

دور رأس المال الابتكاري في تحقيق التميز التنافسي للمنظمات السيد عزت السيد صالح

الملخص:

هدفت هذه الدراسة للتعرف على أثر رأس مال الابتكاري علي دعم التميز التنافسي للمنظمة، استخدم الباحث المنهج الوصفي، و تم تصميم أداة القياس (استقصاء) وتوزيعها على عينة عشوائية من عملاء شركات صناعة الدواء، وتم استخدام برنامج التحليل الإحصائي SPSS لاختبار فروض الدراسة. وتوصلت الدراسة إلى وجود أثر معنوي لرأس مال الابتكاري علي تحقيق التميز التنافسي، وأوصت بزيادة الاهتمام برأس مال الابتكاري لدعم التميز التنافسي للمنظمات.

Abstract:

This study aims at recognizing the influence of Innovation capital on achieving competitive advantage. The researcher uses the descriptive approach. A questionnaire is designed and distributed. A random sample of customers of Medicine industry companies has filled it in. The statistical analysis program SPSS is used to examine the hypotheses.

The study finds out that there is a significant influence of relationships capital on achieving competitive advantage. It recommends reinforcing Innovation capital in order to support competitive advantage.

الجزء الأول: الإطار العام للدراسة

أولاً: الدراسات السابقة:

١- دراسة (سناء، ٢٠١١) التعرف علي مدي توافر متطلبات رأس المال المعرفي (البشري، الهيكلي، العملاء) لدي شركات صناعة الأدوية الأردنية لتحقيق الميزة التنافسية وتوصلت الدراسة الي أن توافر متطلبات رأس المال الفكري في شركات صناعة الأدوية الأردنية بنسبة ٨٠%، ومتطلبات رأس المال البشري بنسبة ٧٥%، ومتطلبات رأس المال الهيكلي بنسبة ٨١%، ومتطلبات رأس المال العملاء بنسبة ٨٥%، ويكون رأس المال المعرفي ناتج تفاعل عناصره ومكوناته المجتمعية ، ولا

- تنتج عن أي منها بشكل منفرد بغض النظر عن كفاءة وفعالية أي تلك المكونات وكلما زاد هذا التفاعل كان له مردوداً إيجابياً علي القيمة المحققة لرأس المال المعرفي.
- ٢- (AL-Dujaili,M2012) تهدف هذه الدراسة بصفة أساسية إليا لتحقيق من تأثير أبعاد رأس المال الفكري(البشري، والهيكلية، العملاء)علي الإبداع التنظيمي في الشركات محل الدراسة.تحديد البعد الأكثر تأثيراً علي تحقيق الإبداع التنظيمي. وتوصلت هذه الدراسة إلي أن الإبداع هو المصدر الرئيسي للميزة التنافسية، وينظر إليه أنه ميزة ويكون شرطاً مسبقاً للنجاح التنظيمي هناك علاقة وثيقة بين رأس المال الفكري (البشري، الهيكلية، العملاء) والإبداع التنظيمي. يعد رأس المال الهيكلية أحد أهم عناصر رأس المال الفكري تأثير علي تحقيق الإبداع التنظيمي للمنظمات محل الدراسة.
- ٣- دراسة (Julio Cekar,2014) تهدف هذه الدراسة بصفة أساسية إلي التعرف علي دور القدرة التكنولوجية في تنمية رأس مالها الفكري. وتوصلت هذه الدراسة إلي العديد من النتائج أهمها أن انشاء واستغلال المعرفة في الشركة يشكل مصدر رئيسي للقدرة التكنولوجية ، وذلك لن يأتي إلا بتنمية المهارات الفردية والتنظيمية. هناك علاقة ايجابية بين تنمية رأس المال الفكري وتنمية القدرة التكنولوجية. أفضل طريقة لاكتشاف واستغلال الابتكار التكنولوجي من خلال العمل في مجموعات وتبادل المعرفة بين الأعضاء .
- ٤- دراسة (كريم ، ٢٠١٦) تحديد دور رأس المال الفكري من خلال أبعاده(رأس المال البشري، رأس المال الهيكلية، رأس مال العلاقات) في تطبيق عمليات الابتكار المفتوح(الوارد- الصادر) في المنظمات الأكاديمية البحثية. وتوصلت الي الدراسة الي وجود علاقة طردية متوسطة بين رأس المال الفكري وتطبيق الابتكار المفتوح في المنظمات أي أن كلما زاد الاهتمام بتحديد وقياس وتنمية قدرات رأس المال الفكري - من خلال أبعاده الثلاثة (البشري، الهيكلية، العلاقات) ، كلما أدي ذلك إلي زيادة قدرة المنظمة علي تطبيق عمليات الابتكار المفتوح الوارد وجود علاقة بين رأس مال العلاقات وتطبيق عمليات الابتكار، أي كلما زاد الاهتمام بتحديد وقياس وتنمية رأس مال العلاقات زاد الابتكار.
- ٥- دراسة (فرحاتي ، ٢٠١٦) تهدف هذه الدراسة بصفة أساسية إلي تحديد دور رأس المال الفكري بأبعاده المتمثلة في (رأس المال البشري، ورأس المال العملاء، ورأس المال الهيكلية) و تحقيق الميزة التنافسية بأبعاده المتمثلة في (الجودة الكفاءة، الإبداع الاستجابة). توصلت هذه الدراسة إلي العديد من النتائج أهمها: وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين رأس المال الفكري بأبعاده الثلاثة وتحقيق الميزة التنافسية بأبعاده

للشركات محل الدراسة.

ثانياً:- مشكلة البحث:

تتلخص مشكلة هذه الدراسة في وجود منافسة شديدة بين شركات صناعة الدواء في مصر والشركات الأجنبية المتواجدة في السوق المصري ، وتحاول هذه الدراسة الإجابة علي التساؤل التالي ما مدي تأثير رأس المال الابتكاري علي تحقيق التميز التنافسي لشركات صناعة الدواء المصرية؟

ثالثاً: فرضيات الدراسة:

ينص الفرض الرئيسي لهذه الدراسة علي أنه :لا يوجد تأثير معنوي لرأس المال الابتكاري علي تحقيق التميز التنافسي لشركات صناعة الدواء المصرية.

رابعاً: أهداف الدراسة:

١- التعرف على مدى الاهتمام برأس المال الابتكاري في شركات صناعة الدواء المصرية.

٢- التعرف على تأثير رأس المال الابتكاري علي دعم التميز التنافسي.

٣- تحديد العلاقة بين رأس المال الابتكاري وتحقيق التميز التنافسي.

٤- تقديم مجموعة من التوصيات التي تقيد القيادات الإدارية في شركات صناعة الدواء حول أهمية الاهتمام برأس المال الابتكاري لديها ودوره في دعم التميز التنافسي لها.

خامساً: أهمية الدراسة

تستمد هذه الدراسة أهميتها من موضعها العلمي وكذلك من مجال تطبيقها عملياً

١- الأهمية العلمية:

- تساهم في التعرف على مفهوم رأس المال الابتكاري .
- يعتبر موضوع رأس المال الابتكاري من المواضيع الهامة لذا تساهم الدراسة في إمداد وإثراء المكتبة العربية والجامعات بمفاهيم جديدة.

٢- الأهمية التطبيقية

- في استخدام مفاهيم رأس المال الابتكاري وطرق تعزيزه في دعم الميزة التنافسية لشركات صناعة الدواء المصرية.
- توفير مؤشرات ومعلومات عن نقاط القوة والضعف الخاصة بعمليات الابتكار لشركات صناعة الدواء المصرية.

سادساً: حدود الدراسة

- ١- الحدود المكانية: طبقت الدراسة علي شركات صناعة الدواء في محافظات القاهرة الكبرى ، وكذلك عملاء تلك الشركات .
- ٢- الحدود الزمنية: تمت عملية جمع البيانات والمعلومات حول موضوع الدراسة في مدة

لا تقل عن ستة أشهر.

٣- الحدود البشرية: اقتصرَت الدراسة على العاملين في الإدارة العليا والوسيطي بشركات صناعة الدواء في مصر بالإضافة إلى عملاء تلك الشركات.

الجزء الثاني: الإطار النظري للدراسة

■ رأس المال الابتكاري:

هو منظور جديد وهام في الفكر الإداري ويمثل أحد أبعاد رأس المال الفكري ويمثل المعرفة التي تتضمن في عقول الأفراد العاملين بالمنظمة ويتكون رأس المال الابتكاري = الملكية الفكرية + الأصول غير الملموسة

Innovation Capital = Intellectual Property + Intangible Assets

تعدد وجهات نظر الكتاب والباحثين حول مفهوم رأس المال الابتكاري، لذلك يستعرض الباحث "أهم مفاهيم وتعريفات رأس المال الابتكاري" وفقاً لوجهه نظر بعض الكتاب والباحثين.

- ويعرف (Stewart) : رأس المال الفكري بأنه المادة – المعرفة الفكرية، المعلومات ، الملكية الفكرية ، الخبرة التي يمكن وضعها بالاستخدام لتنشئ الثروة.

- يعرف (Awad & Ghaziri) يتضمن خبرات العاملين في الشركة النظر الخاصة بالشركة والملكية الفكرية.

- في حين يري (Mention,) بأنه مجموعة المهارات المتوفرة في المنظمة التي تتمتع بمعرفة واسعة تجعلها قادرة علي جعل المنظمة عالمية من خلال الاستجابة لمتطلبات العملاء لتحقيق رغباتهم واحتياجاتهم .

- وكذلك يري (kamath) بأنه يتمثل في مجموعة المعارف التي يمتلكها العاملون بالمنظمة والتي تساعد علي تحقيق الميزة التنافسية للمنظمة.

و اتفاقاً ثم استناداً إلي ما سبق من اسهامات الباحثين حول تعريفات رأس مال الابتكاري يمكن للباحث تعريف "رأس المال الابتكاري بأنه " المعرفة التي يمتلكها العاملين والتي تمكنهم من تقديم تشكيلة جديدة من المنتجات أو تكنولوجيا جديدة تحقق رغبات واحتياجات العملاء من ناحية وتعظيم قيمة المنظمة من ناحية أخرى

١- مكونات ومؤشرات رأس المال الابتكاري: يتكون رأس المال الابتكاري من العناصر التالية:

- انجازات الابتكار: وتتضمن "مبيعات المنتجات الجديدة المبتكرة الي نسبة

المبيعات الكلية، متوسط عدد براءات الاختراع لأفراد المنظمة، عدد التكنولوجيا الجديدة المبتكرة".

- **إلية الابتكار:** وتتضمن "نسبة الاستثمار في البحث والتطوير R&D الي حجم المبيعات، نوعية الأشخاص العاملين في البحوث والتطوير، مستوي التنسيق بين وظيفة البحث والتطوير ووظيفة الانتاج والوظائف الأخرى، التنسيق مع القوي الخارجية ذات العلاقة بالابتكار، القدرة الإدارية لمشروعات الابتكار، وجود نظام تحفيزي لتشجيع العاملين علي الابتكار.
- **ثقافة الابتكار:** ويتضمن تشجيع ثقافة المنظمة ودعمهم في عمليات الابتكار- مستوي دعم الإدارة العليا للابتكارات.

٢- خصائص وسمات المنظمات التي تدعم الابتكار والإبداع (جاد الرب، ٢٠١٣):

- إن المنظمات الابتكارية أمثال Fedex, GM, 3M تدعم أنشطة الإبداع والتميز في الأعمال.
- إن قادة المنظمات يقومون بالأدوار النشطة في قيادة العمليات.
- استراتيجية وثقافة المنظمة تدعم الإبداع والابتكار.
- الهياكل التنظيمية تدعم الابتكار والإبداع.
- ان الابتكار يمكن توقعه، والفشل يكون مقبولاً وتأخذ المنظمة المخاطر في الحسبان.
- البحوث والتطوير تدعم الإبداع والابتكار.
- فرق العمل تعزز الإبداع والابتكار.
- الخبراء والعاملين في منظمات الإبداع يدعم الابتكار والإبداع جيداً

٣- أهمية الإبداع والابتكار بالنسبة للمنظمات الصناعية:

- هناك مجموعة من المتغيرات جعلت للإبداع و الابتكار أهمية خاصة أكثر من أي وقت مضى بالنسبة للمنظمات، وهذه المتغيرات فرضت الكثير من الضغوطات على المنظمات الصناعية لتكون أكثر تميزاً وأكثر سعياً لتحقيق ميزة تنافسية مستدامة. ومن بين هذه المتغيرات ما يلي :
- ازدياد المنافسة بين المنظمات .
 - كبر حجم المنظمات.
 - ارتفاع توقعات المستهلكين.
 - نقص الموارد.
 - تزايد الطلب علي الأفكار الجديدة.

٤ - استراتيجيات بناء المنظمات الابتكارية:

لا توجد استراتيجية عامة لبناء المنظمات الابتكارية، لكن من الممكن أن يتم تحديد مستلزمات الابتكار التنظيمي بصورة تجعلها قابلة للتحقيق، فقد حدد "هاندي" المقومات الأساسية المفترض وجودها في النموذج المثالي لمنظمات المستقبل على النحو التالي

ذكاء + معلومات + أفكار = قيمة مضافة

أما "تويس" فأكد على الإمكانيات التي من خلالها تسعى المنظمة إلى تحسين وضعها من خلال الإبداع وهي:

- الاستعانة بالمبدعين من داخل المنظمة والتمسك بهم.
- تهيئة البيئة الداخلية التي تساعد على تشجيع الإبداع.
- استخدام الأساليب التي تنمي القدرات الإبداعية على حل المشاكل داخل المنظمة

■ التميز التنافسي

١ - مفهوم الميزة التنافسية:

تعددت آراء الكتاب والباحثين حول مفهوم الميزة التنافسية نظراً لتعدد الزوايا التي يرون من خلالها الميزة التنافسية، وسوف يستعرض الباحث هذه المفاهيم المختلفة من وجهة نظر الكتاب والباحثين، كما وردت في الأدبيات المتخصصة كما يلي:

يري Porter ١٩٨٥ أن الميزة التنافسية تنشأ بمجرد توصل المؤسسة إلى اكتشاف طرق جديدة أكثر فعالية من تلك المستعملة من قبل المنافسين ليكون بمقدورها تجسيد هذا الاكتشاف ميدانياً، أي بمجرد إحداث عملية إبداع بمفهومه الواسع ويصفها بأنها مركز متميز تحققه المنظمة على منافسيها يسعدها على جذب عملاء جدد، ويصعب تقليده ومجاراته من جانب المنافسين على أن يتحقق ذلك من خلال تقديم قيمة متفوقة أو ريفية المستوى.

يري Bamey 1991 أنها قدرة المنظمة على تطبيق استراتيجيات إبداعية يعجز المنافسون عن تطبيقها وليس لديهم القدرة على تقليدها أو الاستفادة منها.

في حين يري السلمي (٢٠٠١) بأنها المهارة أو التقنية أو المورد المتميز الذي يتيح للمنظمة إنتاج قيم ومنافع للعملاء تزيد عما يقدمه لهم المنافسون. ويؤكد تميزها واختلافها عن هؤلاء المنافسين من وجهة نظر العملاء الذين يتلقون هذا الاختلاف والتميز، حيث يحقق لهم المزيد من المنافع والقيم التي تتفوق على ما يقدمه لهم المنافسون الآخرون.

في حين يري Al- Rousan Seleim et al 2007 (بأنها "هي التي تنشأ بمجرد

توصل المؤسسة إلى اكتشاف طرق جديدة أكثر فعالية من تلك المستعملة من قبل المنافسين.

بينما عرفها (جاد الرب، ٢٠١٦) بأنها تعني هي قدرة منظمة الأعمال علي امتلاك موارد ذات كفاءة وفعالية كعنصر قوة تمكنها من استغلال الفرص المتاحة لخلق قيم تجعلها منفردة عن المنافسين.

ومن خلال التعريفات السابقة نجد أن بعضها ركز علي قدرة المنظمة علي استغلال مواردها لتكون بموقع أفضل مقارنة مع المنافسين، في حين ركز البعض الآخر علي تلبية حاجات العملاء ورغباتهم عن طريق القيمة المتفوقة، أي امتلاك المنظمة لموارد معينة لا يعد ميزة تنافسية ما لم تتحول إلي منتج يلبي حاجات العميل ورغباته ويؤكد تميزه وتفوقه علي المنافسين من وجهة نظر العميل .

٢- العوامل الأساسية في بناء الميزة التنافسية.

حدد (Pitts& Lei, 1996) العوامل الأساسية لبناء الميزة التنافسية وهي:

- العوامل الخارجية: تتمثل في تغير احتياجات العميل أو التغيرات التكنولوجية أو الاقتصادية أو القانونية، والتي قد تخلق ميزة تنافسية لبعض المؤسسات نتيجة لسرعة رد فعلهم على التغيرات، على سبيل المثال يمكن القول بأن المنظمة التي استوردت التكنولوجيا الحديثة والمطلوبة في السوق أسرع من غيرها استطاعت خلق ميزة تنافسية عن طريق سرعة رد فعلها على تغير التكنولوجيا واحتياجات السوق. من هنا تظهر أهمية قدرة المنظمة على سرعة الاستجابة للمتغيرات الخارجية.

- العوامل الداخلية: هي قدرة المنظمة على امتلاك موارد وبناء أو شراء قدرات لا تكون متوفرة لدى المنافسين الآخرين من بينها "الابتكار والإبداع" اللذين لهما دور كبير في خلق ميزة تنافسية. ولا ينحصر الإبداع هنا في تطوير المنتج أو الخدمة، ولكنه يشمل الإبداع في الاستراتيجية والإبداع

٣- أنواع المزايا التنافسية:

لكي تحقق الشركات التميز يمكنها إتباع إحدى هاتين الاستراتيجيتين (AI-

(Jaradat et al, 2012):

- استراتيجية الريادة في التكلفة: وتعني تتميز بعض الشركات بقدرتها على إنتاج أو بيع نفس المنتجات بسعر أقل من المنافسين، وتنشأ هذه الميزة من قدرة الشركة على تخفيض تكلفة منتجاتها أو خدماتها مع المحافظة على جودة المنتج.
- استراتيجية التمايز: وتعني تميز الشركة بقدرتها على إنتاج منتجات أو تقديم

خدمات متميزة لها قيمة لدى العملاء وتتفرد بها عن المنافسين، أي تستطيع من خلالها العمل على جذب واستقطاب أكبر عدد من العملاء. والتميز يتمثل من وجهة نظر الباحث في قدرة الشركة على تقديم منتج أو خدمة يصعب تقليدها من قبل المنافسين، ومن ثم استقطاب أكبر عدد من العملاء وزيادة النصيب السوقي للشركة مقارنة بالمنافسين، وكذلك في تحسين اتجاهات العاملين والصورة الذهنية الخارجية تجاه الشركة.

٤- العلاقة بين القدرة التنافسية والميزة التنافسية:

هناك علاقة بين مفهوم القدرة التنافسية والميزة التنافسية حيث تعرف القدرة التنافسية بأنها قدرة المنظمة المستمرة علي توظيف إمكانياتها البشرية والمالية والمادية والمعلوماتية بكفاءة وفعالية لتتمكن من إشباع حاجات العملاء ورغباتهم الحالية والمستقبلية التي من خلالها تستطيع تحقيق وضع تنافسي أفضل في السوق المحلي والدولي (قمر، ٢٠١٢).

كما يري(قاسم ٢٠١٣) القدرة التنافسية بأنها "المصدر الذي يعزز وضع المنظمة بالسوق بما يحقق الأرباح من خلال امتيازها علي منافسيها في مجالات متعددة .

وكذلك يصف (عبد الحميد، ٢٠١٢) القدرة التنافسية بأنها قدرة المنظمة علي مواجهة القوة المنافسة لها في السوق من خلال السيطرة علي الموارد والأصول والمهارات المتاحة لها ومزجها وتشغيلها في ضوء استراتيجيات تنافسية محددة تساعد علي توليد ميزة أو مجموعة من المزايا التنافسية الاستراتيجية التي ترضي عملائها الحاليين والمرتبين وتميزها عن منافسيها .

كما يشير (سنهوري، ٢٠٠٦) إلي أن بناء الميزة التنافسية يمر بعدة مراحل تبدأ بمرحلة التخطيط الاستراتيجي، لتحديد الفرص المستقبلية ثم مرحلة بناء القدرات الأساسية للمنظمة، فمرحلة بناء القدرة التنافسية، وأخيرا مرحلة توظيف القدرات التنافسية لبناء ميزة تنافسية مستدامة.

وتأسيسا لما سبق فإن القدرة التنافسية تؤدي إلي تحقيق الميزة التنافسية فالقدرات تشير إلي مهارات المنظمة في التنسيق بين مواردها ووضعها قيد الاستخدام الإنتاجي وتثبيت الجدارة المحورية وخلق التميز في الكفاءة والجودة والإبداع والاستجابة للعملاء، ومن ثم خلق القيمة وتحقيق الأرباح العالية .

٥- مؤشرات الميزة التنافسية:

هناك العديد من المؤشرات التي تستخدم للدلالة علي امتلاك المنظمة للميزة التنافسية، مثل الربحية، الحصة السوقية، النمو السنوي للمبيعات، ورضاء العملاء، وغيرها. وحسب (المقادمة، ٢٠١٣، الطهراوي، ٢٠١٠، نقلا عن Day and

(Wensley, 1989)، (عثمان ٢٠٠٣، شراب ٢٠١١). فإن أكثر المؤشرات استخداماً وشيوعاً، هي مؤشرات الربحية، والحصة السوقية والنمو السنوي للمبيعات لما تتمتع بها هذه المؤشرات من مزايا، مثل توافر البيانات اللازمة لحسابها وسهولة الحصول عليها، كما أن جميع تلك المؤشرات كمية، أي يمكن حسابها بدقة وسهولة علي العكس من المؤشرات الوصفية كرضا العميل. وفيما يلي هذه المؤشرات بإيجاز:

- الربحية :

تعرف الربحية علي أنها مقياس يستعمل لتقييم أداء المشروعات، عن طريق نسبة صافي الدخل إلي الأصول أو الاستثمار، ويمكن تعظيم الربحية عن طريق تحسين استثمارات المشروع واستخدام التقنيات الحديثة واستغلال الموارد بشكل أفضل، ولغرض قياس الربحية فإن هناك أربع طرق لقياس الربحية هي العائد علي الأصول، والعائد علي حقوق الملكية، والعائد علي الاستثمارات، والعائد علي المبيعات (هامش الربح).

- الحصة السوقية:

ويستخدم مقياس الحصة السوقية للتمييز بين الرابحين والخاسرين في السوق حيث أن هذا المقياس يستخدم لحساب نصيب المنظمة من المبيعات في السوق مقارنة مع المنافسين الرئيسيين.

وهناك طرق لقياس الحصة السوقية للمنظمة كما يأتي:

➤ الحصة السوقية الإجمالية للمنظمة: وتحسب بقسمة مبيعات المنظمة الكلية إلي إجمالي المبيعات الكلية في السوق.

➤ الحصة السوقية النسبية للمنظمة: وهي تعطي مؤشراً علي مدي الفرق بين المنظمة وأكبر منافسيها بدقة، وتحسب بقسمة مبيعاتها الكلية إلي مبيعات أكبر المنافسين في السوق.

- النمو السنوي للمبيعات:

تعتبر المبيعات محور النشاط الرئيسي لمنظمات الأعمال، فهي مخرجات النشاط التي من خلالها يتم تحقيق الأرباح، وبالتالي تحقيق النمو والاستمرارية في السوق، ويعد النمو السنوي للمبيعات مؤشراً علي نجاح أعمال المنظمة وعلي زيادة الحصة السوقية لها. مما يدعم من موقفها التنافسي في الأسواق وتسعي العديد من منظمات الأعمال أثناء القيام بعملية التخطيط الاستراتيجي بوضع هدف محدد مقدار النمو في المبيعات المراد تحقيقها كأحد معايير النجاح.

٦- رأس المال الابتكاري وتحقيق التميز التنافسي للمنظمات :

يمكن القول أن الابتكار يمثل أهم الأسس البنائية للمزايا التنافسية علي المدى

الطويل، كما يمكن النظر إلي المنافسة علي أنها عملية موجهة بالابتكار، ورغم أن كل عمليات الابتكار التي لا يتحقق لها النجاح إلا أن تلك التي تحقق نجاحا يمكن أن تحقق مصدراً رئيسياً للمزايا التنافسية لأنها تمنح المنظمة منتجات فريدة من نوعها.

وإذا اعتبرنا أن عمليات الابتكار التي تنجح في تقديم منتجات جديدة تساهم في بناء وتدعيم المزايا التنافسية، فالمنظمات المبتكرة لا تلجأ اليوم للابتكار لخلق هذه المزايا فحسب، إنما أيضاً للهيمنة علي الصناعة وقيادتها، ويتضح ذلك من خلال الخصائص الأربع لتنافسية المنظمة القائمة علي الابتكار وهما:

- خلق التفوق والتميز عن طريق الإبداع والتطوير مثل إيجاد منتجات جديدة أو اختراق أسواق جديدة، أو كسب عملاء جدد.
- زيادة قيمة العملاء عن طريق عمليات إدارة العملاء وتعميق العلاقة مع العملاء الحاليين.
- أن يمكن الابتكار المنظمة من الاستفادة من عامل التوقيت المناسب للدخول للسوق أو لتطبيق العمليات أو النظم الإدارية المبتكرة، حتى تتمكن من الحصول علي ميزة التكلفة الأقل.

- أن يكون الابتكار قائماً علي إمكانات وقدرات مالية أو تكنولوجية متوفرة لدي المنظمة وغير متوفرة لدي المنافسين حتى تتمكن من الانفراد بها

واستناداً إلي ما سبق وبعد تناول الباحث للعلاقة بين رأس المال الابتكاري وتحقيق الميزة التنافسية، يمكن القول أن الابتكار هي المصدر الرئيسي لخلق القيمة وتحقيق الميزة التنافسية المستدامة، لأنها تمنح المنظمة التميز عن المنافسين، ورفع العوائد، وتعزيز ولاء العملاء

منهجية الدراسة:

المقدمة:

تعتبر منهجية الدراسة وإجراءاتها محوراً رئيسياً يتم من خلاله إنجاز الجانب التطبيقي من الدراسة، وكذلك يتم عن طريقها الحصول على البيانات المطلوبة لإجراء التحليل الإحصائي، والتعرف على آراء واتجاهات الأفراد محل الدراسة للتوصل إلى النتائج التي يتم تفسيرها في ضوء موضوع الدراسة.

وتساعد منهجية الدراسة على توضيح الأساليب والوسائل المتبعة في إعداد الدراسة خصوصاً فيما يتعلق بالدراسة الميدانية، وذلك من خلال تحديد الإطار المفاهيمي المستخدم في إجراء الدراسة الميدانية وفروض ومتغيرات البحث وكيفية قياسها، وكذلك تعمل على توصيف للمنهجية والإجراءات التي اتبعتها الباحثة في تحديد مجتمع وعينة البحث، ومنهج البحث وأداة البحث والمصادقية والثبات، بالإضافة إلى توضيح أساليب

جمع البيانات ومعدل الاستجابة، وآلية تحليل ومعالجة البيانات وإجراء الاختبارات اللازمة.

ومن هذا المنطلق يستعرض هذا الفصل الأسلوب المتبع في الدراسة، وتحديد نوع ومصادر البيانات المستخدمة في الدراسة، وكذلك تحديد مجتمع وعينة الدراسة، وطرق جمع البيانات، وأساليب التحليل الإحصائي للبيانات، وأخيرًا معاملات الصدق والثبات لقائمة الاستقصاء.

أولاً: أسلوب الدراسة

تتطلب طبيعة الدراسة والأهداف التي تسعى إلى تحقيقها الاعتماد على المنهج المناسب والذي يحقق تلك الأهداف ودراسة المشكلة بصورة أفضل، لذا لجأ الباحث إلى استخدام المنهج الوصفي التحليلي، والذي يعتمد على دراسة المشكلة كما في الواقع العملي، ويهتم بوصفها وصفاً دقيقاً وتحليلها كمياً ونوعياً، وربط المعلومات حول المشكلة وتفسيرها وتحليلها بطريقة تؤدي إلى الاستنتاجات الدقيقة حول المشكلة وطرق علاجها، ولقد استخدم الباحث نوعين من مصادر البيانات وذلك كما يلي:

• المصادر الثانوية:

يمكن تحديد البيانات التي تم الاعتماد عليها في تحقيق أهداف الدراسة في ضوء مشكلة الدراسة والمتغيرات المتعلقة بها، حيث اعتمدا الباحث في تكوين الإطار النظري على الكتب العربية والأجنبية، والمجلات والدوريات العلمية، والأبحاث العلمية المتخصصة المنشورة منها وغير المنشورة أيضاً، والتي تناولت موضوع الدراسة أو بعض جوانبها، بالإضافة إلى ذلك اعتمدا الباحث على التقارير والنشرات التي تصدر عن شركات صناعة الدواء.

وتم الاعتماد على بعض البيانات الثانوية المنشورة وغير المنشورة ذات الصلة بموضوع الدراسة والتي أتيج للباحث الحصول عليها من خلال الرجوع إلى المكتبات والدراسات والدوريات والنشرات والمقالات، وغيرها من مصادر جمع المعلومات، بالإضافة إلى البيانات المتعلقة بشركات صناعة الدواء خلال الفترة الممتدة من ٢٠١١-٢٠١٧ ويمكن إيجاز أهم هذه البيانات فيما يلي:

- شركات صناعة الدواء.

- عدد العاملين والعملاء.

واعتمد الباحث في جمع البيانات الثانوية على:

- التقارير السنوية.

- المراجع العربية والأجنبية والأبحاث المنشورة وغير المنشورة المتعلقة بموضوع

الدراسة.

- الدوريات العربية والأجنبية والنشرات والتقارير والإحصاءات المختلفة.

• المصادر الأولية:

تم جمع البيانات الأولية اللازمة للدراسة من العاملين بشركات صناعة الدواء من خلال قائمة الاستقصاء، وذلك للحصول على آراء واتجاهات العاملين في تلك الشركات، والتي تخدم موضوع البحث والتي تتعلق بما يلي:

- التعرف على آراء العاملين بالقطاعين حول رأس المال الابتكاري.

- التعرف على آراء مفردات الدراسة بشأن تنمية رأس المال الابتكاري.

- قياس أثر رأس المال الابتكاري على تحقيق التميز التنافسي للمنظمات.

ولقد قام الباحث بإعداد جانب تطبيقي ميداني يعتمد على قوائم استقصاء مختلفة موجهة لعينة من العاملين في شركات صناعة الدواء، وذلك لاختبار صحة الفروض الخاصة بالدراسة، بالإضافة إلى إجراء بعض المقابلات الشخصية ويتضح ذلك على النحو التالي:

• قائمة الاستبيان:

تعتبر استمارة الاستبيان - قائمة الاستقصاء- الأداة الأكثر شيوعاً وملائمة في تقصي الآراء ووجهات النظر حول مسألة أو قضية ما، وتم في هذه الدراسة استخدام استمارة الاستبيان كأداة رئيسية للحصول على البيانات الأولية من مجتمع البحث في ضوء أهداف الدراسة، ولقد تم تصميم استمارة استبيان من أجل معرفة آراء أعضاء الإدارة والوسطى بشركات صناعة الدواء في مصر، وتم إعداد قائمة استقصاء العاملين بحيث تشمل كل متغيرات موضوع الدراسة، وكذلك إعداد قائمة استقصاء لعملاء تلك الشركات.

• المقابلات الشخصية:

اعتمد الباحث على المقابلة الشخصية عند توزيع استمارات الاستبيان وذلك للإجابة عن بعض الاستفسارات التي قد ترد من المستقضي منهم، وكذلك إيضاح وشرح بعض النقاط والحصول على بعض المعلومات والبيانات والملاحظات والآراء الإضافية من المستقضي منهم والتي لا يمكن الحصول عليها بواسطة الاستبيانات.

• الدراسة التحليلية:

تم تفرغ البيانات من استمارات الاستبيان وتصنيفها وتبويبها لتسهيل عملية تحليلها وتفسيرها، وذلك لاستخلاص النتائج والتوصيات، ولقد تم تحليل البيانات التي تم الحصول عليها باستخدام الوسائل الإحصائية المناسبة لاختبار صحة الفروض.

ثانياً: مجتمع وعينة الدراسة

● مجتمع الدراسة:

- العاملون: يتمثل مجتمع الدراسة في جميع العاملين في شركات صناعة الدواء المصرية في الوظائف الإدارية العليا والادارة الوسطي
- العملاء: تمثل مجتمع الدراسة في جميع العملاء مع شركات صناعة الدواء بمختلف فئاتهم. وهو مجتمع غير معلوم للباحث.

● عينة الدراسة:

- ١- أقتصر الباحث علي أربع شركات من شركات القطاع العام وأربع شركات من شركات القطاع الخاص فقط كمجال للدراسة .
- ٢- العاملون: اقتصرت الدراسة على عينة من المدراء (الادارة العليا والوسطي) في شركات صناعة الدواء (القطاع العام / القطاع الخاص)، ولذا تم الاعتماد على عينة العشوائية لتحديد أعداد العاملين وقد بلغ ٣٩٤ مفردة
- ٣- العملاء: تم اختيار عينة من العملاء مع تلك البنوك بلغت ٣٨٤ مفردة، وذلك طبقاً لجداول حجم العينة عند معامل ثقة ٩٥% ونسبة خطأ ٥%.

ثالثاً: طرق جمع البيانات:

لتحقيق أهداف الدراسة وتحليل البيانات التي سيتم جمعها قام الباحث بإعداد وتصميم قائمة استقصاء موجهة إلى الادارة العليا والوسطي بشركات صناعة الدواء المصرية، وبالإضافة إلى ما سبق قام الباحث بتدعيم الدراسة الميدانية بإجراء عدد من المقابلات الشخصية وذلك على النحو التالي:

- ١- مقابلات شخصية مع عدد من رؤساء القطاعات في شركات صناعة الدواء لتحديد الدور الذي يقومون به حول تنمية رأس المال الابتكاري لتحقيق الميزة التنافسية.
- ٢- مقابلات شخصية مع عدد من المديرين في شركات صناعة الدواء لتحديد الدور الذي يقومون به حول تنمية رأس المال الابتكاري لتحقيق رغبات واحتياجات العملاء.

رابعاً: أساليب التحليل الإحصائي للبيانات:

تم استخدام الحاسب الآلي بعد الانتهاء من جمع البيانات بالاعتماد على برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية والذي يرمز له اختصاراً بالرمز SPSS، وذلك لتفريغ البيانات وجداولتها وإجراء التحليل الإحصائي المناسب لتلك البيانات واختبار صحة فروض الدراسة، وتطلب ذلك تطبيق بعض أساليب الإحصاء الوصفي والإحصاء التحليلي وذلك كما يلي:

١ - الإحصاء الوصفي:

تم الاستعانة ببعض المقاييس الإحصائية الوصفية ومنها الوسط الحسابي والوسيط والخطأ المعياري والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري لتوصيف متغيرات الدراسة من خلال البيانات التي تم جمعها، وكذلك تم الاعتماد على معامل ألفا كرونباخ الذي يستخدم لقياس مدى الصدق والثبات لأسئلة قائمة الاستقصاء والتأكد من مدى أهمية الأسئلة.

٢ - الإحصاء الاستدلالي:

اعتمد الباحث في تحليل بيانات الدراسة على أساليب الإحصاء التحليلي لاختبار صحة الفروض وهذه الأساليب ما يلي:

- اختبار ألفا كرونباخ لمعرفة ثبات فقرات الاستبيان.
- معامل ارتباط بيرسون لقياس صدق فقرات الاستبيان.
- تحليل التباين أحادي الاتجاه One Way ANOVA لاختبار معنوية الفروق.
- معامل الارتباط لقياس العلاقة بين المتغيرات المستقلة والتابعة.
- تحليل الانحدار الخطي البسيط.

خامساً: معاملات الصدق والثبات لقوائم الاستقصاء:

الصدق والثبات لقائمة استقصاء الإدارة العليا:

١- **صدق المحكمين:** قام الباحث بعرض قائمة الاستبيان على مجموعة من المحكمين من ذوي الاختصاص في تخصص إدارة الأعمال من أعضاء هيئة التدريس في عدد من الجامعات، والذين أجروا بعض التعديلات على أداة القياس (الاستبانة) مع حذف بعض الفقرات، وإضافة فقرات جديدة، وذلك بهدف التعرف على مدى تنوع وشمولية الفقرات والمحاور التي وضعت لقياس أبعاد الدراسة المختلفة.

٢- **ثبات المقياس:** تبين من اختبارات الصدق والثبات أن درجة معامل ثبات جميع فقرات لجميع الأبعاد مرتفعة وهي دالة إحصائياً عند مستوى (٠.٥%) وبذلك تعتبر درجة الثبات لجميع مجالات الاستبانة مقبولة. وبالتالي يمكن القول أنها معاملات ذات دلالة جيدة لأغراض البحث، و بالتالي يمكن الاعتماد عليها في التحليل مع عدم استبعاد أي عنصر من عناصر المتغيرات محل الدراسة

الصدق والثبات لقائمة استقصاء العملاء:

١- **صدق المحكمين:** قام الباحث بعرض قائمة الاستبيان على مجموعة من المحكمين من ذوي الاختصاص في تخصص إدارة الأعمال من أعضاء هيئة التدريس في عدد من الجامعات، والذين أجروا بعض التعديلات على أداة القياس (الاستبانة) مع حذف بعض الفقرات، وإضافة فقرات جديدة، وذلك بهدف التعرف على مدى تنوع

وشمولية الفقرات والمحاور التي وضعت لقياس أبعاد الدراسة المختلفة.

٢- **ثبات المقياس:** تبين من اختبارات الصدق والثبات أن قيمة معامل الثبات لجميع الأبعاد مرتفعة وهي دالة إحصائياً عند مستوى (٠.٥%) وبذلك تعتبر درجة الثبات لجميع مجالات الاستبانة مقبولة. أن معاملات الصدق والثبات مقبولة لأسئلة الاستبيان ككل، وبالتالي يمكن القول أنها معاملات ذات دلالة جيدة لأغراض البحث، وبالتالي يمكن الاعتماد عليها في التحليل مع عدم استبعاد أي عنصر من عناصر المتغيرات محل الدراسة.

الجزء الثالث اختبارات الفروض

ينص الفرض على أنه " لا يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية لرأس المال الابتكاري على تحقيق التميز التنافسي لشركات صناعة الدواء في مصر " وحتى يتمكن الباحث من اختبار الفرض قام الباحث باستخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط Simple linear Regression Analysis ، وذلك بطريقة المربعات الصغرى Ordinary Least Squares (OLS) ، بالإضافة إلى اختبارات معامل الانحدار ومعامل ارتباط بيرسون (t) ، وكذلك اختبار معنوية النموذج الكلي (f) بالإضافة لبعض أساليب واختبارات التحقق من مقدرات المربعات الصغرى.

جدول رقم (1) اختبار معاملات الانحدار ونتائج الارتباط للفرض

المتغير المستقل	معامل الانحدار	قيمة t	مستوى الدلالة	القرار عند $\alpha=0.05$	معامل ارتباط بيرسون r الإجمالي	قيمة ديربن واتسون Dw
رأس مال الابتكاري	0.765	22.3	0.0	معنوي	0.844	1.861

جدول رقم (2) تحليل التباين ANOVA للفرض

النسبة الغير مفسرة %	معامل التحديد r2	القرار عند $\alpha=0.05$	مستوى الدلالة	قيمة F	درجات الحرية	مصادر الاختلاف
28.7%	71.3%	معنوي	0.0	497.2	1 200	الانحدار البواقي

قيم جدوليه مستخرجه من جداول "ديربن و اتسون"
DW:Du=1.684 DI =1.664

ومن الجداول السابقة (1) و(2) يتضح للباحث ما يلي:

- كانت قيمة مستوى الدلالة الخاص باختبار أثر رأس المال الابتكاري على تحقيق التميز التنافسي أقل من قيمة مستوى المعنوية $\alpha=0.05$ ، وهذا يعني أنه يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية لرأس المال الابتكاري على تحقيق التميز التنافسي لشركات الأدوية في مصر
- كانت إشارتي معامل الانحدار وكذلك معامل ارتباط بيرسون في النموذج الوارد إشارة موجبة، وهذا يعني أنه توجد علاقة ارتباط طردية معنوية ذات دلالة إحصائية بين رأس المال الابتكاري وتحقيق التميز التنافسي، أو بعبارة أخرى كلما زاد الاعتماد على رأس المال الابتكاري أدى ذلك إلى زيادة تحقيق التميز التنافسي لشركات صناعة الدواء في مصر.
- كانت قيمة مستوى الدلالة الخاصة باختبار معنوية النموذج الإجمالي ANOVA أقل من قيمة مستوى المعنوية $\alpha=0.05$ ، وهذا يعني إمكانية الاعتماد على النموذج التقديري وكذلك إمكانية تعميم نتائج العينة على مجتمع الدراسة.
- كانت قيمة معامل التحديد لقياس قوة التأثير وحجمه $r^2=71.3\%$ ، وهذا يعني أن التغيرات التي تحدث في رأس المال الابتكاري مسؤولة عن تفسير ما نسبته 71.3% من التغيرات التي تحدث في تحقيق التميز التنافسي، وهناك ما نسبته 28.7% يرجع إلى حد الخطأ العشوائي Random error.
- كانت قيمة إحصائية ديربن و اتسون المحسوبة للتحقق من مشكلة الارتباط الذاتي بين الأخطاء (البواقي) $Dw = 1.861$ ، وبالنظر للقيم الجدولية الموضحة يتضح للباحث أن القيمة المحسوبة تقع بين القيمتين $(Du, 4-Du)$ ، وهذا يعني عدم وجود تام لمشكلة الارتباط الذاتي Autocorrelation.

مما سبق يمكن للباحث رفض الفرض في صيغته العدمية وقبول الفرض في الصورة البديلة في التي نصت علي أنه " يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية لرأس المال الابتكاري على تحقيق التميز التنافسي لشركات صناعة الدواء في مصر الجزء الرابع: النتائج والتوصيات

أولاً: النتائج:

- 1- توصلت الدراسة إلى وجود دور هام لرأس المال الابتكاري علي تحقيق التميز التنافسي.
- 2- بينت الدراسة أن هناك تأثير معنوي لرأس المال الابتكاري علي دعم التميز التنافسي.
- 3- ضعف الاهتمام بتنمية رأس المال الابتكاري في شركات صناعة الدواء المصرية.
- 4- بينت الدراسة أن هناك علاقة طردية معنوية ذات دلالة إحصائية بين رأس المال الابتكاري ودعم التميز التنافسي لشركات صناعة الدواء المصرية.

ثانياً: التوصيات:

- 1- ضرورة الاهتمام بتنمية المهارات الابتكارية لدي العاملين.
- 2- أن تهتم شركات صناعة الدواء محل الدراسة بدعم العاملين من خلال توفير الحوافز المادية المناسبة لهم لتشجيعهم علي الابداع والابتكار.
- 3- أن تعمل علي تحسين العلاقة الطردية بين رأس مال الابتكاري ودعم التميز التنافسي.
- 4- ضرورة أن تهتم الشركات المصرية برأس مال الابتكاري وأن تبحث عن المتغيرات الأخرى التي تعمل علي دعم التميز التنافسي.

المراجع:-

- AL-Dujaili,M," Influence of Intellectual Capital in the Organizational Innovation. International " ,Journal of Innovation, Management and Technologg,3(2),2012, PP.128-135.
- Julio Cekar Acosta, "Technological Capability And Development of Intellectual Capital on The New Technology Based Firms", Journal of Colombia, Vol.27, No.48, 2014.
- Porter, M. Competitive Advantage: Creating and Sustaining Performance", New York: The Free Press, 1985.P.127.
- Bamey J., "Firm Resources and Sustained Competitive Advantage

- of Firm". Journal of .Management, Vol ,17.No,1, 1991.P72.
- Kamath ,B, "Intellectual Capital and corporate performance in Indian pharmaceutical industry", Journal of Intellectual Capital, vol.9 No.4. 2008,PP.684-704.
 - Mention, A., "Intellectual Capital, Innovation and Performance: A Systematic Review of the Literature", Business and Economic Research. Vol., 2, No., 1. 2012 .P3
 - نبيل مرسي خليل، "الميزة التنافسية في مجال الأعمال"، مركز الاسكندرية، ١٩٩٨، ص ٣٧.
 - عبد السلام ابوقحت، "إدارة الأعمال الدولية"، الدار الجامعية للنشر، الاسكندرية، ٢٠٠١، ص ٤٢٨.
 - سيد محمد جاد الرب، "الإدارة الاستراتيجية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠١٦، ص ٥٠٦.
 - فرحاتي لويزة، دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية في ظل اقتصاد المعرفة : دراسة حالة شركة الاسمنت عين التوتة، رسالة دكتوراه، جامعة محمد خيضر – بسكرة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية – الجزائر، ٢٠١٦.
 - Pitts , R.& Lei, D, "Strategic management : building and sustaining competitive advantage , USA :West Publication, 1996.P.32
 - Al-Jaradat, O., Al-Samraie, F., & Jadallah, N."Intellectual Capital and its Role in Achieving Competitive Advantage: A Field Study for the Jordanian Income Tax Service", European Journal of Scientific Research, Vol., 69, No., 3. 2012.P400.
 - نسرين محمود عبد الرحمن، "التعلم التنظيمي كمدخل لتحقيق المزايا التنافسية – دراسة تطبيقية على شركات الاتصال المصرية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التجارة، جامعة عين شمس، ٢٠٠٩، ص ١٠.
 - كريم بهي أحمد بهي محمد، دور رأس المال الفكري في تطبيق عمليات الابتكار المفتوح : دراسة تطبيقية على المركز القومي للبحوث بالقاهرة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التجارة جامعة بنها، ٢٠١٦.
 - سناء مسودة، مدي توفر متطلبات رأس المال المعرفي (البشري الهيكلي، ألزبوني) لتحقيق الميزة التنافسية ومعوقات توافرها: دراسة ميدانية في قطاع الصناعات الدوائية الأردنية، مجلة جامعة النجاح للأبحاث – العلوم الإنسانية، جامعة جدارا الأردن، المجلد ٢٥ العدد ٤، ٢٠١١.
 - سونيا محمد البكري، "إدارة الجودة الشاملة الكلية"، الدار الجامعة للنشر، الإسكندرية، ٢٠٠٤، ص ١٥.
 - عبد الرحمن إبراهيم المقادمة، " دور الكفاءات البشرية في تحقيق الميزة التنافسية : دراسة حالة الجامعة الإسلامية بغزة"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التجارة – الجامعة الإسلامية، غزة، ٢٠١٣، ص ٤٣.

- مي محمد الطهراوي ، "أثر البيئة التنافسية واستراتيجيات المنافسة علي الميزة التنافسية لشركات إنتاج الأدوية الأردنية"، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الدراسات العليا ، الجامعة الأردنية ، ٢٠١٠، ص ٤٥.
- David, F. R, "Strategic management: concepts and Cases", 13th ed, Boston: pearon prentice Hall. 2011. P73.
- علي زكريا فرحان ، "أثر مرونة التصنيع علي الميزة التنافسية : دراسة ميدانية في شركات صناعة الأثاث العاملة في مدينة الملك عبد الله الثاني الصناعية"، سحاب ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية إدارة المال و الأعمال ، جامعة إل البيت ، ٢٠٠٧ ، ص ٤٥.
- Davila, T, Epstein. M. J., and Shelton, R., "Making Innovation Work: How to manage It, and Profit", New Jersey: Pearson Education, Inc. Prentice, Hall. 2006.P21.
- أحمد بلالي، "استراتيجية التنافس كأساس لميزة تنافسية مستدامة ، ورقة بحثية مقدمة ضمن فعاليات المؤتمر العلمي الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات والمستويات" ، جامعة ورقلة ، المنعقد بتاريخ من ٨-٩ مارس ، ٢٠٠٥ ، ص ٤٦١ .
- أحمد سيد مصطفى، "بناء التنافسية للتصدير" ، شركة ناس للصناعة ، القاهرة ، ٢٠٠١ ، ص ١٤٣ .