايا التنافسية في بعض منظمات الأعمال المصرية، وينبثق من هذا الهدف الرئيس الأهداف الفرعية الآتية:
- التعرف على أثر رأس المال الفكري على المزايا التنافسية في منظمات الأعمال المصرية.
 - التعرف على أثر المزايا التنافسية في الإبداع المؤسسي في منظمات الأعمال المصرية.
 - التعرف على أثر رأس المال الفكري على الإبداع المؤسسي في منظمات الأعمال المصرية.
 - التعرف على الدور الوسيط للمزايا التنافسية في العلاقة بين رأس المال الفكري والإبداع المؤسسي في منظمات الأعمال المصرية.

مشكلة الدراسة :

إن أفضل المنظمات هي تلك التي تمتلك القدرة على الإبداع وتوفير المناخ الملائم لمساعدة العاملين على استخدام مواهبهم الإبداعية بشكل كامل، ومما لا شك فيه أن رأس المال الفكري هو أساس عملية الابتكار والإبداع في المنظمات المعاصرة، كما أن رأس المال الفكري يعد من أهم مصادر المزايا التنافسية للمنظمات. وقد تضاربت آراء الباحثين ومنظري الإدارة عن طبيعة ودنناميكية العلاقة بين رأس المال الفكري والمزايا التنافسية والإبداع التي مازالت غامضة.

من هنا يمكن صياغة مشكلة هذه الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي: " ماهي طبيعة العلاقة بين رأس المال الفكري والإبداع المؤسسي، وذلك من خلال تعزيز المزايا التنافسية ؟ "

أسئلة الدراسة :

تحاول هذه الدراسة الإجابة عن الأسئلة التالية:

١. ما طبيعة العلاقة بين رأس المال الفكري والمزايا التنافسية بمنظمات الأعمال المصرية؟
٢. ما طبيعة العلاقة بين المزايا التنافسية والإبداع المؤسسي بمنظمات الأعمال المصرية؟
٣. ما طبيعة العلاقة بين رأس المال الفكري والإبداع المؤسسي بمنظمات الأعمال المصرية؟
٤. ما هو الدور الوسيط للمزايا التنافسية في العلاقة بين رأس المال الفكري والإبداع المؤسسي في منظمات الأعمال المصرية؟

أهمية الدراسة :

ترجع أهمية الدراسة الحالية إلى أهمية موضوعها؛ حيث تعاطت في الآونة الأخيرة أهمية كل من رأس المال الفكري والإبداع المؤسسي كأهم دعائم تحقيق المزايا التنافسية المستدامة لمنظمات الأعمال. أيضاً ترجع أهمية الدراسة الحالية إلى أنها يمكن أن تمثل إضافة للتراكم المعرفي حول طبيعة العلاقة المتشابكة بين كل من رأس المال الفكري والمزايا التنافسية والإبداع المؤسسي. فعلى الرغم من كثرة الدراسات الأجنبية التي تناولت هذه العلاقة. إلا أنه ما زال هناك قصور وندرة في الدراسات العربية التي تناولتها، وبالتالي يأمل الباحث في أن تشكل هذه الدراسة إضافة علمية في مجالها.

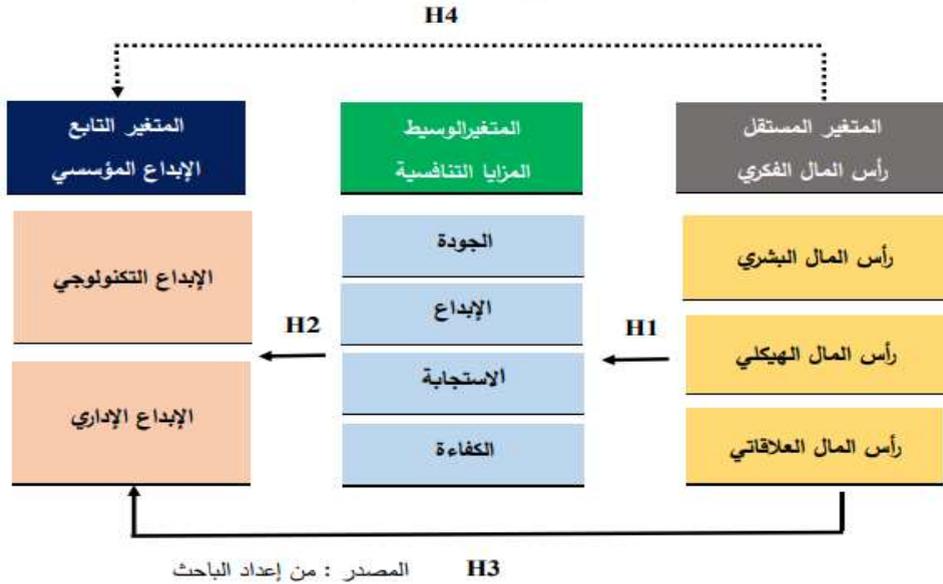
فروض الدراسة:

- الفرض الأول (H1): يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لرأس المال الفكري على المزايا التنافسية في منظمات الأعمال المصرية عينة الدراسة.
- الفرض الثاني (H2): يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمزايا التنافسية على الإبداع المؤسسي في منظمات الأعمال المصرية عينة الدراسة.

- الفرض الثالث (H3): يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لرأس المال الفكري على الإبداع المؤسسي في منظمات الأعمال المصرية عينة الدراسة.
- الفرض الرابع (H4): يوجد دور وسيط للمزايا التنافسية في العلاقة بين رأس المال الفكري والإبداع المؤسسي في منظمات الأعمال المصرية عينة الدراسة.

النموذج التصوري للدراسة:

شكل رقم (1) : النموذج التصوري للدراسة



الدراسات السابقة

أولاً : الدراسات المتعلقة بمحور رأس المال الفكري والمزايا التنافسية

دراسة (عبده، ٢٠٠٦) توصلت إلى أن القصور في إدارة رأس المال الفكري في بعض منظمات الأعمال المصرية ناتج عن عدم دعم الإدارة العليا لعمليات الإبداع والابتكار، كما توصلت إلى وجود علاقة معنوية بين إدارة رأس المال الفكري وتنمية القدرات التنافسية للمنظمات.

دراسة (شعبان، ٢٠١١) تناولت دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية لشركة الاتصالات الخلوية الفلسطينية جوال، وقد أظهرت النتائج أن هناك علاقة إحصائية بين توافر متطلبات رأس المال الفكري وتحقيق الميزة التنافسية، كما بينت أيضاً أن رأس مال العلاقات يساهم بشكل أكبر في تحقيق الميزة عن غيره من المكونات الأخرى.

دراسة (أبو شامه، ٢٠١٥) خلصت إلى أنه توجد علاقة إحصائية إيجابية بين توفر متطلبات رأس المال الفكري بمكوناته الثلاثة (البشري والهيكلية والعلاقات) وتحقيق الميزة التنافسية، كما أوضحت الدراسة وجود تفاوت في دور مكونات رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية، حيث تبين أن رأس مال العلاقات هو الأكثر تأثيراً في تحقيق الميزة التنافسية.

دراسة (عبد الرحمن، ٢٠١٧) توصلت إلى وجود علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية بين كل من رأس المال الفكري بمكوناته (البشري والهيكلية والعلاقات) والميزة التنافسية، وأن رأس المال الحقيقي للشركات المساهمة هو رأس المال الفكري الذي يتمثل في المعرفة التي يمكن تحويلها إلى قيمة مضافة عن طريق الاستثمار الناجح في الطاقات والكفاءات البشرية.

ثانياً: الدراسات المتعلقة بمحور رأس المال الفكري والإبداع المؤسسي

دراسة (الروسان والعجلوني، ٢٠١٠) أظهرت أن رأس المال الفكري (الاستقطاب، التنشيط، المحافظة، الاهتمام بالزبائن) يؤثر في القدرات الإبداعية للعاملين في المصارف الأردنية، كما أظهرت النتائج أن عمليات الاستقطاب والاهتمام بالزبائن لم يكن لهما تأثير دال إحصائياً في تفسير التباين الكلي الحاصل في القدرات الإبداعية.

دراسة (رحمة، ٢٠١٥) توصلت إلى أن الميزة التنافسية للمؤسسة تتحقق من خلال إستراتيجيتين، هما: إستراتيجية الريادة في التكلفة وإستراتيجية التميز عن المنافسين، وأن الإبداع التنظيمي ضرورة حتمية لتحقيق هاتين الإستراتيجيتين.

دراسة (شريف والشيخ، ٢٠١٨) خلصت إلى وجود علاقة ارتباط معنوي بين رأس المال الفكري والإبداع التنظيمي: حيث يوجد تأثير إيجابي معنوي لكل أبعاد رأس المال الفكري (البشري، الهيكلي، والزبوني) على الإبداع التنظيمي. دراسة (فضل المولى وكلكون، ٢٠٢١) أظهرت وجود أثر جزئي معنوي في العلاقة بين رأس المال الفكري والإبداع الإداري، وأن التفكير الاستراتيجي يتوسط العلاقة بين رأس المال البشري والقصد الاستراتيجي.

التعليق على الدراسات السابقة :

تباينت نتائج الدراسات السابقة بشأن أي مكونات رأس المال الفكري الثلاثة أهمية من حيث مساهمته في تحقيق الميزة التنافسية، حيث أظهرت بعض الدراسات أن رأس المال البشري يُعد أهم مكونات رأس المال الفكري، حيث يمثل العنصر البشري أساس نجاح أي منظمة، وأشارت دراسات أخرى إلى أن رأس المال العلاقتي هو الأكثر أهمية لتحقيق الميزة التنافسية بإقامة علاقات قوية مع أصحاب المصلحة، مثل العملاء والموردين والشركاء. إذ أن هذه العلاقات القوية تساهم في تحسين رضا العملاء وزيادة المبيعات، وتوفير فرص جديدة للتعاون والابتكار. الدراسات التي قام الباحث لم توضح ما يمكن القيام به لتعزيز العلاقة بين رأس المال الفكري والإبداع المؤسسي، مثل التركيز على الاستثمار في رأس المال البشري من خلال توفير فرص التدريب والتطوير للموظفين، وخلق بيئة عمل إيجابية تشجع على التفكير والإبداع، وتحسين أنظمة وعمليات المؤسسة من خلال تبسيط العمليات وإزالة العوائق أمام الابتكار، وتعزيز التعاون بين الموظفين.

الفجوة البحثية:

على الرغم من أهمية رأس المال الفكري في المنظمات المعاصرة إلا أن أهميته ومفهومه وقياسه وعلاقته بالإبداع المؤسسي من خلال تعزيز المزايا التنافسية لمنظمات الأعمال لا يزال محط خلاف بين الباحثين، كما أن هذه

العلاقة غير واضحة المعالم، حيث أنه لا توجد - في حدود علم الباحث - دراسة عربية أو أجنبية تناولت العلاقة بين هذه المتغيرات الثلاثة.

إن الدراسات السابقة التي أمكن للباحث الاطلاع عليها ركزت على العلاقة الثنائية المباشرة بين كل متغيرين من المتغيرات الثلاثة. فمثلاً نجد أن هناك دراسات ركزت على أثر رأس المال الفكري على المزايا التنافسية، كما في دراسة (عبده، ٢٠٠٦) ، (سفيان، ٢٠١١)، بينما هناك دراسات إهتمت فقط بأثر رأس المال الفكري على الإبداع المؤسسي، مثل دراسة (رحمة، ٢٠١٥)، (الروسان والعجلوني، ٢٠١٠)، (شريف والشيخ، ٢٠١٨).

من خلال الاستعراض السابق، يرى الباحث أن هناك فجوة بحثية تتمثل في عدم وجود أي دراسات تتعلق بأثر رأس المال الفكري على الإبداع المؤسسي من خلال تعزيز المزايا التنافسية كمتغير وسيط، بما يبهر قيام الباحث بالدراسة الحالية وسعيه لملأ هذه الفجوة البحثية.

مفهوم رأس المال الفكري:

تناول مفهوم رأس المال الفكري العديد من الباحثين والكتاب، حيث عرفه " ستيوارت " (Stewart, 1999) بأنه: " قدرات منجزة يتمتع بها عدد محدود من الأفراد العاملين في المنظمة تمكنهم من تقديم إسهامات فكرية تمكن المنظمة من زيادة إنتاجيتها، وتحقيق مستويات أداء عالية مقارنةً بالمنظمات المماثلة"، كما أشار (Seviby,1997) إلى أنه: " استراتيجية شاملة ومهمة للمنظمات ويتمثل بمعرفة ومهارة العاملين وثقافة وقيمة المنظمات، وهي ممتلكات غير مادية للمنظمة". ووفقاً لرأي (Kelley,1998) فإن رأس المال الفكري هو: " العاملون الذين يمثلون النجوم اللامعة والعقول المدبرة الذين يصعب إيجاد بديلاً عنهم".

ويتضح من التعريفات السابقة بأن هناك إتفاً على مفهوم رأس المال الفكري بأنه يتمثل في الاصول غير الملموسة في المنظمات، والتي من خلالها تستطيع المنظمات إثراء قيمتها وزيادة حصتها السوقية ودعم ميزاتها التنافسية، وعليه فإن الباحث يمكن أن يعرف رأس المال الفكري بأنه: " ناتج التفاعل بين كل ما تملكه

المنظمات من أصول غير ملموسة متمثلة في كفاءة وخبرة ومهارة العاملين في المنظمة، وما تمتلكه من علاقات خارجية وزبائن، وما تمتلكه من هيكل تنظيمي، يساعدها في تحقيق قيمة مضافة وتدعيم قدرتها التنافسية في السوق".

مكونات رأس المال الفكري:

قدم مجموعة من الباحثين تصنيفات متعددة لتحديد مكونات رأس المال الفكري، إلا أن أغلب الباحثين اشتركوا في تضمين ثلاث مكونات لرأس المال الفكري، هي: رأس المال البشري، ورأس المال الهيكلي، ورأس المال العلاقات، وهي التي أوردها ستوارت في تصنيفه، لذلك سوف يتبنى الباحث تصنيف ستوارت في هذه الدراسة. وفي الجزء التالي سوف نستعرض مكونات رأس المال الفكري بشيء من التفصيل.

أولاً: رأس المال البشري:

يرى مهنا (٢٠١٣: ٦)، أن رأس المال البشري هو: " إجمالي المعرفة والمهارات والتدريب والتعليم والخبرات المخزنة داخل العاملين سواء كانت هذه المعرفة عامة أو متميزة ومتفردة مثل الابتكار والإبداع وروح المبادرة والقدرة على حل المشكلات، ورأس المال هذا متلازم مع الموظفين ولا يمكن للمنشأة امتلاكه بل استغلاله".

ويرى Grantham أن رأس المال البشري يتكون مع المعرفة والمهارات والخبرة التطبيقية التي يمتلكها العاملون في المنظمة ويعد محرك الإبداع في المنظمات العاملة في اقتصاد المعرفة وخصوصاً تفاعلهم مع الزبائن، وهو بالنهاية قدرة الشركة على حل مشاكل الأعمال (عطية، ٢٠٠٨ : ١٤٩).

وتبعاً لذلك يرى الباحث أن رأس المال البشري هو: "المعرفة التي يمتلكها العاملون، والتي تتمثل في المهارات والخبرات المتراكمة عند العاملين، والتي تخلق لديهم مهارات القيادة والإبداع والقدرة على حل المشاكل، واتخاذ القرارات السليمة لأداء الأعمال بشكل فعال".

ثانياً: رأس المال الهيكلي:

يرى عبيد (٢٠٠٠ : ١٠)، أن رأس المال الهيكلي هو : "المرونة التنظيمية وكل شيء في المنشأة يدعم الموظفين لأداء عملهم، مثل: الملكية الفردية، فلسفة الإدارة، ثقافة المنظمة، إدارة العمليات، نظم المعلومات، البحوث، المباني، الأجهزة، براءات الاختراع، العلامات التجارية، بالإضافة إلى صورة المنشأة ونظام المعلومات وملكية قواعد البيانات".

وأما Grantham فأشار إلى مفهوم رأس المال الهيكلي بأنه : " مجموعة الاستراتيجيات والهياكل والنظم والإجراءات التي تمكن المنظمة من إنتاج وتسليم المنتجات إلى الزبائن فضلاً عن كونه يعزز من قدرة الشركة للاستجابة للمتغيرات البيئية" (يوسف، ٢٠٠٥ : ٧٥)

وتبعاً لذلك يرى الباحث أن رأس المال الهيكلي يضم البيانات ونظم المعلومات والنشرات وثقافة المنظمة، والابتكارات الموثقة، والاستراتيجيات، والهياكل التنظيمية، والعمليات، والأجهزة، والمباني، والبرامج ... إلخ، التي تمتلكها المنظمة وتساهم في تميز وجودة المنتجات والخدمات التي يتلقاها جمهور المستفيدين.

ثالثاً: رأس المال العلاقتي:

يمثل رأس المال العلاقتي قيمة العلاقات التي تقبمها المنظمة مع الزبائن من خلال زيادة رضا الزبون وولائه، ومدى الاحتفاظ به عن طريق الاهتمام بمقترحاته والاستماع إلى الشكاوى المقدمة من قبله، وإيجاد الحلول الناجعة لها بالسرعة الممكنة، ومشاركته في أعمالها وصفقاتها، أو إقامة علاقات تعاون قوية (عبيد، ٢٠٠٠ : ١٣)

ويرى مهنا (٢٠١٣ : ٦) أن رأس المال العلاقتي هو جميع الموارد المتعلقة بالعلاقات الخارجية للمنشأة، مثل العلاقة مع العملاء والموردين والمساهمين والدائنين والشركاء في البحوث والتطوير وإتفاقات الترخيص ... وغيرها من العلاقات التي يترتب عليها زيادة القدرات التنافسية للمنظمة.

مفهوم الميزة التنافسية :

تباينت تعريفات الميزة التنافسية بين الكتاب والباحثين. فمثلاً يرى Porter (١٩٨٥) أن الميزة التنافسية تنشأ أساساً من القيمة التي تستطيع المنظمة أن تخلقها لعملائها، حيث يمكن أن تأخذ شكل أسعار أقل بالنسبة للمنافسين بمنافع متساوية، أو بتقديم منافع متفردة في المنتج تعوض الزيادة السعرية المفروضة. ويرى Barney (2006:29) أن المؤسسة تمتلك ميزة تنافسية إذا كانت قادرة على خلق قيمة اقتصادية أكبر ليس في مقدور أقرب المنافسين تحقيقها في سوق المنتج. أما نيبيل مرسي خليل (٢٠٠٣) فيعرف الميزة التنافسية على أنها: " ميزة أو عنصر تفوق للمؤسسة يتم تحقيقه في حالة اتباعها لإستراتيجية تنافس معينة"، وهناك من يعرفها بأنها: " كل شيء يمنح للمؤسسة التفوق على منافسيها في المنتجات أو الخدمات التي تقدمها" (أوبكر، ٢٠٠٨: ١٢٣).

ومما سبق يخلص الباحث إلى التعريف التالي للميزة التنافسية. فهي: "مجال تتمتع فيه المنظمة بقدرة أعلى من منافسيها في استغلال الفرص الخارجية أو الحد من أثر التهديدات، وتتبع تلك الميزة التنافسية من قدرة المنظمة على استغلال مواردها المادية أو البشرية".

أبعاد الميزة التنافسية:

صنفها الباحثون إلى أربعة أبعاد، على النحو التالي :

١. بعد الجودة:

تُعرف الجودة على أنها مجموع الخصائص المتميزة والمتفردة في المنتج التي يتم إدراكها من قبل الزبون، وتتعلق هذه الخصائص بتصميم المنتج وبخصائصه الشكلية والوظيفية على حد سواء (الحوري، ٢٠١٤: ٧١).

٢. بعد الإبداع:

عبارة عن استكشاف الفرص الجديدة في البيئة الخارجية ومراقبتها وسرعة الاستجابة لها بإنجاز تطور معين أو عمل خلاق، سواء في مجال الإنتاج والتكنولوجيا المستعملة أو في إيجاد طرق جديدة أكثر خلقاً للقيمة (أوبكر، ٢٠٠٨: ٩٢).

٣. بعد الاستجابة:

يمكن تمييز الاستجابة في مجالين أساسيين، هما: قدرة المنظمة على مسابقة التطورات الحادثة في مجال التكنولوجيا، وقدرة المنظمة على الاستجابة للتغير في حجم الإنتاج بالزيادة أو النقصان وفقاً لمستويات الطلب (أوبكر، ٢٠٠٨: ٩٥).

٤. بعد الكفاءة:

يعني القيام بأداء العمليات داخل المنظمة بأقل تكلفة ممكنة مع إعطاء أفضل أداء وجودة ممكنة، وتساعد هذه الميزة في جعل المنظمة تتبنى إستراتيجية قيادة التكلفة، وذلك بسبب انخفاض التكلفة وتحسين الجودة (الحوري، ٢٠١٤: ٧٤).

مفهوم الإبداع المؤسسي:

عرف تورانس Torrance (٢٠٠٨: ١٢٣) الإبداع المؤسسي على أنه: "عملية التحسس للمشكلات والوعي بها وبمواطن الضعف والنقص، وصياغة فرضيات جديدة للوصول إلى ارتباطات باستخدام المعلومات المتوفرة والبحث عن حلول"، ويرى Jones (٢٠٠١) أن الإبداع المؤسسي عبارة عن: "عملية تقوم المنظمة من خلالها باستخدام كافة معارفها ومهاراتها ونظمها التقنية بهدف تطوير سلع أو خدمات جديدة كلياً أو لتحسين وتطوير أنظمة وبرامج التشغيل الخاص بها لرفع مستوى استجابتها لحاجات ورغبات المستفيدين وكسب رضاهم وولائهم".

مكونات الإبداع المؤسسي :

ينقسم الإبداع المؤسسي إلى نوعين:

١. **الإبداع التكنولوجي:** وهو الإبداع المتعلق بتحسين المنتجات الموجودة أو تقديم منتجات جديدة تماماً للسوق أو إبتكار عملية إنتاجية جديدة .
٢. **الإبداع الإداري:** وهو نوع من الإبداع المركز في مجال الإدارة ويعني تقديم شيء جديد في الفكر الإداري أو الأساليب الإدارية، ويشمل ذلك تغييراً في هيكل وأنظمة ووظائف المنظمة (الصرن، ٢٠١٠: ٤٣).

الدراسة الميدانية

منهج الدراسة:

تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي في هذه الدراسة؛ حيث طبق الباحث مدخلين من مداخل المنهج الوصفي، هما: المدخل الوثائقي لإعداد الإطار النظري، ومدخل المسح الاجتماعي بالعينة لاستقصاء آراء أفراد عينة الدراسة عن العلاقة بين رأس المال الفكري والإبداع المؤسسي من خلال تعزيز المزايا التنافسية في منظمات الأعمال التي يعملون بها.

مجتمع الدراسة:

تكون مجتمع الدراسة من جميع شركات المساهمة المدرجة في بورصة الأوراق المصرية والبالغ عددها ٢١٩ شركة، ويرجع سبب اختيار الباحث شركات المساهمة المدرجة في البورصة كمجتمع للدراسة إلى أن هذه الشركات تمثل كل قطاعات الاقتصاد المصري، وغالبيتها شركات كبيرة الحجم تديرها إدارة محترفة تدرك أهمية رأس المال الفكري وأثره في تحقيق الإبداع المؤسسي.

عينة الدراسة:

بلغ حجم عينة الدراسة (٥٠) شركة من شركات المساهمة المدرجة في البورصة المصرية.

أداة الدراسة:

استخدم الباحث استمارة إستقصاء لجمع البيانات الأولية، وتكونت أداة الدراسة من ثلاثة مقاييس تتعلق بمتغيرات الدراسة الثلاثة (رأس المال الفكري، المزايا التنافسية، الإبداع المؤسسي)، وقد قام الباحث بالتأكد من صدق أداة الدراسة اعتماداً على الصدق الظاهري (صدق المحكمين) ، والتجانس الداخلي، والصدق العملي، كما تم التأكد من ثبات الاستقصاء باستخدام طريقة التجزئة النصفية وطريقة ألفا كرونباخ. بعد التأكد من صدق وثبات الاستقصاء تم توزيع (١٥٠) استمارة إستقصاء على (١٥٠) مفردة يمثلون الـ (٥٠) شركة عينة الدراسة، وبلغ عدد الاستمارات التي تم استرجاعها (١٤٣) إستمارة، كما تم استبعاد (٣) إستمارات، بسبب عدم اكتمال بياناتها، وبذلك تبقى (١٤٠) إستمارة صالحة لإجراء التحليل الإحصائي.

نتائج الدراسة:

- منظمات الأعمال المصرية عينة الدراسة تهتم بدرجة متوسطة برأس المال الفكري، حيث تهتم بدرجة متوسطة بكل من رأس المال البشري، ورأس المال الهيكلي، وتهتم بدرجة مرتفعة برأس المال العلاقتي.
- منظمات الأعمال المصرية عينة الدراسة تمتلك مزايا تنافسية بدرجة مرتفعة؛ حيث تهتم تلك المنظمات بدرجة مرتفعة جداً بالجودة، وتهتم بدرجة مرتفعة بكل من الإبداع، والاستجابة والكفاءة.
- منظمات الأعمال المصرية عينة الدراسة لديها إبداع مؤسسي بدرجة متوسطة.
- يوجد أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية لرأس المال الفكري على المزايا التنافسية.
- يوجد أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية للمزايا التنافسية على الإبداع المؤسسي.
- يوجد أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية لرأس المال الفكري على الإبداع المؤسسي.
- يوجد دور وسيط للمزايا التنافسية في العلاقة بين رأس المال الفكري والإبداع المؤسسي.

توصيات الدراسة:

- يجب على منظمات الأعمال المصرية أن تتعامل مع رأس المال الفكري على أنه مورد رئيسي واستراتيجي، وتعمل على الحفاظ عليه وتطويره بشكل مستمر.
- ضرورة اهتمام منظمات الأعمال المصرية برأس المال البشري من خلال: استقطاب الموارد البشرية ذات الخبرة والمهارة، والاهتمام الكافي بتحفيز المبدعين، وإعداد وتنفيذ برامج تدريب لصفقات مهارات العاملين.
- ضرورة اهتمام منظمات الأعمال المصرية برأس المال الهيكلي من خلال: تنمية وتطوير ثقافة تنظيمية تدعم الابتكار والإبداع، وبناء هيكل التنظيمي وهيراركية تنظيمية تساعد على تشارك المعرفة في كافة المستويات الإدارية، وأن تكون السياسات والإجراءات المتبعة في تلك المنظمات داعمة للابتكار والإبداع.
- ضرورة اهتمام منظمات الأعمال المصرية برأس المال العلاقتي من خلال: العمل على إرضاء العملاء، والتواصل معهم باستمرار، السعي للحفاظ على صورة ذهنية جيدة لدى الجمهور، والاهتمام بالمسؤولية المجتمعية.
- يجب على منظمات الأعمال المصرية تنمية وتطوير مزايا تنافسية بالاعتماد على بعد الجودة، من خلال: تقديم منتجات عالية الجودة تلبي حاجات ورغبات العملاء، وأن تراعي مطابقة منتجاتها للمواصفات ومعايير الجودة العالمية، وبالاعتماد على بعد الإبداع، من خلال: الاهتمام بأفكار العاملين وإبداعاتهم والأخذ بأرائهم ومقترحاتهم، وأن تكون السياسات والإجراءات المتبعة في تلك المنظمات داعمة للابتكار والإبداع، وبالاعتماد على بعد الاستجابة، من خلال: الاهتمام ببحوث التسويق للتعرف على حاجات العملاء غير المشبعة والمتغيرة والاستجابة لها، واستخدام خطط وسياسات تتصف بالمرونة لزيادة القدرة على الاستجابة للتغيرات البيئية.
- يجب على منظمات الأعمال المصرية تنمية وتطوير مزايا تنافسية بالاعتماد على بعد الكفاءة، من خلال: تبني طرق وأساليب كفيلة بتطوير كفاءة العمليات،

- خفض تكاليف الإنتاج من خلال الاستخدام الأمثل للموارد، تبني تكنولوجيا حديثة مناسبة في إنجاز العمليات التشغيلية والإدارية.
- ينبغي على منظمات الأعمال المصرية تنمية الإبداع المؤسسي بالاعتماد على بعد الإبداع التكنولوجي، من خلال: التحسين المستمر للمنتجات والخدمات، الاهتمام بتقديم منتجات وخدمات جديدة تماماً ذات خصائص متفردة من وقت لآخر، امتلاك قسم أو إدارة للبحث والتطوير، والسعي لامتلاك براءات إخراج أو حقوق ملكية فكرية.
 - ينبغي على منظمات الأعمال المصرية تنمية الإبداع المؤسسي بالاعتماد على بعد الإبداع الإداري، من خلال: مواجهة المشكلات الطارئة بأساليب إدارية مبتكرة، خلق ثقافة تنظيمية تشجع على الإبداع، تطوير فرق عمل مهمتها توليد حلول غير تقليدية للمشاكل.

قائمة المراجع :

أولاً : المراجع العربية

١. أبو بكر، مصطفى محمود (٢٠٠٨): الموارد البشرية، مدخل لتحقيق الميزة التنافسية، الإسكندرية: الدار الجامعية للطباعة والنشر.
٢. أبو شامة، فاديه وليد حنفي (٢٠١٥): دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية - دراسة تطبيقية، رسالة ماجستير، فلسطين: جامعة الخليل.
٣. الحوري، فالح (٢٠١٤): استراتيجيات تكنولوجيا المعلومات ودورها في تعزيز الميزة التنافسية، رسالة ماجستير، الأردن: كلية الدراسات الإدارية والمالية، جامعة عمان العربية.
٤. خليل، نبيل مرسي (٢٠٠٣): الميزة التنافسية في مجال الأعمال، الطبعة الثالثة، الإسكندرية: مركز الإسكندرية للكتاب.
٥. رحمة، تويغر (٢٠١٥): أثر رأس المال الفكري في الإبداع التنظيمي في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية. دراسة حالة مؤسسة نفضال بسكيكدة، الجزائر: كلية العلوم الاقتصادية والتجارية - جامعة محمد خيضر بسكرة

٦. الروسان، محمود علي والعجلوني ، محمود محمد (٢٠١٠): أثر رأس المال الفكري في الإبداع في المصارف الأردنية، سوريا، دمشق: مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، م ٢٦ ، ع ٢.
٧. شريف، محمد الحسن والشيخ، بابكر مبارك (٢٠١٨): أثر رأس المال الفكري في الإبداع التنظيمي، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الاقتصادية والإدارية، مج ٢٦، ع ٣، فلسطين: غزة، ص ص ٣٠-٥٦.
٨. شعبان، مصطفى رجب (٢٠١١): رأس المال الفكري ودوره في تحقيق الميزة التنافسية لشركة الاتصالات الخلوية الفلسطينية جوال، رسالة ماجستير غير منشورة، غزة : الجامعة الإسلامية.
٩. الصرن، رعد حسن (٢٠١٠): إدارة الابتكار والإبداع الأسس التكنولوجية وطرائق التطبيق، ط ٢، الأردن، عمان : دار وائل للنشر.
١٠. عبد الرحمن، نهلة غالب (٢٠١٧): دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية ، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، م ٢١، ع ٢٣، العراق: جامعة البصرة، ص ص ٣٠٨ - ٣٤٥
١١. عبده، هاني محمد السعيد (٢٠٠٦): إدارة رأس المال الفكري كمدخل لتنمية القدرات التنافسية لمنظمات الأعمال - دراسة ميدانية، رسالة دكتوراه غير منشورة ، مصر: جامعة قناة السويس، كلية التجارة.
١٢. عطية، محمود (٢٠٠٨): السلوك التنظيمي في منظمات الأعمال، الأردن، عمان : دار وائل للنشر والتوزيع.
١٣. فضل المولى، حامد عبد الله وكلكون، أبو القاسم يوسف (٢٠٢١): الدور الوسيط للتفكير الاستراتيجي في العلاقة بين رأس المال في العلاقة بين رأس المال الفكري والإبداع الإداري -
١٤. مهنا، أحمد (٢٠١٣): نموذج القياس النوعي والنموذج المقارن لقياس رأس المال الفكري، المؤتمر العربي الأول، رأس المال الفكري العربي، القاهرة.
١٥. يوسف، عبد الستار (٢٠٠٥): دراسة وتقييم رأس المال الفكري في شركات الأعمال، رسالة ماجستير، الأردن ، عمان : جامعة الزيتونة.

ثانياً : المراجع الأجنبية

1. Kelly,R.E.,(1998).How to be Astar At work a Break through strategic you need to success, times business, New Yourk.
2. Jones, G. (2001). Organizational theory: text and cases, (3rd ed.), London: Prentice Hall.
3. Porter ME (1985), Competitive Advantage – Creating and Sustaining Superior Performance, New York: The Free Press.
4. Stewart,T,A.,(1999); Intellectual capital: The new wealth of organizations, business quarterly, Doubleday, New York.
5. Sveiby, K.E., (1997); The new organizational wealth: Managing &Measuring knowledge-Based Assets, Berrett-koehler publishers, Inc, Sanfrancisco.
6. Torrance. E. P. (2008). Torrance tests of creative thinking: Streamlined scoring guide for figural forms A and B, (1st ed.), Bensenville, IL: Scholastic Testing Service.