

دور رأس المال الاستراتيجي في تحقيق الميزة التنافسية
(دراسة استطلاعية لآراء عينة من أعضاء مجالس الكليات في عدد من الجامعات الخاصة في مدينة أربيل)

محسن عثمان حسن¹، سفین علی حسن²

^{1,2}قسم ادارة الاعمال، كلية الادارة والاقتصاد، جامعة صلاحدين، أربيل، العراق

Email: muhsin.hassan@su.edu.krd¹, safin.Hassan@su.edu.krd²

الملخص:

سعى البحث إلى معرفة دور راس المال الاستراتيجي في تحقيق الميزة التنافسية في الجامعات قيد البحث بالإضافة إلى تحليل علاقة الارتباط والتأثير بين أبعادها المتمثلة ب (الإلتزام الاستراتيجي، دعم تنفيذ الإستراتيجية، فعالية التنفيذ الاستراتيجي، التعلم التنظيمي) في أبعاد الميزة التنافسية والمتمثلة ب (التكلفة، الجودة، المرونة، السرعة والتسليم، بعد الابتكار).

حددت مشكلة البحث بأثارة تساؤلات عدة حول طبيعة الارتباط والتأثير بين المتغير المستقل (رأس المال الاستراتيجي) والمتغير المعتمد (الميزة التنافسية) ولأجل ذلك تم تصميم مخطط فرضي انبثق منها فرضيتين، ولأجل التأكد من صحتها خضعت لاختبارات متعددة وقد استخدم الباحثان استمارة الاستبانة كوسيلة للحصول على البيانات.

انتهج البحث المنهج الوصفي التحليلي، اذ تم وصف المتغيرات الرئيسية والفرعية، لتحليل العلاقات والتأثير بين المتغيرات، تمثل مجتمع البحث بالجامعات الخاصة في مدينة اربيل وبلغ عددها (9) جامعات. تم اختيار (5) منها لتمثل عينة البحث , أما الأفراد المستجيبين فبلغ عددهم (٦٢) عضواً من أعضاء مجالس الكليات عينة الدراسة. تم اختبار الفرضيات من خلال مجموعة من التحاليل والاختبارات الاحصائية بواسطة البرنامج الحاسوبي. (SPSS Ver. 26)

توصل البحث إلى مجموعة من الاستنتاجات الرئيسية منها وجود علاقات معنوية موجبة وبمستوى عالي بين رأس المال الاستراتيجي والميزة التنافسية على المستوى الكلي والجزئي. واقترح البحث مجموعة من المقترحات أهمها ضرورة استثمار العلاقة القوية بين رأس المال الاستراتيجي والميزة التنافسية وتوجيه هذه العلاقة نحو خدمة الجامعات قيد البحث

الكلمات المفتاحية: رأس المال الاستراتيجي، الميزة التنافسية.

یوخته:

توڙڻينھومکە ھولئداوھ بۇ زانينى رۆلى سمرچاوھ ستراتيژييمکان له بھديھيناني جيکاري رکابھري لھو زانکويانھي توڙڻينھومکەيان لھسمر ئھنجام داوھ، سمرھري شیکردنھوي پيھوندی وابھستھوون و کاریگھري نتيوان رھھندھمکان کھ بریتين لھ (پابھندبوونی ستراتيژي، پشتگيري جيھيجيکردي ستراتيژي، کاریگھري جيھيجيکردي ستراتيژي، فيربوونی ريکخراوھي)، لھ رھھندھمکانی سوودی کيبرکي بریتين لھ (تيچوون، کواليتي، خيرايبی و گھماندن، داھنپان).

کیشەى تۆيۈنەنمەكە ديارىكر دووہ بە وروژاندنى چەند پرسىارنك سەبارەت بە سەروشتى پەيمەندى و كارىگەرى نىوان گور اوہ سەربەخۆكە (سەرچاوہ ستراتېزىيەكان) و گور اوہ واپەستەكە (جياكارى ركابەرى) لە پېناو ئەمەدا هېلكارىيەكى گریمانەيى دارىژرا كە دوو گریمانە لى دەرھات، وە بۆ دلنایابوون لە راستى و دروستيان خزانە ژىر چەندىن تاقي كەرنەوہ كە تۆيۈنەنمەكە فۇرمى رابرسى وەك ھۆكارنك بۆ بەدەست ھېنانى داتاكان بەكار ھېنا.

تویژینه‌مه‌که رییازی شیکاری وەسفی پەیره‌و کرد، کەتێددا وەسفی گۆراوه سەرەکی و لاوەکییەکان کران، بۆ شیکردنەوەی پەيوەندی و کاریگەری نێوان گۆراوەمان، کۆمەلگەی تویژینه‌وه‌که بریتی بوو لە زانکۆ تاییه‌تەکانی شاری هەلێر، کە ژمارەیان (9) زانکۆ بوو. پێنج لەوانە هەلبژێردران بۆ نوێنەرایەتی کردنی نموونەیی تویژینه‌وه‌که، بە‌لام وە‌لامدەرە‌وه‌مان (62) ئەندامی ئەنجومەنی کۆلیژەمان بوون لە نموونە‌ی تویژینه‌وه‌که‌دا، گرێمانەکان لە‌ریگەی کۆمەلێک شیکاری و تاقیکردنەوەی ئامارییه‌وه بە‌هەکارهێنانی بە‌رنامە‌ی کۆمپیوتەر (SPSS Ver. 26) تاقیکردنەوە.

تؤيِّزُ يَنهُو مَكَّة كَمِيشَنهُ كُومَلِيَّك دَهَر نُهْجَامِي سَهْرَهْكِ، لَهْوَانَه بُوُونِي پَهِيُونَدِي مَهْ عَنَهْوِي نُهْرِيْنِي وَ بَهْئَاسْتِيْكِ بَهْرَز لَه نِّيَوَان سَهْرَچَاوَه سَتْرَآتِيْزِيَهْكَان وَ جِيَاكَارِي رَكَابَهْرِي لَه نَاسْتِي كَشْتِي وَ بَهْشِيْدَا، تُوِيْزِيَنهُوَه كُومَلِيَّك پِيْشْنِيَارِي خَسْتَهْرُوو گِرَنگَرِيْنِيَان وَ بَهْرَهِيْنَانِي نُهْوَه پَهِيُونَدِيَه بَهْهِيْزَهِي نِّيَوَان سَهْرَچَاوَه سَتْرَآتِيْزِيَهْكَان وَ سُوُوْدِي كِيْبِرَكِي وَه نَارَاسْتَهْكَرْدَنِي بَهْرَهْو خَزْمَهْكَرْدَنِي نُهْو زَانكُويَانَهِي كَه تُوِيْزِيَنهُو مَكَمِيَان لَهْ سَهْر نُهْجَامْدَاوَه.

كَلِيْلَه وَ شَهْكَان: سَهْرَچَاوَه سَتْرَآتِيْزِيَهْكَان وَ سُوُوْدِي كِيْبِرَكِي.

Abstract:

This research sought to know the role of strategic capital in achieving competitive advantage in universities under study the research, in addition to analyzing the correlation and influence relationship between its dimensions represented in (strategic commitment, Support the implementation of the strategy, Effectiveness of strategic implementation, Organizational learning) in the dimensions of competitive advantage in: (cost, quality, flexibility, speed and delivery, creativity and innovation).

The research problem was highlighted by raising several questions about the nature of the correlation and influence between the independent variable (strategic capital) and the dependent variable (competitive advantage). For this, a hypothesis scheme was designed from which two hypotheses emerged, and in order to ensure their validity, they were subjected to multiple tests. The research used a questionnaire as a tool in the data collection process.

The research has adopted the descriptive analytical approach, as the main and sub-variables were described, to analyze the relationships and influence between the variables. The research population were the 9 private universities in the city of Erbil. The researcher has selected five of them as research sample, while the respondents were (105) members of the college councils in the study sample. The hypotheses were tested through a set of analyzes and statistical tests using the computer program (SPSS Ver. 26).

The research shows a high positive and with statistical significance relationship between strategic capital and competitive advantage at the macro and micro levels.

This paper suggests a set of ideas, among which is how vital it is to invest in a strong relationship between strategic capital and competitive advantage and directing this relationship towards assisting private universities.

Keywords: strategic capital, and competitive advantage competitive strategies.

المقدمة

أصبحت شدة التنافس وزيادة عدم التأكد البيئي من السمات المميزة لعالم الأعمال والتحديات المعاصرة لمنظمات الأعمال، ومن أجل مواجهة هذه التحديات وتحقيق البقاء والفاعلية وزيادة القدرة التنافسية أصبح الاهتمام بالميزة التنافسية ضرورة قصوى للمنظمات، وتأتي قوة رأس المال الاستراتيجي علي خلفية العلاقات الاجتماعية الداخلية والخارجية التي تشكل مورداً يسمح بتدفق المعرفة والخبرات بين العاملين، وشقها الاجتماعي، ومجموعة القيم والمعتقدات التنظيمية التي تحكم العلاقات الاجتماعية، والسبل المقبولة ثقافياً المستخدمة عند اتخاذ القرارات الاستراتيجية، إضافة إلى الدعائم الداخلية المتمثلة بتبني الجانب البشري على حصيلة المعرفية والمهارات والقدرة. ففي ظل هذه التطورات أصبح من الضرورة سعي ادارات الكليات الى توفير الموارد البشرية المؤهلة لتنفيذ استراتيجيات الكليات وذلك من خلال اعادة النظر في اساليب استقطاب وجذب العاملين ذوي المعرف. ونظرا لأهمية رأس المال الاستراتيجي ودورها في تحقيق الميزة التنافسية، جاء البحث الحالي لتتناول إحدى القضايا والمشاكل التي تواجه القطاع الجامعي،

وقد تضمن البحث أربعة محاور، تناول المحور الأول الإطار العام ومنهجية البحث، واشتمل المحور الثاني على الإطار النظري للبحث بينما اشتمل المحور الثالث على الجانب الميداني للبحث وتم عرض أهم الاستنتاجات والمقترحات في المحور الرابع.

المحور الأول: الإطار العام للبحث ومنهجية

أولاً: مشكلة البحث

تتبع مشكلة الدراسة الحالية من عدم إيلاء الباحثين والمنظمات، بضمنها الجامعات الخاصة، إهتمام برأس المال الإستراتيجي الذي يفترض به أن يحظى بها، الأمر الذي أدى الى عدم وضوح هذا المفهوم بالنسبة للكثيرين، سواء من حيث التعريف أو من حيث الأبعاد المستخدمة في قياسه أو تطبيقه هذا من جهة، وعدم الإهتمام بعلاقة متغير رأس المال الإستراتيجي بالميزة التنافسية من جهة أخرى، وهذه الحالة قد تضعف الفرصة على منظمات الأعمال ومنها الجامعات الخاصة في مدينة أربيل، من الاستفادة من فوائد الاستثمار في هذه العلاقات. وهذا في الواقع هو المحور الأساسي لمشكلة الدراسة الحالية والتي تم تحديدها من مصدرين، أولهما مراجعة الأدبيات ذات الصلة بموضوع الدراسة، وثانيهما الاستطلاع الميداني.

وقد تأكد الباحث من خلال مراجعة الأدبيات الى النقص الملحوظ في الدراسات التي تناولت رأس المال الاستراتيجي حيث أوجدت حالة من عدم الدراية بماهية المفهوم وكيفية قياسه وأهميته ومدى تأثيره بغيره من المفاهيم، ومن هذا المنطلق يرى الباحث أن مشكلة الدراسة تتمركز في التساؤلات الآتية:

1. مدى توافر متغيري الدراسة المتمثلة برأس المال الاستراتيجي الميزة التنافسية في الجامعات المبحوثة؟ وما هي مستوياتها؟
2. ماهي طبيعة العلاقة والتأثير بين رأس المال الاستراتيجي والميزة التنافسية في الجامعات المبحوثة؟

ثانياً: أهمية البحث

تتجسد أهمية البحث في جانبين يمكن استعراضهما في الآتي:

1. الأهمية الأكاديمية

- أ. تتبثق الأهمية العلمية للبحث من الأهمية الحيوية لمتغيراتها بوصفها موضوعات معاصرة ومؤثرة شغلت الفكر الإداري والإستراتيجي.
- ب. يعد هذا البحث محاولة متواضعة لإغناء المكتبة المعرفية بالشكل الذي يمكن من خلاله تأكيد العلاقات بين متغيرات الدراسة.

2. الأهمية الميدانية

- أ. تزويد الجامعات المبحوثة بمعلومات واقعية عن مستوى توفر المتغيرين.
- ب. الإفادة من طبيعة العلاقات والتأثير القائمة بين المتغيرات بالشكل الذي ينعكس على صورة الجامعات إيجابياً.
- ج. تتبثق أهمية البحث عبر الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها وأملاً في أن تكون هذه الدراسة إسهاماً فاعلاً في تقديم معطيات علمية وواقعية للجامعات المبحوثة عبر تساؤلاتها وفرضياتها.

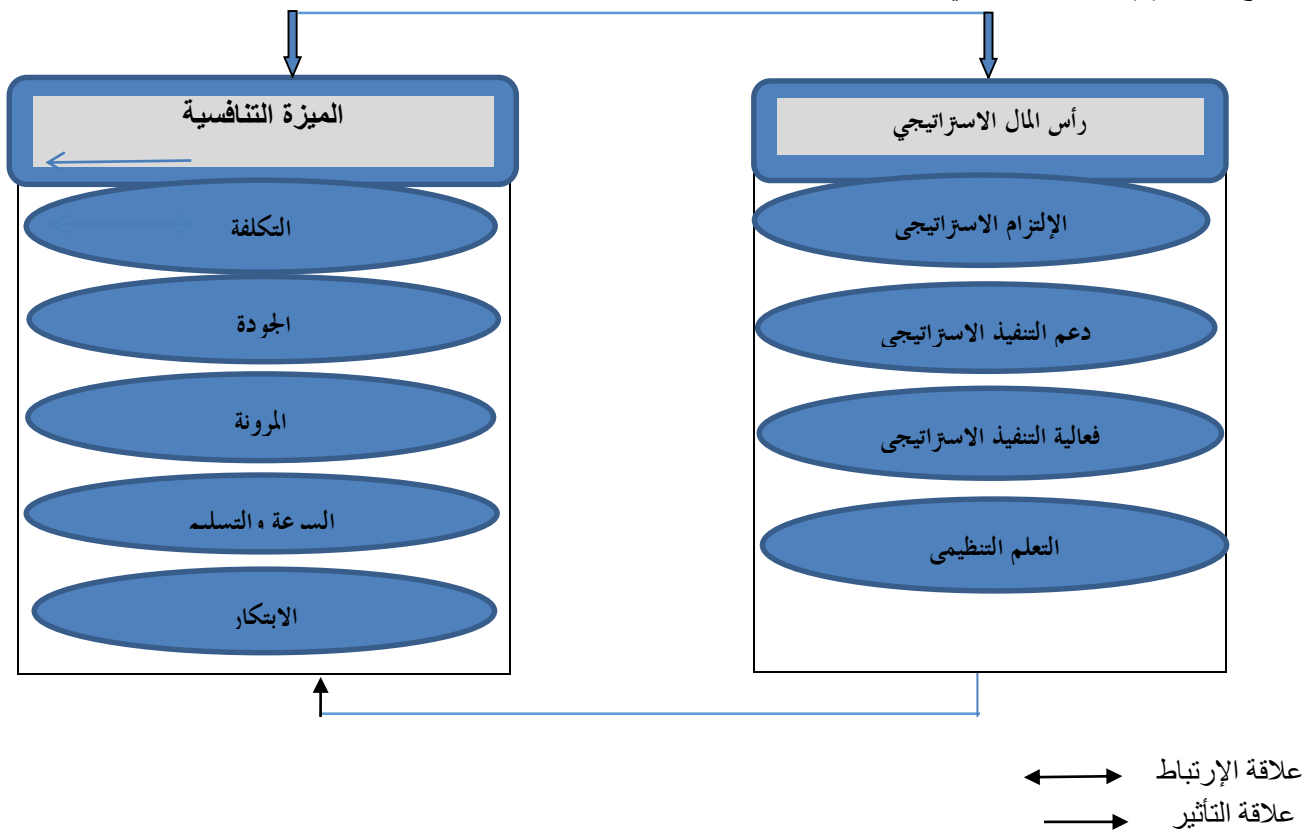
ثالثاً: أهداف البحث

يهدف البحث إلى تحقيق الأهداف التالية:

1. الكشف عن مستويات الاتفاق بين آراء أفراد العينة تجاه متغيرات البحث.
2. محاولة إثارة اهتمام ادارة الجامعات المبحوثة لتناول هذه الموضوعات الحيوية والاهتمام بها تحليلاً وتطبيقاً.
3. دراسة وتحليل العلاقات الارتباط والتأثير بين المتغيرات والإفادة من نتائجها لبناء الاستنتاجات وتقديم المقترحات.
4. السعي لإختبار المخطط الفرضي للبحث و إثبات صحة الفرضيات.

رابعاً: المخطط الفرضي للبحث

يوضح الشكل (1) المخطط الفرضي للبحث.



الشكل 1.1 المخطط الفرضي للدراسة

المصدر: من اعداد الباحثين.

خامساً: فرضيات البحث

- الفرضية الرئيسية الأولى: توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة إحصائية بين رأس المال الاستراتيجي منفردة ومجموعة و الميزة التنافسية منفردة ومجموعة.
- الفرضية الرئيسية الثانية: يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية لرأس المال لاستراتيجي في الميزة التنافسية منفردة و مجموعة.

سادساً: منهج البحث

اقتضت طبيعة البحث الحالي الى استخدام المنهج الوصفي التحليلي، اذ انه المنهج الخاص بوصف وتفسير ظاهرة او مشكلة محددة وذلك اعتماداً على جمع المعلومات والحقائق و تحليلها تحليلاً دقيقاً للوصول الى تفسيرات منطقية للحالة او الظاهرة المراد بحثها ودراستها.

المحور الثاني: الجانب النظري

أولاً: رأس المال الاستراتيجي

1. المفهوم

بعد متابعة ومراجعة الأدبيات في مجال الفكر الإداري والإدارة الاستراتيجية وجدنا تعدداً في التعاريف الواردة لرأس المال الاستراتيجي قد تختلف بعضها عن البعض جزئياً إلا أنها تشابهة في المرتكزات والمضامين حيث عرفه (Hunt,2000:79) على أنه شكل من الأشكال المختلفة من رأس المال تفي بالمعايير التي تعالج عدم التجانس، والجمود، وتسهم في القدرة على تطوير القيمة العالية للمنظمة.

حيث عرفه (Smith,2005:563) على أنه " القدرة على التخطيط وتنفيذ الإستراتيجية بنجاح، ويعتمد بشكل كبير على المعرفة التي يمتلكها العاملون في منظماتهم".

ويتفق (أمين، 2018: 35) مع التعريف السابق حيث يعرف رأس المال الاستراتيجي على أنه ترتيب تنظيمي وإستراتيجي في أنشطة وإدارة المنظمة، مما يساعد على دمج كافة الموارد في المنظمة وانعكاس ذلك على الخيارات الإستراتيجية للمنظمة والأداء.

أما (Olga et al, 2021:2232) فقد عرفوا رأس المال الاستراتيجي على أنه حصيلة الموارد والامكانيات والقدرات التنظيمية البشرية منها والهيكلية التي تدعم عمليات التنفيذ الاستراتيجي وتستند لها.

تأسيساً على ماسبق يعرف رأس المال الاستراتيجي على أنه مورداً منظماً غير ملموساً وغير قابلاً للنضب تتمثل بالمهارات والمعارف البشرية والعلاقات الاجتماعية والقيم والمعتقدات الراسخة ضمن ابعاد الهيكل غير الرسمي وتعتبر عن قدرة المنظمة في تحقيق الميزة التنافسية.

2. الأهمية

رأس المال الاستراتيجي يستمد أهميته من كونه فعال وذلك من خلال مراجعة الأهداف الطويلة الأجل للمنظمة موضوعه بجدول زمني متوقع، يتمثل بالآتي:

- إنَّ احتياجات رأس المال المتوقع ومعدات المنظمة المادية تحتاج كذلك رسالة واضحة أو اغتنام الفرص في الأسواق، ومتابعة البيئة الخارجية، وهذا يقع على عاتق رأس المال الإستراتيجي.
- الموارد المالية المتاحة للمنظمة، بما في ذلك الأموال الموجودة دون القيود، والقدرة على الديون والمنح والدعم المجتمعي، أو مبادرات أخرى لجمع التبرعات، هي من مسؤولية رأس المال الإستراتيجي.
- أنَّ حجب الزاوية في عملية تخطيط رأس المال الاستراتيجي هو تحديد متطلبات رأس المال والإطار الزمني لهذا الإنفاق، وبعد أن يتم اتخاذ هذا القرار، ومقارنة احتياجات رأس المال للمنظمة مع القوة المتاحة، والقدرة على الديون، وخيارات التمويل. هذا التحليل يمكن قادة المنظمة على إعطاء الأولوية لتخصيص موارد رأس المال ويساعد على تبسيط عملية التمويل.
- تتطلب عملية تمويل رأس المال الاستراتيجي أيضاً تحديد الجدوى المالية وتقييم قيمة العقارات أو الأعمال والأصول ويهدف كل مشروع محدد لاكتساب أو التمويل. وتبعا لطبيعة مشروع رأس المال والجدارة الائتمانية للمنظمة، فإن نطاق هذا رأس المال تختلف وعموماً تشمل حصتها في السوق والتوقعات المالية. وعندما تنفذ بشكل صحيح، فإن عملية التخطيط لرأس المال الاستراتيجي سوف تساعد أيضاً المنظمة على تحديد الاحتياجات والمخاطر والفرص، وخيارات التمويل الاستراتيجي التي يتم النظر فيها.

3. ابعاد رأس المال الاستراتيجي

يمكن استعراض أبعاد رأس المال الإستراتيجي من خلال ما يلي:

1. الإلتزام الاستراتيجي Strategy Commitment:

يشير (Hughes and Morgan,2007:508) الى أن الإلتزام الإستراتيجي يعد مورد غير مادي للمنظمة فهو يختلف مستواه بين المنظمات، ويزيد عندما تكون المشاركة جماعية.

ويعرف الالتزام الإستراتيجي بمدى فهم المدير ودعمه لتحقيق الأهداف والغايات الإستراتيجية في الأسواق، وأن هذا الفهم الذي يساهم في تحقيق الأهداف الإستراتيجية، يجب أن يكون ذو فائدة للشركات في السعي لتحقيق تلك الأهداف، وبالتالي تتولد إمكانية رفع مستوى الأداء الاستراتيجي في المنظمة.

2. دعم تنفيذ الإستراتيجية Strategy Implementation Support

يشير دعم تنفيذ الإستراتيجية إلى هيكل الموارد للمنظمة التي تتماشى مع إستراتيجية سوق المنتجات وتخصيص الموارد اللازمة للتنفيذ، حيث أن المنظمات المتنافسة تمتلك مستويات غير متكافئة من الموارد ورأس المال الإستراتيجي لدعم التنفيذ.

ويذكر (West and Decastro, 2001:426) أن دعم التنفيذ غير الكافي قد يحد من قدرة المنظمة في تنفيذ الإستراتيجية بنجاح والتنافس في سوق المنتجات المختارة، أما المنظمات التي تكون بمستوى أفضل في تحقيق أهداف سوق المنتجات فإنها تمتلك مستويات أعلى نسبياً في دعم التنفيذ الإستراتيجي بينما المنظمات ذات الأداء الأكثر فقراً (تلك التي لا تحقق الأهداف في سوق المنتجات ولا يمكنها التمسك بها وتحقيق أهداف إستراتيجيتهم).

3. فعالية التنفيذ الإستراتيجي Strategy Implementation Effectiveness

يوضح كل من (Hughes and Morgan, 2007:508) أن عملية التنفيذ، سواء كانت تعتمد على المهارات التنظيمية، أو الموارد، أو القدرة، أو المقدرة، فإنه يمكن وصفها بأنها مورد "تنظيمي" وعناصر رأس المال الاستراتيجي تحت نظرية مزايا الموارد. إذ أن القدرة على التنفيذ الفعال بصورة متميزة بين المنظمات لا يمكن نقله بسهولة إلا إذا توفرت وسيلة مناسبة لصالحه. ويؤكد (Van et al, 2009:21) أن قوة السلوك الإستراتيجي تتمثل بتوافق عمل الموظف الذي يتماشى مع إستراتيجية المنظمة، الأمر الذي يشكل أهمية حيوية للمنظمات.

4. التعلم التنظيمي: Organizational Learning

تعد عملية التعلم واحدة من أبرز العمليات التي تستند إليها المنظمة في تحقيق أهدافها، وكلما نجحت المنظمة في إدارة هذه العملية في مختلف المستويات التنظيمية أصبحت أكثر فاعلية في تحقيق أهدافها التنظيمية (السالم، 2007: 34). ويؤكد كل من (Wheel and Hunger, 2010:61) إن التعلم التنظيمي هو أحد نظريات التكيف التنظيمي والتي تقول أن المنظمة تعدل من نفسها بشكل دفاعي لتغيرات البيئة وتستخدم المعرفة بشكل فاعل لتحسين الملائمة بينها وبين البيئة ووجهة النظر هذه تشمل جميع الأفراد في كل مستويات المنظمة.

ثانياً: الميزة التنافسية

1. المفهوم

يشغل مفهوم الميزة التنافسية مكانة هامة في كل من مجالي الإدارة الإستراتيجية واقتصاديات الأعمال، وقد برز هذا المفهوم بشكل واضح مع مطلع الثمانينات من القرن الماضي حيث قدم Porter مفهوم الاستراتيجيات التنافسية، " وأشار إلى أن العامل الأهم والمحدد لنجاح منظمات الأعمال هو المركز التنافسي لها في الصناعة التي تعمل فيها"، (التميمي والخشالي، 2004: 42).

حيث يعد (مايكل بورتر) من أهم الباحثين في مجال الإدارة الإستراتيجية وتحليل الميزة التنافسية للمنظمات، وهو يرى أن الميزة التنافسية لا تختص بالدولة وإنما بالمنظمة، فالميزة التنافسية تنشأ أساساً من القيمة التي استطاعت منظمة (ما) أن تخلقها لربانها بحيث يمكن أن تأخذ شكل أسعار أقل بالنسبة لأسعار المنافسين بمنافع منفردة في المنتج تعوض بشكل واسع الزيادة السعرية المفروضة (Porter, 1993: 4) أي: " أن الميزة التنافسية تنشأ بمجرد توصل المنظمة إلى اكتشاف طرق أكثر فعالية من تلك المستعملة من قبل المنافسين، حيث يكون بمقدورها تجسيد هذا الاكتشاف ميدانياً، وبمعنى آخر بمجرد إحداث عملية إبداع بمفهومه الواسع".

ومن إحدى العوامل المهمة التي ارتبط بها مصطلح الميزة التنافسية هو مصطلح التكلفة ويمكن التعبير عنه من خلال قدرة المنظمة على امتلاك موارد بشرية ذو مهارات عالية وقدرات على الابتكار وتطبيق الأنظمة ولإجراءات وتحديث أساليب الإنتاج وتحسين المنتجات بهدف تعظيم القيمة للزبون وهذا يعتمد على منحى الخبرة التي تمتلكها المنظمة في موظفيها مما سوف ينعكس إيجاباً على خفض التكاليف والنفقات ويؤدي إلى تحقيق النتيجة المتمثلة بميزة تنافسية عالية (عبداللطيف، 2020: 665).

ويرى (ابو الرب، 2021: 27) بأن الميزة التنافسية قد ارتبطت بعامل الجودة، حيث أن الحصول على موارد واصل ومهارات عالية وإمكانية التحكم بها لأخراج مخرجات عالية ومميزة تقود المنظمة الى ان تنفرد بميزة تنافسية تميزها عن باقي المنظمات في نفس النشاط حيث ان التحكم بالموارد والسيطرة عليها واستثمارها بما يحقق أفضل قيمة للعميل عن طريق تقديم شيء مميز سواء من خدمات او من منتجات يحقق تميزاً وتوقفاً على بقية المنافسين ويحقق نجاحاً مستمراً في ظل المنافسة المحلية والعالمية.

ووفقاً على ما تقدم من آراء للكتاب عن الميزة التنافسية، يرى الباحث بأن التعريف الإجرائي للميزة التنافسية: تتمثل في أداء المنظمة لأنشطتها بصورة أكثر كفاءة وفعالية بشكل يجعلها منفردة ومتميزة في خلق قيمة لا يستطيع بقية المنافسين تحقيقها في انشطتهم ويمكن أن تحافظ عليها لمدة طويلة من الزمن اذا ما استندت الى عمليات معرفية ذات منهجية ادارية واضحة، من خلال الاستثمار الامثل لرأس مالها الاستراتيجي.

2. الأهمية

تساعد الميزة التنافسية على زيادة مرونة المنظمة للتكيف مع التغيرات البيئية والتكنولوجيا، بالشكل الذي يمكنها من البقاء والاستمرار في العمل (Ghoshal et al, 1997: 10)، كما أنها تؤثر على الأداء العام للمنظمة من خلال تحسين أداء العاملين فيها، وكذلك معدل الارباح التي تحصل عليها (Smart and Wolfe, 2000: 134)، ويرى (حسين، 2011: 97) بأنها السلاح الأساسي لمواجهة تحديات السوق والمنظمات المناظرة، ويأتي ذلك من خلال قيام المنظمة بتنمية معرفتها التنافسية، ومقدرتها على تلبية احتياجات الزبائن، عن طريق خلق التقنيات والمهارات الإنتاجية، بصورة تمكنها من التكيف للفرص المتغيرة بشكل سريع (العاني، 2004: 82)، وقد أوضح (حسين، 2011: 97) ان الميزة التنافسية تعد بمثابة مؤشرا ايجابيا لتوجه المنظمة لاحتلال موقع قوي في السوق، من خلال حصولها على حصة سوقية اكبر من منافسها، وهذا يعني امتلاك المنظمة زبائن أكثر ولاءً مقارنة بالمنافسين، مما يجعل زبائنها أقل تأثراً لعروض المنافسين من جهة، وزيادة حجم المبيعات والارباح من جهة أخرى (الحبالي، 2006: 72)، كما تنبع أهميتها من خلال قدرتها على تحقيق الانسجام بين "موارد ومقدرات وثقافة المنظمة"، وتوظيفها من أجل تحقيق التميز والتفوق لها في ظل البيئة التي تعمل فيها. كما تزداد أهمية الميزة التنافسية كلما كانت صعبة التقليد وقوية، بما يعزز من مكانتها ولمدة طويلة ويجعل المنظمة من المنظمات الرائدة في عالم الأعمال (محبوبة، 2007: 87).

وبضيف (الوزير، 2018: 51-52) بأن الميزة التنافسية تحقق أهمية بالغة للمنظمات على جميع الأصعدة وبجميع أحجام المنظمات، حيث انها تؤدي إلى الآتي:

1. خلق قيمة للعملاء وتلبية احتياجاتهم، وتضمن ولاءهم، وتحسن سمعة وصورة المنظمة في أذهانهم.
2. تحقيق التميز الاستراتيجي عن المنافسين في سلع والخدمات المقدمة إلى العملاء، إمكانية التميز في الموارد والكفاءات والاستراتيجيات المتبعة في ظل بيئة شديدة المنافسة.
3. تحقيق حصة سوقية للمنظمة، وربحية عالية للبقاء والاستثمار في السوق.
4. تعطي حركية وديناميكية للعمليات الداخلية للمنظمات، نظراً لكونها مستندة على موارد المنظمة وقدراتها وجدارتها.
5. متابعة التطور والتقدم على المدى البعيد، كون الميزات التنافسية تتسم بالاستمرارية والتجدد.

3. ابعاد الميزة التنافسية

● بعد التكلفة

تعد التكلفة الأدنى هي بعد التنافسي الأقدم والذي سعت لاعتماده الكثير من المنظمات، ويعني هذا البعد قدرة المنظمة على إنتاج وتسويق منتجاتها بأقل تكلفة ممكنة مقارنة بمنافسيها، مما يمكنها من تحقيق أرباح أعلى وحصة سوقية أكبر والوصول إلى أسعار تنافسية تعزز من الميزة التنافسية لهذه المنتجات داخل السوق، فالتكلفة المنخفضة تهيئ للمنظمة فرصة البيع بأسعار أقل (أبو حمادة، 2016: 46).

● بعد الجودة

انعكاساً إلى حالة الرفاهية الاقتصادية التي شهدتها العديد من دول العالم مؤخراً والتطور الاجتماعي والثقافي فيها- أصبح المستهلك يسعى للحصول على منتجات ذات جودة أعلى اعتماداً على المفاضلة بين السعر والجودة، ولم يعد السعر عاملاً حاسماً في اتخاذ قرار الشراء، فأصبحت منظمات الأعمال تسعى للفوز بطبقات المستهلك من خلال تقديمها لمنتجات تحقق توقعات المستهلك ورضاه.

ويشير بعد الجودة إلى تقديم منتجات تتطابق مع حاجات ورغبات الزبائن، كما تعني الجودة نظرة الأفراد المختلفة للمنظمة مقابل التوقعات المختلفة للأفراد، بحيث تقابل خصائص المنتج هنا توقعات الزبون (العامري والسامرائي، 2005: 7).

• بعد المرونة

تعد المرونة أحد أهم الإبعاد التنافسية التي تستطيع المنظمة إن تتميز من خلالها، وذلك لأن المرونة تتعلق بمدى تكيف النظم التشغيلية للمنظمة مع الطلب والتغيرات الحاصلة في بيئة الاعمال، وان المرونة تعني بالقدرة على إجراء التغيرات في الموقع السوقي من خلال الإبداع في التصميم ولأحجام، حيث أصبحت المرونة السلاح الفعال في المنافسة إذ تتضمن القدرة على تقديم تشكيلات واسعة من المنتجات الجديدة بصورة مستمرة، وتعرف المرونة بأنها قدرة المنظمة لعرض مجموعة واسعة من المنتجات المتنوعة لزبائنهم، وتتضمن المرونة مرونة المنتج وتعني بالقدرة على مواكبة التغيرات في أذواق وحاجات زبائن، وكذلك مرونة الحجم وتعني قدرة المنظمة على الاستجابة للتغير في مستويات الطلب (مجداب، 2016: 378).

• بعد السرعة والتسليم

يقصد بها تقديم المنتج أو الخدمة للعملاء واستلام المواد من الموردين بالوقت المحدد لتنفيذ العمليات التشغيلية التي من شأنها تقييم الأداء التشغيلي للعمليات داخل المنظمة (Hazier and Render, 2011: 174).

وعرفت السرعة والتسليم بأنها أقصر وقت لإنتاج سلع وأسرع وقت لتقديمها إلى المنتفعين (الزيادات، 2014: 21). وأشار (خليل وآخرون، 2016: 188) الى السرعة والتسليم بأنها قدرة المنظمة على تنفيذ عملياتها وأنشطتها بوقت قياسي بحصولها على المواد الأولية بالوقت المحدد وتنفيذ أنشطتها الإنتاجية بسرعة وتوزيع تلك المنتجات للزبائن بأسرع المطلوب.

• بعد الابتكار

يمثل بعد لابتكار إحدى الضرورات الأساسية في إدارة الأعمال والمنظمات إذ إن الوقت في تصاعد والحاجات والطموحات هي الأخرى في نمو وتسارع فلا يعد كافياً أو مرضياً أداء الأعمال في المنظمات على اختلاف أنواعها بالطرق الروتينية التقليدية لإن الاستمرار بها يؤدي إلى التوقف وهو بالتالي تراجع عن الركب المتسارع في المضي إلى الأمام أو الفشل، لذا يمكن تعريف الإبداع بأنه أفكار تتصف بكونها جيدة ومفيدة ومتصلة بحل المشكلات أو تطوير اساليب أو أهداف أو تعميق رؤية أو إعادة تركيب الأنماط في السلوكيات الإدارية في اشكال متميزة ومتطورة يدفع المنظمة إلى الأمام، كما ان الإبداع هو تبني فكرة جديدة أو سلوك جديد لصناعة المنظمة أو سوقها أو بيئتها العامة وتعد المنظمة التي تقدم منتج جديد بأنها مبدعة (بسام وقاسم، 2013: 262).

المحور الثالث: الجانب الميداني

أولاً: وصف مجتمع البحث ومسوغات اختيارها

يعد تحديد مجتمع الدراسة من المحاور المهمة التي تسهم أسهاماً مباشراً في نجاح أو فشل الدراسة، وبناءً على تلك التوصيات التي جاء بها بورتير، حصرت الاستراتيجيات التنافسية في ثلاثة استراتيجيات وهي: استراتيجية قيادة التكلفة الشاملة، استراتيجية التركيز، استراتيجية التميز بأعباءه المصدر الأساسي للحصول على البيانات الخاصة بالدراسة، ويتمثل مجتمع الدراسة الحالية بالجامعات الخاصة في مدينة اربيل وبلغ عددها (9) جامعات، واختبرت الدراسة فرضياتها على اعضاء مجالس الكليات في الجامعات الخاصة في مدينة اربيل وبلغ عددهم (62) عضواً ويعود اسباب اختيار هذا الميدان مجالا للدراسة للمسوغات التالية:

1. التطور الذي حققته الجامعات الخاصة برعاية وزارة التعليم العالي والبحث العلمي.
2. النهج المتميز للجامعات الخاصة واستمراريتها في التحديث والتطوير للخدمات التعليمية.
3. المنافسة الشديدة بين الجامعات الخاصة وتزايدها في الناحية الكمية والنوعية والتي تستوجب اعتماد على رأس المال الاستراتيجي من اجل تحقق الميزة التنافسية وزيادة قدرتها على البقاء والاستمرار والديمومة.
4. حاجة الجامعات الخاصة الى تحقيق الميزة التنافسية في انشطتها وعملياتها اليومية الى رأس المال الاستراتيجي التي تلعب دورا في تحديد احتياجات الزبائن واشباع حاجاتهم والالتزام بمراقبة ومسح وتقييم التغيرات التي تحدث في سوق العمل.
5. ملائمة متغيرات الدراسة مع طبيعة عمل الجامعات والقطاع التعليمي.
6. امكانيه اختبار فرضيات الدراسة في الجامعات الخاصة في مدينة اربيل

ثانياً: وصف عينة الدراسة

تمثلت عينة الدراسة بـ(5) جامعات، فيما تمثل المستجيبين باعضاء مجالس الكليات في جامعات عينة الدراسة، حيث قام الباحث بتوزيع (65) استمارة استبيان عليهم. وتم استعادة (62) استمارة وكانت جميعها صالحة للتحليل أي ان نسبة الاستجابة بلغت (95.38%).

ثالثاً: وصف خصائص الأفراد المستجيبين

1. توزيع الأفراد المستجيبين على وفق الجنس:

يشير الجدول (2) إلى أن نسبة الذكور في الجامعات المبحوثة هي (77.4%)، أما نسبة الاناث هي (22.6%)، مما يشير الى اغلبيه الذكور يشغلون المناصب والمسؤوليات الادارية في الجامعات الخاصة في مدينة اربيل.

الجدول (2) توزيع الأفراد المستجيبين على وفق الجنس

الفئة	العدد	النسبة%
ذكور	48	77.4
اناث	14	22.6
المجموع	62	100

المصدر: إعداد الباحثين على وفق نتائج التحليل الاحصائي

2. توزيع الأفراد المستجيبين على وفق العمر

يوضح الجدول(3) توزيع المستجيبين على وفق سمة العمر، اذ تبين ان اعلى نسبة من الأفراد كانت من بين الفئة العمرية (31 – 40 سنة) والتي بلغت نسبتهم (40.3%)، وتلتها نسبة (32.3%) للفئة العمرية (51 سنة فأكثر)، ثم جاءت الفئة العمرية (41 – 50 سنة) بالمرتبة الثالثة بالنسبة (16.1%)، وجاءت بالمرتبة الاخيرة الفئة العمرية (21 – 30 سنة) ونسبة بلغت (11.3%). مما يدل على ان غالبية الاعضاء في الجامعات المبحوثة هم من الفئة العمرية الشبابية والتي تمتلك القدرات الذهنية والجسمانية المؤهلة للعمل وبمستويات عالية ولاوقات طويلة في الجامعات الخاصة.

الجدول (3) توزيع الأفراد المستجيبين على وفق العمر

الفئة	العدد	النسبة%
21 – 30 سنة	7	11.3
31 – 40 سنة	25	40.3
41 – 50 سنة	10	16.1
51 سنة فأكثر	20	32.3
المجموع	62	100

المصدر: إعداد الباحثين على وفق نتائج التحليل الاحصائي

3. توزيع الأفراد المستجيبين على وفق التحصيل الدراسي

يتبين من المعلومات في الجدول(4) ان توزيع المستجيبين حسب سمة التحصيل الدراسي بأن غالبية الأفراد المستجيبين هم من الذين يمتلكون مؤهلات اكاديمية ومن حملة شهادة الماجستير والتي بلغت نسبتهم(59.7%) في حين جاءت نسبة الحاصلين على شهادة الدكتوراه في المرتبة الاخيره حيث بلغت نسبتهم (40.3%). مما يدل على التطبيقات الصحيحة للتعليمات الجامعية التي تنص على تكليف حملة شهادة الدكتوراه والماجستير بمهام اعضاء مجالس الكليات.

الجدول (4) توزيع الأفراد المستجيبين على وفق التحصيل الدراسي

الفئة	العدد	النسبة %
دكتوراه	25	40.3
ماجستير	37	59.7
المجموع	62	100

المصدر: إعداد الباحثين على وفق نتائج التحليل الاحصائي

4. توزيع الأفراد المستجيبين على وفق عدد سنوات الخدمة الإجمالية

يوضح الجدول (5) أن النسبة الكبرى من الأفراد المستجيبين لديهم خدمة إجمالية في مجال الوظيفي تقع بين (6 – 10 سنة) والتي شكلت نسبتهم (41.9%)، ثم تلتها فئة (21 سنة فأكثر)، حيث بلغت نسبة (24.2%)، ثم جاءت الأفراد الذين لهم خدمة (5 سنوات فما دون) إذ بلغت (22.6%)، وبالمرتبة قبل الأخيرة جاءت فئة (16 – 20 سنة) إذ بلغت نسبتهم (6.5%)، وتأتي بالمرتبة الأخيرة وبنسبة بلغت (4.8%) الأفراد الذين لهم خدمة (11 – 15 سنة). مما يدل على تراكم الخبرات الوظيفية لدى اكثرية اعضاء مجالس الكليات في الجامعات المبحوثة.

الجدول (5) توزيع الأفراد المستجيبين على وفق عدد سنوات الخدمة الإجمالية

الفئة	العدد	النسبة %
5 سنوات فما دون	14	22.6
6 – 10 سنة	26	41.9
11 – 15 سنة	3	4.8
16 – 20 سنة	4	6.5
21 سنة فأكثر	15	24.2
المجموع	62	100

المصدر: إعداد الباحثين على وفق نتائج التحليل الاحصائي.

ب. توزيع الأفراد المستجيبين على وفق عدد سنوات الخدمة في القطاع التعليمي

يوضح الجدول (6) أن النسبة الكبرى من الأفراد المستجيبين لديهم خدمة في القطاع التعليمي تقع بين (6 سنة فأكثر) والتي شكلت نسبتهم (61.3%)، ثم تلتها فئة (3 – 5 سنة)، حيث بلغت نسبتهم (21%)، وتأتي بالمرتبة الأخيرة وبنسبة بلغت (17.7%) للفئة (سنتان فما دون).

الجدول (6) توزيع الأفراد المستجيبين على وفق عدد سنوات الخدمة في القطاع التعليمي

الفئة	العدد	النسبة %
سنتان فما دون	11	17.7
3 – 5 سنة	13	21
6 سنة فأكثر	38	61.3
المجموع	62	100

المصدر: إعداد الباحثين على وفق نتائج التحليل الاحصائي.

رابعاً: وصف متغيرات الدراسة

أولاً: وصف متغير رأس المال الاستراتيجي

1. وصف بعد الالتزام الاستراتيجي

تشير معطيات الجدول (7) إلى التوزيعات التكرارية والأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية للإجابات تجاه العبارات (X1 – X5) والخاصة بوصف آراء المستجيبين تجاه بُعد الالتزام الاستراتيجي، والتي تميل إلى الاتفاق بمستويات جيدة، إذ تشير النسب وبحسب المؤشر الكلي إلى أن (78.71%) من الأفراد المستجيبين متفقون على مضمون هذه العبارات مقابل نسبة (8.39%) غير متفقين مع ذلك، وبلغ نسبة الاستجابة (81.35%)، وجاء هذا بوسط حسابي (4.07) وانحراف معياري (0.952). مما يعطي دلالة أولية على توافر الالتزام الاستراتيجي الواضحة لدى الجامعات الخاصة المبحوثة وبمستويات جيدة.

وكانت أعلى نسبة اتفاق على مستوى عبارات هذا البعد هي للعبارة (X2) والتي بلغت (19.84%)، وبوسط حسابي بلغ (4.21)، والتي تنص على توجيه أعضاء مجالس الكليات لكافة الامكانيات الذهنية نحو تحقيق الاهداف الاستراتيجية للكلية.

في حين أن أقل نسبة استجابة على مستوى عبارات بعد الالتزام الاستراتيجي كان للعبارة (X3) والتي بلغت (78.71%)، وبوسط حسابي بلغ (3.94)، والتي تنص على ايمان أعضاء مجالس الكليات بصحة وسلامة استراتيجية الكلية.

الجدول (7) وصف بعد الالتزام الاستراتيجي

نسبة الاستجابة (%)	الانحراف المعياري	الخطأ النسبي	لا اتفق بشدة		لا اتفق		محايد		اتفق		اتفق بشدة		المتوسط
			1		2		3		4		5		
			%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
82.90	0.973	4.15	1.61	1	6.45	4	11.29	7	37.10	23	43.55	27	X1
84.19	0.960	4.21	0.00	0	8.06	5	12.90	8	29.03	18	50.00	31	X2
78.71	0.903	3.94	1.61	1	4.84	3	19.35	12	46.77	29	27.42	17	X3
79.68	0.949	3.98	1.61	1	8.06	5	11.29	7	48.39	30	30.65	19	X4
81.29	0.973	4.06	1.61	1	8.06	5	9.68	6	43.55	27	37.10	23	X5
81.35	0.952	4.07	1.29		7.10		12.90		40.97		37.74		المعدل
			8.39		78.71								

المصدر: إعداد الباحث على وفق نتائج التحليل الاحصائي N= 62

2. وصف بعد دعم تنفيذ الاستراتيجية

تشير معطيات الجدول (8) إلى التوزيعات التكرارية والأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية للإجابات تجاه العبارات (X10 – X6) والخاصة بوصف آراء المستجيبين تجاه بعد دعم تنفيذ الاستراتيجية والتي تميل إلى الاتفاق بمستويات جيدة، إذ تشير النسب وبحسب المؤشر الكلي إلى أن (66.13%) من المستجيبين متفقون على مضمون هذه العبارات مقابل نسبة (11.94%) غير متفقين مع مضمون عبارات هذا البعد، وبلغت نسبة الاستجابة (74.06%)، وجاء ذلك بوسط حسابي (3.70) وانحراف معياري (0.958). وهذا يمثل نتيجة أولية على توافر مؤشرات بعد (دعم تنفيذ الاستراتيجية) لدى الجامعات الخاصة المبحوثة وبمستويات جيدة.

الجدول (8) وصف بعد دعم تنفيذ الاستراتيجية

نسبة الاستجابة (%)	الاحصاء المعياري	الوسط الحسابي	لا اتفق بشدة		لا اتفق		محايد		اتفق		اتفق بشدة		الترتيب
			1		2		3		4		5		
			%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
72.26	0.964	3.61	1.61	1	12.90	8	24.19	15	45.16	28	16.13	10	X6
72.90	0.960	3.65	3.23	2	9.68	6	20.97	13	51.61	32	14.52	9	X7
72.58	0.834	3.63	0.00	0	9.68	6	30.65	19	46.77	29	12.90	8	X8
73.55	0.971	3.68	1.61	1	12.90	8	19.35	12	48.39	30	17.74	11	X9
79.03	1.062	3.95	6.45	4	1.61	1	14.52	9	45.16	28	32.26	20	X10
74.06	0.958	3.70	2.58		9.35		21.94		47.42		18.71		المعدل
			11.94						66.13				

المصدر: إعداد الباحث على وفق نتائج التحليل الاحصائي N= 62

وبحسب المؤشر الجزئي فقد كانت أعلى نسبة استبانة على مستوى عبارات هذا البعد هي للعبارة (X10) والتي بلغت (79.03%)، وبوسط حسابي بلغ (95.3)، والتي تشير الى تبني اعضاء مجالس الكليات لنمط قيادي فعال لتشجيع العاملين على تنفيذ الاستراتيجية. في حين أن أقل نسبة اتفاق على مستوى عبارات بعد دعم تنفيذ الاستراتيجية هي للعبارة (X6) والتي بلغت (72.26%)، وبوسط حسابي بلغ (3.61)، والتي تنص على توفر الموارد البشرية الكفوءة والمؤهلة لتنفيذ استراتيجية الكليات.

3. وصف بعد فعالية تنفيذ الاستراتيجية

تشير معطيات الجدول (9) إلى التوزيعات التكرارية والأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية للإجابات تجاه العبارات (X11 - X15) والخاصة بوصف آراء المستجيبين تجاه بعد فعالية تنفيذ الاستراتيجية والتي تميل إلى الاتفاق وبمستويات جيدة، إذ تشير النسب وبحسب المؤشر الكلي إلى أن (73.55%) من المستجيبين متفقون على مضمون هذه العبارات مقابل نسبة (10%) غير متفقين مع مضمون عبارات هذا البعد، وبلغ نسبة الاستجابة (78.90%)، وجاء ذلك بوسط حسابي (3.95) وانحراف معياري (1.006). وهذا يمثل نتيجة أولية على توافر مؤشرات وصف بعد فعالية تنفيذ الاستراتيجية لدى الجامعات الخاصة المبحوثة وبمستويات جيدة. وكانت أعلى نسبة استجابة على مستوى عبارات هذا البعد هي للعبارة (X15) والتي بلغت (82.90%)، وبوسط حسابي بلغ (4.15)، والتي تشير إلى الأيمان بان التنفيذ الفعال للاستراتيجية تعود بدرجة اساسية الى قدرات ومهارات العاملين في الكلية.

الجدول (9) وصف بعد فعالية تنفيذ الاستراتيجية

نسبة الاستجابة (%)	الأحرف العمليات	الوسط الحسابي	لا اتفق بشدة		لا اتفق		محايد		اتفق		اتفق بشدة		المتوسط
			1		2		3		4		5		
			%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
72.90	1.057	3.65	1.61	1	14.52	9	25.81	16	33.87	21	24.19	15	X11
80.00	0.941	4.00	1.61	1	8.06	5	9.68	6	50.00	31	30.65	19	X12
78.71	1.084	3.94	4.84	3	6.45	4	12.90	8	41.94	26	33.87	21	X13
80.00	0.992	4.00	3.23	2	3.23	2	19.35	12	38.71	24	35.48	22	X14
82.90	0.956	4.15	1.61	1	4.84	3	14.52	9	35.48	22	43.55	27	X15
78.90	1.006	3.95	2.58		7.42		16.45		40.00		33.55		المعدل
			10.00						73.55				

المصدر: إعداد الباحث على وفق نتائج التحليل الاحصائي N= 62

في حين أن أقل نسبة استجابة على مستوى عبارات فعالية تنفيذ الاستراتيجية فهي للعبارة (X11) والتي بلغت (72.90%)، وبوسط حسابي بلغ (3.65)، والتي تنص على تبني الكلية لاساليب متميزة لتنفيذ الاستراتيجية لا يمكن تقليدها من قبل الكليات المتنافسة.

4. وصف بعد التعلم التنظيمي

تشير معطيات الجدول (10) إلى التوزيعات التكرارية والأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية للإجابات تجاه العبارات (X20 - X16) والخاصة بوصف آراء المستجيبين تجاه بعد (التعلم التنظيمي) والتي تميل إلى الاتفاق وبمستويات جيدة، إذ تشير النسب وبحسب المؤشر الكلي إلى أن (80%) من المستجيبين متفقون على مضمون هذه العبارات مقابل نسبة (4.19%) غير متفقين مع مضمون عبارات هذا البعد، وبلغ نسبة الاستجابة (80.65%)، وجاء ذلك بوسط حسابي (4.03) وانحراف معياري (0.795). وهذا يمثل نتيجة أولية على توافر مؤشرات وصف بعد (التعلم التنظيمي) لدى الجامعات الخاصة المبحوثة وبمستويات جيدة.

وكانت أعلى نسبة استجابة على مستوى عبارات هذا البعد هي للعبارة (X18) والتي بلغت (83.87%)، وبوسط حسابي بلغ (4.19)، والتي تشير إلى تركيز أعضاء مجالس الكليات على تحسين انشطتها من خلال الخبرات المعرفية المتراكمة لدى العاملين.

في حين أن أقل نسبة اتفاق على مستوى عبارات فعالية تنفيذ الاستراتيجية فهي للعبارة (X19) والتي بلغت (77.74%)، وبوسط حسابي بلغ (3.89)، والتي تنص على التأكيد على تحقيق الاستباقية من خلال توظيف واستثمار مخرجات نظم المعلومات الاستراتيجية.

الجدول (10) وصف بعد التعلم التنظيمي

نسبة الاستجابة (%)	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	لا اتفق بشدة		لا اتفق		محايد		اتفق		اتفق بشدة		الترتيب
			1		2		3		4		5		
			%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
79.68	0.799	3.98	0.00	0	4.84	3	17.74	11	51.61	32	25.81	16	X16
82.26	0.749	4.11	0.00	0	3.23	2	12.90	8	53.23	33	30.65	19	X17
83.87	0.721	4.19	0.00	0	3.23	2	8.06	5	54.84	34	33.87	21	X18
77.74	0.812	3.89	1.61	1	1.61	1	24.19	15	51.61	32	20.97	13	X19
79.68	0.896	3.98	1.61	1	4.84	3	16.13	10	48.39	30	29.03	18	X20
80.65	0.795	4.03	0.65		3.55		15.81		51.94		28.06		المعدل
			4.19						80.00				

المصدر: إعداد الباحث على وفق نتائج التحليل الإحصائي N= 62

ثانياً: وصف متغير الميزة التنافسية

يمثل المحور الحالي وصفاً لآراء المستجيبين تجاه متغير الميزة التنافسية وبحسب أبعاده المتمثلة بكل من التكلفة، والجودة، والمرونة، والسرعة والتسليم، والابداع والابتكار وعلى وفق الآتي:

1. وصف بعد التكلفة

تشير إجابات المستجيبين في الجدول (11) إلى التوزيعات التكرارية والأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية للإجابات الخاصة بمضمون العبارات (Y1 - Y5) والخاصة بوصف آراء المستجيبين تجاه وصف بعد التكلفة والتي تميل إلى الاتفاق وبمستويات جيدة، إذ تشير النسب وبحسب المؤشر الكلي إلى أن (69.03%) من الأفراد المستجيبين متفقون على مضمون هذه العبارات مقابل نسبة (6.45%) غير متفقين مع هذا البعد، وبلغ نسبة الاستجابة (77.23%)، وجاء ذلك بوسط حسابي (3.86) وانحراف معياري (0.868). وهذا يعطي مؤشراً على اتفاق المستجيبين على توافر بعد التكلفة لدى الجامعات الخاصة المبحوثة وبمستويات جيدة.

وكانت أعلى نسبة استجابة على مستوى عبارات هذا البعد هي للعبارة (Y3) بالنسبة (80%)، وبوسط حسابي بلغ (4.00)، مما يدل على مراعاة أعضاء مجالس الكلية لتطوير المهارات في مجال العمليات للكوادر الادارية والفنية.

الجدول (11) وصف بعد التكلفة

نسبة الاستجابة (%)	الانحراف المعياري	الرتبة الوسطى	لا اتفق بشدة		لا اتفق		محايد		اتفق		اتفق بشدة		الترتيب
			1		2		3		4		5		
			%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
76.13	1.006	3.81	3.23	2	6.45	4	22.58	14	41.94	26	25.81	16	Y1
77.74	0.749	3.89	0.00	0	3.23	2	24.19	15	53.23	33	19.35	12	Y2
80.00	0.830	4.00	0.00	0	4.84	3	19.35	12	46.77	29	29.03	18	Y3
78.06	0.918	3.90	0.00	0	6.45	4	27.42	17	35.48	22	30.65	19	Y4
74.19	0.837	3.71	0.00	0	8.06	5	29.03	18	46.77	29	16.13	10	Y5
77.23	0.868	3.86	0.65		5.81		24.52		44.84		24.19		المعدل
			6.45						69.03				

المصدر: إعداد الباحث على وفق نتائج التحليل الاحصائي N= 62

في حين أن أقل نسبة اتفاق على مستوى عبارات هذا البعد هي للمؤشر (Y5) والتي بلغت (74.19%)، وبوسط حسابي بلغ (3.71)، والتي تشير إلى تتبني الكلية لاستراتيجية التكلفة باستثمار راس مال عالي بشكل مستمر.

2. وصف بعد الجودة

تشير معطيات الجدول (12) إلى التوزيعات التكرارية والأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية للإجابات الخاصة بمضمون العبارات (Y6 – Y10) والخاصة بوصف آراء المستجيبين تجاه وصف بعد الجودة والتي تميل إلى الاتفاق وبمستويات جيدة، إذ تشير النسب وبحسب المؤشر الكلي إلى أن (68.71%) من الأفراد المستجيبين متفقون على مضمون هذه العبارات مقابل نسبة (9.35%) غير متفقين مع مضمون عبارات هذا البعد، وبلغ نسبة الاستجابة (76.06%)، وجاء ذلك بوسط حسابي (3.80) وانحراف معياري (0.927). وهذا يشير إلى أن الجامعات الخاصة المبحوثة تميل إلى التركيز على بعد الجودة وبمستويات جيدة.

وكانت أعلى نسبة استجابة على مستوى عبارات هذا البعد هي للعبارة (Y7) والتي بلغت (78.71%)، وبوسط حسابي (3.94)، وهذا يشير إلى قيام الكلية بتقييم الجودة من أجل تحسينها باستمرار.

في حين أن أقل نسبة استجابة على مستوى عبارات هذا البعد هي للعبارة (Y10) والتي بلغت (72.26%)، وبوسط حسابي بلغت (3.61) وبانحراف معياري (0.998)، والتي تشير إلى اعتماد الكلية نظام السيطرة النوعية للتحقق من جودة الخدمات.

الجدول (12) وصف بعد الجودة

نسبة الاستجابة (%)	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لا اتفق بشدة		لا اتفق		محايد		اتفق		اتفق بشدة		الترتيب
			1		2		3		4		5		
			%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
76.45	0.933	3.82	1.61	1	8.06	5	19.35	12	48.39	30	22.58	14	Y6
78.71	0.903	3.94	1.61	1	4.84	3	19.35	12	46.77	29	27.42	17	Y7
77.42	0.820	3.87	0.00	0	4.84	3	25.81	16	46.77	29	22.58	14	Y8
75.48	0.982	3.77	3.23	2	8.06	5	17.74	11	50.00	31	20.97	13	Y9
72.26	0.998	3.61	1.61	1	12.90	8	27.42	17	38.71	24	19.35	12	Y10
76.06	0.927	3.80	1.61		7.74		21.94		46.13		22.58		المعدل
			9.35						68.71				

المصدر: إعداد الباحث على وفق نتائج التحليل الإحصائي N= 62

3. وصف بعد المرونة

تشير معطيات الجدول (13) إلى التوزيعات التكرارية والأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية للإجابات الخاصة بمضمون العبارات (Y11 – Y15) والخاصة بوصف آراء المستجيبين تجاه وصف بعد المرونة والتي تميل إلى الاتفاق وبمستويات جيدة، إذ تشير النسب وبحسب المؤشر الكلي إلى أن (67.42%) من الأفراد المستجيبين متفقون على مضمون هذه العبارات مقابل نسبة (6.13%) غير متفقين مع مضمون عبارات هذا البعد، وبلغ نسبة الاستجابة (75.81%)، وجاء ذلك بوسط حسابي (3.79) وانحراف معياري (0.861). وهذا يدل على أن الجامعات الخاصة المبحوثة تميل إلى المرونة وبمستويات جيدة.

وكانت أعلى نسبة استجابة على مستوى عبارات هذا البعد هي للعبارة (Y14) والتي بلغت (77.74%)، وبوسط حسابي (3.89)، وهذا يشير إلى امتلاك الكلية لقدرات تمكنها من فتح أقسام علمية جديدة.

في حين أن أقل نسبة استجابة على مستوى عبارات هذا البعد هي للعبارة (Y15) والتي بلغت (73.23%)، وبوسط حسابي بلغت (3.66) وبانحراف معياري (0.767)، والتي تشير إلى تقديم الكلية لعروض على الخدمات الاستثمارية الحالية.

الجدول (13) وصف بعد المرونة

العبارات	اتفق بشدة		اتفق		محايد		لا اتفق		لا اتفق بشدة		الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة الاستجابة (%)
	5		4		3		2		1				
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%			
Y11	14	22.58	31	50.00	13	20.97	2	3.23	2	3.23	3.85	0.921	77.10
Y12	13	20.97	31	50.00	14	22.58	3	4.84	1	1.61	3.84	0.872	76.77
Y13	11	17.74	27	43.55	20	32.26	3	4.84	1	1.61	3.71	0.876	74.19
Y14	14	22.58	32	51.61	12	19.35	3	4.84	1	1.61	3.89	0.870	77.74
Y15	8	12.90	28	45.16	23	37.10	3	4.84	0	0.00	3.66	0.767	73.23
المعدل	19.35		48.06		26.45		4.52		1.61		3.79	0.861	75.81
	67.42		6.13										

المصدر: إعداد الباحث على وفق نتائج التحليل الإحصائي N= 62

4. وصف بعد السرعة والتسليم

تشير إجابات المستجيبين في الجدول (14) إلى التوزيعات التكرارية والأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية للإجابات الخاصة بمضمون العبارات (Y16 - Y20) والخاصة بوصف آراء المستجيبين تجاه وصف بعد السرعة والتسليم والتي تميل إلى الاتفاق وبمستويات جيدة، إذ تشير النسب وبحسب المؤشر الكلي إلى أن (70%) من الأفراد المستجيبين متفقون على مضمون هذه العبارات مقابل نسبة (7.10%) غير متفقين مع هذا البعد، وبلغ نسبة الاستجابة (77.29%)، وجاء ذلك بوسط حسابي (3.86) وانحراف معياري (891.0). وهذا يعطي مؤشراً على اتفاق المستجيبين على توافر بعد السرعة والتسليم لدى الجامعات الخاصة المبحوثة وبمستويات جيدة.

وكانت أعلى نسبة استجابة على مستوى عبارات هذا البعد هي للعبارة (Y20) بالنسبة (79.35%)، وبوسط حسابي بلغ (3.97)، مما يدل على تحسن الكلية أساليب توصيل خدماتها.

الجدول (14) وصف بعد السرعة والتسليم

نسبة الاستجابة (%)	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	لا اتفق بشدة		لا اتفق		محايد		اتفق		اتفق بشدة		المتوسط
			1		2		3		4		5		
			%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
76.45	0.840	3.82	0.00	0	6.45	4	25.81	16	46.77	29	20.97	13	Y16
77.74	0.925	3.89	1.61	1	6.45	4	19.35	12	46.77	29	25.81	16	Y17
75.81	0.813	3.79	0.00	0	6.45	4	25.81	16	50.00	31	17.74	11	Y18
77.10	0.884	3.85	0.00	0	8.06	5	22.58	14	45.16	28	24.19	15	Y19
79.35	0.991	3.97	3.23	2	3.23	2	20.97	13	38.71	24	33.87	21	Y20
77.29	0.891	3.86	0.97		6.13		22.90		45.48		24.52		المعدل
					7.10						70.00		

المصدر: إعداد الباحث على وفق نتائج التحليل الإحصائي N= 62

في حين أن أقل نسبة استجابة على مستوى عبارات هذا البعد هي للمؤشر (Y18) والتي بلغت (75.81%)، وبوسط حسابي بلغ (3.79)، والتي تشير إلى تلبية الكلية لطلبات الزبائن الطارئة.

5. وصف بعد الابتكار:

تشير إجابات المستجيبين في الجدول (15) إلى التوزيعات التكرارية والأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية للإجابات الخاصة بمضمون العبارات (Y21 - Y25) والخاصة بوصف آراء المستجيبين تجاه وصف بعد الابتكار والتي تميل إلى الاتفاق وبمستويات جيدة، إذ تشير النسب وبحسب المؤشر الكلي إلى أن (72.26%) من الأفراد المستجيبين متفقون على مضمون هذه العبارات مقابل نسبة (8.71%) غير متفقين مع هذا البعد، وبلغ نسبة الاستجابة (77.03%)، وجاء ذلك بوسط حسابي (3.85) وانحراف معياري (891.0). وهذا يعطي مؤشراً على اتفاق المستجيبين على توافر بعد الابتكار لدى الجامعات الخاصة المبحوثة وبمستويات جيدة.

وكانت أعلى نسبة استجابة على مستوى عبارات هذا البعد هي للعبارة (Y21) بالنسبة (79.68%)، وبوسط حسابي بلغ (3.98)، مما يدل على مراعاة الكلية لتحفيز الابتكار والعصف الفكري لدى العاملين.

الجدول (15) وصف بعد الابتكار

نسبة الاستجابة (%)	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	لا اتفق بشدة		لا اتفق		محايد		اتفق		اتفق بشدة		الترتيب
			1		2		3		4		5		
			%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
79.68	0.779	3.98	0.00	0	4.84	3	16.13	10	54.84	34	24.19	15	Y21
79.03	0.777	3.95	0.00	0	4.84	3	17.74	11	54.84	34	22.58	14	Y22
73.55	0.825	3.68	0.00	0	9.68	6	25.81	16	51.61	32	12.90	8	Y23
75.16	0.987	3.76	1.61	1	11.29	7	19.35	12	45.16	28	22.58	14	Y24
77.74	1.088	3.89	4.84	3	6.45	4	16.13	10	40.32	25	32.26	20	Y25
77.03	0.891	3.85	1.29		7.42		19.03		49.35		22.90		المعدل
			8.71						72.26				

المصدر: إعداد الباحث على وفق نتائج التحليل الاحصائي N= 62

في حين أن أقل نسبة استجابة على مستوى عبارات هذا البعد هي للمؤشر (Y23) والتي بلغت (73.55%)، وبوسط حسابي بلغ (3.68)، والتي تشير إلى تبني الكلية روح المغامرة في رغباتها للوصول الى الهدف.

اختبار أنموذج الدراسة وفرضياتها

أولاً: اختبار فرضية العلاقات

1. العلاقة حسب المؤشر الكلي

بينت نتائج تحليل الارتباط بين متغيري الدراسة وحسب المؤشر الكلي الموضحة في الجدول (3.18) وجود علاقة ارتباط معنوية وموجبة بين تلك المتغيرات وعلى مستوى المؤشر وبمستويات عالية، إذ بلغت قيمة معامل الارتباط بين متغير رأس المال الاستراتيجي ومتغير الميزة التنافسية قيمة (**0.720) وعند مستوى معنوية (0.01)، إذ تؤكد هذه النتيجة أن هنالك تلازماً بين المتغيرين مما يمكن معه الاستنتاج بأن زيادة اعتماد الجامعات الخاصة المبحوثة على رأس المال الاستراتيجي يؤدي إلى تحقيق الميزة التنافسية لديها.

2. العلاقة حسب المؤشر الجزئي

من أجل فهم أوسع لعلاقات الارتباط بين متغيرات الدراسة وعلى مستوى أبعاد كل منها منفردة ومجموعة وبحسب المؤشر الجزئي فإن النتائج في الجدول (16) تشير إلى وجود علاقات ارتباط معنوية وموجبة بين أبعاد متغير رأس المال الاستراتيجي وأبعاد متغير الميزة التنافسية منفردة ومجموعة، إذ كانت أقوى علاقة ارتباط منفردة بين بعد الالتزام الاستراتيجي وبعد التكلفة والتي بلغت قيمة المعامل لهذه العلاقة (**0.663) وبمستوى معنوية (0.01)، في حين أن أقل علاقة ارتباط معنوية منفردة فكانت بين بعد التعلم التنظيمي وبعد السرعة والتسليم بقيمة بلغت (**0.399) وبمستوى معنوية (0.01). أما علاقات الارتباط بين كل بعد من أبعاد رأس المال الاستراتيجي وبين متغير الميزة التنافسية فقد كانت أقوى هذه العلاقات بين بعد دعم تنفيذ الاستراتيجية ومتغير الميزة التنافسية والتي بلغت (**0.662) وبمستوى معنوية (0.01)، في حين أن أقل ارتباط معنوية فكانت بين بعد التعلم التنظيمي ومتغير الميزة التنافسية بقيمة بلغت (**0.583) وبمستوى معنوية (0.01). وبذلك فإن هذه النتائج تدعم تحليل الارتباط حسب المؤشرين الكلي والعام، وأنه كلما زاد توجه الجامعات الخاصة المبحوثة على استخدام أبعاد رأس المال الاستراتيجي ساعد ذلك الجامعات في تحقيق الميزة التنافسية.

الجدول (16) علاقات الارتباط بين متغيرات الدراسة منفردة ومجموعة

المؤشر الكلي	الميزة التنافسية (Y)					المتغير المعتمد	
	الابداع والابتكار	السرعة والتسليم	المرونة	الجودة	التكلفة	المتغير المستقل	
**6420.	**5310.	**4900.	**4620.	**5670.	**6630.	الالتزام الاستراتيجي	رأس المال الاستراتيجي (X)
**6620.	**5350.	**5210.	**5690.	**5960.	**5680.	تنفيذ دعم الاستراتيجية	
**6130.	**5130.	**4620.	**4110.	**5890.	**6070.	تنفيذ فعالية الاستراتيجية	
**5830.	**4600.	**3990.	**4620.	**5410.	**6070.	التعلم التنظيمي	
**0.720	**5880.	**5410.	**0.545	**0.660	**0.705	المؤشر الكلي	

** معنوية عالية عندما تكون القيمة الاحتمالية $N=62$ (Sig. ≤ 0.01)
المصدر: إعداد الباحث على وفق نتائج التحليل الإحصائي

وبذلك فإن نتائج تحليل العلاقات على المستوى الجزئي تدعم بقوة نتائج تحليل العلاقات بين متغيرات الدراسة الرئيسية على المستوى الكلي والعام، وعليه يتم قبول الفرضية الرئيسة الأولى والتي تنص على أنه (توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة إحصائية بين رأس المال الاستراتيجي ومجموعة منفردة وبين الميزة التنافسية ومجموعة منفردة) في الجامعات الخاصة المبوثة في مدينة أربيل.

ثانياً: تحليل التأثير بين متغيري البحث

تحليل الانحدار البسيط

تم استخدام تحليل الانحدار البسيط للتعرف على تأثير المتغير المستقل (رأس المال الاستراتيجي) في المتغير المعتمد (الميزة التنافسية) وعلى المستوى الكلي لتلك المتغيرات حيث تشير نتائج التحليل الموضحة في الجدول (3.19) إلى الآتي:

أ. وجود تأثير معنوي للمتغير المستقل (رأس المال الاستراتيجي) في المتغير المستجيب أو المعتمد (الميزة التنافسية) وعلى مستوى المؤشر الكلي، إذ بلغت قيمة مستوى المعنوية (P-Value) المحسوبة (0.000) وهي أقل بكثير من قيمة مستوى المعنوية الافتراضي والذي اعتمدته الدراسة، ويدعم ذلك أن قيمة (F) المحسوبة والبالغة (64.624) كانت أكبر من قيمتها الجدولية والبالغة (4.001) وبدرجات حرية (1، 60) مما يشير إلى معنوية التأثير وعند مستوى (0.05). واستناداً إلى هذه النتيجة يمكن الاستنتاج بوجود العلاقة التأثيرية لمتغير رأس المال الاستراتيجي في متغير الميزة التنافسية والذي يشير إلى أن اعتماد الجامعات الخاصة المبوثة على رأس المال الاستراتيجي يؤثر في تحقيق الميزة التنافسية لديهم. كما وتشير نتائج التحليل على المستوى الكلي إلى الآتي:

- في ضوء معادلة الانحدار تبين أن قيمة الثابت (B_0) والبالغة (1.269) أن هناك ظهوراً للميزة التنافسية من خلال أبعادها وبمقدارها (1.269) وذلك عندما تكون قيمة رأس المال الاستراتيجي ومن خلال أبعادها مساوية للصفر. وعليه يمكن تفسير هذه النتيجة بأن الميزة التنافسية يستمد وبمستويات عالية من رأس المال الاستراتيجي التي تستخدمها الجامعات المبوثة.
- أما قيمة الميل الحدي (B_1) فقد بلغت (0.651) وهي دلالة على أن تغيير مقداره واحد (1) في متغير رأس المال الاستراتيجي يؤدي إلى تغيير مقداره (0.651) في الميزة التنافسية، وهو تغير كبير يمكن الاستناد عليه في تفسير العلاقة التأثيرية للمتغير المستقل رأس المال الاستراتيجي في المتغير المعتمد الميزة التنافسية.

- أما قيمة (R^2) فقد بلغت (519.0) والتي تشير إلى أن ما نسبته (51.9%) من التغير الذي يحدث في الميزة التنافسية يعود إلى رأس المال الاستراتيجي، أي أن القيمة التفسيرية للمتغير المستقل فيما يحدث للمتغير المستجيب بلغت (51.9%)، كما تشير هذه النتيجة إلى أن النسبة التأثيرية المتبقية والبالغة (48.1%) تعود لعوامل تأثيرية أخرى غير مضمنة في النموذج الافتراضي الذي أعتمد في الدراسة الحالية.

الجدول (17) تأثير رأس المال الاستراتيجي في الميزة التنافسية على المستوى الكلي

Sig	R^2	F	B1	الثابت - B0	المتغير المعتمد
					المتغير المستقل
0.000	51.9%	64.624 Sig.(0.000)**	0.651 Sig.(0.000)**	1.269 Sig.(0.000)**	رأس المال الاستراتيجي

** معنوية عالية عندما تكون القيمة الاحتمالية $F_{(1, 60)} = 4.001$ ($\text{Sig.} \leq 0.05$)
المصدر: إعداد الباحث على وفق نتائج التحليل الاحصائي

1. تحليل الانحدار على المستوى الجزئي

بهدف التعرف على مستويات التأثير لكافة ابعاد المتغير المستقل رأس المال الاستراتيجي في المتغير المعتمد والمتمثل بالميزة التنافسية فقد تم اللجوء إلى تحليل الانحدار المتعدد، إذ أفصحت نتائج التحليل عن وجود عدة نماذج للانحدار (التأثير) الموضحة في الجدول (3.20) وكالاتي:

1. **الالتزام الاستراتيجي:** تشير معطيات الجدول (18) إلى أن هناك تأثيراً معنوياً للالتزام الاستراتيجي في الميزة التنافسية، ويدعمه قيمة (F) المحسوبة (42.163) وهي قيمة معنوية عند مستوى معنوي (0.05)، وقد فسر معامل التحديد (R^2) ما نسبته (41.3%) من التباين الحاصل في الميزة التنافسية، أما النسبة المتبقية والبالغة (58.7%) فتعود إلى متغيرات أخرى، كما أن قيمة (β_1) قد بلغت (0.454) وهي تشير إلى أن التغير الحاصل في الالتزام الاستراتيجي بوحدة واحدة يؤدي إلى تغير في الميزة التنافسية بمقدار (0.454)، ويستدل من قيمة (t) المحسوبة (6.493) بأنها قيمة معنوية عند مستوى معنوي (0.05)، وتشير قيمة الثابت (C) إلى وجود الميزة التنافسية بمقدار (1.988) حتى لو كانت قيمة الالتزام الاستراتيجي صفراً.
2. **دعم تنفيذ الاستراتيجية:** تشير معطيات الجدول (3.20) إلى أن هناك تأثيراً معنوياً لدعم تنفيذ الاستراتيجية في الميزة التنافسية، ويدعمه قيمة (F) المحسوبة (46.717) وهي قيمة معنوية عند مستوى معنوي (0.05)، وقد فسر معامل التحديد (R^2) ما نسبته (43.8%) من التباين الحاصل في الميزة التنافسية، أما النسبة المتبقية والبالغة (56.2%) فتعود إلى متغيرات أخرى، كما أن قيمة (β_1) قد بلغت (0.541) وهي تشير إلى أن التغير الحاصل في دعم تنفيذ الاستراتيجية بوحدة واحدة يؤدي إلى تغير في الميزة التنافسية بمقدار (0.541)، ويستدل من قيمة (t) المحسوبة (6.835) بأنها قيمة معنوية عند مستوى معنوي (0.05)، وتشير قيمة الثابت (C) إلى وجود الميزة التنافسية بمقدار (1.831) حتى لو كانت قيمة دعم تنفيذ الاستراتيجية صفراً.
3. **فعالية تنفيذ الاستراتيجية:** تشير معطيات الجدول (18) إلى أن هناك تأثيراً معنوياً لفعالية تنفيذ الاستراتيجية في الميزة التنافسية، ويدعمه قيمة (F) المحسوبة (36.088) وهي قيمة معنوية عند مستوى معنوي (0.05)، وقد فسر معامل التحديد (R^2) ما نسبته (37.6%) من التباين الحاصل في الميزة التنافسية، أما النسبة المتبقية والبالغة (62.4%) فتعود إلى متغيرات أخرى، كما أن قيمة (β_1) قد بلغت (0.450) وهي تشير إلى أن التغير الحاصل في فعالية تنفيذ الاستراتيجية بوحدة واحدة يؤدي إلى تغير في الميزة التنافسية بمقدار (0.450)، ويستدل من قيمة (t) المحسوبة (6.007) بأنها قيمة معنوية عند مستوى معنوي (0.05)، وتشير قيمة الثابت (C) إلى وجود الميزة التنافسية بمقدار (2.060) حتى لو كانت قيمة فعالية تنفيذ الاستراتيجية صفراً.
4. **التعلم التنظيمي:** تشير معطيات الجدول (18) إلى أن هناك تأثيراً معنوياً لتعلم التنظيمي في الميزة التنافسية، ويدعمه قيمة (F) المحسوبة (30.822) وهي قيمة معنوية عند مستوى معنوي (0.05)، وقد فسر معامل التحديد (R^2) ما نسبته (33.9%) من التباين الحاصل في الميزة التنافسية، أما النسبة المتبقية والبالغة (66.1%) فتعود إلى متغيرات أخرى، كما أن قيمة (β_1) قد بلغت

(0.539) وهي تشير إلى أن التغير الحاصل في التعلم التنظيمي بوحدة واحدة يؤدي إلى تغير في الميزة التنافسية بمقدار (0.539)، ويستدل من قيمة (t) المحسوبة (5.552) بأنها قيمة معنوية عند مستوى معنوي (0.05)، وتشير قيمة الثابت (C) إلى وجود الميزة التنافسية بمقدار (1.663) حتى لو كانت قيمة التعلم التنظيمي صفراً.

الجدول (18) تأثير ابعاد رأس المال الاستراتيجي في الميزة التنافسية

الميزة التنافسية (Y)				المتغير المعتمد المتغير المستقل	
F	R2	β_1	الثابت-C		
42.163 Sig.=0.000	%41.3	0.454 T(6.493) Sig.=0.000	1.988 T(6.850) Sig.=0.000	الالتزام الاستراتيجي	رأس المال الاستراتيجي (X)
46.717 Sig.=0.000	%43.8	0.541 T(6.835) Sig.=0.000	1.831 T(6.137) Sig.=0.000	دعم تنفيذ الاستراتيجية	
36.088 Sig.=0.000	%37.6	0.450 T(6.007) Sig.=0.000	2.060 T(6.836) Sig.=0.000	فعالية تنفيذ الاستراتيجية	
30.822 Sig.=0.000	%33.9	0.539 T(5.552) Sig.=0.000	1.663 T(4.200) Sig.=0.000	التعلم التنظيمي	

** معنوية عالية عندما تكون القيمة الاحتمالية $F(1, 60) = 4.001$ $N = 62$ (Sig. ≤ 0.05)
المصدر: إعداد الباحث على وفق نتائج التحليل الاحصائي

وتأسيساً على نتائج تحليل الانحدار فإنه يمكن القول بقبول فرضية الثانية الخامسة التي تنص على أنه " يوجد تأثير معنوي لابعاد رأس المال الاستراتيجي في الميزة التنافسية. "

المحور الرابع: الاستنتاجات والمقترحات

أولاً: الاستنتاجات

1. تبين مع نتائج الوصف بأن أغلبية المستجيبين هم من ذوي الفئات العمرية الفتية مما يدل على قدرتهم في فهم أهمية رأس المال الاستراتيجي في الجامعات لأنهم يجمعون بين الخبرة والنضج من جهة وبين التصور والرؤية الاستراتيجية الواضحة من جهة أخرى.
2. كشفت النتائج بأن أغلبية المستجيبين هم من الذكور وهذه دلالة على عزوف الإناث أحياناً للعمل في الجامعات الخاصة نتيجة لطول فترات الدوام الرسمي أو التشدد في تطبيق التعليمات.
3. أظهرت معطيات الوصف بأن الجامعات المبحوثة تتبنى ابعاد رأس المال الاستراتيجي وبمستويات جيدة وهذه تؤكد إيمان الجامعات بفاعلية هذه الابعاد في الوضع الراهن.
4. توصلت النتائج الى أن بعد التعلم التنظيمي هي من مرتكزات رأس المال الاستراتيجي ويؤكد ذلك تركيز إدارات الكليات على تحسين أنشطتها من خلال استثمار الخبرات المعرفية المتركمة لدى العاملين.
5. يمكن الإستنتاج من تحليل الارتباط الآتي:

أ. كلما زاد إرتكاز الجامعات المبحوثة على تبني ابعاد رأس المال الاستراتيجي كلما أدى ذلك تحقيق الميزة التنافسية.
ب. كلما زاد إرتكاز الجامعات المبحوثة على تبني بُعد دعم تنفيذ الاستراتيجية كلما أدى ذلك الى تحقيق الميزة التنافسية.

6. يمكن الإستنتاج من نتائج تحليل التأثير الآتي:

أ. أن هناك تأثير لابعاد رأس المال الاستراتيجي في الميزة التنافسية وانها تفسر نسبة عالية من التغيير الذي يحدث في تحقيقها
ب. أن هناك تأثيراً لبعدهم دعم تنفيذ الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية أكثر من تأثير الأبعاد الأخرى.

ثانياً: المقترحات

1. ضرورة تركيز الجامعات المبحوثة على تكليف الإناء بالمهام الإدارية والإستفادة من بعض خصائصهم كالتعاون والتحمل والقدرة على التفكير المتعدد وكذلك التوجه نحو تكليف الفئة العمرية الناضجة جنباً الى جنب مع الشباب لإستثمار خبراتهم ومعارفهم من خلال تبني إستشاراتهم وتجاربهم في الجامعات المبحوثة .
2. ضرورة المحافظة على المستويات الجيدة لمتغيرات الدراسة والسعي الجاد لزيادة هذه المستويات من خلال التركيز على ترسيخ ابعاد رأس المال الاستراتيجي وتعزيز ابعاد الميزة التنافسية.
3. توصي الدراسة بضرورة تقديم الكليات قيد البحث لعروض على خدماتها الحالية لتعزيز ميزتها التنافسية.
4. التركيز على تلبية طلبات الزبائن الطارئة لغرض تعزيز مرونة الكليات واستجابتها الفورية للمستجدات الطارئة.
5. ضرورة زيادة تركيز الكليات على تشجيع روح المغامرة من خلال احتساب المخاطرة والسعي نحو تحمل المخاطرة وحث ادارة الكليات على تشجيع عاملها على تقديم الافكار والمقترحات الابداعية عن طريق تهيئة مناخ تنظيمي داعم للابداع والابتكار.
6. على الرغم من ان النتائج بينت إختلاف الأهمية الترتيبية لمتغيرات الدراسة إذ يعد هذا الإختلاف من المسلمات والبداهيات الا إن الدراسة تقترح زيادة الأهمية لرأس المال الاستراتيجي وبشكل خاص لبعدهم دعم تنفيذ الاستراتيجية.
7. ضرورة إستثمار العلاقات القوية بين المتغيرات الرئيسية والفرعية على المستوى الكلي والجزئي وتوجيهها الى خدمة الجامعات المبحوثة مع ضرورة توثيق العلاقة بين رأس المال الاستراتيجي والميزة التنافسية.
8. ضرورة تسخير العلاقة التأثيرية لرأس المال الاستراتيجي في الميزة التنافسية لتعزيز التأثيرات بين كل بعد من ابعاد رأس المال الاستراتيجي وكل بعد من أبعاد الميزة التنافسية والسعي الجاد للجامعات المبحوثة في دعم العلاقات الضعيفة.

المصادر

1. ابو الرب،اياس محمود،2021،أثر تتبع سلسلة التوريد باستخدام تقنية نظام التوضع العالمي على الميزة التنافسية في منظمات صناعة الأخذية الأردنية،رسالة ماجستير،جامعة شرق الاوسط،كلية الاعمال،عمان، الاردن.
2. أبو حمادة،عبد الموجود عبدالله،(2016)، المعرفة التسويقية وعلاقتها بالميزة التنافسية للمشروعات الصغيرة المنتمية لحاضنات الأعمال في منطقة تبوك، مجلة التجارة والتمويل، العدد الرابع.
3. أمين، مهدي صالح، (2018)، "رأس المال الإستراتيجي ودوره في تخمين صحة المستشفيات: دراسة تحليلية لآراء عينة من الأطباء العاملين في مستشفى الصدر التعليمي"، رسالة ماجستير في علوم إدارة المستشفيات، جامعة الكوفة، كلية الإدارة والاقتصاد، عراق.
4. بسام، منيب. قاسم، اسراء وعدالله،(2013)، أثر التتابعي لمتطلبات إدارة الجودة الشاملة والتغيير التنظيمي في تحقيق الميزة التنافسية، رسالة ماجستير، كلية الحداثة الجامعة، العراق، مجلة الادارة والاقتصاد، المجلد (5)، العدد (10).
5. التميمي،شاكر.الخشالي، إيداد، 2004، " السلوك الإبداعي وأثره على الميزة التنافسية- دراسة ميدانية في منظمات الصناعات الغذائية الاردنية "، مجلة البصائر، مجلد 8،العدد2.
6. حسين،حسين وليد،2011،استخدام ادارة الموهبة كخيار لتعزيز الميزة التنافسية للمنظمات،بحث ميداني في وحدات الاداء الجامعي،كلية الادارة والاقتصاد،جامعة بغداد،رسالة ماجستير،مجلة كلية تراث الجامعة،العددالثالث العشر.
7. الحياي،احمد مؤيد عطية،2006،الأثر التتابعي لخصائص ونجاح نظام المعلومات الإدارية في تحقيق الميزة التنافسية،دراسة استطلاعية في عينة من مصارف الحكومية والأهلية في محافظة نينوى،رسالة ماجستير،كلية الادارة والاقتصاد، جامعة الموصل،بحث غير منشور.
8. خليل، بدواني. رامي، عبيدات. الشيخ،ساوي، (2016)، دور تسخير الخطر الجبائي في الأداء المتميز للمؤسسات،دراسة تحليلية لبعض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بأدرار، أطروحة دكتوراه، جامعة أحمد دراية، الجزائر.
9. الزيادات، ممدوح، (2014)، أثر الابتكار التسويقي على أبعاد الميزة التنافسية، دراسة ميدانية في عينة من المنظمات الصناعية الغذائية الأردنية،رسالة ماجستير، جامعة آل البيت،الاردن، مجلة المنارة للبحوث والدراسات،،العدد 21(1).
10. السالم، مؤيد سعيد.والحياني، عبدالرسول، (2007)، مستويات التعلم التنظيمي وعلاقتها بإدارة المنظمة، دراسة حالة مستشفى أردني، المجلة الأردنية للإدارة، مجلد(27)، العدد(1)، عمان.

11. العامري، صالح مهدي. والسامرائي، سلوى هاني، (2005)، تأثير البحث والتطوير في الإبداع التقني، دراسة ميدانية لأراء عينة من المدراء في القطاع الصناعي، المؤتمر العلمي الرابع، استراتيجيات الأعمال في مواجهة تحديات العولمة.
12. العاني، علي فائق جميل، 2004، دور ادارة المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية، رسالة ماجستير، كلية الادارة والاقتصاد، جامعة بغداد، بحث غير منشور.
13. عبدالطيف، أمين عبد الوهاب، (2020)، استراتيجية مقترحة من منظور طريقة تنظيم المجتمع لمساهمة الجمعيات الأهلية في بناء مجتمع المعرفة، مجلة كلية الخدمة الاجتماعية للدراسات والبحوث الاجتماعية، العدد 19.
14. العنزي، سعيد علي، وصالح، أحمد علي، (2009)، " ادارة رأس المال الفكري في منظمات الأعمال"، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الاردن.
15. لويظة، فرحاتي، (2016) دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية في ظل اقتصاد المعرفة، دراسة حالة منظمة الاسمنت عين التوتة- باتنة، أطروحة دكتوراه، جامعة محمد خيضر- بسكرة، الجزائر.
16. مجذاب، علي كزار، 2016، التفكير الإستراتيجي وأثره على الميزة التنافسية في ظل التحديات البيئية في العراق، دراسة على عينة من القادة الإستراتيجيين في منظمات قطاع النفط العراقي، أطروحة الدكتوراه، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، كلية دراسات العليا، ص.
17. محبوبة، بان عبد الرسول محمد، 2007، متطلبات تطبيق نظام الايضاء الواسع لتحقيق الميزة التنافسية، دراسة حالة في مصنع نسيج الديوانية، رسالة ماجستير، الكلية التقنية الادارية، بحث غير منشور.
18. المرسي، جمال الدين محمد وآخرون، التفكير الاستراتيجي والإدارة الإستراتيجية، منهج تطبيقي، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2002.
19. Ghoshal, S. & Moran, P. & Bartlett, C. A. (1997), "Employment Security, employability and sustainable Comparative Advantage, Printed at INSEAD, Fontainebleau, France.
20. Heizer, J. & Render, B. (2011), Principles of Operations Management, 8th Edition. Prentice Hall, Upper Saddle River.
21. Hughes, P., and Morgan, R. E. (2007). A resource-advantage perspective of product-market strategy performance & strategic capital in high technology firms. Industrial Marketing Management, 36(4).
22. Hughes, P., and Morgan, R. E. (2007). A resource-advantage perspective of product-market strategy performance & strategic capital in high technology firms. Industrial Marketing Management, 36(4).
23. Hunt, S. D. (2000). A general theory of competition: too eclectic or not eclectic enough? Too incremental or not incremental enough? Too neoclassical or not neoclassical enough?. Journal of Macromarketing, 20 (1).
24. Michael E. Porter, (1980) Competitive Strategy Techniques for Analyzing Industries and Competitors, (U.S.A., free press).
25. Olga et al, (2021). Strategic Capital Management in Insurance Organizations. ISSN, 2237.
26. Smart, Dennis L. and Wolf, Richard A, (2000), "Examining sustainable competitive advantage in intercollegiate athletics: a resource-based view, Journal of sport management, vol 14.
27. Smith, P. A. C. (2005a), "Enhancing strategic capital", Handbook of Business Strategy, Emerald Group Publishing, Bradford.
28. Van Riel, C., Berens, G., & Digkstra, M. (2009). Stimulating strategically aligned behavior among employees. Journal of Management Studies, 46(7).
29. West, G. P., & Deccastro, J. (2001). The Achilles heel of firm strategy: Resource weaknesses and distinctive inadequacies. Journal of Management Studies, 38(3).
30. Wheelen, Thomas L., Hunger, J. David, (2010) "Strategic Management and Business Policy" 12ed, pearson Education, Inc., prentice Hall, New Jersey, and Hunger.